

## 中央卸売市場流通の概要

東京中央市場青果卸売会社協会

理事(事務局長) 上田 良治

【この講演録は、当日の講演内容に上田講師が一部加筆修正したものです】

今回は、中央市場流通の概要に焦点を置きまして、そもそも中央卸売市場とは何かというを中心にお話しをさせていただきたいと思います

### 1. 中央卸売市場とは何か

#### (1) 生鮮食料品等(青果物、水産物、食肉、花き)と市場流通

生鮮产品及び生産・出荷サイドの特徴ですが、①腐敗が早く、商品価値が時間の経過につれ劣化する。②生産が天候や自然に影響されやすい。③産地や季節により品質、形状、味覚にばらつきが大きい。④生産を担当する農業者、漁業者の担い手は、全国各地に分散しており、その生産規模は小さく経営が小零細といった点が挙げられます。従って、個々の生産者出荷者は一般消費財を生産している製造業者に比べ、販路開拓力や価格交渉力が極めて弱いことなどが指摘されており、その流通過程の中で、卸売市場は生鮮食料品の消費と生産、需要と供給を結ぶ主要経路として制度が作られてきました。

#### (2) 卸売市場の定義と機能 (図1 参照)

中央卸売市場とは、生鮮食料品等(野菜、果実、魚類、肉類、花き等)を国民へ安定的な供給を確保するために開設される卸売市場であって、卸売場、自動車駐車場その他取引及び荷捌きに必要な施設を設け、継続して開場されるものをいいます。(卸売市場法(以下「法」という)第2条第2項)。卸売市場には種類と要件があります。中央卸売市場、地方市場、それ以外の3種類です(図1参照)。

中央卸売市場の機能としては、まず**集荷機能**があります。国内外から大量、多種類の品物が集められます。次に**分荷機能**があります。品物を買やすい量、大きさにして、市場に買い出しに来る多くの小売業者等に販売しています。また**公正な価格の形成機能**があります。取引は原則せりで行われ、買い手のつけた最も高い値段が即時にその品物の価格となるため、その日の需給を反映した適正な価格を迅速に決定することができます。また、

卸売業者と仲卸業者間等で**代金の決済が一定のルールのもとに確実に行われる機能**があります。1ヵ所で大量の品物の取引を行うことで、流通にかかる運賃等の経費を節減することができます。さらに取引に関する情報の提供、入荷量や卸売価格等を即日公表することによって、**産地出荷者や小売商などの買受人が求める情報を提供しております**。加えて、食の安心安全を確保するために、市場内の衛生検査所における監視指導や検査等により、衛生面から販売物品をチェックするほか、卸売市場施設内の衛生管理に努めております。

【図 1】

### 卸売市場の概要

#### 1. 卸売市場の定義

卸売市場とは、野菜、果実、魚類、肉類、花き等の生鮮食料品等の卸売のために開設される市場であって、卸売場、自動車駐車場その他の生鮮食料品等の取引及び荷さばきに必要施設を設けて継続して開場されるものを言います。

#### 2. 卸売市場の種類と要件

	要 件	開設者の認可等
中央卸売市場	都道府県、人口20万人以上の市、又はこれらが加入する一部事務組合若しくは広域連合が、農林水産大臣の認可を受けて開設する卸売市場（法第2条第3項）	(1) 開設者：地方公共団体 （農林水産大臣認可） (2) 卸売業者：株式会社等 （農林水産大臣許可） (3) 仲卸業者：株式会社、個人等 （開設者許可） (4) 関連事業者：株式会社、個人等 （開設者許可） (5) 売買参加者：株式会社、個人等 （開設者承認）
地方卸売市場	中央卸売市場以外の卸売市場であって、卸売場の面積が一定規模（政令規模：青果市場330㎡、水産200㎡（産地市場は330㎡）、食肉150㎡、花き200㎡）以上のものについて、都道府県知事の許可を受けて開設されるもの（法第2条第4項）	(1) 開設者：地方公共団体、株式会社、農協、漁協等 （都道府県知事許可） (2) 卸売業者：開設者の場合と同様 （都道府県知事許可） (3) 仲卸業者：株式会社、個人等 （必要に応じて都道府県知が規定） (4) 売買参加者：（仲卸業者の場合と同様）
その他市場	中央及び地方卸売市場以外の卸売市場	卸売市場法に規定はない。ただし、条例で必要な規制をすることができる。

#### 3. 卸売市場の機能

**集荷(品揃え)、分荷機能**(全国各地から多種多様な商品を集荷するとともに、需要者のニーズに応じて、迅速かつ効率的に、必要な品目、量に分荷)

**価格形成機能**（需要を反映した迅速かつ公正な評価による透明性の高い価格形成）

**代金決済機能**（販売代金の迅速・確実な決済）

**情報受発信機能**（需給に係る情報を収集し、川上・川下にそれぞれ発信する）

### (3)卸売市場法における市場と取引規制

#### (受託拒否の禁止、全量上場、即日販売、せり取引、定率手数料等)

##### \* 需給を反映した適正な価格 \*

市場での取引は、市場の法及び法の委任を受けた地方公共団体の条例により取引上のルールが決められております。従って国や東京都が価格を支えるなどの操作は一切排除されております。時々、青果物においても卸売価格の暴騰暴落がありますが、例えば 1,500円にせよというような、政府や地方公共団体が価格設定に関する統制を命ずることは、現行の法や卸売市場制度の中ではございません。あくまでも需給の状況によって、卸売価格が形成されるというシステムになっています。従って、卸売業者が例えば 卸売価格が1,000円で競売されたものを 800円に変更して残る200円をいわば猫ばばすることは、できない仕組みになっています。それは、卸売市場を開設している東京都が、一連の取引行為に関し、取引行為が適正に行われているかどうか、代金決裁が確実に行われているかを日々チェックする方法で守られております。

##### \* 代金の迅速で確実な決済 \*

そういう中で、先ほど申しましたように、この市場内で売買されたものは産地出荷者に対して原則即日払いであり、延べ払いにつき東京都の承認を得た場合は3日以内に現金で払わなければならないとされております。

一方、購入代金の支払いにおいても次のようなルールが設定されております。もとより、青果、水産、花、肉ではそれぞれ代金の回収関係のシステムが違っていますが、青果のやり方では、東京でいえば都知事の承認を受けた仲卸業者、売買参加者だけがバッジをつけてせり台の上に立ち売買に参加します。その条件とは、①売買に参加する小売商人、仲卸業者はまず広く資力において信用があること、②青果物の卸売業務に一定の知識と経験をもっていることが条件です。この資力信用を有するという条件は要するに代金決裁を確実にを行うための要件であり、銀行の残高証明等により判断する方法もありますが、この青果の中央卸売市場においては**団体保証制度**というものがあります。

仲卸業者であれば、仲卸業者間において中小企業等協同組合法に基づく組合(団体)を作ります。その上で組合員である仲卸業者が競売に参加した時の売買代金の保証は、その本人が仮に払えない場合が生じてもその組合が団体として卸売会社へ代金の支払いを保証するという制度です。

これが産地には即日3日目払い、回収のほうも即日もしくは3日目払いというルールが設定されているために市場の決裁制度というものがしっかりと組み立てられています。これが青果物の流通の特徴です。

しかし、中には青果物を農協や出荷者が市場に出荷されない場合もあります。それは市場で決済される価格よりも、もっと高く仕入れたいという人がいた場合、市場外の取引業者さんに売られてしまうということがあります。ただ、卸売市場に販売委託という形式で青果物を送れば3日以内には現金がぼんと入ってくる訳ですが、市場外の方へ販売した場合には、代金をそもそも払ってくれるのかどうなのか、3ヵ月先の手形になるかとか、代金回収上のリスク負担の発生する場合もあるのです。したがって、市場制度そのものの中には、いろいろな効果的機能もありますが、私は**販売代金に関する迅速かつ確実な決済**が非常に大きな役割を果たしているものと考えております。

#### **\* 受託拒否の禁止・全量上場・即日販売 \***

魚の場合を例にお話しますが、気仙沼とか塩釜に大量のイワシやサンマが水揚げされ、その漁港で値がつかない、売れない、船の油代も出ない程度の価格になる場合があります。そういった場合にどうするかというと、仙台の市場に持っていっても、ごみ同然でガソリン代の支払いにも満たないようなことがあると、出荷者は大量の品物を東京の築地市場へ持って行き、これを売り捌いてくれという形で出荷されてくる場合があります。魚と青果物の取引では、もちろん取引のシステムは違いますが、魚の場合は、例えば先ほど塩釜という地名を取り上げましたけれども、船から漁港に水揚げされた水産物に、そこで一たん値が付きます。これは地方卸売市場で普通行われていることですが、そこで一たん値がついたものを、次にその漁港で仕入れた業者さんが今度は東京の築地市場や、大田市場の水産物市場、あるいは北千住の近くにありますが足立市場へ出荷して来る場合があります。

このように市場制度そのものは卸売業者自身が卸売に関し全量無条件で販売の委託を受けなければならない、受託拒否ができない仕組みになっております。つまり、卸売会社にとって卸売行為を行う上で裁量の幅が1つもないようなシステムに出来上がっています。具体的には、さき程申しましたように卸売会社は、出荷者から何日に〇〇を販売して下さいということでオーダーを受けた場合にはその申出を拒否できないこととされており、頼まれた全量をその日に販売しなければならぬルールとなっております。しかも販売方法はあくまでもせり取引が原則で委託販売手数料は、野菜8.5%、果物7.0%、水産5.5%、肉3.5%、花10%の手数料を卸売会社に払うという形でこの制度が出来上がっているわけです。

## 2. 中央卸売市場の歴史

### (1) 中央卸売市場法の成立(大正2年)とその背景

大正12年(1923年)、このときに今の卸売市場法の前法律になりますが、中央卸売市場法という法律ができました。その当時に、どういう考え方のもとで卸売市場を時の政府の方々が考えたかと申しますと、2通りあります。その1つは、時の内務省が**社会政策、治安維持対策として市場というものを作らなければならないという発想**です。当時、大正7年(1918年)に米騒動とかいろいろな社会不安から生活必需品の売り惜しみがあつたりして世の中が争乱の時期でした。もう1つは、大都市への人口が集中する中でこれまでの自然発生的にできてきた市場ではなく、**産業政策として生鮮食料品の市場というものを生産、消費をにらんだ形で安定供給を図るべきであるとする発想**です。そもそも生鮮産品は小零細な生産者がたくさん全国に分散しています。その人たちがつくったものを膨張する大都市のどこか1カ所に集会させて売ることが必要になりました。こうした背景のもとに社会不安を防ぎ、産業政策的な観点から市場制度というものが大正12年の中央卸売市場法が契機となり今日に続いております。

この制度の運用に当たっては今もなお当時の考え方が続いております。つまり、卸売業者は無条件に販売の委託を受けなければならない。そして代金決済は速やかにしなければならない。これは昔、卸問屋による代金の不払いがあつたり、あるいは100円で売れたものを50円しか払わなかったり、こういうことも間々あつたわけです。従つてこうした状況を放置することは生産者の人だけではなく商取引の信頼性安全性の確保を図るうえで非常に困つた問題であつたわけです。

もう1つ、問屋流通そのものに対しどこで何をやっているかわからないような不透明な部分が多過ぎるので、やれ打ち壊しだ、米騒動だという形で社会不安が増幅されかねない。こうした事態に備え社会の一つの制度として卸売市場が設計された訳であります。

### (2) 卸売市場法の成立(昭和46年)

#### \* 買付集荷販売が出てくる背景 \*

さて、こうした経過の中で、卸売市場法が昭和46年に制定されました。この卸売市場法では、その前の中央卸売市場法の内容が若干変わりました。それは制売市場の利用者側の生産・出荷形態や小売業態・消費形態の変化を踏まえ、従前からの市場制度の原則は維持しながらそれ以外の取引も認めようというものであります。

例えば現在全国に約90社の青果の卸売会社があります。ところが、この卸売業者の中には、年商 1,000億を超える卸売業者がある一方で、同じ中央卸売市場でも 100億にも満たないような卸売業者がいるわけです。そうしますと、産地出荷者の立場からみると、確実な代金回収を願いつつも、できるだけ希望する高い値段で売ってくれる卸売会社へ出荷することになります。従って、大都市の例えば大田市場、築地市場、北足立市場、葛西市場—東京の例です—こういったところにどんどん出荷される。ところが、地方都市の県庁所在地—私の生まれ故郷の秋田県の場合などは、生産県でありながら卸売市場に自力で県内産品を集荷できなくて、仙台、あるいは東京から品物を集荷しないと秋田の卸売市場ではそれを卸売場に並べることができないような、問題が出るわけです。このために、卸売会社は委託販売ということから集荷のために**買い付け、買い取り**という形のものがどんどん出てきました。

【図 2】「中央卸売市場における委託集荷の割合(金額)ベース」ということで、平成5年度から20年度までの数字が掲載されています。平成20年、内訳として青果物で67.4%、野菜、70.7%、果実、60.6%、水産、27.0%。大正12年の中央卸売市場法でせりを原則としてスタートしたはずの中央取引が今日の実態は委託販売しているものは青果で67.4%、水産で27%という状況になっています。こういう卸売市場流通の変化を踏まえ、取り引きのやり方が昭和46年の新しい卸売市場法において認められたわけでございます。

### **(3)卸売市場法の改正(平成16年)**

#### **\* 買付集荷・第三者販売の自由化 \***

それから、さらに平成16年に法改正がございまして、私が先ほど言いましたように、地方都市の小さな中央卸売市場では独自に集荷することが難しい状況となりました。合わせて卸売会社が直接産地から買付を行うことに加え他の中央卸売から買付し卸売り場に並べることや、仲卸業者が独自に仕入れ店舗に並べることが改正法で許されるようになりました。

それから、卸売会社とその市場で売れ残りが生じた場合に、売り先を今までは仲卸、小売だけに限定されていたものが、こうした買受人以外の第三者販売と称して市場取引上資格を持たない人に売っても良いというようなことも平成16年の法改正で認められました。つまり、取引形態の流れというのは、時代の社会経済環境の変化とともにどんどん変わってきています。しかし、基本は卸売市場においては卸売業者の取引に関する裁量の幅や価格の形成や代金の支払に関する裁量の幅は縛られており運用されております。

【図 2】中央卸売市場における委託集荷の割合(金額ベース)

(2) 委託集荷の割合(金額ベース)

(単位:%)

年度	青果		水産				食肉	花き	
	野菜	果実		鮮魚	冷凍	塩干加工			
5	78.9	84.3	69.9	39.1	64.3	14.5	24.9	90.5	98.0
6	78.5	83.0	72.3	38.4	63.5	13.6	24.4	91.0	97.8
7	77.8	82.6	71.0	38.3	62.5	14.0	24.1	91.0	97.7
8	77.2	82.1	70.6	37.3	61.0	13.7	23.6	90.8	97.5
9	77.1	81.8	69.4	36.9	60.0	14.3	23.0	90.1	97.3
10	76.1	79.9	70.1	36.0	58.8	13.7	22.2	91.0	97.0
11	74.8	79.4	67.9	35.2	56.8	14.2	21.2	91.6	97.0
12	75.0	79.0	69.0	34.1	55.2	13.5	20.2	91.6	97.4
13	73.9	78.5	67.2	33.2	54.0	13.1	19.4	91.5	97.3
14	73.5	77.4	67.1	32.3	53.1	12.8	18.8	93.1	97.0
15	72.3	76.6	65.0	32.1	52.0	12.9	18.1	93.7	96.4
16	71.2	75.3	64.4	30.9	50.9	12.2	17.0	94.0	96.0
17	70.1	74.1	63.4	29.9	48.9	11.3	16.4	94.4	95.5
18	69.6	73.3	63.4	28.8	47.0	10.7	15.6	94.3	95.0
19	68.7	72.7	61.6	27.7	45.2	10.4	14.8	94.2	94.9
20	67.4	70.7	60.6	27.0	44.1	10.0	14.2	93.5	94.4

資料:農林水産省総合食料局流通課調べ

## 《 質疑応答 》

### 【質問 1】

せりの時に、試食はできるのでしょうか？

### 【上田講師】

競売の前に試食できるかどうか。せりの前に下見というのを購買者である買受人がやります。下見はどこでやるかというと、セリ台のところにはサンプルだけしかありません。物品そのものはあちこちにあるわけです。出荷者毎にある特定の出荷者の販売品が置かれているところで試食ができるようにしてございます。品物によっては大きさや品質などによっていろいろ等級や格付がされており、また産地によって出荷者毎に異なる場合もあります。そのようなことで、試食は出荷者もちで、大体100ケースから200ケースとか送られてきた場合そのうち1部が試食ということで提供されております。朝、できるだけ早目に、競売が始まる前に来ていただくと試食が出来るかもしれません。

## 【質問 2】

市場見学で、このようにたくさん集めて、そしてまたばらまくという、無駄をなくすためにというお話がございました。将来どういう方向でそういうことが可能なのでしょうかということが1つと、これは小さいことかもしれませんが、最近、通販が大変増えておりますが、通販の影響みたいなことが多少でもあるのかどうかということについて伺いしたいと思います。

## 【上田講師】

最初のご質問でございますけれども、物の流れというのは、皆さんもごらんになってお気づきかと思うのですが、**集荷、分化という機能**は、だれがどのように担うかは別にして、流通の中では必ず必要な機能です。その場合に、①生産地の所で分荷した後に消費者の所に持って行くというやり方や、②大都市、大消費地のある特定の所に集め、そこで分荷するというやり方もあると思うのです。どちらがトータル的に合理的なのか、そして又、商品の値段を一体誰がどうやって決めるのかという点もあるわけです。

価格はどこで決めるのかということですが、**指標価格**というのがあります。

**食肉**の例でお話いたしますと、**東京の食肉市場**(一般に**芝浦**とも呼ばれております)は全国の流通量の約10%程度のシェアしかもっていませんが、ここで取り引きされる価格をもって全国の**指標価格(枝肉の卸売価格)**としています。また**青果物**の場合は**大田市場の卸売価格が指標**となります。**水産物**の場合は**築地市場の卸売価格が指標価格**となります。建値という言葉を使う場合もありますが、どこかで指標となる参考価格がないと、生産、集荷、分荷、販売ということがうまく成り立たないように思います。

中央卸売市場での集荷、分荷をしないで通販的な形でできるかどうかについてであります。アメリカのように通販がどんどん発達しており日本の卸売市場システムがない国もあります。ところが、日本の場合に通販がさらに伸びるかどうか、私はよく承知しませんが、日本の商慣行として現物をみないと商品がどんなものかわからないという考えが主流の下で、すべてを通販に委ねるとするのはなかなかという方もおいでになるかと思えます。通販の形態が市場流通の足りない分野を補完するものであることは確かであろうと思いますが、今後、市場流通にどこまで影響するかは計りがたいものがあります。

## 【質問 3】

今の点に関して質問なのですが、きょうの見学で市場の役割、機能というのが非常によくわかったのですが、その一方で、私たち教育の現場ではフードスペシャリストを



養成する上で、食育とか、最近特に地産地消ということが問題になっておりますが、結局、価格をどういうことでどのように決めるかということ。もう一方では、それを利用する側の立場としては、できるだけ土地でできたものを土地で消費しましょうという流れになっておりますが、その辺のところを一体どう考えたらいいか、あるいは教育ではどうすればいいのか、フードスペシャリストの教育の中でどのように位置づければいいのかというあたりのお考えをちょっとお聞かせ願います。

**【上田講師】**

大変難しいご質問でございます。私自身もその点について明快な回答を用意できておりません。しかし、私のきょうの立ち位置というのでしょうか、立場というのは、「卸売市場とは何か」卸売市場で今行われていることを皆様方に一定の情報をご提供する中で、まさにフードスペシャリストの方を養成するに当たって、市場そのものを暗黒大陸だとかそういう言葉でばっさり切り捨てないようにしていただきたいと思っているわけです。

ちょっと脱線するかもしれませんが、ここのビルの8階、7階、4階には全国の出荷者の団体でありますJA、日園連の県本部のスタッフが常駐しています。彼らは競売の価格がどうなっていくのか、需給関係を踏まえ今後どうなるのか、常に卸売会社の社員と連携をとっております。そういった中で、この中央卸売市場は首都圏、3,000万人、4,000万人といわれる大消費地に野菜や果物を円滑に安定的に供給するシステムを担っております。しかし、もう1つは、先生が今お尋ねになりましたような、地産地消というような地域の生産物を地域の皆さんで召し上がるための役割を果たしていると考えます。食卓で共食するということが我々が個々に帰属する集団において良好なコミュニケーションを図るためにも極めて重要なことであろうかと思えます。

私どもの卸売会社の中でも東京都内に10社、関東地区に10社の会員がございますが、その中には地域の生産者の方から委託を受けて、地元で生産された物を販売している会社もがございます。こうした卸売会社は規模は小さいのでありますが小さいなりに堅実な仕事を展開しております。一方、残る会社は、全国から品物を集荷し事実上首都圏の各家庭の台所をまかなうために事業を行っております。

今後は、全国から品物を集めなければと躍起となっている卸売会社（約90社）にあっては、例えば首都圏においてはでも青果物でいえば大田市場、築地市場を中核として、そこから地方都市へ物が分荷搬送されることが予想されます。その場合に、物を全部ここ東

京に出荷されずに、例えば山形で生産されたサクランボが東京経由でなく、山形から直接  
購買者（消費者）の所とか、北海道の札幌市場に行くだとか、そういう流通が可能かどう  
かが課題となります。しかしそこで問題となりますことは、現物を目で見ないとなかなか  
品質・価格的な面で評価できないという卸売市場業者の仲卸業者の目きき、評価機能とい  
うものを外すとリスクを負うこととなります。ですから、卸売市場システムの中には中間  
業者がいて、お互いにリスクを分散しつつ事業が展開されているという面もあります。

#### 【質問】

データの委託集荷の割合の100%に満たない部分、すなわち100から67.4とか27を引いた  
残りというのは、輸入と直接取引されるものなのですか。

#### 【上田講師】

委託集荷の割合というのは、この資料が専門家を対象としたデータになっているために  
わかりにくいかもしれませんが、集荷は委託か買い取りのどちらかになります。従って、  
100から委託の数を除いたのが買い取りになります。このように理解していただきたいと  
思います。

先生が今お尋ねの輸入品に関しては買い取りの場合が多くなっております。国内に出回  
っているもので卸売市場を経由しているものというのがこの数表の中にございます（図3  
参照）。

卸売市場経由率の推移ということで、平成元年から19年まで、表頭のところに、青果、  
水産、食肉とございます。青果でいうと、19年、61.7%、そのうち73.2%が野菜、果実が  
43.6%、これが市場経由率となっているのですが、この中には缶詰とか加工されているジ  
ュースの他に輸入されている餃子の中のネギなども含まれており、全部入れて市場経由率  
という数値が構成されております。

しかし、一番下のところに、参考として国産青果物の卸売市場経由率の推移ということ  
で、青果物の場合には14年から19年まで、19年は87%。つまり、国内において生産された  
青果物の大部分は卸売市場を通過しているこの事態を合わせてご理解いただきたいと思いま  
す。

【図 3】

## (3) 卸売市場経由率の推移

(単位:%)

区分 年度	青果			水産物	食肉	食肉		花き
	野菜	果実	牛肉			豚肉		
元	82.7	85.3	78.0	74.6	23.5	43.4	13.5	83.0
2	81.6	84.7	76.1	72.1	22.6	38.2	14.0	82.3
3	80.3	82.5	76.2	76.7	19.6	34.1	12.3	86.6
4	79.4	85.1	69.9	75.6	17.9	28.8	11.7	83.1
5	79.8	84.5	72.0	70.2	16.3	22.7	12.1	85.8
6	74.5	82.4	62.8	70.2	16.0	22.5	11.5	85.1
7	74.0	80.5	63.4	67.6	15.5	21.5	11.1	81.9
8	74.6	82.3	61.7	69.4	14.9	21.5	10.6	84.1
9	74.6	82.8	61.6	71.0	15.1	20.4	11.2	85.5
10	74.3	81.8	61.7	71.6	15.5	20.3	12.1	85.6
11	70.9	79.4	57.2	68.6	16.7	22.5	12.8	83.7
12	70.4	78.4	57.6	66.2	17.1	23.3	12.6	79.1
13	68.9	78.7	54.1	62.5	14.3	18.5	11.8	79.6
14	69.6	79.1	55.0	61.2	13.4	17.7	11.0	79.7
15	69.2	78.9	53.7	63.2	12.2	15.8	10.3	80.9
16	66.1	77.3	49.0	62.9	11.6	17.3	9.0	82.6
17	64.5	75.2	48.3	61.3	10.3	16.4	7.5	82.8
18	64.6	75.8	46.6	62.5	10.1	15.5	7.3	85.4
19	61.7	73.2	43.6	60.0	10.1	15.7	7.4	83.0

資料:農林水産省「食料需給表」、「青果物卸売市場調査報告」等により推計

(注) 卸売市場経由率は、国内で流通した加工品を含む国産及び輸入青果物、水産物、食肉、花きのうち、卸売市場(水産物についてはいわゆる産地市場の取扱量を除く)を経由したものの数量割合(花きについては金額割合)の推計値。

なお、参考までに、国内で流通した国産青果物のうち卸売市場を経由したものの数量割合についても同様に推計した。

## (参考) 国産青果物の卸売市場経由率の推移

年度	14	15	16	17	18	19
青果	93%	93%	93%	91%	92%	87%

資料:農林水産省「食料需給表」、「青果物卸売市場調査報告」等により推計

※ 参考・・・平成21年度卸売市場データ集 ～農林水産省総合食料局流通課～

農林水産省HPより

<http://www.maff.go.jp/j/soushoku/sijyo/info/index.html>

### 講師プロフィール

上田 良治〔うえだ りょうじ〕

昭和21年7月生 秋田県出身

#### 【職歴】

昭和46年 東京都庁入庁(平成17年7月退職)

平成17年7月 現職に就任

#### 【東京都庁における中央卸売市場行政経験】

食肉市場業務課長(取引指導監督 他)

食肉事業推進課長(市場・と場施設設備の建替)

北足立市場長(青果物、花き)

築地市場長(水産物、青果物、豊洲移転)

中央卸売市場市場政策部長(管理運営全般の企画立案)

#### 【現協会の主要事業】

東京及び関東地区の青果卸売会社を会員とし、我が国の中央卸売市場における青果物取引実績等の情報収集、提供等。