HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	タマネギ取扱産地商人の集荷・販売対応 ： 北海道岩見沢市I商店を事例として
Author(s)	佐々木, 稔基; 飯澤, 理一郎
Citation	北海道大学農經論叢, 64, 59-65
Issue Date	2009-03-31
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/39855
Type	departmental bulletin paper
File Information	RAE64_007.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

農経論叢　Vol. 64（2009）May. pp. 59－65
The Review of Agricultural Economics

タマネギ取扱産地商人の集荷・販売対応

－北海道岩見沢市Ｉ商店を事例として－

佐々木　稔　基・飯　澤　理一郎

Product Collection and Distribution of Local Seller of Onions : The Case of Store“I”in Iwamizawa, Hokkaido

Toshiki SASAKI and Riichiro IIZAWA

Summary

Although agricultural cooperative marketing has a high percentage of agricultural market today, there still remain local sellers who uniquely collect and sell greengrocery. Why do they stay in business when agricultural cooperative marketing has become so powerful? Do they have roles which agricultural cooperative marketing cannot play?

In this paper, a local seller of onions, Store“I”in Iwamizawa, Hokkaido was surveyed as the first approach, and mainly its collection and distribution systems were studied.

Store“I”obtained the trust of medium-sized retailers and has increased its delivery to the first category market by its detailed responses in the stages of collection, adjustment and delivery. It collects products from only the farmers who met with the quality criteria, and performs compulsory drying treatment for all products. It also built a system which enabled even small amount of products to be delivered by trucks quickly. Furthermore, it has a warehouse with enough capacity, and can deliver products according to the market situation. Therefore, it delivers more products after the turn of the year when the price rises, and it has extremely low rate of stocks for processing to adjust for supply and demand. This is how it pays farmers relatively high prices to keep good relations with them, and it creates a mutually advantageous cycle along with various efforts Store“I”makes.

１．はじめに

戦後，特に高度経済成長期以降,青果物流通における系統農協の共同販売の地位は大きく上昇した．最近の輸入青果物や農家直販など「市場外流通」の増加などにさらされつつも，農協共販が青果物流通の主役を演じていることは言うまでもない.

ところで，農協共版の比重がかなり高い今日においても，独自に青果物の集荷・販売を行っている産地商人が依然として多数存在する．農協共版がかくも力を持ってきた段階で,産地商人は何故，存在するのか．農協共版では果たすことのできない役割を産地商人は持っているからであろうか.

産地商人の存立構造等はこれまで幾多の研究で取り上げられてきた．その代表例として，三島（1982）と豊田（1990）をあげることができる．三島は北海道富良野市の産地商人，豊田は青森県津軽地方のリンゴ産地商人を事例に，集荷・販売などの側面から産地商人の存立構造を明らかにし，取扱量の圧倒性がその基盤として極めて重要であることを指摘した．しかし，それらの分析は，対象時期も1980年代までと限られ，しかも農協に比して産地商人の力の強い地域を対象としたものであり，農協共版が強固な地盤を築いた今日的状況下とは，産地商人の存立条件に大きな相違があると言える．今，問われなければならないのは，農

協共版が強固な基盤を築いた下での産地商人の存立条件・構造である．それらの検討を通じて，農協共版では果たすことのできない産地商人の役割が析出できると考えられるのである．そして，それは今日的段階における農協共版の意義と限界を逆照射することにもつながると言えよう．

この問題関心の下に，本論ではその第一次的接近として，北海道岩見沢市のタマネギ取扱い産地商人Ｉ商店を対象に，主として集荷・販売面に焦点を絞り，検討を加えて行くことにしたい．

周知の通り，1970年代まで，岩見沢市を含む北海道のタマネギ産地は産地商人とともに歩んできたと言って良い．しかし，「減反」政策に伴うタマネギ転作の急増の中で，急速に農協共版が力をつけ，産地商人は片隅に追いやられるようになってきた．岩見沢市とて例外ではない．また，タマネギは，「プラザ合意」に基づく「円高・ドル安」の進行の中で輸入が増大し，過剰基調と価格低迷に見舞われてきた．こうした中で，如何に有利販売＝高価格実現を果たすのか，が農家の重大関心事になってきているのである．ここから，Ｉ商店の存立条件の一つが，有利販売＝高価格実現，そして農家への高い支払い額にあることは容易に想定されよう．

以下，まず，北海道におけるタマネギ生産と出荷の動向を概観し，次いでＩ商店の集荷・販売対応の特徴について検討する．続いて，Ｉ商店の農家への支払額に関して，Ａ農協との比較を交えながら分析し，課題に接近していくことにしよう．

2．北海道におけるタマネギ生産と出荷の動向

1970年代前半まで，個人や集出荷業者（産地商人）が拮抗状態であったタマネギの出荷は，その後，急速に総合農協や専門農協などの出荷団体に転換していった（図１参照）．今では出荷団体出荷が４分の３ほどを占め，集出荷業者は４分の１ほどまでに地位が低下し，取扱量も20万トン弱まで傾向的に減少してきているのである．

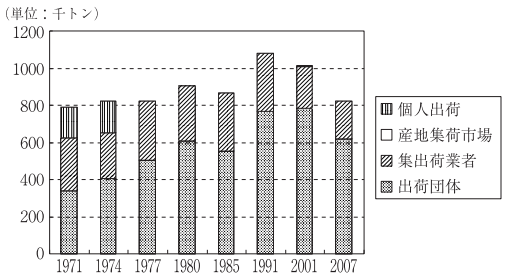

図１　国内タマネギ出荷組織別取扱数量

出典：農林水産省「青果物集出荷機構調査報告」
注１：出荷団体は総合農協、専門農協、任意組合
注２：　個人出荷の調査は1977年度よりなし

表１は北海道におけるタマネギの出荷団体・集出荷業者別の取扱量の推移を見たものである．ここでも出荷団体の取扱割合の上昇と集出荷業者の低下を確認できよう．1971年当時，出荷団体10.7万トン，集出荷業者８万トンと，3万トン弱の格差があったとは言え，その格差はそれ程でなかったと見て良い．それが2001年には前者49.2万トン，後者6.5万トンと７倍以上に開いているのである．また，出荷団体が1971年の42から2001年には123へと大きく増大していることは，この間，新たなタマネギ産地が続々と形成されていったことを示唆していよう．他方，集出荷業者は増減を繰り返しながらも概ね50業者台から60業者台で推移しており，一業者当たりの取扱量も一時期1,500トンを超えた時もあったとは言え，概ね1,100～1,200

表１　北海道における出荷団体および集出荷業者の取扱量の推移

（単位：団体数、業者数、トン／団体、トン／業者）

年次	1971	1974	1977	1980	1985	1991	2001
出荷団体数	42	62	69	80	92	123	70
年間取扱量	106,653	192,500	260,600	280,880	262,100	456,470	491,800
１団体あたりの取扱量	2,539	3,105	3,777	3,511	2,849	3,711	7,026
業者数	63	47	63	56	62	57	52
年間取扱量	79,900	60,200	104,650	86,840	68,280	71,360	64,900
１業者あたりの取扱量	1,268	1,281	1,661	1,551	1,101	1,252	1,248

資料：農林水産省「青果物集出荷機構調査報告」
注：出荷団体は総合農協、専門農協、任意組合

トン台と，概して停滞的な推移を辿っている．

集出荷業者の停滞傾向と出荷団体の躍進には，この間のタマネギの生産構造の変化が大きく関係している．すなわち，「畑地」作付から「転作」作付へのタマネギ作付の転換である．網走管内や上川管内の市町村，そして岩見沢市でも，転作作物としてタマネギが多く選択され，作付が急速に拡大していった．もちろん，それら市町村では農協一丸となってタマネギ転作に取り組む所が多く，結果として，出荷団体の取扱量が急増していったのである．表２は，北海道の主産４支庁の北海道青果商業協同組合・ホクレン別の道外出荷数量・割合を示したものであるが，旧来からのタマネギ産地の石狩支庁（77ポイント），上川支庁（71ポイント）に比べ，ホクレンのシェアは網走支庁では90ポイント，空知支庁では85ポイントの高さに達している．

表２　2006年次出荷団体別タマネギ道外出荷割合
（単位：千トン、％）

		北　商	ホクレン	計
数量	石狩	2,624	9,033	11,657
	空知	8,276	47,764	56,040
	上川	25,290	63,098	88,388
	網走	25,284	227,741	253,025
割合	石狩	23	77	100
	空知	15	85	100
	上川	29	71	100
	網走	10	90	100

資料：北海道青果商業協同組合資料

３．Ｉ商店の集荷・販売対応

１）Ｉ商店の営業実態

Ｉ商店は長らく個人商店であったが，1969年に資本金1,000万円の株式会社に移行した．とは言え，広く外部から資本金を募ったわけではなく，株式は社長とその家族で全て所有しており，財務状況などは非公開となっている．正社員は社長のＩ氏のみで，他の従業員は，タマネギの出荷時期が半年間ほどしかないため，全てパートで対応している．

Ｉ商店は，タマネギの集荷・販売を中心としながら，タマネギ倉庫の空く時期（春期から夏季）に貸倉庫業，そして土地の賃貸業を営んでいる．売上高の90ポイントほどはタマネギの販売より，７ポイントほどをコンテナ使用料と保管料，残りの３ポイントは家賃収入から得ている．

２）Ｉ商店の集荷・選別対応

Ｉ商店のタマネギの年間集荷量は2001～2006年平均で4,500トンほどあり，道内産地商人集荷分の18ポイントほどに当たり，全道第４位に位する．約70戸の農家から集荷しているが，品質の高位安定性を確保するために，決してスポット買いはせず，固定した農家から集荷している．過去に長らく集荷してきた農家であっても，Ｉ商店の品質基準に合致しない場合には集荷取り止めなどの措置もとっている．また，新規に出荷を希望する農家も，現在の集荷農家を仲介者とし，品質についてのチェックを経たのちでなければ集荷することはない（注１）．

こうして集荷したタマネギを，途中での腐敗防止のために全て乾燥処理したのち，出荷しているのである．乾燥はジェットヒーターを備えた乾燥庫で昼夜をかけて行われる．乾燥が終了したタマネギは２Ｌ，Ｌ，Ｍ，Ｓの規格品に選別・区分けされ，それらに合致しないものは規格外として出荷される（注２）．選別工程には勤続年数の長いベテランの従業員を配置し，誤選別などを極力避ける態勢をとるとともに，Ｉ社長が最終チェックを行っている．また，選別の質を落とさないために，一日の選別量を最大40コンテナ分に制限しているのであり，出荷タマネギの品質保持には相当の努力を傾注しているのである（注３）．

３）Ｉ商店の出荷・販売対応

集荷・選別されたタマネギは，ほぼ卸売市場に向けて出荷されている．卸売市場出荷は先代の時からであり，代金回収の迅速さ・確実さと長らくの付き合いから，今に至るもそれが踏襲されているのである．

長らくの付き合いとは言え，この間，出荷卸売市場の比重が変わらなかったわけではない．表３は卸売市場の類型別の出荷割合を示したものであるが，2001年，24ポイントに過ぎなかった１類市場への出荷割合は急速に上昇し，最近では50ポイントを越している．中でも，わが国最大の卸売市場である大田市場への出荷割合は12ポイントから

表３　Ｉ商店における市場分類別出荷量の推移　（単位：トン、％）

		年度					
		2001	2002	2003	2004	2005	2006
出荷量	１類市場	1,060	1,929	2,326	2,081	2,653	2,737
	（うち大田市場）	546	1,418	1,461	1,341	1,649	2,012
	２類市場	554	497	610	346	381	409
	その他の市場	2,871	3,055	3,521	1,736	1,749	2,068
	総　　計	4,485	5,510	6,457	4,163	4,783	5,215
割　合	１類市場	24	35	36	50	55	52
	（うち大田市場）	12	26	23	32	34	39
	２類市場	12	9	9	8	8	8
	その他の市場	64	55	55	42	37	40
	総　　計	100	100	100	100	100	100

資料：Ｉ商店資料

39ポイントへと急上昇しているのである（注４）．物量にして546トンから2,012トンへの3.7倍の増加であり，代わって，降下しているのはその他の市場であり，同期間に64ポイントから40ポイントに24ポイントも下落している．このように，Ｉ商店の出荷先はこの間，小零細規模卸売市場から巨大規模卸売市場へと劇的に変化してきたのである．これまでは１類市場に対して，大量出荷の農協共販によって占められると言われていたが，少量の取扱しかない産地商人が１類市場においても存在感を増しつつあると言える（注５）．

大田市場への出荷増大には，同市場の荷受業者，東一東京青果と荏原青果が深く関係しており，両荷受業者がＩ商店のタマネギを全量荷受けしているのである．荷受けの背景には，両荷受業者に対する，仲卸業者を通じての量販店からの引きがあるためである．注文を出している量販店は関東圏内に多店舗展開している中規模量販店であり，パック詰のし易さからＩ商店のタマネギに注文を出している．通例，パック詰は仲卸や量販店で行われるが，農協共販品には腐敗球が混在するなど品質のバラツキが大きく，ロスも出，効率は芳しくない．それに対してＩ商店のものは品質のバラツキや腐敗球もなく，効率も良く，若干の市場価格の高さ（表４参照．Ｉ商店のタマネギは絶えず平均を上回っている）も十分吸収できるとされる．Ｉ商店のタマネギの品質の良さが評価され，結果として大田市場への出荷が急増してきたのである．

表４　Ｉ商店及び北海道産市場別年別タマネギ平均単価

（単位：上段　円、下段　東京大田市場＝100）

		年度				
		2001	2002	2003	2004	2005
北海道産タマネギ	Ｉ商店	55	79	78	102	91
	東京市場（大田）	53	72	73	91	85
	名古屋市場	47	60	64	76	72
	大阪市場	48	66	66	87	78
	札幌市場	38	54	58	75	68
指数	Ｉ商店	104	110	107	112	107
	東京市場（大田）	100	100	100	100	100
	名古屋市場	89	83	88	83	84
	大阪市場	91	92	91	96	91
	札幌市場	73	75	79	82	80

資料：農林水産統計年報
注：価格は、市場の手数料8.5％と消費税を５％を引いて計算した。

また，小回りのきく点も，市場からの評価を高めている要因としてあげることができる．Ｉ商店では各卸売市場までの輸送をトラックに依存し，注文を受けてから３日以内に到着するように配慮している．北海道の大方の農協の場合，貨物コンテナを利用する関係から，東京まで，岩見沢市からで４日，北見市からで５日を要し，貨車からトラックへの積み替えなどのため，更に多くの時間を要する．急な注文に対する対応力，あるいは少量の注文に対する対応力という点では，Ｉ商店が勝っていると言える．なお，Ｉ商店のトラックによる輸送費の方が，貨物コンテナよりも安くついていると思われる点を付記しておく．Ｉ商店の輸送費は札幌の運輸会社と契約していることもあり，１ケース（20kg）当たり170円であるが，鉄道コンテナの場合，250円と試算されるのである．すなわち，鉄道コンテナは積載量5.5トンと20トンのものがあるが，東京までの運賃は前者で約7万円，後者で約25万円となっている．満杯状態にすれば，5.5トンで約280ケース，20トンで1,000ケースとなり，運賃を割り返すと，１ケース当たり250円となるのである（注６）．

Ｉ商店の相対的な高値実現の要因として，市場価格が上昇する出荷時期が年明けにずれている点もあげておきたい（図２参照）．系統農協では保有倉庫のキャパシティの関係から出来秋に大部分を出荷している．その結果，年明けには品薄となり，市場価格が上昇する傾向が見られるが，Ｉ商店では十分な倉庫容量を保持し，また十分な乾燥を施しているため，相場動向を見ながら出荷することが可能となっているのである．

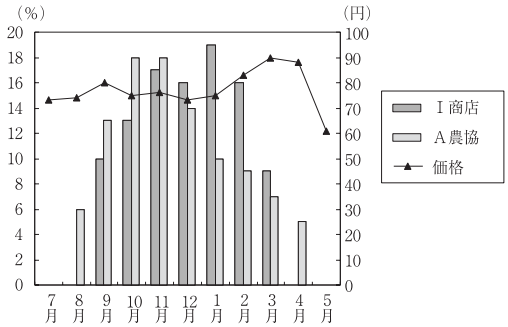

図２　2006年次Ｉ商店及びＡ農協月別出荷量推移
資料：Ｉ商店及びＡ農協

４．Ｉ商店の出荷農家への支払額

表５は，Ｉ商店とＡ農協のコンテナ当たりの農家への支払額の推計である（調査先との約束により実額を示せないので指数化して表示）．表示した年次，Ｉ商店の農家への支払額(卸売市場での販売額から算出した支払可能額の欄)は７～16ポイントと差があるものの，絶えずＡ農協を上回っており，高値販売と諸経費(輸送費など)節減の効果が現れていると言える．しかし，Ｉ商店の支払額は，それを更に３～４ポイント上回っているのである．

表５　Ｉ商店及びＡ農協の支払額の推計

（単位：%）

年次	2004	2005	2006	2007
Ａ農協の規格品1コンテナの支払額（Ａ農協＝100）	100	100	100	100
Ｉ商店の規格品１コンテナ当たりの農家への支払額	116	109	107	111
卸売市場での販売額から算出したＩ商店の1コンテナ当たりの支払可能額	113	105	104	107

資料：Ｉ商店及びＡ農協資料
注１：Ａ農協の整品１コンテナの支払額は、規格品タマネギ販売額より選果や出荷などにかかる総経費を除いた額より出荷コンテナ数で割った金額である。
注２：Ｉ商店の整品１コンテナの支払額は、規格品タマネギ販売額より選果や出荷などにかかる総経費を除いた額より出荷コンテナ数で割った金額である。
注３：Ｉ商店の規格品１コンテナの支払額は、規格品タマネギ販売額より選果や出荷などにかかる総経費と家賃収入を除いた額を出荷コンテナ数で割った額である。
注４：１コンテナ＝1.3トン
注５：規格品＝２L、L、M、S

その支払原資は，聞き取り調査によれば土地の賃貸収入にあるとされる．

Ｉ商店は岩見沢市郊外に所有する土地をタイヤ量販店とコンビニに賃貸しており，年間1,500万円弱の収入を得ている．この収入を上乗せ支払原資として使用することによって，Ａ農協との支払額に更なる格差を生じさせている．上乗せ額は，Ａ農協の支払額を見ながら増減させているが，賃貸収入の概ね70ポイントほど，1,000万円程度がそれに充当されている勘定になる（注７）．Ｉ商店の年間タマネギ取扱量は年間平均4,500トンで，１基1.3トンのコンテナに換算した場合，3,400基

ほどの処理量となり，一基当たり約3,000円の上乗せを行っていることになるのである．

これとは他に，Ｉ商店の農家の支払額を多くしている要因として見落とせないのは，加工向けの少なさである．周知の通り，北海道の系統農協では需給調整の一環として，加工出荷対策を実施しており，その割合は出荷量の20～30ポイントに及んでいる．多くの農協では20～30ポイントもの量を規格外品だけで賄うことはできず，規格品からも加工向けに回している．Ｉ商店も北海道青果商業共同組合との関係で需給調整に参加しているが，加工出荷対策の割合が２ポイントと大きく低いために，選別過程で生じる格外品で十分に対応可能となっているのである．加工向けが生食向けに比べて大幅に安値であることは言うまでもなく，その分，農家への精算金額は減じざるをえないのである．例えば，Ａ農協では，2006年度に各農家の出荷コンテナ数に応じた支払額から，さらに加工対策分として17ポイントを控除したとされる。

５．おわりに

以上，岩見沢市のタマネギの産地商人Ｉ商店を事例に，集荷・販売対応を検討し，それら対応がタマネギ出荷農家に如何なる結果をもたらしているか，を検討してきた．

周知のように，産地商人は農協共販が拡大・強化していく中で，その地位を大きく低下させてきた．特に，北海道のタマネギにおいては，多くの稲作地帯でタマネギが「転作」作物とされたこともあり，その傾向は顕著であったと言って良い．こうした中にあっても，産地商人は未だ無視しえない力を持っているのも事実であり，その存立条件・構造の解明は，農協共販の今日的な意義と限界を見極めるためにも喫緊の課題と言えるのである．

さて，分析によれば，産地商人Ｉ商店は，集荷段階から調製段階，そして出荷段階において，極めてきめ細かい対応を取ることによって，中規模量販店の信頼を勝ち取り，１類市場への出荷を大きく伸ばしてきた．品質基準に合致した農家からのみの集荷や全量強制乾燥処理，トラック輸送による迅速で少量でも出荷可能な態勢の構築などが，それである．合わせて，十分な倉庫を持ち，相場を見ながらの出荷，すなわち，価格の上昇する年明けの出荷が可能になっている点や，需給調整に伴う加工対策向け割合の極端な低さも見落とせない．

その結果，Ｉ商店の販売価格は恒常的に卸売市場平均価格を上回り，各種手数料を差し引いた農家への支払い可能額(単位重量当たり)も，同地域に存在するＡ農協を上回っているのである．更に，支払い可能額を引き上げている要因として，土地の賃貸業収入があるが，これは極めて特殊な事例と言える．こうした相対的高価格での農家への支払いが，高品質タマネギ生産農家をつなぎ止め，Ｉ商店の各種努力と相俟って，高品質→高価格→高農家支払いの好循環を形成していると言えよう．

高品質なるが故に，関東圏の中規模量販店との取引＝１類市場への出荷の急激な増大が可能になったことを考えれば，高価格が形成される要因となり，相対的高価格での農家への支払いはそのための必須条件と言える．上で指摘した土地の賃貸収入の一部を農家への支払い財源に充て，一層の高価格での支払いを行っていることは首肯できることである．高品質タマネギが集荷できなければ，2000年代初頭の出荷状況，すなわち「その他の市場」への出荷が中心の状態に逆戻りする危険性もないとは言えないからである．

こうした産地商人Ｉ商店の事例は農協共販のあり方にも一定の示唆を与えているように思われる．その一つは，品質管理の厳格性の徹底した追求である．それは，農協レベルの問題だけではなく，農家レベルでの品質管理の更なる徹底の問題も含まれよう．産地商人は農家の選別によって品質の良いものだけを選択できるとの批判があるが，農協には生産部会を介した農家指導，高品質のタマネギ出荷農家に対しては支払い金の上乗せを行う対応を取っていることなど，産地商人に対抗できる品質底上げの向上策は十分に備わっていると言える．「過剰」を基調とし，「安全性」担保がますます叫ばれようになった今日，「品質」担保問題が産地間競争の極めて有力な武器となってきているからである．

二つは，必要なハード施設，乾燥施設や保管施設などの整備・拡充である．十分な乾燥施設や保管施設がないために腐敗球が発生して評価を落と

したり，不利と解っていても出来秋に出荷しなければならないようでは，産地の行く末は明るいとは言えない．三つは，大量出荷ときめの細かい迅速対応の「少量」出荷を組み合わせることである．きめ細かい迅速対応の少量出荷はＩ商店でもやれたのであるから，農協がやれないわけがない．

注１）この20年では２～３軒の農家と集荷を止めており，2008年は約300コンテナの出荷量のある農家からの集荷を取りやめている．なお，Ｉ商店の１農家当たりの平均出荷量は約48コンテナである．

注２）Ｉ社長は，会社経営と共に農家を営んでおり，自家で作付したタマネギも同社を経由して販売される．品質の管理などがきちんと行われているのも，Ｉ社長が農家を経営し，タマネギ作りに熟知していることも１つの要因といえよう．

注３）格外品の大部分は，北海道青果商業協同組合を経由して，需給対策用として出荷される．

注４）農林水産省は市場の立地する都市によって１類市場，２類市場，その他の市場と３種類 に区分している．これらは市場を抱える都市の人口規模で分類される．１類は人口100万人以上でまたはそれに順ずる都市，２類は人口20万人以上で取扱量が６万トン以上，その他は青果物卸売市場がある都市となっている．

注５）藤島（1986）は１類市場に対しての出荷は，大量出荷が行える農協共販が中心であるとしている．

注６）運賃については，ホクレンのデータによる．

注７）試算の方法として，Ｉ商店とＡ農協の整品１コンテナの支払額は，タマネギ販売額より選果や出荷などにかかる経費を除いた額を出荷コンテナ数で割った金額である．

なお，Ｉ商店の試算では，家賃収入を除いた時の試算も行っている．

［参考文献］

〔1〕 泉谷眞美・坂爪浩史「農業市場構造の変貌と産地集荷商人の存立形態」北海道大学大学院農学研究科紀要別冊『農経論叢』第48号，1989年

〔2〕 木立真直『農産物市場と商業資本』九州大学出版会，1985年

〔3〕 豊田隆『果樹農業の展望』農林統計協会，1990年

〔4〕 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

〔5〕 三島徳三『青果物の市場構造と需給調整』明文書房，1982年