

中央市場新聞 平成27年4月28日・5月1日・5月8日・5月12日・15日

卸売市場の流通再構築 検討会の報告

III 卸売市場流通の再構築に向けた主要な課題
食品流通を取り巻く情勢の変化、卸売市場及び卸売市場関係業者等の現状、さらには、第9次基本方針に基づく卸売市場関係者の取組状況を踏まれば、卸売市場がその機能・役割を更に発揮するに求められ、求められる役割に的確にこたえるため、以下に主要な課題として、以下のものが挙げられる。

1 卸売市場としてのあり方や運営方法等に係る課題
(1)各卸売市場における経営戦略の確立
各市場のあり方を明確化した経営展望を戦略的な視点から策定するとともに、開設者と市場関係業者が相互に連携・協力して経営展望に基づく取組を遂行するなど、各卸売市場において経営戦略を確立し、関係者が着実に遂行すること、卸売市場としての機能・役割を更に発揮していくことが必要である。

2 市場関係業者及び開設者の取組に係る課題
(1)消費者、実需者、生産者等の多様化するニーズへの的確な対応
グローバルチェーンの確立を含め輸出も見据えた品質管理の高度化、産地や実需者との連携強化に向けた積極的な情報発信や加工・調整等の付加機能の充実、さらには消費者への「食」や「日本食文化」に関する情報の提供・発信など、卸売市場流通の活性化に向けて、消費者、実需者、生産者等の多様なニーズに的確に対応することが必要である。

(2)卸売業者及び仲卸業者の経営体質の強化
合併や営業権の譲受け等による統合・大型化や生産者や実需者との連携強化による集荷・販売力の強化のほか、経営改善指導の適切な実施等により、卸売業者及び仲卸業者の経営体質の強化を図ることで、各卸売市場の機能強化とともに、産地や実需者の信頼を引き続き得ることが必要である。

(3)市場の活性化に向けた新たな取組の推進
卸売市場を活用した国産農産物の輸出促進など市場流通のグローバル化や、農林漁業者が6次産業化に取り組む際のパートナーとしての機能発揮など、国産農産物の流通に貢献する新たな取組を積極的に推進することで、卸売市場流通の活性化のみならず国内農林水産業の活性化にも寄与することが必要である。

(4)卸売市場に対する社会的要請への適切な対応
市場で取り扱う生鮮食料品等の安全と消費者の信頼確保、市場運営に伴う環境負荷の計画的な低減、さらには、災害等の緊急事態発生時における対応機能の強化など、卸売市場に対する社会的要請に適切に対応し、信頼を高めていくことが必要である。

しかし、卸売市場を取り巻く情勢が変化の中で、卸売市場に期待される役割や機能も一層多様化しているものの、現状では、卸売市場流通がそれらに十分に対応できていない部分も顕在化している。

これらについても踏まえ、卸売市場は、生鮮食料品等に係るフードパントリーチェーンにおける基幹的な流通ルートとしての使命を引き続き果たすとともに、産地・実需者との共存・共栄を図るという視点の下、その求められる機能・役割を更に強化・高度化し、卸売市場流通の再構築を進めていくことが必要である。

卸売市場は、生鮮食料品等の国内流通における基幹的なインフラとして、国民へ安定的かつ効率的に生鮮食料品等を供給する使命を有しており、今後とも、生鮮食料品等の流通における中核として健全に発展していくことが必要である。

また、開設者、さらには、国において、市場の売買取引や運営等に関する原則や取引秩序は維持しつつ、公正かつ効率的なものが求められるよう努めることが必要である。

卸売市場が、求められ機能・役割を今後とも発揮し、強化していくためには、それぞれの卸売市場が市場全体としての経営戦略を確立するとともに、市場関係業者や開設者においても、同戦略に基づき、他市場との連携も含めた各種の取組を積極的に進め、その経営を発展させていくことが必要である。

また、開設者、さらには、国において、市場の売買取引や運営等に関する原則や取引秩序は維持しつつ、公正かつ効率的なものが求められるよう努めることが必要である。

1) 経営戦略の確立
卸売市場においては、生鮮食料品等の安定的かつ効率的な供給という公共性を発揮することも、開設者や市場関係業者がその経済性を発揮し、安定的な経営の確保と発展を図ることが求められる。

このため、公設の卸売市場においては、地方公営企業における事業管理制度や、施設管理に係る指定管理者制度、さらには市場の整備・運営におけるPFI手法の活用等を引き続き推進することが必要である。

また、公設地方卸売市場においては、経営の削減、意思決定の迅速化等を意識した市場運営と地方自治体と一定程度関与した責任ある市場経営を確保する観点から、開設者を第3セクターとすることも選択肢の一つに加えた効率性・機動性向上の検討を進めることが重要である。

2) 立地、機能に合った市場関係者の役割分担と連携強化
卸売市場が、様々な環境変化にも対応しつつ、今後とも、生鮮食料品等の流通において重要な役割を果たしていくため

には、後背人口や近隣に等を集荷し大都市の市場に出荷するなど市場毎の強みを十分に発揮して、相互に共存・共栄の関係を築くことが重要である。

3) 中央卸売市場の再編措置のあり方
中央卸売市場とは、卸売市場法第2条第3項において、生鮮食料品等の流通及び消費上特に重要な都市及びその周辺の地域における生鮮食料品等の円滑な流通を確保するための卸売の中心拠点となる市場と定義され、当該地域外の広域にわたる生鮮食料品等の流通の改善にも資するものとされている。

このことを踏まえ、基本方針で定める再編基準に該当し、中央卸売市場として求められる機能が十分に発揮されていないと判断される市場については、市場機能の強化を図るため、中央卸売市場として他市場との連携や統合、広域化等に取り組むか、地方卸売市場へ転換するなど必要な措置の実施を通じて、引き続きその再編を進めることが必要である。

また、講じられる再編措置を、当該市場における取扱数量の増加や、開設者の経営及び主たる卸売業者の財務状況の改善等に資するにつれていく必要がある。このため、再編措置を講じる卸売市場は、その経営展望の見直し(未策定の場合は策定)を適切に行い、その中で、目標を定めた上で、どのような市場のあり方を目指すかを明確にすることが求められる。

その際、再編措置の実施と併せ、指定管理者制度の導入や入場卸売業者の経営体質の強化・あり方の検討等を含め、構造改革的な戦略構築を図ることが必要である。

さらに、地方卸売市場に転換する中央卸売市場については、当該市場が一定規模以上の取扱数量や施設規模等を有していること等を踏まえ、都道府県卸売市場整備計画の中で、地域の卸売市場流通における核となる市場として位置付け、その経営展望に基づき、求められる機能・役割を果たしていくことが必要である。

4) 中央拠点市場のあり方
大規模な中央卸売市場と中小規模の中央卸売市場との間で機能・役割分担の明確化を図り、効率的な流通ネットワークを構築することを目的とした中央拠点市場は、中央卸売市場のあり方として引き続き有力であると考えられるもの、中央拠点市場を中心とするネットワークの構築は、一部では進んでいない上、出荷側や買受側からは、中央拠点市場への位置付け自体が必ずしも出荷先・買受先の選定における重要な判断材料となっていないとの指摘がある。

このことを踏まえ、各市場の経営展望や目指すビジネスモデルとは無関係に、当該市場の現在の取扱数量等をもとに、国が指定する現行の中央拠点市場のあり方については、市場毎のビジネスモデル等の確立を促すことと併せ、見直しを検討することが必要である。

5) 地方卸売市場の再編のあり方
① 地域内卸売市場流通の活性化
今後、地方において、少子高齢化に伴う人口減少が急速に進むとの予測がある中、地方卸売市場の集荷力を維持・強化することは、地域における生鮮食料品等の円滑な供給を図る上で大きな課題

品や差別化が可能な商品等を集荷し大都市の市場に出荷するなど市場毎の強みを十分に発揮して、相互に共存・共栄の関係を築くことが重要である。

中央市場新聞 平成27年5月15日・19日・22日・26日

表面からの続き

卸売市場の流通再構築 検討会の報告

であり、地方卸売市場の再編を通じ、各地域における卸売市場流通全体を活性化することは急務と考えられる。

このため、地域拠点市場のあり方についても所見の見直しを検討するとともに、特に中央卸売市場が設置されていない都道府県においては、特定の地方卸売市場について、他市場との競合や連携の拠点としてのみならず、産地や実需者のニーズに対応した高機能化を進め、地域の卸売市場流通の核となるべき市場として、都道府県卸売市場整備計画の中で明確に位置付け、必要な取組を積極的に進めることが必要である。

②地方卸売市場の経営強化に向けた再編

産地・量販店の大規模化が進展する中で、地方卸売市場の経営規模を踏まえれば、その経営体質を強化することは喫緊の課題であり、地方卸売市場の卸売業者に対する経営改善指導を強化することにも、小規模の地方卸売市場の統合・大型化を図ることが必要である。

このため、各都道府県において、地方卸売市場の卸売業者に対する財務基準の設定を進め、指導監督を強化するとともに、同基準への抵触など一定の目安に該当する地方卸売市場について、都道府県卸売市場整備計画に基づき、市場の統合、市場間連携等の再編を進めることが必要である。

③卸売市場における公正かつ効率的な売買取引の確保

卸売市場における公正な売買取引、透明性を

もった価格形成を引き続き確保する観点から、卸売業者と仲卸業者・売買参加者との対置する卸売市場の基本構造とともに、現行の取引規制についてその原則を維持した上で、公正・効率的な売買取引の確保、市場関係業者の負担の軽減、卸売市場取引の活性化・円滑化等を図る観点から、市場毎の経営戦略も意識しながら以下の取組を進める必要がある。

1)卸売市場における取引方法と価格形成

卸売市場における売買取引方法については、実需者のニーズに対応しつつ、地元生産者や中小買受人などの安定的な取引機会にも配慮し、かつ、市場取引の活性化にも寄与する内容とする必要がある。

④市場取引委員会の活性化

市場取引委員会については、その機動的な取組を確保する観点から、公正な取引の確保と機動的な取組を確保する観点から、同委員会の運営方法について検証を行い、その活性化を図るための運用改善が必要である。

⑤適切な取引環境の維持

卸売市場関係業者の取引先が大規模化する中で、市場流通において、適切な取引環境の維持を図ることが必要である。

⑥コールドチェーンシステムの確保

卸売市場内におけるコールドチェーンシステムの確保については、生産者側や実需者側からその取組状況を一定程度評価する必要がある。

⑦消費者、実需者、生産者等の多様化への対応

卸売市場が、生鮮食品等の流通において、引き続き基幹的な役割を果たしていることは、多様化する消費者、実需者、生産者等のニーズに的確に対応することが不可欠である。

⑧消費者、実需者、生産者等の多様化への対応

卸売市場が、生鮮食品等の流通において、引き続き基幹的な役割を果たしていることは、多様化する消費者、実需者、生産者等のニーズに的確に対応することが不可欠である。

関係業者への周知を進めるとともに、国の市場取引110番による相談体制については引き続き維持し、その周知に努める必要がある。

2 市場関係業者及び開設者の取組に係る課題への対応

卸売業者、仲卸業者等の市場関係業者及び開設者においては、以下の様な取組等を積極的に講じ、市場一体となつて取り巻く情勢の変化に的確に対応しつつ、生鮮食品等の流通の中核として求められる役割、機能を発揮していくことが必要である。

また、その際、卸売市場における品質・衛生管理の徹底を図るとともに、その機能・魅力を向上させ、輸出等への対応力も強化する観点から、外部監査を伴う品質管理認証の取得等を通じ、より組織的・体系的な品質管理体制を構築することが重要であると考えられる。

⑨コールドチェーンシステムの確保

卸売市場内におけるコールドチェーンシステムの確保については、生産者側や実需者側からその取組状況を一定程度評価する必要がある。

⑩消費者、実需者、生産者等の多様化への対応

卸売市場が、生鮮食品等の流通において、引き続き基幹的な役割を果たしていることは、多様化する消費者、実需者、生産者等のニーズに的確に対応することが不可欠である。

⑪消費者、実需者、生産者等の多様化への対応

卸売市場が、生鮮食品等の流通において、引き続き基幹的な役割を果たしていることは、多様化する消費者、実需者、生産者等のニーズに的確に対応することが不可欠である。

⑫消費者、実需者、生産者等の多様化への対応

卸売市場が、生鮮食品等の流通において、引き続き基幹的な役割を果たしていることは、多様化する消費者、実需者、生産者等のニーズに的確に対応することが不可欠である。

みなと新聞 平成27年5月19日

水産大手4社 前期連結決算 食品部門業績で明暗

マルハニチロは加工事業の大幅な採算悪化が響いた。冷凍、常温食品はいずれも赤字で、冷凍食品は農薬混入事件の影響が続いた。純利益は米國子会社(ウェストワード)の売却益により、加コシの上昇やサケ・マス市況の下落により、主力の水産商事が減益となったことが響いた。関連会社イベックス・キョクヨ一の業績低迷に伴う減損損失や貸倒引当金の計上で経常・純利益も減益だった。

16年3月期は、マルハニチロは加工事業の黒字転換、極洋は水産商事の収益好転により、営業増益となる見通し。ニチレイは引き続き、加工食品が好調に推移し、過去最高益を見込む。

日本水産の営業増益は前期の反動もあり、6割減となる見込みだが、高い利益水準を維持する。

日本水産、ニチレイ 営業2桁増益

水産大手4社の2015年3月期連結決算が出そろった。食品部門が好調だった日本水産とニチレイが営業利益を桁以上伸ばしたのに対し、マルハニチロは加工食品、極洋は主力の水産事業の不振で減益となり、明暗が分かれた。16年3月期は日本水産を除く3社が営業増益となる見込みだ。

社名	売上高	前期比	営業利益	前期比	営業利益率	経常利益	前期比	純利益	前期比
マルハニチロ	863,784	1.4	8,686	▲18.3	1.01%	11,834	▲15.2	7,219	126.2
日本水産	638,435	5.7	18,110	30.0	2.84%	21,392	73.1	10,277	173.7
ニチレイ	545,266	6.7	17,615	11.6	3.23%	17,111	18.5	9,701	9.0
極洋	218,350	7.9	2,460	▲15.6	1.13%	2,107	▲29.4	2,433	▲18.0

*マルハニチロはマルハニチロホールディングスとの比較

社名	水産事業				食品事業				
	売上高	前期比	営業利益	前期比	売上高	前期比	営業利益	前期比	
日本水産	284,884	12.2	6,297	25.3	2.21%	296,954	5.0	7,593	175.0
ニチレイ	68,489	0.1	245	▲41.5	0.36%	305,857	8.3	5,969	69.0
極洋	134,650	6.9	1,876	▲48.3	-1.39%	80,222	9.4	715	313.3
社名	物流事業				その他事業				
	売上高	前期比	営業利益	前期比	売上高	前期比	営業利益	前期比	
日本水産	25,324	82.6	4,556	192.8	17.99%	14,215	▲50.3	1,671	▲77.9
ニチレイ	163,669	6.7	8,725	▲2.4	5.33%	7,249	2.9	2,688	▲3.0
極洋	3,148	3.9	148	469.2	4.70%	327	354.2	109	10.1

*日本水産のその他事業はファイン事業、極洋の水産事業は水産商事業と鯉・鮭事業の合算値、食品事業は冷凍食品事業と常温食品事業の合算値、ニチレイの食品事業は加工食品と畜産事業の合算値、その他は不動産事業とその他事業の合算値

部門	売上高	前年同期比	営業利益	前年同期比	営業利益率
漁業・養殖	35,109	2.9	964	▲1.3	2.75%
商事	452,116	▲0.1	3,826	▲5.7	0.85%
海外	146,510	19.6	3,469	92.5	2.37%
加工	209,720	▲5.5	2,028		

*増減はマルハニチロホールディングスとの比較

