

第79号

平成30年3月

# 生鮮EDI

- 実在した福の神
- 生鮮食料品流通の行方（第3回）  
「生鮮食料品業界の人材確保と育成」
- 「新制度卸売市場のしくみと展望」
- 平成29年度 第2回先進事例見学会の概要  
「神戸市中央卸売市場東部市場」、他



生鮮取引電子化推進協議会

## 「生鮮EDI」第79号 目次

- |  | ページ |
|--|-----|
| ● 実在した福の神.....                                   | 1   |
| 生鮮取引電子化推進協議会 事務局長 織田 哲雄                          |     |
| ● 【連載】生鮮食料品流通の行方（第3回）<br>「生鮮食料品業界の人材確保と育成」.....  | 12  |
| (株)農経新聞社 代表取締役社長 宮澤 信一 氏                         |     |
| ● 【特別寄稿】「新制度卸売市場のしくみと展望」.....                    | 20  |
| 卸売市場政策研究所 代表 細川 允史 氏                             |     |
| ● 平成29年度 第2回先進事例見学会の概要<br>「神戸市中央卸売市場東部市場」、他..... | 33  |
| ● 巻末コラム.....                                     | 37  |
| 生鮮取引電子化推進協議会 事務局 田中 成児                           |     |
| ● インフォメーション.....                                 | 40  |
| ● 編集後記   |     |

---

---

# 実在した福の神

生鮮取引電子化推進協議会  
事務局長 織田 哲雄

## 1 はじめに

平成30年も早や3月。少々「今頃？」感のある話であるが、今年も、正月には各地の神社が初詣の人で混雑する様子がテレビ等で報道されていた。皆さんも初詣に出かけ、今年一年の御利益を祈願されたことと思う。初詣で祈願する御利益には、家内安全、無病息災など様々あるが、食品流通業を始めとする各業界の関係者の方達や商売をされている方達は「商売繁盛」をとりわけ心を込めて祈願されたのではないかと思う。

商売繁盛を祈願する神様といえば、伏見稲荷大社などの稲荷神社（稲荷神は豊川稲荷などの寺院でも祀られている）、えびす神社（恵比須、恵比寿、戎など表記は様々）が有名であるが、その祭神は神話に登場する神であり、実在した人物が神として祀られているわけではない。もちろん、菅原道真が太宰府天満宮をはじめ全国の天神社に祀られ、徳川家康が東照大権現として日光東照宮に祀られているように、実在した人物が祭神として祀られている例もある。しかし、菅原道真は学問の神様であり、徳川家康は徳川幕府の安泰を守るために神格化されたものであるから、その御利益として商売繁盛を前面には出してはいない。

また、神社の祭神とは別に、大阪の通天閣に設置されている「ビリケンさん」を始めとして、全国各地で様々な「福の神」が信じられていることもご存じのとおりである。これら福の神は、民間信仰の世界における神ということになるだろうが、そうした福の神の1つに仙台市や宮城県を中心とした地域において福の神として信仰を集めている「仙臺四郎（せんだい・しろう）」がいる。しかも、この仙臺四郎、意図的に創造された「ビリケンさん」などとは違って、実在した人物である。と言って、取り立てて大きな仕事をしたわけでもない。しかし、福の神として信仰を集めている。しかも、その肖像画が商売繁盛や家運上昇に御利益があるとして飛ぶように売れ、その人形までも作られているというから、不思議と言えば不思議な話である。

## 2 三崎港の仙臺四郎

(1) 仙臺四郎は、上述のとおり、仙台市や宮城県を中心とした地域で信仰されている福の神である。しかし、昨年秋、私は、意外な場所で、仙臺四郎信仰のほどを知ることとなった。その場所は、神奈川県は三浦半島の三崎港である。その日、私は、三浦半島の先にある城ヶ島を仕事関係者とともにグループで訪ねることとなっていた。ご存知のとおり、城ヶ島と三崎港周辺は、最近「三崎マグロ」で大層有名となっており、旅行会社や鉄道会社なども、観光旅行プランの1つとして、その宣伝に力を入れている。そのためか、その日は平日である

---

---

にもかかわらず、大勢の中高年や女性グループの観光客が三崎港を訪れており、初めて三崎港を訪れた私は、「こんなに人気のある観光地なのか！」とその賑やかさと混雑ぶりに驚かされた。

城ヶ島に向かう前に、グループメンバーの2人と一緒に昼食を食べることとなった。しかし、三崎港周辺の食堂にはマグロ目当ての人達が昼前から押しかけており、一步出遅れた私達3人は、メンバーの1人が事前に観光ガイドブックを参考に目星をつけていた食堂が数店あったものの、いずれ店前にも観光客が長蛇の列をなしており、その人気ぶりに圧倒されてしまった。次のスケジュールとの関係から時間的にあまり余裕がなかったこともあって、私達は、仕方なくやや離れた場所で偶々目についた食堂に入ることにした。食堂では、私達の他に客はおらず、店主のオヤジさんが手持ち無沙汰気味にテレビを見ていたが、私達が席に着き、メニューの中から最も短時間で用意できそうな食事を注文すると、予想どおりの早さで注文の品を出してくれた。観光ガイドブックで紹介されていないのか、観光客にはあまり知られていない食堂のようであったが、さすがは「三崎マグロ」を謳い文句とする土地である。オヤジさんが作ってくれたマグロ料理の味は十分に満足できるものであった。三崎港には、私達が入った食堂と同じように、観光客にはあまり知られてはいないものの、味は極めて良いという食堂も多いのであろう。

(2) 偶々入った食堂であったが、食事を待ちながら何気なく店内を眺めていた私は、テーブルカウンターの脇に仙臺四郎の写真が飾られていることに気がついた。仙臺四郎は福の神であり、商売繁盛の神であるから、客商売の食堂に仙臺四郎の写真が飾られていることは何ら不思議ではないとも言えるが、三崎港は仙台市からは遠く離れた地である。その三崎港の食堂に仙臺四郎の写真が飾られていることには、意外感も含めてやはり感慨深いものがあつた。

しかし、それ以上に驚いたのは、私が思わず「おっ、仙臺四郎だ！」と声を上げ、オヤジさんが「そうですよ」と返事をしたところ、一緒にいた2人が「仙臺四郎って、何ですか？」と尋ねてきたことだった。2人は、仙臺四郎という名前を聞いたことがないと言うのである。仙臺四郎の写真が飾られているのは、仙臺四郎信仰の発祥地の地である仙台市や宮城県を中心とした地域であるとしても、その名前と信仰の存在は全国区だと思っていたのだが、どうやら私の勝手な思い込みだったようである。もっとも、その2人は、宮城県出身者でないだけでなく、私よりかなり年下でもあつたから、仙臺四郎を知らないことには年齢的な面もあつたかもしれない。

三崎港で食堂を営むオヤジさんが、千客万来と商売繁盛を願って仙臺四郎の写真を飾っていることは間違いのないであろう。オヤジさんは宮城県出身者なのであろうか？それとも、何かの縁で仙臺四郎を知ったのだろうか？そうだとすれば、どのようなことから仙臺四郎を知り、その写真を飾ろうと思ったのだろうか？疑問は次々と湧いてくるが、その時は、大急ぎで食事を済ませようと少々焦りつつ仙臺四郎を知らないと言う2人に仙臺四郎信仰のことを説明することに精一杯で、オヤジさんに尋ねることをしなかった。今になっても気になると

---

---

ころであるが、「後悔先に立たず」である。

### 3 実在した四郎

仙臺四郎は先刻承知という方も多いと思うが、三崎港での2人のように、仙臺四郎という名を初めて耳にするという人もおられるかもしれない。そこで、仙臺四郎について簡単に紹介させていただこうと思う。

「生前、四郎が立ち寄る家や人々には福をもたらし、『四郎さん、四郎さん』といくら招いても見向きもされない家には福が来なかった」という話は、仙台市民・宮城県民なら誰もが知っていると言われている逸話である。その仙臺四郎は、明治時代に仙台市に実在した人物であるが、謎に包まれた人物でもある。本名は「羽賀四郎」と言われているが、親族によれば「羽賀豊孝」だという。生年月日もハッキリしないが、江戸時代末期の1855年頃に仙台藩の城下町である仙台に鉄砲鍛冶職人の四男として生まれたとされている。火の見櫓の傍に生家があったため、「櫓下四郎」とも呼ばれた。知的障害があったが、彼の知的障害については2つの説がある。生まれつきだという説と、7歳の時に花火見物中に誤って広瀬川に転落し、溺れて意識不明となり、それが元で知的障害となったという説である。また、会話能力も低く、「バアヤン（ばあや）」などしか話せなかったと言われているが、会話もできたという説もある。

散歩が趣味であったと言われる四郎は、気ままに市中を歩き回るようになり、店先に箒が立てかけてあれば勝手に店の前を掃いたり、店先に柄杓を入れたままの水桶があれば、これまた勝手に水を撒くといった行動をとったようである。行く先々で食べ物や金品を貰ったりしていたが、人に危害を及ぼすことはなく、いつも機嫌良く笑っていたため、概ね誰からも好かれたという。知的障害があり、会話能力も低かったため、「四郎馬鹿（シロバカ）」などと愛着を持って(?)呼ばれることもあったようだが、不思議と彼が立ち寄る店は繁盛し、人が集まるようになったため、「福の神だ」などと呼ばれて、どこでも無料で四郎をもてなされたとされている。(ただし、実際には四郎の家族・家人が後で支払いに回っていたこともあったとも言われており、そうだとすれば、店にしてみれば、どんなに高価な飲食でも、後で代金を支払ってもらえる上客であるという側面もあったかもしれない)。また、四郎は体格も良く、丈夫であったことから、「四郎に抱きかかえらえた赤ん坊は健康に育つ」とも言われ、我が子を四郎に抱いてもらおうと、どこにいても四郎は大歓迎され、町の人々に愛されていた。四郎は子供好きで、子供達と仲良く遊ぶ光景が繰り広げられていたと言われている。

こうして、明治期に「四郎が選んで訪れる店は繁盛する」との噂が広まり、やがては地元のマスコミを巻き込んで流布することとなった。四郎が福の神と噂されるようになると、わざと店の前に箒を立てかけたり水桶を置いたりする店が増え、また、売上増を企む店等が四郎の気を引こうとした。しかし、四郎は素直な性質であったものの、そのような店には誘われても決して行こうとはしなかったと言われている。四郎は直感的に自分を本当に大事にしてくれる店と下心のある店とを見分ける能力があったのであろう。そして、やはり無料で鉄道を利用し、宮城県内の白石や福島県の福島、白河、更には山形県の山形まで足を伸ばしていたらしいから、

---

---

散歩好きというより、放浪癖のようなところもあったのであろう。

仙台で有名になった四郎であるが、その最期も謎に包まれている。1902年（明治35年）頃に福島県の須賀川において47歳で亡くなったとされているが、徘徊中にそのまま姿を消したという説もある。彼の本当の最期を知る者はおらず、実際のところはよく分からない。韓国の釜山を漫遊中との新聞記事が掲載されたこともあったと言われているが、これも事実がどうかは疑わしい。昭和期になっても目撃談があったというから、開運や招福を求める人々の心が、そのような話を作り出したのであろう。そして仙臺四郎を福の神とする信仰は、仙台市内にある三瀧山不動院や朝日神社などにその像が祀られるまでに至っている。

#### 4 櫓下四郎から仙臺四郎へ

(1) それでは、「櫓下四郎」、「四郎馬鹿」と言われていた四郎は、どのようにして「仙臺四郎」と呼ばれ、福の神と言われるようになったのであろうか。早くも明治時代に、千葉一（ちば・はじめ）という者が撮影した30歳頃の四郎の写真が焼き増しされて販売されていたらしいが、「仙臺四郎」と呼ばれるようになったのは、明治から大正に変わる頃、仙台市内の千葉写真館（千葉一かその息子が経営していた写真館であろう）が「明治福の神（仙臺四郎君）」と銘打って、その写真を絵葉書として印刷し売り出したことから、そのように呼ばれるようになったと言われている。現在残っている写真はこの1種類だけであるが、坊主頭の四郎は縞模様の和服（ドテラ？）に懐手をして笑っている姿をしており、言い伝えどおり膝を丸出しにしている。四郎の人と為りをよく捉えている写真である（図1）。

この写真をオリジナルとして、肖像画家による作品が2つ、鉛筆画が4つあり、さらにそれぞれの複製の段階で細部に違いも生じたため、現在では、いろいろな版の肖像画が存在している。また、仙臺四郎グッズ（肖像画、人形、置物など）もそれら肖像画を基として作られているため、実に多くのバリエーションに富んだものとなっている。

なお、様々なグッズの基となった四郎のオリジナル写真であるが、そのネガは残っているのか気になるところである。写真を撮影し、絵葉書として売り出したのは千葉写真館であるが、同写真館は1919年（大正8年）に起きた大火で被害を受け、焼失してしまっている。しかし、四郎を撮影したネガは偶々別の場所に保管されていたため焼失を免れ、その後の転々譲渡の経緯は不詳であるが、最終的には「こま屋」という日本料理屋（現在は、料理屋から撤退）がネガを譲り受け、所有しているそうである。なお、仙臺四郎グッズの1つである仙臺四郎の置物は、こま屋が意匠権を取得し、初めて世に出したものである（図2）。

(2) 福の神となった仙臺四郎であるが、その人気には盛衰というか、何回か流行のブームがあったようである。

生前の明治期に「生きる福の神」として地元でブームとなっており、また、没後の大正期に千葉写真館が「四郎の写真を飾れば商売繁盛の御利益がある」と謳って写真販売を始めたことは前述のとおりである。したがって、商売繁盛の御利益は、四郎の存命中においては四



(図1) 30歳頃の仙臺四郎を写したとされる写真



(図2) 仙臺四郎の置物

郎の意志に依拠していたが（四郎は気に入らない店には決して立ち寄りなかった）、その没後になって写真によって偶像化された以降は、グッズ（写真）を購入すれば御利益があるというように置き換えられ、四郎の意志とは全く関係ない御利益となったことになる。

そして、その後、我が国では1920年（大正9年）から始まった第一次世界対戦後の恐慌をはじめ、不景気が繰り返し発生したが、仙台市ではその都度に四郎ブームが生じ、その信仰の度合いは、商売繁盛の神である稲荷様やえびす様を凌駕していたと言われている。

最近で言えば、バブル景気の頃、地元で流行している。この時期の仙台市は、NHK大河ドラマ「独眼竜政宗」（1987年）の放映で大勢の観光客が押し寄せていたが、それら観光客向けに仙臺四郎の大小の人形と写真が売り出され、仙台市の代表的な名物みやげの1つになった。日本中がバブル景気に沸いていた時期であり、それまでのような不景気な時期におけるブームとは性格が異なってきたことが分かる。そして、観光客を通して情報が広まったためと思われるが、この頃からは、全国的にも仙臺四郎の名が知れ渡ってきたと言われており、仙台市内の土産物屋には様々な仙臺四郎グッズが並べられるようになった（もっとも、三崎港の2人の発言をみると、全国区としての認知度はまだまだなのかもしれない）。

なお、仙台では、江戸時代から商売繁盛を願う縁起物として「松川だるま（仙台だるま）」があり、「七転び八起き」に因んで8体を並べて飾るという風習があるそうである。しかし、その松川だるまも仙臺四郎のパワーには勝てなかったようである。写真や人形などのグッズを展開した仙臺四郎ブームが発生すると、仙台における商売繁盛の縁起物の地位が、神棚に並べ場所を取る松川だるまから、店内での置き場所の自由度が高く場所を取らない仙臺四郎に取って代わられてしまったと言われている。

そして、仙臺四郎の威光（？）は海外にまで及び、ネパールのカトマンズには、仙臺四郎の写真を飾っている洋服屋があるとか。洋服屋の店主や家族が仙台を訪れる機会があり、そ

の際に土産物として仙臺四郎グッズを持ち帰ったのであろう。そして、訪日観光客が急増している現在である。もしかしたら、カトマンズ以外の外国の町でも、仙臺四郎の御利益話を面白く感じ、写真を店や自宅に飾っている人達がいるかもしれない。

(3) なお、仙臺四郎は民間信仰の世界で福の神として崇められる一方、現在では神であるのかどうかも不明なキャラクター化も相当進んでいるようである。福の神としてのグッズ展開がある一方で、仙台市内の商店街では四郎をサンタクロース姿にして飾ったり（図3）、初売りや一般企業の広告では四郎をキャラクターとして使用してもいる（図4）。さらには、四郎の風貌やエピソードを用いて芝居をする役者やコントのネタとしてのお笑い芸人なども現れているとか。今や仙臺四郎は、福の神として商売繁盛の御利益を期待されているだけでなく、新たな商売やビジネスを作り出し、さらには地域おこしの役割まで担うようになってきているのである。四郎の意思とは関係なく進んだ仙臺四郎信仰とブーム、そしてキャラクター化。本人も現在の様子を知ったら、さぞかしビックリすることであろう。そして、仙臺四郎は、本人の意思とは関係なくこれからも新たな展開を見せ続けていくのであろう。



(図3) サンタの格好をした仙臺四郎



(図4) 仙台初売りを知らせる幟

(4) ところで、四郎が詠んだとされる「あきない」という商いの心得が残されている（図5）（読み方は、段ごとに左→右の順）。

商売はあきないという  
それはおもしろくて  
しかたがないから  
あきないなのだ

いつもおもしろいから  
笑顔がたえないから  
「笑売」となる



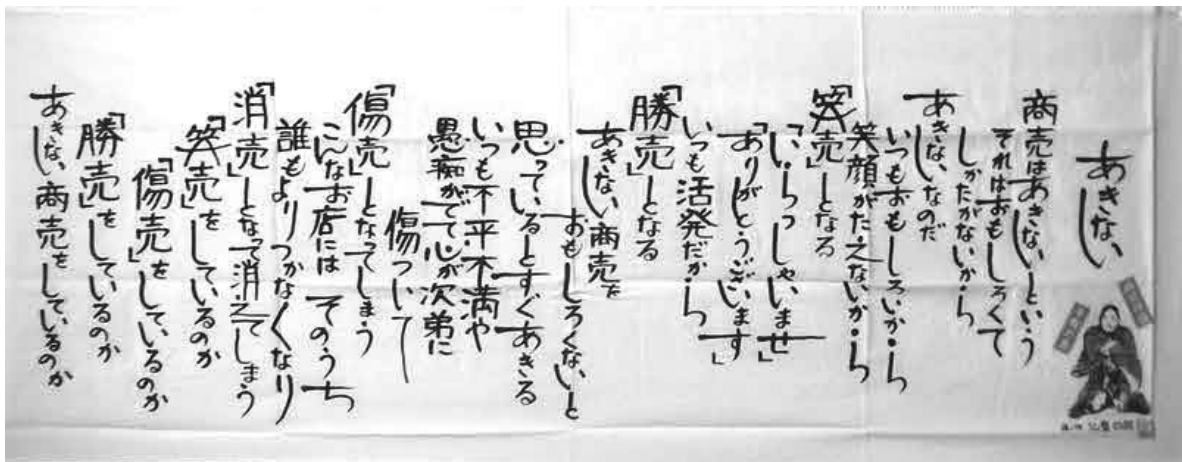
「いらっしやいませ」  
「ありがとうございます」  
いつも活発だから  
「勝売」となるノ

あきない商売を  
おもしろくないと  
思っているとすぐあきる

いつも不平不満や  
愚痴がでて心が次第に  
傷ついて  
「傷売」となってしまうノ

こんなお店には そのうち  
誰もよりつかなくなり  
「消売」となって消えてしまう

「笑売」をしているのか  
「傷売」をしているのか  
「勝売」をしているのか  
あきない商売をしているのか



(図5)「あきない」が印刷された仙台四郎グッズ(手拭い)

この言葉は、仙臺四郎グッズの1つとして、手拭い等に印刷され、販売されてもいる。しかし、誤解を恐れずに言えば、知的障害のある者が詠めるような代物ではないように思われるが、いかがであろうか。知的障害があっても詩文など特定の分野に特異的な才能を発揮することはあり得ることではあるものの、私などは、仙臺四郎の伝説が出来上がった後になって、伝説にこと寄せて創作されたものではないかと想像してしまう。もちろん、実際のところは分からない。

また、会話能力も低かったとされている四郎であるにもかかわらず、次のようなエピソードも残されている。ある日、商売がうまくいかず、死ぬことさえ覚悟した人の家の前にふら

---

---

っと現れた四郎は、その主人に「そんな怖い顔しないで、俺みたいに笑ってけさいん（仙台弁で『笑ってください』）」と言い放った。四郎にそう言われて、ふと鏡で自分の顔を覗いてみると、そこには鬼のような形相の男がおり、これでは他人相手の商売はできるはずがないということに気づいたというのである。玄関に戻ると、そこには四郎はいなくなっていた。しかし、そこには自分を支えるために頑張ってくれている妻と子供（長男）が立っていた。このとき初めて、主人は、なぜ自分の商売がうまくいかないのか、その原因が理解できたような気がした。すると商売もうまくいくようになり、見る間に元のような元気を取り戻した。そればかりでない。なぜかは分からないが、幸運がその家めがけて押し寄せてきた。今でもその家の家宝は、小さな額に入った四郎の写真であるという。そのようなこともあり、その限界では何時しか四郎という人は福の神ではないかという噂が立つほどの評判を呼んだという。

このエピソードでも四郎が言い放ったという言葉は、会話能力が低かったという者が発する言葉とは信じ難くはないだろうか。もちろん、「四郎は会話ができた」という説に立てば、あり得るエピソードではあるが、私には、ここでも、仙臺四郎の伝説が出来上がった後になって、伝説にこと寄せてエピソードが創作されたように感じられる。

このように、四郎に関しては謎が多い。実際の四郎がどのような人物であったのか、あるいは言い伝えられているエピソードや逸話が真実なのか分からなくなってしまったのは、先にも触れた1919年（大正8年）の大火によって、当時の四郎に関する資料がほとんど焼失してしまったからである。

しかし、四郎についての逸話やエピソードが後からの創作であるとしても、福の神としての仙臺四郎に庶民が込めた気持ちがそうした逸話やエピソードを生んできたのであろう。仙臺四郎は、福の神として、人々の期待に精一杯応えているかのようである。

## 5 布袋と七福神

(1) ところで、人々が素朴に信仰している福の神には、他にも実在した人物がいる。それも誰もがよく知っている七福神の中に。ご存知の方もおられると思うが、それは布袋である。七福神を民間信仰と言って良いのか分からないが、私は、七福神は全て想像の神とばかり思っていて、最近まで布袋が実在した人物であることを知らなかった。無知の程がお恥ずかしい限りであるが、私と同様、布袋が実在した人物であることを知らない方もいるかもしれない。そこで、既にご存知の方にとっては退屈であろうとは思いますが、仙臺四郎に続いて、布袋についても簡単に紹介させていただきたいと思う。

大きな袋を背負った太鼓腹の僧侶の姿をした姿で描かれている布袋であるが、本名は釈契此（しゃく・かいし）という僧侶だそうである。唐代末期に明州奉化県（現在の浙江省寧波市）に生まれ、常に大きな袋を背負っていたことから、「布袋」という俗称がつけられた。僧侶であっても、寺に住むでもなく、所帯道具一式が入った大きな袋を持って各地を泊まり歩いたそうである。それだけでもかなり変わった僧侶だと思うが、さらには酒や肉、魚など

---

---

の生臭いものも食べ、施しを受けては袋の中にしまっていたと伝えられている。破戒僧のようにも思われるが、大きな袋と大きく突き出たお腹に風情があり、姿そのものが信仰の対象となった。

また、雪の中で横になっても、布袋の身体の上だけには雪が積もっていなかったとか、人の吉凶や天候を予知したなどという類いの逸話も伝えられているが、その最期についても不思議な逸話が伝えられている。9世紀末に奉川県で没したが（917年という説もある）、埋葬されたにもかかわらず、後日、他州でその姿が見かけられているというのである。死去した後になっても生存説が語られるあたり、仙臺四郎と共通するところがあり、信仰の対象に寄せる気持ちには、日本も中国も違いはないのであろう。

なお、布袋を禅僧とみる説もあるが、どうやら後世の付会とする見方が強いようである。没後間もない10世紀後半に記された「宋高僧伝」の中の「唐明州奉化県釈契此」（布袋）の伝には、布袋と禅宗との関係について一切触れられておらず、他方で、11世紀になって記された「景德傳燈録」には、「禅門達者雖不出世有名於時者」として、他の高僧・異僧とともに「明州布袋和尚」として立伝され、この頃から、禅宗との関係が見られるようになるからである。

- (2) 布袋については、没後あまり時を経ないうちから、布袋の図像を描く習慣が江南地方で生じたという記録があるように、早い時期から信仰の対象となったようである。また、布袋が死の間際に残した以下のような言葉から、布袋は弥勒菩薩の垂迹、つまり化身なのだという伝聞が広まったと言われている。

彌勒真彌勒 分身千百億（弥勒は真の弥勒にして分身千百億なり）

時時示時分 時人自不識（時時に時人に示すも時人は自ら識らず）

そして、中国では、中世以降は、布袋になぞらえた太鼓腹の姿が弥勒仏の姿形として描かれるようになり、寺院の主要な仏堂に安置されるのが通例となったそうである。ちなみに、我が国でも、三禅宗の1つで、江戸時代初期に来日した中国僧・隠元隆崎を開祖とする黄檗宗の大本山萬福寺では、布袋形の金色の弥勒仏像を見ることができる。黄檗宗は、同じ禅宗でも臨済宗や曹洞宗が日本風に姿を変えているのに対し、隠元の来日が比較的新しいこともあって、明代の中国禅の色を強く残していると言われている。萬福寺の弥勒菩薩像が中国風の布袋形をしているのは、そのためであろう。

- (3) 中国の僧侶であった布袋であるが、我が国には、最初は禅画の題材として鎌倉時代に受け入れられている。室町時代になって庶民の間でもその福德円満な風貌が知られるようになると、布袋は「福の神」として信仰を集めるようになり、室町時代後期に七福神が成立すると、その中に組み入れられた。そして、肥満体の布袋は、広い度量や円満な人格、また富貴

---

---

繁栄をつかさどるものと考えられ、所持品である大きな袋は「堪忍袋」と看做されるようになった。

ただ、布袋の場合、その存命中の逸話には、不思議な力の持ち主であったことを物語るものは沢山あるものの、商売繁盛に直接結びつくような逸話は目立たない。存命中の逸話よりも、その福德円満な風貌が無病息災、家族円満、金運招来、商売繁盛などの御利益がある「福の神」のイメージに合致していたため、七福神に組み入れられたように思われる。そうだとすれば、布袋は、「実在した福の神」というより「福の神のモデルとなった人物」ということになりそうである。

(4) 全くの余談ではあるが、七福神と言えば、宝船に乗った七福神の絵や七福神めぐりでよく知られているが、大黒天、毘沙門天、恵比寿、寿老人、福祿寿、弁財天そして布袋の七柱の神が福德（幸福と財産）の神として信仰されている。七福神は、仏教經典の「七難即滅・七福即生（七難を消滅すれば七福が生ずる）」から生まれた信仰とされているから仏教の範疇のようにも思われるが、神として信仰されているから、一種の神仏混淆と言えるかもしれない。そして、我が国固有のものと言われている七福神信仰は、室町時代から人々に広まり始め、現在のような形で人々に定着するまでの間は三福神であったり五福神であったり、また、神様の顔ぶれも一定ではなかったが、享和年間の頃（1800年代初頭）に現在の顔ぶれに落ち着いたという。七福神と言えば古くから深く信仰されているイメージがあるから、その顔ぶれが現在のように固定してからまだ200年ほどしか経っていないことには、多くの人は意外な感じを受けるのではないだろうか。

興味深いのは、200年ほど前に固定したという七福神のメンバーである。七福神は我が国固有の信仰であるにもかかわらず、日本の神様（恵比寿）だけでなく、中国の神様（寿老人、福祿寿、布袋）やインドの神様（毘沙門天、大黒天、弁財天）もいて、顔ぶれがエキゾチックというか国際色豊かな構成となっている。しかも、インドの3柱の神様は、神様とは言っても、仏教の仏様である。こうした多国籍かつ雑多な神様が全員同じ宝船に乗っているのである。正に、商売繁盛や五穀豊穰、子孫繁栄、健康長寿等々の福德を下さる神様であれば、国籍不問・宗派不問で3カ国から神様と仏様を寄せ集めたような印象である。いわば選り抜きの神様ばかりであり、さぞかし御利益もあろうと思われるが、言葉を換えれば、福德の御利益を願う庶民の気持ちがいかに強かったか分かってしまうというものである。七福神が現在の形で定着するまでの間には、時代によって神の数が変動したことやメンバー構成に入れ替えがあったことも、庶民の福德を求める強い気持ちの表れと見ることができそうである。

## 6 おわりに

さて、三崎港の食堂のオヤジさんである。オヤジさんは、どのようなことが契機となって仙臺四郎の写真を店に飾るようになったのかを確認することはできなかったが、言葉の感じでは、東北出身者という印象は受けなかったから、仙臺四郎のことを偶然見聞きすることがあり、

---

---

その写真を飾るようになったのであろう。三崎港の食堂でも写真が飾られるようになったように、仙台市や宮城県のローカルな神様であった仙臺四郎は、これからも福の神として益々各地に知られるようになり、やがては全国区の神様になっていくのかもしれない。

オヤジさんの食堂は、観光ガイド本に載っている食堂やレストランと比べれば、客数はそれほど多いという様子ではなかった。仙臺四郎の写真を飾るようになってから日が浅く、仙臺四郎の御利益が表れるのはこれからなのかもしれない。オヤジさんの料理は、間違いなく美味しいのだから。

## 生鮮食料品業界の人材確保と育成

（株）農経新聞社

代表取締役社長 宮澤 信一

少子高齢化が進展する中、生鮮食料品流通業界では、人材確保と人材育成に悩んでいます。

まず、現在の有効求人倍率はどうなっているのでしょうか。厚生労働省が発表した2017年の平均有効求人倍率（パートタイム含む、以下同じ）は、前年比0.14ポイント上昇の1.50倍に。上昇は8年連続で、過去最高だった1973年（1.76倍）以来の、44年ぶりの高水準となりました。有効求人倍率は、あくまでハローワークに登録した求職者に対するハローワークを通じた求人数で、実態を反映していないとの見方もあります。それにしてもリーマンショックが影響していた8年前の2009年には0.47倍と、17年の3分の1以下だったのです。

また、17年12月に限った有効求人倍率は1.59倍（前月比0.03ポイント上昇）で、こちらも74年1月（1.64倍）以来、43年11か月ぶりの高水準となりました。産業別では「食料品流通」という分類はないのですが、「販売」は平均2.30倍、「サービス」は平均3.75倍、「輸送・機械運転（自動車）」は3.09倍という高い水準です。

### 1. まず「入ってもらえない」ことへの対策

景気が低迷していた時期、一般企業は人材を確保するにはあまり苦労しませんでした。しかしその時期でも、労働時間が長い生鮮食料品業界は、人材確保に苦労していたくらいですから、好景気で求人がひっ迫すれば、人材確保にさらに苦労することは必至でした。

もちろん、それを黙って容認しては企業活動が縮小してしまうので、対策が必要です。ある中小規模の青果仲卸業者では、新卒採用は期待できないので、中途採用を中心としています。しかし「単純に求人広告を出し続けていても、毎月数十万円が出ていくだけで、全く効果がない」といいます。ただ、その業者には申し訳ないのですが、早朝勤務で、週休2日制でもなく、さらにはそんなに報酬がよいわけでもないという条件に対し、これだけの売り手市場の中で、反応はほとんど期待できません。

一方、新卒を中心に採用している卸売業者や大手仲卸では、求人広告だけではなく、地元大学や社員の出身校に働きかけたり、求人用にホームページを充実させたり、色々な活動をしています。例えば、ある青果卸では、地元大学前の「学生専用の交流スペース」に協賛しています。これは、その大学の学生証を提示すれば、誰でもドリンク無料で、打合せや会議などをすることができるものです。運営は、学生向けにPRしたい企業や地元商店の協賛で成り立っており、協賛企業や商店は、学生にとってメリットのある情報を提供できます。アルバイト募集、

---

---

クーポン券、フリーペーパー、商品サンプルなどのほか、学生向けに就職説明会を兼ねた企業PRを行うこともできるという、新たなビジネスモデルといえるでしょう。そしてこのような交流を就職活動時から行うことで、就職後のミスマッチを防ぐ効果も期待されます。この協賛している青果卸は、「ただ待っているだけではだめ。生鮮食料品流通という業界があること、そして民間業者といえども公共性の高い役割を担っていることを積極的にPRしなくては」としています。

また、ある大手青果仲卸では、新卒採用の際に、総務部や人事部だけでなく、若手～中堅の社員も一体となって活動しています。具体的には、年数回の学生向け説明会に出展する際、20歳代後半～30歳くらいまでの係長クラスも同席させ、数年前には実際に自分も就職活動をしてその会社に入社した、いわば「同じ立場の者」からの勧誘をしてもらうことで、学生に自社を身近に感じてもらうことができます。同時に、若手～中堅社員を定期的に採用活動に係わらせることにより、「会社のポリシー、目指すものは何か」「自分は会社から、どのように説得されて入社したのか」、さらに「自分はこの会社の何に共感して入社を決めたのか」などを、あらためて確認してもらうことができるといいます。つまり、入社後数年経って、入社時のフレッシュな気持ちを忘れかけた時期に、基本に戻ってもらうことができ、会社としての意思統一にも役立っているわけです。

そのような活動を通じ、本来なら社員の年齢が偏らないように毎年一定の人数を採用するのが理想ですが、さすがにそれはなかなか難しいようで、毎年の採用人数にはブレがあります。例えば入社希望者が計画より多かった場合でも、「来年以降、こんなに採用できる保証はない」と、思い切って希望者全員を採用するケースもありました。もちろん、一定の企業規模がなければできないことですが、今後さらに少子化が進む中では、それも一つの方法です。

逆に、中小規模では、「欠員が出てから（補充的に）採用活動を行う」というパターンが多いでしょう。しかしその結果、社員の年齢構成が偏ってしまったり、「10年以上も部下ができず、部下に指導したことがない」という社員が増えてしまうようなケースもあります。その意味では、たとえ会社が厳しくとも、ある程度定期的に採用するべきなのでしょうが、現実的にはなかなか難しい面があります。ただし、そうしている間に、経営体力のある大手業者がますます有利になっていくというのも、また現実です。

## 2. 入ってもらえないので、人件費率が下がる？

そして意外ですが、生鮮食料品流通業界では、売上高に占める人件費の割合は、年々低下しているのではないのでしょうか？

下表は、中央卸売市場における青果卸・仲卸の人件費率をまとめたものです。2011年までの卸売市場の取扱高が減少している期間には、利益確保のために賞与を減らしたり外注を進めるなどで、人件費を削減する傾向がみられました。一方、12年以降は卸売市場の取扱高が回復したことなどで、相対的に人件費率が低下しているものとみられます。

近年は売上げが増加しても、大手業者などでは業務合理化により人員補強を見送っている面

もあるでしょう。しかし、中小・零細業者などでは「人員補強ができていない」場合もあり、人件費率の低下を、額面通りに喜んでばかりもられません。

### 青果卸・仲卸の人件費率

年度	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
卸	2.80	2.77	2.73	2.73	2.65	2.63	2.63	2.48	2.43	2.34	2.27
仲卸	6.17	6.23	6.20	6.22	6.00	5.98	5.96	5.86	5.82	5.61	—

注) ①単位は、卸は取扱高比、仲卸は売上高比の%②卸は全国中央市場青果卸売協会・臨時総会資料より農経新聞社が作成。また会員の一部に地方卸売市場青果卸を含む(2016年度は16社)③仲卸は農水省「中央卸売市場仲卸業者及び売買参加者経営状況等報告結果」の法人青果仲卸から農経新聞社が作成。同調査の16年度は未発表。

### 3. 定着率を上げるには労働環境とシステムの改善を

そして、せっかく採用しても、思うように人材が定着しないことが多くなっています。その大きな要因が、報酬がそれほど高くない割に、長時間労働が必要で、休暇が取りにくいことでしょう。

長時間労働の要因には(ある意味、仕方ないのですが)品目担当制の営業員が、何から何まで自分で行う傾向が強いことが挙げられます。青果卸を例にとると、買参人対応のための早朝からのセリ、配送準備、産地への仕切り報告、翌日分の入荷見込み確認と売込み、さらに実需者に直接販売している場合は夕方以降の受注などまで行うことがあります。会社側がいくら早い帰宅を促しても、この状況を放置したままでは、いつまで経っても改善されません。

このため、退職したOBが嘱託やアルバイトとして、早朝のセリ対応をするところや、セリ時間を繰り下げる市場もあります。とくに関西地区では、以前は早朝4時などからセリが行われていましたが、現在では5~6時台が主流。セリ主体の時代のよう、セリに数時間もかかることはなく、相対販売でセリ時間前に引渡す割合が増えているので、支障は出ていないといえます。

また、夕方以降になりがちな受注のために遅くまで会社に残る必要がないように、販売管理システムを改善するところも出てきました。ある青果卸では、定時退出後、夕方~夜の時間帯に30分~2時間受発注業務を行うことの多い職員を対象に「在宅勤務」を導入。終業時間を1時間早め、午後8時頃にその分の1時間を自宅や外出先で業務をしてもらいます。これにより残業時間と手当の削減を図るのです。業務に必要なノートパソコンなどは同社が貸与します。このような方法により、営業員は携帯端末で受注の確認や分荷ができ、早ければ数十分で終わる作業のために、ずっと会社に残っている必要がなくなりました。

別の観点からのアプローチもあります。品質マネジメントシステムのISO9001を取得した青果卸では、その目的を「組織としてのサービスレベルの向上」としています。組織および各々の社員の業務をチェック、管理、データ化しておくというISOのメリットは、トラブルが起こった場合の原因追求だけではありません。仕事内容を社内で共有し休むための段取り力、他



---

---

のメンバーのサポート力を向上させ、「担当者が休暇を取っても顧客対応が疎かにならず、営業に差し支えない体制作り」につなげることも大きなメリットです。同社では、それまでも3～4日の連続休暇を義務付けていましたが、ISO9001の取得後は、1週間の連続休暇の義務付けに拡大したといえます。

一方、大手仲卸では、夕方以降の受注部隊、夜間の商品荷受部隊、そして営業部隊と、時間帯で3部隊に分けるケースも。また休市でも配送手配は行いますが、それも数チームで分担すれば、休日出勤は月1回程度に抑えることができます。

さらに休暇を取りやすくするための体制も敷かれています。品目担当制ではなく数人のチームによる顧客対応制とするなどで、常に複数の担当品目を持ち、2～3年に一度、担当品目の一部を異動するというものです。つまり、営業員全体に「担当したことのある品目を徐々に増やしていく」ことで、誰かが休む場合も対応しやすくしています。また、別の大手仲卸ではどんなに売上げと利益を上げていても、同じ品目を担当するのは長くて5年。これは、「たとえ一時的には売上げ等が落ちたとしても、担当者個人の営業力に頼る体質に陥ることを防ぎ、組織力をつける」ことが第一の目的です。しかし、結果として担当品目が増えていくことで、万一の際にも、交替要員がとって代わることができる組織づくりにつながっています。このような方法を利用しながら、年に1回は、有給を含めて1週間の休暇取得を義務付けているような会社もあります。

これに対して中小仲卸などは資金や人材など経営資源が不足がちで、大手に比べて思い切った手が打ちにくいようです。ただ、その中でも販売管理ソフトの活用でムダな事務作業を軽減し、待ち時間の短縮などにつなげているケースがあります。

#### 4. 労働時間の上限守れず やはり休市増が頼りに

ただ、それでも全体的には労働時間が長くなりがちで、しかも有給休暇も十分に取得できないことが多いのが実情です。とくに現在の卸売市場では、1日7時間労働にしたとしても臨時休市や祝日がない週は、労働基準法で定められた週40時間の労働時間の上限が守れません。また月間、年間を平均しての変形週40時間の達成も怪しいといえましょう。このため、やはり臨時休市の増加を望む声が強くなり、「月曜が祝日の週でも、水曜は臨時休市にして問題ない」との意見も増えているようです。

「休日が少ない」というのは、とくに子育て世代の社員にはつらい環境。家族の反対で、社内でもいよいよ中堅として活躍が期待される30代の社員に、退職されてしまうケースも珍しくありません。それまでの人材育成にかけてきた費用を考えれば、会社にとっても大きな痛手です。

とはいえ卸売市場の中小業者、とくに中小仲卸は、卸や大手仲卸と違って、なかなか有給を与えられません。もちろん休日の設定や有給休暇の取得などは、本来は各企業の問題。しかし、卸売市場など生鮮食料品流通業界では、社内のローテーションなどによる週休二日制は、ごく一部の大手でも難しいとされ、零細業者ではまず不可能。そのためにどうしても卸売市場の休

市が、休日のベースとなります。

ただ、市場の休市はなかなか増えませんでした。実は卸売市場に「毎週日曜」の休市が設定されたのは意外と遅く、東京市場の場合、昭和36年のこと。それまでは毎月「5」の日や「2」の日など、月3回でした。それから「国民の余暇を増やそう」という国の方針の下、祝祭日も休市となりました。

その後、「臨時休市」という制度が誕生します。昭和63年までは年間5日程度でしたが、平成2年には、ほぼ月1日の「4週5休」、さらにバブル期には求人難への対応策として毎月2日の「4週6休」が定着。しかも、土曜日にもかなりの日数が設定されました。それが、バブル崩壊後の売上減少などで顧客対応重視が求められ、月2回は維持したものの、土曜日の設定は廃止されました。拠点市場では、関係者の意見調整に時間がかかり、「何度も会議を開くのは労力の無駄」と、しばらくは第2・第4水曜で固定化されてきました。

しかし近年、労務環境改善のため、水曜日の臨時休市は、徐々に増加してきました。まず、九州地区が先行しました。これは、元々休市増への要望が強かったことに加え、福岡市、鹿児島市の中央卸売市場など、青果部と水産部が分かれている市場では、青果部の休市を増やしやすいこともあったでしょう。これに対して、水産部の関係者には「景気も低迷する中、売上げに響くので休市を増やしたくない」という意向が強く、とくに拠点市場では青果部と水産部の調整が大変だったということです。その後、毎年3月、6月の水曜を全部臨時休市にして、売上げなどに影響がないかの実証もされましたが、影響がないことが明らかだったにも係らず、拠点市場の開設者は、“もめごと”が起こるのを恐れたのか、それ以上の休市増には拡大しませんでした。

転機となったのが2013年の、静岡県の青果地方卸売市場で構成する静岡県青果市場連合会の英断です。祝日のない全ての週の水曜を、臨時休市としたのです。「売上げには響かない」「東京市場などから転送受けするトラックをまとめられるので、物流費も浮く」という予測は、見事に当たりました。その後は富山県でも同様の休市設定をするなど、地方都市から休市増の動きは拡大してきました。

また、今年、近畿地区の市場は一気に10日も臨時休市を増やしています（下表参照）。

### 東京・近畿市場の休開市日数の推移

年		2012			2013			2014			2015			2016			2017			2018		
臨時休市・開市など		臨時休市	臨時開市	営業日数	臨時休市	臨時開市	営業日数	臨時休市	臨時開市	営業日数	臨時休市	臨時開市	営業日数	臨時休市	臨時開市	営業日数	臨時休市	臨時開市	営業日数	臨時休市	臨時開市	営業日数
東京市場	青果部	25	2	273	28	2	269	29	1	268	30	2	267	30	1	266	31	1	264	37	3	260
	水産物部	24	2	274	25	2	272	27	1	270	29	2	268	30	1	266	31	1	264	37	3	260
近畿市場		25	2	273	27	2	270	28	1	269	30	2	267	31	2	266	31	1	264	41	1	256

ここまで水曜休市が増えてくると、最近「水曜は休市」というイメージがすでに定着しています。逆に、開市している水曜は買参人やオーダーが少なく、卸や仲卸からは「中だるみが激しい」という見方があります。しかも以前と違って、日・月の連休がある週ですら「水曜は

---

---

オーダーが少なくなった」とも。買参人も以前は「学校給食納品に対応できない」などとして不満を持つこともありましたが、最近ではそれほど強く反対はしていないとのこと。さらにスーパーマーケットからも「バイヤーなど仕入担当者の休みにつながる」と、歓迎するむきも出てきました。

出荷する産地も、「相場を維持するためなら、ある程度の水曜休市はかまわない」「高齢化している農家や選果場のパートには適度な休みが必要」「出荷日数が減れば物流が確保しやすい」などの理由で、休市増に理解を示すところも多いようです。

もちろんこれでも、世間一般で言う「完全週休2日」には届きません。各々の会社の工夫と、行政・業界が一体となった取組みを、今後も続ける必要があります。

## 5. 人材の定着に向けて まず取引結果の共有を

さて、長く勤務する条件を整えた後が、いよいよ本題です。研修などで仕事上の力をつけて、会社に貢献してもらわなくてはなりません。

育成方法は各社様々でしょう。ただ、筆者の個人的希望として、研修うんぬんの前に会社の方針として、「取引の結果を個人で抱えず、必ず上司に報告し、組織で共有する」ことを重視し、実践してほしいと思います。

とくに営業員として一本立ちし、自分で担当品目を持つようになると、うまく行くときばかりではありません。そのため、良い意味では仕入先や販売先に助けられながら、しかし悪い意味では“貸し借りを前提とした営業”をするようになることもあります。そして以前は、多くの営業員が“裏帳簿”を持っていました。会社には建前上の数字を報告しながら、顧客との貸し借りを裏帳簿に付けて、どこかで帳尻合わせのやりくりをしていたわけです。

ただし（皆様には釈迦に説法でしょうが）いったんうまくいかなくなると、損が膨らむばかりで取り戻せず、自分ではどうしようもなくなった結果、顧客から「これまでの分を支払ってほしい」とか、「納品してもらってなかった分を納品してほしい」などのようなクレームを、自分を飛び越して上司や会社に持ち込まれることがあります。そこで、これまでの貸し借りが、社内でいきなり明らかになってしまいます。数百万円規模の負債が発覚したケースもありました。

また、社員が会社に黙って夜逃げしてしまい、顧客から「彼が来週、これだけの安値で大量に納品してくれる約束をしてくれていたが、どうなるのか」と言われた業者も。あわてて在庫を確認してみると、帳簿上は大量にあるはずの在庫が全くなく、“逃げた社員の口約束”とはいえ、顧客の要望を飲むしかなく、納入商品をあらためて、しかも大幅な逆ザヤで仕入れなくてはならなくなり、大きな損失を出したというケースもありました。

これらのような事件が起こる根幹は、「自分の取引結果を正直に、正確に、上司や組織に報告する」ということが徹底されていないためと思われる。不都合な結果でも、きちんと報告していれば、「責任を問われる」ことはありません（もちろん社内の成績評価には影響あるでしょうが）。以前には、そのような場合に「会社は知らない。自分で弁償しろ」「退職金から差

---

---

し引く」など、個人的に責任を取ることを強要されたこともあったようです。

そしてこのようなことが起こると、(夜逃げしたケースは別として)社員は立場が悪くなり、あるいはやる気をなくして退社してしまいます。それを防ぐためにも、良い結果も悪い結果も正直に、会社へ報告することを徹底させたいものです。

なお会社によっては、同業経験者は一切、中途採用せず、新卒だけに絞って採用活動をしているところがあります。これは、貸し借りという「業界特有の悪いクセ」がついている場合、直すことは難しいので、新卒に絞ったうえで、「貸し借りは絶対にしない」「必ず報告する」ことを徹底させるためだといいます。

## 6. 研修で営業力アップ センスではなく「準備」で

そして、社員を育てるための研修が重要です。

定期的に人員を採用していない会社では、「教える」「部下を育てる」経験がなくなってしまう。そのため、ただでさえ「見て覚えろ」という傾向が強かった生鮮食料品流通業界で、さらにその傾向が強くなってしまいます。もちろん、最初は先輩社員について学ぶことが大事でしょう。ただ、その先輩社員自身、「何から、どういう手順で教えるべきか」がわかっていないことがあります。「では経営者が」となるのですが、とくに中小・零細業者では、経営者自身も営業を担当していることが多く、人材育成がどこよりも必要となっているにもかかわらず、忙しさのあまり、せっかく入ってくれた人材を育てる時間を捻出できないというケースも珍しくありません。

この点でも大手業者は、やはり有利です。比較的人員に余裕があるので、新人社員はまずは無理ない業務から始めます。また、担当品目を持った若手社員を初めて出荷団体などの会議に行かせる際には、まず「何を発表するか」を指示してプレゼン資料を作成させたうえ、プレゼンの予行演習までさせて、色々アドバイスするところもあります。

本来は中小・零細業者ほど、このような育成をしなければ、ますます厳しくなるばかりです。ただ現実問題としては、なかなか取組むことができません。

なお、当社では、そのような現状を少しでも改善してもらおうと、青果流通業界の若手社員を対象とした研修会を、年に数回実施しています(写真下の左)。講師は私ではなく40歳代の提携コンサルタントですが、大手青果流通業者で20年近くにわたる営業経験を経てコンサルタントになった経歴の持ち主で、恐らく現在の青果流通業界において、「現場の豊富な経験を持つ唯一のコンサルタント」といえます。

その彼の持論は「営業はセンスではなく、準備で行う」というもの。ある産地の商材を、企画を立てて得意先に売り込む場合を想定し、「どのような観点から商品化をすべきか」「そのために事前にどんな準備をするべきか」などを、自分自身の経験も踏まえて解説します。また、それらの具体例をグループワークで検討してもらい、グループごとに発表してもらいます(写真下の右)。発表はグループごとというか、発表者ごとに特徴があり、楽しい雰囲気の中でも、参考になるものが出てきます。また、営業員は、この研修で説明するようなことは、実は誰し

---

も知らず知らずのうちにやっているのです。しかしながら、あらためて企画営業に必要な項目を書き出して時系列化するなど、「順序立てて行う」ことにより、部下が入ってきた時にも「教える」ことができるようになります。

同時に、営業というのは「商品ではなく、まず自分を売り込むこと」として、顧客との関係の作り方も解説します。基本的には企画営業により、市況に左右されない営業をめざすのですが、それでも市況の影響は避けられないときがあります。その中で、市況が高騰して販売に苦勞しているときは、実需者への連絡をまめに。逆に、市況が低迷して生産者が困っている時には、生産者にまめに連絡。「顧客のことを気にかけている」ことを、常に伝え続けるとしています。また、「販売が思うようにいかなかったり、何かのミスで迷惑をかけるなど、連絡をしたくない時こそ、実はいちばん連絡しなくてはならない時」と、営業をする上での基本的な心構えも解説します。

当社ではこのようなセミナーを、中小・零細業者の方々ほど活かして頂きたいと思ってきましたが、東京だけでの開催ではなかなか参加しにくいということで、最近では地方都市でも実施しています。今年5月15日（火）には高松・サンポートホール（会議室61）で、来年1月には熊本で行います。



## 新制度卸売市場のしくみと展望

卸売市場政策研究所

代表 細川允史

### はじめに

わが国卸売市場の新制度に関する法案は、この3月6日に国会に上程されていて審議を待っている状態である。順調に行けば、5月に卸売市場法と食品流通構造改善促進法の一部改正案が成立し、6月にも公布と見込まれている。その後、新法に基づく細則の設定作業を今秋くらいに国が行って、各開設者がそれに基づく業務規程の策定と認定申請、申請を受けた認定権者（中央卸売市場は国、地方卸売市場は都道府県）による認定、などを2019年度に完了し、2020年6月までには新制度に基づく認定制卸売市場のスタートという段取りが見込まれている。

本稿は、すでに法案が判明しているが細則はまだ決まっていないという段階での、新制度卸売市場に関する記述となる。お断りする点は、まず、国会で法案通りに成立すればいいが、修正などがあると変わってくる可能性があること、2番目に、法成立後に国が設定する細則で、具体的しくみがより鮮明に判明する点については、現時点の情報に基づく予測となっている点である。

しかしながら、本稿は信頼できる情報筋からの取材も踏まえているので、大きな間違い、修正の可能性は低いと言うことは申し上げておきたい。

新制度は、認可制から認定制への移行という、実際は大きな変更であるが、よくわからないという方も多数おられるなかで、早く理解・把握していただき、新制度となる2年後に備えていただきたいと願っている。

### 1 新制度卸売市場の基本的しくみレビュー（卸売市場法は残るが大幅修正）

- ① 卸売市場法は残るが、条文数が83条から19条へと大幅に簡素化される。まず、整備計画に関する条項は削除されている。卸売市場整備基本方針は第10次方針で終了し、新規の整備計画とそれへの施設整備というしくみはもうない。
- ② 卸売市場の開設は認定制とする。現在は、中央は国による認可制、地方は都道府県による許可制となっている。認定制は、認可制、許可制よりも大幅にゆるい制度（行政行為）で規制が少ない。
- ③ 中央卸売市場と地方卸売市場の区別は残す。線引きは「施設規模が一定水準以上の規模」で、政令で具体的に示す。

- 
- 
- ④ 開設者は、中央卸売市場は国に、地方卸売市場は都道府県に認定申請をする。
  - ⑤ 認定する条件は、(1)共通ルールの遵守、(2)公正かつ効率的な市場運営体制のふたつ。共通ルールは(1)公正・効率的な取引、(2)差別的取扱いの禁止、(3)受託拒否の禁止、(4)売買取引の公表、(5)代金決済ルールの策定・公表、(6)取引条件の公表、(7)取引結果の公表の7つ。
  - ⑥ 法律で規定する取引ルールは、(1)公正・公平な取引、(2)差別的取扱いの禁止、(3)受託拒否の禁止、それに前述の公表義務としての(4)、(5)、(6)、(7)、の7つだけ。それ以外の、第三者販売、商物分離、直荷引などの取引ルールについては、新法ではなにも触れず、各卸売市場での設定に任される。

## 2 新卸売市場法で削除された事項

大幅に条文数が削減されたので、新法に入っていないことは実施しないということになる。その意味で、新制度を理解するには、新旧法の内容を比較して、どこが削除されているか、等をよく把握することが肝要である。法律だけではない内容についても把握した部分がある。これらを総合して以下に列挙する。

- ① 生鮮食料品等の規定は現行法（平成11年改訂版）と同じだが、背景となる政令が変わる。すると、文言上は、米など、現行法では卸売市場で扱えなかった品目も扱えることになる。ただし、それを扱う場所などの実行能力はチェックされる。現行卸売市場法第2条では、「この法律において生鮮食料品等とは、野菜、果実、魚類、肉類等の生鮮食料品その他一般消費者が日常生活の用に供する食料品及び花きその他一般消費者の日常生活と密接な関係を有する農畜水産物で政令で定めるものを言う。」となっていて、省令（卸売市場法施行規則）で水産物部、青果部、花き部、加工食品部、食肉部、と指定されている。この部類指定がなくなると聞いているので、すると、日常生活の用に供する食料品として米なども入ることになる。部類指定がなくなる理由は、②に述べるように、卸売業者の部類指定の許可というしくみが廃止されるためである。
- ② 現行制度の卸売業者の国、都道府県による許可制は廃止。検査もなし。部類設定での許可制もなくなる。卸売業者は開設者が申請書に記載。つまり開設者が選定することになる。部類指定が消えると、卸売業者は何を扱っても良いということになり、①と合わせて、対応する体制（取引する場所・施設、担当者など）さえあれば米なども扱い可能という解釈となる。
- ③ 卸売市場施設は認定申請書に記載するが、卸売市場機能の施設のみ記載。それ以外は申請外で、国や都道府県は何も言わないので、結果的に自由。つまり卸売市場機能があれば、どのような施設・機能をつくってもよい。現行制度では卸売市場として認可するので、それ以外の機能は禁止（よく、一般消費者は入場禁止などの看板が入り口にあるのはこのため）と大きな違いがある。これは、卸売市場機能の多様化による来場者増、収

---

---

入増などでの活性化を期待してのことと考えられる。

### 3 平成30年度予算の特徴

- ① 卸売市場関係予算の平成30年度からの新方針で補助対象を「品質・衛生管理高度化」、「物流合理化」、「市場再編・連携」、「輸出促進対応」、「防災対応」の5項目に再編する。これに卸売市場外の「共同物流拠点施設」が新たに補助対象に加わる。国の補助を期待するなら、これを念頭に置くことが必要。
- ② 新制度では民設の中央卸売市場を認めるなど、中央と地方、公設と民設の同列化が進んでいて、それが予算対象にも反映されている。これは、開設者の属性を問わず、平等に扱うというのが新方針であるからである。しかし規模の大きさ等から重要性を認めている中央卸売市場について、食品流通構造改善促進法を改名した「食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律」に定められている基本方針、・流通の効率化・品質衛生管理の高度化・情報通信技術等の利用・国内外の需要への対応、に合致した場合は整備に対し、予算の範囲内において、その費用の4/10以内を補助できる、としている。

### 4 より詳細な留意事項（差別的取扱い禁止の具体的内容）

改正卸売市場法第4条（中央卸売市場の認定）、及び第13条（地方卸売市場の認定）の五のなかで、「差別的取扱いの禁止一卸売業者は、出荷者又は仲卸業者その他の買受人に対して、不当に差別的な取扱いをしないこと。」となっている。

現行法では第36条第1項で「出荷者又は仲卸業者若しくは売買参加者に対して…」となっている。卸売市場に仕入れに来る業者一般に対してではなく、そのうち卸売業者から買い受けできる資格を持つ業者（売買参加者）のみが対象であったのを、仲卸業者からの仕入れを行う仕入れ業者も含めて卸売市場から仕入れる業者一般にひろげたものである。すると、改正法の「その他の買受人」には、卸売業者が取引する全ての対象、すなわち売買参加者だけでなく第三者販売の相手先も含まれる。第三者販売の相手も卸売業者にとっては買受人であるので、つまり、この規定によって、各卸売市場での設定における買受人の定義次第ではあるが、買受人から第三者販売による買い受けを除かない限り、第三者販売というカテゴリー自体が消えることになる。

買受人を広く卸売業者から現行の第三者販売も含めて仕入れる業者全体と解釈すると、卸売業者からセリ取引で仕入れる買受人については、セリという特別の技能を要するのでそのための資格（セリ参加者という呼称など）の規定が必要となるかも知れない。

なお、この条文では卸売業者に対する規制であるが、法の取引原則に取引参加者に対する公正・効率的な取引が規定されていることから、仲卸業者が販売する相手にも公正、すなわち差別的取扱いの禁止が適用されると解釈されている。



---

---

## 5 新法で各卸売市場での設定とされている項目について

### (1) その他取引ルールはどうか

- ① その他の取引ルール（第三者販売、商物分離、直荷引など）は、各卸売市場で開設者が定める。定める際には、関係業者（新法案では取引関係者と表現）の意見を聴かなければならないとしている。関係者の意見を聴かなければならないとすると、第三者販売の拡大は仲卸業者が、直荷引の拡大は卸売業者が難色を示すだろう。つまり、当面は現状承認で大きな変化なしという卸売市場が多いのではないだろうか。なお、前述のように、買受人の規定次第では、第三者販売というカテゴリー自体が消滅することになることに留意。
- ② 各卸売市場での設定は、市場関係者全員の合意である必要はない、とされている。全員一致ではまとならなくなる恐れがあるからだが、主張が対立した場合、特に公設卸売市場では、開設者は行政であり、行政は公正公平を旨としているので軍配を上げきれず、混迷の恐れがある。卸売市場全体のリーダー力が問われる。
- ③ 公設卸売市場では業務規定は条例となることが一般的なので議会議決が必要である。そうすると、業務規定の制定に議会関係に要する時間も必要になるので、タイムスケジュール上、留意が必要である。

### (2) 卸売業者、仲卸業者の「認知」は誰がするか

卸売業者については、新卸売市場法第4条の2の七で、開設者が認定申請を出す申請書のなかに、「卸売市場の卸売業者に関する事項」とあるので、そこで名簿搭載されれば、その卸売市場の卸売業者として認められたということになる。

仲卸業者について現行法では規定がないが、新卸売市場法第2条の5で「仲卸業者」の定義がされているので、法的には認知されている。それを具体的に開設者がその企業を仲卸業者として認めればそれが「認知」ということになる。手続きの具体的内容は各卸売市場の設定となる。

### (3) 新制度では卸売業者、仲卸業者はどうか

卸売業者は、差別的取扱いの禁止（対象：出荷者、仲卸業者その他の買受人）は遵守しなければならない。差別的取扱いの禁止を遵守する限りにおいて、販売先の自由度は高くなる。売り先の自由、商物分離など。

仲卸業者は、差別的取扱いの禁止で、立場は法的に保証される。直荷引が柔軟にできるようになれば、卸売業者と仲卸業者が、集荷一販売を総合的にできるということでは同列化する。直荷引の状況は市場によって大きく異なる。

特に水産卸売市場では、丸の魚からの解体や非常に多種多様な商品を扱い、取引も細かいので、仲卸業者の役割は大きい。ただし、大量規格品もあり、それについては仲卸業者の対応が困難であれば、卸売業者が直接取引することの増加は避けられない。

---

---

青果物については、卸売業者がいまの第三者販売を拡大するのは水産物よりは容易と考えている。

ただし、仲卸業者の販売先が法的に確保されるわけではなく、販売先が縮小すれば営業困難になることは変わらない。この対応は各仲卸業者の経営努力・戦略による。

もし、卸売業者が廃業等ではなくなった場合、集荷力ある仲卸業者を卸売業者として申請することにより、卸売市場存続可能とすることもできると解釈している。つまり、卸売業者の廃業により卸売市場が存続できなくなるリスクは減少する。

#### (4) いわゆる「垣根問題」について

垣根問題は、現行法制度における矛盾の焦点のテーマである。新制度（認定制）によって、その解消が計られたという側面がある。

- ① 新制度では、卸売業者、仲卸業者の存在は認めている。しかし、卸売業者による第三者販売・商物分離、仲卸業者による直荷引は卸売市場法では何も規定していない。もしこれらが自由化されたら、卸売業者と仲卸業者は双方とも集荷と販売ができるという意味では同じ土俵に立つことになるが、遵守事項で卸売業者は仲卸業者にない義務を負っている点異なる。
- ② 現実には、両者が衝突する部分もあるが、商談の性格によって棲み分けている部分がある。卸売業者も、無理に第三者販売・商物分離を拡大する意思は薄い。当日空輸、即日納品への対応など、仲卸業者が有利な部分もある。⇒これらを積極的に活用すべき。
- ③ これまでは、商物一致原則などにより、本来必要ない仲卸業者経由の法による強制などが経済合理性と反していた。これの是正を認定制による各卸売市場設定という形で解決を図っている。
- ④ 仲卸業者の直荷引による経済合理性もある。小ロット品の卸売市場での取扱い、卸売業者の集荷力不足の補いなど。
- ⑤ 経済合理性と現行卸売市場法が合わなくなったことが、認定制となる大きな動機。しかし、卸売市場への現物集荷は卸売業者、その分荷販売は仲卸業者と役割分担することによる経済合理性もある。これを認定制は否定してはいない。
- ⑥ つまり、卸売業者と仲卸業者は、役割分担する部分もあり、競合する部分もある。この将来的な帰趨は、流通経済全体の流れ、両者の経営努力などにかかっている。
- ⑦ 仲卸業者の直荷引による経済合理性もある。
- ⑧ 経済合理性と現行卸売市場法が合わなくなったことが、認定制となる大きな動機であるが、卸売市場への現物集荷は卸売業者、その分荷販売は仲卸業者と役割分担することによる経済合理性もある。これを認定制は否定してはいない。つまり、卸売業者と仲卸業者は、役割分担する部分もあり、競合する部分もある。この帰趨は、流通経済全体の流れ、両者の経営努力などにかかっている。

---

---

## 6 新法で消滅した事項、もともと規定していなかった事項についてのコメント

### (1) 開設区域制の廃止について

国は、「実態と乖離」という理由で、開設区域（現行法第7条）を廃止。開設自治体は予算説明の根拠がなくなったと思って困惑している。

この解決策として、「仲卸業者及び地元需要優先主義」を各卸売市場設定のルールとして明記すれば、その上で余った、ないしは事前にそのように調整した部分については開設区域設定地域より外に販売することを認める、とすると、矛盾がなくなる。それにより、施設上、余計にかかる経費は微少で、開設自治体だけの予算での運営は問題にならない、卸売市場活性化も重要と説明できる。

もともと、受託拒否の禁止（法第36条2）と開設区域制は矛盾していた。出荷者からどんどん出荷されてくる荷は断れない。つまり、開設区域の消費量との調整ができないということである。

### (2) 部類・取扱品目設定の廃止

- ① 新卸売市場法では、水産物部、青果部といった部類の設定がなくなる。卸売業者、仲卸の取引品目の制限緩和。青果卸・仲卸が干物扱い、水産卸・仲卸がつま野菜扱い、など。
- ② 新法では、卸売市場の取引全体については、「出荷者又は仲卸業者その他買受人」、卸売業者から仕入れる部分については、「仲卸業者その他買受人」、「取引参加者」、という用語が使用されている。現行制度の第三者販売は、仲卸業者や売買参加者など卸売業者と直接取引できる者以外に卸売業者が直接販売するのが定義だが、買受人という用語になると現行の第三者販売による供給先も買受人となる可能性がある。そうすると、第三者の存在はなくなり、第三者販売というカテゴリーがなくなることになる。この解釈・定義は各卸売市場での設定による（前述）。このような大きな変化であることをまず認識する必要がある。
- ③ 部類制がなくなるので、取扱品目の制限がなくなる。ただし卸売場所など実行能力は問われる。恒常的な取扱いではなく、臨時のスポット的な取扱いは別規定が可能。取扱品目の制限撤廃により、〇〇青果／水産などという卸売会社名からより総合的取扱い企業への変身、部類を超えた卸売会社の合併の可能性が拡大する。生鮮食料品等の定義は現行法がそのまま適用される。平成11年に改正された現行法では、生鮮食料品等の定義のなかに、「その他日常生活に要する食料品」という表現があり、つまり普段食べている食料品は生鮮性の有無にかかわらず容認されると解釈される。ただし、卸売業者の許可が部類ごとになっていて、施行規則で部類が、水産物部、青果部、花き部、加工食品部、食肉部に限定されているので、米などは扱えなかった。新法では部類に対する規定が削除されているので、米なども扱えるという解釈になる。
- ④ 卸売業者に対する規定が削除されたので、取引内容の制限が法的にはなくなり、各卸売市場における設定次第であるが、これまで原則禁止だった卸売行為について、兼業業務

---

---

や別会社とする必要性が薄れる。

### (3) 施設・機能の自由化

- ① 認定制となって、開設者が認定申請する内容として「卸売市場の位置及び面積並びに施設に関する事項」というのがある（新法第4条の2の三）、卸売市場機能の施設については申請しなければならないが、卸売市場機能以外は申請外となる。つまり、敷地に卸売市場機能以外の施設をつくってもこれは申請外で何があっても認定権者である国または都道府県はあずかり知らないことということで、これが卸売市場の施設の自由化といわれるものである。そうすると、市民・消費者の入場と買い物／観光対応／生産者の直売所／保育所などの公共施設、その他の機能を付加できる。ただし、卸売市場機能以外は国庫補助の対象とはならないことに留意。これらの機能の付加による来場者の増加、収入増が期待でき、卸売市場の維持運営資金ともなる。多様化による活性化は国も期待している。
- ② このような施設を作る主体はどこか、が問題。自治体が営利的な施設をつくれるかは制約の可能性もある。卸売市場全体の運営主体をどうするか、とも関連する。特に公設卸売市場では敷地が行政財産であるので、何をつくってもいいということにはならない。
- ③ 卸売市場開設運営による利益確保ができれば、卸売市場の安定した維持ができる。卸売市場の経営という視点の重視が必要。特に公設卸売市場では卸売市場の経営という視点が欠けていることが今後の課題である。卸売市場の企業化、民営化を含めた将来課題に繋がる。
- ④ 市民消費者等への日常的な市場開放についても各卸売市場の設定となる。毎日市場開放も可能。

### (4) 関連事業者はどうなるか

- ① 現行法制度上は関連事業者に対する規定はないが、現行制度では卸売市場の施設は卸売市場機能に限って認められていることから、例えば東京都中央卸売市場条例では、関連事業者は、流通補完業務、物販・飲食業務、加工・サービス業務とされており、卸売市場運営の補完機能とされている。
- ② 新制度では、多様化の取り組みを各卸売市場の考えでできる。業種がより多様化し、工夫次第で卸売市場活性化に役立つ機能を持てる。
- ③ ただし、卸売業者、仲卸業者の取扱品目の拡大による関連事業者との競合関係等については、各卸売市場での設定による。

## 7 これからの卸売市場像の提起

### (1) 認定制卸売市場で今後大きく変わる可能性

- ① 筆者が講演の場である花き生産者から、「豊洲市場が開場したら、たくさんの来場者が

---

---

あるので、そこに花きを持っていってもいいのか」、「豊洲市場に生産者の直売所を設けて、そこで売ってもいいのか」という質問をされた。花きを扱う体制（場所、設備、人員）を整えて開設者が認めればOKと回答した。

- ② 青果・水産の大型卸売市場では、たくさんの買出人が集まる。青果か水産の卸売業者が花きも扱うと言い出すと、花き単独市場への影響も懸念。花き市場側としては専門性を高める、市場開放で花きのファンを増やす、総合市場に進出するなどの対策が必要となる。

## (2) 卸売市場の施設更新には課題残る

- ① 現在の使用料は、何十年も前に建設したときの建設費が元で計算されていて、いまではまともに計算すれば数倍に上がっている。そうになると、ほとんどの入場業者が経営困難化するので反対が起き、使用料値下げ要請が出されるケースがほとんどである。その要請を承諾すると、公設卸売市場では、値下げした分を自治体が負担することになり、それを税金などの公的資金で補填することになるが、福祉関係の予算が膨らむ中で卸売市場にそのような公金を使うことは許されなくなってきている。
- ② 規模を縮小するか、多機能化で卸売市場運営の資金の確保を図るか、民営化の方向に行くのか、卸売市場の施設投資がこれからの卸売市場のあり方の最大の問題である。
- ③ 将来的には市場企業が内部留保を増やすなどの経営力をつけて、自主的な施設整備の構えも必要である。

## (3) 卸売市場は全方位型であるべき

- ① 国は卸売市場法の一部改正の目的として、「卸売市場は食品等の流通において生鮮食料品等の公正な取引の場として重要な役割を果たしている」としている。わが国の卸売市場はできるだけ多くの分野の需要者への円滑な生鮮食料品等の提供を目指すべきであり、卸売市場内の組織である卸売業者、仲卸業者はそのために全力を挙げるべきである。需要者の状況によって、仲卸業者が可能な分野は、差別的取扱いの禁止規定により、できるだけ仲卸業者が扱うのが望ましいが、手が届かない部分については卸売業者も協力することで全方位型に迫るという基本方針を、各卸売市場における全体合意の基本とするべきである。これは仲卸業者が行う直荷引についても立場を逆にして同じことがいえる。
- ② 全方位型卸売市場の高度化が目標。消費者の買い物先の小売形態は、青果、魚でスーパー7割、一般小売商1割、その他2割が現状と推察。それに業務用需要をプラスしたすべての需要への対応をめざす。
- ③ 全ての需要者への対応に適合した体制を進めて行く。卸売業者と仲卸業者が競合する部分は競争と調整の両面から対応する方向に意識を変える必要あり。

---

---

#### (4) 物流と情報のあり方について

- ① 全国的な視野での物流拠点市場機能の強化が必要。集荷力が弱い他市場への集荷支援機能の強化による地域的水産卸売市場の存続支援が、卸売市場の全国的機能の維持のために必要である。地方の卸売市場は、もし集荷力が弱ければ拠点市場との連携などの視点も重要である。
- ② 情報拠点機能の強化も重要。青果では大田市場に全国の県、県段階出荷団体の事務所が集中している。流通企業の事務所もある。このような生鮮品流通情報集中機能が、産地、卸売市場、小売側にとって重要。水産では築地市場でもこのような機能は存在していないことが課題である。
- ③ 通過物についてどうするかのしくみについて、今後、国がなんらかの方針を示さない場合は、開設者がシステムを構築する必要がある。青果の大田、水産の築地・豊洲への集中度が高い。花きには共同荷受けシステムもある。これらを総合的に検討することが必要である。
- ④ 認定制では、卸売業者と仲卸業者の競合について国は差別的取扱いの禁止による制限以外はこれに何も答えてくれない。開設自治体も裁定に困るだろう。流通変化が背景なので卸売業者、仲卸業者とも競争と連携の両立を受け入れて、流通の新事態に積極的に対応する姿勢を基本とする必要がある。

#### (5) 卸売市場経由率向上の取り組み

- ① 全国の卸売市場業界挙げて、卸売市場経由率の回復を目指すべきである。
- ② そのために、全国的拠点市場を中心として市場業界が資金を出し合い、専門的組織（研究部門と普及活動部門）をつくって、生鮮食料品・花きの消費・販売拡大を目的とした活動拠点をつくる必要がある。特に生産・流通の減少傾向が目立つ水産部門においては、魚価回復、などによる、わが国水産業の復活（漁業生産の減少の歯止めと増加）、魚食普及による国民の健康の増進と食生活水準の向上、小売業を始めとする水産関連産業の振興に資する機能をつくるべきである。青果、花き等の他部門もそれに準じた活動が卸売市場活性化のために必要。

#### (6) 公設卸売市場運営形態のバリエーション

- ① 完全な公設公営制の運営体制では、「各卸売市場による取引ルール等の設定」における指導力に不安が残る場合もある。完全な公設公営体制の見直しという視点も、新制度への移行を機に検討する必要がある。
- ② 公設卸売市場においては、各市場企業の経営独自性を前提としているので、まとめるのが大変で、総論賛成各論反対となりかねない。すると有効な経営計画が立たない。これが公設卸売市場の課題。
- ③ 民設卸売市場は多くの場合、卸売業者が開設者なので運営における指導力発揮は容易。

---

---

筆者はこれを、兵士の槍の先の方向がそろっていて強力な戦闘力を持つ軍隊（民設卸売市場）と、穂先の方向がバラバラで、多方面を向いてはいるが突破力が弱い軍隊（大市場以外の公設卸売市場）に例えている。

- ④ 公設制でもできるだけの企業化を進める検討が必要。例えば全卸売業者の出資による市場運営（一定規模までの施設整備を含む）を開設者から受託するなど。指定管理者では開設自治体の一部業務の下請けだけで、卸売市場全体を改革するリーダー力がまったくなく、役に立たない。新制度を機に指定管理者制度の導入を検討している公設卸売市場は、再考した方がよい。
- ⑤ 公設卸売市場の民営化は容易ではない。本当の民営化は、企業が公設卸売市場を土地施設ごとそっくり買収。企業が開設者となって、入場企業の入退場権を持つ形態である。この場合は完全民営化で民設卸売市場と同じになるが、地価が安いところならともかく、一般的には買収金額が巨額となり、新潟県の長岡青果地方卸売市場以外に、筆者が把握している例はない。それ以外では、企業が自治体が所有する卸売市場の土地を、卸売市場機能を確保することを条件に賃借し、卸売市場もつくるが、それ以外の余地の活用による利益追求という方式がある（神奈川県藤沢地方卸売市場など）。開設自治体は卸売市場運営から撤退して民営化し、入場している市場企業は無料で市場を使用する方式はすでにいくつかの実施例がある。この方式では、それ以降の施設メンテナンスは利用者がすることになるが、施設が使用できなくなったときに卸売市場終わりとなるので長期継続性がない。自治体が手を引く最後の手段と言えるが、卸売市場活性化の期待は確実ではない。

#### (7) 民設卸売市場ではどうなるか

- ① 基本的には自力での開設運営なので、民設卸売市場のオーナーである卸売業者は、自前で資金調達し、融資があれば返済しながら継続している。そのための利益確保が命題で経営のしたたかさがある（背水の陣）。公設卸売市場では、入場業者は使用料を支払っていれば入場していられ、卸売市場の運営維持については関わらなくてすむので、民設卸売市場の「背水の陣」という立場ではない。
- ② 民設卸売市場は採算が取れなくなったら即廃業となる。一方、公設卸売市場では、自治体がなんとか支えるのでなかなか閉鎖とはならない。民設卸売市場は、一般に土地が狭く、施設も低コストで設置し、社員配置も合理的に工夫している。それで中央卸売市場を含めても上位の取扱規模の卸売業者が数社あることは、公設卸売市場側としては見習わなければならない。
- ③ 認定制による施設・運営・取扱品目の柔軟化で、大型企業による卸売市場への進出の可能性もある。大型企業が公設市場をそっくり買収すれば、強力な経営指導力を発揮し、強力な存在になる可能性もある。いまは新規卸売市場の開設は想定しにくいといわれるが、多様化の中で、このような動きが出ることは、筆者は十分可能性があると思料して

---

---

いる。

(8) 「新陳代謝ができるルールの設定」について

卸売市場をひとつの経営体と見て、経営不振の卸売業者や仲卸業者の入れ替えができるしくみにより、卸売市場活性化を狙う。具体的には以下の案など。

- ① 今は卸売業者、仲卸業者の入場資格には期限がないが、期限制にして、期限が来たら再度審査をして継続かどうを決める。その基準は各市場において定める。開設者が認定申請したときの資料を修正して申請し直せばできることで、そのための規定も新法にある。
- ② 卸売市場内で取引をする卸売業者と買受側業者は、お互いに文書での取引契約を交わすことにより、事故などを防ぐことを制度化する。現行制度では、開設者が仲卸業者や売買参加者を許可・承認するので、卸売業者にとっては取引相手先があてがい扶持となっている。取引先を一方的に指定してきて、取引しなければ差別的取扱いの禁止に抵触するという現行制度は、企業同士の取引のあり方としてはおかしい。
- ③ 卸売市場経営の活性化として使用料のしくみを面積割から売上高割中心に変更する。デパートの食品売場では老舗ブランドの店舗が並んでいるが、デパートは売場の場所貸し業という位置づけになっている。売上高割使用料が基本のようで、店舗の売上げがデパートの収入に直結するので、営業成績が悪い店舗は入れ替えをする。卸売市場の開設運営を経営という視点から見れば、より使用料収入が上がる方策を考えることが、ひいては卸売市場全体の活性化につながるという視点もこれから重要である。新制度で認定制卸売市場となることにより、施設設置の自由度が大幅に拡大して工夫の余地が大きくなることを活かす必要がある。売上げ成績が悪い業者の退場と入れ替えをする動機付けとして、使用料を売上高割り使用料とすることは、実行可能な卸売市場においては有効な手段である。新規入場企業の目途がつかない卸売市場においては有効ではないが。

(9) 中央卸売市場の線引き基準としての「一定水準以上の規模」の考察

単なる画一的な数字的線引きではなく機能による分類の私案である。

> 地方卸売市場<

- 第1種 地元に着した集荷と販売機能
- 第2A種 県内ではある程度広域の存在感がある

> 中央と地方の混在<

- 第2B種 県内では中核だが、県外への進出は少ない

> 中央卸売市場<

- 第3種 県外に進出し、広域的な拠点機能を持つ
- 第4種 全国的な集散の拠点機能を持ち、第1種～第3種の卸売市場の集荷支援



---

---

機能も強力に担っている。卸売市場の核として重要

一律的な数字で線引きすると、人口の多い首都圏のようなところと、地方とでは実態が異なってくる。地方では比較的規模が小さくても地域の拠点機能を担っており、中央卸売市場相当という場合も多いので、機能という概念的は仕分けとする方が、中央と地方の区別の目的にかなうことになると思料する。

なお、現行制度では第8次方針以来、部類ごとに中央卸売市場で衰退傾向が見られる部分について地方化という措置をとった。そのために、同一卸売市場で部類により中央と地方が混在するというような不自然なことが起きた。今回の認定制では、開設者単位で中央か地方かを仕分けするので、中央か地方化はどちらかひとつになるのではないかとこれは筆者が考えていることである。実際には、秋にもはっきりする細則の決定で判明する。

## 8 全農改革と卸売市場

### (1) 全農改革と直接販売

- ① 全農改革として、実需者への直接販売目標が設定され、米の9割、青果物の55%とすることを全農が昨年3月に決定した。
- ② 直接販売比率を逆に読むと、卸売市場への出荷比率は最大でも45%となる計算である。実際には青果卸売市場の65%が農協からの集荷で、比率は高く、重要な出荷者である。それが20%も減るのでは卸売市場にとっては由々しき問題である。
- ③ 農協は、実需者（多くはスーパー）と直接交渉する力量には課題がある、直接販売比率を上げるという政策は、全農にとっても卸売市場にとっても重荷となっている。
- ④ その解決策として、卸売業者の農協からの買付集荷も直接販売にカウントできるとなれば双方にとって助かる。これは認められていると考えている。
- ⑤ 卸売業者の買付集荷の増加による経営への影響の懸念があるが、卸売市場出荷が減るよりましである。農協側も、スーパーの対応は厳しい。規格を厳格に言ってくる／納品時間等もうるさい／欠品をするとペナルティを科す。卸売市場とはこれまでどおりの関係を望む声が大多数。
- ⑥ 農協の直接販売拡大には困難が伴うし、結局、卸売市場が農協系統団体と連携してお互いのメリットがある方式の追求が現実的である。
- ⑦ 今後の産地と卸売市場の関係は、大規模ブランド品は、販売力ある卸売業者へ出荷できる。ただし全国の産地との競争が激しい。地元で卸売業者と提携して、ブランド品（付加価値品）を開発し、それが市場価値があれば、地元卸売業者を通じて広い範囲に転送できる。卸売業者が、ブランド品を開発し、県内で販売している例もある。
- ⑧ 減農薬、伝統野菜、高機能性などの付加価値品で、市場ではセリでなく、相対取引で高めの価格を維持している。
- ⑨ 今後の産地と卸売市場の関係について、大規模ブランド品は、販売力ある卸売業者へ出

---

---

荷できる。ただし全国の産地との競争が激しい。地元で卸売業者と提携して、ブランド品（付加価値品）を開発し、それが市場価値があれば、地元卸売業者を通じて広い範囲に転送できる。卸売業者が、ブランド品を開発し、県内で販売している例もある。減農薬、伝統野菜、高機能性などの付加価値品で、市場ではセリでなく、相対取引で高めの価格を維持している。これらの工夫による創意的な産地と卸売市場の関係をつくっていく可能性は、認定制によって増したといえる。そのように考えて、新制度に前向きに対応していただきたい。

卸売市場政策研究所・代表・細川允史（ほそかわまさし）

ホームページは「卸売市場政策研究所」で検索可

メールアドレス：hosokawa-kotta-8751@pluto.dti.ne.jp

**【参考文献】**

細川允史編『新制度卸売市場のあり方と展望』（平30.2.2筑波書房刊750円＋税）

細川允史著『激動に直面する卸売市場』（平29.2.1筑波書房刊）2000円＋税）

平成 29 年度 第 2 回先進事例見学会の概要

## 神戸市中央卸売市場東部市場 加工場・冷蔵庫棟 ～ コンパクトで時代に適合した機動性のある卸売市場の実現 ～

神戸市中央卸売市場東部市場の加工場・冷蔵庫棟が平成 29 年 7 月に新設されました。施設のコネプトは「コンパクトで時代に適合した機動性のある卸売市場の実現」で、特徴として①施設のコンパクト化、②コールドチェーンの推進・加工機能の強化、③スマートマーケット（クリーンエネルギー）の 3 点を掲げ、品質保持と実需者ニーズに即応できる付加サービスを強化し、市場の取扱数量の増加を目指しています。

今回の先進事例見学会では、東部市場の新施設を見学させていただくとともに、甲南漬資料館を見学してから森永乳業(株)神戸工場で体験学習を行い、さらに(株)神戸港国際流通センター（K-DIC）の施設見学をさせていただきました。その概要について、以下にご報告します（見学日：平成 30 年 2 月 8 日（木）9：00～16：00、参加人数：18 名）。



東部市場：加工場・冷蔵庫棟の外観

### ◆ 東部市場 新加工場・冷蔵庫棟の概要

新加工場・冷蔵庫棟は、食の安全や今後の卸売市場の施設要求に対応するため、Compact と Cold と Clean の 3 つの C を実現しています。

はじめに Compact について、場内に分散して建つ冷蔵施設等を集約し、卸売場と仲卸店舗に隣接しており、商品の速やかな運搬やスムーズな運び出しが可能となったことで、

鮮度を保って出荷することができるようになっていました。次に Cold ですが、施設内は通路も含めて温度管理されており、冷蔵庫はそれぞれの取扱物品に合わせた温度設定となっています。また、荷物を運び出す際には「シートシャッター」と「ドックシェルター」により施設内から冷気を逃すことなく直接トラックに積み込みが可能になりました。最後に Clean については、屋上には太陽光パネルを 390 枚設置しており、再生可能エネルギーを活用することで、場内の省エネルギー化を進めています。また、屋上の一部を緑化し環境にやさしい市場施設を実現しています。

所在地	神戸市東灘区深江浜町 1-1	構造・規模	鉄骨造平屋建
敷地面積	103,485.14 m <sup>2</sup>	延べ面積	9,617.91 m <sup>2</sup>
青果大型加工場	延べ面積：2,264 m <sup>2</sup> （加工エリア 5℃で加工可能）		
冷蔵庫（天井高：4.5m）	青果	5℃ 55 区画（15 m <sup>2</sup> ）／5℃ 1 区画（200 m <sup>2</sup> ）	
	水産	-20℃ 17 区画（20 m <sup>2</sup> ）／-15℃ 5 区画（20 m <sup>2</sup> ）	
加工場（天井高：3.5m）	青果	15℃ 6 区画（60 m <sup>2</sup> ）	
	水産	15℃ 2 区画（96 m <sup>2</sup> ）	
共用部分ほか	外部庇（高さ：5.5m）、内部天井（高さ：4.5m） ドックシェルター：6 基、プラットフォーム：4 基 高速シートシャッター：16 基、施設内通路：15℃		

施設の概要



冷蔵保管庫



見学後の質疑応答の様様

施設見学後に会議室に移り、東部市場の開設者の方に改めて施設概要をご説明いただきました。新施設の稼働直後はトラブルを伴うものですが、現状では大きなトラブルもなく順調に稼働しているとのことでした。

## ◆ 甲南漬資料館

東部市場の施設を見学した後、神戸市東灘区にある甲南漬資料館へ移動して、そこで昼食となりました。甲南漬資料館は高嶋酒類食品㈱が運営しており、建物は国登録有形文化財に指定された旧社長宅だそうです。海外からの調度品を集め、建物全体が昭和初期のハイカラ建築としての見所が沢山あり、また館内には、奈良漬の歴史や、奈良漬の主原料である酒粕の主な産地「灘五郷」との関わりを説明する資料、そして高嶋酒類食品㈱の140年にわたる歴史やみりん作りに関する道具を展示してありました。



甲南漬資料館の外観



昼食に出すご飯を毎日炊いている釜戸



館内の展示風景

## ◆ 森永乳業(株) 神戸工場

昼食後は神戸市灘区の森永乳業の神戸工場へ移動して、工場見学をさせていただきました。まず、スタッフの方から工場についての概要説明を受けて、その後は、牛乳・乳製品ができるまでの工程（VTR）を見てから、スタッフの方の案内で実際に製品が製造されているところを大きなガラス窓の見学通路から見学しました。最後にチーズ作りの体験学習を行って、神戸工場をあとにしました。



見学会参加者の集合写真



森永乳業のスタッフの方の展示物説明

### ◆ (株)神戸港国際流通センター (K-DIC)

森永乳業の神戸工場からは最後の見学先である神戸港国際流通センター (K-DIC) へ移動しました。神戸港国際流通センターは西日本最大の大型物流施設で、21世紀型の国際物流施設としての役割を担っています。施設内には常温 (普通)、冷蔵、定温、加湿、くん蒸、流通加工施設があり、あらゆる貨物に対応できる能力、設備を備えています。

特に輸入貨物増進を目的として、輸入貨物の取扱いが効率よく行える設備を有しており、貨物取扱量は年間約 100 万トン、取扱貨物は農産物、畜産物、冷凍水産物、衣料、電気製品、自動車部品等で、施設利用会社は(株)上組、川西倉庫(株)、(株)住友倉庫、(株)日新、日本通運(株)、三井倉庫(株)、三菱倉庫(株)の7社となります。

当日は、最初にパンフレットやVTRで施設・設備の説明を受けた後、普通、定温、 $-25^{\circ}\text{C}$ の冷蔵倉庫の庫内を見学させていただきました。



神戸港国際流通センターの外観



施設見学の模様

## 寝ながら学ぶ EDI

こんにちは。事務局の田中でございます。今回もまたざっくばらんな内容となりますので、どうかお気軽に読み飛ばしてください。

さて、皆さんは「ゴルディロックスの原理」をご存知でしょうか。「三匹の熊」という童話（我が国ではあまり馴染みがないかもしれませんが）の中に、ゴルディロックスという名前の少女が登場し、森でクマの家を見つけます。誰もいないので入ってみると、テーブルの上にお粥が置いてあり、1つ目のお粥は「熱すぎる」。2つ目の「冷たすぎる」。3つ目の「ちょうどいい」ので、全部飲んでしまう。次に眠たくなったので寝室に行ってみると3つのベッドがあり、1つ目のベッドは「固すぎる」。2つ目の「柔らかすぎる」。3つ目の「ちょうどいい」ので、そこで寝込んでしまう。そこにクマが戻って来て…というようなストーリーなのですが、この童話が世界中でよく知られていることから、「ちょうどよい加減」を示すのにゴルディロックスという言葉が使われます。ちなみにゴルディロックス (Goldilocks) は「金髪」という意味で、gold「金」+ lock「髪」からきています。

最近よく耳にするゴルディロックス経済とは、「インフレを起こすほど熱くなく、不況になるほど冷めていない、ほどよい理想的な景気」を指しており、「適温経済」と訳されることもあります。ゴルディロックス経済の特徴は、低インフレで、長期金利の低位安定、資産価格の上昇、金融政策スタンスの緩和傾向維持、などが挙げられ、ここ数年の世界経済の現状とマッチしていました。

ところが、年明けから株式市場は波乱含みで、東京もニューヨークもマーケットは連日乱高下を繰り返しており、ボラティリティが高い状態が続いています。ちなみに「ボラティリティ (Volatility)」は、「落ち着きがない」「移り気」という意味で、マーケティング用語では「値動きの荒さ」を表します。ボラティリティと関連の深い「VIX (ビックス) 指数」も経済紙面などでよく見かけるようになりましたが、VIX 指数とは「ボラティリティ・インデックス (Volatility Index)」の略称で、アメリカの CBOE (シカゴ・オプション取引所) が、アメリカの主要株価指数「S&P500」を対象とするオプション取引の値動きを元に算出・公表している指標です。VIX 指数は投資家の恐怖心理を示すパラメータとして有名で、通常、この数値が高いほど投資家が相場の先行きに不透明さを感じていると考えられています。

なお、オプション取引とは、予め定められた期日に特定の商品（原資産）を現時点で取り決めた価格で売買する権利の取引のことです。先物取引が「現物」の売買契約なのに対し、オプション取引は「権利」の取引になります。例えば、金（ゴールド）の購入で考えてみましょう。先物取引が将来400万円で金1kgの現物購入を予約するのに対し、オプション取引の場合は将来400万円で金1kgを購入できる権利を10万円で買うといった具合です。仮に将来、価格が380万円に決定したら、先物取引だと20万円損しても400万円で買わなくてはなりません。

---

---

一方、オプション取引ではその権利だけを放棄して（10万円を損切りして）、現在の相場価格（380万円）で買うという選択ができます。なお、オプション取引には、コール・オプション（買うことができる権利）とプット・オプション（売ることができる権利）の二種類があります。

一般的に、オプション市場は株式市場の先行指標であると考えられており、VIX 指数が高ければ（オプション市場のボラティリティが高ければ）、投資家は「将来、相場が大きく動く」と予想していると考えられます。そのため、今回の波乱の一因は、投資家が VIX 指数に振り回されている現状にあると考えられています。そして、さらに注目すべきなのは米国10年債利回りで、これが常に3.0%を上回るようなら、株式投資をするより国債を購入したほうが確実なので、株価は頭打ちになるといわれています。しかし、サブプライムローン問題に端を発したリーマンショック（2008年）当時と比べて、現在はファンダメンタルズもしっかりしており、ボラティリティが高い状態が暫く続いても、世界経済が大きく崩れることはないというのが大方のエコノミストの見立てのようです。

ただし、ウゴ・チャベス亡き後の南米ベネズエラだけは全くの例外で、後継者のニコラス・マドゥロ大統領の失政により、年率700%以上ともいわれるハイパーインフレに見舞われています。そのため、現地通貨のボリバルは最早ただの紙屑となりつつあり、唯一の収入源である原油産業にも大混乱が生じている状況で、デフォルト（債務不履行）が目前に迫っているといわれています。

それと比べれば我が国の経済状況はずっと平穏だと思われませんが、人口減少で将来の年金が当てにならず、老後の資金は自分で用意しなければならないといわれる昨今、株式市場が混乱して金利も底にへばりついているような状況で、我々は一体何に投資したらよいのでしょうか。「金持ち父さんシリーズ」のロバート・キヨサキ氏は、ラットレース（働いても働いても一向に資産が貯まらない状態）から抜け出すための処方箋として、借金による不動産投資を勧めています。現在のような低金利時代には借金をするのが合理的で、負債＝資産と考えて、投資による税控除をフル動員（節税）して資産を増やすのが正解というわけです。

ところが、この例に倣ったのかどうか知りませんが、今「シェアハウス投資」が大問題になっています。トイレや浴室が共用のシェアハウスに投資すれば家賃保証が得られると誘われた人たちが、銀行から1億円前後を借金して投資したのに、約束通りに家賃が支払われない事態に陥っているのです。問題になっているのは会社が一括で借り上げる「サブリース」と呼ばれる物件で、オーナーの借金で不動産会社がシェアハウスを建築し、借上げから入居者募集や管理に至るまで一括で担っています。その際、オーナーには家賃保証があり、定額の賃料が長期間入るといふ触れ込みだったようですが、やはり甘い話には気を付けなければいけません。

確かに資産を増やすことも大事ですが、もっとも確実なのは「健康」と「教育」への投資ではないかと私は思います。いくら大金持ちでも、まず健康でなければ人生面白くないし、病気になったら働けずお金も掛かります。健康への投資といっても、高価な健康食品やサプリメントの購入を勧めているわけではなく（この分野も怪しい商品が沢山あるので要注意です）、食事と睡眠をしっかりととり、適度な運動を欠かさないなど規則正しい生活が重要なのはいうまで



---

もありません。

そのため、「医食同源」(日頃からバランスの取れた美味しい食事をとることで病気を予防し、治療しようとする考え方)や「身土不二(しんどふじ)」(地元の旬の食品や伝統食が身体に良いこと)といった教えを範として、日々の食事は多少値が張っても品質のよい旬の素材を用いたものを適量摂取することが望まれます。睡眠についても、自分の好みにぴったり合った寝具を妥協せずに選び抜き、時間通り毎日ぐっすりと眠りたいものです。何と云っても人生の2～3割は睡眠時間に費やすのですから。また、運動については、手軽に始められるランニングや水泳を私はお勧めしますが、全く運動が苦手という方は、普段の階段の上り下りや、料理や洗濯、掃除といった家事も運動と考えて、意識して日常生活に運動を取り入れてみてはいかがでしょうか。

一方、「教育」への投資ですが、子供の教育はもちろんのこと、自分の「リカレント教育」にも十分に時間とお金を掛けたいものです。リカレント教育とは「学び直し」のことで、本欄で以前ご紹介したリンダ・グラットンの著書「LIFE SHIFT (ライフ・シフト)」のテーマにもなっています。生業を継続して人生100年時代を生き抜くために、多くの人は一生涯学び続けなくてはならないのです。

東京の郊外にある生家の周りは、40年程前は茶畑や桑畑ばかりだったのですが、徐々に住宅が増えてきて、今やすっかり住宅街となりました。そこに最近また変化があらわれ始め、フェラーリやベントレーといった高級車を所有する家をちらほらと見かけるようになりました。そのように身近に格差を実感して、今回はその要因の一つとも思われる投資について少し考えてみました。私としては、たとえ金持ちにはなれなくてもそこそこハッピーに暮らせていける、それこそゴールドロックスな生活を送れたら満足で、後半は偉そうなことを縷々書き連ねてしまいましたが、これを実践できるかどうかはまた別問題です。これを実践するには相当な意志と才能も必要ではないかと、言い訳めいて考えている次第であります。

生鮮取引電子化推進協議会 事務局  
田中 成児

---

---

## インフォメーション

### 平成30年度第1回理事会および通常総会の開催について

平成30年度第1回理事会および通常総会を下記のとおり開催することとなりましたので、ご出席くださいますようお願い申し上げます。

また、通常総会終了後に、東京海洋大学の湯川剛一郎教授による特別講演会を開催いたしますので、併せてご出席くださいますようお願いいたします。

#### 記

1. 開催日 平成30年6月18日（月）
2. 場 所 浜松町東京會館  
東京都港区浜松町2-4-1 世界貿易センタービル39階  
TEL：03-3435-2611（代）
3. 理事会：パールルーム（11：30～12：30）  
議 題 （1）平成29年度事業報告及び収支決算報告  
          （2）平成29年度繰越金の処分  
          （3）平成30年度事業計画及び収支予算  
          （4）役員の補欠選任について  
          （5）その他
4. 通常総会：ゴールドルーム（13：00～15：30）
  - （1）第1部 総 会（13：00～13：50）  
議 案 ① 平成29年度事業報告及び収支決算報告  
          ② 平成29年度繰越金の処分  
          ③ 平成30年度事業計画及び収支予算  
          ④ 役員の補欠選任について  
          ⑤ その他
  - （2）第2部 講演会（14：00～15：30）  
演 題：よく分かる HACCP 導入のポイント（仮題）  
講 師：東京海洋大学 先端科学技術研究センター  
          食品流通安全管理専攻 教授 湯川 剛一郎 氏

# 100店舗からの注文 らくうけーるなら 1人で対応できるんです!!



生鮮流通分野の長年のノウハウを活かし  
受発注業務の効率化をクラウドサービスで実現!

快適社会創造本部 流通システム事業部  
クラウド事業室 Tel:045-505-8981

↓ 今すぐアクセス ↓

[www.rakuuke.com](http://www.rakuuke.com)

無料お試し  
できます!



生鮮品流通のインフラを支える  
JFE エンジニアリング 株式会社



受発注クラウドサービス  
らくうけーる



業界初  
その時々で使い分け  
1台3役、すばやく変身!

### セミセルフ

店員さんが  
商品登録をしている間に  
お客さまがお支払い



### フルセルフ

お客さまが商品登録から  
お支払いまで

### セルフ精算機

もう1台のレジから  
登録データを受信し  
セルフ精算機にも

スピーディー 衛生的 違算ゼロ

# HappySelf

省スペースで小規模店舗にも設置可能。  
お店の混雑状況や店員さんの配置状況に合わせた  
柔軟な運用切替で人手不足に対応します。



※「HappySelf」は株式会社寺岡精工の登録商標です。

株式会社 寺岡精工

お客さま窓口 0120-37-5270 (土・日・祝日を除く 9:30~17:30)

# 流通BMS協議会

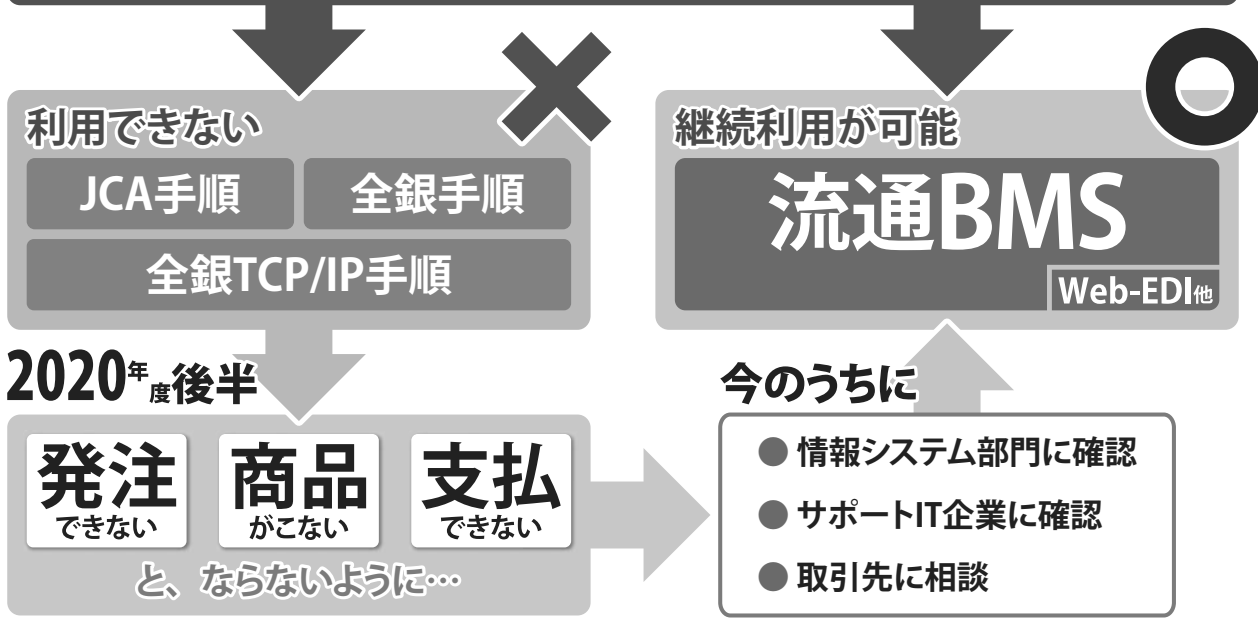
流通システム標準普及推進協議会



## 今のままのEDIで大丈夫?

### 2020年度後半より商品がいつも通り入荷できない可能性があります!

- JCA手順で通信手段として利用している公衆回線網をIP網に移行するとNTT東日本・NTT西日本が発表
- NTT東日本・NTT西日本と他事業者との接続を2020年度後半より順次IP網に切替える予定と発表



- 業務の効率化、経営の見える化を実現するための基盤
- 業界全体で使うと決めて統一したEDIは流通BMSだけ!

## EDIは流通BMSで決まり!!

流通BMS協議会 事務局  
一般財団法人 流通システム開発センター  
T 03 5414 8505 E ryutsu-bms@dsri.jp  
www.dsri.jp/ryutsu-bms  
All Contents copyright© Supply Chain Standards Management & Promotion Council

※本フライヤーは2017年7月時点の情報を基に作成しております。

# 株式会社サイバーリンクス

サイバーリンクスは、基幹業務から分析まで、流通小売業の業務フローに必要なシステムをクラウドでご提案し、最適な流通 SCM(Supply Chain Management)をサポートします。

## <@rms(アームズ)生鮮 EDI>

今回ご紹介させて頂く当社の生鮮 EDI は、生鮮標準コードを活用し生鮮部門の EDI 化を実現します。発注業務だけではなく、日々の利益管理が出来るシステムです。中小から大手小売業様まで抱えている問題点を生鮮業務に特化したサイバーリンクスのクラウドサービスが解決します。



導入実績 **55** 社  
(2018年3月時点)

取引先 **2,000** 接続以上

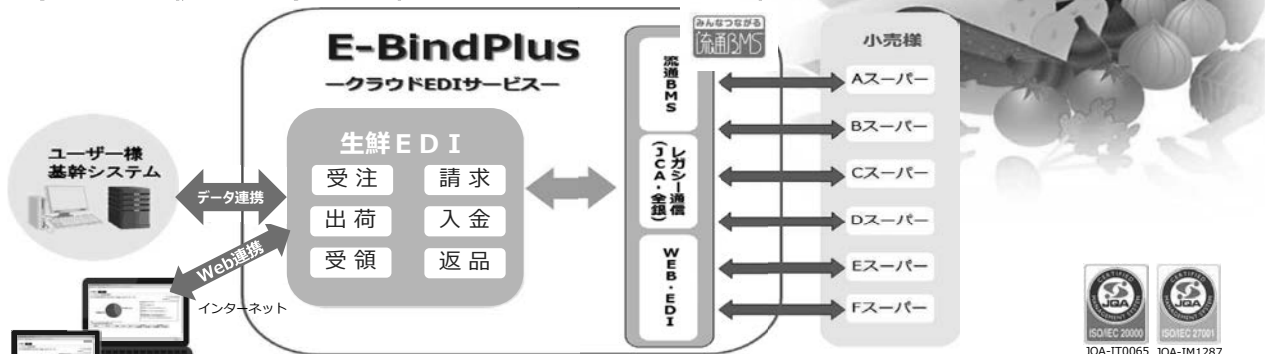
# E-BindPlus — クラウドEDIサービス —

イーバインドプラス



“生鮮食品の受注～入金業務は煩雑で面倒” という課題を解決します！

- 小売様とのEDI取引を簡単かつ早期に実現
- 小売様の様々な通信手順(流通BMS・JCA手順・WEB-EDI)に対応
- 複数の小売様に対して統一したWeb画面で作業が可能 (Webタイプをご利用の場合)
- サーバ購入、システム構築といった初期投資が不要 (Webタイプをご利用の場合)
- 充実した作業帳表、統一伝票、小売様指定帳票に対応 (Webタイプをご利用の場合)
- 導入時の手続きから導入後の問い合わせまで万全なサポート体制



イーバインドプラスなら安心してお取引ができます！

- \* ISO20000 : ITサービスマネジメントシステム国際認証規格取得
- \* ISO27001 : 情報セキュリティマネジメントシステム国際認証規格取得

商品・サービスについてのお問い合わせは

イーサポートリンク(株) 営業部

TEL : 03-5979-0699

受付時間 平日(月曜日～金曜日) 9:00～17:45

ホームページ <http://www.e-supportlink.com>



生産者から生活者まで、想いを届ける  
皆さまのベストパートナーを目指して！



サービス紹介動画 <https://www.youtube.com/watch?v=NIQKJP7vQSE>

## 編集後記

- ▶ 先月、第2回先進事例見学会を開催し、神戸市中央卸売市場東部市場に新しくできた加工場・冷蔵庫棟を見学させていただきました。さらに、今回は甲南漬資料館の見学と森永乳業(株)神戸工場での体験学習に加え、(株)神戸港国際流通センターの施設見学も行いました。ご協力いただいた各社ならびに参加者の皆様方に心より感謝申し上げます。
- ▶ 第2回生鮮取引電子化セミナーを北九州と東京と名古屋で開催しました。本セミナーでは「今後の制度変更にもなう生鮮取引のゆくえ」というテーマを掲げ、新税制・通信インフラ変更に伴う流通 BMS の最新動向や、新法施行後の卸売市場のあり方についてご講演いただきました。当日ご講演いただいた講師の皆様ならびに会場にお越しいただいた参加者の皆様はこの場を借りて御礼申し上げます。
- ▶ セミナーでご講演いただいた卸売市場政策研究所の細川代表に、講演テーマであった「新制度における卸売市場のあり方と展望」について、本号に特別寄稿していただきましたので、こちらも是非ご一読ください。
- ▶ 平成30年度の第1回理事会および通常総会を6月18日（月）に浜松町東京會館（東京都港区）で開催することとなりました。また、今回は通常総会終了後に東京海洋大学の湯川教授による特別講演（「よく分かる HACCP 導入のポイント」）を企画しております。会員の皆様方には追って開催案内をお送り差し上げますので、万障お繰り合わせの上ご出席くださいますよう、何卒よろしくお願い申し上げます。

（トンボ）

## 生鮮取引電子化推進協議会会報

第79号 平成30年3月発行

発行所 生鮮取引電子化推進協議会

〒101-0032 東京都千代田区岩本町  
3丁目4番5号 第1東ビル6F

(公財)食品流通構造改善促進機構内

TEL：03-5809-2867

FAX：03-5809-2183

発行責任者 事務局長 織田哲雄

印刷所 株式会社 キタジマ