

市場の活性化を考える会（第5回）における主な意見の概要 （令和2年2月5日）

【基幹的なインフラとしての機能について】

- 市場の本質的な役割を考えていく場合、どうしても欠かせない機能が価格形成機能である。食品等流通においては価格への信頼感が何より重要で、価格に対する信頼感があってこそ流通が成り立つ。価格をきちんと形成させるためには、産地から持ってくれば良いというわけではなく、消費者側からも多様な参加者を引っ張ってこなければならぬ。そこが大切な肝である。
- 気候変動以外にも、新型コロナや、鳥インフルなど大きな不確実性がある中で、民間で担える部分というのはもちろんあるが、公共こそまさにセーフティネットのような部分を担い、危機時においても卸売市場としての役割を果たしていくべき。
- 天候不順や災害などのリスクへの対応は公の役割として重要であり、民間ではカバーしきれない部分がある。また、地域全体を見渡して適切に対応していくことは公の役割として非常に重要だ。
- 市場が基幹的なインフラというところが重要であり、商流、物流、情報流のオープンな基盤をきちんとつくり、徹底的に効率化することで公共的な役割を果たしていくべき。

【市場の活性化について】

- 生鮮の需要が減り、加工品が増えており、国内生産が減って、海外からの半加工品ないしは最終加工品の輸入が増えている。市場において、海外からの輸入を含めて加工品の需要が高まっている現状にどのように対応していくのかを考えることが重要だ。
- 循環型社会を形成していく中で、卸売市場が果たせる役割は大きい。化石燃料を使わないトラックを使うなど、いろいろやり方はあると思うが、SDGsやゼロ・エミッションに向けた取組など、社会的課題の解決に率先して取り組む担い手としての卸売市場の役割も重要だ。
- インフラとしてのデータプラットフォームが必要だが、全体調整・利害調整は民間では難しい。公共機関がフェアでオープンな立場で取り組むべき。
- AI、IoT、あるいはロボット化でスマートフードチェーンを構築することは長期的にイノベーションをどうやっていくかというときに非常に重要。ただ、食ビジネスは粗利が薄いので回収が難しい。現状では、卸売市場でAI、IoT、ロボット化と言っても、市場内事業者にしてみれば縁がないと思われる。先端技

術の活用については、費用と効果も踏まえて、市場業者にどのように認識してもらうかが大切。

- 先端技術の活用について、イノベーションのきっかけとして、公による整備を行うことも重要。
- 物流において、AIやロボットというのは、標準化が前提であり、もととなる情報の電子化が前提。そういう意味では市場の物流では、標準化が非常に重要。
- 既存のプレーヤーだけではなく、消費者の細かいニーズに対応できるベンチャーや、新たな技術や情報通信技術を持った人たちを市場に入れていくことも、消費者ニーズに対応する市場の活性化のあり方の一環として検討していくべき。
- これからの時代、より消費者に対する意識が必要。オーガニック、GAP等環境配慮認証の商品等に対する消費者の声に答えていくことが重要。
- 民間だけではカバーできない、地域全体をまとめていくという点で公共が果たす役割は重要。販売チャネルは様々に変わり進化していくが、生鮮食料品は食文化としては残っていく。販売チャネルが変わっても通用するような、地域に根差した市場であるべき。
- 生鮮食料品は、量的充足という、生存のために必須な財だが、バラエティー豊かな食と同時に健康長寿の観点から、健康というキーワードも重要。

【市場間ネットワークについて】

- 日本国内で最も大規模な卸売市場を有する東京都が、全国に先駆けてスマートフードチェーンに取り組み、他の地方、地域の市場とネットワークでつなぐべき。都内の各市場間の連携はもとより、都の市場と他の地域の市場をネットワークでつなぎ、役割分担を進めていくことが、全国における卸売市場のさらなる機能強化や基盤強化を図ることにつながるのではないかと。
- キット化、カット化の流れが続いている中で、卸売市場がどこまでその役割を果たすのか。東京の大きな市場でその役割を果たすのか、地域密着のスーパーマーケットを抱えているような市場で果たすのか。11市場の中でそのような役割分担が重要。都内11市場に限らず、周辺の市場とのネットワークも大事。東京の真ん中で加工して、また外に出すのは無駄な話なので、ネットワークを組んで、周辺市場と連携しながら、スーパーマーケットや小売業者の方に有益に使ってもらうことが必要。

【働き方改革について】

- 物流では労働力不足が相当深刻。市場における労働力不足は深刻だ。生産性を上げていくためにも、労働環境を改善し、機械化等を通じて効率化させていく必要がある。

【丸勘山形青果市場の視察（第4回）の結果について】

- 商物分離の取組について、実質的に規制がない中で、産地からの直送は民間地方市場でも全体の10%と少ない。改めて、市場における物流機能の重要性を実感した。
- 山形市場では、卸売会社が生産地に出向いて商品の集荷を行っている。普通は商品価格に納入コストが含まれ、物流コストが上がると利益が食われる。物流コストを削減するインセンティブを提供することは、市場の魅力を高めることにおいて重要だ。
- パッケージセンターにおける端材処分をいずれはメタン発酵で発電に、と言っていた。東京の市場でも、自分で使う電力は自分で賄う、風力、太陽光など自然エネルギーを使って市場を回す、ぐらいのことを将来展望として示すべき。