農産物流通多様化における「その他卸売市場」の生き残り戦略

武田 彬奈（岡山大学農学部）

小松 泰信（岡山大学大学院環境学研究科）

横溝 功（岡山大学大学院環境学研究科）

Analyzing the Management Strategy for “Small-scale Wholesale Markets” by considering the Diversity in the Distribution of Agricultural Products

Akina Taketa (Faculty of Agriculture, Okayama University)

Yasunobu Komatsu (Graduate School of Environmental Science, Okayama University)

Isao Yokomizo (Graduate School of Environmental Science, Okayama University)

The distribution rate in wholesale markets has decreased because of the diversity in the marketing of agricultural products.

Competition between wholesale markets has intensified because the unification and reorganization of wholesale markets by the government has led to the concentration of large-scale wholesale markets.

In this study, we focused on companies in small-

scale wholesale markets that persist with their management strategy under such situations, despite being small in size.

This paper analyzes the management strategy of three companies in the wholesale market of Okayama prefecture on the basis of a hearing investigation and proposes an effective management strategy for companies in small-scale wholesale markets.

1. 課題と方法

近年、情報・輸送の技術の発展により農産物の流通形態が多様化している。消費者の多様なニーズが反映された結果、インターネット販売、産地直売所など、市場外流通が盛んに利用されるようになった。小売店で大きな影響力を持つ大型スーパーチェーンは計画的販売のために契約栽培を利用するようになっており、今後も卸売市場経由率は減少するおそれがある。さらに、流通の効率化を目指した政策により大規模卸売市場へ流通が集中し、市場間の競争が激化している。

本報告では、このような状況下で、資金力や市場規模が小さくとも経営を維持している「その他卸売市場」に着目し、岡山県の卸売市場3社へのヒアリング調査を行った。その結果に基づき、その他卸売市場がその機能をいかに発揮しているか、経営維持のために今後いかに対策を講ずるべきかを明らかにし、その他卸売市場の生き残り戦略について考察する。

2. 卸売市場の概要

(1) 卸売市場の現状

農産物の市場経由率は年々低下傾向にある。主要因に、①運搬・情報技術の発展による流通チャネルの多様化、②市場を介さない輸入野菜の増大、などがあげられる。

卸売市場は、中央卸売市場法制定当初、「すべての人に安定した食料の供給を行う」ことを目的に、その普及に力点を置いた政策が取られてきた。しかし全国的に整備が完了し、消費者の食生活が量的に満たされると、食品への安全・安心志向や質に対する意識が高まった。現行の第8次卸売市場整備計画では「集荷力の向上」と「品質管理の徹底」のために、卸売市場の統廃合、規制緩和が進められている。流通の効率化政策に加え、川上・川下の大型化が起こった結果、大型卸売市場へ流通が集中するようになった。

このように、市場外流通との競合に加え、卸売市場間でも競争が激化している。さらに、不況による

農産物価格の低迷と売れ行き不振で、経営難に直面している卸売市場は少なくない。

(2) その他卸売市場の制度的位置づけ

卸売市場は、中央卸売市場、地方卸売市場、その他卸売市場の 3 種類に区別される。このうち「その他卸売市場」は開設者、市場面積、要件に関して卸売市場法による規定がなく、中央卸売市場および地方卸売市場以外の「規模未満市場」として扱われている。法規制がないため、価格形成や決済に関する規定もなく、各市場の実情により異なる方法が取られていることが多い。

小規模な市場は、資金力の低さや市場面積の狭さなどが原因で、流通の効率化のための設備の充実を大規模市場のように行えない。また、集荷力が大規模市場と比較し劣るために、市場間競争での「生き残り」が困難であると考えられる。2007（平成 19）年時点で全国 599 社のその他卸売市場が経営活動を続けているが、その情報は非常に少なく、実態は不明瞭である。そこで、次節で岡山県内の卸売市場の動向についてまとめ、その他卸売市場が流通においていかに機能を発揮しているかを考察する。

3. 岡山県内のその他卸売市場の動向

(1) 株式会社浅原青果～地産地消の推進～

1) 市場の概要

1972（昭和 47）年、岡山県玉島市に、岡山市中央卸売市場の荷受会社である株式会社浅原青果が同名の市場を開設した。この地域には多くの仲卸業者や問屋が集中して市場街を形成しており、長年地域流通の拠点となってきた。

2) 集荷形態・売買参加者の特徴

岡山市中央卸売市場および倉敷地方卸売市場からの相対による仕入れに加え、地域の農家から相対取引による委託販売を行っている。主な売買参加者は近隣のスーパーマーケットである。

3) 地域における役割

当市場の役割を地産地消の推進による産地振興と捉えており、精力的に活動している。そのうちのひとつが、2004（平成 16）年に当社専務の浅原真弓氏の呼びかけで玉島市場内の玉島総合卸売組合 13 社中 7 社で設立された「おかやま玉島市場 LLP（有限責任事業組合）」である。当該 LLP は設立初年で 4500 万円、2 年目には 6000 万円の売り上げを達成

している。以下にその三つの取り組みを紹介する。

a. オリジナルブランド『みにくいやさいの子』

玉島市場の集荷先である地域農家は、小規模ながらも地域に根ざした多種多様な野菜を出荷できるという魅力がある。これを活かし、多少の傷や形の悪さなどで市場出荷に適さない野菜を買い取り、「見た目が劣っても新鮮で、旬の野菜」を『みにくいやさいの子』として、売買参加者のスーパーの一部にインショップ形式で販売している。ブランドロゴに親しみやすいイラストを用いるなどの工夫により、倉敷市内のスーパーでは一日平均 10 万円を売り上げている。

この取り組みによって生産者は収入の機会と地元消費者という顧客を創造する。消費者は地場農産物を普段利用する店で買うことができる。すなわち、『みにくいやさいの子』によって地産地消を実現していると言える。また、当該 LLP では集荷先とのコミュニケーションを積極的に行うために、野菜の情報やレシピなどを売り場に掲示している。さらに、商品の陳列、回収の際に把握できた消費者の反応を生産者に伝えている。生産者と消費者間の情報の架け橋となることで、地産地消のさらなる推進を図っている。

生産者は選果のみを行い、それ以降の包装、陳列、回収などは当該 LLP が行っており、労力がかかるため取り扱い店舗の増加は困難である。しかし地産地消の効果のほかに野菜のロスの軽減も望めるため、この取り組みは他の地域においても良いモデルとなるだろう。

b. オリジナルブランド『玉桃』^{ぎょくとう}

玉島地区は岡山県でも有数の白桃の産地である。ブランド立ち上げ以前は JA が「岡山の白桃ブランド」を独占している状態であり、白桃農家では A 級品は JA へ、それ以外は市場へ出荷するのが一般的であった。しかし、玉島地区の若手農家を中心に「玉島の桃」であることを付加価値として個人的な直接販売や、JA を介さず市場出荷を行うケースが増加した。これを当該 LLP は、『玉桃』として倉敷市に申請し、2006（平成 18）年に認定された。

『玉桃』はさらに、ジュレ、アイスクリームなど加工品の開発、全国に向けたインターネット販売などで六次産業化した。その結果玉島は「桃の産地」として全国的に知名度を上げ、農家の生産意欲向上に繋がった。

c. もも祭り

2004（平成16）年より、毎年7月に白桃のPRイベント「もも祭り」を開催している。これは、70年以上の歴史を持つ玉島市場で会社同士が協同した初めてのイベントである。これを機に市場のために連携してできることはないかを考えるなど、当該LLP設立のきっかけともなった。現在では特別価格で販売される白桃を求めて多くの消費者が集うイベントとなっている。白桃の他に特産物の販売、市場の「せり」のデモンストレーション、白桃のオリジナルレシピを用いた食育活動など多岐にわたる催しで玉島地区の農産物や市場のPRを行っている。

以上の取り組みに加え、浅原氏は「玉島おかみさん会」を主宰している。この会は2004（平成16）年より産業振興による地域活性化を目標として設立された。以来、主婦ならではの視点から地場農産物を利用した商品のプロデュース活動や販路の確保を行っている。主な開発商品に前述の『みにくいやさいの子』と高梁川流域のコラボレート商品「備中巻寿司」、くらしき作陽大学との農産学連携による『玉桃』の加工品などがある。材料をすべて岡山県産で揃えるためコスト面が課題であるが、この六次産業が新たな地域資源となることが期待されている。

4) 今後の展開

おかやま玉島市場LLPは3年を1クールとしており、今年度から始まった2クール目も取り組みを継続している。3年後の株式会社への移行なども検討されている。

浅原氏の「地域を活性化したい」という熱意と精力的な活動が周囲を動かし、その他卸売市場が「地産地消の推進役」となった。これはその他卸売市場がLLPを結成することによって、流通の拠点としての機能を活かしながら、本来の役割を超えた事例であると言える。

(2) 高梁食品総合卸売市場～地域需要への対応～

1) 市場の概要

高梁食品総合卸売市場は、高梁市で食料品卸を行う高梁食品株式会社によって1972（昭和47）年に開設された。青果物の年間取扱金額は約1.8億円であり、減少傾向にあるという。主な取扱商品は、青果物、菓子、食料加工品、生活雑貨などである。なお、当市場は「びほく農協青果市場」、「高梁魚市場」のその他卸売市場2社が隣接している。

2) 集荷形態・売買参加者の特徴

生鮮食品の集荷は、岡山市中央卸売市場、倉敷地方卸売市場ですべて相対による仕入れを行っている。主な売買参加者は地元の専門的小売商店、スーパーマーケット、サービス業、病院、加工工場などである。

3) 地域における役割

この市場の特徴は、自らの役割を「顧客の仕入れ代行」と位置づけ、地域の売買参加者、消費者のニーズに対応した経営活動をしていることである。

当市場に隣接しているびほく農協青果市場は、管内の組合員が作った青果物をせり取引によって販売している。管内では促成栽培や抑制栽培が行われておらず、売買参加者に安定した周年供給を提供できない。そこで当市場は、びほく農協の品揃え不足を補うために岡山市中央卸売市場、倉敷地方卸売市場からの仕入れを行っている。高梁魚市場は、1974（昭和49）年に移転してきた。3社の集積は売買参加者に幅広い品揃えを可能とし、市場の機能を高めている。

消費者に対しては、市場の経営維持自体が地域貢献となっている。近年、大規模小売企業の台頭により専門的小売店の売り上げ・店舗数は減少傾向にある。高梁市も例外ではない。当市場はこれらを主要な取引相手としているため、収益にも影響が現れた。しかし高梁市は2007（平成19）年の時点で高齢化率が34.0%（岡山県内で6位）と高く、専門的小売店は高齢者の消費活動・住居地に近い、重要な「買い物の場」となっている。また、病院など中山間地域の施設の運営を支えるために、卸売市場は地域の流通の拠点として経営を維持する必要がある。

4) 今後の展開

市場を取り巻く環境の変化に合わせて市場も変化しなければならず、当市場は経営維持のために取り扱い品目の拡大を進めてきた。高梁食品株式会社の設立当初は食料品卸を行っていたが、市場開設によって青果物、後に小売店の品揃え充実のために菓子、日用雑貨、地域小売店の衰退に伴い業務用農産物を取り扱うようになった。このように異業種への参入を行わないことでリスクを抑えながら、売買参加者の需要に据えている。

そして経営者は、「地域に生活者が存在する限り、流通の拠点として卸売市場は必要である。小規模なその他卸売市場だからこそ細やかなニーズに応じた

集分荷が可能。」と、自らの役割を認識していた。

（3）美作青果卸売市場～長年培った流通形態の維持～

1）市場の概要

美作青果卸売市場は、1973（昭和 48）年岡山県北東部農村地帯の流通の拠点として、食料品卸売を行う株式会社矢野商店によって開設された。商品の年間取扱高は約 7 千万円である。美作市は鳥取県と兵庫県に面しており、国道沿いに位置するこの市場は、農産物直売所を有する道の駅とともに観光客にも利用されている。卸売業務のほかに、一般消費者用の農産物や土産物の小売も行っている。

2）集荷形態・売買参加者の特徴

集荷は岡山市中央卸売市場での仲卸業務と、長年信頼関係を培った近隣の農家などから、ともに委託販売と相対取引によって行っている。取り扱い品目は青果物、調味料、穀物など、魚・精肉以外の食料品は揃っている。魚、精肉については販売の権利は持っているものの、地域に取り扱う農家が無いため販売を行っていない。

売買参加者は地域の専門的小売商、旅館などのサービス業、病院、学校給食、ファーマーズ・マーケットの売店などである。サービス業向けの野菜は市場で皮むきなどの下ごしらえをしている。小売業務では家庭向け食料品と土産物の販売を行っている。

3）地域における役割

当市場の役割として、二点があげられている。

第一には、美作地区における流通機能の維持である。市場は消費者にとって身近な存在であり、地域の食生活を支えてきた。現在は技術の発展により流

通チャネルが多様化した、すべての消費者がそれを利用するわけではない。市場を必要とする売買参加者が存在する限り、市場の経営維持は不可欠であるという考えのもと、日常業務につとめている。

第二には、高品質な農産物の供給である。直売のように選果を農家のみに任せず、信頼関係を築いた農家から目の利く市場の担当者が仕入れるため、品質の保証が可能である。同時に、農家とコミュニケーションをとることで情報交換を行い、生産意欲を高めている。これは昔から美作地区の流通を支えてきた当市場だからこそできることであり、大きな強みとしている。

4）今後の展開

前述の通り、市場の経営維持が最重要である。今後市場の経営を維持する上での課題として、①取引量の減少、②傷んだ野菜など、ロスの廃棄にかかる費用、があげられている。①については、美作市の人口は減少傾向にあり、店舗が飽和状態であるため販路を増やすことは困難な状況にある。②は、集荷後に起こるロスであるため、いわゆる「傷物」として売られている野菜に比べ鮮度で劣り、再利用が困難であるため廃棄するよりない。これらの対策として、くず野菜の加工品利用に加え、「地域に市場は不可欠である」という消費者・行政の理解のもと、補助金などの協力を求めたいとのことであった。

4. 結果と考察

調査を行った 3 社の事例分析結果を表 1 にまとめた。共通している点は、①長年かけて培った農家や

表 1. 岡山県内のその他卸売市場 3 社の事例分析

市場名	浅原青果	高粱食品総合卸売市場	美作青果市場
設立年月日	1972（昭和 47）年 12 月 27 日	1972（昭和 47）年 12 月 25 日	1973（昭和 48）年 2 月 17 日
所在地	倉敷市玉島	高粱市旭町	美作市林野
主な集荷先	岡山市中央卸売市場、 倉敷地方卸売市場、地域農家	岡山市中央卸売市場 倉敷地方卸売市場	岡山市中央卸売市場 地域農家・地主
売買参加者	スーパーマーケット	専門的小売商、スーパーマーケット、 サービス業、病院	専門的小売商、ファーマーズマ ーケット、学校給食、サービス業
主な取扱品目	青果物	青果物、加工品、菓子、生活雑貨	青果物、加工品、調味料
地域での役割	地産地消の推進による地域振興 →おかやま玉島市場 LLP・玉島お かみさん会主宰	顧客の仕入れ代行、 取扱品目の充実	市場機能の維持、生産者との信頼 関係に基づく高品質農産物の提供

資料：ヒアリング調査に基づき筆者作成

売買参加者との信頼関係を重要視している、②地域における自らの役割を見出しており、経営維持に前向きであること、であった。とくに①は容易には得られない強みである。食の安全・安心志向が高まっている昨今、冷蔵庫などの設備投資による品質保持機能の強化が注目されている。しかし、安全性や品質の保証で最も重要なものの一つは「人」と「人」との信頼関係であろう。

また、規制の緩さ、規模の小ささによる細やかな集分荷が可能である点は、大規模市場には無いその他卸売市場に共通の強みである。高粱食品総合卸売市場や美作青果卸売市場のような中山間部の卸売市場では、この強みを活かしながら「地域流通の拠点」であり続けることが生き残り戦略の基礎と言えよう。

一方、県南の都市部周辺に位置する浅原青果は、集荷ルートや販路を活かした卸売市場の機能を超えた取り組みにより、地域振興の推進役としてもなく

てはならない存在になっていた。

卸売市場法改正による規制緩和や市場外流通の発達により、今後農産物流通はより多様かつ重層的なものになることが考えられる。その他卸売市場が自らの強みを意識し、それを生産者・売買参加者をはじめとする利用者に伝えることが事業体としての生き残りを可能にし、同時に地域の農産物流通を円滑化するだろう。

参考文献

- [1] 細川允史「卸売市場」『食糧・農産物の流通と市場Ⅱ』日本農業市場学会編、筑波書房、2008年。
- [2] 岡山県「岡山県毎月流動人口調査」
- [3] 農林水産省「第8次卸売市場整備基本方針」2007年。
- [4] 農林水産省「平成20年度卸売市場データ集」
- [5] 東海農政局「卸売市場対策」