

第 1630 回（1 月 31 日）

日米の青果物流通システムの比較研究

（大阪学院大学）白 川 雄 三

最近、円高の影響により、諸外国からの青果物の輸入が急増している。特に、アメリカからは、ブロッコリーを始めとして、多くの青果物が輸入されている。このような傾向の中で、牛肉や米と比較して、あまり知られていないアメリカ人における青果物の流通構造について、日米比較を行った。

まず、最初に流通システムを規定している消費者の購買行動について見てみよう。消費者の購買行動における日米間の差異として、日本においては、多くの主婦は、ほぼ毎日といってよいほど食料品の購買をするが、アメリカ人は週に一度のまとめ買いをすることがあげられる。この理由として、日本人が一般に新鮮な青果物を好むことや、買い物は主婦の娯楽の一部であることなどがあげられる。さらに、これらに加えてコーネル大学のジャーマン教授は、自転車の積載容量が自動車に比べて小さいため、一度に多くを購入できないことをあげている。これと比べて、アメリカにおいては、硬い野菜を好む（長期貯蔵可能）、夫が家計を管理している（主婦は自分で買い物できない）、自動車を使用して買い物をするなどが、まとめ買いの要因としてあげられる。近年、日本においても、女性の社会進出や、車の普及によりまとめ買いをする傾向が多く見られるようになってきているが、大勢を占めるには至っていない。

このような購買行動の差異を基に、次に流通構造について見てみると、日本における青果物の流通は、卸売市場法の影響や、青果物生産農家の規模が小さいこと、市場経由率が高いことなどから、かなり複雑である。このため市場における需給調節も、非常に精緻な

ものとならざるをえない。いわゆる銘柄産地を中心として、産地農協は安定的に計画出荷、継続出荷を行い、こうした銘柄産地の青果物を中心として、各地の中央卸売市場において、競りによって価格形成が行われている。

アメリカにおいては、個々の農家がブローカーを兼ねていることも多く、生産した農産物を直接にスーパーに販売することが多い。卸売市場を経由する青果物は 1 割から 2 割であるともいわれている。アメリカにおける青果物の出荷は、農家自身による出荷調節が行われ、冷蔵施設において 1 週間前後の青果物を保存することが可能である。

アメリカにおける卸売市場は、ターミナル・マーケットと呼ばれ、日本でいえば仲卸業者が店を並べているのみであり、卸売業者が競りを行うことはない。その代わりアメリカ農務省のマーケットニュース局が、各市場にブランチを持ち、スタッフが毎日青果物の価格調査を行い、その結果をマーケットニュースに掲載することによって、価格の適正化を図っているのである。ターミナル・マーケットは、ニューヨークやシカゴ、ボストンなど大都市に存在し、各都市におけるレストラン業者、スーパー、グロッサリーストアなどを顧客としている。最近、スーパーマーケットがターミナル・マーケットを経由せず、農家と直接取り引きするケースが増大したため、その地位の低下が深刻化している。

アメリカにおける青果物流通システムは、日本と比べてかなり融通性に富んでおり、計画的な出荷なども、ほとんど行われていない。しかしながら、その規模の大きさと融通性によって、需給調節を行っているといえる。

（文責・鈴木宜弘）