

## (2)市場経由率低下に想う

生鮮食品流通における卸売市場経由率が、食肉を除いて軒並み低下していると報じられています。これまでも比較的高い市場経由率を誇っていた花卉も落ち込みを示しており、水産物は過去最低の水準となってしまったと云っています。その要因については一口に消費者の野菜離れや魚離れなどが云々されますが、末端消費の買物行動が無駄なものを買わないスタイルになってしまったなどの面ばかりでなく、大型の業務筋による産直・契約取引など市場外流通の増が大きく影響しているでしょう。そして、08年の中国製冷凍ギョーザ事件で激減した輸入食品も景気低迷などから息を吹き返していることも見過ごすことはできません。

青果物市況も日照不足など気象条件に作用されての一時的（短期的）な乱高下が癒えた後は、市況低迷の状況が続いて卸売各社の売上高も3年連続して前年割れとなって、経営環境が危機的なまでの市場も出るのではないかとの噂話も聞かされるほどになってきました。消費不況などで厳しさが増している小売業を始めとする川下でのバイイングパワーは非常に強いものがあり、一方規模拡大などで力を増している産地との対応へと、間に挟まれた卸は身動きが取れなくなって来ているのかも知れません。特徴的なのは必需品としての野菜には回復力がみられるのですが、嗜好品扱いされている果実には反発力が鈍いことでしょうか。

最近の消費流通での変化はきわめて速く大きなものがあります。従来から行われてきた生産・販売は家庭消費を前提としたものであって、そのままでは業務・加工用として通じないものが多くあります。農林水産政策研の調査による主要野菜での業務・加工用需要の占める割合は90年の50%から05年には55%と流通量の過半を占めながら増加していると云っています。種々の問題・課題を抱えながらも業務筋の需要を無視することは出来ないでしょう。かつてのような絶対性は薄れたとは云いながらも、欧米諸国に較べればまだまだ高い市場経由率を保っています。卸売市場の存在感を誇示する為には、世間の変化に即応出来る体制作りがより重要なことになるのではないのでしょうか。

（鈴木重雄筆）