

インプルーバー

- ① マーケッター
- ② ブリーダー
- ③ 試験場共選所

プロデューサー

- ④ 種苗供給業者
- ⑤ 生産者
- ⑥ 用途別出荷調整業者
- ⑦ 産地デポ物流業者

⑨リテイラー

- (ア)新しい花との生活を提案する《専門店》
- (イ)花の買い物コストを削減する
《花束加工業者・量販店》
- (ウ)あらゆる生活空間に似合う花を提供する
《ホームセンター》
- (エ)買い物時間を削減する
《カタログ・インターネット販売》

消費地ディストリビューター

- ⑧消費地デポとして卸売市場
(出荷者に向く卸売会社・小売店に向く仲卸)

||

- ・オープンシステム
(受託拒否の禁止)
- ・差別的取り扱いの禁止
- ・出荷者への支払いを一義にした決済

(ア)商流

- 1、予約相対(契約取引)
- 2、価値と需給バランスで価値を発見し、
全てを売り切るセリ・相対取引

(イ)物流

- 買参人別・店舗ごとの仕分、配送、
物流加工、倉庫業

(ウ)情報流

- 需給情報、トレンド情報、マーケット情報、
商品企画情報等

(エ)資金流

- 売り手・買い手の決済

卸売市場の社会的存在意義①

◎ 卸売市場の基本的機能

① 集荷・分荷機能

(多種多様な商品を集荷し、迅速かつ効率的に分荷)

② 価格形成機能

(需給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)

③ 代金決済機能

(販売代金の迅速・確実な決済)

④ 情報受発信機能

(需給に関わる情報を収集し、川上・川下にそれぞれ伝達)

卸売市場の社会的存在意義②

◎ 卸売市場に稀有な役割 その1

出荷側、仕入側双方にとってオープンなシステム

誰もがいつでも量の多少に関わらず出荷でき、全量が販売

→安心して生産に専念

誰もがいつでも必要分だけ仕入れ可能

→小売業の寡占度が低い = 消費者に良い仕組み

卸売市場の社会的存在意義②

◎ 卸売市場に稀有な役割 その2

商品の価値と日々の需給関係に応じた価格形成

日本型卸売市場(少数卸・多数仲卸)において可能

→消費者は価格で価値の判断が可能

卸売市場の社会的存在意義②

◎ 卸売市場に稀有な役割 その3

流通コストの縮減に貢献

「卸売市場があるから流通コストが増え、価格が高くなる」
は間違い。

消費者は毎日生産者から直接購入しない

・・・「見えるコスト」と「見えづらいコスト」

卸売市場は委託制度なので、その都度交渉し、

契約しなくても荷が集まる。

卸売市場出荷は大量輸送が可能なので、輸送コストが低い

卸売市場の社会的役割・機能を強化するための卸売市場法の改正点①

第1：品揃え機能の強化

- ・卸売業者が自らの集荷費用で生産者の委託出荷品を受入れることの自由化、圃場で成育中の青果物や花きの買い入れ活動自由化ができれば、品揃え機能の強化につながる。
- ・選別・包装のほとんどは産地で行われているが、これを消費地の卸売市場で行うことができれば、施設の年間稼働率が上がり、コストが下がるだけでなく、卸売市場としては各小売店のニーズに応じた選別・包装を行い、品揃えを一層充実することができる。

第2：早期代金決済機能の強化

早期の代金決済を今後も実行できるようにするために、支払い遅延者に対して公的利子率を適用する等、サプライチェーン全体で早期代金決済機能を強化し、生産者が引き続き安心して出荷できるようにする必要がある。

第3：低コスト化機能の強化

卸売市場はトータル・サプライチェーンにおける流通コストの縮減に大きく寄与しているが、さらなるコスト縮減のために、これまでのように全卸売市場を画一化するのではなく、それぞれの卸売市場の事情に合わせてコスト削減策を取り入れられるような法規制に変えなければならない。もちろん、卸売市場の用地面積の計算方法も、それぞれの卸売市場の必要施設等に対応できる方法を採用する必要があります。

卸売市場の社会的役割・機能を強化するための卸売市場法の改正点②

第4：需給調整（数量調整）機能の強化

今後、価格変動による需給調整機能を保持した上で、需要量に合わせて供給量を変える需給調整機能を高める必要がある。そのためには、卸売業者が日々の販売量を調節できるようにすることや、それなりの規模の保管施設を設置できるようにすること等が必要だ。

第5：品質維持・安全性確保機能の強化

卸売市場では昔から保健所が安全・衛生面のチェックを行っているだけでなく、コールドチェーン化の推進（温度管理の強化）や、花の品質維持検査の実施等を通して、生鮮品の安全性や品質の維持に関して高い注意を払っている。しかし、近年はHACCPシステムに代表されるように、各国の安全性・品質維持に関する国際的な注目度も極めて高いものがある。今後、国が卸売市場経由の輸出に力を入れようとするならば、安全性の確保や品質の維持の観点から、そうした国際的な注目に十分に応えることも必要であると言える。

第6：災害時対応機能の強化

災害時対応機能を制度面・施設面において強化することも、卸売市場法の改正に際し検討すべきだ。

参考：
業界基礎データ
(花研手帳2018より)

<件数>

生産者	60,000戸(推計)
農協数(花き取り扱い)	およそ500(推計)
花き卸売市場数	117市場 119社(H28)
仲卸会社数	336社(H28)
売買人数	約40,342人(H28)

<数量>

国内切り花出荷	37.8億本(H28)
輸入切り花(サカキ・ヒサカキを除く)	12.7億本(H28)
国内鉢物出荷	2.3億鉢(H28)
国内苗物出荷	6.5億苗(H28)

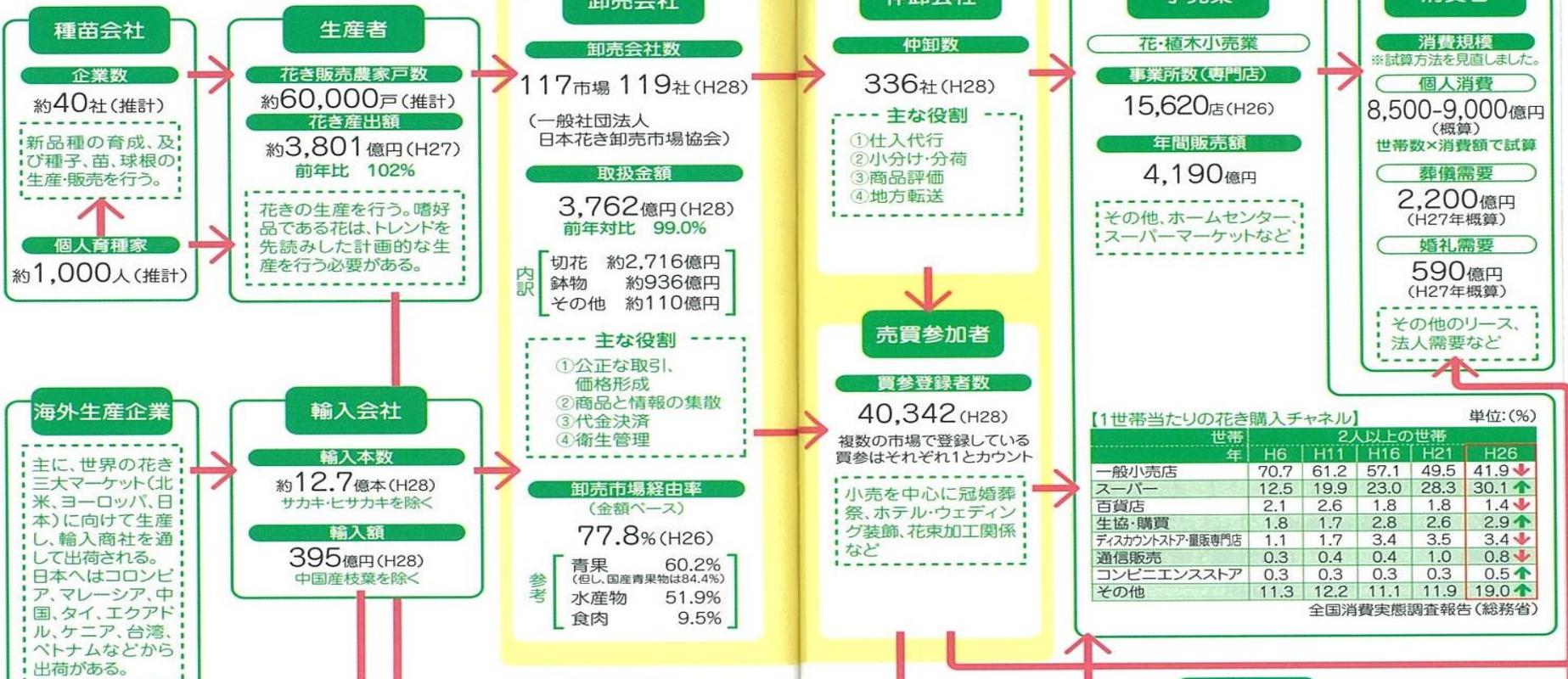
<金額>

国内切り花生産	2,182億円(H27)
国内鉢物生産	959億円(H27)
花壇用苗もの類	302億円(H27)
花木類(根付き)	226億円(H27)
その他(芝、地被植物、球根類)	132億円(H27)
輸入切り花(中国産枝葉、ドライフラワーを除く)	395億円(H28)
卸売取扱	3,763億円(H28)

3,801億円



生産から消費までの流れ



[1世帯当たりの花き購入チャネル] 単位:(%)

世帯年	2人以上の世帯				
	H6	H11	H16	H21	H26
一般小売店	70.7	61.2	57.1	49.5	41.9↓
スーパー	12.5	19.9	23.0	28.3	30.1↑
百貨店	2.1	2.6	1.8	1.8	1.4↓
生協・購買	1.8	1.7	2.8	2.6	2.9↑
ディスカウントストア・量販専門店	1.1	1.7	3.4	3.5	3.4↓
通信販売	0.3	0.4	0.4	1.0	0.8↓
コンビニエンスストア	0.3	0.3	0.3	0.3	0.5↑
その他	11.3	12.2	11.1	11.9	19.0↑

全国消費実態調査報告(総務省)

- データ元
- 社団法人日本花き卸売市場協会「平成28年花き市場流通調査概要」
 - 農林水産省「平成28年度 卸売市場データ集」
 - 農林水産省花木等生産状況調査「平成26年花きの生産状況」
 - 農林水産省「作況調査(花き)平成28年」
 - 植物防疫所「情報統計」
 - 財務省「貿易統計」
 - 経済産業省「商業統計 平成26年商業統計表」
 - 総務省統計局「全国消費実態調査報告」

花き業界データが盛りだくさん