



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	地方中小規模卸売市場の存立構造に関する研究：北海道東部地域における卸売市場を素材として
Author(s)	杉村, 泰彦; SUGIMURA, Yasuhiko
Citation	北海道大学大学院農学研究科邦文紀要, 24(1), 15-65
Issue Date	2001-11-15
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/12198
Type	departmental bulletin paper
File Information	24(1)_p15-65.pdf



地方中小規模卸売市場の存立構造に関する研究 —北海道東部地域における卸売市場を素材として—*1

杉村 泰彦

(北海道大学大学院農学研究科生物資源生産学専攻 農業経済学講座農業市場学研究室)

Study on the existence structure of the small scale wholesale market in the district

—The wholesale market in the Hokkaido east area, as a material—

Yasuhiko SUGIMURA

(Laboratory of Agricultural Marketing, Faculty of Agriculture,
Hokkaido University, Sapporo, Japan)

I. 序 論

A. 問題の所在と課題

かつて、わが国の青果物卸売市場は、産地および消費地に小規模な市場が多数存在していた。しかし、1971年の卸売市場法の施行以降は、青果物卸売市場は制度的に消費地市場として位置付けられ、個別市場の統合大型化が進展してきた。そのことは、卸売市場法に先立って制定された野菜生産出荷安定法(1966年)によって方向づけられた、「少数品目の共選共販大型産地→大都市大型市場→大型小売店」という流通近代化、さらには流通システム化という流れに即したものであったといえる。そして、このシステムの確立によって、今日の青果物の広域流通が実現されたのである。

今日、地方中小規模卸売市場*2は、このような流通システム化の流れにおいて、全体としては取り残された存在として位置付けられている。国の認可を必要とする中央卸売市場については、計6次にわたる卸売市場整備計画によって、大都市および地方中核市場を対象に計画的な配置がなされてきた。しかし、地方卸売市場については、そのほとんどが中小規模の市場であることもあって、近年に至るまで政策対象としてあまり重要視されてこなかった。

ところが、一方で、流通環境の変化の中で、地方卸売市場の多くが経営上の危機に見舞われている。他方、地方行政の中でその再編整備が課題となってきたり、今日、地方卸売市場の統合大型化が政策的に推進されている。統合大型化による卸売市場流通の合理化は、その目的を端的に表現すれば、大型産地と大型小売量販店に即した青果物の流通環境を整備することにある。大型産地と大型小売量販店を前提として、効率的な流通機構を整備しようとすること自体は、今日の状況からみて一定の妥当性があるといえる。だが、それは中央卸売市場を対象とした整備計画の論理である。

現在、青果物取扱市場だけでも卸売市場は、中央卸売市場・地方卸売市場を含めて全国に831市場が開設されている。だが、それらのあり方を規定する

* 1 北海道大学大学院学位論文(2000), 博士(農学),
Doctoral thesis submitted to the Graduate
School of Agriculture, Hokkaido University
(2000)

* 2 本論文でいう地方中小規模卸売市場とは、消費地としても産地としても大都市からみて遠隔地に立地する、中小規模の卸売市場のことを指す。これは、制度上の地方卸売市場とは必ずしも一致せず、制度的には中央卸売市場であるが、その取扱規模が大都市の中央卸売市場に比較して小さく、経営的にも地方卸売市場と同様の問題を抱えている市場が含まれている。また、分析対象とする卸売市場の取扱品目は、青果物に限定した。以下では、この

「地方中小規模卸売市場」は、地方市場と略記する。

基盤は多様性に富んでいる。問題なのは、そのような中小規模の地方市場の機能や存立構造を理解しないまま統合大型化を図ることで、これらの市場の果たしている重要な役割が損なわれることはないのか、という点である。

これまでの大型化を基調とした卸売市場政策の展開にもかかわらず、統合大型化によって消滅するはずであった地方卸売市場は、依然として4割程度のウェイトを占めている。このことは、それらが地域の農産物の生産と生鮮食料品の流通において、何らかの重要な役割をも果たしていることを示唆している。そのため、統合大型化によって地域に定着した地方卸売市場が廃止されることは、さまざまな問題を引き起こす可能性がある。経営再建を含めた地方卸売市場の再編整備が避けられないとするならば、地方卸売市場が各流通圏の中で現実に果たしている機能と役割を具体的に調査研究し、政策的課題を析出しなければならない。

本論文は、こうした問題意識をもって、北海道東部の2つの流通圏（釧路・根室流通圏、オホーツク流通圏）を対象に、地方市場の存立構造を分析し、現段階における地方市場の機能と役割を考察し、併せて政策的課題を提示することを目的としている。

B. 既存研究の検討

本論に先立ち、地方市場を対象とした本研究の位置付けを確認する意味で、これまでの卸売市場研究の流れを整理しておこう。

青果物卸売市場研究は、卸売市場制度の近代性、青果物流通における卸売市場介在の合理性、諸機能の解明などを行った「商学的研究」に始まる。しかし、「商学的研究」によるアプローチは、価格形成のメカニズムおよび変動の要因に関する解明は全くできないという限界をもっていた。そこで、価格理論を応用した「競争論的研究」が発展し、それを補完した。ところが、これら二つのアプローチでは分析の範囲が個別の卸売市場にとどまっているため、一個の卸売市場についての効率的な流通組織としてのあり方は示せても、卸売市場制度として、全体的に長期的な青果物の安定供給をもたらすためにどうあるべきかという問題は解決され得なかった。そこで、これらの研究成果を踏まえた上で、個別卸売市場の相互関連すなわち市場体系の解明を目的とした「構造論的研究」が開始され、青果物卸売市場研究の主流となった。

この「構造論的研究」の嚆矢は、美土路^[22]によって放たれた。これは、戦前の地方市場体系から戦後の全国市場体系へと移行したことを明らかにした研究である。その後、山口^[52]は、高度成長末期の卸売市場流通の特徴を捉え、「集散市場体系論」として定式化した。「集散市場体系論」は、集散市場概念の曖昧さや転送についての理解が一面的であること、「重層転送」の実証性など、さまざまな批判を受けたものの、これ以降、「構造論的研究」は、「集散市場体系」を中心的な概念として、実態把握が進むのに伴い発展した。その後の代表的な卸売市場体系論としては、藤島^[6]による「全国広域市場体系」、細川^[10]による「情報主導型総合市場体系」があげられる。今日、卸売市場をどの程度自立性のある存在とするかという点において議論が分かれるものの、現段階で「集散市場体系」が弱体化したという見解は主流ではない*3。

これら「構造論的研究」の成果は、供給・需要の両サイドが大型化し、生活様式も含めた流通環境の変化の中で、卸売市場流通がいかに変貌したかを明らかにするものとして、また、今後どのようにあるべきかを示す研究方法として、今日においても存在意義は大きい。しかし、こと地方卸売市場の問題となると、必ずしも「市場体系」による分析だけでは十分とはいえない。

図1-1で示したように、地方市場は市場体系の末端に位置する「末端地方市場」とされ、山口がこれを規定して以来、今日に至るまで、その位置付けを根本的に覆すような見解は示されていない*4。この背景には、次のような事情がある。「集散市場体系」概念に基づく研究は、転送をてことした規模の異なる市場間の従属関係を示したところに特徴があるのだが、それが卸売市場の頂点から末端までの縦の物流を、転送を基軸にとらえようとする議論である以上、末端の市場は常に転送を受ける側としてしか位置付かない。また、「集散市場体系論」での卸売市場

* 3 佐藤^[42]は、マルクス経済学的なアプローチによる青果物卸売市場論における「集散市場体系論」の位置づけについて、「山口の極端な大規模卸売業者＝悪玉論は否定されているものの、集散市場体系は強化されているという主張が基本的には多数を占めている。」(p.17)としている。

* 4 山口は、「末端地方市場」について、地方卸売市場を念頭に置いている。

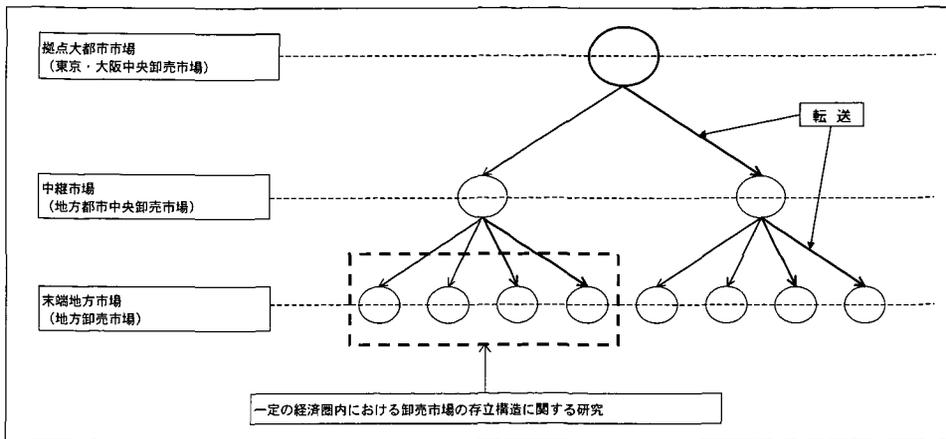


図 I - 1 集散市場体系論の研究と残された課題
資料：藤島 [6] p.61. の図を修正の上、引用した。

のシステム論的な認識は、東京都中央卸売市場を頂点とした関東地方を念頭に置いてモデル化したと考えられ、これを全国規模に当てはめている。これ以降、「拠点大都市市場」と「中継市場」の地位と機能については議論があったが、「末端地方市場」については当初のモデルがそのまま踏襲されてきている。さらに、末端市場の独自の機能に目が向かなかつたのには、前述のように、これまでのわが国の卸売市場流通とその政策が、大都市の大型中央卸売市場を主たる対象としてきたため、研究のプライオリティーもそちらにあったという事情もある。かくして、地方市場の集荷段階については、直接集荷の困難性と転送依存度の高さ、それに伴う大都市大型市場への従属性が強調され、それが果たしている流通機能の分析はほとんどなされてこなかったといっても過言ではない。

ところで、これまでの「構造論的研究」は、大都市中央卸売市場を分析対象の中心としてきたものの、地方卸売市場を対象とした研究も沢田^[43]、藤田^[7]らによって行われている。これらの研究では、地場流通は一定の重要性をもって、市場体系に位置付くこと、および地方卸売市場が地域農業生産のあり方に大きく関与していることが明らかにされた。これらの研究で共通しているのは、地方市場による流通を、「集散市場体系」による広域流通に対置させた、「地場流通 (狭域流通)」として位置付けていることである。都市圏において近郊産地による地場流通と広域流通が複線で青果物を供給すること、すなわち「分散均衡市場体系」が今日の青果物流通において

重要であり、存在意義をもつことはいうまでもない。したがって、この存在を明らかにした諸研究は、「構造論的研究」系譜の中でもきわめて重要である。しかし、最大の問題は、これらの研究が、地方卸売市場による流通を地場流通として広域流通と対置させた点にあり、このような視点で説明しうるのは、大都市圏や都市近郊における地方卸売市場のみである。特に、産地としても消費地としても遠隔地に立地している地方市場である場合、事情が大きく異なる。

卸売市場法では、青果物の産地集荷市場は対象外になっている。1970年代の初頭までは、農事試験場などによる産地市場の研究が行われていたが、これらの特徴は産地形成との関連で地方市場の分析を行っている点にあり、系統利用率の上昇に伴い、研究そのものが下火となっていった。

70年代初頭以降、ペンディングとなっていた産地市場的な性格をもつ地方市場の研究としては、90年代に入り小野雅之^[31]、坂爪^[39]、小野・大久保^[32]らによって深められた*5。これらの研究では、背後に産地

* 5 農林水産省「青果物集出荷機構調査」の定義では、産地市場とは、青果物を集荷し、消費都市に出荷する目的で産地に開設されている市場であって、その取扱量のほぼ80%以上が消費都市に出荷されている市場をいう」としている。そこで本論文では、産地市場の性格について、産地に立地し、地場産地から個選品の出荷を受け、それを他の卸売市場等へ転送販売を行う傾向について指すこととする。

を抱えた地方市場が、必ずしも「末端地方市場」として大都市市場へ従属するものでないことが、それぞれの産地市場的機能の分析を通じて明らかにされている。

これらの研究で、分析対象とした事例において共通しているのは、以下の3点である。第1に卸売業者による出荷組合などを通じた生産者の組織化がかなり進展しており、概して安定した集荷基盤を地場にもっていることである。したがって、これらの研究では産地市場的機能について、系統共販の機能と異質なものと捉えるのではなく、基本的には類似した機能を持つものとして把握されている。しかし、このような集荷基盤を有しない地方市場の場合には、地場産地の位置付けは全く異なるのであり、その点において、これらの事例は必ずしも地方市場全般の特徴を示しているとはいえない。

第2に、これらの研究で事例とした卸売市場が比較的大規模な地方市場であることで、このことは集荷力や販売力について考えた場合、「集散市場体系論」の「末端地方市場」の存立構造を明らかにする上で必ずしも典型的な事例とはいえないことである。

第3に、坂爪は「大型小売資本」による卸売市場の捕捉について、小野および大久保は、産地市場的性格と消費地市場の性格の二面性を帯びた地方市場について分析した。しかし、いずれも単独の卸売市場についてその集荷構造を明らかにしており、それと小売段階での流通再編や転送集荷によって他市場と取り結ぶ関係については必ずしも重視していない。

現在の地方市場は、流通再編が地方中小都市においても進展する中で、共通して集荷の困難性という問題を抱えている。そこでは、一方で消費地市場の中で主要な販売先となりつつある量販店対応を迫られており、量販店向け品揃え形成を前提に、転送に依存した集荷を行わなければならない実状にある。しかし、他方、後背地に野菜産地を抱えていても、生産力の弱体化や単一品目での大型産地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個人出荷品の生産者への対応も求められる。以上にあげたようなケースにおいて、地方市場の問題は最も鮮明に現れるといえる。その点から見れば、既存の研究は、一面で重要な指摘はしているものの、地方市場の問題を全面的に明らかにするには不十分である。これらの既存研究の成果を踏まえ

つつも、より問題を鮮明に映し出している事例の分析を行うことによって地方市場の存立構造を明らかにする必要がある。

ところで、藤田⁶⁾はこれまでの卸売市場研究、特に「構造論的研究」に欠けている視点として、①卸売市場の流通段階上の性格を明らかにするような研究が少ないこと、②地場流通を主眼とした研究が不十分であること、そして③一定の経済圏に位置する卸売市場群を総体的システムとして捉えた研究が存在しないこと、の3点を指摘している。特にこの3点目は、地方市場の研究においてもきわめて重要な視点といえよう。藤田も指摘したように⁶⁾、卸売市場流通全体として「集散市場体系」を示したとしても、様々な規定要因が作用する一定の地域内においては、卸売市場が画一的な流通システムを形成しているとは限らないからである。したがって、今後は地方市場研究においても、同一流通圏内の市場との関連も踏まえた分析が求められるよう。

C. 本論文の分析対象

前述のように、本論文の課題は、北海道東部の2つの流通圏を対象に、地方市場の存立構造を分析し、現段階における地方卸売市場の機能と役割を考察し、併せて政策的課題についても提示することである。

具体的な事例として取り上げるのは、オホーツク流通圏と釧路・根室流通圏である。この理由は、以下の3点である。第1に今日の地方市場問題の根元である「集荷の困難性」について、遠隔地であることからくる「物流上の困難性」とも相まって、鮮明に現す事例であること。第2に小売業を中心とした流通再編を共通の前提条件としつつ、集荷基盤の有無という点で両流通圏に相違があること。第3に、卸売市場政策の基調である統合大型化問題に直面していること、である。これらは、全国の地方市場においても、程度の差こそあれ、全般的に貫く問題であるといえる。したがって、これらを分析事例とすることで、地方市場の問題をより一般的な形で示すことができると考えられるのである。

II. 卸売市場制度の展開と地方市場の現状

A. 本章の課題

現在、各卸売市場は、1971年に制定された「卸売市場法」に基づく卸売市場制度によって、整備・規

* 6 藤田⁶⁾, p.58.

制等が行われている。この卸売市場制度の対象となる卸売市場とは、青果物、水産物、食肉、花きなどの生鮮食品等の卸売りのために開設される市場であり、卸売場、自動車駐車場、その他の取引および荷さばきに必要施設を設けて継続して開場されるものである。そして、公開的かつ統一的な運営原則のもとに、多数の出荷者から委託を受け、または買い付けて販売する単数ないし少数の卸売業者と多数の買い手により商取引が行われる場である。したがって、単なる生産物の荷捌き所や、あらかじめ限られた特約関係のある者に対して供給するためのみの施設とは区別される。

また、卸売市場は、①中央卸売市場、②地方卸売市場、③中央卸売市場および地方卸売市場以外の卸売市場、に区分される。「卸売市場法」では、これらを「公開的かつ統一的運営原則」のもとにおいている。しかし、それぞれの制度上の位置づけは異なっている。「卸売市場法」の前身が「中央卸売市場法」であったことにも示されているように、卸売市場制度は当初から中央卸売市場を基軸として展開してきたといえる。

これまででも多くの論者が卸売市場制度の展開については整理してきた。しかし、それは中央卸売市場、とりわけ大都市に設置されたそれを中心としている。そこで、本章では、卸売市場制度の展開過程における地方市場対策を整理するとともに、地方市場の現状と問題点を明らかにする。

B. 卸売市場制度の展開と地方市場対策の変遷

a. 「中央卸売市場法」下における卸売市場の展開と特徴

ここでは、現行「卸売市場法」の前身である「中央卸売市場法」下における卸売市場の展開を整理し、その特徴を示す。

「中央卸売市場法」は、1923（大正12）年に制定されているが、この直接的契機は1918年の「米騒動」にあったとされている。この「米騒動」と前後して、野菜や果実、畜産物の価格が高騰し、社会的な混乱が発生した。この要因は、この時期に、一方で都市の急激な拡大によって大量消費の条件が発生したにもかかわらず、他方でこれらの生産は依然として零細であったため、対応できなかった点にあると考えられている*7。

当時、政府の生鮮食料品流通に対する認識は、前近代的な問屋制度を主流とした流通が、非公開的取引によってその価格を押し上げているというものであった。これに対する政府の流通近代化政策は、大都市における公設小売市場の設置から本格化した。これに続く卸売市場制度創設の構想は、1921年の内務大臣の諮問機関である社会事業調査会の指摘、すなわち、小売市場の機能を十分に発揮させるためにも中央卸売市場の設置が不可欠であるという答申を受けたものである。構想された時点では、卸売市場制度は社会政策的性格をもち内務省の主管事項とされていたが、これ以降は産業政策の観点から扱うこととなり、最終的には農商務省によって「中央卸売市場法」として法制化されることとなったのである*8。

このように、「米騒動」と同時期の社会的混乱が、政府に生鮮食料品の安価な安定供給を講ずる必要性を痛感させ、当時の流通形態が消費者と生産者双方の不利益になっていると認識させたのは事実である。しかし、卸売市場制度の創設は、より本質的には「当初の社会的不安の解消よりも、労働者の都市への集積という状況に見合った大量流通の体制、換言すれば独占資本主義の経済構造に見合った農産物市場の再編として提起された」*9のことであり、低廉な労働力を基盤として国際市場への参入を目指していた日本の産業資本にとって、食料品価格の高騰が、その著しい弊害となるという点が背景にあると考えるべきであろう。そこで、産地仲買人や消費地荷受問屋などの中間業者排除し、それに代わり中央卸売市場という公開された取引の場を公的に供給することとした。この中央卸売市場では、実際の取引は私企業によって行われたが、そこでの業者の機能は厳しく限定されている。このように、業者の機能を限定し統制的流通制度に組み込むことによって、卸売市場制度は生鮮食料品価格の低下を目指したのである。

こうして公布に至った「中央卸売市場法」は、その施行の過程において、既存の問屋の統合や合併、廃止などが政治的にも問題になったものの、1925年の大阪市中央卸売市場本場および京都市中央卸売市

* 7 玉^[49], p.56.

* 8 この一連の過程については、中村^[29]において詳細な分析がなされている。

* 9 玉^[49], p.57.

場第1市場から実際の設置が開始されている。

このような背景をもって成立した卸売市場制度だが、実際の設置の速度は遅く、1945年までに開設されたのは8都市20市場^{*10}に止まる。本来の目的を達成するためには中央卸売市場に地域の需給を集中させることが不可欠なのだが、制度創設からの約20年間は、事実上は、全国的レベルではごく一部にモデル的に創出されたに過ぎなかったのである。

しかも、産業政策的見地から創設されたはずの卸売市場制度は、第二次世界大戦を通じて、大きく性格を変化させる。つまり、1940年に主要食料品の公定価格制が実施されたことで、価格形成機能は不要となり、翌1941年には仲買制度が廃止となり、卸売市場制度はまったくの「配給制度」化したのである。

戦後は1947年以降、生鮮食料品の統制は順次撤廃され、自由経済へ復帰した1950年には、仲買制度も復活する。中央卸売市場の取扱量は、わが国の経済復興につれ、急激に伸張し、市場の新設も、1948年の広島市中央卸売市場の開設を皮切りとして、1969年までに28都市に44もの中央卸売市場が開設されるに至り、卸売市場制度は大きく発展する。

その一方で、制度を規定している「中央卸売市場法」は、1922年以降、ほとんど改正されることがなかった。しかし、1922年以来の流通環境の変化は、様々な点で法制度との間に矛盾を発生させ、1956年、1958年、1961年の3回にわたり法律改正が行われている。しかし、それにもかかわらず、「中央卸売市場法」の抜本的改正と新しい制度の確立を求める各方面からの強い要請が続いていた。

そこで、1961年の改正から新設された中央卸売市場審議会では、1968年より、今後の卸売市場制度のあり方と新しい法制についての検討を開始した。そして、直接的には、翌年の審議会答申および地方卸売市場制度協議会の報告を母体として、「卸売市場法」が制定されることとなった。

b. 「中央卸売市場法」時代における地方市場の動向

ところで、本論文で対象となる地方市場の多くが含まれる、地方卸売市場については「中央卸売市場法」の規制対象に含まれていなかった。農林省は「地

方卸売市場は都道府県条例を以て足る」という認識であったが、実際に条例が制定されたのは一部の道府県であり、しかもそれらは全く統一性のないものであった^{*11}。

地方卸売市場は、1970年1月時点で、全国に3,578市場が存在していた。これが29都市の58中央卸売市場と生鮮食品流通をほぼ2分していたのであり、このことから、いかに零細多数の市場が無秩序に存在していたかがわかる。

これに対し、地方卸売市場の業界団体では、しばしば地方卸売市場法の制定を求める陳情を行っていた。1957年と1959年には、独自に「地方卸売市場法試案」まで作成し、地方卸売市場の法的な位置付けの明確化を求めている。この「試案」では、一方では流通秩序の確立に向けた地方卸売市場の正当な主張がなされているが、他方では過当競争の問題を持ち出し、類似市場の強制閉鎖条項を盛り込むなど、有力市場主導による再編の意図があったことも考えられる。

ところで、政府としても、卸売市場行政の見地から、中央卸売市場の機能強化のための、地方卸売市場や類似市場との関係の調整は不可欠となっていた。つまり、一方で消費の高度化・多様化と消費パターン均一化が進展する中において、地方都市の消費者側からは、卸売市場が整備されている大都市住民と同水準の食生活を享受できるよう、地方卸売市場の集荷力増強と安定した価格形成が強く求められ、他方では、生鮮食料品の大量全国型流通への移行の中で、全国各地の卸売市場と取り引きすることとなる生産者の側からは、市場における迅速な流通、公正な価格形成と確実な決済信用の確保が強く求められていたのである^{*12}。

1969年12月に報告された、地方卸売市場制度協議会「地方卸売市場制度の基本方向」では、地方卸売市場の現状について「全般的には、零細多数の市場が無秩序に存立し、物資の集荷力、消化力も低く、運営原則、取引秩序も未だ確立されたものではない」とした上で、「統一的な法制の整備の必要性」を指摘

*10 1945年までに設置されたのは東京市8市場、佐世保市5市場、大阪市2市場の他、京都市、神戸市、横浜市、高知市、鹿児島市に1市場ずつ。

*11 正確には、卸売市場法研究会^[58]、p.7.によれば、1969年時点で、35の道府県において魚菜、青果物、水産物、食肉のいずれかにかかわる条例が制定されていた。

*12 卸売市場法研究会^[58]、p.7.

した。さらに、その翌日に答申された中央卸売市場審議会「今後の卸売市場制度のあり方に関する答申」では、「卸売市場制度改正のねらい」の筆頭に「中央卸売市場、地方卸売市場を通ずる市場流通の組織化」を掲げている。ここでは、「活発にして能率的な生鮮食料品の流通活動を展開するためには、長期の展望と経済圏との流通実態に即し、中央卸売市場と地方卸売市場をそれぞれの機能に応じて適正に配置する」ことが必要とされ、併せて「商業機能の近代化、大型化」を計画的に推進し、「全国的な視点に立って効率的な生鮮食料品流通網の形成を図る」ことを提起している。

これらの報告・答申を受けて農林省も中央市場・地方市場を通じた市場流通の組織化を行うべく、地方卸売市場の統一的な法制の整備に着手し、1971年の「卸売市場法」施行によって、地方卸売市場は「地域的集配拠点」として法律的规定が明確にされた。

地方卸売市場の位置づけである「地域的集配拠点」とは、「中央卸売市場が開設されていない中小都市における生鮮食料品の安定的な供給機関として、また生産者の安定的な販路として重要な機能を営むもの」とされる。そのため、同法では、開設者について一定の資格要件を定め、都道府県知事の営業許可を必要としている。さらに、必要な原則的規制監督を法定するとともに、細かい規制監督を都道府県の実情に応じて行えることとしている。

この「卸売市場法」成立に至る一連の過程で重要なのは、ここでいう「中央卸売市場、地方卸売市場を通ずる市場流通の組織化」とは、政策的に卸売市場の体系化を指向することを意味していた点である。すなわち、第1に中央卸売市場法の改正自体が、産地および小売段階の大型化、商品の規格化などを

指摘した審議会答申を踏まえていること、第2に施行に際した「次官通達」では、「転送の適正化」として、「中央卸売市場の集散機能」を重視していること、第3に施行当初から「近代化・大型化」路線が敷かれていたことなどを考えても、「集散市場体系」発生の背景には制度的な要因も大きかったといえるのである。

C. 地方市場の現状

a. 地方卸売市場の現状と問題点

表II-1は、地方卸売市場数の推移を取扱部門別に示している。ここから、近年、地方卸売市場は減少傾向にあることがわかる。1996年時点では、「卸売市場法」施行直前の1970年における市場数の41.4%に減少している。個別の取扱部門についてみると、「青果部」の減少が最も激しく、青果物も含まれる「総合」市場はほぼ横這いとなっている。「青果部」の減少は、主に中央卸売市場化を背景とした、統合・合併が進んだ結果であると考えられる。また、「総合」市場については、同様に統合・合併が行われている一方で、取扱品目を拡大し、新たに「総合」に区分される地方卸売市場がかなりあったことが、この数値に表れていると考えられる。

現在の種類別卸売市場数は表II-2の通りである。ここから、市場数では圧倒的に地方卸売市場が多いことがわかる。市場数の面から見れば、中央卸売市場は全体の3.7%程度にすぎないのである。また、卸売市場数と卸売業者数が一致しないのは、1卸売市場に複数の卸売業者が入場しているためであり、特に中央卸売市場では、独占禁止法の運用とも関連して、複数制が一般的となっている。仲卸業者については、中央卸売市場は原則的に設置しなければならないが、基本的にはその存立が取扱量に大き

表II-1 地方卸売市場数の推移（部門別）

	1985	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
青果部	901	846	831	821	812	804	792	781	769
水産物部（消費地）	394	382	381	379	376	377	363	360	357
水産物部（産地）	340	337	340	340	342	342	343	346	348
食肉部	33	38	37	36	37	36	39	39	39
花き部	239	231	234	223	221	214	200	198	190
総合	182	185	184	182	180	178	179	181	181
市場数合計	1,707	1,626	1,611	1,596	1,586	1,571	1,547	1,521	1,500

資料：社団法人 食品需給研究センター編『改訂5版 市場流通要覧』大成出版社、1999年、p.53. を修正の上、引用。

注：1) 数値は、農林水産省食品流通局市場課の調査による。

2) 複数部門での開設・兼業があるため、各部門の数値と合計は一致しない。

表II-2 種類別卸売市場数および市場関係業者数

区 分	市場数		卸売業者数	仲卸業者数	売買参加者数
中央卸売市場	87	(56都市)	261	6,145	49,689
青果	72	(55都市)	112	2,396	28,345
水産物	53	(46都市)	95	3,501	10,334
食肉	10	(10都市)	10	110	2,010
花き	23	(19都市)	29	93	8,984
その他	9	(6都市)	17	45	16
地方卸売市場	1,484	(公設:156)	1,745	2,208	191,552
青果	759	853			
水産物(消費地)	352	402			
水産物(産地)	348	368			
食肉	38	33			
花き	189	194			
その他					
規模未満卸売市場	791				
青果	228				
水産物(消費地)	123				
水産物(産地)	394				
食肉	2				
花き	59				
その他					
卸売市場数の合計	2,362				

資料：社団法人 食品需給研究センター『改訂5版 市場流通要覧』大成出版社，1999年，p.29 より修正の上，引用。

注：調査時期は，中央卸売市場数が1998年3月，中央卸売市場その他の項目が1997年3月，地方卸売市場，規模未満市場は1997年4月。

く規定されているため，地方卸売市場には設置されていない場合が多い*13。なお，売買参加者については，複数の卸売市場への登録も可能であり，合計は買参人総数とは一致しない。

図II-1および図II-2は，中央卸売市場と地方卸売市場のシェアの変化について，取扱数量と取扱金額の両面から示している。ここから，ウェイトを低下させつつも，依然として40%程度が地方卸売市場を流通していることがわかる。しかも，1990年以降はシェアにほとんど変化が見られない。これは，1990年以降，中央卸売市場の新設がほとんど行われていないためである*14。それに対し，新設が活発に行われていた1970年代には，中央卸売市場のシェアが急

激に伸びている。言い換えれば，このことは，中央卸売市場が新設されない限り，中央卸売市場への集中的な出荷が自然に進展するわけではないことを示唆している。

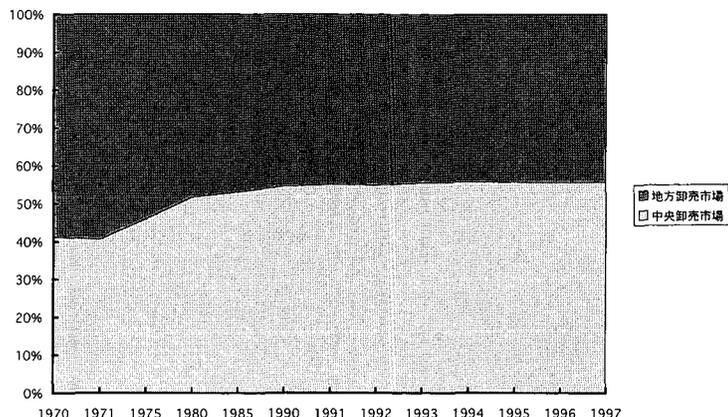
現在，地方に立地する一部の中央卸売市場も含め，地方市場の経営悪化問題が指摘されている。1995年11月に取りまとめられた，食品流通審議会卸売市場部会「第6次卸売市場整備基本方針にかかわる論点の整理」*15では，近年における「営業利益率の低下傾向」と「欠損企業数」が「かなりの数」に上っていることを指摘している。

本論文が対象とする地方市場の経営悪化問題について，この直接的要因として指摘しうるのは，次の4点である*16。

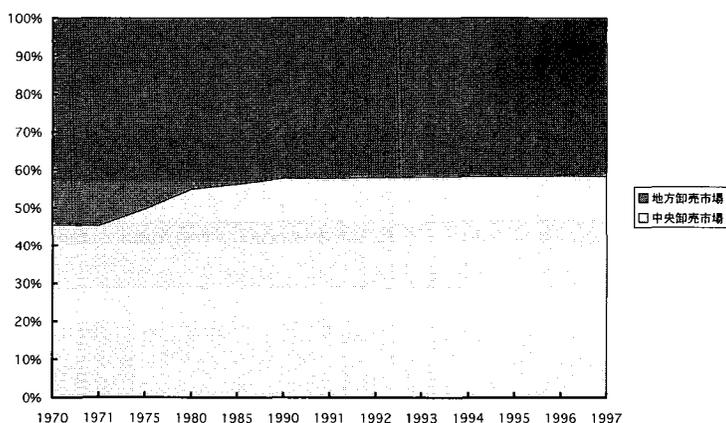
*13 卸売市場制度における仲卸業者の位置付けについては，杉村¹⁴⁶⁾，pp.112-114，参照。

*14 移転に際して，花き部を中心に，取扱部門が新設される場合などがあるため，新設がないからといって地方卸売市場数の減少もないとはいえない。

*15 この報告は，第6次卸売市場整備基本方針を検討する際の審議の参考とすることを目的に，食品流通審議会卸売市場部会が中間報告の形で取りまとめられたものである。



図II-1 中央卸売市場と地方卸売市場の野菜取扱数量シェアの変化
資料：農林水産省統計情報部『青果物卸売市場調査』各年版
注：1997年の地方卸売市場の数値については、参考値である。



図II-2 中央卸売市場と地方卸売市場の野菜取扱金額シェアの変化
資料：農林水産省統計情報部『青果物卸売市場調査』各年版
注：1997年の地方卸売市場の数値については、参考値である。

第1に過疎化による商圏人口の減少である。いうまでもなく、地方都市における過疎化の進展は、当該地域に立地する卸売市場の取扱量に直接的に反映する。北海道における炭鉱地帯のように、地方都市における基幹産業の盛衰は、地方市場の経営に大きな影響を及ぼしている。

第2には、小売段階の大型化への対応が遅れたことと、主たる顧客である青果物小売商の減少が指摘できる。小売段階の大型化は近年に始まったことではないが、地方市場側では一貫してこれへの対応が

後手に回っていることが問題となる。つまり、地方市場は、零細な青果物小売商への販売を前提とした集分荷方式に固執していた。そのため、青果物小売商の減少と相まって、否応なく量販店の販売方式に適応せざるを得なくなり、その過程で取引の主導権を大型小売業者に渡してしまった面があったことは否めない。もっとも、この背景には、一方での小売段階の大型化の進展に対し、他方では零細な青果物小売商も併存しており、いずれへも特化することができなかったという事情がある。さらに、大型化に伴う仕入の広域化は、V.において詳述するが、卸売市場間の競争関係をも発生させている。

また、集荷段階の要因としては、第3に、産地の単位農協における合併と経済連の出荷市場絞り込み

*16 卸売市場全体として考える場合、必ずしもこの限りではない。卸売業者の経営悪化問題についての詳細は、小野^[34]を参照されたい。

により、系統共販からの出荷を受けることが困難になったことが指摘できる。産地に設立されている農協の多くは総合農協であるが、表II-3からは、組織数の著しい減少がわかる。最近10年間についてみても、1989年における組織数の51.9%まで減少している。地方市場は、経済連ではなく、産地に立地する単協と結びついて出荷を受けるケースが多いが、農協合併に伴い出荷市場が集約化されるという問題が生じる。つまり、それぞれの単協が多くの出荷市場をもっている場合でも、合併後は上位の数市場のみ

の出荷へと集約されるのであり*17、買い受け量の少ない中小規模の地方市場は、直接出荷を受けることができなくなる。さらに、表II-4にも示されるように、経済連にも出荷市場の集約化指向があり、特に地方卸売市場についてはそれが顕著となっている。このような出荷市場の絞り込みは、具体的には拠点的大都市の大型中央卸売市場への集中的な出荷を意味する。これもまた地方市場における系統共販による直接出荷品の確保を困難にし、それを確保する場合にもコスト増大を強いられることとなる*18。この

表II-3 単位農協の組織数の変化

(単位：組織数)

	1980	1985	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
総合農協	4,528	4,267	3,688	3,574	3,373	3,073	2,836	2,635	2,472	2,284	2,006	1,812
信用事業を行わない一般農協	221	214	213	211	209	206	205	203	424	418	411	403
養蚕	1,190	890	562	533	515	503	472	422	383	345	328	320
畜産	495	370	354	352	354	353	347	342	303	296	295	291
酪農	628	574	553	546	538	521	488	475	410	393	387	389
養鶏	247	232	211	211	214	212	211	209	207	206	204	199
牧野管理	846	882	854	838	828	822	815	804	802	786	785	784
園芸特産	557	541	527	523	521	513	509	505	476	468	458	451
農村工業	214	195	191	191	192	192	190	190	186	186	185	184
開拓	452	371	333	323	318	315	311	310	-	-	-	-
農事放送	106	89	84	83	78	75	71	65	60	57	55	53
その他	235	229	215	212	210	209	210	213	262	257	255	255
合計	9,719	8,854	7,785	7,597	7,350	6,994	6,665	6,373	5,985	5,696	5,369	5,141

資料：JA全農 総合企画部編「JAグループ経済事業基礎統計」各年版

注：1995年より開拓農協は一般農協に含めている。

表II-4 出荷団体当たり「指定市場」数の動向

(単位：%)

	中央卸売市場			地方卸売市場	合計
	6大都市	その他の政令指定都市	その他の都市		
1990年 単協	17.0	5.3	9.8	6.9	39.0
経済連など	20.2	9.5	24.3	36.9	90.9
1995年 単協	15.5	5.6	9.9	6.6	37.6
経済連など	19.7	9.0	21.8	32.2	82.7
今後の 単協	14.5	5.3	9.0	5.7	34.5
予定 経済連など	17.8	6.2	19.5	28.3	71.8

資料：小野 [34] p. 5 を、若干修正の上、引用。

注：数値は、食品需給センター「卸売市場整備基本方針策定調査報告書」(1995年)による。

*17 具体的には、今回事例で取り上げた卸売市場の中でも、和歌山県の6組織の単位農協が合併したことにより、みかんの出荷が受けられなくなった例があった。地方市場へのヒアリングによると、近年、このようなケースは頻繁に発生している。

ことは数量的な問題だけではなく、品質面でも優良品の確保をめぐる問題が発生する。これらのような集荷面での困難性の増大によって、地方市場は、十分な品揃えができず、ますます販売不振に陥るといふ悪循環に陥っているのである。

さらに、この状況に対応すべく、取扱量が縮小傾向にあるにもかかわらず、一般的に薄利とされる買付集荷を増大させたことが第4の要因である。このことは、さらなる粗利益率の悪化を招き、結果として経営悪化問題を深刻化させているといえる。

これに対応して、今日、地方市場の統合大型化が政策的に推進されている。「卸売市場法」では、概ね5年ごとに「卸売市場整備基本方針」を作成・公表することになっている。現行のものは「第6次卸売市場整備基本方針」*19であるが、この「方針」では、「機能を十全に発揮させるための卸売市場のあり方の基本方向」として、その筆頭に「卸売市場の全国的な配置の進展と商圏の広域化を踏まえて、大都市圏の既設中核市場の再整備，地方卸売市場等の統合大型化の推進」を掲げている。すなわち、今後の中央卸売市場の施設整備の考え方としては、第1に「全国的な影響力を有する大都市圏の中核的な中央卸売市場の再整備を重点的に行うこと」、第2に「商品形態の変化，小売形態の変化などに対応した卸売市場の機能を高度化するための施設整備を優先的に実施すること」、の2点を中心にしており、地方卸売市場についてのそれは、「地域流通の拠点となるよう，統合大型化を推進すること」である*20。さらに、経営体質強化のための卸売市場統合が打ち出されている点は、「第5次基本方針」以前には見られなかった特徴となっている。

b. 卸売市場卸売業者の性格と機能

以下では、卸売流通における、卸売市場卸売業者

の性格と機能を整理する。

卸売市場における卸売業者の機能は、制度的には集荷販売代行機関ということになる。したがって、卸売業者という名称が用いられていても、制度的には、取扱商品の再販売購買活動は行わないので、手数料商人であり補助卸売商であるということが出来る。流通機能から説明すれば、取扱商品の所有権を取得しないため危険負担機能は全くないことになる。その場合、売り手と買い手のためにそれぞれの売買相手を探索し、売買契約を結ばせることで、その労働報酬としてあらかじめ決められた手数料を取得することが収入の源泉となる。したがって、取扱量が增大するか単価が上昇することによってのみ、利潤拡大の可能性が発生することになるのである。この点が、大型市場の有利性の理論的根拠の一つとなるのである。

しかし、卸売市場制度が想定している卸売会社の機能と、実態の卸売業者の機能が乖離している場合には、大きく事情が異なってくる。表II-5は、主要な卸売業者が担当する流通機能を示そうとしたものである。地方市場の問題として考えた場合、特に重要となってくるのは、「所有権移転」機能の有無と、それに伴う「危険負担」機能の有無である。卸売市場制度では、卸売業者は不特定多数の出荷者を相手とし、委託による集荷を原則としている。したがって、「原則」上は、所有権の移転が行われないうえ、商品所有による危険負担はないということになる。つまり、販売価格がいくらになろうとも、卸売会社には定率の手数料は入ってくるのである。

ここで重要なのは、従価定率制である委託手数料率も、この「原則」を踏まえて設定されていることである。しかし、後の事例分析で示すように、地方市場においては、「例外」である買付集荷が高いウェイトを占めている。このことは、所有権保持に伴う「危険負担」機能が発生することを意味し、制度的に決められた委託手数料率と実際の卸売業者の収入に格差を発生させる原因となりうる。

このように、卸売市場制度の大きな問題のひとつは、実際に遂行されている卸売市場の機能が、制度的に位置付けられていない点にあるといえる。

D. 小 括

本章の課題は、卸売市場制度の展開過程における地方市場対策を整理するとともに、地方市場の現状と問題点を明らかにすることであった。

*18 北海道の場合でいえば、札幌市中央卸売市場のみへの出荷とした場合、直接出荷を受けなければ、地方市場が同市場へ荷物を取りに行かなければならない。この際の「横持ち運賃」は地方市場の負担である。ヒアリングによれば、地方市場への出荷については、この負担を条件とする経済連も存在する。

*19 卸売市場整備基本方針・卸売市場整備基本計画は、卸売市場法に基づき、概ね5年ごとに10年先を目標に定められることとなっている。「第6次卸売市場整備基本方針」は、1996(平成8)年度を初年度とし、2005(平成17)年度を目標年度としている。

*20 卸売市場法研究会^[59], pp.17.

表II-5 主な卸売業者と流通機能の担当範囲

	物的保有	所有権移転	販売促進	取引交渉	金融	危険負担	注文処理	代金決済
完全機能卸売業者	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
限定機能卸売業者								
現金持ち帰り卸売業者	◎	◎	○	◎	×	○	◎	◎
車載販売卸売業者	○	○	○	◎	○	○	◎	◎
ラック・ジョバー	○	×	◎	◎	◎	◎	◎	◎
ブローカー(仲立業)	×	×	◎	○	×	×	◎	○
販売代理商	×	×	◎	◎	×	×	◎	○
ボランティア・チェーン本部	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
卸売市場卸売業者(制度上)	◎	×	○	○	×	×	◎	◎
卸売市場卸売業者(実質)	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎

資料：矢作 [54] p.217の図を、修正の上、引用。

注：1) もともとの分類は、Stern&El-Ansary [1992] Marketing Channels, Prentice-Hall International, p.111の図による。

2) この分類は、論者によって見解が異なり、また中間形態の卸売業者もあるため、必ずしも本表のみで実態をすべて表現しているとはいえない。

わが国の卸売市場制度は、「米騒動」を契機として、創設されたとされている。しかし、その検討開始から施行までの過程において、社会政策的性格は後退し、産業政策的性格を強く帯びることとなった。つまり、前期的問屋制による流通は、消費者および生産者双方に不利益を及ぼしていたのは事実だが、そのことが最大の問題だったのではなく、むしろ低廉な労働力を基盤に国際市場への参入を目指していた日本資本主義にとって、食料品価格の高騰がその著しい弊害になるという点が問題だったのである。そのため、本質的には統制的な流通システムであった卸売市場制度は、生鮮食料品流通に対する要請が変化した戦時期には、「配給制度」としても運用し得たのである。

本論文が主に対象とする地方卸売市場については、「中央卸売市場法」においては法規制の対象に含まれていなかった。しかし、中央卸売市場の「機能強化」のためには、「中央卸売市場、地方卸売市場を通ずる市場流通の組織化」が必要となり、「卸売市場法」では法的な位置付けを得るとともに政策的対象となった。「卸売市場法」における地方卸売市場の法律的规定は「地域的集配拠点」であったが、「卸売市場法」自体が中央卸売市場の転送機能の強化を目指し、当初から「近代化・大型化」路線が敷かれていたことを考えても、「集散市場体系」発生の背景には制度的な要因も大きかったといえる。

また、現在、地方卸売市場数は減少傾向にあるが、依然として、40%程度が地方卸売市場を流通しているのである。しかし、今日、地方卸売市場の経営悪

化問題が指摘されており、「第6次卸売市場整備基本方針」においても経営体質強化のための統合大型化政策が打ち出されている。このように、現段階の地方卸売市場対策の基調は、統合大型化政策であるといえることができる。

III. 北海道における地方流通圏と卸売市場「配置適正化」問題

A. 本章の課題

現在、北海道には42市町村に消費地市場が設置されており、青果物取扱市場は44市場となっている。内訳は、4市場が中央卸売市場、13市場が公設地方卸売市場、残りの27市場が民営地方卸売市場である。これらの取扱状況の推移を見ると、野菜は増加傾向にあるのに対して、果実は減少傾向にある。

規模別の開設都市については1類都市*21が札幌市、2類都市*22が旭川市、函館市、釧路市、帯広市、北見市、室蘭市の6都市となっている。また、3類都市*23が岩見沢市、小樽市、苫小牧市、それ以外は「その他の都市」に分類される。

表III-1に示されるとおり、北海道には取扱金額

*21 人口100万人以上の都市およびこれに準ずる都市を指す。

*22 2類都市とは、人口20万人以上で、かつ青果物取扱量が概ね6万トン以上の都市を指す。ただし、それ以外の中央卸売市場が開設されている都市を含む。

*23 1類および2類都市を除く、人口5万人以上で、かつ青果物の年間取扱量が2万トン以上の都市。

が10億円にも満たない小規模市場が多数存在する。これは北海道の卸売市場配置の特徴として、人口減少が著しい旧炭鉱地帯に多く設置されていることが背景にあり、今日、経営悪化問題が表面化しつつある。これに対し、現在の「第6次北海道卸売市場整備計画」では*24、地方卸売市場に対し、「国が示す目標年度における市場取扱量を達成していくことを勘案し」た統合大型化の方針が明確に打ち出されている。

そこで、本章では、北海道における卸売市場政策の特徴を明らかにした上で、そこでの卸売市場配置の現状について確認する。さらに、それを踏まえて、本論文が対象とする2つの流通圏についてその性格を整理する。

B. 北海道における卸売市場政策の特徴

a. 「第6次北海道卸売市場整備計画」の特徴

地方公共団体における「卸売市場整備計画」の作成は、「卸売市場法」第6条の規定に基づくもので、国の「卸売市場整備基本方針」に即して概ね5年ごとに策定される。「第6次北海道卸売市場整備計画」は、1993(平成5)年度を基準年度とし、1996(平成8)年度を初年度として2005(平成17)年度を目標年度としている。この「第6次計画」は、1996年に公表された「第6次方針」に即し、北海道の「社会経済情勢の変化に対応した卸売市場の計画的な整備、市場取引の改善・合理化等を推進する」ことを目的して作成されたものである。その冒頭では、「卸売市場整備の基本方向」について、①市場配置、②市場施設、③市場取引、④市場業者、⑤労務管理、

⑥環境・衛生問題の6点について市場整備の基本的方向性が示されている。

北海道における地方卸売市場全般については、青果物は「過疎化の進展や中小小売店の減少等によって」市場取扱量の伸び悩みが予測され、経営環境も「一層厳しさを増す」と予測している。その政策的対応として、「流通環境の変化に対応して期待される機能・役割を果たすため、国が示す目標年度における市場取扱量を達成していることを勘案し」、特徴ある市場づくりを進めるとともに、「開設者、卸売業者、関係業界団体、行政等が一体となって、市場の統合等による大型化、施設整備等を推進する」ことを方向性として提示している。

ここでいう「国が示す目標年度における市場取扱量」とは、青果物の場合、2005年度で10,000t以上を指している。このように目標年度において確保すべき取扱数量を示した理由について、「第6次方針」では、「卸売市場の大型化により品揃え、集分荷、価格形成・決済等の機能が十分に発揮され、生鮮食料品等の効率的流通が確保されるよう配慮した」結果であることが述べられている。つまり、ここでも、一定以上の取扱量確保が卸売市場の機能発揮の基盤となるという考え方に基づいた方向性が打ち出されているのである。

このように、「第6次計画」に見られる、北海道における卸売市場政策の基本的方向は、国のそれと同様に、取扱数量確保のための統合大型化であるといえるのである。

表III-1 取扱金額規模別卸売市場数(1997年)

	3億円以上 5億円未満	5億円以上 7億円未満	7億円以上 10億円未満	10億円以上 15億円未満	15億円以上 20億円未満	20億円以上 50億円未満	50億円以上 100億円未満	100億円以上 150億円未満	150億円 以上	合計
市場 総合	3	2	4	3	5	9	2	1	4	28
青果市場		2	1	3			1			7
水産物市場		1				1		3	1	6
花き市場		1		1	1	1		1		5

資料：北海道「北海道卸売市場の概要」1999年3月

*24 地方公共団体における「卸売市場整備計画」の作成は、「卸売市場法」第6条の規定に基づくもので、国の「卸売市場整備基本方針」に即して概ね5年ごとに策定される。「第6次北海道卸売市場整備計画」は、1993(平成5)年度を基準年度とし、1996(平成8)年度を初年度として2005(平成17)年度を目標年度としている。

b. 品目別流通圏と各流通圏の概要

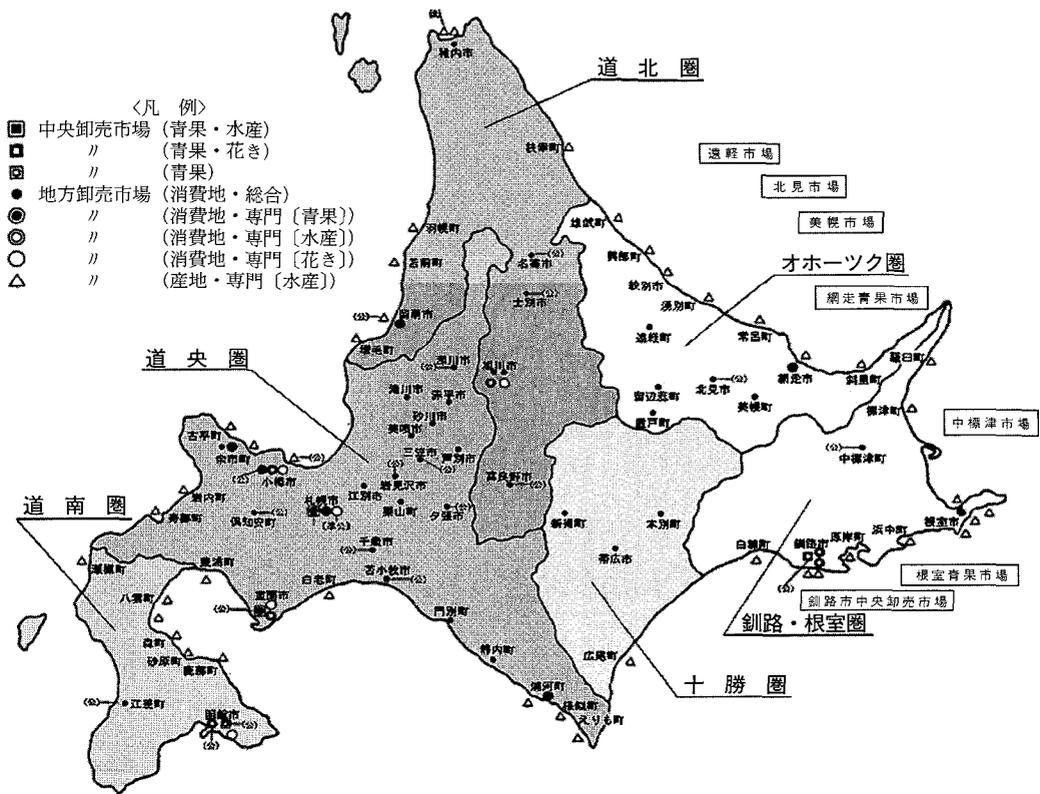
北海道では、地方卸売市場の配置に当たって、支庁の範囲とは異なる独自の流通圏を設定している。この流通圏は「地域生活圏の変化等と、広域的な流通の拠点として機能している中央卸売市場や、地域流通の起点となる大型の地方卸売市場が集荷・価格形成の面で影響を及ぼしている地域」で区分したとしている。

図III-1は、流通圏の区分と卸売市場配置都市について示している。流通圏の設定に当たっては、流通圏人口、市場供給圏対象人口、市場取扱量について、それぞれ基準年度の実績と目標年度の見込みを示している。6圏域の概要は、表III-2に示したとお

りである。このうち中央卸売市場が設置されている都市は、道南圏の函館市、道央圏の札幌市、室蘭市、釧路・根室圏の釧路市であり、先の「目標年度における市場取扱量」を基準年度時点で達成している卸売市場は、中央卸売市場と地方卸売市場を合わせて12市場となっている*25。

c. 「地方卸売市場機能強化推進方策」と「配置適正化」の方向性

1999年3月に北海道卸売市場審議会は「地方卸売市場機能強化推進方策」を取りまとめている。これは、「第6次計画」が、流通環境の変化に対応した卸売市場整備の方針を掲げたのに対し、「整備計画の円滑・着実な推進を図っていく上で必要」とされる事



図III-1 北海道の流通圏と卸売市場配置都市
資料：北海道「平成10年 北海道卸売市場取扱状況」, p.1. から、修正の上、引用した。

*25 具体的には、道南圏が函館市中央、道央圏が札幌市中央、室蘭市中央、千歳市公設、公設道央、小樽市公設青果、道北圏が旭一旭川、丸果旭川、オホーツク圏が北見市公設、十勝圏が帯広地方、釧路・根室圏が釧路市中央、である。

表III-2 北海道における流通圏と卸売市場の配置

	区 域	流通圏人口	消費地卸売市場配置市町
道 南 圏	渡島地域：1市16町 松山地域：10町	54.5	函館市 江差町
道 央 圏	札幌地域：6市1町3村 後志地域：1市13町5村 南空知地域：4市6町1村 中空知地域：5市5町 北空知地域：1市5町 西胆振地域：3市3町2村 東胆振地域：1市6町 日高地域：9町	333.6	札幌市，江別市，千歳市 小樽市，倶知安町，余市町 夕張市，岩見沢市，美瑛市，三笠市，栗山町 芦別市，赤平市，滝川市，砂川市 深川市 室蘭市 苫小牧市 門別町，静内町，浦河町
道 北 圏	上川中部地域：1市8町 上川北部地域：2市7町1村 富良野地域：1市3町1村 留萌地域：1市7町1村 宗谷地域：1市8町1村	72.3	旭川市 士別市，名寄市 富良野市 留萌市 稚内市
オホーツク圏	北網地域：2市11町1村 遠紋地域：1市9町2村	34.9	北見市，網走市，美幌町，置戸町，留辺藪町 遠軽町
十 勝 圏	十勝地域：1市16町3村	36.0	帯広市，新得町，本別町
釧路・根室圏	釧路地域：1市8町1村 根室地域：1市4町	38.4	釧路市 根室市，中標津町
合 計		569.7	(42市町)

資料：北海道「北海道卸売市場整備計画 平成8年」
注：流通圏人口の単位は，万人である。

項について検討し，具体的に「地方卸売市場が今後目指すべき方向について，全道的な観点から」取りまとめたものとしている。

この「推進方策」は，産地大型化を筆頭として，大型量販店の増加など消費サイドの変化，市場外流通の増加といった流通機構の再編などが，地方卸売市場の経営に「流通環境の変化による影響」を及ぼしていると指摘している。そこで，「卸売市場における経営，情報機能強化の課題」として，①集荷力の強化，②販路の拡大，③販売機能の強化，④取引の合理化，⑤経営の近代化及び多角化，⑥情報処理・通信技術の活用と担い手の育成，の6点を指摘している。これらの指摘自体は，地方市場が直面している課題を明確にしているといえる。言い換えれば，確かにこれらの「課題」の達成がすべて可能となれば，卸売市場としての機能は強化されることになり，ひいては経営安定化につながるということは確実であろう。しかし，問題は現状の認識とその達成までの過程にある。

この「推進方針」の結論部分では「卸売市場配置の適正化」として，次期卸売市場整備計画の策定に

当たって，大規模な統廃合の必要性を指摘している。これがあくまで目標を示したものであり「個々の卸売市場の事業活動や特徴ある市場づくりを制限するものではない」としているものの，事実上は上記の「課題」をクリアし，「機能強化」を図るためには地方卸売市場の統廃合が不可欠であることを婉曲的に指摘しているといえる。また，「卸売市場配置の適正化」にあたって，地方卸売市場のあり方を，「広域的な需給の集積，主体的な価格形成機能」を保持し地域流通の拠点となる「拠点市場」と，「もっぱら地域流通の機能」を担当する「地域市場」の2形態に集約している*26。

基本的な考え方では，第6次北海道卸売市場整備計画の流れに沿っているが，大きく異なるのは「第6次」が，空白地帯に対して新設市場の整備なども計画していたのに対して，「配置適正化」では，拠点市場への大々的な統合を前面に出していることで

*26 本論文では，地方市場の分類についてのみ，「推進方針」に準じて，拠点市場と地域市場の2種類に分類している。

ある。このように、北海道における卸売市場政策は、取扱規模拡大をねらった統合大型化が基調にあることが特徴として指摘できよう。

C. 分析対象「流通圏」の性格

以下では、本論文で対象としている流通圏について、その性格を整理する*27。

a. 釧路・根室流通圏における卸売市場の配置

釧路・根室流通圏（以下、釧路・根室圏）は2市12町1村から構成され、人口は37.2万人、1990年からの人口増加率は-5.71%で減少傾向にある。産業は水産業が基幹であり、農業については大規模な草地型酪農が展開している。しかし、その他の農業生産については必ずしも盛んとはいえない。野菜については表Ⅲ-3に示したが、釧路・根室圏の場合、少なくとも青果物の大型産地を後背地にもっている地域とはいえない。

表Ⅲ-4は、釧路・根室圏における従業者規模別商店数の推移を示している。9人以下の商店の減少に対し、30人以上層は増加している。ここから、商業に関しては、小売段階の大型化が進んでいることが指摘できる。しかし、全般的に見て、依然として、大型店中心の展開とはいえないであろう。また、釧路地域と根室地域ではやや状況が異なっており、釧

表Ⅲ-3 釧路・根室流通圏における主要野菜の出荷量
(単位:t)

	1990	1995	1996	1997	1998
だいこん	5,241	7,270	6,410	5,400	6,530
にんじん	495	360	320	248	201
はくさい	1,010	819	620	673	836
キャベツ	1,325	1,400	891	651	586
ねぎ	6	7	10	8	8
たまねぎ	56	47	42	51	43
なす	4	3	3	4	4
トマト	112	56	49	62	68
きゅうり	72	38	32	22	15
かぼちゃ	386	223	161	206	101
ばれいしょ	88,400	60,700	42,000	48,300	44,300
アスパラガス	0	0	0	0	0
ごぼう	113	128	90	63	29
ほうれんそう	371	421	301	320	273
レタス	97	103	98	79	79
15品目合計	97,688	71,575	51,027	56,087	53,073

資料：農林水産省北海道統計事務所「北海道農林水産統計年報（青果物編）」各年版

*27 ここでの数値は、特に断らない限り、「第6次北海道卸売市場整備計画」の基準年次である、1995年のものである。

表Ⅲ-4 釧路・根室流通圏における従業者規模別商店数の推移

(単位:店舗数,%)

	1988	1991	1994	1997	増加率
1~2人	2,368	2,211	2,241	1,994	-5.57
3~4人	1,656	1,832	1,488	1,430	-4.77
5~9人	1,297	1,230	1,261	1,135	-4.35
10~19人	418	451	520	518	7.41
20~29人	127	171	139	125	-0.53
30~49人	86	83	89	90	1.53
50~59人	43	47	57	50	5.16
100人以上	15	11	12	16	2.17
合計	6,010	6,036	5,807	5,358	-3.76
1~2人	39.4	36.6	38.6	37.2	
3~4人	27.6	30.4	25.6	26.7	
5~9人	21.6	20.4	21.7	21.2	
10~19人	7.0	7.5	9.0	9.7	
20~29人	2.1	2.8	2.4	2.3	
30~49人	1.4	1.4	1.5	1.7	
50~59人	0.7	0.8	1.0	0.9	
100人以上	0.2	0.2	0.2	0.3	
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	

資料：北海道「北海道統計」各回

路地域については、釧路市を中心に大型化の進展が見られるのに対し、根室圏では小規模な個人商店が比較的多い。なお、根室圏は商圏としては根室市と中標津町を中心に大きく分かれており、それぞれの年間販売額の割合は52%：48%とほぼ2分している。

釧路・根室圏の野菜についての市場供給対象人口は29.7万人である*28。これに対し、青果物取扱の卸売市場は釧路市中央卸売市場、根室市と中標津町の地方卸売市場で合計3市場が開設されている。流通圏全体での卸売市場における青果物取扱量は52,283tで、うち野菜が32,787tである。これは道内全体の市場取扱量のそれぞれ5.2%、4.6%に相当する。

b. オホーツク流通圏における卸売市場の配置と「適正化」問題

オホーツク流通圏は、3市20町3村から構成され、流通圏内の人口は34.2万人、1990年からの人口増加率は-3.47%で減少傾向にある。また、オホー

*28 市場供給対象人口=流通圏人口×市場供給率。市場供給率=市場取扱量/(流通圏人口×1人当たり年間需要量)。いずれも、北海道が「北海道卸売市場整備計画」において設定した数値である。

ツク圏の市部では-1.72%であるのに対し、郡部は-8.80%と減少が著しい。

オホーツク圏の基幹産業は畑作と酪農を中心とした農業，西部中心の林業，北東部の漁業であり，これらを基盤とした食品加工業も発達している。野菜の出荷状況については表Ⅲ-5に示した。釧路・根室圏と比較すると，各品目ともかなり出荷量が多いことがわかる。特に，馬鈴薯と玉ねぎについては，全国的にも有数の産地としてその地位を確立している。

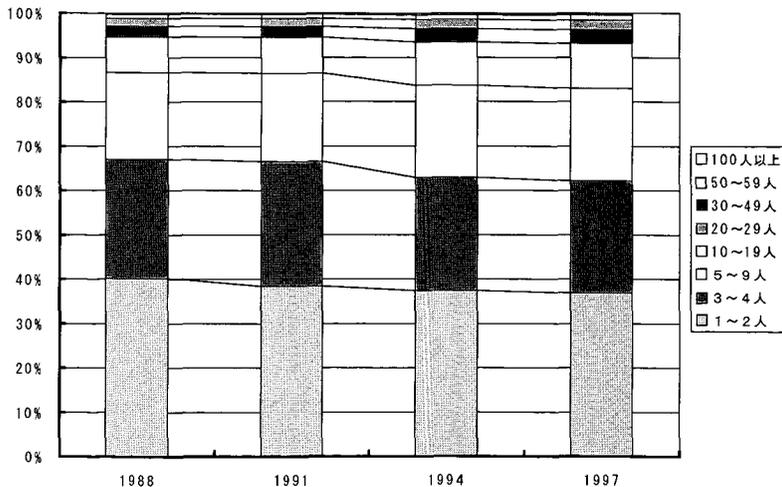
る。

図Ⅲ-2は，北海道における従業者規模別商店数の推移を，図Ⅲ-3はオホーツク流通圏における従業者規模別商店数の推移を，それぞれ示している。これらから，商業に関しては，全国はもとより道内の平均と比較しても小規模な個人商店が比較的多いことがわかる。しかし，後述するが，1995年を境に，北見地区での小売段階の大型化が急速に進展している。

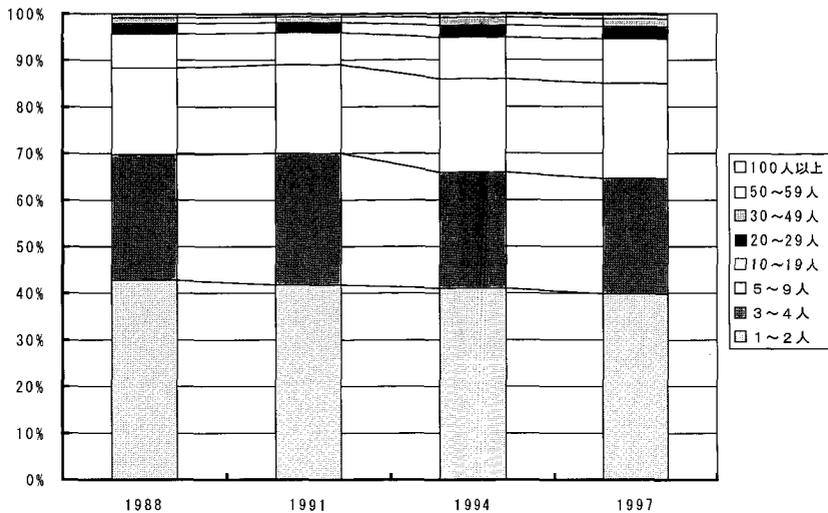
表Ⅲ-5 オホーツク流通圏における主要野菜の出荷量 (単位：t)

	1990	1995	1996	1997	1998
だいこん	9,300	8,800	7,730	7,870	8,370
にんじん	17,500	31,400	29,400	26,800	24,800
はくさい	7,490	8,520	8,010	7,130	7,160
キャベツ	4,700	10,800	8,870	8,180	7,960
ねぎ	2,690	2,880	3,020	2,770	2,790
たまねぎ	233,200	281,900	293,700	287,500	373,900
なす	315	293	256	249	264
トマト	531	593	579	565	612
きゅうり	957	677	493	444	418
かぼちゃ	14,400	12,200	11,200	12,900	14,400
ばれいしょ	849,700	904,400	781,100	863,300	696,700
アスパラガス	1,560	721	538	489	446
ごぼう	6,770	10,500	8,870	8,860	7,040
ほうれんそう	769	1,470	1,400	1,330	1,310
レタス	975	1,100	871	898	885
15品目合計	1,150,857	1,276,254	1,156,037	1,229,285	1,147,055

資料：農林水産省北海道統計事務所「北海道農林水産統計年報（青果物編）」各年版



図Ⅲ-2 北海道における従業者規模別商店数の推移
資料：北海道「北海道統計」各回



図III-3 オホーツク流通圏における従業者規模別商店数の推移
資料：北海道「北海道統計」各回

オホーツク圏の野菜についての市場供給対象は28.2万人である。これに対し、オホーツク圏には青果物取扱の地方卸売市場が6市場配置されている。約35万の人口に対して6市場は多いようにも見えるが、オホーツク圏は人口密度が低く、旧集散地である拠点都市の分散にあわせた配置となっている。流通圏全体での青果物取扱量は47,231tで、うち野菜は31,153tである。これは道内全体の市場取扱量のそれぞれ4.7%、4.4%を占める。

前述の「地方卸売市場機能強化推進方策」によれば、オホーツク圏については、北見市場を「拠点市場」とし、北西部の遠軽・紋別地区に青果物・水産物取扱の「地域市場」を1市場配置するのが望ましい、とされている。ところが、1998年9月に紋別地方卸売市場が倒産したため、事実上、オホーツク圏は公設北見市地方卸売市場への一本化の方向以外あり得なくなった。このことについては、公式にそのような発表があったわけではない。しかし、このように推測しうる根拠としては、第1に「推進方針」を踏まえると遠軽市場だけが独立しての「統合大型化」は積極的な理由付けができないこと、第2に同流通圏の市場関係者も、北見市場への一本化を指向していると考えていること^{*29}、が指摘できる。したがって、オホーツク圏の卸売市場「再配置計画」とは、圏内の6市場を北見市場に一本化することを目

指しているといえるのである。

D. 小 括

本章の課題は、北海道における卸売市場の現状について確認し、そこでの卸売市場政策の特徴を明らかにすること、それを踏まえて、本論文が対象としている2つの流通圏について性格を整理することであった。

北海道の市場配置の特徴として、取扱規模10億円未満の小規模市場が、道央流通圏を中心に数多く存在してきたことが指摘できる。これは、炭坑地帯に多く設置されていることが背景にある。

北海道における卸売市場政策の特徴として指摘できるのは、「第6次計画」に示されているように、取扱規模の拡大を狙った統合大型化政策を基調としている点である。このことは、1999年に公表された「地方卸売市場機能強化推進方策」において、統合対象となる地方卸売市場が具体的に提示され、本格化したといえる。

さらに、本論文で対象とする釧路・根室流通圏およびオホーツク流通圏について、その性格を整理した。

これら2つの流通圏は、いずれも北海道の東端に位置しており、地方市場の抱える最大の問題である集荷の困難性については、最も厳しく現れるという点で共通している。さらに、野菜についての市場供給対象人口も比較的似通っている。しかし、決定的な違いは圏内の野菜生産基盤にある。そこで、以下

*29 ヒアリングによる。

では後背地に集荷基盤をもたない釧路・根室圏の各卸売市場とそれを抱えるオホーツク圏の各卸売市場について分析する。

IV. 釧路・根室流通圏における卸売市場の集荷構造

A. 本章の課題

地方流通圏の中小規模卸売市場は、系統共販による出荷の減少や転送依存度の高さなどの集荷の困難性をしばしば指摘されている。しかし、そこでの具体的な集荷行動については、明らかにされているとはいえない。

釧路・根室圏の卸売市場は、「集散市場体系」的流通経路でいえば文字通り「末端」である。前章でも整理したように、この流通圏の特徴は、地場に野菜産地をほとんどもたないことにある。このことは、集荷段階で市場間転送へ大きく依存しなければならないことを示している。しかし、その集荷段階は前掲図 I-1 で示したような単純なものなのであろうか。「集散市場体系」論は物流総体を基本に構築されているのだが、流通機能からみれば、大都市であれ地方都市であれ、卸売市場の重要な機能は、単に物量を集めることではなく、卸売段階としての品揃え物^{*30}を形成することである。したがって、「集散市場体系」的な集荷量だけではなく、品揃え物の形成という側面も視野に入れて集荷構造を把握する必要がある。転送元となる各卸売市場にも、地場産地からの出荷の有無や産地との関係の強弱などによって、相対的に集荷力が強い品目と弱い品目がある。その場合、総合的には他市場への転送ができるほどの集荷がなくても、特定の品目については転送販売

が可能となる。その点から見ると、市場間転送による集荷は、「集散市場体系」で示されるモデルのような単純なものではなく、多くの卸売市場と転送関係を取り結ぶ、より複雑なものとなることも考えられる。

そこで、本章の課題は、釧路市中央卸売市場を中心とした、釧路・根室流通圏の3卸売市場の分析を行うことで、集荷基盤をもたない流通圏の地方市場における矛盾が最も現れている集荷構造を明らかにすることである。

B. 釧路市中央卸売市場の概要

a. 釧路市中央卸売市場の成立と発展

釧路・根室流通圏^{*31}には、拠点市場である釧路市中央卸売市場と、地域市場である根室青果市場、中標津町公設地方卸売市場が設置されている。表IV-1は、それぞれの取扱規模を示している。釧路・根室圏内では、釧路市中央卸売市場の規模が圧倒的に大きい。他流通圏の拠点市場と比較すると必ずしも大規模とはいえず、特に札幌市中央卸売市場と比較すると、同じ中央卸売市場でありながら、約13%程度の規模でしかない^{*32}。このことは、同じ中央卸売市場とはいえども、必ずしもすべてのそれを同列に扱うことはできないことを示しているといえよう。

釧路市における卸売市場の歴史は、1907(明治40)年、鉄道の開通を契機として、釧路魚菜市場が西幣舞に開設されたことに始まる。その後、1910年には入舟町に共立魚菜市場が開設される。これら2市場は、1934年に三鱗釧路魚菜市場として、一本化され、翌1935年には市場運営を「魚類」と「青果」に分け、株式会社釧路魚卸売市場が発足した。それ以降、釧路市は同市場を中核とすることとなったのである。

ところが、戦後の1962年および63年に、釧路市は青果物流通の実態調査を行い、さらに、1965年には各経済連の幹部の一行が釧路市を訪れた際に、青果業界へ荷受の一本化を要請したことで、中央卸売市場開設への気運が盛り上がった。しかし、1962~63年の調査を基本として、釧路市が当初、準備していたのは青果物の公設地方卸売市場であった。1967年には、釧路市議会内に青果卸売市場特別委員会が設置され、地方卸売市場開設計画が具体化した。ところが、「釧路市の市場計画は、道東の拠点市場として

*30 オルダースンは、人間の消費が無数に近い膨大な種類の財の組み合わせによって営まれることを強調し、人間の消費目的に照らして意識的に形成された財の集合を品揃え物 (assortment) と定義した。そして、この観点からは、経済活動とは、人間の消費にとって無意味な財の集合である集塊物 (conglomeration) を品揃え物に変換する活動といえ、この全過程を斉合 (matching) とした。斉合を、①財の基本的な形態変換を行う形態付与 (shaping)、②使用の目的に照らして微調整する活動である適合調整 (fitting)、そして、③財の組み合わせを変更する活動である品揃え形成 (sorting) の3種類に分類している。これは、オルダースン^[35]、矢作^[34]、pp.26-29. の整理に基づいている。

*31 以下では、釧路・根室圏とする。

*32 青果物取扱金額の場合。

表Ⅳ-1 釧路・根室流通圏卸売市場の取扱実績 (1998年)

(単位:t, 千円)

	数量				金額					
	青果物	野菜	果実	水産物	花き	青果物	野菜	果実	水産物	花き
釧路中央	41,599.5	26,428.3	15,171.2		9,873.5	10,082,069	5,806,740	4,275,329		762,866
中標津	2,880.3	1,680.7	1,199.6	1,174.6		825,156	427,526	397,630	1,046,297	
根室青果	2,078.5	1,313.5	765.0			606,361	346,085	260,276		
北見	26,486.7	16,641.2	9,845.5	14,017.7	5,538.8	6,524,058	3,694,500	2,829,558	16,313,000	484,058
帯広	51,105.3	35,595.2	15,510.1	14,171.0	11,364.7	11,440,359	6,973,121	4,467,238	9,016,191	821,848
旭一旭川	61,785.8	39,747.3	22,038.5	47,275.0	1,420.9	14,557,381	8,328,429	6,228,952	37,481,691	103,293
丸果旭川	69,260.8	47,772.3	21,488.5		12,728.7	15,630,848	9,832,774	5,798,074		1,074,356
札幌中央	337,662.8	264,618.4	73,044.4	179,856.9		72,746,640	51,029,993	21,716,647	159,665,598	

資料：北海道「平成10年 北海道卸売市場取扱状況」

大型市場構想が望ましい」という北海道の意向で^{*33}、同年に計画は白紙に戻され、再び中央卸売市場化計画が浮上することとなった。

このようにめまぐるしく変わった釧路市の卸売市場設置計画は、1967年12月に釧路市経済部に青果卸売市場開設準備事務局が設置されることで、流通センター建設構想と併せて、中央卸売市場開設の方向へと具体化した。もともとの「青果卸売市場開設」という経緯もあり、中央卸売市場化は青果物部が先行して行われることとなった。この背景には、1969年に水産物の消費地市場が地方卸売市場として開場されることが既に決まっていたことも大きく影響していたと考えられる。1970年にはそれと隣接した流通センター用地15,000m²が釧路振興公社を通じて確保され、1973年11月に正式開場した。その後、水産物部の中央卸売市場化は進展しておらず、現在も釧路市中央卸売市場の隣には、水産物取扱の消費地市場が地方卸売市場として設置されている。

1973年に開設された釧路市中央卸売市場は、当初、卸売会社2社が入場したが、1977年にそのうちの1社が、事実上もう1社に吸収合併される形で廃業した^{*34}。現在、入場している卸売会社は、1973年に開場に合わせて、管内の青果問屋3社が合併したものである。

*33 卸売市場制度五十年史編さん委員会^[57]第5巻, p. 960。

*34 同市場でのヒアリングによれば、開場時に入場した2社のうち、一方は卸売会社系統共販中心の集荷を行っており、他方は卸売会社もともと商系を中心とした集荷を行っていた。前者が廃業した卸売会社、後者が現存のそれである。また、1977年に廃業した卸売会社は、1951年に設立され、1968年に改称した民営青果地方卸売市場であり、1973年に卸売業者として中央卸売市場に入場した。

b. 集分荷の現状

釧路市中央卸売市場の集分荷の現状について、まず、集荷面から整理する。

表Ⅳ-2は、釧路市中央卸売市場の取扱数量の推移を示している。釧路管内は人口減少下にあるが、最近5年間についてみると、取扱数量にはほとんど変化がないといつてよいだろう。

図Ⅳ-1および図Ⅳ-2は、野菜の取扱数量と金額について、産地別の構成比を示した。前述の通り、釧路・根室圏内には、大規模な野菜産地はなく、圏内からの野菜出荷は非常に少ない。そのため、数量的にも金額的にも、釧路市中央卸売市場における釧路管内産野菜のウェイトは低くなっている。また、数量面と金額面を比較すると、道外産野菜が数量で占めるウェイトよりも金額で占めるウェイトが、相対的に高くなっていることがわかる。

図Ⅳ-3は、野菜取扱数量について、産地の月別構成比を示している。10月を頂点とした釧路管内産野菜の出荷は、だいこんが中心である。だいこんについては、釧路管内において、野菜品目ではほとんど唯一の産地があるため、釧路市中央卸売市場にも一定量の出荷がある。出荷者は、個人出荷者の他に管内の4農協である。また、冬季に出荷される道内産野菜については、貯蔵性のある玉ねぎや馬鈴薯などが中心で、その他に道南の促成野菜なども含まれている。いずれにしても、集荷面では道外産地への依存度が高いことが確認できる。

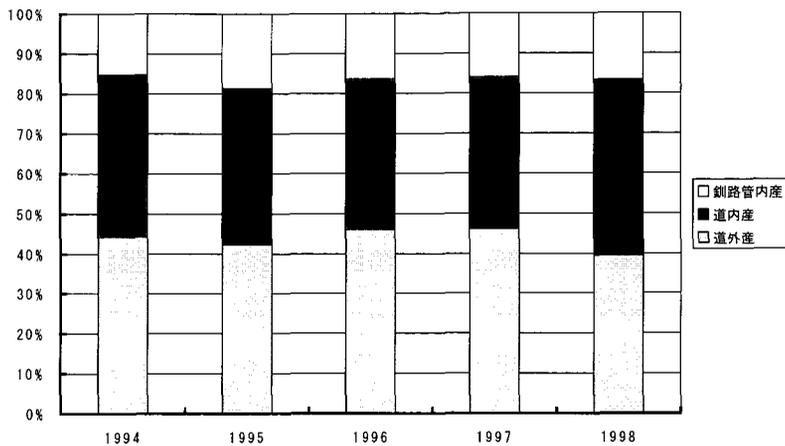
次に、分荷面について整理すると、実態としては仲卸業者への販売が約90%となっている^{*35}。量販店は直接買参することがなく、すべて仲卸業者が対応

*35 卸売会社へのヒアリングから。釧路市「釧路市中央卸売市場年報」による1998年実績では、67%が仲卸業者に、33%が一般買参人に販売されている。

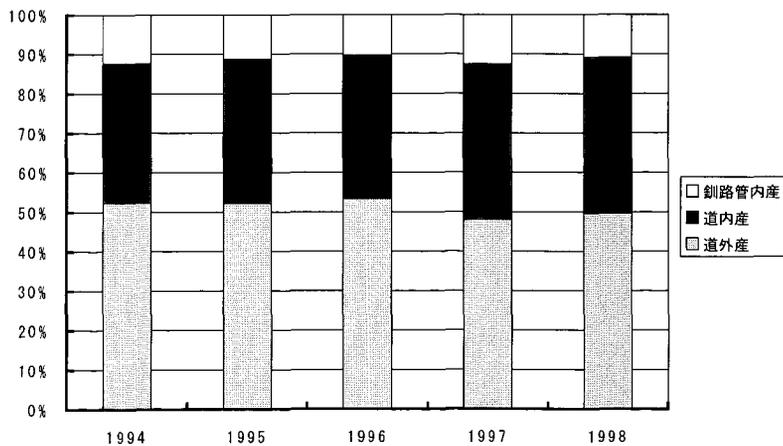
表Ⅳ-2 釧路市中央卸売市場における月別野菜取扱数量の推移 (単位：t)

	1994	1995	1996	1997	1998	最大値	最小値	範囲	平均
1 月	1,511	1,396	1,631	1,634	1,485	1,634	1,396	238	1,531
2 月	1,627	1,691	1,727	1,702	1,576	1,727	1,576	151	1,665
3 月	1,877	1,881	1,807	2,171	1,615	2,171	1,615	556	1,870
4 月	2,147	1,885	1,812	2,007	1,847	2,147	1,812	335	1,940
5 月	2,110	2,069	2,228	2,232	2,008	2,232	2,008	223	2,129
6 月	2,415	2,235	2,146	2,307	2,373	2,415	2,146	269	2,295
7 月	2,807	2,713	2,481	2,801	2,787	2,807	2,481	326	2,718
8 月	2,859	2,773	2,795	2,724	2,909	2,909	2,724	185	2,812
9 月	2,543	2,922	2,690	2,807	2,697	2,922	2,543	380	2,732
10 月	3,093	3,398	3,262	3,464	3,294	3,464	3,093	371	3,302
11 月	2,450	2,827	2,332	2,377	1,932	2,827	1,932	896	2,384
12 月	2,088	1,947	2,032	2,173	1,905	2,173	1,905	268	2,029
合 計	27,526	27,737	26,942	28,398	26,429	28,398	26,429	1,969	27,406

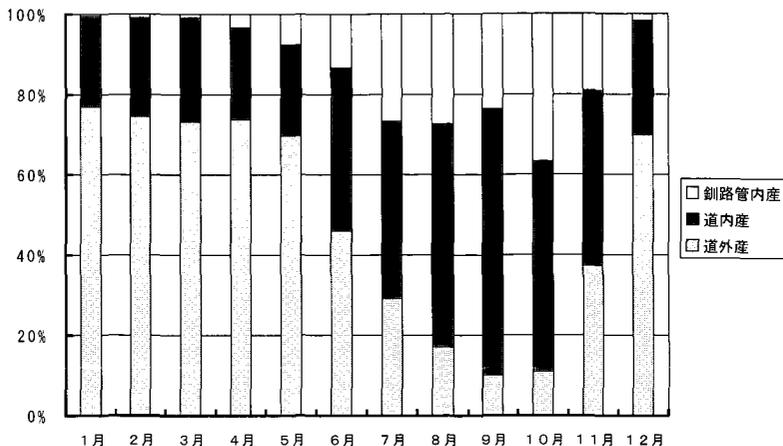
資料：釧路市「釧路市中央卸売市場年報」各年版



図Ⅳ-1 釧路市中央卸売市場における野菜取扱数量の産地別構成比
資料：釧路市「釧路市中央卸売市場年報」各年版



図Ⅳ-2 釧路市中央卸売市場における野菜取扱金額の産地別構成比
資料：釧路市「釧路市中央卸売市場年報」各年版



図IV-3 釧路市中央卸売市場における野菜産地の月別構成比 (数量)

資料：釧路市「釧路市中央卸売市場年報」各年版

注：数値は1994～1998年までの平均である。

している。仲卸業者は7社が入場しており、それぞれが量販店との取引がある。量販店対応専門の仲卸業者は存在しない*36。転送に関しては2社が手がけており、一方が積極的に転送業務を行うのに対し、他方は発注されたときに行う程度である。また、取引形態については、通常期では双方5割ずつ、繁忙期では7割が相対取引、3割がセリ取引となっている*37。事実上は、残品がセリ取引による販売となっており、セリ取引に相場を立てる力はない*38。買参人については、現在の登録数が青果物部で180業者となっているが、実質的に買参しているのは、2/3程度である。

C. 釧路市中央卸売市場の集荷構造

釧路市中央卸売市場の野菜の集荷段階には4類型が存在する。すなわち、第1が系統共販による出荷、第2が地場産個人出荷品の出荷、第3が出荷組合による出荷、第4に市場間転送による出荷である。

第1の系統共販による出荷は、主として釧路管内

4農協および旭川青果連からの出荷である。表IV-3の通り、釧路市中央卸売市場では35.3%が系統共販による出荷であるが、全国の中央卸売市場平均でのそれは約60%*39であり、ウェイトはかなり低いといえる*40。しかし、夏季の野菜については、前掲図IV-3でも示したように、ピーク期には、50～60%が旭川青果連の出荷となっており、通年で見るとウェイトが高いとはいえないが、きわめて重要な位置付けにある。

表IV-3 釧路市中央卸売市場における野菜集荷

種別	構成比	主たる出荷元
系統出荷	35.30%	釧路管内農協 (白糠・阿寒・釧路市・標茶) 旭川青果連
「商系」	64.70%	出荷組合 (16組織)
		移出業者・産地市場 (不詳) 市場間転送 (4～8市場:5.9%)

資料：ヒアリングから作成。

- 注：1) 市場間転送については農林水産省「青果物卸売市場調査報告」の「主要都市における野菜の転送量」において1993～97年までに実績があった市場。
 2) 移出業者・産地市場については、詳細は公開不可。
 3) 市場間転送の割合は、1997年の数量ベース。

*36 これには、次のような背景がある。釧路市に量販店Aが仲卸業者Aを仕入先とした場合、次に進出した量販店Bは、この仲卸業者A以外の、別の仲卸業者Bを仕入先とする。このように、量販店が取り引きする仲卸を他店と変える理由の一つは、品揃えの面で画一的にならないようにするためとされている。釧路市中央卸売市場でのヒアリングによる。
 *37 これについても、釧路市資料ではセリ取引が約70%となっている。
 *38 卸売会社へのヒアリングから。

*39 数値は農林水産省食品流通局市場課の調査では、1996年実績で、57.8%。
 *40 北海道内の卸売市場関係者からのヒアリングでは、釧路市中央卸売市場が、経済連の出荷指定市場からはずされるケースがきわめて多いと指摘している。これに対し、卸売会社はそのこと自体はそれほど深刻に受け止めているわけではない。

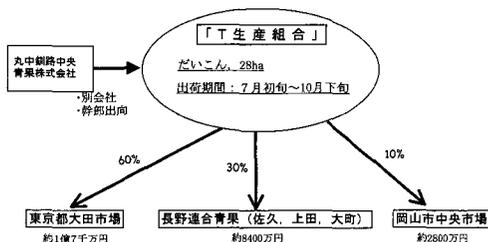
第2の地場産個人出荷品については、40～50名程度の出荷者が存在している。しかし、規模はいずれも小さく、出荷量もごくわずかである*41。これらの出荷者は酪農家を中心であり*42、そのため、野菜の計画生産を行うことは困難である。したがって、現在でも卸売業者による組織化はされておらず、今後も組織化され産地となる可能性はほとんどないと考えられる。

第3の出荷組合による出荷は、卸売会社が自ら組織し、育成した生産者グループによる出荷のことである。このような組織化、育成を卸売会社が行わなければならない背景には、開設以来、系統共販からの出荷が潤沢とはいえず、それに加えて地場に供給源として有力な産地ももたなかったため、集荷の確保のために卸売会社が自ら産地育成を行わざるを得なかったという事情がある。その育成の具体的な過程は、まず原則として7名で出荷組合を組織させるところから始まる。1年目は1品目のみ7名に共通品目として作付けさせ*43、その他に1品目ずつ、各生産者の得意な品目を個別品目として作付けさせる*44。2年目以降は各生産者の個別品目のうち最も優れた品目を、第2の共通品目として取り込む。このような手法で、一方では一定ロットが揃う品目を増やし、他方では生産者自身に選択する余地を与えることで、新たな作付品目の導入や稀少品目の確保を行うのである。

ところで、卸売会社が集荷基盤の確保にこのような手法を用いた背景は、前述の通り、その前身が青果問屋であったことにある。つまり、このような組

織化は1970年代後半から本格化した*45、その過程で生産者の組織化や産地への作付段階からの関与についての技術が蓄積されていたのである。例えば、組織を7人とすること自体、リーダー的生産者とその他の生産者との調和をとるのに最適な人数であるという経験に基づいており、ロットを集めなければならないからといって組織を多人数にすれば必ず内部崩壊を誘発するという。また、これら生産者との関係の維持にとって、最も重要なのは「価格を公開すること」であるとしている。品目の導入段階についても、生産者が自主性を発揮できる余地を必ず残す点なども、いわゆる前期的流通における青果問屋と生産者の関係とは異なる形の、現代的な「問屋」と「生産者」の関係を構築しているといえよう。

このような出荷組合の育成は、釧路流通圏内よりも、むしろ道内他地域のアウトサイダーを取り込んで行われている*46。現在では、伊達市、標茶町などの16組織が専属出荷組合として機能している。図IV-4は、最も発展した形態の出荷組合について、その概要と販売を示している。ここでも、生産者との関係以外にも、選果従事者を毎年、全員入れ替えるなど、運営についての独特の手法を確立している。このレベルにまで発展すると、もはや釧路市中央卸売市場は主たる出荷市場ではなくなり、東京都中央卸売市場への出荷を目指すようになる。卸売会社の



図IV-4 「T生産組合」の概要と販売実績
資料：ヒアリングによる。
注：金額は1998年の実績。分荷割合は概数である。

*41 規模的には、特殊な例を除いては、大きくとも20a程度であり、出荷ロットもキャベツ2箱、ピーマン2箱などという単位となっている。卸売業者へのヒアリングによる。

*42 つまり、自家消費用野菜の余剰部分を市場に持ち込んでくる程度の規模なのである。価格面でも、例えばだいこんの場合、1/10～1/20程度の価格にしかならない。いずれも卸売業者へのヒアリングより。

*43 共通品目の決定は、卸売会社と生産者の合議の上、決定される。必ずしも卸売会社主導で決定されるわけではない。

*44 各生産者の個別品目の決定に当たっても、当然、市場側との情報交換がある。具体的には、市場側の推薦品目と生産者側の作付候補品目とを付き合わせながら検討される。

*45 最初の組織化は、足寄郡足寄町で、30名弱の生産者であった。石炭運搬用の袋にとうもろこしを100本ずつ入れて出荷していたが、それでは高い単価は望めないため、卸売業者の指導で、生産組合を創出し、容器も段ボールに変更し、品種を統一した上で品質向上を図った。

*46 このような「出荷組合」の育成による集荷基盤の確保は、1970年代半ばから開始された。

別会社化した「T生産組合」は、東京都大田市場で高い評価を得られるまでに至っているのである。

ところで、このような出荷組合からの出荷は、すべて委託出荷されている。したがって、定率手数料の8.5%を確実に取得できるという点で、卸売会社にとってもその存在意義はきわめて大きい。前述の通り、釧路市中央卸売市場では系統出荷のウェイトは低い。このことは、これまでの卸売市場論の解釈では「市場間転送による買付集荷のウェイトの高さ」に直結する*47。しかし、表Ⅳ-4の通り、それにもかかわらず釧路市中央卸売市場の買付集荷の割合は1/4程度に止まっているのは、このような卸売業者による産地育成の影響も大きいと考えられる。

第4の出荷類型である市場間転送による集荷は、11~6月まで道内産の出荷がなく、かつ系統出荷に

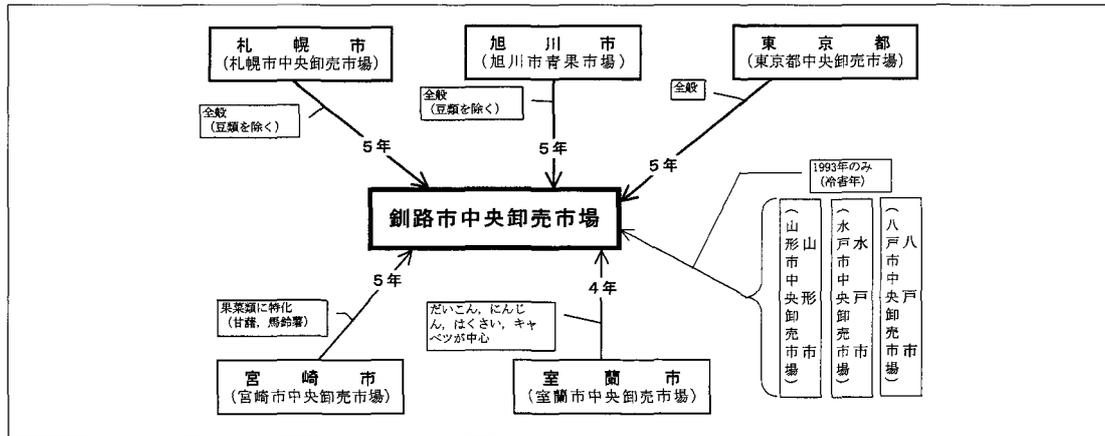
表Ⅳ-4 釧路・根室圏各卸売市場における買付集荷割合

	釧路中央市場	根室青果市場	中標津市場
買付集荷の占める割合	26.90%	約30%	70~80%

資料：ヒアリングによる。

依存できない釧路市中央卸売市場にとって、きわめて重要である。図Ⅳ-5は、通常の統計上に現れる転送経路を示している。ここからは、冷害の1993年にスポット的な取引を行った以外は、市場間転送が長期間固定的な関係によって行われていることがわかる。また、札幌市中央卸売市場や旭川市の2地方卸売市場との転送関係は、「集散市場体系」的な転送であるが、これらからの転送価額は必ずしも多くない。1997年の実績の多い順に並べると、宮崎市、東京都、札幌市、旭川市の順になり、しかも、宮崎市は東京都の約2.8倍に当たる2,291億円の取引となっている。このことは、転送関係が物流上の条件と相手市場の規模のみに規定されるのではなく、要因として品揃え上の問題があることを示している。

釧路市中央卸売市場の場合、この通常の統計上に現れる経路以外の、同様の「出荷組合」を抱える卸売市場間での取引の方がむしろ重要性が高い*48。表Ⅳ-5は、そのうちの関東地区の転送元を示している。これらは産地市場ないしそれに近い卸売市場であり、それぞれが産地と結びついた主力品目を保有しており、その市場へ出荷された主に地場の個人出



図Ⅳ-5 釧路市中央卸売市場が受けた転送(1993~98年, 1類・2類都市のみ)

資料：農林水産省統計情報部「青果物卸売市場調査報告」各年版

注：1) 市場名は、その都市に所在し転送したと考えられる卸売市場。

2) 旭川市青果市場は、市内2市場の合計である。

3) 年数は1993年から1998年の間で転送実績があった年数を示す。

4) 品目は、転送される品目の特徴を示した。

*47 いままでもなく、市場間転送される商品は、一度は他市場で価格形成がなされており、原価が明確なため、しかも、転送主体が仲卸業者である場合が多いため、集荷も買付となるのである。

*48 図4-2のうちでも、室蘭市中央卸売市場はどちらかといえばこちらに近い。同市場からの転送品は、春先の道内野菜が中心となっている。ただし、1997年は取引実績がない。

表IV-5 関東地区の代表的移出業者・産地市場

	所在地	主力品目	集荷市場名
C社	茨城県三和町	きゅうり	諸川青果市場、千代川青果市場
S社	茨城県総和町	はくさい	県西中央青果市場
N社	埼玉県深谷市	ねぎ	深谷中央青果市場
Y社	千葉県	いも類	不明
Z社	不明		不明

資料：ヒアリングによる。

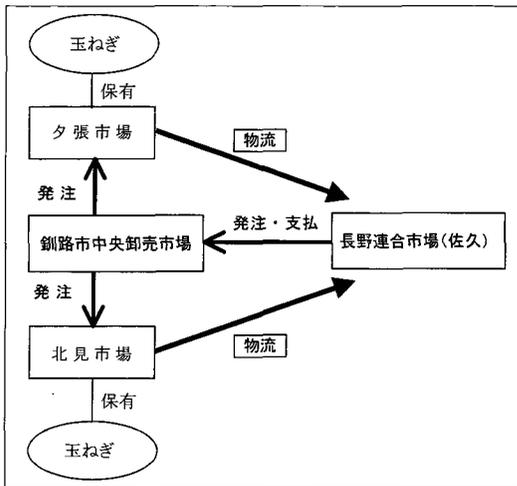
注：集荷市場名とは、当該業者が買い付けている市場名。買参している場合と、自ら市場を開設している場合がある。

荷品を取りまとめて、各地の地方市場へと移出する*49。道内の各地方市場は、北海道の「道外産移入野菜出荷促進事業」の対象となっているせいもあって、このような移出業者や産地市場との結びつきはきわめて強く、かつ重要である。

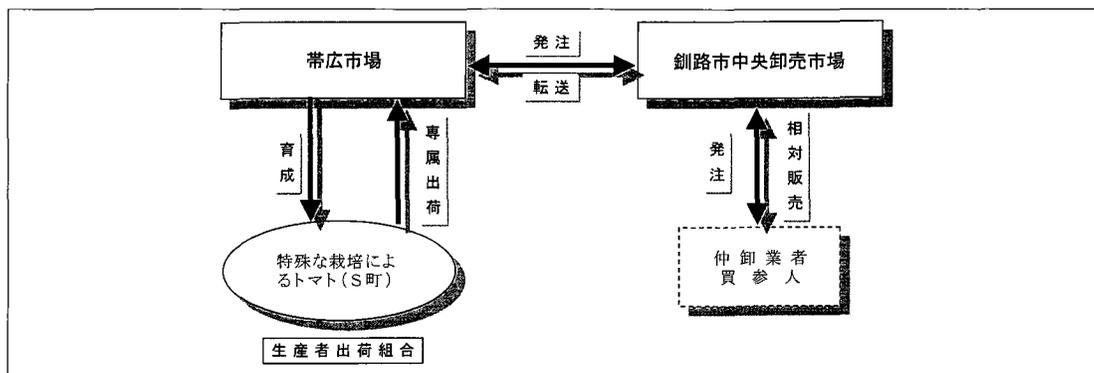
さらに、図IV-6のように、比較的大型の市場間でも、これと類似した転送が見られる。この場合、十勝管内S町の生産者が生産しているトマトが必要になった釧路市中央卸売市場が、帯広地方卸売市場を経由して確保している。生産者側にとっても、釧路市中央卸売市場側にとっても直接集荷の方が合理的に見えるが、長期的な取引関係によるメリットを勘案すれば、帯広市場を通すことによって「信頼関係」を維持する取引を選択するのである。

逆に、釧路市中央卸売市場から他の卸売市場への

転送の場合、先の「T生産組合」のようなケースの他にも、図IV-7のようなケースがある。この場合の釧路市中央卸売市場は、単純に発注を取り次いだだけではあるが、転送先の卸売市場から見れば、このような市場間転送のルートの存在によって、取引のある釧路市中央卸売市場が、直接、当該農産物を保有していない場合でも、それを探索し確保することが可能となったといえる。



図IV-7 道東圏卸売市場における販売面の連携事例
資料：ヒアリングより作成。
注：1998年2月の事例。



図IV-6 道東圏拠点市場における相互転送の事例
資料：ヒアリングより作成。

*49 関東地区の転送元のうち、諸川青果市場については、松浦^[21]で産地市場の事例として分析されている。松浦は、産地市場的機能の見直しを主張しており、松浦^[20], pp.48-53. などにおいて、「中小地方市場」の展望などを述べている。

D. 「末端」小規模市場の集分荷構造

次に、釧路・根室流通圏の2地域市場の集分荷構造について分析する。前掲表Ⅳ-1で示したように、これらの市場の取扱規模は小さいのだが、それにもかかわらず先の「配置適正化」計画では、合併の必要が指摘されていない。これは、根室地域の商圈が根室市と中標津町で分離されており*50、立地的な面では、文字通り「末端」であるため、他市場との競合が考えにくいばかりか、そこに卸売市場が設置されなければ全くの「空白地帯」になるためである*51。

表Ⅳ-6は、釧路・根室流通圏各市場の商圈と買参人数である。いずれも商圈内での一般小売店の減少が激しく*52、現状でも常時売買に参加している買参人数は示した数値より少なくなっている*53。それに対し、表Ⅳ-7から、すでに量販店対応のウェイトはかなり高くなっていることがわかる。

表Ⅳ-8は、根室青果市場および中標津市場における転送集荷の状況を示している。これらの地域市場に特徴的なのは、圏内の拠点市場である釧路市中央卸売市場への、転送集荷における依存度が決して高いとはいえないことである。釧路市中央卸売市場以外の拠点市場へのアクセスがきわめて悪いにもか

表Ⅳ-6 釧路・根室圏各卸売市場の商圈と買参人数

	釧路中央市場	根室青果市場	中標津市場
商圈人口	19万4千人	3万2千人	約5万人
登録買参人数	173名	74名	82名
実質買参人数	約115名	20名	40名

資料：ヒアリングより作成。

注：1) 釧路市の商圈人口は釧路市の人口。

2) 実質買参人数は、毎日またはほぼ毎日市場に来る人数。買参権だけ保持し、実際には利用しない買参人もいるので、直接確認した。

*50 しかも、両商圈の相互アクセス条件がきわめて悪い。ちなみに、年間販売額の割合で見た場合、根室商圈が約52%、中標津商圈が48%となっている。

*51 根室市および中標津町ともに、地理的に一種の「袋小路」のようにになっている。そのため、根室および中標津に仲卸業者が商品の販売を行おうとしても、それ以外の販売先を経由することができない。つまり、商業者から見れば、きわめて効率の悪い場所に位置しているのである。

*52 買参人登録抹消は、根室青果市場は最近3年で3件、中標津市場が最近5年で14件。

*53 常時、売買に参加している買参人登録者は、根室青果市場で20名程度、中標津市場で40名程度。

表Ⅳ-7 根室青果市場・中標津市場における量販店への野菜販売比率

	根室青果市場	中標津市場
販売比率	60%	70%
企業数	4社	10社
企業名と 本社所在地	Sa社(札幌) Sp社(根室) Sg社(根室) K社(根室)	D社(神戸：合併) N社(東京) Z社(札幌) その他

資料：ヒアリングにより作成。

注：1) 構成比はいずれも金額ベース。

2) D社は、地元資本との合併会社。

3) Z社はボランティアチェーンの本部(事業所)。

4) 中標津市場の「その他」は、地元資本の中小食品スーパーが7社。

かわらず、他市場へ転送を依存する要因は、端的に言えば、釧路市中央卸売市場との品揃え物の不一致があげられる。中標津市場の場合には、釧路市中央卸売市場と同様に、独自の転送集荷チャネルを保持しているという要素もあるが、根室青果市場の場合には、必要とする品質の商品が釧路市中央卸売市場には揃っていないという理由から、転送の多くを帯広市場へ依存している。具体的には、根室市の場合、比較的高単価の系統共販による共選物を好むという特徴があるのだが、そのため、商系出荷が過半を占める釧路市中央卸売市場には集荷を依存できないという事情があるのである*54。このことは、同一の流通圏内であっても、青果物消費における地域の独自性はかなり強いことを示唆している。実際に、釧路市中央卸売市場の仲卸業者についても、オホーツク圏への販売は行っても、根室地域において各地域市場との競合はほとんど発生していない*55。また、言い換えれば、これらの地域市場は明らかに「配置適正化」の対象となりうる規模でありながら、釧路市中央卸売市場が引き受けることも容易ではないために、統合大型化を免れているという面があるということでもある*56。

*54 市場関係者によれば、このような根室市の野菜の消費特性は、「漁師町」には共通してよく見られるようだが、子細は不明である。

*55 ヒアリングによる。もっとも、これは品揃えの不一致のみに起因する物ではなく、前述した両商圈の立地上の問題もある。

*56 釧路市中央卸売市場の開設者へのヒアリングでは、「道東の各市場については、他地域のような人

表IV-8 根室青果市場・中標津市場における転送集荷

	根室青果市場		中標津市場	
転送依存度	ほぼ100%		70~80%	
転送元と構成比	釧路市中央市場（仲卸） 帯広市場（卸）	約30% 約70%	釧路市中央市場（仲卸） 旭川A市場（仲卸） 帯広市場（卸） 札幌市中央市場（卸） 東京都築地市場（仲卸） 八戸市中央市場（仲卸）	約50% 約10% 約10% 約10% 約10% 約10%

資料：ヒアリングにより作成。

E. 小 括

以上、遠隔地的な消費地に立地するために、集荷面での困難を抱えている釧路・根室流通圏の地方市場の集荷構造について分析した。

まず、拠点市場である釧路市中央卸売市場についてまとめると、系統共販による出荷の減少と地場に有力な野菜産地をもたないことから生じる、集荷の困難性への対応として、次の2点が指摘できる。第1に「出荷組合」の育成によって独自の集荷基盤を創出しようとしていることが明らかになった。しかもそれは、流通圏内に限らず、広く圏外にまで行われている。そこでの卸売会社と生産者の関係は、販売価格の完全な公開などきわめてオープンであり、現代的な「問屋」と「生産者」の関係を構築しているといえる。しかし、釧路市中央卸売市場の場合、気候的な問題もあり、市場間転送に集荷を大きく依存せざるを得ない。そこで、第2に幅広い転送取引関係を構築・維持することで安定した集荷チャネルを確保している。しかも、「集散市場体系的」な転送ルートよりも、むしろ釧路市中央卸売市場と同様に「出荷組合」を抱えている卸売市場間での取引の方が重要性が高いという特徴がある。このようにして、釧路市中央卸売市場は、量および品揃えを確保しているのである。

次に、地域市場との関係についてみると、拠点市場である釧路市中央卸売市場から中標津、根室青果の両地域市場への分荷は必ずしも円滑とはいえないことが明らかになった。これは、「集散市場体系」が

想定したものとは異なっている。この背景には、野菜消費における地域的な独自性および地理的な条件の存在が指摘できる。そのため、拠点市場と地域市場の品揃えに不一致が生じ、地域市場が拠点市場に集荷を完全に依存することができないのである。そこで、それぞれの地域市場は、独自に市場間転送の関係を構築・維持している。それを基盤として、地域市場も主体的な集荷を行い、必要とされる品揃え物を確保しているのである。

V. オホーツク流通圏における流通再編と卸売市場の集分荷構造

A. 本章の課題

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^{*57}。

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、野菜生産構造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人出荷品への対応も求め

口の急速な減少がないため、統合という話にはならない」(要約)と述べている。問題がないのかどうかは別として、少なくとも、釧路市中央卸売市場が、積極的に根室地域を取り込んだ広域市場化を考えていないことだけは確かであろう。

*57 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。

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。

本章で事例としている北海道東部のオホーツク流通圏^{*58}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。その中心である北見地域は、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」^{*59}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^{*60}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、オホーツク圏全域に渡って広く青果物を供給してきた^{*61}。

しかし、近年、オホーツク圏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^{*62}が急速に展開している。したがって、オホーツク圏の各卸売市場も、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、本章では、オホーツク圏の拠点市場を中心とした各卸売市場の分析から、流通再編下において、背後に産地を抱える地方市場がどのような集分荷構造を構築しているかを明らかにすることを課題とする。

B. 北見市公設地方卸売市場および「地域市場」の概要

表V-1には、オホーツク圏各市場の部門別取扱金額とその構成比を示している。設置されている6市場のうち北見市場は233.1億円と際だって高いが、それ以外は遠軽市場を除いてすべて20億円未満である。全国レベルで地方卸売市場の取扱規模を見ると、20億円未満の市場が66%を占めていることから、これらの市場が極端に小さいわけではない。また、構成比についてみると、金額面では、遠軽市場と青果市場である網走青果市場を除いて、水産物の扱いが高いウェイトを占めている。1998年9月に倒産した紋別市場は、極端に水産物の割合が高くなっている。地方卸売市場が倒産したのは、道内では紋別市場が戦後初めてであり、そのこと自体はきわめて重要であるが、直接の倒産原因は特殊な事情であるため、本論文では扱わず、以降の分析でも除外する^{*63}。

このうち北見市場は北見市が開設者となっている公設地方卸売市場であるが、その他はすべて民営である。また、いずれの市場にも仲卸業者は設置されていない。なお、置戸市場と留辺蘂市場については、北見市場の分場という位置づけであるため、これ以降の分析では除外する。

表V-2は、北見市場における野菜主要品目の産

*58 以下では、オホーツク圏と表記する。

*59 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。

*60 以下では、北見市場と表記する。また、その他の地域市場についても、所在地名を示した略称で表記する。

*61 売買参加者はオホーツク圏全域に分布している。オホーツク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）。

*62 以下では、量販店と表記する。本論文で「量販店」とは全国ないし全道規模の大型小売量販店を、「中小食品スーパー」とは主として地元資本のスーパー形式の小売業者を、「青果物小売商」とは主として対面販売を行う個人業者を指している。

*63 紋別地方卸売市場は、1998年9月に倒産し、地方卸売市場の認可も取り消しとなった。倒産の背景には、本論文で指摘しているような地方市場の問題があったのは事実だが、直接的な要因はロシア産冷凍トラバガニのペーパー商法の失敗であったとされている。紋別市場の取扱金額における、水産物の極端なシェアの高さもこの影響と見られる。なお、その後、紋別には規模未満市場が開設されている。

表V-1 オホーツク流通圏各卸売市場の取扱金額（1998年）

（単位：億円，％）

	青果物			水産物	花き	青果物			水産物	花き
	野菜	果実				野菜	果実			
北見	65.2	36.9	28.3	163.1	4.8	28.0	56.6	43.4	69.9	2.1
美幌	7.5	6.3	1.2	9.2		44.9	83.7	16.3	55.1	
留辺蘂	2.7	1.4	1.3	6.0		30.7	51.5	48.5	69.3	
置戸	1.9	1.1	0.8	4.6		28.8	58.5	41.5	71.2	
紋別	2.6	1.8	0.8	31.3		7.7	67.8	32.2	92.3	
遠軽	11.5	6.6	4.9	11.3		50.4	57.5	42.5	49.6	
網走青果	12.5	7.2	5.3			100.0	57.8	42.2		

資料：北海道「平成10年 北海道卸売市場取扱状況」

表V-2 オホーツク流通圏各卸売市場の取扱金額

	産地別取扱数量（％）			道外産の主要産地	月												
	道場産	道内産	道外産		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月
長ねぎ	64	12	23	群馬													
玉ねぎ	76	10	14	愛知・京都・兵庫 和歌山・佐賀													
ほうれん草	52	4	44	群馬													
キャベツ	62	5	33	茨城・千葉・愛知 神奈川													
はくさい	62	4	34	茨城・群馬・千葉 神奈川													
だいこん	45	21	34	茨城・群馬・千葉 神奈川	春大根（千葉・青森・埼玉・ 福岡・茨城）												
きゅうり	25	17	59	群馬・茨城・宮崎	冬春きゅうり（宮崎・埼玉・ 群馬・高知・千葉）												
ばれいしょ	75	18	7	茨城・長崎													
レタス	51	6	43	茨城・群馬・静岡 香川													

資料：北見市資料より作成

注：数値，産地および出荷期間は平成6年度が基準となっている。

地と出荷期間を示している。ここから、地場産野菜と他産地産野菜の関係を見ると、貯蔵性のある玉ねぎと馬鈴薯以外は、12月から4月まで道外産が中心となっているが、それ以外の期間については地場産野菜の出荷が中心となっている。このように、他産地産野菜の出荷が前提とはなるものの、その中で地場産野菜が位置付いていることがわかる。表V-3は、北見市場への地場産野菜の出荷状況を示している。前掲表V-2では地場産のみの出荷となっているが、実際には、地場産が100%を占める品目は限られている。これは、後述するように、量的な不足よりも規格および品質的な不足が背景にある。しかし、いずれにしてもここからは特定の時期には地場産野菜がきわめて高いウェイトを占めることがわかる。

表V-4は、オホーツク圏各市場の商圏人口、買参人数などを示している。各市場とも商圏は、立地し

ている市町村についてはほぼ確保しているが、それ以外には、特に量販店対応において若干の重複がある。登録買参人数と実質買参人数の格差は、廃業したに

表V-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%
はくさい	7～11月	個選個販	ほぼ100%
レタス	5～10月	個選個販	100%
だいこん	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：ヒアリングより作成。

注：ここにあげたのは出荷品目のうちの主要なもののみ。

表V-4 オホーツク圏各市場の商圈と買参人数

	北見市場	美幌市場	遠軽市場	網走青果市場
商圈人口	11万以上	約11万	約4万5千	約8万
登録買参人数	383名	75名	83名	57名
実質買参人数	60人	15~20名	40名	20名

資料：ヒアリングより。

注) 実質買参人数は、毎日またはほぼ毎日市場に来る人数。買参権だけ保持し、実際には利用しない買参人もいるので、直接確認した。

もかかわらず買参権だけは保有している場合などが考えられ、実質買参人数が現在の顧客数を示している。また、各市場とも一般小売商の減少は激しいが、これは廃業に加え、コンビニエンス・ストアへの転換が大きな影響を及ぼしている。

オホーツク圏においても、大手量販店の立地が近年になって急速に進んでおり、小規模な小売商店は減少傾向にある。そのため、各卸売市場も大手量販店との取引を進める必要がある。表V-5は、各市場の量販店販売比率を示しているが、網走青果市場の「3社で80%」を筆頭に買い手側の大型化を如実に示しているといえよう。北見市場はオホーツク圏の大型量販店の対応をしており、例えば、網走市にあるR社の支店も網走青果市場とは取引がなく、北見市場からの仕入となっている。なお、これら大型量販店は、帯広市場や釧路市中央卸売市場などの道東地域の拠点市場を使い分けており、その中では北見市場のウェイトは50%程度であり、極端に高いとはいえない。その他の小規模な地域市場は商圈内の中堅の量販店や生協が主たる取引先になっている。

次に、拠点市場である公設北見地方卸売市場の概

表V-5 オホーツク圏各卸売市場における量販店への野菜販売比率

	北見市場	美幌市場	遠軽市場	網走青果市場
販売比率	70%	25%	50%	80%
企業数	5社	2社	3社	3社
企業名と 本社所在地	R社(札幌) F社(帯広) Ts社(札幌) S社(北見) D生協(遠軽)	R社(札幌) F社(美幌) L社(札幌)	D生協(遠軽) L社(札幌) O社(湧別)	S社(網走) D生協(遠軽) L社(札幌)
店舗数の合計	約22店	15店	5店	8店
納入シェア	40~50%程度	5~50%	不詳	約70%

資料：ヒアリングによる。

注：1) 構成比はいずれも金額ベース。
2) ()内は本社所在地。

要について整理する。

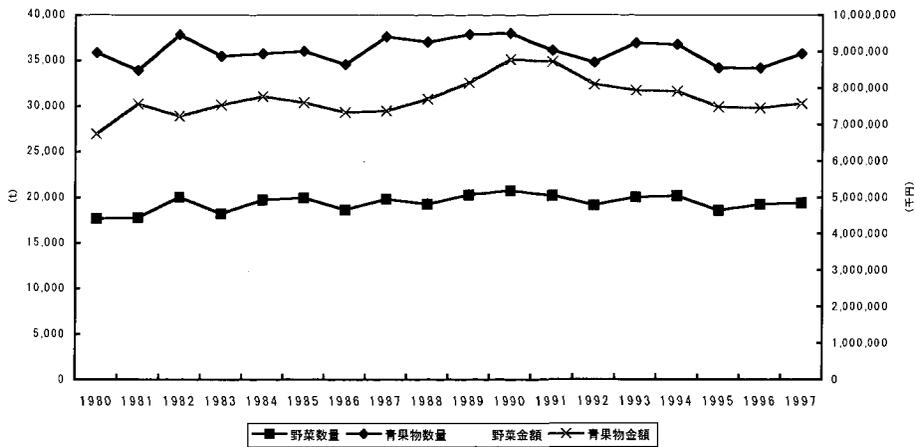
北見市における卸売市場の歴史は、1912(明治45)年に開設された民営市場から始まる。その後、北見市の発展に伴って、1969年に北見市が開設する公設地方卸売市場として新たに開場した。当初、北見市場には2社の卸売業者が入場したが、1991年に合併し、現在は1社体制となっている。なお、仲卸業者は開設時から今日に至るまで設置されたことはない。現在の北見市場の取扱品目は青果物、水産物、およびそれぞれの加工品であり、1998年からは花き部が新設されたことで、それまで青果物「その他」であった花き類が取扱を大きく延ばしている。売買参加者についてみると、現在、北見市場には203名の買参人登録がある。しかし、廃業後も買参権だけは保有しているといった場合があり、常時買い受けがあるのは多くとも60名程度である。買参人の内訳は、量販店が5社、青果物問屋が5社*64、残りは青果物小売商と中小食品スーパーとなっている*65。買参人種類別の販売量は、量販店が約70%、その他が約30%となっており、北見市場においても量販店への販売は高いウェイトを占めている。また、出荷者組合については、「北見そ菜組合」という名称で1組合が存在する。

すべての取扱品目を含めた、1997年の総入荷量は50,164tで対前年比103.4%、総取扱金額は240億3054万円で対前年比100.8%と、いずれもわずかながら増加している。図V-1は野菜と青果物全体の取扱状況を示しており、ここから近年の北見市場では取扱状況について数量的にも金額的にも急激な変化は見られないことがわかる。

次に、他市場との関連で北見市場の位置づけについて整理する。現在、北海道には青果物取扱市場が44市場設置されている。表V-6は、このうち道東圏に設置された青果物取扱市場について、部門別の取扱金額を示している。青果物の取扱金額について

*64 これらの青果物問屋は主として一般的な青果物小売商に対して再販売を行う。その他にも、加工業を兼ね、買い受けた商品を加工し自ら北見市場へ再上場する業者もある。

*65 ここで「量販店」とは、全国ないし全道規模の大型小売店を指す。また、「中小食品スーパー」とは、主として地元資本のスーパー形式の小売業者を、「青果物小売商」とは主として対面販売を行う個人業者を指している。



図V-1 北見市場における青果物取扱状況の変化
 資料：北見市「北見市公設地方卸売市場年報」各年度版
 注：青果物合計とは、「野菜」「果実」「その他」の合計である。

表V-6 道東地域各卸売市場の取扱実績 (1998年) (単位：t, 千円)

	数量			金額						
	青果物	野菜	果実	水産物	花き	青果物	野菜	果実	水産物	花き
北見	26,486.7	16,641.2	9,845.5	14,017.7	5,538.8	6,524,058	3,694,500	2,829,558	16,313,000	484,058
美幌	4,650.0	4,277.3	372.7	934.5		751,472	629,110	122,362	921,172	
留辺蘂	980.4	633.1	347.3	800.8		266,760	137,345	129,415	601,603	
置戸	685.6	454.1	231.5	600.7		187,731	109,782	77,949	464,913	
紋別	1,017.2	722.9	294.3	2,016.8		259,458	175,938	83,520	3,131,779	
遠軽	4,050.5	2,596.6	1,453.9	1,286.9		1,148,516	660,676	487,840	1,129,084	
網走青果	4,605.6	2,835.3	1,770.3			1,248,839	721,521	527,268	0	
釧路中央	41,599.5	26,428.3	15,171.2		9,873.5	10,082,069	5,806,740	4,275,329		762,866
中標津	2,880.3	1,680.7	1,199.6	1,174.6		825,156	427,526	397,630	1,046,297	
根室青果	2,078.5	1,313.5	765.0			606,361	346,085	260,276		
帯広	51,105.3	35,595.2	15,510.1	14,171.0	11,364.7	11,440,359	6,973,121	4,467,238	9,016,191	821,848
本別	1,578.4	996.3	582.1	101.5		382,886	204,521	178,365	208,844	
新得	1,080.5	488.6	591.9	1,174.6		217,776	82,283	135,493	68,699	
旭一旭川	61,785.8	39,747.3	22,038.5	47,275.0	1,420.9	14,557,381	8,328,429	6,228,952	37,481,691	103,293
丸果旭川	69,260.8	47,772.3	21,488.5		12,728.7	15,630,848	9,832,774	5,798,074		1,074,356
札幌中央	337,662.8	264,618.4	73,044.4	179,856.9		72,746,640	51,029,993	21,716,647	159,665,598	

資料：北海道「平成10年 北海道卸売市場取扱状況」

は、札幌市中央卸売市場を別とすれば、北見市場は他の流通圏における拠点的市场の半分弱の規模であることが分かる。しかし、最近10年間の伸び率についてみると、これらの市場間に大きな格差はない。

表V-7は、道内主要地方卸売市場の転送依存度を示している*66。北見地域は「卸売市場体系」にお

いては末端に限りなく近い位置にあるが、その点を考えれば、他市場との比較において必ずしも転送依存度が高い市場とはいえないであろう。しかし、1990

*66 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市場間転送の実態を反映しているとはいえない面がある。特に、北見市場の場合には、「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度の精度は低下しているものと考えられる。

表V-7 北海道の主要地方卸売市場における転送依存度(野菜) (単位:%)

野菜数量	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	最大値	最小値	範囲	平均
旭川市場	2.6	3.2	5.2	8.0	8.7	8.4	7.3	7.2	8.7	2.6	6.1	6.3
岩見沢市場	16.2	12.1	12.7	10.2	13.2	14.3	15.2	15.3	16.2	10.2	6.0	13.7
小樽市場	0.4	0.6	0.5	0.5	0.7	0.7	0.7	1.0	1.0	0.4	0.6	0.6
苫小牧市場	9.6	9.2	11.4	11.3	12.4	14.6	14.3	13.9	14.6	9.2	5.4	12.1
帯広市場	32.5	27.3	28.2	19.3	6.4	5.2	6.7	7.8	32.5	5.2	27.3	16.7
北見市場	2.3	2.1	1.6	7.6	8.3	8.3	7.0	9.3	9.3	1.6	7.7	5.8
野菜価額	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	最大値	最小値	範囲	平均
旭川市場	4.7	5.6	6.1	7.7	7.9	7.9	6.6	6.1	7.9	4.7	3.2	6.6
岩見沢市場	27.4	21.2	16.9	15.2	20.1	22.6	23.3	22.4	27.4	15.2	12.2	21.1
小樽市場	1.1	1.3	1.2	10.0	1.3	1.6	1.6	2.1	10.0	1.1	8.9	2.5
苫小牧市場	13.8	13.2	14.1	14.2	15.3	18.5	19.0	17.4	19.0	13.2	5.8	15.7
帯広市場	39.3	34.0	31.5	21.7	8.8	7.9	9.1	10.0	39.3	7.9	31.4	20.3
北見市場	4.5	5.1	3.9	14.8	15.1	15.0	12.5	12.8	15.1	3.9	11.2	10.5

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

年代を通して、転送集荷への依存度が一貫して高まっており、その伸びが6市場の中で最も顕著であることは特徴として指摘できよう。

C. 北見市場の分荷圏における小売業の再編と量販店対応

北見地域の小売段階の中心は、長く中小食品スーパーであった。しかし、1995年以降は、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V-8は北見地域での小売業の再編過程を示している。ここには、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表れている。つまり、北見地域での小売業の再編は、店舗の増加や店舗の大型化が単純に進展したのではなく、広域展開する量販店の傘下に入ることで、北見地域から他地域へ本社所在地の移動という

特徴があるといえる。

このような小売段階の構造変化は、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、北見地区で営業する店舗についても、北見市場以外からの仕入チャンネルが選択できることである。青果小売商と量販店の仕入における最も顕著な相違点は、前者が各店ごとに独自の仕入を行うのに対し、後者は本部での一括仕入を中心としている。さらに、第2には、チェーン店化により「全道統一価格」や「全道統一商品レイアウト」などが行われるようになったことである。このことは、各店舗で販売される青果物の品揃えや価格などが、その入荷状況や相場によって決まってくるのではなく、逆に市場側が量販店側の要求に応じなければならないことを示している。これらはいずれも北見市場と地場産野菜の販売に大きな影響を及ぼしうる。

次に、北見市場における量販店対応について整理する。

北見市場における量販店への通常販売は、すべて一週間サイトの相対取引で行われる。これら量販店の仕入市場は、道東の各市場が量販店本社に提示する「相場予測」を基に決定されている。この「相場予測」を提示する卸売市場は、北見市場の他に、旭川市場、帯広市場、釧路市中央卸売市場(仲卸)である。季節的には札幌市中央卸売市場(仲卸)、商系も加わる。

実際の量販店対応は次のようなフローとなっている。まず、道東の各卸売市場は、量販店の本社に対して「翌週の相場予測」を提示する。次に、量販店

表V-8 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:地元資本と合併)・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：ヒアリング、北海道新聞1995年12月12日付

注：()内は本社所在地

本社は、他市場の提示した価格を使いながら、各卸売市場と価格を中心に納入条件の交渉を行う。そして最終的に、1週間サイトの相対取引が契約される。

北見市場における量販店対応の特徴としては、次の3点が指摘できる。第1に、量販店との相対取引の基礎となる次週の価格の予測は、後述するように北見市場のセリ取引に相場を立てる機能がないたため、旭川市場や札幌市場など近隣市場の相場予測を参考にして設定され、量販店に提示される。第2に、北見市場の場合、地場産野菜が存在するため、北見市場の価格予測は、近隣市場の相場予測に、地場産野菜の出荷見込みを勘案して設定される。第3に、ここで量販店に提示される「翌週の相場予測」とは、事実上の納入価格となっている。したがって、あくまで「相場の予測」であるはずなのに、それに基づいて価格交渉が行われるのである。また第4に、実際に相対取引が組まれる卸売市場は、物流費の関係で単純に最も安い納入価格を提示した市場とは限らないことである*67。この点は立地条件に応じた取引が行われているといえる。

青果物の仕入において、量販店が最も重視するのが納入価格であることはいうまでもない。ところが、このような道東地域の卸売市場間における価格競争では、立地の面からも規模の面からも、北見市場は相対的に不利な立場におかれている。北見地域の量販店に対する野菜販売における北見市場の納入が占めるウェイトは、総仕入量のうちのせいぜい40～50%程度にとどまっているのが現状である*68。

次に、北見市場の特質である地場産野菜出荷の存在と、量販店対応との関係についてみると、重大な問題が生じている。量販店がいかに低価格指向

といえども、それ以前に、量販店仕向の商品としては、次の2つの前提条件の確保が必要とされるのである。つまり、第1には継続的に出荷しており数量的な確保が確実なこと、第2には規格の安定も含めた一定水準以上の品質が備わっていること、である。北見地域における地場産野菜の最大の問題は、ごく少量の量販店への販売が可能な出荷品と、圧倒的多数の非規格品の無計画な出荷品に2極分化しているために、その前提条件が確保しきれていないことにある。

だが、量販店取引が全体の約70%を占めるほどになっている以上、その要求を満たす商品を確保することは、北見市場の存立にとってきわめて重要な条件となる。その面からみると、いかに地場産地といえども、品揃え面の問題で北見市場にとって安定した集荷基盤になっているとはいえないのである*69。

D. 地場産野菜の取引関係

a. 北見地区における野菜産地の展開過程

前述したように、北見地域では馬鈴薯と玉ねぎについては早くから主産地化が進められ、特に玉ねぎについては国内でも有数の主産地となり、全道の生産量の50%近くを占めるまでになっている。

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きわめて大きい。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、北見市の中心部に近いT地区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。その後、野菜生産は北見市A地区でも同様の形態で拡大した。しかし、それら北見市内中心部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K地区となっている。

*67 卸売市場の量販店対応において、特に仲卸業者を中心に、配送業務のウェイトが高まっている。その際に配送費を市場側に負担させるなどの、非価格的压力が問題となってきている。しかし、北見地域の場合、市場関係者からのヒアリングによると、その立地条件から、市場側が配送費を全額負担するケースはなく、双方で分担するのが通常となっている。とはいえ、完全に50:50とは限らず、量販店や店舗によってその比率は異なっている。なお、量販店対応における配送業務については、杉村^[46]、p.117を参照。

*68 複数の市場関係者からのヒアリングより。

*69 付言すれば、前述したように、北見市場の転送依存度は、確かに統計上は高いとはいえないが、北見市場の存立基盤から見て、その内容はきわめて重要な意味をもっているのである。

このK地区には古くから若干の果菜生産があったが、北見市場の指導により1980年代前半からレタスの生産を開始した。1978年から畑地かんがい導入されたこととも相まって、最近10年間は、品目も葉菜類が高いウェイトを占めるようになってきている。現在では、はくさい、キャベツ、レタスが出荷品の中心で、特にレタスについては、北見市場に出荷される地場産の約80%を占めるまでになっている。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*70。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。

b. 北見市場の出荷者対応

北見市場では、生育情報と出荷情報の収集が行われている。図V-2は、北見市場における地場産出荷品の「階層化」を示しているが、現在の北見市場の場合、そのような情報収集が行われるのは、「量販店対応の出荷品」の出荷者および「優良品の転送販売」の出荷者などきわめて限られた範囲の出荷者との間のみである。

「量販店対応の出荷品」と「優良品の転送販売」は、販売先および販売量と品目が固定的であり、安定的な集荷が厳しく要求される。前者については生産者がほぼ固定されているのに対して*71、後者は必ずしも固定されていないという違いはあるものの、北見市場としては生育状況は逐次把握していなければならない。具体的な生育状況の把握は、市場の近郊野菜担当者が自ら圃場を回り確認するというのが最も確実な方法となっている。しかし、この方法では、実際にそれらの情報が把握できるのはごく限られた出荷者になる。例えば、レタスに関しては出荷にきた生産者から直接に情報収集を行うが、ここから得られる出荷情報は確定的なものではないという問題がある。そこで、結局は市場担当者による直接的確

認が必要となっている。

この2形態以外の地場産野菜出荷は、約70%が北見市内の生産者によるものである。しかし、これらの生産者はほとんど組織化されておらず、北見市場が作付段階から関与することはほとんどない。何を作付しているかという程度であれば、近年、北見市場へ出荷を行う生産者にはほとんど変化がないため、市場としてはこれまでの経過から概ね把握できるのである*72。また、地場産野菜の特徴となっている品質的な不安定という問題は、単に選果の問題だけにとどまらず、生産技術水準の問題でもある。したがって、結局は各生産者が最も得意とするものを作付ることが最も早い改善方法となる。作付品種の誘導についても、受入先確保の確保と価格の見込みを通知する形で行ってはいないが、これも新規に作付ける生産者が参入するというよりは、既存の出荷者が作付量を増加させることが中心となる。実際に、北見市場に出荷される地場産野菜に、近年新しく出てきた品目はない。

c. 北見市K地区における生産者の選択基準

出荷する生産者側の対応について整理する。対象は、近年、市内でも中心的な野菜生産地区になったK地区である。表V-9は、K地区の土地保有と作付状況について示している。調査農家の全戸に共通して作付けられているのは、玉ねぎと露地野菜である。玉ねぎについては、繰り返して述べているように、北見地域の基幹品目であり、大規模に共選共販が行われている品目である。このK地区においても、経営上中心的な品目となっている。

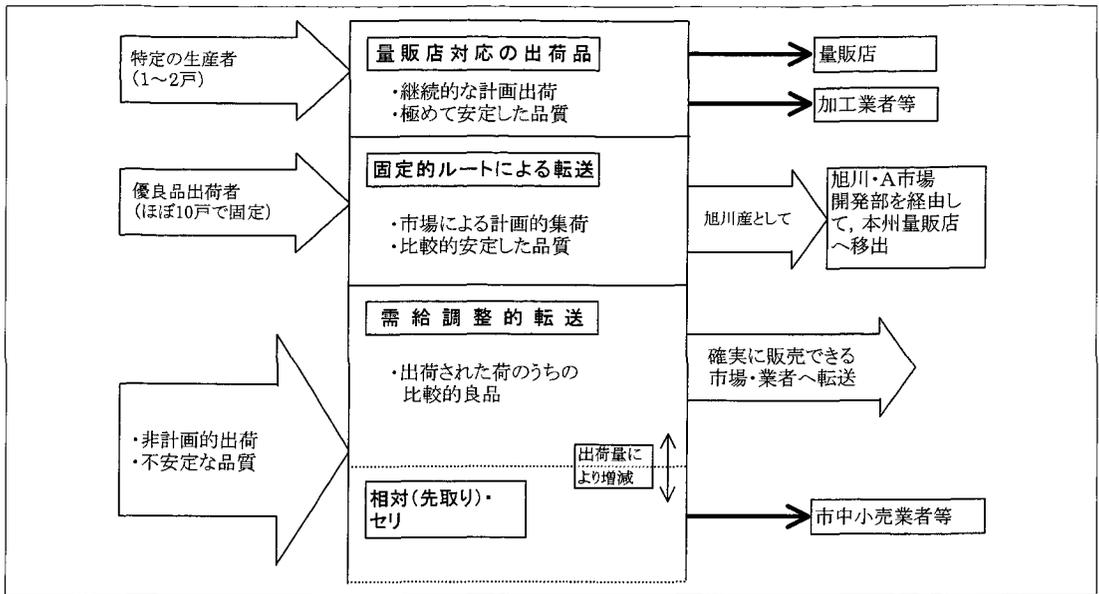
また、前述の通り、この地区の畑地の特徴は、畑地かんがいを導入していることであり、夏季の活着成績の向上など、野菜生産にとってはきわめて好都合な条件が生み出されている。表V-10には、K地区の主たる作付野菜を示しているが、好都合な条件が生み出されていることは作付野菜に葉菜類が多いことからわかる。

ところが、1996年から市場出荷者の一部がグループ化し系統共販へと移行した。このうち、農家番号1、3～7がJAへ移行したグループで、品目ははくさいである。組織の中心となっているのは、農家番号1で、もともと生産していたはくさいの有利販売

*70 出荷がある町村は、常呂町、斜里町、美幌町、津別町、置戸町、訓子府町である。

*71 量販店による地場産野菜の通常品の仕入は、量と品質の安定を目的として、量販店が北見市場を通して生産者を指名する、「注文」という形態で行われている。このような事情もあって生産者が固定されているのである。セール対応の場合は、「優良地場産野菜の転送」での集荷方法に近い。

*72 北見市場の地場産野菜担当者からのヒアリングによる。



図V-2 北見市場における地場出荷品の「階層化」

資料：ヒアリングより作成。

注：馬鈴薯・玉ねぎは除く。

を農協に持ちかけたことがきっかけとなっている。当初、3戸の農家で共販を予定していたが、それではロット面で不足するため、6戸に拡大した。これらの農家は、北見市場へ個人出荷している農家であるが、価格面で限界があることは共通認識となっていた。農家番号1は、系統共販へ切り替えたことによるメリットについて、まず適期に収穫できることを指摘している。つまり、系統を利用する場合、真空予冷庫などの設備が整備されているため、一定の出荷調整が可能となっているのである。これに対して、北見市場では、真空予冷庫や冷蔵庫が不足しているため、販売がない日曜日には出荷ができず、出荷の一時停止を要請される場合があるとしている^{*73}。これによって、収穫適期を逸することを問題としているのである。また、現在の販売先は千葉県卸売市場となっている。農協がこの市場を販売先としたのは、北見広域連を通して主産品である玉ねぎの出荷先となっていたためである。北見地域の小規模な系統共販は、玉ねぎの出荷市場を販売先とす

ることがしばしば見られる^{*74}。

一方、農家番号2、10は、前掲図V-2における「量販店対応」および「優良品」の生産者である。これらの出荷者は、現在の経営主の先代から市場出荷をしており、北見市場との結びつきは強い。北見市場に育てられた面もあり、また市場から高い評価を受けているため、現状では、系統共販への移行に追随することは指向していない。

表V-11は、K地区の代表的な2名の出荷者について、北見市場への個人出荷の評価を示している。JA共販化選択者である農家番号1は、概ね市場の不安定性を問題にしているといえよう。これに対し、市場出荷者の10は現金化の早さを指摘している。

市場出荷者の商品は、量販店および加工向けの相対取引が中心となっているので、安定化という面で

*73 農家番号1へのヒアリングによると、期間は2～3日である。しかし、前述の通り、現実的には、そのような要請が出荷調整に効果を現しているわけではない。

*74 他地域の卸売市場関係者へのヒアリングによると、大型産地の単協が主産品の出荷の条件として、小規模な共販品の販売を要請してくる場合があるという。特に広域連や単協に分荷先の決定権があり、その出荷を受けている市場は、その要請を受け入れざるを得ない。K地区の事例がそのようなケースかどうかは不明だが、その可能性もないとはいえない。

は問題はないであろうが、そういう地位にない出荷者は安定化を指向して共販化したと考えられる。

d. 生産者出荷組合の動向

そもそも、産地を抱える地方市場は、地場産地の生産状況を把握し正確な出荷情報を保持して初めて、地場産品を取り扱うことの優位性が生じるといえる。そして、そのためには市場は出荷者と密接な関係を構築することによって、計画的な集荷を可能にする必要がある。現状のような、北見市場と一部の生産者との間で密接な関係を維持していること自体は、きわめて重要なことといえる。だが、それを広範に行うことはまず不可能である。それを可能にするのが、出荷者の組織化であるが、それがほとんど機能していないところに北見市場の集荷段階における問題が集約されているといつてよいであろう。そこで、以下では、出荷組合の現状と新しい動向について若干整理する。

北見市場には、「北見そ菜組合」という名称の生産者出荷組織が存在している。この北見そ菜組合は、組合員数約342名のうち約90%が北見市内の生産者によって構成されている*75。

このような卸売市場の出荷組合は、市場側にとっては出荷者サイドの窓口として機能するものであり、現在の北見市場の場合、ここに期待するのは「出荷調整」と「品質統一」である。このような生産者

出荷組織では、通常は品目別に部会対応がなされる。しかし、北見そ菜組合の場合、実際にそれが見られるのは長ねぎのみというのが現状となっている。北見そ菜組合は結成から30年を経過しているのだが、過去にも特に目立った活動がなく、現在も組合員数は多いがまとまりがないという見方が市場関係者の中にもある。このように出荷組合でありながら出荷者を組織しきれないことの背景の一つには、北見そ菜組合内部の構成上の問題がある。つまり、中心的な出荷者は30～40歳代なのに対し、北見そ菜組合の役職に就いている出荷者は70歳代で、しかも後継者を持たない農家であるため、中心となるべき構成員まで情報が伝達されないという組織上の問題が存在しているのである。

しかし、北見市場の課題である品質統一と計画的継続出荷に関して北見そ菜組合が果たすべき役割は極めて大きく、北見市場としても北見そ菜組合の強化を早急に取り組むべき課題としてあげている。

そのような中、その前段階として品種統一を図る動きも出てきている。きゅうり部会では、1997年から試験的にきゅうりでの品種統一を開始している。収量・規格・光沢を検討、導入新品種を決定し、3戸の出荷者で試験的な作付を行った。翌1998年には、生産組合きゅうり部会の20戸にこの新品種を導入し、品種統一を目指している*76。

表V-9 北見市内K地区の農家概要

農家番号	農業従事者	兼業状況	土地保有(a)		作付状況(a)									
			水田	畑	水稻	小麦	馬鈴薯	てん菜	豆類	玉ねぎ	露地野菜	施設野菜(坪)	緑肥	
1	4	○	1230			230			460		530	65	385	300
2	2	×	640				20			200		340	1305	130
3	4	×	130	1670	120	500			500		500	100	450	
4	2	○	1600			220			350		720	350		60
5	4	×	1720			350			380		810	150	580	
6	4	×	1650			350	90		350		500	350	400	
7	4	○	1350			400	60		520		200	310		
8	3	○	130	470	130						430	40		
9	3	○	23	727	23				100		500	120	370	
10	3	×	30	1650		170			170		565	730	851	

資料：ヒアリングによる。

注：1) 農家番号1,3～7はJA出荷に移行したグループ。

2) 2および10は、図V-2における「量販店対応」および「優良品」の生産者。

*75 北見市場の近郊野菜担当者へのヒアリングによる。

表V-10 北見市内K地区の作付野菜

農家番号	露地野菜 (a)	品 目	施設野菜 (坪)	品 目
1	65	キャベツ, レタス, はくさい	385	レタス, ほうれん草, スイートコーン
2	340	かぼちゃ, だいこん, はくさい, キャベツ, レタス	1305	メロン, はくさい, トマト, レタス, きゅうり
3	100	はくさい, キャベツ, レタス	450	メロン
4	350	スイートコーン, にんじん, 長ねぎ, キャベツ, はくさい		
5	150	キャベツ, はくさい, レタス	580	レタス, はくさい, メロン, スイートコーン
6	350	長ねぎ, キャベツ, はくさい, カボチャ, レタス	400	レタス, きゅうり
7	310	長ねぎ, キャベツ, はくさい, レタス		
8	40	にんじん, カボチャ		
9	120	加工用長ねぎ, 白菜	370	イチゴ, メロン
10	730	キャベツ, はくさい, レタス	851	ほうれん草, レタス, はくさい

資料：ヒアリングによる。

注：1) 農家番号1,3～7はJA出荷に移行したグループ。

2) 2および10は、図V-2における「量販店対応」および「優良品」の生産者。

e. 地場産野菜集荷の問題点

以下では、北見市場における地場産野菜の集荷段階が抱えている問題点を整理する。

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1の問題点である。北見市場には、一時的にせよ市場で出荷調整ができる、予冷庫などの施設は不足している。ところが、その一方で、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拘わらず、さらに次の出荷品を持ち込んでしまう。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。そこで、市場は販売先の確保に大変な苦勞を強いられるが、結果的には、「需給調整的転送」やセリ取引による安値販売とならざるを得ないのである。このことは、長期的な生産計画という面でも同様にいえる。図V-3および図V-4は、地場産野菜の取扱数量と金額を品目別

に示したもののだが、このような乱高下の存在も、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。

第2に、品質の不統一も北見市場が集荷段階で抱える大きな問題である。市場側は、出荷組合である北見野菜組合を通じて、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、前述の通り、依然として達成されていない。販売時には、セリ人は出荷品を見ながら販売するが、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。地元での消費に限界がある中で、今後は転送による販売に依存せざるを得ない状況にある北見市場にとって、「優良品の転送販売」の拡大を可能にする品質の統一は焦眉の課題となっている。

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。

E. 北見市場における転送の諸類型

a. 北見市場の産地市場的特徴

前述のように、北見市場においては、一部の品目

*76 例えば、ハウス5棟のうち従来品種3棟と新品種2棟の割合で作付などといった方法が採られている。

表V-11 北見市場出荷についての評価

	農家番号：1	農家番号：10
事由	1997年よりJA共販へ移行	市場からの評価が極めて高い
1	ある程度面積を作ると、すぐに飽和状態になる	すぐに現金化できる。
2	予冷庫がないため、一時保管もできない。	先代からやっていたので。
3	グループ化した出荷者間では北見市場にもっていくのは限界だという認識があった。	JA北見市が野菜販売に熱心ではない。
4	97年度には、予測した単価の半分にも満たなかった。	

資料：1998年2月のヒアリングによる。

を除いて、地場産野菜のウェイトはきわめて高い。そこで、ここでは北見市場の産地市場的な特徴について整理する。

図V-5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V-6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、价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1kg当たり26.0~42.4円なのに対し、道外産が中心となる3~4月では1kg当たり80.0~137.2円と、著しい単価差が現れる^{*77}。

また、図V-7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

の供給量の1,000t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」の販売先確保が要請されるのである。

b. 北見市場における転送販売の3類型

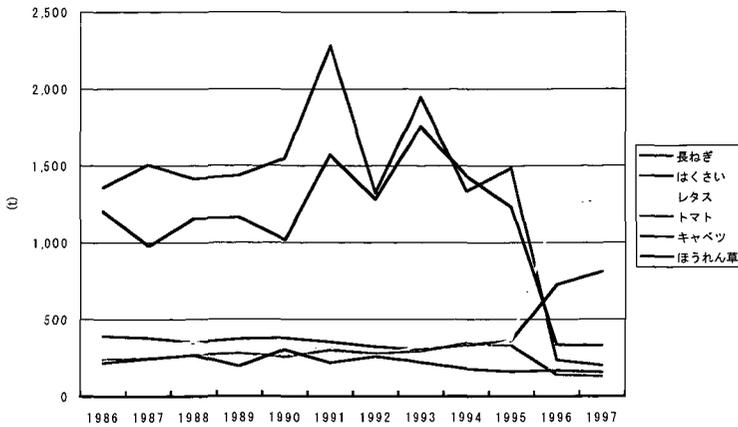
北見市場の転送業務で特徴的なのは、その転送形態が3つに分類できることである。すなわち、第1に「主産品の転送販売」、第2に「優良品の転送販売」、第3には「需給調整的な転送販売」である。

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%が北見広域運を中心とした系統、残りが生産者個人と商系である。

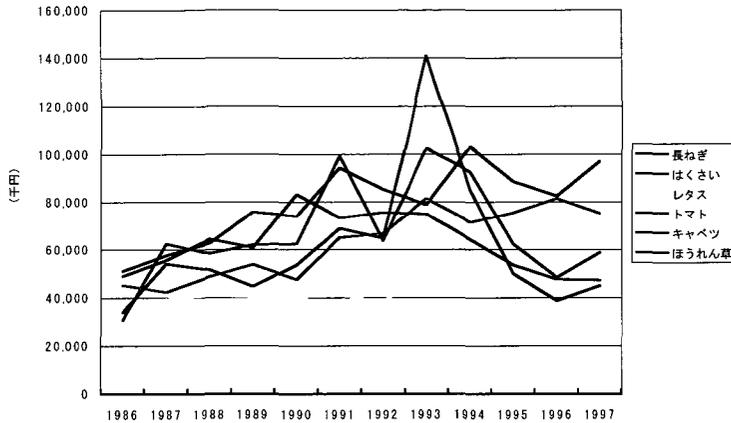
北見市場の場合、9~11月の地場産出荷のピーク期には、およそ20%の地元消費部分を残して、すべて転送販売されている。転送先市場は表V-12の通り、すべて地方都市に設置された卸売市場である。北見市場からの玉ねぎの転送は、転送先市場からの要請に基づいて行われているが、この背景には経済連による出荷指定市場の絞り込みがある。つまり、直送荷は拠点市場までしか届かないため、地方市場ではその確保が困難になっている。そこで、産地近辺に立地する地場市場を迂回する形での集荷をとらざるを得ないのである。これが、北見市場からの転送として現れるのである。

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

*77 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。



図V-3 地場産野菜主要品目における取扱数量の変化
資料：北見市「北見市公設地方卸売市場年報」各年度版



図V-4 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

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。

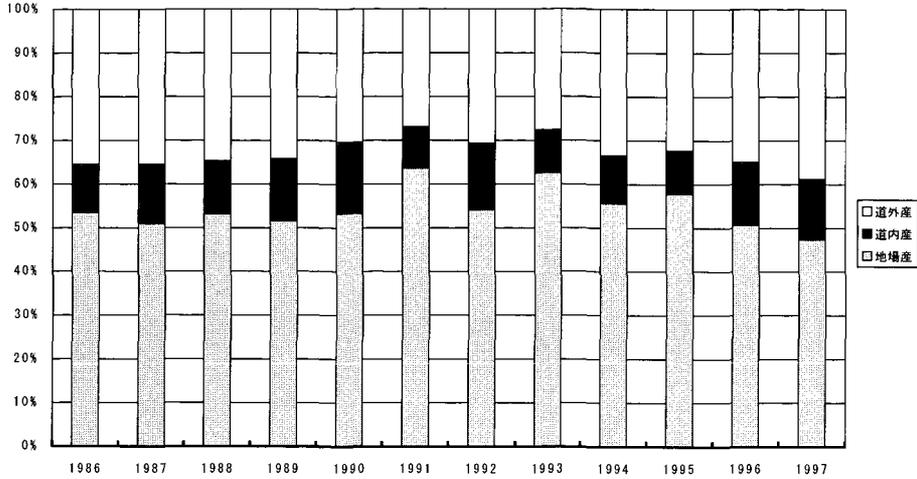
c. 地場産野菜の転送類型

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」

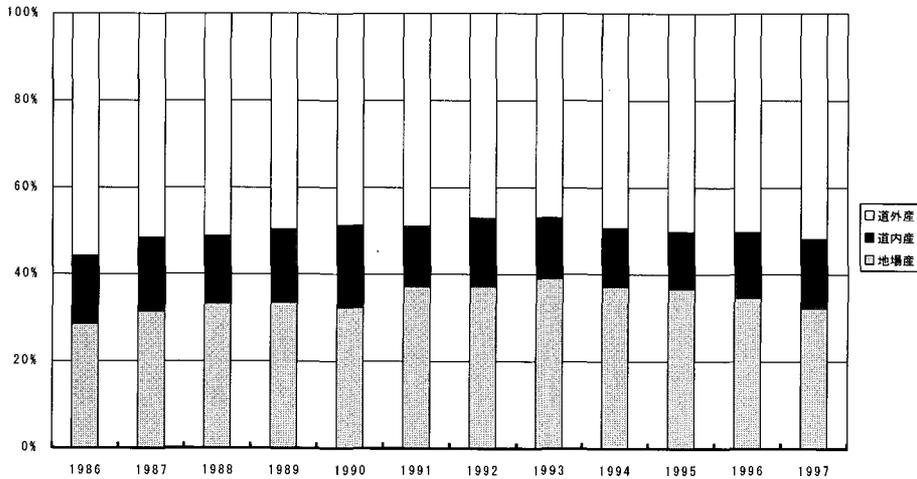
のうち、これらの形態で転送されている品目としては、キャベツ、白菜、長ねぎ、レタスの4品目があげられる。また転送先市場としては、「優良品の転送販売」の場合、旭川・A市場で固定されている。「需給調整的な転送」における転送先は、表V-13の6市場となっている。

前掲図V-2における、「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*78、旭川産の野菜と同様の商品とし

*78 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



図V-5 北見市場における産地別取扱数量の推移
資料：北見市「北見市公設地方卸売市場年報」各年度版



図V-6 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

て、A市場から出荷されるのである*79。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、前述の通り、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*80。

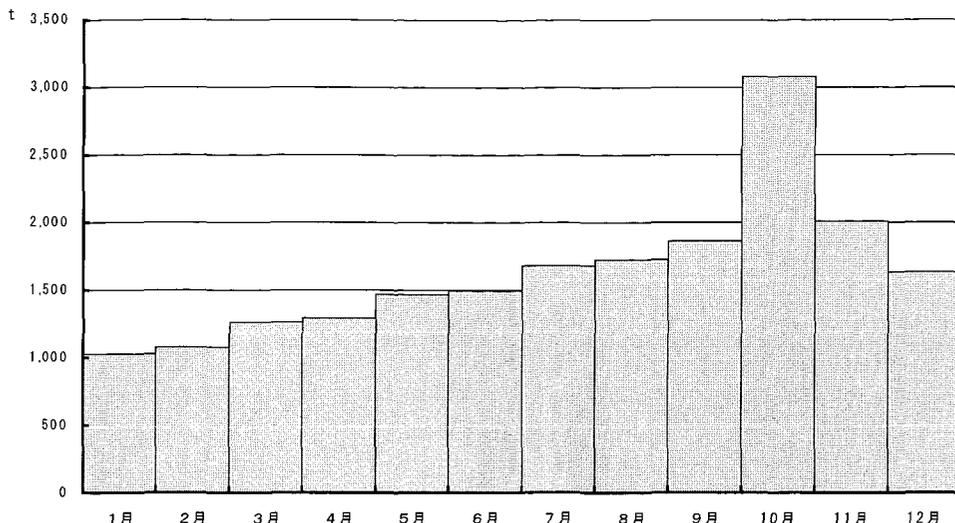
「需給調整的な転送販売」は、入荷量の過剰により、北見市場でのセリ価格が暴落することを予防することを目的として行われる。通常は、転送先市場等はこれらの転送荷を北見市場から買い付ける形とな

が限界だという事情もある。

*79 A社の量販店対応については、坂爪^[88]において綿密に分析されている。

*80 「量販店対応の出荷品」の生産者は1～2戸で固定

されているが、「地場産優良野菜の転送ルート」の生産者は固定されているわけではない。北見市場の近郊野菜の担当者が圃場を回り、品質良く仕上がっているようであれば、転送用としての出荷を要請するという形で確保されている。ただし、技術的な問題もあって、実際には10戸程度となっている。



図V-7 北見市場における1980年代半ば以降の平均月別野菜取扱量
 資料：北見市「北見市公設地方卸売市場 市場年報」（各年度版）
 注：数値は1986年から1997年までの平均値。

り、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ている。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。

F. 末端小規模市場における地場産野菜の集分荷構造

a. オホーツク流通圏における地域市場の特徴

前述の通り、「推進方策」では、オホーツク圏については、北見市場を「拠点市場」とし、北西部の遠軽・紋別地区に青果物・水産物取扱の「地域市場」を1市場配置するのが望ましい、とされている。つまり、「推進方策」の「目標」では、オホーツク圏の地域市場はすべて現状のまま維持されずに、統合または廃止のいずれかが望ましいということになる。しかし、これら小規模な地域市場が持つ機能がどのようなものであるのかを明らかにしないままでは、「集約」されることで「機能強化」されるという保証はない。そこで、本節では、「集約」される側の地域市場における、地場産野菜の集分荷構造を明らかにし、その機能についての分析を行う。

表V-14は、オホーツク圏各卸売市場の特化係数

を示している。ここから、地場産野菜の出荷品目はある程度推測することができる*81。馬鈴薯、玉ねぎについては前述の通りであるが、その他に目立つのはほうれん草やねぎといった軟弱野菜の類である。これは、特に輸送条件が悪化する夏場などは、重量野菜については本部一括仕入による配送が可能でも、このような軟弱野菜は店舗が立地する地場市場で仕入れざるを得ないという事情を反映しているものと見られる*82。しかし、約10年間の範囲で特化係数の変動を見ると、決して一定しているわけではなく、最大値と最小値の格差も大きい。したがって、

*81 特化係数が1.00以上の場合、品目別の取扱数量構成比が全国平均よりも高いことを示す。基本的には、地場産出荷がある品目は高くなる。特産品がある場合や、本州以南で通年出荷がある場合、2.00以上になることも珍しくない。しかし、北海道の場合は、生産期間の違いもあり、それらの卸売市場のような高い値とはなりにくいという特徴がある。

*82 市場関係者へのヒアリングによる。このことは北海道に限らず、本部一括仕入がより一般化している関東圏でも、同じような特徴が見られる。群馬県高崎市の高崎市総合地方卸売市場でのヒアリングによれば、同市場は主要野菜品目について量販店との取引はほとんどなく、各量販店は東京都中央卸売市場で仕入れたものを自社の配送センターから分荷している。しかし、このような軟弱野菜についてのみ量販店が同市場を利用している。

表V-12 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

注：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V-13 「需給調整的転送」における地場産野菜の転送先

類 別	種 別	所在地	備 考
固定的な転送ルート	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。

特定の年次で特化係数が高いとしても、産地化しているとはとうていいえないのである。

b. 地場産野菜の個人出荷状況

表V-15は、各市場における地場産野菜の比率と個人出荷の状況を示している。北見市場を除くと、地場産野菜の取り扱いが少ない。また、いずれも出荷組織は存在しているが、規格の統一や品種の統一は進展しておらず、それに向けた作付段階からの関与もほとんどなされていない。出荷者は、ほとんどが畑作農家であるが、野菜生産に専従しているわけではない。このような、副次的な作目について、卸売市場への組織的な計画生産・出荷を遂行しようとはすることはきわめて困難となっている*83。

次に、各市場の個人出荷における特徴を整理する。

270戸以上もの出荷者を抱えている北見市場では、前述の通り、出荷品に品質的に大きな格差が発生しており、計画的出荷も不全であるためピーク期には相場が頻繁に崩れる。「需給調整的転送」は、それに対応した北見市場のいわば「苦肉の策」でもある。北見市場自体は出荷者の組織化と計画的生産の確立を強力に進めてはいるが、現状ではそれは順調に進展しているとはいえない。

美幌市場については、出荷者組織に250戸が加入しており、規模は比較的大きいといえる。もっとも、このうちかなりの部分が北見市場の出荷者組織の加入者と重複しているとみられ、状況を見ながら北見市場と美幌市場に出荷を分ける生産者が相当いると考えられる*84。また、本格的な組織化はまだ始

*83 さらに、北見市以外、特に網走市では系統による野菜の共選共販がかなり進展しており、そのことも大きく影響している。

*84 美幌市場でのヒアリングによる。美幌市場の出荷者に限らず、状況に応じて北見市場へ出荷を行なう生産者は他の市場にもある程度は存在する。

表V-14 オホーツク圏卸売市場における主要野菜の特化係数（降順）

北見市場		美幌市場		遠軽市場		網走青果市場	
たまねぎ	1.55	キャベツ	1.74	ほうれん草	1.51	ほうれん草	1.82
はくさい	1.39	ばれいしょ	1.53	ばれいしょ	1.37	ねぎ	1.43
だいこん	1.21	ねぎ	1.41	なす	1.19	たまねぎ	1.26
ばれいしょ	1.07	たまねぎ	1.28	きゅうり	1.18	ばれいしょ	1.22
ほうれん草	1.06	はくさい	1.13	トマト	1.12	なす	1.21
ねぎ	1.00	だいこん	1.12	ピーマン	1.06	はくさい	1.12
		ほうれん草	1.12	だいこん	1.02	キャベツ	1.10
キャベツ	0.96					だいこん	1.05
きゅうり	0.91	レタス	0.80	ねぎ	0.99	きゅうり	1.04
ピーマン	0.90	きゅうり	0.67	たまねぎ	0.86		
なす	0.84	にんじん	0.66	はくさい	0.79	ピーマン	0.89
トマト	0.69	ピーマン	0.53	キャベツ	0.71	トマト	0.85
レタス	0.66	なす	0.43	にんじん	0.61	にんじん	0.83
にんじん	0.53	トマト	0.39	レタス	0.53	レタス	0.71
最大値	1.55	最大値	1.74	最大値	1.51	最大値	1.82
最小値	0.53	最小値	0.39	最小値	0.53	最小値	0.71
範囲	1.02	範囲	1.34	範囲	0.98	範囲	1.11

資料：農林水産省統計情報部「青果物卸売市場調査報告」1997年度版，北海道「北海道卸売市場取扱状況」1997年版
注：特化係数＝各市場における品目別取扱量構成比/全国卸売市場における品目別取扱量構成比

表V-15 オホーツク圏卸売市場における個人出荷の状況

	北見市場	美幌市場	遠軽市場	網走青果市場
地場産野菜の比率	50～80%	約35%	約20%	約10%
出荷者の組織化	有り	有り	有り	有り
出荷組織の加入戸数	400戸	250戸	20戸	20戸
実質の出荷者数	約270戸	不詳	10戸程度	20戸弱

資料：ヒアリングによる。

- 1) 実質の出荷者数は、出荷がない加入者を除外した数。
- 2) 美幌市場については、北見市場との重複が多く把握できない。
- 3) 北見市場の地場産野菜の比率は、品目数が多いので、直接比較はできない。参考値として提示した。
- 4) 北見市場と美幌市場の加入戸数はかなり重複がある。

まったばかりであり、今後どのように進展するかはわからない。しかし、過去の経験から、2品目に絞った組織化を行っており、同様に多くの生産者を抱えている北見市場の出荷者組織とは異なった展開をする可能性が高い*85。より具体的には、当面はこれまでの数戸のグループ単位に対する働きかけが中心となるものと考えられる。

遠軽市場および網走青果市場については、出荷者数が少ないことが、どの生産者がいつ何を出荷して

くるかということについての担当者の把握を可能にしている。そして、販売量と勘案して、あらかじめ需要量を大きく超過することのないように集荷量が調整される。そこで市場と出荷者間で流通する情報は、第1に出荷見込みに関する生産者から市場への伝達（「明日は出荷できない」、「明日は通常の半分程度の出荷となる」など）、第2に販売見込みに関する市場から生産者への伝達（「明日も出荷すれば相場が崩れるので、少し畑で潰して欲しい」、「販売先の確保ができているので、いつもの3割り増しの出荷をして欲しい」など）、第3に品質および需要に関する市場から生産者への伝達（「出荷しているカボチャを磨けば、どの程度単価を上げることができる」、「に

*85 これは、北見市場での教訓を生かした形ともなっており、北見市場の組織化と同じ轍を踏む可能性は低いと考えられる。

んじんを袋詰めにしてもらえれば、この程度での販売が見込まれる」など)といった、個別的な情報が中心となる。このような情報のやりとりは出荷者が持ち込んできた時点、あるいは個別での電話対応などによって、生産者個人に対して行われる。

このように、いずれの市場でも、出荷者組織が機能しているとはいえない状況にある。そこで、北見市場および美幌市場のような、比較の出荷者層が厚い市場では、その組織化への取り組みが重要な課題となってくる。それに対し、遠軽市場および網走青果市場のような出荷者層が薄い市場では、出荷者を増やし組織化することよりも、むしろ現状の少ない出荷者との間に密接な関係を保つことで、有利な販売を目指している。オホーツク圏のような生産基盤が充実している地域において、出荷者の組織化が困難となる要因の一つとして、生産者が野菜専業農家ではないということが指摘できる。つまり、経営内での野菜生産の意義はあくまで副収入の確保であって^{*86}、出荷者の多くは計画的生産に参加するほどの労力を野菜生産に投入することはできないのである。そのような生産条件の下では、生産者にとっての地方市場の存在意義とは、規格外品や規格が不揃いでロットがないのもであっても、出荷をすれば必ず販売されるということにあるといえよう。

不安定な地場産野菜の個人出荷ではあるが、各卸売市場、特に小規模な地域市場にとっては重要性が高い。なぜなら、買付集荷のウェイトが高い中で、確実に8.5%の手数料を確保できるのは、委託出荷である地場産野菜のみであり、これらの高値販売は市場の利益率向上に直結しているからである。したがって、地場産対応でよく見られるような、いかに価格が低下しようともセリですべて販売してしまうというあり方は困難であり、出荷者に利益を確保しうる程度の価格を取らせるような販売が必要になるのである。

c. 流通再編下における小規模市場の量販店対応
前掲表V-5の通り、地域市場においても量販店への販売比率は著しく高くなっている。しかも、オ

ホーツク圏においても小規模な青果物小売商の減少は著しい。したがって、地方市場にとっても高い単価を出せるのは量販店との相対取引に限られつつある。そこで、地方市場の販売段階も量販店対応が前面に出てくることになり、量販店への販売でいかに利益を上げていかに市場の販売努力の多くが傾けられることになる。

青果物販売において量販店が規格品を好むが、これらの地域市場においては、個人出荷品である地場産野菜と買付集荷である規格品を組み合わせて、量販店向けの品揃えを形成している。具体的には、販売当日の朝に出荷されてきた50ケースのトマトをみて、そのうち量販店向けに販売しうる品質を備えた商品20ケースをそちらに分荷し、量販店向けに分荷できない残りの30ケースをセリで売るという手順をとる^{*87}。これにより、スーパーに分荷した分については、その相対価格から8.5%の手数料を得ることができる。

量販店側としても、大型卸売市場が設置されているような、系統出荷品などの共選の規格品や高品質の商品が安価に安定供給されてくる大都市に立地していないことは認識しているため、比較的緩やかな対応をしていると考えられる。もっとも量販店も、1市場に完全に依存することはなく、他の市場との仕入関係を維持しながらメインの市場へ発注している。したがって、通常は量販店への1つの小規模市場の納入割合は、その店舗の野菜仕入量の高くとも70%にとどまっている。これは、一方では遠隔地に立地する量販店の仕入対応としてみるができる。しかし、他方では100%発注されても集荷することが困難である地域市場側の事情も反映しているといえるのである。

d. 集荷段階における転送品と買付集荷の増加

表V-16から、各市場の買付集荷割合がきわめて高いことがわかる。この極めて高い買付集荷割合の最大の要因は、系統共販による委託出荷がほとんどなく、転送による集荷が中心となっていることである。

各地域市場では、本州産地からの系統共販による直接出荷は皆無に等しく、地元経済連であるホクレ

*86 前掲表5-11で指摘された、「現金化の早さ」についても、この中に含まれると考えられる。特に、オホーツク圏のような専業農家が多く、かつ主産品の共選共販が進展している地域では、その重要性は高くなるものと推測される。

*87 網走青果市場でのヒアリングによる。他の地域市場も概ね同様の手順である。なお、この場合、取引形態としては、「先取り」となる。

表V-16 オホーツク圏各市場における買付集荷割合

	北見市場	美幌市場	遠軽市場	網走青果市場
買付集荷の占める割合	20～50%	約65%	約70%	約80～90%

資料：ヒアリングによる。

注：北見市場の値は参考値。

ン経由の出荷は、北見市場で若干あるものの、小規模市場ではそれすらない。さらに、冬季は地場産で出荷されるものは馬鈴薯・玉ねぎ・ごぼうの3品目のみで、ほぼ全量が転送による買付集荷となっており、このことがさらに買付集荷を増大させている。

問題は、量のみならず品揃えの広さを確保するために、小規模市場がどのような転送集荷および買付集荷を行っているか、という点である。表V-17は、転送集荷の取引先を示しているが、旭川市場など共通する転送元とともに、独自の集荷先をそれぞれが確保していることがわかる。また、拠点市場である北見市場に完全に依存し得ない要因としては、前章で釧路・根室圏の事例で指摘したものに加えて、オホーツク圏の場合には、北見市場自体の集荷力の問題もあると考えられる。

e. オホーツク圏卸売市場間の競争関係と協調関係

一定地域内の卸売市場流通の構造は、集荷条件や地場産地の生産状況、小売再編の進展などの市場を取り巻く外部環境と、卸売市場間での競争・協調関係のあり方に規定される。そこで、これまでの分析を踏まえて、オホーツク圏の各卸売市場の関係について整理する。

まず、オホーツク圏においては拠点都市の分散という立地の特徴から、北見市場と美幌市場の一部を除いて商圈の重複はほとんどなく、激しい競争関係はほとんど見ることができない。量販店対応については、大型量販店対応と中堅量販店および中小食品スーパー対応でいわば「分業」関係にある。したがって、人口比で卸売市場数が多くとも、集荷力の弱さとも相まって、過当競争に陥ることは考えられない。

協調的側面について整理すると、拠点市場である北見市場と小規模市場間の間には継続的な転送集荷の関係があり、集荷面での依存度は高い。小規模市場にとっては、地場産野菜の出荷が不安定であるだけに、品揃えの調整という面でこの転送関係はきわめて重要であり、それぞれ2億円から3億円程度の取引がある^{*88}。また、小規模市場間の相互の転送は、

量的には少ないが、それぞれの市場が保持している転送集荷元との関係と地場産野菜によって、品目ごとに集荷力に強弱があるため、品揃えの面ではきわめて重要な意味をもっている^{*89}。

オホーツク圏での卸売市場間関係について、今日、オホーツク圏の小規模市場にとって最大の問題となっているのは、少なくとも同じ流通圏内の卸売市場配置に起因する問題ではなく、旭川市場、釧路市場といった大型市場の進出である。オホーツク圏の地域市場が旭川市場の仲卸業者から転送を受けていることを考えれば、価格面での対抗はまず不可能である。そこで、量販店に対する土曜日・日曜日の配達など、非価格的なサービス面に活路を見いだす動きも現れている。

G. 小 括

これまでのオホーツク圏における各卸売市場の存立基盤は、地場産の青果物を集荷し、地元の中小食品スーパーや青果物小売商に販売するところであった。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、それが大きく変化しつつある。

現在、拠点市場である北見市場が直面している問題は、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、北見市場では個人出荷生産者はその存立基盤の一方であり、そのために産地市場的功能としての主産品の転送とは別に、需給調整を目的として窮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。

また、オホーツク圏における地域市場の特徴は、集荷段階において買付集荷の比率が高いことである。買付集荷は出荷者の主導による価格形成であり、

*88 このことを具体的に述べると以下ようになる。前述の通り、市場は生産者と直接に情報を交換するため、概ね前日には翌日の不足分が判明している。そこで、北見市場に買参する青果問屋に発注し、北見市場のセリ開始前に不足する商品を取引先でもってこさせている。

*89 このようなオホーツク圏における、拠点市場—各地域市場間および各地域市場間での転送においては、青果問屋が果たす役割が大きい。

表V-17 転送集荷における転送元

	美幌市場	遠軽市場	網走青果市場
転送依存度	約65%	約70%	約80~90%
転送元	北見市場 網走青果市場 旭一旭川市場・仲卸A 旭一旭川市場・仲卸B 丸果旭川市場・仲卸 築地市場・仲卸 産地仲買人・埼玉 産地仲買人・高知 産地仲買人・茨城	北見市場 網走青果市場 旭一旭川市場・仲卸A 札幌市場・仲卸	北見市場 旭一旭川市場・仲卸A 旭一旭川市場・仲卸B 丸果旭川市場・仲卸 札幌市場・仲卸A 築地市場・仲卸 産地仲買人・埼玉

資料：ヒアリングによる。

買付集荷の増大は自主的な価格形成機能の後退を意味する。その面では、これらの地域市場を単なる分荷主体とすることもできる。しかし、実態としては、地場産個人出荷品と買付集荷品によって品揃えを形成することが役割であることが示された。そのためには、第1に個人出荷品については個別の生産者へ細かく対応する機能が求められ、第2には買付集荷品の確保には取引関係の維持という機能が求められる。この2点が、オホーツク圏における小規模市場が保持している機能であるといえよう。

VI. 考 察

A. 地方市場の機能と役割

本論文の課題は、北海道東部の2つの流通圏を対象に、地方市場の存立構造を分析し、現段階における地方卸売市場の機能と役割を考察することであった。

これまでの分析を踏まえて、現段階における地方市場の機能と役割を考察し、併せて政策的インプリケーションを提示する。

a. 転送による集荷の特徴と評価

現在の基調である青果物流通の大型化・合理化の下で、集荷の困難性を抱える中小規模の地方市場は、市場間転送に集荷を依存せざるを得ない。ところが、卸売市場制度という流通システムが想定している、「拠点市場→地域市場」という分荷経路を基本とした、地方市場の集荷段階と、実態のそれとは大きく異なっていた。

それでは、このような「非合理的」な流通経路がなぜ形成されるのであろうか。それは、このような卸売市場流通の「組織化」ないし「システム化」が

単に物流の合理性だけで設定され、商取引（品揃え物の形成）としての「合理性」を軽視したことにあると考えられる。例えば、Aという品目が150、遠隔産地から北海道に送られたとして、「大都市拠点市場」たる札幌市中央卸売市場で70販売し、旭川に向けて50、釧路に向けて30送荷される、というのが「大都市拠点市場」を核とした流通システムである。しかし、そのAという品目が100しか出荷されなかった場合、どのような分荷になるのかという問題がある。例えば、札幌市中央卸売市場で70販売し、残り30は旭川で販売され、その結果、釧路には全く送荷されてこないという事態も考えられるのである。同じことは、品揃え面を見た場合、品質についても当てはまる。青果物には、品目ごとに違う販売しやすい規格・品質がある。「大都市拠点市場」において、その集荷量が、「末端」の地方市場までの供給量を上回ればよいが、そうでない場合、地方市場に問題が発生する可能性が高い。このように、「集散市場体系」的な流通システムは、一方で物流面での合理性が強調されてきたが、他方では地方市場における集荷の不確実性という重大な問題を引き起こす可能性ももっているのである。

本論文で分析した各地方市場へと転送販売を行う市場は、第1に供給すべき商品の種類と品質、第2に供給すべき時期、第3にその販売力および単価の水準、を理解した上で取引関係を維持しているとされる。転送を受ける地方市場の側も、販売価格が指値を下回った場合、その次の販売時には指値を上回る価格をつけるなど、取引継続ための行動をとる。したがって、地方市場における買付集荷の高い比率も、直接・委託出荷品の確保の困難性を考えれ

ば、単純にそれ自体が問題だとはいえないのである。

本論文で明らかにしたこのような取引形態は、いうまでもなく「非公開的取引」である。しかし、流通再編の進展とともに予約型取引が常態化し、一種の事前販売が行われている現在の卸売市場流通においては、第1に特定の種類・品質の商品が確実に供給される集荷基盤、第2に一定水準以上の価格を要求されない出荷品を確保することは地方市場にとってもきわめて重要なのである。そして、そのことは「自己の名において販売する」取引先市場との「信頼関係」を構築することによって可能になる。その面から見れば、「公開的取引」の場である卸売市場においても、売買の対立性を緩和する「反復取引」からさらに「長期取引」へと、長期的、組織的な取引関係構築への誘因は常にますます強く働いているといえる。

次に、本研究の事例分析では、産地市場的機能と消費地市場機能の併存という実態が見られた。わが国の卸売市場制度では、これまで産地に立地する卸売市場からの転送は政策的に明確に認識されてきたとはいえ、したがって施策の対象として扱われてこなかった。しかし、V. で指摘したように、地元の消費量に限界がある中では、北見市場の地場産野菜の販売は、当面、「優良品の転送販売」に活路を見いだしていかざるを得ないであろう。また、「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。消費地市場としての重要性を併せて考えれば、このような北見市場の産地市場的機能は政策的にも正当に位置付けられなければならない。

以上の考察を踏まえて、地方市場の果たしている役割として指摘できるのは、第1に転送集荷における事業者間の「信用関係」を基礎とした取引関係の維持、第2に、転送販売も含めた幅広い個人出荷者対応、第3に個人出荷品と転送品を前提とした品揃え形成であった。小売段階における流通再編と集荷の困難性という共通の前提条件の下で、各地方市場は、それぞれの存立条件にあわせて、これらの役割を果たしていた。このようなあり方は、出荷者から委託を受け、セリまたは入札で買参人および仲卸業者へ販売するという、制度的に付与された機能とは大きく異なる。しかも、そのような地方市場の機能は、卸売市場制度では包含しておらず、評価できないのである。

本論文においては、以上のような地方市場の機能と役割について北海道東部の卸売市場を素材として分析したが、ここで示されたことは程度の差こそあれ、日本の地方市場全般に指摘しうることなのである。

b. 地方市場間のネットワーク化

近年の青果物卸売市場流通では、大産地の系統出荷団体（経済連）から大都市中央卸売市場に至る大型流通が支配的であり、地方市場は必要な荷を確保できず、大都市中央卸売市場からの転送を必至のものとしてきた。こうした流通体系は、政府による単品主産地形成政策と系統出荷団体による「指定市場」の絞り込みによって、ますます強化され、こうした現状を背景に卸売市場論では「集散市場体系論」が展開されてきた。確かに、こうした実態は存在し、わが国の卸売市場流通を今後とも特徴づける主要な傾向であることは疑いない。

しかし、一面では、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が連携し、主産品の転送販売によって、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。本論文の事例分析からは、このような地方市場間のネットワーク化は、ある程度の広がりをもっているといえる*90。それは、経営状態の悪化がいわれている地方市場にとって、存続のための新たな集荷基盤ともなりうる。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っている。

地方卸売市場の中には地元の唯一の出荷市場として、個人出荷者を中心とした生産者にとって必要不可欠な存在となっているものも少なくない。産地における高齢化が進展すれば、選果労働の問題などで、系統の共選共販に参加できない生産者は増加する可能性が高い。このような生産者にとって出荷先の地方市場の廃止は、販売手段の消滅を意味する。また、あえて共選共販に参加せず、個性化した青果物を有利販売しようとする生産者にとっても、それは販売手段の有力な選択肢の一つを失うことを意味している。さらに、このことは、消費者にとっても、重要

*90 小野^[31]でも、公設庄内地方卸売市場の事例からこの可能性を指摘している。

な流通経路を失うことになるのである。

したがって、統合大型化を唯一絶対なものとした地方市場政策を再検討し、地方流通圏における地方市場の機能と役割、および現実の集・分荷構造を踏まえた弾力的な卸売市場政策の展開が求められるのである。

B. 地方市場における統合大型化の限界

今日の卸売市場政策の基調が統合大型化であることは、繰り返し述べてきた。しかし、本論文での分析をふまえると、それが地方市場の「機能強化」につながるのかどうかは疑問が残る。最後にその点を事例に則して検討し、結びとしたい。

まず、集荷面についてみると、仮にオホーツク圏の6卸売市場を統合したとすれば、単純に考えると青果物の取扱金額は約100億円の規模となる。しかし、大型主産地から大都市大型市場へというメインルートが確立した下で、経済連などによるシェア争いが続く限りは、たとえ少々の大型化をしたところで個々の地方市場の集荷難はそれほど改善されないであろう。そのことは、同様に100億円以上の取扱規模をもち、かつ中央卸売市場である釧路市中央卸売市場が、系統出荷の指定市場からはずされ、農協系統共販の出荷品のウェイトが35%程度にとどまっていることから考えても、オホーツク圏での見通しはきわめて暗い。さらに、統合大型化の結果、地場産個人出荷品への対応が後退することは確実である。なぜなら、大型市場のメリット発揮は、少なくとも集積・格付けの機能を産地の出荷段階にシフトさせることで初めて可能になるのであり、「個性化農産物」など販売対象が独自のものを別とすれば、大型化すればするほど共販品と地場品の組み合わせによる品揃え形成は困難になると考えられるからである^{*91}。オホーツク圏の地域市場でみたように、現

状の小規模な地方市場による流通は、そのような個人出荷品を取り込んだ品揃え形成を行う能力を保持している。そのため、非規格品ではあるが安価な地場産品を、中堅の量販店や中小食品スーパーへ流通させることが可能になっている。その点で、個人出荷生産者はもちろんのこと、消費者にとってもその存在意義は大きいといえる。

とはいえ、このことは小規模市場が点在している現状をただ温存すればよいということにはならないのも事実である。なぜなら、物流面でのデメリットはやはり大きく、それが集荷力の低下の一因であることには間違いがないからである^{*92}。したがって、物流条件の改善が地方市場における最大の課題となる。今回の事例に則していえば、少なくともオホーツク流通圏と釧路・根室流通圏の双方をカバーする規模の「共同荷受機構」のようなデポ施設が必要であろう。しかし、現状では、各地方市場にそのような余力は残っていない。繰り返し指摘したように、制度上は評価し得ない機能を地方市場が発揮し、それが消費者および生産者に利益をもたらしているものである。こうした現実を踏まえて、地方市場に対する公的な支援が検討されるべきである。

分荷・販売面についてみると、小売段階の大型化によって粗利益率が低下してくる中で、取扱量の伸び悩みはいずれこれら地方市場にさらなる経営悪化をもたらす可能性が高い。各店舗への日常的な配送はもちろんのこと、休日の配送などは顧客を維持するサービスとしては画期的ではあるが、これは本来は卸売会社の仕事ではない。地方市場の大部分には場内仲卸業者が存在していないが、事例分析で示したように、実際には卸売会社が仲卸業を兼務しているのであり、このような業務についてはしかるべき手数料の取得が認められるべきである^{*93}。しかし、

*91 地場産野菜専門のセクションを設け、積極的な産地育成が可能であれば、必ずしもこの限りではない。問題は、オホーツク圏で市場統合が行われた場合に、それが可能であるかという点である。前述の通り、オホーツク圏の場合、出荷者の多くは野菜専業農家ではなく、一方で基幹品目が存在する中で、他方で野菜の計画出荷と選果の徹底を図ることは労力的な面でも容易ではない。また、中核となるであろう北見市場においても、出荷者が強固に組織化されているとはいえないという現実もある。オホーツク圏の地場産野菜についても冒頭のような

状況が創出される可能性は保持しているが、少なくとも市場統合によってそれが一足飛びに実現するわけではない。

*92 つまり、出荷者側から見れば、大型市場であれば荷下ろしは一回で済むのであり、コストを引き上げてまで地方市場に送荷する積極的理由はないのである。

*93 それでは、買付集荷を前提とした粗利益率がどの程度かという点、完全に把握することは困難である。ヒアリングでは2~4%程度というケースが多いが、部分的にはより高率となっている場合も

卸売会社の8.5%の手数料すら取得が難しい現状では、このようなあり方は正常ではなく、いずれ経営悪化問題として跳ね返ってくる可能性が高い。しかし、その対応として、取扱量増大を目的として統合大型化しても、V.でも指摘したように、旭川を筆頭とした他流通圏の拠点市場との競争関係において有利な販売ができる可能性は高くなく、問題の抜本的な解決にはつながらないと言わざるを得ない。

卸売市場の卸売業者は、制度的には、手数料商人であり補助卸売商と位置付けられる。しかし、だからといって、現在のように、手数料収入を源泉とすることを前提とし、取扱数量の積み上げをねらった短絡的な地方市場の統合大型化を政策的に推進していくことには問題がある。重要なのは、本研究で明らかにした地方市場の機能と役割をどのように評価しうるかということであろう。

引用・参考文献

- [1] 阿部 功『野菜・果物の流通と経済』あさを社、1995年。
 [2] 荒川祐吉『商学原理』中央経済社、1983年。
 [3] 荒川祐吉『戦時統制と中央卸売市場』千倉書房、1990年。
 [4] 有賀 健「商人と国家」有賀健編著『日本的流通の経済学』日本経済新聞社、1993年、pp.20-43。
 [5] ブラウ、P. M. (間場・居安・塩原共訳)『交換と権力』新曜社、1974年。
 [6] 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。
 [7] 藤田武弘『流通環境の再編と地方卸売市場の存立構造』財団法人 農政調査委員会、1997年。
 [8] 藤田武弘「市場論体系の系譜と地場流通研究」『農政経済研究』第21集、1998年、pp.57-65。
 [9] 原田政美「大正期市場政策と農産物流通」『同志社大学大学院商学論集』第19号、1984年、pp.33-46。
 [10] 細川允史『変貌する青果物卸売市場』筑波書房、

1993年。

- [11] 細川允史「転機に立つ卸売市場制度」『農業市場研究』第6巻、第2号、1998年、pp.11-19。
 [12] 家永泰光『農業経営学要論』古今書院、1986年。
 [13] 石原武政・池尾恭一・佐藤善信『商業学』有斐閣、1989年。
 [14] 金子佳弘「北海道における地方卸売市場の経営分析」『北海道農林研究』第50号、1976年。
 [15] 川島利雄・渡辺 基『食料経済(改訂版)』培風館、1997年。
 [16] 木立真直『農産物市場と商業資本』九州大学出版会、1985年。
 [17] 木立真直「生鮮食料品流通と卸売市場システム」三国編『今日の食品流通』大月書店、1995年、pp.89-117。
 [18] 北島忠男・小林一『新訂 流通総論』白桃書房、1999年。
 [19] 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、pp.89-105。
 [20] 松浦 恵『新市場流通』農林リサーチセンター、1991年。
 [21] 松浦 恵「産地市場の行くえ」『農林リサーチ』、1998年4月号、pp.32-34。
 [22] 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。
 [23] 三国英実「食品流通問題の現段階」三国編『今日の食品流通』大月書店、1995年、pp.1-32。
 [24] 三島徳三『青果物の市場構造と需給調整』明文書房、1982年。
 [25] 森 宏『青果物流通の経済分析』東京大学出版会、1962年。
 [26] 森 祐二『ドキュメント・青果物市場』家の光協会、1982年。
 [27] 森下二次也『現代商業経済論』有斐閣、1960年。
 [28] 森下二次也『現代の流通機構』世界書房、1974年。
 [29] 中村 勝『近代市場制度成立史論』多賀出版、1981年。
 [30] 農産物市場研究会編『問われる青果物卸売市場』筑波書房、1991年。
 [31] 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

ある。また、仲卸業務を兼務しているという点については、卸売業務としての手数料8.5%に仲卸業務の手数料として4%程度が必要だという見解もあったが、青果物においてその価格での販売が不可能であることはいうまでもない。

- 紀要(農学)』第11巻 第4号, 1993年.
- [32] 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.
- [33] 小野雅之・小林宏至編著『流通再編と卸売市場』筑波書房, 1997年.
- [34] 小野雅之「卸売業者の経営悪化と再編問題」日本農業市場学会編『現代卸売市場論』筑波書房, 1996年, pp.101-110.
- [35] オルダースン, L (田村・堀田・小島・池尾 共訳)『動態的マーケティング行動』千倉書房, 1981年.
- [36] 酒井 勉『市場への挑戦』日本農業新聞社, 1983年.
- [37] 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.
- [38] 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.
- [39] 坂爪浩史「青果物市場・流通の構造変動に関する研究—大規模小売企業による再編の論理—」『南九州大学園芸学部研究報告』第24号, 1994年.
- [40] 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.
- [41] 斉藤雅雄『青果流通サバイバル—どうなる卸売市場 どうする農協販売—』創森社, 1996年.
- [42] 佐藤和憲『青果物流通チャネルの多様化と産地のマーケティング戦略』養賢堂, 1994年.
- [43] 澤田進一『青果物流通・市場の展開』日本経済評論社, 1992年.
- [44] 杉村泰彦・飯澤理一郎「大型花き卸売市場の集分荷方式に関する一考察」『農経論叢』第53集, 1997年, pp.15-25.
- [45] 杉村泰彦「大型花き卸売市場集分荷方式とその課題—大田市場花き部を事例に—」『1997年度日本農業経済学会論文集』, 1997年, pp.233-228.
- [46] 杉村泰彦「仲卸業者の経営悪化と再編問題」日本農業市場学会編『現代卸売市場論』筑波書房, 1996年, pp.111-131.
- [47] 鈴木安昭・田村正紀『商業論』有斐閣新書, 1980年.
- [48] 鈴木安昭『新・流通と商業』有斐閣, 1993年.
- [49] 玉 真之介『主産地形成と農業団体 —戦間期日本農業と系統農会—』農山漁村文化協会, 1996年.
- [50] 上田 薫「流通機構の経済学」有賀健編著『日本の流通の経済学』日本経済新聞社, 1993年, pp.45-59.
- [51] 梓谷光晴『中央卸売市場の成立と展開』白桃書房, 1977年.
- [52] 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.
- [53] 山本博信『改訂 現代日本の生鮮食料品流通』農林統計協会, 1995年.
- [54] 矢作敏行『現代流通』有斐閣, 1996年.
- [55] 農林省蚕糸園芸局『野菜対策』大成出版社, 1972年.
- [56] 農林省野菜計画課『野菜生産出荷安定法』創造書房, 1977年.
- [57] 卸売市場制度五十年史編さん委員会編『卸売市場制度五十年史』社団法人 食品需給研究センター, 1978年.
- [58] 卸売市場法研究会『新訂 卸売市場法の開設』大成出版社, 1982年.
- [59] 卸売市場法研究会『第6次卸売市場整備基本方針 Q&A』大成出版社, 1996年.
- [60] 食品需給研究センター編『改訂5版 市場流通要覧』大成出版社, 1999年.

(2000. 9. 30 受付, 2001. 6. 25 受理)

Study on the existence structure of the small scale wholesale market in the district

—The wholesale market in the Hokkaido east area, as a material—

Yasuhiko SUGIMURA

(Laboratory of Agricultural Marketing, Faculty of Agriculture,
Hokkaido University, Sapporo, Japan)

Summary

The wholesale market which is the circulation position of the fresh foods is classified into the Central Wholesale Market, the local wholesale market, and other markets from the viewpoint of system. Most of the local wholesale markets suffer from the crisis in management caused by the change in the circulation environment. Countermeasure has been a subject in the local administration. That countermeasure is the unification of the small-scale local wholesale market. And it does not change with the logic of the repair plan targeting the Central Wholesale Market. The market share of the local market decreases. But it has 40% of the market share recently, and an important part is played in each local circulation area. Therefore, the local wholesale market which took root in the area due to the joint enlargement has the possibility that various problems are caused. Countermeasure to the local market that management becomes worse is necessary. But a local wholesale market must explain a part to play in each circulation area.

Therefore, the existence structure of the local market is analyzed targeting two circulation areas of the Hokkaido east. The purpose of this research is to explain the function of the local market and a part. Then, a policy subject is

examined from that result.

The conclusion of this research is as the follows:

It is held that the vegetable circulation in the recent years is largely circulated to the Central Wholesale Market from the large-scale place of production. A local market can not secure necessary vegetables. Therefore, necessary vegetables are distributed by the large Central Wholesale Market. Such a circulation system was strengthened by a governmental policy and producers. But local markets are connected with the producer. Conquest should use a difficulty for those local markets using that condition. The network of such local markets has the possibility that it becomes the new base of the continuance of the local market from the case analysis of this research. In other words, two routes exist in the vegetable circulation like a large-scale main route and a complement root by the local markets.

Moreover, it was understood in this research that a local market is indispensable for the small-scale producer. Therefore, a local market policy until now is reexamined, and the development of the flexible wholesale market policy based on the actual condition.