

青果物の卸売市場流通の現状と 系統外出荷組織の役割

— 北海道・東北地方のミカン流通を事例に —

The Present Fruits Circulation in Wholesale Market and the Part of Non
Co-operative Shipment Organization

川久保 篤 志

KAWAKUBO Atsushi

1. 序 論

1. 1 問題提起

現在, わが国の農産物の多くは慢性的過剰生産の状態にあり, 長期にわたる不況ともあいまって低価格・低収益の中で産地は衰退の一途にある。過剰生産の最大の要因は輸入農産物の増加による国産品需要の減少であるが, 青果物に関しては長年, 輸入品の鮮度問題や国産品の品種多様化・高品質化の努力によって比較的産地は維持され, 野菜に関しては生産額では1990年代前半まで増加基調にあった。しかし, その野菜も1990年代に入ると輸送・保存技術の発達を背景に中国産を中心に輸入が増加し(荒木, 1997), 残された需要をめぐって産地間競争が激化している。

このような中で, 青果物の流通をめぐる議論が近年活発化している。青果物の流通は高度経済成長期以降に著実に整備が進んだ中央・地方の公設卸売市場を中心になされてきたが, 1980年代以降には大きく変貌を遂げ, その実態に関して主に次の3つの観点から研究が蓄積されてきた。1つめは, 卸売市場を経由しない, いわゆる市場外流通の増加に注目したものである。藤島(1996)は, シェアが低下してきた卸売市場の今後のあり方として生鮮青果物の取扱いに特化することと, 生産者直売所で主に取扱われている小ロット・選別不十分・規

キーワード: 青果物, 卸売市場流通, ミカン, 転送, 系統外出荷

Key Words: vegetables and fruits, wholesale market circulation, mandarin orange, fruits transmission, non co-operative shipment

格外といった商品の荷受も検討すべきであることを提言し、荒木（2000）は、産直など独自のルートでの青果物の入荷は消費量が少ない地方都市では定着が困難であることを明らかにした。

2つめは、卸売市場における量販店の購入量シェアの上昇ともなう取引形態の変化に関するもので、藤島（1996）は1980年代半ば以降、委託・競り取引の比率が低下し続けている要因とそれへの卸売市場の対応方法について提言し、斉藤（1996）・山川（1989）は先取り取引が横行する中で産地（農協）が有利に販売するための対応方法について提言した。

3つめは、量販店のシェア上昇ともあいまって青果物流通が1980年代以降広域流動体系へと移行し（荒木，1998）、青果物がひとまず東京をはじめとする大都市中央市場に集まり、その後転送される度合いが強まった（伊藤，1997）ことに関するもので、これによって入荷量が減少した地方市場の卸売会社が中央市場の大手卸売会社に系列化されたり（豊田，1990）、整理統合されたりしていることが明らかにされた（小林，1995）。

このような青果物流動の変貌は、生産物の価値を最大限に高めようとする産地にとって大きな関心事であるが、同時に農産物の供給を受ける消費地にとっても重要なテーマである。果たして、生産物は全国の消費地に過不足なく行き渡っているのか。そこには量的・質的な問題は存在しないのであろうか。また、流通部門における課題の克服によって農産地により多くの所得が還元され、産地の衰退に一定の歯止めをかけることができるのであろうか。本稿では、このような関心から青果物の中で主要な品目の1つであるミカンに着目し、その流通実態について、特に卸売市場流通について分析を試みる。対象地域としては、北海道・東北地方に新潟県を加えた道県（以下では北日本市場と称する）を設定した。理由は、これらの道県ではミカンの商業栽培が行われておらず、もっぱら供給を受ける側であるため、産地からのミカン流通の実態をより純粹に分析できると考えたからである。

1. 2 分析の要点

本稿では、ミカン流通の実態分析を行う際に、近年に農業地理学の分野から提起された2つのモデル（荒木，1999；伊藤，1997）を参考にし、その現実への適応性を吟味し、補完の議論も試みた。両者のモデルの概要とそれに対する筆者の疑問は以下の通りである。

まず、荒木の提起した青果物流動のモデル（以下では荒木モデルと略す）について筆者が特に注目したのは、産地と消費地との間の規模に応じた流通上の対応関係に関する部分である。図1は、これを筆者なりに解釈して示したもののだが、このモデルの意味するところは、①現状認識として、主産地としての少数の大産地は高級品を含む大量の商品を大都市にのみならず地方都市にまで販売しており、廉価品生産に特化した一般的農村（産地）は主要な販売先である地方都市において主産地の商品との間で過当競争に陥り、販売の不安定と農村

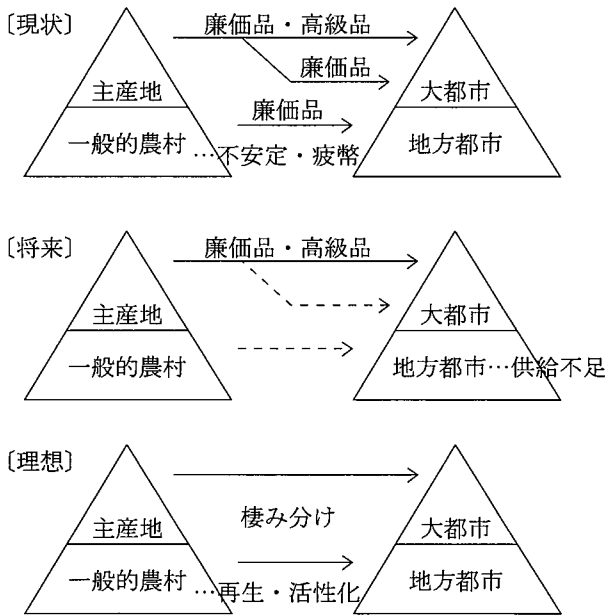


図1 荒木（1999）による農業生産・流通・消費の構造的把握モデル
（筆者が大幅に改変）

の疲弊が進む傾向にあること、②将来への展望として、一般的農村の消失によって地方都市への商品供給に支障が生じることがないように主産地と一般的農村との間で販売先の棲み分けを行うべきであること、の2点である。この荒木モデルは、生産現場の実態分析（荒木、1996）を踏まえて構築されたものであるが、筆者は特に以下の2点について疑問を持たざるをえない。その1つは、産地の出荷組織として農協のみを前提としてモデル構築している点である。価格安定を計るための出荷調整など流通面での統制を念頭に置く場合に系統出荷組織（農協）に注目するのは妥当であるが、現状では青果物流通の約20～30%は系統外出荷組織によって担われている（青果物集出荷機構調査報告より）。果たして、系統外出荷組織の販売行動を考慮した場合も荒木モデルは妥当性を持つのであろうか。もう1つは、消費地を大都市と地方都市の2区分でモデル構築している点である。産地の側からみた場合は少なくとも、東京・大阪に代表される1類都市（人口100万人以上）、県庁所在都市に代表される2類都市（人口20～99万人）、3類都市（人口5～20万人程度）、およびそれ以下の人口規模の都市（以下では他都市と称する）、といった3もしくは4区分の消費地が想定されているのではないか。いずれにしても、大都市と地方都市の定義がいささか曖昧であることは否めない。さらに、農産物の流通は生産地から最終消費地への直送が前提とされ転送が考慮されていないことや、近年急増している輸入農産物の流通実態について検討されていない点も、モデルを現状へ適応させる上では吟味を要する部分であるといえる。

一方、伊藤（1997）は荒木がほとんど触れていない農産物の転送の実態について野菜を事例に詳細な統計分析を行い、その空間パターンのモデルを提示している（以下では伊藤モデルと略す）。図2はこれを示したもののだが、これによると野菜転送の空間パターンとして5類型が提示されており、その流れは主に3大都市圏 → 地方拠点都市 → 県内拠点都市 → 県内中心都市というように、都市規模の階層に応じて1ランクずつ低次の都市へと向かっている。しかし、この伊藤モデルは既存統計の分析のみによって導き出されていることから、以下の2点について疑問が払拭できない。その1つは、使用した統計が主に1

類都市と2類都市を対象としたものであるため、3類以下の都市への転送パターンが推測の域を出ていないのではないかということである。もう1つは、転送の流れが1ランク低次の都市へと進むのではなく2ランク以上低次の都市へと進むことはないのであろうかということである。1類都市の中でも東京都中央市場、特に大田市場の規模と機能は別格であり、北日本市場の小都市の卸売会社が東京市場とどのような結びつきを有しているかは、考察する上で極めて興味深い。

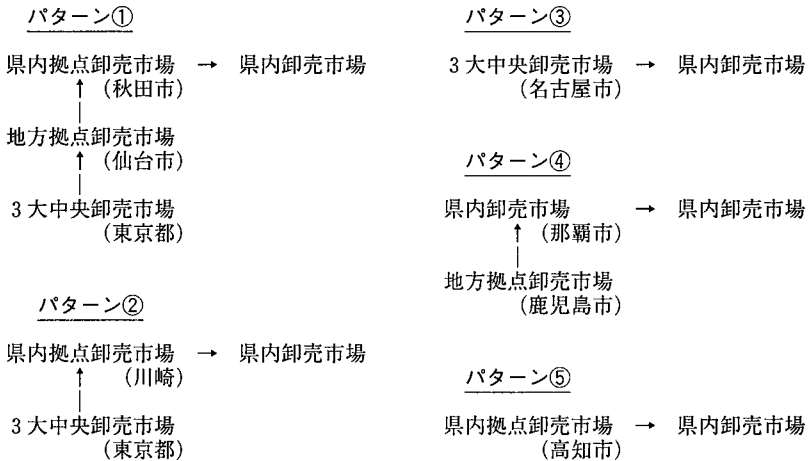


図2 伊藤（1997）による野菜転送の空間パターン

（筆者が一部改変）

以上のことから、本稿では以下の2点に留意して北日本市場におけるミカン流通の実態分析を行う。1つめは、産地の出荷組織として系統外の出荷組織、具体的には集出荷業者（産地商人・移出業者）や任意組合（農家グループ）の販売活動に注目することである。2つめは、3類以下の都市への流通実態に注目することである。これによって、荒木・伊藤の両モデルを現実に即して補完することが可能となり、青果物流通の実態をよりトータルに捉えることにもつながると考えられる。なお、方法としては筆者が2002年4～5月に実施した北日本市場の全卸売会社129社へのアンケート調査（回収率60%）を分析の中心

に置き、系統外出荷組織の動向については和歌山県と熊本県でそれぞれ1992年と1999年に実施したヒアリング調査の結果を補足的に活用する形で用いた。

2. 北日本市場におけるミカンの流通実態

2. 1 流通量と供給産地・組織

表1は、アンケート調査に基づいて北日本市場におけるミカン入荷量と供給産地・出荷組織について示したものである。これによると、1類都市である札幌市と仙台市の卸売会社の8000tを筆頭に、2類都市は2000～3000t、3類都市は1000～2000t、他都市は1000t未満というように、大都市から小都市に至るまでほぼ市場規模に応じてミカンは供給されていることがわかる。しかし、産地からの直送品に限定した場合、3類以下の都市の会社57社の中には極めて入荷量が少ないものが約30%もあり（入荷量50t未満が6社、入荷量0tが11社）、直送品のみでは供給不足もしくは供給空白地域が存在していることもわかる。

一方、市場規模と出荷組織との関係については、次のような傾向がみられる。すなわち、1・2類都市へは主に系統出荷組織によってミカンが供給されており、3類・他都市へと市場規模が低下するにつれて集出荷業者を中心とした系統外出荷組織の比率が上昇しているのである。また、供給産地に着目した場合は系統・系統外を問わずに和歌山県産のミカンの供給が広範囲にわたっていることが際立っており、北日本市場のほぼ全域に浸透しているといえる。愛媛県と静岡県のみカンも比較的広範に流通しているが、愛媛県は系統出荷組織が主に北海道と北東北地方へ、集出荷業者が主に南東北地方へと地域分担しながらも相対的に集出荷業者の販売活動が活発であることが指摘でき、静岡県は逆に系統出荷組織が幅広いエリアに対して販売活動を行っていることがわかる。

したがって、北日本市場においてミカンが全域的に供給されるためには、商品の転送と系統外出荷組織の存在が不可欠であるといえ、荒木モデルでは説明がつかない流通実態が存在することが確認できたといえる。

2. 2 転送依存度とルート

北日本市場におけるミカンの転送による流通にはどのような特徴があるのか。本節では、転送依存度とルート、ならびに転送を受ける卸売会社の意向について検討する。

まず、各卸売会社の転送依存度については、図3に示したように会社所在の都市の規模と所在地域によって大きな差が存在している。都市規模の面では1・2類都市ではほぼ直送品によって取引が行われているものの、3類・他都市へと規模が低下するにつれて転送への依存度が高まっている。特に、他都市では約4分の1の会社で100%転送に依存している実態があり、直送品を50%以上確保している卸売会社は40%程度しか存在していない。一方、所在地域別に見た場合は、北海道と青森・秋田・宮城県のように西南日本のミカン産地からより遠隔に位置する地域で転送依存度の高い会社が多く存在している傾向がみられる。

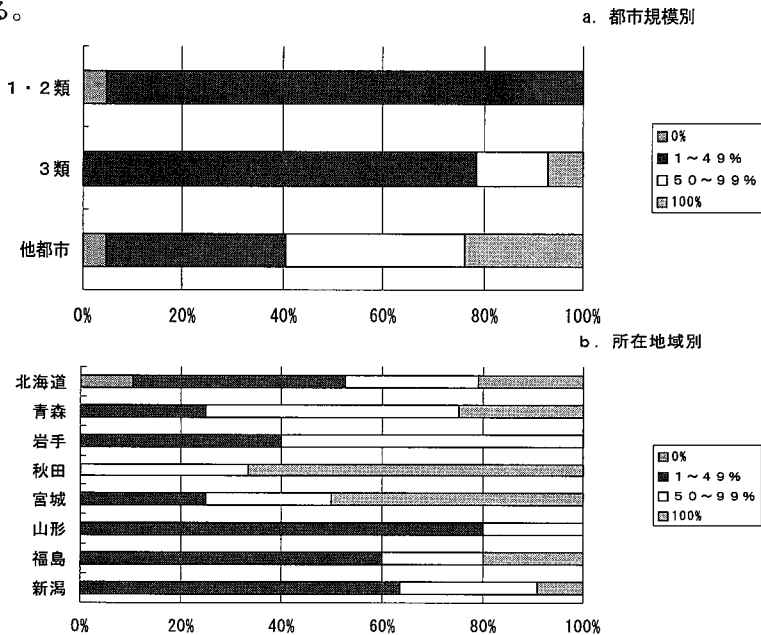


図3 北日本市場における転送依存度の特徴

資料：アンケート調査

次に、転送ルートについてはどのような特徴があるのか。伊藤（1997）が明らかにしているように転送にはいくつかの段階があり、その始まりは東京都中央市場を中心とした関東地方の市場であると考えられる。そこでまず、最初の転送（1次転送）であると考えられる関東地方からの転送品を直接受け入れている会社の特徴について図4に示した。これによると、都市規模別にみると1・2類都市では80%以上の会社が関東地方から転送品の受け入れ実績があるが、3類都市の会社では60%、他都市の会社では40%というように都市規模が低下するにつれて、受け入れ実績がある会社の比率は低下していることがわかる（図4-a）。また、3類以下の都市の会社の中では、ミカンの取扱量の多い会社、ならびに相対的に直送品ミカンの取扱い比率が高い会社ほど関東地方への転送依存度が高いこともわかる（図4-b・c）。したがって、関東地方から1次転送を受け入れている会社は、大都市にある会社であるか、もしくは小都市であっても比較的ミカンを主力商品として取扱っている会社、直送品の取扱いが中心であるものの、品揃えのために多様な産地の商品を少量ずつ集めようとしている会社であると推定できる。

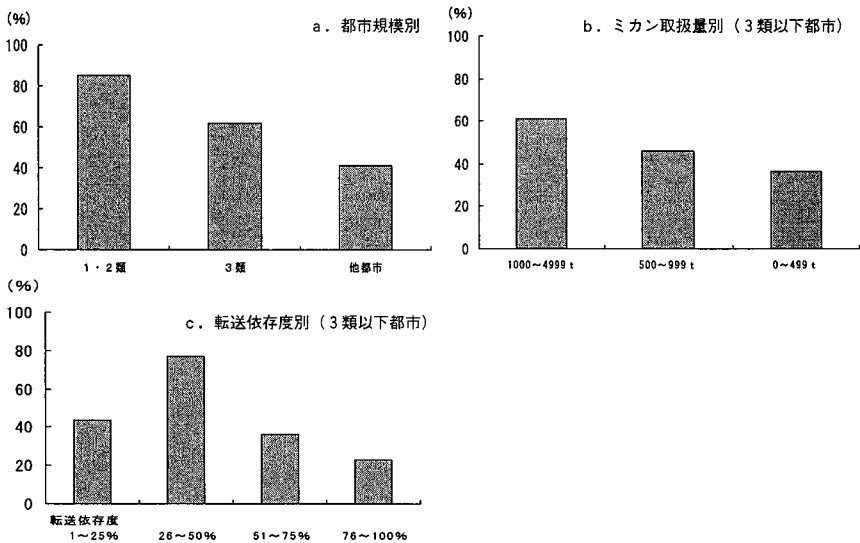


図4 関東市場から転送を受けている卸売会社の特徴

資料：アンケート調査

では、1次転送を受け入れた会社は、その後どのようなルートでより低次な都市規模の会社へと再転送（2次転送）を行っているのか。これを、3類以下の都市にある会社が受け入れた商品の転送元市場を示した表2から推測すると、やはり自社のある都市より大規模な都市から転送を受け入れていることが明らかで、具体的には2類都市が転送元である場合が多い。しかし、最も都市規模が低次な他都市にある会社の中にも1類都市の会社から転送を受けている例もあり、しかも自社のある地方の中の1類都市（例えば札幌市や仙台市）ではなく、東京から直接受け入れている場合もあるなど、転送ルートは一様ではない。この意味では、伊藤モデルの枠に当てはまらない流通ルートが確認されたといえる。

表2 北日本市場における3類・他都市の卸売会社の転送元市場（2001年度）

	卸売会社の所在 都市の規模と数	転送元市場の所在地と都市規模				
		県内・道内	東北地方	東京	関東地方	その他の県
北海道	他都市(15社)	1類・6, 2類・13 3類・1, 他・1	2類・5	1類・6		
青森	3類(1社)	2類・1		1類・1		
	他都市(3社)	2類・4	2類・1	1類・1		
岩手	他都市(5社)	2類・3	1類・2, 2類・3 3類・1, 他・2	1類・1		1類・1
秋田	3類(1社)		2類・1	1類・1		3類・1
	他都市(2社)	2類・1	1類・1, 2類・1	1類・1	2類・1	
宮城	3類(2社)	1類・2	2類・1			
	他都市(2社)	1類・2	2類・3			
山形	3類(2社)		1類・1	1類・2	2類・1	
	他都市(3社)		2類・1	1類・3		2類・1
福島	3類(4社)	2類・1		1類・3	2類・1, 3類・1	
	他都市(1社)	2類・1	1類・1			
新潟	3類(3社)	2類・2, 3類・1			1類・1	1類・1, 2類・1
	他都市(8社)	2類・6, 3類・4, 他・3			2類・2	2類・2
東北 6県計	3類・他都市 (26社)	1類・4, 2類・11	1類・5, 2類・11 3類・1, 他・2	1類・13	2類・3, 3類・1	1類・1, 2類・1 3類・1

注:回答は1社につき3市場までとした。

資料:アンケート調査

そこで、不十分ではあるが表2をもとに筆者なりに3類以下の都市の会社の転送受け入れパターンを新たに提示すると、次の4つが挙げられる。1つめは北海道にみられるパターンで、主に自県内のより高次の都市（1・2類都市）と東京から転送を受けるタイプである。2つめは、北東北地方の諸県にみられるパターンで、主に北東北地方内の他県にある高次の都市から転送を受けるタイプである。3つめは、南東北地方の諸県にみられるパターンで、東北地方内の

高次の都市よりは、東京を中心とした関東地方から主に転送を受けるタイプである。4つめは、新潟県にみられるパターンで、もっぱら自県内の高次の都市から転送を受けるタイプである。このタイプの転送パターンは伊藤モデルのパターン⑤（図2）に類似しているが、新潟県でこのパターンが多いのは、転送元都市と転送先都市の地理的近接性に基づくものではなく、両都市間で転送を行う卸売会社間に業務提携や系列会社の関係があるからであった（アンケート調査より）。したがって、新潟にみられる転送パターンは今後、卸売市場・会社の再編統合が進展していく中で増加していく可能性が高いといえる。

では、このような転送の実態について、転送に頼らざるをえない現状にある3類以下の都市の会社ではどのように捉えられているのであろうか。その是非について考察してみよう。表3は、転送受け入れ実績のある3類以下の都市の会社が転送に対して抱えている評価について示したものであるが、これによると入荷に関してはメリットを指摘する声が多いことがわかる。なぜなら、転送による入荷に際しては自市場の仲卸業者の注文に応じた量や規格を指定して買付けられることができるし、売れ残りや在庫がたまるリスクを低く抑えることができるからである。また、転送依存度の低い会社、すなわち比較的大規模な会社は商品を必要時にのみ産地指定までして入荷していることから、地元市場の不定期なニーズに応じた品揃えをする上でも転送は重要な機能として位置付けられていることがわかる。しかし、鮮度が低下することや大都市においても入荷量が不足する不作時には転送品が量的に不足すること、輸送コストの上積みで販売価格が高騰することなど、主に消費者にとってマイナスの現象はデメリットとして問題視されており、転送依存度の高い会社の中には、利益の出にくい価格設定であったり、不要なものまでセットで購入させられるなど営業面で必ずしもプラスに働いていないことを指摘する声もある。

また、今後の商品の入荷に関する方針としては、会社の規模に応じて大きく2つに分かれていることがわかる。1つは、商品の入荷に対して変化を求めるもので、直送品を充実させることを含めて、より多様で高品質な商品の入荷を目指す積極的なタイプで、転送依存度の低い大規模な会社に多い。もう1つは、

現状維持を目指す消極的なタイプで、デメリットを被りやすい転送依存度の高い小規模な会社に多い。

したがって、3類以下の都市における転送は、全般的に小規模会社に過度の売買リスクを負わせないという点で大きな意味を持っており、合理的な商品流通にとって一定の役割を果たしているといえる。しかし、その一方で会社の規模によってはデメリットが顕在化する場合があります、新潟県の一部でみられるような卸売会社間の提携・系列化が進展する中で淘汰されていく可能性があると考えられる。

表3 3類・他都市の卸売会社の転送に対する評価

		回 答 会社数	転送依存度別回答数		
			25~49%	50~74%	75~100%
メ リ ッ ト	必要な量だけ入荷することができる	16	5	5	6
	必要なサイズのものだけ入荷できる	15	5	5	5
	必要な時だけ入荷できる	3	2	1	0
	求めている産地のものだけ入荷できる	9	3	2	4
	在庫管理が容易でリスクが小さい	9	1	6	2
デ メ リ ッ ト	鮮度が落ちる	13	3	6	4
	不作のシーズンに入荷量が不足する	11	4	4	3
	必要な時に入荷ができないことがある	5	0	2	3
	販売単価が高くなる	6	3	1	2
	利益を出しにくくなる	3	0	2	1
	不要なものまで一緒に買わされる	2	0	1	1
今 後 の 方 針	品質のいいものを入荷したい	9	3	5	1
	多様な産地のものを入荷したい	4	3	0	1
	直送の鮮度のいいものを入荷したい	3	2	1	0
	現状に満足	4	0	2	2
	転送に頼るのも致し方ない	6	0	1	5

資料：アンケート調査

注：複数回答可

3. ミカンの出荷組織の販売戦略

ここでは、ミカンの出荷組織を系統出荷組織（農協）・集出荷業者・任意組合の3つに分けて、その販売戦略の差異について考察し、さらに系統外の2つの組織が産地において果たしている役割について検討する。

3. 1 系統出荷組織（農協）の販売戦略

系統出荷組織のミカンの多くは、相対的に1・2類都市に供給されていることは2章1節で明らかになったが、ここではまず、直送品に限定して農協の販売先の特徴を産地別に検討しよう。表4は、主要なミカン産地県における系統出荷組織（以下では農協と記す）が直送品を販売している指定市場の一覧を示したものである。これによると、まず農協の指定市場の特徴として次の2点が指摘できる。1つめは、指定市場の大半が1・2類都市の中央市場で占められていることである。3類以下の都市の地方市場や民営市場へは、和歌山・静岡県といったミカン産地の中では東部に位置し、北日本市場に距離的に近い産地によって供給されているにすぎず、農協の荷が直送されていない供給空白地帯は3類・他都市の70%以上にもなっている。2つめは、主産県における農協のミカンがほぼすべて集まる、いわゆる北日本市場における拠点は盛岡・仙台・新潟の3市であることである。特に盛岡市の会社は最も多くの主産県から指定を受けており、農協の多様な産地のミカンが直送される北限であるといえる。

表4 各県農協連合会のミカン指定市場の一覧 (2001年度)

A. 1・2類都市 (人口20万人以上の都市, 31社)				神奈川	静岡	愛知	三重	和歌山	広島	山口	徳島	香川	愛媛	福岡	佐賀	熊本	大分	宮崎	鹿児島	県数
都道府県	都市名	設置者	都市規模																	
北海道	札幌市	中央	1類		●			●					●		●			●		6
	札幌市	中央	1類					●					●					●		3
	室蘭市	中央	2類		●			●										●		2
	釧路市	中央	2類					●										●		2
	函館市	中央	2類					●							●					2
	北見市	中央	2類					●										●		0
青森	青森市	中央	2類		●			●					●					●		3
	青森市	中央	2類		●			●					●					●		5
	八戸市	中央	2類		●			●										●		1
	八戸市	中央	2類		●			●										●		2
	盛岡市	中央	2類		●			●					●		●			●		11
岩手	盛岡市	中央	2類		●			●					●		●			●		4
	盛岡市	中央	2類		●			●					●		●			●		7
	秋田市	中央	2類		●			●					●					●		1
宮城	仙台市	中央	1類		●			●					●		●			●		10
	仙台市	中央	1類		●			●					●		●			●		5
山形	山形市	中央	2類		●			●					●							4
	山形市	中央	2類		●			●					●							3
	山形市	民営	2類					●					●							0
福島	福島市	中央	2類		●			●					●		●			●		6
	福島市	中央	2類		●			●					●		●			●		4
	いわき市	中央	2類		●			●					●		●			●		6
	いわき市	民営	2類					●					●		●			●		0
新潟	新潟市	中央	2類		●			●					●		●			●		8
	新潟市	民営	2類					●					●		●			●		2
				10	14	1	1	26	6	1	0	2	10	4	8	10	5	7	1	
B. 3類・他都市 (人口20万人未満の都市, 98社)				神奈川	静岡	愛知	三重	和歌山	広島	山口	徳島	香川	愛媛	福岡	佐賀	熊本	大分	宮崎	鹿児島	県数
都道府県	都市名	設置者	都市規模																	
北海道	岩見沢市	地方	3類		●			●												2
	苫小牧市	地方	3類					●												1
	小樽市	地方	3類					●												2
	千歳市	地方	3類					●												1
	静内町	民営	他					●												1
指定のない会社が29社																				
青森	弘前市	民営	3類					●												1
	指定のない会社が4社																			
岩手	一関市	民営	他		●															1
	指定のない会社が6社																			
秋田	能代市	民営	3類		●															0
	横手市	民営	他																	1
指定のない会社が3社																				
宮城	石巻市	地方	3類		●			●												2
	塩釜市	民営	3類					●												0
指定のない会社が6社																				
山形	三川町	地方	3類		●			●												2
	三川町	地方	3類		●			●												3
	米沢市	地方	他					●					●							1
	指定のない会社が6社																			
福島	会津若松市	地方	3類		●			●												1
	会津若松市	地方	3類		●			●												1
	郡山市	地方	3類					●												0
	郡山市	地方	3類					●												0
	郡山市	地方	3類					●												0
	郡山市	地方	3類					●												0
	伊達町	民営	他					●					●							3
指定のない会社が6社																				
新潟	長岡市	地方	3類		●			●												4
	上越市	地方	3類		●			●												3
	柏崎市	民営	3類		●			●												3
	新潟市	民営	3類		●			●												2
	三条市	民営	3類		●			●												2
	百町町	民営	他		●			●												4
指定のない会社が9社																				
				4	14			15	1				2	1	1		3	1	1	

資料: 各県農協連合会資料

このように、農協の販売戦略は3類以下の都市へは各地方の拠点都市から転送されることを前提とした大都市中心主義であるといえる。これは、農協共選による大ロットでの計画出荷は大都市市場での販売に適していることと、幹線交通網からはずれた都市にまで運ぶことによる輸送コストの上昇を抑えたり、市場情報を把握するために派遣する駐在員のコストを削減するためである。つまり、コストの増加を上回る高値販売が想定できない以上、すべての市場に直送するメリットがないのである。さらに、この傾向はミカン生産量の減少と共選場の合併・大型化の中で近年さらに強まり、農協の指定市場は全国的に減少・絞り込まれていく傾向にある。表5は、この点について西日本の主産県の中の3県を取り上げ、近年の指定市場の変更実態について示したもののだが、傾向としてより産地から遠隔に位置する関東地方以北の市場が削減の対象になっていくことがわかる。

表5 近年における農協のミカン指定市場の集約化

	A 県		B 県		C 県	
	指定会社数 1989年	指定会社数 2001年	指定会社数 1997年	指定会社数 2001年	指定会社数 1997年	指定会社数 2001年
北海道	0	0	10	7	0	0
東北	3	1	3	1	1	1
関東	13	7	21	21	21	14
甲信越	4	3	2	1	0	0
北陸	4	5	1	1	0	0
東海	16	17	8	7	7	7
近畿	0	2	17	15	13	13
中国	0	0	21	18	2	2
四国	0	0	1	1	0	0
九州	0	0	13	14	3	3
計	40	35	97	86	47	40

資料：各県農協連合会資料

次に、個々の農協がどの規模の都市と取引上結びついているのかについて考察する。荒木モデルによると、主産地の農協は大都市市場と、一般的農村の農協は地方都市の市場との結びつきが強いとされているが、ミカンの流通に関しても当てはまるのであろうか。表6は、西日本の2つの主産県における多様な

規模の農協のミカンの出荷実績について、出荷量の規模と出荷先の都市規模との対応関係を示したものである。これによると、特大規模の農協（主産地）は圧倒的に1・2類都市に偏った出荷実績を示しているなど、相対的に農協の規模と都市の規模は一致した関係にあるといえるが、年間出荷量が1000 tにも満たない小規模な農協（一般的農村）においても1・2類都市へかなりの比率で出荷実績があり、小規模な農協は地方市場へというストレートな対応関係は見出しえない。したがって、荒木モデルにおける主産地と一般的農村の販売先（都市）の棲み分け的な協調は、農協のみを出荷組織として念頭においた場合、極めて不十分にしか成立していないといえる。また、同様にミカン豊作年に暴落を防ぐために農協は日園連を通じて出荷調整をしばしば行ってきたが、これも農協のシェアが高い大都市市場のみで効果を発揮するに過ぎないことが推定できる。

表6 主産県における農協共選の規模と販売先都市の規模（2000年産）

農協規模	D 県				E 県			
	年間出荷量	都市規模	会社数	出荷量比率(%)	年間出荷量	都市規模	会社数	出荷量比率(%)
特大規模	a 農協 (28000 t)	1類	12	59.3	e 農協 (11000 t)	1類	7	46.4
		2類	10	38.0		2類	6	44.3
		3類	1	1.4		3類	0	0.0
		その他	1	1.3		その他	2	9.3
大規模	b 農協 (8000 t)	1類	8	50.4	f 農協 (7000 t)	1類	9	34.1
		2類	5	35.2		2類	11	31.1
		3類	3	6.0		3類	8	30.0
		その他	3	8.4		その他	3	4.8
中規模	c 農協 (4000 t)	1類	2	34.5	g 農協 (3000 t)	1類	3	37.3
		2類	3	28.4		2類	4	27.8
		3類	2	27.8		3類	3	24.2
		その他	1	9.3		その他	1	10.7
小規模	d 農協 (800 t)	1類	0	0.0	h 農協 (200 t)	1類	1	70.7
		2類	2	51.7		2類	2	27.0
		3類	3	48.3		3類	1	2.3
		その他	0	0.0		その他	0	0.0

資料：当該県の農協連合会資料

3. 2 系統外出荷組織の販売先と産地における役割

(1) 集出荷業者

系統外の出荷組織の中で出荷形態別にみた場合に最大のシェアを有しているのは集出荷業者である（図5）。表1に示したように、集出荷業者の主な販売先は地方の3類以下の都市であるから、集出荷業者は農協の指定市場になっていない市場への直送品ミカンの供給を担っている重要な存在であるといえる。表1より、北日本市場へは和歌山・愛媛・長崎・熊本の諸県の集出荷業者による出荷が多いことがわかるが、表7に示したように神奈川・大阪・徳島・宮崎・鹿児島などミカン産地の中では小規模な部類に属する県にも相当数の集出荷業者が存在していることがわかり、農協共選が不十分にしか発達せず、農協を出荷委託先とできない地域の農家のミカン販売を一手に担っている構図が読み取れる。しかし、近年は一部の県を除いて業者数は大きく減少しており、残った業者が大規模化する反面でミカン価格の不安定化と業界としての展望の暗さからくる後継者不足によって廃業が相次いでいることが窺える。

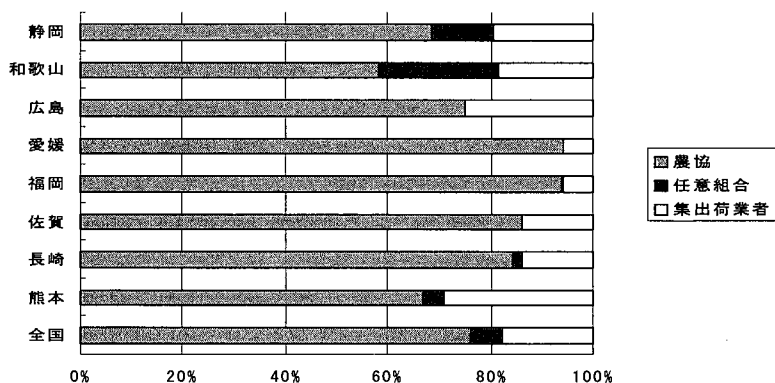


図5 ミカン主産県の出荷組織形態別の出荷量比率（2001年）

資料：青果物集出荷機構調査報告

表7 ミカン主産県における系統外出荷組織の数と規模

	集出荷業者						任意組合					
	業者数		取扱量(t)		1社当たり(t)		組合数		取扱量(t)		1組合当たり(t)	
	2001年	1995年	2001年	1995年	2001年	1995年	2001年	1995年	2001年	1995年	2001年	1995年
神奈川	16	17	11000	8920	688	525	1	0	?	0	?	—
静岡	37	44	17800	19890	481	452	3	1	10800	?	3600	?
三重	3	3	3100	2600	1033	867	2	1	?	?	?	?
大阪	9	10	1000	1890	111	189	0	1	0	?	—	?
兵庫	3	4	370	420	123	105	0	1	0	?	?	?
和歌山	55	66	26100	23790	475	360	89	103	32900	33970	370	330
広島	36	47	9420	14210	262	302	0	1	0	?	—	?
徳島	6	8	4760	7980	793	998	0	0	0	?	—	?
香川	5	5	2500	3840	500	768	1	2	?	?	?	?
愛媛	24	30	7480	21290	312	710	1	3	?	2330	?	777
福岡	5	6	2230	3450	446	575	1	1	?	?	?	?
佐賀	10	8	9440	14070	944	1759	1	0	?	0	?	—
長崎	14	20	10300	23150	736	1158	9	6	1170	1580	130	263
熊本	27	32	24900	45930	922	1435	5	3	3240	4020	648	1340
大分	12	13	8900	8280	742	637	0	1	0	?	—	?
宮崎	7	4	1270	690	181	173	0	0	0	0	—	?
鹿児島	10	10	4220	9790	422	979	6	6	922	1450	154	242
他県	9	23	2510	2300	279	100	8	9	?	?	?	?
全国	228	350	147300	212450	646	607	127	139	49900	44800	393	322

資料：青果物集出荷機構調査報告

では、集出荷業者は産地ではどのような役割を担っているのでしょうか。図5に示したように、集出荷業者は熊本県で高いシェアを占めているが、筆者は熊本県の中でも極めて多くの集出荷業者が存在している熊本市河内地区で1999年にヒアリング調査を行った。表8・9はそれをまとめたものだが、これによると集出荷業者に出荷委託する農家は、農協と比較して主に選別・出荷に関する取り決めが簡素である点に魅力を感じていることがわかる(表8)。具体的には、農協には高齢化した農家には適応が困難な選別基準や量的・時間的な出荷割当てが存在しているのである(表9)。したがって、集出荷業者は粗放化・省力化した経営を指向する農家の営農を積極的に支える側面を有しているといえる。

表8 熊本市河内地区における出荷委託団体の選定理由

① 農協共選を脱退した理由

出荷割り当てがある	6
家庭選別が忙しい	3
業者の方が高価格で売れる	3
ミカンの評価の仕方に不満	2
精算までのプール期間が長い	1
人間関係がこじれた	1

② 業者出荷を続ける理由

家庭選別が楽である	7
出荷割り当てがない	4
品物相応の精算額が得られる	2
南向きのミカンを高く評価してくれる	2
農協共選の設立以前からのつきあい	1
業者と親戚関係にあるので	1
うまいミカン作りを学びたい	1

資料：農家へのヒアリング調査

表9 熊本市河内地区の農家と各出荷団体（農協・集出荷業者）との契約内容

荷受け契約内容		農協	業者A	業者B	業者C	業者D
出荷時の 家庭選別の 区分	1級品の階級	2S～2L	S～2L	S～2L	S～2L	2S～L
	2級品の階級 加工品の基準	3S・3L 傷	～2S, 3L 傷・浮皮	2S, 3L～ 傷	～2S 3L～	3S, 2L～ 傷
出荷時の 割当てや 規制など	品種別出荷期間	期間設定あり	なし	なし	なし	なし
	1日の出荷量	上限あり	なし	なし	なし	なし
	荷受け時間	指定あり	なし	なし	なし	なし
	選果場営業時間帯	8～17時	8～19時	8～19時	随時	16～18時

資料：各出荷団体および農家へのヒアリング調査

(2) 任意組合

任意組合は集出荷業者に次ぐ系統外の出荷組織であるが、全国的には5%程度のシェアしか有していない。しかし、静岡・和歌山・熊本の3県では比較的シェアが高く（図5）、北日本市場でも2類都市への出荷がみられるなど（表1）、比較的大都市へ出荷する比率が高い点で集出荷業者とは異なっている。また、表7によると近年は組合数の増減は県によってまちまちだが、取扱量は組合数の多い県で減少傾向にあり、組合規模も縮小している場合が多い。しかし、全国計では取扱量も組合規模も若干拡大しており、任意組合として販売体制の再編が行われている地域も少なからず存在していることが窺える。

では、任意組合は産地ではどのような役割を担っているのだろうか。表10・11は、筆者が1992年に任意組合が多数集積している和歌山県有田地方で実施した任意組合へのヒアリング調査の結果をまとめたものである。これによると、任意組合は卸売市場や行政など業界の要請を受けて共選に加入した農家が、共選運営の不便や想定していたような販売価格が実現できなかったことを主な理由として、独自に同志を募って共選を脱退して高価格販売をめざしている農家グループであることがわかる（表10）。また、その組織形態も加盟戸数や専業農家率、生産規模・精算方法などの面では様々で、販売においても1・2類都市への出荷が多いことや販売単価が比較的高いこと、相対取引や別ブランドでの高級品販売を行っていることなどの特徴がみられる（表11）。したがって、任意組合はその結成のコンセプトが極めて個人的かつ積極的な販売活動を行っている農家グループであるといえ、農協の画一的な生産・販売指導に馴染めない農家の経営を支える役割を担っているといえる。

表10 和歌山県有田地方における任意組合の設立過程

① 農協共選に加入した理由	
卸売市場からの要請, 行政指導	15
出荷ロットを大きくして価格交渉力を強化する	9
販売価格の上昇を期待して	7
選果に要する労働時間を節約する	7
その他	2
② 農協を脱退して任意組合を設立した理由	
立地条件の近い園地のミカンだけを集めて ロットをつくり高価格販売をめざす	10
選果労働を自家で行うことで手取額を高める	8
出荷割り当てなどに縛られずに出荷したい	6
農協共選では期待通りの価格で売れなかった	5
選果場の運営に不手際が多かった	4

資料：農家へのヒアリング調査

表11 和歌山県有田地方における任意組合の概要（1992年）

形態	No.	所在地	加盟戸数	専業率(%)	出荷量 組合計	1戸 当たり	出荷 市場数	出荷地域と都市規模	販売 単価	相対取引 (出荷地域)	別プラン ト販売
名目 組合	1	吉備町	1	100	100t	100t	2	東京1類・京都1類	A	なし	なし
	2	有田市	1	100	50t	50t	1	神奈川1類	B	なし	なし
	3	吉備町	1	100	50t	50t	2	神奈川1類・奈良2類	A	なし	なし
	4	有田市	1	100	38t	38t	1	東京1類	C	なし	なし
	5	有田市	1	100	23t	23t	2	神奈川1類・兵庫1類	B	なし	なし
個 選 組 合	6	湯浅町	176	?	3500t	20t	6	東京1類・大阪1類・京都1類	A	東京	なし
	7	有田市	92	27	2300t	25t	3	東京1類・京都1類・岐阜2類	A	京都	なし
	8	有田市	21	24	735t	35t	3	東京1類・京都1類・滋賀2類	A	東京・京都	なし
	9	有田市	7	?	350t	50t	3	群馬2類・三重2類・京都3類	C	なし	三重
	10	吉備町	8	75	320t	40t	3	千葉2類・京都3類・和歌山2類	A	なし	千葉
	11	吉備町	30	?	300t	10t	3	福島2類・神奈川3類・愛知3類	C	なし	なし
	12	吉備町	7	?	260t	37t	2	東京1類・神奈川2類	C	東京	なし
	13	有田市	7	?	240t	34t	3	兵庫1類・兵庫2類・三重2類	C	なし	なし
	14	有田市	3	?	130t	43t	1	和歌山2類	?	なし	なし
	15	有田市	2	100	100t	50t	3	大阪1類・関東3類・宮城1類	C	なし	なし
	16	吉備町	3	100	90t	30t	1	埼玉3類	A	なし	なし
	17	金屋町	3	33	65t	22t	2	東京1類・神奈川2類	B	なし	東京
	個 選 共 販	18	湯浅町	16	?	630t	40t	2	東京1類・岐阜3類	B	東京
19		湯浅町	9	?	360t	40t	1	三重2類	B	なし	三重
20		吉備町	16	63	300t	19t	1	東京1類	A	東京	東京
21		有田市	7	0	270t	39t	2	京都1類・大阪2類	C	なし	なし
22		吉備町	13	38	250t	19t	3	東京1類・神奈川2類・和歌山2類	B	なし	なし
23		有田市	4	100	230t	58t	1	大阪2類	B	なし	なし
24		有田市	5	60	200t	40t	3	東京1類・大阪1類・岐阜2類	A	東京	東京

資料：筆者のヒアリング調査

注：販売単価のAは有田郡内の直営の農協共選の平均以上、Bは平均のマイナス25円からマイナス1円（kg当たり）の範囲を、Cは平均のマイナス26円以下の価格であることを指している。

4. 結 論

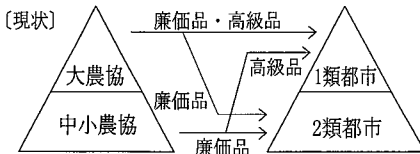
近年、青果物流動は大きな変化を遂げ、その動向は産地・消費地ともに重大な関心事となっている。そのような中で、商品である青果物は全国の消費地に過不足なく行き渡り、そこには量的・質的に問題は生じていないのか、また流通部門の合理的運用によって慢性的な過剰生産と所得の停滞にあえぐ農産地の衰退に一定の歯止めをかけることができるのであろうか。本稿では、このような観点から青果物の中でもミカンを対象品目として取り上げ、その流通実態を北日本地方の卸売市場を事例に分析を試みた。また、その際農産物流通をめぐる生産地と消費地との対応関係に関する荒木のモデルと野菜の全国的な転送パターンを示した伊藤のモデルを適用し、両モデルの現実との乖離について言及し、補完を試みた。

その結果、北日本市場におけるミカン流通の特徴としては、次の4点が明らかになった。1つめは、ミカンの供給は大都市から小都市に至るまでほぼ市場規模に応じて配分されているが、産地からの直送品に限定した場合、3類以下の小都市には供給空白地帯が存在していることである。2つめは、市場規模とミカンを供給する産地との対応関係について、1・2類の大都市は主に系統出荷組織（農協）によって供給されているが、3類・他都市へと都市規模が低下するにつれて集出荷業者を中心とした系統外出荷組織によって供給される比率が高まっていることである。3つめは、各卸売会社の転送依存度は市場規模が小さいほど高く、北海道・青森県のように主要なミカン産地から遠隔の地になるほど高いことである。4つめは、転送のルートは基本的には東京（3大都市圏）→1類都市（地方拠点都市）→2類都市（県内拠点都市）→3類都市（県内中心都市）→他都市のように1ランク高次の都市から低次の都市へと流れることが確認されたが、北海道や南東北地方にある3類以下の都市のように、自県内の高次都市からではなく直接東京から転送を受ける流れも少なからず存在していることである。さらに、供給を受ける卸売会社の意向としては、全体としては在庫リスクを回避しながら地元市場の不定期なニーズに応じた品

揃えができるという点で肯定的に受け止められている一方で、鮮度が低下することや凶作時に入荷量の不足が生じること、輸送コストが価格に転嫁されることなどが問題視されていることが明らかとなった。

したがって、本稿で明らかにした現実のミカン流通に即した場合、荒木および伊藤モデルについては以下のように補完することができる。まず、荒木モデルについては基本的に産地の出荷組織として系統外出荷組織の役割を認め、消費地についても3類以下の都市を含めて補完モデルを考えるべきである。図6はこれを示したものだが、荒木モデルのように農協のみを出荷組織として想定した場合は2類都市までしか消費地として想定できないが、系統外の出荷組織を加えた場合は3類以下の都市への流通も含めたトータルな農業生産と流通消費構造が把握できることになる。そして、この補完モデルを用いて将来を展望すると以下ようになる。まず、農協は今後も広域合併を進めることによって中小の農協はなくなり、少数の大農協によって再編される。そして、農協の大型化によって取り残された中山間地域等の条件不利地域に位置する一般的農村の農家は販路を失い、集出荷業者を中心とした系統外出荷組織がこれを補完する形で販路は部分的に確保されることになる。この結果、巨大化した農協はスケールメリットを求めてもっぱら直送品は1・2類都市のみに出荷するように

a. 農協のみ



b. トータル

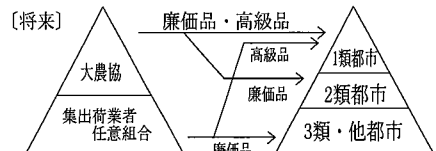
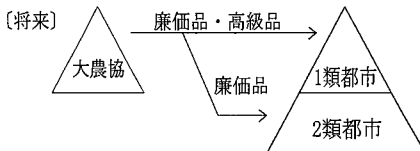
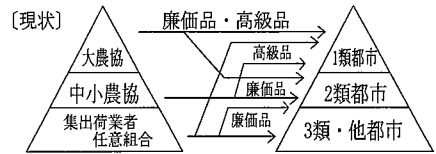


図6 荒木(1999)による農業生産・流通消費の構造的把握モデルへの補完

なる。そして、集出荷業者をはじめとする系統外出荷組織の商品は2類都市での廉価品の販売競争に敗れ、一部の高級品が1類都市で販売される以外はおそらく3類以下の都市で販売されることになる。

ゆえに、荒木モデルで危惧されたり理想として想定された主産地と一般的農村との過当競争や産地棲み分けは、現実には農協と系統外出荷組織との対応関係に置き換えられて展望されるべきであると筆者は考える。3類以下の小都市への供給の問題は、スムーズな転送を想定しなければ、その重責は系統外出荷組織に向けられることになり、農協にすべてを任せるかのような議論は将来においては何ら意味を持たなくなるのではないか。

一方、伊藤モデルについては本稿の分析でも大筋で1ランク高次の都市から低次の都市へという転送の流れが確認され、その一般的妥当性は確認できた。しかし、伊藤モデルで東京（3大都市圏）を始点として想定されたパターン①②の2つは北日本市場ではそれほど検出されず、むしろ図7に示したような変形パターンが多くみられた。すなわち、パターン①については東京から仙台市や盛岡市のような1類規模の地方拠点都市を経由して県内（例えば秋田県）に転送されてくる商品については、県内の2類規模の県内拠点都市（例えば秋田市）は経由せずに直接3類以下の都市（例えば大館市）へ入荷してくるケースが多いということで、これは北東北地方の3類以下の都市においてよくみられた。また、パターン②については東京から地方拠点市場（例えば仙台市）を経由せずに県内（例えば山形県）に転送されてくる商品についても、県内拠点都市（例えば山形市）は経由せずに直接3類以下の都市に入荷してくるケースが多いということで、これは東京に近い南東北地方の3類以下の都市に多くみられた。

差を反映して乱高下していることがわかる。価格の乱高下は、生産者にとっては経営の不安定を招くだけで所得の高位安定には結びつかない。このような現象が近年際立っている要因として、高糖系品種への系統更新で隔年結果が生じやすくなったことが指摘されているが、1991年のオレンジ果汁の自由化によってミカン果汁の販売不振が生じたため、豊作年にミカン果汁用に多く振り向けることで生果の流通量を調整するという価格調整機能が発揮できなくなったことも大きいといえる。

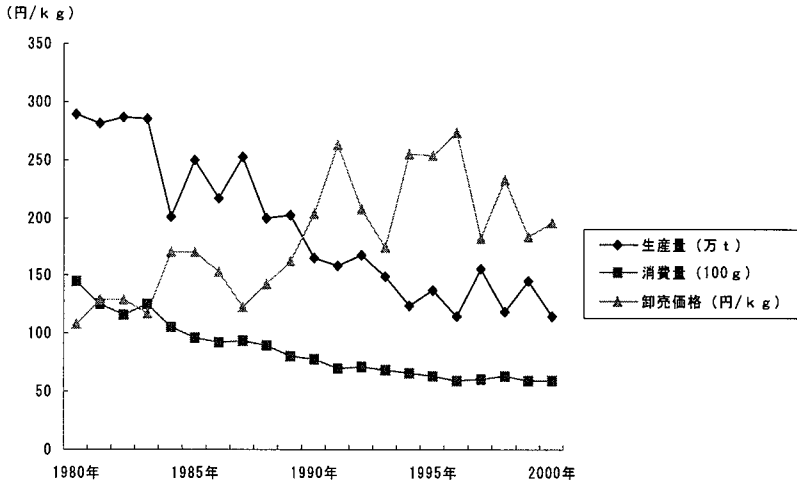


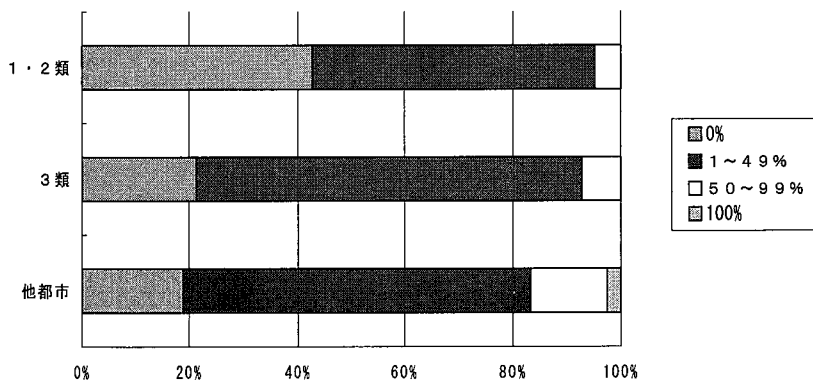
図8 近年におけるミカンの需給バランスの変化

資料：果樹生産出荷統計，青果物卸売市場調査報告，家計調査年報

2つめは、卸売市場における取引形態が大きく変化したことである。卸売市場での取引は競りが基本であったが、1997年の卸売市場法の改正により、それ以前にも増加傾向にあった先取りによる取引が急増し、競り取引による適正価格の決定という原則は形骸化し、相対的に価格は低水準で決まるようになった。このような変化は1・2類の大都市ほど顕著にみられ、ミカンの場合地域的には東京に近い市場ほど競り取引比率は低く、北海道・北東北地方のようなミカン産地から遠隔の市場ほど競り取引は比較的維持されているといえる(図9)。

3つめは、小売業における販売方法の変化である。近年、小売業販売額に占める量販店の比率はますます高まり、その卸売市場における価格交渉力は高まっているが、量販店は小売価格の設定については同一品目については毎年シーズンを通じて一定にすることを理想としており、収穫量の豊凶差に基づく卸売価格の変動を小売価格に反映させない傾向にある。このことが、卸売市場における先取り価格の交渉において凶作年においても価格を低く抑える要因として働いているのである。

a. 都市規模別



b. 所在地域別

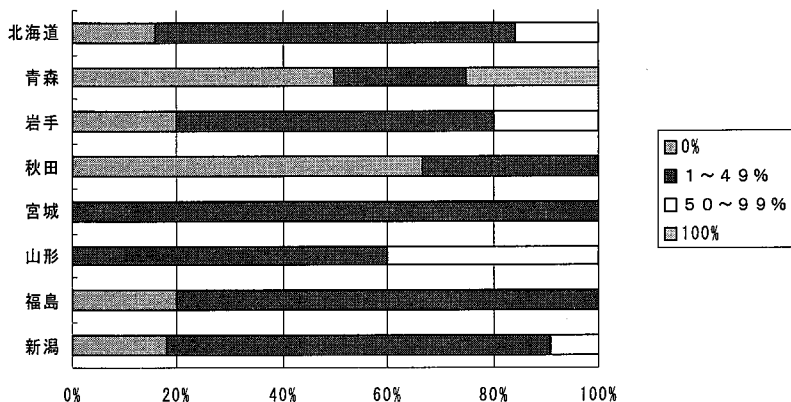


図9 北日本市場におけるミカンの競り取引比率の特徴

資料：アンケート調査

以上のように、ミカンをめぐる生産と消費の状況は、生産者に対して所得上昇をもたらす環境にはないといえるが、そのような中で流通システムへのテコ入れで若干でも農産地へ利益還元を行おうとすれば、本稿の分析からは次のことが指摘できるであろう。それは、3類以下の都市への流通に関してである。図3・図9で示したように3類以下の都市では、特に北海道・北東北地方といったミカン産地から遠隔の地に行くほど転送依存度が高く、競り取引比率も高い。これは、産地からの直送品が少なく凶作年に供給量が不足するなど、流通ルート上の周辺地域に位置することからくるもので、これらの地域の潜在的供給不足状態のあらわれであると考えられる。また、表3に示したように3類以下の都市の卸売会社の営業方針の中には、「高品質」・「鮮度」・「多様な産地」といった入荷商品へのニーズが潜在的に存在している。したがって、このような都市・会社への直送を行うことで、より産地側に有利な価格形成が可能になるのではないかと。もっとも、このような周辺地域の小規模会社への直送は輸送距離的にも商品ロット的にもコストの上昇を招くことになる。しかし、系統出荷組織がますます巨大化して販売先を集約している現状では、傾向的に直送品を入荷できる卸売会社は減少していくものと思われる。したがって、この点を系統外出荷組織は把握し、小規模卸売会社へセールスポイントとしてアピールする必要があるだろう。系統外出荷組織は、将来的には一般的農村の生産物の販売を担う重要な機関になることを認識すべきであるし、その意味では地域的にも都市規模的にも末端に位置する卸売市場で過当競争が生じないように、集出荷業者間で情報交換や出荷調整を行うような機能をもった上部組織を確立する必要がある。また、政府もこの点を踏まえて業界団体に働きかけ、組織結成に向けて助成も検討する時期にきているのではないだろうか。

付記：本稿を作成するにあたっては、各県農協連合会、東京都中央卸売市場大田市場の卸売業者・仲卸業者、ならびにアンケートにお答えいただきました卸売会社の皆様に多大なご支援とご協力をいただきました。末筆ながら、ここに記して厚く御礼を申し上げます。なお、本稿は2002年6月の経済地理学会関西支部例会においてその骨子を報告したものである。

参考文献

- 荒木一視 (1996) 「北海道旭川市における野菜産地の成長－農協の集出荷対応を中心として－」『人文地理』48巻5号
- 荒木一視 (1997) 「わが国の生鮮野菜輸入とフードシステム」『地理科学』52巻4号
- 荒木一視 (1998) 「野菜地域間流動と都市の階層構造－都市システムとフードシステムの接点－」(所収：森川洋 編『都市と地域構造』大明堂)
- 荒木一視 (1999) 「農業の再生と食料の地理学」『経済地理学年報』45巻4号
- 荒木一視 (2000) 「わが国の青果物流動体系からみた地方中堅スーパーA社の青果物調達戦略－松山都市圏の事例を中心に－」『地理科学』55巻1号
- 伊藤貴啓 (1997) 「卸売市場流通の空間パターン－野菜の転送を事例として－」『地理学報告』85巻
- 小林康平 (1995) 「日本における卸売市場流通効率化の課題」(所収：小林康平編『変貌する農産物流通システム』農山漁村文化協会)
- 齊藤雅雄 (1996) 『青果流通サバイバル』創林社
- 豊田 隆 (1990) 『果樹農業の展望』農林統計協会
- 藤島廣二 (1996) 「1980年代中期を境とする青果物流通システムの変化」『農業総合研究』50巻1号
- 山川充夫 (1989) 「青果物生産販売戦略の新展開－福島県を中心として－」『福島大学地域研究』1巻1号