

〈研究ノート〉

日本における水産物流通に関する一考察

李 東勲*
佐藤 陽一**

1. はじめに

研究者ら（李，佐藤）は，東日本大震災に被災し，厳しい条件の中かから立ち上がりつつある東松島漁業生産組合の人たちと接点を持ち，沿岸漁業復活の過程で，漁業者の収益低下の問題を克服するための方策を流通の側面から探ってきた。しかし漁協の共同出荷，共同入札の足枷の中で，漁業者が足を踏み出せないでいることを目の当たりにした。例えばノリ，カキ，わかめ，ギンザケがその例である。よって，まずその根底にある価値形成が困難な水産物¹の流れを詳しく洗い直し，その問題点を明らかにすることが，第一段階で必要ではないかと考えるに至った。

そこで，水産物を含む食品をめぐる消費動向がどのように変化し，それが流通市場を通じ水産物供給と生産にどのように跳ね返ってきたかを詳細に検討し明らかにする。

鮮魚の消費は消費者の「食」生活様式の多様化の中で変化し，1990年代以降，水産物の国内生産は量，金額ともに一貫して減少している。また，従来の魚介類の消費を支えた伝統的な食事メニューは大きく変化し，メニューの多様化が進んでいる。特に魚介類の落ち込みは大きく，食の簡便化，即食化が進んだことで，少量多品種型へと選択が広がり，消費者の低価格指向と高品質高付加価値化への両極分化も起こっている。

このような消費動向の変化に伴い，水産物の流通構造が変化したと考えられる。伝統的な鮮魚小売店とそれを支える卸売市場の流通の後退と量販店やその他店舗の拡大による流通の多様化，そして卸売業界の再編と卸売市場の取扱量，利益の減少，スーパー業界の食品部門の業務拡大と大手商社への系列化，輸入水産物の拡大に伴う低価格化などの消費市場の現象が顕著である。

この構造変化に伴い，卸売市場は歴史的に果たしてきた機能を維持しつつ，それに対応した変化，

*石巻専修大学経営学部准教授

**石巻専修大学大学院経営学研究科聴講生

改革を進める必要があり、国も卸売市場法の改正を行ってきた。しかし、水産物流通の変化に対応した卸売市場の改革が進むかは今後の課題である。同時に、漁業生産者が消費者の動向を十分に把握できる仕組みを作ることが重要であると思われる。

以上のことから、研究者らは上述したように水産業の生産、消費動向に関する基本的データを用いて検討し、水産物の卸売業と小売業の動向について考察しながら、現在卸売市場に求められる役割とは何かを追求する。

2. 漁業生産の動向

1967年以降、日本の漁業は200カイリ時代を迎え遠洋漁業の縮小や資源変動による漁獲量の減少など厳しい状況に直面した。日本の戦後水産業の歴史をみると、1946年に国民の食糧不足を解消するため、南水洋捕鯨あるいは北洋におけるサケ、マス、カニ漁業による輸出拡大と外貨獲得を図った。しかし、1971年ドルの変動相場制移行による円高により輸出の不調となり、国内向け供給が増大した。その後、200カイリ内の漁業規制の開始によって、漁業の縮小が相次いだ。技術の開発と漁業者の努力工夫がなされ国内生産の減少は緩やかなものとなった（水産庁（2017），pp.4～5）。

現在は、漁村の労働力人口の減少と高齢化が進む中で、日本の水産業は新しい技術を駆使し、水産資源を適切に管理しつつ、消費者ニーズに応じた水産物を安定的に供給することが求められている。そのため、沿岸、沖合漁業においては資源管理を積極的に行う資源管理型漁業を推進し、自然の水産資源の保護育成を図り、漁獲制限を行い資源の再生産力を維持するとともに、サケ、マスをはじめとした魚類、貝類、甲殻類の種苗生産を人工的に行い、育成放流する栽培漁業を行っている。さらに、水産生物の養殖技術も発展しており、ノリ、カキ、わかめ、ほや、ホタテ貝、アワビをはじめ、魚類、クルマエビなど甲殻類、ナマコなどの養殖もおこなわれており（水産庁（2017），p6.），最近では黒マグロの完全養殖も各地で成功している。

最近の漁業産出額の推移をみると、2011年の14,191億円から2015年の15,859億円へと持続的に増加している。これを生産量から眺めると、2006年の573万5千トンから2015年の463万1千トンへと漸減している（水産庁（2017），p69.）。このように、国内の漁業は輸入水産物とともに、国内生産を継続的に維持しながら消費者ニーズに応じた安定供給の役割を果たしつつある。

3. 水産物の卸売業と小売業の動向

1980年代にはバブル時代を迎えるとともに、伝統的な食生活の多様化が起こり、日本人の食生活は大幅に変化し、従来の伝統的な食事メニュー、主食、主菜、副菜、一汁といった日本の伝統的な食事のメニューは解体、変化し始めた。さらに、現在は日常生活における食の簡便化、即食化、そして食の外部発注、つまりアウトソーシング化が進んでおり、これらの変化を背景に家庭内食事の魚介類消費の落ち込みが著しい。例えば、消費者は魚介類の調理を嫌い、調理済み商品、冷凍食品、レトルト食品へと嗜好を強めている。これは大量供給、統一規格品の提供へと小売販売の方向を進ませ、その後の水産食品開発の道筋を辿らせることとなった。

以下では、水産物における卸売業の年間販売額の推移をみながら、卸売市場の機能について述べる。また、水産物に関する消費市場の動向を踏まえながら、小売業がどのように変化したのかにつ

いて述べる。

1) 水産物における卸売業の推移

水産物は産地市場と消費市場の二つの卸売市場を経由するシステムを持っており、卸売市場は集荷、分荷、商品評価機能と公正価格形成機能、売り惜しみ、買い占めなどの不公正取引の防止、安全で確実な代金決済の確保などの機能を持つ。また、卸売市場は地方自治体の公設として開設し、取引監視の下で諸機能を果たしてきた。特に、水産物は貯蔵が難しく、鮮度の劣化も早く水揚げ量が日々大きく変動する商品特性から卸売市場が果たしてきた役割は大変重要なものであった。

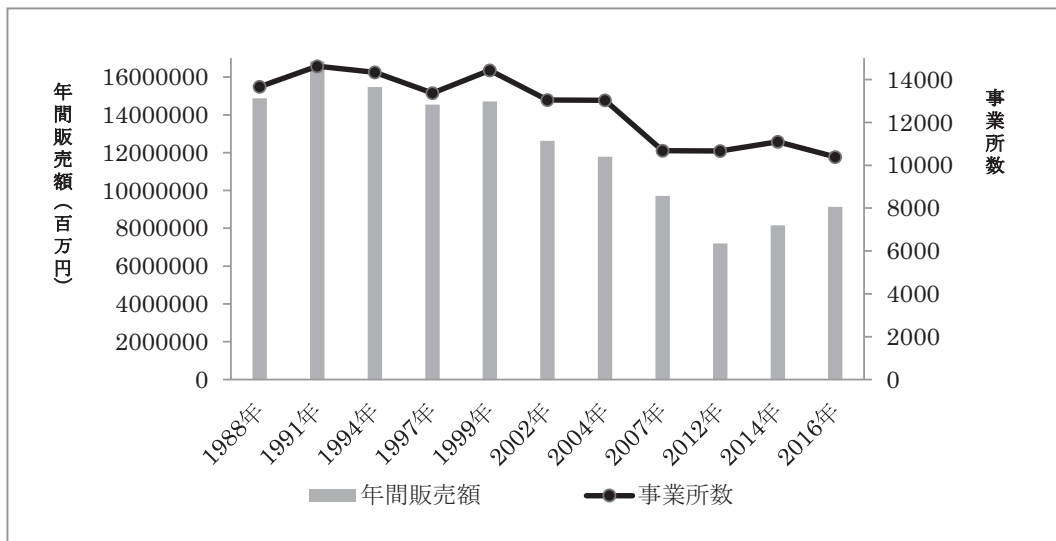
しかし、1988年から2016年までの水産物の卸売市場の変遷をみると、生鮮魚介類卸売市場は、1991年の14,624ヶ所から2016年の10,390ヶ所へと約28.9%減少しており、年間商品販売額は1991年の16,826,022百万円から2012年の7,199,730百万円へと約57.2%減少している（図表1.を参照）。

この背景には時代の変遷とともに、流通システムが多様化し、水産物の卸売市場経由率が低下したことが考えられる。それにより荷受け卸、仲卸の多くが経営を悪化させている。中でも、産地魚市場では買い受け人の衰退、減少、魚価の長期低迷、出荷力の低下、市場機能の衰退が目立つ。

このことに鑑みながら、卸売市場の機能を論ずるためには、その内部ルールを確認する必要がある。詳しくは以下の通り（田中（2006）、p13.）である。

- ①市場への取引集中、
- ②商物一致の原則（すべて市場内に搬入検品）、
- ③手数料以外の報酬禁止、
- ④荷受け卸、仲卸の兼業禁止、
- ⑤販売、仕入ルートの固定（荷受け卸は仲卸の販売に限定、仲卸以外の第三者への販売禁止、仲

図表1. 生鮮魚介卸売業の年間販売額と事業所数の推移



(出所) 経済産業省経済産業政策局調査統計部編『商業統計表、第1巻産業編（総括表）』と『経済センサス』各年版より作成。

卸の仕入は荷受け卸に限定、産地からの直接荷受けは禁止)、

⑥受託原則と受託拒否の禁止、⑦差別的取り扱いの禁止

これら従来の規制は今日の流通取引実態のニーズに必ずしも合致していない。また市場内の業務慣行、基準も消費動向に合致しがたくなっている。さらに、施設面でも老朽化が進んだもの、衛生設備、温度の管理などの機能も充分でなくなっているところもある。このことから、小売業、外食産業、末端ユーザーからも厳しく評価されている例も見受けられる(田中(2006), p13.)。

卸売機能とそれを維持することが難しくなっている理由としては、卸売制度の原点は、零細な生産者と零細な小売店をつなぐ中間流通の機能を担い、公正・効率的な流通の確保を目指して出発したものであった。ところが、水産物では水揚げの仕分け、分別、配送機能を進めるため、産地と消費地の二段階の卸売市場の仕組みを持つため、消費者のニーズやウォンツに必ずしも合致するとは言えない。また、大型量販店の進出などによる小売業の寡占化、輸入水産物の増大、物流機能、情報処理機能の高度化など、外部環境の変化によって従来の卸売市場流通は、多様化した現在の流通経済システムに必ずしも適合しなくなっている。そして、卸売市場、水産物流通業界全体が現在の環境変化に立ち遅れている現状にある。例えば、農林水産省が2018年7月に刊行した『平成29年度卸売市場データ集』の「卸売市場経由率の推移」をみれば、市場外流通の比率が増大している傾向が見受けられる。特に、輸入水産物の比率の増大は市場外流通を促進している面もあると考えられる。例えば、『水産白書平成29年度』をみると、2007年から2017年までの輸入数量と金額は2007年の289万トン、17,751億円から2017年の248万トン、17,751億円へと一定の数量、金額を維持している(水産庁(2017), p141.とp172.)。一方、国内漁業の生産量と産出額は上述したように減少傾向である。このように、国内生産額と輸入金額とはほぼ拮抗した形で維持され、量的にはやや国内産が多いものの、外国産魚介類は金額ではやや上回っている。

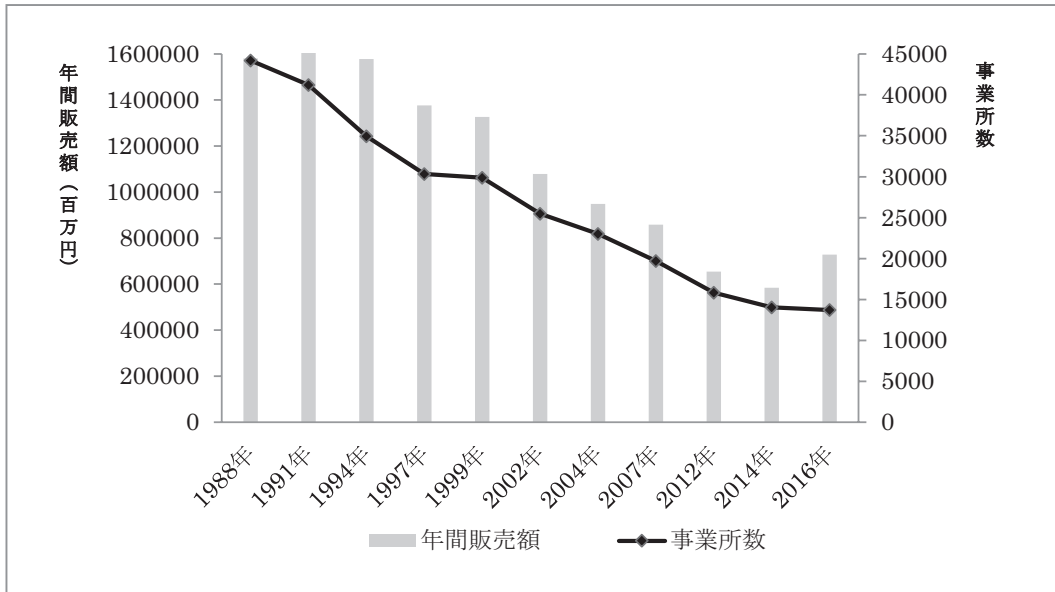
このことから、従来の国産魚介類が輸入水産物に置き換わりつつあることが考えられる。これは大規模小売業者の戦略が消費者を巻き込んで食の質的変化を誘導しているとも考えられ、さらには市場経由率低下等卸売業界への影響も大きいものと思われる。

2) 水産物小売業の変化と消費動向

今日、日本における鮮魚小売業の小売店舗数は1987年に440,202ヶ所であったが、1991年には41,204ヶ所と激減し、その後も減少は止まらず2016年には13,705ヶ所と1987年比で約96.8%も減少し、我々の生活空間からその姿が消えてゆく消滅寸前の危機的な状況である。さらに、年間販売額も1987年1,580,717百万円から1991年1,657,891百万円と約4.8%微増したものの、2016年には728,352百万円へと約53.9%も減少している(図表2.を参照)。

この変化の背景となった消費の変動はどうだったのか。水産物の消費動向を総務省の『家計調査年報平成29年度』と水産庁の『水産白書(平成29年版)』を用いて、年齢階層別の魚消費量についてみると、図表3.のように、世帯主の年齢階層50~59歳以上の高齢者層では比較的多く魚を食べる傾向がみられ、60歳以上の階層では年間12kg以上の消費量を誇っている。しかし、現在49歳以下の階層において生鮮魚介類の低消費傾向が継続するとすれば、生鮮魚介類の購入量は減少せざるを得ないと想像できる。この加齢効果²は生鮮魚介類需要を急減させる震源になると危惧せざるを得ない。

図表 2. 鮮魚小売業の小売店舗数と年間販売額の推移



(出所)経済産業省経済産業政策局調査統計部編『商業統計表, 第1巻産業編(総括表)』と『経済センサス』各年版より作成。

図表 3. 世帯主の年齢階級別の世帯員1人当たり生鮮魚介類購入数量の推移 (kg/人/年)

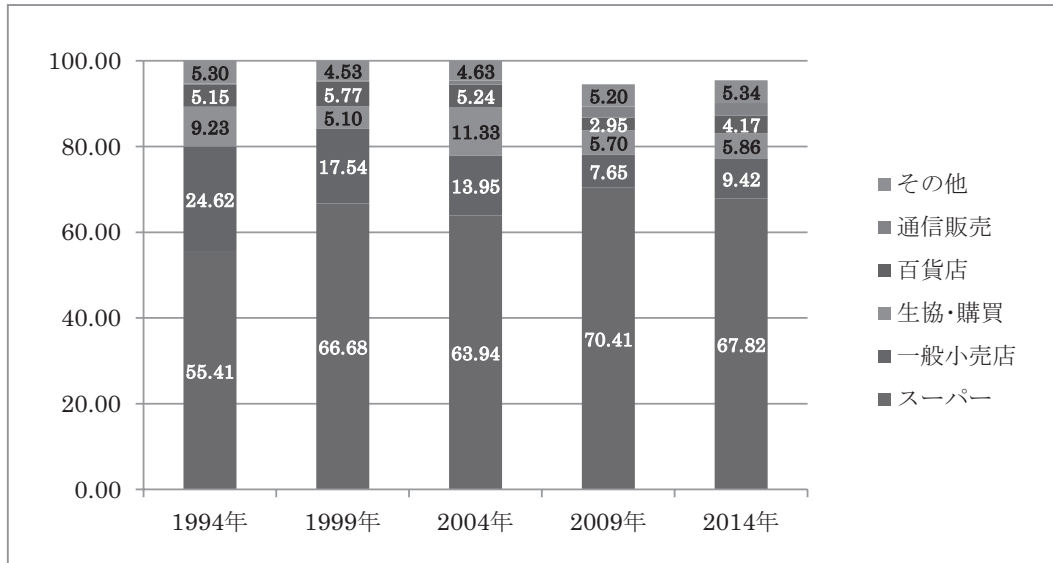
	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳以上
昭和25年以前生まれ (現在60歳以上)			12.59	16.38	16.51
昭和26～35年生まれ (現在50～59歳)		9.07	10.24	10.39	
昭和36～45年生まれ (現在40～49歳)	6.72	6.63	6.79		
昭和46～55年生まれ (現在30～39歳)	5.38	5.02			

注：平成2年及び平成12年は「農林漁家世帯を除く」結果，平成22年は「農林漁家世帯を含む」結果を基に，世帯数分布を用いて加重平均している。

(出所)水産庁ホームページ (http://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/wpaper/h22_h/trend/1/t1_2_1_1.html) から引用。

これを裏づけるために，総務省『家計調査年報<Ⅰ家計収支編>平成29年度』を用いて，一世帯当たりの年間魚介類の支出金額をみると，1995年の126,332円から2000年の110,861円，さらに2005年の93,041円，2010年に82,278円，2015年に81,337円，そして2017年には77,297円へと減少の一途を辿っている。このような傾向の原因は生鮮肉類や調理食品に比べ，生鮮魚介類の消費市場の変化への対応，すなわち販売方法および価格設定，マーケティング戦略の脆弱性などが起因すると考えられる。

図表 4. 消費者の魚介類購入先の変化



(出所)水産庁ホームページ (http://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/wpaper/h29_h/trend/1/t1_2_4_2.html) から引用。

また、消費者の魚介類購入先の変化をみると、スーパー、一般小売店、生協、百貨店、通信販売などが考えられるが、図表 4. の如く、スーパーからの購入は1994年から2014年の間をとってみても1994年には50%を超え、2009年には70%を超えている。これに比べ、一般小売店は1994年には20%を上回っていたが、暫時減少し、2009年には10%を下回ることになった。スーパーの魚介類商品パッケージは切り身、焼き魚、その他の形態をとり、包丁レス商品、調理済み商品、冷凍食品、レトルト食品へと傾斜し、消費者への大量供給、統一規格商品として供給される。これは、かつての日本人が持っていた食の意味、食の文化の忘却につながっていく（田中（2006），p10.）。

ともあれ、伝統的鮮魚小売店とそれを支える卸売市場流通で多様化が起きており、中間流通業者から卸売業界への再編の動きもみられる。スーパー業界における食品流通部門重視の動きが強まり、低価格指向から輸入水産物のさらなる拡大による量販店向け大量供給商品が国産商品と入れ替わることになった。

4. 卸売市場法の改正

3の1)で述べたように、水産物が産地と消費地卸売市場を経由するシステムであることから、生産者と消費者の仲介機能を十分に発揮できているとは言い難い。また、輸入水産物の増大、物流、情報処理機能の高度化など外部環境の変化により、卸売市場を経由する比率は大幅な低下も見せている。これに加えて、小売業も大型量販店進出による寡占化でその数を大幅に減少させている。以上のことから、卸売市場は従来からの機能を維持することが難しくなっている。そのため、国は1999年、次いで2004年に卸売市場法の一部を改正することで、卸売市場の機能の復活を目指した。

2017年度の農林水産省が発行した『卸売市場データ集』をみると「卸売市場の整備運営に関する基本事項」の中で、産地との連携、消費者や実需者のニーズに対する対応・期待に応えることが卸

売市場活性化への道筋であるとしている。このことを実現させるために、卸売市場は経営戦略を策定し、各地市場との連携と役割分担はもちろんのこと、水平的地域分担と産地、消費地間の連携などが必要である（農林水産省（2018），p6.）。つまり、漁業者と消費者の間に立って、多様化するニーズに臨機即応的に対応する体制を作る必要がある。そのためには公正、均衡のとれた売買取引の確保と維持を進める必要がある。

また、卸売にかかわる業者の経営が苦しくなる中、経営の健全化に努め、卸売市場の社会的役割を果たしていくことに責任を持って推進することが求められている。このような社会的機能を有する卸売市場のあり方に配慮した市場の役割を發展させ、現状の水産、その他の流通の抱える問題を前向きに解決することを目的に、卸売市場法を改正したのである（農林水産省ホームページ）。

以下では、2回にわたって改正された卸売市場法の内容について述べる。

1999年の改正では、市場関係業者の体質強化のため、合併による卸売業の大型化と金融支援、経営健全化が謳われていた。そして、既に商物一致規制、委託集荷規制の緩和が唱えられた。

一方、2004年の改正では、政府が公表した「卸売市場法の一部を改正する法律（概要）について」（平成30年6月22日付文書）の中で、法改正の概要を次のように述べている。その要旨は「最近における卸売市場を巡る環境変化にかんがみ生産、消費両サイドの期待に応えられる、安全、安心で効率的な流通システムの転換が図られるよう、卸売市場における取引規制の緩和及び適正な品質管理を進め、卸売市場再編の円滑化などの措置を講ずる」（農林水産省ホームページ）としている。なお、2004年に行われた卸売市場法改正の主な要点は図表5.の通りである。

以上の卸売市場法の改正は、大幅な改正内容を伴うものであり、水産流通業界に大きな変化を迫

図表5. 卸売市場法改正（2004年）の要点

- ① 卸売市場における「品質管理の高度化」のため、その措置を定め、開設者が業務規程で品質管理の方法を定める。
- ② 「商物一致規制の緩和」、電子情報通信技術を活用する取引方法により、開設者の承認をうけた場合、「市場内に現物を搬入せず、卸売を行うことができる」とこととする。
- ③ 「卸売業者等の事業活動に関する規制緩和」、「卸売業者などが買い付け、集荷、市場外での販売、機能サービスに見合った委託手数料の徴収を行なうことを可能とする」規制の緩和を整備する。
- ④ 「卸売市場再編の促進」、流通の広域化、情報化を踏まえ、中央卸売市場は地域の特性、要望を十分に配慮し「市場ごとの自主性を基本に、運営の広域化または地方卸売市場への転換が必要な中央卸売市場の名称を位置づけ」卸売市場の再編を円滑に進める。
- ⑤ 「仲卸業者に対する財務基準明確化」、「開設者が業務規程で仲卸業者の財務基準を定め」経営改善を図る。
- ⑥ 「取引情報の充実、取引情報の公表」について、より透明性の高い市場取引を確保する観点から「セリ、相対取引などの区分ごとの販売予定数量を公表するなど、公表数量内容の充実」を図る。

注：平成16年6月9日から施行。ただし委託手数料に関する規定は平成21年4月1日から施行する（出所）「卸売市場法の一部を改正する法律（概要）」農林水産省ホームページ
（www.maff.go.jp/j/shokusan/sijyo/info/pdf/kaisei.pdf）から引用。

るものと思われる。これについて2004年11月2日に開催されたパネルディスカッション「改正市場法下の開設者のあり方」³の議事の論点は、①開設者、場内業者として改正市場法をどのように受け止めるべきか、②開設者のあり方についてどう考えるかの2点であった。この時、香森市場長は改正された法案の問題点を次のように厳しく指摘した。

「国との意見交換を行ってきたが、改正点は開設者に丸投げの印象が強い。卸売市場がどう変わるか不安があり、規制緩和の中で市場間競争が激化し、取扱量がかなり減少するのか危惧している。また品質管理について、食の安全安心の問題は運営主体にかかわらず守らねばならない問題と思っている。これは公共の使命であり、行政、開設者、業界が三位一体で取り組むべきテーマと考える。しかし、政府の議論では、開設者の役割について、ニューパブリックマネジメントという公共部分の私企業化を目指すもので、市場原理や競争原理を活用する流れとなっている。これらの論理は効率性に偏りすぎるきらいがある。市場整備についてもこの点が優先されていると思う。民間による市場整備は規制はないが、市場利用料を下げなければ市場間競争には勝てないと思う」(「パネルディスカッション『改正市場法下の開設者のあり方』議事録」から引用)。

以上のことから、卸売市場は国からの制度的支援を受け、漁業者と消費者との仲介を果たす機能を再度強化し、構築することが求められている。卸売業界がその期待に応えられる改革と機能の進化を果たすことができるかどうかは、業界自体の受け止め方、努力の仕方にかかっている。これは仲卸、小売業界、そして漁業者と末端で商品を受け取る消費者の認識と対応する姿勢にも左右される課題だと考えられる。

今後、水産流通業界が大きく変貌する中で、水産卸売市場が正常にかつ順調に機能するかを見極める必要がある。特に我々消費者の視点と毎日厳しい環境の中で生産を進めている漁業者、そして東日本大震災から復活するため努力してきた漁業者にとって、何に焦点を当て対応していくかを深く考えていかなければならないと考える。

5. まとめ

水産物の流通市場の動向を探るために研究を進めてきたが、漁業者をはじめ水産物を取り扱う卸売業者、小売業者、全てにおいて厳しい状況に置かれていることが明らかになった。そのことを再度確認すると、日本の水産業がたどってきた道筋は、戦後の漁業の歴史で、遠洋漁業の発展と衰退、そして200海里問題による不振と沿岸漁業、養殖業など新しい技術の開発による発展によってカバーすることとなり、消費者ニーズに応じた水産物を安定的に供給してきた。そして、水産物の卸売業と小売業の動向について考察したように、水産物の卸売業の推移は産地市場と消費地市場の二つを経由するシステムを持ち、漁業者と小売業者、そして最後の商品を受け取る消費者との中間者あるいは仲介機能を持ち、特に水産物は貯蔵が難しく鮮度劣化や水揚げの変動が激しい商品を抱う卸売市場の果たす役割は大変大きなものがある。しかし、卸売市場数、商品販売額ともに減少傾向が続き、市場経由率も下がる傾向にあった。また、卸売市場の内部ルールは厳しいものがあり、この規制は流通取引のニーズに合致するものには必ずしもなっていない。さらに、大型量販店の進出、小売業の寡占化、輸入水産物増大、物流機能の高度化など外部環境の変化を伴う現在の流通システ

みに、卸売市場は適しなくなりつつある。さらに、市場外流通の拡大、市場経由率の低下はこれに拍車をかけている。

次に、水産物小売業の変化と消費動向についても鮮魚小売店舗は激減し、我々の眼前から姿が消えつつある。消費の動向は、消費者への大量供給・統一規格商品へと変化し、それを誘導したのは食品流通部門を主力とする大型量販店の出現であった。このことが小売業界の変化を通じ卸売市場への圧力となり、その機能を圧迫する要素ともなっている。これによって、卸売市場を中心とした流通市場活性化を目指して卸売市場法の改正が行われた。その主な内容は、市場整備による品質管理の高度化、卸売市場の再編統合、卸売業務規制の緩和、兼業許可、委託集荷廃止と市場外販売の届け出による自由化、買い付け集荷の自由化、仲卸・産地間取引の解禁、商物一致規制緩和による商・物流分離、取引の詳細情報の公開そして卸売業者の合併促進、手数料の自由化（執行猶予期間5年）などを改正した。これらの改正内容は卸売業界に様々な反応を引き起こし、卸売市場の公的機関開設、運営の是非まで、様々な議論を巻き起こしている。また、この改正により市場間競争の激化も予想されるとの受け止め方もある。

以上のことから卸売市場が消費者、小売業、漁業者との需給調整役としての機能を持ちながら、社会環境、特に消費の動向、大型量販店出現などの変化に対応できる能力の進化を進めえなかったことが新市場法に結び付いたと考えられる。この新しい市場法が、流通市場の動態変化に対応できるかどうかは、卸売、仲卸業の変化と法律への対応が本当の流通改善の手立てになるかどうか、両者の絡み合いの中で今後実態として消費者、小売業者のもとへ効果が届くかどうかを見極めなければならぬと思う。

注

- 1 本論文の研究対象である水産物とは、鮮魚と水産加工品を指す。
- 2 秋谷重男埼玉大学経済短期大学部名誉教授が年齢階層別の魚消費の時系列変化について分析し、年齢階層別の魚消費量は若齢層と高齢層の相違を明らかにした。要するに、およそ40～49歳台を境に、年齢が上がるにつれて魚消費が増えることを「加齢効果」が大きいと説明しており、逆にそれ以下の世代で魚消費が比較的少ないことを「加齢効果」が少ないと説いた（田中一郎（2006）「これからの水産物流通を考える」『調査と情報』農林中金研究センター、p10を参考）
- 3 本パネルディスカッションのコーディネーターは、藤谷築次（京都大学名誉教授）で、パネリストは香森均（仙台中央卸売市場長）、谷澤隆（千葉県柏市経済部長）、石井敬之助（高崎市総合地方卸売市場長）である。

参考文献

- 水産庁編（2017）『水産白書平成29年度』農林統計協会
- 田中一郎（2006）「これからの水産物流通を考える」『調査と情報』農林中金研究センター
- 農林水産省（2018）『平成29年度卸売市場データ集』
[（http://www.maff.go.jp/j/shokusan/sijyo/info/attach/pdf/index-34.pdf）](http://www.maff.go.jp/j/shokusan/sijyo/info/attach/pdf/index-34.pdf)
- 総務省統計局（2018）『家計調査年報＜I家計収支編＞平成29年度』日本統計協会
- 水産庁ホームページ（http://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/wpaper/h22_h/trend/1/t1_2_1_1.html）
- 経済産業省経済産業政策局調査統計部編（2016）『経済センサス』経済産業省
- 経済産業省経済産業政策局調査統計部編（2014）『商業統計表』経済産業省
- 総務省統計局（2018）『平成29年家計調査年報』総務省
- 農林水産省ホームページ（www.maff.go.jp/j/shokusan/sijyo/info/pdf/kaisei.pdf）
- 「パネルディスカッション『改正市場法下の開設者のあり方』議事録」群馬インターネット株式会社ホームページ
[（www12.wind.ne.jp/t-itibal/paneru.pdf）](http://www12.wind.ne.jp/t-itibal/paneru.pdf)