

丸進青果株式会社 プレゼンテーション資料

作成・発表： 代表取締役社長 西脇 正導

1. 事業概要

名古屋市の開設する中央卸売市場の仲卸として、1958年2月に株式会社化して設立、来年の2月で満60周年を迎える。現在、名古屋市中心卸売市場北部市場の仲卸業務を拠点に、グループ全体の売上規模は280億円、丸進青果法人単体の売上は、単一市場の単一仲卸法人としては日本一の、売上200億円を超える仲卸。特徴としては、早くからM&Aによる人員増強に着手し、青果物のプロとしての人材育成、サテライト型の冷蔵庫と保管倉庫の充実、また、多角面でのデータ分析、原価計算と経費意識の強化による利益確保により、お客様の業績向上支援の様々なサービスを提供。

2. 卸売市場法等の現行制度に対する意見

名古屋の青果の市場のルーツは、1614年に徳川家康から御下命された「下小田井の市」から枇杷島市場、そして現在の、名古屋市中心卸売市場の北部市場へと移転し、400年以上の時代を継承してきた。過去の歴史からしても、400年以上前から物量に応じての卸会社、そして仲卸の誕生と進化し、取引方法は、当初から生鮮青果物の特徴を熟知したしくみとして現在とほとんど同じ方法がとられていた。

- (1) 天候に左右される供給量に対して、人々の「食いたい」という需要とのバランスを考え、農家の為に可能な限り高値価格の形成
- (2) 品の善し悪しを判断する為、市場に集めて品質を評価し、生産者が自らの商品の位置づけを理解した価格の取引

現在、これらが崩れてきた要因としては、大規模量販店に対応する為の先取りによるセリ売りの形骸化と、インフラや情報の発達による市場外の取引、並びに冷凍食品や加工食品の台頭などによる青果物を含む食品商品の多品目化が挙げられるが、青果物に限らず全てのものが多チャンネル化、多品目化している現在では、市場経由率は若干下がっても当然であり、それでもしっかり活用され続けているのが卸売市場である。卸売市場という「スタジアム」は必要であり、このシステムを守っていく市場法は、特に農家の為に、そして国民の為に、安心・安全な生鮮青果物の流通を維持することにおいて必要不可欠であると考えます。

■ 卸売市場はどのような存在なのか

- (1) 卸売市場は、農家の収入をより高くしていくシステムであり、農家が安心して生産できる必要不可欠な存在である。
卸会社は、産地側の立場に立って、少しでも高く価格が決定するよう努力している会社であり、販売までは不可能な農家の為に公正な立場で品質評価して、相対取引においても産地の代弁者として高値に努力し、その売上の委託手数料で成り立つ会社。
- (2) 卸売市場に業者は卸会社か仲卸業者かどちらか1つでいいかどうかについて、卸会社は産地側に立つ生産者の代弁者であり、実際に分荷や袋詰め加工、各店デリバリーなどの中心的業務を行っているのは仲卸業者である。過去に提唱された「問屋不要論」で言われた二次問屋は存在せず、機能を持つ業者はすでに仲卸業者のみが存在する1者体制だと言える。
- (3) 市場を経由するとコストがかかると言われることがあるが、実際には全く逆で、大ロットの単品なる生産物が巨大トラックで集められ、分荷して各店ごとに仕分けされ、それぞれの消費地に必要な量をまとめて配達することで、1個あたりにすると個別の宅配に比べてとても安い運搬費になり、卸売市場は、最短、最安値のローコスト・オペレーションの流通機能を持っている。

■ 卸売市場がなくなるとどうなるのか

- (1) 極論では、闇市場が誕生し、いつのものか、何を使って生産されたものかが不明確になり、安心・安全が損なわれる。
- (2) 農家や生産者が他の青果物と自分の品をランク付けしてその日に様々な量販店に販売するのは不可能であり、価格がマッチしていないと売れずに残り、廃棄処分する量が増大する。
- (3) 農薬等の検査を民間企業で行うのは不可能。現在各地自治体による衛生検査所のサンプリング検査によって安全が確保されているが、それがなくなり民間負担となると、単品1ロットに検査代15万円以上を単価に上乗せすれば、ナス1本1000円もありうる。
- (4) 産地から量販店のセンターへ直納品することが増えたとしても、多品目の産地の圃場の情報や品物の確保など全ては困難。
また量販店以外の細かい流通が多く存在する為、大ロットを扱う卸会社と小ロットに分荷する仲卸がいないと、流通は必ず滞る。

■ 生産者と卸会社が先に値決めする買取方式に全面移行すると

- (1) 価格の決まったものを、差益を確保する商売に不慣れな卸売会社が販売すれば、現在の委託手数料を超える利益の確保は不可能であり、直ちに全国の卸会社は廃業に追い込まれ、仲卸もやっていけなくなり、流通が滞り、青果物が潤沢に手に入らなくなる。
- (2) 買取方式になれば、卸会社の収益源が、今までの産地からの委託手数料ではなく自分たちで差益の利益を確保しなければならず、全国の卸会社は一斉に産地のものを安く買ったたく方向へ180度変わり、農家や生産者は大打撃を受ける。
- (3) 委託手数料がなくなるのなら、市場という巨大な倉庫に荷下ろしして保管する為の費用をセンターフィーとして産地から徴収する必要がある為、買い叩いた価格から更にセンターフィーを物量に比例して徴収が必要で、農家は大打撃を受ける。

結論として、市場経由率は若干下がっても、**卸売市場という「スタジアム」は必要**であり、市場外では規制がないのは当然でもある。市場外を理由に市場も自由にするというのは大変危険と考える。

- (1) 公園での草野球には厳格な規則はないが、東京ドームでのプロ野球の試合には厳格なルールがあること。
- (2) 生産者から見れば、現在、個別で近所や直販場にならべる小規模なものからインターネット販売も出来る中、すでにどこに出荷しても自由なのである。その中で、卸売市場に出荷するというのも一つの手段として、現在その選択肢によって約85%が卸売市場の流通を選んでいるのである。委託販売で仲介はしても、スピードと鮮度は卸売市場経由がいわば産直なのである。
- (3) 経由率が低下している理由は、輸入品を使用する加工食品や冷凍食品の台頭であり、斜陽産業というものではない。
- (4) 卸売市場流通のルールはしっかり定め、世界に誇るシステムとして守り、発展させていく方向に向かうべきである。

卸売市場法が、単に「古いシステム」ということで大幅に規制を撤廃すれば、大切な機能がどこかで損なわれ、ハレーションを起こして崩壊する危険性があり、改正には十分な研究の時間と検討期間を必要とすると考える。

形骸化していると思われる制度については、守れる形に変化させるか、もしくは規制を強化して罰則を設けるかの判断、更に不明瞭な取引と言われるものについては、明確な意義と目的の文章化、ITを活用して明瞭な取引に変革させるかの決断が必要だと考える。

3. 卸売市場制度の運用に対する意見

現行制度では、基本的なことについては卸売市場法で制定され、各地の事情により変更できるものは、各地市場規則などで運用されているが、その中でも支払サイクルの問題が挙げられる。東京と大阪は比較的6日などと長く、名古屋は3日締め4日目支払いなど短いように全国では卸会社と仲卸との過去からの力関係によってバラバラになっている現状がある。量販店も10日など、業務用納めなどの支払サイクルも1~2ヶ月と長いため、仲卸の資金面、特に業務用を中心とする買参者は構造的に苦しい環境下にある。これを市場では10日もしくは1週間というように、資金面での余力確保と、経理処理にかかる経費を最小化させる構造改革が必要だと考える。全国的に統一して規則を厳格にすれば、市場経由の商品は安心かつ安全なことを担保に、支払サイトの厳守を納入先に周知することも可能かと思われる。

また、現在、最短で最も鮮度の良い流通を担っているのが卸売市場だが、保管技術の進歩により開始時間を遅くするなど、労働環境を考えたしくみに変貌させる必要があると考える。規則の緩和や撤廃ではなく、未来に希望の持てる構造改革が必要だと考える。

以上