市場創設が地場産地へもたらした影響

—奈良県中央卸売市場とトマト地場産地を事例として—

冬 木 啓 子

Effects of Establishment of Central Wholesale Market on Local Tomato Production in Nara Prefecture

Keiko Fuyuki (Kyoto University)

Economic roles of central wholesale markets in local areas have been increased since the middle 1960's. This paper aims to clarify (1) establishment effects of central wholesale market on the production areas of the locality and (2) causal factors, taking Nara prefecture as a case. Transaction data of the central wholesale market and shipping behavior of tomato production areas are analyzed.

The major findings are as follows:

(1) Under the trend of increase in wholesale quantity in Nara Prefecture the share of central wholesale market has been enlarged year by

year.

(2) The weight of distribution to Nara Prefecture has become higher in coincidence with the decrease to other prefectures.

(3) The resultant reorganization of market dealers has improved the marketing situation for local producers.

(4) Shipping to Nara prefectural central wholesale market provides different benefits to different types of producers living in Nara prefecture. Some producers have changed their shipping markets. Consequently the relative weight of product distribution has changed.

1. はじめに

昭和40年代以降、わが国における地方の中央卸売市場での卸売量の伸びは著しく、食料流通における地方の中央卸売市場がもつ社会的な役割は増してきている¹⁾。地方の中央卸売市場が創設された場合、地場の産地は当然その影響を受けることになり、地方の中央卸売市場に対する地場産地の出荷対応に関する研究²⁾はこれまで行われてきたが、その出荷対応の結果が地場産地にもたらした影響についての分析は行われていない。

そこで本稿では奈良県中央卸売市場を事例としてとりあげ、①地方における中央卸売市場の開設が地場産地に及ぼした影響と、②そうした状況をもたらした要因を分析することを課題とする。

奈良県中央卸売市場は昭和52年5月に開場し、すでに15年が経過している。従って、市場の開設が地場の産地に及ぼした影響を十分に把握できると考える。

又、奈良県ではトマトは伝統的に生産され、現在で

は政策上重点的に推進されている作目であり、県の農業生産額に占めるウェイトも高い。その意味でトマトを研究対象品目に選択した。

奈良県中央卸売市場創設の前後における地場産地の①出荷量、②収穫量、③出荷組織、④仕向先の変化を調べてみた。その結果、最も顕著な変化は仕向先の変化として把握された。そこで本稿ではこの点に着目し、その実態を明らかにすることを第1の課題とした。具体的には県産トマトの県内への仕向量の変化が県外出荷の減少によって生じている事実を明らかにすることとした。

ついで、第2の課題については、中央卸売市場の創設に伴い、県内野菜の流通環境に生じた変化を考察し、その上で県中央卸売市場への地場産地の出荷対応の変化の実態を調査して、中央卸売市場が地場産地に及ぼした影響の要因を明らかにすることとした。

2. 中央卸売市場開設の地場産地への影響

(1) 県内市場における野菜の

総卸売量にもたらした影響

中央卸売市場開設区域以外には、市場創設以前より、五條市に2市場、大淀町に1市場の地方卸売市場があった。地域的な流通の円滑化を確保するため統合はされず、現在も残存している。しかし、これら3市場の県内野菜卸売量³⁾における占有率は中央卸売市場創設以前が8.6%、創設後は3.9%と低い。その上、取扱量の増加は市場開設区域内の卸売量の増加に照応していることから見ると、昭和52年以降の県内卸売量の著しい増加は市場創設の影響によるものと考えられる(図1)。

県中央卸売市場創設以後の県内野菜卸売量の年平均増加量は2286 tであり、県内野菜卸売量は年々確実に増加している。しかし同期間における県中央卸売市場の年平均増加量は3748 tであり、県内野菜卸売量の伸びは県中央卸売市場での野菜卸売量の伸びには及ばない。つまり、県内野菜卸売量に占める当市場の取扱量のシェアは年を追って増加しているのである。

又、同様に県内トマト卸売量も県中央卸売市場の創設を境に著しく増加しているが、中央卸売市場のトマ

資料) 青果物市場調査年次別県合計表(野菜)

青果物卸売市場調査報告

奈良県中央卸売市場年報

a = b - c として求めた。ここで、

a : 県中央卸売市場開設区域内野菜卸売量

b : 県内市場野菜総卸売量

c : 五條市・大淀市内の3市場での野菜卸売量合計

注) 五條市・大淀市内の3市場での野菜卸売量の数値は青果物卸売市場調査報告より得ているが、昭和50年、昭和51年の数値は、掲載されていなかった。そこで昭和50年、昭和51年の五條市、大淀市内3市場の取扱数量は、昭和42年から昭和49年の間の平均値を用いた。

図2 トマト卸売量・県内への仕向出荷量の動向

単位・千t

資料) 青果物市場調査年次別県合計表(野菜)

青果物卸売市場調査報告

奈良県中央卸売市場年報

注) 昭和50年、昭和51年の五條市、大淀市内の3市場での取扱数量は、昭和42年から昭和49年の間の平均値を用いた。

奈良県産トマトの県内への仕向量

昭和55年：大和郡山市、奈良市、天理市、大和高田市への出荷量合計

昭和57年以降：奈良県中央卸売市場開設区域内への出荷量合計

ト取扱量が県内トマト卸売量に占めるシェアも年を追って増加している。(図2)

(2) 県産トマトの仕向先別出荷量の変化

中央卸売市場が創設された昭和52年を境に、トマトをはじめとして県産の多くの野菜の県内への仕向量が増加している。(表1) 昭和51年基準で見た県産トマトの県内への仕向増加量は昭和52年590 t、昭和61年510 t以上である。また同基準における県産トマトの県内への仕向量の増加率を求めると昭和52年33.2%、昭和61年28.7%以上となる⁴⁾ (表2)。

近年、県産トマトの総出荷量は減少傾向にある(図3)。従って県内への仕向出荷量の増加は県外から県内へと仕向先が変わったことを意味している。

県中央卸売市場創設以前において県産野菜の県内での卸売市場を経由しない市場外流通量は少量であったことが市場関係者によって確認されている。そして市場創設以後は、県産トマトの県内での市場外流通量は減少しごく僅かである⁵⁾。従って県内への仕向量の増加は県外への出荷を県内の市場外流通に向けたものではなく、主に大阪府内の市場から県中央卸売市場に仕向先を変えたことによるものと思われる⁶⁾。

このことは大阪府への出荷の減少量が県産トマトの

表1 奈良県産野菜の県内への仕向量

年度(昭和)	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61
だいこん	84	108	100	90	158	98-161	68-129	69-107	56-109	100	107	103	67	131	143	151	137	147	125	122
なす	194	195	154	157	250	155-219	162-195	90-164	105-128	100	176	161	200	158	199	261	279	264	242	207
きゅうり	327	226	288	247	317	187-236	172-211	81-172	106-157	100	181	188	186	141	206	188	198	185	149	148
トマト	159	159	173	170	204	114-156	30-138	71-121	94-107	100	133	122	141	126	112	137	133	136	127	129
かぼちゃ					146	94-144	48-203	88-205	72-168	100	154	139	142	112	138	131	135	117	98	94
さやえんどう					207	100-217	160-230	116-118	106-134	100	114	140	165	154	179	203	198	183	193	167
さやいんげん					115	130-179	99-129	83-151	83-155	100	116	97	183	141	133	130	138	144	117	81

資料：青果物出荷実績調査報告 青果物生産出荷統計 野菜生産出荷統計

割合 = b/a として求めた。ここで、a：県産トマト出荷量 b：奈良県仕向量 である。

注：昭和51年度基準

県産野菜の県内への仕向量は上記3資料によるが、通年で記載されている品目は上記7品目である。

(注) なお、奈良県仕向量について上・下限数値のみしか得られない場合は、ハイフン(-)でつないで示した。

昭和47～昭和50年においては

上限数量 = 出荷量 - (指定消費地域への仕向量 + 上記資料に記載されている県外の指定消費地域以外の地域への仕向量)。

下限数量 = 上記資料に記載されている県内への仕向量の合計。

また、昭和55年は大和郡山市、奈良市、天理市、大和高田市への仕向量合計、昭和57年以降は奈良県中央卸売市場開設区域内の仕向量合計である。

さらに、昭和55年、昭和57年～昭和61年において各品目とも上記以外にも県内に仕向けられている可能性はある。しかし、各年とも正確な数値は判明せず、存在しても僅かであるので表の値には含めていない。

表2 奈良県産トマトの県内への仕向量

年度(昭和)	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61
出荷量	15528	15398	14342	14076	14780	12324	10928	9760	10528	9438	9676	9434	8996	8511	9031	8409	8694	8828	8213	7942
奈良県仕向量	2831	2832	3072	3023	3623	2024-2768	1875-2461	1259-2150	1672-1907	1777	2367	2166	2511	2232	1996	2431	2370	2424	2256	2287
割合	18 %	18 %	21 %	21 %	25 %	16-22 %	17-23 %	13-22 %	16-18 %	19 %	24 %	23 %	28 %	26 %	22 %	29 %	27 %	27 %	27 %	29 %

単位：t

資料：青果物出荷実績調査報告 青果物生産出荷統計 野菜生産出荷統計

(注) なお、奈良県仕向量について上・下限数値のみしか得られない場合は、ハイフン(-)でつないで示した。

昭和47年、昭和48年、昭和49年においては

上限数量 = 出荷量 - (指定消費地域への仕向量 + 上記資料に記載されている県外の指定消費地域以外の地域への仕向量)。

下限数量 = 上記資料に記載されている県内への仕向量の合計。

ただし昭和50年のみ

上限数量 = 出荷量 - (指定消費地域への仕向量 + 和歌山市への仕向量) として求めた。

また、昭和55年は大和郡山市、奈良市、天理市、大和高田市への仕向量合計、昭和57年以降は奈良県中央卸売市場開設区域内の仕向量合計である。

さらに、昭和55年74 t 以下、昭和57年90 t 以下、昭和58年104 t 以下、昭和59年116 t 以下、昭和60年108 t 以下、昭和61年79 t 以下のトマトが県内に仕向けられているが、各年とも出荷量の1 %前後であるので表の値には含めていない。

図3 奈良県産トマトの生産・出荷動向

資料) 作物統計
野菜生産出荷統計
市町村別統計表

図5 大阪府への仕向量

資料) 青果物出荷実績調査報告
青果物生産出荷統計
野菜生産出荷統計
大阪府内各中央卸売市場年報
大阪府青果物流通統計年報
大阪府地方卸売市場青果物流通年報

図4 出荷量・仕向量の変化

以上は、昭和51年基準の増減量である。

資料) 野菜生産出荷統計

出荷の減少量と県内への仕向の増加量の合計にはほぼ等しいことから裏付けられる(図4)。しかも、この仕向先の変化は大阪府内の中央卸売市場への出荷量を減少させた結果によるものではなく、主に地方卸売市場などの比較的小規模な市場への出荷量を減少させた結果によるものである(図5)。すなわち、大阪府内の小規模な市場へ出荷していた単位数量の小さい県産トマトの出荷先を奈良県中央卸売市場へ変化させた割合が高いと考えられる。

昭和51年基準の昭和52年から昭和61年の各年におい

表3 奈良県内トマト卸売量と県産トマト県内仕向の変化量の比較(昭和51年度基準)

	卸売取扱変化量	県内仕向変化量
昭和52	851	590
53	894	389
54	993	734
55	1,154	* 529
56	1,287	219
57	890	* 654
58	832	* 593
59	942	* 647
60	652	* 479
61	847	* 510

* 下限数量を示す

資料) 青果物市場調査年次別県合計表(野菜)
青果物卸売市場調査報告
野菜生産出荷統計

注) 奈良県産トマトの県内への仕向量の内、昭和55年は大和郡山市、奈良市、天理市、大和高田市への仕向量合計を、昭和57年以降は奈良県中央卸売市場開設区域内への仕向量合計を、用いた。

て、県産トマトの全出荷量に占める県内への仕向量増加割合は平均6%以上となる。またその仕向金額の増加は平成元年度の価格で平均9,997万円以上である⁷⁾。

昭和51年を基準として、県内トマト卸売量の変化量と、県産トマトの県内への仕向出荷量の変化量とを表3に示す。一方で昭和52年から昭和61年の各年次にお

ける仕向増加量の県内トマト卸売量に占める割合を全期間に渡って求め、平均値を計算すると59%以上となる。つまり、県中央卸売市場創設によってもたらされた県内卸売増加量の59%以上が地場産地に対して開かれたものであったといえよう。

3. 地場産地に及ぼした影響の要因分析

県中央卸売市場が創設されたことの影響は、当市場が県内の既存の卸売市場と比べると取引の規模と価格形成力が拡大し、地場産地にとっても重要な出荷先となりえたことによって生じたものと考えられ、実態を調査することにより県中央卸売市場創設に伴う流通業者の再編と地場産地の出荷対応の考察を行い、地場産地に及ぼした影響の要因を明かにする。

(1) 中央卸売市場創設に伴う県内流通業者の再編

中央卸売市場創設以前、県内には地方卸売市場23市場23業者、小規模卸売市場4市場3業者の青果物卸売市場が操業していたが、資本金500万円以下の零細企業が75%を占めていた。そのため、資本金が極めて乏しく集荷機能面に問題があった。そして、入荷量を確保して有利な取引を実行するため、過度に出荷者や買出人を引き合うなどの弊害が生じていた。その上、卸売場面積が狭小で、中には駐車場施設を備えていない市場もあり、施設不備の点にも問題があった。そのため既存の卸売市場の中央卸売市場への参画を推進する方法で業界の統合と再編成が行われた。中央卸売市場開設時には、既存の卸売市場9市場の業者が廃業し、中央卸売市場の2社の荷受会社の役員や株主または仲卸業者となって入場した。その後も統廃合が進み、現在地方卸売市場12市場12業者、小規模卸売市場1市場1業者が残存している。県中央卸売市場の青果物卸売業者2社の資本金合計額は3億3千万円に達し、大型産地から県内への仕向量も増大した。また、市場統合により地場の小規模生産者の県内での出荷販路が失われることを防ぐため、近郷野菜売りの設置にも力が入れられた。

公正で科学的な価格判断力を持つ仲卸業者がせりに参加することは、安定した卸売価格が形成されるなど卸売取引が合理化されることの一助となり、当市場に対する信用を高めるための大きな要素であるが、市場開設以前には県内に仲卸業者は存在していなかった。現在では青果物部門の仲卸業者は32社存在する。それらは以前から県内で卸売業や小売業を営んでいた業者または大阪市中央卸売市場東部市場などで仲卸業を営んでいた業者達である。全員が県中央卸売市場内に店

舗を構えそこで仕入れており、年間を通して販売量の多いスーパー等量販店を主な販売先として営業している。

量販店は県中央卸売市場創設以前では県内での品揃えが不可能であったため、大阪市中央卸売市場や京都市中央卸売市場の仲卸業者から仕入れる割合が高かったが、市場創設を境に一部を除いて県内の仲卸業者から仕入れるようになった。このことは、当市場における野菜の需要量を大きいものとした安定させる効果がある。且、選別された出荷物への需要を高めその需要に有利に応えるために、一定の規格にそった荷造りにするなどの動きを地場産地に誘発させる効果もかね備えている。そして、量販店以外の小売業も市場創設以後は県内で仕入れる割合が高くなり、なかでも1ヶ所ではほとんどの品揃えが可能な県中央卸売市場で仕入れる割合が増してきている。そして、小売業者の間では鮮度の高い「地場もの」に対する需要が高い。

一方、県中央卸売市場創設に向けての出荷側の対応としては、奈良県経済連が、①バラ積みから一定の規格にそった荷造りにすること、②青果物の荷傷みを少なくし鮮度を保つこと、③生産地から消費地まできれいな容器で直結すること、などにより商品性を高める目的で実施した通い容器としてのコンテナの使用などがある⁹⁾。

長期的にみて、県内の地方卸売市場よりせり参加者も多く、高値かつ安定した価格形成がなされていた県外市場へ出荷していた地場生産者の中には、「地場もの」の出荷先としての社会的役割も重視している県中央卸売市場へ出荷先を変える者がいた。そして、県内の地方卸売市場や小規模卸売市場へ出荷していた地場生産者の中にも県中央卸売市場へ出荷先を変える者が現れた。

(2) 地場産地の出荷対応の分析

現在県内からは毎年30以上の農協地区⁹⁾の生産者が県中央卸売市場へトマトを出荷している。それらの地区は県内における主なトマト産地である大和平野・吉野川流域・大和高原の各地域に広く分布している。そこで県中央卸売市場へトマトを出荷している全農協地区の調査を行い¹⁰⁾、これらの地区の類型化を試み、各農協地区が県中央卸売市場を出荷先市場として選択した要因を分析する。

産地が出荷先を決定する基準は産地の競争力¹¹⁾にあるところが大きい。しかし、同一県内の地場産地間において出荷先を決定する基準として産地外的要因¹²⁾は重要であるとは思えない。そこで本分析では、産地の

競争力を規定する要因の内、産地内的要因¹²⁾に着目して類型化を試みた。その結果、これらの地区は、①大都市¹³⁾の中央卸売市場において大型産地と競合している共同出荷地区、②大都市の中央卸売市場において大型産地と競合する程の競争力のない共同出荷地区、③個人出荷のみの出荷地区、の3類型に分類することができる。

そこで各類型に属する地区の、県中央卸売市場への出荷対応を実態調査することにより、地場産地へもたらされた影響の要因を考察する。

なお各類型の事例として上記30以上の農協地区の内、県中央卸売市場へ毎年継続して出荷している21地区¹⁴⁾を類別の対象とし、各類型の内県中央卸売市場への出荷量の最も多い地区を事例として挙げる¹⁵⁾。この選択は各地区は県中央卸売市場を出荷販路として明確に位置づけているために県中央卸売市場を出荷先市場として選択した要因に関する的確な回答を得ることが可能であると判断したことによる。

第1類型 F農協地区の事例

近年、県産トマトの生産量は減少傾向にあり、最大の市場である大阪府内市場においても県産トマトの評価は低下傾向にある。しかし、大都市の中央卸売市場において、大型産地から出荷される出荷単位数量の大きいトマトと競争でき、安定した地位を確保している農協地区もある。そこで、それら地区の県中央卸売市場への出荷対応を実態調査する。

F農協地区は天理市に位置し、トマトの生産量の多い地区である。現在トマトの生産農家は30軒である。内15軒が共同で出荷しており、他の15軒が個人で出荷している。ほぼ全員が農協経由で販売代金を受けとっている。以前は、個人で京都市中央卸売市場並びに大阪府内・県内の地方卸売市場へ出荷していた。しかし、小売流通段階において、スーパー等大型量販店のシェアが増大し、等階級毎に規格化された出荷単位数量の大きいトマトに対する需要が増加してきた。そして共同出荷が卸売価格形成上有利になってきたために、個人での出荷から共同出荷に切り換え、出荷先を大阪市中央卸売市場本場1本に絞った。今日でも、団体の出荷先は依然として大阪市中央卸売市場本場が中心であり、大阪市中央卸売市場本場において近郊産トマトの供給過剰になる6月に県中央卸売市場へも出荷して値崩れを防いでいる。しかし競争力を保つために基本的には分荷はしていない。これは少なくとも1回当たり1000ケースを継続して出荷しないと安定した位置を確保することは難しいといわれている大阪市中央卸売市

場本場においてF農協は、大型産地と競争できる生産力と組織力を持った農協である。そのため、全般的にみて県中央卸売市場より卸売価格の安定している大阪市中央卸売市場本場を基幹的出荷市場としているものと考えられる。個人での出荷の主な出荷先は県中央卸売市場に変わった。この仕向先の変化は、農協などによる県中央卸売市場への「地場もの」の出荷の斡旋に生産者が応じたことによる。

なお、上記の他に5農協地区がこの類型に属する。

第II類型 K農協地区の事例

枝で熟してから取り入れられ出荷されるため食味が良く鮮度も高い近郊産トマトであってもバラ荷でしかも出荷単位数量の小さい個人出荷のトマトは市場において高い卸売価格を受けることは困難である。そのために近年個人で出荷していた農家が集まって共同出荷体制を整え市場における競争力を高めようと試みる農協地区や、又従来から共同出荷体制を維持している地区など、県内における中小規模の共同出荷の歴史には差がある。しかし、それら地区が県中央卸売市場を出荷先として選択した要因は共通している。

大都市の中央卸売市場において、全国の大型産地から出荷されるルールものにおかれて安定した地位を確保できなくなり、より有利な価格形成を求めて出荷先を変更した農協地区も多い。K農協地区もその事例に属する地区である。

県中央卸売市場へ共同で出荷している農協地区の内でも、K農協地区は、県中央卸売市場を基幹的出荷市場と位置づけている地区の一つである。

K農協地区は高市郡に位置している。県産トマトの生産が減少傾向の中で、高市郡は僅かではあるが、トマト生産量の増加している数少ない地域である。現在16軒の農家がトマトを生産しているが、内13軒が共同で出荷を行い、3軒が個人で出荷している。個人で出荷している農家の内1軒は農協経由で販売代金を受けとっている。共同出荷の出荷先市場は県中央卸売市場並びに大阪府内の木津市場であり、個人の出荷先市場は県中央卸売市場並びに県内の地方卸売市場である。しかし現在の出荷先におちつくまでには様々な試みがあった。

現在より10年以上前は、大阪府内の地方卸売市場への個人出荷であったが、価格の安定している中央卸売市場へ出荷先を変えるために品種の統一を行い共同での出荷に切り換えた。そして大阪市中央卸売市場本場一ヶ所に出荷先を絞った。しかし、大阪市中央卸売市場本場へは全国の大型産地からの入荷量が多く、入荷

単位数量の大きい産地を優先してセリにかけるために市場において安定した地位を確保することが困難になり、大阪市中央卸売市場本場と比較して競争相手が少なく又、出荷規模に適したより小規模な市場への出荷を望んだ。そして仕向先を県中央卸売市場と大阪府内の地方卸売市場である木津市場へ再び変化させたという経緯がある。

なお、上記の他、4農協地区がこの類型に属する。

第Ⅲ類型 E農協地区

県中央卸売市場へ出荷している地区としては個人出荷のみの小規模トマト出荷地区が最も多く10地区ある。以下は、これらの地区の出荷対応の例である。

従来から個人での出荷のみの地区に加え農業従事者の減少と共に高齢化・兼業化が進み個人出荷に比べて選別や出荷時間等の種々の制約がある共同出荷の体制を維持することが困難となり個人での出荷のみに切り換えた地区もある。E農協地区もこの類型に属する。

E農協地区は大和平野内のほぼ中央の磯城郡に位置している。県中央卸売市場へは、車なら10分程度の距離にある。現在は6軒の農家がトマトを生産している。個人で出荷しているが、出荷先市場としては全員が県中央卸売市場を選択している。そして、販売代金は荷受会社から直接受けとっている。以前は15軒の農家がトマトを生産しており、共同で出荷していた。大阪府内の地方卸売市場である木津市場と京都市中央卸売市場が出荷先市場であった。しかし、生産農家の減少に伴い、共選・共販体制を継続するよりも個人での出荷を望むようになっていた。そして、近くに県中央卸売市場が創設されたのを期に、個人での出荷に切り換えた。

この類型に属する他の地区では県中央卸売市場へ出荷することの要因として、a) 地方卸売市場の倒産に対する不安感、b) 地方卸売市場への出荷は、厳しい選別が必要でないが、評価の高い等階級のトマトが混じっていても、低い卸売価格に抑えられること、c) 県中央卸売市場における安定した価格形成への安心感、そしてd) 大都市の中央卸売市場に比べて当市場では出荷単位数量の小さいトマトの荷がよくはけること、などが挙げられていた。

以上の実態調査から地場産地が県中央卸売市場を出荷先市場として選択した要因としては、個人で出荷する生産者にとっては、①地市卸売市場に比べて等階級毎にきめの細かい卸売価格が得られること、②かつ安定した価格形成力を備えていること、③倒産の心配がないこと、さらに④大都市の中央卸売市場に比べて出

荷単位数量の小さいトマトの荷がよくはけることなどを指摘できる。

全国の産地から出荷されるトマトの荷が集まり、中でも大型産地が優遇される大阪府内の中央卸売市場へ共同で出荷していた地区の内、大型産地と競争可能な出荷が不可能になり同市場において有利な卸売価格形成が難しくなった地区など県内における中小規模の共同出荷地区にとっては、競争相手が少なくその上大都市の中央卸売市場と比較して規模の小さい当市場は出荷しやすい市場である点が考えられる。

一方大都市の中央卸売市場において、大型産地と競争でき安定した地位を確保している農協地区にとっては、有利な卸売価格を形成するために出荷量を調整するための出荷販路としての役割を果たしている点が挙げられる。

これらの農協地区から県中央卸売市場へ出荷している生産者の元の出荷先は県内地方卸売市場・大阪府内の中央卸売市場、大阪府内の地方卸売市場、京都府内の卸売市場であり、それぞれ元の出荷先から県中央卸売市場への合計仕向変化量の割合は4:2:3:1¹⁶⁾となる。

しかし類型Ⅰに属する6農協地区の内5農協地区が大阪府内の中央卸売市場へ出荷している。そしてこれら5農協地区の内2農協地区は共に約30年前から大阪府内の中央卸売市場へトマトを共同で出荷しているが、他の3農協地区は最近15年間に出荷体制を共同出荷に切り換え、大阪府内の中央卸売市場への出荷量を増加させている。すなわち大型産地との結び付きを強めていく大阪府内の中央卸売市場において有利な価格形成が不可能となりより小規模な卸売市場へと出荷先を変える農協地区と、組織力を強め大阪府内の中央卸売市場への出荷量を増加させた農協地区が並存する。その結果、大阪府内の中央卸売市場への県産トマトの合計出荷量には大きな変化は現れていない。

近年県内では、生産者の高齢化・兼業化などにより共同出荷の規模が縮小していく動きや共同出荷から個人出荷に切り換える動きと、共選・共販の体制を整えて個人出荷から共同出荷へ切り換えることで有利な卸売価格を形成しようとする相反する動きが平行して進行している。その上、従来より個人出荷の割合の-highことが奈良県の出荷機構の特徴の一つであり、生産者構造は複雑である。このような状況下で地元中央卸売市場が創設されたことは、地場産地にとって出荷先の選択方法が大きく広がったことを意味している。

以上のように、県中央卸売市場は県内の様々な規模、

あるいは様々な出荷体制の地場産地にとって重要な出荷先となっている。

4. まとめ

昭和40年代以降、わが国における地方の中央卸売市場での卸売量の伸びは著しく、食料流通における地方の中央卸売市場がもつ社会的な役割は増してきている。そこで、奈良県中央卸売市場並びに地場トマト産地を事例として地方の中央卸売市場創設が地場産地に及ぼした影響とその要因の分析を試みた。

課題と対応させて、本分析の帰結をまとめると以下のようになる。

課題①地方における中央卸売市場が地場産地に及ぼした影響としては、まず、県内トマト卸売量が著しく増加したこと、そして県内トマト卸売量に占める県中央卸売市場のトマト卸売量のシェアが年々増加していることが挙げられる。又、県産トマトの県内への仕向量が増加したことも観察される。

課題②上記の状況をもたらした要因としては、(i)間接的な要因として、県中央卸売市場創設に伴い、以前から県内に存在していた私設の卸売市場の統合と再編成が行われたこと、又、仲卸業者が営業を開始したこと、そして、量販店はじめ県内の小売業も県内で仕入れる割合が高くなり、鮮度の高い「地場もの」に対する需要が高まったことなど、県内流通業者の再編が挙げられる。

他方、(ii)直接的な要因は、県内流通業者の再編による県内野菜流通環境の変化に伴い、地場産地の出荷対応にも変化が生じたことである。

具体的には、県中央卸売市場へ出荷している農協地区が県中央卸売市場を出荷先市場として選択した要因を分析することによって明確にできると考えた。そこで、産地が出荷先を決定する主な基準である産地の競争力に着目し、県中央卸売市場へ毎年継続して出荷している21農協地区を対象として類型化を試み、これらの農協地区が県中央卸売市場を出荷先市場として選択した要因を分析した。実態調査の結果、直接的要因として以下のことが明らかになった。

まず、個人出荷のみの出荷地区にとっては、①地方卸売市場に比べて等階級毎にきめの細かい卸売価格が得られ、②かつ安定した価格形成力を備えており、③その上、倒産の心配がなく、④又、大都市の中央卸売市場に比べて出荷単位数量の小さいトマトの荷がよくはける市場であること。

さらに、大都市の中央卸売市場において大型産地と

競合する程の競争力のない共同出荷地区にとっては、大都市の中央卸売市場と比較して競争相手が少なくて規模の小さい当市場は出荷しやすい市場であること。

又、大都市の中央卸売市場において、大型産地と競争でき安定した地位を確保している農協地区にとっては、有利な卸売価格を形成するために出荷量を調整するための出荷販路としての役割を果たしている市場であること、が分かった。

以上より、地元の中央卸売市場創設により、地場産地にとって出荷先の選択方法が大きく広がり、県中央卸売市場は、県内の様々な規模の又様々な出荷体制の地場産地にとって重要な出荷先となった。その結果、県産トマトの仕向先別出荷量の構造が変化したことを明らかにできた。

追記

本研究にあたり京都大学農学部西村博行教授に貴重な助言を頂き、幾度にも及ぶご指導を頂いた。又、熊谷宏助教授、加賀爪優助教授をはじめ計算学教室の諸氏には有益な示唆を数多く頂いた。宇佐美晃一助手には課題設定に関しても貴重な助言を頂いた。又、資料収集と現状調査に関しては、関係各位、とりわけ奈良県経済連合谷川順三主任から多大な協力を頂いた。ここに記して深く感謝致します。

注1) 藤島廣二「青果物卸売市場流通の新展開」農林統計協会において詳細に検討されている。

2) 中央卸売市場への地場産地の出荷対応についての研究成果としては、

鈴木久栄「野菜流通過程の再編に関する研究(第2報)―地場流通の考え方と方法―」『中国農試報』C26, 1981年, 1～28頁。

藤島廣二・山本勝成編「小規模野菜産地のための地域流通システム」富民協会、で詳細に検討されている。特に、第7, 8, 11章。

森昭・河野敏明共編著「野菜の産地再編と市場対応」明文書房。

が挙げられる。

3) 「青果物市場調査年次別県合計表(野菜)」近畿農政局奈良統計情報事務所資料―県内総卸売量。

「青果物卸売市場調査報告」, 「青果物の転送量に関する調査報告」農林統計協会―県内転送量。

奈良県内卸売量=奈良県内総卸売量―県内転送量

4) 県産トマトの県内への仕向量は「野菜生産出荷統計」によるが、分析対象となりうる数値は昭和51年から昭和61年までである。

昭和51年から昭和61年の期間で、昭和56年以前においては、昭和55年を除き奈良県全域への仕向出荷量を把握できた。しかし昭和55年は、大和郡山市、奈良市、天理

市、大和高田市への仕向出荷量合計、昭和57年以降は奈良県中央卸売市場開設区域内への仕向出荷量合計以外は把握できなかった。従って、昭和55年と、昭和57年以後における奈良県全域への出荷量は表示した数量以上になる。

5) $A-B/(C/D)$

として求めた。ここで、

A：県産トマトの県内への仕向量

B：奈良県中央卸売市場並びに市内市場における県産トマト卸売量*

C：奈良県中央卸売市場並びに市内市場におけるトマト卸売量

D：県内トマト総卸売量

である。

*県中央卸売市場荷受会社奈良大果によると、県産トマトの県外からの転送は皆無である。従って地場産地からの直接入荷量である。

資料：近畿農政局奈良統計情報事務所内資料、野菜生産出荷統計

なお、資料の都合で、昭和54年、昭和55年は、奈良県中央卸売市場における取扱量を用いた。

・計算結果は、市場関係者により確認されている。

- 6) 奈良県経済連奈良県中央卸売市場出張所での聞き取り調査。従来より県産トマトの主な仕向先は大阪府、京都府、県内であった。昭和52年4月に京都府宇治市に京都南部市場が創設され県産トマトも出荷されている。そのため県中央卸売市場創設により京都府から県内へ仕向先を変化させた県産トマトは少量であった。

7) $A-B/(C/D)$

として求めた。ここで、

A：各年の県産トマト生産額

B：県内への仕向増加量

C：生産量

D：平成元年度基準のトマトの価格指数

である。

・トマト生産額は県産トマトの卸売価格より算出されているので、総合卸売価格指数を用いた。なお参照資料は、「奈良県野菜振興基本計画」奈良県農林部園芸農産課、「野菜生産出荷統計」、「青果物市場調査年次別県合計表」(野菜)、「物価指数年報」日本銀行調査統計局、を用いた。

- 8) 以下の文献で詳細に検討されている。鈴木久栄「野菜流通過程の再編に関する研究(第2報)―地場流通の考え方と方法―」『中国農試報』C26, 1981年, 1~28頁。藤島廣二・山本勝成編「小規模野菜産地のための地域流通システム」富民協会, 1992年, 第8章。
- 9) 奈良県中央卸売市場内平成元年度、平成2年度資料。本所と支所が別に出荷元として登録されている場合はそれぞれを1農協地区とした。
- 10) 平成元年、平成2年の内、少なくともどちらかの年に奈良県中央卸売市場へトマトを出荷した農協地区を対象に聞き取り調査を行った。但し、本所において支所の実態を調査できた場合は支所での調査は行わなかった。直後に調査を行った地区は36農協地区である。

- 11) 堀田忠夫著「産地間競争と主産地形成」明文書房, 1974年。

- 12) 堀田忠夫著「産地間競争と主産地形成」明文書房, 1974年第5章参照。同書では、産地を府県段階において把握して産地の競争力を規定する要因を挙げているが、それらの要因の内産地内的要因は、本稿で考察している県内の農協地区単位の競争力を規定する要因としても適用できると考えた。

- 13) ここではI類都市を指す。

- 14) 奈良県中央卸売市場内の平成元年、平成2年度の資料を基に、両年共に当市場に出荷がありかつ実態調査の結果、平成4年7、8月の時点ですでに当市場へ出荷を行ったか又は平成4年度中に出荷を行う予定が確認された農協地区である。

各農協地区の内、複数の支所(本所も含む)が共選を行い共同で出荷を行っている場合は、1ヶ所からの出荷とした。

- 15) 類型Iに属する地区の内県中央卸売市場への出荷量の最も多い地区は、天理市U農協地区である。しかし、当地区から県中央卸売市場への出荷は個人での出荷のみである。本分析では、県内における大型共同出荷の出荷対応を考察することを目的としているため、当事例に属する地区としては県中央卸売市場への出荷量が第2位のF農協地区を事例として選択した。

- 16) 平成2年度の県中央卸売市場への出荷量から算出。

・各農協地区の県中央卸売市場への出荷量は奈良県中央卸売市場内資料による。

・複数の市場から県中央卸売市場へ仕向先を変化させた農協地区は、それぞれの出荷先から県中央卸売市場へ仕向先を変化させた農家数を各農協地区において聞き取り、その割合に応じて仕向変化量を算出した。ただし、天理市F農協地区については、平成2年度6月において県中央卸売市場へ共同で出荷した量(奈良県経済連内資料)を大阪府内の中央卸売市場からの仕向変化量とし、その他を県内地方卸売市場からの仕向変化量とした。

県内の地方卸売市場・大阪府内の中央卸売市場、大阪府内の地方卸売市場、京都府内の卸売市場から県中央卸売市場への各仕向変化量は以下の式で求めた。

元の出荷先からの合計仕向変化量 = Σ 各農協地区の元の出荷先からの仕向変化量

(筆者：京都大学農学部研修員)