

大規模拠点市場近接地域における中小規模卸売市場の存立構造

誌名	農政経済研究：研究報告
ISSN	02892979
著者名	藤田,武弘 木村,彰利
発行元	大阪府立大学農学部農業政策学研究室
巻/号	20集
巻号補足	
掲載ページ	p. 83-96
発行年月	1997年3月

農林水産省 農林水産技術会議事務局筑波産学連携支援センター
Tsukuba Business-Academia Cooperation Support Center, Agriculture, Forestry and Fisheries Research Council
Secretariat



<論文>

大規模拠点市場近接地域における中小規模卸売市場の存立構造

The Structure of Existence for the Local Wholesale Markets under the Influence
of the Central Wholesale Markets in Metropolitan Area

藤田武弘・木村彰利

はじめに

従来、青果物流通の大半を担っていた卸売市場流通が1980年代半ばを契機に後退傾向を辿っていることは、卸売市場経由率の低下と卸売市場経由量の減少等のデータ（農林水産省食品流通局市場課「卸売市場の現状と課題」）からも明らかである。これら卸売市場流通が後退を招いた要因について、藤島は①冷凍野菜など野菜加工品の市場外流通、②生産者直売所等の増加、③スーパー・生協等の産直、④全農集配センターの存在、⑤輸入生鮮野菜の市場外流通の5点を指摘し、とくに主因として①、②に注目している¹⁾。

ところで、その卸売市場流通において、同じく1980年代半ばを契機に内的変化が生じていることは重要である。それは、中央卸売市場なかでも大都市に位置する大規模拠点市場に流通が集中する動きである²⁾。結果として、東京・大阪など大都市に位置する大規模拠点中央卸売市場の有する集散機能はますます高度化の様相を呈するが、その一方では立地条件や市場規模の制約に伴う集荷ロットの零細性、情報化や物流技術への対応の遅れ等の理由で、有力産地からの直接集荷に困難を抱える多くの地方卸売市場においては、中央卸売

市場からの転送（仲卸業者からの買付集荷）割合が増加している。また、規模の異なる中央卸売市場間はもちろんのこと同じ中央卸売市場に入場する複数の卸売業者間においても、業者間の集荷力格差が拡大した結果、相対的に集荷力の劣る卸売業者においては委託集荷比率が低下し、収益性の悪化をもたらす等の問題が顕在化しつつある³⁾。

そこで本小論では、西日本最大の流通拠点である大阪市中心卸売市場本場を擁する大阪市を事例として、当該区域内に位置する13の青果物地方卸売市場を分析対象に、①産地背景の特徴と集荷構造、②小売業態の特徴と分荷構造の2つの視点からそれら卸売市場の存立構造を解明することを目的とする。

I. 流通の大型化と集荷力格差の拡大

1. 中央卸売市場の整備と地方卸売市場の統廃合

西日本最大の流通拠点である大阪市中心卸売市場本場（以下、大阪本場）は、第2次大戦以前の1931年に開設され現在に至っている。高度経済成長期以降の大阪における市場再編の基本動向は、広域的流通拠点としての中央卸売市場の整備・拡充とそれに伴う地方卸売市場の統廃合であり、1964年には大阪本場と同じく大阪市内に大阪市中心卸売市場東部市場（以下、東部市場）が、さらに1978年には北摂地域の茨木市に大阪府中央卸売市場（以下、北部市場）が開場した。

キーマン：大都市（Metropolitan Area）、中央卸売市場（Central Wholesale Market）、地方卸売市場（Local Wholesale Market）、流通再編（Reorganization of Distribution System）

大阪府下に開設された青果物取扱地方卸売市場数についてその動態をみると、1958年当時には97市場（野市）であったものが、1996年には38市場といったように約3分の1に減少している。減少の理由をみると、「卸売市場法」制定（1971年）を契機とする有力市場を中心とした単独整備・統合強化の事例（9市場）や前述の中央卸売市場開設時に卸売業者または仲卸業者として収容された事例（11市場）もみられはするが、最も多いのは地場流通の後退局面で廃業、または「小規模市場」化した事例である⁹⁾。

現在、大阪府の青果物流通については、北部、中部、南部の3つの流通圏が設定されており、中部流通圏に含まれる大阪市には2ヶ所の中央卸売市場（大阪本場・東部市場）と13ヶ所の地方卸売市場がそれぞれ配置されている（図1参照）。

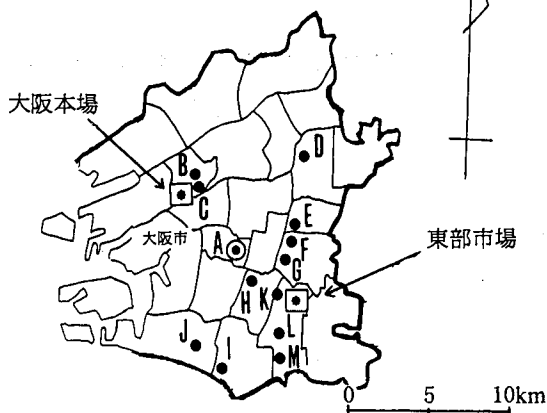
2. 大規模拠点市場への出荷集中と中小規模卸売市場との結合関係

表1は東部市場開設後の大阪府における青果物の卸売市場別流通動向をみたものである。まず野菜についてみると、1965年以降とくに北部市場開設後においては、地方卸売市場での取扱シェアに比して中央卸売市場のそれが一段と高まりを見せており、1994年には卸売市場流通量の77.3%、約66万トンの水準に至っている。なお、この傾向は果実においても同様で、1994年には卸売市場流通量の86.4%、約40万トンと地方卸売市場を凌駕しているのである。

以上のことは、中央卸売市場の整備拡充に伴う広域大量流通の進展と一方で地場流通の後退を意味するものであるが、ここで西日本最大の大規模拠点市場である大阪本場の動向に注目しておきたい。それは、野菜・果実ともに1970年代を通じて低下の一途を辿ってきた大阪本場の取扱シェアが、1985年を境に上昇傾向に転じているという点である。

1970年代における大阪本場のシェア低下については、藤島他が「全国広域市場体系論」を視座に、流通の「分散＝集中」化が進むな

図1 中部流通圏(大阪市地区)における卸売市場の配置図



凡	例
中央卸売市場（青果・水産）	□
地方卸売市場（青果・水産）	⊙
地方卸売市場（青果）	●

*ただし、1996年3月現在、休業中の市場は除く。

注：図中の記号は後述の表3、5と対応している。

かでの相対的な地位低下であることを明らかにしている⁵⁾が、ここでは1980年代半ばを契機に再び上昇しつつあるシェアの背景に新たな変化の要因を読みとることが必要である。

その要因として、当該卸売市場における施設整備や高速道路整備の進展、さらにはコールドチェーンの発達やスーパーの伸長など様々な要因が指摘できるが、最も注目されるのは生産・供給サイドにおける流通環境の変化であろう。つまりは、農協系統組織の広域合併にともなう出荷組織・取扱ロットの大型化と流通コストの削減、あるいは農業労働力の高齢化や後継者不足のもとでの産地縮小などを背景に、卸売市場での価格主導力を確保する目的から農協系統において仕向先市場を集約する（絞り込む）傾向が強まったことである⁶⁾。なおこれらの傾向は、産地出荷団体からみて優先的かつ重点的出荷の対象となる「指定市場」の認定数を卸売業者の取扱金額規模階層別にみた場合に、「指定市場」が「減少した」とする卸売業者が、50～100億円の階層で44.7%と最も多くなっていることから確認できる⁷⁾。

表1 大阪市場における青果物の卸売市場別流通動向

		中央卸売市場 [A]				地方卸売市場	(単位: トン, %)
		大阪本場	東部市場	北部市場	3 市場計	[B]	卸売市場流通量 [A+B]
野 <							

資料 農林水産省「青果物卸売市場調査報告」による。

現在、大阪本場には青果物を取り扱う荷受機関として3社の卸売業者が入場しているが、それら同一市場の複数卸売業者間においても「市場集約」の波紋は拡がりを見せている。例えば、北部市場の支社と合わせた取扱額が約1,100億円(1993年度)と日本第2位規模を有するA社が82.3%の委託集荷率を示すのに対して、同市場において比較劣位の地位にあるC社では、系統再編に伴う仕向先業者の絞り込みの影響を受けて、近年幾つかの大型園芸産地から指定市場が解除された結果、商系からの入荷比率が上昇し従って買付比率も高まる、さらには取扱シェアが縮小する等の変化が生じているのである⁸⁾。

そして、これら卸売業者間の集荷力格差の拡大は、総じて規模の小さい地方卸売市場の卸売業者においてはその存続に関わる深刻な問題を投げかけている。いま、『青果物卸売市場調査報告(1994年)』を手がかりに大阪府下の3つの中央卸売市場からの野菜の転送

状況をみると、転送先市場は全国39市場(うち中央卸売市場が17)、転送総量は5.5万tに及んでいる。さらに詳しくみると、年間転送量が100tを越える転送先市場の所在地は近畿圏内が最も多く43.5%となっているが、なかでも府下の地方卸売市場への転送が全体の28.8%(1.6万t)を占めていることは、地方卸売市場の集荷構造が中央卸売市場の集散機能と深い関わりをもつことを示すものとして注目される。

ここで、「大阪府地方卸売市場要覧」(大阪府農林水産部流通対策室)から地方卸売市場全体の集荷形態別取扱金額シェア(1994年度)をみると、野菜では農協など出荷団体が42.6%、生産者個人や出荷グループが26.6%、産地集荷業者など商人が17.9%、他市場からの転送が12.0%となっている。実際には、卸売業者の階層性は大きく、取扱実績5万トン(約150億円)規模の市場から、1万トン(約10億円)未満といった規模の市場までが含まれる

ことから、転送集荷への依存度は必ずしも一様ではないが、程度の差こそあれ系統荷の荷揃えを充足するための主たる方法として他市場からの転送集荷（主として大阪本場等の中央卸売市場の仲卸業者からの買付）が恒常的に行われている。

しかし、これらのことを、単純に地方卸売市場における集荷自立性の喪失、すなわち中央卸売市場の配給機能への従属化と断じることではできないような現実も同時に存在していることに注意が必要である⁹⁾。以下の章では、大規模拠点市場の集散機能を与件とした、近接地域に所在する地方卸売市場の存立構造を集荷・分荷の各部面から解明したい。

II. 域内中小規模卸売市場の集荷構造

1. 集荷面からみた域内卸売市場の位置と類型区分

表2は、大阪府下の地方卸売市場（青果物）における取扱額の推移を流通圏・地区別に集計し、府下の卸売市場流通における位置をみたものである。府下の卸売市場全体の取扱額は1991年をピークに現在のところ3,500億円前後で推移しているが、そのなかでは中央卸売市場の取り扱いが約80%であるのに対して、地方卸売市場の取扱いは約20%となっている。1993年現在、府下の地方卸売市場全体（38市場）の取扱額は717億3,900万円であるが、1978年を基準としたときの1993年の取扱額の指数は118となっており、ここ数年停滞傾向がみられる。

これを流通圏・区域別に傾向をみると、北部流通圏（5市場）では同指数が103となっており、卸売市場全体の取扱額に占める構成比の低下と合わせて、停滞傾向を示していることが分かる。また、中央卸売市場が未整備となっている南部流通圏（15市場）では同指数が144と伸びをみせる一方で、卸売市場全体の取扱額に占める構成比でも10%台を堅持するなど、泉北、泉南の両地区を中心に府下の卸売市場流通における一定の役割を担ってい

るといえる。一方、大阪市の位置する中部流通圏（18市場）では同指数は98で、卸売市場全体の取扱額に占める構成比も4.9ポイント減少し、卸売市場流通における地位は相対的に低下している。しかし、大阪本場・東部市場と2ヶ所の大規模拠点市場を擁する大阪市地区において依然として府下の地方卸売市場流通の重要な部分が占められていることは興味深い。

以下、大阪市内に位置する地方卸売市場の集荷構造を分析するにあたって、各卸売市場における野菜・果実別入荷形態（1993年度）の「府内（府内の個人生産者、任意組合、単協・連合会から入荷した取扱額合計値シェア）」、あるいは「転送（中央卸売市場からの転送で入荷した取扱額合計値シェア）」を指標にして、域内卸売市場をその集荷構造の相違によって5つの類型に区分した。そこでは併せて、地場産品の集荷圏や主要品目、通い容器（コンテナ）の導入、直接持ち込みが困難な生産者・地域への巡回集荷、産地育成の取り組みなどの集荷面での工夫や配慮がいかになされているのかを取りまとめている。

区分した類型の特徴は次の通りである。

①「広域集荷型」（転送荷への依存がなく、府内外の広域的な産地からの自力集荷を基本とする卸売市場）、②「準広域集荷型」（荷揃え上必要な品目に限って転送荷を受けるが、府内産地と近隣府県産地からの自力集荷を基本とする卸売市場）、③「転送結合型」（府内・近隣県産地の個人または任意組合からの集荷（とくに地場野菜）を主軸とし、他市場からの転送荷を補完的に結合させることで荷揃えが可能となる卸売市場）、④「転送依存型」（他市場からの転送荷や商系からの買付荷の集荷が、荷揃え上不可欠となっている卸売市場）、⑤「地元集荷型」（地元産地の個人生産者からの集荷を基本とし、取扱実績が比較的小規模な卸売市場）。

なお、各卸売市場に関する記述の根拠について表出されていないものは、原則としてヒアリング調査、およびその際に入手した各社資料によるものである。

表2 流通圏別にみた地方卸売市場の取扱額と卸売市場流通に占める位置

		実 数 ・ 構成比						(単位: 百万円、%)					
		1978年	1983年	1990年	1991年	1992年	1993年	1978	1983	1990	1991	1992	1993
地方卸売市場	北部流通圏	6,075 2.7	6,882 2.3	6,815 1.8	7,290 1.9	6,443 1.8	6,242 1.7	100	113	112	120	106	103
	中部流通圏	29,069 12.8	33,475 11.3	32,872 8.9	31,802 8.1	27,594 7.9	28,355 7.9	100	115	113	109	95	98
	大阪市地区	26,009 11.5	30,659 10.4	30,323 8.2	29,157 7.5	25,653 7.4	26,322 7.4	100	118	117	112	99	101
	中河内地区	3,060 1.3	2,816 1.0	2,549 0.7	2,645 0.7	1,941 0.6	2,033 0.6	100	92	83	86	63	66
	南部流通圏	25,784 11.4	33,660 11.4	38,350 10.4	38,889 9.9	34,813 10.0	37,142 10.4	100	131	149	151	135	144
	泉北地区	15,348 6.8	19,124 6.5	22,071 6.0	22,141 5.7	19,789 5.7	21,240 5.9	100	125	144	144	129	138
	南河内地区	1,790 0.8	2,027 0.7	1,809 0.5	1,918 0.5	1,679 0.5	1,684 0.5	100	113	101	107	94	94
	泉南地区	8,646 3.8	12,509 4.2	14,470 3.9	14,830 3.8	13,345 3.8	14,218 4.0	100	145	167	172	154	164
	大 阪 府 計	60,928 26.9	74,017 25.1	78,037 21.2	77,981 19.9	68,850 19.8	71,739 20.1	100	121	128	128	113	118
	中央卸売市場 (3市場計)	165,880 73.1	220,966 74.9	290,760 78.8	312,940 80.1	279,588 80.2	285,422 79.9	100	133	175	189	169	172
卸売市場 合計		226,808 100.0	294,983 100.0	368,797 100.0	390,921 100.0	348,438 100.0	357,161 100.0	100	130	163	172	154	157

資料:「大阪府地方卸売市場要覧」各年、および「大阪中央卸売市場青果物流通年報(野菜編・果実編)」各年より作成。

注:1) 地方卸売市場の各流通圏・地区は、大阪府卸売市場整備計画において設定されたものである。

2) 1995年3月現在、大阪府下に存在する地方卸売市場(青果物)は38市場であるが、各年における流通圏・区域別の取扱金額には当該年度において営業されていた既廃止・統合市場の取扱金額も含む。

3) 地方卸売市場・中央卸売市場に関する各年の数値は、統計上の制約からそれぞれ事業年度・暦年の数値である。

2. 青果物集荷の実態と特徴

表3によれば、地区内卸売市場の集荷構造からみた類型は「広域集荷型」が1社(A社)のみであり、「準広域集荷型」は2社(B,C社)、「転送結合型」は7社(D,E,F,G,H,L,M社)、「転送依存型」は2社(I,J社)、「地元集荷型」が1社(K社)となっている。ここで、A,Cの2社を除けば取扱高が10億円前後あるいはそれ未満の規模の市場が多いなかで、荷揃え機能を確保する上で中央卸売市場の集散機能に依存せざるを得ないという「転送結合型」市場は僅か2社のみである。これは、かつては技術水準の高い軟弱野菜産地であった地元大阪市およびその近縁が、近年の地価高騰による農地の利用と所有をめぐる混乱のなかでその生産基盤を著しく脆弱化させたにもかかわらず、他の市場においては何らかの形で自立的に集荷することが可能な代替産地を確保していることを示すものとして注目される。以下、類型ごとにみていくことにしたい。

①「広域集荷型」卸売市場

「広域集荷型」のA社は、中央卸売市場などの他市場からの転送荷に依存することなく、大阪市地区では唯一他府県産地からの直接自力集荷が可能な府下最大級の規模(取扱額150億円前後)の市場であり、単協や経済連など全国33道府県の43産地出荷団体からの取引市場指定を受けている。A社の産地構成をみる限り中央卸売市場のそれに準じた内容であり、地場野菜の取引は、府下の系統商品(果菜・キャベツ等)との結合関係が中心であることから、地方卸売市場に固有の地元産地・生産者との結合関係は見受けられない。ところが、卸売市場としてみた場合には、仲卸業者として同市場に入場する集荷業者(9名)によって、大阪府及び近隣府県の軟弱野菜がA社とは別ルートで巡回集荷(買付)され、場内の店舗で相対販売されるといった形で地場流通機能が補完されているのである。

②「準広域集荷型」卸売市場

「準広域集荷型」の2社は大阪本場に近接して位置している。C社については、旧来高

級業務需要向けの促成・半促成品の取り扱いに特化するという特徴がみられたが、現在では大阪本場の産地構成・品目構成と大きく変わらない集荷構造となっており、しかも地場野菜の位置づけが弱いことも手伝って地方卸売市場としての独自性を主張することが困難

となってきた。一方、B社は同じく大阪本場に近接するメリットを活かして一定の広域的集荷圏を持てはいるものの、総じて大阪府・奈良県からの地場野菜の入荷割合が高く、近年では奈良県の農家グループとの契約栽培などの取り組みを通じて地場流通機能の

表3 中部流通圏（大阪市地区）における地方卸売市場の集荷形態

（単位：億円、％）

卸売業者		開市時間	取扱額 (1994)	卸売市場への入荷形態				＜集荷形態の特徴＞ ①集荷形態からみた類型、②地場産品の集荷圏と主要品目 ③地場産品集荷への工夫・配慮（コテナ・巡回集荷・産地育成）
				野菜(1993)		果実(1993)		
				府内	転送	府内	転送	
中部流通圏 大阪市区V	A社	朝市 (5:00)	150.3	1.4	—	0.7	—	①「広域集荷型」 ②大阪・奈良・兵庫・京都（系統：青果一般・仲卸業者：軟弱中心） ③場内の仲卸業者（9名）が園場を巡回し、直荷引き行為【コテナ使用】
	B社	なし	7.1	26.3	13.1	12.8	17.4	①「準広域集荷型」 ②大阪（南河内/ナス・キュウリ：75名）・奈良（宇陀/トマト・軟弱：35名） ③場内に仲買業者（社）が入場／販路を確保し、産地開拓（奈良）
	C社	なし	48.1	5.6	14.3	0.2	14.4	①「準広域集荷型」 ②大阪（系統：青果一般） ③地場産品への対応は特にしていない
	D社	朝市 (6:30)	12.8	14.9	25.0	2.9	12.2	①「転送結合型」 ②大阪（大阪/軟弱：6名）・奈良（郡山・宇陀/軟弱・イチゴ：36名）・京都 ③他市場との産地競合を回避し、奈良・京都に産地育成（品目指導）
	E社	朝市 (6:00)	5.6	6.8	0.9	2.7	—	①「転送結合型」 ②大阪（松原・東大阪/軟弱：15名）・奈良（橿原/軟弱・シタケ：30名） ③生産者直接持ち込みのみ
	F社	朝市 (6:30)	10.4	14.5	12.0	3.3	19.9	①「転送結合型」 ②大阪（八尾・松原/軟弱：30名）・奈良（天理/軟弱：50名・ハクサイ：商人） ③コテナ導入により軟弱の規格を平準化／契約農家の育成（計画）中
	G社	朝市 (6:30)	5.7	3.1	4.5	—	26.4	①「転送結合型」 ②大阪（八尾・富田林/軟弱：30名）・奈良（宇陀/軟弱・果菜：21名） ③自社の巡回集荷を運送業者への委託に切り替え【コテナ】（奈良）
	H社	朝市 (7:00)	4.6	8.2	20.6	4.2	—	①「転送結合型」 ②大阪（大阪・八尾/軟弱：15名）・奈良（天理・宇陀/軟弱・トマト：70名） ③自社の巡回集荷を運送業者への委託に切り替え（奈良）
	I社	昼市 (14:30)	2.6	62.5	10.8	40.9	10.2	①「転送依存型」 ②大阪（松原・大阪狭山/軟弱・ナス・キュウリ：30名）・奈良（イチゴ：3名） ③自社で巡回集荷を実施（大阪・奈良）
	J社	なし	2.0	2.8	15.0	—	19.3	①「転送依存型」 ②大阪（堺・松原/軟弱：10名）・奈良（天理・宇陀/軟弱・一般：150名） ③高齢専業農家（奈良・京都）を自社で巡回集荷／小売【青空市】重視
	K社	朝市 (7:30)	1.0	50.0	—	30.0	—	①「地元集荷型」 ②大阪（松原・美原・八尾・太子/軟弱・テラウェア：18名） ③生産者直接持ち込みのみ
	L社	朝市 (6:00)	9.6	32.5	16.2	7.4	42.3	①「転送結合型」 ②大阪（大阪・南大阪/軟弱：80名）・奈良（明日香/果菜・シタケ：80名） ③「荷主会（大阪：60名）」の荷を差異化【コテナ・テープ】／巡回集荷（奈良）
	M社	昼市 (15:00)	3.6	25.4	10.0	7.7	—	①「転送結合型」 ②大阪（大阪・堺/軟弱：20名）・奈良（明日香・橿原/ハクサイ・ダイコン：50名） ③自社で巡回集荷を実施（大阪・奈良）
			20.3	6.5	6.6	2.1	5.8	

資料：大阪府農林水産部流通対策室「大阪府地方卸売市場要覧」平成7年、「大阪府地方卸売市場実態調査結果（個票）」1993年および各市場へのヒアリング調査（1995年10月～1996年3月に実施）により作成。

- 注：1) 開市時間が季節によって異なる場合には、夏期の開市時間とした。なお、朝市、昼市、夕市の区分は、それぞれ開市時間（午前9時、午後4時）を境に分類した。
- 2) 野菜・果実の構成比（府内）は、資料「大阪府地方卸売市場実態調査結果（個票）」の入荷形態別取扱金額から「個人生産者、任意組合、協同組合・連合会（いずれも府内）」項の合計金額が占める割合を算出したものである。
- 3) 野菜・果実の構成比（転送）は、資料「大阪府地方卸売市場実態調査結果（個票）」の入荷形態別取扱金額のうち「中央卸売市場からの転送（府内、府外の計）」項の金額が占める割合である。
- 4) I社の場合、集荷の大部分を占める天満仲卸業者からの転送（買い付け）が「任意組合」として算出されていることから、府内の数値が高くなっていることに注意が必要である。
- 5) K社の府内（野菜・果実）の数値、およびM社の転送（野菜）の数値は、最新のヒアリング調査による。

強化を図るべく対応している点が対照的である。

既に述べたように、近年産地においては、農協系統組織の広域合併に伴う出荷組織・取扱ロットの大型化と流通コストの削減などの理由から、仕向先市場の集約化（絞り込み）の必要性が強調され、販売力のある大規模中央卸売市場へのお荷集が益々進行しつつある。そのような背景のもとで、B、C両社は取扱規模にこそ差異はあるが、大阪本場の仲卸業者との間で迅速な過不足荷のやり取りが可能となるなど、ともに卸売業者として大阪本場に近接するメリットを充分に享受している。しかし、大阪本場の有する強大な集分荷機能のもと、実態として大阪本場の場外仲卸業者的な機能に収れんしていくか、あるいは地場流通機能の補完など地方卸売市場独自の差異化・特色づけを図る方向を模索するのかの選択が問われているといえる。

③「転送結合型」卸売市場

地区内に7社と最も多い「転送結合型」の市場については、取扱額が10億円強の規模から3億円程度の「昼市」までが含まれるが、その内容は極めて多様である。このタイプの市場では、地場産品（とくに野菜）の主たる供給基地としての大阪府・奈良県から入荷する委託商品の割合が総じて高いことが特徴であり、転送品については、野菜では委託集荷による荷揃えの困難な「土もの・促成もの」、果実では銘柄産地の秀品や輸入果実などを中心に、荷揃え機能を補完する目的から買付が行われている。そして、ここで注目されることは、先に指摘した地元産地に代替する産地確保の取り組みとして、自社独自にあるいは地元（産地）の運送業者等に依頼する形で、府下さらには近隣府県に至る生産者個人の圃場または集荷場への巡回集荷が一般に行われていることである。とくに近隣の奈良県産地については、地場野菜について奈良経済連青果事務所を運営主体とする通い容器（コンテナ）システムを導入したことで知られる奈良県中央卸売市場の開設（1977年）以前から大阪市場との結びつきが強く、近年では小売店サイドからの要求の高い地場野菜を安定確保

するための卸売業者間の集荷競合が奈良県、さらには三重県へと外延的に拡大するなかで、限られた供給基地をめぐる卸売業者間のせめぎ合いが激化している。

「転送結合型」市場のうち、自社独自にトラックを差し向けて巡回集荷を行う業者はD、L、Mの3社で、G、Hの2社については従来は自社で巡回集荷を行ってきたが、自社での集荷経費負担が大きくなったことや人手不足などの理由から近年になって地元（集荷先）の運送業者に依頼して巡回集荷するという方法に切り替えている。各社において巡回集荷が導入された背景には、地元大阪市およびその近縁の「産地としての継続性」に対する不安感が指摘されており、1960年代の比較的早い時期から奈良県産地との結合関係を強化する動きがあったこと等が確認されているが、より直接的な契機は次の2つに分けられる。それは、①従来は直接市場に搬入していた生産者が高齢化等の理由で出荷が困難になったことから巡回の要請を受け導入した、②品目・調製技術の指導等も含めて生産者グループを組織し、新たに産地開拓・育成を開始した、である。ここで注目すべきことは、新たな産地開拓・育成を図る場合においても、対象とされる生産者グループは高齢専門業者が多いという事実であり、ときには高い技術水準の蓄積を有しながらも、出荷労力等の理由から地元農協の共販活動に足並みを揃えることが困難であるような高齢専門農家の事情を踏まえた上で卸売業者や産地仲買業者による巡回集荷が存立しているということである。そしてこれらの経緯は、本来的には地元農協の販売事業において細やかな対応が充分ではないという「隙間」から生じている部分も大きい。

ところで、「転送結合型」市場のなかで、現時点において以上みたような地場野菜の確保策を何ら講じていないのはE、Fの2社のみである。これについては、両社は業務用野菜の大量需要（漬物加工）に対応するため、卸売業者の取扱品目構成においても特定品目（大玉系のハクサイなど）への偏重が認められるなど、地場野菜の安定確保に対する必要性が総じて低いことが影響している。しかし、

近年両社にとって最大手の販売先である加工用ハクサイ専門小売店が長野県産地との産直仕入れを導入し始めるといった変化が生じているなど、消費需要の特殊性に主として依存した業務内容では先行きに対する不安が大きいとの判断から、スーパー対応を念頭に軟弱野菜の規格化や契約農家の育成を検討し始めるなど地場野菜の産地確保を重視する動きもみられている。

④「転送依存型」卸売市場

「転送依存型」市場（I、J社）は、一般野菜や果実の大部分を中央卸売市場の仲卸業者からの転送（買付）に依存しつつも、大阪府下さらには近隣の奈良県・京都府の産地に対する自社での巡回集荷を行っている。これは、新鮮な地場野菜を確保することで地方卸売市場としての独自性を高めようとの意図から行われているものであるが、一方では転送（買付）に対する過度の依存によって業者の営業利益が圧迫されることへの危機感に裏付けられた取り組みでもある。

⑤「地元集荷型」卸売市場

「地元集荷型」市場（K社）は「転送依存型」市場と同様に、仲卸業者からの買付規模が大きい場合には、スケールメリットが発揮できないことから、必ずしも専門小売店より有利な仕入れとはならず、また小売店向けのマージン率も低く設定せざるを得ないことから、むしろ地元の個人生産者から直接搬入される地場野菜（委託商品）のみを取り扱う市場という性格を持つ。

Ⅲ. 域内中小規模卸売市場の分荷構造

1. 分荷面からみた域内卸売市場の位置と類型区分

まず、表4から流通圏別にみた大阪府下の地方卸売市場における買受人数の推移をみると、1993年現在の大阪府下の地方卸売市場に入場する買受人数は4,309人であるが、その

表4 流通圏別にみた地方卸売市場における買受人数の推移

		実 数 ・ 構 成 比						指 数					
		1978年	1983年	1990年	1991年	1992年	1993年	1978	1983	1990	1991	1992	1993
地方卸売市場	北部流通圏	1,656 21.2	1,007 15.7	811 16.1	696 14.6	678 14.9	669 15.5	100	61	49	42	41	40
	中部流通圏	2,860 36.6	2,702 42.2	1,846 36.7	1,797 37.7	1,762 38.6	1,589 36.9	100	94	65	63	62	56
	大阪市地区	2,199 28.1	2,121 33.2	1,453 28.9	1,396 29.3	1,403 30.7	1,282 29.8	100	96	66	63	64	58
	中河内地区	661 8.5	581 9.1	393 7.8	401 8.4	359 7.9	307 7.1	100	88	59	61	54	46
	南部流通圏	3,297 42.2	2,688 42.0	2,373 47.2	2,279 47.8	2,123 46.5	2,051 47.6	100	82	72	69	64	62
	泉北地区	1,687 21.6	1,230 19.2	957 19.0	940 19.7	936 20.5	876 20.3	100	73	57	56	55	52
	南河内地区	275 3.5	259 4.0	360 7.2	316 6.6	207 4.5	206 4.8	100	94	131	115	75	75
	泉南地区	1,335 17.1	1,199 18.7	1,056 21.0	1,023 21.4	980 21.5	969 22.5	100	90	79	77	73	73
	大阪府計	7,813 100.0	6,397 100.0	5,030 100.0	4,772 100.0	4,563 100.0	4,309 100.0	100	82	64	61	58	55
	<参考> 中央卸売市場 (3市場計)	32,948	33,967	32,993	31,887	31,816	31,927	100	103	100	97	97	97

資料：「大阪府地方卸売市場要覧」各年、および「大阪市中央卸売市場年報」、「大阪府中央卸売市場年報」、「大阪府中央卸売市場流通状況調査」各年により作成。

注：1) 流通圏は、大阪府卸売市場整備計画において設定された品目別流通圏である。

2) 1995年3月現在、大阪府下に存在する地方卸売市場（青果物）は38市場であるが、各年度における流通圏・区域別の買受人数には当該年度において営業されていた既廃止・統合市場の買受人数も含む。

3) 大阪市地区の1社（統合市場）の買受人数は、データの制約から青果・水産部門の仲卸業者のみとして算出している。

4) 中央卸売市場の買受人数は、便宜的に各市場の「流通状況調査（総括表）」の部門別件数（野菜・果実）の合計値としたが、実際には各部門の複数の仲卸店舗から仕入れを行う小売店が重複カウントされていることから、実数値については単純に地方卸売市場のそれと比較できないことに注意を要する。

ほとんどは八百屋・果物屋等の内店の専門小売店であると考えてよい。実際には、複数市場に売買参加者として入場する小売店も数多くみられることから、これらの数値は買受人数を必ずしも正確に反映したものとはいえないが、北部市場開設直後の1978年当時のそれを基準としたときの指数でみる限り55と大幅に減少していることが分かる。これは、スーパー・量販店が急進する一方で、売買参加者である専門小売店が急速に減少していることを示すものである。

ところで、中央卸売市場（3市場）に入場する買受人数に関する資料は、便宜的に各市場の「流通状況調査（総括表）」の部門別件数（野菜・果実）によるほかはないが、実際には各部門の複数の仲卸店舗から仕入れを行う小売店が重複カウントされていることから、その実数値について単純に地方卸売市場のそれと比較することはできない。さしあたり、地方卸売市場に限って、指数の変化から流通圏・地区別の傾向をみると、買受人数の減少傾向は各流通圏ともに共通しているものの、その傾向に若干のタイムラグが生じていることは注目される。具体的にみると、ニュータウン開発とそれに伴うスーパーの進出が先行した北部流通圏において小売店の減少傾向が著しく進行しているのに対して、専門小売店の集積した「商店街」機能がある程度維持されていると考えられる大阪市地区（中部流通圏）においてはその減少幅は緩慢であることが分かる。また、泉南地区（南部流通圏）については他地域と比較して相対的に専門小売店の減少幅は小さくなっているが、近年、関西国際空港開港に関わる地域開発の進展と関わって郊外型の大型チェーンスーパーの出店攻勢が激化しているもとで、北部流通圏のそれと同様の傾向をたどることが予想されるのである。

ここで分荷構造についても、城内卸売市場を以下の3つの類型に区分し、併せてスーパー対応の実態や販売実績、あるいは今後の販売戦略などの視点からも特徴づけを試みた。

区分した類型の特徴は次の通りである。

①「準広域分荷型」（卸売市場の地元所在

市または所在地区内の買受人割合が60%程度であり、地区内外にチェーン店舗を展開するスーパーに集配センター経由あるいは店舗配送などの形態で、積極的な販売対応を行う卸売市場）、②「地区内分荷型」（卸売市場の地元所在市または隣接市など所在地区内の買受人への分荷が中心で、地区内の地元スーパーや家族経営型のミニスーパーあるいは八百屋など専門小売店を主たる販売先とする卸売市場）、③「地元分荷型」（卸売市場の地元所在市の買受人への分荷が中心で、地元スーパーや家族経営型のミニスーパーあるいは八百屋など専門小売店を主たる販売先とする卸売市場）。

なお、各卸売市場に関する記述の根拠について表出されていないものは、原則としてヒアリング調査、およびその際に入手した各社資料によるものである。

2. 青果物分荷の実態と特徴

まず、表5から地区内卸売市場における分荷構造の類型をみると、「準広域分荷型」が4社（A, B, C, L社）、「地区内分荷型」が3社（H, I, M社）、「地元分荷型」が6社（D, E, F, G, J, K社）となっているが、ここでは大阪本場・東部市場などの大規模集散市場の商圈下であって、なお広域的な分荷圏を有する市場が複数存在することは注目される。

①「準広域分荷型」卸売市場

「準広域分荷型」のうちA社は、その集荷構造においても府下最大級の「広域集荷型」卸売市場であるが、その分荷構造を考察する際に重要なことは、A社は水産物卸売業者・関連事業者とともに「総合市場」を構成しているということである。しかも、「総合市場」全体としての取扱額は、卸売業者・関連事業者の取扱額に先に青果物の場合でみた仲卸業者の産地からの集荷を加えると、地方都市の中央卸売市場をも凌ぐ規模となる。とくに、関連事業（乾物・漬物・調味料・厨房機器・飲食店など）が充実しており、青果物・水産物の各卸売業の取扱金額に匹敵する規模を有していることは、「ワンストップ・ショッピング」

表5 中部流通圏（大阪市地区）における地方卸売市場の分荷形態

(単位:人、%)

卸売業者		開市時間	買受人数		買受人の分布構成			<分荷形態の特徴> ①分荷形態からみた類型、②スーパー対応の実態[金額比:%] ③今後の販売戦略
			うち常時 (構成比)	うち 所在区	同地区内	同地区外		
中部流通圏 大阪市区V	A社	朝市 (5:00)	仲卸 255	255 (100.0)	—	83	17	①「準広域分荷型」 ②場内の仲卸業者(255名)が独自にスーパー対応[不明] ③仲卸業者の再編・強化/総合市場としての整備による機能拡充
	B社	なし	145	90 (62.1)	10	60	40	①「準広域分荷型」 ②市内外のローカリエーション(3社29店舗)に配達[40%] ③地場野菜の産地育成によるスーパー対応の強化/取扱部門の拡大
	C社	なし	231	180 (77.9)	5	55	45	①「準広域分荷型」 ②市内外の大手・ローカリエーション(4社44店舗)に大阪本場内の仕分け場を経由して配達[10%]、③大阪本場との近接性を活かした販路拡大
	D社	朝市 (6:30)	127	90 (70.9)	50	90	10	①「地元分荷型」 ②ウツ形式を導入(活性化)した公設市場内の10店舗のみ[50%] ③「活性化」した専門小売店は取引が増加する傾向が強いので重視
	E社	朝市 (6:00)	69	40 (58.0)	60	90	10	①「地元分荷型」 ②現在は行っていない(要請はあるが断っている) ③地域的消費需要(漬物加工用ハクサイ)を重視/スーパー対応はリスク大
	F社	朝市 (6:30)	95	58 (61.1)	90	95	5	①「地元分荷型」 ②現在は行っていない ③今後はスーパー対応が課題(軟弱野菜の規格化/産地育成を検討中)
	G社	朝市 (6:30)	95	80 (84.2)	60	95	5	①「地元分荷型」 ②現在は行っていない(要請はあるが断っている) ③スーパー対応の必要性は感じるが、リスクが大きくメリットを感じない
	H社	朝市 (7:00)	70	60 (85.7)	30	90	10	①「地区内分荷型」 ②市外の単独セブ店(2店舗)+市内のミスーパー-[40%] ③大手スーパーとの取引は量の確保等の要求が厳しく対応不可能
	I社	昼市 (14:30)	90	60 (66.7)	30	90	10	①「地区内分荷型」 ②家族経営的なミスーパー-(2店舗)のみ[10%] ③地場野菜を中心に、「昼市」としての荷揃え補完機能を充実
	J社	なし	101	35 (34.7)	50	95	5	①「地元分荷型」 ②市内の単独セブ店(2店舗)に配達+ミスーパー-[30%] ③取扱部門を拡大して、小売機能の内部化を検討する
	K社	朝市 (7:30)	30	20 (66.7)	100	100	—	①「地元分荷型」 ②地元の単独セブ店(6店舗)のみ[50%] ③現状維持が精一杯なので特に考えていない
	L社	朝市 (6:00)	117	85 (72.6)	50	80	20	①「準広域分荷型」 ②市内外のローカリエーション(1社10店舗)に配達+市外スーパーのテナント店[40%] ③自社商圏外で小売店の系列化を図り、全量仕入れ体制を確立
	M社	昼市 (15:00)	43	43 (100.0)	60	80	20	①「地区内分荷型」 ②市内の単独セブ店(1店舗)+ミスーパー-[30%] ③地場野菜を中心に、「昼市」としての荷揃え補完機能を充実

資料:大阪府農林水産部流通対策室「大阪府地方卸売市場要覧」平成8年、および各市場へのヒアリング調査(1995年10月~1996年3月に実施)より作成。

- 注:1)開市時間が季節によって異なる場合には、夏期の開市時間とした。なお、朝市、昼市、夕市の区分は、それぞれ開市時間(午前9時、午後4時)を境に分類した。なお、買受人数は1995年4月現在のものである。
- 2)A社の買受人構成は、卸売業者から場内仲卸業者への販売(83%)と場外の他業者への販売(転送:17%)の内訳を示したものであるが、正確には数値化できないものの場内の仲卸業者による分荷圏も府下全域に及ぶと考えてよい。
- 3)L社の買受人構成をみる限りでは「同地区内」が80%を占めているが、実際には販売金額に占める地区外のスーパー・小売店のシェアが40%程度を占めると考えられることから、「準広域分荷型」に分類した。

機能の充実という小売店サイドからの強い要求のもとで、青果物を取り扱う卸売業者であるA社が「総合市場」であることのメリットを享受した広域的分荷圏を構築していることの大きな要因となっている。

ところで、A社は「総合市場」全体として青果112名、水産148名の計255名(1995年1月現在)の仲卸業者を擁しており、場内の仲卸業者以外には場外からの専門小売店の売買参加を承認していない。したがって、仲卸業者

を媒介とした商圏や小売店の業態構成に関する明確な資料は存在しないが、従来から大阪ミナミの飲食店をはじめとする業務需要への対応に特化した商圏を有し、府下の卸売市場のなかでも「老舗」としての地位を築いてきたとされている。しかし、その商圏構造も府下中央卸売市場の整備に伴う集分荷競合の激化や近年の卸売市場をめぐる流通環境の激変のなかで大きく様変わりしており、小売業態の多様化への対応の可否によって場内の仲卸

業者の階層分化も著しく進行するなど、従来の「老舗」としての地位を確保することが困難となりつつあるのが実態であろう。

なお、A社では場内の仲卸業者向けのセリ販売が83%であるのに対して、府内外の地方卸売市場や中央卸売市場に入場する仲卸業者の系列別会社をはじめとする場外の他市場への相対販売（転送）が17%を占めるなど中央卸売市場に準じた集散機能が担われているが、近年後者の比率が高まりつつあることは注目される。

同じく「準広域分荷型」にB、Cの2社があるが、これらは強大な集散機能を有する大阪本場に近接して位置するという立地特性のもとで、先にみた集荷面のみならず分荷面においても大阪本場の機能に依存するところが大きいといえる。例えばC社の場合には大阪本場内の各スーパー・店舗向けの配送仕分け場（駐車場部分）に商品を搬出するという形で、大阪市内外に広域的に店舗を展開する大手・ローカルのチェーンスーパーへの販売が可能となるなど、卸売業者のスーパー対応を行うにあたっての問題点の1つである店舗配送に伴うコスト負担を回避できるというメリットを享受しているのである。

しかし一方では、内店の専門小売店の減少に伴って、主として大阪本場仕入れを利用する業務需要（納入・加工業者）の補完的仕入れ先としての性格が強まり、早朝3時頃までの荷揃え・取引が要請されるようになった結果、セリ取引が成立しにくくなるなど卸売市場としての性格が希薄化しつつある。

いま1つ「準広域分荷型」として注目されるのはL社であるが、「転送結合型」の集荷構造を有する同社では大阪市内外のローカルのチェーンを対象に積極的なスーパー対応が行われている。L社は、大阪本場等の仲卸業者からも引き合いの強い「銘柄商品（ミカン）」が入荷するなど府下の地方卸売市場のなかでも相対的に果実の取扱シェアが高い市場であるが、スーパー対応を本格的に開始するにあたって、軟弱野菜を中心とする地場野菜を安定確保するための産地育成・巡回集荷（奈良県）への取り組みを強化したという経緯をも

つ。とくに、1990年頃からは軟弱野菜の常時出荷者である「荷主会」所属の生産者（大阪府）60名を対象に種の斡旋を行うほか、卸売業者名入りの専用結束テープの配布、コンテナ出荷の義務づけなど、小売店向けの差異化販売の試みが重視されている。またL社では、スーパー対応に終始するのみでは自社の利益率が低くなるとの考えから、自社に入場する売買参加者の商圏と競合しない地域の公設小売市場やチェーンスーパー内に出店する専門小売店を対象に、資本参加による系列化（別会社による「直営店」方式）を進め、同社からの「全量仕入れ体制」を確立するなど、先取の精神に富んだ販売戦略が模索されていることも見逃すことはできない。

②「地区内分荷型」または「地元分荷型」卸売市場

ところで、これら4社を除く他の市場では大手・ローカルを問わずチェーンスーパーへの販売対応が行われておらず、スーパー対応は「単独セルフ店」数店舗に限られているか、現時点で全く行われていない（あるいは、今後とも考えていない）かのいずれかである。したがって、各市場の商圏も地域的に限られたものとなっており、一部には「昼市」という性格上、小売店にとっては朝市での不足分の補完的仕入れ先として位置づけられることから比較的商圏の大きい「地区内分荷型」が存在するものの、多くの市場では「地元分荷型」の分荷構造となっている。

ここで注目すべきことは、これら2種類の計9市場には、一部を例外としてD、F社のように10億円を上回る規模の市場も複数含まれていることであり、地元小売店への販売が中心であり、かつ十分なスーパー対応が行われていないことをもって、それら卸売市場の分荷機能が弱体化していると即断することはできないということである。これは、住宅地を中心に「商店街」が著しく発達した地区が未だ数多く存在するなど、郊外型の大手・ローカルのチェーンスーパーによる店舗展開に主導された周辺市町における小売業態の再編動向と大阪市内のそれとは変化の様相を若干異にするという事情によるものと考えられる。

もちろん、大阪市内においても内店の八百屋・果物屋など専門小売店における従事者の高齢化や後継者不足は深刻であり、各市場に入場するそれら売買参加者の減少が顕著であることは例外ではない。しかし、弱体化したとはいえ対面販売を旨とする専門小売店が集積した「商店街」機能がある程度維持されていることや、レジ形式を導入することで「活性化」に成功した小売市場が多数存在するなどのことから、大阪市内においては内店の専門小売店が「生き残り」を模索するなかで、従来から地元卸売市場との間に存在した「共生関係」がある程度堅持されているとみることができる。そして、そのようなもとで卸売市場の側においても、「特売」への要請や硬直化した値決め方法、厳格な規格、商品の加工・調製に対する要請、各店舗への配達業務に伴うコスト負担増、決済サイトの長期化等々のスーパー対応に伴うリスク負担を回避することが先行し、スーパーを対象とした販路拡大の取り組みが総じて遅れているのが実態であろう。

最後に、市内の地方卸売市場においては、市場施設の立体化による敷地の有効利用（テナントビル・賃貸マンション・駐車場経営など）によって卸売業務以外に副業を営む業者が数社存在することも特徴の1つである。なかには卸売業務での赤字部分を副業で補填する業者もみられるなど「地方卸売市場」としての経営内容は総じて厳しいことを象徴している。

まとめにかえて 一求められる課題一

大阪市に位置する地方卸売市場は、歴史的には地区内及びその近縁で生産される地場野菜の集荷と地元買出人への分荷（販売）を旨として存立してきた。それら産地の生産基盤が脆弱化し、しかも中央卸売市場が整備された今日においても、地方卸売市場の性格・役割は一部を除いて基本的に変わってはいない。しかし、地場野菜の供給基地が府外産地へと外延的拡大をみせるなかでその自力集荷力に

は自ずと市場間格差が生じており、地区内においては中央卸売市場に対する補完的機能を充分に有する卸売市場と、中央卸売市場の機能に専ら依存しながら地域配給市場として残存する卸売市場とへの分化がみられる。地方卸売市場がその補完的機能を充分に発揮するためには、近隣府県をも含む周辺産地から組織的に自力集荷できるだけの規模（販売力）が必要となることから、現在の立地形態を充分に考慮した上での整備統合も今後検討の余地が認められるであろう。

ところで、前者の型の卸売市場においては、そのほとんどが大阪本場・東部市場といった大規模集散市場の商圏のもとでいかにして地方卸売市場としての独自性を発揮するか、つまり卸売市場として自らを「差異化」することが緊急かつ最重点の課題であるといっていよい。集荷機能に関する「差異化」戦略の眼目は、軟弱野菜等を中心とする地場野菜の安定確保であり、そのために府内産地はもちろんのこと近隣の奈良県産地の個人・任意組合までを対象とした巡回集荷、産地開拓・育成の取り組みが展開されている。実際に、大阪本場に近接しそのメリットを最大限活かした集分荷構造を享受しながら存続してきた一部の市場においても、地場野菜の産地開拓・育成を図り、補完的であった地場流通機能を充実する方向で地方卸売市場としての「差異化」を試みる動きもみられるのである。

これらの取り組みは、卸売業者の地元大阪市およびその近縁の「産地としての継続性」に対する不安感を背景として代替産地の確保が図られたことに端を発するが、現在では農協共販事業との競合関係はもちろんのこと限られた供給基地をめぐる卸売業者間の集荷競合が激化しつつある。また、産地巡回集荷の外延的拡大には自ずと限界があることから、自社への専属出荷を義務づけるなど生産者との契約化を志向し、地場野菜を安定的に確保しようとする動きがみられている。しかし、このような取り組みはスーパーや納入・加工業者等の大口需要者への販路をもつ業者に限られており、そうでない業者の場合には中長期的にみて「差異化」の眼目である地場野菜

の安定確保それ自体が持続できないという皮肉な事態が生じかねないのである。

このようにみると、スーパー対応を含めた販路の確保が地区内卸売市場の今後の営業展開を展望する上での前提条件であるように思われるが、それは必ずしも適当ではない。既に述べたように、住宅地に近接して発達した「商店街」機能の存続やレジ形式の導入による小売市場の「活性化」など、大阪市地区では他地域のそれとは様相を異にする小売業態の展開がみられ、地元卸売市場の分荷構造がそれら専門小売店との「共生関係」と深く関わりを持つという特徴がみられる。したがって、そこには地区内に対面販売方式を旨とする専門小売店が数多く存在するという小売業態の地域性をむしろ最大限活かした、分荷機能に関する「差異化」戦略の可能性が存在しているともいえるのである。

高度経済成長期以降の食料品小売業態の展開は、都市部を中心とする核家族化の進行等によって象徴される生活様式の変化を背景とする消費行動の多様化に伴って進行し、その限りでは消費者要求とも合致しながら量販店やスーパー等の小売形態が成長を遂げたことは言を待たない。しかし、一方では近年都市生活者を中心に「安心・本物・旬」といった食生活の質的向上に対する要求が高まり、それと関わって地場産農産物に対する期待が寄せられていることもまた事実である。大手チェーンスーパー等でもそのような志向に応えるべく産地標示の工夫が行われてはいるが、それは従来、対面販売を旨とする地元専門小売店によって担われてきたものである。そのような意味では、食材の季節性(旬)やそれに適した調理法の情報提供など「付加価値販売」によって専門小売店がその機能を発揮することが求められている局面ともいえるのである。そして、それら専門小売店や地方卸売市場との結びつきが比較的強いと考えられる地元チェーンスーパー・単独セルフ店等とも連携しながら、産地情報の提供や規格、調製方法、出荷容器を工夫することによって地場産品の商品特性をアピールする等、地方卸売市場が情報発信機能を積極的に取り込んでい

くことが期待されている。

以上の課題は、地区内の地方卸売市場一般に当てはまるものであるが、ここでは唯一の「総合市場」であり、地方都市の中央卸売市場をも凌ぐ規模を有するA社の課題について若干指摘しておきたい。

大阪ミナミの飲食店をはじめとする業務需要への対応を中心に、府下の卸売市場のなかでも「老舗」としての地位を築いてきたとされるA社の商圈構造が、近年の流通環境変化のなかで大きく様変わりしつつあることは既に述べた。現在A社では、市場開設者・水産物卸売業者・仲卸業者・関連事業者等が一体となって「総合市場」としての機能を強化することで、近接する中央卸売市場(大規模集散市場)の機能・役割との差異化・特化を図ろうとする「再編整備構想」を具体的に検討しつつある。それは、大阪ミナミ地区の再開発計画とも関わっており、農水省の提唱する「楽市楽座構想」を踏まえ、地方卸売市場としての本来の機能に小売部門さらには関連業者・飲食業者部門の機能を付加した総合市場として整備拡充を図ろうとするものである。そして、そこでは、現在個々の仲卸業者が果たしている機能・役割、あるいは今後の営業意向を十分に汲み取りながら、整備市場の中にいかに有機的に再配置するかが重点課題となっている。とりわけ再配置の過程では、急進する大手・ローカルのチェーンスーパーへの販売が対応可能な規模に仲卸機能を再編・強化しうるか否かがポイントであろう。

注 1) 藤島廣二「野菜流通の変貌と再編の方向」野菜季報 No. 58, 1996年, pp. 20-22。

2) 同上, pp. 22-24。

3) 例えば、藤島は「地方卸売市場において買い付け集荷比率が高いのは、合併等によって大型化したJAから大量の荷を受けることができない小規模な市場が多いため、大規模な中央卸売市場からの転送や産地商人からの買い付けに頼らざるを得ないからである。」と指摘している(「なぜ青果物流通は変

化したか」J A, 1996年7月号, pp. 34-37)。

- 4) 農林省農林経済局「生鮮食料品卸売市場調」1959年、および大阪府農林水産部流通対策室「大阪府地方卸売市場要覧」1996年。
- 5) 藤島廣二・佐藤和憲・小野雅之「青果物流通における大阪市中心卸売市場本場の位置の変化」農林業問題研究第86号, 1987年, pp. 26-34。
- 6) 大阪府農林水産部流通対策室「拠点流通施設流通環境等調査報告書」1995年, pp. 249-332、及び同「拠点的地方卸売市場施設機能等調査報告書」1996年,

pp. 155-220。

- 7) (社)食品需給研究センター「卸売市場整備基本方針策定基礎調査報告書」1995年, p. 61。
- 8) 大阪本場A社, C社へのヒアリング調査、及び各社業務資料による。
- 9) 拙稿「流通環境再編下における青果物地方卸売市場の実態と課題—南大阪地域を事例として—」農業市場研究5-1 (VOL43), 1996年, pp. 64-74。

(筆者: 大阪府立大学農学部)

(筆者: 大阪府立大学大学院)