

資料 2

伊藤裕康委員ご発表資料

平成 21 年 10 月 30 日
(社) 全国中央市場水産卸協会
会 長 伊 藤 裕 康

1 水産物卸売業者の現状

- 現時点で、水産卸業者は、極めて厳しい経営状態にある。
取扱数量は減少、しかも、それに比して単価は下落し、売上金額の大幅な減少を招いている。
- 底流は、リーマンショック以降引き起こされた経済不況に伴う消費不況、需要の減退が支配していると思われるが、それだけではない。
- 業界自身の変革への遅れ、旧態依然の機構・組織から抜けられない体質。
- 生産者、消費者に対する卸売市場からの体系的な情報発信の欠如。
- 一方、漁業から小売業界、外食業界に至るまでの大きな変化。
- 消費形態の変化、魚に対する好みの変化、調理をしない・知らない層の増大。
- 場外流通の増大。市場流通の中の取り扱いやすい部分だけを切り取ってやっている。
- こうした状況変化への対応が、様々な足かせの中で進まないでいるのが実情。

2 官とのかかわり

- 卸売市場法は、何度も改正があり、
規制緩和の名の下に、せり・委託の原則を廃止して、相対・買付を同列にすることによって、
「卸売業者が手数料商人で出荷者代行、仲卸業者が差益商人で消費側代行とする両者の対峙構造と、卸売業者の複数制と多数の仲卸業者の競合・競争関係によって公正・公開・公平を保つという、卸売

市場の原則」を大きく崩して来た。

- このように、卸売市場法の部分改正によって法はいびつになりながらも、未だに官が作ってきた卸売市場の骨格はそのまま残り、取引規制や書類の提出義務などに至る細かい規制が残され、卸売業者は、官の監視下に置かれている。
- 他方、昭和40～50年代に、全国各地で複数卸売業者、仲卸業者必置制の下で中央卸売市場が作られてきたが、近年は一転して、卸売市場の再編統合がうたわれ、第8次卸売市場整備基本方針では、一定の基準に達しない中央卸売市場については地方卸売市場への転換を促すなど、様変わりの政策となっている。
- また、このところの卸売市場政策担当からのご指導は、流通コストの縮減、食品偽装滅亡を狙うコンプライアンス体制の整備、インフルエンザ発生に伴う企業のBCPの作成等であり、他方水産庁は、流通経路の多様化を奨励するとして、量販店と直接取引をした漁協に対して経費の一部を補助するなど、水産物流通に対する政策の欠如と混乱が目立っている。
- このような状況に立ち至ったからには、卸売市場政策を転換し、
 - ・ 中央卸売市場の公設、公支援の立脚点である卸売市場の公益性を保ちつつ、
 - ・ 細かい諸規制を取り払ってもっと自由度の高い取引ができる様にし、
 - ・ 同時に、卸売市場再編、業界再編について、日本全国の立場から大きなグランドデザインの下に実行することを強く望む。
規制緩和の名の下に、業界だけで再編せよと言われても、事実上無理である。

3 今後の方向

- 真に、消費者のために、生産者のためになる、安定供給、安全安心に徹し、トレーサビリテイの完備した効率よき卸売市場流通を目指したい。

提言（中間とりまとめ）の考え方について

本卸売市場のあり方研究会は、本年3月23日に、国内の「魚食」を担う産業はこのままでは衰退を余儀なくされる危機的状況にあるとの認識に立って、水産業を生産・加工―流通―消費と構造的に把握した上で、流通に焦点を置いて、水産物卸売市場のあるべき姿の方向性を提言することを目的に設置された。

そして、4月9日（社）全国中央市場水産卸協会会長から次の諮問を受け、論議を開始した。

1. 水産物流通のあるべき姿の方向性の提示
2. 中央・地方卸売市場の改革の具体的な方策
3. 水産物卸売業の経営改革の方向

本研究会は設置目的を踏まえ、聖域を設けずその「あり方」を究めるべく、これまで9回にわたり、行政、関係各界の有識者からそれぞれの分野に関し、貴重な資料を基にしたご説明、ご講演を頂き、その都度委員との間で真摯な論議、意見交換を行ってきた。

その結果、水産物流通をとり巻く諸課題の解決には、消費情報を基に全くこれまでと発想を転換した現行の制度・システムの抜本改革などの取組みが必要で、それなくして生産者、消費者、それをつなぐ流通関係者がウィンウィンの関係になることはない、結局魚食も国民の食卓から段々遠いものになり、魚を食べたいとの国民の声に答えられなくなるとの共通認識に至った。

誠に深刻な事態である。まず、このような認識に基づく「あり方」提言とその背景説明を緊急に行うことが、本研究会に与えられた使命の一端を果たすことになると考えた次第である。

今後政府において、平成22年度までの卸売市場整備基本方針に代わる新たな基本方針策定に向けての諸作業・諸検討が行われる。この諸作業・諸検討が従来の延長線上で行われた場合には、本提言で指摘している諸課題の解決にほど遠いものとなりかねないとの強い懸念があり、是非この提言の「あり方」に沿った諸作業・諸検討が行われることを期待したい。

本研究会としては、本提言に至るまでの成果を補強し、更に政府で行われる諸作業・諸検討に本提言の基本的考え方を踏まえたより具体的な提言を行うべく、引き続き研究を継続する。

なお、用務繁多の中研究会に参加して頂いた委員、本研究会でご講演、ご説明をして頂いた行政、関係各界の有識者の方々、そして課題山積の中、提言とりまとめを敢行された主査大泉一貫先生そして事務局の方々に、中間とりまとめに当たり深甚の謝意を表すものである。

平成21年10月16日

卸売市場のあり方研究会

委員長 高木勇樹

卸売市場のあり方研究会提言（中間とりまとめ）（要約）

消費情報を基に魚食の拡大を目指す流通起点の抜本改革を急げ

I、水産物流通の構造改革によってトータルサプライチェーンの構築をめざせ

- ①二周遅れで誰もが満足していない水産物流通
- ②全体最適を目指すサプライチェーン構築の必要性
- ③水産業界にとどまらない関係者が一体となった意識改革と業界再編

II、流通起点の改革のために卸機能の充実をめざせ

- ①消費者満足のために「流通起点の改革」に踏み出せ
- ②「流通起点の改革」のために必要な卸機能の充実
- ③卸売市場の社会的役割と機能の強化

III、情報流や物流などの流通インフラを官民挙げて構築せよ

- ①情報流システムと物流システム整備の必要性
- ②産地と消費者を適確に結ぶ水産物の情報流の構築と支援
- ③合理的流通に必要とされる物流システムの構築と支援

IV、国としての卸売市場立地のグランドデザインを構築し、公的支援の有り様を明確にし、水産物流通改革のために水産・流通関係予算や組織の大胆かつ弾力的な組み替えを行え

- ①卸売市場法の廃止と新たな法制度の構築
- ②公設市場中心の卸売市場から公設・民設問わない民営公支援型の卸売市場へ
- ③官と民の役割、公的支援の中身の明確化
- ④国は、卸売市場立地のグランドデザインを構築せよ
- ⑤省庁局間の垣根を越えた横断的一体的行政を推進し、水産予算、流通関連予算等の大胆かつ弾力的な組み替えや行政組織の抜本的再編を行え

卸売市場のあり方研究会中間とりまとめ

消費情報を基に魚食の拡大を目指す流通起点の抜本改革を急げ

平成21年10月16日

卸売市場のあり方研究会

はじめに

我が国は、世界三大漁場の中にあり、かつ世界有数の広さの排他的経済水域と海岸線を持つ^{注1}など豊富な漁業資源に恵まれており、本来、安価で豊かな魚食を国民全てが享受できる条件が整っている。それにもかかわらず現実には漁業基盤が大幅に衰退²し、一人あたり水産物消費も年々減少の一途をたどっている。こうした現象は世界を見渡してもまれ³であり、我が国水産業の構造に何か大きな問題があるのではないかと考えさせられる。

本研究会では、魚食の享受・拡大のためには、この構造にメスを入れる必要があると考えている。そのためには生産と消費を結ぶ流通の役割が非常に重要であることは言うまでもない。生産性の向上など、これまでのありようにとらわれない様々な流通の改革を断行し、もって卸売業を再生させ、かつ我が国の水産業の構造の大転換を図り、その成果をあまねく国民に還元し、水産物消費の拡大や芳醇な魚食文化を確立しなければならない。本研究会は、その契機となる流通改革、流通起点の改革について提言しようとするものである。

I、水産物流通の構造改革によってトータルサプライチェーンの構築を目ざせ

①二周遅れで誰もが満足していない水産物流通

水産物流通には六段階の機能⁴があると言われている。それぞれの機能が相互に分離独立し非連続的・非協力的流通となっているため、生産と消費をつなぐ流通本来の機能が十分に発揮されているとは言えない。

近年の水産物流通は、卸売市場取引に加え、食品卸やGMS、商社などが参入し、産直を含めた市場外取引や、貿易商社等による流通など多様な流通チャンネルが相互に入り交じった激しい競争を展開しており、関係者「誰もが満足を得られない」状況に陥っている。それにもかかわらず、流通全体を見据えた改革には後れをとり、今では「二周遅れ」の流通⁵とさえ言われている。

②全体最適を目指すサプライチェーン構築の必要性

「誰もが満足を得られない」流通⁶を見直し、関係者が協働的かつ相互補完的關係に立ったウインウインの關係を作ることが肝要である。そのためには、現在のような「部分利益」だけをめざす流通から、全体を視野に入れた「全体最適」をめざす合理的な流通体系への轉換が必要であり、流通プロセスを一体的に捉えるトータルサプライチェーンの構築⁷が展望される。このことによって、魚食を拡大し、これまでにない新たな価値を創造することが期待される。

③水産業界にとどまらない関係者が一体となった意識改革と業界再編

サプライチェーンの範囲は、水産業界にとどまるものでなく、野菜、惣菜等全てを視野に入れるべきである。

個々の事業者には、それぞれの立場や相互の關係（仲卸・卸の關係、消費地市場と産地市場の關係、小売と卸との關係等）の見直しが迫られるので、そのための意識改革と業界再編が求められる。トータルサプライチェーンの構築は全ての関係者に開かれており、意思あるものは誰でも推進できると考えるべきである。

II、流通起点の改革のために卸機能の充実をめざせ

①消費者満足のために「流通起点の改革」に踏み出せ

水産物流通は、漁業や水産物の特性から生産優位となる傾向が強い。だが、魚食の拡大にあつては、消費者ニーズの把握や顧客への満足の提供など、消費動向を反映した消費優位の流通が求められる。これに応えるにはこれまでの流通のあり方の大轉換が必要とされ、流通自らがイニシアティブをとった「流通起点の改革」⁸が推進されなければならない。

②「流通起点の改革」のために必要な卸機能の充実

「流通起点の改革」を目指すには、流通の中心に位置する卸機能の充実が特に必要不可欠となる。本来卸は、水産物の需給の中心にあつて、集荷・分荷機能によりその調整を行っているが、魚食の拡大には、リテールサポートなどの充実が喫緊の課題となっている。卸機能には、他にも、商流、物流、情報流、金融、商品開発、品揃、品質評価、付加価値添加など、多様な機能があるが、もっとも合理的で全体を見渡した流通システムを作るにはこれら一つ一つの機能の充実が必須なのは言うまでもない。卸機能の充実は「流通起点の改革」を図る鍵でありかつ第一歩である。

③卸売市場の社会的役割と機能の強化

「流通起点の改革」を遂行するため、卸売市場関係者には、安定的かつ適正な取引等を確保するこれまでの伝統的な取引によって社会的役割を果たしつつ、合理的で全体を見渡した流通システムを作るために、時代に即応した新たな卸売市場の社会的役割をしっかりと受け止め、その機能を充実することが求められる。

a) 卸売市場の果たすべき社会的役割^{9 10}

- ・取引の適正化と流通の円滑化を図る
- ・漁業資源の有効活用と適正な管理の啓蒙、魚食拡大のセンター機能を担う
- ・流通起点の改革（トータルサプライチェーンの構築）の推進主体となる
- ・消費地市場と産地市場が一体となった改革の推進をリードする
- ・卸、仲卸、市場関係者一体となった改革の推進をリードする
- ・SCM（サプライ・チェーン・マネジメント）を進めるための卸連合等を検討する

b) 卸売市場の機能の強化と課題^{11 12}

- ・従来型の水産物卸から脱却し卸として普遍性をもったビジネスモデルを構築する
- ・業務の客観化、標準化、IT化を推進する
- ・リテールサポート機能の拡充に取り組む
- ・物流機能の充実を図るための設備やソフトの整備に邁進する
- ・経営内部でのIT化、外部からの情報入手、外部への発信機能を強化する
- ・商品開発のコーディネート機能を強化する
- ・卸売市場の敷地の24時間活用、特に午後の活用を積極的に検討する

Ⅲ、情報流や物流などの流通インフラを官民挙げて構築せよ

①情報流システムと物流システム整備の必要性

「情報と物流システムの強化」^{13 14 15}は、トータルサプライチェーン構築のもっとも重要な基盤となる。これらは公益性を持った社会的インフラであると同時に、これらの整備は、これまでの敵対的水産物流通を協働的流通へ転換させる契機にもなることから、官民挙げて構築する必要がある。その推進にあたっては手揚げ方式により、前向きに取り組もうとする意思を持った者から随時進められるよう支援するのが望ましい。

②産地と消費者を適確に結ぶ水産物の情報流の構築と支援

魚食の拡大には、産地と消費者を結ぶ水産物の情報流が重要である。消費情報を産地や漁船に伝え生産を促し、逆に全国の当日荷揚げ情報を魚種毎に把握して魚食消費を喚起したりする、といったことが考えられる。

また、適確に資源管理された魚種か否かの情報が流通にのり、あまねく知られることは我が国の水産業の持続性にとって重要である。そのためにも客観的、科学的な指標に基づく、関係者に共通したルールを作るための「水産物基礎情報」の整備¹⁶が必要になる。公的セクターはこれら社会インフラの構築を積極的に支援すべきである。

③合理的流通に必要とされる物流システムの構築と支援

配送センター、保管庫等の物流施設も消費者ニーズに適確に対応するための社会インフラとして重要である。IT活用、低温管理のレベルアップ、共同配送の推進など、ハード、ソフトを含めた革新によって、高度に情報化された物流システムの構築が必要とされている。

こうした物流システムを社会インフラとして関係者が共有することは、個別投資を避けるだけでなく、相互の協働的關係構築の契機となり「流通起点の改革」の重要な鍵となるだけに、民間での取り組みだけではなく、強力な公的支援が必要である。

IV、国としての卸売市場立地のグランドデザインを構築し、公的支援の有り様を明確にし、水産物流通改革のために水産・流通関係予算や組織の大胆かつ弾力的な組み替えを行え

①卸売市場法の廃止と新たな法制度の構築

水産物流通が相互に対立的な関係におかれ、市場外流通を発生させる背景には、機能分担を旨とした卸売市場法がある。卸売市場法は、これまで現状にあわせ幾度となく改正を重ね、法的には、様々な規制が廃止され¹⁷、実態的にはその存在意義はすでに終了¹⁸したと考えられる。

それにも関わらず、現実には、法の存在そのものや市場開設自治体の条例等をはじめとする縛りが、民の機能や活力を十分に発揮させない状況を作り、相互の機能の融合化（トータルサプライチェーンの構築）の障害となっている。

そこで、卸売市場法を廃止するなど、こうした法律や条例の体系を見直し、民間の活力に依拠した、消費者に安定かつ安全に生鮮食品が供給されるような新たな法制度¹⁹を整備すべきである。

②公設市場中心の卸売市場から公設・民設問わない民営公支援型の卸売市場へ

民間の努力によって構築されるトータルサプライチェーンを支援するため、公的機関の支援を見直し、公設市場を中心とした流通体系から、公設・民設を問わない「民営・公支援」²⁰の流通体制に改める必要があり、市場開設者の役割は、衛生面や安全性の監視、市場施設の有効利用、不動産の管理運営業務等、に専心するなど、あらたな公的支援のあり方を検討すべきである。

③官と民の役割、公的支援の中身の明確化

官と民の役割は、サプライチェーンの構築や市場間のネットワーク体系の構築の度合いによって異なってくる。したがって官の公的支援のあり方はその程度や計画の内容によって柔軟に考えるべきである。

官の支援としては、基本的に情報流・物流への支援がある。例えば、流通情報システムの構築、流通業全体や消費者への情報提供、啓蒙、教育の拡大、水産物のトレーサビリティの確保のための情報流整備や、コールドチェーンの構築や高度に情報化した物流の構築などの物流施設の整備などがある。

④国は、卸売市場立地のグランドデザインを構築せよ

最も効率的なサプライチェーン、配送体系の構築を考えると、それはもはや県や市の範囲を超えたものになると予測される。個々の卸売市場の位置づけは構築される流通体系の整備のありようによって異なってくる。市場間のポジショニングも、それによって拠点市場、衛星市場などに自然に分かれてくると考えられる。当面、数カ所の拠点市場を全国に位置づけ、それらを中心にしたネットワーク体系を構築し、そうした中でそれぞれの市場が自らの特徴ある機能を考え改革を進めるようなグランドデザイン²¹を整備すべきである。

⑤省庁局間の垣根を越えた横断的一体的行政を推進し、水産予算、流通関連予算等の大胆かつ弾力的な組み替えや行政組織の抜本的再編を行え

魚食の拡大を目指す水産流通トータルサプライチェーンの構築は、全体合理を求める中ではじめて可能になる。ところが、行政が分割され縦割り状態にあることは、旧態依然とした流通が継続する一因となっている。

従ってその構築には、分断された行政や省庁局間の垣根を越え、水産予算、流通関係予算、安全対策予算等、関係予算の大胆かつ弾力的な組み替えを行うとともに、行政機関の大胆な組織再編を進めるべき²²である。

省庁の一元管理を促進するには、生鮮流通に沿った連続的行政指導を基本とし、少なくとも、産地市場と消費地市場を統一的に管理するなど、最低限、農林水産省における水産庁や総合食料局等の行政組織を、現実の流通の実態に沿った形で見直し再編すべきである。

卸売市場のあり方研究会委員

委員長	高木勇樹	元農林水産次官
主査	大泉一貫	宮城大学副学長
	浅田 博	イオンリテール(株) 取締役食品商品本部長
	伊藤繁則	(株)魚力代表取締役社長
	伊藤宏之	全国水産物卸組合連合会会長
	潮田道夫	(株)毎日新聞社論説委員長
	合瀬宏毅	NHK解説委員
	服部郁弘	全国漁業協同組合連合会代表理事会長
	福井清計	(株)極洋代表取締役社長
	藤島廣二	東京農業大学教授
	細川允史	酪農学園大学教授
	森山 透	三菱商事(株)執行役員
全水卸	島貫文好	(株)仙台水産代表取締役会長
	今村洋一	大都魚類(株)代表取締役会長
	溝上源二	(株)うおいち取締役相談役

卸売市場のあり方研究会の開催経緯

第1回	<p>平成21年4月 9日</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「卸売市場の概要について」 (農林水産省総合食料局流通課長 吉井 巧 氏) ・「水産卸売市場の課題」 (酪農学園大学教授 細川允史 氏)
第2回	<p>平成21年5月14日</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「卸売市場（水産物部）の現状と課題」 (東京都中央卸売市場参事 大舘 秀次 氏) ・「市場流通の変化と今後のあり方」 (東京農業大学教授 藤島 廣二 氏)
第3回	<p>平成21年6月 4日</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「GMSの水産売場の現状の課題と卸売市場への提言」 (イオンリテール(株)取締役 浅田 博 氏) ・「鮮魚小売を取り巻く環境の変化と経営戦略について」 (株)魚力代表取締役社長 伊藤 繁則 氏)
第4回	<p>平成21年6月25日</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「漁業・漁村の活性化に向けた取り組み及び産地魚市場の現状と課題」 (全国漁業協同組合連合会 常務理事 長屋 信博 氏)
第5回	<p>平成21年7月23日</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「水産物消費流通の構造変革について」 (東京海洋大学教授 馬場 治 氏) ・「水産市場流通の課題ー求められる新たな機能創出」 (東京海洋大学大学院教授 浅沼 進 氏)
第6回	<p>平成21年8月 7日</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「何屋になるか」 (株)ヤオコー 代表取締役会長 川野 幸夫 氏) ・「水産業をめぐる現状と課題」 (水産庁長官 町田 勝弘 氏)
第7回	<p>平成21年8月27日</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「菱食の経営戦略と市場への提言」 (株)菱食 代表取締役社長 中野 勘治 氏) ・「世界と日本の水産業の将来展望と卸売り市場のあり方」 (政策研究大学院大学教授 小松 正之 氏)
第8回	<p>平成21年9月17日</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中間とりまとめ(案)の検討
第9回	<p>平成21年10月16日</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中間とりまとめ

「卸売市場のあり方研究会」の設置について

平成21年4月9日
全国中央市場水産卸協会

1 設置の趣旨

日本人にとって魚介類は、タンパク源としてだけではなく、食文化を語る上でも必須の食料である。

しかし、戦後60余年を経過する中で、かつては100%を超えていた魚介類自給率が50%台にまで低下してきたことが示すとおり、生産基盤が大幅に衰退しているのみならず、1人当たり水産物消費も、1990年以降、米国、EU、中国など諸外国が伸びている中で、日本では減少を続けている実態にある。更に、生産と消費をつなぐ、流通の担い手である水産卸や小売業の水産売場も低迷を続けている。

その中で中心的役割を果たしている中央・地方卸売市場は、市場経由率が徐々に低下を続け、今やほぼ60%になっている。このことは、中央・地方卸売市場が、今なお水産物流通の重要な機能を担っていることを示すと同時に、制度疲労の側面もあることを示している。また、市場水産卸業は、売上が低迷する中で買付品が相対的に増加し、コスト増加も続き、本業である水産卸売業では利益のでない状況になりつつある。

このような状況が続くなら、国内の「魚食」を担う産業は、衰退を余儀なくされるのは必至である。

こうした状況に鑑み、当協会としては、各界の有識者からなる「卸売市場のあり方研究会」を設置し、水産業を生産（漁業、養殖業）・加工―流通―消費と構造的に把握した上で、流通特に卸売市場流通に焦点を置いて、次の方向での研究を行うことを依頼したい。

第一に、消費者ニーズの多様化、とりわけ安全性に対する関心の高まりや、水産物を巡る国際的な変化、流通技術の進化、ITの進展などを踏まえ、更に魚食普及や先進的なマーケティングの幅広い研究、水産物の価値化の研究などを踏まえて、水産物流通のありべき姿の方向性を示すこと。

第二には、その中で中核的な機能を担う中央・地方卸売市場の改革の具体的な方策を示すこと。

第三には、中央・地方卸売市場を主要な基盤とする水産物卸売業の経営改革の方向を示すこと。

当協会としては、ご提言を頂いた上更に検討を行い、今後の卸売市場・卸売業者の自己改革、関係業界との協働の推進並びに国と開設者の今後の卸売市場政策への提言に活かして参りたいと考えている。

2 研究会の構成

水産物流通に関する各界の意見を集め、検討を行って頂くため、学識経験者、報道、水産物の生産・加工、流通関係業界の参加を得、別添委員をもって構成する。

3 検討の進め方

平成21年4月中に第1回の研究会を開催し、おおむね一年間にわたりご検討を頂く。その間、必要があれば、中間的取りまとめをお願いする。

注釈資料

卸売市場のあり方研究会中間とりまとめ

消費情報を基に魚食の拡大を目指す流通起点の抜本改革を急げ

1, 我が国の漁業資源

世界三大漁場

- 北西太平洋漁場
- 北東大西洋漁場
- 北西大西洋漁場

我が国は、「北西太平洋漁場」(三陸沖、東シナ海、日本海、オホーツク海等)に入る。

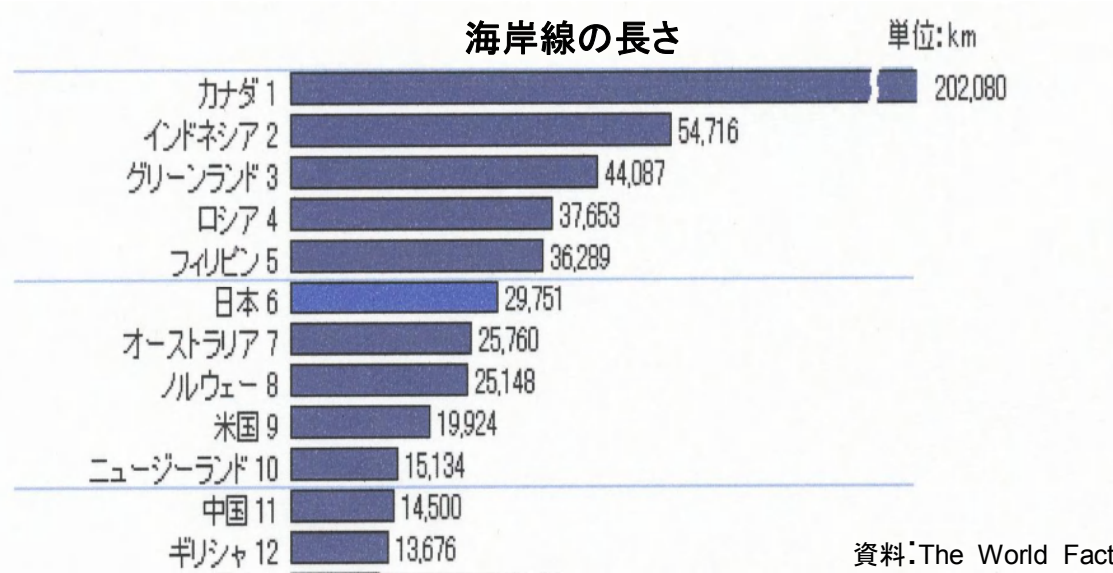
200海里水域は、ロシア、カナダに次ぐ世界第六位の広さを持つ。

海岸線は、ロシア、フィリピンに次いで世界第六位の長さを持つ。

我が国は、世界で有数の漁業資源に恵まれている。

EEZと領海を合わせた国別順位	
国名	EEZ+領海
アメリカ	11,351,000 km ²
フランス	11,035,000 km ²
オーストラリア	10,648,250 km ²
ロシア	7,566,673 km ²
カナダ	5,599,077 km ²
日本	4,479,358 km ²
ニュージーランド	4,083,744 km ²
イギリス	3,973,760 km ²
ブラジル	3,660,955 km ²
チリ	2,017,717 km ²

資料:ウイキペディア

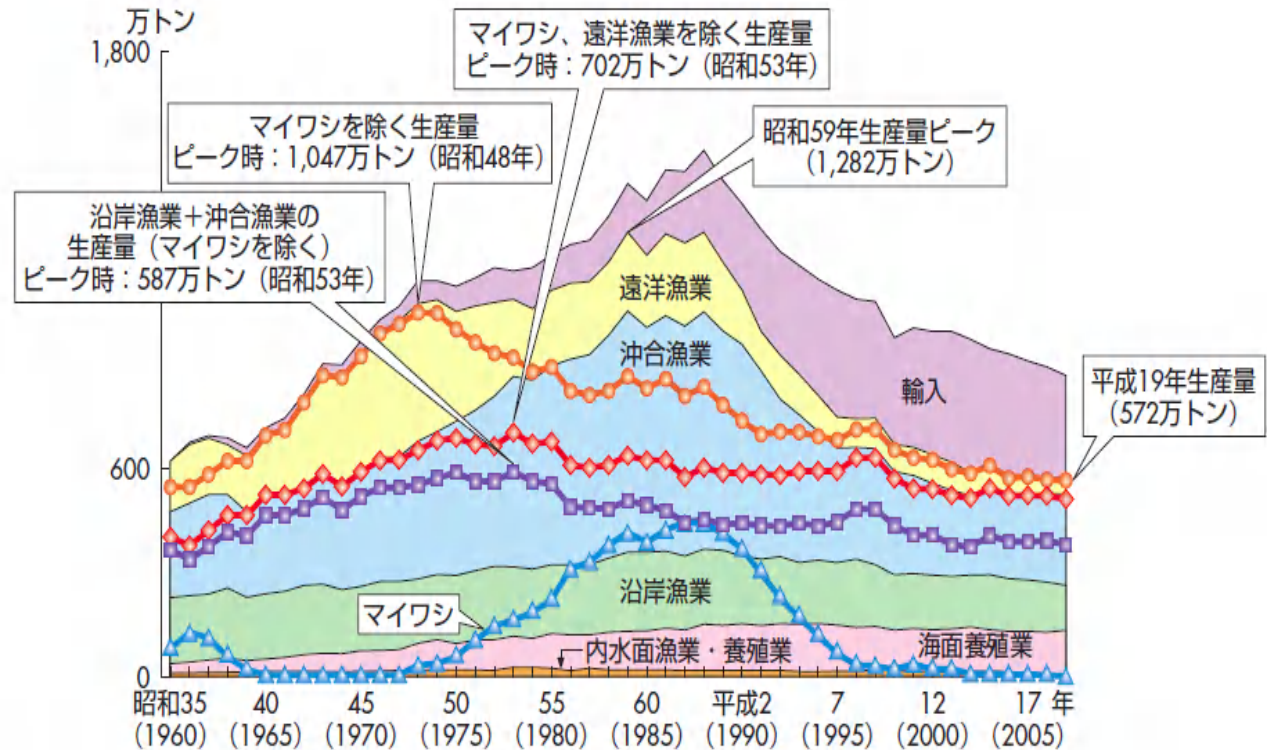


資料:The World Factbook

2, 我が国の漁業生産量・輸入量の推移

- ・ 78年(昭和53年)が、沿岸・沖合漁業(マイワシを除く)の生産量のピーク。
- ・ 84年(昭和59年)以降5年ぐらいが、沖合・マイワシのピーク。
- ・ 84年(昭和59年)以降、沖合も減少、我が国の生産量(沿岸・沖合・遠洋)は減少の一途。
- ・ 現在はピーク時の45%まで減少。

漁業資源の宝庫でありながら、国内生産は減少の一途をたどっている。



資料: 農林水産省「漁業・養殖業生産統計年報」、財務省「貿易統計」

資料: 平成20年度水産白書

3, 世界の一人あたり食用水産物消費量

・我が国の食用水産物消費量は、88年以降、停滞し、95年から減少に転じている。

他方

・世界の消費量は微増傾向にある。

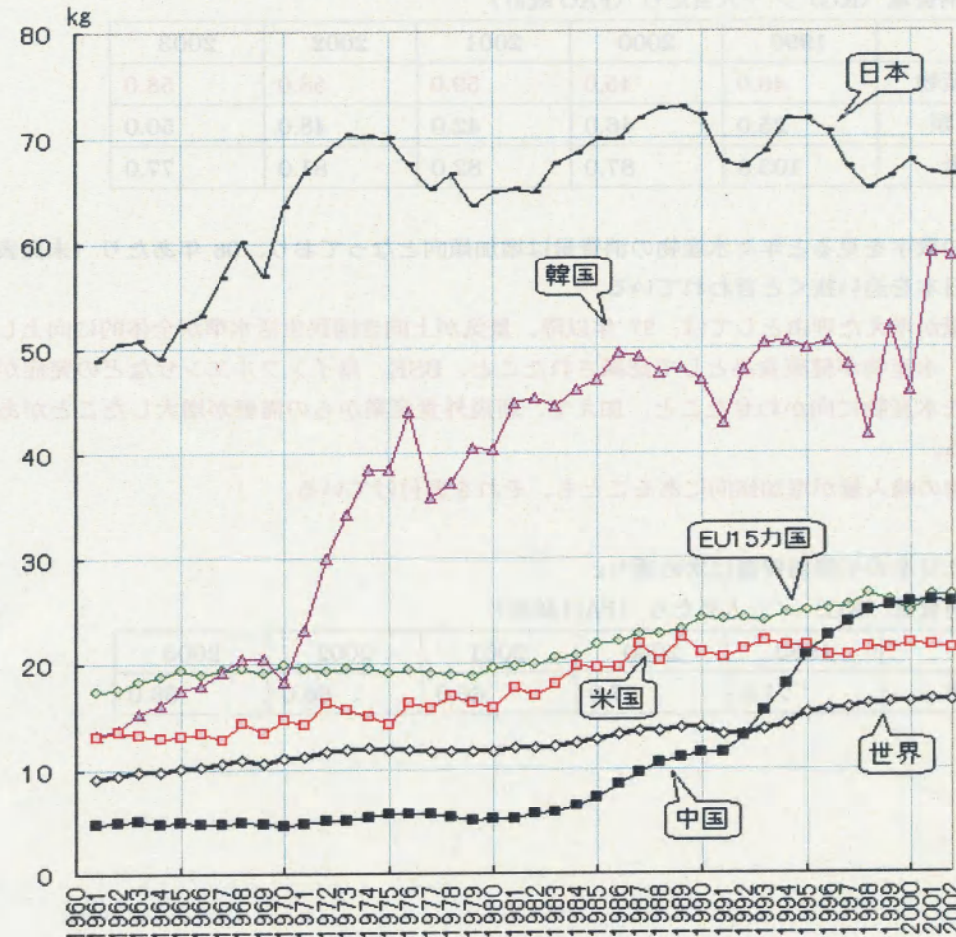
国地域別に見ると、

・EU・アメリカの水産物消費は増加している。

・韓国は、増加が著しい。

・中国も急激に増加している。

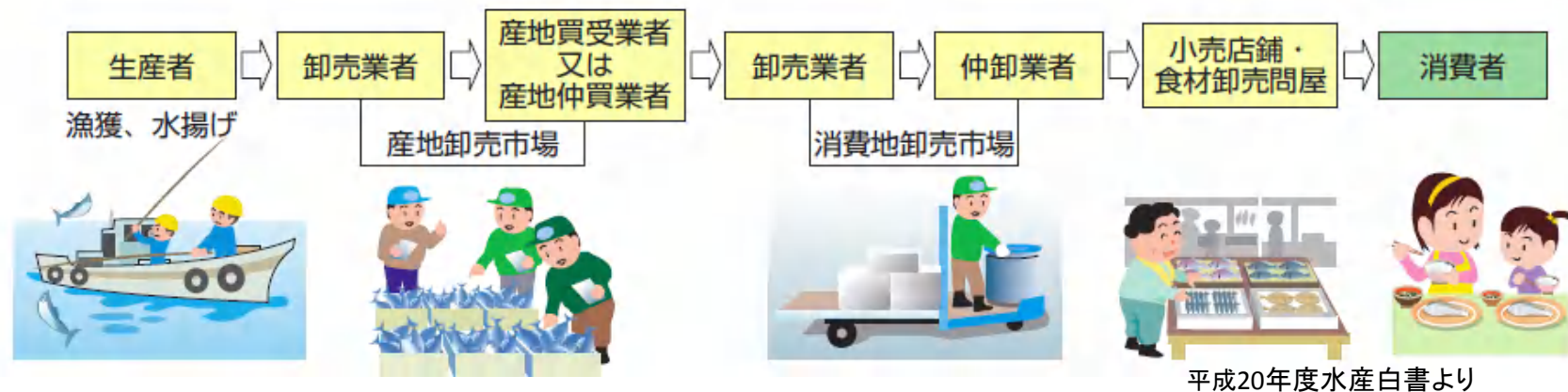
世界では水産物消費が伸びている中で、我が国の水産物消費だけは95年以降低下傾向にある。



(注) Fish, SeafoodのSupply/Cap/Yr (Kg)の推移である。
(資料) FAOSTAT (2006.1.16)

4, 六段階の機能

生鮮水産物の流通経路



我が国の多様な水産物流通加工経路のうち、消費者に水産物が届くまでの典型的な流通経路は上記のとおり。

①生産者(漁業者) → ②産地市場・卸売業者 → ③産地市場・産地出荷業者(買受業者又は仲買業者) → ④消費地市場・卸売業者 → ⑤消費地市場・仲卸業者 → ⑥小売業者・食材卸売問屋。

この六段階において、それぞれ果たしている六つの機能をまとめて六段階の機能とした。ただこの六段階の機能は、生鮮水産物に限られる。水産物の流通は他に、輸入、冷凍、養殖、加工などがある。

5, 二周遅れの流通

二周遅れの流通

食品卸売業を、商業の発展段階モデルによって見た場合の卸売市場卸売業者の現段階を指す。

発展段階モデル(仮説)は以下

- 1, 手数料商人
- 2, 差益商人(IT・物流機能装備)
- 3, フードコーディネーター商人

水産卸業者の現段階は、1の手数料商人段階。

現在の商業の段階は3のフードコーディネーター段階で、食品卸でも**先端をいく食品卸**はこの段階にある。そのような状況と比較した場合**水産流通、水産卸**は二周遅れであると表現した。

■ 先端をいく食品卸

・20世紀末には、

- ①ロジスティック機能を機械装備化、IT化によって近代化、効率化し全国展開の終了
- ②業務の統ルール化、マニュアル化による標準化の完成。
- ③マーケティングではカテゴリーマネジメント手法を駆使することによって、量的拡大を低コストで実現する道筋を構築。

・21世紀に入ってから

- 末端の売り場が差別化、個別化のニーズが高まることに対応し、成熟市場に備える準備をはじめている。
- ①マーチャンダイジング機能
 - ②フード・コーディネーター機能
 - ③ライフスタイルマーケティング機能を具備し、すでにその一部を実行している。

■ 水産流通・水産卸の遅れの要因

・二周遅れとなってしまった要因

(変化対応業としての自覚不足と経営革新力)

そのよってきた要因は、①水産物のもつ特性や②卸売市場法の規制などに安住し生活者の変化やそこに接する末端売り場の変化に対応した変革をこななかった経営革新力の希薄さにあると思われる。

6, 誰もが満足しない流通 (それぞれの業界の事情については資料集参考のこと)

価格低迷

漁業者 ①漁業資源の低下、②魚価の低迷、③消費の低迷、④漁業者の高齢化、⑤84年(昭和59年)以降生産量減少の一途。現在ピーク時の45%まで減少。漁業資源の宝庫でありながら、国内生産は減少の一途をたどっている。

産地水揚げ市場 ①零細な市場の温存(集約化の遅れ)、②水産加工場の二極化と多くの不況業種入り、③水揚げ量の減少、扱い金額の減少

卸売市場 ①収益率の低下、②倒産する仲卸の増加、③市場経由率の減少、④扱い金額の低下、⑤目利きや新商品開発力の低下、
(卸売業者数は、昭和60年度末から平成19年度末まで約1割減少、仲卸業者数約3割減少。取扱金額、約3割減少)

鮮魚小売 ①スーパー等量販店への集中、②収益の低下、③販売員の力量の低下、④提案力の低下、⑤消費の低迷
全国の食用魚介類の国内消費量は平成18年迄の10年間で15%超減少
鮮魚小売高(SM等含む合計)は平成19年迄の5年間で13%減少
商業施設の主要業態はオーバーストア、売場販売効率は最盛期から大幅減少、鮮魚を含む食に関する競合は激化

価格の割高感

消費者 ①割高感のある価格、②調理の面倒、③選択幅の少ない商品

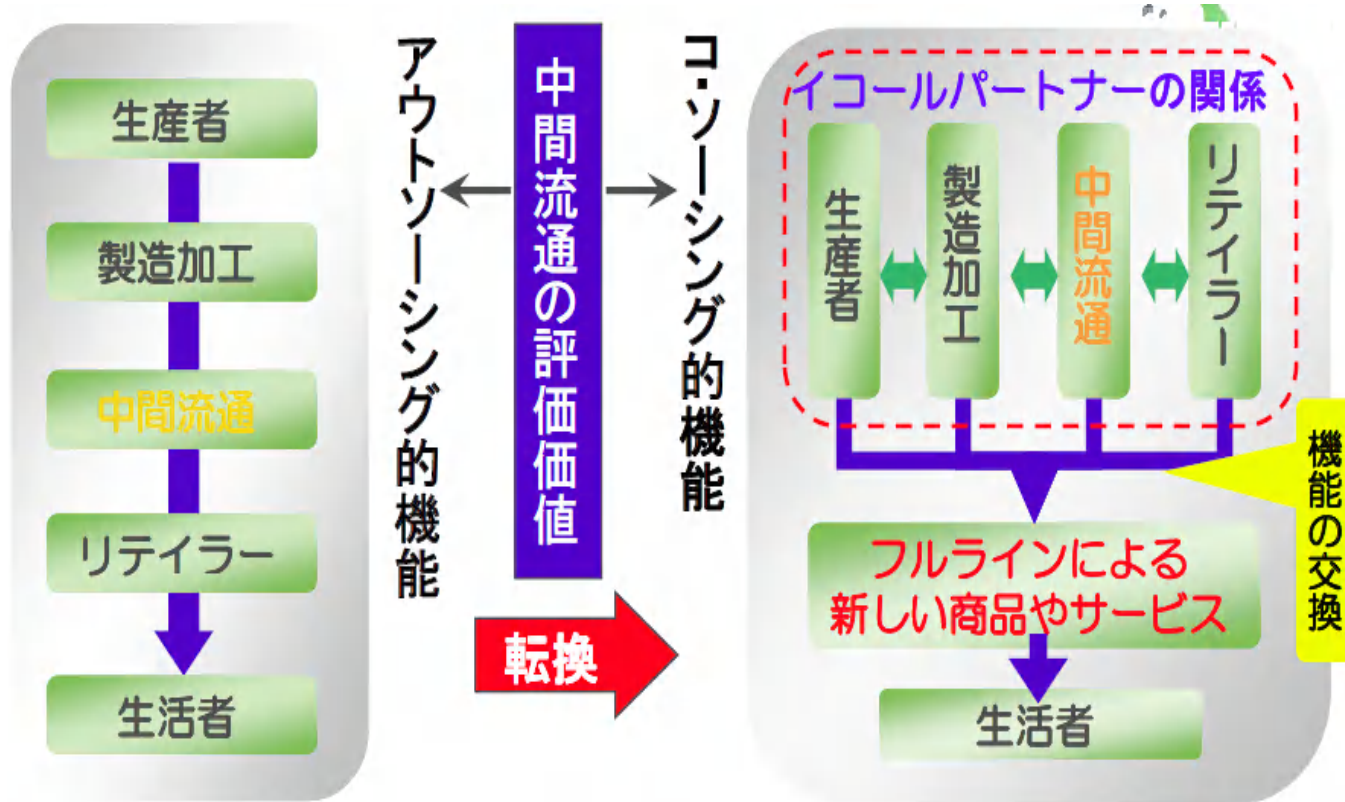
価格一つとっても消費者は割高感を訴え、生産者・流通業者は価格低迷を嘆く。消費者の要望が、生産・流通レベルに反映し得ない矛盾がここにある。生産・流通構造の変革が重要であり、消費を基にした改革の必要性がある

7, トータルサプライチェーンの構築

トータルサプライチェーンのイメージは右図のコ・ソーシング的機能として示したものである。

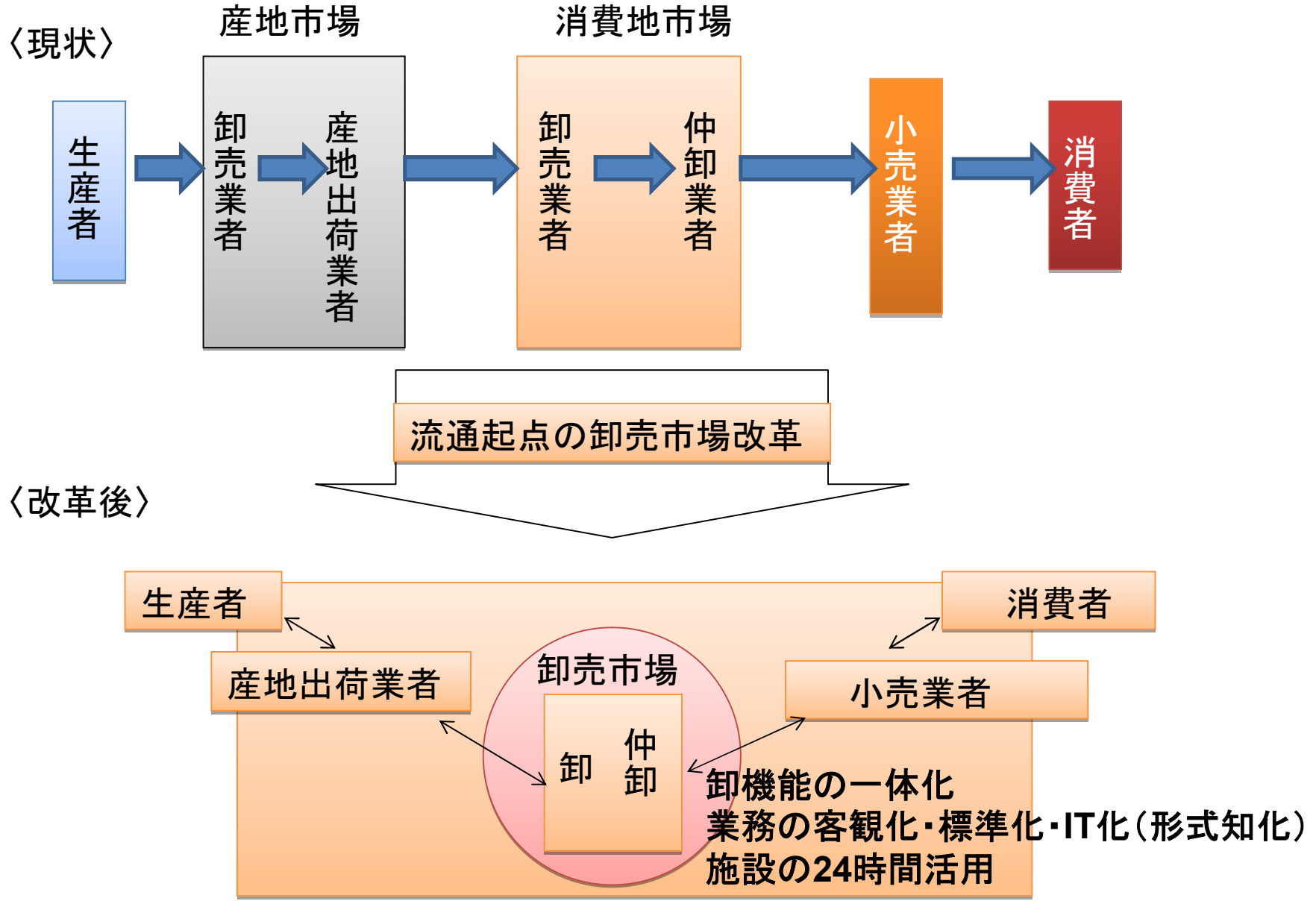
これは、「全体最適」を目指してそれぞれの機能が共働関係を構築している状態(右側)を指す。

現状は、生産者から消費者(生活者)に至るまで一連の機能がそれぞれの「部分最適」で運営されている状態(左側)となっている。



上図は、第7回研究会で報告された菱食 中野勘治社長の報告資料の一部である。氏は、サプライチェーンの構築をコ・ソーシングと表現され、アウトソーシングからコ・ソーシング的機能への転換を主張しており、この転換にこそ中間流通の役割と評価されるべき価値があるという。当研究会で提案している「流通起点の改革」の必要性を示唆している。

8, 流通起点の改革



9, 卸売市場の果たすべき社会的役割 その1

1, 取引の適正化と流通の円滑化を図る

・水産物卸売市場には、水産物流通・販売のプロとして、消費者ニーズに基づき、安価で良質で美味しい水産物を効率的・持続的に提供する社会的役割があり、そのためにトータルサプライチェーンを主体的に構築する使命を持つ。また大型量販店に限らず、多数の専門小売業者や中小スーパーを支援するリテールサポートを充実させ、地域社会の活性化に貢献する。

2, 漁業資源の有効活用・適正な管理の啓蒙、魚食拡大のセンター機能を担う

・我が国の水産業は漁業資源管理が適確になされてこそ継続性を持ちうる。卸売市場は生鮮食料資源の有効活用を図ると同時に、適確に資源管理された魚種か否かの情報をあまねく知らせることに努め、それに見合ったビジネスモデルを構築し、魚食拡大のセンター的な機能も新たに担うべきである。

3, 流通起点改革の推進主体となる

・トータルサプライチェーンの構築に当たっては、消費者満足度を高めることが、生産者満足度の向上に連動するとの基本認識が重要である。そうした発想のもとで量販店、外食等への提案力等を強め、生産者と手を組み、産地市場へも働きかけることが求められる。流通全体を視野に入れた活動をすべき。

10, 卸売市場の果たすべき社会的役割 その2

4, 消費地市場・産地市場一体となった改革の推進をリードする

・産地市場に対しても消費地卸が積極的に関わり、地場仲買に依存する「仕分け・分荷・出荷」機能中心のビジネススタイルを、消費と流通の多様化に対応した新しいビジネススタイルへと再編する。特に、近郊に水揚げ港を持つエリアでは両市場の一体的運営を促進して、地元で消化する水産物の流通促進を図ることも重要である。

5, 卸、仲卸、市場関係者一体となった改革の推進をリードする

・流通過程の合理化・改革に、卸・仲卸一体となり市場全体で取り組む姿勢を明確にする必要がある。卸、仲卸の適正数は公正の維持、効率性の向上、消費者にとっての必要度合い等々から検討する必要がある。また、流通の改革に関して、新規参入は拒まれるものではない。

6, SCMを進めるための卸連合等を検討する

・トータルサプライチェーンの構築に伴い、大規模小売、外食企業に対応する全国的な卸連合、提携のあり方の検討が必要である。

11, 卸売市場の機能の強化と課題 その1

1, 従来型水産物卸から脱却し卸として普遍性をもったビジネスモデルを構築する

・水産卸売業者は、魚を売るだけの従来型のビジネスからの転換が必要である。かわって、流通業界全体を視野に入れた業態型の付加価値の高いビジネスモデルを構築すべきである。

2, 業務の客観化、標準化、IT化を推進する

・卸売市場の業務は経験や技量が暗黙知化し個人に蓄積されており客観化しにくい状況にある。これらの技量ノウハウはできうる限り科学的かつ客観的なものにすべく標準化、形式知化することが、業務の効率化を図る上からも必要とされる。これら技量やノウハウは誰でも執行可能なように全ての関係者や組織に共有できる仕組みにする必要がある。

3, リテールサポート機能の拡充に取り組む

・当面、リテールサポート(小売支援)を自らのビジネスの中核に据えることが重要である。目利きや品質評価機能をもち、品揃え拡充や商品作りのコーディネートに向け、野菜、惣菜等も含め、生鮮の全てを視野に入れたフルラインホールセラー化、低コスト化、スケールメリットやカバーエリアの拡大が展望される。また、大規模小売、外食、中食企業に対するリテールサポート機能の構築のために、IT技術の駆使と物流機能の整備を早急に進める必要がある。

12, 卸売市場の機能の強化と課題 その2

4, 物流機能の充実を図るための設備やソフトの整備に邁進する

・リテールサポートを充実するために、輸送、流通加工、物流センター(荷役、保管、ピッキングなど)、配送などの物流機能の充実が必要であり、そのための設備の整備、ソフトの充実を図る。

5, 経営内部でのIT化、外部からの情報入手、外部への発信機能を強化する

・卸売機能を充実させるためには、情報IT化に基づく経営・業務執行、受発注の一元管理などを最大限進め、かつ消費情報の適確な把握や全国の産地情報の即日把握といった外部からの情報収集力を強化し、その事によって生産情報から需要を喚起する力量と体制の整備を行うなど、外部への情報発信力を強化することが重要である。

6, 商品開発のコーディネート機能を強化する

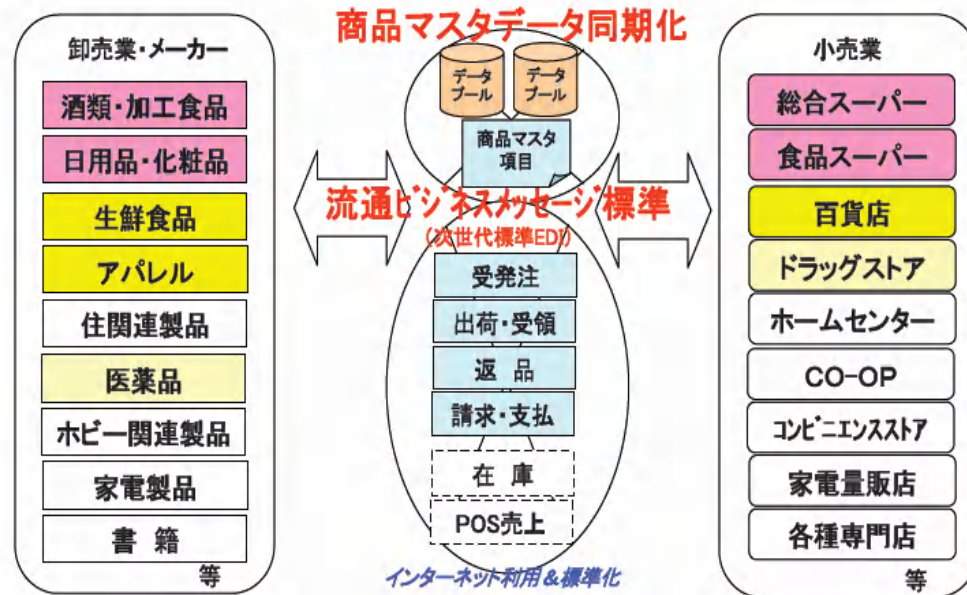
・リテールサポートの中核は顧客が欲する商品の調達にあるが、そのためには卸の専門性を活かしたニーズに基づく新商品開発の支援が重要になり、卸にとっては、そのコーディネート機能を充実させることが肝要である。

7, 卸売市場の敷地の24時間活用、特に午後の活用を積極的に検討する

・卸売市場敷地の利用は早朝に偏っている。水産広場、水産「道の駅」などに活用するなどして24時間活用を図る。

13, 必要とされる情報流や物流システム その1 業界横断的な企業間EDIの構想

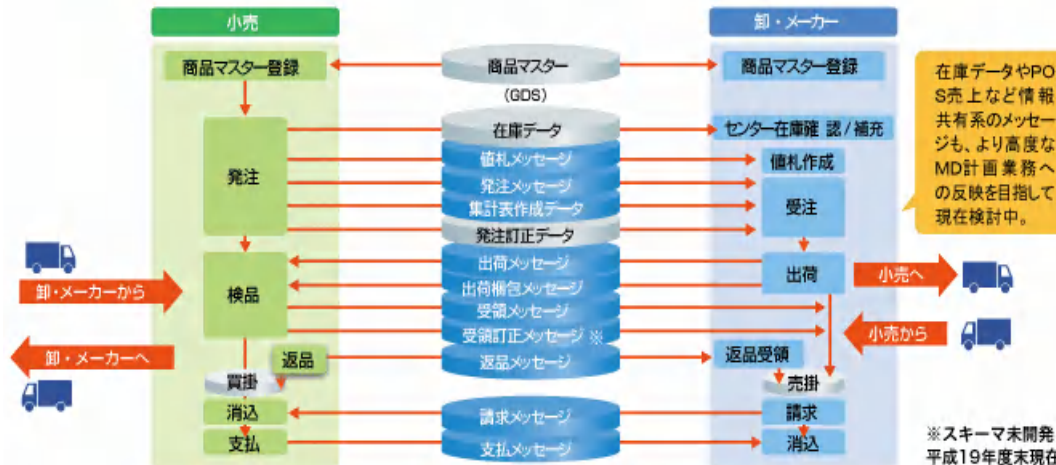
全体構想



流通BMS

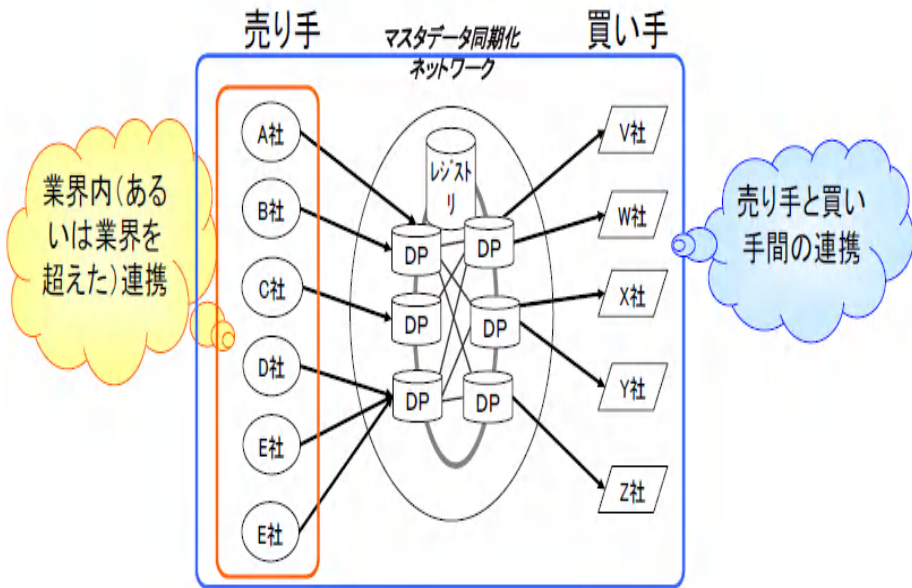
流通BMSの対象範囲

現在、スーパー業界で一般的な受発注業務プロセスをベースに8業務14メッセージ（色つきのもの）まで標準化されています。

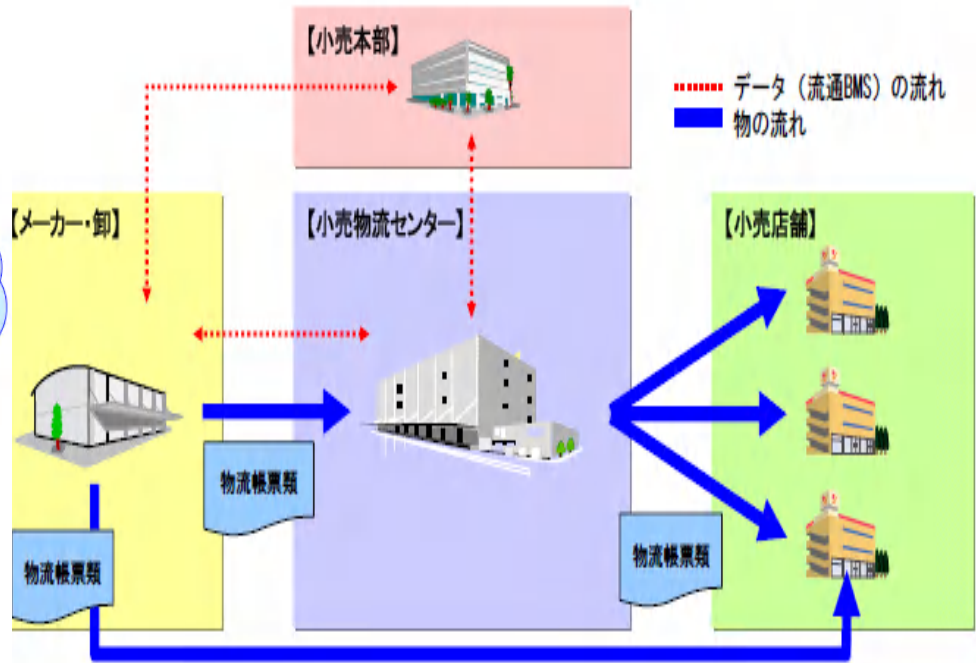


14. 必要とされる情報流や物流システム その1 業界横断的な企業間EDIの構想(続)

マスターデータ同期化



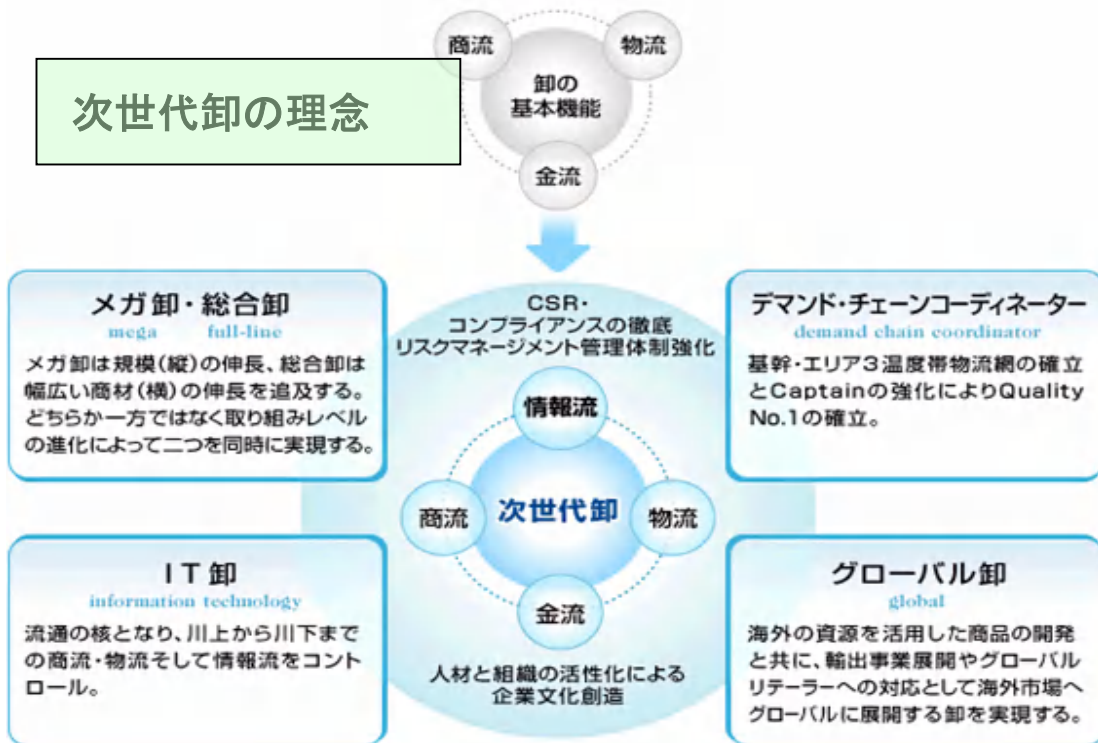
物流ラベル標準化



データプール(DP):商品マスターデータ同期化を行う際にデータ授受の窓口となるデータベースやエクスチェンジサービスのこと。

15, 必要とされる情報流や物流システム その2 企業内システム 大規模食品卸の事例

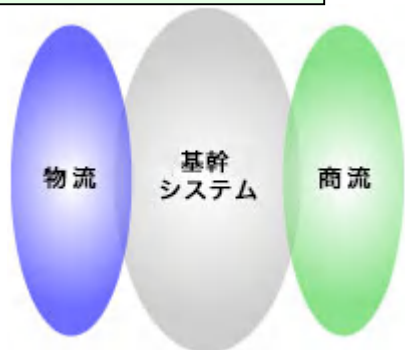
次世代卸の理念



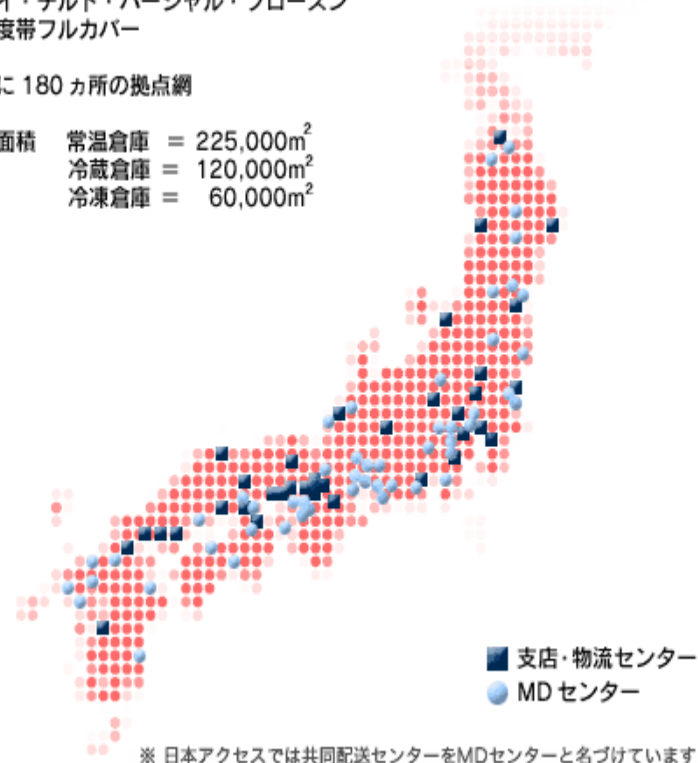
物流インフラ

- ・ドライ・チルド・パーシャル・フローズン 全温度帯フルカバー
- ・全国に180カ所の拠点網
- ・倉庫面積
 - 常温倉庫 = 225,000m²
 - 冷蔵倉庫 = 120,000m²
 - 冷凍倉庫 = 60,000m²

情報インフラ



基幹システム(Captain)の機能・特色
 品質管理—リアルタイムの日付け、温度管理
 集中管理—人事、会計、商品管理、入出荷
 商流・物流分離管理



物流センター 72 MDセンター 142 (2009年3月末)

株式会社日本アクセスHPによる。

16, 必要とされる情報流や物流システム その3 情報の事例

取引に際して、商品マスター並びに発注、出荷、受領、返品、請求及び支払いのメッセージなどの情報が企業間で流される。これに加えて、産地、原料、アレルゲンなど法令によって義務づけられた商品情報を流す事が必要である。水産物については、次のような情報も検討すべきである。

「水産物基礎情報」として盛り込むべき事項の例

(A) 持続性についての情報

①天然魚(国産及び輸入品とも)

- (1)魚種名、系統群の名称(日本海系群、太平洋系群など)
- (2)漁獲の日時、場所
- (3)漁法
- (4)マグロ類やマダラなどについては1尾ごとの体重、イワシ、サバ、カツオ、カレイなどについては分類される箱ごとの総量と平均体重及び体長
- (5)TACの範囲内(またはITQないしはIQ範囲内)で漁獲されたことを証明する情報

②養殖魚(国産及び輸入品とも)

- (1)魚種名、養殖種苗の入手先
- (2)養殖の開始年月日、入荷年月日、漁場名とその環境の状況
- (3)使用した餌名(国産、外国産、主要成分)
- (4)使用した薬品

(B) 品質についての情報

①魚体の品質について(簡便な測定機により測定可能な項目)

- (1)K値、ph値、脂肪含有量(測定日時)など
- (2)漁獲日から水揚げ日までの保存方法(冷蔵、氷蔵など)と温度
- (3)水揚げした日以降の各日における保存方法と温度

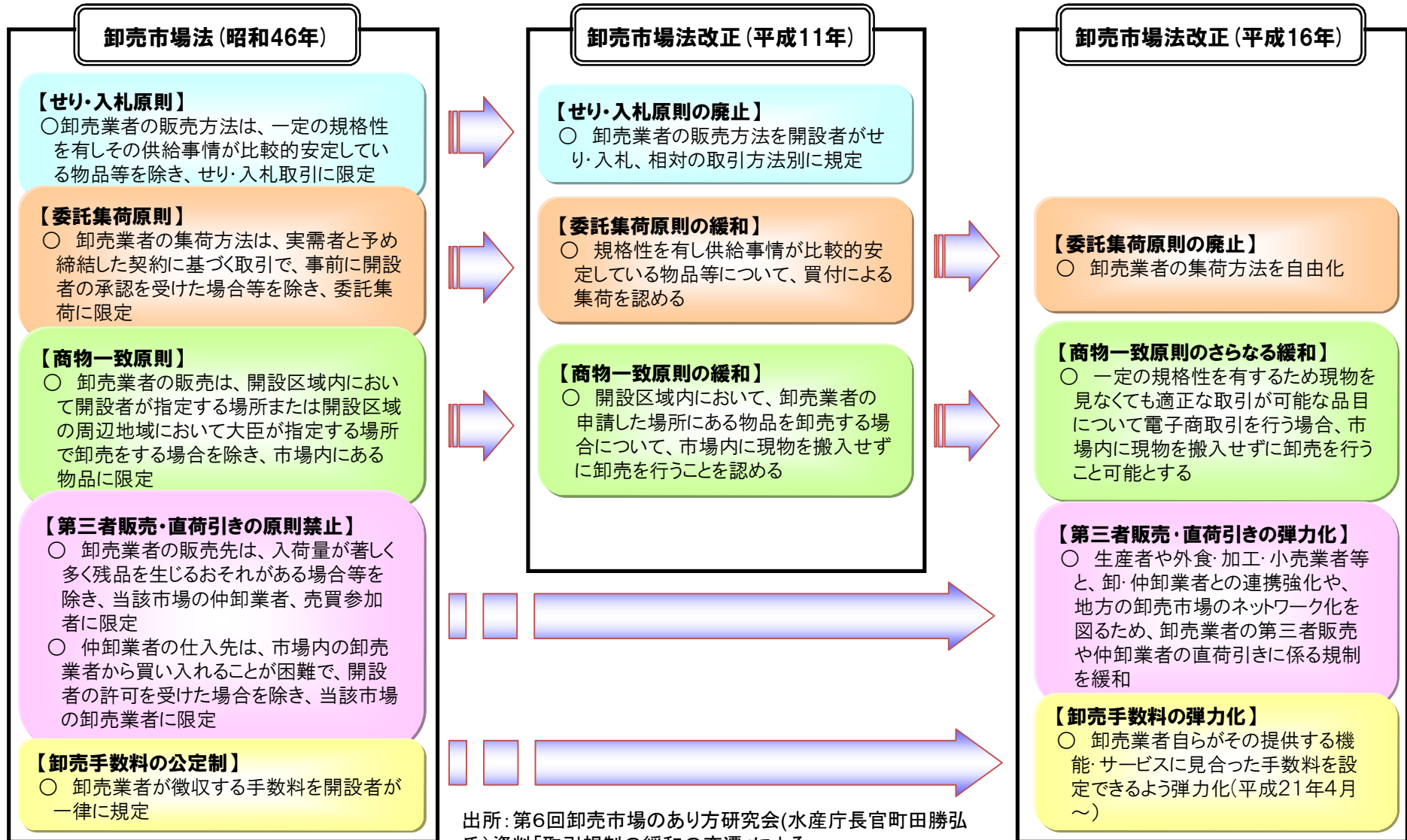
②購入者が評価した官能判断

生鮮度合いが「極めて良い」、「良い」、「普通」、「におう」、の中から選択する。

出所:日経調高木委員会提言(2007年7月)補足説明

17. 卸売市場法改正による取引規制緩和の歴史

- 生鮮食料品流通を巡る状況の変化に対応し、卸売市場流通の効率化を推進するため、平成11年ならびに平成16年に卸売市場法を改正し、取引の規制を随時緩和



18, 卸売市場法について(法の存在意義は終了)

卸売市場法

生鮮食料品等の取引のための卸売市場の計画的整備、卸売市場の開設規制、卸売市場での取引の規制、卸売業者・仲卸業者の許可制等を定めた法律(昭和46年法律第35号)

規制によって生鮮食料品等の安定・公正取引の確保を図る→基本的規制は右記①から⑤

卸売市場法の存在意義の終了

卸売市場法の目的を担保するための以下の規制は、平成11年、16年改正で、廃止、緩和され、法の意義は既に終了していると考えられる

(①せり・入札原則、②委託集荷原則→廃止)

(③商物一致原則、④第三者販売・直荷引きの原則禁止、⑤手数料→緩和あるいは弾力化)。

卸売市場法に基づく条例

卸売市場を開設する地方公共団体は、卸売市場法に基づき、市場の開設者として、売買取引の方法、決済の方法、卸売業者に関する事項等を規定する業務規程を定めることとされており、一般に条例をもってこれを定めている。この他、地方自治法の規定に基づき、卸売市場の設置を条例によって定めている。

しかしながら、

卸売市場の開設規制、卸売業者の許可制は残されたままとなっている。

また、取引規制の実態は、条例等で定められ、各卸売市場の事情に応じて異なる。

規制の一例

(開設区域の指定、卸売業者に関わる卸売以外販売の禁止、差別的取り扱いの禁止、委託物品の受託拒否の禁止、卸売の相手方の制限、仲卸原則必置制、市場外物品の卸売の原則禁止、仲卸業者の業務規制(直荷引原則禁止)等々の規制)

19, 新法のイメージ

基本的に生鮮食料品の安全安心な取り扱いに関する事項

- ・内容は、卸売市場に限定される部分と、生鮮食品流通全体に及ぶ部分に分けられる。
- ・災害時における生鮮食品の安定供給義務に関する事、
- ・食品衛生管理に関する事
- ・食品のトレーサビリティ等に関する事
- ・水産資源管理への協力義務等に関する事
- ・生鮮食品流通のための社会的インフラ整備等、公的支援のありように関する事
- ・卸売市場に関わる事(取引情報の公開など)

20, 公設・民設問わない民営・公支援

公設・民設問わない「民営・公支援」

卸売市場運営の、「民営・公支援」には、①「公設民営」と②「民設民営」の2つの類型が考えられる。

現在の中央卸売市場では、「公設公営」のパターンが多くとられている。

「公設民営」とは、地方公共団体の行う卸売市場の開設管理業務を、指定管理者、PFIなどの手法により、民間に委託しているような場合をいう。

また、**流通への公的支援**も重要な要素である。公支援の程度は、卸売市場に要求する公共性、公益性の程度による。

卸売市場への公的支援の一例

- ①情報流システムと物流システム整備の支援
「情報と物流システムの強化」は、トータルサプライチェーン構築のもっとも重要な基盤となる。これらは、これまでの敵対的水産物流通を協力的流通へ転換させる契機になると同時に、公益性を持った社会的インフラである。そこでこれを、官民挙げて構築する必然性がある。公的支援が重要となる。民間にあっては、前向きに取り組もうとする意思を持った者から随時進められるよう、公的に支援するのが望ましい。
- ②都市インフラとしての卸市場の意義が認められる場合には、その家賃や地代等への支援が考えられる。
- ③公正な価格形成の確保の仕方は、上記情報・物流システムの構築を前提とした新方式を考えるべき。

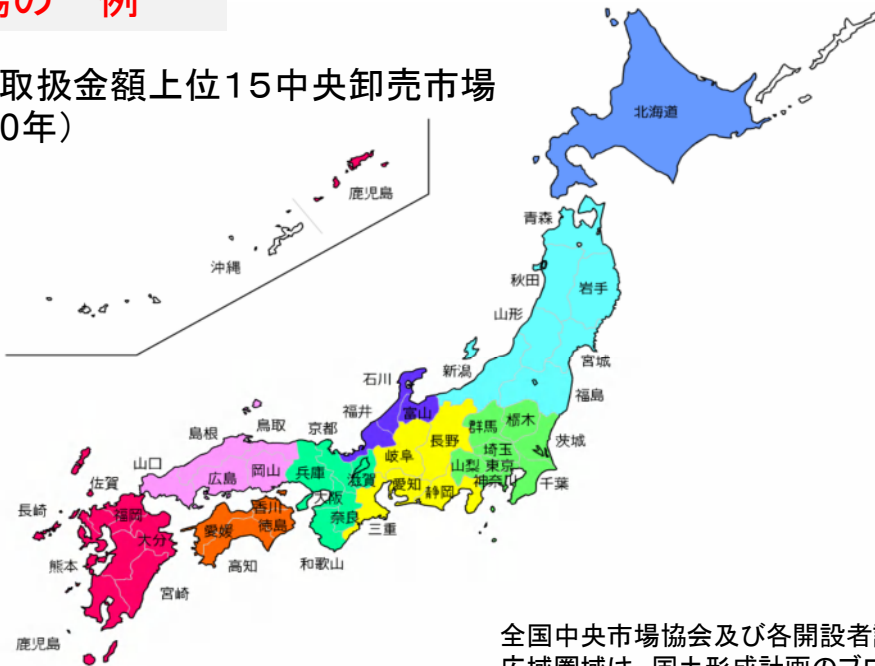
21, 卸売市場立地グランドデザイン

卸売市場立地のグランドデザイン

卸売市場の全国・地域における配置、卸売市場内の卸売業者・仲卸業者の産業構造、卸売市場が果たすべき機能の新たな定式化などを指す。

拠点市場の一例

水産物取扱金額上位15中央卸売市場
(平成20年)



全国中央市場協会及び各開設者調べ。
広域圏域は、国土形成計画のブロックによる。

中央卸売市場名	20年取扱金額
東京都築地	4776億円
大阪市本場	1358
名古屋市本場	1251
札幌市	1221
仙台市	758
福岡市	643
大阪市東部	599
神戸市本場	574
横浜市本場	572
金沢市	531
京都市第一	528
大阪府	504
新潟市	477
川崎市北部	371
広島市	370

拠点市場・衛星市場

生鮮食料品流通の広域化、小売業の構造変化により、中央卸売市場、地方卸売市場を通じて卸売市場の規模の格差が拡大しつつあり、機能も変化してきている。これを受けて、卸売市場の機能である、品揃え機能、集分荷・物流機能、価格形成機能、決済機能を広域の地域ごとの拠点市場が果たし、他の市場は、拠点市場との連携の下にその特性に応じて、果たすべき機能の絞り込みを行うという考え方。

22, 省庁間の垣根を越える予算・組織の再編

卸売市場に関する行政組織

1, 機能

- ①卸売市場の開設・運営、卸売業者・仲卸業者の営業などに関する規制を行う組織、
- ②水産業・流通業などの産業振興政策及び安全・安心、安定供給などの消費者政策などを担当する組織に大別される。

2, 国の組織と地方公共団体の組織があるが、国の行政機関としては水産庁、総合食料局、消費・安全局、厚生労働省、消費者庁などがある。

3, 省庁の一元指導の基本的視点

省庁の一元管理を促進するには、生鮮流通に沿った連続的行政指導を基本とし、少なくとも、産地市場と消費地市場を統一的に管理するなど、最低限、農林水産省における水産庁や総合食料局等の予算・組織は、現実の流通の実態に沿った形で抜本的に見直し再編すべきである。