

平成25年の新春を迎えた。長期化するデフレが進行する中、昨年末には自公による政権がスタートするとともに、政府による景気回復策も示され、今後政府の景気対策が功を奏することを望みたい。新春にあたり、中央卸売市場の置かれた環境を簡単に図解(24年度卸売データ集を基に)し、解説する。

すいなか



細井理事長

細井理事長 年頭所感

新年明けましておめでとうございます。

組合員各位におかれましては、お健やかに新春を迎えられました事と、心からお慶び申し上げます。

わが国経済は、東日本大震災に伴う復旧・復興需要が牽引するなか、緩やかな回復基調を示したのも束の間、長引くデフレに伴う価格の低迷による企業の経営不振が顕在化し、またエネルギー確保の問題等、さまざまな課題も表面化、先行き不透明な状況が続きました。海外におきましても、欧州債務危機、新興国の成長減速や天然資源の高騰等、明るい材料に乏しく、それがわが国経済にも影響を与え、確たる展望が見い出せない環境が続きました。

水産物業界におきましては、消費段階での魚離れを示す傾向が見られ、年々減少傾向を示しています。一方アメリカ、EUでは健康食ブームから水産物消費は拡大、中国、韓国なども急速に増大するGDP(国内総生産)を背景に所得が向上、水産物の消費が急速に伸長してきています。この様な状況の中、水産物輸入において、消費おう盛な国々に日本が買い負ける状況もみられ、安価な魚を買うことはもはや厳しい状況となってきております。

日本では魚の消費量が減っているとはいえ、外食産業では老若男女関係なく魚料理を注文する場面を見かけます。子供を持つ母親の多くが「子供に魚をもっと食べさせたい」、「魚料理のレパートリーを増やしたい」と考えています。また多くの母親が「自分で魚をおろすことはない」と答えています。このようなことから、「魚離れ」ではなく「魚料理離れ」であると思われます。魚料理離れに歯止めをかけるため、地域住民や小中学校などを対象とした料理教室を開催するなどして、日本の伝統的な魚食文化の良さを再認識していただくことが必要であると考えております。

消費税につきましては、平成26年4月から8%、平成27年10月から10%に増税されます。我々仲卸業者にとって、今までも消費税分を転嫁できない状況である中、消費増税分の転嫁がより一層難しくなると考えられます。また、量販店等が要求している消費税の内税についても消費税分の転嫁が難しく、外税の一元化が望まれます。食料品の軽減税率と外税表示の導入に向け関連団体と協調し今後も政府に要望を行っていく所存でございます。

今後も開設者、卸売業者はもとより業界各団体とも連携を密にし中央卸売市場の発展と市場活性化を推進して参りたいと存じますので、本年も皆様方の変わらぬご支援、ご鞭撻を宜しくお願い申し上げます。

発行所
大阪市水産物卸協同組合
〒553-0005
大阪市福島区野田1-1-86
大阪市中央卸売市場本場内
電話 06-6469-3900
http://www.suinaka.or.jp

新春企画
データで見る市場

グラフの解説

政府の中央卸売市場に対する見解は、産地と消費者を結ぶ基礎的な社会インフラとしての性格を有しているとする立場である。

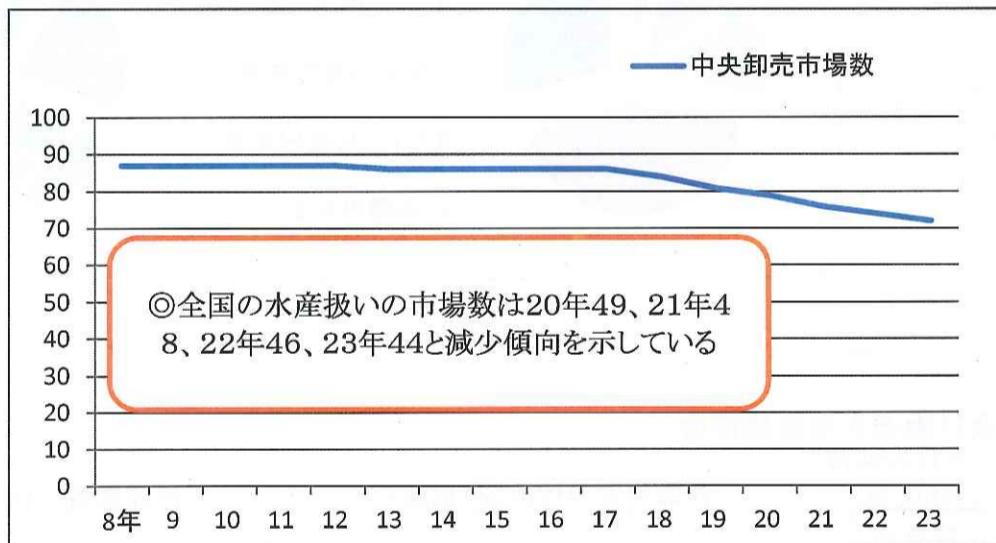
しかし、市場経由率の低下、市場関係事業者の経営悪化、消費者の安全志向の高まりが進展しており、これらのニーズに対応すべく、流通の効率化、品質管理の徹底等を図ることが急務である。特に卸売市場のコールドチェーンの確立や公正かつ効率的な取引の推進による市場機能の強化を図る事が求められている。

第9次卸売市場整備基本方針(期間23年~27年度)では、周辺市場と連携した中核的な役割を担う「中央拠点市場」を設置し、機能強化が進められることになっている。勿論当市場も拠点市場として指定されている。第9次基本方針では卸売市場の再編も進められ、中央卸売市場の地方卸売市場への転換も提示されている。以上のことから、中央市場数も近年減少傾向を示している。(グラフ1)

1. 中央卸売市場数の推移

グラフ1

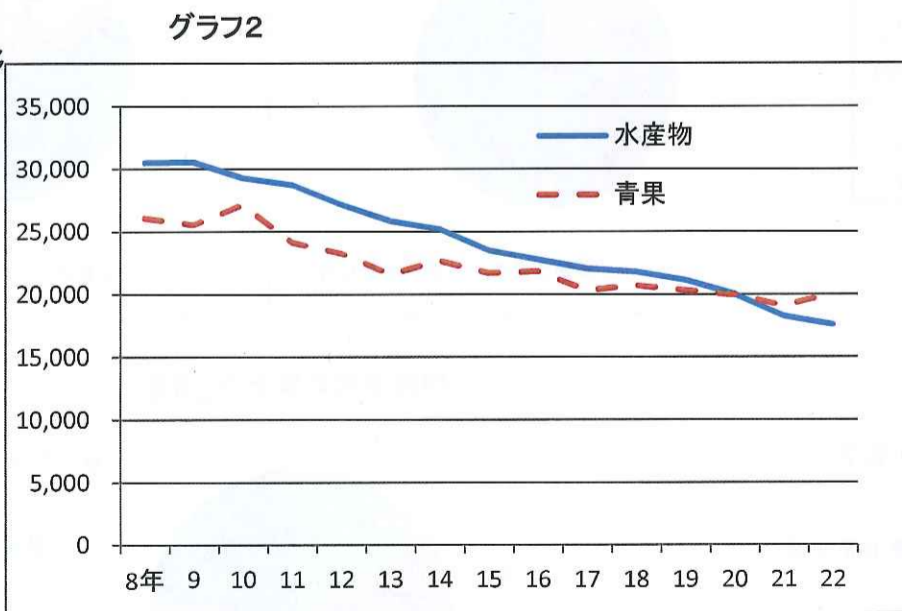
年度	市場数
8年	87
9	87
10	87
11	87
12	87
13	86
14	86
15	86
16	86
17	86
18	84
19	81
20	79
21	76
22	74
23	72



2. 全国中央卸売市場取扱金額の推移

(単位:億円)

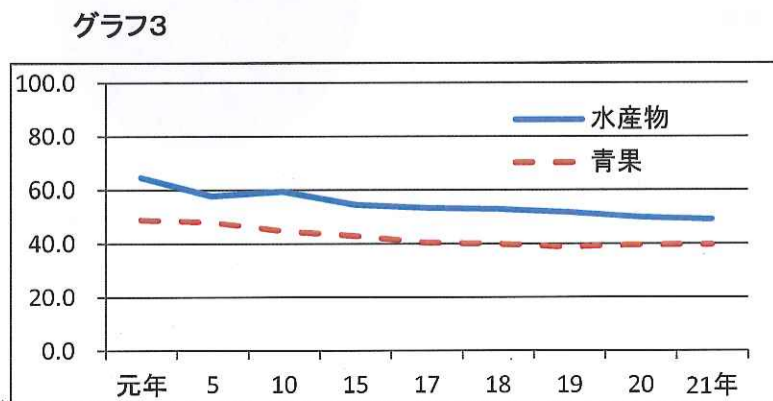
年度	水産物	青果物
8年	30,519	26,085
9	30,566	25,567
10	29,292	27,143
11	28,711	24,115
12	27,177	23,240
13	25,869	21,565
14	25,206	22,654
15	23,477	21,662
16	22,735	21,800
17	22,035	20,299
18	21,779	20,685
19	21,107	20,294
20	20,014	19,960
21	18,275	19,102
22	17,597	20,032



3. 中央卸売市場・市場経由率の推移

(%)

年度	水産物	青果物
元年	64.6	49.0
5	57.8	48.1
10	59.5	44.7
15	54.7	42.9
17	53.5	40.3
18	53.0	39.9
19	51.9	38.8
20	50.0	39.5
21年	49.1	39.6



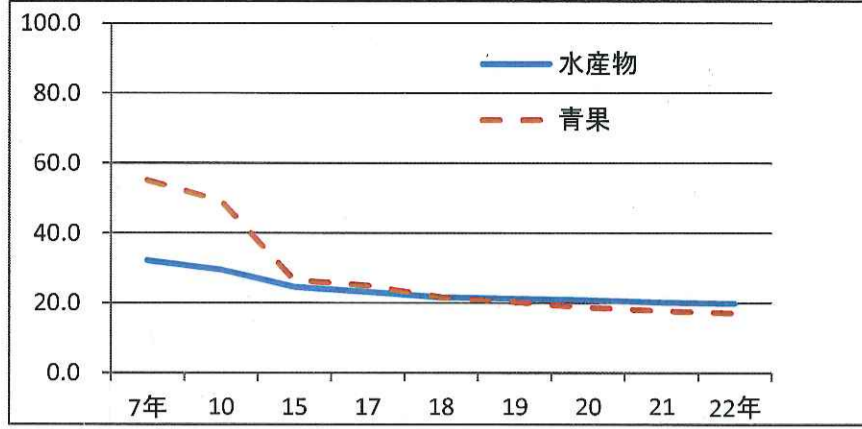
全国中央卸売市場の取扱金額は平成12年対比で見ると水産物で約1兆円減少している(グラフ2)。青果物が約3000億円の減少にとどまっていることを考えると、水産物の落ち込みが激しいことがわかる。要因は、景気の低迷、デフレ環境による魚価安、末端価格の下落、また市場業者が消費の変化に対応できない構造的な要因もある。特に市場外流通など市場環境の変化や、消費動向(外食・中食・惣菜マーケットの進展等)の変化も落ち込みの大きな要因となっている。

取扱金額の減少に伴い、中央卸売市場の経由率も低下し、水産物では21年に49.1%と50%を割り込んだ(グラフ3)。

4. 中央卸売市場のセリ入札取引の割合

年度	水産物 (%)	青果物 (%)
7年	32.2	55.1
10	29.5	49.3
15	24.6	26.5
17	23.2	24.9
18	21.6	21.6
19	21.3	20.3
20	20.8	18.7
21	20.2	17.7
22年	19.8	17.1

グラフ4



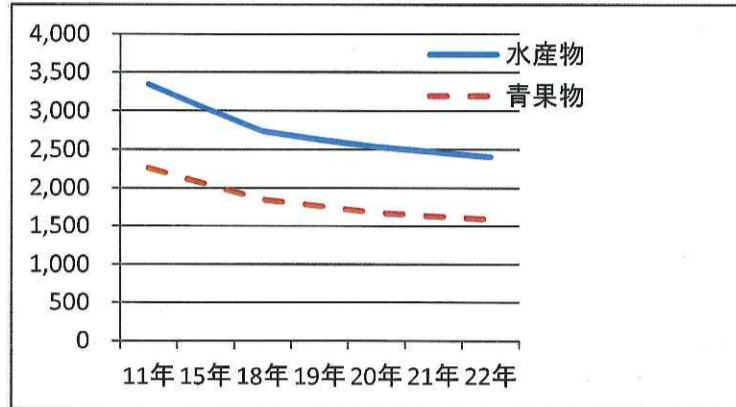
中央卸売市場のセリ入札の割合は年々減少傾向を示している(グラフ4)。22年の水産物のうち鮮魚は32.4%、冷凍は13.5%、塩干加工4.9%と塩干加工の低下が顕著である。

5. 中央卸売市場仲卸業者数の推移 (単位:業者)

年度	水産物	青果物
11年	3,344	2,262
15	3,034	2,053
18	2,735	1,846
19	2,625	1,763
20	2,536	1,677
21	2,472	1,629
22年	2,405	1,586

939 676
28%down 29%down

グラフ5



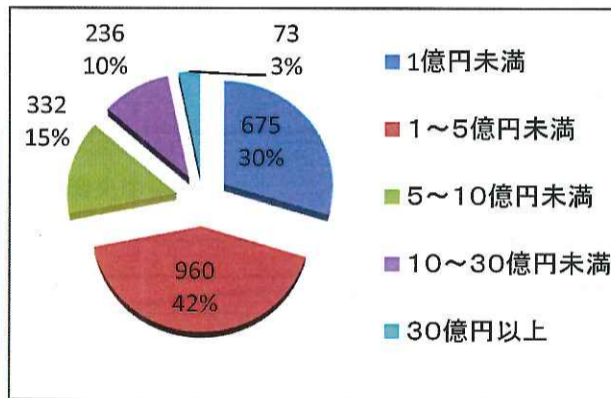
中央卸売市場仲卸業者数は平成11年対比で939業者減少し、28%のダウンとなった(グラフ5)。青果に比べ水産物の仲卸業者数は平成22年時点で青果より約900業者も多い状態である。

6. 平成22年度中央卸売市場仲卸業者の仕入高規模別内訳

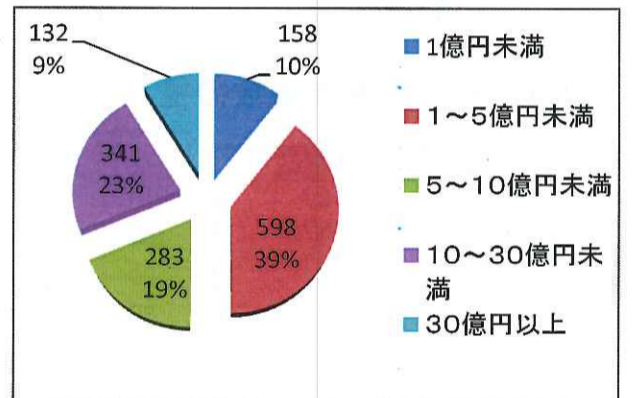
仕入高	水産物	青果物
1億円未満	675	158
1~5億円未満	960	598
5~10億円未満	332	283
10~30億円未満	236	341
30億円以上	73	132

グラフ6

仲卸業者の仕入れ高別(水産)



仲卸業者の仕入れ高別(青果)



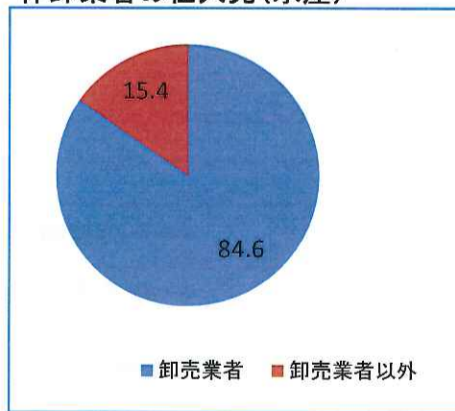
水産物取扱い仲卸業者の5億円未満の割合は72%となっており、青果の49%と比べても多くなっている。一方水産物の10億円以上の扱いは13%であり、青果は32%である(グラフ6)。

7. 中央卸売市場仲卸業者の仕入先及び販売先別金額割合

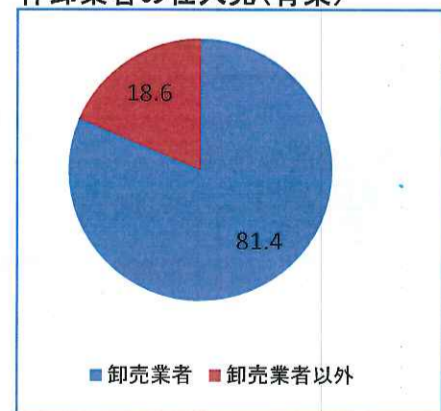
(平成22年度)
(単位:%)

仕入先別金額割合	水産物	青果物
卸売業者	84.6	81.4
卸売業者以外	15.4	18.6
販売先別金額割合	水産物	青果物
一般小売店	26.5	22.8
大規模小売店	50.7	60.9
その他事業者	22.8	16.2

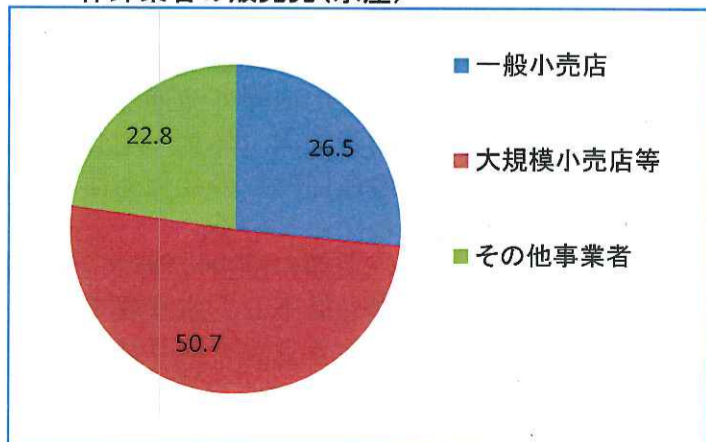
仲卸業者の仕入先(水産)



仲卸業者の仕入先(青果)



仲卸業者の販売先(水産)



仲卸業者の販売先(青果)

