



Title	量販店による青果物の産地・流通編成：仕入方式の事例分析を中心に
Author(s)	坂爪, 浩史
Citation	北海道大学農経論叢, 47, 111-127
Issue Date	1991-03
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/11053
Type	bulletin (article)
File Information	47_p111-127.pdf



[Instructions for use](#)

量販店による青果物の産地・流通編成

—仕入方式の事例分析を中心に—

坂 爪 浩 史

目 次

I はじめに	111
II 市場外流通の停滞と量販店	112
III 札幌都市圏量販店の青果物仕入	115
① 札幌都市圏の青果物流通	115
② Fチェーンの青果物仕入対応	117
③ コープさっぽろの青果物仕入対応と産直	119
IV 考察と展望	125

I はじめに

青果物流通においては、スーパーマーケット、生活協同組合など小売段階における量販店¹⁾の伸長、集荷段階における系統共販の発展などによって、卸売市場の存立基盤が変化し、これまでの卸売市場を文字通り流通の要としていた青果物流通が大きく変化しつつある。1991年春に向けて目下検討が進められている第五次卸売市場整備計画においても、量販店は卸売市場をめぐる条件変化の最大のものの一つとして、検討課題の中心に据えられている。このように、青果物流通を分析する上で、量販店の動向は無視できないものとなっているのである。なかでも卸売市場、農協など出荷販売組織、生産者等に対して量販店がどのように関与し、また関与しようとしているのかが焦点のひとつになってきている。

しかし、この点に関する研究の蓄積はまだ不足しており、特に、調査の困難さから量販店を分析の主軸とする実証的な研究が絶対的に不足してい

1) ここで量販店とは大規模小売業の意味で、青果物流通に対する力量が大であるという観点から、生協を含めた広義のものとして使用していく。

る²⁾。そこで本論文では、北海道内、特に札幌都市圏の量販店の青果物仕入の実態を明らかにし、この分析を通して量販店による産地・流通編成の新たな展開方向について考察する。

事例分析における具体的な検討項目は以下の3点からなる。①量販店の仕入先別構成がどのような動向と特徴を示しているか。②このうち特に卸売市場仕入の部分に関して、最寄りの卸売市場であるのかどうか、またそれがどのような取引形態（セリ、あるいは先取りなど）で行われているか。というのは、従来の研究においては、市場外流通の多様性に注目するあまり、卸売市場流通（量販店の側からみれば卸売市場仕入）の多様性の分析が比較的軽視されてきたからである。さらに、③量販店による産地開発・掌握と商流上の仕入ルートとがどのような関係にあるのかについて分析する。

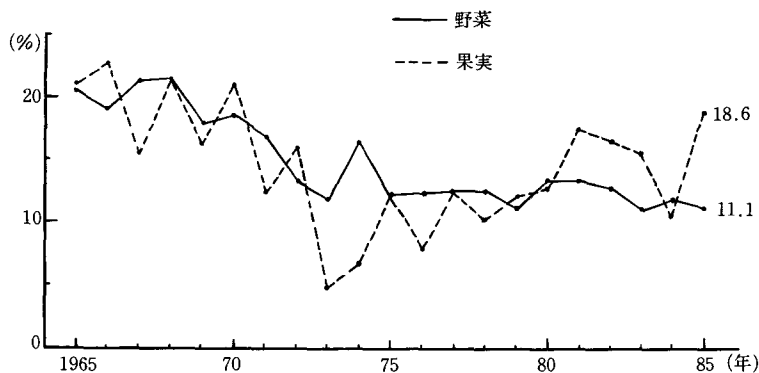
分析対象は、道内の食品スーパーチェーンを中核企業とするボランタリーチェーンであるFチェーンと、全国有数の生協である生活協同組合市民生協コープさっぽろ³⁾である。なお、両量販店が店舗展開する北海道は、従来の青果専門小売店の比重が全国平均に比較して低く、したがって青果物小売における量販店の比重は高い地域である⁴⁾。

Ⅱ 市場外流通の停滞と量販店

ここでは若干の資料を用いながら、市場外流通の動向と量販店の青果物仕入構成に関して全国的な動向を把握する。

- 2) 先行研究としては、吉田十一「卸売市場流通の現状と課題」関西農業経済学会『農林業問題研究』第57号、1979年、山中守「地方都市における量販店と卸売市場問題—数量化理論による接近—」九州農業経済学会『農業経済論集』第35集、1984年、磯田宏「統合化・多元化にむかう国産果実流通と産地再編についての若干の整理—みかんの流通および産地構造再編に関する調査から—」【佐賀大学経済学部地域経済研究センター年報】創刊号、1990年などがある。
- 3) 以下、コープさっぽろと略称。当生協は、設立当初から店舗中心の事業展開をしてきており、共同購入は数年前から本格化した段階である。農産物取扱高に占める店舗の比率は1989年実績で88.6%であり、大規模小売業の一事例として抜いうる。
- 4) 1984年における野菜の購入先別シェアでは、全国が専門小売店38.5%、スーパー51.5%、百貨店1.9%であるのに対し、北海道では同じく26.9%、51.6%、2.6%となっている。

図1は、国内総流通量に占める卸売市場外流通の割合の推移を示したものである。これによれば、野菜については1965年に20.6%であった市場外流通率が、その後傾向的に低下して85年には11.1%にまで低下してきている。つまりこの20年間に比率的に半減した訳である。この原因としては、「原基的流通形態」すなわち問屋流通などが卸売市場の整備が進展した結果、減少してきたことと、60年代前半ブームとなった産直が、中間マージンの削減に失敗し、卸売市場への回帰が生じたことが挙げられる⁵⁾。



資料：食品流通局市場課資料

注1)

$$\text{市場外流通率} = \frac{\text{国内総流通量} - (\text{市場流通量} - \text{転送量})}{\text{国内総流通量}}$$

ただし、国内総流通量 = (国内消費仕向量 - 輸入量) × 出荷率 + 輸入量

図1 青果物の市場外流通率の推移

他方、果実の市場外流通率は70年代中頃まで野菜同様に低下していたのであるが、その後増加基調に転じ、85年には18.6%にまで回復している。この前半の動きの原因は野菜と同様であると考えられるが、後半については、加工向け果実の増大、宅配便などに代表される「物流介在型」が増加したためであるとされる。

5) 藤島廣二「青果物卸売市場外流通の諸形態と動向」中国農業試験場【研究資料】第19号、1990年。以下果実の市場外流通率の推移の分析もこれを参考にした。

市場外流通の全体的な動向は以上の通りである。ここで押さえておかねばならないことは市場外流通率の低さであり、それは果実においては増加基調に転じているとはいえ、20%を超えるまでには至っていない。以上の分析の限りにおいて、卸売市場は、依然として青果物流通の要の地位を保持しているといえる。

次に、表1を参照しながら量販店の仕入構成に関して概観しておきたい。これは、食品需給研究センターが全国の量販店を対象に83、89年にそれぞれ行った調査に関する報告書から作成したものである。これによれば両年とも、中央市場仲卸からの仕入が最大のウェイトを占めており、その比率はさらに

表1 量販店の青果物仕入先別構成

(単位：%)

仕入先		品目 年	野 菜		果 実	
			1983	1989	1983	1989
卸 売 市 場	中 央 卸売業者		10.8	6.6	19.2	5.6
	卸売市場 仲卸業者		40.8	56.3	40.1	57.4
	地方卸売市場		25.1	19.2	15.7	17.3
	小 計		76.7	82.1	74.8	80.3
卸 売 市 場	問 屋 ・ 商 社		7.2	5.5	5.6	4.5
	産地出荷業者		6.0	4.0	4.5	3.8
市 場	生産者・任意組合		1.8	1.7	1.6	1.3
	農協・経済連・園芸連		3.6	0.8	2.7	1.2
外 場	全農集配センター		3.1	4.1	4.1	3.0
	輸 入 商 社		1.4	1.1	5.9	4.8
	直 輸 入		0.2	0.7	0.6	1.1
	小 計		23.3	17.9	25.2	19.7
	合 計		100.0	100.0	100.0	100.0

資料：食品需給研究センター【卸売市場環境動向調査報告書】1984年、
同【卸売市場流通ビジョン調査報告書】1990年。

注1) 調査表の回収票数は、1983年：107社(1,926店舗)
1989年：49社。

増加傾向を示している。これに対して、同じ中央市場の卸売業者の利用割合は逆に低下している。これは従来から指摘されてきたように、セリへの直接参入によるセリ値の高騰を避ける動きが継続しているのに加えて、後述するように、仲卸業者が産地開発や「直荷引」などによって量販店のニーズに積極的に対応した結果であると思われる。また地方卸売市場の利用割合は野菜で減少しているものの、果実では増加している。これらの結果、総合的な卸売市場仕入率は野菜・果実とも約5%ほどアップし、野菜82.1%、果実80.3%となっている。他方、市場外仕入については、全体としてウェイトを低下させているが、その中で輸入果実の増加を反映して直輸入が急増しており、また野菜に関しては全農集配センターの比重も増加している。

以上のように、全国的な動向としては、卸売市場流通が青果物流通の主役の座を維持し続けており、市場外流通の主たる担い手の一つである量販店についても、中央市場仲卸の利用率の増加を軸として、卸売市場仕入に回帰しつつあるといえる。

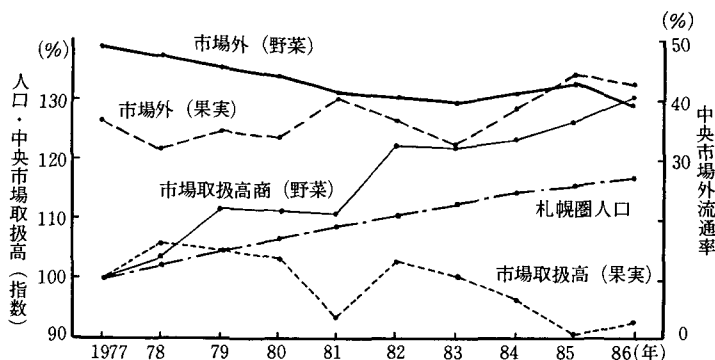
Ⅲ 札幌都市圏量販店の青果物仕入

① 札幌都市圏の青果物流通

量販店の事例分析に入る前に、まず、札幌都市圏⁶⁾の青果物流通の概要をスケッチしておく。この地域に開設されている青果物卸売市場は5つあり、うち中央卸売市場が1、地方卸売市場が4（札幌丸中、小樽、江別、千歳）となっている。なかでも札幌中央卸売市場が最も規模が大きく、文字どおり札幌圏の青果物流通の要をなしている。また、ここには札幌中央卸売市場の青果物買参人の95%が集中しており、同市場の主要な活動の場でもある。

この札幌都市圏人口と札幌中央卸売市場取扱高の推移と、札幌中央卸売市場以外のルートで流通する青果物の比率をみたものが図2である。まず人口であるが、札幌都市圏は北海道の中では一大人口集積地帯であり、現在でもその伸長は著しく、86年の人口は対77年比で17%増となっている。次に、

6) 札幌都市圏とは札幌市の長期総合計画における用語で、札幌中心部から時間距離でおよそ1時間以内を基準にした地域である。行政的には5市(札幌・小樽・江別・恵庭・千歳)、4町(石狩・当別・広島・南幌)、厚田村からなる。人口約206万人。



資料：たくぎん総合研究所「札幌市中央卸売市場整備基本方針策定基礎調査報告書」1989年
注1) 札幌都市圏=札幌・小樽・江別・恵庭・千歳・石狩・当別・広島・南幌・厚田の5市4町1村。

$$2) \text{市場外流通率} = \frac{\text{札幌都市圏総流通量}^* - \text{札幌中央卸売市場流通量}^{**}}{\text{札幌都市圏総流通量}}$$

* 札幌都市圏総流通量 = 札幌都市圏人口 × 一人当消費量 (札幌市)

** 札幌中央卸売市場流通量… 野菜 = 中央卸売市場取扱量 × 0.86
果実 = 〃 × 0.9

図2 札幌都市圏人口・札幌中央卸売市場取扱高と市場外流通率の推移

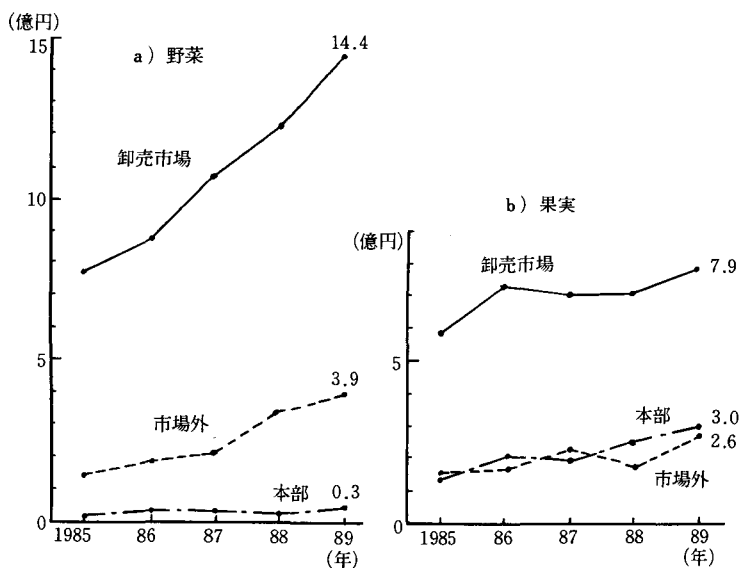
札幌中央市場の取扱高は野菜18.5万トン、果実9.4万トン（いずれも86年）であり、野菜は人口と同様、順調に伸びて30%増であるのに対し、果実は不安定な動きを示しつつ7%減となっている。最後に、市場外流通率であるが、これは以上の指標に一人当たり供給量⁷⁾を加味して推定した値である。ただし、この算出の際の卸売市場取扱高には小樽など4地方市場の取扱高は含まれておらず、したがって、この数字は「札幌市中央卸売市場を経由しない流通部分の割合」である。これによれば、野菜の市場外流通率は77年当初49%であったが、その後傾向的に低下して、86年には40%になっている。他方、果実は36%から43%へと不安定ながら上昇傾向を示している。

このように札幌都市圏の市場外流通は、圏内の4地方市場の除外による絶対値の高さを別にすれば、Ⅱで検討した全国的な市場外流通の動向とはほぼ軌を一にしていることがわかる。そこで次に、量販店の具体的な仕入分析に介入することにする。

7) 札幌市における一人当たり青果物供給量は、野菜で136 kg から128 kg へ、果実で82 kg から72 kg へとそれぞれ6%、12%減少している。

② Fチェーンの青果物仕入対応

Fチェーンは1979年に設立された北海道内最大のボランティアチェーンであり、この組織を単位としてCGCジャパンに加盟している。同チェーンは全道でスーパー76社150店舗⁸⁾を擁しているが、このうち札幌都市圏に108店(72%)、札幌60km圏では130店(87%)が集中している。Fチェーン設立後も、青果物仕入に関しては加盟企業・店舗は個別にこれを行い、CGCにも各企業ごとに別々に加盟し、利用していた。こうした状況を改善するため、1985年に道内の加盟企業が出資して札幌中央卸売市場近傍に生鮮食品の配送センター(以下Fセンターと略称)を設立し、青果物に関しても共同仕入の体制を整えている。同センターは、少なくともFチェーンの中核企業2



資料：Fセンター業務資料

注1) 1985年は修正値(8ヶ月のため1.5倍)

注2) 本部仕入はFチェーンが加盟するCGCからの仕入。

図中の卸売市場仕入、市場外仕入との重複はない。

図3 Fセンターの青果物仕入金額の推移

8) 商業界『日本スーパーマーケット名鑑』1988年による。以後、店舗数について特に断わりのない場合、同書からの引用とする。

社⁹⁾に関してはその青果物仕入の100%をまかない、仕入本部として機能している。

Fセンター設立後、現在までの仕入実績の推移を図3に示した。野菜については、卸売市場仕入をメインとしながら市場外仕入、CGC仕入とも順調に伸びている（総合で99%増）ことが確認できる。これに対して果実は、全体としては伸びている（54%増）ものの、卸売市場・市場外仕入が伸び悩み、CGC仕入のみが伸びを示している。

表2は仕入先別の割合の推移を示したものである。全体を概観してまず指摘できることは、卸売市場仕入をメインとし、中でも特に札幌中央卸売市場の仲卸業者からの仕入を主としていることである。しかし、札幌中央卸売市場仕入のウェイトは野菜・果実とも傾向的に低下しており、野菜ではこの5年間で10%、果実でも6%ほど低下している。この理由は、同市場が安定価格による安定供給には不適であるためである。これに替わって、野菜では道外中央市場と生産者・任意組合、農協仕入がシェアを伸ばし、果実では本部、すなわちCGC仕入が著増している。道外の中央市場とは具体的には大阪本場（野菜）と東京大田市場（果実）であるが、野菜については比率で倍増（実数では4.3倍増）している。両市場については道内産品が少なくなる冬場の利用を中心とし、いずれも市場から深夜搬出する「先取り取引」である。なお、この中には仲卸による「直荷引」（産地から卸売業者を経由せずに集荷するもの）も含まれている。また、89年から砂川・旭川両地方市場からの仕入も始まり、今後拡大が見込まれている。これは比較的高級品が集まり、価格の高くなりがちな札幌中央市場を避け、廉売品の調達のため、産地を控えた両市場を産地市場として利用しているものである。このうち、旭川市場仲卸については、直荷引が相当の比重を占めている¹⁰⁾。

他方、市場外仕入については野菜・果実とも全体に比重が増大しているが、野菜では「生産者・任意組合」および「農協・経済連・園芸連」の項目の増加が目立つ。これはともに産地直結化の動きを直接的に表現するものであり、

9) この2社の店舗はいずれも札幌市内に展開しており、両社は北海道内スーパーランキングでそれぞれ3、20位に位置する（帝国データバンク調べ）。またこの2社はFセンターに対する出資の約60%を占めている。

安定価格・安定供給と差別化商品の開発、鮮度の保持等を目的としている。

1産地当り品目数は野菜・果実とも1～2品目がほとんどである。また、地域的にはすべて北海道内の産地であり、「農協・経済連・園芸連」の内容はすべて単協である。

果実の仕入先では本部（CGC）仕入の増加が目立つ。これは一部輸入品を含んでいるが、その他はすべて開発商品である。この場合の産地開発にはCGC単独によるものと、あらかじめFチェーンが品種と産地を指定した上でCGCと共同開発するものとの2種類があり、いずれも品質・味覚の安定とオリジナル性の確保を狙いとしている。産地開発という点では札幌中央市場仲卸を利用した「朝採レタス」などの例もある¹¹⁾。

これらの産地開発の具体的な内容としては、栽培品目・品種の指定、出荷時期・規格・数量の設定から包装資材を供給して店舗販売の形態にあったパッケージの指導までが含まれている。このように、野菜・果実とも直接的な取引対象は必ずしも産地と直ではないものの、着実に産地編成が進行しつつあるといえよう。

③ コープさっぽろの青果物仕入対応と産直

コープさっぽろは1965年、札幌を本拠地として設立された道内最大の生活協同組合であり、69年に小樽・旭川、78年に函館の地域生協を次々と合併し現在に至っている。店舗数は107店である。当生協はそのエリアを函館・小樽・札幌・岩見沢・旭川の5地区に分け、それぞれに本部をおいており、青果物仕入に関しても基本的には各本部ごとに対応している。

青果物仕入のうち、まず卸売市場仕入についてみていく。表3はコープさっぽろの青果物仕入先別構成を示したものであるが、表1と比較すると、卸売市場仕入の割合が量販店平均より明らかに低いことが指摘できる。また、中

10) 取引の直接的な契機は、砂川市場（卸売業者）は砂川市内に店舗をもつFチェーン加盟スーパーの紹介、旭川市場（仲卸業者）は、同仲卸の直接訪問による。同仲卸は1988年に札幌に事業部を設置して、旭川近郊製品の販売促進活動を活発に展開している。なお、旭川市場の産地市場的な機能、および仲卸による直荷引については坂爪浩史「地方都市卸売市場の産地市場化—旭川市場を事例にして—」北海道大学『農経論叢』第46集、1990年参照。

11) 春先の道南の産地（大野）を皮切りに、徐々に産地を北へ上げて行き、常時新鮮なレタスを店舗に供給している。

表2 Fセンターにおける仕入先別構成の変化

a) 野菜			(単位：金額%)					
仕入先	年		1985	1986	1987	1988	1989	
卸売市場	中央卸売市場	卸売業者	—	—	—	—	—	
		仲卸業者	札幌	79.1	76.8	76.1	71.0	68.8
			道外	3.7	4.0	5.3	6.2	8.1
		小計	82.8	80.8	81.4	77.2	76.9	
	地方卸売市場	—	—	—	—	0.2		
小計			82.8	80.8	81.4	77.2	77.1	
本部仕入			1.9	2.5	2.3	1.4	1.8	
卸売市場外	問屋・商社		14.2	15.7	14.7	13.9	8.0	
	産地出荷業者		—	—	—	0.3	0.5	
	生産者・任意組合		—	0.1	0.5	4.3	8.6	
	農協・経済連・園芸連		1.1	0.9	1.1	2.8	4.0	
	全農集配センター		—	—	—	—	—	
	輸入商社		—	—	—	0.1	—	
	直輸入		—	—	—	—	—	
小計			15.3	16.7	16.3	21.4	21.1	
合計			100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
b) 果実			(単位：金額%)					
仕入先	年		1985	1986	1987	1988	1989	
卸売市場	中央卸売市場	卸売業者	—	—	—	—	—	
		仲卸業者	札幌	63.3	63.3	61.0	61.8	56.7
			道外	3.1	3.5	2.0	0.6	0.9
		小計	66.8	66.8	63.0	62.4	57.6	
	地方卸売市場	—	—	—	—	0.5		
小計			66.8	66.8	63.0	62.4	58.1	
本部仕入			15.0	18.3	17.3	22.0	22.4	
卸売市場外	問屋・商社		—	—	—	0.2	1.3	
	産地集荷業者		6.7	5.5	8.5	2.5	4.4	
	生産者・任意組合		—	—	0.2	0.5	1.4	
	農協・経済連・園芸連		1.1	0.7	0.1	—	0.0	
	全農集配センター		—	—	—	—	—	
	輸入商社		10.4	8.7	10.9	12.4	12.4	
	直輸入		—	—	—	—	—	
小計			18.2	14.9	19.7	15.6	19.5	
合計			100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

資料：Fセンター業務資料

注1) Fセンターは札幌中央市場近傍にあり、Fチェーン加盟店舗のうち主に札幌近郊を対象として生鮮食品の集配を行っている。

2) センターは1985年8月より稼働、85年実績は85年8月～86年3月の数字。

3) 本部仕入れとはFチェーンが加盟するCGCジャパンからの仕入れのこと。一部に卸売市場仕入(予約相対)を含むため、独自の欄を設定した。

量販店による青果物の産地・流通編成

表3 コープさっぽろにおける仕入先別構成

1989年実績(単位:万円、%)

仕入先			野 菜	果 実
卸 売 市 場	中央 卸売 市場	卸 売 業 者	—	—
		仲卸 業者	札 幌	191,861 (37.2)
	道 外		30,037 (5.8)	8,363 (2.3)
	小 計		221,898 (43.0)	128,199 (35.2)
	地方卸売市場		111,129 (21.5)	76,766 (21.1)
	小 計		333,027 (64.5)	204,965 (56.4)
本 部 仕 入			9,824 (1.9)	7,571 (2.1)
卸 売 市 場 外	問 屋 ・ 商 社		74,738 (14.4)	34,413 (9.5)
	産 地 集 荷 業 者		7,157 (1.4)	17,851 (4.9)
	生 産 者 ・ 任 意 組 合		37,664 (7.3)	7,932 (2.2)
	農 協 ・ 経 済 連 ・ 園 芸 連		21,473 (4.2)	16,480 (4.5)
	全 農 集 配 セ ン タ ー		16,458 (3.1)	28,368 (7.8)
	輸 入 商 社		16,458 (3.2)	45,487 (12.5)
	直 輸 入		—	—
小 計		173,585 (33.6)	150,531 (41.5)	
合 計			516,436(100.0)	1 363,067(100,0)

資料: コープさっぽろ業務資料

注1) 本部仕入とは同生協が加盟する日本生活協同組合連合会、日流からの仕入のことで、一部に卸売市場仕入を含むため、独自の欄を設定した。

2) 全農集配センターには全農札幌支所の数字も含めた。

中央市場が近傍にない地域を多く抱える結果、地方市場の利用率が比較的高いものとなっている。

これをさらに本部別、卸売市場別にみたものが表4である。これによれば、まず各本部とも最寄りの卸売市場からの仕入が圧倒的に大きいことがわかる(卸売市場仕入に占める各本部最寄市場仕入の割合は野菜79.1%, 果実64.3%)。しかし、他の市場からの仕入もかなり多く、このうち札幌本部では、札幌中央市場の他に道内だけでも小樽・旭川両市場を利用している。これは

表4 コープさっぽろの本部別卸売市場別の青果物仕入れ実績

a) 野菜		(単位：万円、%)					
市場	本部	函 館	小 樽	札 幌	岩 見 沢	旭 川	合 計
函館中央市場		41,150(86.3)	—	—	—	—	41,150(12.4)
小樽地方市場		1,129(2.4)	15,085(77.0)	2,993(1.7)	374(1.2)	—	19,581(5.9)
札幌中央市場		3,282(6.9)	4,514(23.0)	130,523(76.2)	11,821(36.8)	571(0.9)	150,711(45.3)
岩見沢地方市場		—	—	—	19,137(59.4)	—	19,137(5.7)
旭川地方市場		—	—	12,012(7.0)	—	57,416(92.4)	69,428(20.8)
その他道内市場		—	—	—	823(2.6)	2,160(3.5)	2,983(0.9)
道外中央市場		2,086(4.4)	—	25,946(15.1)	—	2,005(3.2)	30,037(9.0)
〃地方市場		—	—	—	—	—	—
合 計		47,647(100.0)	19,599(100.0)	171,474(100.0)	32,155(100.0)	62,152(100.0)	333,027(100.0)
a) 果実		(単位：万円、%)					
市場	本部	函 館	小 樽	札 幌	岩 見 沢	旭 川	合 計
函館中央市場		12,705(86.3)	—	—	—	—	12,705(6.2)
小樽地方市場		—	—	—	—	—	—
札幌中央市場		7,359(30.1)	3,851(100.0)	77,013(74.2)	18,461(87.1)	447(0.9)	107,131(52.2)
岩見沢地方市場		—	—	—	2,722(12.8)	—	2,722(1.3)
旭川地方市場		1,291(5.3)	—	3,183(3.1)	16(0.1)	39,316(75.8)	43,806(21.4)
その他道内市場		—	—	—	—	12,047(23.3)	12,047(5.9)
道外中央市場		3,126(12.8)	—	5,237(5.1)	—	—	8,363(4.1)
〃地方市場		—	—	18,191(17.6)	—	—	18,191(8.9)
合 計		24,481(100.0)	3,851(100.0)	103,624(100.0)	21,199(100.0)	51,810(100.0)	204,965(100.0)

資料：コープさっぽろ業務資料

注1) その他道内市場とは江別、釧路、深川、富良野、留萌の各市場で、すべて地方市場。

2) 各本部仕入の一部分は他本部管轄地域の店舗へも送られる。特に小樽、岩見沢両地区は札幌本部への依存度が高い。

基本的には消費地市場としての利用であり、札幌中央市場と相場を比較しながら仕入を行っている。ただし旭川市場については、その他に卸・仲卸による開発商品の調達も含まれている¹²⁾。また、道外の中央卸売市場からの仕入もかなりのウェイトを占めているが、これには福島・愛媛県松山など大産

地を背後に控えた卸売市場も含まれており、それらの地場産品の仕入が中心をなしている。また、道外地方市場（果実）とは、すべて東一西東京青果（昭島・府中地方市場卸）であり、東京中央市場大田市場の卸売業者を中核とするグループのメンバーである。当市場はそこで集積した情報を、中央卸売市場の規制を避けながら最大限に活用しており、当生協でも、提携産地の発見のために利用している。この場合、物流は卸売市場を経由しない産地直送である。

市場外仕入に関しては生産者・任意組合、農協系統からのウェイトが相対的に高い（表3、1）が、これは産直活動に力を入れていることを反映したものである。また、問屋・商社の比重も高いが、ここには特殊な栽培技術をもって商品開発を進める緑健、ABSなどが含まれている。

コープさっぽろでは、組合員向けに「青果物の産直地図」という資料を作成しているが、この地図には北海道から沖縄までの37提携産地が紹介されている。これらの産地を、直接的な仕入対象と地域分けしたものが表5である。仕入先に関しては、提携産地からの直接仕入れは23件であり、そのうち生産者（団体）からのものは、わずかに11産地（29.7%）であり、卸売市場を経

表5 地域別産直産地と仕入対象

（単位：産地数、%）

仕入対象 産地	生産者 (団体)	卸売市場 卸・仲卸	その他	合計
札幌近郊	4 (10.8)	2 (5.4)	4 (10.8)	10 (27.0)
ほか北海道	4 (10.8)	—	2 (5.4)	6 (16.2)
東北・関東	2 (5.4)	3 (8.1)	2 (5.4)	7 (18.9)
中部以西	1 (2.7)	6 (16.2)	7 (19.0)	14 (37.9)
合計	11 (29.7)	11 (29.7)	15 (40.6)	37 (100.0)

資料：コープさっぽろ「青果物の産直地図」及び聴き取り調査

注1) 札幌近郊とは石狩・空知・後志・胆振の各支庁。

2) 数字は「地図」中にある産地の総数に占める各項目該当産地数の比

- 12) 地域としては旭川近郊から道南、あるいは青森県津軽地方までの広域にわたって産地開発を行い、同生協に納入している。

由するものと同数に過ぎない。また、生産者（団体）からの直接仕入は札幌近郊など北海道内が主であり、逆に距離が離れるほど卸売市場やその他の業者が介在するという傾向が明瞭に見られる¹³⁾。

また同生協では、この産直と深い関わりをもつ有機農業、無農薬・低農薬栽培の実態を科学的に検証するために、1987年から農産物カルテの実施に踏み切っている¹⁴⁾。そこで同産直地図に表記している産地について、農産物カルテが交わされているかどうかという点と、取引上の直接性（その場合、生産者（団体）であるかどうか）などを考慮して作成したものが表6である。

表6 「産直」産地における農産物カルテ交付と直接仕入対象

(単位：産地数、%)

直接仕入先 カルテ	表示産地と同一		その他		合計
	生産者 (団体)	集荷業者・ 商社ほか	集荷業者・ 商社ほか	卸売市場 御・仲卸	
○(全品目)	8 (21.7)	10 (27.0)	4 (10.8)	6 (16.2)	28 (75.7)
△(一部)	1 (2.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.7)	2 (5.4)
×(なし)	2 (5.4)	2 (5.4)	0 (0.0)	3 (8.1)	7 (18.9)
合計	11 (29.8)	12 (32.4)	4 (10.8)	10 (27.0)	37 (100.0)

資料：コープさっぽろ「青果物の産直地図」及び聴き取り調査

注1) カルテは栽培方法に関する資料で、生産者から生協に提出されるもの。

記号：○カルテあり、△一部品目にカルテあり、×カルテなし。

2) 表示産地が単位農協で経済連仕入の場合は表示産地と同一とした。

3) 「表示産地と同一 集荷業者・商社ほか」には市場仲卸社が含まれている。

13) 生協による「卸売市場を利用した産直」については白武義治「生協の共同購入事業と青果物卸売市場」農産物市場研究会編『問われる青果物卸売市場—流通環境激変の中で—』筑波書房、1990年で整理されている。この中で氏は「卸売市場を利用した産直」について、「特に地元や隣県の生産者団体との産直活動との定着・強化を追求している」(P92)としているが、この事例分析に関する限りそうした傾向は見られない。

14) 農産物カルテとは、提携産地の生産者との間で取り交わすもので、項目としては防除暦、施肥暦、農薬・肥料の使用などがあり、産地では前年度の実績をもとにして4～5月に生協へ提出する。生協ではこれをもとにして、必要に応じて生産者と協議し、栽培方法の誘導などを行っている。同カルテについては山田定市「29生協の事例実態調査レポート1 生活協同組合市民生協」日本生協連・食糧問題調査委員会編『第2回全国産直調査』報告書(Ⅱ)生協の産直・提携レポート』1988年、P29～30。

これによれば、産直産地と表示されている産地には産地集荷業者なども含まれており、卸売市場仲卸も1社入っている。しかし、カルテを取り交わしている産地数は28(75.7)%と高く、産地の生産把握に関しては進んでいるといえる。

以上、コープさっぽろの進める産直は取引面からみると、特に遠隔産地になるにしたがって間接性が強くなるものの、産地把握については直接的に進めているといえよう。

IV 考察と展望

以上Fチェーン、コープさっぽろの事例分析を通じて明らかにしたことを整理するならば以下になるろう。

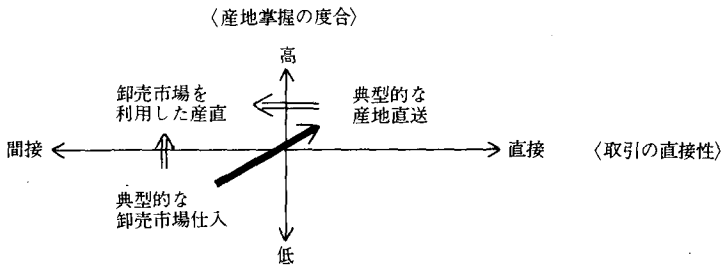
まず第1に、量販店の仕入先別構成としては卸売市場に対する依存度が高いことである。これはFチェーンについては低下してきているとはいえ、60~70%のウェイトを維持している。

しかし第2に、その卸売市場仕入の内容に立ち入ってみるならば、最寄りの卸売市場への依存度は着実に低下しており、Fチェーンにおける卸売市場仕入率の低下も、最寄りの札幌中央卸売市場仕入率の減少によるところが大であった。しかも、この動きは取引形態の変化、すなわち予約相対・先取り取引など商物分離方式の採用、あるいは仲卸による直荷引などの増大を伴って進行しつつある。これらは、従来の典型的な消費地卸売市場仕入、すなわち最寄りの卸売市場からセリ取引によって仕入れるという仕入方式が大きく変貌しつつあることを意味しよう。札幌中央市場仕入率の低下に関しては、札幌都市圏の人口が順調に伸びるなど、同市場を取り巻く環境が比較的良好であり、量販店に対する対応が遅れがちであったことも、その要因として考えられる。

そして第3に、産地開発品と仕入ルートとの関係では、まず仕入ルートからみて、産地の生産者(団体)からの直接仕入によるものは、コープさっぽろの場合30%に過ぎず、しかもそのほとんどは道内産地である。Fチェーンに関しても直接仕入によるものはすべて道内産地からのものであった。これは、遠隔地になるほど提携産地の発見、生産者の組織化が単独では困難になり、また、知名度の低さからくる信用問題が存在するためであり、その結

果、産地に関する情報に富み、信用もある卸売市場などの仲介が必要になるのである。しかし、産地開発の点では、両者とも仕入の間接性にも関わらず直接産地と交渉をもち、品種の指定からの生産管理を進めている。その意味で産地編成は着実に進展しているといえるのである。

このような量販店の産地・流通編成の特徴を概念的に示せば図4のようになろう。60年代から70年代前半にかけて一斉に追求された典型的な産直は、従来からの典型的な卸売市場流通に対して、産地掌握・取引の直接性の両面で対極をなすものであった。しかし、その後、そのような産直が様々な困難から産地把握に関しての関心を維持しつつ、卸売市場の機能を再評価し、卸売市場仕入に部分的に回帰した。他方、卸売市場の側でも取扱量の確保のため、量販店のそうした需要に応えるために産地開発などの代行に取り組むようになった。その結果、「卸売市場を利用した産直」に典型的に示されるような、新たな卸売市場流通の類型が展開するようになったといえる。その特徴は図に示した通り、量販店にとって産地との取引は間接であるが、産地掌握の程度は高いという点である。以上の点をふまえるならば、Ⅱで指摘した、全国動向としての市場外流通の停滞と量販店による卸売市場仕入への部分的回帰についても、必ずしも卸売市場が青果物流通の要としての立場を強めた



注1) 〈取引の直接性〉は、量販店が青果物を仕入れる際、生産者(団体)から直接仕入れるかどうかを基準に、また〈産地掌握の度合〉は、量販店が生産者(団体)に対して、生産・出荷方法について関与しているかどうかを基準に分類した。

2) 矢印は
 1960年代～70年代前半
 1970年代後半～

にそれぞれ現れた、量販店による青果物仕入の展開方向

図4 量販店の産地掌握と取引の直接性の概念図

ということを意味しない。むしろ量販店による産地・流通編成の一環に卸売市場が組み込まれつつあるからこそ、卸売市場流通率が回復したと捉えるべきであろう。

今後、青果物流通においては高齢化による専門小売店の減少、大店法規制の緩和などによって小売段階の大規模化がいつそう進み、量販店主導の流通再編が深化するものと予想される。卸売市場もそうした再編に包摂され、卸・仲卸ともに存立基盤の変化に対応して産地開発などの機能を重視していくことになる。その結果、「卸－仲卸」という取引の段階性もさらに崩れていくと思われる。そうした中で政策的には、零細小売商などが卸売市場利用の際に不都合を生じさせないような公正さの保持と、予約相対取引・商物分離など新たな取引方法における価格形成の公開性の維持に対する努力が求められることになる。