

## 論文の内容の要旨

論文題目 生鮮野菜流通における卸売市場間価格差の規定要因

氏名 中川 恵理子

近年、大規模・広域流通システムにおける青果物の地域間価格差は、社会問題として研究者ならびに実務者の関心を集めている。たとえば、卸売市場間価格差に注目した場合、地方の中小規模市場では、都心に立地する大規模市場と比較して、同じ商品でも取引価格が割高になるといった問題が発生している。これは、量販店や加工・業務用需要の拡大により、ロットの大きい荷を扱える大規模市場に荷が集中し、地方の中小規模市場が大規模市場からの転送によって入荷せざるをえないためであると、生鮮食料品流通に従事する実務者は指摘している。恒常的な転送による入荷は、卸売・仲卸業者にとって、生産者から直接荷を受ける集荷方法よりも利益率が低く、地方中小規模市場の経営を圧迫する一因になっている。一方でこうした地方中小規模市場は、全国的な競争力が低い地場産品の出荷先として、また、地元の個人商店にとっての仕入れ先としての機能を有しており、その衰退は地域内の流通拠点の消失を意味する。このように、地域間・市場間の価格差は、地域農業の存亡に直結する重要な問題として捉える必要がある。

上記の問題を射程に入れ、集荷力の異なる市場間の卸売価格差の問題を検討するためには、拠点市場に位置づけられる市場のほかに、中小規模市場を含めた分析が必要である。そこで、本研究では、生鮮野菜の卸売市場間価格差と市場規模および流通圏の広がりとの関係を分析するとともに、卸売市場間価格差を生み出しているメカニズムを、流通経路の特定と関係主体の集荷・出荷戦略の分析を通じて明らかにしていくことを目的とする。

本研究では、以上の目的を達成するために、産地の規模と流通圏の広がり異なる以下

の3品目について比較検討を行う。取り上げるのは、(1) 単独の大規模産地が広域的に独占市場を形成している夏ハクサイ、(2) 全国に中小規模産地が分散している冬ハクサイ、そして、(3) 複数の大規模遠隔出荷産地と地元市場を中心に出荷する中小規模産地が混在する夏カボチャの3つである。具体的には、中小規模市場を含む全国の卸売市場の価格・取扱数量データを用いて、夏ハクサイ、冬ハクサイ、夏カボチャに関してそれぞれ(1) 卸売市場価格の空間分布、(2) 市場取扱量と卸売価格、(3) 輸送費(あるいは産地からの距離)と卸売価格、(4) 市場間価格差と産地の集出荷機構との関係、を検討する。

まず、市場の取扱量と卸売価格について、統計分析の結果、夏ハクサイの場合は、取扱量が突出して大きい大規模市場の価格は全体の平均値に近いのに対して、中小規模市場の間では市場取扱量と卸売価格との間に負の相関関係が現れることが明らかとなった。その理由として、夏ハクサイの場合には、産地の集中度が高く、農協を通した出荷の割合が非常に高いことが挙げられる。広域的に出荷をする農協は、コスト削減のために出荷先を中規模以上の市場に限定するため、規模が小さい市場は産地から直接入荷することができず、転送の費用がかかる。ただし、夏ハクサイの場合でも中規模市場の価格は大規模市場よりも低い。これには、市場による販売力の差と主要な入荷先主体の差が影響していると考えられる。都心に立地し、販売力の高い大規模市場では、県農協との直接取引が取引量の大部分を占めるが、中規模市場では、産地商人からの買付や任意組合からの入荷シェアが無視できない割合を占めている市場が見受けられる。長野県産ハクサイの場合、農協を通して選別される系統出荷品は規格が揃っており、産地商人や任意組合を通じて出荷されたものよりも高値がつくため、系統出荷の割合が高い大規模市場では、中規模市場よりも平均価格が高くなる。

一方、冬ハクサイでは、市場取扱量と卸売価格との間に明確な相関関係は認められない。これは、農協経由の出荷、産地商人経由の出荷、個人出荷がそれぞれ同等の割合を占め、多様な集出荷機構が存在していることが要因であると考えられる。ただし、大都市圏に立地し、取扱量の大きい市場では卸売価格が高い傾向がみられる。これは、人口規模が大きい大都市圏の都心部に位置する市場では周辺住民の所得水準が高く、品質の高い商品が高価格で販売できるためであると考えられる。また、個人出荷者や単協(単位農協)は、商品の特性を的確に販売先へ説明することができ、希望価格に近い価格での販売が可能な大都市圏の市場へ優先的に出荷するため、高品質で高価格な商品が都心部の市場に集まりやすい。

夏カボチャの場合にも、市場取扱量と卸売価格の間には明瞭な相関関係が認められない。夏カボチャの場合には、遠隔出荷する集出荷主体として農協と産地商人が存在する。農協は、夏ハクサイと同様に出荷先を大規模市場に限定する傾向があり、産地商人は農協が出荷しない中小規模市場や入荷量が不足する大規模市場を中心に出荷している。そのため、市場取扱量が小さくても、産地商人等を通じて産地から直接入荷することが可能である。また、産地や品質による価格差が大きく、市場ごとに中心となる入荷先産地が大きく異なる。

る。これらの2点が、市場取扱量と卸売価格とが相関しない要因であると考えられる。

次に、輸送費と卸売価格との関係について、夏ハクサイの場合、輸送費に規定された形で産地から遠いほど高いという価格の空間分布が生まれることが明らかになった。これは、夏ハクサイの場合には、単一の産地が広域的に市場を独占しているため、輸送費を希望販売価格に反映させた価格交渉が可能となるからである。

産地が全国に分散する冬ハクサイの場合には、夏ハクサイほど輸送費が卸売価格に反映されない。これは、市場がそれぞれ近郊産地から入荷することが多く、概して輸送距離が短いためである。ただし、関東地方でほぼ独占的な地位を築いている茨城県のハクサイの出荷圏にある関東地方の市場では、茨城県八千代町から遠いほど価格が高い傾向がみられる。また、近畿地方など、消費量に対して近郊産地の生産量が少ない市場では、入荷先産地からの距離が遠いため、輸送費を反映する形で価格が高くなっていると考えられる。

夏カボチャのように複数の遠隔出荷産地と近郊産地が競合している場合には、全国的に有名なごく一部のブランド産地を除くと遠隔出荷産地でも輸送費を上乗せした価格形成は困難になる。そのため、輸送費と卸売価格との間に明瞭な相関関係は認められない。

以上の取扱量と輸送費に関する分析結果を踏まえて、卸売市場価格の空間分布の規定要因をまとめると以下ようになる。卸売市場価格の空間分布は、夏ハクサイ、冬ハクサイ、夏カボチャともに、主要な産地に近いほど価格が低いという共通した傾向が見られる。しかし、その程度が異なり、空間分布を規定している要因は、それぞれに異なる。

まず、夏ハクサイの場合、関東以西の価格の空間分布を規定しているのは、独占的な産地である長野県の生産者団体、JA全農長野の出荷戦略である。同一輸送費圏内の価格にばらつきはあるものの、広域的には、長野県からの輸送費が市場間価格差を規定している。同一輸送費圏内では、中小規模市場の間で取扱数量と価格に負の相関関係が認められる。これは、小規模市場では、拠点市場からの転送コストが上乗せされているためである。

次に、冬ハクサイの場合、九州地方や関東地方といった生産量の大きい産地の周辺で価格が低くなる傾向が見られる。冬ハクサイは全国に多数の産地があるが、産地や品種による価格差はほとんど無視できる大きさである。また、多数の中小規模産地が分散しているために、各市場は近郊産地から直接入荷し、市場間転送はほとんど行われぬ。したがって、産地からの距離によって卸売価格が規定されているのは、近郊産地の生産量が小さいために主として遠隔産地から入荷している近畿地方や北陸地方の市場や、単独の一大産地が存在する関東地方に限られる。また、市場取扱量による卸売価格への影響は、出荷団体の戦略ではなく、市場の販売力、換言すればより川下側に規定された形で出現している。

最後に、夏カボチャの場合には、九州地方と関東地方の間で輸送費の相場を大きく上回る価格差がある。これは、九州産の夏カボチャの場合、遠隔地と産地近郊の市場との間で出回る商品の間に集出荷機構ならびに品質の違いがあるためである。九州産のカボチャは、大阪や東京といった大規模な消費地が遠隔地であることから、これらの消費地に出荷されるカボチャは産地側が輸送費を負担しても採算がとれる高品質で価格の高いカボチャに限

定される。一方、地元市場で取引されるカボチャは規格が揃っていない個人出荷のものが多く、こうした集出荷機構の違いによる品質格差が九州地方の市場と遠隔出荷先市場との間の価格差を生んでいる。

以上の分析結果より、近郊産地の生産量が小さい小規模市場は、産地が集中し、産地の共販率が高く、特定の産地の流通圏が広域的に広がっている場合には、概して不利な取引条件を強いられるが、遠隔出荷産地が複数存在する、あるいは多数の産地が広く分布している場合には、この不利性が緩和されることが明らかとなった。とりわけ、販売力・集荷力・規模の経済が小さい市場や消費地にとって、多様な集出荷機構の存在は、良質な青果物を適正な価格で供給する上で重要な役割を果たしている。