

## 第12回 ミュンヘンの中央卸売市場：新旧の流通の中で

### 1 ミュンヘン市内の常設市場：ヴィクトアリエン市場

ドイツ南部バイエルン州の州都であるミュンヘンの旧市街の中心に、仕掛け時計で有名な新市庁舎の建つマリエン広場がある。この観光名所からすぐの所にミュンヘン最大の常設市場であるヴィクトアリエン市場が広がる。創設は1807年と古い。青果物、肉類、ワイン、チーズ、パン、花、ハーブやリースなどさまざまな商品を売る140もの小店舗や屋台が並んでいる。



ヴィクトアリエン市場のさまざまな屋台

市場の開店時間は月曜から土曜までの朝の8時から夜の8時までだが、午後4時を過ぎるあたりから売り切れて閉める店が出始める。私たちを案内してくれたミュンヘン在住の女性は、「ヴィクトアリエン市場の食品はスーパーより価格が高いけれど、品質が良いので買いにくる」のだそうだ。市場の方がスーパーよりも価格が高いなど、日本とは逆である。確かにチーズもソーセージもハーブも種類が豊富で上質なものが並び、グルメにはたまらない場所だろう。

ヴィクトアリエン市場はミュンヘン市内に4カ所ある常設市場の中でも最大のものである。これらの常設市場の他に、市内には40を超える農業者や有機農産物の定期市が、それぞれ週1回程度決まった場所で開かれる。

そして、ミュンヘン市内のこれらの市場全体を管理しているのが、ミュンヘンの中央卸売市場なのである。

## 2 ミュンヘン市の中央卸売市場

ミュンヘン市の中央卸売市場は、青果物を扱う本場の他、屠畜場・肉類市場、花やガーデニング関連などの別場を持つ。そしてミュンヘン市内の4つの常設市場と40を超えるファーマーズマーケットの管理を行う。その役割は、「たぐさんの市場のための市場」であり、200年近くにわたってミュンヘン市民に良質な食料を供給する役割を果たしてきた市場ネットワークの「元締め」なのである。



1912年設立のミュンヘン中央卸売市場の外観

現在のミュンヘン市の中央卸売市場は、面積が 43 万平方メートル、年間 90 万トンの食料を扱い、年商は 20 億ユーロである。ドイツ国内にはこのような中央卸売市場が 17 あり全体で 740 万トン、980 億ユーロの年商となっている。ドイツの中央卸売市場での売り手の 24%は農業生産者である。一方買い手の 40%は露天や定期市の売り手であり、小売業の 34%、外食産業の 26%を上回る。ドイツ全体を見ても、中央卸売市場の「市場のための市場」の役割は大きい。

ミュンヘンの中央卸売市場には、ミュンヘン市の周囲 20~50km の農家から農産物が集まってくる。卸売市場内には、直接農産物を持ち込む農家のための地場コーナーがあり、農家が主にレストランや小規模の小売店向けに直接販売している。この地場コーナーで売るためには、基本料と販売額に応じた使用料を払うとともに、リユースするコンテナのデポジットを払わなくてはならないそうだ。



地場コーナーで売っていた農家の姉弟



地場コーナーで利用が義務付けられているコンテナ。入っているのはスープ用に束ねられた香味野菜類。

しかし、ミュンヘンの中央卸売市場の現在の本当の顔は、ドイツ南部の唯一の中央卸売市場という立地を活用して、ギリシャやトルコなど南ヨーロッパからの商品をドイツ北部やヨーロッパ各地に集散させるハブ市場としての機能である。特に東ヨーロッパの社会主義経済圏が崩壊し、食品流通も混乱する中で、ミュンヘンは地理的に東ヨーロッパの食品流通をも担うハブ市場の役割を果たすようになってきた。有名なドイツのアウトバーン（高速道路）に加え、近くのミュンヘン空港を活用して青果物が各地に出荷されている。



卸売企業や商社が並ぶ市場の内部の様子

ミュンヘンの卸売市場には、日本の仲買人に近い卸売会社や商社が約400社入っており、一方買い手は10,000社に及ぶ。朝の3時頃が入荷のピーク時で市場は最も忙しく、4時半以降は今度は買い付けの時間帯となるようだ。市場内での販売はすべて自由であるが、市場での取引に関する協会があり、特に商品の質について検査・指導をしている。

市場の中を歩くと、地元産のリンゴやアスパラガス、ネギなどに混ざって、イタリアの桃、カナリア諸島のバナナ、韓国のエノキタケまでが並んでいる。また、有機農産物の表示である「ビオ（BIO）」マークのついた商品の人気が高まっているようで、ビオマーク商品ばかりを扱う卸売会社も複数並んでいた。

市場の職員によれば、ミュンヘン中央卸売市場の取引額は拡大しているとい

う。しかし、青果物の小売業の主役である大手スーパーチェーンは、商品が足りないときにしか卸売市場を使わない。ドイツでは大手スーパーチェーンの市場占有率は非常に高く、METRO、REWE などの大手5社で食品小売市場の6割を占める。世界的に見ても巨大な小売企業であるこれらの大手チェーンは、大規模農場と直接取引をして商品を集め、独自の流通センターを使って店舗配送をする。

食料を供給する側は地元の中小農家、国内の大規模農家からヨーロッパ各国や世界の産地まで広がり、一方、食料を購入する場所は、定期市や常設市場から、昔ながらの八百屋さん、レストラン、大手スーパーまで、食料の流れは多様化し広域化している。ミュンヘンでは、これら多様な食品流通が並立し、消費者それぞれが求める食品を入手できる体制が整備されていると感じた。



有機農産物の表示であるバイオマークのついたズッキーニ