

市場の活性化を考える会（第8回）議事概要

- 【開催日時】 令和2年8月19日（水）
【場 所】 第一本庁舎42階北塔 特別会議室B
【議 題】 新型コロナウイルス感染拡大を契機とする社会変化と市場経営の方向性について

【議事概要】

（1）資料説明

事務局から生鮮食料品等の消費や取引等の状況、事業継続に向けた中央卸売市場の取組、コロナ禍の下で見られた動き等について説明

（2）主な発言

◆新型コロナウイルス感染拡大を契機とする社会変化

- ・ コロナの状況の中で、生産スタイル、出荷スタイル、生活スタイルが変わってきている。この変化は、不可逆的で、オンライン化などこれまでじわじわ進んできたことが一気に噴き出して進んだ。
- ・ 東日本大震災が起きたときに、社会が大きく変わるという話が出て、もちろん変わった部分もあったが、元に戻ってしまった部分もあった。何が本質的に変わり何が変わらないのか、見極めが難しいが、全部が変わるのかと言うと、そうではない。
- ・ 価格を維持し切れていないというのが、この数か月間の卸売市場の実態。市場の役割で重要なのは価格を形成する機能。需給調整により価格が下がり、需要が何とか刺激されているのかもしれないが、それだけだと産地がもたない。このことは課題である。
- ・ 卸売市場の重要な価値である価格形成機能が維持されるためには、バランスの取れた市場参加者を確保し、維持していくことが非常に大切。
- ・ 社会的距離の確保による効率の低下をデジタル化でカバーしなければならない、というのが1つの大きな動き。一方で、デジタルというのは誰でも使えるので、デジタルでは置き換えが利かない、リアルな本質的な価値のところで優劣が判断される。流通ルートについても同様。
- ・ デジタルやオンラインなどを推進する中で、リアルとしての市場の存在意義をもう一度確認する必要。
- ・ サプライチェーン全体、あるいは横の連携において、省人化、省力化を進めていくことが必要。そのためには標準化が重要。

◆社会変化を踏まえた市場経営の方向性

- ・ コロナによる社会の変化により、人とのつながりの重要性にあらためて気づかされた。食を通じて人とのつながりの豊かさを実現していく、そのようなことを東京都が掲げることは、極めて真っ当な行政の在り方の一つ。
- ・ 卸売市場だけを主語にして、何かを実現しようとするのはおのずと限界がある。それでもあえて卸売市場を主語に何をすべきかと言えば、商物分離した流通プラットフォームの構築による物流・決済・情報の基盤の提供、そして、都の卸売市場がバックアップしているプラットフォームのブランド化。
- ・ 商物分離や取引のデジタル化、オンラインせり等がこれまで以上に求められる中、デジタル業者を市場関連事業者として迎え入れ、市場内業者と一緒に取り組んでもらうとか、情報インフラシステムを都が整備するなど。
- ・ コロナ禍における消費構造の変化に対しては、進化したオムニチャネルの展開が考えられる。従来から言われているオムニチャネルの概念だけではなく、チャネルのより一層の多様化という考え方で展開していく。
- ・ 消費生活が元に戻るようには思えない中で、一般の専門店は残念なことに苦しい状況にある。食を消費者に提供する、このような仕組みを応援することが卸売市場としてどこまでできるのか。小売店の応援など、そういうところに関わっていかないと、卸売市場の存在意義というのは難しくなる。
- ・ 厳しい経営環境下で倒産が増えるおそれがある中、市場法改正やコロナの影響を受けた業界再編が市場の衰退につながらないように、業者同士が合従連衡に取り組みやすい環境を整えることも重要。
- ・ 経済復興をするのであれば、持続可能な社会をつくる意味で、グリーンリカバリーの考え方に同調する。これを機会に、なかなか前に進まなかったものを進めていくという考え方が、社会においても、市場においても大事。
- ・ 市場の存在意義が問われている中で、地域社会との関わり、あるいはその中で果たす責任のようなことを、きちんと整理すべき。

(3) 今後の予定について

- ・ 第9回会議を10月中旬に開催する。