

市場外流通の成立メカニズム⁽¹⁾

Establishment mechanism of out-of-wholesale-market distribution system



池田 真志：拓殖大学 商学部 教授

略 歴

2002年横浜市立大学国際文化学部国際関係学科卒業。2007年東京大学大学院総合文化研究科博士課程修了。博士(学術)。拓殖大学助教、准教授を経て、2021年3月から現職。

1. 市場外流通の成長

日本の青果物流通においては、卸売市場が重要な役割を果たしている。全国に分布する小規模で大多数の生産者（農家）と大多数の実需者（小売企業、外食企業、加工業者等）を効率的に、公正につなぐためには、卸売市場の機能は欠かせない。しかしながら、卸売市場を経由する青果物の割合は年々低下している。卸売市場経由率は、1989年（平成元年）は、野菜が85.3%、果物が78%（野菜と果物を合わせた青果が82.7%）であったが、2018年（平成30年）では、野菜が64.8%、果物が64.8%（野菜と果物を合わせた青果の値が54.4%）である（図1）。

卸売市場経由率が低下する理由の一つは、卸売市場を経由しない輸入青果物の流通量が増えることであるが、国産青果においても卸売市場経由率は低下している。国産青果の卸売市場経由率は、2002年（平成14年）が93%であったのに対して、2018年（平成30年）は79.2%に下がっている（図1）。

国産青果の卸売市場経由率が低下する理由

の一つは、大規模な小売企業や外食企業などの実需者が産地の生産者組織（農協、農業法人、出荷組合）や青果物の専門流通業者から仕入れる、いわゆる市場外流通（卸売市場を経由しない流通）の量が増えることである。

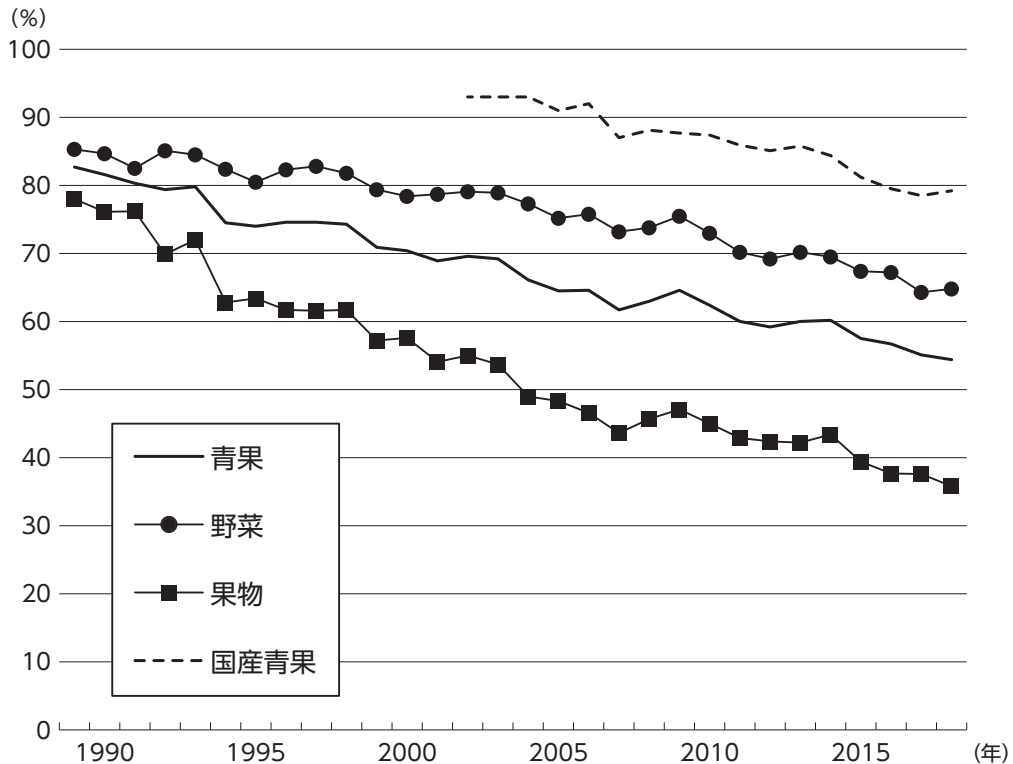
実需者が市場外流通に取り組む理由はさまざまである。たとえば、大手スーパーマーケットは、他社との差別化や、安心・安全な商品の調達などのために市場外流通に取り組んでいる。外食チェーンやカット野菜メーカーは、仕入れる野菜の品質や価格を安定させるなどの理由から市場外流通に進出している。

2. 青果物流通における川下側の変化

青果物流通は、川下側の変化に大きく影響される。主に2000年以降の青果物流通の川下側の大きな変化を概観しよう。

一つ目は、消費市場全体の縮小と特定の分野の市場規模の拡大である。日本の人口は2000年代後半から減少し始め、小売業の市場規模は1990年代後半から縮小している。しかしながら、食品宅配事業やインターネット通

図1 卸売市場経由率の推移



資料：農林水産省『卸売市場データ集』より作成。

信販売などの特定の分野では市場規模の拡大が続いている。他方、外食産業の市場規模も1990年代後半以降、縮小傾向にある。一方で、弁当や総菜などの中食の市場規模は拡大している。その結果として、食の外部化率（全国の食料・飲料支出額に占める外食と料理品小売業を加えた市場規模の割合）は、1990年代後半以降はほぼ横ばいであり、45%弱の値で推移している⁽²⁾。

こうした環境下において、食品業界においては、業態を超える競争が起こっている。たとえば、消費者は、1回の食事にあたって、食材を購入して自宅で調理する内食、スーパーマーケットやコンビニエンスストア、弁当販売店などで食事を購入する中食、あるいは外食をする、食品宅配を利用するなど、様々な選択肢の中から食事を選ぶ。また、中食は

多くの業態で扱われている。つまり、1回の食事をめぐって、スーパーマーケットや外食チェーン、コンビニエンスストア、食品宅配事業者などは同じ業態の企業と競争をしているだけではなく、他業態の企業とも競争をしている。

以上のように、青果物流通の川下側の企業は、消費市場の縮小に加えて、業態を超える競争が激化している状況におかれている。そのような競争を勝ち抜くために、川下側の企業が、他社との差別化のための野菜調達をしようとすると、野菜の調達先を卸売市場外に求めることになる。

3. 生鮮野菜流通の変化と流通システムの対応

川下側の企業は、「安定的」に野菜を調達

する事を求める。ここでいう「安定的」にはいくつかの意味での安定がある。それらは、数量の安定、価格の安定、規格の安定、品質の安定である。

数量の安定は、発注数量通りに納品されることを意味する。大手小売企業や外食企業などのチェーンストアは、販売機会ロスを避けるために欠品を好まない。そのため、収穫量が不安定な野菜であっても、川上側の主体は、基本的には発注数量通りの納品が求められる。

価格の安定は、市場相場が変動する野菜をできるだけ一定の価格で仕入れることである。これは特に外食チェーンやカット野菜メーカーから求められる。外食チェーンは、メニューボードに商品の価格を提示しているため、野菜の相場が高騰した場合でも、そのたびにメニューの価格を変更することは容易ではない。カット野菜の場合は、小売店舗での販売価格が野菜の相場に左右されずに一定であるため、野菜の相場が高騰してもカット野菜メーカーは、小売企業への商品の納品価格を上げることができない。これらの理由から外食チェーンやカット野菜メーカーは、原料の野菜を一定の価格で仕入れる必要がある。

規格の安定は、発注した規格の野菜が納品されることを意味する。たとえば、とある外食企業は、ハンバーガーに使うトマトを、バンズ（円形状のパン）の大きさに合わせるためにLサイズのものに限定している。産地側では様々なサイズのトマトが収穫されるが、川下側の実需者は特定のサイズのみが納品されることを求める。

品質の安定は、いつでも一定の品質の野菜が納品されることを意味する。川下側の実需者は、同じ品質の商品を消費者に提供する事を求めているため、仕入れる野菜の品質も安定することを求める。

以上のように川下側の実需者は野菜の安定的な調達を求めるが、生鮮野菜は、生産量が天候や病害虫等に影響されるため一定ではなく、様々な規格の野菜が収穫されるなどの不安定性を持つ。つまり、単純に産地側の生産者組織と川下側の実需者が直接取引を行えば、実需者は必要な規格の野菜を必要な数量だけ仕入れることになるため、産地側には、実需者に販売できない規格の野菜が残され、さらに畑に余剰となった野菜が残り、在庫処分ロスが発生することになる。

卸売市場は、このような川下側の安定性と川上側の不安定性を調整する機能を担っている。

実需者は、卸売市場以外から野菜を調達しようとする、産地の生産者組織と直接契約をするか、青果物の専門流通業者を介して契約栽培を実施するか、専門流通業者から仕入れるか、あるいは自社で農業に参入するなどの方法を取る必要がある。

いずれの方法においても、川上側にリスクや機能を転嫁すると、その流通システムは長期的には成立し得ない。

市場外流通に関しては、1960年代以降、大手スーパーマーケットにより、中間マージンの削減を目的とした産直が試みられた。この方式の産直は、単純に中間の卸売市場を経由せずに産地から直接仕入れようとしたため失

敗に終わった。この時の失敗の主な理由は、スーパーマーケットが、卸売市場に発注するような方法で、必要な規格の野菜を必要な数量のみ仕入れようとしたことである（森、1992）。その結果、産地側に機能とリスクが転嫁されて、この方式の産直は長続きしなかった。

では、近年の市場外流通はどのようなメカニズムで成立しているのだろうか。流通システムの担い手の対応から検討しよう。端的に言えば、生産と流通にかかわる各主体が、卸売市場（中間流通）が担っていた機能とリスクを分担することによって、市場外流通システムを成立させている。

ここで2つの外食チェーンの契約栽培の事例を紹介しよう。日本全国にファミリーレストランを展開しているA社は、使用する生鮮野菜の約96%を契約栽培先の生産者組織や自社農場から調達しており、卸売市場からの調達量はほとんどない。そのため、A社は全国の約70～80の生産者組織と契約栽培を実施している。一方、全国でハンバーガーチェーンを展開するB社は、自社で使用する生鮮野菜を全国の約120の生産者組織から契約栽培によって仕入れている⁽³⁾。

以上のように、外食チェーンは、卸売市場外から野菜を調達しようとする、多くの生産者組織と契約をして野菜を仕入れる必要がある。これは、卸売市場流通と比較すると、卸売市場が担っている集荷機能と品揃機能を外食チェーンが担っているといえる（図2）。

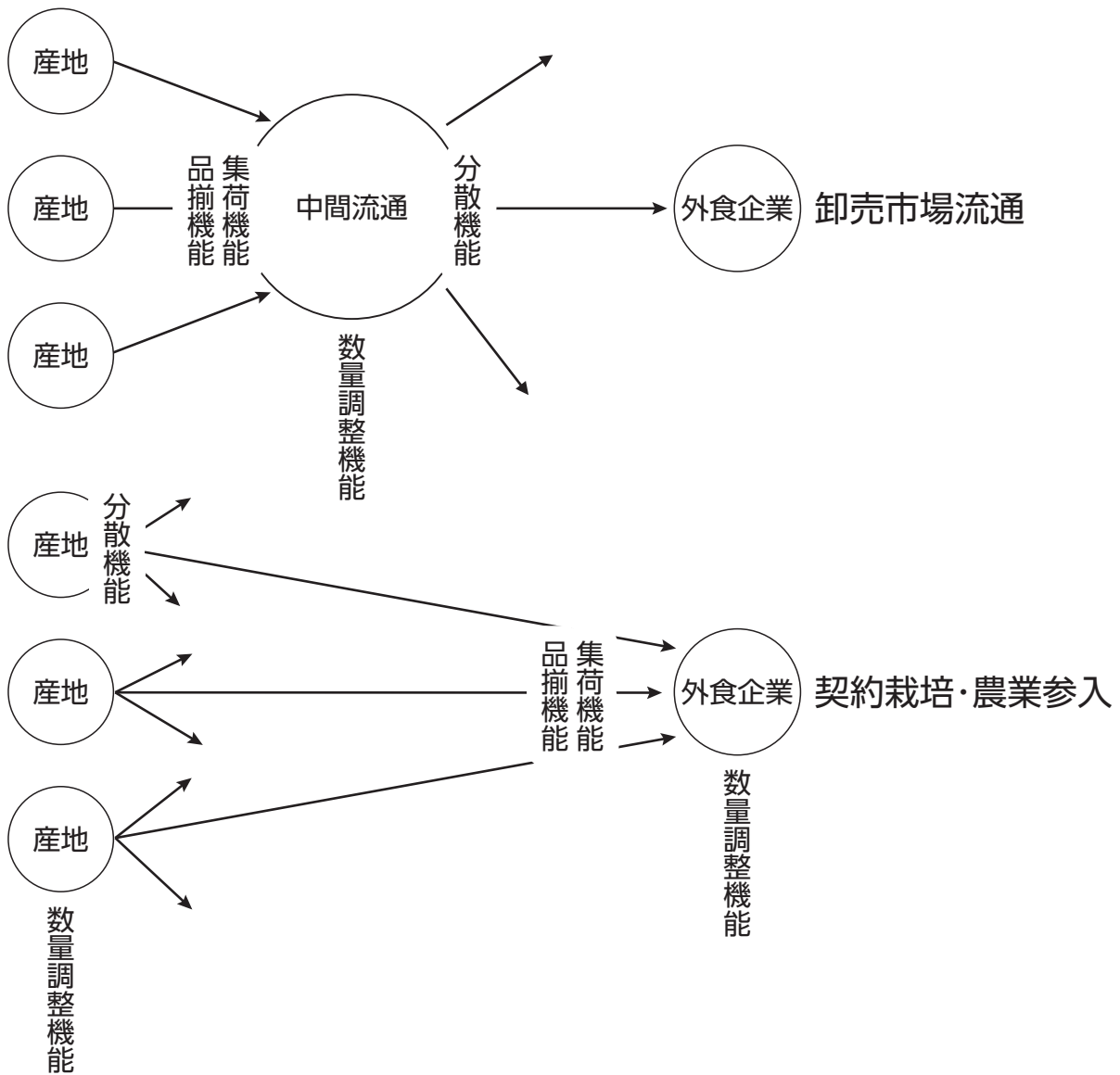
一方、産地側の生産者組織に目を向けると、外食チェーンと契約栽培を実施する場合、収

穫した野菜の全てを必ずしもその外食チェーンに販売できるわけではない。たとえば、トマトを事例に取り上げると、B社はLサイズのトマトのみを使用するが、産地では様々なサイズのトマトが収穫される。B社と契約栽培を実施している生産者組織C社は、Lサイズ以外のトマトを販売できる取引先が必要となる。そのため、C社はスーパーマーケットや生協にはMサイズのトマトを販売し、加工業者にはLサイズやSサイズのトマトを販売し、宅配業者にはMサイズやSサイズのトマトを販売するなどして、必要とするトマトのサイズが異なる様々な業態の企業と取引をしている。すなわち、卸売市場が担っている分荷機能を産地側の生産者組織が担っている（図2）。

産地側の生産者組織は、卸売市場に出荷する場合は、全ての規格の野菜を全量出荷することができるが、卸売市場外で販売する場合は、自ら多様な業態の取引先に販売する必要がある。

さらに、市場外流通に取り組む主体は、集荷機能や分荷機能の分担だけではなく、数量の変動にも対応する必要がある。生鮮野菜は収穫量が天候等に左右されるため、必ずしも計画通りに収穫されるとは限らない。一方で、前述のように、スーパーマーケットや外食チェーンなどの川下側の実需者は、発注数量通りに納品されることを求める。しかしながら、発注数量に収穫数量が満たずに欠品が発生する場合や、逆に、発注数量よりも収穫数量が多くなる余剰が発生する場合がある。余剰の場合、外食チェーンでは野菜の仕入れ量を増

図2 契約栽培・農業参入における機能分担



資料：池田（2021）より転載。

やすことが難しいため、産地の生産者組織が他の取引先に出荷量を増やすことを打診したり、卸売市場に出荷したりすることによって対応している。他方、産地で収穫数量が不足する場合は、外食チェーンは、他の契約栽培先や青果物専門流通業者に出荷数量が増やせるかどうかを打診して、そこから仕入れることによって不足分を満たすことを試みる。

また、外食チェーンにおいて、事前に欠品が起りにくい仕組みを構築する取り組みが

みられる。たとえば、A社では、同じ品目であっても、同じ時期に複数の異なる産地から仕入れることによって欠品のリスクを分散している。さらに、メニューの工夫によって欠品を事前に防ぐ工夫がなされている。具体的には、とある野菜の生産量が少ない時期や出荷量が安定しない端境期などに、その野菜をメニューで使用しないことによって、使用する野菜の量が販売面でも調整されている。

次に数量調整をリスクの観点からみてみよ

う。野菜の余剰時には全国的に豊作であることが多い。そのため、産地側の生産者組織は、他の取引先や卸売市場に出荷すると、販売価格が予定した契約価格より低くなる可能性が高い点でリスクを負っている。一方、野菜の不足時には全国的に不作で相場が高いことが多い。そのため、外食チェーンは、野菜の欠品時に、契約栽培先以外から野菜を仕入れると、契約栽培の契約価格よりも高い価格で野菜を仕入れる可能性が高い点でリスクを負っている。

卸売市場流通においては、豊作時には取引価格が下がり、不作時には取引価格が上がることによって、需給が調整される。すなわち、市場外流通において、産地の生産者組織と外食チェーンが直接取引をする場合は、卸売市場が担っていた数量調整機能を両者で担う必要がある（図2）。

また、産地の生産者組織と外食チェーンとの間に青果物専門流通業者が入る契約栽培の場合は、その流通業者も集荷機能や分荷機能、数量調整機能を担うこととなる。

4. おわりに

青果物流通においては、市場外流通の割合が増え続けている。これは、消費市場の動向に対応したり、他社と差別化したりするために必然的に起こる変化である。しかし、本稿で指摘したように、市場外流通は、単純に中間流通を省いても成立しない。中間流通には中間流通の役割があり、それを省く場合は、それによって発生するリスクを減らす仕組み

を組み入れたうえで、流通システムに関わる各主体がその機能とリスクを分担する必要がある。

注

- (1) 本稿の内容は、池田真志（2021）の一部を要約したものである。
- (2) （公財）食の安全・安心財団のウェブサイトより。
- (3) 外食チェーンが、産地の生産者組織と直接契約栽培を実施する場合と、専門流通業者を介して契約栽培を実施する場合がある。

参考文献

- 池田真志（2021）『生鮮野菜流通システムの再構築—需給調整、安定供給、周年供給の視点から考える』農林統計協会。
- 森 裕二（1992）『レポート青果物の市場外流通』家の光協会。