

## 市場外流通の増加と卸売市場の機能

食料・環境領域上席主任研究官 薬師寺哲郎

生鮮品の流通に大きな役割を果たしてきた卸売市場については、市場外流通の増加による市場経由率の低下が以前から指摘されてきました。一方、卸売市場には、品揃え機能、物流機能、価格形成機能、代金決済機能等の様々な機能があり、これらによって生鮮品の流通が支えられてきました。卸売市場を経由しない取引が増加している状況下において、卸売市場から川下に位置するユーザー（小売業者、外食企業、食品製造業等）は、どのような条件下で卸売市場からの仕入を行い、あるいは、市場外からの仕入を行っているのでしょうか。そして、卸売市場を仕入に活用している場合、これらのユーザーは、卸売市場のどのような機能を重視しているのでしょうか。さらに、川上に位置するユーザーである出荷団体が卸売市場に出荷する際にはどのような機能を重視しているのでしょうか。このような疑問に答えるため、川下企業からのヒヤリング等に基づいて、ユーザーによる卸売市場の活用状況の分析を行いました。

農林水産省統計部の2006年の調査によれば、野菜を卸売市場から最も多く仕入れているのは食品小売業です（国産生鮮野菜の卸売市場からの仕入割合82.0%）。食品製造業は、卸売市場からの仕入割合は低く（同11.4%）、そのかわりに、生産者・集出荷団体等からの仕入が多くなっています（65.1%）。外食産業は、卸売市場からの直接の仕入割合は30.8%しかありませんが、食品小売業からの割合が高く（43.4%）、食品小売業の卸売市場からの仕入割合が高いことを考慮すると、間接的に多くの割合が卸売市場経由であるとみられます。

食品製造業、外食企業、小売店からのヒヤリングによれば、食品製造業や外食企業で、限られた品目を大量に仕入れる場合は、産地等からの直接仕入れが行われていますが、それ以外の場合や中小企業では一部大産地のものについて直接仕入を行う例があるものの、多くは少量多品種の仕入れが可能な卸売市場からの仕入を行っており、品揃え機能を重視しているといえます。食料品小売の中心的存在である食品スーパーにおいては、品揃えの必要度が高いため、大産地のものなどは産地と直接取引する例は

あるものの、多くは卸売市場を活用しています。食品スーパーは、他の業種に比べて卸売市場からの仕入割合が高く、品揃え機能と物流機能を重視しているとみられます。

総合食料局が行った調査によれば、小売店は、これに加えて価格形成機能も重視していると推測されます。他方、出荷団体側が重視している機能は、代金決済機能、物流機能であると考えられます。ただし、価格形成機能に関する結果には、機能の重視度とその結果への満足度が混在している可能性があります。出荷団体の多くは、量販店主導ではなく、卸売市場主導の価格形成を希望しており、価格形成機能強化への期待度は高いものと考えられます。

最後に、以上を踏まえて、実需者の状況（品揃えの必要度、仕入規模）と品目の状況（産地集中度）に応じた、生鮮品流通における中間流通業者及び卸売市場介在の必要度を仮説的に提示しました。中間流通業者介在の必要度は生産者及び小売業者・実需者双方にとっての、売り手・買い手の探索、相手方との交渉、契約の履行等における取引費用節約の可能性にかかっています。このような取引費用節約の可能性が高くなる場合として、以下のような場合が考えられます。

1. 産地が分散しており、特定の産地への生産集中度が低い場合。
2. 小売・実需者の仕入規模が小さく、また、幅広い品揃えを必要とする場合。
3. 産地と小売・実需者の物理的距離が長い場合。

ただし、3. の場合は、1. と2. が関係してくるため、この条件だけで必ず卸売市場等を経由する方が効率的とは限りません。

この条件に照らして考えると、仕入規模が小さな食品スーパー（品揃えの必要度が高い）が全国に散らばった産地のものを仕入れる場合が最も卸売市場介在の必要度が高いこととなります。逆に、仕入規模が大きく仕入品目が限られる食品製造業が大産地のものを仕入れる場合は、卸売市場介在の必要度が低いこととなります。そしてこれら両極端の間に様々な状況が考えられます。