

野菜の市場と小売価格(Ⅱ)

—松江市の事例—

猪 股 越[※]

Itaru INOMATA

Studies on Marketing and Retail
Price of the Vegetables (Ⅱ)

はじめに

筆者は、前年度に中央卸売市場の設置されている名古屋市で野菜の小売価格調査を実施したが、[※]ひき続き今年も松江市で同様の調査を試みた。

青果物の流通問題が議論の対象となつてから、昭和38年7月に「生鮮食料品流通改善対策」が閣議決定されて以来でも、すでに満5ヶ年を経過した。その間、多くは中央卸売市場に問題の焦点があてられ、地方市場についての議論は比較的等閑に付されていたきらいがある。昭和41年の野菜の中央卸売市場入荷量は総入荷量の42%に達しているが、全国各地の中小都市で卸売業務を営む地方市場の取扱高も無視しえない数量にのぼっている。しかも地方市場の数は中央卸売市場よりもはるかにその数が多く、物価問題の上からも、大都市市場同様に地方都市における青果物流通問題は検討すべき課題を残している。

本稿では、中央卸売市場の設置基準である人口15万人に達していない松江市(人口11万人余、したがって地方市場)の市場構造を紹介し、あわせて野菜小売価格調査の一部を集計し、地方市場における野菜流通の実情について、中間報告を行ないたい。

調査方法

まず第1に、松江市内青果会社の概況調査を実施して、青果物の入荷状況、取扱金額を青果会社、県庁、農林省島根県統計調査事務所の資料によって明らかにし、松江市場における野菜の卸売数量および卸売価格の変動状況を検討しようとした。

第2に、市内青果物小売店を無作為に47店選び、昭和

45年9月9日(月)～9月14日(土)午後1時～4時の時点で、キュウリ、ナス、トマト、ニンジン、キャベツ、ジャガイモ、タマネギの7品目を対象に、毎日の小売価格を調査した。6日間の調査のうち、小売商の仕入れ値段をも調査出来たのは、9月13日(金)のみであつて、他の5日間については調査労力の関係と小売商の協力態度から、仕入れ値段の聴きとりは割愛せざるをえなかった。9月13日に仕入れ値段を教示して頂けた小売店は20店である。本稿では、とりあえず仕入れ価格を明らかにしえた20店の調査結果のみを集計し、6日間の調査を含む松江市における青果物流通実態分析については、あらためて詳報する。

なお、名古屋市においては盛夏の8月4日を調査日としたが、本稿の対象日は盛夏をすぎた9月13日で、曜日はいずれも(金)であるが、調査期日に40日のずれがある。当初は、名古屋市＝中央市場、松江市＝地方市場という場所および規模の差にもとづく特色を吟味するために、昨年同様8月上旬に調査を実施する予定であつたが、事情によって調査が延引した。したがって、気温の違い、市場出廻り量の違い(例えばトマトは出荷最盛期をすぎている)など、前提となる条件に差異のあることをことわっておく。

〔Ⅰ〕卸売市場調査

松江市場の概要

松江市における青果市場の概要を第1表に示す。

松江市場においては、市内居住の仲買人の買参はなく、小売商は直接荷受会社より仕入れする。名古屋市場の如く仲買人、小売商ともに買参している市場では、大口購入者である仲買人が卸売り価格決定の主導権を握っているが、松江市場においては大型小売商が卸売り価格

※ 農業市場経済学研究室

※ 拙稿 野菜の市場と小売価格—名古屋市の事例—
島根大学農学部研究報告第1号 昭和42年12月

第1表 松江市内青果物卸売市場の現状
(昭和42年)

	買 参 人	資 本 金	常 業 員 従 数
合 同 青 果	206人	20,000千円	35人
連 合 青 果	191	12,600	41
藤 原 商 店	77	500	12

(注) 島根県卸売市場整備計画書資料編(昭和43年, 島根県)による。

決定の主導権を握っている。

名古屋市場では、本場、批把島市場ともに、同一場所に卸売会社がる社ずつ設置されており、同一市場の卸売会社のセリ時間に若干の差異があるために、買参人の仕入れ先は各社にまたがっていた例が多かったが、松江市場の場合、卸売会社の位置が離れている関係上、荷受会社と小売商の間には、ほぼ固定した系列関係がある。

松江市場における野菜取扱状況

松江市における青果市場3社の取扱状況は第2表に示されるが、合同、連合の2社によって、約9割が取扱われている。

第2表 会 社 別 青 果 物 取 扱 状 況

		合 同 青 果		連 合 青 果		藤 原 青 果
		40 年 度	41 年 度	40 年 度	41 年 度	40 年 度
野 菜	数 量	4,460 t	4,481 t	5,180 t	5,084 t	1,890 t
	金 額	177,639千円	191,349千円	216,757千円	250,367千円	50,745千円
う ち 地 場 野 菜	数 量		2,999		3,974	
	金 額		114,557		182,497	
果 実	数 量	5,514	5,560	2,634	3,085	320
	金 額	380,213	443,954	221,273	242,070	27,330
そ の 他	金 額	100,325	101,376	13,547		
合 計	金 額	658,177	736,679	451,577		

(注) 40年度の数字は県特産課資料による。41年度の数字のうち、数量は統調の旬別統計により集計、金額は市場にて把握。

合同、連合2社の野菜、果実の取扱数量および金額の比率を算出すれば、合同青果は果実の、連合青果は野菜の取扱比率が高いという特色がみられる。野菜に主体をおく連合青果では、近郊地場野菜の入荷割合が高い。

昭和41年における松江市場の野菜、果実の入荷状況を比率でみれば第4表の如くであり、松江市場に入荷する

第3表 合同・連合両社野菜・果実取扱比率

		合 同 青 果		連 合 青 果	
		40年度	41年度	40年度	41年度
野 菜	数量	44.7	44.6	66.3	62.2
	金額	31.8	30.1	49.5	50.8
果 実	数量	55.3	55.4	33.7	37.8
	金額	68.2	69.9	50.5	49.2
野菜中地場	数量		66.9		78.2
野菜の割合	金額		59.8		72.9

県内産野菜の数量比率は77.7%に達している。その主要産地は安来市赤江、八東郡東出雲、松江市竹矢、津田、忌部、川津、大庭などであるが、県内産地といっても単一品目を集中的に栽培するといったいわゆる大型産地ではなく、その殆んどが出荷単位のまとまらない「バラ荷」であって、荷姿の不統一が顕著である。セリ人の体験的実感によれば、近郊野菜の卸売価格の上下格差が大きく、とくに葉菜類において著しいという。

野菜卸売数量および卸売価格の変動分析

われわれは、農業市場経済学研究室専攻生飯島俊也君の協力をえて、市場入荷動向、価格変動状況を検討するために、昭和41年1ヶ年間にわたって農林省島根統計調査事務所が記録した青果物流通統計旬報の基礎資料である卸売会社別の旬別卸売数量ならびに卸売価格をデータ

第4表 松江市場入荷青果物の産地別比率

産地等	野菜		果実		
	数量	金額	数量	金額	
直 接 入 荷	島根	77.7	71.0	16.0	18.4
	長崎	3.0	3.2	2.5	2.6
	北海道	2.9	2.9		
	鳥取	2.8	2.9	19.8	10.3
	岡山	2.0	3.0	4.2	5.5
	宮崎	1.9	5.3		
	熊本	0.9	2.0	2.0	2.6
	長野	0.9	0.9	12.8	11.7
	佐賀			16.4	19.7
	青森			9.6	9.0
荷	広島			7.6	9.4
	香川			4.0	4.5
	その他	7.9	8.8	5.2	6.1
計	96.6	93.8	88.5	77.2	
転送	2.3	5.2	1.9	2.5	
輸入	1.1	1.0	9.6	20.3	

(注) 転送欄は大阪、神戸、広島、下関、米子等の市場を経由して入荷したものの合計比率である。

として、合同、連合両青果会社別に、野菜14品目について地場野菜と旅荷産地野菜に分類し、卸売数量および卸売価格の変動係数を算出した。紙数の制約上、14品目のうち、ダイコン、カブ、ゴボウ、結球ハクサイ、ホウレンソウ、ピーマン、カンショの7品目については掲示を省略し、ニンジン、キャベツ、ナス、トマト、キュウリ、パレイショ、タマネギの7品目のみの数値を示しておこう。(第5表)

算出結果について、次の点を指摘したい、

- (i) 価格の単純平均をみると、総じて地場ものより産地ものが高い。産地ものが高いのは、主として端境期の抑制、促成野菜の入荷と関連がある。
- (ii) 卸売数量変動に関しては、合同青果より連合青果の方が地場もの、産地ものともに卸売数量変動係数が低い。とくに連合青果の地場ものの変動係数が低く、合同青果と対比して、相対的に連合青果は地場野菜依存による安定的入荷を図っていることを実証できる。なお、産地ものの変動係数が両社ともに高いということは、松江市場に対しては産地ものが不定期的にしか入荷しないという事実を示し、大量、統一、計画出荷を「たてまえ」とする他府県大型野菜産地では、消費人口の少ない松江市場に対して安定的、継続的に出荷をなさないという事情を示す。

(iii) 卸売価格変動に関しては、14品目の個々の卸売価格変動係数をみるとバラツキが極めて大で、その特色をあげることは困難といわねばならない。セリ人の体験的実感によれば、近郊ソサイの価格変動が大きいというが、計測結果の平均数値では、地場ものより産地ものの卸売価格変動係数が両社ともに大きく、また地場もの依存の強い連合青果と、連合青果より地場もの依存の低い合同青果の間には地場もの卸売価格変動係数には差異がなく、いずれも42.2%となっている。ただ、産地もの卸売価格変動係数が、地場ものそれより高いのは、端境期に入荷する抑制、促成野菜の価格動向と関連していることが考えられるが、この点の検討吟味は今後の課題として残される。

旬別統計を基礎としたこの分析方法によれば、卸売数量、卸売価格の日々の変動の実態を示すことは困難である。青果物の入荷量や価格の分析には、日々の変動が極めて重要な意味を含んでいる以上、旬別統計では日々の変動状況が十分反映できず、とくに価格変動の分析においては資料的制約をうけることとなる。われわれは、あらためて卸売会社の日々の売上げ個票によって、日々の変動状況の変動状況を検討する必要性を痛感する。

ところで、経験的には近郊ソサイの卸売価格の変動が大きいといわれている。先述した如く、規格的に不統一な地場近郊野菜に主として依存する松江市の野菜供給実情であるが、小売商が卸売会社から野菜を仕入れて小売する実態はどのようなものであろうか。松江市の野菜小売調査によって、その実情をみてみたい。^{*}

^{*} 今回は9月13日のみの調査結果を集計した。1日だけの、しかも調査対象店数も20店のみであるために、調査結果には限界がある。青果物の流通実態を検討するためには、大量のサンプルによって、長期間の継続的調査をすることが望ましい。しかし長期間の大量観察には困難性がある。今回の6日間の調査と、昨年12月松江市内で専攻生永原、飯島両君の努力によって行なった市内35店の7日間にわたる野菜小売調査によって、あらためて松江市内における野菜流通実態分析の詳細を行ないたい。

〔Ⅱ〕 小売状況調査

小売商の仕入れ状況

小売商の品目別仕入れ日を見ると、キュウリ、ナスといった日もちの悪い品目は9月13日の調査当日の仕入れが多く、日もちのよいパレイショ、タマネギは前日以前の仕入れ商品が多い。今回の調査では盛夏を過ぎていたとい

第5表 会社別・品目別卸売数量および卸売価格の変動係数

	連 合 青 果				合 同 青 果			
	変 動 係 数		単 純 平 均		変 動 係 数		単 純 平 均	
	数 量	価 格	数 量	価 格	数 量	価 格	数 量	価 格
ニ ン ジ ン	%	%	t	円	%	%	t	円
	16.3	33.9	3.84	37.1	48.5	32.8	3.85	37.0
キ ャ ベ ツ	17.4	18.6	13.86	28.5	42.5	33.5	9.33	27.6
	105.0	53.3	3.79	24.9	129.4	33.1	3.62	29.7
ナ ス	94.6	91.6	8.22	62.6	99.7	83.6	8.91	58.6
	191.7	71.0	0.58	242.8	146.1	93.3	0.53	197.7
ト マ ト	91.6	25.0	20.19	67.4	134.0	45.0	12.34	67.1
	110.8	41.7	1.58	96.8	120.3	44.8	1.87	90.3
キ ュ ウ リ	54.4	69.4	18.35	46.2	88.1	63.6		46.4
	109.0	47.3	2.52	133.4	89.1	67.8	3.23	110.3
バ レ イ シ ョ	32.0	19.2	8.18	30.9	114.6	26.9	5.54	30.9
	70.6	51.4	6.62	37.7	64.7	28.9	7.85	31.6
タ マ ネ ギ	29.8	58.7	9.07	23.4	113.6	60.0	4.81	22.7
	69.3	54.8	8.71	26.9	83.0	50.2	11.06	26.9
14 品 目 平 均	45.7	42.2			82.4	42.2		
	100.1	47.0			112.0	46.4		

(注) 1. 上段が地場もの、下段が旅荷ものである。
 2. 卸売数量平均は旬別平均数量である。価格はKg当りである。

う事情もあるが、松江市の小売商は昨夏調査の名古屋市の小売商に比べ、日もちの悪いものでも前日以前の仕入商品を店頭にもちこしている割合が高く、したがって鮮度の落ちた野菜を販売する割合が高くなっている。野菜の如き新鮮度を重んずる商品にあつては、小売商は仕入量を出来るだけ当日の需要量に合致させることが望ましい。野菜の需要量は、必需品とはいえ日々の相当変動するために仕入量が当日の需要量と一致しないことが多く、しばしば売れ残りや仕入れ不足を生じる。売れ残りはロス発生の原因となり、また仕入れ不足は競争関係にある他店に自己の顧客を奪われる契機となる。したがって、仕入れ量を当日の需要量に合致させることが小売商の営業活動上重要要件となる。松江市の小売商の野菜のもちこし量が多いということは、顧客を他店に奪われない配慮があるとはいえ、鮮度要求という見地からするならば、消費者の要請にこたえていないといわざるをえない。

第6表 小売商の品目別仕入日

	当日	1 日前	2 日前	3 日前	4 日以前	不明
ニンジン	8	3	4	1	1	4
キュウリ	27	5	2	0	0	5
トマト	6	4	0	0	1	4
ナス	20	2	3	0	1	5
キャベツ	11	5	3	0	1	3
パレイショ	5	2	4	3	6	6
タマネギ	6	2	6	3	5	6

小 売 方 法

小売店での野菜の販売方法は、総件数183件のうち計量売りが94件、ひと山ないし個数売りが89件であつて、名古屋市の総件数214件、計量売りが130件、ひと山ないし個数売りが84件に対し、松江市では計量売りの比重が低かつた。品目別で見れば、キュウリ、ナスは全体がひと

山ないし個数売りである。名古屋市の事例では、キャベツ、パレイシヨ、タマネギは全件が計量売りであったが、松江市においてはこの3品目についても個数売りがみられた。個数売りは、鮮度が落ちた場合にひと山単位で売られることもあり、こうした販売方法によるマージン率のかけ方は低いが、鮮度の高いものに対する個数売りに関しては、名古屋市の事例と同様に、小売商のマージン率のかけ方が大きい場合が多い。

第7表 小売商の販売方法

	計量売り	個数売り	計
ニンジン	18	3	21
キュウリ	0	39	39
トマト	15	0	15
ナス	0	31	31
キャベツ	19	4	23
パレイシヨ	21	5	26
タマネギ	21	7	28
計	94	89	183

1店舗での野菜の値段別の陳列数は、名古屋市の事例同様、調査全品目を通して1階級のみ陳列が主体となっているが、キュウリ、ナスのように出廻り量が多く、日もちの悪い品目には2ないし3階級の陳列をして、値段に幅をもたせている店舗もあり、土物類のパレイシヨ、タマネギも、グラム売りや袋入りの両販売方法を併用している店舗がある。名古屋市事例では、トマトは2ないし3階級陳列している店舗が23店中8店みられたが、松江市の調査対象日がトマトの出荷最盛期をこしており、わずかに忌部開拓地の抑制トマトが入荷しているにすぎないため、販売件数が少ないことと同時に、1店舗を除いて1階級のみ陳列をしているにすぎなかった。

第8表 1店舗当り野菜陳列数

	1階級	2階級	3階級	4階級	計
ニンジン	19	1	0	0	21
キュウリ	7	8	4	1	39
トマト	12	0	1	0	15
ナス	11	7	2	0	31
キャベツ	17	3	0	0	23
パレイシヨ	14	6	0	0	26
タマネギ	13	6	1	0	28

小売価格

野菜の小売価格は、同一品目であっても販売する店によって価格に違いがある。調査当日の小売価格の最高、最低は第9表のようであり、その上下差はきわめて大きい。このように小売価格の上下格差が大きいのは、野菜が多数の零細生産者によって生産され、産地や品種、品質の違いが大きいこと、規格化、標準化が困難なこと、腐敗性が強いという性質をもつことなどによるが、これらの条件を勘案した上で小売商の小売価格決定行動について考察する必要がある。小売商の小売価格決定行動については、のちに辻井博氏の所論を引用しつつ、松江市の小売商の行動様式を説明するが、要するに個々の小売商は、売価の決定にあたって一般的な小売価格決定要因をふまえた上で、第9表に示したような上下格差の大きい価格決定をなしている。

第9表 品目別最高・最低価格

	最高	最低	単位
ニンジン	1,300	800	10Kg当り
キュウリ	25	5	1本
トマト	1,800	600	10Kg当り
ナス	17	2	1本
キャベツ	1,000	300	10Kg当り
パレイシヨ	800	300	10Kg当り
タマネギ	800	200	10Kg当り

小売粗マージン率分析

昨年度同様、各店舗別、品目別に仕入れ価格および小売価格を単位換算して算出し、ついで両者の比率（粗マージン率）を計算した。計量売りの多いニンジン、キャベツ、トマト、パレイシヨ、タマネギは10Kgに、個数売りされているキュウリ、ナスは1本あたりに換算して算出した。この際、調査項目欄記入不備のため、粗マージン率算出不能のものが、ニンジン2件、キュウリ9件、トマト2件、ナス3件、キャベツ1件あった。

今回の松江市の調査結果の品目別の粗マージン率の算術平均の順位は、①パレイシヨ ②タマネギ ③キャベツ ④ナス ⑤キュウリ ⑥ニンジン ⑦トマトであるが、両都市間の品目別の粗マージン率に関する異同をあげれば次の如くである。

- (i) 両都市の粗マージン率の最低はトマトである。とくに松江市で低い。

第10表 店舗別・品目別小売粗マージン率

店番号	ニン ジ	キ ウ	ユ リ	ト マ ト	ナ ス	キャベツ	パ レ イ シ ョ	タ マ ネ ギ	件数	粗 マ ー ジ ン 率 計	平 均
1	200	286	—	150	133	120 160	120 160	8	1,329	166.1	
2	143	213 167	131	256	167	240	200	8	1,517	189.6	
3	143	128 111	?	127 145	?	160	167	7	981	140.1	
4	83	? ? ?	127	133	133	200	143	6	819	136.5	
5	160	150	—	160	140	200	200	6	1,010	168.3	
6	?	135	120	176 110	170	167	333	7	1,211	173.0	
7	125	133	150	?	150	167	167	6	892	148.7	
8	163	150 189	—	100 160	300	160 150	160 150	10	1,682	168.2	
9	?	189	143	117	156	165	171	6	941	156.8	
10	143	130 ?	—	133 ?	150	200	150 200	7	1,106	158.0	
11	143	? ? ?	—	165	200 205	200 206	200 204	8	1,523	190.4	
12	167	160 133	—	120 160	159	80 160	149 145	10	1,433	143.3	
13	200	150 120	160	160	133	200	200	8	1,323	165.4	
14	125 147	160 ? ?	?	133 ?	98	202 168	133 163 122	10	1,451	145.1	
15	200	214 125 167	114	250 125 100	120	250	167	11	1,832	166.5	
16	143	143	143	125	175	160	167	7	1,056	150.9	
17	143	120 113	115	136	133	300	300	8	1,360	170.0	
18	143	150	—	200	140	200	160	6	993	165.5	
19	150	200 113	150	150 175 250	182 167	167	167	11	1,871	170.1	
20	186	50 150 170 230	53 80 160	200 140	160 133	200 167	200 167	16	2,446	152.9	
件数	19	30	13	28	22	26	28	166			
粗マ ー ジ ン 率 計	2,907	4,649	1,646	4,356	3,504	4,749	4,965		26,776		
平均	153.0	155.0	126.6	155.6	159.3	182.7	177.3			161.3	
名古 屋 市 平均	158.7	147.1	141.1	171.7	142.3	147.6	141.5			150.5	

- (ii) 松江市においてはバレイショ、タマネギの粗マージン率が高く、ついでキャベツも高い。
- (iii) キュウリは松江市が高く、ニンジン名古屋市の粗マージン率の開きは5～8%程度である。
- (iv) ナスは松江市の粗マージン率が低い。

松江市ではバレイショ、タマネギといった日もちのよいものの粗マージン率が高く、とくにバレイショが高い。9月中旬といった季節では、なお消費者は水分の多いものを欲求する。したがって、水気が少なく、澱粉質に富んだバレイショの売れゆきが悪く、その回転率が低いため、業者は回転率の低さをマージン率の高さでカバーする。

品目別の粗マージン率の最高、最低と、その格差をみてみよう。松江市の調査結果では、タマネギ、バレイショ、キャベツは粗マージン率の最高が300%以上となっており、日もちのよさに乗じて高い粗マージン率をかけている店舗がある。最低をみると、キュウリ、トマト、ニンジン、キャベツ、バレイショで仕入れ価格をわって販売している店舗もある。その原因は、①売れ残りによる鮮度の低下②商品の仕入れ後に小売商が再選別し、同一価格の仕入れ商品に対しても表示価格に高低をもたせる。品質的に劣悪なものに対しては、マージン率を低くして価格表示する。といった事情がある。粗マージン率の最高、最低間の格差を、大きいものから順次列挙するならば、①キュウリ ②バレイショ ③タマネギ ④キャベツ⑤ナス ⑥ニンジン ⑦トマトとなり、名古屋市の事例では、日もちの悪いものに高低格差が大きく、鮮度がおちれば価格を下げる傾向がみられたが、松江市の事例では、粗マージン率の高低順位との関連が、より強くあらわれている。

第11表 品目別小売粗マージン率の最高・最低

		ニンジン	キュウリ	トマト	ナス	キャベツ	バレイショ	タマネギ
松江市	最高(A)	200	286	160	256	300	300	333
	最低(B)	83	50	53	100	98	80	120
	(A)―(B)	117	236	107	156	202	220	213
名古屋市	最高(A)	222	267	182	286	230	222	185
	最低(B)	119	116	113	106	86	115	103
	(A)―(B)	103	151	69	180	144	107	82

調査7品目の粗マージン率総平均は161.3%となり、

名古屋市の事例150.5%を上廻る。松江市の小売商が、仕入れ野菜に対して、より高いマージン率をかけている。このことは、名古屋市の調査対象小売店より、松江市の調査対象小売店の規模が小さいことにも一因がある。すなわち、その規模をみると、一日当たり売上げ高5万円以上の店舗が名古屋市では23店中13店であったのに対し、松江市では20店中2店にすぎない。前報でも指摘した通り、大型小売店は薄利多売によってそのマージン率が低くなっている。

品目別に粗マージン率に差異があるように、店舗別にも粗マージン率のかけかたには相違がある。松江市の粗マージン率の最低店舗は136.5、最高は190.4となっており、160～170間に粗マージン率をかける店舗が最頻度となっている。

第12表 粗マージン率の階層別の店舗数

粗マージン率	松江市	名古屋市
120～130	0店	2店
130～140	1	2
140～150	4	7
150～160	4	5
160～170	6	5
170～180	3	1
180～190	1	0
190～200	1	1

小売商の売価決定行動

松江市の野菜小売商店20店の調査の集計結果は以上のような実情であって、名古屋市の事例にくらべ、その粗マージン率の数値はやや高くなっている。第10表に示された通り、同一店舗内でも、品目によって粗マージン率のかけかたには多様性がある。小売商の粗マージン率のかけかたは、品目、品質、立地条件、顧客層などの各種の要因に左右され、多様性と不特定性があるかにみうけられる。

ところで辻井博氏は、青果物小売商の売価および仕入れ量の決定にあたり、その決定要因について考察し、小売商が多くは勘に頼っているとはいえ、その売価決定についてはかなり詳細な考慮を払っていると述べている。

辻井氏によれば、売価の決定に関する小売商の行動は、以下の過程をたどるといふ。すなわち、小売商はまず最初に当日の予想販売量とは殆んど無関係に、各品目ごとに当日の売価を予定する。次にこの予定売価にもと

※ 辻井博 稿「青果物小売店売価・仕入れ量決定行動」『農業と経済』所収昭和39年9月号

づく販売量の予想を基礎に仕入れが行なわれる。しかし実際に仕入れてきた商品に対し、売価を決定するといったコースをたどるとする。

まず当初、売価を予定する際に小売商が考慮する基本事項は次の3点である。

- (a) 卸売市場の当日の平均的仕入れ価格
- (b) 前日または最近の当該店の売価水準
- (c) 当該店の売価政策の特質および顧客層の性格以上の3点の考慮すべき事項を基礎に、予定売価を想定し、その予定売価のもとでの需要量すなわち販売量を想定する。この想定量を当日の原則的な仕入れ量とする。この過程が仕入れ量決定の第一過程であり、この過程において小売商が考慮する事項の中心は、当日の個別需要曲線の想定である。その際に小売商は次の4点を考慮する。

- ① 前日または最近の売上げ高
- ② 当日の曜日、月間の日付け
- ③ 当日の天候、気温
- ④ 季節と行事

しかし第一の過程で想定された基本的な仕入れ量は、卸売市場における実際の仕入れ条件から修正する必要がある、これを仕入れ量決定の第二過程として、小売商は次の条件を考慮する。

- ⑤ 商品の味、鮮度、規格化の程度、日持ちの良さ
- ⑥ 商品の仕入れ価格
- ⑦ 小売商の当日の持越品保有量
- ⑧ 平均的仕入れ価格の将来予想

次にこのようにして実際に仕入れられた商品に対して、先の予定売価を基礎に実際の売価決定が行なわれる。先の予定売価(a)~(c)は、次の新たな3つの事項を考慮することによって修正される。

- (d) 仕入れ品の価格と品質
- (e) 近隣小売商の平均的売価
- (f) 指導的価格決定者の売価

以上(a)~(f)の諸要素がからまりあって、各個別の小売商の売価決定がなされる。

辻井氏は、小売商の仕入れ量・売価決定について以上の如く指摘し、さらに青果物小売価格の単一化・固定化傾向について、次の如くいう。「これら諸要素のうち、(a)、(e)、(f)はいずれも青果物の部分小売り市場における売価の単一化傾向をもたらすものであり、また(b)の前日または最近の当該店の売価水準は、当日の売価を規定して固定化にむかわせ、(d)の仕入れ品の価格と品質による売価の大幅な変更は客の反応や小売商間の競争の存在により行なわれがたく、これらの点が売

価の日次の推移の硬直性を結果する。」

筆者の実施した実態調査においても、基本的には小売商は以上の諸要因を勘案して売価の決定をしていると判断できる。かくして決定された売価のなかから、先に第10表で示したような店舗別、品目別の粗マージン率が算出でき、また第9表に示したような品目別の小売価格の上下格差の大きい数値となつてあらわれ、さらに品目別の小売価格の上下格差が品目別の粗マージン率の最高・最低間格差と関連を有する結果となつていたのであるが、以下に、松江市の小売商の売価の決定、粗マージン率のかけかたの特色とみられる点を、6日間にわたる調査体験のなかから指摘しておこう。

まず注目される点は、当該店の最近の売価水準が、売価決定に大きなウエイトをしめており、松江市の野菜小売価格の固定性、硬直性が強く、しかもマージン率が高いことである。青果物は日常必需品であるために、消費者は価格の安定性を選好し、日々の価格の変動に忌避的である。松江市の小売商は、多くは固定客中心の販売態度をとり、固定客層の維持によって、自己の経営を安定的にしようとする。かくして小売商は、流動客に対する配慮、対策に欠け、固定客中心の狭い範囲内での販売政策が展開される。日々同じ顧客と接触するならば、小売価格を下げることは容易であっても、上げることは困難である。そこで小売商は、粗マージン率水準を高くして売価水準を一定線にある程度固定化し、今日の損失は明日の利益で補うという方向をとる。このような傾向は、松江市で支配的に存在する小規模小売店に多くみられるところである。

つぎに、近隣競合店舗の平均的な売価水準が無視されることが多い点である。このことは、各小売店が自己の店の経営方針や顧客層の特徴について主張するなかからくみとれる。すなわち、「私の店は比較的顧客層も上流で、少々高くても高級品がよく売れるから、近所の店が安くても客は逃げない」、「私の店はスーパーに近いから客はスーパーにとられるが、個人商店ではスーパーと競争することは無理だから、別に安くしないで、スーパーにないものを売る」といった例は、近隣店舗との競合について、安易かつ消極的、回避的な態度を物語り、近隣競合店舗の平均的な売価水準を無視する場合のあることを示す。

かかる特色は、一般的にいわれる松江市特有の封鎖性、排他性、固定性から生じた点である。近在のバラ荷が多いため、時に安い小売価格が散見されることはあるが、小売単位は小口ながら鮮度が重んじられる野菜小売商の売価の決定に際しても、叙上の特色が顕著に認めら

れるところである。

おわりに

本稿は、現在筆者が松江市で実施している青果物流通実態調査の中間報告であって、〔Ⅰ〕において松江市の市場構造を紹介するとともに、松江市場における野菜の卸売数量および卸売価格の変動状況の予備的分析を行ない、〔Ⅱ〕において野菜小売価格調査の一部の集計結果を示し、辻井氏の青果物小売商の売価と仕入れ量決定行動に関する所論を引用して、松江市の小売商の売価決定様式の特徴についてふれた。

本稿は中間報告にすぎず、後日、松江市における青果物流通実態分析の詳細をなすことを前提としている。今後の分析においては、とくに

- ① 松江市場における卸売価格の変動状況の把握
- ② 卸売価格と小売価格、市場入荷量と小売価格の関連性

などに重点をおいて分析をすすめたい。

おわりに、調査に御協力頂いている関係諸機関、小売商各位、農業市場経済学研究室専攻学生諸君に深謝致します。（1968年9月30日）