ミニシンポジウム記録 持続可能な漁業産業を支援するための ICT の活用

7. 市場への ICT 導入の効果と課題

金子貴臣

国立研究開発法人 水産研究・教育機構 中央水産研究所

7. Effects and challenges of introducing ICT
to wholesale markets

TAKAOMI KANEKO

*National Research Institute of Fisheries Science, Japan
Fisheries Research and Education Agency, Yokohama,
Kanagawa, 236-8648, Japan*

1. 卸売市場流通を取り巻く情勢

水産物の卸売市場流通においては、現在2つの大きな改革の流れが発生している。1つは、卸売市場制度の改革という流れである。2016年11月29日に「農林水産業・地域の活力創造プラン（改訂版）」に盛り込まれた「農業競争力強化プログラム」では、卸売市場法を抜本的に見直すこととしており、その方針に基づき2018年6月15日に卸売市場法が改正された。同法と一緒に改正された食品流通構造改善促進法では、農林水産大臣が定める食品等の流通の合理化に関する基本方針として、「情報通信技術の活用」という項目が盛り込まれた。

もう1つの流れは、2018年6月1日に同じく「農林水産業・地域の活力創造プラン（改訂版）」で位置づけられた「水産政策の改革」である。漁業者の所得向上に資する流通構造の改革の一環として、物流の効率化、情報通信技術の活用や、産地市場の統合・重点化の推進が盛り込まれている。

この2つの改革は、前者が農林水産省の管轄する消費地市場や卸売市場流通全体を、後者が水産庁の管轄する産地市場を念頭に置いているという違いはあるものの、「生産者のための流通構造改善を目的としてICTを活用する」という点では共通している。ただし、過去の取り組み等から判断して、前者がトラック輸送の効率化やEDI（電子データ交換）の導入等にフォーカスが当たるとみられるのに対し、後者については今ひとつ活用の方向性が明確ではない。研究サイドは、特に産地市場のICTの導入について、現場に役立つアイデアの提示をすること、実装を阻む問題構造を分析していくこと、この2点で貢献していく必要がある。

2. 消費地市場より川下における ICT 導入の現状

水産物卸売市場流通は、川上から川下まで広い範囲を扱うものなので、「市場におけるICTの導入」を議論する際には、流通の段階に応じて議論することが適切であろう。そこで、まず消費地市場より川下に至る段階におけるICT導入の現状について簡単に整理した。

消費地市場より川下は比較的ICTの活用が進展している。特に消費者や飲食店などのエンドユーザー向けのビジネスについては、新規の企業が参入し、ICTを活用した新たなビジネスを展開している。また、卸売市場流通に関して言えば、小売店側が自分達の商品調達にかかる業務の合理化のため、取引のある仲卸業者との間で

生鮮EDIの導入を進めるなどの動きがある。一方、消費地市場自体では、ICT技術の導入に関して新しい動きがあるわけではない。ただ、総じて言えば、消費地市場はエンドユーザーや小売側からの波及があるため、ICTの導入を進めようという「動機」を持ちやすい環境にある。

3. 産地市場における ICT 導入の現状

産地市場においてもICTの導入が遅れている。その中で、近年、東日本大震災で被災した地域が、市場の再建とともに大幅なICT化を進めている事例が出てきた。例えば、大船渡市場においては、タンクにICチップを組み込み、番号付けして管理するというシステムを導入することで、タンクごとの重量や出荷者の情報を管理することが可能となった。また、タブレット端末を用いて競りの結果を入力したり、一部電子入札を実施したりしている。このような取り組みは、産地市場自体の自発的な動きであるが、市場をゼロから再建するという「契機」と、震災復興にかかる公的な財政支援があったからこそ成立したもので、それ以外の産地市場で、自発的にICT導入が進展することは期待しにくいであろう。産地市場においてICTの導入を促進するには、そのための動機付けやスキームの設計が必要となるであろう。

4. 産地市場における ICT 導入の方向性

震災を機に産地市場で導入されたICTは、そのほとんどが既存の業務を効率的に進めたり、高度衛生管理を実施したりすることを目的としたものである。一方、本来、産地市場で懸念される課題は、少子高齢化に伴い、水揚量、買受人、水産物消費等が減少することで発生する価格形成力の低下である。産地市場でICT導入を進めるのであれば、価格形成力の維持は重要な目的となる。その1つとして、複数の産地市場を、ICTを活用して連結し、互いの市場から競りや入札に参加することができるようにする「市場連結型」（図1）のシステムを作るという考えがある。既に海外では、同様の思想に基づく水産物市場がある。また、国内でも花きで同様の市場間連携が行われている。漁獲物の評価基準が細かい、といった我が国の水産物産地市場の特殊性を鑑みれば、クリアしなければならないハードルは多いが、こういった海外や他産業の事例と比較分析することは、導入のための課題を洗い出すために有効な手法となるであろう。

図1 「市場連結型」産地市場の概念