

中央卸売市場の廃止 関西を起点とした水産物流通の改革

東京大学 文科1類 松清広歩
文科2類 藤田健司

はじめに

第一次産業は産業の原点にして、日本でいま最も改善が叫ばれる分野の1つとって間違いないだろう。日本のお家芸である自動車産業や質の高い町工場などからなる第二次産業、あるいはGDPの70%以上を占める¹第三次産業ばかりに光が当たりがちだが、生命維持の根幹をなす第一次産業を忘れてはいけない。今回私たちは、特に水産業に焦点を当てた。

日本は島国であり領海及び排他的経済水域も世界6位の広さで²、従来から漁業に適した地域である。当然世界有数の水産物消費国でもあり、1人あたり水産物年間消費量を見ると、近年減少傾向といえども同じく水産物消費量が多いノルウェーや韓国ほどの約50kgを消費している³。

また関西に限ってみても水産物の人気が根強いことはわかる。歴史的には大阪が「天下の台所」として多くの水産物を扱ってきた。かつては「魚庭(なにわ)の海」として大阪湾だけで数万トンを超える水揚げを記録した時期もあった⁴。現在でも大阪中央卸売市場本場では生鮮水産物だけで年間5万トンを取り扱っている⁵。たこ焼きやいか焼き、お好み焼きなど水産物を使った関西のご当地名物は日本人だけでなく外国人観光客にも人気で、観光地としては代表的な京都・奈良のほか、「食い倒れの街」大阪も負けていないだろう。実際2017年には、NYタイムズの「52 Places to Go in 2017」に大阪が選出された⁶。水産物料理が日本文化を伝える重要な要素の一つであることは間違いない。

更に最近では関西国際空港からの食品海外輸出の成長も目覚ましい。関西国際空港からの食品輸出は2012年から7年間で3倍以上に拡大しており⁷、これに水産物も十分寄与していると思われる。関西国際空港は海上にあるため騒音被害の心配がなく、羽田や成田と違って国際線の離発着制限はない⁸。24時間離発着が可能であるため輸出入の利便性は高いだろう。日本の水産物輸出相手国としては香港・中国などアジアの割合がやはり高いため⁹、東京よりアジアに近い立地を活かし、鮮度が他品より特に重要な水産物はこれからも関西が中心となって輸出していきたいところなのだ。

¹内閣府経済社会総合研究所 国民経済計算部。「平成29年度国民経済計算年次推計(フロー編)ポイント」。内閣府。

https://www.esri.cao.go.jp/jp/sna/data/data_list/kakuhou/files/h29/sankou/pdf/point_flow_jp_20190405.pdf

²内閣府。「離島の概要」。 <https://www8.cao.go.jp/ocean/kokkyouritou/gaiyou/gaiyou.html>

³「第3章 第3節 (2)世界の水産物消費」。平成30年度水産白書。水産庁。

http://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/wpaper/h29_h/trend/1/t1_2_3_2.html

⁴近畿地方整備局神戸港湾空港技術調査事務所。「データで見る大阪湾」。大阪湾環境データベース。

http://kouwan.pa.kkr.mlit.go.jp/kankyo-db/data/engan/sangyou/gyogyou/b2_13gyogyou.aspx

⁵大阪中央卸売市場管理センター株式会社。「年間月別種類別取扱高推移表」

<http://www.shijou.city.osaka.jp/sikyo/nen/2018/WC45R1%E5%B9%B4%E9%96%93%E6%9C%88%E5%88%A5%E7%A8%AE%E9%A1%9E%E5%88%A5%E5%8F%96%E6%89%B1%E9%AB%98%E6%8E%A8%E7%A7%BB%E8%A1%A8.pdf>

⁶The New York times。「52 Places to Go in 2017」。

<https://www.nytimes.com/interactive/2017/travel/places-to-visit.html>

⁷農林水産省。「関西空港を活用した食輸出」。

<http://www.maff.go.jp/kinki/seisan/nousan/yusyutu/attach/pdf/kyougikai-49.pdf>

⁸日本航空協会。「空港の規制値(2)」。国際線発着調整事務局。

http://www.schedule-coordination.jp/jpn/kiseichi_02/index.html

⁹「第2章 第4節 (4)水産物貿易の動向」。平成29年度水産白書。水産庁。

http://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/wpaper/h29_h/trend/1/t1_2_4_4.html

ところが、水産業は国内のコンセンサスとしては明らかに衰退産業の位置付けである。事業者は減少の一途を辿るばかりで、農林水産省の統計によると平成21年に21.2万人いた漁業就業者数は平成30年には15.2万人にまで落ち込んでいる。また、うち5.8万人が65歳以上であるため、実に3人に1人以上の漁業就業者数は還暦を迎えているという高齢化の現状もある¹⁰。更に平成21年に実施された同省によるアンケートでは、漁業経営において回答者の約半数は後継者がいないという問題を抱えていた。現状維持にとどまれば今後ますます漁業就労者の生活は苦しくなり、水産業は衰退しかねない。実際魚介類の自給率は低下傾向にあり、1964年には100%を超えていたが2016年には56%にまで落ち込んでいる¹¹。

しかしだからといって水産物を輸入に頼りきり、諦めるわけにもいかない。水産物は日本文化を代表するものの1つであることは先に述べたとおりだ。日本の代名詞として水産物の地位を一層押し上げるため、かつて日本の台所を担った商業の街・大阪を中心とした関西から、日本の水産業を活性化させたいと考える。

問題点

では現状の水産業の何が問題なのだろうか。衰退産業になりつつある原因の1つに、儲からないため産業自体が魅力的と思えないことが挙げられる。事業者の減少・後継者不足もこれが原因の一つではないか。あるアンケートで漁業者と消費者に対し漁業の担い手が不足している原因について尋ねたところ、一番に「儲からない」が挙げられた¹²。実際沿岸漁船漁家の漁労所得は平均219万円と低い¹³。海面養殖漁家は1,166万円と高めだが、全ての魚種が採算が取れる状態で養殖できるわけではないため、養殖以外の漁獲がこれからも一定程度必要になることは間違いない。そして日本では養殖による生産量はまだ2割程度であるため¹⁴、沿岸漁船漁家の所得改善は目下必要と思われる。

ではなぜ水産業は儲からないのだろうか。漁船の油費の高騰や定期的な修繕費など費用増加の影響も考えられるが、水産庁が発表した「漁業経営の動向」を見る限り漁労支出の変動はそこまで大きくない¹⁵。つまりもともと儲けが出にくい産業なのである。

そこで、漁師の漁労収入をより大きくすることが必要になる。案の一つとして私たちは水産物の流通に着目した。

まず現在の水産物の主要な流通経路を確認したい。水揚げされた水産物は産地卸売市場に集まった後、卸売業者（漁協など）が販売し、買受人に買われたものは中央卸売市場に配送される。そこでまた卸売業者が買受人へ販売し、小売店や飲食店などへ届けられる¹⁶。もちろん、漁場で直売される物や、産地卸売市場から直接小売業者に届けられるもの、輸出され

¹⁰ 農林水産省。「漁業労働力に関する統計」。農林水産省HP。

<http://www.maff.go.jp/j/tokei/sihyo/data/18.html>

¹¹ 「第2章 第4節 (1)水産物需給の動向」。平成29年度水産白書。水産庁。

http://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/wpaper/h29_h/trend/1/t1_2_4_1.html

¹² 農林水産省。「漁業の担い手の確保・育成に関する意識・意向調査結果」。

http://www.maff.go.jp/j/finding/mind/pdf/20090731_enquete.pdf

¹³ 農林水産省。「漁業経営に関する統計」。農林水産省HP。

<http://www.maff.go.jp/j/tokei/sihyo/data/20.html>

¹⁴ 農林水産省大臣官房統計部。「平成30年度漁業・養殖業生産統計」。

http://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/kaimen_gyosei/attach/pdf/index-24.pdf

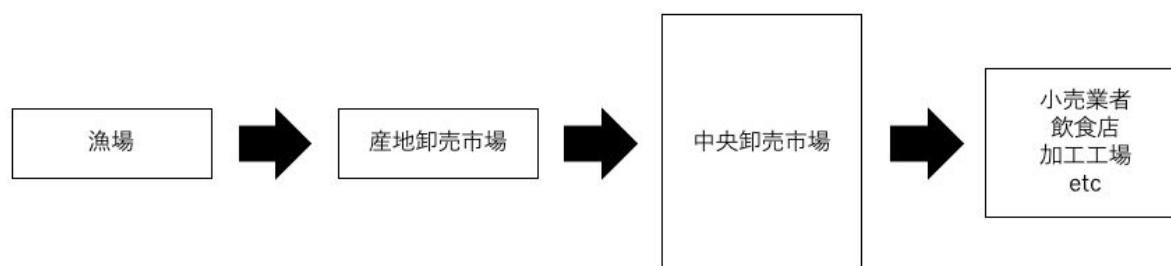
¹⁵ 「第2章 第2節 (2)漁業経営の動向」。平成29年度水産白書。水産庁。

http://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/wpaper/h29_h/trend/1/t1_2_2_2.html

¹⁶ 「第2章 第2節 (6)水産物の流通・加工の動向」。平成29年度水産白書。水産庁。

http://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/wpaper/h29_h/trend/1/t1_2_2_6.html

るものなど他の経路は多数ある。だが実際食品小売業の水産物仕入れ先の60%以上、外食産業の水産物仕入れ先の50%以上は、一度中央卸売市場を経由する下図の流通経路を辿っているとの報告がある¹⁷。



しかしこの流通経路には改善点がいくつかある。

まず生産者の儲けが少ない構造になっている点だ。生産者から消費者までに様々な業者が介するため、そのぶん価格に対して生産者の取り分が少なくなってしまう。実際主要水産物の小売価格に占める各段階の手取り割合を見ると、生産者と消費者の間に入る産地卸売経費・産地出荷経費・消費地卸売経費・仲卸経費で合計約40%も占めている¹⁸。もしこれを中抜きできれば、生産者の手取りがより多くなることは間違いない。

また中央卸売市場が原因で、漁師が販売機会を逃していることも考えられる。例えば一週間で一番鮮魚の需要が高まる日は休日である日曜日という報告があるが¹⁹、昔からの名残で中央卸売市場は閉まっている。年末年始も寿司など水産物を使う料理の需要が高まり、よって水産物需要も高まるのだが、中央卸売市場が開いていないことが原因で漁師は販売したくてもできない。需要が高い日に取れたて新鮮な魚を販売する機会を逃しているのである。

また経由先が多いぶん、衛生面で不要な負荷がかかっている可能性もある。例えば築地市場には1万匹の鼠がいたのではないかと言われていた²⁰。経由する市場が少なければ少ないほど、新鮮で安全な水産物を届けられることは間違いないだろう。

上記の流通システムは、不規則に大量に水揚げされる多種類の水産物を迅速に仕分けし価格形成することを目的とし、1950年以降整備されたものと思われる²¹。しかしインターネットの発達など、状況はもはや当時と異なる。従来メリットがあった中央卸売市場を経由するこの流通経路が、今の生産者にとっても最善かは検討の余地があるだろう。

提案

そこで私たちは新たな水産物流通を提案する。それを簡単にまとめると以下の図である。

¹⁷ 農林水産省。「食品流通構造調査(水産物調査報告)」。農林水産省HP。

http://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/syokuhin_kouzou/

¹⁸ 農林水産省食料産業局。「2.生産者が有利な条件で安定取引を行うことができる流通・加工の業界構造の確立」。

http://www.maff.go.jp/j/kanbo/nougyo_kyousou_ryoku/attach/pdf/nougyo_kyoso_ryoku-37.pdf

¹⁹ 三谷卓美。「何曜日に魚を買いますか?」。中央水産研究所主要成果集。2011。第9号。p6

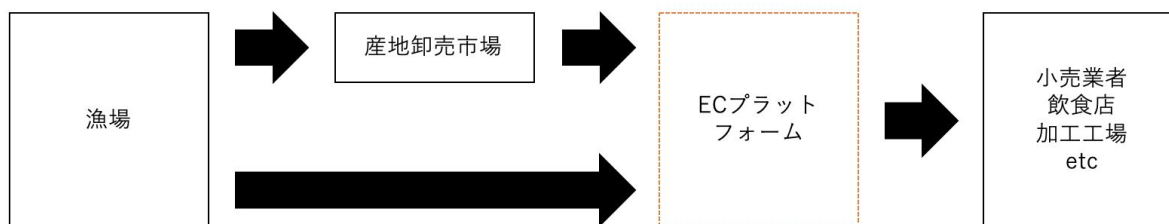
http://nrifs.fra.affrc.go.jp/ugoki/pdf/ugoki_009_006.pdf

²⁰ 週刊現代。「築地市場にいる1万匹のネズミたちが、閉鎖後一気に向かう先」。現代ビジネス。2018-09-21。

<https://gendai.ismedia.jp/articles/-/57606>

²¹ 東京中央卸売市場。「中央卸売市場の沿革」。東京中央卸売市場HP。

<http://www.shijou.metro.tokyo.jp/gyosei/about/enkaku/>



このように中央卸売市場の市場機能を廃止し、代わりに巨大なECプラットフォームで取引機能を代替して、漁場や産地卸売市場を拠点とした配送を行うのである。このプラットフォームの運営主体は信頼できる母体であればどこでも良い。具体的な取引の流れとしては、

- ①漁師自身や産地卸売市場の卸売業者が水産物をECプラットフォームに掲載する。
 - ②そこで取引相手が決まり次第相手先へ直送する。
- ということになるだろう。

施策のメリット

この施策には、まず先に述べたように生産者と消費者の間に入る業者のコストを削減する効果がある。プラットフォーム手数料等は新たに発生するが、従来の経費よりは削減できるだろう。実際、中抜きした鮮魚取引のプラットフォームを運営する株式会社羽田市場は、生産者の手取りが増えることを評価され、日経優秀製品・サービス賞を受賞している²²。

またECプラットフォームは曜日・季節に関係なく運営できるため、従来見られた中央卸売市場休業に対する不満も改善できると考えられる。

加えて流通が短くなるため衛生面の負荷も小さくなる。更に副次的な効果として鮮度が落ちることも抑制できる。現在は中央卸売市場を経由すると食卓に届くまで最低でも2日かかるとの記述があるが²³、この方法では水揚げして間も無くECプラットフォームに掲載し、船が戻る頃には買い手が決まり、その日のうちに届けるということも可能である。

また現在は技術が発達し、水産物の漁獲量予測の取り組みも始まっている²⁴。予測精度が高まれば、予め買い手が需要量をECプラットフォームにて表明し、生産者が事前買い手と契約してから必要量だけ獲ることも可能だろう。この仕組みが確立すれば乱獲やそれに伴う価格低下も防げるのではないか。これは日本が目指す持続可能な漁業にも繋がる²⁵。

加えて、中央卸売市場にかかる設備投資費も削減できる。例えば大阪市中央卸売市場は設備投資に数億円かけているが²⁶、このぶんの投資を別のところへ回せる。ECプラットフォームの維持費は必要だが、これまでの設備投資に比べたら少額で済むはずだ。

²² 「日経優秀製品・サービス賞2016」. 日本経済新聞. 日本経済新聞電子版.

https://www.nikkei.com/edit/news/special/newpro/2016/page_4.html#1-1

²³ 「フクラボ」. 福島工業株式会社. 2016-04-20.

<https://www.fukusima.co.jp/fukulabo/case/%E7%BE%BD%E7%94%B0%E7%A9%BA%E6%B8%AF%E3%81%8B%E3%82%89%E3%81%9D%E3%81%AE%E6%97%A5%E3%81%AE%E3%81%86%E3%81%A1%E3%81%AB%E6%96%B0%E9%AE%AE%E3%81%AA%E9%AD%9A%E3%82%92%E5%85%A8%E5%9B%BD%E3%81%AE%E9%A3%9F/>

²⁴ 総務省. 「採択事業の紹介」. 身近なIoTプロジェクト.

<http://www.soumu.go.jp/midika-iot/project/204/>

²⁵ 「4 持続可能な漁業・養殖業の確立」. 平成29年度水産白書. 水産庁.

http://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/wpaper/h29_h/measure/m_01_4.html

²⁶ 大阪市中央卸売市場. 「平成26年度大阪市中央卸売市場事業会計 アニュアルレポート」.

<https://www.city.osaka.lg.jp/shijo/cmsfiles/contents/0000385/385038/26annualreport.pdf>

また最後に、ECプラットフォームで生産者が特定の取引先と結びつき、結果プラットフォームを介さず直接売買をするようになってよいことを付け加える。なぜなら重要なことは中抜きして取引することであり、それが漁労収入を増やすことに繋がるからである。

検討すべき点

しかしそもそも、ECプラットフォームのみの取引が果たして可能だろうか。それについては取引が電子化された株式市場と、実際に食材EC卸売市場を運営する株式会社Mマートを参考にしたい。

かつて株式市場では紙の株券を発行し売り手と買い手が集まって取引していたが、東京証券取引所では立会場が1999年に廃止となり電子化され、現在まで続いている²⁷。株式市場は20世紀末に改革されたにも関わらず、卸売市場では未だに売り手と買い手が集まって取引しているのである。

改革されなかった理由の1つとして、株券と違い生鮮品を扱うことが挙げられるだろう。確かに同じ魚一つとっても大きさや鮮度が違うため現物がないと判断は難しかったが、インターネットが発達した今は事情が異なる。実際株式会社Mマートは業務用食材EC卸売市場で肉をはじめ生鮮品を多数扱っているが、見やすい出品写真と買い手による売り手の評価で商品の質は維持されている。総流通額も右肩上がり、現在は56億円を超えるほどだ²⁸。

また中央卸売市場の廃止によって物流が非効率化するという懸念があるかもしれない。細かな算定による比較は難しいが、しかし出荷経費は現在でもかかっており、卸売業者を挟まないぶん今より中抜きができる可能性は高いと思われる。

では中抜きにより卸売業者が失業するという問題が考えられよう。しかし、まずそもそも現在でも失業する卸売業者は多く、経営難も深刻である。例えば東京都の卸売市場では水産物仲卸業者の数は年々減少している²⁹、また水産物仲卸業者のうち約半分が営業損失を計上しているというデータもある³⁰。

更に、この施策では卸売業者の業務が完全になくなるわけではない。というのも現在卸売業者が「目利き」となり商品の質が維持されている面も重要で、設計の仕方によってはその役割をなくす必要は必ずしもないからだ。例えば、卸売業者が産地卸売市場で商品の良し悪しを判断しECプラットフォームに掲載する役目を負えばよい。その際誰が目利きしたかを掲載することで卸売業者の質も担保され、トレーサブルな商品になり消費者にも恩恵がある。この「目利き」は最終的には機械化可能と考えるが、そうなるは今度は関西の技術力が生きるのではないかと思う。兵庫県明石市の計量器メーカー・大和製衡は魚の鮮度をチェックする「フィッシュアナライザ」を全国で初めて開発した³¹。関西から始まる技術革新に期待したい。

また前述した羽田市場のように、中央卸売市場を廃止しないまでも、企業が市場外流通の機会を提供すればある程度改善するのではないかという考えもあるだろう。しかし電話でヒ

²⁷ 日本取引所グループ。「沿革」。日本取引所グループHP。2015-03-20。

<https://www.jpx.co.jp/corporate/about-jpx/history/01-02.html>

²⁸ 株式会社Mマート。「第20期(2020年1月期)第2四半期決算及び事業説明資料」。株式会社MマートHP。

<http://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS02975/e08caf43/9c3d/450b/a7d8/ffbeafc699dd/20190925112835383s.pdf>

²⁹ 東京都中央卸売市場。「仲卸業者の経営状況2018 仲卸業者数の推移」。東京都中央卸売市場HP

<http://www.shijou.metro.tokyo.jp/gyosei/pdf/gyosei/06/2018/1.pdf>

³⁰ 東京都中央卸売市場。「仲卸業者の経営状況2018 営業成績の状況」。東京都中央卸売市場HP。

<http://www.shijou.metro.tokyo.jp/gyosei/pdf/gyosei/06/2018/2.pdf>

³¹ 産経新聞。2019。「『フィッシュアナライザ』で鮮度の見える化」。

<https://www.sankei.com/west/news/190420/wst1904200007-n1.html>

アリングした結果、羽田市場は協力漁師数が増えないことが課題であると判明した。その理由として漁協の人間関係維持が挙げられるという。これは漁協がまとめて卸売市場へ卸すところを抜け駆けすることへの抵抗と考えられる。

だがこれは、中央卸売市場を廃止し、全員がECプラットフォーム上で取引することで払拭しうる。この点豊洲へ移転して間もない東京都中央卸売市場は、完全オンライン化には対応しづらい。関西が関東に先駆けて水産物取引のEC化を一層進めることで、日本全体のロールモデルになれると考えている。

終わりに

第一次産業の改革は一見地味なようでいて、私たちの生活に直結する大事な施策である。その上水産物は日本の食生活・伝統と強く結びついており、観光業など異業種にも欠かせない。しかし現在の漁業は持続可能性が危ぶまれ、このままでは先細りしていく一方だろう。今こそ水産業に変革をもたらし、世界で水産物を牽引する日本を復活させるときである。

もちろんこの施策だけで全てが解決するわけではない。水産資源保護はもちろん、養殖の推進やIoT化なども必要であろう。だが今の不合理なシステムを廃し、より生産者・消費者の利潤を拡大させることには意義があると思う。

関西には何事も柔軟に考え、挑戦を厭わない気質があると感じる。そんな関西から全国へ、水産業活性化の動きを拡大していくことを目指したい。

※全てのURLは2019年10月31日現在、閲覧確認済み。