HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	中小規模地方卸売市場における転送形態における一考察
Author(s)	杉村，泰彦
Citation	北海道大学農經論叢，56，99-109
Issue Date	2000-03
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/11195
Type	departmental bulletin paper
File Information	56_p99-109.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

農経論叢 第56集，2000，Mar. pp.99-109

中小規模地方卸売市場における転送形態に関する一考察

——北見市公設地方卸売市場を事例に——

杉 村 泰 彦

A Study of the Forms of Transmission in the Local Wholesale Market:

The Kitami Local Wholesale Market

Yasuhiko SUGIMURA

Summary

The objective of this study is to prove the form of indentifying trading methods in the local wholesale market and district market. To do this, I analysed the concentration and distribution of products in the Kitami Local Wholesale Market.

The conclusions are summarized as follows;

(1) In the Kitami District, the local fruit and vegetable market hasn't met the quantities and varieties demanded by the people. They need stocks which are supplied by farmers as well as from wholesalers. Therefore, they have to supply themselves from many markets.

(2) The form of transmission can be classified into three types. The most important is the way supply and demand is regulated in the Kitami Wholesale Market. Kitami does not obtain enough vegetables to meet the demand of large-sized retail stores in this region, therefore, retailers have to use other markets as well as supply the other markets with their own goods.

(3) These results suggest that this trend is general and depends on the conditions of individual areas.

1．問題の所在

卸売市場法の施行以来，わが国の卸売市場流通は制度的に消費地市場を中心として整備されてきた。したがって，個々の卸売市場が制度的に付与されている機能についても，消費地に立地していることが前提となっている。しかし，実際には，各卸売市場は基本的な役割を同一としながらもそれぞれ異なる特徴も併せ持っており，その性格も一様ではない。個々の卸売市場をその性格によって厳密に分類することは容易ではないが，その中には，通常の消費地市場とは明らかに異なった，産地市場的性格をもつ卸売市場が存在している（註1）。

ところで，卸売市場の構造論的研究は，美土路によって提起され，山口によって定式化された「集散市場体系」から本格化した（註2）。この集散市場体系論においては，遠隔地に立地している地方市場は「末端地方市場」であり，大都市大型市場へ従属する存在として位置付けられた。その後，この卸売市場の構造論的アプローチはより深化しているが，少なくとも，中小規模の地方市場について，集散市場体系論における位置づけを根底から覆すような新たな認識は，依然として現れていない。

これに対し，産地市場的性格をもつ地方市場の機能と特質についての分析としては，坂爪，小野，小野・大久保（註3）らの研究があげられる。これらの研究は，背後に産地を抱えた地方市場が，必ずしも単に大都市市場へ従属するものでないことを，それぞれの産地市場的機能の分析から明らかにした（註4）。この点において研究史上の重要性は高いが，小野が指摘しているように，このような卸売市場の機能と性格の総体的把握のためには，「市場の立

地条件と規模」を踏まえた事例研究のさらなる積み重ねが必要であろう（註5）。

流通再編が地方中小都市においても進展する中で，現在の地方市場は，一方では消費地市場としての量販店対応を迫られている。しかし，他方では，野菜生産力の弱体化や単一品目での産地大型化などを背景として，系統共販への参加が困難な，あるいは参加しない生産者の個選出荷品への対応も求められている。すなわち，生産の計画性や高度な規格化といった品質の高さを求められる量販店対応と，生産・出荷における計画性の低さや選果の不完全性，品質の多様性といった特徴をもつ個人出荷品への対応とのギャップが最も鮮明に現れるのが，中小規模の地方市場であるということができる。

本稿で事例としている北海道東部の北見地域は，大都市の大型市場から見て，産地としても消費地としても遠隔地である。この北見地域は，馬鈴薯や玉ねぎなどの「主産品」については大型産地として確立しているのに対し，それ以外の野菜については共選共販体制の構築などの産地整備が遅れている。そのため，これまでの北見地域における「地場産野菜」（註6）の生産と販売は，個人出荷を行う生産者と地場市場である公設北見地方卸売市場（註7）が中心であった。また，北見市場の販売先は北見市内の中小小売業者を中心としてきたが，買参している食品問屋とともに，オホーツク流通圏（註8）全域に渡って広く青果物を供給してきた（註9）。

しかし，近年，北見地域ではその中核都市である北見市を中心に，全国資本ないし全道資本の大型総合量販店（註10）が急速に展開している。したがって，地域の消費地市場である北見市場も，それら量販店を中心とした販売対応へと転換することを要請されている。つまり，全国的に進展している流通再編下において，遠隔地的な消費地の地方市場も，その存立基盤を大きく変化させつつある。そして，このことは北見市場のような産地市場的性格をもつ地方市場に対して，背後に産地を抱えた産地市場としての機能と，都市部に存立する消費地市場としての機能とを併存させることが求められていることを示している。

そこで，本稿では，北海道北見市の北見市場を事例に，産地市場と消費地市場の二面的性格をもつ地方卸売市場について，転送形態を中心に分析し，それが直面する問題についてについて明らかにする。

2．北見市場の概要と地場産野菜の位置付け

1）北見市場の概要と青果物の取扱状況

今日の北海道北見市は，社会経済および生活文化の中核都市機能を備えた，オホーツク圏の拠点都市としての地位にある。この北見市における卸売市場の歴史は，1912（明治45）年に開設された民営市場から始まっている。その後，北見市の発展に伴って，それまでの民営卸売市場から，1969年に北見市が開設する公設地方卸売市場として新たに開場した。開場当初の北見市場には市内の卸売業者2社が入場したが，1991年に両社は合併し，現在は北見魚菜卸売市場株式会社の1社体制で営業している。なお，仲卸業者は，開設時から今日に至るまで設置されたことはない。北見市場の取扱品目は青果物，水産物，およびそれらの加工品であったが，1998年には花き部が新設された。それまで青果物に含まれていた花き類を独立させたことで，取り扱いを大きく伸ばしている。

図1は，北見市場における野菜と青果物全体の取扱状況を示している。ここから野菜の取扱状況をみると，相当の変動を含みながらも，数量的には1980年代半ば以降は2万t前後で推移しているのがわかる。また，取扱金額面では，1991年を頂点として，それ以降は緩やかな減少傾向にあることが示されている。

次に，北海道内に設置された卸売市場の中での，北見市場の位置付けについて整理する（註11）。北海道には，現在，青果物取扱市場が44市場設置されている。取扱規模について，開設都市の人口が比較的近い室蘭市中央卸売市場と比較すると，北見市場は卸売数量では北見市場が若干上回っているが，逆に，卸売価額では室蘭市場の方が上回っている。このことを反映して，卸売価格（註12）を比較すると室蘭市場が165円なのに対し，北見市場は150円となっている。また，表1によって，このうち1類都市と2類都市の中央卸売市場と青果物市場について，野菜卸売数量と価額の伸び率を比較すると，北見市場は際だって数量の伸び率が高いという特徴をもっていることがわかる。ただし，価額の伸び率については，全市場平均よりは高いものの，特に目立つというほどではない。

ところで，北見市場の転送依存率は，数量で

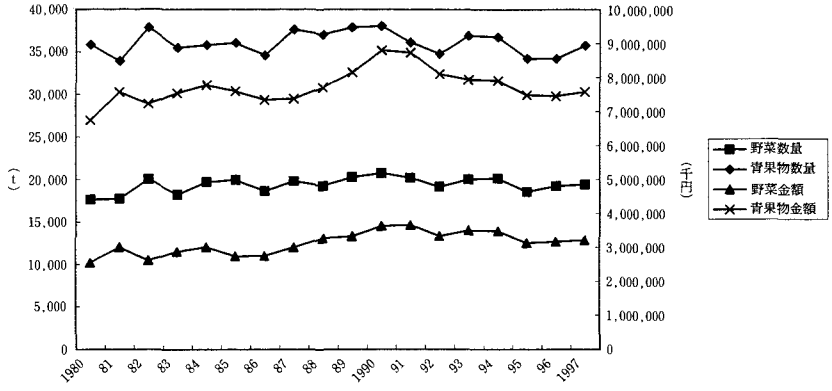

図1　北見市場における青果物取扱状況の変化

註：青果物合計とは，「野菜」「果実」「その他」の合計である。
資料：北見市「北見市公設地方卸売市場年報」各年度版から作成。

表1　北海道内主要市場における野菜の卸売数量および価額の伸び率　(単位：%)

		1990-91	1991-92	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1990-96
札幌市中央卸売市場	数量	99.97	99.04	118.48	98.39	95.81	101.27	111.98
	価額	105.17	88.97	131.59	98.07	92.49	99.02	110.58
旭川市青果市場	数量	104.54	96.63	102.26	99.24	96.42	98.19	97.05
	価額	107.61	91.78	115.69	95.03	94.59	99.81	102.51
岩見沢市青果市場	数量	103.70	95.17	109.40	91.80	104.41	98.94	102.39
	価額	104.43	90.73	112.93	99.04	101.97	97.74	105.61
函館市中央卸売市場	数量	98.36	103.15	104.23	100.71	92.94	91.29	90.36
	価額	110.05	92.25	113.06	97.46	92.79	95.57	99.21
室蘭市中央卸売市場	数量	100.36	99.79	103.62	89.55	99.22	103.40	95.33
	価額	110.87	92.10	113.92	88.61	92.95	99.88	95.70
小樽青果市場	数量	104.36	101.59	96.84	87.99	100.55	96.11	87.31
	価額	112.22	89.71	105.72	88.07	93.20	95.85	83.73
苫小牧青果市場	数量	101.65	102.71	92.88	90.64	99.04	104.83	91.26
	価額	107.27	92.33	104.95	90.72	93.70	102.43	90.51
帯広市青果市場	数量	101.60	105.71	105.73	93.35	112.21	99.08	117.84
	価額	112.47	93.18	118.58	91.15	96.40	100.95	110.22
釧路市中央卸売市場	数量	99.02	105.10	96.05	92.90	100.89	97.13	91.00
	価額	108.73	91.79	106.95	94.87	92.41	102.91	96.30
北見市青果市場	数量	97.65	107.77	107.30	104.35	92.09	113.23	122.85
	価額	100.08	103.41	105.66	104.98	86.38	104.93	104.06

註：旭川市青果市場は旭川市内2市場の合計値である。
資料：農林水産省統計情報部『青果物卸売市場調査報告』各年度版から作成。

7.0%，価額では12.5%となっている。この数値は，冬季の供給量と品揃えを，九州など温暖な地域の各産地からの直送荷のみによってすべて確保することが困難である市場の立地条件を考えれば，必ずしも高いものではない（註13）。

2）北見地域における野菜生産の推移

北見地域の地理的条件を考えた場合，野菜の産地形成において系統共販の果たす役割は極めて大きい。しかし，これまで北見市内にある3農協において，馬鈴薯と玉ねぎ以外の野菜で，共販体制を積極的に目指してきた品目はごく一部にとどまっている。そのため，北見地域の野菜の生産は，北見市場への個人出荷によって支えられてきたのである。

かつての北見地域における野菜生産は，北見市内で果菜類を中心に行われていた。生産者たちは20～30a程度の小面積で多品目の野菜を生産し，自ら北見市場へ持ち込んでいた。しかし，それら北見

市内での野菜生産は宅地転用の影響などで徐々に縮小し，産地は郊外へと移動した。現在，野菜生産の中心は，北見市郊外の上仁頃地区となっている。この上仁頃地区は1978年から畑地かんがいが導入されており，それに伴って，品目も葉菜類が高いウェイトを占めるようになっている。さらに，近年の傾向として，北見市周辺町村へ野菜生産の急速な拡大が見られ，北見市場の集荷圏も周辺6町村にまで拡大している。これらの新興産地の特徴は，数戸単位での生産者のグループ化にあり，北見市場の主導による安定継続出荷へ向けた取り組みが行われていることである。

3）北見地域における流通再編

現在，北見市場には203人の売買参加者が登録されている。しかし，廃業後も買参権だけは保有しているケースもあり，実質的には60人程度となっている。

買参人の内訳は，量販店が5社，青果物問屋が5社(註14)であり，残りは青果物小売業者と中小スーパーである。買参人種類別の販売量は，量販店が70%，その他が30%となっている（註15)。このように，北見市場においても，量販店への販売が高いウェイトを占めるようになっているのである。これを反映して，取引形態も約70%が相対取引（註16)となっている。ところが，量販店と相対取引される野菜は，品質と規格が安定し，量的な確保が確実な本州産の野菜が中心であり，「地場産野菜」の取引は，本州産野菜と同様の条件を備えたごく一部の優良品のみである。

北見地域の小売段階の中心は，長く地元資本の中小規模の食品スーパーであった。しかし，1995年の大手量販店D社の進出以降は，量販店主導による小売段階の再編が急速に進展している。表2は，すべてのケースを網羅したものではないが，地元資本の中小食品スーパーの減少と全国ないし全道規模の大型量販店の進出という特徴が示されている。このように，連鎖的な倒産・廃業や経営譲渡によって，地元資本の食品スーパーは短期間のうちにほぼ消滅し，北見地域の食品小売業再編は，量販店のチェーン店間や系列グループ店間における競争へと収斂される方向にある（註17)。

このような小売業の構造変化は，次の2点においてきわめて重要な意味をもっている。すなわち，第1に北見市場以外からの仕入チャネルが確保できること，第2にチェーン店化により「全道統一価格」なり「全道統一商品レイアウト」などが考えられることである。このことは，地元の卸売市場と「地場産野菜」の販売に大きな影響を及ぼすと考えられる。

表2 北見地域における小売段階の再編

年次	地元資本食品スーパーの減少	全国（全道）資本量販店の進出
1993	D生協（北見店）・**閉鎖**	C社（札幌）・**進出**
1994		
1995	U社（5店舗）→Mh社・**倒産** I（4店舗）→T社→F社（5店舗）・**倒産**	D社（神戸：地元資本と合弁）・**進出** F社（帯広）・**吸収合併** R社（札幌）・**買収** F社（帯広）・**買収**
1996	L社（2店舗）→	Ts社（札幌）・**買収**
1997	Ms社（2店舗）→	R社（札幌）・**買収**

資料：聞き取り調査，北海道新聞1995年12月12日付
註：（ ）内は本社所在地

4）「地場産野菜」の品質格差と量販店対応における問題点

生鮮食料品の仕入にあたって，量販店が納入価格をもっとも重視することは言うまでもない。しかし，道東地域の卸売市場間における納入価格についての競争では，立地の面からも規模の面からも北見市場は比較的不利な立場にある。北見市場における大型量販店への野菜供給は5社の約22店舗であるが，これらの野菜の総仕入量におけるウェイトはせいぜい40～50%程度であるとみられる（註18)。このように，北見地域に本社をおかない量販店が増加することは，北見市場からの買受量の減少につながるという点で重大な影響を及ぼしているのである。

「地場産野菜」についてみると，量販店側がそれを敬遠する傾向があるため，量販店を販売先として確保しているとはいえないのが現状である。

量販店の「地場産野菜」に対する評価が低い要因は，第1に「地場産野菜」の品質の不安定性と規格化が不完全なことにある。すなわち，現在の大手量販店における野菜販売は，一定の品質を備えた規格品を原則とするのであり，そもそも個選品は既存の販売方法の中では著しく不利なのである。また，そ

の品質的な不安定性も，最大の要因は不完全な選果にあるといえる。

第2には，計画出荷の未確立である。そのため，量販店による北見市場での「地場産野菜」の購入は，規格品と仕入量の安定的確保のために，北見市場を通しての，専業的な野菜生産者を指名する，「注文」形態をとっている(註19)。しかし，市場への出荷が不安定な「地場産野菜」の多くは，量販店との相対取引がに対応する条件を欠いているといわざるを得ないのである。

セール対応など，各店舗主導による仕入れは北見市場に発注されているものの，ここでも本州産野菜が好まれる傾向がある。さらに，量販店は，同一価格であれば，旭川市場や帯広市場からの仕入れを優先する。なぜなら，本州産地からの集荷力が相対的に強いこれらの市場には，北見市場と比べて，規格が整ったものがより多く出荷されてくるからである。

3．北見市場の転送形態

1）北見市場の産地市場的特徴

表3は北見市場への「地場産野菜」の主要出荷品目と時期を示している。ここから，特定の期間については，「地場産野菜」が非常に高いシェアを占めていることがわかる。

図2は，北見市場における野菜の産地別取扱数量を構成比で示している。ここでは，「地場産野菜」は常に50%以上の高いウェイトを占めており，ときには60%にまで達している。さらに，品目別に確認してみると，馬鈴薯・玉ねぎ，キャベツ・白菜・レタスなどの葉菜類は，地場産の割合が70～80%にまで達する年度も見られる。もっとも，これは安定はしておらず，逆に50%を割り込む年度も見られる。次に，図3は，野菜の産地別取扱状況を取扱金額の構成比で示している。ここからわかるように，金額ベースでは，取扱数量とは逆に，道外産野菜が50%前後の高いウェイトを占める一方で，「地場産野菜」のそれは30%台と低迷している。これらから，全体的に，北見市場に出荷される「地場産野菜」は，確かに数量的には高いウェイトを占めているが，価格的には極めて低い地位にあることが指摘できる。

このことは月別の単価の推移にもはっきり現れる。代表的な「地場産野菜」品目である白菜の場合，ほぼ100%が地場産で占められる10～11月が26.0～42.4円なのに対し，道外産が中心となる3～4月では80.0～137.2円と，著しい単価差が現れる（註20)。

表3　「地場産野菜」の出荷状況

	出荷時期	出荷形態	出荷最盛期に地場物が占める割合
長ねぎ	3～11月	個選個販	100%
白菜	7～11月	個選個販	ほぼ100%
レタス	5～10月	個選個販	100%
大根	7中～11月	個選個販	90%
トマト	5中～10月	個選共販	80%
きゅうり	5～9月	個選個販	50%
にんじん	8～10月	個選個販	不明
キャベツ	6下～11月	個選個販	90%
ほうれん草	4上～10月	個選個販	70%

資料：北見市場への聞き取り調査による。
註：ここにあげたのは出荷品目のうちの主要なもののみである。

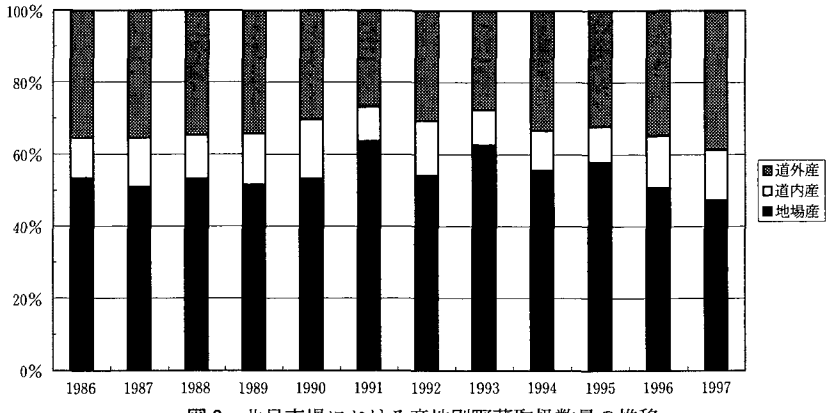

図2　北見市場における産地別野菜取扱数量の推移

資料：北見市「北見市公設地方卸売市場年報」各年度版から作成。

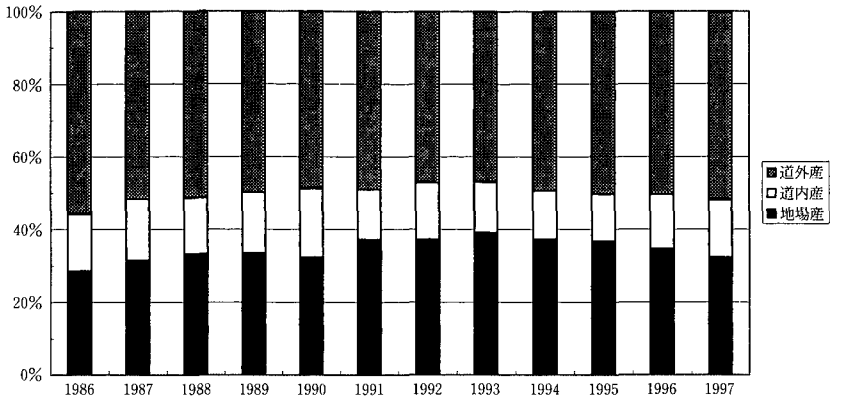

図3　北見市場における産地別野菜取扱金額の推移

資料：北見市「北見市公設地方卸売市場年報」各年度版から作成。

また，図4は，北見市場における月別の野菜取扱量を示している。ここから，最も取り扱いが少ない1月とピークである10月の取扱量との格差が著しいことがわかる。供給圏内での最低必要量が1月の供給量とおよそ一致すると考えれば，時期によってはかなりの供給超過状態が発生している。そのため，北見市場の卸売会社には，「地場産野菜」の販売先確保を要請されるのである。

北見市場の集荷段階における問題点をまとめると以下の2点が指摘できる。

第1は，品質の不統一である。北見市場は，出荷組合である北見そ菜組合を通じて，生産者に品種の統一と選果の徹底による規格の安定化を要望してはいるが，依然として達成されていない。販売時には，せり人は出荷品を見ながら販売するのではあるが，そもそも品質統一を目指していない商品であるから，それを評価することは容易ではない。

また，出荷先市場の販売量に限界がある以上，計画出荷などの出荷調整は極めて重要だが，これが不完全であることが，北見市場の集荷段階における第2の問題点である。北見市場では，常時搬入可能としていることもあって，生産者は前日の出荷品の販売状況に関わらず，さらに次の出荷品を持ち込んできてしまう。こうして，市場にはとうてい捌ききれないほどの出荷品が溢れてくるのである(註21)。図5および図6は，「地場産野菜」の取扱数量と金額を品目別に示したものだが，「地場産野菜」が計画生産・出荷とはほとんど無関係であることを端的に示しているといえる。

以上のような集荷段階における問題は，北見市場が何らかの形で「地場産野菜」の需給調整を行う必要性があることを示している。そこで，以下では，北見市場の転送問題について分析する。

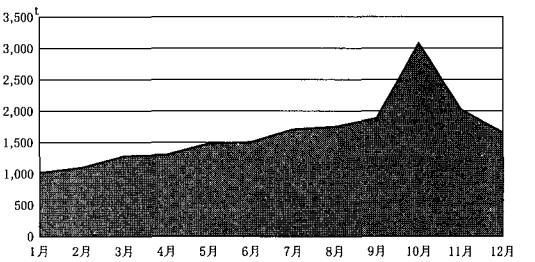

図4　北見市場における月別平均野菜取扱量

資料：北見市「北見市公設地方卸売市場　市場年報」(各年度版)

註：数値は1986年から1997年までの平均値。

2)「主産品」の転送形態

北見市場の転送業務で特徴的なのは，その転送形態が3つに分類できることである。すなわち，第1に「主産品の転送」，第2に「優良品の転送販売」，第3には「需給調整的な転送販売」である。

第1の形態は，「主産品」である玉ねぎの転送にみられる。北見地域に限ったことではないが，今日では「主産品」の共選共販体制が広範に確立しており，地場市場に「主産品」の大量出荷があるわけではない。北見市場における玉ねぎの取扱実績は，3,600tで2億6千万円であり，このうちの地場産のシェアは，数量で69%，金額では63%となっている。地場産の出荷者は70%が北見広域連を中心とした系統，残りが生産者個人と商系である。

北見市場の場合，9～11月の地場産出荷のピーク

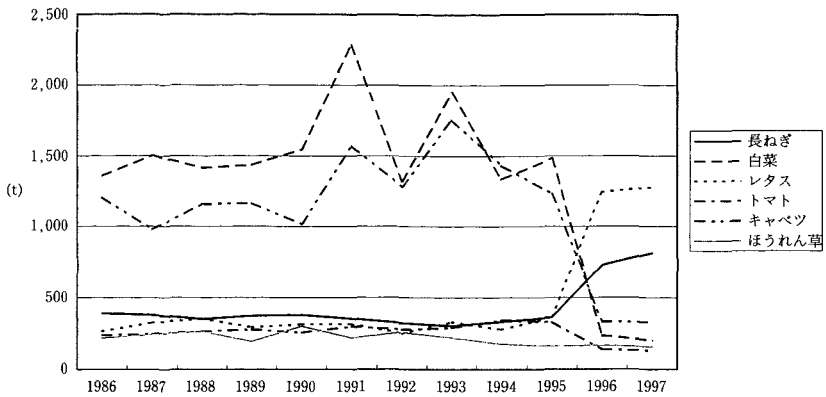

図5 「地場産野菜」主要品目における取扱数量の変動

資料：北見市「北見市公設地方卸売市場年報」各年度版から作成。

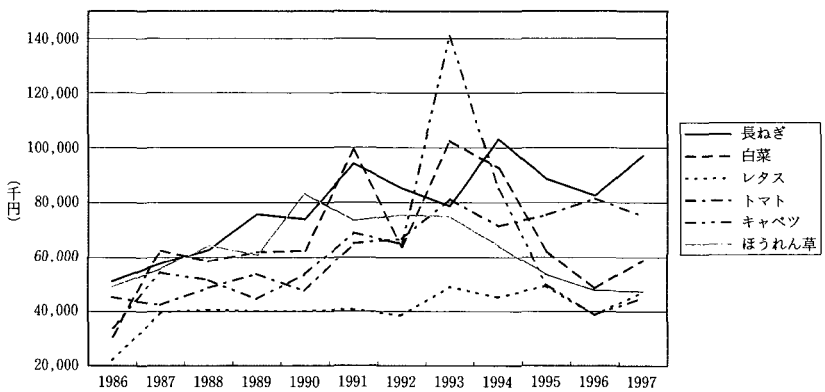

図6 「地場産野菜」主要品目における取扱金額の変動

資料：北見市「北見市公設地方卸売市場年報」各年度版から作成。

期には，およそ20%の地元消費部分を残して，すべて転送販売されている。転送先市場は表4の通り，すべて地方都市に設置された卸売市場である。北見市場からの玉ねぎの転送は，転送先市場からの要請に基づいて行われているが，この背景には経済連による出荷指定市場の絞り込みがある。つまり，直送荷は拠点市場までしか届かないため，地方市場ではその確保が困難になっている。そこで，産地近辺に立地する地場市場を迂回する形での集荷をとらざるを得ないのである。これが，北見市場からの転送として現れるのである。

他方で，北見市場もこれらの地方市場と同様の問題を抱えている。そこで，集荷面で困難に直面している地方市場が，地方市場間での「主産品」の転送を行うことで，相互に品揃えを確保するという対応がなされているのである。言うまでもなく，北見市場の転送集荷が，玉ねぎの転送先市場だけで完結するわけではない。北見市場では，埼玉県の地方市場から長ねぎ，茨城県の市場からなすときゅうり，宮崎県の市場から冬場のトマトやピーマンを転送集荷している。このような地方市場における転送集荷の実態は，地方市場間では「集荷ネットワーク」が広範に構築されていることを示唆している。

3)「地場産野菜」の転送形態

北見市場における「地場産野菜」の転送販売は，2つの形態に分類できる。すなわち，「優良品の転送販売」と「需給調整的な転送販売」である。「地場産野菜」のうち，これらの形態で転送されている品目としては，キャベツ，白菜，長ねぎ，レタスの4品目があげられる。また転送先市場としては，「優良品の転送販売」の場合，旭川・A市場で固定されてい

表4 玉ねぎを転送している市場

市場名	所在地	区分	開設地の人口（人）	都市類別	備考
A青果	茨城県鹿嶋市	地方	61,672	その他	この2市場のウェイトが圧倒的に高い
B青果	埼玉県深谷市	地方	101,347	3類	
C青果	青森県青森市	中央	296,952	2類	
D青果	茨城県石岡市	地方	53,030	その他	
E市場	茨城県土浦市	地方	132,500	3類	
F青果	岡山県岡山市	中央	611,895	2類	
G青果	岡山県津山市	地方	88,785	3類	
H市場	長崎県島原市	地方	40,617	その他	
I青果	宮崎市都城市	地方	133,786	3類	

資料：1）聞き取り調査による。
2）市町村自治研究会編『全国市町村要覧』平成10年版
註：1）1998年2月の調査による。
2）取引金額は不詳。
3）A青果とB青果については，それぞれ4000万円強の取引があり，玉ねぎの転送先としては圧倒的にウェイトが高いとしている。
4）北見市の人口は110,249人で，都市類別は2類。

表5 「地場産野菜」の転送先

類別	種別		所在地	備考
継続的な転送ルート	K市場	地方卸売市場	旭川	ピーク期には毎日転送している
	F社	集荷業者	旭川	97年には最大の転送先となった（約50%）
スポット的な転送ルート	A市場	地方卸売市場	旭川	
	O市場	地方卸売市場	帯広	
	O社	集荷業者	帯広	
	N社	仲卸業者	札幌	

資料：聞き取り調査による。
注：馬鈴薯・玉ねぎは除く。

る。「需給調整的転送」における転送先は，表5の6市場となっている。

図7は，北見市場に出荷される「地場産野菜」の「階層化」をイメージしたものである。このうち，「優良品の転送販売」ルートは，旭川A市場の本州量販店との契約販売枠に組み込まれており（註22），旭川産の野菜と同様の商品として，A市場から出荷されるのである（註23）。そのため，北見市場においても転送分の出荷品を確実に確保し，継続的に旭川へと送られなければならない。そこで，この「優良品の転送販売」のルートで出荷する生産者は，「量販店対応の出荷品」の生産者と併せて，北見市場の担当者によって生産状況が逐一把握されている。

「需給調整的な転送販売」は，入荷量の過剰により，北見市場でのセリ価格が暴落することを予防することを目的として行われる。この転送形態の特徴は，価格形成が北見市場において行われることで，出荷者に対しては北見市場の手数料と運賃を引いた額が支払われる。通常は，転送先市場等はこれらの転送荷を北見市場から買い付ける形となる。また，転送先市場に委託出荷される場合もあるが，これは転送先市場への運賃部分さえ確保すればよいという場合で，ほとんど出荷者の収入とはならないのが実状である。

「地場産野菜」の出荷ピーク期には，白菜とキャベツを中心に70%程度が転送されているが，このうちの30%が「優良品の転送販売」ルート，残りの40%が「需給調整的な転送販売」ルートで送荷されている。

4．ま と め

これまで，北見市場の存立基盤は，地場産の青果物を集荷し，地元の中小小売業者に販売するところにあった。ところが，「地場産野菜」の生産が拡大傾向にある中で，近年，急速に展開した流通再編によって，その存立基盤が大きく変化した。

現在，その北見市場が直面している問題とは，以下の2点に集約されよう。その第1は，集荷面で産地市場的性格を残したままで，販売面では規格品の

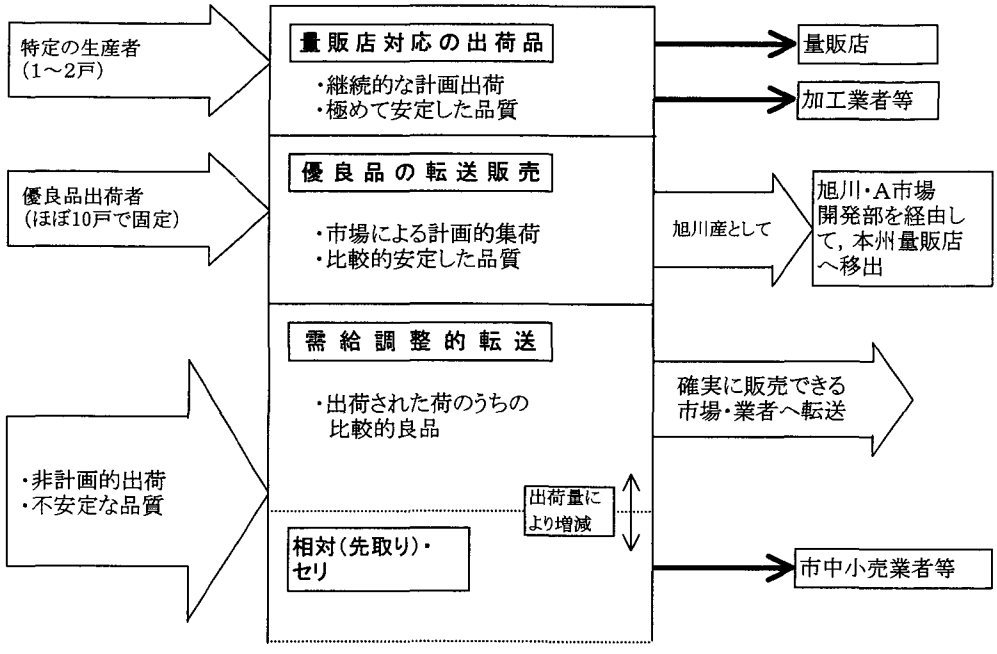

図7　北見市場における「地場産野菜」の「階層化」

資料：北見市場への聞き取り調査から作成。
註：馬鈴薯・玉ねぎは除く。

確保等，量販店対応を迫られていることである。第2には，北見市場では個選生産者はその存立基盤の一方であり，そのために「主産品」の転送とは別に，需給調整を目的として急迫的な転送を行わなければならないことを指摘できよう。その結果，北見市場はますます産地市場的性格を強めざるを得なくなっているのである。

ところで，前述の通り，これまでの卸売市場論において，産地に立地する中小規模地方市場からの転送に関する問題は，必ずしも中心的な研究課題として扱われてこなかった(註24)。しかし，本稿で指摘したような「需給調整的転送」であっても，北見市場の存立基盤の維持にとっては必要不可欠である。しかも，北見市場の場合，消費地市場としてオホーツク流通圏の中核市場として機能している。その点から見ても，産地市場的性格をもつ中小規模の地方市場が抱える問題を明らかにし，解決策を探ることは極めて重要な課題といえる。

また，一面では，主産地を後背地にもつという立地条件を生かし，同様の位置付けにある地方市場間の連携により，消費地市場として集散市場的転送経路の末端に位置することに伴う困難を克服しようとする動きが見られた。北見市場の事例も，このような地方市場間のネットワーク化は，かなりの広がりをもっていると考えられる(註25)。この機能を高めることは，中小規模地方市場の集荷面での困難性を緩和することにつながり，経営状態の悪化がいわれているこれらの市場にとって，新たな存立基盤ともなりうる。さらに，系統共販による拠点市場への出荷という基幹的ルートと，地方市場間のネットワーク化による補完的ルートの併存は，青果物の集散においては，論理的に見て一定の合理性をもつものである可能性もある。この点からも，中小規模地方市場の研究はより深められる必要がある。

注

(註1) 本来の産地市場とは，産地で生産者から荷を集めてこれらを消費地に出荷することを業務としており，通常は卸売市場制度の範囲には含まれない。

(註2) 集散市場体系論については，美土路[1]，山口[2]を参照されたい。

(註3) 坂爪[5]は，旭川A市場の事例から，地方都市の卸売市場が道外へ大量の近郊集荷野菜を分荷していることをとらえて，地方都市卸売市場の産地市場化を

指摘した。また，坂爪［6］では，近郊に産地を抱える卸売市場が，機能の中心を中継段階から収集段階へとシフトさせているとして，そこでの移出向け野菜の集荷，移出，価格形成について分析している。

小野［7］および小野・大久保［8］では，それぞれ公設庄内青果物地方卸売市場と山形市中央卸売市場を事例として，産地市場機能を包含した消費地市場の集分荷構造を分析している。

(註4) これらの研究では，分析対象とした事例において，第1に卸売業者による生産者の組織化がかなり進展しており，出荷品の品質的格差などといった点がそれほど問題となっていないこと，第2に，同じ地方市場といっても取扱規模の面では比較的大規模な市場であること，などが共通している。後者については，言い換えれば，必ずしも「末端地方市場」としての位置づけが適切ではない面があることを示している。もっとも，これらの研究では事例対象について「末端地方市場」の典型であると位置づけているわけではない。

(註5) 小野［7］，pp.808-809.

(註6) 北見市場の分析においても，地場産の野菜品目をすべて同一の性格として扱うことは適切ではない。そこで本稿では，馬鈴薯と玉ねぎを「主産品」，それ以外の野菜品目全般を「地場産野菜」としている。

(註7) 以下では，北見市場と表記する。

(註8) 北海道では道内を，道南，道央，道北，十勝，釧路・根室・オホーツクの6つに区分して流通圏を設定している。これら流通圏は，拠点的市場が集分荷や価格形成の面で影響力を及ぼしている地域を考慮したものとされる。また，流通圏は行政上の区分とは必ずしも一致していないが，オホーツク圏の場合は，網走支庁管内と一致している。

(註9) 売買参加者はオホーツク流通圏全域に分布している。オホーツク流通圏の市場供給対象人口について，北海道『北海道卸売市場整備計画（平成8年）』では，野菜で約28万人，果実で約37万人としている（いずれも平成5年度の数値）。また，オホーツク流通圏には北見市場の他に，北見市場の分場も含めて5市場が配置されているが，いずれも規模は小さい。

(註10) 以下では，量販店と表記する。

(註11) ここでの整理は，農林水産省統計情報部『青果物卸売市場調査報告』（平成8年版）の数値による。

(註12) 卸売価格＝卸売価額/卸売数量。いわゆる，単価である。

(註13) もっとも，実際の市場間転送には統計的に把握することが困難な転送形態があるため，公表データの数値は必ずしも正確に転送の実態を反映しているとはいえない面がある。特に，北見市場の場合は，集散市場体系的な転送ルートでは最末端に位置していることから，その分だけ転送依存率の精度は低下しているものと考えられる。

(註14) これらの青果物問屋は，主に一般小売商への分荷を行っている。他にも，加工業を兼ね，買い受けた商品を加工し再上場する業者もある。

(註15) 量販店の買い受け量については，数値データがないので詳細は不明である。複数の市場関係者への聞き取り調査から，おおむねこの水準であると推測される。

(註16) 北見市場では，このような取引のことを「予約相対」と呼称しているが，本来の予約相対取引とは異なるので，ここでは「相対取引」と表記する。

(註17) 北見地域の小売再編については，小堀［9］で詳しい分析がなされている。

(註18) 北見市場でのヒアリングによる。

(註19) これは通常商品についてのみで，セール対応商品となるとこの限りではない。

(註20) 数値は，北見市『公設北見地方卸売市場年報』各年度版による，1985～1997年までの平均。

(註21) 出荷者へのヒアリングによれば，この背景には，北見市場において，一時的な出荷調整ができる冷蔵庫などの施設が不足しているという問題もある。

(註22) ヒアリングによれば，このうち北見市場の枠は20%程度となっている。この20%の部分は北見市場が必ず確保しなければならないわけだが，逆に言えば，現状では確実に確保できるのは20%程度が限界だという事情もある。

(註23) A社の量販店対応については，前掲坂爪［5］で綿密に分析されている。

(註24) この分野を扱った研究として，比較的大規模な宮崎市中央卸売市場を事例とした，坂爪[10]があげられる。

(註25) この点については，小野［7］において庄内市場の転送分荷からも指摘している。

参考文献

［1］美土路達夫『戦後の農産物市場（下）』全国協同組合中央会，1954年。

［2］山口照雄『野菜の流通と値段のしくみ』農山漁村文化協会，1974年。

［3］藤島廣二『青果物卸売市場流通の新展開』農林統計協会，1986年。

［4］細川允史『変貌する青果物卸売市場』筑波書房，1993年。

［5］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―」『農経論叢』第46集，1990年。

［6］坂爪浩史「新産地市場の形成と産地対応　―旭川近郊移出型青果物産地における産地市場構造―」『農経論叢』第48集，1992年。

［7］小野雅之「青果物流通構造変容下における地方都市

小規模卸売市場の機能と特質　—公設庄内青果物地方卸売市場の事例分析—」『山形大学紀要（農学）』第11巻　第4号，1993年。
[8] 小野雅之・大久保　樹「青果物卸売市場構造と地方都市中央卸売市場　—山形市中央卸売市場の事例分析—」『山形大学紀要(農学)』第12巻　第2号，1995年。
[9] 小堀雅浩「流通規制緩和と地域小売業の動向」(北海学園北見大学商学部編『現代ビジネスの課題と展望』泉文堂，1996年。
[10] 坂爪浩史「流通再編下の産地中央卸売市場—宮崎市中央卸売市場の展開と特質—」『農業経済論集』第45巻第2号，1994年。