

## 卸売市場法の改正と水産物卸売市場流通の変容

山本 尚俊, 亀田 和彦

## Amendment of the Wholesale Market Law and Transformation of Fish Wholesale Market

Naotoshi YAMAMOTO, Kazuhiko KAMEDA

This paper describes about the functional exchange of fish wholesale market, the transformation of wholesalers and middle-wholesaler's business, and the implication of amended Wholesale Market Law (WML) in 1999.

The wholesale market system regulated by the WML and considered as a main fish marketing channel has reduced its function and role in the recent decades. It was caused by an appearance of large scale fish suppliers and consumers such as supermarkets which play the role in fixing price, classifying equal quality, and ensuring a constant supply. In addition, the volume of the fisheries products handled at the wholesale market is decreased, while a competition between wholesale markets and the outsiders is increased. At the same time, many wholesalers and middle-wholesalers in the wholesale markets are also having financial difficulties. The principle on the marketing method of the WML has been differed expanded from the recent trend of business style.

The WML was amended in 1999 for the purpose of negotiation behavior if the wholesalers that should be changed in term of bargaining power enabling the wholesalers to have more ability to compete in fresh food merchandise. Prospect of the consequences are :

- (1) The amendment of the WML will create various types of wholesale markets and/or wholesalers, especially in the strategy and scale of their management.
- (2) Some competitions among wholesalers and/or wholesale markets will occur more intensively.
- (3) Combination or the discontinuance of middle/small-scale wholesalers and/or wholesale markets will be observed.
- (4) Co-operation of business among middle/small-scale wholesalers such as fish collecting, delivery service and so on will be required.
- (5) Reorganization of wholesale market system will be reviewed as a kind of business group that distributes the products to its small markets. The large wholesale market performs as a distribution center. In this paper, this structure is called the relation of satellite.

**Key Words:** 法改正 Legal Amendment, 業務変容 Transformation of Business, 機能分化 Functional Specialization, 再編成 Reorganization

## はじめに

卸売市場の制度化は、問屋資本による仕込み支配や恣意的な相場立て等の弊害を取り除くことで、生産者に対しては公正な価値実現の場を確保し、消費者に対しては生鮮食料品を安定かつ廉価に販売するといった社会経済政策に基づく。大正12年に制定された中央卸売市場法は昭和46年の抜本的な見直しによって卸売市場法に改正され、これを機に地方卸売市場が法制度下に組み込まれた。

卸売市場流通は、小規模・多数の生産者と小規模・多数の消費者を結ぶ生鮮食料品流通の主要経路として機能してきた。ところが、大規模産地の形成と輸入の増大、あるいは消費者ニーズの多様化と量販店主導の小売構造など、生産・消費両

サイドでの構造変化が進むなかで、流通経路の多元化、卸売市場取扱量の減少と機能低下、市場業者の経営悪化等がみられはじめた。加えて、卸売市場法に規定されている取引原則と実務との乖離が拡大している。

生鮮食料品流通では、卸売市場を媒介に川上から川下へと「もの」が流れる時代から、川上・川下双方が流通経路を選択する時代となり、利用者のニーズに対応できなければ、卸売市場流通であっても後退を余儀なくされる状況が強まった。

こうした卸売市場流通をめぐる環境の変化に対し、平成9年から法制度の見直しに向けた協議が始まり、11年3月に卸売市場法の改正案が国会に提出された。改正法案は衆参両院を通過し、平成11年7月26日に公布された。新卸売市場法ではセリ・入札取引の原則が外れ、相対取引が容認された。取

引方法等は、市場ごと品目ごとの状況に応じて開設者が決め、業務規程に示すといった地方分権的な規制緩和が盛り込まれた。

本稿は、供給・小売・消費構造の変化を念頭におきながら、卸売市場をめぐる法制度、施設整備、集荷・取引方法、市場業者の経営動向などの変化を明らかにし、現行法改正の要点や意義、卸売市場流通の再編方向について考察するものである。考察にあたっては水産物に焦点をあてる。

対象とする期間は昭和50年以降とするが、卸売市場制度誕生の経緯や市場政策の展開、開設整備の動向等についてはさかのぼって考察することとした。すなわち、第1章では卸売市場制度化以前の流通概況と中央卸売市場法の特徴、その後の改正経過と卸売市場の整備について考察する。第2章では卸売市場をとりまく流通与件の変化を概観し、第3章では水産物卸売市場の変容と内包する問題点について明らかにする。第4章では、現行法改正の要点と意義を整理した上で、卸売市場流通の再編方向について検討する。

## 第1章 卸売市場の制度化と施設整備

### 第1節 中央卸売市場法の成立過程

#### 1. 卸売市場の制度化以前の概況

江戸時代に生産者と小売商の間に介在し、大量かつ専門的に取引を仲介する問屋商が成立し、後に商品別問屋商の集合市場に発展した。問屋集合市場の管理・運営は、いわゆる株仲間によるギルド的規制下におかれていた。生産者は、問屋商の仕込み支配に束縛され、自由な出荷・販売を妨げられただけでなく、恣意的な相場立てによって公正な価値実現を阻害された。

明治初期には、大都市を中心に食品市場の取締りに関する府県市場規則<sup>1)</sup>が制定されたが、その多くは交通・衛生・保安上の取締りを主眼とし、取引方法の弊害や施設の欠陥等を是正するものではなかった。委託販売やセリ取引、決済など、経済行為に関する取締条項の整備が進むのは明治30年代後半以降、とりわけ大正に入ってからのことである。

#### 2. 卸売市場の制度化にむけた動き

明治40年に、「市場法案」<sup>2)</sup>が帝国議会に提出された。これは、①全国各地に多くの市場があるが、法的な取締り組織はなく旧慣にもとづき管理・運営されている、②生産者に対する仕込み支配など旧来の商習慣が生産者の自由な活動を制約し、ひいては国内生産の発展を阻害している、③市場施設を整備することで需要に応えうる体制を築き、衛生状態の早期改善に努める必要がある、ことなどを根拠とした。同法案は、問屋を組織化し、これを統制することで問屋本位の取引を是正しようとしたものである。しかし、同法案は審議未了となり、次期帝国議会に再提出されたが、関係業界の統一的な立法化運動が弱かったこともあって日の目をみなかった。

しかし、明治末期には問屋側（とくに老舗問屋）から市場公設制と一地区一市場制への移行を求める声が強まった<sup>3)</sup>。これは、明治元年の「商法大意」をはじめとする株仲間の解散と営業自由への移行、御納屋制度の廃止をうけて問屋間

（老舗問屋と新興問屋）の集荷競争が激化し、老舗問屋にとっては独占かつ特権的な利潤の確保が難しくなったことを背景としている。つまり、老舗問屋は一地区一市場一業者制を基礎とする公設市場の建設により、独占的な営業と既得権を保持しようとしたわけである。

一方、この頃、大都市を中心とする人口の集中と消費の拡大、あるいは漁業生産の資本主義化と鮮魚輸送技術の発達によって広域・大量流通時代が始まった。それは、流通の経済合理性を要求し、生鮮食料品供給施設としての市場整備を課題として浮上させた。

農商務省（水産局）による「魚市場法案」<sup>4)</sup>の作成は大正元年のことである。同法案では、一地区一市場一業者制を採用することで旧来の市場問屋あるいは問屋組合を一業者に改編、収容する単一市場制構想<sup>5)</sup>が示された。同法案は、同年の帝国議会には提出されなかったが、その後、内務省（市区改正委員会）において「魚市場法案」の必要性が検討されるようになると、農商務省も法案の帝国議会への提出を計画（大正3年）した。しかし、内務省が単一営業人収容による独占の弊害を懸念したことに加え、第一次大戦の勃発等もあって法案の提出は見送られた。

第一次大戦後には主要都市での物価高騰が著しい反面、賃金の上昇率は低く、都市生活者の生活破綻が常態化した。このことは、大正7年に富山県で起きた米騒動に象徴されるように社会不安となってあらわれ、それへの対応が急務となった。これまでの市場政策は、主に問屋による商取引上の悪弊を取り除くことで生産者を保護し、生鮮食料品を安定的に廉価販売するという社会政策に重点がおかれたが、大正10年頃になると物価調整を基軸とする経済政策的な様相が強まりはじめた。

大正11年に、内務省（社会事業調査会）が「中央市場設置要綱」を答申した。同要綱では、中央市場の公的統制機関化（地方公共団体が開設、地域内の私設市場の廃止権限を有するなど）、中間業者の排除（卸売人の販売相手を小売人に限定し、仲買人の存在を認めない）、問屋商の手数料商人化（委託手数料主義、その他報酬收受の禁止）が示された。

大正12年には、農商務省が帝国議会に「中央卸売市場法案」を提出した。同法案の目的は、既設市場の整備・統合を進め、大量流通に適した施設と近代的な取引方法を備えた中央卸売市場を設置することにあった。また、一地区一市場制を原則とし、卸売人には市場問屋を組織化して収容することで、旧市場の廃止に伴う補償問題に触れることなく、公設私営主義を採用した。卸売人数については法案で明示されず、開設者が業務規程で定めることとなった<sup>6)</sup>。

### 3. 中央卸売市場法の成立と法制度の特徴

#### 1) 中央卸売市場法の成立

「中央卸売市場法案」は貴衆両院を通過し、大正12年3月30日に公布、同年11月1日から施行された。これによって卸売市場の法的な枠組みが誕生した。

中央卸売市場法では、主務大臣による開設認可制がとられ、卸売業者の営業に関しても地方長官による許可制がとられた。つまり、生鮮食料品の集散拠点整備を目的に、開設許可、営

業許可、運営等あらゆる部分が公的規制の対象におかれたのである。また、公正な価格形成を確保するために従来の相対取引に代わってセリ取引が原則として示され、卸売人の収入を手数料化することで市場業者の利潤形成手法が規制された。

なお、「中央卸売市場設置要綱」では仲買人の存在を否定したが、中央卸売市場法では仲買人に関する規定はなく、同法施行規則において、開設者が必要に応じて設置できる旨が記されるにとどまった。

中央卸売市場法という名称に表されるように、同法の適用範囲は人口集中と食料消費の増大が著しい都市部の卸売市場に限定され、地方市場を包括するものではなかった。この時期の市場政策は、都市生活者に対する食料品の安定かつ円滑な供給と生産者の公正な価値実現の場を確保することに主眼がおかれた。

## 2) 中央卸売市場法の特徴

中央卸売市場制度の特徴を問屋集合市場との比較のもとで明らかにする。

第一に、中央卸売市場の開設は地方公共団体あるいは公益法人に限定され、開設にあたっては主務大臣の認可を必要とする公設・開設認可制がとられたことである。

これは、問屋集合市場にみられる私設私営市場では流通量の増大に対処できるだけの施設拡大や整備が難しいこと、また当事者による施設整備がみられても、投下資本の回収のために販売価格が引き上げられ、消費者に対する適正価格での食料供給が阻害されるおそれがあったことによる。また、市場の公設制は、市場の信用力強化だけでなく、卸売人の営業が開設者の直接管理・監督下におかれることから、従来みられた荷引競争に伴う弊害を取り除く手段となり得る。

第二に、問屋資本においてしばしば問題とされた買い占めや売り惜しみなどの行為を改善するために、委託集荷とセリ取引が原則に掲げられたことである。

委託集荷を原則にすることで卸売人の買付行為を禁止し、また、セリ取引を原則にすることで問屋の恣意的な価格形成を阻止し、需給の自由な会合に基づく価格形成が達成される仕組みに改編されたのである。これに伴い、出荷者や買受人に対する不当差別の禁止、不透明な取引を解消するための取引価格の公表義務が定められた。また、生産者や荷主の出荷を促すために、業務規程では仕切り（代金決済）に関する事項が設けられた。言い換えれば、生産者に対しては安心して出荷できる場の提供を、小売業者に対しては公正価格での仕入れの場を制度的に保証したわけである。

第三に、問屋資本に対しては、従来の差益商人的な性格から手数料商人に転換させる規定が設けられたことである。

中央卸売市場の卸売人の収入は、原則として受託品に対する販売手数料に限定され、その他如何なる報酬の收受も禁止された。また、手数料は業務規程で定め、主務大臣の認可を必要とした。問屋には、純然たる販売代行者としての性格が付与されたわけである。したがって、卸売人による仲買業務の兼業等は認められなかった。

第四に、卸売人の資格として、地方長官の許可を受けると

ともに、資力を備え、また中央卸売市場の開設に伴う市場閉鎖によって損失補償を受けなかった者など、一定の条件が設けられた。

要するに、卸売市場の管理・運営を地方公共団体や公益法人が行うことで公共性を付与し、また市場業務を規制・監督する法的枠組みを設けることで、公正な価格形成と流通の合理化を推し進めようとしたのである。

## 第2節 中央卸売市場法の改正

戦中戦後には食料統制によって中央卸売市場は配給機関化されるが、昭和46年の卸売市場法の改正に至るまで部分的な改正を伴いながら、中央卸売市場法は卸売市場政策の基盤として機能した。本節では、同法施行後にみられる法改正から、卸売市場政策の変遷を明らかにする。その際、卸売市場制度の基盤形成は昭和30～40年代にかけて進むとの観点から、法制度の抜本的な見直しが行われた昭和46年までを対象とする。

### 1. 昭和31年改正

中央卸売市場法の第1回改正は、昭和31年に行われた。この法改正では、戦後の食料統制撤廃後の卸売人の乱立とそれに伴う過当競争を防止するために、卸売人数の最高限度を設けること、卸売人の合併や営業譲渡に関する独占禁止法（以下、独禁法）の適用除外を図ること、が主な論点となった。

戦中戦後には、中央卸売市場は食料品の配給機関に組み込まれ、事実上、価格形成機能を失い、また多数の公認荷受機関が発足した。昭和22年になると、食料品の統制が徐々に外れ、水産物の統制は25年に廃止された。また、統制期の公認荷受機関はそのまま中央卸売市場法に基づく卸売人に移行した。これは、統制中に公認した荷受機関を排除できず、一定の資格・能力があるものに対しては卸売人としての許可を与える方針を政府が採用したことによる。

その結果、卸売人の多数制や乱立<sup>7)</sup>がみられ、前渡し金や各種奨励金、その他の支出の膨張を招いた。また、統制中の責任集荷遂行のために支出した前渡し金の未回収や販売代金の焦げ付きにより、卸売人は著しい経営悪化に陥った。

そのため、卸売人は手数料の引き上げ運動<sup>8)</sup>を強め、政府は卸売人の整理と業務の充実等を条件に、手数料の引き上げを承認する旨を開設者に通達した。その後、卸売人の整理・統合を進める動きがみられるが、独禁法との兼ね合いが一つの問題となった。

つまり、第1回法改正の狙いは、卸売人の統合整理を通じた卸売人数の適正化（最高員数の設定）と経営改善、過当競争に伴う取引上の弊害除去、それによる市場の信用力強化にあったといえる。

### 2. 昭和33年改正

第2回改正は、第1回法改正の流れを引き継ぎ、昭和33年に行われた。法改正の背景は主に次の2点である。第一に、卸売人間の過当競争で、前渡し金や各種奨励金の過度の支出とそれによる資産状態の悪化がみられたこと、第二に、卸売

人の信用力を高めるために財務の健全性を確保する必要があったこと、である。昭和32年の丸東東京神田青果株式会社（東京神田分場の卸売業者）に対する卸売業務の停止、許可の取り消し<sup>91</sup>を契機に、法改正の必要性が叫ばれるようになった。

第2回法改正では、卸売人による前渡し金や各種奨励金の支出を制限し、純資産基準額制度を導入することで財務の健全性を維持するといった、卸売人の経営改善とそれによる信用力強化に重点がおかれた。

### 3. 昭和36年改正

第3回改正は昭和36年に行われ、翌37年から施行された。法改正の主な背景は、都市への急激な人口集中と生鮮食料品価格の高騰<sup>92</sup>によって中央卸売市場を核とする卸売市場の整備が急務となったこと、卸売人の兼業業務が増加したこと、などである。したがって、この法改正では、中央卸売市場の開設・整備計画の策定、卸売人の兼業業務に関する届け出制の採用等が示され、また独禁法の適用除外が類似市場の卸売人との合併や営業譲渡にまで拡張された。

この時期には、すでに中央卸売市場法の抜本的な見直しの必要性が指摘されていたが、地方市場や水産物の産地市場を包含する総合的な法体系の整備には至らず、応急処置的な改正となった。しかし、中央卸売市場と地方市場や水産物産地市場との連携を強化する必要性が討議されていたという点で、卸売市場政策は新たな局面を迎えていたといえよう。

### 第3節 卸売市場法の成立

昭和46年の第4回改正は、法制度の抜本的な見直しという点で、前記した3回の法改正とは性格が異なる。中央卸売市場法は、卸売市場法<sup>11</sup>の施行をもって廃止されたが、その骨子はそのまま受け継がれた。

法改正の要点は次の3点である。第一に、中央卸売市場、地方卸売市場を通じた市場流通の組織化である。つまり、卸売市場整備基本方針、中央卸売市場整備計画、都道府県卸売市場整備計画に基づいて中央、地方卸売市場を適所に配置し、施設等の近代化・大型化を計画的に進めることで効率的な流通網（ネットワーク）を形成しようとするものである。こうした卸売市場の適正配置の必要性は、都市化の進展で物流機能の低下がみられたこと、消費の拡大により広域・大量流通化が進んだこと、などを背景としている。

第二に、市場機能の拡充を図り、公正かつ適正な価格形成と効率的な流通を確保するための諸規定が設けられたことである。たとえば、取引面では委託集荷・セリ取引を原則としつつ、一定の要件を備えたものには買付集荷や相対取引（例外規定）への道を開くとともに、差別的取扱いの禁止や商物一致原則等が示された。例外規定は、規格性、貯蔵性をもつ商品の増加や出荷サイドの希望価格（指し値）に対する要請の強まりなど、流通与件の変化に機動的、効率的に対応するための手段として設けられた。また、仲卸業者（以前は仲買人と呼称）の地位や役割が法的に明確に規定された。これは、大量流通時代の到来や卸売市場の取扱増加を背景に、これま

で附属営業人的な位置づけにあった仲卸業者の諸機能が評価され、その必要性が認められるようになったことを示す。

第三に、地方卸売市場に関する統一的な法制度となったことである。同法の制定以前には、地方卸売市場に関する統一的な法制度はなく、各府県の市場取締規則に準ずる形で管理、運営されてきた。取締規則の内容は府県ごとに様々であり、統一的な行政管理にはほど遠いものであった。しかし、生鮮食料品の大量かつ全国規模での流通に対処するためには卸売市場のネットワーク化が必要であり、また、地方卸売市場では分散乱立や施設の狭隘化等の問題が生じていたことから、国による整備の必要性が高まったのである。

今回の法改正によって、卸売市場政策の対象が地方卸売市場にも拡がり、中央・地方卸売市場を通じた総合的な卸売市場制度が整った。卸売市場は、法制度上、中央卸売市場、地方卸売市場、規模未満市場に区分された。中央卸売市場とは、人口20万人以上の市またはこれらが加入する一部事業組合もしくは広域連合が開設する卸売市場のことで、開設には農林水産大臣の許可が必要となる。地方卸売市場とは、卸売場の面積が政令で定める規模以上のものを指し、開設には都道府県知事の許可を要する。卸売場の面積基準は、水産物の消費地市場が200㎡、産地市場が330㎡以上である。卸売業者の営業許可は、中央卸売市場では農林水産大臣、地方卸売市場では都道府県知事、仲卸業者・売買参加者については、中央卸売市場では開設者の許可を要するが、地方卸売市場では開設者の承認および知事への届け出が一般的である。規模未満市場とは中央卸売市場や地方卸売市場以外の卸売市場のことで、卸売市場法による直接の規定はない。水産物の地方卸売市場と規模未満市場については、消費地市場と産地市場に類別されている。

### 第4節 卸売市場の施設整備

大正12年に中央卸売市場法が施行され、卸売市場の開設整備が進むが、それは一部の拠点都市（政令指定都市）を中心としたものであった。中央卸売市場については、中央卸売市場法の第3回改正をうけて、昭和38年に開設および整備に関する計画が公示され、国による補助金の交付<sup>12</sup>が始まった。地方卸売市場については、昭和43年から都道府県が卸売市場整備計画を策定し、それに対する国の助成が始まった。地方卸売市場は、小規模・零細市場が多いため、統廃合を通じた大型化や適正配置が主な整備課題となった。

表1は、中央卸売市場の開設・整備動向を示したものである。中央卸売市場の開設は、昭和30年代から50年代半ばにかけて進む。昭和20年は8都市20市場に過ぎず<sup>13</sup>、その半分が関東や京阪神等の政令指定都市にあった。昭和30年代の増加が著しく、45年には28都市57市場に増えた。昭和30年代に開設された中央卸売市場をあげると、開設年順に福岡市長浜、神戸市東部、川崎市南部・中原・高津、姫路市、大阪市食肉、北九州市（小倉）、名古屋市高畑、福岡市食肉、広島市食肉、横浜市食肉、福岡市千代・高宮・雑餉隅・香椎・姪浜、札幌市、仙台市、千葉市、大宮市、久留米市、岡山市、大阪市東部、新潟市、神戸市西部である。

表1 中央卸売市場の整備動向

年	新設市場	うち移転	廃止市場	各年市場数
大正12～昭和20	20 (11)	— (—)	—	昭和20年 8都市 20市場
昭和21～30	7 (5)	— (—)	—	昭和30年 13都市 27市場
昭和31～40	25 (7)	— (—)	—	昭和40年 23都市 52市場
昭和41～45	12 (9)	4 (4)	5	昭和45年 28都市 57市場
昭和46～50	24 (14)	3 (2)	4	昭和50年 45都市 80市場 (42市場)
昭和51～55	12 (8)	2 (1)	2	昭和55年 54都市 91市場 (49市場)
昭和56～60	13 (7)	8 (5)	11	昭和60年 56都市 91市場 (53市場)
昭和61～平成4	2 (1)	2 (1)	4	平成4年 56都市 88市場 (54市場)
平成5～11	—	1 (1)	—	平成11年 56都市 87市場 (53市場)

資料：農林水産省食品流通局市場課「卸売市場の現状と課題」, 「卸売市場データ集」(各年), 社団法人食品需給センター編集「市場流通要覧 改訂5版」(大成出版社, 1999年)  
 注：括弧内の数値は水産物市場の数。移転には移転に伴う既設市場の統合を, 廃止には移転によって廃止された市場を含む。

開設にあたっては, 一都市一市場が原則とされたが, 東京等の大都市では分場が設けられた。これは, 都市圏への人口集中, 都市交通の麻痺, ドーナツ化現象に伴う小売店等の郊外立地を背景に, 地域によっては卸売市場の単一統合がかえって域内流通の円滑を欠くことになったためである。したがって, 都市圏への人口集中が進む昭和40年代に入ると, 新設整備に加えて既設市場の移転・修復整備が始まった。

昭和50年代以降, 整備の中心は既設市場の移転・修復に移り, 中央卸売市場の新設整備はほぼ完了した。平成11年3月現在, 56都市に87の中央卸売市場が開設され, このうち46都市・53市場が水産物を取り扱っている。

次に, 図1は地方卸売市場数の推移をみたものである。ここでは資料的な限界から, 卸売市場制度成立当初からの状況を示すことはできないが, 農林省「生鮮食料品卸売市場立地等調査報告書」(昭和42年)によると, 昭和39年には水産物市場が約1,800(消費地が600, 産地が1,200), 青果物市場が約1,400存在したことが, 一般に施設が零細で, 老朽化・陳腐化したもの

が多いこと, 旧市街地の中心部に位置するものが少なくないこと, などが報告されている。つまり, 地方市場については, 市場施設の狭隘化や市街地での営業に伴う衛生, 交通問題等への対応を図るとともに, 市場の統廃合を通じた大型化や競争力の増強, あるいは信用の強化が課題となったわけである。

最近20年ほどの動向をみると, 地方卸売市場数は一貫して減少し, 昭和51年度に1,940市場であったものが, 平成9年度には1,484市場となった。このうち総合市場は179(うち青果と水産物を扱う市場は128), 水産物の消費地市場は196, 産地市場は348である。なお, 規模未満の市場は, 水産物の消費地市場で123, 産地市場で394存在する。

地方卸売市場については, 市場規模の大型化や経営基盤の強化を目的に市場の統合整理が進められ, 同時に, 民設民営から公設民営への移行が進んだ。昭和50年代に入ってから第3セクター方式<sup>14)</sup>での開設もみられはじめた。

図2は, 昭和40年以降の卸売市場整備補助額の推移をみたものである。卸売市場の施設整備は, 中央卸売市場施設整備,

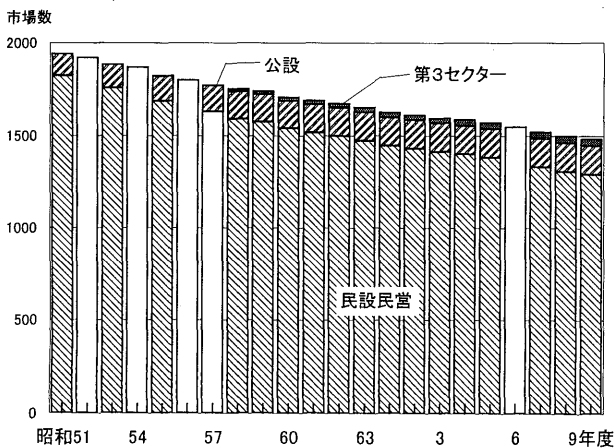


図1 地方卸売市場数の推移と開設形態

資料：農林水産省食品流通局市場課「卸売市場の現状と課題」, 「卸売市場データ集」(各年)  
 注：青果物市場を含む。昭和51, 54, 56, 57, 平成6年度の内訳は明らかでない。

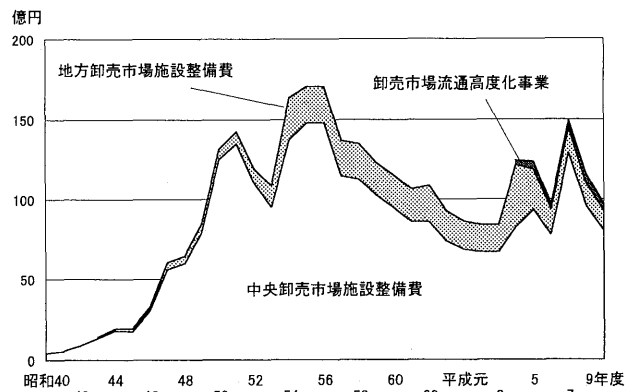


図2 卸売市場整備補助額の推移

資料：農林水産省食品流通局市場課「卸売市場データ集」(各年), 食品需給研究センター編集「市場流通要覧 改訂5版」(大成出版社, 1999年)  
 注：卸売市場流通高度化事業は, 卸売市場機能高度化事業の平成7年度からの組替新規事業。中央卸売市場施設整備費には生活関連重点化枠を含む。

地方卸売市場施設整備、卸売市場流通高度化事業の3つに分けられる。施設整備にあたっては、地方公共団体が整備事業に要する経費に対して、国が一定率の補助（後掲表2参照）を行うことになる。

卸売市場整備に対する補助金の交付は、卸売市場法への改正を契機に急増し、昭和50年代半ばには約171億円に達した。これは、卸売市場法の施行をうけて策定された卸売市場整備基本方針等に基づき、中央卸売市場の新設整備が進められたことによる。前記のように、昭和50年代半ば以降、整備の主軸は既設市場の修復・移転に移った。地方卸売市場については、昭和43年の「地方卸売市場施設整備事業実施要領」の公示によって国の助成がはじまり、52年度以降、地方卸売市場施設整備費が増える。

近年では、中央、地方を問わず卸売市場の新設整備はほぼ完了し、中央卸売市場については中核拠点市場と転送依存市場への二極分化や機能分化が、地方卸売市場については引き続き統合整備が課題となっている。さらに、卸売市場間の連携が弱く、川上・川下の大型化に十分対応できていないといった状況や、都市部での大規模卸売市場の販売攻勢の強まりと近隣（中小規模）卸売市場の取扱高の減少、機能低下等があらわれはじめている。したがって、地域流通の円滑化を図るためにも市場間の機能分担や配置等に関する再検討の必要性が高まっている。

## 第2章 卸売市場をめぐる流通与件の変化

生産から消費に至る各流通段階は、商品の流れを川にたとえて、生産者側が「川上」、消費者側が「川下」、この両端を結ぶ流通段階が「川中」と呼ばれる。川中に位置する流通業

者は、川上・川下双方の構造変化に大きく影響される。

近年、生鮮食料品の流通をめぐっては出荷組織の大型化や規格・貯蔵性に富む輸入品の増加といった生産・供給構造（川上）の変化と、消費者ニーズの多様化や量販店主導型流通の台頭など消費・小売構造（川下）の変化が生じている。以下では、こうした卸売市場流通を取り巻く環境変化について、水産物を中心にみていこう。

### 第1節 水産物消費と小売構造の変化

#### 1. 水産物消費の変化

近年、消費者ニーズを起点とする流通対応への転換が叫ばれるようになった。これは、従来の川上規定型流通の終焉<sup>18)</sup>を意味する。現在では、消費者が望む品質・規格・価格等を持ち、そのライフスタイルに則した商品をいかにして開発・生産・販売するかが生産・流通業者の共通課題となっている。しかし、消費者ニーズは簡単に一つに括れるものではなく、品質や価格、調理の手間や買い物時点での利便性追求など個々の要求が複雑に絡みあって形成される。また、それは社会・経済事象とともに変化する。

消費者ニーズの変化を総務庁「家計調査年報」によってみると、以下の特徴がある。

第一に、核家族の増加、世帯員数の減少、女性の社会進出が進行している。女性の社会進出はライフスタイルの変化の一つであり、家事労働時間の短縮や素材食品から調理済み食品への購買品目の転換、購買時間や範囲の縮小、ワンストップショッピングに代表される利便性追求など、購買行動の質的な変容となってあらわれる。

第二に、エンゲル係数の低下である。可処分所得の増加に

表2 卸売市場整備事業の内容

	中央卸売市場施設整備	地方卸売市場施設整備	卸売市場流通高度化事業
内容	大都市中核市場の再整備を重点的に実施し、市場機能高度化のための施設整備と防災機能の強化を図る	地方都市における円滑かつ効率的な流通を確保するため、統合整備を推進する	流通高度化を図るため、先進的・革新技術の導入に伴う市場整備および流通拠点の整備を行う
補助率	◆基幹施設 ・卸売場、冷蔵庫など <新設市場> → 4/10 <既設市場> → 1/3 ◆関連施設 ・電気通信、冷暖房施設等 <新設市場> → 1/3 <既設市場> → 1/4 ◆附属施設 ・管理施設、加工施設など <新設市場> → 1/4 <既設市場> → 1/5 ※既設市場のうち一定条件をみたす大規模増改築事業については新設市場の補助率を適用	◆主たる施設 ・卸売場、冷蔵庫など <新設市場> → 1/3 <既設市場> → 1/5 ◆従たる施設 ・電気通信、衛生、管理施設、関連商品売場など <新設、既設市場> → 1/5	※ 補助率は、中央卸売市場施設整備、地方卸売市場施設整備の補助率をそれぞれ適用

資料：農林水産省「卸売市場施設整備費補助金交付要綱」

伴い、食料消費では「量」より「質」への要求が強まる。また、グルメやレジャー、趣味、教養など個人の嗜好に基づく支出が拡大する。余暇時間の拡大がそれを促す。

第三に、食料費支出に占める魚介類比率の低下と外食比率の拡大である。魚介類比率は昭和53年を境に低下するが、外食比率は右肩上がりに伸張し、平成9年には17.8%に達した。魚介類比率の低下は購入量の減少によるところが大きい。鮮魚の購入量は、昭和50年の60kgから平成9年の46kgに減少している。この背景には女性の社会進出、核家族化による調理技能継承の断絶、調理の簡便化と調理済み食品の購入増加など調理や食の外部位化がある。

第四に、魚介類支出に占める各品目の割合はあまり変化しないが、魚介類に対するニーズは多様化・細分化している。その結果、廃棄率が高く調理に手間がかかる、技術を要するなどの特徴をもつ生鮮魚介類を中心に消費者の購買対象から外れていく傾向がある。

所得の増加、余暇時間の拡大、世帯構成の変化、女性の社会進出等の変化は、食味、健康・安全、簡便化等の点で水産食品に対する消費者ニーズの多様化と細分化を促した。

## 2. 小売構造の変化

昭和40年代半ば頃まで生鮮三品の販売において主体的な役割を果たしてきた専門小売業は、スーパー等のチェーン展開が強まるなかで徐々に販売シェアを減らしている。当初、生鮮魚介類については、商品・規格・品質等が多種多様であること、販売にあたっては解体（身おろし）、調理、加工等の専門技術を要することから、専門小売業の販売シェアがすぐに低下することはないとの見方が一般的であった。また、当時は消費者利益や中小小売業に対する保護を目的に大規模小売店舗法（以下、大店法）が施行され、大型小売店の新規出店に一定の規制が加えられた。しかし、大店法は、平成元年の日米構造協議において適切な競争を阻害するなどの弊害が指摘され、規制緩和が進むこととなった。これを契機に、大型小売店の新規出店がさらに加速した。

通産省「商業統計表」をもとに、鮮魚小売業の動向をみると次のような特徴がある。

鮮魚小売店数の減少と鮮魚販売高に占めるシェアの低下である。昭和49年に約57,000軒あった商店数は51年の約58,000軒をピークに減少し、平成9年には30,000軒弱、最近二十数年間に48%減少した。また、鮮魚販売高に占める鮮魚小売業のシェアは昭和49年の66%から平成9年の36%に縮小している。これとは逆に、販売シェアを伸ばしているのが各種食料品小売業<sup>16)</sup>で、その鮮魚の販売シェアは昭和49年の29%から平成9年の54%に大きく伸張した。

鮮魚の販売においては、最近二十数年の間に鮮魚小売業と各種食料品小売業の間で主客の入れ替わり<sup>17)</sup>が生じた。これは、経営者の高齢化と後継ぎ問題といった鮮魚小売商内部の問題だけでなく、大店法の改正に伴う量販店等に対する出店規制の緩和、購買行動の変化と商圏争いの激化、冷凍・保管技術の普及と輸送条件の整備、規格・貯蔵性商品の増加等を背景としたものである。

## 第2節 供給構造の変化

魚介類の自給率低下が顕在化している。食用向け魚介類の自給率は、昭和60年の86%から平成9年の60%に低下した。これは、国内生産の減少と輸入の増加といった供給構造の変化による。

漁業生産量は、昭和59年の1,282万トン（2兆2,200億円）をピークに減少し、平成9年には741万トン（1兆9,500億円）となった。生産量の減少は、200カイリ体制下での漁場の外延的拡大の限界と国際規制の強化、マイワシなど主要資源の漁獲減少や資源状況の悪化等による。

他方、水産物の輸入は、昭和60年からの円高もあって増え続け、平成9年には341万トン、1兆9,500億円となった。これは国内生産量の46%、金額の88%に相当する。数量では、国内生産がラウンドベースであるのに対し、輸入物はフィレ・ドレス等の製品ベースで計上されるから、国内物との比率はここで示すよりも高い。輸入形態は、活魚・鮮魚・冷蔵・冷凍、塩干・くん製品、調整品など多様で、一般に冷凍品の比率が高い。塩干・くん製品や調整品の輸入も増えている。調整品には缶詰やウナギの蒲焼き等が含まれ、規格性が高い商品が多い。

こうした輸入品の多くは、大手水産会社や商社等によって現地で買い付けられ、輸入されるのが一般的である。したがって、輸入段階ではすでに一次価格が形成されている。つまり、国内物のようにサイズ、品質に応じた規格立てや現物を目にした価格形成を必要とせず、商物分離取引が成立する条件をもつ（一般に、輸入品は輸入元の商社と買い手との契約に基づき、冷蔵庫に保管したまま名義変更、所有権移転されることが多い）。

水産物の輸入が増えるなかで、その輸入元となる商社や大手水産会社が荷主（出荷者）としての役割を果たすようになる。これは、従来の小規模生産者や産地出荷者に比べて強固な資金力・信用力・販売力をもつ大手荷主の発生を意味する。商社や大手水産会社は、多様な商品を自社あるいは系列会社等の多角的な販売網を通じて全国販売しており、強い価格交渉力をもつ。

## 第3節 物流条件の変化と流通経路の多元化

水産物の市場規模は、高度経済成長期に著しく拡大した<sup>18)</sup>。これは、大手水産会社や商社等の流通介入が進み、マグロ、サケ・マス、エビ・イカ等を中心に全国商品化が進んだこと、水産物輸入が増加したことなどを背景としている。

産地市場では、遠洋・沖合漁業の発展を背景に水揚げ処理と出荷単位の大型化がみられ、水揚げ・用途配分・加工・出荷にかかわる設備投資（拠点化形成）が進んだ。その一例が、冷凍冷蔵庫の整備<sup>19)</sup>、加工技術の開発、加工団地の造成を含めた漁港関連施設の整備である。産地市場での物流インフラの整備は、取扱規模の大きな出荷仲卸や加工業者等の定着を促し、水揚げ地市場と加工団地との有機的な結びつきによって市場の取扱規模を高めた。



冷凍冷蔵庫の整備は、モータリゼーションの進展と時期を同じくして昭和30年代半ば頃から進み、さらにコールドチェーンの全国展開へとつながる。これは、水産物を局所性商品から広域性商品へ、また季節性商品から周年性商品へと転換させた。このことは産地市場での利用配分の掌握、すなわち冷凍を含めた加工処理の取り込みやストックポイント機能の発揮としてあらわれ、消費地市場に対しては生鮮出荷量の減少に結びついた。こうした物流条件の整備は、生鮮品の流通圏をも拡大させたが、産地間あるいは魚種間の競争を強めることにもなった。生産・出荷者は消費ニーズの多様化や個性化を背景に、高品質・高鮮度化、チルド化、活魚化、あるいは切り身やパッキング等の付加価値商品の開発を進め、宅配業者等の配送技術を活用した産直や直販所の開設を通じた直売などバイパス流通への動きを強めた。

つまり、川上では、生鮮魚でみられた消費地市場への一元出荷が弱まり、大手水産会社、加工メーカー、場外業者、あるいは消費者との直接的な結びつきが強まった。流通経路の多元化を背景に、産地市場（あるいは生産・出荷者）は消費地市場に対する交渉力を高め、生鮮品においても無条件委託による出荷は縮小し、指し値や売り渡し品が増加した。とくに大手水産会社等による流通介入は、自社販売部門の強化や別会社の設立、場外業者や産地出荷者の系列化を通じて、市場外流通への展開を加速させた。

近年では、漁業生産の縮小、輸入水産物の増加、調理済み冷凍食品に対する需要拡大、低温流通体系の定着等を背景として、冷凍冷蔵庫の立地が拠点都市やその近郊に集中する傾向がある。商港あるいは高速道路網など物流上の要所、あるいはその周辺で冷蔵庫の集積が進み、たとえば産地冷蔵庫においても搬入品の一時保管が強まるなど、当該漁港水揚げと冷蔵庫の庫腹内容には乖離が生じている。物流の要所に立地する冷蔵庫では、庫腹量の大型化とオートメーション化、加工場やリパック施設の併設等がみられ、商物分離に対応した場外流通の物流拠点として機能している。

いずれにせよ、こうした流通与件の変化は流通経路の多元化を促している。

消費者は、価格、品質、利便性等において訴求性を拡大し、産直といった生産者との直接取引や生協による共同購入等への志向を強め、大規模小売店の販売攻勢を後押しした。量販店等の販売は、セルフ方式や多種多様な品揃えによる消費者への利便性供与と薄利多売を基礎としているからである。

量販店の水産物の仕入れ先（表3）をみると、調査方法の違いなどにより数字のバラツキはあるが、次のような特徴がみられる。生鮮品の5～6割、冷凍品の2～3割、加工品の4割前後が中央卸売市場からの仕入れであるが、仲卸業者から減少し、卸売業者からの直接仕入れが増えている。また、とくに冷凍品や加工品を中心に場外業者、大手水産会社、産地出荷者など、仕入れ先が多様化している。これは、経済合理性の追求に加えて、販売面での商品差別化戦略に基づくものである。なお、近年、量販店は地域需要への厳密な対応を目的に地方卸売市場からの集荷を強める傾向にあるが、同資料による限りでは地方卸売市場からの集荷は生鮮品を中心に低下している。なお、同資料に基づき、外食店の仕入れについて示すと、生鮮品は中央卸売市場の仲卸業者が31%、問屋や専門小売店が46%を占め、冷凍・加工品では問屋や大手水産会社を中心とする。

生産・出荷段階では、卸売市場に対する販売委託の一元化が崩れ、生産者やその組織が量販店など特定の大口需要者との直接取引や生産者直販所の開設、宅配システムを用いた消費者への受注販売等のマーケティング展開を始めた。

しかし、消費者、小売業者、生産・出荷者の結びつきが多くの流通チャンネルで容易に成立するわけではない。対象となる商品が限定されること、取引が特定時期に限られ安定取引が難しいこと、など問題も多い。たとえば、生産者（あるいはその組織）と量販店の直接取引を考えた場合、量販店は生産者に対して品質・規格・量・価格・納期等の安定性を求めるだろう。対象となる商品が冷凍品や塩干品であるならともかく、養殖物を除けばその条件をみたく生鮮魚はないに等しい。逆に、量販店にとっては、生産者に対する納品指導に時間を要するだけでなく、特定産地との直接取引では多種多様な品揃えに限界が生じ、複数産地との取引が必要となる。こ

表3 量販店の水産物の仕入れ先の変化

年度		単位：%										
		中央卸売市場 卸売：仲卸		地方 市場	場外 問屋	大手 水産	漁協 漁連	産地 出荷	輸入 商社	直 輸入	その 他	合計
生 鮮 品	昭和58	9.5	48.1	20.7	5.4	2.5	2.7	8.6	1.3	0.2	1.0	100.0
	平成元	14.2	40.6	23.1	9.8	4.2	2.8	3.7	0.6	0.4	0.3	100.0
	" 6	14.5	44.1	13.4	6.0	3.4	5.7	9.2	2.1	0.8	0.9	100.0
冷 凍 品	昭和58	5.0	16.2	11.2	23.3	22.4	2.4	3.6	8.5	4.8	2.8	100.0
	平成元	14.6	16.8	13.1	40.2	9.4	0.3	0.6	2.8	1.2	0.9	100.0
	" 6	8.9	15.9	4.2	15.8	36.8	0.5	1.7	7.9	6.5	1.9	100.0
加 工 品	昭和58	6.4	37.4	8.6	20.8	6.3	1.3	11.0	2.6	1.1	4.5	100.0
	平成元	10.0	29.5	18.0	31.0	4.7	0.5	3.5	0.9	0	1.8	100.0
	" 6	8.8	29.2	6.0	17.2	14.8	3.3	15.0	2.4	1.5	1.9	100.0

資料：食品需給研究センター「卸売市場環境動向調査報告書」（昭和59年）、「卸売市場ビジョン調査」（平成2年）、「卸売市場整備基本方針策定調査報告書」（平成7年）



れでは仕入れコストの増加を招く。したがって、量販店による産地からの直接仕入れは特定品目（たとえば目玉商品）に限定される。卸売市場以外の仕入れでは、産直よりも場外問屋や商社、水産会社等からの冷凍・加工品の仕入れが中心となる。

消費者、小売業者、生産・出荷者が、それぞれ取引先の選別を強めるなかで、流通経路が多様化している。これは、川上・川下双方のニーズに応えることができない流通経路、流通業者が縮小・淘汰を余儀なくされる環境が強まったことを意味するといえよう。

### 第3章 水産物卸売市場の現況

流通与件の変化に伴い、卸売市場流通の相対的な地位の低下が進んでいる。その一端は卸売市場経由率の低下にみられる。図3は、水産物の卸売市場経由率の推移を示している。卸売市場経由率は昭和50年代半ばを境に低下し、59年度には80%を、平成7年度からは70%を割るようになった。水産物消費の動向とあわせて考えれば、卸売市場流通の地盤沈下と市場外流通の拡大を端的に示している。市場外流通の増加は、冷凍品や加工品など現物取引や需給の会合に基づく価格形成を必要としない規格・貯蔵性商品が増えたことによる。

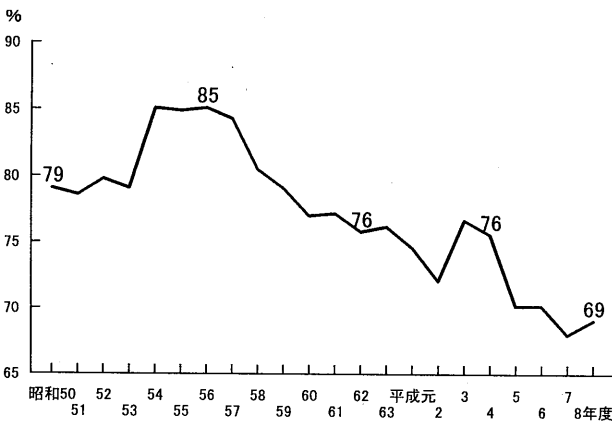


図3 卸売市場経由率の推移 (水産物)

資料：農林水産省食品流通局市場課「卸売市場の現状と課題」, 「卸売市場データ集」(各年)

注：卸売市場経由率とは、中央卸売市場・地方卸売市場(消費地)・規模未満市場(消費地)の取扱量から市場間転送量を引いたものを総流通量で割ったもの。数量ベース。平成8年度は速報値。

卸売市場は、生産と消費とを結びつける結節点として機能してきた。しかし、前記した流通与件の変化を背景に、卸売市場では法原則と実務との乖離、あるいは市場業者の経営悪化や卸売市場自体の機能低下等<sup>20)</sup>が生じている。流通与件の変化に対応できない流通経路、流通業者は、川上・川下側の選択から外され後退を余儀なくされる。卸売市場は新たな存立範囲の模索といった転換期を迎えている。以下では、水産物卸売市場が具体的にどのような状況に直面し、また、どのような矛盾を抱えているのかについて、中央卸売市場(第1節)、地方卸売市場(第2節)の順にみていきたい。

### 第1節 中央卸売市場

#### 1. 取扱動向

図4は、中央卸売市場における水産物の商品形態別の取扱動向をみたものである。取扱量は昭和50年度の349万トンから63年度の425万トンに増えるが、その後は総じて減少し、平成9年度では365万トンである。取扱金額は、昭和50年度の1兆7,500億円から57年度の3兆1,600億円に急増して以降、ほぼ横這いとなるが、60年代末から平成初期にはいわゆるバブル期の単価上昇や高価格魚の取扱増加に支えられて取扱高が増えた。しかし、平成3年度を境に減少し、9年度では3兆566億円である。

生鮮品の取扱量は、昭和50年度の139万トンから60年度の174万トンに増えて以降、ほぼ横這いにある。加工品や冷凍品は、昭和50年代半ばあるいは末には停滞するようになり、昭和末からはほぼ一貫して減少している。平成9年度では、生鮮品が169万トン(構成比44%)、加工品が111万トン(29%)、冷凍品が85万トン(27%)である。取扱金額では、生鮮品の堅調な伸びに対し、加工品と冷凍品は昭和50年代半ば頃から伸び悩んでいるが、いずれも平成3年度頃から減少している。平成9年度では生鮮品が1兆3,500億円(44%)、加工品が8,800億円(29%)、冷凍品は8,200億円(27%)である。

図4の右は、6大都市中央卸売市場(以下、6大都市：東京・横浜・名古屋・京都・大阪・神戸)の取扱動向を示している。取扱量は、昭和50年から210万トン台で推移するが、平成に入って減少し、9年では170万トンとなった。金額は、バブル期の増加を除けば、昭和50年代半ば以降、1兆6,000億円前後で横這いである。

中央卸売市場の実績が年度、6大都市が年次という違いはあるが、中央卸売市場の取扱高に占める6大都市の割合をみると、取扱量では昭和50年の60%から平成9年の46%に、金額では65%から51%に低下している。とくに昭和50~58年にかけての低下が大きく、数量で9.7ポイント、金額で11ポイント低下した。原因は定かでないが、この時期には中央卸売市場の新設や地方卸売市場の統合整備によって流通圏の分割が進むことから、出荷者や買出業者側で出荷・仕入れ行動の見直しが進んだことが関係するといえよう。

商品形態別には、生鮮品の取扱量は昭和50年から60万トン前後でほぼ横這いであるが、加工品は61年、冷凍品は53年以降、減少している。平成9年では、生鮮品は64万トン(38%)、加工品は63万トン(37%)、冷凍品は42万トン(25%)である。金額では、生鮮品は昭和50年の3,200億円から平成4年の6,600億円まで増加し、冷凍品と加工品は50年代半ば頃から伸び悩むが、いずれも平成3年頃を境に減少している。平成9年では、生鮮品は6,200億円(40%)、加工品は5,200億円(33%)、冷凍品は4,300億円(27%)である。中央卸売市場全体の動向と同様に、生鮮品の取扱比率の拡大と冷凍品の縮小が顕著である。6大都市では、もともと冷凍品の取扱比率が高く、昭和50年には3割強を占めていたが、平成9年には2割強に縮小している。他方、生鮮品の割合は同期間に11

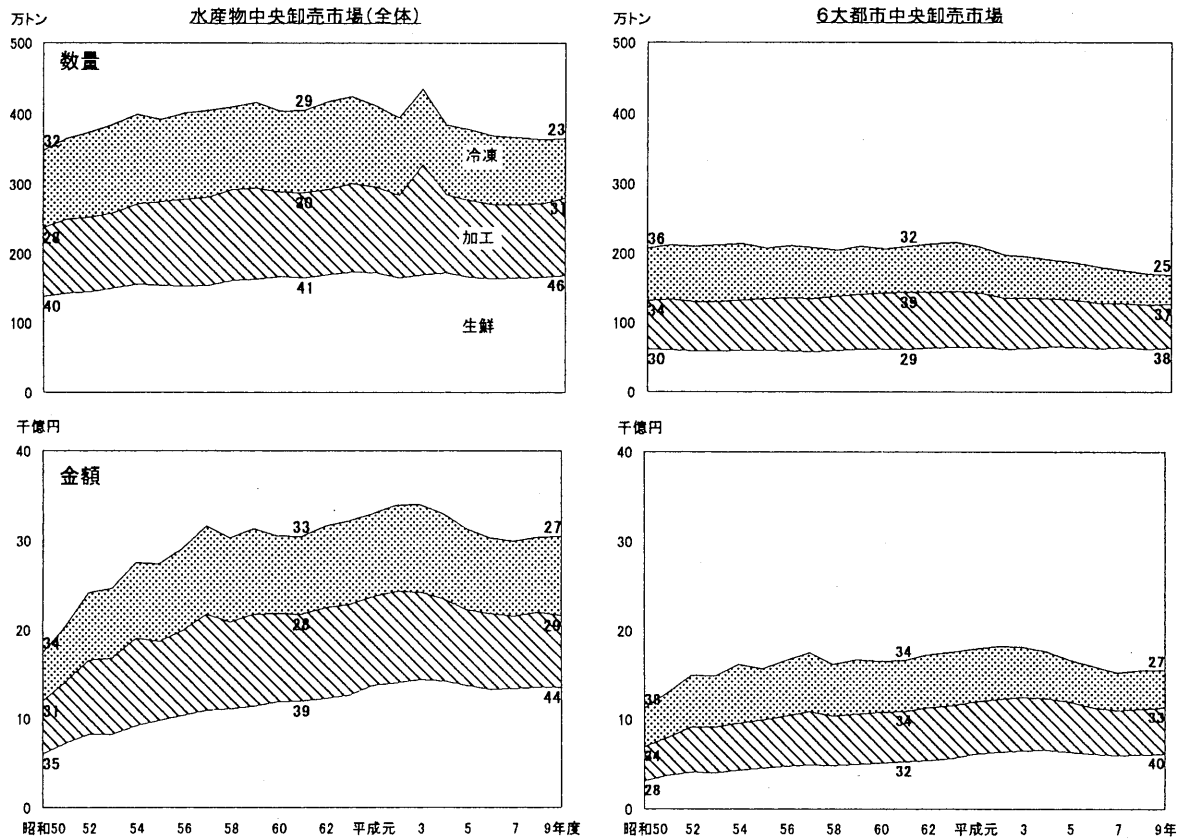


図4 中央卸売市場における水産物の取扱動向

資料：農林水産省食品流通局市場課「卸売市場の現状と課題」，「卸売市場データ集」，農林水産省統計情報部「水産物流通統計年報」（各年）  
注：グラフ中の数値は構成比（％）。

ポイント増加した。加工品は，中央卸売市場全体に比べて取扱比率が高い。

中央卸売市場の水産物の取扱いは，概して昭和末には取扱量の伸びが鈍化するが，バブル景気の単価上昇や高価格魚の取扱増加に支えられ，かろうじて取扱金額を伸ばしてきた。しかし，これもバブルの崩壊で止まり，取扱いは停滞ないし縮小の時期に入った。

図5は，中央卸売市場における水産物の品目別集荷先別の取扱動向をみたものである。生鮮品では，産地出荷者からの集荷が5割を占め，ついで生産者やその組織（漁協系統）が続くが，両者からの集荷率は縮小している。代わって，商社・水産会社，その他からの集荷が伸びている。加工品では，産地出荷者からの集荷が5割程を占めるが，その割合は低下し，生産者とその他からの集荷が伸びている。冷凍品では，商社・水産会社，産地出荷者，その他からの集荷が9割程を占めるが，商社・水産会社からは縮小し，産地出荷者とその他が増えている。各商品形態において，「その他」からの集荷率が高まっている。「その他」の詳細は明らかでないが，これには加工業者や場外問屋（卸売業者の関連

会社を含む）からの集荷，あるいは卸売業者の直接輸入等が含まれるものと思われる。

表4で，大阪本場を例に産地別の集荷状況みておこう。生鮮品の取扱量は，昭和58年の150,337トンから平成10年の143,394トンに減少した。産地別では，大阪と三重からの入荷量は増加したが，長崎，青森，福岡，和歌山など従来の産地は量的な減少とともに順位を下げている。代わって，東京，兵庫，千葉等の貿易港を有する都市が主産地として浮上して

表4 大阪本場における水産物の産地別集荷

順位	生鮮品（冷凍を含む）				加工品			
	昭和58年		平成10年		昭和58年		平成10年	
	産地	トン	産地	トン	産地	トン	産地	トン
1	北洋	20,621	大阪	15,211	大阪	10,563	大阪	11,552
2	長崎	11,832	北洋	13,978	兵庫	10,180	兵庫	8,589
3	南方	11,660	南方	10,881	北海道	8,901	北海道	7,223
4	海外各地	11,064	静岡	8,682	三重	5,892	海外各地	4,686
5	静岡	9,381	三重	6,104	千葉	5,518	千葉	4,260
6	青森	7,243	長崎	5,759	静岡	4,956	東京	2,821
7	三重	5,812	東京	4,918	愛知	4,641	三重	2,747
8	大阪	5,704	兵庫	4,857	北洋	4,357	京都	2,370
9	福岡	4,686	千葉	4,607	京都	3,513	静岡	1,962
10	和歌山	4,677	愛媛	4,542	神奈川	3,109	島根	1,756

資料：大阪市中央卸売市場「大阪市中央卸売市場年報」，同「市場概要」

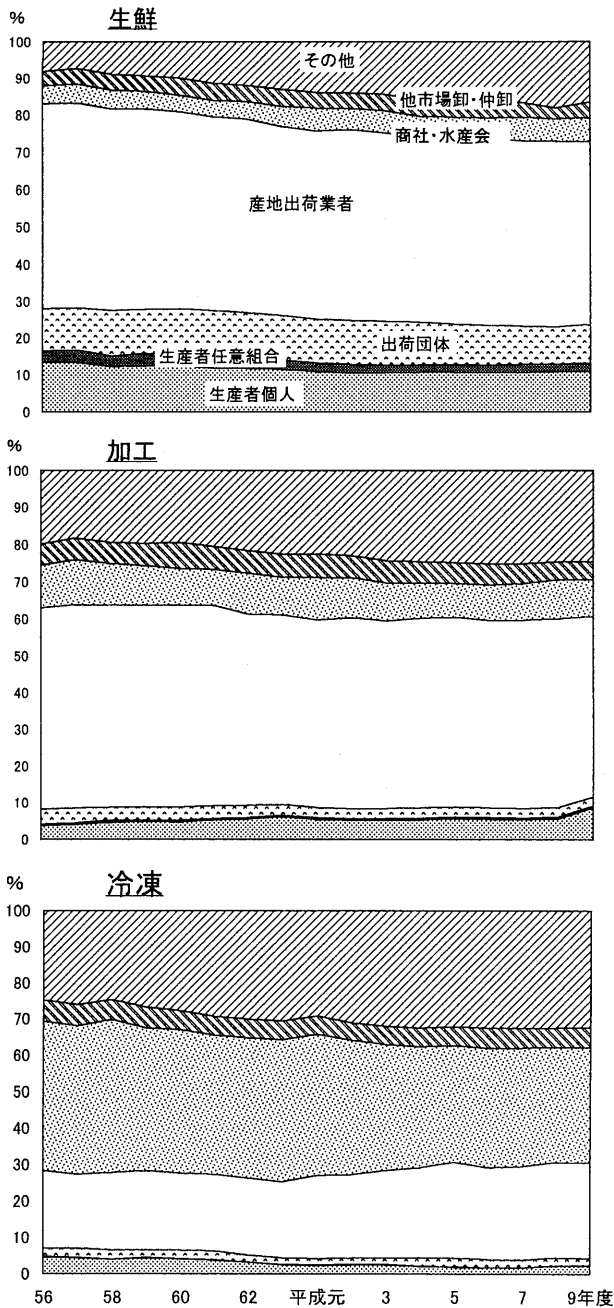


図5 中央卸売市場における水産物の品目別集荷先別取扱動向  
 資料：農林水産省食品流通局市場課「卸売市場の現状と課題」, 「卸売市場データ集」, 農林水産省統計情報部「水産物流通統計年報」(各年)  
 注：グラフの中の数値は構成比(%)。

いる。このことは、生鮮品集荷において輸入品の割合が増えていることを示すといえよう。加工品の取扱量は、昭和58年の99,522トンから平成10年の81,605トンに減少した。産地別には、入荷量が増えたのは大阪だけで、その他はいずれも大幅に減少している。加工品についても、生鮮品と同様に貿易港を有する都市のウエイトが高まっている。

前掲図5でみられる他市場の卸売業者・仲卸業者からの集荷は転送<sup>21)</sup>依存率を示し、生鮮品は4%、加工品は6%、冷凍品は5%前後でほとんど変化がない。これを政令指定都市の市場(大都市市場)とそれ以外(中小都市市場)でみると、

平成9年度では大都市市場が生鮮品で3.2%、加工品で3.9%、冷凍品で4.7%であるのに対し、中小都市市場では順に6.3%、8.4%、8.3%である。中小都市市場ほど転送依存率が高い。しかし、これはすべての中小都市市場が不利な立場にあることを示すのではない。大型産地やブランド産地を中心に出荷先の選別や絞り込みを強めるなかで、信用力あるいは購買力の弱い中小都市市場を中心に、これら産地からの直接集荷が難しくなっている。従来、出荷者は特定市場への集中出荷によって生じる価格低落等の危険を回避するために、複数の市場に出荷を分散させるのが一般的であった。しかし、近年、とくに大型産地や大規模出荷者を中心に、出荷ロットの拡大と出荷先市場の絞り込みを通じて、流通経費の節減や出荷先市場に対する交渉力を高めようとする動きが強まっている。こうしたなかで、立地条件や市場の購買力、価格形成の弱さを理由に、中小都市市場を中心に大型産地や大規模出荷者の出荷先選択から外される傾向がある。このことは、消費地地方卸売市場ではなおさらのことで、結果として転送依存への傾斜を促す。

## 2. 集荷・取引方法

### 1) 集荷方法

卸売市場の集荷では、生産者や出荷者からの販売受託が原則であり、卸売業者が自己の計算に基づいて卸売(買付販売)することは禁止されている(法38条)。また、卸売業者は正当な理由もなく販売受託を拒むことはできない(法36条)。言い換えれば、卸売業者の恣意的な集荷や取扱いを排除することで、生産・出荷者に対して自由な出荷先選択を保証しているわけである。

しかし、買付集荷は「例外規定」として部分的に容認された集荷方法でもある。買付集荷の要件は、①特定物品のうち、市場外取引の状況等に照らして、買付を行うことが適当と業務規程で定めている場合、②特別の事情がある場合である。「特定物品」とは、規格性・貯蔵性を有し、比較的供給が安定している商品、品質が特殊で需要が一般的でない商品を指す。「特別の事情」とは、委託では集荷が著しく困難な場合、卸売業者と仲卸業者・売買参加者の間で予め締結した契約取引に基づいて集荷する場合、供給の安定を図るために保管・貯蔵を要する商品を集荷する場合(卸売市場法施行規則第25条)である。

図6は、中央卸売市場における水産物の委託集荷率の推移を示したものである。全体的には、昭和60年代に入って以降、次第に委託集荷率が低下し、平成9年度は37%となった。委託集荷が原則であるとはいえ、昭和50年代半ばでも4割に過ぎず、買付が6割を占めていたことは特徴的である。

商品形態別には、加工品の委託集荷率が25%前後、冷凍品が14%前後ではほぼ横這いであるのに対し、生鮮品では昭和55年度の78%から平成9年度の60%に大きく低下している。これは、輸入品や養殖物・活魚など規格性をもつ商品の増加に対し、予約相対<sup>22)</sup>等の契約取引に基づく買付集荷が増えたこと、あるいは生産・出荷者による出荷先の絞り込みが強まるなかで、委託での集荷が難しくなったことを示すといえよう。

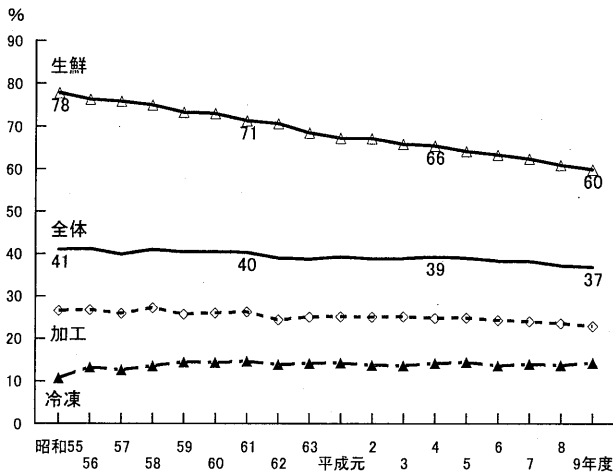


図6 中央卸売市場における水産物の委託集荷の割合

資料：農林水産省食品流通局市場課「卸売市場の現状と課題」, 「卸売市場データ集」(各年)

注：金額ベース。

量販店等の大口需要者は計画仕入を常とし、事前に仕入れる品目、規格、数量、価格、納品日時等を指定し、納入業者はこれに対応することになる。量販店との取引がある仲卸業者は、予約相対や先取り等を通じて事前に品揃えを確保するのが一般的である。この手順では、商品が市場に入荷する以前に取引が成立し、卸売業者はその売買契約に基づいて集荷するため、必然的に買付集荷が成立する。また、生産・出荷者が買付集荷を望むことも否定できない。委託出荷では、出荷先市場での当日の需給動向によって評価が左右され、また出荷時点では価格が明らかではないなどの不安定さを伴う。これに対して、買付集荷では卸売よりも早い段階で価格成立と所有権移転が進むため、生産・出荷者は委託出荷に伴う不安定さを排除できるわけである。

しかし、委託集荷率の低下は、全ての市場に共通するわけではない。たとえば、平成9年度の生鮮品の委託集荷率をみると、札幌は87%、仙台は33%、東京(築地)は77%、名古屋は82%、大阪(本場・東部)は24%である。札幌、東京、名古屋のように委託集荷率が高い市場もあれば、仙台や大阪のように買付集荷を主体とする市場もあり、市場ごとに性格が大きく異なる<sup>23)</sup>。

つまり、中央卸売市場の集荷においては、法原則と実務との乖離だけでなく、各市場の集荷方法を法的に統制・一元化することに限界が生じているといえよう。

## 2) 取引方法

卸売市場法第34条では、「中央卸売市場において行う卸売については、セリ売り又は入札の方法によらなければならない・・・」と示されている。また同法第41条では卸売業者に対して委託手数料以外の報酬の收受禁止が、各都市の業務規程では全量上場即日販売が示されている。これは、当日の入荷や需要に基づく公正な価格形成を目指したもので、卸売業者の恣意的な価格形成や不当利益の追求が排除される仕組みが規定されている。

しかし、取引方法についても「例外規定」が設けられ、相対等の例外取引が部分的に認められてきた。その要件は、①特定物品のうちセリ・入札以外の取引方法によることが適当であるとして業務規程で定めている場合、②特別の事情があって開設者がセリ・入札取引が著しく不適当と認めた場合である。特別の事情とは災害発生、入荷の延滞、卸売の相手方が少数である場合、残品の卸売をする場合、仲卸業者等との事前契約に基づき集荷した場合(予約相対物品)、卸売開始時刻以前に卸売をする場合(先取り)、などである。

相対取引は、大口需要者や一部の産地・出荷者が求める安定取引に資する、あるいは取引時間の制約を受けにくく、大量の入荷物を迅速に処理できるなどの長所をもつ。しかし、卸売業者と仲卸業者(売買参加者)との取引内容が不透明で、公正な取引ではないとの指摘も多い。そのため、相対取引の運用には取引情報の公開が必須となる。

図7は、中央卸売市場における水産物のセリ・入札取引の割合をみたものである。全体としては、セリ・入札取引の割合は昭和55年度の42%から平成9年度の31%に低下している。前記した買付集荷の増加と呼応する形で相対取引の割合が高

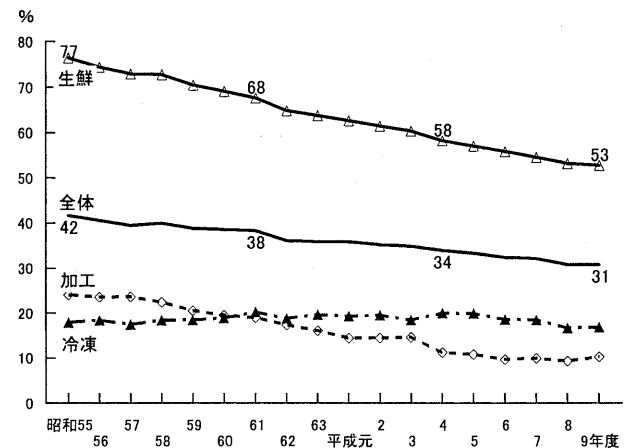


図7 中央卸売市場における水産物のセリ・入札取引の割合

資料：農林水産省食品流通局市場課「卸売市場の現状と課題」, 「卸売市場データ集」(各年)

注：金額ベース。

まっている。買付品は集荷段階ですでに価格が成立しているため、それをセリ取引で販売すれば、卸売業者には価格リスクが伴う。ただし、「買付集荷＝相対取引(委託集荷＝セリ取引)」といった構図は昭和50年代末以降、崩れている。平成9年度では買付集荷が63%であるのに対し、相対取引は69%であるから、一部は委託で集荷された商品が相対で販売されたことになる。付言するなら、委託品であっても、生産・出荷者による条件付き委託(指し値など)が増えており、純粋なセリ取引はここで示すよりも少ないといえよう。商品形態別では、冷凍品は相対取引が主体であることに変わりないが、生鮮品や加工品ではセリ・入札取引の割合が著しく低下している。とくに生鮮品では、昭和55年度の77%から平成9年度の53%へと大幅に低下した。加工品についても、平成9年度ではセリ・入札取引の割合が10%となった。

なお、生鮮品について、主な中央卸売市場でのセリ・入札取引の割合（平成9年度）を示すと、札幌が23%、仙台が65%、東京が38%、名古屋が80%、大阪が55%である。仙台と大阪では委託集荷の割合が2～3割と低いが、セリ・入札取引は5～6割を占めており、買付品の一部が卸売業者のリスク負担のもとでセリ販売されていることがわかる。セリ・入札取引についても、集荷方法と同様に市場間には大きな差が生じている。

セリ・入札取引の縮小は、その分、例外取引が拡大したことを示す。前記した量販店など大口需要者の台頭は、卸売市場に対して取引方法の変化を促した。生協や量販店等は、数量、品質、規格、価格面での安定化と納品時間の早期化要求を強めた。量販店等による販売計画（イベント販売など）に基づく発注は卸売市場での予約相対取引を、また納品時間の早期化要求は先取りの増加を促した。しかも、先取りは本来の目的から逸脱し、仲卸業者による売れ筋商品の確保に利用されることが多い。また、市場ごとに先取りの数量枠が設けられ、価格は当日卸売の最高価格に準ずるといわれるが、実際には取引内容が公開されることは少なく、不透明・不公正取引の代表のようにいわれている。

公正取引の堅持をうたう法原則に対して、市場実務では効率性の追求が強まり、法原則と実務との乖離が生じている。

### 3) 卸売業者と仲卸業者の業務のボーダレス化

卸売業者と仲卸業者の業務区分が薄れている。卸売業者の販売先は卸売市場法第37条で、仲卸業者の仕入先は第44条でそれぞれ制限されている。

卸売業者による仲卸業者・売買参加者以外への販売（第三者販売）<sup>24)</sup>は、全国平均では金額ベースで2割弱であるが、たとえば平成8年度の実績をみると、東京では17%、大阪では31%である。卸売業者のなかには、商事部等を窓口とした第三者販売、あるいは関連会社や特定の仲卸業者（資本関係の有無を問わない）を通じて、量販店等との取引を強化するものもある。今後、需要者による流通効率の追求がさらに強まれば、買付集荷や商物分離と相まって卸売業者の第三者販売がますます加速するものと思われる。

他方、仲卸業者による当該市場卸売業者以外からの仕入れ（直荷引き）<sup>25)</sup>は、平成9年度では金額ベースで12%である。卸売業者の集荷力が弱いために、実質的には仲卸業者が集荷を担う市場もあるといわれる。仲卸業者のなかには、子会社や関連会社を設立することで、国内産地からの直接集荷や輸入、あるいは加工、配送等へと業務範囲を拡大しているものもある。これらの業者は、場外仕入れを併用したり業務の基軸を市場外に移しているという点で、仲卸業者の性格変化を示すといえよう。

卸売業者と仲卸業者の業務のボーダレス化は、両者を一定の緊張のもとに対峙させることに基礎をおく卸売市場法では想定していない局面である。卸売業者と仲卸業者は、事業の多角化や業務拡大を通じた新たな存立範囲の模索に乗り出している。

### 3. 卸売業者の動向

#### 1) 取扱高

図8は、中央卸売市場における水産物卸売業者数と平均取扱高の推移をみたものである。業者数は、中央卸売市場の新設が進む昭和50年代半ばにかけて増え、60年度には98社となった。しかし、その後は市場整備の中心が既設市場の移転・修復に移るなかで業者数は横這いとなり、平成9年度では97社である。

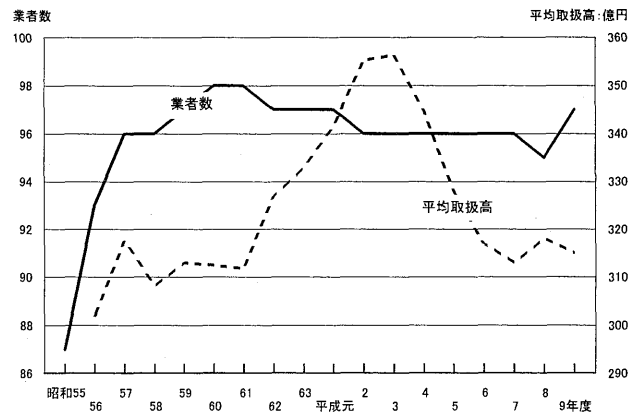


図8 中央卸売市場における水産物卸売業者数および平均取扱高の推移

資料：農林水産省食品流通局市場課「卸売市場の現状と課題」, 「卸売市場データ集」(各年)  
注：平均取扱高については昭和55年度の実績が不明。

平均取扱高は、昭和60年代末から平成初期にかけて急増し、3年度には356億円となった。当期はいわゆるバブル期にあたり、単価の上昇や高価格魚の取扱増加によって取扱高が増えた時期である。しかし、バブル崩壊後は単価の伸び悩みに加えて、阪神・淡路大震災や病原性大腸菌O-157問題を背景とする消費の停滞により、平均取扱高は著しく減少し、平成9年度では315億円、昭和60年代初期の水準に回帰している。

図9は、中央卸売市場における水産物卸売業者の取扱規模

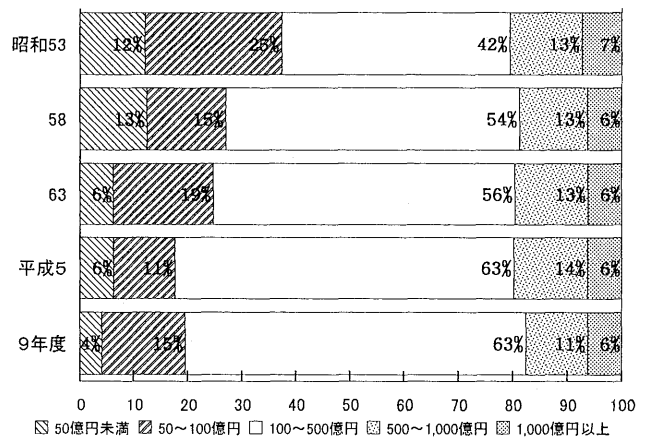


図9 中央卸売市場における水産物卸売業者の取扱規模別構成

資料：農林水産省食品流通局市場課「卸売市場の現状と課題」, 「卸売市場データ集」(各年)  
注：昭和53年度の実績は、秋谷重男「中央卸売市場 セリの功罪」(日本経済新聞社, 昭和56年) p.98を引用した。

表5 水産卸上位6社の関連業務（子会社・関連会社の業務内容）

	東京築地市場				大阪市場	
	東都水産	大都魚類	中央魚類	築地魚市	大水	大阪魚市
他市場卸売業	○	○	○	○	○	○
冷蔵冷凍庫業	○	○	○	○	○	○
加工・食品販売業	○	○		○	○	○
貿易業	○					○
荷役・不動産業他	○		○	○	○	○

資料：みなと山口合同新聞社「全国水産市場卸売業者名鑑'98」、インターネットの企業情報

別分布をみたものである。50億円未満層や50～100億円層の縮小と100～500億円層の拡大が顕著である。50億円未満層と50～100億円層は、昭和53年度の37%から平成9年度の19%に減少したが、反対に100～500億円層は42%から63%に拡大した。100～500億円層の増加は500～1,000億円層の業者が取扱いを減らしたこともあるが、とくに100億円未満層の業者が100～500億円層へシフトしたことによる。1,000億円以上層は6社（東都水産、大都魚類、中央魚類、築地魚市、大阪魚市、大水）で固定している。

平成9年度では、最高取扱高が2,287億円であるのに対し、最低が19億円と大きな開きがある。こうした取扱規模の格差は、卸売業者としての性格あるいは機能の分化を伴いながら進んでいる。年間取扱高1,000億円を超える6社は、子会社や関連会社に近隣市場の卸売業者や冷蔵庫業者、加工・販売業者等を持ち、また場外販売（第三者販売）を含めた商社機能を拡充<sup>26)</sup>している（表5）。

## 2) 場外取引

大阪の卸売2社を事例に、グループ形成を通じた関連業務の統合と場外対応についてみていこう。

大阪魚市場（以下、大阪魚市）グループは、子会社26、関連会社11、その他関連当事者1の計38法人で構成され、その企業配置も近畿圏にとどまらず西日本を中心に広範囲におよぶ。また、グループ企業間は、商取引において密接な関係にある。

各社の業務内容や取引先から、グループ企業は、①生産・集荷対応部門、②量販店・外食販売部門、③外食・小売経営部門、④他市場卸売部門、⑤その他（水産物取引以外の事業）部門に区分できる。大阪魚市は、子会社・関連会社の配置によって場外流通を含めた流通業務全般にかかわる「たて・よこ・ななめ」の業務統合を実現している。

生産集荷対応部門は、淡路養魚(株)（昭和36年設立）、兵庫養殖漁業生産組合（37年）、旭商事(株)（40年）、(株)宝活水産（63年）、UOICHI PANAMA INC.（平成4年）、関空物流サービス(株)（7年）等が該当する。淡路養魚、兵庫養殖漁業生産組合、旭商事はハマチやクルマエビ等の養殖を、宝活水産は和歌浦（和歌山）・泉佐野（大阪）で活けハマチやブリの一時保管と京阪神を中心とする中央卸売市場出荷を、UOICHI PANAMA INC. と関空物流サービスは輸入水産物の買付と開発輸入を行う。いずれもが大阪魚市の市場集荷と結びつく。

量販店・外食販売部門は、(株)大栄太源（昭和24年設立）、(株)スイチョコ（24年）、ダイワフーズ(株)（45年）、ヤマハ食品

（55年）、(株)大阪サービスマーチャンダイジング（60年）等が該当する。大栄太源やヤマハ食品は大阪魚市の集荷対応部門としても機能する。これらは、いずれも全国展開している大型量販店や外食チェーンと取引関係にあり、大阪魚市の場外対応を補完している。

外食・小売経営部門とは、外食店やスーパー経営を行うグループ企業のことを指し、これには中央食産(株)（昭和33年設立）、中央フードサービス(株)（37年）、(株)サミー（50年）、キスリング（54年）、(株)サーティーワン（58年）等が該当する。サミーは、大阪市住之江と堺市中百舌鳥に店舗をもつスーパーマーケットで、大阪魚市のアンテナショップ的な位置づけにある。その他はすべて外食業で、京阪神を中心に outlet しているが、キスリングは九州北部を中心に佐賀生協、西友ストア、ニチイにロボット寿司店を outlet している。

他市場卸売部門には、和歌山魚類(株)（昭和42年設立）、奈良魚市(株)（51年）、滋賀県魚市場(株)（61年）等がある。奈良魚市、滋賀県魚市場との関係は、奈良・滋賀の卸売市場開設時に開設者等から大阪魚市に協力要請があったことに始まる。和歌山魚類については、同社の経営悪化に対し、昭和61年から経営支援が始まった。大阪魚市は、これら3社との関連を通じて、神戸・京都を除く近畿1府3県に勢力を拡大し、中核卸売業者としての位置を固めている。また、運送業務や冷蔵倉庫業など、卸売業務の附帯部門を持つ。

この他、ファイナンス業、情報サービス業、人材派遣業など水産物取引以外の事業部門にもグループ会社を配置しており、大阪魚市のグループ形成は広範かつ他業種におよぶ。

大阪魚市は、子会社・関連会社の株式を直接または間接（グループでの持ち合い）的に所有して、資本系列化を強めた。加えて、人事交流を行うことでグループ内の意志疎通を強化している。また、大阪魚市の卸売業務本体では海外合弁会社の設立等を通じて、独自の買付経路を開拓するなど、商社機能を強めている。

大水グループは、子会社2、関連会社5の計7法人で構成される。このうち2社（大阪中央運送(株)と大阪府中央卸売市場精算(株)）は、大阪魚市と共通の関連会社である。グループ企業は、①量販店・外食対応部門、②他市場卸売部門に大別できる。

量販店・外食対応部門は、ムラカミ食品(株)（昭和13年創業）、(株)大八（36年）、(株)大兆（平成5年）が該当する。ムラカミ食品は大水から原料を仕入れ、練り製品の加工を行う。加工製品は、ダイエー等の大型量販店を中心に販売されるが、大

水への販売もある。大兆は大水や日本水産から水産物を仕入れ、ダイエーや阪神地区のそごうに販売しており、大水の量販店対応部門としての位置づけが強い。これらの2社では全国展開している大型量販店が主な販売先となるが、大八は地方百貨店や地方スーパーが主体となる。

他市場卸売部門には、(株)南都水産(昭和23年設立)がある。同社は、奈良市中央卸売市場の卸売業者である。この他、卸売業務の附帯部門として冷蔵倉庫業の大阪東部冷蔵(株)(38年設立)がある。

大水では、大阪魚市に比べてグループ企業数は少なく、また生産・集荷対応部門や外食・小売経営部門はない。グループ形成では、とくに量販店等への場外販売部門が中心となる。加工部門は1社と少なく、大阪魚市グループの加工企業に比べて取扱規模は小さい。加工品目も練り製品に限定される。しかし、このことが市場外流通への対応の遅れを示すわけではない。大水では、同社原料開発部が加工原料(とくにスリ身)、販売企画部が冷凍水産物(輸入品)の買付販売をそれぞれ担当する。これらの商品は日本水産等の大手水産会社から買付集荷されるが、その際、商品の市場への搬入は行わず、場外の冷蔵庫に保管し、加工業者等からの受注に応じて直接出荷するという商物分離の対応がとられている。また、こうした原料販売先の加工業者から製品を買付け、日本水産や極洋、その他地方の卸売業者へ販売(第三者販売)するといった対応もみられる。

ここで示した卸売2社は、企業数や業種などグループ形成の程度には差こそあるが、概してグループ会社の設立や卸売会社内部での場外部門の配置など業務領域を拡大(商社化)している点で共通する。大阪魚市は養殖業の走りである昭和30年代半ば~40年代初期にかけて養殖業に進出し、とくに50年代には外食業を中心に加工・小売・物流業など多様な業務展開を強めた。また、昭和50年代から60年代初期にかけて近隣卸売業者の系列化を進め、平成に入ってからグループ整備の中心が物流業等に移っている。大水では、大阪魚市と対照的にグループ企業の整備は限定的で、平成5年に大兆を設立した他は昭和40年代以降、整備はみられない。

こうした動きは、中小規模卸売業者でもみられるが、経営多角化には相応の資本金や経営力を要するため、過度の事業拡大はかえって経営を圧迫する要素ともなりかねない。

取扱規模の大小が直接的に経営の善し悪しを示すわけではない。しかし、確実な代金回収が出荷の前提となる以上、零細な卸売業者に対して出荷をみあわせる生産・出荷者がいることも否定できない。つまり、個別卸売業者の財務状況が公表されていないため、生産・出荷者は日頃の代金回収の円滑さや取扱規模の大小、あるいはサービス等によって卸売業者の信用力を判断しなければならない。もちろん、当該卸売業者の販売力が生産・出荷者の出荷先選定において大きな意味をもつことはいうまでもない。

いずれにしても、市場外流通を含めた流通経路の多元化と川上・川下での選別(流通経路の絞り込み)が強まるなかで、市場間競争がさらに激化している。つまり、市場外流通に浸食された取扱分を供給範囲の拡大によって補完する動きが強まり、各市場の流通圏の拡大と重複が生じているわけであ

る。言い換えれば、各市場の力関係が集荷荷において如実にあらわれるようになり、開設区域制度(地域主義)は形骸化しつつある。大規模卸売市場への商品の集中と中小規模卸売市場での集荷難・供給範囲の縮小といった状況が併存する。集荷難が生じた市場のなかには、近隣の拠点卸売市場に従属し、転送を通じて品揃えを維持しようとする動きもみられる。

### 3) 営業収支

図10は、水産物卸売業者の営業収支をみたものである。

事業収益率は、平成5年度まで総じて伸びを示すが、近年では4.6%前後で横這いにある。委託手数料収益の低下に対し、買付収益と兼業<sup>27)</sup>収益が伸びている。委託手数料は、卸

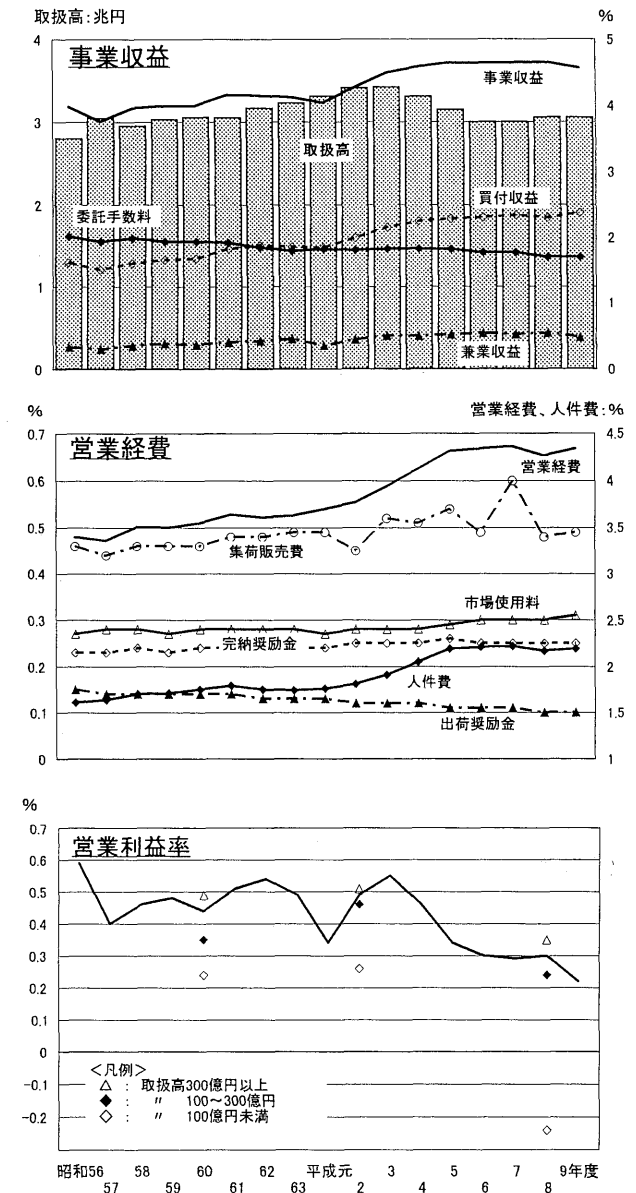


図10 中央卸売市場における水産卸売業者の営業収支状況

資料：農林水産省食品流通局市場課「卸売市場データ集」,「卸売市場の現状と課題」(各年)

注：営業収支は総売上高に対する割合。取扱高は兼業を含まない。人件費は、役員給料手当、従業員給料手当、福利厚生費、退職給与金、退職給与引当金繰入の合計。集荷販売費は、旅費・交通費、通信費、運搬費、交際費、会議費の合計。



売業者の本来的な収益源であり、昭和56年度には事業収益の50%を占めていた。しかし、委託手数料は販売額に対する定率<sup>28)</sup>として各市場の業務規程で示されるため、取扱額の減少が収益の縮小に直結する。とくにバブル崩壊後は、消費の冷え込みや単価の伸び悩みによって委託手数料は減少し、事業収益に占める割合も平成9年度では37%となった。代わって、買付収益が事業収益の52%を占め、重要な柱となっている。しかし、買付収益は売買差益であるため、川上・川下側の選別が強まるなかでは思うように収益率を確保できず、また在庫リスク等を伴うため収益率は低く抑えられる傾向にある。

営業経費率は上昇している。市場使用料(面積割・売上高割)や各種奨励金<sup>29)</sup>は、販売額に対する定率制がとられるため、大幅な改定がない限り、大きな変化はない。営業経費のなかで大きな割合を占めるのは人件費と集荷販売費である。とくに人件費の割合が大きく、平成9年度では51%を占める。人件費や集荷販売費の増加が、営業経費を膨張させ、取扱高が減少するなかにあっては収益性の低下を招いている。

営業利益率は、平成3年度まで0.4~0.6%であったが、9年度では0.22%に半減している。取扱規模別では、取扱高と営業利益率は比例関係にあり、バブル崩壊後はすべての階層で営業利益率が低下した。とくに100億円未満層では営業利益がマイナスとなった。

市場内外での競争が強まり、それが集荷力の低下となってあらわれたこと、また人件費や集荷販売費など営業経費の節減が進まないこと、などによって卸売業者の経営は悪化している。平成9年度では、水産物卸売業者の34%が赤字経営である。

今後とも、川上・川下業者による流通経路の開拓と選別が進むことが予測され、市場内外での競争の強まりは避けられない。したがって、卸売業者にはローコストオペレーション等による経営のスリム化に加え、合併を通じた統合大型化や事業提携<sup>30)</sup>など経営体質の改善・強化が求められる。

#### 4. 仲卸業者の動向

##### 1) 取扱高

図11は、中央卸売市場における水産物仲卸業者数と平均取扱高の推移をみたものである。業者数は、市場の新設に伴い昭和50年代にかけて増えるが、昭和57年度の3,887人をピークに減少し、平成9年度では3,455人となった。平均取扱高は、取扱量の増加と単価の上昇に支えられて伸びを示すが、平成4年度を境に減少し、9年度では5.8億円である。卸売業者数が昭和60年度からほぼ横這いであるのに対し、仲卸業者数は同年度以降、一貫して減少するといった違いはあるが、バブル崩壊を機に平均取扱高が減少していることは両者に共通する。

図12は、水産物仲卸業者の取扱規模別分布をみたものである。年間取扱高1~5億円層が最も多く、平成9年度では5億円未満の業者が68%を占める。取扱量の増加と単価の上昇、あるいは業者の統廃合を背景に、取扱高階層の上層へのシフトが進んだ。とくにバブル景気が終焉を迎える平成3年度には5億円未満の業者が58%と、昭和53年度に比べて19ポイント

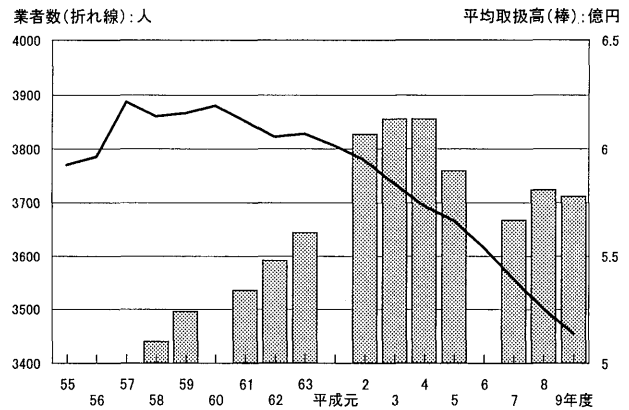


図11 中央卸売市場における水産物仲卸業者数と平均取扱高の推移

資料：農林水産省食品流通局市場課「卸売市場の現状と課題」, 「卸売市場データ集」(各年)

注：業者数は許可ベースで年度末の状況。平均取扱高は卸売業者からの仕入れ金額で、実績のないものも含む。平均取扱高については昭和58年度以前、60、平成元、6年度が不明。

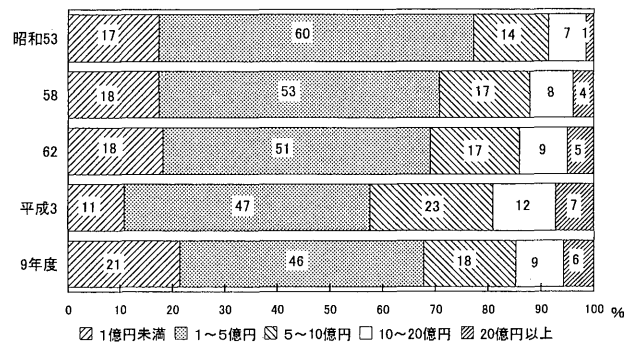


図12 中央卸売市場における水産物仲卸業者の取扱規模別構成

資料：農林水産省食品流通局市場課「卸売市場の現状と課題」, 「卸売市場データ集」(各年)

注：昭和53年度の実績は、秋谷重男「中央卸売市場 セリの功罪」(日本経済新聞社、昭和56年) p.101を引用した。

とも減少した。しかし、バブル崩壊後は長引く不況と消費の停滞、単価の伸び悩みを背景に、いずれの階層でも取扱高が減少している。

仲卸業者には、家族労働力を中心とする個人経営と法人化された会社経営が含まれる。平成9年度では前者が13.5%、後者が86.5%で、法人組織の割合が大きいが取扱高には大きな格差がある。たとえば平成9年度では、仲卸業者の最高取扱高は159億円で、中小規模卸売業者と同じ、あるいはそれを越える規模にあるが、最低(取扱なしを除く)は数千万円足らずである。こうした取扱規模の格差は、仲卸業者の業務内容の差を反映している。たとえば、一般に取扱規模の大きな仲卸業者では、貯蔵性・規格性商品(冷凍・加工品、養殖・活魚など)を中心に直荷引きを通じた品揃えや先取り・予約相対取引の活用、販売面では加工業務(一次処理やパッキング)や多頻度配送等による需要者ニーズへの機動的な対応がみられる。また、大規模仲卸業者は、相対取引等では小規模仲卸業者に比べて強い価格交渉力を発揮し、薄利多売を基盤

とした販売戦略をとるのが一般的である。

図13は、水産物仲卸業者の販売先の変化をみたものである。主な販売先であった一般小売店に代わって大規模小売店への販売が増えていること、市場内外での競争の強まりに対し、開設区域外への販売が徐々に高まっていること、が特徴である。一般小売店への販売は、昭和56年度には59%を占めていたが、その後は一貫して低下し、平成9年度では開設区域内外をあわせても34%となった。他方、大規模小売店への販売は、平成9年度には37%に達している。開設区域外への販売は、平成4年度の21%から9年度の23%に増えている。

こうした販売先の変化は、仲卸業者の業務内容に変化をもたらす。たとえば、従来、仲卸業者の主な販売方法であった店頭販売に代わって、注文販売の割合が高まっている。平成7年度からは、注文販売が店頭販売を上回り、9年度では54%に達した<sup>31)</sup>。

量販店等は、事前に設定した販売目標や計画に基づいて仕入れを展開する。とくに売り出し品は広告や宣伝を通して消費者に事前通知することから、欠品や納品時間の遅れは許されない。仲卸業者は、納品当日の入荷や市況を事前に予測することが難いため、先取りや直荷引きを通じた商品の事前確保によって対応している。商品の事前確保は、仲卸業者にとっては在庫や価格変動等に対するリスク負担の拡大につながる。

量販店など大規模小売店との取引が仲卸業者の取扱高を拡大させたことはいうまでもない。しかし、たとえば先取りや多頻度配送、休日対応等は仲卸業者の営業時間の長期化や人件費など営業経費の増加を招く。また、近年では、量販店が

バックヤード作業の簡易化・外部化を進めるなかで、仲卸業者は一次処理やバック積み形態での納品を求められる（加工作業を仲卸業者が負担する形で取引が成立する）ようになった。食品需給研究センターが東京3市場の仲卸業者を対象に行った調査<sup>32)</sup>によると、バック詰め業務を行っているのは約2割、値札やバーコード付けは1割以下と少ないが、解体や切り身業務については過半の仲卸業者がサービスとして無料で実施している。従来の一般小売店や業務筋への販売に比べて量販店など大規模小売店が仲卸業者に求める機能・サービスは複雑かつ多様化している。

つまり、仲卸業者は、卸売市場の取引原則と大規模小売店の仕入れニーズとの間で生じるズレを自らのリスク負担のもとで調整する役割を果たしているわけである。

さらに、仲卸業者では売掛金の回収期間<sup>33)</sup>が長期化している。これは、大規模小売店への販売に限ったことではないが、昭和56～平成9年度の間に売掛金の回収期間が3日ほど長くなった。平成9年度では一般小売店が18日、大規模小売店が31日で、大規模小売店からの回収期間は、一般小売店に比べて1.7倍も長い。

一方、仲卸業者による卸売業者への買掛金の支払いは、支払猶予の特約を結んだ場合でも最長7日（実際は10日前後）目払であり、売掛金回収と買掛金の支払期日との間に一般小売店で10日、大規模小売店で20日間前後の差が生じている。卸売業者に対する買掛金の支払期日が法律で規定される一方で、売掛金の回収期間が長期化していることは、仲卸業者にとっては運転資金の借入やそれに伴う金利負担の増加に結び

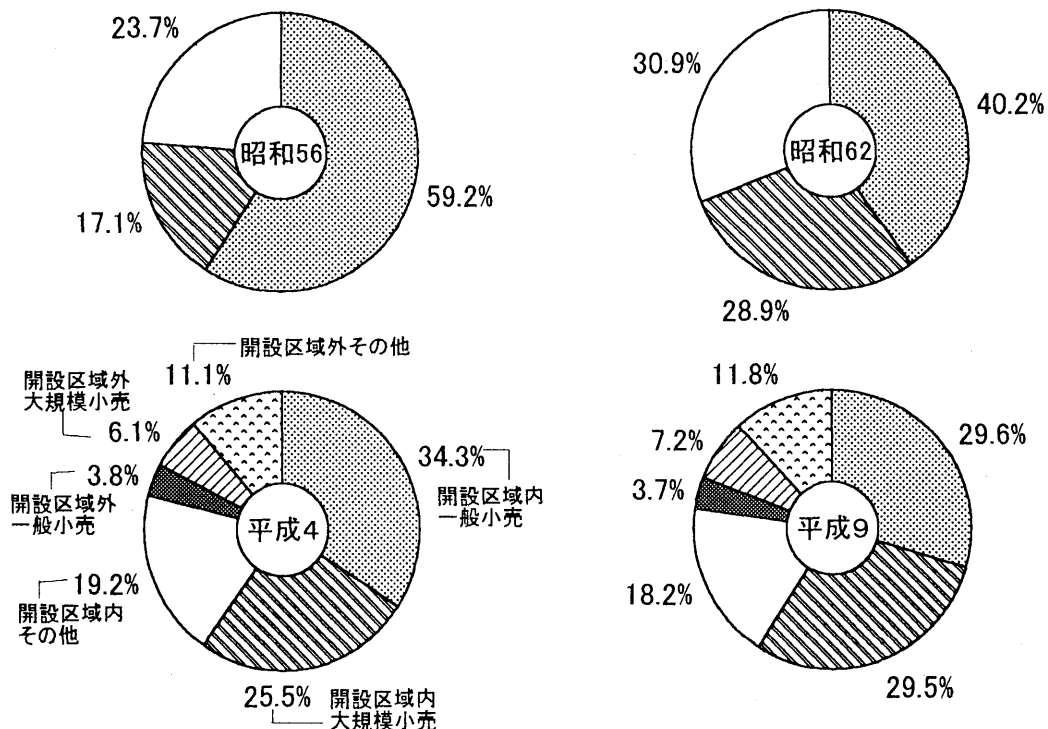


図13 中央卸売市場における水産物仲卸業者の販売先構成 (年度/金額ベース)

資料：農林水産省食品流通局市場課「卸売市場の現状と課題」,「卸売市場データ集」(各年)

注：開設区域内外に分けて販売先が記載されるのは平成に入ってからである。大規模小売には、スーパー、百貨店のほか、生協、集団給食、問屋向け等を含む。

つき、経営を圧迫する要素となる。

大規模小売店のなかには売買参加資格を持つもの（平成9年度では水産物で10,201社、うち9.8%がスーパーや生協など）もあるが、自ら市場取引に参加（買参権を行使）する業者は少ない<sup>34)</sup>。これは、一つには、大規模小売店側の人材および能力的な問題がある。自ら市場取引に参加するには、多種多様な商品仕入れに対応できるだけの人材を要するし、また、その仕入れ担当者が商品の品質や価格を見極める能力を有していなければならない。しかし、商品の「見極め」や相場の「先よみ」を大規模小売店の仕入れ担当者が習得するのは相当、困難である。二つには、市場取引に関する諸規定が、大規模小売店に対して参加意欲を減退させていることである。先述のように、大規模小売店は特定産地・規格に対する厳密な仕入れを徹底するが、市場取引では希望規格・品質外商品の混入を伴うため、ロス率が高くなる。仲卸業者を通じた仕入れでは、規格外商品が混在した場合には返品を通じてロス率を縮減することも可能であろうが、市場取引では希望する規格のみを選択購入することは難しい。また、とくにセリ取引では大量仕入れによる価格の抑制といったスケールメリットの追求が難しく、大規模小売店にとっては取引として魅力薄となる。加えて、市場取引で直接買い受けた商品の決済は制度的な制約を受け、特約を結んだ場合でも7～10日前後である。これに対し、仲卸業者と買出業者との取引は法制度の対象外にあるため、値決めや買掛金の支払い期日は当事者間の取り決めに基づく。したがって、買掛金支払いのための資金調達やそれに伴う金利負担を考えれば、仲卸業者の決済機能を利用しつつ、商品仕入れを行う方が買出業者にとっては合理的となる。

仲卸業者にとっては、大規模小売店との取引が売上高の拡大に寄与したところは大きい。しかし、その一方で買出業者の多様なニーズへの対応（センターフィー<sup>35)</sup>等のバックマージン支出を含め）がコストや危険負担の増加に結びつき、経営を圧迫する要素となっている。したがって、仲卸業者のなかには、あえて量販店等との取引を敬遠し、現金取引が多く、売掛金回収期間が短い、あるいはパッキング等の付帯サービスをあまり要さず、比較的高いマージンを確保できる一般小売店や業務筋に販売先を絞るものもある。

## 2) 営業収支

表6は、中央卸売市場における水産物仲卸業者の経営状況を平成5年度と9年度の対比で示したものである。

売上高総利益率（粗利益率）は、全体的には販売原価が上昇したことで、平成5年度の15.6%から9年度の10.6%に低下した。一般に、取扱規模が大きいほど粗利益率は低く、薄利多売の傾向が強い。1～3億円と7～10億円層を除いては、いずれの階層でも粗利益率が低下している。とくに、1億円未満層と30億円以上層では10ポイントを越える大幅な低下があった。

販売費・一般管理費は、人件費が縮減したことで、当期間に4.5ポイント低下した。売上高に占める販売費・一般管理費の割合は、総じて取扱規模が大きいほど小さい（30億円以

上層では、平成5年度には人件費の急増により20%に達するが）。7～10億円層と30億円以上層を除くすべての階層で、販売費・一般管理費の割合が上昇した。販売費・一般管理費のなかで最も大きいのは人件費で、これは取扱規模が大きいほど小さい。平成9年度では、30億円未満層で販売費・一般管理費の6～7割、30億円以上層で5割弱を人件費が占める。

粗利益率の低下と販売費・一般管理費の増加によって、7億円未満層を中心に営業利益率が低下した。とくに7億円未満層と10～30億円層では営業利益率がマイナスとなった。営業利益率が上昇したのは、7～10億円層と30億円以上層のみである。とくに30億円以上層では、当期間に粗利益率が10ポイント弱低下したが、人件費が大幅に縮減されたことで営業利益率はかろうじてプラスを維持した。

経常利益率は、7～10億円と30億円以上を除く全ての階層で低下した。平成9年度では、上記二つの階層を除いては経常利益率がマイナスを示している。なかでも1億円未満層では、粗利益率の大幅な低下と販売費・一般管理費の増加により、20ポイントを越える経常利益率の低下が生じた。

次に、経営の安定性と生産性をみる。流動比率は、1億円未満層を除く全ての階層で低下し、概して支払能力が悪化している。とくに、1億円未満層では流動比率が上昇したものの、依然として100%を下回り、他の階層に比べて資金余力が小さい。

自己資本比率は、1億円未満層と10～30億円層を除くすべての階層で低下した。1億円未満層では上昇したが、大幅なマイナスの状況を脱し得ていない。1億円未満層では借入金依存度がきわめて高いことから、資金の調達は不安定で、また金利変動に対する経営リスクが大きいといえよう。

総資本回転率は概して取扱規模が小さいほど低く、いずれの階層でも低下している。とくに30億円以上層では当期間に2回分低下しており、経営（総資本の運用）効率の悪化が顕著である。

従業員1人当たりの売上高は、1億円未満層と7～10億円層を除くすべての階層で減少した。とくに30億円以上層で労働生産性の低下が顕著で、当期間に39ポイント減少した。卸売市場整備基本方針では、損益分岐点の算出をベースに目標年度の従業員1人当たり取扱高基準（6,000万円）が示されるが、これを満たすのは7億円以上層のみである。

同じく、従業員1人当たり総利益は、7～10億円層を除くすべての階層で減少した。とくに1億円未満層では当期間に65ポイント、30億円以上層では71ポイントの大幅な低下が生じた。

以上をまとめると、概して取扱規模が小さいほど営業利益率や経常利益率がマイナスを示し、とくに7～10億円層と30億円以上層を除いては収益性の低下が顕著である。同時に、いずれの階層でも経営や資金調達の不安定さが増している。生産性は多くの階層で低下しているが、とくに1億円未満層と30億円以上層で顕著である。仲卸業者では、概して経営悪化が進んでおり、平成8年度では経常赤字会社の割合が51%に達した。

なお、東京都中央卸売市場の水産物仲卸業者を例に、取扱

表6 中央卸売市場・水産物仲卸業者の取扱規模別の経営状況

単位：％、回、万円

	年度	売上高		販売費・一般管理費		営業利益	営業外		経常利益	流動比率	自己資本比率	総資本回転率	従業員1人当たり			
		原価	総利益	計	人件費		その他	収益					費用	売上高	総利益	
全体	平成5	100.0	84.4	15.6	15.7	12.2	3.5	▲0.1	0.6	0.6	▲0.3	124.7	20.3	5.5	9,688	1,509
	9	100.0	89.4	10.6	11.2	6.7	4.4	▲0.6	0.7	0.6	▲0.6	120.6	16.4	4.5	7,752	820
1億円未満	平成5	100.0	78.2	21.8	24.5	16.4	8.1	▲2.7	1.4	1.5	▲3.0	84.9	▲20.5	2.6	1,461	319
	9	100.0	92.6	7.4	25.5	16.7	8.8	▲18.1	1.9	1.1	▲17.5	95.4	▲17.4	2.5	1,504	112
1～3億円	平成5	100.0	83.0	17.0	17.5	12.1	5.4	▲0.5	1.0	0.8	▲0.4	121.7	11.0	4.5	3,908	663
	9	100.0	82.3	17.7	18.5	12.2	6.3	▲0.8	1.0	0.7	▲0.7	109.2	1.2	3.6	3,681	652
3～5億円	平成5	100.0	84.4	15.6	14.7	9.7	5.0	0.9	0.7	0.8	0.8	131.6	16.5	4.6	5,292	825
	9	100.0	85.9	14.1	15.7	9.8	5.9	▲1.6	0.8	0.7	▲1.6	118.8	11.2	3.9	5,001	703
5～7億円	平成5	100.0	86.0	14.0	13.3	8.6	4.7	0.7	0.7	0.8	0.7	128.0	19.4	4.8	6,009	844
	9	100.0	86.6	13.4	13.6	8.8	4.8	▲0.2	0.7	0.7	▲0.3	126.8	11.8	4.3	5,994	806
7～10億円	平成5	100.0	87.0	13.0	12.8	8.2	4.6	0.2	0.7	0.8	0.2	131.8	18.9	5.0	6,815	885
	9	100.0	86.5	13.5	12.5	7.8	4.7	1.0	0.7	0.7	1.0	125.8	16.9	4.4	7,063	951
10～30億円	平成5	100.0	88.8	11.2	10.4	6.5	3.9	0.8	0.7	0.7	0.8	127.9	18.9	4.8	8,655	974
	9	100.0	91.1	8.9	10.6	6.4	4.2	▲1.7	0.6	0.5	▲1.7	126.5	20.0	4.7	8,529	756
30億円以上	平成5	100.0	81.1	18.9	20.0	17.5	2.5	▲1.1	0.5	0.5	▲1.2	119.3	24.7	6.6	20,313	3,843
	9	100.0	91.2	8.8	8.4	4.3	4.1	0.4	0.6	0.5	0.6	116.3	19.4	4.6	12,436	1,099

資料：全国中央卸売市場協会「仲卸業者の経営状況調査に関する報告書」（平成6，10年度）

注：従業員は、長期パートタイマーを含む。流動比率等は加重平均値。

備考：各年度の調査サンプル数は下記の通り。

年度	合計	1億円未満	1～3億円	3～5億円	5～7億円	7～10億円	10～30億円	30億円以上
平成5	2,711	166	653	452	355	354	565	166
9	2,566	231	671	416	333	300	475	140

表7 東京都中央卸売市場・水産物仲卸業者の経常赤字・資本欠損会社の割合

	～1億円	～3億円	～5億円	～7億円	～10億円	～30億円	30億円～
経常赤字会社割合	84.5	73.2	53.4	51.1	50.6	30.5	22.2
資本欠損会社割合	58.6	44.1	33.5	28.7	40.0	25.7	18.5

資料：(社)食品需給センター「東京都中央卸売市場 仲卸業者の経営状況」『食品需給レポート 1998 No.197』（平成10年）  
注：平成8年度実績。

規模別の経常赤字・資本欠損会社の割合をみたものが表7である。全体の58.4%が経常赤字、37.6%が資本欠損の状態にある。取扱規模が小さいほど、経常赤字や資本欠損会社の割合が高い。とくに1億円未満層では、84.5%が赤字経営である。

経営悪化の根底には、取扱高の減少や粗利益率の低下があるが、加えて多頻度配送や営業時間の長期化、あるいはパック詰め業務などの付帯サービスに伴うコスト増加、事前の商品確保に伴う在庫リスクの拡大、売掛金回収期間の長期化とそれに伴う運転資金の調達や金利負担の増加、などがある。

仲卸業者の経営環境は厳しさを増しており、経営体質の早期改善・強化が求められる。そのためには、リストラ等の企業内努力だけでなく、たとえば配送業務等の協業化を通じた経費の削減や経営の合理化、仲卸業者間の連携等に基づく大口需要者との安定かつ対等な取引関係の構築に努める必要がある。市場内外での多面的な競争が強まるなかでは、合併や事業譲渡を通じた経営基盤の強化が課題となろう。

第2節 地方卸売市場

1. 取扱動向

1) 消費地市場

図14は、消費地地方卸売市場における水産物の商品形態別の取扱動向をみたものである。取扱量は、昭和54年度の212万トンから59年度の178万トンに急減した。とくに生鮮と冷凍での減少が顕著である。その後、バブル期には取扱量が回復するが、平成3年度以降は総じて減少し、8年度では180万トンとなった。取扱金額は、昭和50年度の7,870億円から57年度の1兆3,301億円に増えるが、その後は平成初期の増加を除けば1兆2,000～1兆3,000億円に横這いにある。平成初期にみられる取扱金額の増加は、バブル景気の単価上昇や高価格魚の取扱増加に支えられたものである。

取扱量が急減した昭和50年代半ば以降、新設整備に伴い中央卸売市場の取扱量が増えていることから、生産・出荷者や買出業者の市場選択が広がり、出荷や仕入れ行動の見直しが進むなかで、中央卸売市場への傾斜（出荷の分散化）が強まったものと思われる。

地方卸売市場については、統廃合によって市場数が減少する一方で、取扱高はバブル期を除けば横這いであるから、残存市場の取扱高はむしろ拡大したとみて良い。したがって、市場規模の拡大という点では、地方卸売市場に対する統合整備は一定の成果をあげている。ところが、開設区域の消費需要に応えるという本来的な設立主旨からすると、それを満たしていない市

場も多い。たとえば、消費需要に応えるためには相応の品揃えを要するが、中央卸売市場を含めた市場間の集分荷力格差が拡大するなかで、小規模な地方卸売市場を中心に集荷難が生じている。これは、近隣の拠点市場からの転送依存を強める。資料的には少し古いが、水産物を取り扱う消費地地方卸売市場における平成4年度の転送依存率<sup>36)</sup>を示すと、生鮮品は13.0%、加工品は13.9%、冷凍品は12.4%で、いずれも中央卸売市場からの転送が大部分を占める。転送依存は、地方卸売市場だけでなく、中小都市の中央卸売市場でもみられるが、一般に、市場の取扱規模が小さいほど転送依存が高い傾向にある。

出荷者等による市場選択や絞り込みの強化を背景に、卸売市場間では「競争（商圏競合）と共生（転送）」といった表裏一体の関係がみられる。また、集荷力格差が明確化するなかでは、拠点化あるいは転送依存といった各市場の性格や機能分化が強まっている。

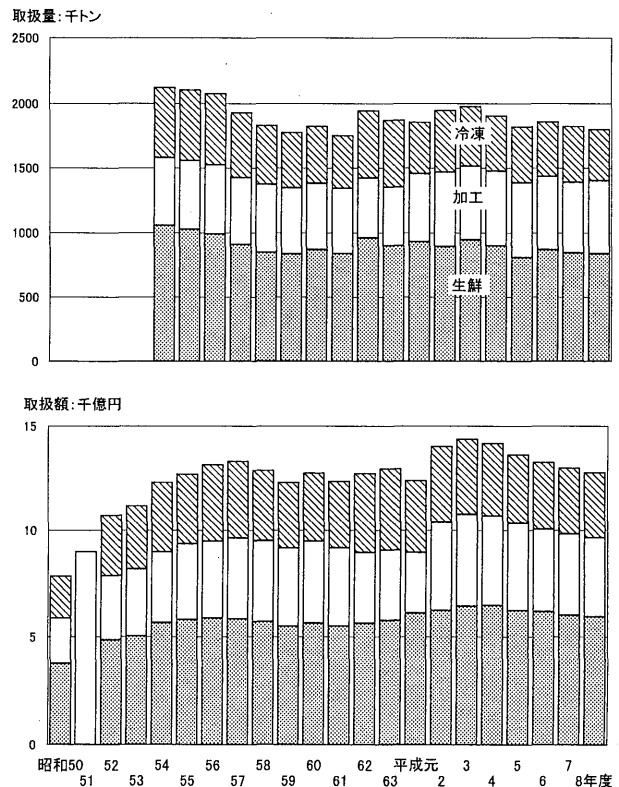


図14 消費地地方卸売市場における水産物の取扱動向

資料：農林水産省食品流通局市場課「卸売市場の現状と課題」, 「卸売市場データ集」(各年)

注：水産物産地市場の取扱高は含まない。昭和51年度については形態別の詳細は不明。昭和54年度以前の数量は明らかでない。

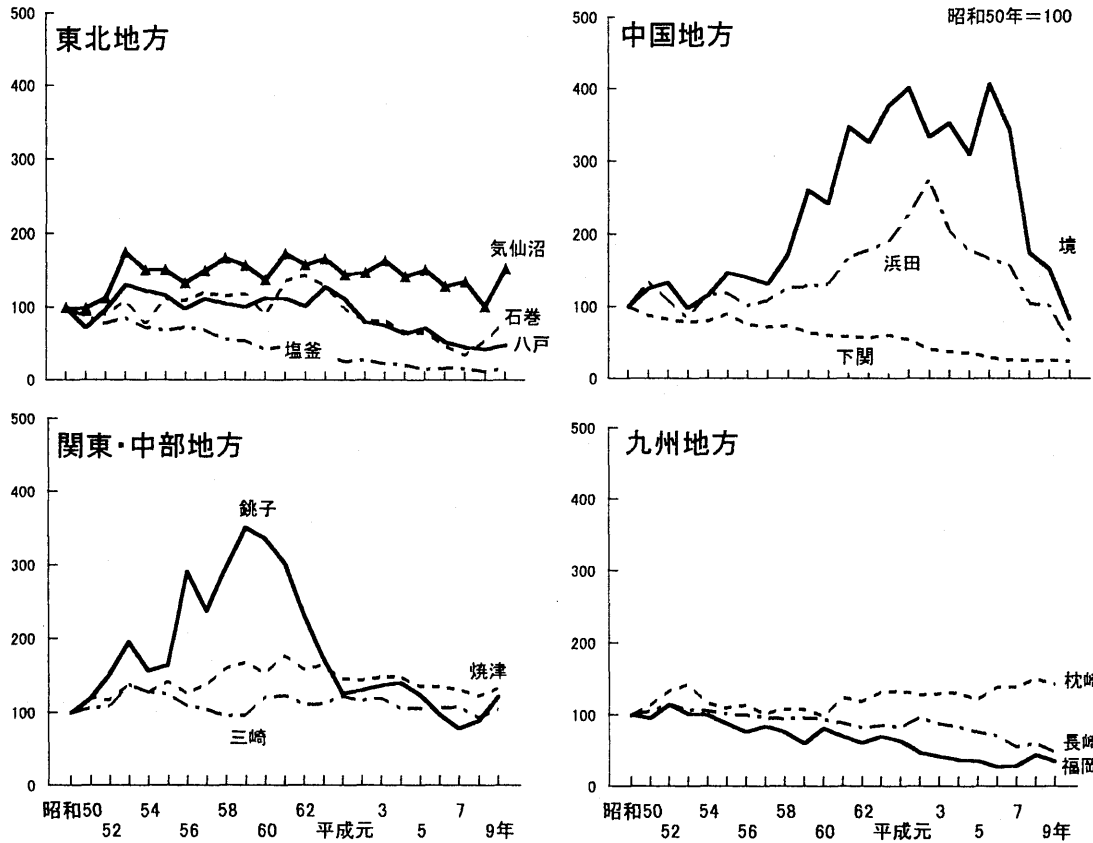


図15 主要漁港での水揚げ動向

資料：農林水産省「水産物流通統計年報」(各年)  
注：水揚げ量は市場上場量(搬入量は除く)と非上場量の合計。

## 2) 産地市場

産地市場は、多くの漁港に隣接して設けられ、水揚げ物の選別・仕分け・利用配分処理を通じて、生産と流通段階を結ぶ結節点としての役割を果たしてきた。

図15は、昭和50年を基準として主要漁港での水揚げ動向を示したものである。ここでは、利用範囲が全国的で、かつ水揚げ規模が大きい特定第3種漁港をとりあげた。これらの漁港は、いずれもイカ釣り、カツオ・マグロ旋網、アジ・サバ旋網、以西底曳網など遠洋・沖合漁業の水揚げ基地である。

枕崎を除く12港では、総じて水揚げ量が減少している。八戸・塩釜・下関・福岡・長崎では昭和50年代初期、銚子では50年代末、気仙沼・石巻・焼津では60年代、三崎・境・浜田では平成初期を境に水揚げ量が減少に転じた。これらの漁港で水揚げされる全量が隣接する産地市場で取り扱われるわけではない。しかし、水揚げされた魚介類の多くは産地市場に上場され、一次価格が形成された後、大都市市場に出荷されるのが一般的である。したがって、産地市場の取扱いは水揚げ動向に規定される。水揚げ量の減少は産地市場の地元水揚げ依存型経営に限界をもたらし、戦略的転換を迫るものとなった。こうした危機的状況に直面し、転換期を迎えていることは、市場規模にかかわらず全ての産地市場に共通する問題<sup>37)</sup>である。

水揚げ量の大幅減少に対し、各産地市場は①地元外漁船や近隣諸外国船の水揚げ誘致、②他産地からの陸送集荷や輸入

水産物の取扱いなど脱地元資源による消費地的機能(地元消費対応)の強化、③加工拠点形成を目指した隣接加工団地等への原料供給の強化、④都市近郊等の立地の優位性を生かした中継基地化など、新たな展開軸<sup>38)</sup>を模索している。

地元外漁船の水揚げ誘致については、資源立地条件や有力買受業者の存在など、地元外漁船を引きつける条件を当該産地市場がもつ必要がある。ところが、生産者の水揚げ地選択からみると、買受業者の零細性からくる市場の受け皿の小ささと価格形成の弱さはネックとなり、中小規模産地市場にとっては地元外漁船の水揚げ誘致はきわめて難しい。

外国漁船の水揚げ誘致については、たとえば福岡や長崎では以西物の代替・補完を目的に中国物<sup>39)</sup>が取り扱われるが、200カイリ体制下での漁業再編や資源的な限界、中国側の輸出メリットの低下等によって新たな転換を迫られる。近年、中国での買付価格の高騰と日本での相場の伸び悩みが顕在化し、輸出業者は卸売業者に対して買付への移行を求めている。つまり、卸売業者に対して価格変動等のリスク負担を求める動きが強まり、卸売業者はそれへの対応を迫られている。

地元消費対応の強化については、買出業者のニーズに即した品揃えやサービスの提供が必要となる。これまでの地元水揚げに規定された限定的な品揃えではなく、需要側が望む品目・規格を適宜集荷するといった品揃え力が問われる。品揃えに際しては買付集荷も視野に入れた形で、卸売業者は在庫負担に耐えうる資金力・経営力を有している必要がある。ま

た、買出業者の仕入れチャンネルに食い込むためには、他市場や場外業者等との競争は避けられない。

加工拠点形成は、地域単位での付加価値付けや差別化による販路拡大を目指したものである。ところが、原料指向の加工業者が国内他産地あるいは海外へと原料の仕入れチャンネルを拡大するなかで、産地市場と加工団地（地元加工）との結びつきは弱まっている<sup>40)</sup>。加工原料の価格変動や身質、あるいは在庫等のリスク負担を、産地市場がどこまで吸収し、対応できるかが鍵を握るといえよう。

中継基地化については、三崎等に代表される養殖魚のストックポイントとしての展開<sup>41)</sup>がある。しかし、この対象となる商材は産地市場を通ることを絶対条件としないため、中央卸売市場の場合以上に場外流通や他の流通チャンネルとの競争は避けられない。したがって、強力な冷蔵・ストック能力や配送能力など他に秀でた条件を産地市場が有していなければならない。

こうした展開は、概して遠洋・沖合漁業の水揚げ基地である大規模な産地、いわば頂点部分を占める一部の産地市場でみられるに過ぎない。

産地市場の多くは漁協が開設者と卸売業者を兼ねる小規模市場<sup>42)</sup>であり、その多くは新たな展開軸をみいだせずにいる。地元外船や外国船の水揚げ誘致に対しては、市場の受け皿の小ささや価格形成の弱さが問題となり、また輸入物の受け入れについては組合員（漁業者）の反対は避けられないであろう。地元消費対応の強化や中継基地化を目指すとしても、近隣市場や場外業者との競争もあり、市場業者がそれに対応できる経営力をもたなければならない。しかし、小規模な産地市場では買受業者の育成は進まず、有力買受業者の新規参入も期待できない。また、多様なニーズを満たせるだけの品揃え力を漁協が有しているのか、疑問が残る。

200カイリ問題や遠洋漁場の喪失、資源悪化等を背景とした漁業生産の不振は、産地市場の取扱高の減少に結びつき、地元水揚げ依存型の産地市場経営に限界をもたらしている。産地市場は、市場規模にかかわらず、新たな展開軸の模索を始めている。具体的な展開方向は、立地条件や市場の取扱規模、市場業者の経営力、あるいは情報集積力等によって大きく異なるが、他市場や場外業者等との多面的な競争下で、真の経営力・競争力が問われはじめたことは産地市場すべてに共通することである。

## 2. 集荷・取引方法

### 1) 集荷方法

図16は、消費地地方卸売市場における水産物の委託集荷率の推移をみたものである。

地方卸売市場では、中央卸売市場にも増して委託集荷率の低下が顕著で、昭和55年度の41%から平成8年度の29%に低下した。とくに生鮮品では、当期間に27ポイントの大幅な低下があった。これは、規格性商品の増加に伴い契約取引が増えたことや出荷者の市場選択が強まっていることを示すといえよう。つまり、市場間の集荷・販売力格差が明確化するなかで、経営力の弱い市場は出荷者の市場選択から外され、集

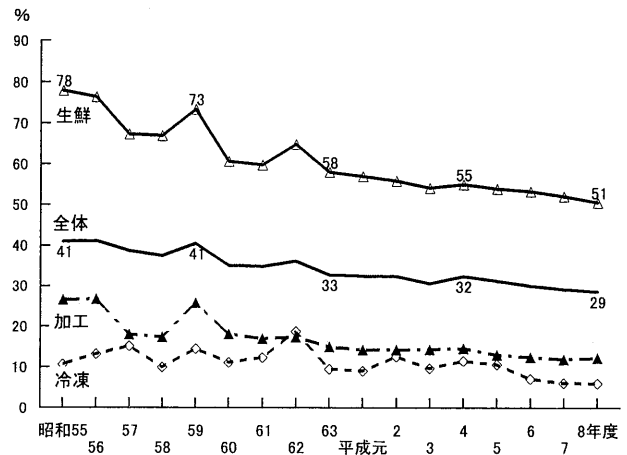


図16 消費地地方卸売市場における水産物の委託集荷の割合

資料：農林水産省食品流通局市場課「卸売市場の現状と課題」, 「卸売市場データ集」(各年)  
注：金額ベース。産地市場の実績は含まない。

荷難が生じる。とりわけ大規模出荷者は、小規模市場への小割分散配送を回避することで出荷経費を節減しようとする。こうした状況下で、小規模市場が品揃えを拡大するには、卸売業者がリスクを負担して買付集荷するか、あるいは近隣拠点市場からの転送をうけるか、といった選択を迫られる。転送は、中央卸売市場の仲卸業者を集荷先とするのが一般的で、かりに委託集荷の形がとられても指し値等の条件付き委託であることが多く（拠点市場からの余剰品の出荷というより、受け手の転送依頼に基づくため）、事実上は買付集荷と変わらない。したがって、転送集荷に際しては、受け手となる卸売業者には価格や在庫面でのリスク負担が伴う。

ただし、出荷者が出荷先の絞り込みを強めるなかで、集荷ロットの零細さがかえって仕切価格を割高にすることがあるため、卸売業者のなかには、あえて近隣拠点市場の集散機能を利用し、集荷の安定化を図るものもある。

### 2) 取引方法

図17は、セリ・入札取引の割合をみたものである。セリ・入札取引の割合は、委託集荷率の低下と呼応する形で、昭和55年度の38%から平成8年度の26%に低下した。

商品形態別には、生鮮・加工・冷凍のすべてにおいてセリ・入札取引の割合が低下している。とくに生鮮品での低下が顕著で、平成2年度には6割を、7年度には5割をきった。これは、第一に需要者からの受注に基づいた買付集荷が増えたこと、第二に、予約相対取引や先取りなど例外取引が増えたことによる。量販店等による数量・品質・規格・価格面での安定化要求や納品時間の早期化要求に対し、例外取引を用いた対応が常態化している。第三に、出荷者の市場選択や指し値提示の強まりに対し、取引価格など対応の不備が次回の集荷に影響することから、卸売業者には相場に対する配慮（価格支持等による指し値相場の確保）が求められるようになったことがある。

中央卸売市場と同様に、地方卸売市場においても卸売市場



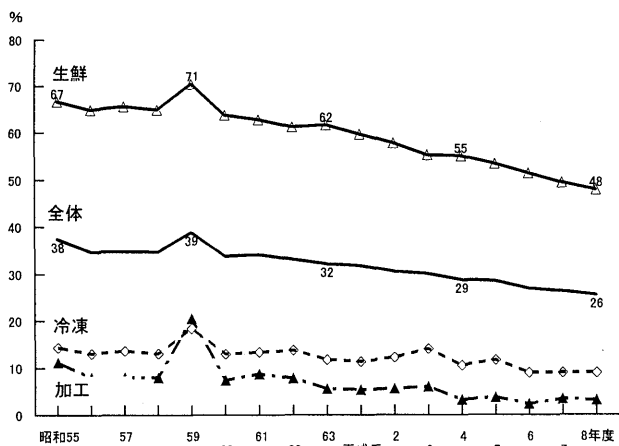


図17 消費地地方卸売市場における水産物のセリ・入札取引の割合

資料：農林水産省食品流通局市場課「卸売市場の現状と課題」, 「卸売市場データ集」(各年)  
注：金額ベース。産地市場の実績は含まない。

法で示される原則と実務との乖離が生じている。ただし、地方卸売市場での買付集荷・相対取引の主体化は、出荷者や買出業者の市場選択が強まるなかでの集荷・品揃え対応としての性格が強い。つまり、買付集荷でなければ集荷が難しく、またセリ取引では短期的な価格変動が避けられず、相場建ての不安定さが集荷難を招く。同時に、買付集荷・セリ取引に伴う価格リスクを負担できない状況下では、需要者からの受注・事前値決めのもとで買付集荷するといった、いわゆる仲継ぎ業務が主流となる。こうした点において、中央卸売市場での買付集荷・相対取引の主体化とは、少し性格が異なるといえよう。

3. 卸売業者の動向

表8は、組織形態別の卸売業者数を示している。平成9年4月現在、水産物を取り扱う地方卸売市場は総合市場（青果と水産物を取り扱う市場）128、消費地市場196、産地市場348の計672市場である。同時期の卸売業者数が763社であるから、地方卸売市場では一市場一卸売業者の形態が一般的である。また、その多くが開設者と卸売業者を兼ねる民設民営市場である。卸売市場法への改正に伴い、地方卸売市場が法制度の対象に組み込まれ、施設整備が始まった。その際、地方都市流通の拠点形成を目的とした市場の統合大型化が進められるなかで、卸売業者数は減少している。

表8 地方卸売市場における組織形態別の水産物卸売業者数（平成9年4月）

形態区分	合計	第3セクター	各種協同組合	株式会社	その他会社	個人
総合	73	1	8	64	0	0
消費地	322	0	44	250	12	16
産地	368	1	332	35	0	0
計	763	2	384	349	12	16

資料：(社)食品需給研究センター「市場流通要覧 改訂5版」(大成出版社, 1999年) p.54  
注：ここでいう総合とは、青果と水産物の両方を取り扱う市場のこと。

組織形態別にみると、総合市場と消費地市場では株式会社形態が多く、前者では88%、後者では77%を占める。他方、産地市場では漁協など系統組織が9割を占める。

表9は、取扱規模別の卸売業者数をみたものである。地方卸売市場の整備方針に従って統合大型化が進められるなかで、取扱規模の小さい層を中心に卸売業者数が減少している。しかし、年間取扱高10億円未満の業者が総合市場で約3割、消費地市場で約5割、産地市場で4割弱を占め、依然として卸売業者の零細性は強い。中央卸売市場の平均的な仲卸業者の取扱規模（取扱いなしを含む平均取扱高6億円前後）と大差のない、あるいはそれを下回る卸売業者もある。50億円以上層は市場区分（種別）に関わらず1~2割と少ないが、これには年間取扱高で数百億円に達する業者も含まれる。その多くは、大都市周辺の衛星都市（埼玉や千葉など）に開設される公設卸売市場や特定第3種漁港に隣接する大型産地市場（八戸、気仙沼、長崎など）の卸売業者である。同じ地方卸売市場の卸売業者であっても取扱規模には著しい格差があり、このことが卸売業者の業務や機能分化に結びついている。

流通経路の多元化を背景に、出荷者や買出業者の市場選択が強まるなかで、市場間では流通圏の拡大と重複（開設区

表9 地方卸売市場・水産物卸売業者の取扱規模別業者数

		年度	昭和57	62	平成4
総合市場	1億円未満	2 (1)	5 (5)	2 (2)	
	1~5億円	19 (14)	6 (5)	7 (9)	
	5~10億円	22 (17)	19 (17)	13 (16)	
	10~20億円	33 (25)	23 (21)	20 (25)	
	20~50億円	37 (28)	39 (36)	29 (36)	
	50億円以上	20 (15)	18 (16)	10 (12)	
消費地市場	1億円未満	42 (10)	33 (9)	24 (7)	
	1~5億円	96 (23)	101 (26)	80 (24)	
	5~10億円	70 (17)	58 (15)	46 (14)	
	10~20億円	74 (17)	58 (15)	62 (18)	
	20~50億円	86 (20)	80 (21)	69 (20)	
	50億円以上	56 (13)	55 (14)	58 (17)	
産地市場	1億円未満	9 (2)	3 (1)	2 (1)	
	1~5億円	58 (16)	78 (21)	72 (20)	
	5~10億円	82 (23)	70 (19)	85 (24)	
	10~20億円	81 (22)	77 (21)	59 (15)	
	20~50億円	81 (22)	84 (23)	82 (23)	
	50億円以上	55 (15)	58 (15)	63 (17)	

資料：農林水産省食品流通局市場課「卸売市場の現状と課題」  
注：括弧内の数値は構成比。平成4年度以降、水産物地方卸売市場・卸売業者の階層性に関する資料は公開されていない。

域の有名無実化＝市場間競争の強まり）が生じ、小規模な地方卸売市場を中心に集荷難が生じている。これは、出荷者が流通経費の節減や確実な代金回収を確保するために、出荷先となる卸売業者の与信管理や絞り込みを強めていること、その際、一部の上場企業を除いては卸売業者の財務状況を把握することは難しく、取扱（購買力・相場）動向や代金回収の円滑さ等が判断材料に用いられること、による。

独自集荷が難しくなった卸売業者は、買付集荷や拠点市場からの転送によって品揃えを維持する傾向をみせる。しかし、買付集荷には在庫リスクが伴い、過度な買付はかえって経営を圧迫するし、これを抑制できない卸売業者は倒産に至ることもある。また、買付集荷では、既存の委託取引とは異なるノウハウが必要で、取引先の開拓や在庫管理に労力・時間を要することから集荷販売経費の増加は避けられない。加えて、買付品の多くが相対で取引されるため、売買差益が卸売業者の収益源となるが、その収益額は委託販売手数料に比べて低いのが一般的である。つまり、買付集荷によって取扱高が伸びても、収益率の低下と販売経費の増加によって増収減益の状況に陥ることがある。したがって、営業利益率が低く抑え込まれる（あるいは採算割れする）ことから、経営面では収益性の低下は避けられない。

表10は、卸売業者の当期利益率と赤字（当期利益率がマイナス）会社の割合を示している。当期利益率は、近年、回復傾向を示すが（平成8年度は無回答が多い）、昭和60～平成6年度にかけては1%を越える大幅な低下があった。この要因は明らかでないが、バブル崩壊後の消費の停滞と単価の伸び悩みを背景とした委託手数料収益の縮減や買付収益率の低下に対して、人件費や集荷販売費など営業経費の増加が営業利益率の縮小を招き、当期利益率を低下させたものと考えられる。また、赤字会社の割合も徐々に増え、平成8年度では23%となった。

今後とも、川上・川下双方による市場選別と流通経路の多元化、あるいは流通圏域の拡大に伴い、市場内外での競争がさらに強まることが予測される。しかし、買付集荷・相対取引が販売の主軸となることから収益率の上昇は望み難く、卸売業者にとっては人件費や集荷販売費など営業経費の縮減によって利益確保に努めることが課題となる。また、近年の川上・川下双方での市場選別は、卸売業者の信用力低下に起因することから、卸売業者間の合併や事業提携を通じた経営体質の強化も必要といえよう。

### 第3節 中央卸売市場と地方卸売市場の動向比較

ここでは上記の分析のまとめとして、中央卸売市場と地方卸売市場の動向を比較、整理しておこう。

#### 1. 取扱動向

中央卸売市場の取扱量は昭和63年度、金額は平成3年度を境に減少し、9年度では365万トン、3兆556億円である。消費地地方卸売市場（総合市場を含む）の取扱量は、昭和50年代半ばから末にかけての減少とバブル期の増加がみられたが平成3年度を境に減少、金額はバブル期の増加を除けば昭和50年代半ば以降はほぼ横這いで、8年度では180万トン、1兆2,752億円である。

商品形態別には、中央卸売市場では加工品と冷凍品の取扱量が昭和50年代半ばあるいは末、生鮮品が60年代末から伸び悩まないし減少し、金額はいずれも平成2、3年度を境に減少している。消費地地方卸売市場では、生鮮品と冷凍品の取扱量の減少が顕著で、生鮮品は昭和54年度の106万トンから平成8年度の84万トンに、冷凍品は54万トンから40万トンに減少した。加工品は、昭和63年度の45万トンまで減少した後、徐々に増え、平成8年度では56万トンとなった。生鮮品の取扱金額は、昭和50年代半ばから末の減少を除けば総じて増加し、平成4年度には6,474億円、昭和50年度対比で1.7倍となるが、以後は減少し、8年度では5,953億円である。冷凍品は、昭和63年度の3,854億円がピークで、とくに平成2年度以降は一貫して減少し、8年度では3,094億円である。加工品は、昭和60年代末を境に取扱高が減少するが、平成2年度には前年度対比46%の著しい増加があった。しかし、平成3年度の4,308億円を境に減少し、8年度では3,705億円である。

中央卸売市場と消費地地方卸売市場の取扱いの和を卸売市場取扱高とすれば、中央卸売市場が数量の67%、金額の71%を占める。このことから卸売市場流通において中央卸売市場が担う役割は大きく、集散拠点的な位置づけが強いことがうかがえる。

中央卸売市場の一市場平均取扱量は、昭和50年度の8.3万トンから平成9年度の6.9万トンに減少している。取扱金額は、昭和50年代半ばから60年代初期にかけて560～600億円で推移し、平成3年度には631億円に達した。しかし、その後は減少し、平成9年度では577億円である。消費地地方卸売市場については、取扱量は昭和59年度の4,598トンから平成3年度の5,601トンに増えるが、その後は減少ないし伸び悩みにあり、平成8年度では5,435トンである。取扱金額は、

表10 地方卸売市場における組織形態別の水産物卸売業者数（平成9年4月）

年度	昭和 60	平成 2	6	7	8
当期利益率	1.51	0.72	0.25	0.27	0.66
赤字会社の割合	16	21	22	25	23
サンプル数(社)	753	690	683	680	598

資料：地方卸売市場・水産物卸売業者の当期利益率と赤字会社の割合

資料：生鮮食品等流通問題研究会「卸売市場の新しい展開と活性化に向けて－中間論点整理－」（平成10年8月）添付資料より

昭和50年代末から平成初期には32~36億円であったが、2年度からは40億円前後で横這いにある。ただし、平成3年度以降、取扱高はやや減少し、平成8年度では39億円となった。

一市場平均取扱高の動向を中央卸売市場と地方卸売市場で比較すれば、①昭和50年代末から平成初期に中央卸売市場の取扱量が伸び悩むのに対して、地方卸売市場では増加した。しかし、平成3年度以降は、中央・地方卸売市場ともに取扱量が減少している。②取扱金額は、中央・地方卸売市場ともに平成2年度までわずかに増えるが、以後は伸び悩んでいる。③中央卸売市場と消費地地方卸売市場の一市場平均取扱高規模には格段の差がある。平成8年度を例にとれば、中央卸売市場の取扱量は消費地地方卸売市場の約13倍、金額の15倍である。

## 2. 集荷・取引

転送依存率については、中央卸売市場では生鮮品で4%、加工品で6%、冷凍品で5%前後で、ほとんど変化がない。他方、消費地地方卸売市場(平成4年度実績)では、生鮮品は13%、加工品は14%、冷凍品は12%で、中央卸売市場に比べて転送依存率が高い。一般に、中小都市卸売市場ほど転送依存率が高くなる傾向にある。

集荷方法では、中央卸売市場、消費地地方卸売市場ともに委託集荷率が低下した。中央卸売市場では、昭和60年代に入って低下傾向が強まり、平成9年度では37%である。加工品と冷凍品が順に25%、14%前後で横這いであるのに対して、生鮮品の委託集荷率は一貫して低下し、平成9年度では60%となった。消費地地方卸売市場では昭和50年代半ばには委託集荷率が低下し、平成8年度では29%となった。いずれの商品形態でも委託集荷率が低下しているが、中央卸売市場と同様にとくに生鮮品での低下が顕著で、平成8年度では51%となった。

取引方法では、中央卸売市場、消費地地方卸売市場ともにセリ・入札取引の割合が低下し、中央卸売市場では31%(平成9年度)、消費地地方卸売市場では26%(8年度)である。中央卸売市場では生鮮品と加工品での低下が顕著であるが、消費地地方卸売市場ではいずれの商品形態でも低下している。生鮮品のセリ・入札取引の割合を比較すると、中央卸売市場で53%(平成9年度)、消費地地方卸売市場で48%(8年度)である。

委託集荷、セリ・入札取引の割合の低下は、中央卸売市場と消費地地方卸売市場に共通するが、いずれも消費地地方卸売市場の方が低下率が大きい。これは、出荷者の市場選択が強まるなかで、品揃えを維持するために買付集荷への傾斜や転送依存を強めていることを少なからず反映しているといえよう。

## 3. 卸売業者

中央卸売市場の水産物卸売業者数は、若干の増減はあるが昭和57年以降、96~98社でほぼ横這いにある。地方卸売市場では、昭和62年度の852社(総合81・消費地409・産地362)から平成9年度の763社(総合73・消費地322・産地368)に

減少している。平均取扱高では、中央卸売市場の卸売業者が平成9年度で315億円であるのに対して、消費地地方卸売市場(8年度、産地市場を除く)では約32億円で、両者の取扱規模の差はきわめて大きい。

中央卸売市場の卸売業者の事業収益率は、近年、4.6%前後で横這いにあるが、委託手数料収益が低下し、代わって買付収益と兼業収益が伸びている。平成9年度では、委託手数料収益が事業収益の37%、買付収益が52%、兼業収益が11%である。他方、営業経費率は、人件費や集荷販売費の増加によって上昇し、平成9年度では4.3%である。営業利益率は、平成3年度以降の低下が著しく、9年度では0.22%に半減している。この結果、平成9年度では水産物卸売業者の34%が赤字経営である。地方卸売市場の卸売業者については、当期利益率が昭和60年度の1.51%から平成6年度の0.25%に大きく低下するが、近年では若干回復し、8年度では0.66%である。平成8年度では、当期利益率がマイナスの業者が全体の23%を占める。

中央、地方卸売市場にかかわらず、卸売業者では収益率の低下と営業経費の増加によって収益性が低下し、とくに取扱規模の小さな層を中心に赤字経営に陥る業者が増えている。

## 4. 仲卸業者

中央卸売市場の水産物仲卸業者数は、昭和57年度の3,887人をピークに著しく減少し、平成9年度では3,455人となった。平均取扱高は、平成3年度の6.1億円をピークに減少し、9年度では5.8億円である。平成3年度以降、平均取扱高が減少していることは、中央卸売市場の水産物卸売業者でも同じである。

中央卸売市場の水産物仲卸業者では、収益性の低下、資金調達の不安定さの強まり、生産性の低下など、経営悪化が進んでおり、平成8年度には経常赤字会社の割合が51%に達した。とくに、取扱規模の小さな層を中心に、経営問題が深刻化している。

地方卸売市場の仲卸業者については、業者数や平均取扱高、経営状況等を示す資料がないため定かではないが、業者数の減少や経営状況の悪化等の動向は、中央卸売市場の仲卸業者と同じ傾向を示すとみて良いだろう。おそらく、消費地地方卸売市場の仲卸業者では、中央卸売市場の仲卸業者に増して業者数の減少や経営状況の悪化が進んでいるものと思われる。近隣拠点市場の卸売業者や仲卸業者、あるいは場外業者の販売攻勢が強まるなかで多面的な競争を強いられていることは、中央・地方卸売市場にかかわらず、すべての仲卸業者に共通する。

## 第4章 法制度の見直しとその影響

これまでみたように、流通与件が著しく変化するなかで、卸売市場では取扱量の減少や法原則と実務との乖離、卸売業者や仲卸業者の経営悪化が顕在化し、このことが卸売市場の信用力や機能低下に結びついている。

こうした状況に鑑み、今後の卸売市場のあるべき姿につい

て協議が始まった。平成9年4月に「食料・産業・農村基本問題調査会」<sup>49)</sup>が発足し、農政や食品流通行政等に関する協議が、同年6月には農林水産省食品流通局長の私的懇談会として「今後の食料品流通について意見を聞く会」が発足し、4回にわたる協議が行われた。これらの場で討議された論点は、生鮮食品等流通問題研究会によってとりまとめられ、改正卸売市場法案（以下、改正法案）の骨子がつくられた。

改正法案は平成11年3月に国会に提出され審議に入った。参議院農林水産委員会では共産党や社民党がセリ原則の廃止等に異議<sup>44)</sup>を唱えて同法案に反対し、附帯決議<sup>45)</sup>を伴ったが、同年5月7日に参議院本会議を通過した。衆議院農林水産委員会でも共産・社民両党が前記と同様の理由で反対したが、7月15日の衆議院本会議で原案通り可決された。

新卸売市場法は平成11年7月26日に公布・施行された。これをうけて同法施行規則と各地方自治体の業務規程の改正が進められる。施行規則は平成12年4月をめどに改正される予定で、業務規程については現行業務規程の有効期間が新法公布から1年間<sup>46)</sup>であるため、遅くとも平成12年7月25日には新ルールのもとで市場業務が始まることになる。

本章では、改正法案の要点を整理した上で、これが卸売市場流通にどのようなインパクトを与えるのか、卸売市場流通はどのような再編方向をたどるのか、について検討する。

## 第1節 法改正の要点

改正法案は、卸売業者と仲卸業者の経営体質の強化、市場再編の推進、取引方法の改善の3つの柱からなる<sup>47)</sup>。とくにこの法改正では、取引方法の見直しを中心に地方分権的な規制緩和が盛り込まれた。以下では、上記3つの柱に沿って改正法案の要点をみておこう。

### 1. 市場業者の経営体質の強化

市場業者の経営体質強化の必要性は、卸売業者や仲卸業者の経営悪化が卸売市場全体の機能低下や不活性化、信用力低下に結びつくとの認識によるものである。卸売業者と仲卸業者に関しては、リストラや協業化を通じた経営のスリム化、事業提携や合併等による経営基盤の強化が課題として示された。

改正法案では、卸売業者については純資産基準額の見直し（第19条）が示され、また経営改善命令に関する指導基準（第51条）が明文化された。しかし、仲卸業者の経営に関する規定は設けられていない。仲卸業者については業者数を適正化し、経営の大型化を促すために、事業提携や合併等に対する金融支援措置が食品流通改善促進法の一部改正（第2条4項新設）<sup>48)</sup>で示されたのみである。この金融支援措置は卸売業者も対象となる。

純資産基準額は、これまで卸売業者の経営内容を監督・指導（業務停止・許可取消）する指標として用いられてきた。現在の純資産基準額は、卸売業者の約1日分の代金支払いを担保する額に過ぎず、出荷者に対する卸売市場の信頼性を高めるためにも一定の猶予期間を設けつつ基準額が引き上げら

れることになった<sup>49)</sup>。これは、卸売業者の存続基準を引き上げることで経営不振業者を排除し、合併を推進しようとする行政の姿勢を示している。

加えて、卸売業者の経営状況の変化に鑑み、開設者が必要に応じて是正措置をとるために、流動比率、自己資本比率、損益状況など一定の財務基準<sup>50)</sup>が新たに設けられた。この基準を満たさない場合で、農林水産大臣が卸売業務の適正かつ健全な運営を確保する必要があると認めるときには、卸売業者に対して必要な改善措置を命ずることになる。この他、近年、買付集荷が増えていることから、委託と買付に関する区分経理が義務化（第30条）された。

### 2. 市場再編の推進

生鮮食料品流通の広域化や情報化の進展を背景に、中央卸売市場のなかにも建値・拠点市場と転送依存市場といった機能分化が生じていること、卸売市場間の連携が弱く川上・川下側の要求に十分に対応できていないことなど、新たな問題が生じている。そのため、拠点市場を中心に広域流通圏に属する市場が緊密に連携し、また市場間の機能分担や配置のあり方について検討することの必要性が示された。川上と川下の双方で、卸売市場あるいは場外流通チャネルの選別が強まり、結果として卸売市場間の集分荷力に格差が生じている。卸売市場間の過度な集分荷競争は、集荷・販売コストや経営リスクの増大を招き、経営悪化の要素にもなることから、近隣流通圏内での市場の再配置・機能分担調整の必要性が高まったといえよう。

改正法案では、中央卸売市場の再配置を円滑に進めるために、開設者の地位の継承に関する規定（第13条）が設けられた。これにより都道府県または一部事業組合・広域連合は、関係地方公共団体の同意の上で農林水産大臣の認可を受け、既設中央卸売市場の開設者の地位を継承できることになった。つまり、既存の供給圏を越えた広域流通圏が成立する条件が整った。このことは卸売市場の統廃合が進むことを想定し、存続できなくなった市場開設区域への対応を残存市場の開設区域拡大に求めることで、地域流通を円滑にしようとする行政指導の方向を示しているといえよう。

### 3. 取引方法の改善

卸売市場制度の基本は、「公正・公平・公開」性の遵守である。そのため、市場での取引にはさまざまな規制（集荷・価格形成・分荷・決済など）が設けられ、地方公共団体の管理・監督下で運営されてきた。なかでも委託集荷とセリ・入札取引は、卸売市場の価格形成機能の原則に掲げられた。もちろん、流通与件の変化に応じて例外規定の運用による柔軟な対応が図られてきた。

しかし、例外規定の運用が常態化し、法原則の形骸化がみられはじめた。現状追認的な例外規定の後付けでは、もはや現代流通との隙間を埋められない、法原則と実務との間に著しい乖離が生じているからには法制度の抜本的な見直しが必要である、という局面に卸売市場制度は直面している。

市場取引に関する主な改正点は、次の4つである。

- (1) 「セリ・入札」から「公正かつ効率的」取引への原則規定の変更 (第34条第1項)
- (2) 相対取引の容認, 情報開示と担保措置の設定 (第34条第2項)
- (3) 買付集荷に対する許容範囲の拡大 (第38条)
- (4) 商物一致原則の緩和 (第39条)

セリ・入札取引の原則が外され, 取引数量・価格等の情報公開措置を講ずることで, 開設者が市場ごと・品目ごとの実情に応じて取引方法を設定することになった。つまり, 相対取引が容認された (情報公開や最低セリ数量の設定など一定の措置が必要)。これは, 各市場が需要者ニーズに適宜対応できるように, 地方分権的な規制緩和によって市場取引に機動性が付与されたとも解釈できるが, むしろ法原則による一元化が限界を迎えたことへの対応とみて良い。つまり, 市場によって取引の実態が大きく異なる, という現状にあわせた改正である。各市場が, すでに例外規定の運用によって地域の流通事情に対応している実態から, 今回の法改正による大きな変化は期待できないとの評価<sup>51)</sup>もある。

集荷については従来通り委託が原則となるが, 弾力的な集荷と品揃えを強化するために例外規定が設けられ, 買付集荷への道が開かれた。買付集荷の対象品目は, 後述の市場取引委員会の意見を聞いた上で, 開設者が業務規程に定める。買付集荷の承認<sup>52)</sup>に際しては, 開設者が卸売業者の財務状況を判断材料として用いることが想定される。過度の買付は, 卸売業者の経営だけでなく, 市場全体の信用力低下に結びつく問題であるから, 開設者には時宜を得た監督・指導力が求められることになる。

商物一致原則は保持された。しかし, 開設者による場外指定保管場所に加え, 卸売業者が申請した場所にある物品について, 開設者が, 効率的な取引のために必要かつ取引秩序を乱すおそれがないと判断したときには商物分離が認められることになった。これは, 市場の狭隘化や都市交通条件の悪化, あるいは川上・川下双方のニーズに対処し, 物的・商的流通の効率化を促すことを目的としている。つまり, 規格性・貯蔵性をもち, 見本・銘柄取引が可能な商品については場外指定保管場所での取引を, また予め納品先が決まった商品については産地から販売先へ直接配送することで, 卸売市場取引に効率性を付与しようとするものである。なお, 商物分離の承認に際しては, 市場取引の公正・公平さを維持するために, 取引内容の公開が必須となる。

この他, 「中間論点整理」<sup>53)</sup>では, 卸売業者と仲卸業者の垣根問題 (第三者販売と直荷引きの規制緩和) について協議されたが, 現時点では両者の垣根を緩和することは適切でないとの意見<sup>54)</sup>から, 改正法案中には組み込まれなかった。

今回の法改正では, 取引方法など業務運営上の権限が各市場の開設者に委譲される。これは, ①地域によって流通事情が大きく異なり, 原則と例外が逆転している, ②取引の細部におよぶ行政指導が市場業者の活力と効率性を阻害している, ③例外規定の運用に伴う申請書類の処理が市場業者や開設者の事務負担に結びついている, といった問題提起に基づくものである。

権限委譲に伴い, たとえば市場取引については必要な事項を審議させる機関として市場取引委員会の設置 (第13条第2項) が示された。市場取引委員会の設置は, 開設者の判断に委ねられ, 卸売業者, 仲卸業者, 売買参加者, その他関係者, 学識経験者のなかから開設者が委嘱する。市場取引委員会は, 取引に関する業務規程の変更や公正かつ効率的な取引確保に関して開設者に意見を述べることを主務とし, 罰則等の権限はもたない。市場業務に携わる関係者の意見を集約し, それを市場運営に反映させるための調整機関である。市場取引委員会がどの程度機能するのかは明らかでないが, 規制緩和を進めつつも, 取引に一定の公平性を保持するための措置といえよう。

## 第2節 水産物流通へのインパクト

本節では, 市場取引方法の改正が水産物流通 (卸売市場流通と市場外流通) にどのような影響をもたらすのか, 検討したい。

### 1. 卸売市場流通へのインパクト

#### 1) 相対取引の容認

相対取引が制度的に容認されたことで, 各市場は市場ごと, 品目ごとの実情にあわせて取引方法を設定できるようになった。これは, 各市場が生産者や買受業者の多様なニーズに的確かつ機動的に対応できる条件を得たこと, 例外規定の運用に伴う事務負担を軽減できる, という点で評価できる。しかし, 各市場はこれまでも例外規定の運用によって対応しており, 今回の法改正が取引方法の抜本的な変容に結びつくとは考えられない。この点では, 現状追認的な改正といえよう。

ただし, セリ重視型の市場や相対取引に偏重する市場など, 今まで以上に市場ごとの性格の違いが明確化するだろう。大口需要者や大規模出荷者は, 一般に安定価格での安定取引を指向するから, 相対取引を主体とする市場での仕入れ・出荷を強めるだろうし, 相対取引にメリットを感じない買出業者や零細出荷者はセリ取引を主体とする市場の利用を強めるだろう。ひいては, 大口需要者・大規模出荷者対応型の市場と零細需要者・出荷者対応型の市場, あるいは広域集約型と地元対応型といった性格あるいは機能の分化が強まるものと思われる。

しかし, 相対取引が主体となる市場において, 大口需要者の売買参加が進むかどうかは別である。当面, 大口需要者は仲卸業者の決済機能を利用しつつ, 契約取引を活用した仕入れを展開するものと思われる。ただし, 新規買受業者に対する参入障壁が弱まれば, 専門商社や水産会社等の新規参入もありうる。この場合, 既存仲卸業者の反対は避けられないが, 市場の購買力や集分荷力を高めるという点で, 開設者や卸売業者には新規買受業者の誘致を進める動機になるといえよう。

#### 2) 買付集荷に対する許容範囲の拡大

買付集荷については, 開設者が市場取引委員会の意見を聞き, 取引の実態や卸売業者の財務状況をもとに判断すること

になる。買付集荷の承認に対して、卸売業者の財務状況がどの程度、判断軸として用いられるかは明らかでないが、以前に比べて買付集荷の自由度が増すことは必至である。ただし、買付集荷には集荷販売経費の増加や在庫リスクの増大を伴うから、過度な買付行為は経営悪化を招く。これは、市場の信用力低下だけでなく、市場自体の存続問題に発展する。

卸売市場が公設制のもとに成立し、当該開設区域に対する食料品の安定供給といった公的な役割を担うからには、開設者には、卸売業者の財務状況に留意しつつ、健全かつ適切な市場運営を保持する社会的責任が伴う。しかし、厳密な経営管理を行うには相応の専門家を要し、監査にあたっては諸コストを伴うなど、開設者の新たな負担増は避けられない。一定の財務基準を用いるだけなら事務処理の一環として対応できようが、その場合、指導とはほど遠いものとなりかねない。買付集荷の自由度が増せば、卸売業者が受注見込みでの買付に走ることで、それによって不良在庫など経営を圧迫する要素が増すことが予測されるから、開設者には買付計画や在庫報告等を含めた詳細な業務監督・指導が求められる。

今回の法改正でみられる権限委譲は規制緩和に他ならない。しかし、その分、地方公共団体に対しては、市場の管理・運営者としての社会的責任をどの程度果たすことができるのか、その裁量・資質が問われることになる。

財務状況を根拠に、卸売業者の買付集荷が認可される（逆に、財務状況が悪い業者には制限が加わる）なら、商社機能を強める有力業者と従来の業務に徹する業者というように、卸売業者の機能・性格分化がさらに強まるだろう。

買付集荷に注目すれば、その動機は①不足分を補うための対応と、②仲継ぎ業務のための商材確保に区分できる。前者の場合、出荷者の開拓や在庫管理等に労力・時間を要し、集荷販売経費の増加やリスク負担の増大は避けられない。卸売業者には相応の経営力が求められ、買付集荷に対応できる業者は限られる。後者の仲継ぎ業務では、需要者からの受注に基づいて買付集荷するなら、卸売業者は在庫リスクを回避できよう。しかし、この場合、卸売業者は需要者を束ね、仕入れ窓口機能<sup>55)</sup>を強化することが課題となる。

買付集荷に関する規制緩和は、卸売業者にとっては守備範囲の拡大となるが、一方、それは経営リスクの拡大にもつながる。したがって、規制緩和の恩恵を享受できるのは、相応の資金力・信用力・ノウハウを有する一部の上位卸売業者に限られるであろう。これまで法制度の庇護の下にあった卸売業者は、自由競争下で経営資質が問われることになり、これによって経営力格差がさらに明確化するとと思われる。

### 3) 商物一致原則の緩和

商物一致原則を緩和することは、効率性を要求する現代流通への歩み寄りとして評価できる。それは、とくに大規模出荷者と大口需要者との間を情報取引で結ぶことを想定したものであるといえよう。つまり、規制緩和の狙いは、集荷機能が集中し、あるいは情報集積が進む一部の大型卸売市場を中心に取引の効率化を進め、広域かつ大型流通への対応を促すことにあるといえよう。

商物分離取引は、産地からの入荷情報をもとに値決めをする契約方式と、サンプルや銘柄情報をもとに取引する見本・銘柄方式に区分できよう。契約方式では、事前の商談に基づいて集荷されるため、取引では相対が主となるが、見本・銘柄方式ではセリ・入札取引と相対取引の併用が考えられる。しかし、入荷情報やサンプル・銘柄情報に基づき取引が成立するという条件から、その主な対象は規格・貯蔵性を有し、計画的な生産と集荷が可能な冷凍・加工品となるだろう。生鮮品では、養殖物のように産地銘柄がある程度定着し、かつ規格対応や計画生産が可能な魚種については可能性がある。冷凍・加工品の多くは、商社や水産会社から買付集荷されるのが一般的であるから、その販売では、見本・銘柄方式であっても相対取引が中心となるだろう。

商物分離がどの程度進むかは開設者の判断に委ねられるが、これが卸売市場流通に与えるインパクトとしては下記の3点が指摘できる。

第一に、商物分離取引が拡大すれば、出荷者の販売希望価格と需要者の仕入れ希望価格とを仲介・調整する機能（仲継ぎ業務）が強まり、逆に選別・価格形成機能は縮小することになるだろう。また、商物分離の拡大は、卸売市場を経由しない商品の増加を示すから、それは市場外流通との競争がさらに強まることを意味する。

第二に、商物分離の主な対象は、予約相対取引など需要者との契約に基づいて集荷した商品となるだろうが、この他にも卸売業者が受注見込みで買付集荷した商品も含まれるだろう。ただし、見込み買付には在庫リスクを伴うため、それを実行できるのは一部の卸売業者に限られる。卸売業者では、総じて仲継ぎ業務など商社機能への傾斜が進むだろう。とくに大規模卸売業者を中心に機能的には商社化が進み、卸売業者間の業務・機能格差がさらに拡大するものと思われる。

第三に、商物分離は、相対取引の容認や買付集荷の規制緩和と相まって、卸売業者の第三者販売を加速させるだろう。卸売業者と仲卸業者の垣根の緩和は見送られたにもかかわらず、買付集荷、商物分離、相対取引に対する許容範囲は拡大した。このことは、卸売業者に対して第三者販売の下地を用意したことになる。第三者販売が加速すれば、卸売業者と仲卸業者の業務区分が希薄化し、両者の間には競争が生じる。卸売市場制度は、卸売業者と仲卸業者の機能分担と連携を前提に形作られたものであるから、その根幹部分に歪みが生じれば、卸売市場制度そのものが変質することになる。

### 4) 仲卸業者の階層分化の促進

卸売市場法は、仲卸業者の業務に関して、①販売委託を受けること、②当該中央卸売市場の卸売業者以外から買い入れて販売することを禁止している以外は何ら規定していない。また、今回の法改正は、仲卸業者の業務に関してはふれていないが、取引方法等の変更は仲卸業者の業務変容や統廃合に少なからず影響を与えるだろう。

出荷者の市場選択の強まりを背景に、卸売市場間の集荷力格差が拡大するなかで、とくに中小卸売市場の仲卸業者を中心に、当該市場での品揃えに限界が生じる。仲卸業者は、

直荷引きを通じて品揃えを強めるだろう。ただし、直荷引きには集荷先の開拓を要し、また価格面でのリスク負担を伴うため、相応の資金力・経営力を有していなければならない。したがって、直荷引きに対応できる業者は限られるだろうし、これに対応できない業者の品揃えは当該市場卸売業者の集荷力に規定されざるを得ない。仲卸業者にとって品揃えの不備は、販売力や競争力の低下に結びつくから、品揃え対応のあり方が仲卸業者間の経営力格差を明確化させ、階層分化を促すだろう。

さらに、卸売業者による第三者販売が強まれば、仲卸業者は直荷引きを通じて仕入れを多角化し、あるいは業務の基軸を市場外に移すことで卸売業者の販売攻勢に対抗する動きを強めるだろう。その際、仲卸業者は、価格や在庫等のリスクを回避するために、顧客の受注に応じた仲継ぎ業務を強めるものと思われる。つまり、仲卸業者は商社的な性格を強め、逆に選別・価格形成等の機能は低下することになる。

仲卸業者のなかには、マグロや活魚等の取扱いに特化することで専門性を追求するものもあるが、今後、品揃え幅の拡充が課題の一つとなるなかでは、専門分化はあまり進まないといえよう。これは、顧客が仕入れに対して利便性の追求を強め、仲卸業者に品揃え幅の広さを求めるであろうことによる。ただし、家族経営的な中小仲卸業者は、労働力の問題から品揃えの拡充（太物や活け物、近海物など各部門の市場取引に参加すること）には限界があるため、仕入れを他社に依頼する、あるいは他社から荷の配分を受けることで対応するだろう。

つまり、仲卸業者の業務内容（性格）や経営力には大きな差が生じ、これによって仲卸業者の統廃合がさらに進むことは必至といえよう。

## 2. 市場外流通へのインパクト

法改正に伴う取引規制の緩和によって、卸売市場流通は市場外流通に奪われた販売シェアを取り戻すことができるのか。買付集荷や商物分離等の可能性が広がることで、卸売市場流通は以前に比べて効率性が増し、また川上・川下のニーズに対して柔軟に対応できるようになる。このことは卸売市場流通の競争力の強化、つまり市場外流通の販売攻勢に対して対抗力を発揮する条件を得たことになる。

市場外流通の拡大は、規格性・貯蔵性を有し、卸売市場での現物取引や価格形成を必要としない商品群の出現と川上・川下双方での流通効率の追求が背景にある。言い換えれば、商品特性の如何にかかわらず、その全量が卸売市場に搬入され、取引されるといった従来の卸売市場流通の非効率性が、市場外流通への展開を促した要因の一つといえよう。したがって、卸売市場流通が商品形態や川上・川下のニーズに応じた効率のかつ柔軟な対応をとれるのであれば、今回の法改正は市場外流通に対する巻き返し策となり得るだろう。

しかし、そのためには卸売業者や仲卸業者に相応の経営力が問われることになる。需要者からの受注に応じて集荷するなら在庫リスクは回避できるが、市場外流通の販売攻勢に対抗するには及ばない。とくに、仲卸業者は資金力の弱い業者が多く、需要者からの受注見込みで在庫を抱えることには一

定の限界がある。また、場外業者の機能面での優位性は、その配送対応にある。つまり、場外業者は顧客からの発注を見越して在庫を抱え、24時間体制での多頻度配送に備えることで、顧客のニーズに柔軟に対応しているのである。これに対して、仲卸業者では営業時間が正午までと限定的で、営業時間外の受注に対して消極的な姿勢をとるのが一般的である。たとえば、寿司屋や料理店での業務のピークは夕方以降であり、こうした顧客のニーズに対応するためには、営業時間の延長と配送要員の常駐は避けられない。したがって、営業経費が拡大することになるから、この面でも資金力が問われる。卸売業者のなかには、こうした臨機応変な受注対応や多頻度配送に比べられるものもあるだろうが、仲卸業者では概して難しい問題である。

こうした観点から、川上・川下双方による流通効率の追求が仲卸業者の排除、つまり卸売業者と需要者との直接取引に結びつく可能性も否定できない。この場合、卸売業者は商物分離と第三者販売を通じて、市場外流通に対抗することになる。しかし、卸売業者が第三者販売によって市場外流通に対抗しても、これは卸売市場流通の復権を意味するものでない。卸売業者による場外対応が強まったにすぎないのである。

卸売市場流通が、市場外流通に奪われた販売シェアを取り戻せるかどうかは、卸売業者や仲卸業者の経営力に規定されるものと思われる。ただし、水産物卸売業者については中央卸売市場で34%、地方卸売市場で23%が赤字経営<sup>56)</sup>である。今後、市場内外での競争がさらに強まることが予想されるから、卸売業者や仲卸業者には合併<sup>57)</sup>や提携関係の構築を視野に入れた経営体質の改善と経営基盤の強化が求められるといえよう。

## 第3節 卸売市場の再編

先述した法改正の要点を踏まえて、今後、卸売市場流通がどのような再編方向をたどるのか考えてみたい。

### 1. 卸売市場の機能分化と集荷力格差の拡大

法改正により、各卸売市場は地域の流通事情に対して、より柔軟かつ機動的に対応できるようになる。このことは、集荷や取引方法等において各卸売市場の個性化を促し、性格や機能の分化を明確にするだろう。

取引方法の規制緩和は、卸売業者の守備範囲の拡大につながる。しかし、個別卸売業者の集荷販売攻勢が強まるから、大規模卸売業者（あるいは卸売市場）の勢力伸張と中小規模卸売業者の後退、あるいは出荷者による市場の絞り込みが強まるなかでは、大規模卸売市場への出荷の集中と中小規模卸売市場での集荷難が進むだろう。あるいは集荷難を避けるために、中小規模卸売業者が買付集荷を強めることも考えられる。なお、買付集荷では出荷者との契約や在庫管理に労力・時間を要し、集荷販売経費の増加は避けられない。また、仕切価格を抑えるためには集荷ロットの拡大が必要となるが、その場合、卸売業者は在庫リスクを回避するための販路開拓力を有していなければならない。



買付集荷に一定の限界があるからには、中小規模卸売業者は新たな集荷策を模索しなければならない。その際、考えられるのが共同仕入れである。これは、スケールメリットの追求や集荷経費の節減、出荷者に対する交渉力強化、あるいは情報集積力の強化という点で効果をもつ。共同仕入れには、集荷面での積み合わせ対応的なものから、共同仕入れ組織を設立し、従来、出荷者が担ってきた荷割調整機能を取り込む、あるいは産地開拓や商品開発までを手がけるものまで、その形態は多様である。したがって、共同仕入れの可否は、その取組形態によって大きく異なることになろうが、概して問題や疑問点も多い。

第一に、卸売市場間の商圏が重複し、競合関係にある卸売業者が共同仕入れを志向するか。共同仕入れは集荷経費の節減や仕切価格の抑制に結びついて、集荷面での独自（地域）性が弱まることから、その対象となる商品の競争力低下は避けられない。また、共同仕入れへの参加を促すには、発注ロットに応じて仕切価格をどのように調整するのか検討を要しよう。第二に、各市場が求める品目・規格・数量・着日等の多様なニーズを満たすことができるのか。これを満たすためには、その対象となる商品がロット的に豊富で、かつ現物取引を要さない規格品に限定されるといえよう。第三に、積み合わせ集荷的なものは別として、受け手となる市場（共同仕入れ組織）が荷割を担うのであれば、物流センター的な機能が不可欠となる。

以上を踏まえると、共同仕入れの対象は主に規格性・貯蔵性を有する冷凍・加工品あるいは養殖魚など一部の鮮魚に限られよう。また、共同仕入れによる商品の競争力低下は避けられないため、卸売業者はその対象をあらかじめ販売先との間で商談が成立した契約商品に絞らざるを得ない。この商談ではサンプルの提供や価格交渉、着日指定等を伴うことから、仕入れ予測の難しい鮮魚等では障害が多い。したがって、共同仕入れは特定品目の集荷対応に機能しても、品揃え全体を満たすものとはなり得ない。

共同仕入れが理想であっても、それを実行できるかどうかは卸売業者間の利害調整や経営力、あるいは共同仕入れへの

取組形態等に規定されるだろうし、リスク回避を前提とするならば、その対象品目は限定されることになる。

## 2. 「サテライト型の物流関係」への傾斜

卸売市場の再編は、出荷者や買出業者による市場選別や卸売業者の絞り込みという商流変化を前提に進む。とくに大型産地やブランド産地は、物流経費の節減や交渉力の強化を目的に市場の絞り込みをさらに強めるだろうから、中小規模卸売業者では、今後、これらの商品の直接集荷がますます難しくなる。

これに対して、中小規模卸売業者は買付集荷や共同仕入れを強めるだろうが、これらは特定商品の集荷策となり得ても、需要者の多様かつ細分化した品揃えニーズを満たすものとはならない。

現行法改正では、民間活力の発揮を基礎とした卸売市場の活性化・再編に焦点が置かれ、諸種の規制緩和が盛り込まれた。しかし、これらの規制緩和は、いずれも大型広域流通や流通効率化への対応を基軸としており、大規模卸売市場の現状に歩調をあわせたものといって過言でない。規制緩和によって市場間競争がさらに強まれば、卸売業者の経営力格差が明確化し、また経営力の弱い卸売業者を中心に統廃合が進むだろう。つまり、規制緩和は、大規模卸売業者にとって好機となり得ても、中小規模卸売業者にとっては競争環境の強まりであり、経営力が試されることに他ならない。これについては、農林水産省は法改正にあたって、卸売業者の統廃合、とくに中小規模卸売業者や経営悪化業者の脱落を前提に卸売市場の再編が進むことを想定していたといえよう。

いずれにしても、買付集荷や共同仕入れに一定の限界があるからには、中小規模卸売業者はその打開策を模索しなければならない。出荷者による市場の絞り込みがさらに強まるなかで、中小規模卸売業者は近隣の大規模卸売業者（あるいは卸売市場）に依存し、転送を受けることで品揃えを維持する動きを強めるだろう。これは、中小規模卸売業者が集荷の自立性を放棄するというだけでなく、大規模卸売業者の集荷力や価格交渉力を活用することで集荷経費を節減し、仕切価格

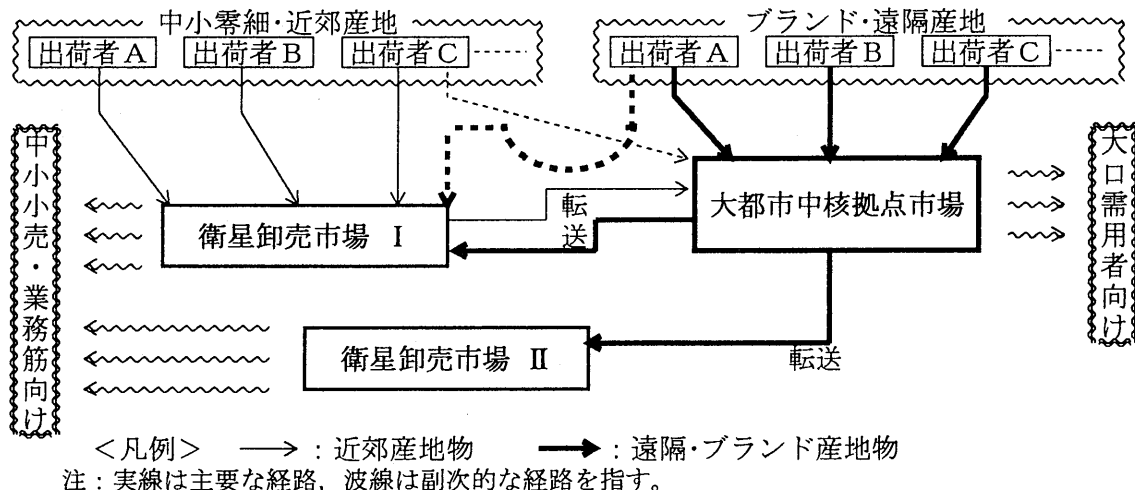


図18 サテライト型物流関係の模式

を抑制するといった戦略性を含んだ動き<sup>58)</sup>でもある。言い換えれば、中核拠点卸売市場（大規模卸売業者）と衛星卸売市場（中小規模卸売業者）との間には「競争と共生」といった関係が併存することになる。

中核拠点卸売市場と衛星卸売市場の間では、いわゆる「サテライト型の物流関係」（図18）が成立する。つまり、中核拠点卸売市場が荷割調整機能を担い、物流センター的な役割を果たすことで、出荷者に対しては物流経費の節減を、中小規模卸売市場（卸売業者）に対しては円滑な品揃えを可能にし、中核拠点卸売市場にとっては衛星卸売市場の存在が集荷リスクの分散回避を可能にする。したがって、「サテライト型の物流関係」は、資本関係の有無にかかわらず、卸売業者間の商取引関係として成立するといえよう。

中核拠点卸売市場では、出荷先の集約化を進める大規模出荷者や流通効率を追求する大口需要者との取引が集中し、それに応じて大型流通を前提とする対応（たとえば販売規格の見直しや休日開場、予約型取引の拡大など）が強まるであろう。また、近隣卸売市場の集荷窓口や荷割調整等の機能が強まるなかで、中核拠点卸売市場の分荷圏はさらに広域化するものと思われる。他方、衛星卸売市場では、中小零細産地や近郊産地からの集荷を中心に、中核拠点卸売市場からの転送を併用した品揃えが展開されるだろう。その際、近隣の小売業者や業務筋、あるいは中小食品スーパー等への販売が中心になるとと思われる。

中核拠点卸売市場と衛星卸売市場との取引は、中核拠点卸売市場の卸売相場を基準とした事前値決めによる契約取引（買付相対）が中心となるだろう。中核拠点卸売市場で販売余剰が生じ、その販路を衛星卸売市場に求める場合には委託出荷も考えられるが、一般に衛星卸売市場からの受注に基づく出荷が主となるから、取引価格の事前設定や指し値提示が伴うだろう。したがって、衛星卸売市場にとっては相応の品揃えに結びつくが、価格形成機能の低下は避けられず、中核拠点卸売市場への建値機能の集約化がさらに進むことになる。また、転送品に対して価格競争力を求めることには限界があるから、衛星卸売市場では在庫リスクの回避を前提に、買受業者からの受注に基づいた集荷が一般的となる。つまり、衛星卸売市場では、（とくに転送品では）いわゆる「ご用聞き」的な仲継ぎ業務が強まるだろう。

こうした「サテライト型の物流関係」は、中央卸売市場や地方卸売市場、あるいは消費地市場や産地市場といった制度、機能区分にかかわらず成立する。このことは、卸売市場の再編にあたって、現行の制度や機能に基づいて卸売市場を区分する意味がさらに希薄化することを示す。

たとえば、産地市場（とくに取扱規模の大きい市場）では、地元水揚げ依存型の市場経営に限界が生じるなかで、地元の消費対応に活路をみいだそうとする動きが強まる。これには、買出業者の吸引が課題となるが、その際、従来の地元水揚げに規定された限定的な品揃えではなく、買出業者が望む品目・規格を適宜集荷するといった品揃え力とサービスの提供が求められる。つまり、品揃えの拡充は、消費地市場（中央卸売市場や消費地地方卸売市場）だけでなく、地元への販売対応

（消費地市場的な性格）を強めていく上で、産地市場にとっても必須の現代的課題となるわけである。

卸売市場の再編方向は、近隣地域の消費人口や卸売市場の集積度、あるいは卸売業者の経営力や買受業者の購買力など、各卸売市場の環境条件によって大きく異なるが、それは「中央」や「地方」あるいは「消費地」や「産地」といった卸売市場の区分に関係なく進む。その際、各卸売市場（卸売業者）の品揃え対応のあり方が、卸売市場流通の再編方向を規定する要素の一つとなる。つまり、自由競争下では中小規模卸売業者や経営悪化業者の淘汰が進むだろうし、転送集荷では「サテライト型の物流関係」が成立し、たとえば中核拠点卸売市場に対しては荷割調整など新たな機能が求められることになる。

卸売市場の再編が中小規模卸売業者や経営悪化業者の統廃合を前提に進むことは必至である。その際、とくに卸売業者間の過度な集分荷競争が経営悪化を引き起こし、倒産を誘発する形で卸売業者（卸売市場）の整理が進むものと思われる。したがって、中小規模卸売市場が統廃合により消失した場合、生産者や買受業者を含めて卸売市場流通そのものにどのような影響、問題が生じるのか、検討を要しよう。

また、本稿では、「サテライト型の物流関係」が進むであろうと指摘したが、「サテライト型の物流関係」とこれをもとにした商取引については資本関係の有無や機能など様々な角度からの類型化が必要であり、こうした関係が卸売業者相互の業務に対してどの程度、どのような影響をもたらすのか、中核拠点卸売市場に依存する衛星卸売市場では品揃えの独自性や価格形成機能の低下が伴う以上、新たな存立基盤となる機能・役割をどこにみいだせるのかなど、検討すべき課題も多く残される。

#### 注

- 1) 明治10年に通達された東京府の「魚鳥並青物市場及問屋仲買営業例規規則」（『卸売市場制度五十年史 第四巻』（社団法人食品需給研究センター、昭和54年）pp.20~22に全文記載）が最初の府県市場規則といわれる。明治維新後の混乱のなかで市場の再建を目的に老舗問屋から府県市場規則の制定が提起された。同例規規則では、指定市場以外の開設・営業が禁止され、市場問屋（組合）は保護された。これは、市場問屋組合を府税徴収機関とする狙いが東京府にはあったことによる。この規則は、その後の府県市場規則の模範となった。
- 2) 川島瀧蔵は、明治38年の第21帝国議会にも市場法案を提出したが、これは家畜市場を対象とし、魚鳥・青果等を包括するものではなかった。家畜市場法は昭和43年に制定されたが、この背景には食肉問屋による強い立法化運動があった。
- 3) たとえば、明治44年の日本橋魚市場組合による「魚市場法制定に関する請願書」がある。
- 4) 農商務大臣が生産調査会に諮問した「魚市場法制定に関する件」のなかの「魚市場法重要規定事項」のことである。

- 5) 日本橋魚市場をはじめ全国重要魚市場組合は、単一市場制構想を軸とする魚市場法案に賛同したが、生産者・荷主は取引上の弊害を懸念して反対し、複数制を主張した。
- 6) 『卸売市場制度五十年史 第二巻』(社団法人食品需給研究センター, 昭和54年) p.9~14によると、当初、卸売人収容について農商務省は独占等の弊害や生産者・荷主の反対を懸念して複数制を想定したようである。しかし、初期に開設された京都・大阪・横浜・神戸等の市場はいずれも単一制で、当初懸念された独占等の弊害もなく、業務も順調に進展したことから単一制の方向へ転換した。だが、単一卸売人の誕生は、生産者や小売団体の反発を招き、不売買争議を引き起こした。
- 7) 戦後統制期には、集荷力を拡大しつつ、独占による弊害を避けるために、公認荷受機関の数を限定せず、一定の要件を備えていればその資格を与えた。また、旧統制会社の解体もあって荷受機関の数が著しく増え、たとえば東京築地市場の水産物卸売人は、昭和25年には19社となった。なお、長谷川彰「水産物流通機構の形態と性格—高度成長期までの変遷—」『漁業経済研究 第24巻 第3・4号合併号』(1979年3月) pp.92~119では、戦後統制期にみられる荷受機関の特徴として、商人(旧問屋)系荷受機関が多数あらわれたこと、複数制の採用で系統上部出荷機関の後退が進んだことを明らかにしている。
- 8) 水産物では、統制中の昭和23年に卸売人の手数料が3%から5%に引き上げられたが、卸売人は8%までの引き上げを意図し、その後も運動を強めた。生産者は、これに反対したが、昭和25年には実質6.5%に引き上げられた。
- 9) 丸東東京神田青果(株)は、資金繰りが行き詰まるなかで高利・短期資金への依存を強め、結果として不渡りをだした。これを契機に、卸売人の資産状況の悪化が露呈し、卸売人だけでなく、中央卸売市場自体の信用問題に発展した。
- 10) 昭和35年を基準(100)に生鮮魚介類価格の推移をみると、38年には144となった。
- 11) 石川弘「卸売市場法と水産物流通」『北日本漁業 第3号』(昭和46年3月) pp.12~20は、法案策定者の立場から法改正の経緯等を述べた。流通与件の変化として、各都市での人口集中と需要の増大、消費の多様化・高級化・平準化の進展、消費者の購買行動や範囲の変化、貯蔵性・規格性商品の増加等をあげ、その上で、大型市場の創設と適正規模の卸売業者の収容、附帯施設の省人化、物流効率の引き上げを目的とした商物分離の検討、仲買人の法人・大型化、場外流通への対策として市場秩序を乱さぬ程度に取引規制を緩和すること、地方卸売市場の大型化、などの必要性を指摘した。
- 12) 昭和38年の農林事務次官通達「生鮮食料品流通改善対策要綱」で、中央卸売市場の開設や施設の整備拡充を推進するために、国の補助と地方債の起債枠を拡大する旨が示された。
- 13) 中央卸売市場法第1条に基づき主務大臣が開設都市を指定するが、開設の判断は地方公共団体に委ねられた。大正12~昭和13年の15年間に40都市が開設指定されたが、開場したのは10市場にも満たなかった。これは、業者の収容(単複問題)や財政問題等が難航したことによる。
- 14) 第3セクター方式が採用されたのは、昭和49年に開場した竜ヶ崎地方卸売市場(茨城県)が最初である。昭和51年の「地方卸売市場施設整備事業実施要領」の一部改正で、第3セクター市場が公設市場と同一条件の国庫補助対象に指定され、同法式での市場整備がさらに進むことになった。小林宏至「卸売市場整備と第3セクター」小野雅之・小林宏至編著『流通再編と卸売市場』(筑波書房, 1997年) p.224によると、第3セクター市場では過半数出資が自治体出資比率の下限で、農林水産省はこれを基準に市場整備に関する補助金支出の可否を判断していると述べている。
- 15) 食料不足の段階では、食料生産の増大と安定供給が求められるため供給側が主導権を握る(川上優位)。需要者は質より量を追求し、多種多様な加工食品や嗜好品の拡がりには結びつかない。経済発展に伴い飽食段階に入ると、需用者側は量より質を追求し、多様な商品開発を求めるようになる。また、製造・販売業者は、同業者間の販売競争に勝つべく、需要者ニーズの開拓を目的に需要創造を強める(川下優位)。これは、需要者にとっては食に対する選択幅の拡大、つまり消費者ニーズの多様化が進む条件となる。
- 16) 商業統計では、各種食料品小売業とは酒、食肉、鮮魚、乾物、野菜・果実、菓子・パン、米穀、乳製品等のうち3種類以上を小売し、そのいずれもが飲食料品小売額の50%に満たないものと定義している。これには食料品スーパー等が含まれる。
- 17) 大型小売店の販売攻勢が強まるなかでの鮮魚小売店の対応について論じたものに、福屋敬宣「消費者に対する大型小売店と鮮魚小売店—神戸市における鮮魚小売業の実態を例にして—」『西日本漁業経済論集 第18巻』(1979年2月) pp.49~56などがある。鮮魚小売店は、鮮度に対する適格な商品評価と品揃えを武器に顧客の固定化と増加を図り、大型小売店の販売攻勢に対抗している実態を報告した。
- 18) 高度経済成長期の水産物市場の展開については、廣吉勝治「水産物流通構造の現段階—消費地卸売市場を中心に—」『漁業経済研究 第26巻 第4号』(1981年12月) pp.1~28, 同「市場構造」八木庸夫・長谷川彰・高山隆三・志村賢男・大海原宏編著『現代水産経済論』(北斗書房, 1982年) pp.265~298に詳しい。
- 19) 秋谷重男「市場価格」前掲『現代水産経済論』 pp.299~320。
- 20) 秋谷重男「卸売市場は今」秋谷重男/食品流通研究会編『卸売市場に未来はあるか』(日本経済新聞社, 1996年) pp.19~48では、卸売市場の異変を知らせるシグナルとして、取扱量の低下、卸売市場経由率の低下、委託集荷率の低下、セリ・入札取引の縮小、の4点が示された。

- 卸売市場経由率の低下は、「商・物・情報の市場外流通が勢いを増し、価格発見機能の一部が、市場外に移行しつつあることを物語る」と評価した。また、秋谷は「水産物中間流通の問題点」『西日本漁業経済論集 第9巻』（1967年11月）pp.6～20において、昭和40年代初期という早い段階で、川上・川下双方の大型化や集配センター形成、冷凍食品の普及等が進むことを想定し、市場業者の業務変化や機能低下、市場業者の資本過剰・経営過多が問題化することを指摘している。
- 21) 転送とは、一度、中央卸売市場に搬入された商品が再び開設区域外へ搬出されることをいう。卸売市場法第37条では、卸売業者が当該市場の仲卸業者・売買参加者以外の者に卸売を行うことを禁止しており、本来、転送は卸売業者→仲卸業者→開設区域外業者の経路を経る。卸売業者による転送は、制度的には例外として認められるに過ぎない。
- 22) 予約相対取引とは、あらかじめ卸売業者と仲卸業者・売買参加者との間で締結された契約に基づいて集荷した商品の卸売を相対によって行う取引のことで、昭和46年の卸売市場法への改正時に制度化された。同取引では、需給が計画的に結びつくため取引の安定につながるが、取引契約（長期的な取引価格など）と日々の市況との乖離は避けられない。
- 23) 委託集荷率の地域差が何に基づくものなのか明らかでないが、委託集荷の定義・範囲の違いが少なからず影響しているものと思われる。
- 24) 入荷が著しく多い、あるいは当該市場にとってその品目・品質が特殊なため残品が生じるおそれがある場合で、開設者が当該市場買受業者の買付を不当に制限しないと認めるときには、第三者販売が容認される。
- 25) 卸売市場法第44条では、仲卸業者による当該市場卸売業者以外からの仕入れは禁止されている。ただし、当該市場卸売業者から買い入れることが困難な商品等については、市場の集分荷機能を向上させる観点から、仲卸業者の直接集荷が認められる。
- 26) 流通与件が変化するなかでの大規模卸売業者の経営対応について論究したものに、常清秀「水産物流通の変化と卸売業者の経営対応」『地域漁業研究 第37巻 第3号』（1997年4月）pp.309～323、同「大都市における水産物流通の実態と卸売業者の機能変化」『漁業経済研究 第43巻 第3号』（1999年2月）pp.35～54などがある。
- 27) ここでいう兼業とは、中央卸売市場での卸売およびその附帯業務以外の業務を指す。卸売業者が兼業業務を行うには、事前に事業計画等を開設者経由で農林水産大臣に届け出なければならない（卸売市場法第23条）。
- 28) 委託手数料は、水産物では5.5%以内で開設者が定める。
- 29) 昭和38年の農林事務次官通達「中央卸売市場における生鮮食料品の流通改善対策の実施について」のなかで、出荷奨励金、完納奨励金等の基準が示された。出荷奨励金は、過去3年の交付実績額の範囲内で開設者が支出総額の限度を設定し、出荷者に対する交付基準はとくに規制はない。完納奨励金は、年間取扱額の0.4%以内に制限されている。
- 30) 卸売業者の合併や事業提携は、その対象を同業種だけに向けるのではなく、水産物と青果物、あるいは畜産物といった異業種との連携にまで視野を拡げて検討する必要がある。
- 31) 全国中央卸売市場協会『仲卸業者の経営状況調査に関する報告書』（各年）。
- 32) (社)食品需給センター「東京都中央卸売市場 仲卸業者の経営状況」『食品需給レポート 1998 No.197』（平成10年）p.3を参照した。水産物部のサンプル数は648社である。
- 33) 前掲『仲卸業者の経営状況調査に関する報告書』
- 34) 近年の動きとして、平成10年にイトーヨーカ堂が築地市場の買参権を取得した。この狙いは卸売業者からの情報入手にあり、当面は仲卸業者を通じて仕入れを行うとしている。
- 35) 平成11年7月30日のみたと新聞によれば、公正取引委員会「大規模小売業者と納入業者との取引に関する実態調査結果」のなかで、センターフィーの負担を要請された納入業者の58%が一方向的に負担額を決められ、協議の機会を与えられなかったとしている。
- 36) 農林水産省食品流通局市場課『卸売市場の現状と課題 平成7年版』
- 37) 秋谷重男「産地市場の現状と課題」『北日本漁業 第27巻』（平成11年4月）pp.29～37は、産地市場の危機的状況を①取引機能の低下と②市場業者の経営悪化の側面から論述した。また、濱田英嗣「水産物の産地流通問題」日本フードシステム学会編『水産物のフードシステム』（農林統計協会、1999年）pp.14～28は、①輸出品等の増加に伴う産地市場の地位の低下と、②現代流通と産地市場対応とのズレから産地市場問題を明らかにし、1970年を境に産地市場問題が大型産地市場にも広がったことを指摘した。
- 38) 産地市場の再編について論究したものに、廣吉勝治「大型産地市場の再編成と水産物流通政策の課題」『西日本漁業経済論集 第26号』（1985年8月）pp.11～29、前掲「産地市場の現状と課題」、前掲「水産物の産地流通問題」、財団法人東京水産振興会『水産物産地流通の現状と課題—大規模・中核的産地市場流通報告書—』（平成10年）などがある。廣吉は、産地規模と機能から主要漁港を大規模総合型と地域拠点型に、さらに地域拠点型を生鮮出荷型、加工型、複合型、ストックポイント基地型に分類、検討した。秋谷は、外国船や輸入物の受け入れ、問屋中継基地への傾斜、陸送搬入品の増加、消費地市場的機能の強化の4点、濱田は輸入水産物の対応、中継基地化の動き、消費地市場化の3点から述べた。この他、産地市場の再編に関する個別事例を取りあげたものに、秋谷重男「水産物の需給構造—脱資源型加工産地と中継流通基地の展開—」『漁業経済研究 第35巻 第2・3号』（1991年2月）pp.1～22、中居裕「下関地区における韓国水

産物輸入と対応の構造』『西日本漁業経済論集 第34巻 第1号』(1993年8月) pp.1~13, 濱田英嗣「長崎における中国水産物輸入の促進と対応の構造」『西日本漁業経済論集 第34巻 第1号』(1993年8月) pp.15~24, 山本尚俊・亀田和彦「大型産地市場の展開過程にみられる国際化対応—長崎を中心とする中国産鮮魚の輸入増大から—」『地域漁業研究 第38巻 第3号』(1998年6月) pp.67~82, などがある。

- 39) 前掲「大型産地市場の展開過程にみられる国際化対応—長崎を中心とする中国産鮮魚の輸入増大から—」を参照されたい。
- 40) 産地市場と加工団地(地元加工)とのかかわり方の変化について述べたものに、張瑛秀「産地市場再編成と水産加工経営の特質に関する研究」(東京水産大学大学院博士学位論文, 平成5年度)等がある。
- 41) 養殖魚のストックポイントとしての展開を強める三崎, 久里浜, 垂水, 和歌浦等では, いずれも関東・関西など大都市圏の近郊に位置し, 活けメ後の早期出荷が可能な条件を有することから, 各市場相場をながめながらの計画的な出荷対応がとられている。
- 42) 前掲「産地市場の現状と課題」, 廣吉勝治「水産物卸売市場の現状と課題」日本農業市場学会編『現代卸売市場論』(筑波書房, 1999年) pp.193~210では, 産地市場経営が漁協の事業収益の重要な部分を担うことから, 漁協市場の衰退は漁協自体の崩壊を招く問題であると指摘した。この他, 漁協市場を対象に市場構造の変化や問題点等を考察したものに, 財団法人東京水産振興会『水産物産地流通の現状と課題』(平成11年)等がある。
- 43) 食料・農業・農村基本問題調査会は, 内閣総理大臣の諮問に応じて食料・農業および農村に関する基本問題を調査審議する。委員20名からなり, 総理府に設置された。
- 44) たとえば共産党はセリ原則廃止により相対取引が増大した場合, 透明性の高い取引がどの程度確保できるかを質問した。農林水産省食品流通局長は, 取引方法は関係者の意見を聞いて開設者が業務規程に定めるが, 不当差別の禁止や受託拒否禁止の原則は残ることで公正さが保たれると答えた。共産党は開設者に委ねることは大いに問題, 今回の法改正は大手量販店優位に動くとして納得しなかった。社民党は, 公開性の確保の点で, なぜ取引委員会の設置を義務化しなかったのか等を指摘した。
- 45) 附帯決議の内容は, ①需給の会合による公正な価格形成機能を維持するため, 卸売市場の公共性・公開性を十分確保すること, ②生鮮食品の継続的な安定供給を確保するため, 価格競争力の弱い出荷者に対しても, 常に安定した取引が確保されるよう十分配慮すること, ③相対取引を行う卸売市場については, 生産及び消費の実態を適正に反映した合理的な価格が形成されるよう指導し, また零細な仲卸業者や売買参加者が不当な差別的取扱いを受けることのないよう監督すること, ④長期化の傾向にある量販店等の売買代金支払いが仲卸業者の経営に影響を与えることのないよう十分配慮すること, ⑤卸売市場

における情報処理の機械化を積極的に推進するとともに流通情報のシステム化に対応できない産地や零細業者に十分配慮すること, ⑥近年のコールドチェーンの進展に対処するため, 卸売市場における保冷施設等の整備に努めること, ⑦地域農業の振興を図る観点から, 地域農産物の流通システムの在り方について検討すること, である。

- 46) 中央卸売市場の開設者は, 新法公布日から10カ月後の平成12年5月25日までに業務規程を改定し, 農林水産大臣の認可を受けなければならない。現行業務規程の有効期限が切れる平成12年7月25日までの残り2カ月間は, 新業務規程の調整期間である。
- 47) 現行法改正の三本柱は, いずれも中央卸売市場を主な対象としたもので, 地方卸売市場については中央卸売市場に準ずる形で活性化を図ることが示されたにすぎない。
- 48) 食品流通構造改善促進法は, 流通与件の変化に対して, 金融・税制・その他の支援措置を講ずることで流通構造の改善を促し, 消費者利益の増進と農林漁業の振興に資することを目的に平成3年5月2日に制定された。同法の構造改善事業は4つあり, このうち卸売市場機能高度化事業は, 鮮度保持や品質管理, 荷捌き業務の合理化, セリ・入札にかかわる業務の集中的かつ効率的な処理体制等の整備, 卸売市場の機能の高度化に必要な知識・技術の習得を促すことを内容とする。今回の法改正では, 卸売業者や仲卸業者の経営規模の拡大, 経営の合理化, 近代化を図るための措置が新たに内容に加えられた。
- 49) 平成11年9月14日の水産経済新聞では, 卸売業者の純資産基準額に関する見直し案が示された(下表は水産物部)。これは, 卸売業者の規模格差の実態(上位階層の展開)を考慮して卸売高の区分を見直し, 年間卸売高別に基準額を現行の3倍に引き上げることを内容とする。ただし, 平成15年3月31日までは猶予期間とし, 現行の2倍を基準額とする経過措置がとられる。農水省は, 同案を関係業界に提示し, 了承を得れば10月末に基準額改正を告示する。

現行		改正案		
卸売高規模	純資産基準額 (万円)	卸売高規模	純資産基準額	経過措置 (万円)
10億円未満	150			
~ 20億円	500			
~ 50億円	1,000	50億円未満	2,000	3,000
~ 100億円	2,200	~ 100億円	4,400	6,600
~ 200億円	5,000	~ 200億円	10,000	15,000
~ 300億円	9,000	~ 300億円	18,000	27,000
~ 400億円	12,000	~ 400億円	24,000	36,000
400億円以上	15,000	~ 500億円	30,000	45,000
		~ 700億円	40,000	60,000
		~ 1,000億円	50,000	75,000
		1,000億円以上	80,000	120,000

- 50) 平成11年8月12日の水産経済新聞によると, 卸売市場法施行規則案では流動比率の基準値は1, 自己資本比率は0.1とし, これを下回る場合, また3期連続して経常赤字の場合には, 卸売業者は即刻, 改善計画書の提出を求められることになる。基準値は, 今後, 業界との協議のもとで正式に決められる。
- 51) 細川允史「わが国卸売市場制度の展望—卸売市場の公的

- 役割を踏まえて」前掲『現代卸売市場論』pp.271～289。
- 52) 「卸売市場の活性化に向けた検討の基本方向」(平成10年11月)では、開設者が財務状況や市場取引の実態等に照らし適当と認めた卸売業者に対して買付集荷を承認する旨が示された。しかし、「卸売市場の活性化に向けた具体的方策—卸売市場法等の改正法案の国会提出—」(平成12年2月)では「市場取引の実態及び卸売業者の財務の状況も懸案しつつ…」といった文面に変更されている。
- 53) 生鮮食品等流通問題研究会が、5回の協議を経て、平成10年8月にとりまとめた「卸売市場の新しい展開と活性化に向けて—中間論点整理—」のことを指す。
- 54) 「卸売市場の活性化に向けた検討の基本方向」が示された後、市場関係者の意見が聴取された。垣根問題については、全中協(開設者)は市場の実状にあわせた対応をとるべき、全水卸(卸売業者)は垣根の撤廃を前提としつつ、販売における卸売業者と仲卸業者の連携関係を強調すべき、と述べた。全水卸組連(仲卸業者)は、卸売市場の存立意義を消失させる、卸売業者と仲卸業者の役割分担を明確にすべきとして、垣根の撤廃に反対した。つまり、垣根の撤廃が見送られた背景には仲卸組織の反対があった。
- 55) 仕入れ窓口機能の強化には相応の販路開拓が必要となる。つまり、顧客の発注を待っての、いわば受動的な買付対応では集荷ロットの少なさが仕切価格を割高なものとし、需要者を束ねることに限界が生じる。逆に、受注見込みでの買付では在庫リスクの増大は避けられない。したがって、仕入れ窓口機能の発揮には、積極的な販路開拓と顧客を束ねた形でのスケールメリットの追求、あるいは計画的な集荷販売活動が必要となる。
- 56) 農林水産省食品流通局「卸売市場法及び食品流通構造改善促進法の一部を改正する法律案について」(平成11年3月)、生鮮食品等流通問題研究会「卸売市場の新しい展開と活性化に向けて—中間論点整理—」(平成10年8月)の添付資料による。中央卸売市場の卸売業者については平成9年度、地方卸売市場の卸売業者が8年度の状況である。
- 57) 合併については、秋谷重男「卸売市場の再編と法改正の意味するもの」『農業と経済 7』(富民協会・毎日新聞社、1999年7月)pp.60～61でも述べられている。
- 58) 平成11年7月26日の水産経済新聞では、ある水産物卸売業者が、法改正後の競争の強まりを想定して、大都市の強力な卸売業者に支援を要請していることを述べている。