HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	青果物トレーサビリティ・システムの展開と卸売市場の流通機能
Author(s)	杉村, 泰彦
Citation	北海道農業経済研究, 12(1), 116-132
Issue Date	2005-03-10
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/63544
Type	journal article
File Information	KJ00006912258.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

［北海道農業経済研究　第12巻第１号　2005.３］

［論　文］

青果物トレーサビリティ・システムの展開と卸売市場の流通機能

杉　村　泰　彦*

Ⅰ　はじめに

食品トレーサビリティの構築は、食品安全行政の柱の一つであり、すでに法制化された牛肉を筆頭に、食品全般への適用拡大が政策的に推進されている。その対象の一つである青果物についても、導入に向けたシステム開発と実証試験が国の補助事業によって活発に行われている。

その青果物の基幹的流通機構は卸売市場である。戦時体制期の配給機構として発足した卸売市場制度の社会的な役割は、今日においても消費地に対する生鮮食料品の確実な供給である。したがって、卸売市場では大量の青果物を確実に集荷し、迅速に価格形成および分荷することが最大の課題となっている。そこで、卸売市場流通では物流の合理性が追求され、数量についてはロットの大型化、品質についても厳密な規格化が進展してきた。近年、その地位の低下が指摘されてはいるものの、依然として野菜は約８割、果実でも約６割が卸売市場を経由しており、青果物トレーサビリティの構築に当たって、これを無視することはできない。

これまでのところ、青果物において安全性に係わる大規模な事故は生じていない。しかし、2002年の無登録農薬問題や2003年の中国産野菜における残留農薬問題、さらには2004年の輸入野菜における産地偽装問題など、消費者の信頼を揺るがす事態は青果物でもしばしば起こっている。その意味では、トレーサビリティ・システムの構築によって「消費者の安心・信頼の確保」を図ることは、青果物流通においてもきわめて重要となっている。

そのような青果物の安全性に対する社会的関心の高まりを背景に、生産サイドでは、単発的に展開している個別産地での取り組みに加え、2003年からは農協系統として生産履歴の記帳に取り組んでおり、トレーサビリティ・システムの構築に向けた基礎的な条件が整いつつある。他方、需要サイドでは大手量販店を中心に、安全性を強調したプライベート・ブランド（PB）の展開を強化している。今日では、そこでの野菜販売はPBなどの高品位商品と在来商品との複線化された品揃えが標準となりつつある。このような産地段階と小売段階の変化の中にあって、卸売市場には流通主体として「消費者の安心・信頼の確保」という役割を果たすことが強く要請されているのであり、トレーサビリティ・システム導入の必要性もしばしば指摘されているところである[注1)]。

ところが、全般的な傾向として、卸売市場はトレーサビリティ・システムの導入に対して必ずし

＊株式会社 アルファ技研 環境調査室

も積極的とは言えない。それが、物流上の困難性とその克服に要する費用の問題を背景としていることは想像に難くない。しかし、より着目すべきは、卸売市場流通に係わる主体の多くが、精度と方法の相違こそあれ、卸売市場流通はトレーサビリティ・システムと同様の機能を既に保持している、という考え方を強調していることである[注2)]。

食品トレーサビリティが「社会的リスク制御」の一環として位置付けられる以上[注3)]、基幹的な青果物流通機構である卸売市場がその適用を回避することはできない。ただし、その導入によって、チャネルに無意味な流通機能の重複が生じれば、卸売市場流通自体の合理性を低下させるばかりか、青果物トレーサビリティの役割を混乱させ、期待される効果の発現をも阻害しかねない。したがって、卸売市場へのトレーサビリティ・システム導入に当たっては、食の「安全・安心」の確保に係わって現行の卸売市場流通が保持している機能と、トレーサビリティ・システムの導入によって新たに付加される機能との関係を正確に捉えなければならない。そのためには、卸売市場流通の各主体が、社会的関心事である食の「安全・安心」をどのように把握し、いかに確保しようとしているのか、という点を流通論的に分析することが必要なのである。

そこで本稿では、青果物の卸売市場流通における「安全・安心」確保のための対応について、その根拠の妥当性を流通論の視角から分析することで、卸売市場流通における主体の安全性対応に係わる行動とその論理を明らかにする。

注1）食品流通の効率化等に関する研究会「最終報告書」（2003年4月）では、「食品特性に即したトレーサビリティシステムの導入を低コストで促進することが必要」とした上で、卸売市場に対して「トレーサビリティに対するニーズへの適切な対応等食品の安全性確保への対応を充実強化」を求め、「卸売市場流通に適合したトレーサビリティシステムの開発を促進する必要がある」と指摘している。

注2）本稿での分析事例に限らず、ヒアリングでは多くの卸売市場でこのような考えが示された。また、「食品流通の効率化等に関する研究会第7回会合」の議事においても、委員の1人が同様の考え方を述べている。

注3）新山［1］（新山「食品由来のリスクと食品安全確保システム」），pp.8-10.，2004年.

Ⅱ　今日の卸売市場流通を規定する論理

本論に先立ち、今日の卸売市場流通のあり方を規定している要因について、既存の研究から整理する。

卸売市場法によって規制される卸売市場流通は、制度的には開放体系である。つまり、生産者ないし産地は、市場ごとに日々公開される価格情報から相場を勘案し、自己に最も有利な出荷市場を選択する。そのため、卸売市場にはその日毎に全国のさまざまな産地から出荷品が集まり、それらはせりまたは相対販売を通じて仲卸業者あるいは買参人に分荷され、開設区域内を中心とした小売業者の店舗で品揃えされる。

このように、原則的な存立形態からは、相場が高騰すれば、当該卸売市場にはどのような産地からでも出荷品が届く可能性がある。しかも、卸売市場法で受託拒否の原則が定められており、卸売業者はすべての出荷品を即日上場し、販売しなければならない。そのため、どのような青果物がどれだけ届くかすら事前にはわからないのであり、その意味で卸売市場流通の基本形態はスポット取引にあるといえる。販売開始時間に卸売市場に届いていた出荷品を販売する、という形態の流通においては、出荷品について伝達される情報は、荷

口ごとの産地、数量および規格程度となる。だからこそ、卸売市場における販売では、現物を眼前にしたせり売りが必要であったとも言える。

しかし、今日、そのような卸売市場流通のあり方は大きく変化している。それを端的に表現すれば、卸売市場において継続的取引の傾向が顕著となっているのである。卸売市場流通における取引関係の固定化や継続性のあり方、およびその要因は、規模や地域性などによって卸売市場ごとに異なる。だが、トレーサビリティ・システムの導入モデルとなったり、それへの対応が問われている大都市圏の大型卸売市場については、佐藤和憲氏の分析が最も有効である。

佐藤氏は［2］において、「卸売段階における委託集荷・セリ販売として特徴づけられるスポット型卸売市場流通は、卸売段階の取引はスポットの相対取引であるが、産地と卸売業者およびスーパーと仲卸業者の間に継続的な取引関係が形成されている準スポット型取引へと移行しつつある」とした[注1)]。その要因については、スーパーや量販店のシェア拡大、大規模産地の形成とその出荷行動により、需要構造、供給構造ともに不完全競争的な要素を強めていること、さらに需要停滞下での販売においては、製品差別化などで生産と流通の密接な連携が必要になっていることと指摘している[注2)]。そのようなチャネルで主導権を保持するスーパー・量販店（以下、量販店）は、よく知られているように欠品を許さないのであり、それらとの取引に当たっては、品揃えはもちろんのこと、要求される数量および品質の安定的確保が卸売市場の最重要な課題となる。産地から集まった荷をいかに販売していくかが重要だった卸売市場は、その結果、今度は産地からいかに安定的に荷を集めることができるか、という点で力量を問われることとなった。ここで、卸売市場にとって集荷段階のもつ重要性が著しく増大した。

量販店向けの品揃えを形成し、数量および品質の安定的確保に当たって最大の障害となるのは、当該市場における相場の低迷や他市場の価格高騰によって、出荷先を他の卸売市場へと振り替えられてしまうことである。価格が高い市場に出荷先を変更する現象は、価格平準化のためにも、何より生産者の所得確保のために当然の行動ではある。しかし、計画的集荷が重要となった卸売市場にとっては「生産者（農家・農協）の機会主義的な行動を抑制して取引コストを節減する」ことが、新たにきわめて重要な課題となる[注3)]。そこで、卸売市場は産地情報の収集に努め、その特長を生かした有利販売を図ることにより、出荷産地との関係を強化しつつ、継続的取引を志向するのである。他方の産地側にとっても、継続的取引が増大する中にあって、「スポット型」の出荷では短期的な利益を得ることはできても、長期的に産地を維持していくことが困難となる。むしろ、積極的な継続的取引によって卸売市場から「信頼される産地」となることの方が、より有利な販売先の確保や、価格低迷時の配慮などが期待できる点で利益にかなうのである。このように、産地と卸売市場との関係は、双方の要因により、密接な「信頼関係」を基軸とした取引へと変化すると考えられる。

以上の通り、制度的に開放体系だった卸売市場流通は、今日では、第1に品揃え、第2に数量、第3に品質の確保を目的として、産地との「信頼関係」を構築しようとする。そこでは、作付品目、生育状況と出荷時期、産地固有の特徴など、種々の産地情報が共有される。ここでの卸売市場の役割は、量販店の要求事項に適合する産地を組み合わせ、需給を確実に結びつけることである。同様に、産地にとっても、自己の生産物についてそうさせることが利益確保につながる。今日、一方で販売先として量販店のウェイトが上昇し、他方では全農および経済連が出荷市場の集約を図ったことにより、特に大都市圏の大型卸売市場において、このような傾向がますます強くなっていると考えられる。

注1）佐藤［2］、p.99.

注2）佐藤［2］, p.100.

注3）佐藤［2］, p.100.

Ⅲ　トレーサビリティ・システムにおける卸売市場の役割

1．食品トレーサビリティの定義と目的

次に、トレーサビリティの定義を確認するとともに、青果物を対象としたトレーサビリティ・システムの現状と、開発・実証試験において運用されているシステムを対象に、青果物のトレーサビリティ・システムにおける卸売市場の役割を整理する。

農林水産省「食の安全・安心のための政策大綱」によれば、トレーサビリティとは「食品の生産、加工、流通等の各段階で原材料の出所や食品の製造元、販売先等の記録を記帳・保管し、食品とその情報とを追跡できるようにする」ことであり、第1に「食品の安全性に関して予期せぬ問題が生じた際の原因究明や、問題食品の追跡・回収を容易にする」とともに、第2に「“食卓から農場まで”の過程を明らかにすることで、食品の安全性や品質、表示に対する消費者の信頼確保に資する」ことを目的とするものである。この「政策大綱」において、トレーサビリティは「消費者の安心・信頼の確保」のための基本的手段の一つとして位置づけられている。

このように、本来、トレーサビリティとは、流通経路の追跡と遡及（トラッキングとトレースバック）が可能であること、およびその仕組みを指している。そして、その直接的効能は、食品事故発生時の迅速な回収と、その原因および事故を引き起こした主体を特定できることにある。また、政府にとって喫緊の課題である「消費者の安心・信頼の確保」については、流通経路にこの仕組みを適用することそのものが、課題達成の方策となっている。なぜなら、政府の認識では、消費者の食品への不信感は流通の不透明性に起因するのであるから、その解決策は透明性を確保することに他ならないからである。したがって、トレーサビリティ・システムにまつわる生産履歴の開示や生産者名の表示は、せいぜい確保された透明性を強調するための補足に過ぎない。それを行うかどうかは、トレーサビリティの本質ではなく、むしろ「マーケティングの範疇」なのである[注1)]。

ところが、現実的には、その「マーケティングの範疇」に含まれる取り組みが先行しており、しばしば小売店の販売促進や産地の有利販売に関連して、トレーサビリティ・システム構築の必要性が指摘されている。特に、回収にまで至る事故が未だ発生していない青果物流通においては、大半の小売業者、産地にとって、消費者の不信感を解消してくれるための「安全・安心」の確保こそが重要となっている。そこで、現実的なトレーサビリティ・システムの展開は、「消費者の安心・信頼の確保」を第一義的な目的とする傾向がある。このことは、農水省が発行した資料ですら、トレーサビリティ・システムの効能についての説明では、まずはじめに消費者の「食の安心」の確保を掲げていることからも推測できる[注2)]。

これらの動向から、消費者にとって重要なのは、トレーサビリティ・システムそのものよりも、むしろ、それに付帯する「安全・安心」に係わる情報とみることができる。そのため、トレーサビリティ・システムの開発メーカーも、情報開示方法と端末の機能向上を重視し、高度な技術を用いてその改善を図ろうとするのである。

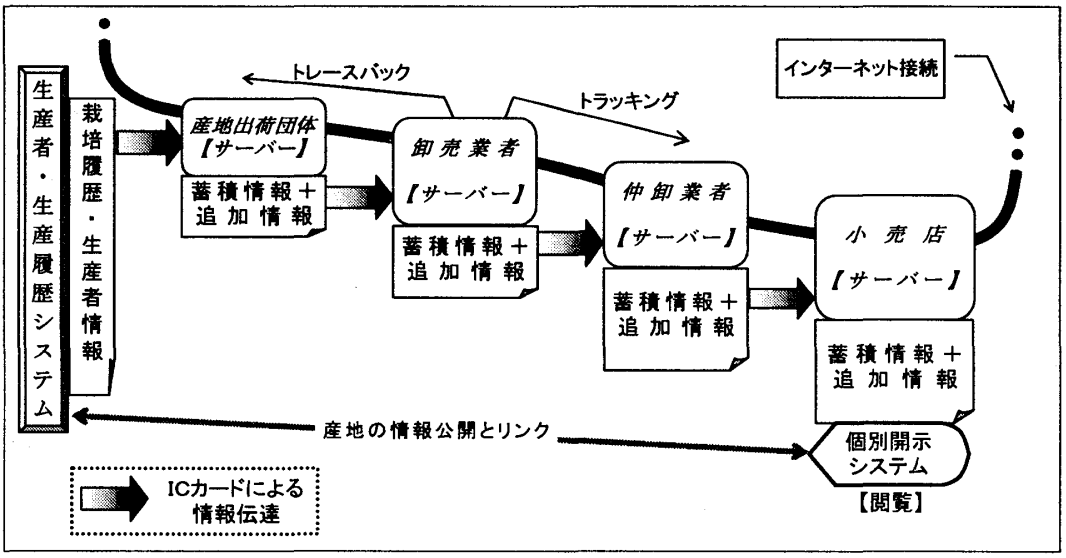


図1　システムAにおける情報伝達方式

資料：食品のトレーサビリティ導入ガイドライン策定委員会[3]，pp.50-55.　を参考に作成。

2.「開発・実証試験」の概要

2002年4月の「「食」と「農」の再生プラン」の公表に伴い、トレーサビリティ・システムの導入を目指した動きが本格化した。政府の具体的な推進方策としては、第1にシステムの開発・実証試験の実施、第2に各食品の特性を踏まえたシステム導入を支援、そして第3には生産情報公表JAS規格の創設、がある。

それらの施策の一環として「トレーサビリティシステム開発・実証試験」が実施されている。2003年度の事業において採択されたのは12課題で、そのうち青果物に関連するものは6課題であった。その一つである団体Aは、団体を取りまとめる制御・計測機器メーカーが開発したシステムAを運用し、事業初年度である2001年度より開発・実証試験を行っている[注3)]。システムAの展開規模は、今のところ「開発・実証試験」の域を出ないと言わざるを得ないものの、青果物の流通経路に則した「生産者－集荷場（ＪＡなど）－運送過程－卸売市場－小売店」という一連の接続が行われており、実際の取引において運用しているという点で、トレーサビリティ・システムの導入によって卸売市場流通にいかなる機能が付加されるのかを確認するには好適な事例である。

このシステムAは、まず第1に、青果物トレーサビリティのシステムを「生産履歴システム」、「流通履歴システム」、「個別開示システム」という3システムの組み合わせによって構築しており、それぞれを独立して運用することもできるという点で、トレーサビリティの原則を忠実にシステム化している。また第2に、図1に示したとおり、システムAでは各生産・流通主体ごとにサーバを設置し、それぞれをICカードおよびインターネットで接続する「分散サーバ方式」を採用している。これの場合、流通主体がサーバーを設置すればするほど、トレーサビリティ・システムの適用範囲が拡大するという関係にある。集中的なシステムに則して流通経路を再構成するのではなく、システム自体が柔軟性を備えることで現実の青果物流通と適応しようとしているのであり、その意味でも、システムＡはトレーサビリティ・システムと卸売市場の関係を確認するには適した事例といえよう。

3．システムＡにおける卸売市場の役割

図2は、システムＡが運用されている流通経路

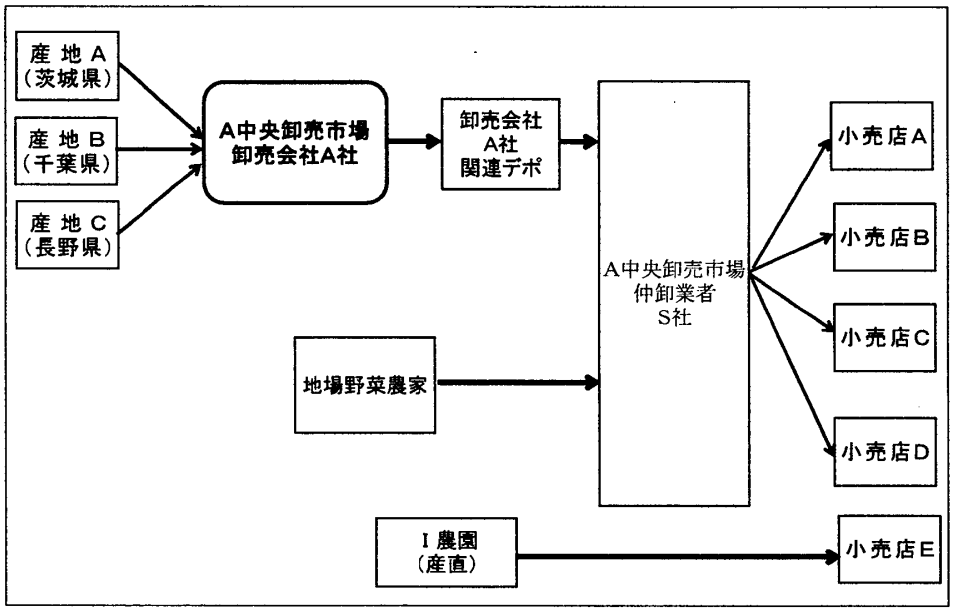


図2　システムAの経路

資料：ヒアリングによる。　注：2003年6月を基準としている。

を示している。この試験に参画しているA中央卸売市場は、関東地方の政令指定都市に開設されており、入場する卸売業者A社の2003年度の売上高は約612億円、全国第8位の規模という典型的な大型市場である[注4)]。

このA中央卸売市場では、システムAが導入されたことでいかなる機能的変化がもたらされたのであろうか。まず効果として、トレーサビリティの本質的機能である追跡と遡及が、システムAの捕捉する数量単位において可能となった。一方、負荷として、システム導入後に新たに行うようになったのは、荷受・保管・分荷といった一連の作業をそのまま記録し、データとして追加することのみである。卸売業者Aが、実際に入力しているのは販売先および数量など、限られた項目である。したがって、少なくとも労働力面では、トレーサビリティ・システムを導入しても、卸売市場に大幅なコスト増大がもたらされるわけではない[注5)]。

ところで、卸売業者は基本的には価格から定率手数料を取得し収入とする。そのため、より高単価の商品を扱うことが望ましい。前掲図2でわかるように、このシステムAに基づく流通は、集荷先および分荷先はともに実証試験に参画している主体であり、取引関係は固定されている。このような固定的関係の中で概ね計画的な取引が行われているのであり、価格の上昇はほとんど生じない。しかも、取扱数量も限定的である。したがって、現状では卸売業者Aに取り扱いに伴う経済的な利益は発生していない。それにもかかわらず、同社がこの実証実験に参画するのは、卸売市場制度の大幅な改変が予想される中で、自社の展開方向を考える上での試行という意味があるという。つまり、卸売業者A社では、システムAへの参画によって、直接的に利益が生み出されるとは当初から考えていなかったのである。

システムAの事例についてまとめると、実証試験からは、第一義的な機能である追跡と遡及が卸売市場流通においても可能であることが確認された。また、卸売市場においては、そもそも履歴として記録するべき事項が少ないため、現実的には負担も少ない。つまり、青果物卸売市場への適合性は実証されているのであり、実際に、システムAはその後も加工など適用領域を拡大させつつ実証試験が継続している。

とはいえ、この実証試験は、卸売市場を経由する流通経路を単純化して再現し、そこにトレーサビリティを付加して行われたのである。しかも、それは固定された取引関係であり、売買は計画的であった。トレーサビリティ自体は物流に限定された課題であり、システムAも卸売市場における物流のあり方に着目し、それへ適合的なシステムを構築した。確かに、そこではシステムAは高い適応力をみせたものの、それは「信頼関係」を基軸とした商業取引とともに存在している経路ではない。そこには、産地の機会主義的行動への不安要素はなく、したがって主体の行動を規定する論理もまた存在していない。その点が、システムAの実証試験と、現実の卸売市場流通との決定的な相違点である。

4．システムAの小売段階

それでは、システムの末端に位置し、かつ消費者と接している小売段階では、システムAをどのように評価しているのであろうか。

前掲図2の小売5店は同一の小売チェーンであるが、それぞれ立地地域は異なり、小売店Aおよび小売店Bは食品スーパー、小売店CおよびDは高級食材店、小売店Eは小規模百貨店と業態も異なる。これら5店を経営するT社は、「安全・安心」、「確かな品質」、「適正価格」という基本理念を掲げており、生鮮食品についてはこれまでも独自に安全性の確保と提示に取り組んできた。ここでは中心的な業態である小売店Aを対象に、トレーサビリティ・システムの現状を整理する[注6)]。

小売店Aは神奈川県下のベットタウンに位置し、駅に隣接した典型的な食品スーパーである。所在地は首都圏でも比較的高所得な地域とされており、しかも住民の年齢層も相対的に低いことから、トレーサビリティ・システムの実証試験には適した店舗と考えられている。小売店Aでは年間を通じて概ね400アイテムの青果物を取り扱うが、そのうちの約10品目がシステムAの商品となっている。この面では、高品位商品と在来商品の並存という、量販店の青果物販売のあり方と類似しているといえる。青果物トレーサビリティの全面的展開にはかなりの時間がかかることを踏まえれば、現実的なトレーサビリティ・システム導入に関する分析対象として、小売店Aは好適であるといえる。

小売店Aにおけるシステム A 商品の販売は、在来の青果物とは区分された平台を使用して行なわれている。同じ場所には「個別情報開示システム」の端末が設置されており、消費者がごく簡単な操作を行うことで、システムAが提供する情報を閲覧できる。実証試験に参加したトレーサビリティ・システムや、量販店等で既に行われている生産履歴開示システムでは、インターネットにより消費者が容易に情報を引き出せる仕組みをもつものも多いが、システム A では情報の閲覧はこの端末機のみに限定している[注7)]。また操作中以外の時間は、その場所にシステム A の商品があることと、その端末で情報が閲覧できることを案内するデモンストレーションを繰り返している。

小売店Aにおけるシステム A 商品の販売状況を整理すると、第1にシステムA商品は、入荷直後に完売することもあるが、逆に相対的に売れ行きが鈍い場合もあり、販売動向は一定的ではない。第2に、システムA商品が同一品目の在来商品よりも先に消費者によって選択されているかという点も、必ずしも一定はしていない。つまり、トレーサビリティが適用された商品だからといって、必ずしも在来商品よりも先に売れていくわけではないのである。また、第3に、端末を利用した履歴の確認は、活発に利用されていた時期もあるが、これもまた利用数が常に一定的なわけではないという。

小売店Aにおけるトレーサビリティ・システムについて、システム A は安定的に運用されてお

り、それを必要とする消費者に対して情報伝達を行っている。とはいえ、小売店Aにとってのシステム A 商品は、差別化商品として販売額に貢献するほどの取扱規模にはなっていない。もっとも、小売店Aにとって、システムAの導入は安全性への取り組みの一環として位置付けられている。したがって、小売店 A もその販売額や売れ行きを問題にはしていないのである[注8)]。

小売店AおよびT社における、システムAに対するこのような評価は、次のように考えることができる。つまり、小売店AおよびT社にとって重要なのは、トレーサビリティが適用された商品を消費者が実際に選択するかどうかということよりも、むしろシステムAに参画すること自体に意義がある。なぜなら、前述の経営理念を掲げるT社にとって、トレーサビリティへの取り組み姿勢を示すことは同社のブランド・イメージを向上させ、消費者の小売店Aへの信頼をより強固なものにすると考えられるからである。したがって、システムA商品自体がさしたる利益を生まないとしても、それを品揃えに加え、情報開示端末を設置することは、T社の経営戦略上、重要な意味をもつのである。

注1）新山［1］(新山「トレーサビリティの目的と課題」), p.129.

注2）例えば、農林水産省が2004年3月に発行した、一般向けパンフレット「知っておきたい食品のトレーサビリティ」がある。

注3）以下はヒアリングに基づく。システムAに関するヒアリングは、2003年10月～11月に行った。

注4）日本農業新聞2004年7月24日付「青果物を扱う主要卸売会社の2003年度決算状況」より。なお、A中央卸売市場には、青果物取り扱いの卸売業者は2社入場しており、この実証試験に参加しているのはそのうちの1社のみである。

注5）データの追加についてもコストは発生しているのだが、卸売市場では、産地ごとに異なる出荷伝票を日々手動でデータベースへ入力するなど、情報処理には、システムAとは比較にならないほどの、膨大なコストが生じているケースが多い。また、機器取得コストについては、「実証試験」である以上、現時点で問題とする意味がない。ちなみに、実際にA市場が取得した主たる機器の種類は、家庭用パーソナルコンピュータとICカードを読み書きする機器であり、いずれもA社ほどの企業にとって高価格とはいえない。

注6）ここでの記述は、2003年11月に行った小売店Aでのヒアリングに基づいている。

注7）システムAも、技術的にはインターネットでの情報開示に対応している。

注8）小売店Aの店長に対するヒアリングによる。

Ⅳ　従来の卸売市場流通におけるトレーサビリティ・システムの評価

1．卸売会社および仲卸業者における安全性確保と「信頼関係」

1）事例市場の概要

ここでは、従来型の卸売市場流通の主体が、トレーサビリティ・システムをいかに評価しているのかという点について把握し、彼らが青果物の「安全・安心」をいかに捉え、どう確保しようとしているのか、その行動の論理を明らかにする。

北海道のB中央卸売市場に入場する青果物取扱卸売業者は2社であり、2003年度の売上高はそれぞれ約439億円、168億円、取扱規模の全国順位では16位、43位となっている（前掲資料による)。したがって前述のA中央卸売市場より小規模ではあるが、全国的な水準から見れば大型市場に分類される。また、仲卸業者は27社が入場しており、拠点市場として開設区域を越えた広域分荷を行っている。開設区域であるB市内はもとよ

り、分荷圏では、量販店の増加が顕著である。卸売市場の取引においても、これらのウェイトは着実に高まっており、その点で大型卸売市場に共通的な集分荷構造を有しているといえる。したがって、B中央卸売市場も前述の卸売市場流通を規定する論理の影響を強く受けるのであり、その意味で典型的な大型市場と位置付けることができる。さらに、寒冷地に立地するB中央卸売市場の場合、冬季の集荷は地場産による代替が不可能であることから、そこでの安定的集荷のためにも、産地との「信頼関係」の構築とその維持はより重要な意味をもつと考えられる。

2）トレーサビリティ・システムへの評価とその根拠

B中央卸売市場としても、今日、青果物の「安全・安心」が問われており、卸売市場にも流通主体としての対応が必要になっていることは十分に承知している。だが、その手段としてのトレーサビリティ・システム導入には、卸売業者、仲卸業者ともに消極的である[注1)]。その消極的行動の背景にある、彼らのトレーサビリティ・システムに対する評価は、次の4点にまとめることができる。

第1は、消費者の評価基準の問題である。彼らの認識では、食品の「安全・安心」が社会的な関心事となっているとはいえ、消費者による青果物の評価基準は変化していない。つまり、従来、消費者が青果物の評価基準として最も重視しているのは「鮮度」であり、次いで「食味」と「価格」となるが、この傾向は依然として継続していると判断しているのである。彼らがそのように判断する主たる根拠は、次の2点である。

まず一点目に、取引先の要請等で特別栽培農産物を取り扱った経験がある仲卸業者は、その売れ行きが必ずしも良くなかったとしている。二点目には、自らの納入先での販売状況に関する情報として、量販店による安全性を強調したPB商品が、在来商品に比べて売れ行きが悪く、かつ利益もほとんど発生させていないとみている。いずれも経験則から導き出された根拠ではあるが、これらより青果物購買における消費者の評価基準は変更されていないと判断され、したがって、取り扱いはそれまでと同様に鮮度保持を最重要課題とし、いかに新鮮な青果物を安定的価格で供給するか、という点に最大の努力を傾けているのである。

第2の評価は、トレーサビリティの本質的な機能である追跡可能性についても、出荷単位あるいは販売ロット単位であれば、現時点でも十分に可能であると考えていることである。ただし、その単位は最小でも出荷箱（通常は段ボール）単位での対応にとどまる。しかし、彼らの多くはそれ以上に細分化した単位での特定は卸売市場流通で確保されるべき条件ではないとしている。なぜなら、それが、卸売市場制度が本来担うべき社会的役割と相容れないと考えているからである。

さらに第3に、現在の彼らの安全性確保の水準である。彼らは、中央卸売市場を経由した商品であるということ自体、一定程度の安全性を確保していることを意味する、と考えているのである。なぜなら、まず、前述の通り、今日の卸売市場流通の特徴として、産地情報を把握しつつ、「信頼関係」を軸とした取引を行っているからである。そのため、安全性の水準と確認方法の変更は、必要に応じて産地と取り決めを行なうことで可能と考えているのである。さらに、現状でも法定の原産地表示には厳密に対応しており、継続的取引と相まって、青果物の「素性」を明らかにするという要請にも応えている。それに加え、卸売市場は衛生検査が制度的に行われるのであり、流通機関としての安全性対応は十分な水準に達している、としている。

これらの理由から、青果物の安全性対応の仕組みとしては現行の原産地表示が適度であり、しかもそれが既存の卸売市場流通で確保できている以

上、高価格販売が望めない青果物の現状を踏まえれば[注2)]、流通コストの上昇が見込まれるトレーサビリティ・システムの導入には積極的に取り組むことはできない、ということになるのである。

3）卸売市場に対する安全性確保の要請

B中央卸売市場の卸売業者は、買参人および仲卸業者の販売先からもトレーサビリティ・システム導入の要請はほとんどないとしている。

しかし、その一方で、量販店対応が中心となっている仲卸業者では、既に「安全・安心」への対応を厳しく求められている。例えば、大手量販店グループC社に納入する仲卸業者D社では、第1に中国産野菜については「生産に関する証明書」の添付を求められ、第2に、D社が「納入商品全般について責任を持つ」という内容の誓約書を、3ヶ月ごとにC社へ提出することが義務づけられている。D社の認識では、これは量販店グループC社の責任回避のための措置であり、安全性に係わる問題が生じた場合、いかなる事情があろうともD社とは取引停止となる。

リスクを抱えつつ量販店との大口取引を行うD社にとって、納入商品の正確な情報を把握することはきわめて重要である。だが、たとえトレーサビリティ・システムを導入していても、その情報に虚偽があった場合には、やはり取引停止に追い込まれる、とD社は考えている。したがって、D社がトレーサビリティ・システムによってリスクの軽減を図ろうとすれば、それは正確な情報の提供が期待できる、「信頼関係」の連鎖が及ぶ産地との取引でなければならないのである。

2．小売段階におけるトレーサビリティ・システムの評価

それでは、このB中央卸売市場から買い受ける小売段階は、「安全・安心」への対応をどのように考えているのであろうか[注3)]。

E生協は約96万人の組合員から構成され、71店舗の他に共同購入部門を有する北海道でも屈指の規模の小売業である。B卸売市場とは大口の取引関係をもっており、その意味では、先に整理した、卸売市場流通におけるスーパー・量販店と同様の性格をもつ存在である。また、前述したT社と同様に、E生協も生協としての性格から食品の「安全・安心」には強い関心を寄せている。

ところが、E生協もまた青果物のトレーサビリティ・システム導入には必ずしも積極的ではない。E生協ではその理由を、青果物トレーサビリティ・システム導入の「意味と効果」を見いだすことができない、としている。もちろん、同生協も、トレーサビリティ・システムの機能と効果は十分に承知している。しかし、E生協は、B中央卸売市場からの仕入れ、独自の産直取引ともに、取引する業者および産地が安全性に係わる事項も含めた取引契約を遵守しているものと認識している。というものも、E生協としては、そのことを信頼できなければ、トレーサビリティ・システムの有無に係わらず、取引自体が成立しないからである[注4)]。

食品の「安全・安心」を確保することにとりわけ重要な意味があるE生協が、その確保のためのトレーサビリティ・システムを導入しない理由は、次のように理解できる。E生協に限らず生協組織は、今日のような「安全・安心」が社会的関心事となる以前から、食品の安全性確保に傾注してきた。そこでの「安全・安心」な食品の確保は、青果物における生産者との直接取引であれ、加工食品におけるメーカーへの委託生産であれ、信頼できる主体と結びついたものであり、要するに「信頼関係」を軸とした取引であった。生協の理念を実現しうる取引方法は流通コストを押し上げることから、価格面では市中の量販店よりも高単価であるのが一般的であった。しかし、消費者たる組合員は、生協が販売する商品の性格を理解し、それを支持してきた。このようなあり方で今日まで

展開してきた生協にとって、トレーサビリティ・システムの導入は、安全性の精度を高めることが確実ではあるが、それまでの安全性確保のための方策と矛盾しかねない側面をもっているのである。

注1）ヒアリングは、卸売会社2社、仲卸業者2社、さらに仲卸組合（3社）に対し、2003年12月～2004年1月にかけて行った。なお、有機農産物の取り扱いに傾注している1社は、トレーサビリティ・システムについて高く評価しており、卸売市場流通の中で「顔の見える関係」の構築に取り組んでいる。このこと自体は重要な意味をもつが、本稿では一般的品質のものを中心に考察するため、ここでは除外する。

注2）青果物において製品差別化に伴う価格差は、一部の例外を除いて、3割高が限界という。根拠ははっきりしないが、小売、卸、仲卸ともに、価格差の限界は3割以内としている。なお、これは北海道のみならず、関東および関西でも同様であった。

注3）ここでの記述は、2004年2月に行ったE生協へのヒアリングに基づく。その後、2004年7月に、システムAとは別の青果物トレーサビリティ・システム実証試験に、1店舗が参加することを発表しており、取り組み姿勢には変化がみられる。

注4）なお、産直については職員による産地確認が行われている。

V　従来型の卸売市場流通における「信頼関係」に基づく「安全・安心」への対応

1．卸売業者F社の概要とトレーサビリティ・システムへの評価

B中央卸売市場の事例では、「信頼関係」に基づく取引を基盤としており、流通機能が重複するトレーサビリティ・システムの評価は、その必要性自体を疑問視するものであった。しかし、青果物の「安全・安心」の確保が社会的な要請となっている以上、卸売市場は商業取引の側面からも、消費者の「安全・安心」の要求には対応しなければならない。この点で、B中央卸売市場の事例で示した従来型の卸売市場流通は、「信頼関係」を軸とする取引によって安全性を確保しているものの、消費者の要求に対して積極的な改善策を提示しているわけではない。

しかし、その一方で、従来の「信頼関係」に基づく取引を、「安全・安心」の提供へと積極的に展開していく卸売市場も存在している。以下では、F中央卸売市場を事例に、「信頼関係」と「安全・安心」の関係について明らかにする[注1)]。

関西地方のF中央卸売市場は、2003年の取扱金額が465億円、全国順位では14位となる大型卸売市場である（前掲資料による）。その分荷圏は、大阪市南東部から大阪府南部、さらに和歌山方面にまで及んでいるが、都市圏への供給を中心的役割としている点で、F中央卸売市場もまた典型的な集分荷構造をもつ大型市場であるといえる。F中央卸売市場の取扱品目は青果物、水産物と一部の加工食品であり、うち青果部に入場している卸売業者はF社のみとなっている。F社は卸売業者の中でもマーケティング志向が強いことで知られており、青果物の「販売会社」として、消費動向のリサーチ部門を設置するなど、積極的にマーケティング戦略を展開している。

このF社は、「栽培履歴システム」である、システムFを運営している。本格運用は2003年4月からで、2004年2月時点では、集荷側では出荷団体として30団体、出荷人数では約3000人、スーパー・量販店・実需者等の販売側では約40社がシステムFを利用している。これらは、システムFの導入によって確立したものではなく、以前からの継続的取引関係である。

ところで、このシステムFは、流通履歴が組み込まれていないため、トレーサビリティ・システムではないし、実際にF社もトレーサビリティ・システムとは称していない[注2)]。追跡と遡及については、B中央卸売市場と同様に、既存の卸売市場流通によって可能としている。むしろ、F社では、卸売市場流通の課題である「安全・安心」への対応を考えた際に、商業取引の側面から栽培履歴と流通履歴を併存させる必要性がない、と判断している。その根拠として、第1に栽培と流通それぞれに生じる問題の質があまりに異なり、これらを分離して把握しなければ混乱が生じると考えられること。第2には、自らが直接関与しない流通経路上での偽装は回避しようがないこと、第3に消費者の不信感は無登録農薬使用や残留農薬など、現実的には生産サイドの問題に集中していること、の3点を指摘している[注3]。そこで、F社では、今日の卸売市場流通における商業取引上の重要課題、すなわち消費者からの「安全・安心」の要求に応える、という目的のために構築された「トレーサビリティ・システム」が必要であると考えているのである。

2．システムFの基本的考え方とその経路

F社がシステムFの構築に取り組んだのは、2002年に発生した無登録農薬問題が契機となっている。当時、F社は納入先である量販店から「安全性に関する誓約書」の提出を要請された。当然、その背景には、青果物の安全性に対する消費者の不信感の高まりが存在する。しかし、F社はこれらの動向を、青果物に続発した問題やその報道によって、消費者に過剰なまでの不安感が生じ、そのため、栽培履歴に対しても過度な関心を寄せている状態、と捉えた。そこで、システムFは、消費者の不安感を緩和し、栽培履歴に対する関心を「適正な程度にまで低下」させることを第一の目的に掲げている[注4)]。

一方、F社と継続的取引を行っている産地もまた、このような消費者の動向への対応を迫られていた。だが、F社は、「過度な関心」をそのまま受け入れることは必ずしも産地のためにはならない、としている。そこで、消費者の要求を直接受け入れるのではなく、システムFを介して消費者へと対応することで、一方では消費者の要求との妥協点を見いだすとともに、他方では栽培データとしての蓄積や不慮の事故対策など、生産者による利活用が可能な栽培履歴を定着させようとした。これが、システムFの掲げる第2の目標である。

つまり、F社が行おうとしたのは、生産と消費を接続するという立場から、生産者と消費者の間の齟齬を調整することであり、生産者の取り組みを、消費者が「安心・安全」として理解する情報提供のあり方を考えることだったといえる。

そこで、図3はシステムFの流通経路と、栽培履歴情報の流れを示した。ここからわかるように、流通経路自体はシステムF商品も在来商品も同様である。それだけではなく、システムF商品は、銘柄の一つではあるが、栽培履歴システムによる差別化商品としては位置付けられていない。実際に卸売りは通常のせり販売で行われ、販売先の量販店等でも他の青果物と区分した販売は行われていない。その結果、システムF商品とそれ以外の商品に、単価差はほとんど生じない。ただし、量販店等からシステムF商品に限定した発注はある、としている。その要因の第1は、F社の責任で栽培履歴の存在は保証されており、かつ経路もF社

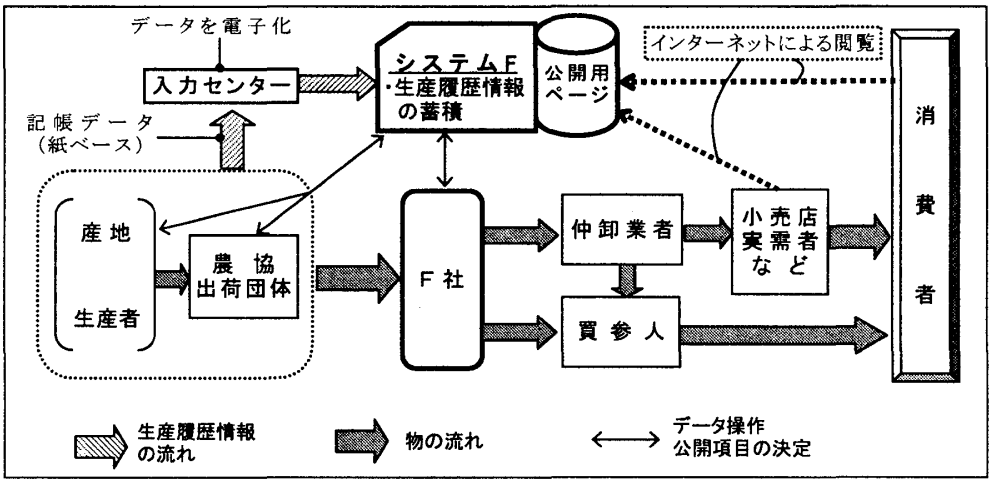


図3　システムFの流通経路と生産履歴情報の流れ

資料：F社業務資料およびヒアリングから作成

注：生産履歴情報は、農協等から直接にシステムFのサーバーへ入力することも可能である。

が把握しているため、その意味で商品の「素性」が明確なことである。だが、むしろ第2に、次項で詳述する、F社によるマーケティングのあり方がより強く影響していると考えられる。

3.「信頼関係」を軸とした取引における「安全・安心」情報の伝達

「栽培履歴システム」であるシステムFの最大の特徴は、「安全・安心」の提供という目的で、リテール・サポートと連動させて、生産情報を縮約している点である。

具体的には、F社はシステムF商品について、当該青果物や産地の特徴、栽培履歴に見られる生産者の取り組み内容を、「掲示用ポスター」、「配布用リーフレット」、「店頭用POP」を作成し、商品とともに納入している。それらには、必ずしも安全性に係わるデータが掲載されているわけではない。むしろ、①生産者の顔写真、②当該品目の栽培方法、③産地としての安全性確保の方針、さらに④商品の特性や⑤調理方法、などが中心となっている。それらでは、②や③のような安全性に係わる項目であっても、必ずしもデータを提示しているわけではなく、むしろその「素性」を端的に表現することを重視している。また、栽培履歴自体は直接表示せず、上記の作成物に、インターネット上では栽培履歴を公開していることを記載するのみである。したがって、それを確認しようとする消費者は、自身がインターネットを通じて行うことになる。

つまり、システムFでは、「消費者の安心・信頼の確保」を、トレーサビリティ・システムによる栽培データの提示ではなく、F社による生産情報の縮約によって実現しようとしているのである。これは、流通の透明化というトレーサビリティ・システムの手法よりも、自己の責任で販売するという、商業者としての本来的な役割を前面に出した手法であるということができる。

注1）F社およびF中央卸売市場へのヒアリングは、2004年2月に行った。

注2）流通履歴を含まない点は、スーパー・量販店のPB商品の多くも同様であり、また、JA全農の構築した「安心・安全システム」も同様である。

注3）F社へのヒアリングによる。

注4）ヒアリングによる。F社が公開しているシステムFの資料にも同じ趣旨の記述があり、同社がこの見解に確信を得ていることがわかる。なお、第2の生産者対応に係わる目的についても、同様である。

Ⅵ　トレーサビリティ・システムの流通論的分析

1．産地－卸売市場間における「信頼関係」の役割とトレーサビリティ・システム

ここでは、卸売市場と産地の取引関係および消費者の購買行動という2つの側面から、卸売市場流通とトレーサビリティ・システムとの機能的な重複関係について、流通論の視角から分析する。

先に整理した卸売市場流通を規定する論理では、スーパーおよび量販店が主導する取引において、産地－卸売市場間の取引関係で重視されるのは、「数量」と「品質」の確実かつ安定的な確保であった。そこでは、産地の機会主義的行動が最大の阻害要因となることから、これを回避するべく継続的取引が志向されていた。ところが、前述の「誓約書」の存在でもわかるように、今日、小売段階からの要求には「安全性」も加わっている。したがって、卸売市場は集荷に当たって、数量と品質のみならず、量販店が要請する安全性の基準を満たす商品の確保が新たに必要となっている。

ところで、トレーサビリティ・システムは、本来、商品そのもの安全性とは無関係な存在である。だが、現実的には、栽培履歴の公開はトレーサビリティ・システム構築の必須条件となっており、その点だけを見ても、卸売市場流通におけるその展開の必然性は十分に存在している。にもかかわらず、卸売市場はトレーサビリティ・システムによって安全性を担保するのではなく、従前の「信頼関係」を基盤とした取引を重視しようとする。これまでの分析を踏まえれば、その要因については次のように説明できる。

まず、第1に、トレーサビリティ・システムの導入が既存の卸売市場流通との間に機能の重複を生じさせることである。商業取引としての卸売市場流通で重要なのは、「数量」、「品質」、そして「安全性」の3要件が揃って安定的に確保されることであった。卸売市場流通ではそれを産地との「信頼関係」によって確保しようとしていた。そこでは、トレーサビリティ・システムは安全性に関する追加的な情報流として位置付けることができ、その導入は安全性に関する情報の精度を確実に向上させる。しかし、トレーサビリティ・システムによって透明性が確保された流通経路であっても、そこに「数量」と「品質」の安定が欠如しているのでは、商業取引という側面で成立しない。「安心・安全」に係わって、卸売市場が必要とする情報が包括的な「信頼関係」によって確保できているならば、そこに改めて「安全性」特化した情報流を追加することは、機能的な重複に他ならない。

第2に、現実の卸売市場流通からみたトレーサビリティ・システムの信頼性に関する問題である。トレーサビリティ・システムによって提供される情報に基づいた販売を行っていれば、安全性に関する契約事項に反した商品を、誤って納入する可能性は限りなく少なくなる。その点においては、卸売市場における量販店対応のリスクを大幅に軽減することが可能である。だが、そもそも産地の生産履歴に誤りないし虚偽があった場合、先の仲卸業者D社の指摘では、トレーサビリティ・システムによって産地側の責任であることが示されたとしても、結果的には取引停止に追い込まれる可能性が高い。なぜなら、生産情報の縮約は商業の重要な機能であって、そのために正確な情報を確保することは商業者の役割である。そこで、商業者は、産地との関係性を強化し、取引主体間における情報の偏在を解消しようとする。したがって、誤った生産情報に基づいて販売するということ自体、そもそも商業者としての本来的な役割の遂行が不完全であることを示す。その面で、トレーサビリティ・システムが軽減するリスクとは、商業取引におけるリスクではない。したがって、D社のような量販店への納入業者にとって最も重要

なのは、トレーサビリティ・システムを導入しているかどうかではなく、産地が記録した生産履歴の信憑性であり、それを担保する「信頼関係」なのである。

これら2点の要因から、卸売市場にとって産地との「信頼関係」の構築は、依然として取引の必須条件となっているのである。トレーサビリティ・システムは、各主体が独立して存在し、それぞれが市場を介してのみ接触する開放的な流通体系において、高い効果が発揮されることを前提としている。ところが、現実の卸売市場流通では、取引関係自体が継続的取引からパートナーシップへと展開することで、主体間の情報の非対称性を緩和しようとしている。したがって、「信頼関係」を軸とした取引においてトレーサビリティ・システムが追加されることはあっても、「安全・安心」情報に限っても、トレーサビリティ・システムが「信頼関係」を代替することは考えられないのである。

2．消費者の購買行動と青果物トレーサビリティ

消費者の「安全・安心」への要求へ対応するためには、トレーサビリティ・システムの構築によって流通を透明化するとともに、商品の履歴情報を消費者に伝達しなければならない。ところが、B中央卸売市場では、今日の状況下においても、消費者の青果物購入の選択基準は「鮮度」であり、それは視認するものであるから、依然として「見た目」が重要だ、としていた。確かに、無登録農薬問題が明らかになる以前のアンケート調査結果からは、「野菜を購入している店を選んだ理由」や「生鮮野菜を購入する際、重視するもの」の設問に対し、「鮮度」に関連する回答のウェイトは高い[注1)]。しかし、その一方では、量販店の多くが「安全・安心」を強調した商品展開を図っているのであり、一概に消費者が「見た目」を重視して選択しているとはいえない。このような不一致は、流通理論から次のように説明される。

日常的に消費する青果物は、消費者の買い物行動から「最寄品」に分類されている。購入頻度が高い「最寄品」は、消費者が購買に当たって最小限の努力しか払おうとしない消費財であり、比較選択などに時間をかけず、即座に入手することを望む商品群である。いかに消費者が「安全・安心」を求めているとはいえ、日常的に消費する青果物は、本質的には典型的な「最寄品」である。

消費者が青果物の購入に当たって、「最寄品」であることと、「安全・安心」への要求の双方を満たそうとすれば、特定の産地ブランドなどに基づいて信頼できる商品を選択するか、あるいは、商品を逐一確認せずに済む、信頼のおける店舗で一括して購入するしかない。小売業者にとっては、そこで消費者から選択される店舗となるかどうかが問題となるのであり、その根拠となる店舗への信頼性を獲得することはきわめて重要なのである。その点で、量販店におけるPB戦略、さらに、T社におけるシステムAへの参画理由、すなわち、生産履歴開示システムの端末を設置し、取り組みの姿勢を示すことで店舗のブランド・イメージの向上をねらうという行動は、きわめて合理的であるといえる。また、同様の論理から、「安全・安心」に係わる情報を端的に提示しようとする卸売業者F社の戦略は、青果物の商品特性に適した対応であり、F社とシステムF商品に一定の信頼性が維持されている限りは、きわめて有効であると考えられるのである。

小売段階での量販店の青果物販売のあり方も、一方で安全性を強調した独自商品で消費者の信頼性を向上させ、他方で大半の品揃えは「信頼関係」に基づく従来型の取引によって、鮮度とともに、従来の流通で確保しうる一定の安全性を保持した商品を提供する、というものである。これを前提とすれば、依然として鮮度が重要というB中央卸売市場での指摘は、彼らの取引の範囲内では確か

に妥当性があると考えられるのである。

注1）例としては、農林水産省「生鮮食品の原産地表示に関する消費者の購買意識について」（2001年11月調査）、岐阜県「平成13年度生鮮野菜の購入等に関する意識調査」（2001年8月調査）などがある。

Ⅶ　まとめ

本来、流通とは商業者による「信頼関係」の連鎖によって成立している。青果物では、卸売業者は自己の責任において商品を集荷し、産地もまた出荷市場を信頼し、販売を委託する。卸売市場においては、卸売業者は販売代理人として、出荷品の特長を生かしつつ、高価格の販売を目指す。買い手の仲卸業者は小売業者の購買代理人として出荷品を評価し、適切な価格をもって買い受ける。さらに、小売業者は消費者の購買代理人として、その要望に応えつつ品揃えを行う。

昨今の青果物流通に係わる問題は、既存の卸売市場流通に本質的な問題があるというよりも、むしろ流通が本来的に保持している機能が、なぜ十分に確保されなくなっているのか、という点に解決すべき問題があると考えられる。本稿での分析を踏まえれば、青果物流通にトレーサビリティ・システムが導入されたとしても、それが商業者間の「信頼関係」に置き換わるわけではない。したがって、今日の「安全・安心」を求める消費者への対応として、「信頼関係」を軸とした取引を重視するというあり方にも、一定の合理性は存在している。なぜなら、トレーサビリティ・システムの導入は、産地の生産コストを押し上げる要因となるのはもちろんのこと、流通機能の重複を生じさせることで、流通の合理性を低下させ、流通費用の増加をもたらすからである。

ただし、これらを根拠として、青果物トレーサビリティ・システムを不要とするのは早計であろう。冒頭で触れたように、輸入品の着実な増加は、卸売市場流通にとっても「信頼関係」の論理が通用しがたい経路の拡張を意味している。さらに、2004年には卸売市場の関連会社までもが関与した、輸入野菜の産地偽装が発覚している。もはや、卸売市場が指摘する「信頼関係」によって確保される流通機能は、その関係が確立しうる国内産地と卸売市場を前提として考えざるを得ないのである。

本来、安全性に係わる大規模事故に事後的な対応は意味がないのであり、このような不安要素が残存し、今後、青果物で事故が生じないという保証がない以上、それへの備えは社会的にきわめて重要なのである。ただし、実際のトレーサビリティ・システム導入に当たっては以下の留意点が指摘できる。すなわち、技術的側面について、トレーサビリティ・システムが青果物の卸売市場流通に適合しうることは、システムAの事例からも判断できる。しかし、商業取引という側面では、既存の卸売市場流通にとってトレーサビリティ・システムはまったく異質の論理をもつ存在である。トレーサビリティ・システム本来の意義を逸脱し、その導入が青果物の付加価値や有利販売と関連づけられる状態は、商業取引への適用に対する困難性の現れとも考えられる。青果物トレーサビリティは、青果物の安全性に係わる社会的な役割を担うことが期待されているのであり、したがって、そのシステムの導入は、主体個々の経営戦略としてではなく、あくまで社会資本の整備として行われるべきであろう。

付　記

本稿に係わる調査は、（社）北海道地域農業研究所「青果物トレーサビリティ・システムの導入に係わる調査業務」（委託者：ホクレン農業協同組合連合会）に関連して行われた。また、本稿の一部は同業務による「青果物トレーサビリティシステムの導入に係る調査業務報告書」（2004年3月）を改稿したものである。

本稿の作成に当たり、トレーサビリティ・システムに係わるメーカのみなさま、卸売市場関係者のみなさまより多大なご教示を賜った。記して謝意を表したい。

引用文献

[1] 新山陽子編『食品安全システムの実践理論』昭和堂，2004年

[2] 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，1998年

[3] 食品のトレーサビリティ導入ガイドライン策定委員会『食品トレーサビリティシステム導入の手引き（トレーサビリティガイドライン及びトレーサビリティシステム実証事例）』平成14年度農林水産省補助事業 安全・安心情報提供高度化事業報告書、2003年

（2004年12月23日受理）