

＝第六次卸売市場整備計画＝

農家・JAにとって市場制度の改革は何を意味するか

(株)農経企画情報センター

代表取締役 小林彰一

卸売市場制度が変わる。どのような部分が変わり、その改革が、農家・JAにとってどんな意味があるのか、は注意深く見ておく必要がある。昨年4月より、農水省の第六次卸売市場整備計画（十年計画）がスタートしたが、第六次の基本方針のポイントは五点。(1)卸売市場の整備は全国を一巡し、これからは東京、大阪等の中核市場の再整備や、花市場の整備などが中心となるという点。(2)取引の多様化に対応してルールを見直すという点。(3)卸売市場関係業者の大型化や体質強化を行っていくという点。(4)輸入品に関しても市場受入れ機能を強化するという点。(5)市場の情報化を進展させるという点。これらの点に基づいて、卸売市場を活性化させるのだという。

卸売市場の制度は、農家にとってその仕組みが分かりにくい。分かるのは、卸売市場に出荷すると、値段をつけてくれ（売ってくれて）、代金を確実に決済してくれるが、そのかわり結構高い手数料を取られることである。分からないことは、時々高騰してびつくりするような価格になることもあれば、出荷したら赤字になるような安値が続くこともあること。そうした市場制度がどうやら法律に基づいて運営されている、らしい。この程度の認識であろう。

農水省と都道府県などの卸売市場行政は、5年ごとに見直される「卸売市場整備基本方針」ならびに「同基本計画」（ともに十年計画）に基づいて実施されている。従ってこの「基本方針」は、これから十年間の市場行政の教科書になるものである。

だから、この基本方針だけを見ても、具体的にどんな施策が行われるのか、もつといえは、いつから、どんな改革が行われるのかは分からない。しかし、逆に言えば、この基本方針の精神、方向性に基ついたものであれば卸売市場に最も関係が深い、農家、JAでも市場行政に対して、その改善や新たな提案ができる、

ということでもある。

事実、この方針は、これから策定される都道府県レベルの市場整備計画や、中央市場などを開設している都市の市場行政に反映され、その際には、生産者代表者が審議に加わることになる（実際、ほとんどの都道府県で現在審議中）。

同基本方針のポイントと、それに関連して見直しとなる制度に関する解説をしておこう。

ポイントと見直し制度

○卸売市場の整備の中心は中核的な拠点市場の再整備に移行する

ほぼ全国的に市場整備は一巡したが、過密化した大都市市場や地方都市の市場を新しくし、また遅れていた花き市場も整備を促進していくということである。花き類の振興の受け皿で、花き市場の整備は歓迎である。また、これまで産地団体は、ともすれば大都市中心の出荷がメインであったが、最近では、女性やシルバーパーワーの受け皿、稲作からの面積調整で地域園芸振興のために、地域市場の機能の強化が求められている。こうした方向にも沿ったものと解釈できる。

○取引の多様化に対応してルールを見直していく

これまでの「セリ上げ」方式は、生産者側からすると高値が出やすいように思われる。これに対して関西市場などの「入札」方式はセリ上げに比べると極端な相場の変動は少ない。では、「セリ下げ」方式はどうなるのだろうか。現在、出荷団体は出荷に対して、産地希望価格を提示するのが常である。この「産地希望価格」に近づけるためには、セリ上げよりセリ下げの方が効果的だといわれる。ヨーロッパの産地市場でのセリは、すべてセリ下げ方式であり、これに生産者「指し値」が組み合わされている。生産者は自分が納得した価格でしか売らない仕組みだ。制度的にはまだなじみがないが、生産者の立場からも推奨できるセリ方式であろう。



○一括全量上場（入荷したものをすべてその日の内に上場すること）のルールが中心だが、「一括上場、分割販売」（入荷したものを一括上場するが、状況に応じて値決めをしていく）の方式も導入する

即日全量上場で一括してセリにかけるということは生産者にとっては「安心」だが、一方では、大量に上場すれば明らかに価格が暴落する、という状況はある。これを、一括して上場するものの情勢次第で販売していく、という柔軟な対応をしていくことは必要。ただし、生産側との綿密な連携を前提としなければならぬことはいうまでもない。

○セリ取引と相対取引との垣根を緩和し状況に応じて相互に乗り入れる

これは現在でも、「残品相対」という取引慣行がある。セリで残品が出た場合に、事後承諾の形で相対販売してすべて消化してしまう方法だ。ただしこの場合、出荷者側にはセリ販売としてしか報告されない。これをルール化すること。さらに、逆の場合、すなわち相対品目（買い手が限定されている特殊な品目など）に、買い手が殺到した場合などはこれをセリに切り換えて、相場の成り行きで価格を決めるといふこと。ともに生産者の不利にならず、取り引きが効率化する方法だ。なお、現在すでに実施されている「予約相対取り引き」は、引き続き生産側、需要側にとって使いやすい方法に改善されていくべきであるし、一部で試行されている、前日セリ「予約販売」も、双

方に都合のいい品目を選択して推進されるだろう。また、とかく問題になりがちな「先取り」も、生産側にその取り引き内容を明示する形でルール化していくことになっている。

○卸売市場に入場している業者の分野調整の見直し

分かりにくい分野だが、例えば、ある青果市場に青果物を出荷する場合、同じ生産者、地域からコメも畜産物も花もあっても、現行制度では分野調整されており、青果市場では野菜、果実以外は扱えなかった。これを青果市場でも何でも扱えるようにすれば、生産者の運賃や手間が節減できる、ということだ。市場側としては品揃えが豊富になり、買出人の誘致に有利になる。また、市場の卸売会社も仲卸業者も、ともに集荷競争をしてくれれば、生産者にとっては利便性が増すし、販売上有利に展開することも期待できる。もちろん、過当競争になれば逆効果であるから、そのための最低のルールは必要である。

○卸売市場関係業者の体質強化

市場入荷量の減少や、相場の「低位安定」傾向、輸入品の買い付け販売の増加などにより、卸売業者の経営は全体的には悪化傾向にある。この改善策は、直接的には手数料率のアップがあるが、これは現在の経済環境からは不可能だ。だから、各業者はリストラなどを通じて、経

営の合理化を図っているが、抜本的な対策のひとつは、同一市場の複数卸売会社を合併させることだ。その単数化で問題になる競争原理の確保も、市場間競争や市場外流通との競争を考えれば十分に可能だと見ている。販売してくれる卸売会社の経営が安定して、生産者への代金決済を確実にしてもらおう、と理解している。

そのために、卸売業者と競争できるよう、仲卸業者の開発機能が強化されなくてはならない。そのための施策や支援策も必要になる。また、市場同士が提携したりグループ化をしていくことも、様々な競合条件や受け皿が作り出せるという意味で、生産側には有利だと考えたい。

○輸入品の取扱機能強化

輸入品の増大は、直接的に国内生産者にとっては不安材料である。確かに、国産も輸入も幅広い品揃えができることで市場機能が強化され、市場の信用や重要性が増して、まわりまわれば生産者にも有利になる、ということだろうが、これだけは警戒しなければならない方針である。かつて、市場から輸入品部門を切り離すよう、農水省自身が指導した時代もあった。買い付け処理で欠損を出し、経営悪化の要因となったからである。しかし、一方では、輸入品の増大がかえって国内生産を刺激したりヒントを与えたりして、プラスの効果も見られるようになってきた。

毎日接触のある市場で輸入品の商品性や産地状況、動向など重要な情報が入手できるなら、それを活用しない手はないということであろう。

○市場の情報化の進展

市場は情報の宝庫である。他産地の状況からすべての需要側の動向まで、生産側に必要なあらゆる情報にあふれている。しかし残念ながら、その情報は、卸売業者、仲卸業者が個別に「所有」しているだけで一元化しておらず、外部から容易に利用できるものではなかった。これを具体的にシステム化できるなら大歓迎である。もちろん「情報」とは、単なる数字的なものだけでなく、具体的に「商売」につながる情報、もっといえば、その情報をとくに産地と需要者が提携できるような「斡旋」や「紹介」を含むものである。そうした情報こそが生きた情報であり、その活用は当然、有料でいいのだ。卸売市場が「売れる情報」を持つところこそ、市場活性化の原点であり、そのための制度改革は積極的に実行に移してもらいものである。



市場活性化の鍵は情報の整理・公開