

地方卸売市場をとりまく環境 何が変わったか。

### 1. 川下お客が変わった 八百屋サンからスーパーへウェイトが拡大した

小売の八百屋サンのウェイトは当社で10%以下、量販店や大手業務用需要と取引できない市場は先細りの傾向にあります。

八百屋サンの時代は価格形成が市場に主導権がありました。

スーパーがチェーン化、拡大をしたことにより、価格形成に大きな影響力を持つようになってきています。

拡大した量販店はどこからでも仕入れをする力を持ち、地域への安定供給という限定マーケットの時代から、広域流通時代へと変化した。

### 2. 川上の変化も市場に大きな影響を与えています。

川上の出荷側も農協合併が進み、輸送の合理化と農家の高齢化と後継者不足による生産力の低下もあり、大市場への集中出荷が進んでいる。

川上からの指示価格による出荷が強まり事故損が拡大していることも、経営を圧迫する要因となっている。

### 3. 取引の方法が変わった 営業のやり方も変わった

競り→相対へ 競りのウェイトは10%割っていると思われる。地物だけ競りを行っている。系統JAから入荷してくる商品は形式的には委託となっていますが、ほとんどの商品はさし値委託という状況であります。相対と言っても、情報取引が主力になっている。

一週間前に予想価格を提示して発注は前日、価格決定は当日。一般食品のように製造原価が決まっていて耐久性のあるものであれば、このやり方でもよいと思いますが、青果物は出荷量が天候に左右され、鮮度が商品価値、価格に左右する為、必ずしも当日の相場と一致しない。このことが事故損につながっている状況です。

### 4. 取引が朝(20%)から夕方(80%)へシフトがかわり、拘束時間が長く労働改善が急務

① 川下のお客にとって卸売会社の魅力とは、商品力、価格、品揃え、情報力、企画提案力、開発力であると考えています。

(リテールサポート機能、コンサルタント機能、高度物流機能、加工業務需要への対応)

② 産地にとって卸の魅力とは、販売力、当社がどれだけ良い顧客を持っているか、顔の見える流通であり、企画力・提案力が求められています。

これからの市場は何が求められるのか。マーケティング力、つまり需要を生み出していく力、その対価として利益を得る時代が来ていると考えています。コーディネート機能を発揮できる市場が残っていくように感じています。

しかし、こうした機能強化には当然コストがかかります。現状の卸売市場の利益では、世の中に求められる機能、必要な機能であっても、リターン、採算の見えないお金を生まない投資は難しい状況にあります。

次に、重要な卸売会社の果たしている機能は

1. 受給調整機能であると考えています。

近年農産物は天候による出荷量の増減が大きく出ています。それに加え、仕入れは在庫を持たない、必要以上は買わない動きとなっている。当然この需給バランスをどこかが取らないと回っていかない。

数量の調整機能が市場に求められてきている。これは市場にとって、現在のように再生産に向けての安定価格を求められる時代では大きなリスクでもあります。卸売市場は荷受け拒否を基本的にできません。現在は過剰な時も需要以上の量が産地から送り込まれ、最低単価が求められます。これが事故損につながっています。

市場の大きな機能であった価格形成力が弱くなってきていると思われる方もいますが、しかし無くなった訳ではない、競りという当日の入荷数量と仕入量という需給バランスによる短期的な価格形成から、情報取引による先の数量と需要を予測した長期的価格形成に変わってきている。

現実に長期的な波となって、数量が減ると単価が上がるし、数量が増えると単価は下がっている。ここ10年の卸売市場の取引単価を見ても、日本社会がデフレ状態・価格破壊状態の中でも青果物の市場単価は横ばいを維持している。ここからみても市場の機能・役割は十分果たしていると思っています。

情報力による価格形成力をどう高めるか・適正なものにしていくかが市場の役割としての今後の課題であると考えています。

市場流通がどう変わって行くのか、私たちがどう対応して行くのか大変危機感を持っている。

委託から買い付けへ当然入荷拒否の問題が出てくる。全ての商品を扱うから市場の価値があると考えている。買付取引になると卸は高く売る努力から安く仕入れる努力に変わる。

市場は現状の規制を残した状態で市場外流通が拡大していけば、経営は難しくなる。全ての青果物（84%）を市場流通で販売しているから、必要のないのも受け損の仕事も我慢してやりくりしている。

消費者単価を100として市場手数料は3~4%であり、十分価値に合う仕事はしていると考えています。しかし今後流通コスト全体の削減、見直しも重要課題であり、現状の取引と合わなくなっているところは、卸売市場法の改正や市場取引の自由度を高めること、各機能との連携を強化することが必要と考えている。