

卸売市場流通の変質 と 第10次卸売市場整備基本方針

東京聖栄大学食品学科

藤 島 廣 二

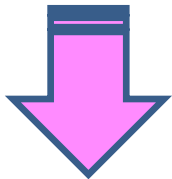
< 目次 >

1. 卸売市場(仲卸業者)の社会的機能・役割
2. 卸売市場流通における変質方向
3. 第10次卸売市場整備基本方針の特徴点

1. 卸売市場(仲卸業者)の社会的役割・機能

<卸売市場の役割・機能>

- ①集荷・分荷機能
- ②価格形成機能
- ③代金決済機能
- ④情報受発信機能



卸売市場に特有な役割・機能？

卸売市場に特有な役割・機能 ＝卸売市場の社会的意義

①必要とする人々の全員に開かれた取引システム

国内産地の維持・発展

小売部門の寡占化の防止＝自由競争の確保

②出荷側・仕入側双方が納得しうる価格の実現

目利きによる価値判断と価格形成＝指標価格

取引の円滑化

③食生活の豊かさへの寄与

店舗・商品の選択幅の拡大（多様な品揃え）

流通コストの縮減

1. 卸売市場流通における変質方向

図2-1 野菜の市場経由率・経由量の推移

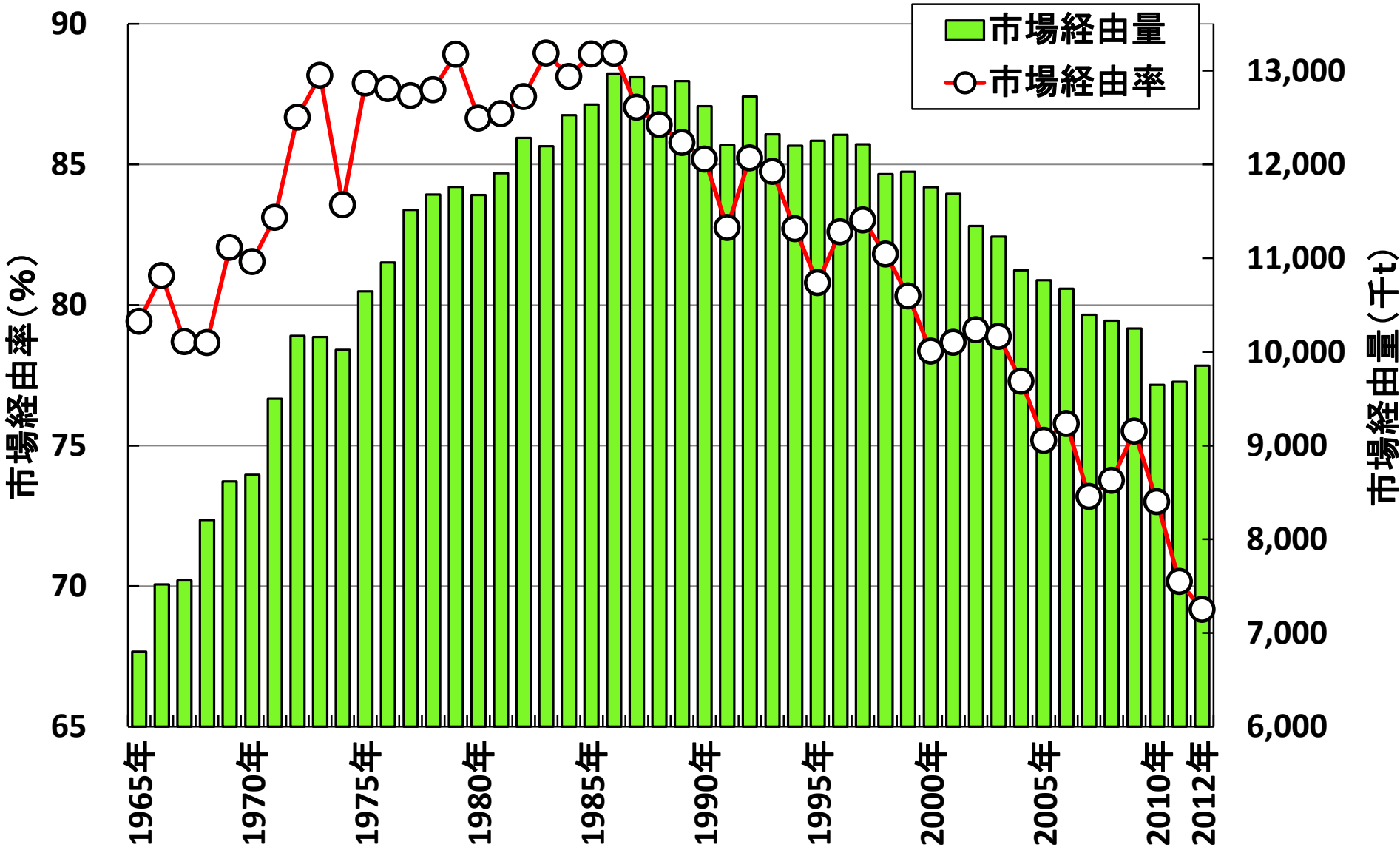


図2-2 果実の市場経由率・経由量の推移

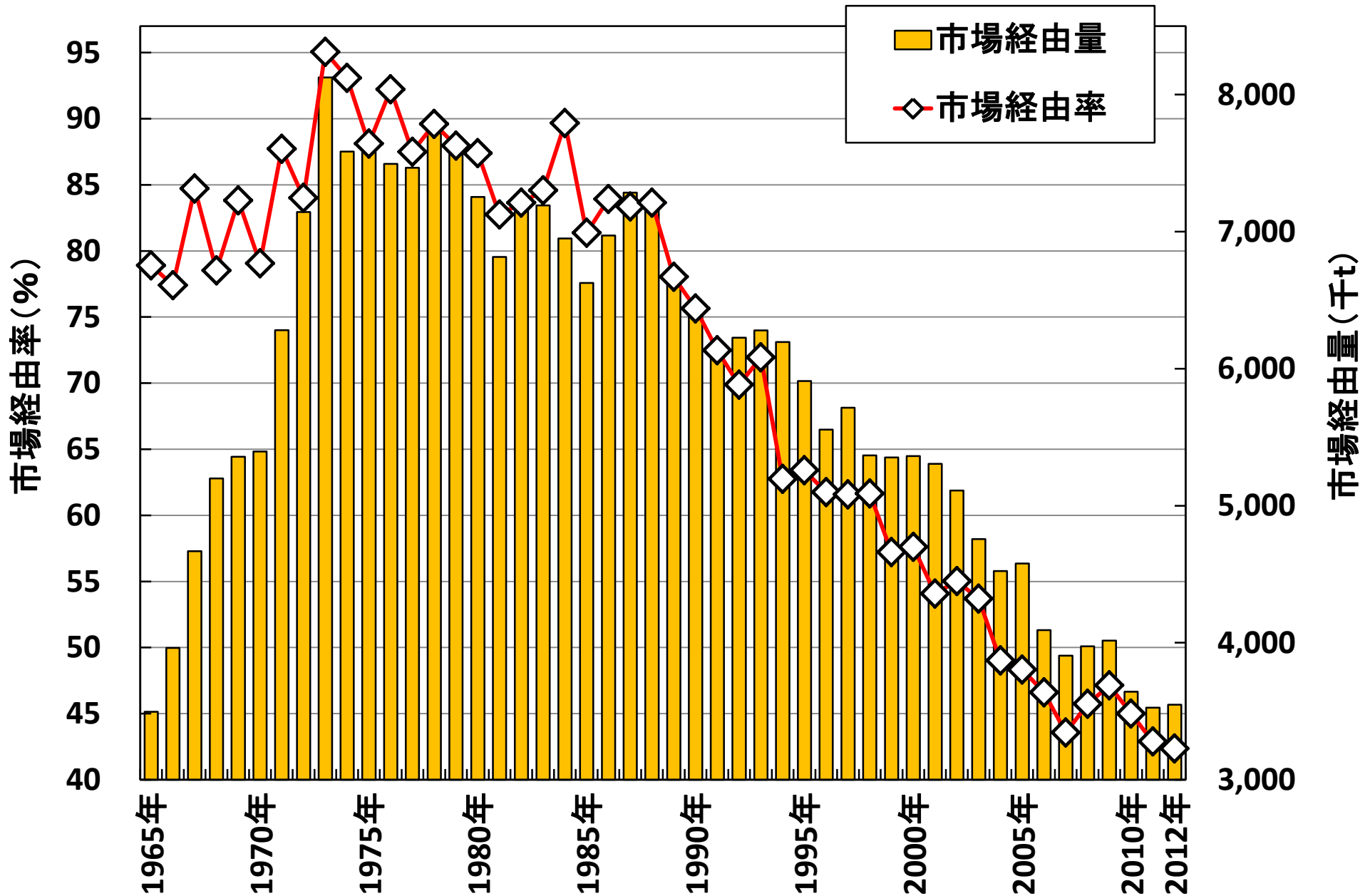


図2-3 水産物の市場経由率・経由量の推移

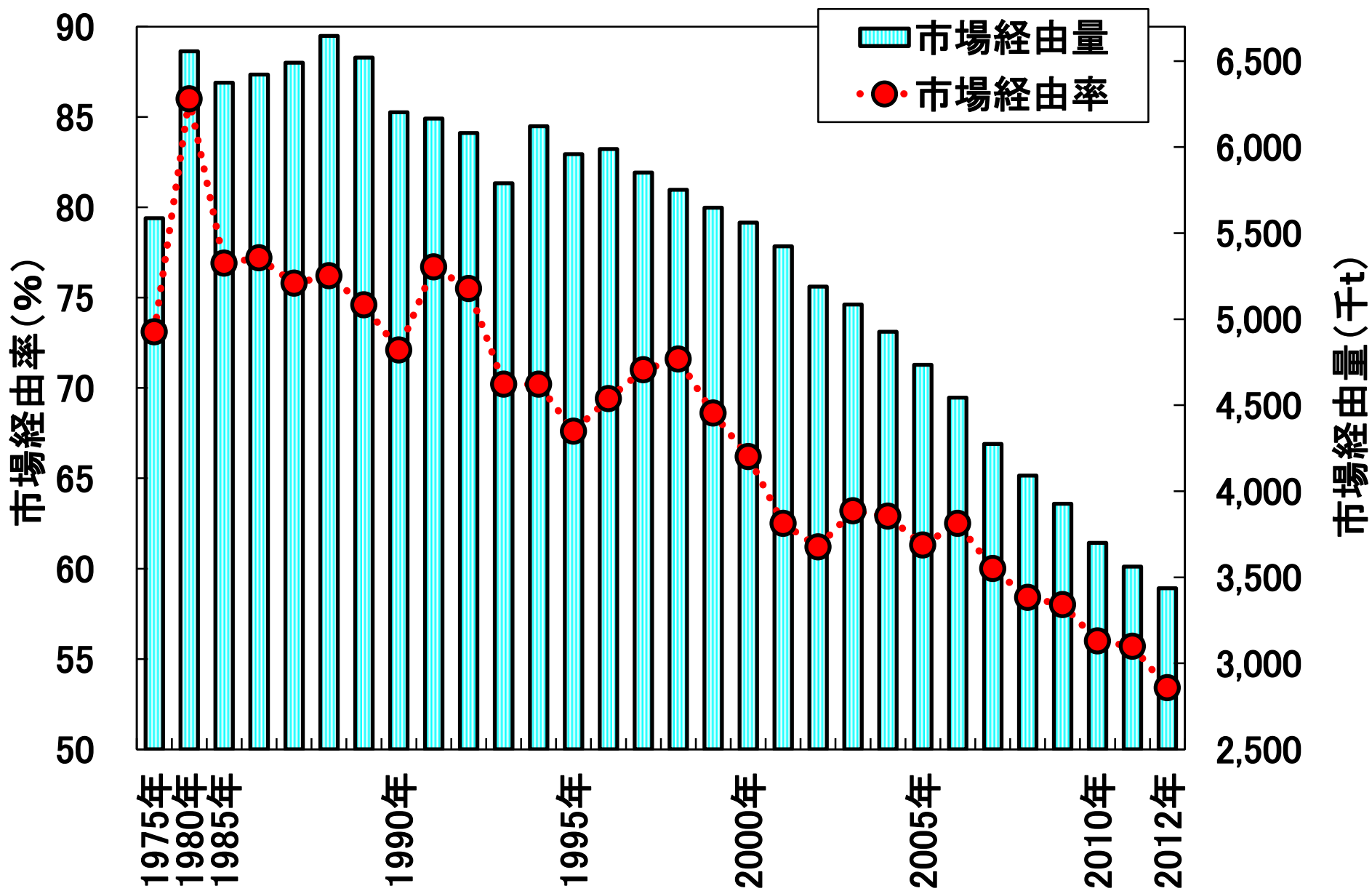


図2-4 中央卸売市場数と業者数の変化(青果物)

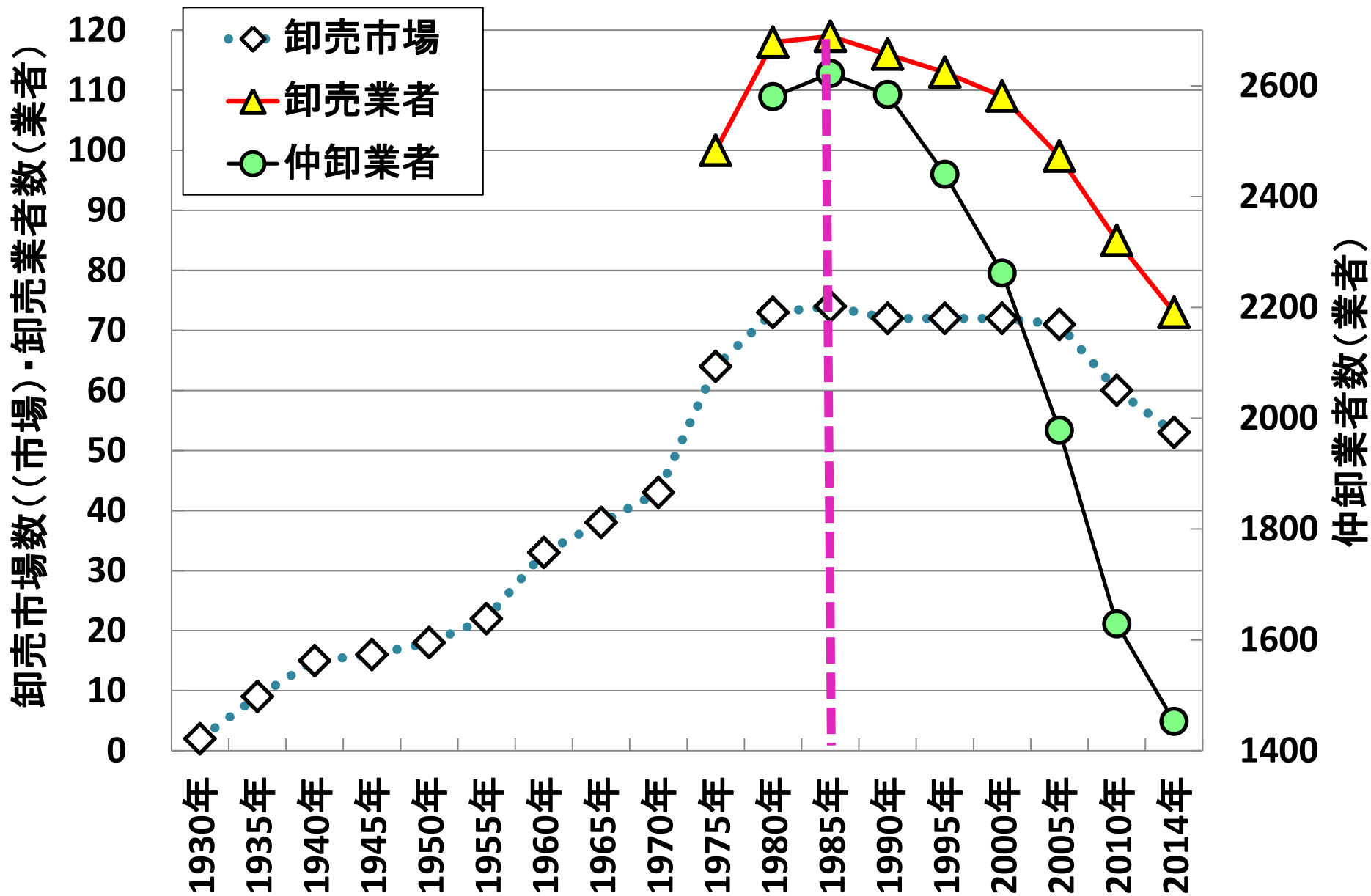


図2-5 地方卸売市場数と卸売業者数の変化(青果物)

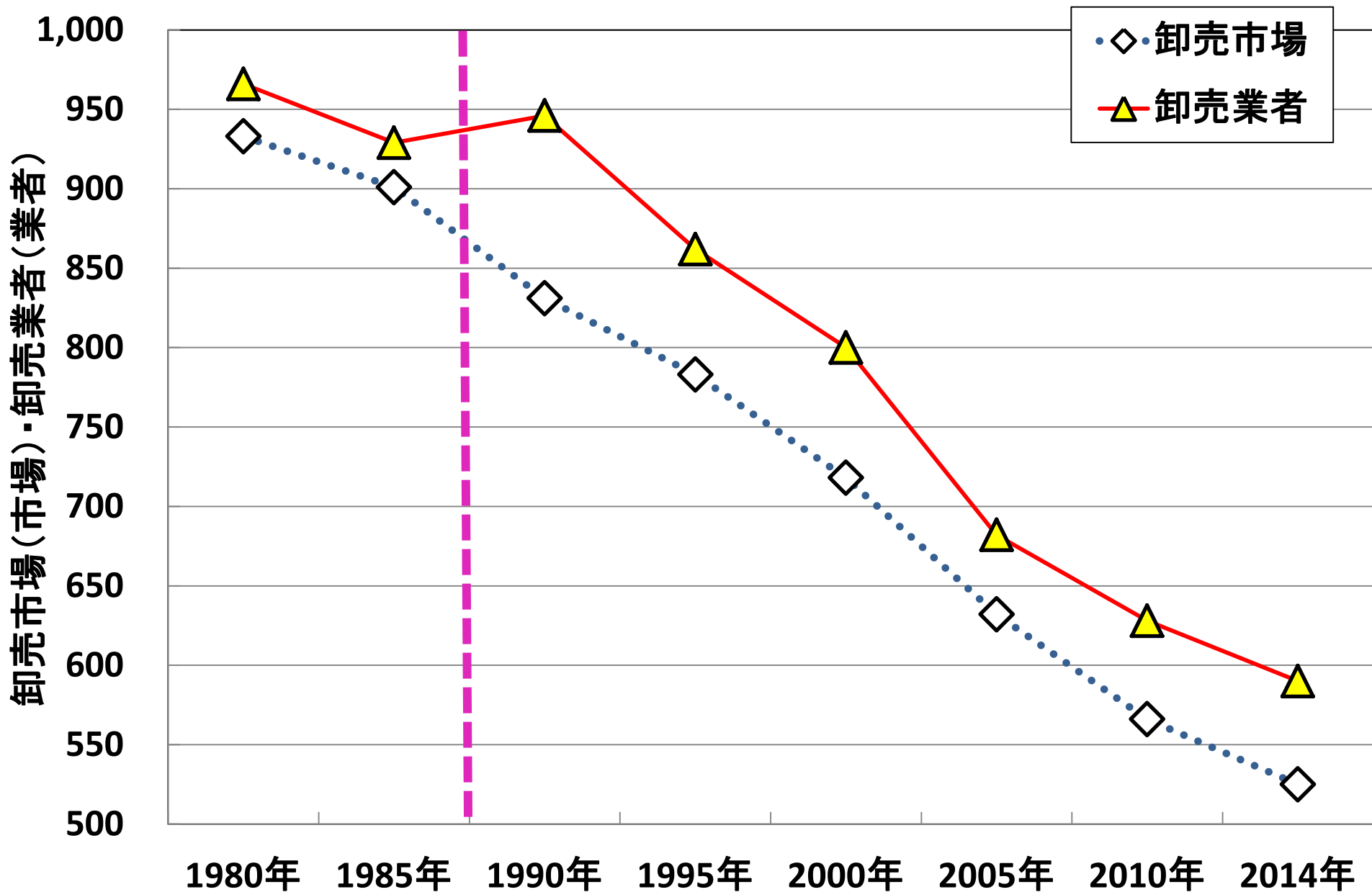


表2-1 中央卸売市場卸売業者・仲卸業者の利益率の変化

(単位：%)

			1990年度	1991年度	1992年度	2011年度	2012年度	2013年度
青果物	卸売業者	粗利益率	7.15	7.21	7.12	6.74	6.74	6.67
		営業利益率	0.58	0.51	0.21	0.31	0.15	0.26
	仲卸業者	粗利益率	9.3	9.3	9.5	11.9	11.9	12.0
		営業利益率	0.5	0.4	0.2	0.2	0.1	0.2
水産物	卸売業者	粗利益率	4.27	4.49	4.58	4.50	5.20	5.14
		営業利益率	0.49	0.55	0.46	0.31	0.09	0.38
	仲卸業者	粗利益率	9.5	9.9	10.3	12.3	12.3	12.6
		営業利益率	0.8	0.9	0.6	0.0	-0.4	0.0
花き	卸売業者	粗利益率	9.44	9.44	9.46	10.35	10.51	10.53
		営業利益率	1.39	1.54	1.15	0.41	0.66	0.60

3. 第10次卸売市場整備基本方針の特徴点

「第10次卸売市場整備基本方針」目次(H28)

第1 卸売市場の整備及び運営に関する基本的事項

- 1 基本的な考え方
- 2 卸売市場における経営戦略の確立

第2 卸売市場の適正な配置の目標

- 1 中央卸売市場
- 2 地方卸売市場
- 3 水産物産地市場

第3 近代的な卸売市場の立地並びに施設の種類、規模、配置及び構造に関する基本的指標

- 1 立地に関する事項
- 2 施設の種類に関する事項
- 3 施設の規模に関する事項
- 4 施設の配置、運営及び構造に関する事項

第4 取引及び物品の積卸し、荷さばき、保管等の合理化並びに物品の品質管理の高度化に関する基本的事項

- 1 取引の合理化に関する事項
- 2 物品の積卸し、荷さばき、保管等の合理化に関する事項
- 3 物品の品質管理の高度化に関する事項

第5 卸売業者及び仲卸業者の経営の近代化の目標

- 1 卸売業者及び仲卸業者に共通する事項
- 2 卸売業者
- 3 仲卸業者

第6 その他

「第9次卸売市場整備基本方針」目次(H22)

第1 基本的な考え方

第2 卸売市場の適正な配置の目標

1 中央卸売市場 2 地方卸売市場 3 水産物産地市場

第3 近代的な卸売市場の立地並びに施設の種類、規模、配置及び構造に関する基本的指標

1 立地に関する事項 2 施設の種類に関する事項 3 施設の規模に関する事項 4 施設の配置、運営及び構造に関する事項

第4 取引及び物品の積卸し、荷さばき、保管等の合理化並びに物品の品質管理の高度化に関する基本的な事項

1 取引の合理化に関する事項 2 物品の積卸し、荷さばき、保管等の合理化に関する事項 3 物品の品質管理の高度化に関する事項

第5 卸売業者及び仲卸業者の経営の近代化の目標

1 卸売業者 2 仲卸業者 3 卸売業者及び仲卸業者に共通する事項

第6 その他

第10次基本方針と第9次基本方針の主な相違点

1. 「経営戦略」の重視

- ・第10次:「第1」を「1 基本的な考え方」と「2 卸売市場における経営戦略の確立」に分割

卸売市場における経営戦略の確立(p.1)

- ・第9次:「第1」は「基本的な考え方」のみ

経営戦略的な視点を持った市場運営の確保(p.1)

2. ビジネスモデルの提示

- ・第9次まではビジネスモデルの考えはなし
- ・第10次では「基本戦略(ビジネスモデル)→行動計画」を明示

3. その他

- ・卸売市場間等の連携の強調(p.12等)
- ・用語「中央拠点市場」とその定義基準の削除
- ・再編措置における「地方卸売市場化」の後退
- ・事務手続きの電子化・簡素化の重視

等

《ビジネスモデル》

- ① 大規模な分荷・集荷機能の発揮
- ② 産地との連携による魅力ある生産物の集荷・販売
- ③ 加工・業務用ニーズに対応した機能強化と商品開発
- ④ 輸出等を通じた新たな需要開拓
- ⑤ ①から④までの複合型

『市場流通2025年ビジョン』（2011年刊）で提言した主要タイプ

タイプⅠ：産地集出荷市場

タイプⅡ：大量一括荷受市場

タイプⅢ：消費地総合市場

タイプⅣ：物流センター市場

タイプⅤ：小売業等兼務市場

タイプⅥ：輸出入基地市場