

輸入野菜急増下における野菜小売流通の変化と卸売市場規制緩和

尾 碯 亨

Sudden Increase in Imported Vegetables Elicits Changes in Retail Vegetable Distribution and Relaxes the Restrictions on Wholesale Markets

Toru OZAKI
(June 1999)

一 目 次

1. 課題
2. 小売店の概要と輸入野菜の取扱
 - (1) 小売店アンケート概要と分析方法
 - (2) 小売店の生鮮輸入野菜の取扱
3. 小売店における野菜仕入情報化
4. 生鮮輸入野菜の仕入先と取引方法
 - (1) 生鮮輸入野菜の仕入先
 - (2) 生鮮輸入野菜の取引方法
5. 国内産野菜の仕入先と取引方法
 - (1) 国内産野菜の仕入先
 - (2) 国内産野菜の取引方法
6. 卸売市場規制緩和と野菜小売流通の再編

1. 課 題

80年代後半以降、特に92年以降の円高を背景に輸入野菜が急増しつつある。輸入野菜といっても生鮮、塩蔵、冷凍、乾燥、調整、トマト加工など様々なタイプの輸入野菜があるが、近年の野菜輸入の大きな特徴は、生鮮野菜の輸入急増があげられる。98年度の輸入野菜の輸入量は全体で230万トンであったが、うち生鮮野菜の輸入は、国内産の不作の影響もあったが約72万トンと過去最高の輸入量となり、輸入野菜全体の約3割と輸入野菜の中で最も多くの割合を占めるまでになっている。生鮮輸入野菜増大の内容について、その特徴を簡単に整理してみると、第1は、以前のたまねぎ、かぼちゃを中心とした貯蔵性の高い品目中心の輸入から、近年はフレッシュな野菜を含む多品目の野菜が輸入されているのが特徴である。第2は、輸入先はアメリカと中国の2国で約6割を占め、特に近年、隣国の中国からの輸入急増が大きな特徴である。第3に、輸入先から我が

国までの輸送は、ほとんどが船によるが、フレッシュあるいは高単価の野菜を中心に航空輸送による野菜が増大しているのも大きな特徴である。第4の特徴としては、輸入が急増するもて大手輸入商社を中心として、恒常的に輸入できる体制が構造的にも整備されつつあることがあげられる。こうした生鮮輸入野菜の増大の背景には、円高だけではなく、輸入野菜の鮮度管理などの輸送技術の高度化や情報化の進展も大きく影響している。

ところで、近年の生鮮輸入野菜の増大は、小売店での輸入野菜の取扱を増やすとともに国内の野菜小売流通にも大きな影響を与えつつある。

本研究は、生鮮輸入野菜が増大するもて、第1に、野菜における小売流通の変化を、仕入先や取引方法を中心に、生鮮輸入野菜と国産産野菜とに区分して考察する。第2に、野菜小売流通の変化と卸売市場制度の改革の関わりについて考察する(注1)。

2. 小売店の概要と輸入野菜の取扱

(1) 小売店アンケート概要と分析方法

近年、生鮮輸入野菜が急増するなかで、小売店でも輸入野菜の取扱が増えつつある。

そこで、生鮮輸入野菜が増大するもて、野菜の小売流通の変化を考察するために、スーパー(全国のスーパー本部)と八百屋(札幌市及び近郊)へのアンケート調査(1997年11月12日~11月25日)を実施した(注2)。

小売店の野菜取扱を分析するための分析基準は、スーパーと八百屋とに区分し、さらにスーパーは、チェーン店数により区分し、チェーン店数30店舗以上(以下大型チェーン店と呼ぶ)、5店舗以上29店舗以下(中型チェーン店)、4店舗以下(小型チェー

* 食品流通学科, 物流管理研究室

Department of Food Distribution, Logistics and Management, Rakuno Gakuen University, Ebetsu, Hokkaido, 069 Japan

ン店)に3区分し分析を行うこととした。

小売店のスーパーにおける区分別の基本概要は、大型チェーン店(以下、大型店と略す)の場合、1店舗当たりの年間販売高は2,702億円(最大12,954億)、チェーン店数82.4店舗(最大200店舗)、雇用は正社員2,851人、パート4,385人でパート依存率60.6%、野菜年間仕入高77.8億円(最大269億円)、生鮮輸入野菜年間仕入高7.8億円(最大32.3億円)、生鮮輸入野菜割合10.0%(最大18%)であった。同様に、中型チェーン店(以下、中型店と略す)は、年間販売額131億円(最大838億円)、チェーン店数11.6店舗、雇用は正社員242人、パート324人でパート依存率57.2%、野菜年間仕入高14.1億円(最大150億円)、生鮮輸入野菜年間仕入高1.1億円(最大15億円)、輸入野菜割合7.7%(最大30%)であった。小型チェーン店(以下、小型店と略す)は、年間販売額20億円(最大89億円)、チェーン店数2.1店舗、野菜年間仕入高2.7億(最大35億)、生鮮輸入野菜年間仕入高0.3億円(最大7億円)、輸入野菜割合10.8%(最大30%)である(表2-1)。

これによれば、スーパーの場合、大型店ほど、野菜の取扱高も多く、生鮮輸入野菜の取扱も7.8億円と中型店の7倍、小型店の26倍と他の規模に比べて非常に高いことがわかる。ただ、スーパーの場合、生鮮野菜取扱い全体に占める生鮮輸入野菜取扱い割合は、どの規模とも10%前後であり、野菜全体では輸入野菜は国産野菜の補完的な位置にあるのが現状である。しかし、それはあくまで全体的な数値であり、しょうが、にんにく、ブロッコリー、アスパラなど品目別では、輸入品の取扱割合が非常に高い野菜もあることを見逃してはならない(注3)。

(2) 小売店の生鮮輸入野菜の取扱

生鮮野菜の輸入が増える中で小売店においても輸入野菜の取扱が増大してきているが、その位置づけや取扱状況は小売規模別に異なると思われる。ここでは、小売店の輸入野菜の取扱状況を上述の分析基準に基づいて考察する。

まず、小売店の規模別に生鮮輸入野菜の取扱品目数をみると、大型店では、他の小売規模に比べると多種類の輸入野菜を取り扱っている小売店が多く、そのなかでも「20~29品目」と回答した小売店が35.3%と最も多い。逆に小売店の規模が小さくなるにしたがって、取扱品目数も少なくなり、中型店では「10~14品目」(29.8%)、小型店「6~9品目」、八百屋では「3~5品目」(35.3%)と回答した小売店が最も多い(表2-2)。すなわち、生鮮輸入野菜の取扱は、小売規模によっても大きく異なっており、小売規模が大きい小売店ほど多品目の輸入野菜を取り扱っている傾向にあり、逆に小売規模が小さくなるにつれて、取扱品目も限られた品目のみしか取り扱っていない傾向がうかがえる。

このように生鮮輸入野菜の取扱は小売規模によってかなり異なるが、その取扱理由はどうであろうか。小売店で生鮮輸入野菜を取り扱う理由としては、取扱品目の多い大型店では、「国産品と比べて低価格であるため」(大型店の70.6%)、「国産品のみでの必要量確保が困難であるため」(同64.7%)と答えた小売店が多い。それに対し、輸入野菜の取扱が少ない八百屋は、「周年的な取扱が必要であるため」(八百屋の55.6%)、「輸送技術の向上により品質がよくなってきているため」(同44.4%)と答えた店が多い(表2-3)。すなわち、生鮮輸入野菜の取扱理由も、小

表2-1 スーパーの区分概況

(単位:億円, 店, 人, %)

区 分	集計店舗数 (店)	年間販売高 (億円)	チェーン店数 (店)	正社員 (人)	パート (人)	野菜仕入高 (億円)	輸入野菜仕入高 (億円)	輸入割合 (%)	
									大型チェーン店
中型チェーン店	5~29店舗	50	131	11.6	242	324	14.1	1.1	7.7
小型チェーン店	5店舗未満	61	20	2.1			2.7	0.3	10.8

(資料) アンケート調査より。年間販売額、従業員については、商業会「日本スーパー名鑑'97」による。

表2-2 小売店の生鮮輸入野菜取扱品目数

(単位:%, 店)

区 分	1~2品目	3~5品目	6~9品目	10~14品目	15~19品目	20~29品目	30~39品目	40~49品目	50~99品目	100~199品目	割合	回答数
大型チェーン店	—	11.8%	5.9%	17.6%	23.5%	35.3%	5.9%	—	—	—	100.0%	17
中型チェーン店	6.4%	2.1%	23.4%	29.8%	21.3%	6.4%	2.1%	2.1%	2.1%	—	100.0%	47
小型チェーン店	5.0%	15.0%	28.3%	28.3%	8.3%	6.7%	3.3%	1.7%	—	1.7%	100.0%	60
八百屋	11.8%	35.3%	23.5%	23.5%	5.9%	—	—	—	—	—	100.0%	17

(資料) アンケート調査より。

表 2-3 生鮮輸入野菜取扱理由（複数回答）

（単位：店、％）

区 分	大型チェーン店		中型チェーン店		小型チェーン店		八百屋	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
国産品のみでの必要量確保が困難であるため	11	64.7%	27	60.0%	31	52.5%	7	38.9%
国産品と比べて、低価格であるため	12	70.6%	29	64.4%	30	50.8%	6	33.3%
周年的な取扱が必要であるため	8	47.1%	37	82.2%	31	52.5%	10	55.6%
多様な品揃えの必要性から	5	29.4%	14	31.1%	20	33.9%	6	33.3%
輸入品は販売計画がたてやすいため	4	23.5%	10	22.2%	7	11.9%	0	—
輸入品は、量・価格ともに安定しているため	7	41.2%	18	40.0%	17	28.8%	3	16.7%
消費者の嗜好の変化に因るため	3	17.6%	6	13.3%	3	5.1%	6	33.3%
栽培技術の向上により品質が良くなってきているため	9	52.9%	19	42.2%	31	52.5%	7	38.9%
輸送技術の発達により鮮度が良くなってきているため	8	47.1%	20	44.4%	25	42.4%	8	44.4%
他店と競争するため	2	11.8%	8	17.8%	7	11.9%	4	22.2%
消費者が低価格な輸入生鮮野菜を望んでいるため	1	5.9%	4	8.9%	5	8.5%	1	5.6%
消費者の輸入品に対するイメージが良くなってきているため	4	23.5%	11	24.4%	11	18.6%	0	—
国内生産が縮小したため	3	17.6%	7	15.6%	7	11.9%	2	11.1%
その他	0	—	4	8.9%	7	11.9%	1	5.6%
回答数	17		45		59		18	

（資料）アンケート調査より。

売規模により若干こととなっている。大型店では、日々、大量の野菜を定時、安定的に年間を通じて仕入れることが重要であるが、国内野菜のみではそれに対応できないため、低価格で必要量確保がしやすい生鮮輸入野菜を取り扱っていると思われる。それに対し八百屋では、周年供給や鮮度など品質の向上から取り扱っているのである。

また、生鮮輸入野菜の主要6品目（たまねぎ、かぼちゃ、アスパラ、しょうが、セロリー、にんじん）の価格と納期の安定性に関する質問では、大型店ほど安定的な仕入がなされているとの回答が得られた。例えば価格では、大型店では、主要全品目で、安定的な価格で仕入れられると回答した小売店は平均9割以上あり、特にたまねぎ、しょうが、セロリーは、回答者すべてが安定的な価格で仕入れられると回答があった。それが、小売規模が小さくなるに従い安定的な価格で仕入れられる割合が減少し、八百屋の場合、かぼちゃでは仕入価格が不安定と回答した店が41.2%あり、それ以外にも、しょうが28.6%、アスパラ23.5%の不安定との回答があった（表2-4）。同様のことは、納期についても言え、すなわち、生鮮輸入野菜の価格や納期の安定性は、小売規模が大きい程メリットがあると言える。

これまでのことから小売店の生鮮輸入野菜の取扱は、大量の野菜を定時、安定的に取扱の必要な大型店ほどその取扱も多く、また価格や仕入も大型店ほど安定しているといえる。

ところで、生鮮輸入野菜の今後の取扱に関しては、どの小売規模とも現状維持と回答した割合が最も高いが、特に生鮮輸入野菜の取扱の必要性やそのメリットが少ない小規模小売店ほど、その傾向が強い。すなわち、大型店では、58.8%が現状維持と答えているのに対し、中型店では70.2%、小型店では61.7%、八百屋は72.2%が生鮮輸入野菜の取扱は現状維持と答えている。

ただ、全体的に現状維持割合が高いとはいえ、「今後生鮮輸入野菜の取扱いを増やしたい」との回答も、大型店では35.3%、次に小型店30.0%、中型店23.4%とあることにも注目しておく必要がある（表2-5）。特に、主要品目別では、どの品目も大型店ほど、輸入を増やしたい意向を強く持っている。すなわち、たまねぎ84.6%、かぼちゃ73.3%、アスパラ78.6%、しょうが75.0%、セロリー92.9%、にんじん92.3%の大型店ほど今後輸入を増やしていきたい意向を強く持っている（表2-6）。これは、大型店では、生鮮野菜取扱全体に対する生鮮輸入野菜の取扱割合は現状程度に押さえるが、品目によっては、輸入割合を高めていこうとする、あるいは輸入野菜に変えていこうとする意向を持っているためではないかと思われる。大型店ほど生鮮輸入野菜の取扱意向が強い背景には、生鮮輸入野菜の取扱の必要性（必要量確保）や価格メリット（低価格・安定）が大規模ほどあることも今後の取扱を増やす意向が強い要因と考えられる。

表 2-4 生鮮輸入野菜（品目別）の価格・納期について

（単位：％，店）

品 目	区 分	価 格			納 期		
		安 定	不安定	回答数	安 定	不安定	回答数
たまねぎ	大型チェーン店	100.0%		12	91.7%	8.3%	12
	中型チェーン店	95.0%	5.0%	20	84.2%	15.8%	19
	小型チェーン店	91.7%	8.3%	24	70.8%	29.2%	24
	八百屋	80.0%	20.0%	5	50.0%	50.0%	4
にんじん	大型チェーン店	90.0%	10.0%	10	80.0%	20.0%	10
	中型チェーン店	83.3%	16.7%	12	81.8%	18.2%	11
	小型チェーン店	80.0%	20.0%	10	40.0%	60.0%	10
	八百屋	80.0%	20.0%	5	60.0%	40.0%	5
アスパラガス	大型チェーン店	82.4%	17.6%	17	76.5%	23.5%	17
	中型チェーン店	87.8%	12.2%	41	92.1%	7.9%	38
	小型チェーン店	76.8%	23.2%	56	73.6%	26.4%	53
	八百屋	76.5%	23.5%	17	73.3%	26.7%	15
かぼちゃ	大型チェーン店	93.8%	6.3%	16	87.5%	12.5%	16
	中型チェーン店	90.2%	9.8%	41	100.0%	0.0%	40
	小型チェーン店	85.5%	14.5%	55	83.3%	16.7%	54
	八百屋	58.8%	41.2%	17	71.4%	28.6%	14
しょうが	大型チェーン店	100.0%		11	100.0%		11
	中型チェーン店	95.7%	4.3%	23	95.5%	4.5%	22
	小型チェーン店	93.9%	6.1%	33	81.8%	18.2%	33
	八百屋	71.4%	28.6%	7	100.0%		6
セロリー	大型チェーン店	100.0%		7	85.7%	14.3%	7
	中型チェーン店	86.7%	13.3%	15	73.3%	26.7%	15
	小型チェーン店	80.0%	20.0%	15	56.3%	43.8%	16
	八百屋			0			0

（資料）アンケート調査より。

表 2-5 今後の生鮮輸入生鮮野菜取扱量について

（単位：％，店）

	増やしたい	減らしたい	現状維持	合 計	回答数
大型チェーン店	35.3%	5.9%	58.8%	100.0%	17
中型チェーン店	23.4%	6.4%	70.2%	100.0%	47
小型チェーン店	30.0%	8.3%	61.7%	100.0%	60
八百屋	16.7%	11.1%	72.2%	100.0%	18

（資料）アンケート調査より。

3. 小売店における野菜仕入情報化

これまで、野菜流通は、生産の零細性や野菜の商品特性による標準化の困難さなどにより、その取引方法は、形骸化してきているとはいえ卸売市場流通を基本としたセリによる商物一致の流通が中心であった。しかし、近年、農協等の合併などによる産地の出荷の大型化の進展により、出荷、販売における物流システム化や情報化（ベジフルシステム、逆

ベジフルシステム）が進展しつつある（注4）。

小売においてもスーパー等の大型化にともない、大型小売店を中心に物流センターの設置などによる物流システム化と発注や仕入の情報化が進展しつつある（注5）。特に大型小売店では、野菜の仕入・発注は本部で一括して行い、仕入れた野菜は、物流センターに納入され、そこから各店舗に配送されると言う商流と物流が異なる商物分離システムが構築されている。こうした中で、小売店の野菜仕入における発注方法も、大型小売店を中心にEOSなどの情報システムを利用した発注仕入が増えつつある。

そこで、小売店の小売規模別に野菜仕入の発注方法をみると、大型店ではFAXや電話を併用しつつもEOSを利用した発注を行っている小売店が75.0%ある。中型店でも、FAXを利用した発注が65.1%と最も多いとはいえ、EOSによる発注も39.5%の小売店でなされている。しかし、小型店では、FAX(61.2%)を利用しつつも直接買付(49.0%)

表 2-6 今後の生鮮輸入野菜の輸入量について (品目別)

(単位: %, 店)

品 目	区 分	現状維持	輸入を増やす	輸入を減らす	合 計	回答数
たまねぎ	大型チェーン店		84.6%	15.4%	100.0%	13
	中型チェーン店		100.0%		100.0%	43
	小型チェーン店	86.4%	8.5%	5.1%	100.0%	59
	八百屋	100.0%			100.0%	17
にんじん	大型チェーン店		92.3%	7.7%	100.0%	13
	中型チェーン店		97.5%	2.5%	100.0%	40
	小型チェーン店	87.9%	5.2%	6.9%	100.0%	58
	八百屋	93.8%		6.3%	100.0%	16
アスパラガス	大型チェーン店		78.6%	21.4%	100.0%	14
	中型チェーン店		88.1%	11.9%	100.0%	42
	小型チェーン店	68.9%	19.7%	11.5%	100.0%	61
	八百屋	55.6%	33.3%	11.1%	100.0%	18
かぼちゃ	大型チェーン店		73.3%	26.7%	100.0%	15
	中型チェーン店		83.3%	16.7%	100.0%	42
	小型チェーン店	70.5%	24.6%	4.9%	100.0%	61
	八百屋	75.0%	20.0%	5.0%	100.0%	20
しょうが	大型チェーン店		75.0%	25.0%	100.0%	12
	中型チェーン店		97.7%	2.3%	100.0%	43
	小型チェーン店	83.3%	6.7%	10.0%	100.0%	60
	八百屋	83.3%	5.6%	11.1%	100.0%	18
セロリー	大型チェーン店		92.9%	7.1%	100.0%	14
	中型チェーン店		95.5%	4.5%	100.0%	44
	小型チェーン店	91.5%	5.1%	3.4%	100.0%	59
	八百屋	94.1%	5.9%		100.0%	17

(資料) アンケート調査より。

により仕入を行う小売店が多い。八百屋の場合は、EOSによる仕入はなく、圧倒的に直接買付(85.7%)が多い(表3-1)。すなわち、今日の小売店の野菜仕入の発注方法は、大型店を中心にEOSを中心とした発注システムを導入し、仕入れの情報化を進展させつつある。それに対し小売規模が小さくなるにつれて情報化はそれほど進展しておらず、FAXを利用しつつも直接買付を行う小売店が多くなり、自分で買付に行き自分で店先まで運んで帰る仕入れ方

表 3-1 小売店の仕入・発注方法 (複数回答)

(単位: %, 店)

区 分	電話	FAX	直接現場 買付	EOS	その他	回答数
大型チェーン店	37.5%	56.3%	25.0%	75.0%	6.3%	16
中型チェーン店	25.6%	65.1%	32.6%	39.5%	2.3%	43
小型チェーン店	28.6%	61.2%	49.0%	4.1%	2.0%	49
八百屋	23.8%	28.6%	85.7%	0.0%	4.8%	21

(資料) アンケートより作成。

法が中心であると言える。

以上、今日の小売店における野菜の仕入方法は、大規模な小売店ほど情報化が進展しつつあり、それと結びついた物流センターなど物流システム化をはかることにより、独自の安定的な仕入体制を確立しつつあると言える。

4. 生鮮輸入野菜の仕入先と取引方法

(1) 生鮮輸入野菜の仕入先

先述したように近年、野菜においても大型店を中心に仕入の情報化が進展しているが、そうした状況の下での、野菜小売流通の変化を、生鮮輸入野菜について考察する。

まず最初に、仕入先をみてみよう。

小売店の生鮮輸入野菜の仕入ルートとしては、大型店の場合、1店当たり平均2.4カ所から仕入をおこなっている。また、中型店、小型店の1店当たりの仕入先は1.7カ所、八百屋は1.3カ所である。すなわち、大型店の方が小規模店に比べて若干多様な

仕入ルートを持っている。仕入先利用率は、大型店の場合、輸入業者を利用している小売店が非常に多く、大型店の92.3%と、ほとんどの大型店で生鮮輸入野菜の仕入先として輸入業者を利用している。次によく利用する仕入先としては中央卸売市場の仲卸業者が多く、61.5%の小売店が利用している。すなわち、大型店では、生鮮輸入野菜の仕入先としては、輸入業者と中央卸売市場の仲卸業者からの仕入を主要な仕入先として利用している。それに対し、小売店の小売規模が小さくなるにつれ輸入業者からの仕入利用は少なくなり、それに変わり中央卸売市場の仲卸業者から仕入れる小売店(中型店57.9%、小型店58.0%、八百屋93.3%)が多くなる(表4-1)。すなわち、生鮮輸入野菜の取扱の多い大型店ほど、その仕入先として輸入業者を利用する割合が高く、逆に小売規模が小さくなるほど中央卸売市場の仲卸業者を仕入先として利用する割合が高くなる。

次に、小売店における生鮮輸入野菜の総仕入高に対する仕入先別割合をみると、大型店では卸売市場以外から仕入れる割合が高く、仕入高全体の62.3%を占める。卸売市場以外からの仕入先としては、仕入利用率の高い輸入業者からの直接的仕入割合が高く、51.9%を占めている。次に多いのが中央卸売市場の仲卸業者の29.6%で、両者で総仕入高の81.5%を占める。中型店の場合、仕入先別割合では、中央卸売市場の仲卸業者からの仕入割合がもっとも高く、33.3%を占める。次に地方卸売市場からが24.6%、卸売市場外の輸入業者からは20.4%となっている。小型店では、中央卸売市場の仲卸業者

(39.1%)と地方卸売市場(33.5%)からの仕入割合が高く、両者で72.6%をしめる。八百屋は、圧倒的に中央卸売市場の仲卸業者からの仕入割合が高く79.3%を占める。

以上小売店の生鮮輸入野菜の仕入れは、大型店では、中央卸売市場の仲卸業者からも一定仕入れられているとは言え、卸売市場全体でも37.7%にすぎず、大部分の生鮮輸入野菜は、輸入業者を中心とした卸売市場以外からの仕入れが中心となっている。それに対し、中型店以下の小売店では、中央卸売市場の仲卸業者や地方卸売市場を中心とした卸売市場からの仕入割合が高まり、中型店で62.4%、小型店82.9%、八百屋93.3%となっている。すなわち、輸入野菜といえども小規模小売店ほど、ほとんどが卸売市場からの仕入に依存していることがわかる(表4-2)。今後の仕入先としても、大型店ほど輸入業者(大型店:70.0%、中型店:50.0%)を中心とした市場外仕入を拡大していきたい意向を持っている(表4-3)。

(2) 生鮮輸入野菜の取引方法

小売店の野菜の仕入先は、先述した生鮮輸入野菜においても卸売市場の卸売業者、仲卸業者、JA、全農集配センター、輸入業者、直輸入など多様な仕入先より仕入れをおこなっている。

ここでは、それらの仕入先の取引方法について考察する。小売店の取引方法は、小売店ごと、仕入先ごとに微妙に異なっており、本来であれば、仕入先別に取引方法について調べる必要があるが、今回は、

表4-1 生鮮輸入野菜の仕入先利用率(複数回答)

(単位:%, 店)

区 分	中央卸売市場・卸売業者	中央卸売市場・仲卸	地方卸売市場	場外問屋	産地 仲買人	生産者	JA・農協・経済連 など	全農集配センター	輸入業者	系列 子会社	直輸入	その他	回答数	1店当たりの仕入先 仕入先
大型チェーン店	7.7%	61.5%	7.7%	7.7%	-	-	15.4%	7.7%	92.3%	15.4%	15.4%	7.7%	13	2.4
中型チェーン店	10.5%	57.9%	36.8%	7.9%	-	2.6%	5.3%	-	36.8%	2.6%	5.3%	7.9%	38	1.7
小型チェーン店	20.0%	58.0%	52.0%	12.0%	2.0%	-	14.0%	-	2.0%	-	2.0%	6.0%	50	1.7
八百屋	20.0%	93.3%	6.7%	6.7%	-	-	-	-	6.7%	-	-	-	15	1.3

(資料) アンケート調査より

表4-2 生鮮輸入野菜の総仕入高に対する仕入先割合

(単位:%)

区 分	中央卸売市場・卸売業者	中央卸売市場・仲卸	地方卸売市場	場外問屋	産地 仲買人	生産者	JA・農協・経済連 など	全農集配センター	輸入業者	系列 子会社	直輸入	その他	合 計	卸売市場 仕入割合
大型チェーン店	7.3%	29.6%	0.8%	1.5%	-	-	1.5%	0.8%	51.9%	1.5%	2.7%	2.3%	100.0%	37.7%
中型チェーン店	4.5%	33.3%	24.6%	5.3%	-	0.3%	1.9%	-	20.4%	1.3%	2.0%	6.4%	100.0%	62.4%
小型チェーン店	10.3%	39.1%	33.5%	2.8%	0.1%	-	8.7%	-	0.3%	-	1.4%	3.8%	100.0%	82.9%
八百屋	7.3%	79.3%	6.7%	6.0%	-	-	-	-	0.7%	-	-	-	100.0%	93.3%

(資料) アンケート調査より作成

表 4-3 今後取引を増やしたい仕入先（生鮮輸入野菜）

(単位：％，店)

区 分	中央卸売市場(卸売業者)	中央卸売市場(仲卸)	地方卸売市場	場外問屋	産地仲買人	JA(農協・経済連など)	全農集配センター	輸入業者	系列子会社	直輸入	その他	回答数
大型チェーン店	10.0%							70.0%	20.0%	10.0%	10.0%	10
中型チェーン店	11.1%	11.1%		5.6%				50.0%		16.7%	11.1%	18
小型チェーン店	4.8%	28.6%		14.3%	4.8%	4.8%	9.5%	9.5%		4.8%	14.3%	21
八百屋	16.7%	66.7%						33.3%		16.7%		6

(資料) アンケート調査より作成。

全体的な取引傾向をおさえるため、仕入先を個別単位でなく全体としてとらえた。そのため取引方法もセリ取引、先取り取引、相対取引、予約相対取引、その他と主要な取引方法のみとし、また相対取引と予約相対取引は、卸売業者以外の仕入先の取引方法としても利用されるため、その概念規定もここでは、できるだけ仕入先全体に共通性を持ったレベルにした。すなわち、今回の相対取引とは、対象物品について、売り手と買い手との協議によって価格、数量、その他の取引条件を定めて行う売買方法と規定した。また、予約相対取引は、対象物品について、売り手と買い手との間で価格、数量、その他の取引条件の予約に基づき、売り手が買い手に一定期間継続的に売り渡す売買方法と規定した(注7)。

そこで、小売店の生鮮輸入野菜の総仕入高に対する取引方法別価格形成割合をみると、生鮮輸入野菜の場合、小売店全体的には、相対取引と予約相対取引が中心であるといえる。これは輸入野菜の場合、輸出国の港を出る段階ですでに価格(販売価格)が決定しており、売り手にとってもセリ取引による販売よりも相対や予約相対取引の方が価格リスクが少なくすむことも相対取引や予約相対取引が多い理由の1つであるとおもわれる。しかし、小売規模別にみるとその取引比率は、小売規模によってかなり異なっている。すなわち、大型店では、予約相対による取引が最も多く生鮮輸入野菜総仕入高の44.7%を占める。さらには、その他の取引方法も27.3%と他の小売に比べればその割合も高く大型店では独自の取引方法もかなり行われていることが伺

える。相対取引は26.7%と小売規模別の中では最もその比率が低いのも大きな特徴である。次に、中型店では、大規模店同様、予約相対取引による仕入れ割合が最も高く41.7%あり、ついで相対取引による仕入れが31.6%を占める。しかし小型店では、予約相対による取引は19.0%と急に少なくなり、逆に相対取引による仕入れ割合が最も高く全仕入れ高の41.0%を占める。八百屋においても生鮮輸入野菜の仕入れの53.9%が相対取引によって仕入れられ、さらには、八百屋では生鮮輸入野菜と言えども、セリによる仕入れが26.7%あるのが大きな特徴である(表4-4)。

予約相対取引における契約期間についても、予約相対取引割合の多い大型店では、「1週間から1カ月未満」(66.7%)の契約を結ぶ小売店が多く、中にはそれよりも長い「1カ月から3カ月未満」(20.0%)または「6カ月から1年」(20.0%)を結ぶ小売店もある(表4-5)。

以上、小売店の生鮮輸入野菜の仕入れにおける取引方法は、日々大量な野菜を扱う大規模な小売店になればなるほど、そのバイイングパワーを発揮しながら、必要な野菜を長期安定的に、安定価格で仕入れられるために、積極的に予約相対取引を導入していると言える。すなわち、大規模小売店ほど生鮮輸入野菜の取り扱いにおいて価格メリット(低価格、安定)がもたらされるのは、そのバイイングパワーと取引方法によることが大きいと言える。

小売店の今後増やしたいの取引方法でも、大型店を中心に、安定価格、安定仕入が可能な予約相対取

表 4-4 生鮮輸入野菜の総仕入高に対する取引割合

(単位：％，店)

区 分	セリ	先取り	相対取引	予約相対取引	その他	合計	回答数	相対・予約相対
大型チェーン店	0.7%	0.7%	26.7%	44.7%	27.3%	100.0%	15	71.3%
中型チェーン店	11.8%	12.6%	31.6%	41.7%	2.3%	100.0%	41	73.3%
小型チェーン店	15.8%	18.2%	41.0%	19.0%	6.0%	100.0%	48	60.0%
八百屋	26.7%	1.1%	53.9%	18.3%	—	100.0%	9	72.2%

(資料) アンケート調査より作成。

表 4-5 生鮮輸入野菜の予約相対取引を行った場合の契約期間（複数回答）（単位：％，店）

区 分	2日 ～7日	1週間～ 1カ月未満	1カ月～ 3カ月未満	3カ月～ 6カ月未満	6カ月～ 1年未満	1年以上	その他	回答数
大型チェーン店	6.7%	66.7%	20.0%	6.7%	20.0%	6.7%	—	15
中型チェーン店	57.6%	45.5%	6.1%	6.1%	—	3.0%	—	33
小型チェーン店	31.8%	50.0%	9.1%	4.5%	—	—	4.5%	22
八百屋	53.3%	85.7%	14.3%	—	—	—	—	7

（資料）アンケート調査より作成。

表 4-6 生鮮輸入野菜における今後増やしたい価格形成方法（単位：％，店）

区 分	セリ	先取り	相対取引	予約相対取引	その他	合 計	回答数	相対・予約相対
大型チェーン店	—	—	14.3%	71.4%	14.3%	100.0%	7	85.7%
中型チェーン店	—	5.9%	23.5%	64.7%	5.9%	100.0%	17	88.2%
小型チェーン店	15.0%	5.0%	15.0%	65.0%	—	100.0%	20	80.0%
八百屋	14.3%	—	57.1%	28.6%	—	100.0%	7	85.7%

（資料）アンケート調査より作成。

引を希望する割合が最も高く、大型店 71.4%、中型店 64.7%、小型店でも 65.7%となっている（表 4-6）。こうしたことから、今後、生鮮輸入野菜では、予約相対取引がますます増大すると思われる、そのことは、国内の野菜流通にも一定の影響をもたらすことになるかと予想される。

5. 国内産野菜の仕入先と取引方法

(1) 国内産野菜の仕入先

小売店での輸入野菜の取扱が増え、大型店を中心に仕入情報化や物流システム化の進展するも、生鮮輸入野菜は、輸入業者を中心とした仕入れと予約相対取引による取引方法を増大させつつあるが、国内産野菜の場合はどうであろうか。

国内産野菜の流通は、これまで卸売市場を中心とした流通であった。しかし近年、卸売市場流通が中心とはいえその経由割合が低下傾向にある。1985年には野菜全流通量の 87.4%が卸売市場を経由して流通していたが、年々その割合が低下し、1995年には 80.8%にまで低下しつつある。また、卸売市場での取引も、形骸化してきているとはいえセリ取引を中心とした取引形態で取引がなされてきたが、近年セリ取引割合も低下傾向にある。すなわち、85年には、卸売市場取引全体の 77.5%がセリ取引により売買されていたのが、年々その割合を低下させ 97年には 52.6%にまで低下してきている。

こうした卸売市場流通量割合の低下やセリ比率の低下は、生鮮輸入野菜の増大や小売店の大型化にともなう情報化や物流システム化の進展による仕入先や取引方法の変化とも密接な関係もあると思われる

が、小売店の国内産野菜の取り扱いの変化も大きく影響していると思われる。そこで以下では、生鮮輸入野菜同様、国内産野菜の小売流通の変化について、その仕入先と取引方法から考察する。

まず最初に、国内産野菜の仕入先について考察する。

小売店の国産野菜の仕入利用先を小売規模別に見ると、規模によってかなりの違いが生じつつある。大型店では 1店当たり 4.9カ所と多様な仕入先を利用している。すなわち、大型店は、中央卸売市場仲卸業者（75.0%）や地方卸売市場（56.3%）を中心に卸売市場を国内産野菜の仕入先として積極的に利用しつつも、消費の多様化や小売店間の競争が激化するなかで、差別的な小売店独自の国産野菜を安定的に仕入れるために、卸売市場の利用だけではなく、生産者（81.3%）、JA・経済連（50.0%）、産地仲買人（50.0%）や輸入業者（37.5%）をも含む多様な仕入ルートを利用している小売店が多い（表 5-1）。すなわち、国内産野菜の総仕入高全体に対する仕入先別割合をみると、大型店では、卸売市場からの仕入が 56.3%（卸売市場仲卸業者 36.9%、卸売業者 10.3%、地方卸売市場 9.1%）に対し、卸売市場以外から仕入割合も各々の仕入先割合は低いが、卸売市場以外の仕入も全体では 43.7%（全農 7.6%、生産者 6.8%、輸入業者 5.9% など）と約 4割を占めている（表 5-2）。

次に中型店の 1小売店当たりの仕入先は平均 3.2カ所と大型店より少ない。国内産野菜の仕入利用先は、中型店においても中央卸売市場仲卸業者（69.6%）や地方卸売市場（60.9%）などの卸売市場

表 5-1 国産野菜の仕入先利用率（複数回答）

（単位：％、店）

区 分	中央卸売市場(卸売業者)	中央卸売市場(仲卸)	地方卸売市場	場外問屋	産地仲買人	生産者	JA(農協・経済連など)	全農集配センター	輸入業者	系列子会社	その他	回答数	1店当たりの仕入
大型チェーン店	31.3%	75.0%	56.3%	31.3%	50.0%	81.3%	50.0%	50.0%	37.5%	6.3%	18.8%	16	4.9
中型チェーン店	28.3%	69.6%	60.9%	23.9%	23.9%	65.2%	19.6%	6.5%	8.7%	—	8.7%	46	3.2
小型チェーン店	24.1%	66.7%	55.6%	11.1%	13.0%	35.2%	25.9%	—	—	—	3.7%	54	2.4
八百屋	55.0%	85.0%	10.0%	10.0%	10.0%	25.0%	—	—	—	—	—	20	2.1

（資料）アンケート調査より作成。

表 5-2 国産野菜の総仕入高に対する仕入先割合

（単位：％）

区 分	中央卸売市場(卸売業者)	中央卸売市場(仲卸)	地方卸売市場	場外問屋	産地仲買人	生産者	JA(農協・経済連など)	全農集配センター	輸入業者	系列子会社	その他	合計	卸売市場仕入割合
大型チェーン店	10.3%	36.9%	9.1%	4.5%	3.4%	6.8%	5.6%	7.6%	5.9%	6.7%	3.1%	100.0%	56.3%
中型チェーン店	8.0%	37.9%	27.1%	6.5%	1.8%	10.3%	4.8%	0.6%	0.4%	—	2.6%	100.0%	73.0%
小型チェーン店	10.0%	40.1%	32.2%	2.5%	1.4%	3.8%	9.6%	—	—	—	0.3%	100.0%	82.3%
八百屋	12.4%	72.4%	5.1%	1.5%	4.3%	3.4%	—	—	—	—	—	100.0%	89.8%

（資料）アンケート調査より作成。

からの仕入利用を中心としつつあるが、生産者などからの直接仕入を行っている小売店も約7割ある。総仕入高全体に対する仕入先別割合でも、卸売市場からの仕入が73.2%（卸売業者8.0%、卸売市場仲卸業者37.9%、地方卸売市場27.1%）をしめ、国内産野菜仕入の相当の部分が卸売市場に依存していると言える。ただ、中型店の場合、卸売市場からの仕入の中でも地方卸売市場からの仕入割合が高いのが大きな特徴と言える。大型店では、地方卸売市場からの仕入割合は、全体の9.1%であるが、中型店では大型店の約3倍が地方卸売市場からのとなっている。また、大型店よりは少ないとは言え、生産者（10.3%）やJA（農協・経済連）などを中心に卸売市場以外仕入も一定なされており、その割合も27%を占めている。

以上、大型店や中型店では、国内産野菜の仕入に関しては、卸売市場からの仕入を中心としつつも卸売市場以外からの仕入も積極的に行っていることが明らかになった。

それに対し、小売規模の小さい小型店や生業的な八百屋の場合はどうであろうか。小型店の場合、国内産野菜の仕入利用先は、卸売市場を利用する小売店が多く、中でも中央卸売市場仲卸業者（66.7%）や地方卸売市場（55.6%）を利用する小売店が多い。1店当たりの仕入利用先も2.4カ所となっている。総仕入高に対する仕入先別割合も、中央卸売市場仲卸業者（40.1%）や地方卸売市場（32.2%）を中心に卸売市場から仕入れる割合が、全体の82.2%を占める。生業的な八百屋の場合も、国内産野菜の仕入

利用先は、卸売市場が中心となっている。卸売市場の中では、中央卸売市場仲卸業者（85.0%）や中央卸売市場の卸売業者（55.0%）を仕入先として利用している八百屋が多い。1店当たりの仕入先も小売店の中では最も少なく2.1カ所である。総仕入高に対する割合も卸売市場からの仕入割合が89.8%と卸売市場からの仕入がほとんどであり、なかでも中央卸売市場仲卸業者からの仕入割合が72.4%を占めている。

以上、大型店、中型店では、国内産野菜を仕入れるために卸売市場以外からの仕入も積極的に行っているのに対し、小型店や八百屋では国内産野菜の仕入の大部分を卸売市場に依存していると言える。すなわち、今日の卸売市場の経由率低下をもたらしている大きな要因は、大型店や中型店などの小売規模の大きな小売店を中心とした卸売市場以外からの仕入増大によると言える。

小売店の今後仕入先も、大型店を中心に生産者（90.0%）やJA・経済連（70.0%）などの卸売市場以外の仕入を強化したい意向を強く持っている（表5-3）。こうしたことから考えると、いまや、小売店の国内産野菜の仕入先も、生鮮輸入野菜同様、物流システム化や情報化の進んでいる大型店を中心に、卸売市場以外からの仕入体制が確立されつつあるといえる。

（2）国内産野菜の取引方法

国産野菜においても、近年、大型店を中心に市場外仕入が増大して行こうとしているが、そうしたも

表 5-3 国産野菜の今後取引を増やしたい仕入先

(単位：％，店)

区 分	中央卸売市場 卸売業者	中央卸売 市場(仲卸)	地方卸売 市場	場外問屋	産地 仲買人	生産者	JA(農協・ 経済連など)	全農集配 センター	輸入業者	その他	回答数
大型チェーン店	10.0%	20.0%	20.0%	10.0%	10.0%	90.0%	70.0%	20.0%	10.0%	10.0%	10
中型チェーン店	3.8%	3.8%	11.5%	11.5%	7.7%	11.5%	76.9%	26.9%	15.4%	3.8%	26
小型チェーン店	22.0%	19.5%	14.6%	2.4%	19.5%	43.9%	9.8%	2.4%			41
八百屋	27.3%	63.6%				27.3%		9.1%		9.1%	11

(資料) アンケート調査より作成。

とでの小売店の国内産野菜の取引方法について以下で検討する。国内産野菜においても、生鮮輸入野菜と同様に、今回は、全体的な取引傾向をおさえるため、仕入先を個別単位でなく全体としてとらえた。

小売店における国産野菜の取引方法を小売規模別にみると、大型店では、すべての小売店で相対取引(100%)による取引方法を利用している。さらには、国内産野菜においても大型店では予約相対取引による仕入を75.0%の小売店で利用しているのが注目される。(表5-4)。国産野菜の総仕入高に対する取引方法別割合も、相対取引による仕入割合が42.8%に対し、予約相対による仕入割合も31.9%を占めており、この2つの取引方法で仕入全体の74.7%を占める。これに対しセリによる仕入割合は、わずか10.3%にすぎない。すなわち、大型店では、国内産野菜においても、バイイングパワーを発揮しやすい相対取引や予約相対取引を積極的に導入し、安定的な仕入を確保していると思われる。また、予約相対取引における契約期間は、「1週間～1カ月未満」の間で契約を行っている小売店が86.7%ありもっとも多い(表5-5)。

中型店の場合の国内産野菜の取引方法は、予約相対取引(71.1%)や、相対取引(68.9%)、先取り(57.8%)などの取引方法を利用している小売店が多い。総仕入高に対する取引方法別割合は、予約相対取引と先取りによる仕入割合が26.6%あり、相対取引による仕入割合は19.7%と利用している割には以外に少ない。中型店の予約契約期間は「2日～1週間未満」(65.0%)で契約する小売店が多い(表5-6)。

表 5-4 国産野菜の取引方法(複数回答)

(単位：％，店)

区 分	セリ	先取り	相対取引	予約相 対取引	その他	回答数	価格形成 種類
大型チェーン店	50.0%	43.8%	100.0%	75.0%	18.8%	16	2.9
中型チェーン店	46.7%	57.8%	68.9%	71.1%	13.3%	45	2.6
小型チェーン店	64.8%	50.0%	74.1%	44.4%	11.1%	54	2.4
八百屋	73.3%	20.0%	60.0%	46.7%	-	15	2.0

(資料) アンケート調査より作成。

それに対し、卸売市場仕入中心の小型店では、取引方法としては、相対取引(74.1%)だけでなくセリ(64.8%)を利用する小売店もかなりある。総仕入高に対する取引方法別割合も、相対取引(33.6%)とセリ(32.1%)による仕入が中心で、両者で65.7%を占める。予約相対による仕入割合は、わずか13.1%にすぎない。同様に仕入の約9割を卸売市場から仕入れている八百屋では、その取引方法としてセリ(73.3%)を利用している小売店が最も多く、総仕入高全体に占める割合も50.2%を占める。

以上、小売店の国内産野菜の取引では、近年、相対取引が中心となりつつあり、さらには大型店を中心に、予約相対取引も生鮮輸入野菜同様に国内産野菜にも積極的に導入されつつある。また、大型店や中型店では純粋なセリによる仕入は1割から2割程度であり、大規模小売店を中心にセリ離れが進展している。セリ取引による仕入を積極的に仕入方法に取り入れているのは、八百屋を中心とした小規模小売層であるのが現状である。すなわち、今日の卸売市場におけるセリ比率の低下は、大型店や中型店を中心とした大規模な小売店によるセリ離れによると

表 5-5 国産野菜の総仕入高に対する取引割合

(単位：％，店)

区 分	セリ	先取り	相対取引	予約相対取引	その他	合 計	回答数	相対・予約相対
大型チェーン店	10.3%	8.8%	42.8%	31.9%	6.3%	100.0%	16	74.7%
中型チェーン店	23.6%	26.6%	19.7%	26.6%	3.6%	100.0%	45	46.3%
小型チェーン店	32.1%	15.2%	33.6%	13.1%	5.9%	100.0%	54	46.8%
八百屋	50.2%	2.0%	25.5%	22.3%	-	100.0%	15	47.8%

(資料) アンケート調査より作成。

表 5-6 国産野菜の予約相対取引を行った場合の契約期間（複数回答）

（単位：％，店）

区 分	2日 ～7日	1週間～ 1カ月未満	1カ月～ 3カ月未満	3カ月～ 6カ月未満	6カ月～ 1年未満	1年以上	その他	回答数
大型チェーン店	33.3%	86.7%	20.0%	13.3%	6.7%	6.7%	—	15
中型チェーン店	65.0%	42.5%	12.5%	5.0%	5.0%	—	5.0%	40
小型チェーン店	41.0%	28.2%	10.3%	7.7%	—	—	2.6%	39
八百屋	43.8%	66.7%	11.1%	11.1%	11.1%	—	—	9

（資料）アンケート調査より作成。

ころが大きいと言える。

今後の国産野菜の取引方法として拡大したい取引方法としても、大型小売店ほど生鮮輸入野菜と同じく予約相対取引を望む声が強くなり、大型店では66.7%、中型店でも51.5%の小売店が予約相対取引を拡大していきたい意向を持っている（注8）（表5-7）。

ところで、近年、生鮮輸入野菜が急増し国内でも輸入野菜が一定の地位を獲得しつつあるなかで、大手輸入商社の中に、国内野菜をも積極的に取扱始めた商社もでてきている。こうした動きの中で大型店を中心に卸売市場外仕入が増えつつあるなかで、輸入商社から国内野菜も仕入れるケースが現れており、国内野菜取扱の一定のシェアを確保しつつあることは注目される。すでに先述した表5-2によれば大型店では、国内野菜の仕入の5.9%を輸入商社から仕入れている（注9）。

いまや輸入商社は、単に輸入野菜を取り扱うだけでなく国産野菜の取扱も開始し、積極的に国内野菜市場に進出してきており、今後、国内野菜流通にも大きな影響を与えると思われる。

6. 卸売市場規制緩和と野菜小売流通の再編

これまでの考察から野菜の小売流通は、近年、生鮮輸入野菜が急増するなか、情報化や物流システム化が進んでいる大型店を中心に、生鮮輸入野菜だけでなく、国内産野菜においても卸売市場以外からの仕入が増大しつつあり、取引方法においても予約相対取引を積極的に導入していることが明らかになった。

ところで、近年の産地の大型化の進展、大型小売店の発言力の高まり、大型小売店を中心とする市場外流通の拡大、卸売業者・仲卸業者の経営悪化、市場間の競争激化などを背景として、99年7月、卸売市場制度の改革案が国会に提出され採択された。今回の卸売市場制度の改革により野菜の小売流通はどのような方向に向かっていくのであろうか。ここでは卸売市場制度の改革が今後の野菜小売流通にどのような影響をもたらすのかを改革内容を考察しながら検討してみる。

今回の卸売市場制度の改革の柱は、1. 市場関係業者の経営体質の強化、2. 取引方法の改善、3. 卸売市場の再編の円滑化を3本柱としている。柱のそれぞれの内容を吟味することは別の機会に譲るとして、ここでは、これまでの野菜小売流通の考察と関係の深い、特に2つ目の柱である取引内容の改善の内容について検討する。その要旨をみると①公正・効率的な売買の表示、②取引数量・価格等の公表処置の充実、③市場・品目ごとに、関係者の意見を聴いて、開設者が取引方法を業務規定（条例）で設定（*相対の価格・数量を公表、*最低セリ数量の設定、市場取引委員会による改善意見）④市場関係者で構成する市場取引委員会の設置、⑤確実な決済確保の明示、⑥商物一致・委託集荷規制の緩和の6点の改善をあげている。

この中で、特にこれまでの取引を大きく変える取引改善の目玉は、③と⑥であると思われる。まず、③についてみると、これまで卸売市場の野菜取引は、形骸化してきているとはいえセリを原則とした取引で移行してきた。しかし、今度の卸売市場制度の改

表 5-7 国産野菜における今後増やしたい価格形成方法

（単位：％，店）

区 分	セリ	先取り	相対取引	予約相対取引	その他	合計	回答数	相対・予約相対
大型チェーン店	—	8.3%	16.7%	66.7%	8.3%	100.0%	12	83.3%
中型チェーン店	9.1%	9.1%	24.2%	51.5%	6.1%	100.0%	33	75.8%
小型チェーン店	9.8%	14.6%	31.7%	43.9%	—	100.0%	41	75.6%
八百屋	33.3%	—	44.4%	22.2%	—	100.0%	9	66.7%

（資料）アンケート調査より作成。

革では、取引方法は、開設者が市場・品目ごとに、関係者の意見を聴いて業務規定（条例）で設定すればよいとする。その際、相対取引についての価格・数量の公表、最低セリ数量の公表としている。簡単にいえば、これは、明らかにセリ取引原則の放棄であり、取引方法の自由化である。また、⑥は、取引の自由化拡大にともない商物一致規制や委託集荷規制を緩和し、いわゆる商物分離や買付集荷を一層拡大して行こうとするものである。

これまでの考察で明らかのように、野菜小売流通は、大型小売店を中心に卸売市場外仕入や相対取引だけでなく予約相対取引も積極的に導入しつつある。今回の取引方法の自由化とは、こうした大規模小売店の野菜仕入活動に対応したものである。すなわち、取引の自由化は、卸売市場の取引においても相対取引だけでなく予約相対取引をも積極的に導入して行こうとするものである。特に予約相対取引は、数量や価格は予約時に決定しているため、すべての商品が商物一致で卸売市場を通過する必要はなく、効率性から言えば、商流のみ卸売市場を通り、物流は卸売市場を通さず直接供給者から需要者に運んだ方がより効率的となる。商物一致規制緩和の背後には、予約相対取引導入の拡大が隠されているのである。すなわち、今回の卸売市場制度の取引方法の改革を行う要因には、大規模小売店の取引方法を積極的に卸売市場においても取り入れることにより、卸売市場離れの進んでいる大規模小売店を卸売市場に呼び戻し、卸売市場流通の地盤沈下をくい止めようとする意図もあると思われる。しかし、取引の自由化のみで公共性を持った公設の場である卸売市場において、野菜流通の公正な取引を続けられるであろうか。

今回の卸売市場制度の改革により、今後、卸売市場流通は、取引の自由化にともない、これまでのセリ取引を中心とした商物一致の流通から、相対取引や予約相対取引による商物分離の流通への移行が大規模卸売市場を中心に拡大していくと思われる。

しかし、こうした相対取引や予約相対取引は、中小規模の小売店よりもバイイングパワーを持ち、情報化や物流システム化が進展している大規模小売店に有利な流通形態となる。すなわち、いま進められている卸売市場制度の改革は、小売店の中でも大型小売店に多くのメリットをもたらす改革であると言える。

さらに、近年、大規模卸売市場を中心に取引の情報(EDI)化が検討されている。卸売市場における情報(EDI)化の推進は、その商品特性上、導入にはか

りの困難性をともなうと思われるが、情報(EDI)化進展は、商物分離による相対取引を一層増大させることになる。また、卸売市場における商物分離取引や、情報(EDI)化の進展は、それに対応できる小売店とできない小売店との格差をますます増大させることになる。それだけでなく情報化に対応できる大規模卸売市場とそうでない卸売市場と格差も拡大していくものと思われる。

今後、野菜の小売流通は、情報化や物流システム化の進展した大型小売店を中心に、卸売市場以外の仕入だけでなく卸売市場仕入においても、そのスケールメリットを最大限に生かした有利な仕入、取引を拡大していくことになり、逆に情報化や物流システム化に対応できない小売店や市場との格差をますます拡大していくことになりかねない。すなわち、野菜の小売流通は、大規模小売店を中心として、商物分離を中心とした再編が一層進展し、逆に小規模小売店では、仕入・取引において、ますます劣位な環境におかれる危険がある。

近年、我が国経済の規制緩和が進む中で、農業分野においても「総自由化」が押し進められている。今回の卸売市場制度の改革も卸売市場での規制緩和の推進であり、取引方法の自由化による、資本の論理による競争原理の導入である。こうした競争原理の導入は、結局、大資本主導の価格形成をもたらすことになる。すなわち、今進められている卸売市場での取引の規制緩和にともなう相対取引や予約相対取引の増大、あるいは商物分離の増大は、情報化や物流システム化の進展した一部の巨大なバイイングパワーを有する大型流通資本(小売、輸入商社、卸売)主導によって、野菜流通がコントロールされる危険が一層高まらざるを得ないと言える。すなわち、いま進められている卸売市場制度の規制緩和も、大型流通資本主導による野菜流通の新たな再編を一層加速させるものといえる。

いま、産地の大型化や小売の大規模化が進展する中で、卸売市場における現状のセリを中心とした取引にも問題が生じつつあるのも事実である。しかし、公共の場である公設卸売市場としての性格を考えると、当然、取引方法の改善は、現在行われているような単に取引の自由化だけを拡大するだけではなく、産地にとっては再生産が可能な価格形成がなされ、小売に対しても公正な価格形成が行われているかどうかをチェックできる民主的なシステムを含めた取引方法の改善を検討していくことこそが重要なのではないだろうか。

【注】

- 1) 輸入野菜に関する近年の文献としては、森 祐二『日本を襲う外国青果物』家の光協会、1987年。野菜供給安定基金『輸入急増生鮮野菜の国内流通実態』1996年。野菜供給安定基金『輸入急増生鮮野菜の国内流通実態』1997年。藤島廣二『輸入野菜300万トン時代』家の光協会、1997年。輸入野菜を含む野菜の小売流通や卸売市場に関する文献には、坂爪浩史『現代の青果物流通』筑波書房、1999年。日本農業市場学会編集『現代卸売市場論』筑波書房、1999年。などがある。
- 2) アンケート発送先は、「日本スーパー名鑑」より、全国のスーパー本部（チェーン店：625、独立店：974）1,599店とタウンページ掲載の八百屋（北海道札幌近郊）369店の計1,968店を対象にアンケート調査を実施した。回収率は、合計8.3%（スーパーチェーン店11.0%、スーパー独立店7.1%、八百屋7.0%）であった。
- 3) 生鮮輸入野菜の急増のもとで、品目によっては、国内供給全体のかなりの割合を占めている輸入野菜もある。95年段階でもブロッコリーでは、国内供給量の50.2%を輸入野菜が占め、アスパラ46.9%、かぼちゃ44.9%、しょうが43.0%が輸入野菜によって占められており、その後の輸入増を考えるとその割合は、一層高まっていると思われる。
- 4) 産地や卸売市場の情報化の現状については、細川允史『変貌する青果物卸売市場』筑波書房、1993年。日本農業市場学会編集『現代卸売市場論』筑波書房、1999年を参照。
- 5) 野菜小売の情報化の現状については、佐藤和憲『青果物流通チャンネルの多様化と産地マーケティング戦略』養賢堂、1998年を参照。
- 6) 近年、卸売市場での輸入野菜の取扱も増えつつあるが、輸入野菜が国産野菜を浸食して卸売市場での取扱を増やすメカニズムは、尾崎 亨「輸入野菜急増下における野菜産地への影響と対応」酪農学園大学『酪農学園大学紀要 人文・社会科学編 第23巻 第1号』1998年を参照。
- 7) 予約取引とその現状については、細川『前掲書』を参照。
- 8) 生鮮輸入野菜が増大する中で産地でもその対応として、予約相対などの契約取引を行う産地が増えてきている。これに関しては、尾崎 亨「輸入野菜増大下における流通再編と協同組合の役割に関する研究」、全国農業協同組合中央会編『協同組合奨励研究報告 第24輯』1998年を参照。
- 9) 近年、輸入商社は、輸入野菜だけでなく国産野菜の取扱も開始し、国内野菜市場への進出を積極的に押し進めている。輸入商社の国産野菜の取扱方法としては、国産野菜のみを年間を通じて販売していこうとするものと、輸入野菜の端境期に国産野菜を取扱い年間を通じて販売していこうとするものがある。特に前者の場合で、最近注目されているのは、世界最大の青果物メジャーの日本法人であるドールジャパンがあげられる。ドールは、近年生鮮輸入野菜の取扱だけでなく国内野菜生産農家約1,000戸と専属農園契約（戦略同盟）を結び、世界的視野から市場動向を見極め、農家に情報を提供しつつ、農家が生産した野菜の流通、販売を行い始めた。取扱品目は、レタス、にんじん、ブロッコリー、トマト、キュウリ、メロンなど5～9品目に及び、すでにこれらに対応できる流通、情報システムの独自のノウハウを持ち、すでに全国5カ所に物流拠点を持っている。