

野菜の地方市場流通と供給構造

藤田 公・佐々木 勝美

(青森県農業経営研究所)

The Whole-sale Markets for Vegetables and to which the Structure of Supply in Aomori Prefecture

Akira FUJITA and Katsumi SASAKI

(Aomori Institute of Agricultural Economics)

1 はじめに

野菜の流通は、46年の「卸売市場法」施行以来、大都市卸売市場を軸とした広域流通体系が、その大宗をなしている。小稿は、果たして広域流通だけでよいのかという反省から北東北3県が取組んでいる総合助成研究「野菜の地場流通の確立による野菜産地の育成・再編強化に関する研究」の青森県担当分「野菜の地場流通の改善と産地育成」の一部を報告するものである。

本来、地場流通とは生産域内での流通をさすが、ここでは産地の育成・再編強化の観点から県内卸売市場流通としてとらえ、県内卸売市場の機能とそこへの供給構造を明らかにする。

2 県内卸売市場流通

(1) 野菜の卸売市場流通

本県の場合、青果物に関しては、青森、八戸、弘前の3流通圏が設定され、現在2中央卸売市場と6地方卸売市場が配置されている。

46～56年の間に、県内卸売市場経由の野菜流通量は、7万3千tから17万5千tへと2.4倍に増加した。そこでの県内産シェアは36%から53%に上昇し、転送依存度は26%から13%に低下している。本県は意図的に京浜、阪神の大都市市場出荷を目ざした産地育成を図ってきた経緯をもつが、県内出荷量も着実に増加している。

しかし、月別品目別に県内産シェアをみると、ナガイモ、ニンニク、ゴボウ、ダイコン、ニンジン等、本県野菜の基幹品目である土もの類の年間供給率は70%を超すが、果菜類、葉茎菜類の春もの、冬ものが極端に少なく、トータルでは53%と低い結果になっている。

(2) 県内卸売市場の機能

青森市、八戸市の2中央卸売市場と民設民営の地方卸売市場弘果・弘前中央青果及び公設公営の南部町営地方卸売市場を対象にその機能を明らかにした。

1) 青森市中央卸売市場及び八戸市中央卸売市場

青森市中央市場(47年開設)及び八戸市中央市場(52年開設)は、県卸売市場整備計画において、それぞれ県内青果物流通圏の拠点市場として位置付けられ、流通圏内への分

荷も含めて、本来消費地市場であるが、県内野菜生産の振興に伴い、県内産野菜の最盛期には仲卸転送によって県外への搬出もなされ、産地市場の機能も果たしている。

両中央市場の違いは、買受側において青森市中央市場の場合、仲卸業者の力が強いのに対し、八戸市中央市場では売買参加者(小売業者)の力が強いことである。これは、地場野菜のウェイト、消費人口等による上場単位の差によるものと考えられる。

2) 地方卸売市場弘果・弘前中央青果

弘果はリンゴの移出業から公共的青果物卸売市場への脱却を図り、現在弘前流通圏の一拠点市場となっている。643人の売買参加者は、仲買業者(主にリンゴの移出商)と小売業者にほぼ半数ずつ分れる。この市場は、リンゴ、スイカ、メロン、ナガイモについては産地市場、その他については消費地市場としての機能を果たしており、品目によって異なる機能をもつ点が特徴的である。

3) 南部町営地方卸売市場

南部町営市場は少量多品目産地に成立した古くからの産地市場で、上場青果物は、量目を除いて規格・荷姿が自由であり、ほぼ100%が岩手県北を含めた地場もので占められる。現在60人の売買参加者が登録されているが、常時入場するのは約半数で、そのほとんどは移出業者であり、上場青果物の8割以上は県外に転送される。ありとあるゆる荷を売捌く町営市場の存在が少量多品目産地の維持・発展に貢献していると言える。

3 野菜の出荷構造

県内の野菜産地は、その出荷先、出荷形態(主体、品目、荷姿、輸送手段等)によって、次の三つに分類される。

(1) 都市近郊小規模産地

都市近郊では個別による余剰野菜販売農家が多い。そこに着目した市場卸売業者は、集落を対象とした任意出荷組合設立の後押しをし、その組合を地場消費向け野菜の集荷単位として系列化している。本格的な野菜生産に取組む農家の特徴は、毎日の出荷を前提とした少量多品目生産で、そこでは耕地利用率の向上を狙った圃場占有期間の短い品目・葉ものが選択され、市場の要望に応じて一層多品目化する。出荷は軽トラックによる個別搬入で、選別・荷姿

にはルーズであるが、上場状況によっては1日に2度の出荷等、機動性が発揮されている。

(2) 県内市場向け中規模産地

古くは都市近郊の少品目産地であるが、作付面積の拡大が可能で、それが実現すると、至近市場だけでは供給過剰となり、任意組合で複数の県内市場に分荷する。個選だが市場規格に準じて規格統一がなされ、任意組合独自の出荷資材を用いて、遠距離市場へは業者委託による共同輸送、近距離市場へは自家用トラックで個別搬入を行っている。

しかし、生産量の増大、煩瑣な事務処理、リーダーの欠如等から任意組合としての分荷がゆきづまると、主力品目は農協経由で県内外市場に分荷され、他の品目は個別搬入で至近市場に出荷する。

(3) 県外市場向け大規模産地

県外市場向け大規模産地は、果菜類、土ものの戦略品目を対象に、当初から大都市市場向けの大型産地を目指し、また形成したのであるが、農協の野菜に対する取組み方によって県内卸売市場への出荷構造が異なる。

基幹品目の系統共販率が高い(農協の米麦依存度が低い)産地では、任意組合が農協出荷の補完として基幹品目のすその、副次品目を県内卸売市場に出荷している。更に、農協の野菜販売が本格化して全品目を取扱うようになると、農協が県内卸売市場へも分荷するようになる。

一方、系統共販率の低い産地では、任意組合が大型化してすそのを県内卸売市場に出荷する例もあるが、投機性が強く、県内卸売市場も含めて個別あるいは任意組合で多元

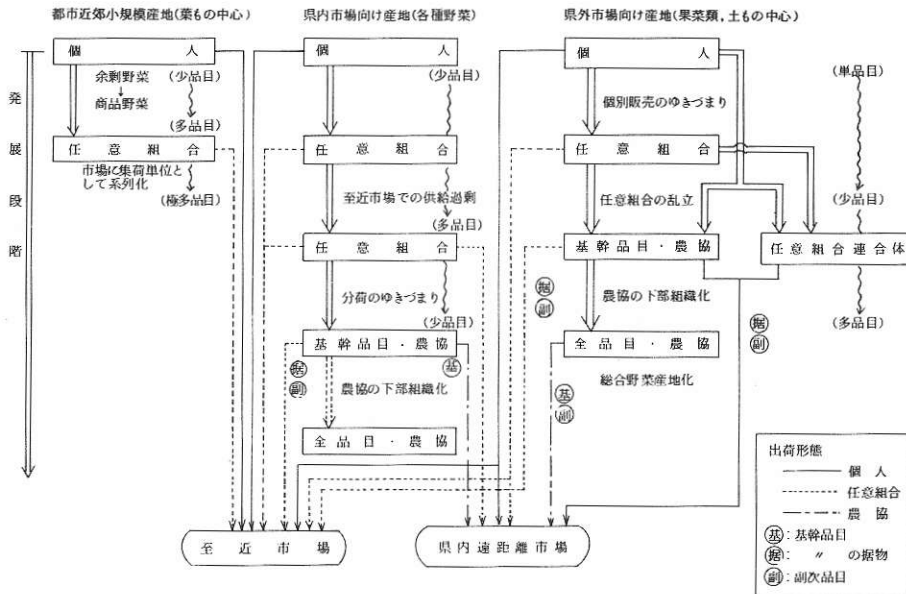


図1 県内卸売市場への供給構造

出荷が行われている。

4 ま と め

流通面では、県内2中央卸売市場は、時期・品目によって産地市場の機能も果たしていることが明らかになった。今後一層の野菜生産拡大(産地形成)が望まれる現在、その側面はますます重要となろう。

産地面では、県内野菜産地の実態とその展開過程を踏ま

えると、県内卸売市場へは「都市近郊小規模産地」から葉ものが、「県内市場向け中規模産地」からは各種野菜が、また「県外市場向け大規模産地」からは果菜類、土ものの類のすそのものが、それぞれの発展段階に応じた出荷形態で供給されている。したがって今後の課題としては、県外出荷を考慮して、各産地の発展段階を踏えた問題点の抽出、改善方向の検討が必要である。