



スーパー向けに鮮魚加工し拡販

マルハニチロ

日水

千葉に専用拠点

水揚げ後すぐに

水産大手がスーパー向けに鮮魚の販売を拡大する。日本水産は9月にも、千葉県船橋市にスーパーの要求に応じて鮮魚を加工する専用拠点を設けるほか、マルハニチロホールディングスは水揚げされた魚を即日加工し、開店前の店舗に届け、事業を始めた。節約志向に伴い家で食事を取る内食志向の強まりに対応した。小売り向けの鮮魚市場には中小の卸が乱立しているが、今後は大手の存在感が増しそうだ。

内食志向に対応

水産各社はこれまで魚を上げる狙いもある。当を加工せずそのまま量販面は売上高数十億円をめぐり、店や商店に供給することだ。

極洋はタイで手がける魚の加工品事業を拡大する。現地メーカーに委託し、食べやすいよう骨を取り除いたサケやサバの煮付けなどを生産。すべて日本向けに出荷して、生活協同組合や量販店向けに伸びている。2010年度には年間出荷量を2500トン、14年度には6300トン、売上高は80億円をめざす。

マルハニチロは傘下の魚加工販売の築地フレッシュ丸都(東京・中央)が7月、水揚げした魚をその日のうちに加工、出荷する事業を始めた。東京・築地の中央卸売市場に未明に運ばれたカツオやサケなどを、近くの工場ですぐに加工し、開店前の量販店

あらかじめ決まった規格ではなく、サイズなどすべてオーダーメイドで対応するのが特徴で、日水では初めての試みという。営業担当が量販店に売り場の商品展開などを提案し、受注獲得を図る。加工度を高め、販売単価

今回の水産大手の動きは消費者の「魚離れ」に伴う市場縮小を背景に魚の流通構造が変化しつつあることを意味する。水産側は仲卸業者を飛び越え、スーパーなど小売りのニーズを直接取り込む一方、スーパーも産地の漁港と組むなど新しい関係が生まれつつある。農林水産省によると魚介類の国内消費量は2008年度が940万トンと10年前から1割強、ピークだった

流通構造 変化進む

魚離れで市場縮小

20年前から3割減った。一般的な。だが市場が冷え込むため単価も下がり、付加中、現状ではニーズの把握価値の高い商品の開発も急がれる。そこで水産会社務になった。は既存のルートにこだわらず水産物の流通は、産地からスーパーと直接交渉し、水産会社が仕入れ、仲卸 収益も見込める売れる商品業者を通じてスーパーや飲食を作ろうというわけだ。食店などに販売したり、卸 最近では、店内に加工機業者が直接、スーパーなど 能を持たないコンビニエンスに販売したりする形態が一 ストアでも刺し身など鮮

直接取引が拡大

魚の扱いが増えている。水産大手が商品加工に踏み込むことはコンビニ市場にアクセスすることも可能になる。一方、小売り側も品ぞろえや価格面で既存の流通ルートに不満を覚える。そこでイオンが必要な商品を生産するため、産地の漁港と直接取引を始めた。鮮度管理が難しく、秩序が安定していた鮮魚市場も例外なく変化を迫られている。

日本経済新聞 8月7日

36中央市場74卸09年度取扱高 8%減の1兆6565億円

単価安、高単価品販売が苦戦

本紙がまとめた2009年度36中央市場74卸取扱高は前年度比8.1%減の1兆6565億9800万円、3.3%減の226万1500トンだった。平均単価は5%安の

キロ732円。全国的に高単価商品の販売が苦戦。生鮮、冷凍、加工など主力分野の単価安が取扱高減少につながった。年明け以降は各種の取扱量が前年を上回り、荷動きが回復。単月の取扱金額で前年実績を上回る卸会社も増えた。

(11面に各市場詳報)

生鮮魚はシケの影響や単価下落から取扱金額の減少が目立った。福岡では巻網物のアジやヨコワが低迷。近海物のタチウオやヤリイカが前年を下回った。築地市場はアジやカツオなど大衆魚の集荷に苦戦。秋サケやブリ類の販売が伸びた。

冷凍品は力やエビなど高単価商材の販売が低迷。全国的に単価安が続き、取扱高で前年を下回

は秋サケの豊漁からイクラ製品価格が下落、高値在庫の整理に追われた。終盤はコウナゴの好漁を受け、千代田水産がプロック別は四国と九州の数量が前年度超え。金額ベースでは全プロックが前年度実績を下回った。量額ともに前年度実績を超えたのは3卸。金額は4社が前年度を上回った。金額伸長率は総合食品が11.2%、神港魚類が4%、宮崎中央魚類が

36中央市場74卸のプロック別取扱高(4~3月)

市場	卸売会社	取扱数量(トン)	前年対比(%)	取扱金額(百万円)	前年対比(%)	平均単価(円)	前年対比(%)
北海道	3	129,113	92.0%	102,801	85.3%	796	92.7%
東北	4	144,361	98.1%	100,200	95.6%	694	97.4%
関東	22	775,326	95.4%	612,498	91.5%	790	95.9%
中部	10	308,310	94.6%	214,853	91.9%	697	97.2%
北陸	2	59,605	96.1%	47,072	91.1%	790	94.8%
関西	15	434,727	96.3%	347,283	91.9%	799	95.5%
中国	4	82,742	99.8%	63,719	94.8%	770	95.1%
四国	4	93,577	104.7%	48,473	96.1%	518	91.7%
九州	10	233,743	102.9%	119,598	95.1%	512	92.4%
合計	74	2,261,504	96.7%	1,656,498	91.9%	732	95.1%

みなと新聞

8月9日

新たなステージに向かう市場行政

夏特集 卸売市場

日刊水産経済新聞

8月12日

次期市場整備基本方針の策定迫る

将来方向研の市場法改定議論は先送り 拠点市場の判断基準は物流機能に着目

23年度から5か年間の卸売市場政策の新たな指針を盛り込んだ、次期（第9次）卸売市場整備基本方針が、いよいよ今年10月にも策定される運びとなった。22年夏の卸売市場特集ではその直前企画として、第9次卸売市場整備基本方針の検討状況をいま一度振り返り、今後の卸売市場政策の行方を整理する。また、市場業界関係者トップのうち10人に市場行政をインタビューした。

「盛り込む」という姿勢を明らかにしている。このうち、将来方向研による報告で、最も注目を浴びた「拠点市場を中心とした効率的な物流ネットワークの構築」と、市場単位の「経営戦略の確立」といった点については、次期方針から盛り込まれる見通し。現段階で農林水産省総合食料局は、（中央）拠点市場を判断する基準の調整を行っている。その際、「取扱量の多寡は一つの要素。それに加え物流機能に着目（卸売市場）」を客観的かつ妥当な基準を定める予定。

次期（第9次）卸売市場整備基本方針の策定作業が農林水産省で進められている。だが私は、今伝えられている新基本方針の目指す方向がどこかズレているのでは、と強い違和感を覚えている。このうち、本来の卸売市場とは何なのか、国と流通の攻勢、産直取引の

研究会はそういった根本を追求しなかった。全水卸主宰の「卸売市場のあり方研究会」は、その「理念」に当たる部分の把握に熱心に取り組んできた。われわれとしてはあり方研の結論をもう一段発展させるため、次のステップへと進めていきたい。

市場関係者に ミニインタビュー

卸売市場の役割の再認識

全国中央市場水産卸協会会長 伊藤裕康

現場の課題を正しく分析を

全国水産物卸組合連合会会長 伊藤宏之

1. ①市場の利用者のタイプには、「日常的に活用」する一定の条件下でのみ活用（大規模外食産業など）の安定供給・安定価格の仕入れが必須で、市場にはそもそもないタイプがある。このうち「一定の条件下でのみ活用」するタイプの利用者が市場を訪れる頻度が高まるよう、市場の魅力を増やしていくべき。卸売に開設者や加工業者の加工工場を移管するにしても、まずは七割の事例を示すなどの手順を踏むべきだ。

第9次卸売市場整備基本方針の検討作業を始め、向一〇多様化する出荷者、需要者のニーズへの適切な対応の公正かつ効率的な取引の確保、社会的要請への適切な対応、卸売市場の再編の推進など、卸売業者および仲卸業者の経営体質の強化、経営戦略の視点をもった市場運営の確保を示している。

中には、卸売市場法改正にまで踏み込んで対処が必要となる内容も含まれている。本方針変更、または第10次卸売市場整備基本方針

表1 卸売市場経由率

	平成18年度(増減)	平成19年度
青果物(国産)	64.6%(▲10.0%) (91.9%)	74.6%
水産物	62.1%(▲7.3%)	69.4%
食肉	10.1%(▲4.8%)	14.9%
花き	85.4%(+1.3%)	84.1%

表2 卸売市場の取り扱い数量

	平成18年度(増減率)	平成19年度
青果物	1,616万3,000トン(▲19%)	1,996万1,000トン
水産物	410万5,000トン(▲25%)	545万9,000トン
食肉	36万5,000トン(▲29%)	51万2,000トン

表3 卸売市場の取り扱い金額

	平成18年度(増減率)	平成19年度
青果物	3兆4,642億円(▲22%)	4兆4,526億円
水産物	3兆436億円(▲30%)	4兆3,271億円
食肉	3,724億円(▲23%)	4,852億円
花き	4,522億円(▲17%)	5,449億円

表4 中央卸売市場の卸売業者数

	平成19年度(増減率)	平成20年度
青果	91社(▲19%)	112社
水産物	87社(▲10%)	96社
食肉	10社(増減なし)	10社
花き	31社(増減なし)	31社

表5 中央卸売市場の仲卸業者数

	平成19年度(増減率)	平成20年度
青果	1,763業者(▲24%)	2,309業者
水産物	2,625業者(▲23%)	3,398業者
食肉	82業者(▲23%)	107業者
花き	106業者(+6%)	100業者

表6 中央卸売市場の卸売業者の取り扱い金額

	平成19年度(増減率)	平成20年度
青果	2兆294億円(▲25%)	2兆7,143億円
水産物	2兆1,107億円(▲28%)	2兆9,292億円
食肉	2,516億円(+5%)	2,394億円
花き	1,559億円(▲0%)	1,562億円

表7 中央卸売市場の卸売業者1業者当たりの取り扱い金額

	平成19年度(増減率)	平成20年度
青果	223億円(▲8%)	242億円
水産物	243億円(▲20%)	305億円
食肉	252億円(+5%)	239億円
花き	50億円(増減なし)	50億円

表8 中央卸売市場の仲卸業者(法人)1業者当たりの取り扱い金額

	平成19年度(増減率)	平成20年度
青果	12億円(▲1%)	12億1,000万円
水産物	7億7,000万円(▲31%)	11億2,000万円
食肉	25億1,000万円(+26%)	19億9,000万円
花き	6億4,000万円(+16%)	5億5,000万円

農林水産省『卸売市場の将来方向に関する研究』報告から抜粋

2. 国の市場行政はこれまで、地方自治体に解任されているため、開設

(※三面へ続く)

生スジコで販促

イクラ

道水産物荷主協が全国サケ・マス取引懇

魚卵の価値訴え拡販を

需要量回復のチャンス

【札幌】北海道水産物荷主協会（会長代行・宮崎征伯山十前川商店社長）主催の「第32回全国サケ・マス・魚卵大手荷主・荷主取引懇談会」が8月4日、札幌市内のホテル・ロイトン札幌で開催された。道内の荷主、生産者、全国の荷受ら総勢約180人が参加し、今年のイクラやカスノコ、タラコ商戦に向けて意見を交わした。

イクラの売れ行きは鈍っている。製品市況は下げているにもかかわらず、数量が伸びない。卸売価格に比べて未端売価の差幅が広がっている。消費不振が伝えられた。これに対し、荷主側からは「国内では供給量が減っても、デフレ圧力により価格が下がってしまっている。おのずとイクラも輸出を考えたければならぬ」という状況になった。また、「漁期序盤に生スジコの販売を積極的に進め、そのあと、醤油や塩イクラといった製品の販売につなげていけば在庫も適正になる」と、荷受、荷主とも生スジコでの販売促進に言及。そのための価格として未端100〜108円などが示され、アキサケ新漁スタートの価格形成の重要性が指摘された。

また、寿司屋チェーン「すしざんまい」を展開する豊代村の木村清社長は「受注生産と見込み生産のバランスをしっかりとらなければ、もうからない」と発言。イトーヨーカ堂の赤沼淳志食品事業部長は「イクラの需要は2000年、荷受側からは「ここ1、2年の高値

高値会長代行は「アキサケ商戦については2年間、敗者ばかりで勝者がいない。今年こそは荷受、荷主とも勝者になれるように」と意図を交わしていきたい」とあいさつ。来賓を代表し、築地魚市場の鈴木敬一社長は、水産物消費の低減傾向、漁業および関連産業の基盤崩壊など水産業の根本的な問題を挙げながら、行政に対して「慎重かつ大胆な政策の実行を切望する」と述べた。取引懇談会ではサケ・イクラの部を宮崎会長代行、カスノコ・タラコの部を内海博一副会長の司会進行のもと、それぞれ行われた。

8月6日 日刊水産経済新聞

表示基準見直しへ

賞味期限 表示基準見直しへ

消費者庁は10日まで、現在各食品メーカーが独自に定めている賞味期限が、必要以上に短く設定されるなどして、大量の食品廃棄の一因になっているとして、食品間の賞味期限設定方法について、統一ガイドラインを定める方針を決めた。10月にも、メーカーと消費者を交えた検討会を開き、賞味期限の短く表示するなど、各企業が独自に余裕を持たせる形を設定している。しかし、多くの流通現場では、賞味期限の残り時間が3分の1を切った時点で棚から撤去する「3分の1ルール」が慣行となっており、期限内にメーカーに返品された上で、処分される商品が大量に発生。年間300万トンの食品が、期限内に廃棄されているとみられるという。

地域での競争力強化図る

イオンと四国を地盤と

イオンと四国を地盤とする中堅スーパーのマルナカ（高松市）は8月11日、包括業務提携で合意したと発表した。商品の共同調達などを通じてコストを削減し、価格競争力を強化するのがねらい。イオンと提携関係にある三菱商事も交えて提携推進委員会を設置し、具

8月13日 日刊水産経済新聞

世界のイカの需給構造が急激に変化している。商社筋の推定によると、国別の需要量（原料換算）は中国が最多で50万トンを超え、韓国は40万トン、日本は減少を続け、ついに50万トンを割った。世界的に需要が高まる中でアルゼンチンが不漁に見舞われるなど需給がひっ迫しており、中国などが国産スルメイカに食指を伸ばし始めた。

国別の需要量は中国、日本、韓国の順。ただ、国民1人あたりは韓国がトップで、日本の3倍水準に相当する。ロシアはサキイカ需要が急増し、製品

変わる世界のイカ需給

ベースで7000〜9000トンを消費。欧州は健康志向の高まりを受け増加基調をたどり、米国は「東洋人主体に消費が伸びている」（商社）。

国産スルメイカは干しスルメの原料として、アルゼンチンアカイカと競合する。アルゼンチンアカイカの漁獲量は以前の100万トン水準から、ここ最近では10万トンに減少。2年連続の不漁続きで干しスルメなど加工原料の需給が急速に引き締まっている。加工用イカのタイト感が強く、原料不足を懸念する声の買い付け、加工業者から上がっている。

みなと新聞 8月11日

みなと新聞 8月5日

イオンと提携関係にある三菱商事も交えて提携推進委員会を設置し、具

1. 商品の安全・安心を確保し、衛生管理と温度管理を徹底し、品質を向上させる。2. 商品の供給を確保し、価格競争力を強化する。3. 共同調達などを通じてコストを削減し、価格競争力を強化する。

輪光幸

1. 商品の安全・安心を確保し、衛生管理と温度管理を徹底し、品質を向上させる。2. 商品の供給を確保し、価格競争力を強化する。3. 共同調達などを通じてコストを削減し、価格競争力を強化する。

イオンと提携関係にある三菱商事も交えて提携推進委員会を設置し、具

魚介類0.1ポイント下げ62%に

09年度食料自給率(農水省)

全体は1ポイントダウンの40%

農林水産省は10日、2009年度の食料自給率を公表した。カロリーベースでは、全体で前年度から1ポイント下げ40%となった。魚介類の自給率は0.1ポイント下げて62%。生産額ベースでは5ポイント上昇し70%。魚介類は0.8ポイント上昇して57%になった。

水産物の自給率の推移(重量ベース)

	04年度	05年度	06年度	07年度	08年度	09年度
魚介類	49	51	52	53	53	53
うち食用	55	57	60	62	62	62
海藻類	65	65	67	71	71	72

資料:「食料需給表」

水産物がまとめた水産物の自給率(重量ベース)は、前年度比増減なしの62%。魚介類全体も増減なしの53%。海藻類は1ポイント下げて72%となった。食用魚介類の国内生産量は、ホッケ(5万1000ト減)、サバ類(4万9000ト減)、サンマ(4万3000ト減)などが減少したが、サケ類(4万3000ト増)、ホタテガイ(4万1000ト増)などが増加、全体では15万6000ト(3.5%)減少した。

日本経済新聞 7月30日

食品卸4社 統合へ

食品卸の順位	売上高(09年度、億円)
企業名	
三菱商事系新会社	22144
1 国分	14273
2 菱食	13847
3 日本アクセス	13605
4 加藤産業	6539
5 伊藤忠食品	6221
6 三井食品	5112
7 日本酒類販売	4841
8 旭食品	3639
9 明治屋商事	3134
10 フードサービスネットワーク	3129
15 サンエス	2034

三菱商事は29日、菱食など食品卸4社の経営統合に向けた協議を始めた。4社の2009年度の売上高合計は約2兆2140億円。統合が実現すれば、1兆4270億円の国分を上回り業界首位となる。消費低迷や小売業の規模拡大で卸の経営環境は厳しさを増している。4社は統合によって商品調達力の強化やコスト削減などを進める。巨大卸の誕生は取引先であるメーカーなどへの再編圧力ともなりそうだ。

三菱商事系 菱食など

年次	出来事
1979年8月	三菱商事系の4社が合併し菱食が誕生
94年3月	三菱商事がエム・シー食品販売(現フードサービスネットワーク)を設立
96年10月	伊藤忠系食品卸2社が合併、伊藤忠食品が誕生
2000年7月	三井物産系の三友食品と小網(現三井食品)が発足
01年1月	三菱商事と明治屋が共同出資で明治屋商事を設立
04年6月	三菱商事がサンエスを子会社化
07年4月	伊藤忠商事系の日本アクセスと西野商事が合併
10年7月	三菱商事傘下の4社が経営統合に向け協議を開始

4社の合併による統合を軸に調整するという。あわせて新社名への変更も検討する。三菱商事と菱食はグループの連携を強め規模拡大で調達力を強化する。中国をはじめとした海外進出を加速するほか、海外から競争力のある商品を国内の小売業に供給できる体制を整える。三菱商事が50%を出資する菱食は加工食品に強みがあるが、経営統合により他

商社主導 再編第2幕へ

三菱商事系の食品卸4社が統合に踏み出すこと、大手商社を軸にした食品卸業界の再編は一段落する。ただ取引先であるメーカーや小売りも巨大化しており、一総合食品卸のあるべき規模は2兆3兆円(国分の経営部との見方もある。今後合併促進が継続可能)と高い。総合商社は食品流通の川上から川下までかわり利益を最大化する戦略。川中である卸は、企業間取引を得意とする商社が関与しやすい分野で戦略の要。卸強化はメーカー、小売りの取引拡大にもつながる。

海外進出にらみ 基盤強化

伊藤忠商事や三井物産は先行して系列卸の再編強化を手掛けてきた。三井物産は2006年に三井食品を立て直した。国分と業務提携させた。伊藤忠商事は、06年に雪印アグ्रेस(現在の日本アクセス)を子会社化し、07年に傘下の西野商事と合併。今春には日本アクセスの持ち株比率をTOB(株式公開買い付け)で69%から90%以上に引き上げている。残った三菱商事が懸案

再編第2幕はあまり時間をおかず

再編第2幕はあまり時間をおかず開く可能性がある。小売業の規模拡大や店舗の多様化で卸は様々な商品を納入する必要が高まっている。国内の事業基盤を固めたうえで、成長機会を中国など海外に求めることも重要になる。今後は系列の壁を越えた再編の機運も出てきそうだ。

大衆魚、軒並み高騰

サンマ卸値、前年比2.6倍に

サンマやイワシ、スルメイカといった大衆魚の価格が軒並み上昇している。天候不順による水揚げ不振で供給量が減っているためだ。例年、鮮魚の需要が盛り上がる秋を前に、卸や量販店など関係者は卸価格の上昇と入荷量の減少への対応に苦慮している。

水揚げ減 海水温変動が影響か

高騰が目立つのがサンマだ。築地市場の8月1日(7月30日)の卸値(中値)は前年同月の2.6倍の1.20ト。7月10日の新物の上場から1カ月が経過しても入荷が本格化していない。高騰の理由は7月8日ある北海道東岸・三陸沖に解凍となった主漁場で、漁獲量が減少している。漁業者の間では海水温が高いため、道東、三陸沖合などの有力な漁場に魚群が南下するのが遅れている。

水産庁は北西太平洋の資源量が、昨年比4割近く減少したという推計も発表している。

水産庁は北西太平洋の資源量が、昨年比4割近く減少したという推計も発表している。

から年末まで続く。水産庁がサンマについて今漁期の前に実施した調査では、調査による漁獲量が前年を下回ったうえ「群れが例年よりも東寄り」に分布していた(同庁)。漁場が遠くなった上に群れが見つからず「空振り」戻ってくる船も多い(根室漁協)という。

食品卸市場は伸び悩んでいる。08年度の市場規模は前年度比1.5%増

食品卸市場は伸び悩んでいる。08年度の市場規模は前年度比1.5%増の1兆1800億円。09年度の伸び率はマイナスに転じた可能性もある。大手小売りが低価格のプライベートブランド(PL)自主企画)商品の取り扱いを増やしたり、食品メーカーが販促費用を抑えたりする動きが強まっている。