

卸売業者の集分荷行動における地産地消の位置づけ

—福岡県を事例として—

細野賢治*・岩崎真之介**

A Position of “Locally producing and locally consuming” in the Business by Wholesalers: A Case of Fukuoka Prefecture

HOSONO, Kenji

Hiroshima University

IWASAKI, Shinnosuke

Graduate School of Biosphere Science, Hiroshima University

Abstract

Lately, national concern about globalization of food distribution is increasing. People who are interested in food safety and food self-sufficiency watch the measure of “locally producing and locally consuming” as a confrontation axis of globalization with high concern.

But even if some wholesalers are going to advance the measure of “locally producing and locally consuming”, some differences appeared in their measures situation and postures due to each role and function of them. So, there are many subjects for advancing the measure of “locally producing and locally consuming” in the market distribution sector.

Why did the wholesaler in the Kitakyushu wholesale market convert into positive correspondence to the measure of “locally producing and locally consuming”? The reason is the expansion of the needs by retailers who want to stock vegetables produced in areas near their shops.

[Key words] wholesale market, locally producing and locally consuming, promotion of producing

I はじめに

近年、わが国の青果物産地は、外部環境の変化（小売部門での大型資本の支配的地位確立と流通の大型化、農産物輸入の拡大、農産物価格の低迷など）および内部環境の変化（担い手の高齢化・後継者不足）の下で厳しい対応を迫られている。一方で、食の安全・安心を脅かす一連の事件などを契機に食のグローバル化に対する国民の関心は高まり、地産地消はグローバル化の対抗軸として、食の安全・安心や食料自給率の向上という面から国民の期待は大きい。

地産地消の典型的な取組は、これまでは農産物

直売所やスーパーのインショップといった市場外流通が主流であった。しかし最近、地方都市における中央卸売市場の卸売業者のなかに、生き残り方策の一環として「朝採り野菜」などの地産地消の取組を進める動きがみられる。

このような取組は未だ数が少ないが、秋田市、久留米市、北九州市などの取組はその典型例として注目されている¹⁾。その主なねらいは、地場産青果物の生産振興による集荷量確保であるが、生産者サイドからすれば、国内青果物流通量の3分の2を占める市場流通部門が地産地消対策を進めることについて、「生産振興」という点での期待は大きい²⁾。

例えば細野 [3] は、久留米市中央卸売市場に

*広島大学 **広島大学大学院生物圏科学研究科

キーワード：卸売市場、地産地消、生産振興

入場する青果卸売業者の地産地消の取組である「今朝採り野菜」を取り上げ、卸売市場における地産地消対策の実態と出荷者に与える効果を検討している。これに示された「今朝採り野菜」出荷者に対するアンケート調査の結果によると、この取組は、生産・販売規模の大小にかかわらずほとんどの出荷者にとって「新鮮な野菜を消費者に提供」できるという精神面での生産意欲向上に寄与していることが示されている³⁾。

また、細野[3]によると、出荷者の「今朝採り野菜」生産・出荷についての意欲の源泉は、周辺の消費者に新鮮で安全・安心な野菜を提供したいという意志であった。そして、出荷者は、①化学肥料を投入せず有機質肥料を使用、②低農薬・農薬以外の病害虫対策、などを行い、また収穫・出荷面では、鮮度を重視して早朝に収穫し直ちに出荷するといった意欲的な取組を行っていた。

しかしながら、地産地消の取組を進めようとしている卸売業者でさえも、「産地市場」「消費地市場」「拠点市場」等、それぞれの市場が持つ役割・機能とその重要度によって、取組状況やその姿勢に差異がみられるなど、市場流通部門において地産地消を進めるための課題は多い。

そこで本論文は、県内3中央卸売市場のうち2市場において地産地消の取組が行われている福岡県を事例として、地元産地の生産振興という視点から市場流通部門において地産地消対策を進めるため、生産者サイドからみた卸売市場による地産地消の取組に対する評価と課題を検討することを目的とする。そのため、北部九州地域において拠点的な性格を持ちつつも、「地産地消」の取組を並行して行っている北九州市中央卸売市場の卸売業者による朝採り野菜集荷・販売の取組を研究対象とする。そして、とりわけ生産者（出荷者）との連携関係に注目し、その実態やシステム存続上の問題点、農産物直売所等他チャネルとの関係ならびに今後の課題を検討したい。

II 青果物市場流通における地産地消の位置づけ

1 市場流通部門における地産地消の取組

2005年3月に示された食料・農業・農村基本計画では、自給率の目標設定にあたって重点的に取

り組む点として「分かりやすく実践的な食育と地産地消の全国展開」が挙げられている。このように、自給率向上の手立てとして地産地消の有用性が認識され始めたものの、野菜流通量の3分の2を占める市場流通部門では「地産地消は市場外流通の典型的な取組」との認識が強かったため、取組があまり進まなかった。

しかし最近では、秋田市の「今朝採り午後販売」、福岡県の久留米市の「今朝採り野菜」、北九州市の「旬鮮野菜」といった卸売業者による朝採り野菜の取組が注目されつつある。これらは、すべての取組が「出荷者が早朝に収穫した野菜について、一般の取引とは異なる枠組みでセリを行って当日中に販売する」というものである。

これらの取り組みの共通点は、卸売市場の地産地消対策を契機として、①地場農産物の生産振興、②周辺住民に対する地場農産物の消費拡大、をめざしており、このような取組により卸売市場の地元における存在意義をより強固なものにしたいというねらいがある⁴⁾。

また、これまでの市場における地場流通の取組と異なる点は、①新鮮で安全な農産物を地元の消費者に提供するためのシステムを卸売市場が作り出そうとしている点、②このことを生産意欲の源泉として地場農産物の生産振興に役立てようとしている点にある。

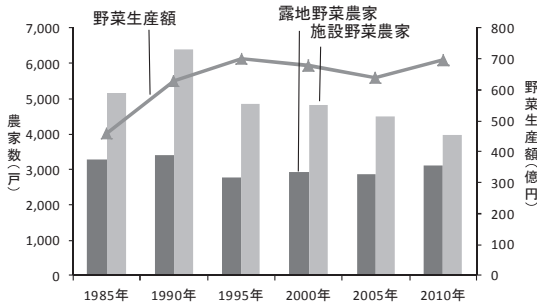
2 福岡県における中央卸売市場の性格と地産地消の取組状況

(1) 福岡県の農業概要と中央市場の性格

福岡県は、2010年の人口507万人、政令指定都市2市（福岡市、北九州市）を擁する九州経済の拠点的な県であるが、同時に2010年の農業産出額2,168億円（都道府県別で第15位）、青果物生産額977億円というように、農業も園芸作物を中心に比較的盛んに行われている県である。

図1は、福岡県における野菜生産農家および生産額の推移を示している。施設野菜農家数は、1990年に6,000戸を超えたが、1995年以降5,000戸弱の水準で漸減傾向にある。また、露地野菜農家は95年以降3,000戸弱の水準で横ばいとなっている。野菜生産額は1995年までは増加傾向を示し、同年に700億円まで達していたが、これ以降は漸

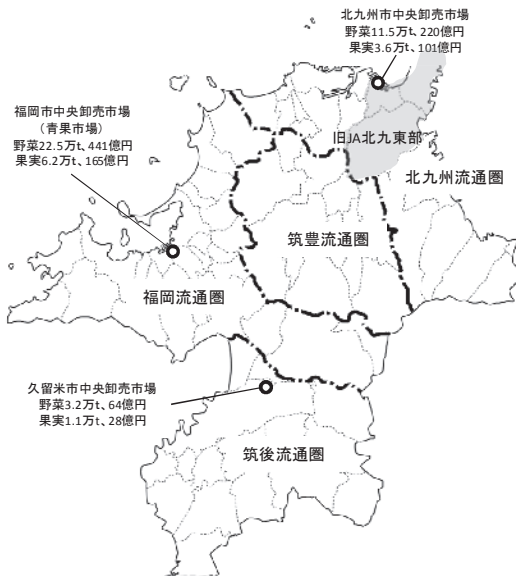
図1 福岡県における野菜生産農家および生産額の推移



資料：農林水産省「農業センサス」、「生産農業所得統計」。

- 注1) 農家数は、「農産物販売金額1位」が「露地野菜」と「施設野菜」(95年以前は「施設園芸」)の部門別農家数を示している。
 2) 生産額は、当該年次およびその前後年次の3ヵ年平均。
 ただし、2010年は、前年次との2ヵ年平均。

図2 福岡県における青果物流通圏と中央卸売市場の配置



注1) 各流通圏については、本論文巻末の注5)を参照のこと。

- 2) 各市場名の下の数値は、2010年の青果物取扱状況を示している
 (農林水産省「青果物卸売市場調査報告」)。

減状態となっている。このように福岡県の野菜生産は、いわゆる「右肩上がり」という訳ではないが、全国に比べると農家数や生産額の減少傾向が小さい。

福岡県における中央卸売市場の配置と各市場の性格を把握する。図2は、福岡県における青果物流通圏⁵⁾と中央卸売市場の配置状況を示している。県内には中央卸売市場が3市場存在するが、福岡流通圏に福岡市中央卸売市場、北九州流通圏に北九州市中央卸売市場、筑後流通圏に久留米市中央卸売市場がそれぞれ開設されており、筑豊流

表1 福岡県内卸売市場の流通圏別産地別野菜入荷状況(2001年)

流通圏	野菜入荷量 (千t)	中央市場 の比率(%)	産地別構成比(%)					
			福岡県内産地					県外 産地
			福岡	筑後	筑豊	北九州	小計	
福岡	218.9	89.5	15.5	7.9	0.6	0.5	24.4	75.6
筑後	80.8	45.5	3.4	35.1	0.0	0.2	38.7	61.3
筑豊	34.1	—	4.8	10.5	13.0	3.6	31.9	68.1
北九州	161.2	80.3	3.6	3.9	1.0	16.3	24.7	75.3
福岡県	495.1	73.2	8.9	11.2	1.5	5.8	27.4	72.6

資料：福岡県農林水産部、農林水産省「青果物卸売市場調査報告」。

注1) 福岡県内の卸売市場(中央・地方)取扱分を示している。

2) 本調査は2001年が公表の最終年である。

表2 福岡県における流通圏別の野菜生産状況(2010年)

流通圏	露地野菜			施設野菜		
	経営体数 (経営体)	作付面積 (ha)	1経営体 当たり	経営体数 (経営体)	栽培面積 (ha)	1経営体 当たり
福岡	2,980	1,548	0.5	1,439	437	0.3
筑後	3,539	1,954	0.6	2,808	829	0.3
筑豊	1,329	371	0.3	324	66	0.2
北九州	1,586	653	0.4	443	80	0.2
福岡県	9,434	4,524	0.5	5,014	1,413	0.3

資料：農林水産省「農業センサス」。

注：「販売目的の作物別作付(栽培)経営体数と作付(栽培)面積」を示している。

通圏には中央卸売市場が開設されていない。それぞれの青果物取扱規模をみると、福岡市場は年間取扱金額606億円、北九州市場は321億円、久留米市場は92億円である。

表1は、福岡県内卸売市場(中央・地方)の流通圏別産地別野菜入荷量の状況を示している。これによると福岡および北九州流通圏の地場率はそれぞれ15.5%と16.3%であるのに対し、筑後流通圏は35.1%と高い。また、県外産地からの入荷率は福岡および北九州流通圏で75%を超えているのに対し、筑後流通圏は60%水準である。そして、野菜卸売市場流通に占める中央市場の比率は福岡および北九州流通圏が80%を超えているのに対し、筑後流通圏は50%を下回っている。

表2は、流通圏別の野菜生産状況を示している。筑後流通圏の作付面積県内シェアが露地野菜で43%、施設野菜で59%を占めており、福岡県内で野菜生産の盛んな地域であることがわかる。次いで、福岡流通圏の作付面積県内シェアが露地野菜で34%、施設野菜で31%を占めている。

以上のことから流通圏別に青果物卸売市場流通

の性格を整理すると、福岡および北九州流通圏は、拠点的な中央市場が存在し、比較的広域の産地から野菜を集荷している。一方、久留米市場が存在する筑後流通圏は青果物市場流通において中央市場と地方市場が拮抗して集分荷、後背地には青果物大産地を抱え、地場産地の重要度が比較的高いという状況がうかがえる。また、取扱規模からみると福岡市場は北部九州の拠点的市场としての性格が強く、北九州市場はその次に位置づけられる。

(2) 福岡県内中央市場における地産地消の取組

福岡県内に開設されている3つの中央卸売市場のうち、地産地消の取組を行っているのは、北九州市場および久留米市場である。

北九州市場では、詳しくは後述するが2003年11月から「旬鮮野菜」という地産地消の取組が行われている。北九州市内で早朝に収穫された野菜を当日の午前8時15分からの専用セリで販売する。2009年の販売実績は73tで1,435万円である。

一方、久留米市場では北九州市場より7か月前の2003年4月から卸売業者KK社⁶⁾が「今朝採り野菜」という地産地消の取組を行っている。久留米市内で早朝に収穫された野菜を当日の午前9時30分からの専用セリで販売する。2009年の販売実績は168tで1,567万円である。

これら二者の取組の背景は大きく次の2点である。第1は、開設区域内に存在する専門小売店等に対して新鮮な地場野菜を仕入れる機会を設けることで、商店街の維持につなげたいという意図である。前述のとおり、これまで地産地消の取組は農産物直売所やスーパーのインショップなど市場外流通の場合が多く、専門小売店がこのような商品を仕入れることは困難であった。近年における地方都市の中心商店街の衰退状況を少しでも改善させる手段としてこのような取組を行うことで、卸売市場の地域における存在意義を高めるねらいがある。

第2は、地場野菜に対する需要を掘り起こすことで、衰退しつつある地場産地の生産振興につなげたいという意図である。とりわけ、これらの取組みが、新鮮であれば小規模なロットでも受け入れが可能であることから、市場周辺の高齢な野菜生産者の出荷先が確保されることにより離農を防ぐという効果が期待できる。

ところで、福岡市場では地産地消の取組は特別に行われている訳ではない。その理由については、卸売業者によると、当市場は青果物流通において北部九州の拠点的な性格を持っており、系統共販を中心に広域の産地から安定した集荷が見込まれるという。また、地場野菜の集荷においても、福岡流通圏に青果物産地農協が存在し、系統共販を中心にこれらからの集荷が見込まれるため、敢えて特別に地産地消の取組を行う必要がないということであった。

Ⅲ 北九州市における卸売業者の地産地消の取組状況 — 農協直売所との比較検討 —

1 卸売業者による地産地消の取組

— MK社における「旬鮮野菜」—

北九州市中央卸売市場は、県内に設置されている3つの中央卸売市場の1つであり、2010年の年間取扱金額は青果物323億円、水産物175億円である。このうち、青果部について卸売業者はMK社の1社⁷⁾、仲卸業者は23社（果実8社、野菜15社）、売買参加者は339人となっている。

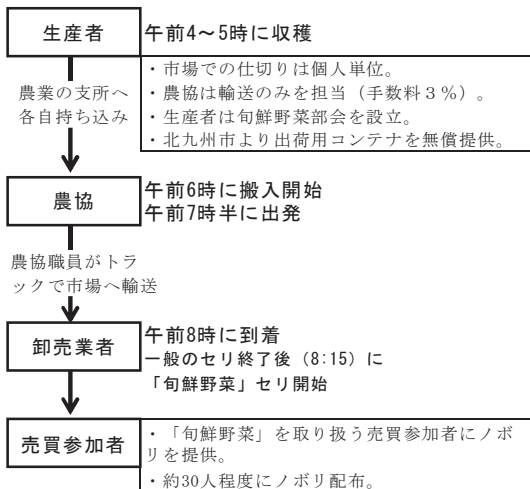
青果物の取扱状況をみると、2011年における年間取扱量は15万トン（野菜11.6万トン、果実3.4万トン、加工品0.1万トン）であり、産地別シェア（重量ベース）は、野菜では北海道16.1%、福岡県15.5%、鹿児島県11.9%、果実ではフィリピン24.6%、熊本県12.9%、福岡県10.4%となっている。

MK社が取り組んでいる「旬鮮野菜」は、北九州市内の野菜農家が早朝に収穫した野菜について、当日の午前8時15分からの「旬鮮野菜」セリ販売するというものである。

この取組の目的は、地場に野菜産地がある利点を生かしたい、そして、売買参加者に高付加価値商品を取り扱ってもらいたい、ということにある。また、この取組を始めるきっかけは、2002年にMK社を退職する職員が多かったため、暫定的に残ってもらい長年の経験と技術を生かせる方法を考えたところ、営業支援室職員として地場流通の促進を担ってもらうことになったことに始まる。

この取組の組織体制についてみてみよう。卸売業者は前述のように2002年に営業支援室を設置し、退職職員を配置して周辺農家を1戸1戸訪問

図3 MK 社今朝採り野菜「旬鮮野菜」取引の流れ



資料：MK 社への聴き取り調査による。

し、朝採り野菜の取組を説明した。そして、この訪問をもとに出荷者名簿を作り、対象者に対して卸サイドで出荷品目を設定し、当該品目の生産要請を行った。この組織はその後発展的に解消し、小倉北区、小倉南区、若松区、遠賀郡の個人出荷野菜の集荷・販売を担当する部署として、2004年に地場野菜課を設置し、現在では当課において「旬鮮野菜」の企画・運営を行っている。

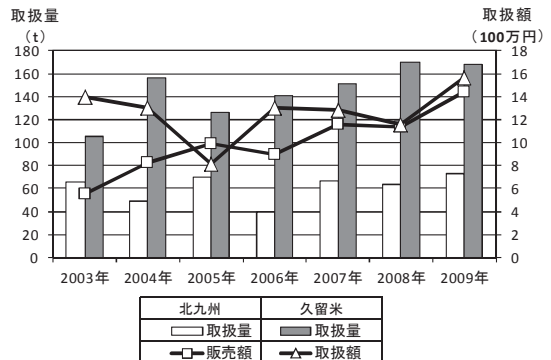
また、生産者組織としては、2003年に旧北九東部農協西中支所管内に「旬鮮野菜」部会を設立した。現在は北九州農協東部地区の野菜部会員213人のうち、54人が登録しており、品目の調整、生産・出荷に関する情報交換を行っている。そして農協は、西中支所において集荷施設提供し、卸売市場までの出荷物輸送を担当している。

図3は、「旬鮮野菜」取引の流れを示している。

生産者は、早朝に野菜を収穫し、北九州市より無償で提供された出荷用コンテナを使って、午前6時から7時半までに農協の支所に出荷物を持ち込む。7時半に農協職員が集荷した野菜をトラックで市場まで搬送する。市場での仕切りは個人単位で行われており、卸売市場では農協共販扱いではなく、個人出荷扱いとなっている。卸売価格の3％が輸送費として農協に支払われる。

「旬鮮野菜」セリは、一般のセリが終了する8時15分から開始され、移動セリにより取引される。また、「旬鮮野菜」を取り扱う売買参加者には「旬

図4 北九州市中央卸売市場における朝採り野菜の取扱状況（久留米市中央卸売市場との比較）



資料：MK 社およびKK 社資料。

鮮野菜」のノボリが卸売業者から配布され（約30人に配布されている）、取扱に積極的な売買参加者はMK社のウェブサイトでその取組状況が紹介されている。

売買参加者にとっては、通常の市場取引では手に入りにくい新鮮な野菜を仕入れることができるほか、「ロットが小さくてもめずらしい野菜などを仕入れることが可能になるため、北九州市小倉北区内の料亭需要にも対応できるようになった」など、当該セリへの参加により販売先の拡大につながっているケースもある。

ところで、図4は、北九州市および久留米市の中央卸売市場における朝採り野菜について、2003年から2009年までの取扱量と販売金額を示している。2006年の実績は、久留米市場の「今朝採り野菜」が141トンで1,326万円、北九州市市場「旬鮮野菜」が39トンで902万円となっていた。

また、卸売業者の地産地消対策に積極的な出荷者は、「今朝採り野菜」が、登録39人中15人程度であり、「旬鮮野菜」が登録54人中6人程度となっている。このように、久留米市と北九州市の朝採り野菜の集荷量および出荷者数の状況に差異がみられたが、これは後述するように、当時におけるそれぞれの卸売業者における朝採り野菜の取組姿勢における差異によるものであった。

2 農協における農産物直売の取組

—北九州農協の「大地の恵み」—

つぎに、北九州市の「旬鮮野菜」部会をもつ北九州農協が同じ集荷エリアで行っている農産物直売所

による地産地消の取組についてみてみよう。当農協の直売所である「大地の恵み」の3店舗である。

北九州農協は、2009年10月に（旧）北九州農協、北九東部農協および遠賀農協と合併して誕生した総合農協である。「大地の恵み」の取り組みを開始したのは旧北九東部農協であり、北九州市門司区、小倉北区、小倉南区を管轄区域とする総合農協であった。2006年度の販売事業売上金額は12億8千万円、うち野菜共販額は4億3千万円、「大地の恵み」は3億9千万円である。

「大地の恵み」は2004年9月に開始され、その目的は、3%しかない北九州市食料自給率の向上のため、農業を守ることの重要性を消費者に理解してもらうという狙いから、農協の施設に消費者が抵抗なしに入れる場所として位置づけたい、ということである。名称は農協職員内の公募により決定した。

図5は、「大地の恵み」の取引の流れについて示している。

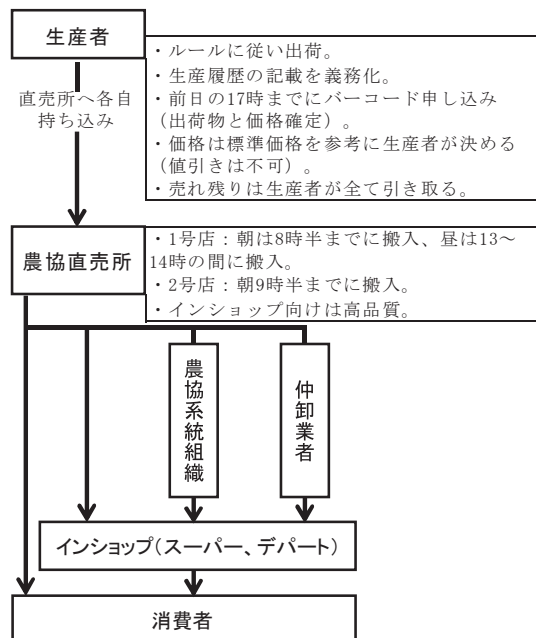
当該取組における機能分担の状況をみてみると、農協は、直売所の運営、インショップ・仲卸との契約・調整を行っており、生産者に対して、出荷のルール、出荷規格、標準価格の設定と周知を行っている。

また、生産者は、野菜部会の部会員が出荷者登録しており、農協が示した標準価格をもとに自由に価格を設定することができる。なお、共販農家が当該チャンネルを併用することも可能となっている。

そして提携組織としては、当該農協管内で集荷できない青果物について、品揃えのため他県の農協系統および全農から仕入れている。また、食肉・水産物については、「大地の恵み」の本旨に賛同する業者を公募し、安全・安心を基本原則として品質や安全の基準を設けて仕入れている。

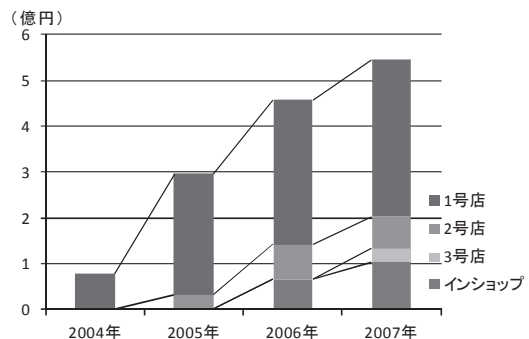
また、2006年4月から「大地の恵み」ブランドについてスーパーマーケットにおけるインショップ販売を行っている。そのルートは、量販店へ直接（大手スーパーの食品総合店1社、地域生協1組合）、系統組織である「ふくれん」経由（大手スーパー1社）、そして、北九州市場に入場する仲卸経由（地元デパート1社、地元スーパー3社）の3ルートがある。量販店との直接取引は、委託販売がほとんどで、系統あるいは仲卸を通じた販売は買い取りがほとんどである。委託販売の場合は、

図5 農協直売所「大地の恵み」取引の流れ



資料：JA 北九への聴き取り調査による。

図6 農協直売所「大地の恵み」取扱金額の推移



資料：JA 北九調べ。

売れ残り商品を引き取らなければならない。

図6は、「大地の恵み」における販売額の推移を示している。この販売額には、地場産青果物販売のほかに、品揃えのために仕入れた系統の青果物、鮮魚・精肉のテナント料収入も含まれるが、2004年以降年々増加しており、2007年は5億円を超える販売額となっている。農協担当者は、この状況について、消費者の地場野菜に対するニーズの高まりと、それに応えようとする生産者の生産意欲向上が大きく関わっていると考えている。

また、インショップ販売も拡大傾向にあり、年

表3 北九州市小倉北区の朝採り野菜（旬鮮野菜、大地の恵み）出荷者の状況

出荷者	A氏	B氏	C氏	D氏	E氏
出荷者の概況	・専業：50代後半男性 ・耕地面積120a （うち野菜80a）	・2種兼業：50歳代前半女性 ・耕地面積90a （うち野菜30a）	・専業：40代半ば男性 ・耕地面積130a （うち野菜30a）	・専業：60代前半女性 ・耕地面積220a （うち野菜11a）	・専業：40代前半男性 ・耕地面積220a （うち野菜100a）
朝採り野菜の出荷先	旬鮮野菜（MK社）	旬鮮野菜（MK社）	大地の恵み（JA北九）	大地の恵み（JA北九）	大地の恵み（JA北九）
当該出荷先に決めた理由	・セリのため、価格が公開の場で公正に決まる。	・直売所は出荷者が価格を決めるので、相場が荒れる。	・自分で価格が決められる。 ・市場価格が安い。 ・スーパー向け商品生産にやりがいを感じる。	・JA担当者の人柄 ・自家製の加工品（粕漬け）も販売してくれる。 ・自分で価格が決められる。	・すべて市場出荷だと価格が不安定なので、小ロットでも販売できる直売所に出し始めた。 ・自分で価格が決められる。
朝採り野菜取組のきっかけ	・こだわり野菜を生産しており、卸売業者から話が来た。農協が支援するという条件で参加した。	・パートを退職し、やりがいのある仕事を求めているら、A氏に誘われた。	・JA職員から依頼があった。 ・当初は市場に出せない掘物を出していたが今では直売所がメイン。	・JA職員から依頼があった。 ・部会のアットホームな雰囲気。	・JA職員から依頼があった。 ・市場出荷の危険回避のチャネルとして出荷し始めた。
主な出荷品	多品目の野菜を生産し、周年供給ができるようにしている。	カボチャ、軟弱野菜等	ホウレンソウ、大葉春菊、トマト、キャベツ	夏場：エダマメ冬場：ホウレンソウ加工品：粕漬け	夏場：スイートコーン、エダマメ、ピーマン、小カブの摘まみ菜冬場：大葉春菊、エダマメ、水菜、小カブ
生産のこだわり	・苗は自家製。 ・土づくり ・施肥も低農薬を考慮して自分で開発した。	・A氏の指導で生産している。 ・カボチャの宙づり栽培。	有機質肥料を使って、農薬を減らす努力をしている。	種苗業者に指導してもらいながら、季節・気候に合った野菜を生産している。	・味重視で種子を選んでいる。 ・他産地において、地元にない野菜を生産している。
出荷のこだわり	周年的に出荷できるよう、品目構成を考えている。	カボチャを半分に切り、中身を写真に撮って出荷品につける等。	軟弱野菜の調整にはかなり気を使っている（調整の良し悪しの価格差が大きい）	・大地の恵みへはできるだけA品を出荷するようにしている。	・少し旬より早く出荷して、高価格を狙っている。 ・市場向けには姿にこだわりますが、直売所向けは味重視。
朝採り野菜のメリット	・新鮮な野菜を消費者に提供できる。 ・出荷の規格や手続きが簡単。 ・市場は出荷したものを全て引き取ってくれる。	・新鮮な野菜を消費者に提供できる。 ・出荷の規格や手続きが簡単。 ・「旬鮮野菜」ブランドを栽培しているという充実感。	・常連客が多い。消費者を想定して出荷できる。 ・出荷経費が軽減できる（バナナ箱でも可）。 ・店舗（出荷先）への距離が近い。	・部会員同士で生産にかかわる情報交換ができる。 ・部会員同士の情報交換で競争心が湧く。 ・店舗（出荷先）への距離が近い。	・顧客と直接話が聞ける。 ・食べて喜んでもらえているという実感が湧く。 ・売れ行き（自分の商品に対する評価）がすぐ分かる。

資料：筆者が2006年3月（「旬鮮野菜」出荷者）および、2009年3月（「大地の恵み」出荷者）に実施した聴き取り調査による。

間1億円を超える取引となったため、卸売市場の「当日現金主義」をメリットとしたリスクヘッジ策として、北九州MK社の「旬鮮野菜」の取組と「大地の恵み」の取組を連動させたいと考えている。

3 地産地消の取組に参加する農家・売買参加者の意向

表3は、小倉南区内の野菜農家のうち、「旬鮮野菜」（卸売業者）出荷者2人および「大地の恵み」（JA直売所）3人の朝採り野菜生産・出荷の取り組み状況を示している。朝採り野菜出荷者は、いずれも「顔の見える流通」に意義を感じており、このことが生産意欲を向上させるとしている。また、小ロットでも特徴ある野菜を生産すれば出荷が可能であるという点にメリットを感じている。

これら5人の朝採り野菜出荷者のうち、A氏、B氏は「旬鮮野菜」出荷者であるが、特にセリという公開の場で自己の生産物の価格が決定されることに意義を感じているという。一方、C氏、D氏、E氏は、自己の生産物の価格を自分自身で決めることができる点に意義を感じている。また、「大地の恵み」に取り組む農協担当者の地産地消、

地場産地振興に対する情熱や出荷者を大切にする姿勢などに共感して、「大地の恵み」への出荷を開始したという。

表4は、北九州市場の青果物売買参加者のうち、「旬鮮野菜」セリに参加する小売店、および当該

表4 北九州市場の売買参加者の「旬鮮野菜」への対応

売買参加者	F氏 「旬鮮野菜」セリ参加	G氏 「旬鮮野菜」セリ不参加
売買参加者の概要	経営主は50代前半男性。家族4人で業務。	経営主は40代後半男性。夫婦2人で業務。
店舗の所在	若松区に小売店舗	小倉北区に小売店舗＋業務用配送施設
市場での取引	全量セリで購入。	早朝に先取り＝20%。 仲卸から購入＝80%。
「旬鮮野菜」のセリについて	・新鮮な野菜を仕入れるため、積極的に参加している。	・「旬鮮野菜」を仕入れたいが、配送業務の時間の関係から、セリに参加できない。
販売のこだわり	・生産者に配慮し、セリ値が適正価格になるように、全ての商品に手を挙げている。 ・出荷コンテナをそのまま利用できるので、段ボール箱処分費用が軽減された。 ・「旬鮮野菜」は主力商品と位置づけている。・店舗内に冷蔵ショーケースを設置し、鮮度保持にこだわっている。 ・消費者には食べ方提案や品質の見分け方、生産者情報や生産の工夫なども提示しながら販売している。	・先取りができれば「旬鮮野菜」を購入したい。 ・安定した品質・調達量をめざしている。 ・業務需要対応店としての信用を保ちたい。

資料：筆者が2006年3月に行った聴き取り調査による。

セリに参加していない小売店の運営状況・仕入方針および販売状況について示している。F氏は朝採り野菜の新鮮さに魅力を感じており、顧客には積極的に新鮮さだけでなく、それぞれの野菜について生産者がどのような工夫を施して生産しているかなども説明しているという。顧客の中には「旬鮮野菜」購買の常連客が存在しており、少々価格が割高でも「旬鮮野菜」商品から売れていくという。G氏は、「旬鮮野菜」セリには参加していないが、それは同氏の業務時間の関係で8時15分からのセリにどうしても参加できないという事情からである。同氏は、朝採り野菜の新鮮さや地場産という付加価値に魅力を感じており、セリの時間帯が自己の業務と合致するか、予約型取引が実施されれば、「旬鮮野菜」を仕入れたと考えている。

IV 卸売業者による地産地消の取組姿勢とそ の変化

ところで、これまで述べた地産地消対策に積極的と思われた卸売業者でも、その取組姿勢に差異がみられることがわかった。その要因を整理すると、久留米市の場合、市内5農協は野菜共販高が合計で200億円を超える広域出荷指向の野菜大産地農協であり、当該市場には共販離れした野菜農家が出荷しているため、野菜入荷量に占める個人出荷者の比率が40%を超える。

そこで、野菜の集荷量を確保するためには、個人出荷者の生産意欲向上と販売先の確保が必要であり、市場の存在意義を高めるためにも地元生産者と地元商店街の専門小売店の経営意欲向上が必要になっている。そのため、地産地消対策に積極的に取り組む事で市場存続を図ろうとしている。

一方、北九州市の場合、市場の立地として、北九州市農協の野菜共販高は10億円未満である反面、当該市場は、青果物年間取扱金額321億円で九州第2位と拠点市場的性格にあるため、全国の野菜産地から共販品を中心に入荷しているという状況にある。そのため、地産地消の重要性は感じているが、当時は「拠点市場」としての戦略構築が重要であり、広域的な集荷と市域を越えた分荷の取組を優先したため、結果的に地産地消対策の優先順位が低くなっていた。

しかしながら、2009年における地産地消の取組の販売実績は前述のとおり、北九州市市場が1,435万円、久留米市場が1,567万円であり、北九州市市場における販売金額の伸びが顕著である。

この背景には、売買参加権を有する地元チェーンスーパー⁸⁾が、地域内で生産された新鮮でめずらしい野菜を卸売市場から仕入れることが可能になったことに大きな魅力を感じ、「旬鮮野菜」セリにバイヤーが直接参加し始めたことが大きく関係している。当スーパーは、2010年の夏場から小倉北区内3店舗に「旬鮮野菜」の専用コーナーを設けて販売している。専用コーナーでは「旬鮮野菜」のノボリを掲げ、生産者の氏名と商品の生産情報やレシピ紹介などのポップも掲示されている。また、毎月1度、当該スーパーのバイヤーと市場担当者が一緒になって「旬鮮野菜」出荷者を訪問するなど、生産者と小売業者との間に顔の見える関係を構築する取組も行っている。

この取組に関連して、大手GMSの系列食品スーパーも、仲卸業者を通じてではあるが「旬鮮野菜」の仕入を開始している。

V まとめと考察

卸売市場が取り組む地産地消の意義を整理すると、川上サイドの意義は、①卸売業者が積極的に産地に入ること、②朝採りのセリに参加する売買参加者は、F氏のように新鮮さや品質に対する意識の高い業者が多く、適正な価格での取引が期待できること、③売買参加者が生産情報を熟知して野菜を仕入れるため、消費者への生産情報の伝達も促進されること、④出荷ケースの規定なしや無償コンテナの使用といった出荷の簡素化、などが挙げられる。

また、従来の地場野菜の販売拠点は、大手スーパーのインショップや農産物直売所など、自家用車を利用しないと行けない場所にあることが多く、高齢者が利用しにくい状況にあった。しかし、このような取組により、売買参加者である専門小売店が、地域で採れた新鮮な野菜を販売することができ、高齢者の多くは商店街で買い物をすることから、高齢者対応や商店街活性化につながるこ

とが川下サイドの意義として挙げられる。

販売先を高齢者に配慮した専門小売店に特化することの意義は大きいですが、一方で、販売先の確保がこのような取組を持続させるためには欠かせない。そのために、地元商店街の専門小売店に配慮しながらも、量販店との連携を検討する必要がある。北九州市場の事例では、地元チェーンスーパーが売買参加権を持って直接「旬鮮野菜」セリに参加し、産地とスーパーとの信頼関係構築の試みが開始されている。また、北九州農協「大地の恵み」の事例にもある通り、新鮮な地場野菜の量販店への出荷・販売についても卸売市場を通じた取引の生産者へのメリットが指摘されており、卸売市場による地産地消の取組における量販店との取引について、今後の展開が注目される。

つぎに、卸売業者による地産地消の取組に関する今後の課題について検討してみよう。第1に出荷者対応であるが、北九州市場の取組は久留米市場と同様、技術面では生産者同士の連携のみであるが、秋田市場⁹⁾や赤岡市場の事例にもあるように、卸売市場が技術指導に関与することで、より生産者との信頼関係が強くなり、集荷量が確保できるという効果もある。このことから、農協の営農指導との連携により、組織的な生産技術力強化体制の構築が重要である。

また、北九州市場 MK 社の「旬鮮野菜」は農協とのかかわりが市場出荷の際の集荷施設利用および輸送のみであるが、地元農協は代金決済におけるリスクヘッジとしてインショップとの契約に卸売業者を介在させたいと考えており、このような農協のニーズに積極的に対応することで集荷量の確保が見込まれるといえる。

第2に販売先対応であるが、販路開拓による販売先の確保が生産振興につながることは言うまでもない。そこで、北九州農協が模索している市場利用型のインショップ販売など量販店との連携を検討したり、セリのみから相対取引併用といったように、取引方法に多様性を持たせるなど積極的な展開が求められている。

ところで、卸売業者のなかには「地産地消は市場外流通が中心」という概念がまだ存在することも否めない。福岡県内の青果物卸売業者のうち、地産地消の取組を行っていないケース（中央・地

方）に対してその理由を聞いたところ、大半は「近隣の農産物直売所との間で出荷者の取り扱いとなっており、地場産品の相場が荒れる」といった回答であった。卸売業者としては、農産物直売所を利害関係が競合するチャンネルであると捉えている。

このようななか、久留米市場 KK 社は、久留米市が事業主体となって2008年6月に開設された「道の駅くるめ¹⁰⁾」内に設置されたファーマーズマーケットにおいて市場コーナーを設けた¹¹⁾。市場コーナー開設の理由は、久留米市内の消費者に対して、卸売市場開設の重要性と市場取扱品の安全性をアピールすることにある。そのため、当コーナーでの販売向け青果物を出荷する際、出荷者は必ず生産履歴を添付することを義務付けている。

この取組は、「道の駅くるめ」の事業主体と卸売市場の開設者が同じ久留米市であるということもあり、上述のようなこれまでの「地産地消は市場外流通中心」という発想を転換し、ファーマーズマーケットを卸売市場の食に関する取組をアピールするための有効な手段であると位置づけ、積極的に活用することによる卸売市場の存在意義の確保をねらっており、今後の展開が注目される。

また、地域の拠点的市场である北九州市場 MK 社が地産地消の取組に対して積極的な対応に転換した最大の要因は、消費者の新鮮・本物志向の高まりを背景とした量販店の地場野菜仕入ニーズの拡大であった。「拠点市場」構想などが含まれる第9次卸売市場整備計画であるが、今後、卸売市場の階層分解が一層進むことが予想されるなか、各卸売業者はこの政策にいかに対応するかによって存亡を左右されかねない。「地産地消は市場外流通」という既成概念から自らを解放し、消費者が望む新鮮・本物志向にも柔軟に対応した集分荷行動が進められることを期待したい。

付記

本論文は、科学研究費補助金・基盤研究(C)（一般）（平成18年度～平成21年度）「卸売市場の機能・役割を活かした地産地消型流通システムの確立に関する研究」（研究代表者：藤田武弘）を用いて行った研究調査に基づき作成した。本論文を執筆するに当たり、貴重なアドバイスを賜った藤田武弘氏（和歌山大学）、内藤重之氏（琉球大学）、大西敏夫

氏（和歌山大学）に記して謝意を表したい。

注

- 1) 内藤 [1] pp.28-29、藤田 [2] p.45、および細野 [3] には、秋田市、久留米市、北九州市の各中央卸売市場、高知県の赤岡青果市場などにおける短時間流通による地場野菜集荷拡大の取組が紹介されており、内藤はこれらが実需者にとっては効率的かつ安定的な地場産青果物の調達先となっていることを指摘している。
- 2) 藤田は、卸売市場が制度の現実の狭間にあり、そのなかで存在意義を発揮するために、青果物流通の結節点としての公共的役割が期待されているとし、その重要な役割として生産振興、地産地消や食育を挙げている。藤田 [2]、p.50。
- 3) 細野 [3] には、KK 社の「今朝採り野菜」に出荷する久留米市内の野菜農家に対して行った当該取組に対するアンケートによる意向調査の結果が示されている。それによると、この取組に参加する農家は「周辺の消費者に対して安全・安心な野菜を提供したい」という意識が強いことが明らかになっている。細野 [3]、p.20。
- 4) 細野 [3]、p.14。
- 5) 福岡流通圏は、福岡市、筑紫野市、春日市、大野城市、宗像市、太宰府市、古賀市、福津市、朝倉市、糸島市、那珂川町、宇美町、篠栗町、志免町、須恵町、新宮町、久山町、粕屋町、筑前町、東峰村が含まれる。筑後流通圏は、大牟田市、久留米市、柳川市、八女市、筑後市、大川市、小郡市、うきは市、みやま市、大刀洗町、大木町、広川町を示す。筑豊流通圏は、直方市、飯塚市、田川市、宮若市、嘉麻市、小竹町、鞍手町、桂川町、香春町、添田町、糸田町、川崎町、大任町、赤村、福智町が含まれる。北九州流通圏は、北九州市、行橋市、豊前市、中間市、芦屋町、水巻町、岡垣町、遠賀町、荊田町、みやこ町、吉富町、上毛町、築上町が含まれる。
- 6) KK 社は、1948年に久留米市内の複数の青果物商人が合同で開設した地方卸売市場がその前身である。その後、1961年に久留米市において中央卸売市場の開設が認可され、2年後の1963年に当該市場内において営業を開始し、現在に至っている。

- 7) MK 社は1947年に福岡県門司市（現北九州市門司区）内で創業した青果物卸売業者である。その後、1958年に小倉市中央卸売市場（1963年に（旧）北九州市中央卸売市場に名称変更）に入場。そして、1980年に（現）北九州市中央卸売市場の開設認可とともに現市場へ入場し、現在に至っている。
- 8) 北九州市に本社があり、福岡県、佐賀県、山口県および広島県に76店舗（2012年2月現在）を展開する総合チェーンスーパーである。
- 9) 秋田市中心卸売市場に入場する MA 社は、秋田県農業試験場を退職した野菜生産専門技術員1人を再雇用し、「今朝採り午後販売」の取組に参加する個人出荷者に対する生産技術指導の業務にあたらせている。
- 10) 「道の駅くるめ」は、2008年6月に久留米市を事業主体として開設された道路関連施設である。ファーマーズマーケット（面積475m²）と有機農産物を原材料とするレストラン（面積307m²）が設置されている。
- 11) 市場コーナーでは、卸売市場に入荷した久留米市内産青果物のうち、ファーマーズマーケットに直接持ち込まれない品目などを中心に販売されており、当コーナーにおける1日平均の売上金額は10万円の水準であるという。「道の駅くるめ」における市場コーナーの品揃えは、KK 社と久留米市中央卸売市場に入場する青果物の仲卸組合および売買参加者組合が共同出資して設立された LK 社が担当している。

引用文献

- [1] 内藤重之「地産地消運動の展開と意義」橋本卓爾・大西敏夫・藤田武弘・内藤重之編著『食と農の経済学』ミネルヴァ書房、2004年3月、pp.47-59。
- [2] 藤田武弘「産地と実需者を結ぶ卸売市場のとりくみ」『農業と経済』第73巻第10号、昭和堂、2007年10月、pp.42-51。
- [3] 細野賢治「卸売市場における地産地消対策の意義と展開方向—久留米市中央卸売市場を事例として—」農業理論研究会『農政経済研究』第27集、2008年12月、pp.12-23。