

平成 19年度
博士(学術)学位請求論文

論 題 _____

わが国の中小規模漁業会社(中小資本漁業)の
生産物を対象とした生産と流通の研究

(英訳) _____

A Study on Production and Distribution Mechanism for Fishery Products

By Small and Medium-sized Fishery Firms (Small and Medium-sized Capital Fishery) in
Japan

研究指導教員名

井原健雄

北九州市立大学大学院社会システム研究科

学籍番号 2005D10012

氏 名 藤本 宗一

提 出 平成 20年 2月 6日

[論文要旨]

北九州市立大学大学院社会システム研究科
地域社会システム専攻

藤本 宗一

学籍番号:2005D10012

[研究題目]

わが国の中小規模漁業会社(中小資本漁業)の生産物を対象とした生産と流通の研究

[論文のねらい]

この論文は、中小規模漁業会社生産物の流通システムに関して、いくつかの理論的な枠組を与えるために、つぎの仮説―「二段階の制度流通は日本の生鮮水産物にとって効率的である」―を検証することがねらいである。

[論文要旨]

ここでの文脈では、生産者とおなじように消費者についても「1999年の卸売市場法改正」の影響について定量的に検証すべきである。この場合、消費者に注目すべきで、それは都市生活者を意味する。したがって、経済的な観点からは、一定量の流通規模がつねに必要となる。今日的な日本の漁業組織は、95%を占める家族規模的な経営体と約5%の中小規模漁業会社からなっている。しかし、都市の需要を満たすような水産物の総計の約70%は、後者から得られている。これらのことから判断して、この論文では「中小規模漁業会社が生鮮水産物の中心的な供給者として重要な役割を果し、おなじように都市居住者が生鮮水産物の主要な需要者としての役割を果す」という基本的な視点に立っている。

卸売市場の基本的な機能は小売店のための仕入れ機会提供だけでなく、生産者への販売機会提供にもある。公的機関による生鮮食品流通の起源は、供給予測の不可能性と商品の腐敗特性に起因している。果物や野菜などの農産物を取ってみると、計画的な栽培が可能で、卸売市場は消費者の側(都市地域)だけに存在する。一方、水産物が同様に関係する卸売市場では、消費者の側だけではなく生産者の側(水揚される地区)にとっても必要となり、

これを「二段階制度流通」と呼ぶことにする。水産物の場合、気象条件におおきく影響され、日ごとの漁獲成果も異なるというのが主な理由で、結果的に漁業供給の内容を予測することが非常に難しい。そのために、供給不規則状態にある生産者の側の卸売市場の調整機能にも注目しなければならない。すなわち、この機能とは、供給状況に連動しながら展開される用途に応じた水産物の分配のことである。

一方の消費者の側にある卸売市場は、都市居住者への生鮮水産物の安定供給を機能とするべきである。それは、卸売人を2社で競争させる複占状態で得られると考えられてきた。なぜなら、生産者の側から荷物を集めるのは卸売人の役目だからである。この競争ルールのひとつが、出荷者を平等に扱うための販売委託による集荷であり、他のひとつが公開されたセリによる取引である。消費者の側にある卸売市場は、生産物の効率的な現金化と生鮮水産品の安定的な供給という意味で責任は重い。

しかし、1999年の法改正で、取引の原則としていたルールに関する一部が規制緩和された。それは、セリによる取引に対しては個別的な相対取引を認め、委託による集荷だけではなく買取による集荷をも容認するというものであった。果たして、この規制緩和は誰にとって有利に作用したのか、その点を精査しなければならない。なぜならば、この改正を突き動かしたのは大規模小売店の功利的な企業戦略であるかもしれないからである。

消費者にとって、公開されたセリ取引でない個別的な相対取引の商品が、品質審査を厳格に受けているとは考えられない。消費者は食物獲得を小売店に依存しているのが現実である。だからこそ、生産と消費を結ぶ流通は、消費者に対して商品の品質に責任を持たなければならない。さらに、買取による集荷は、生産者の側の特定の業者からの収集となる。したがって、生産者の側の卸売市場での価格競争を不活発にするから、結果的に生産者は不利益を受ける。わが国の中小規模漁業会社は魚価安を嘆き、消費者は魚価高を嘆いている。この論文に示された理論的な枠組は、いくつかの重要な政策的含意について詳細に示唆することができると考えている。

[Abstract]

Graduate school of the University of Kitakyushu

Ph.D.Program of Social System Studies

Souichi FUJIMOTO

[Study title]

A Study on Production and Distribution Mechanism for Fishery Products

by Small and Medium-sized Fishery Firms

(Small and Medium-sized Capital Fishery)

in Japan

by

Souichi Fujimoto

[Aim of this paper]

This paper aims to test the following hypothesis: *two-step systems of public distribution can operate efficiently in the fresh fishery products in Japan*, so as to provide with some theoretical frameworks of the distribution-mechanism for small and medium-sized fishery firms.

[Abstract]

In this context, the impacts of *Amendment of Wholesale Market Law* in 1999 on the consumers as well as the producers are to be examined, quantitatively. It should be noted that consumer in this case, signifies the city dwellers. Therefore, a certain amount of circulation units is always required from an economic viewpoint. In addition, the most of the contemporary fishery firms in Japan consists of the family-sized managing organization of 95%, and also the minor scale firms of about 5%. But, almost 70% of the total amounts of fishery products are brought about by the latter firms so as to meet the urban demand. Judging from this fact, in this paper, we stand on the basic viewpoint that such minor scale firms play important roles as the core supplier of fresh fishery products and also such city dwellers play roles as the

main demander of fresh fishery products.

The fundamental functions of the wholesale market can be ascribable to offering the chances of sales to the producers as well as offering the chances of purchasing for the retailers. The origin of the fresh food distribution by the public system might be ascribable to the impossibility of supply-prediction and the property of perishable-commodities. If we take up the agricultural products, such as the fruits and the vegetables, for example, the planning cultivation is possible, and hence, there exists the wholesale market only for the consumers' side (i.e., urban area). On the other hand, wholesale markets for the fishery products are required not only for the producers' side but also for the consumers' side, and hence we call them the "two-step systems of public distribution." It is the main reason that the fishery products are heavily influenced by the weather conditions and also various kinds of fishery change day by day. As a result, it is very difficult to predict the contents of the fishery supply. Therefore, we should take notice to the adjustable function of the wholesale market on the producer's side with the irregular state of supply. This function is the distribution of fishery products' cargo according to the use that is influenced by the supply situation.

The wholesale market in the consumer's side of one side should work the stable supply of the fresh fishery products to the city dwellers. It was supposed that it got the attainment by the duopoly state that makes the wholesaler of two companies compete. The reason why we have the two competitive wholesalers might be ascribable to the collecting fishery products from the producer's side. One of these competitive rules is the collection of the cargo by the consignment for treating senders equally, and the other is the dealings by the open auction. The responsibility of the wholesale markets in the consumers' side is heavy for the efficient encashment of the products and the stable supply of the fresh fishery goods.

But a part of the rule that had been the principle of these dealings was deregulated by the law amendment in 1999. The amendment accepted the individual cross trading to the dealings by the auction sale, and accepted not only the collection of the cargo by the consignment but also the collection of the cargo by buying the fishery products. We should verify severely the following question: “who got profits by this deregulation?” It is because the cause of this amendment might be the utilitarian corporate strategy of the large-scale retailer.

We can judge that the goods of individual cross trading without the dealings by the open auction are not undergoing a severe quality examination. Especially, the consumers depend getting food on the retail stores in actuality. Therefore, the distribution that connects the production and the consumption should have the responsibility in the quality of the goods to the consumers. Furthermore, the collection of the cargo by buying the fishery products is the collection from the specific sender of the producer’s side. Therefore, the price competition in the wholesale market of the producer’s side is inactive, so the producers get the disadvantage. The small and medium-sized fishery firms in Japan grieve for the low fish price and the consumers grieve for the high fish price. The writer of this paper considers that theoretical framework shown in this paper may well suggest some important policy implications more in detail.

目 次

はじめに	1
第 1 章 水産物供給の現況と海面漁獲漁業生産	3
第 1 節 供給調整が可能な輸入水産物・養殖漁業生産物	3
1) 輸入水産物	3
2) 養殖漁業生産物	4
第 2 節 生産(供給)予測が不可知な海面漁獲漁業とその流通	6
1) 海面漁獲漁業の対象魚生息海域別・習性別区分と資本規模別区分	6
2) 海面漁獲漁業生産の流通と漁獲規模別区分	8
2-1) 独占資本規模漁業（着底魚遠洋域漁業）漁獲物の流通	8
2-2) 零細規模漁家漁業（沿岸域漁業）漁獲物の流通	10
2-3) 中小資本規模漁業の漁獲規模別区分と二段階制度流通の利用	10
第 2 章 漁業の生産行動と水産都市の立地	13
第 1 節 漁業の生産行動と漁港利用の関係	14
1) 漁場最近距離漁港利用の効率性	14
2) 漁業の生産行動が利用する漁港の生鮮出荷効率性	16
第 2 節 水産都市漁港の類型化	19
1) 水揚される魚種からの漁港類型化	19
2) 水産都市漁港の用途別配分機能	21
第 3 節 中小資本漁業生産物と都市需要	22
1) 10 都市中央卸売市場生鮮品に占める中小資本漁業生産物の商品シェア	22
2) 二段階制度流通の流通起点となる漁港	24
第 3 章 水産物産地卸売市場とその用途別配分機能	28
第 1 節 水産物流通機構に関する先行研究	28
1) 水産物流通機構の「史的段階論的考察」	28
1-1) 第 1 段階・買占商業機構	29
1-2) 第 2 段階・問屋制市場機構	29
1-3) 第 3 段階・卸売市場機構	30
1-4) 第 4 段階・直送直販流通機構	31
2) 卸売市場の「機能論的考察」	31
3) 零細規模漁業生産を対象とした「組合運動論的考察」	32
4) 先行研究の問題点とそれに対する本論の位置づけ	33
第 2 節 産地卸売市場を構成する経済主体の行動	34
1) 産地卸売市場を構成する漁業者・卸売人・買受人	34
1-1) 漁業者の「産地卸売市場」利用行動	34
1-2) 「産地卸売市場」における卸売人の行動	35

1-3) 「産地卸売市場」における買受人の行動	35
2) 産地買受人の行動を規定する要素	36
2-1) 所属産地の立地位置に規定される行動	36
2-2) 供給状況に規定される行動	38
2-3) 質的要素に規定される行動	39
2-4) 販売機会と販売単位量に規定される行動（不合理に写る価格形成）	39
3) プライスリーダーとしての産地買受人の生鮮出荷行動	41
第4章 水産物消費地卸売市場とその生鮮品集荷機能	45
第1節 消費地卸売市場の取扱商品と卸売人の機能変化	45
1) 水産物消費地卸売市場が扱う商品と取引形態	45
1-1) 特定物品	45
1-2) 卸売人の販売方法と集荷方法	46
2) 卸売人の集荷方法・販売方法を変化させた原因	48
2-1) 消費地卸売市場内での集荷競合	48
2-2) 消費地市場間の集荷競合	50
2-3) 大口需要者となった量販店への対応	50
2-4) 「99年の改正」を契機とした量販店対応の変化	51
第2節 卸売人の集荷・取引方法変遷と海面漁獲魚類の二段階制度流通利用	52
1) 市場外流通との競合	52
2) 消費地卸売市場の集荷先の推定	53
3) 消費地卸売市場販売方法の変遷	55
4) 消費地卸売市場集荷方法の変遷	56
第3節 消費地卸売市場卸売人の集荷独占行動	57
1) 背景	57
2) 4つの要素の組み合わせによる消費地卸売市場卸売人の行動様式	58
2-1) ①「委託集荷」「セリ販売」のパターン	59
2-2) ②「委託集荷」「相対販売」のパターン	59
2-3) ③「買取集荷」「セリ販売」のパターン	60
2-4) ④「買取集荷」「相対販売」のパターン	61
3) 卸売人集荷努力と出荷者収益に注目する理由	62
第5章 産地・消費地間の取引行為の検証	64
第1節 採取標本利用の前提整理	65
1) 数値検証で扱う対象「6A1」「6B1」の具体的取引動作について	65
2) 分析対象魚種と調査時(9月期)生鮮水産物の都市需給状況	66
3) 産地出荷者の収支算出に必要な経費数値	68
3-1) 搬送費を除いた産地出荷者の魚種別キロ当たり経費	68
3-2) 搬送費の出荷地別・魚種別キロ当たり経費	69
第2節 「6A1」委託集荷の検証	69

1) 総合評価	69
1-1) 消費地卸売市場での販売方法と分析の焦点	69
1-2) 分析結果の総合評価	70
2) 魚種別評価	73
2-1) カツオ	73
2-2) スルメイカ	74
2-3) サバ	75
2-4) マアジ	76
第 3 節「6A1」産地出荷者の収支からの推定	78
1) 生鮮出荷者の収支と産地・消費地間の関係	78
2) 生鮮出荷者にとっての消費地卸売市場の共同消費性	79
2-1) 魚種別出荷者収益平均値の区間推定による分析	79
2-2) 産地卸売市場における用途別需要者間の価格競争	80
3) 出荷者・集荷者間の弱い統合関係と出荷者収益	81
第 6 章 水産物卸売市場の商品領域とその限界	85
第 1 節「6B1」「買取集荷」の検証	85
1) 「6B1」の総合評価	85
2) 「6B1」を出荷側からみた収支	86
3) 「6B1」を集荷側からみた収支	87
4) スルメイカ「6B1」の数値検証と出荷者・集荷者の力関係	88
第 2 節「99 年取引規則改正」によって変化した制度流通	89
1) 結論としての「6A1」「6B1」の評価	89
2) 地域的社会資本としての「6A1」「6B1」の評価	90
第 3 節 量販店機構の機能限界と卸売市場の商品領域	91
1) 生鮮水産物流通を独占しようとする系列図	91
2) 量販店機構の商品領域拡大とその限界	92
 あとがき	 95

[謝辞]

[別表]

[参考文献等]

- 著書・論文・評論 —
- 調査報告・歴史資料 —

論文の構成

[論文題目]
[The title of this paper]

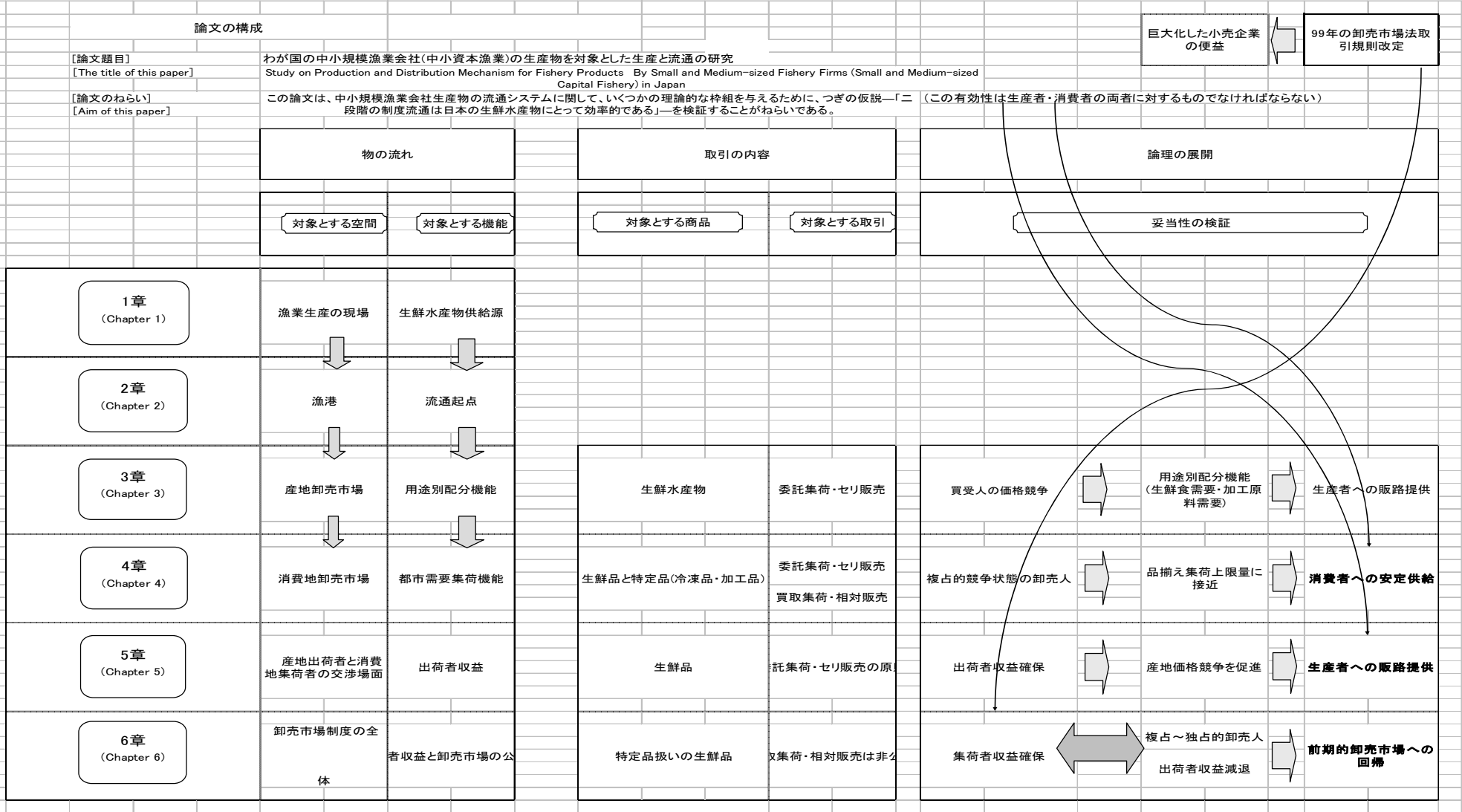
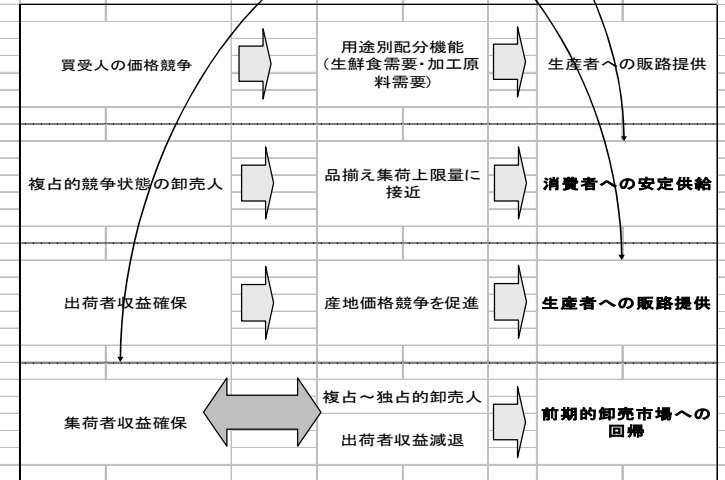
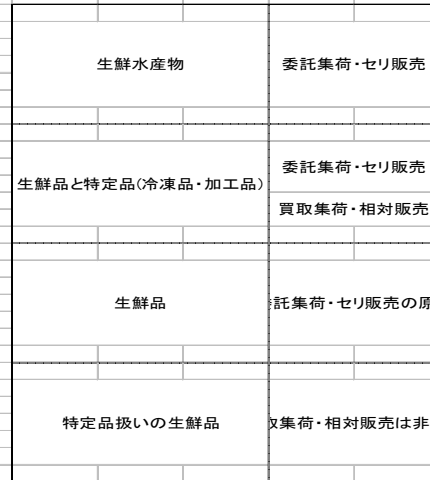
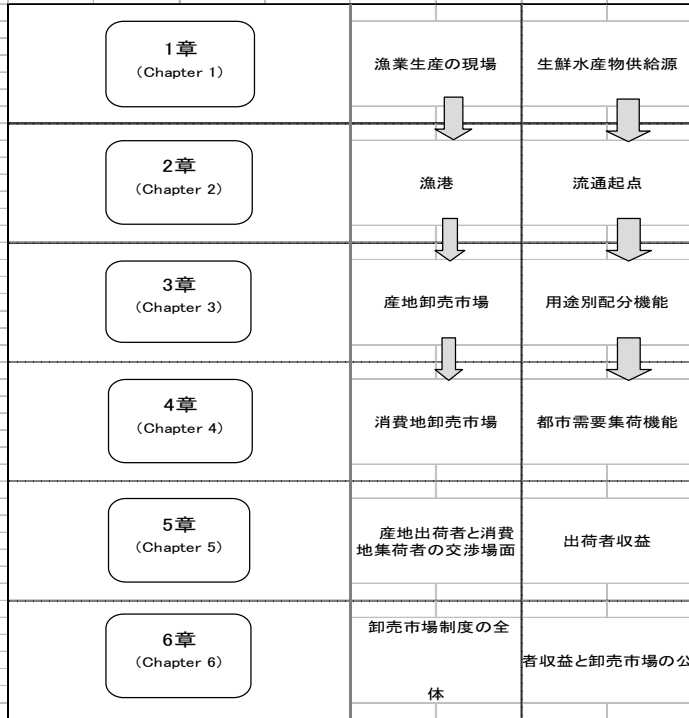
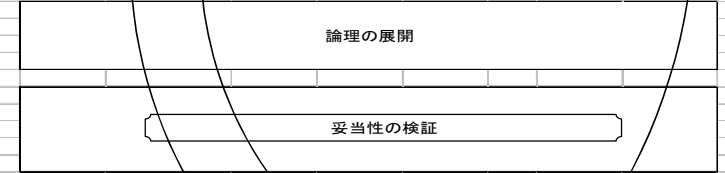
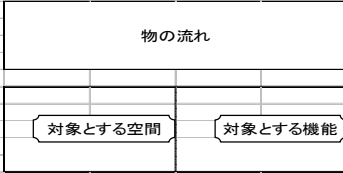
わが国の中小規模漁業会社(中小資本漁業)の生産物を対象とした生産と流通の研究
Study on Production and Distribution Mechanism for Fishery Products By Small and Medium-sized Fishery Firms (Small and Medium-sized Capital Fishery) in Japan

[論文のねらい]
[Aim of this paper]

この論文は、中小規模漁業会社生産物の流通システムに関して、いくつかの理論的な枠組を与えるために、つぎの仮説―「二段階の制度流通は日本の生鮮水産物にとって効率的である」―を検証することがねらいである。
(この有効性は生産者・消費者の両者に対するものでなければならない)

巨大化した小売企業の
の便益

99年の卸売市場法取
引規則改定



はじめに

1999年、ひとつの食品流通に関する法令の改正が行われた。その法令とは23年制定の「中央卸売市場法」(旧法)を骨子として71年に大幅な修正が加えられ制定された「卸売市場法」のことである。(本論においては、これより卸売市場法を「市場法」とのみ表示する)この市場法にはそれまでも幾度となく部分修正がくわえられてきたが、99年の「取引規則に関する改正」は基本理念にかかわる部分の最終審問を意味しているように思われる。

もともと制度流通¹とは資本合理的な一般流通の否定で、制約を前提として運営されるものであるが、卸売市場制度は腐敗特性など生鮮食品の属性を流通克服するために創出されたものである²。近年、わが国であらわとなってきた自由な流通と制約的な流通の対極構図に対して、「99年の改正」は前者を支持する方向に大きく寄ったものである。そもそも、このような構図は72年施行時(71年制定)から消費地卸売市場に潜在していたし、市場が制度の例外条項を適応しながら対応してきたことについては広く周知されていた。この「改正」が現状追認であるといわれる所以もここにある。しかし、なぜ法制定から30年近くを経過したこの時点での「改正」なのか、ここまで国家権力が固執し「改正」を拒否し続けてきた理由についての問いかけは正面からなされていない。

卸売市場の基本的理念は公開性と公平性であり、市場制度はこの理念を含意した規則で運営することを目標としてきた。そして、これらは旧法制定時に隆盛であった問屋制卸売市場の中枢に位置し、専横していた前期的商業資本、すなわち独占的な問屋資本の機能封印に使用される重要なツールでもあった。このツールを否定する99年の「改正」を基本理念の希薄化という点からみるならば、効率小売販売組織として肥大化した商業資本(量販店)の間接支配に、卸売市場が傾斜していくのではないかという危惧をいだかせる。消費者からの支持という量販店勢力の威光に真贋はないのか、この「改正」で生産者側の辛苦が反映された制度運営が可能なのか、疑問は多い。

所管する地方自治体によって開設されている都市部の卸売市場は、全ての食品を総合的に扱うものではなく、生鮮食品を基本とした副食品の市場である。通常、野菜を中心とした青果物、鮮魚を主体とする水産物、精肉を主体とする畜産物の3部門で構成されている。むろん零細な小売業者が欲する付属的な加工食品なども卸売しているわけであるが、基本的には生鮮食品の供給市場である。このような生鮮品に対しての国民的嗜好の強度、農水産生産者の規模の零細性、そして施行時の末端小売業態の零細性などがわが国の細密な卸売市場制度を創出したと云われている。

卸売市場制度がさまざまな時代対応を迫られるなか、今日でも施行時の基本理念に基づいたシステムでしか、正当な商品実現が出来ない領域の特定も本論は目標としている。それは、効率重視の量販店機能が商品特性を流通克服しえないものについても、強引に自らのシステムを反映させようとする行為への救済を意図としている。こうした問題の典型を論じるために、先の生鮮3品のなかでも需要に供給をあわせることがもつとも困難で、流通阻害要因が強い生鮮水産物を対象とし、さらに生産予測が不可知で規模も大きな中小規模漁業会社、すなわち中小資本規模漁業³の漁獲物を本論では中心主題にすえる。そして、具体的には消費者を都市生活者とし、供給者を中小規模漁業会社と想定しつつ論の展開を行う。

本論文は卸売市場制度が「生産者と消費者へ有効に機能しているか」という問いについての検証であり、具体的には「99年の取引規則改正」を契機とした、産地出荷者と消費地集荷者の取引関係の変化に注目するものである。すなわち、「99年の改正」に関するひとつの評価である。

まず、第1章において、「71年の市場法制定」から取引規則の緩和である「99年の改正」までの間における、国民食生活の生鮮水産物消費シェアと、都市需要への供給中核となる漁業生産の特定を行う。つぎに第2章では、供給の中核となる中小資本規模漁業の生産物が収束される産地漁港と、生鮮食用として大都市圏消費に向かうものの具体的な推定量の把握を行う。ここまでに於いて、計量的な国民生活へのインパクトと、第3章より以後に展開される「取引論」の背景を示しえるものとする。これは、中小資本漁業会社の生産物が、都市生活者の生鮮水産物供給に中心的役割を果たしているということの確認作業でもある。この点について、十分に認識のある場合は第3章からを特に注視されたい。

第3章では、体系的に分析した生鮮水産物流通の先行研究を手がかりとして、産地卸売市場で生鮮食用出荷を行う経済主体、出荷買受人の商業動作の輪郭を把握する。つづいて第4章で、「市場法施行」から「取引規則改正」までの間の消費地卸売市場の構造変化や、量販店勢力の拡大が卸売市場での集荷方法を変質させた点などについて述べる。また、「99年の改正」を契機として、「買取集荷」が従来からの緊急対応型であるB型と、限定的な顧客関係を前提とした、新たな差損差益共有型であるA型の2種に分離したと規定し、その内容について述べる。

第5章からの具体的な取引の数値検証では、消費地卸売市場卸売人の復占状態に競争性があると前提し、非公開な「相対」という販売方法でも消費地卸売市場内の競争性が最低限保たれていると理解して、「持続可能な出荷者収益の数値」という産地・消費地間をつなぐものに注目する。すなわち、ここでの数値検証は「セリ」「相対」という販売方法についてではなく、「委託集荷」(第5章)と「買取集荷」(第6章・第1節)に関するものの検証で、主として「出荷者収益」の数値抽出を行う。

第6章第2節では、抽出された数値を卸売市場の基本理念に照合して、「改正」後から主流となったA型「買取集荷」は、特定の・限定的な顧客関係の取引で公共財にふさわしくなく、生産者・消費者に十分な効用を示しえないものであると指摘する。それに対して、「委託集荷」の検証から得られた数値は、出荷者・集荷者間に弱い統合関係の成立はみられるものの、出荷者にとって消費地卸売市場利用が開放されており、そこでの取引では持続可能な範囲の出荷者収益も確保されていると結論する。続く第3節では、特殊な商品属性の生鮮水産物に対する量販店販売戦略の限界を指摘する。そして、出荷者から「委託集荷」したものを公開された「セリ・入札」で販売する基本理念に沿った制度流通は、効率至上でないものの、流通単位や商品科目への対応に自在性があり、生産や消費の変化に柔軟適応できるものであることを論述する。

このように、本論展開の中心的な時間領域は「71年の市場法制定」から「99年の取引規則改正」にいたる過程と、「改正」効果を透視するための、直後における産地出荷者と消費地集荷者の行動変化期間にある。また、中心的な空間領域としては産地出荷者と消費地集荷者の取引場面のなかに置いている。

第1章 水産物供給の現況と海面漁獲漁業生産

—卸売市場が対象とする水産物—

卸売市場は基本的に生鮮食品を対象としている。この章ではわが国の食料水産物供給の全体像を明らかにし、強度の腐敗特性という属性に規定されている生鮮水産物⁴の流通場面構成比を抽出する。つぎに、生産(供給)予測不可知性と規模の零細分散傾向に強く規定されている海面漁獲漁業のなかから、都市需要に応えることができる流通単位の実現が可能な生産業種と、その漁獲物の供給量を特定する。すなわち「産地卸売市場において用途別仕向け先を決定されたのち、一部が消費地へ移動され、消費地卸売市場で需給均衡に依拠した価格決定によって末端消費へ流れていく」この生鮮水産物の二段階制度流通利用を分析するためには、まず都市需要に応えられる生産規模をもち、かつ産地卸売市場と強くかかわりをもつ海面漁獲漁業生産物を特定する必要がある。

第1節 供給調整が可能な輸入水産物・養殖漁業生産物

1) 輸入水産物

一般商品市場への「供給調整が可能な水産物」とは流通上の腐敗特性を克服し、供給に随意抽出性があり、基本的に産地卸売市場の用途別配分機能を必要としない一段階制度流通か市場外流通の対象物を意味する。ここでは供給される水産物全体のなかで、産地卸売市場が対象としないものの選別から着手する。

99年時点での水産物総供給は数量で約984万ト、金額で3兆5841億円である。出荷調整が可能な「養殖生産物」(99年131万ト・6076億円)や大部分が鮮度を密閉した凍結品として供給される「輸入水産物」(99年342万ト・1兆7394億円)と、生産予測が不可能で基本的には供給調整ができない「漁獲漁業生産物」(99年531万ト・1兆3784億円)との構成比は、75年時点数量で10:90、金額で25:75と圧倒的に後者優位であった。しかし99年には、その比率が数量46:54・金額62:38と数量拮抗・金額逆転となった。ことに輸入水産物の金額構成比は全体の49%までに伸張している⁵。

60年代まで水産物輸出国であったわが国は、ニクソンショック以来の円高と70年・80年代の「国民所得」の伸びに需要を後押しされ輸入を拡大してきたが、90年代に入って所得との相関は薄れ、2000年以後は数量的にも金額的にも停滞期に入っている。90年代以後の輸入水産物の特徴としては、その内容に二極化が進行した点が挙げられる。ひとつは、家事の外部化やファストフードの後押しを受けた利便性・低価格を指向する「(加工)調製品」の増加である。原料としては重量減損型である水産物の加工製造が収束される地で行われるのは当然で、間接的ではあるが加工調整品の輸入拡大はわが国の産地漁港の加工集積を脅かし、産地卸売市場の流通機能にも打撃を与えている。

一方は、グルメ・高級外食が指向する生鮮マグロや活カニ類など空輸水産物の増加、すなわち高級品化への加速である。これらの大部分は空輸便として搬入され、主として生鮮を荷姿としており腐敗特性がある。情報による輸入調整を行うにしても輸入後の流通時間に制約があり、処理の主体は消費地卸売市場に依拠している。消費者に生鮮嗜好の特殊性が継続する限り、このように輸入水産物についても一定量の流通処理は(一段階の)制度流通の対象となり、消費地卸売市場の介在を今後も必要とするであろう。ことに品質の個

体差が激しいマグロ類の流通などは、今日でも生鮮・冷凍に拘わらず精通した解体処理技術の集積する消費地卸売市場に90%以上依存している。

水産物輸入の新たな二極化の共通項は家事の外部化であり、これを要求している社会現象が今後にわかに変化するとは考えられない。しかし、将来的には輸出国側の資源・環境問題と食料安保の問題をかかえ、国際依存の不安定さを持っている。今世紀に入り、同一水域で連携する環黄海圏においても、水産物交易は平準化しつつあり、関係諸国の人口問題を考慮するとき、その需給均衡は、わが国にとって今までと同様に物的に豊かなレベルで推移するとは考えがたい。いずれにしても日本型食生活の中心食材である水産物の半数は、遠い海からもたらされている現状認識だけは確保しておかなければならない。

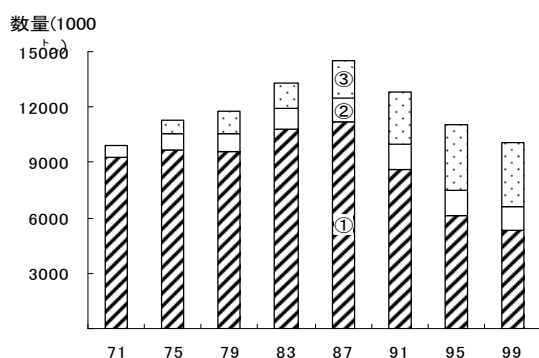


図 I-1-1 わが国の水産物種別供給構造(数量)
 □ ①海面・内水面漁獲漁業 □ ②養殖漁業 □ ③水産物輸入

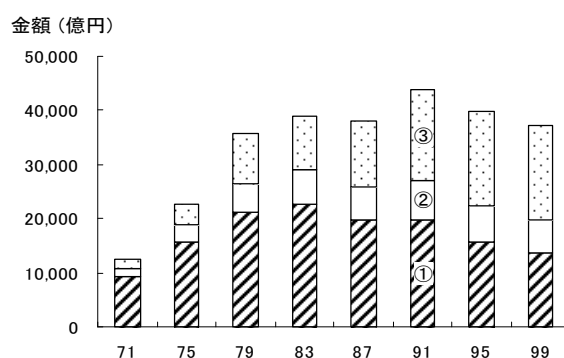


図 I-1-2 わが国の水産物種別供給構造(金額)
 出所:農水省「漁業・養殖業生産統計年報」「水産物流通統計年報」水産庁「水産貿易統計」より作成

2) 養殖漁業生産物

70年代初頭の養殖漁業生産は、のり養殖やわかめ・昆布養殖など海草類を主体として数量で70万ト前後、金額で1,800億円程度であった。その後、ブリやマダイなどの魚類養殖、ホタテやカキなどの貝類養殖が活発化し、80年代には金額で6,000億円を、数量も90年代には130万トを超えた。古くから海面養殖業の中心であった海苔など海草類養殖は、生産者自身によって乾燥一次加工され、中間流通業者を中心とした入札会をへて二次加工業者にわたり製品化される。その製品が段階を経て消費地卸売市場の加工品売場で取り扱われることもあるが、現代も主体は食品問屋などの市場外流通が担っており、制度流通の直接的な対象物ではない。

70年代中盤以後、資源的な危機感や国際的な経済水域囲い込みによる閉塞感などから、漁業生産の一部は、所得の向上による購買意欲の高まりに応えるべく、貝類養殖や魚類養殖に傾斜した。貝類養殖では先行していたカキ養殖と、80年代後半にそれを追い越したホタテ養殖が現在も主流である。天然(天然物として計数される稚貝を地蒔きする栽培式ホタテ漁業が生産量としては養殖を上回っている。それは漁獲漁業と同様に流通も産地市場を経由し加工・生鮮に利用配分されている)・養殖をふくめてホタテの流通形態は冷凍加工や干し加工が多く、全体からみれば消費地に対する生鮮出荷は1割程度と考えられる。剥き身加工した調整出荷の可能な商品であり、消費地卸売市場では定価販売に近い「相対」手法で主として取り扱われている。また、カキ養殖の製品も需要期が集約的であり生鮮に偏るため、消費地卸売市場経由で大部分は流通されていると考えられる(99年カキ養殖生産額366億円に対して同年10都市消費地市場生鮮剥き身カキ販売額151億円であり、残余

も主として地方都市消費地市場で流通処理されている)。大規模消費地市場では「セリ・入札販売」もあるようであるが、基本的に剥き身加工され出荷側での調整が可能であるこの取引は、ホタテと同様に定価販売に近い形で、生鮮水産物加工品として「相対」手法で行われている。

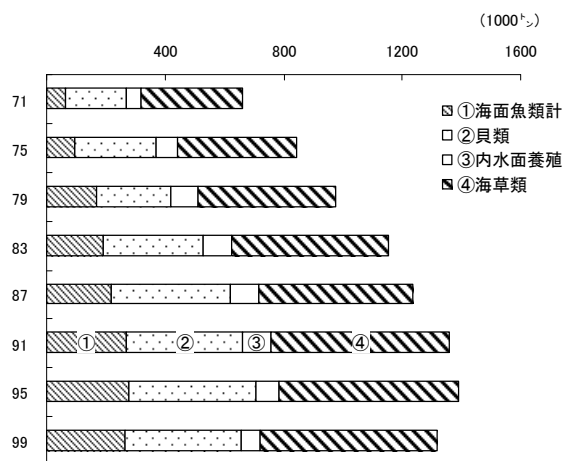


図 I-1-3 養殖漁業対象類別収穫量

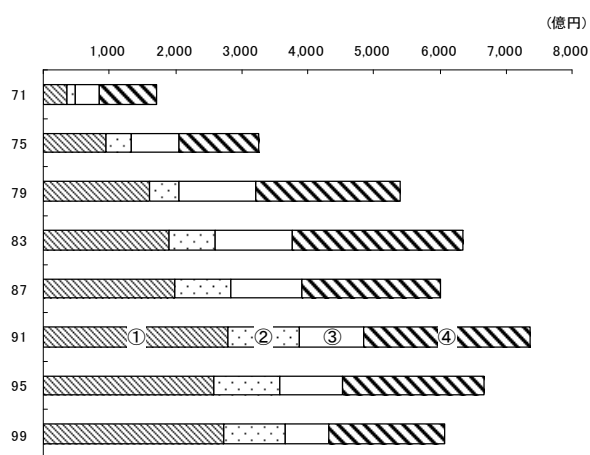


図 I-1-4 養殖漁業対象類別収穫金額
出所:農水省「漁業養殖業生産統計年報」(年次別)より作成

魚類養殖では 60 年代から本格化したブリ（ハマチ）養殖が先行し、80 年代中ごろよりマダイ養殖が追随した。これら栽培型の魚類養殖生産物は、農業生産の青果物と同様に系統機関(漁業協同組合や県漁業協同組合連合会)や中間業者によって産地から消費地へ計画的な出荷がなされている。ゆえに、基本的には産地側での用途別配分機能(産地卸売市場)を必要としない。

消費地市場卸売人や市場外の問屋は、外食産業などの業務筋に養殖魚の活性を維持した(活魚)卸売を行っている。しかし、生産規模のおおきなブリ類やマダイ養殖の場合、活魚流通のような人的労力と、物的経費負担が過重な販売方法では大量流通の壁に直面する。ゆえに青果物と同様、収穫時に産地で活性を絶つ「野メ」と呼ばれる生鮮品形態の流通が主力となっている。消費地卸売市場内には活魚備蓄水槽が設置されているが、通常、取り扱う養殖魚全体を収容する規模はない。80 年代後半から 90 年代初頭にかけての消費爛熟期、養殖魚販売にも活魚ブームがみられたが、その後は身質改良もあって、活魚として販売されるブリ類やマダイの量的シェアは大規模消費地卸売市場においても後退していると云われている⁶。外食業務筋に需要の多いブリ類やマダイの「活魚販売」の部分は、大規模消費

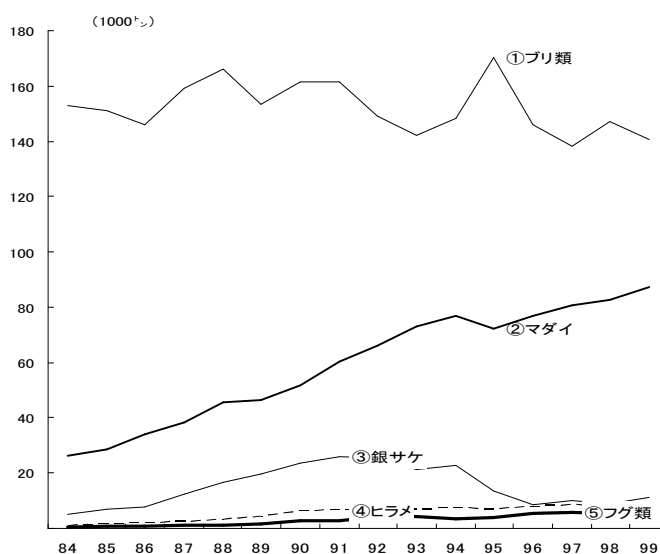


図 I-1-5 海面魚類養殖の魚種別収穫量

出所:農水省「漁業・養殖業生産統計年報」(年次別)より作成

地卸売市場において貯蔵可能な特定物品と解釈され、定価で「相対販売」されている。同時に、流通規模を要求される量販店や鮮魚店など一般消費者を販売対象とするような調達需要に対して、卸売人は「野メ」品を「セリ・入札」で販売してきた。一方、少量流通しかない中小地方都市消費地市場では、「野メ」品も、産地側で貯蔵性がある供給調整物品と解釈され「相対販売」される傾向がある。いずれにしても、大都市消費地卸売市場における「野メ」品を対象とした純粹価格競争(セリ)の場が存在することで、このような養殖魚に関して、現実に建値市場としての説得力を卸売市場が発揮している。

しかし、わが国の穀物自給率の低さが畜産物の自給率数値を実態のともなわないものとしているように、魚類養殖業も極めて不安定な生産基盤に立脚している。図 I-1-6 はモイスペレット餌料輸入の拡大推移を示したものであるが、80年代後半からの急激なマイワシ漁獲減に伴って餌料自給体制が破綻しつつあることを表している。魚類養殖の生産経営体にとって餌料費負担は大きく、経営の基盤としては国内の漁業生産の動向と連動した関係にある。ここでも国民生活の食料自給とは程遠いことが明らかである。

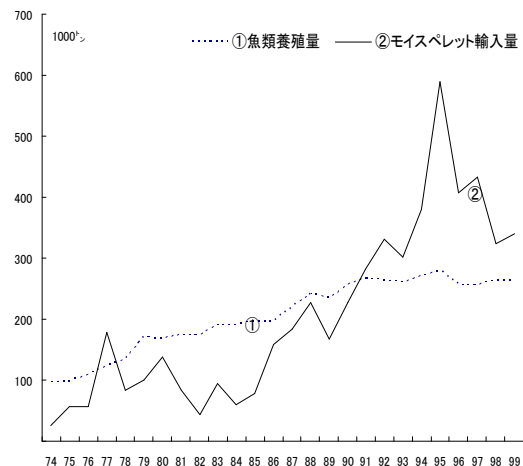


図 I-1-6 魚類養殖収穫量とモイスペレット(餌料)輸入の推移表

資料 農水省「漁業・養殖業生産統計年報」水産庁「水産物貿易統計」より作成

産地卸売市場の用途別配分機能を必要としない水産物として、輸入水産物と養殖漁業生産物を挙げた。これらの大半は消費地卸売市場とのかかわりをもつが、同時に程度の差があるものの制度流通の枠外でも対応できる素地はある。例えば、輸入品目で最大規模にあるエビ類について、これまでも卸売市場は市場外問屋と厳しい流通シェア争いを展開してきたし、養殖魚についても四国の出荷団体は首都圏に巨大な流通ポイントを設置し、直販を意識した市場外流通を積極展開しようとしている。このように供給側で商品市場への出荷調整・供給調整が可能であるというものは腐敗特性に対応できるわけで、流通制約を大幅に克服できる可能性を持っている。しかし、天候に左右される海況や漁模様(漁況)などの不安定要素に支配されている海面漁獲漁業生産物の流通第一段階は、「生鮮食需要に向かうか、加工食原料需要に向かうか」というような用途別配分を産地側で行う必要がある。

第2節 生産(供給)予測が不可知な海面漁獲漁業とその流通

1) 海面漁獲漁業の対象魚生息海域別・習性別区分と資本規模別区分

水産物産地卸売市場と消費地卸売市場の連携は、主として生産予測が不可知な生鮮品形態の海面漁獲漁業生産物需給(出荷・集荷)を介して行われる。「71年の市場法制定」時から「99年の取引原則改正」時までの間、農水省統計情報部の「漁業・養殖業生産統計」に登場した海面漁獲漁業業種は57種である。まず、この57種のなかで沿岸域を生業的に操業する業種(2000年時点で原則として一経営体粗収入が年間1000万円以下のもの)についてあらかじめ区分しておく。つぎに、漁獲圧への耐久度やその利用配分に共通項をみい

だせるとして、着底し生息するものを対象に漁獲する漁業と、表層部を潮流にのり回遊するものを対象に漁獲する漁業の2種に大別する。そして、この2種を他国のEEZ(exclusive economic zone=排他的経済水域)、あるいはわが国より離れた公海上を主たる操業海域とする漁業と、わが国EEZあるいわその周辺公海上を操業するものにとそれぞれを細分し、表I-2-1の「海面漁獲漁業種を漁獲対象魚の生息海域・習性別による区分」として①から⑤の5種に分類する。

表I-2-1 海面漁獲漁業種を対象魚の生息海域・習性別によって区分した分類表

①分類(13種)	遠洋域 着底魚	稼働中(99年現在)				消滅した漁業体(71~99年現在)			
		北方水域(トロール)	南方水域(トロール)	以西底曳網		えびトロール	以西底曳網(トロール)	母船式まぐろはえ縄	北太平洋ずわいがに等
							母船式さけ・ます	転換トロール	北洋はえ縄・刺網
							母船式底曳	母船式かに	北転船
②分類(2種)	周辺域 着底魚	沖合底曳1艘曳					なし		
		沖合底曳2艘曳							
③分類(5種)	遠洋域 回遊魚	遠洋かつお・まぐろ まき網	遠洋まぐろはえ縄	遠洋いか釣			なし		
		近海カツオ・マグロ まき網	遠洋かつお1本釣						
④分類(16種)	周辺域 回遊魚	かじき等流し網	大型定置網	沿岸まぐろはえ縄	その他1艘まき網			いか流網	カツオ・マグロ2艘 まき巾着網
		さけ・ます流し網	さけ定置網	近海かつお1本釣	1艘まき巾着網				さけ・ますはえ縄
		さんま棒受網	近海まぐろはえ縄	近海いか釣	2艘まき巾着網				さばはね釣
⑤分類(21種)	沿岸域	小型定置網	その他の網漁業	その他の刺し網	地引網	採藻	その他の漁業	縦曳1種	なし
		その他のさば釣	その他の敷き網	引き寄せ網(ばっち 網)	縦曳その他	横曳	その他のはえ縄	潜水器漁業	
		ひき縄釣	その他の釣	沿岸いか釣	その他のまき網	採貝	沿岸かつお1本釣	引き回し網(船ひき 網)	

資料:農水省「漁業・養殖業生産統計年報」平成12年版より作成

表I-2-2 漁業種を漁獲対象魚の生息海域・習性別に区分した漁獲額推移 (億円)

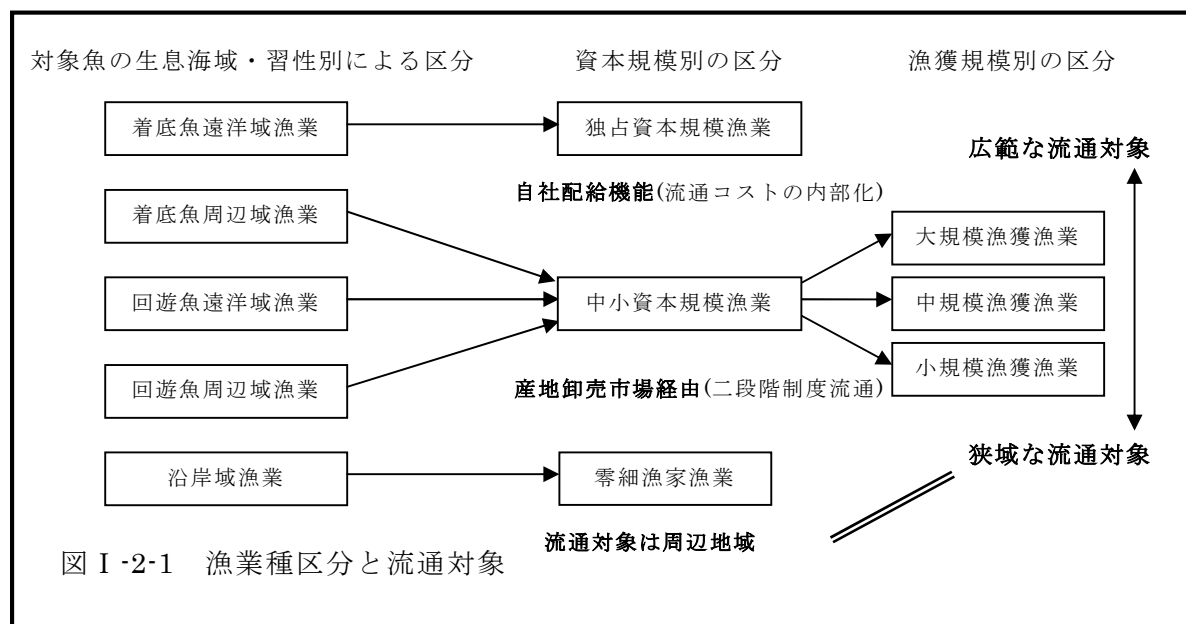
	①遠洋域着底魚(13)		②周辺域着底魚(2)		③遠洋域回遊魚(5)		④周辺域回遊魚(16)		⑤沿岸域(21)		合計(業種数57)	
	構成比率		構成比率		構成比率		構成比率		構成比率			
71	2,030.5	22.7%	385.4	4.3%	1,346.3	15.0%	2,609.8	29.1%	2,583.3	28.8%	8,955.3	100%
75	2,719.3	17.9%	787.9	5.2%	2,076.9	13.7%	4,957.6	32.6%	4,658.8	30.6%	15,200.5	100%
79	2,864.9	13.9%	1,212.6	5.9%	3,138.7	15.3%	6,368.1	31.0%	6,972.8	33.9%	20,557.1	100%
83	2,565.6	11.6%	1,078.0	4.9%	3,514.6	15.9%	7,246.7	32.9%	7,649.2	34.7%	22,054.1	100%
87	2,027.0	10.5%	834.7	4.3%	2,641.2	13.7%	6,477.9	33.7%	7,268.8	37.8%	19,249.6	100%
91	964.8	5.1%	1,192.3	6.3%	3,077.3	16.1%	5,343.3	28.0%	8,498.3	44.5%	19,076.0	100%
95	459.6	3.0%	845.7	5.6%	2,337.6	15.5%	4,234.0	28.0%	7,235.0	47.9%	15,111.9	100%
99	290.5	2.2%	630.0	4.8%	2,402.7	18.3%	3,673.9	27.9%	6,165.3	46.8%	13,162.4	100%

資料:農水省「漁業・養殖業生産統計」各年次版より作成

以上の分類とは別に、中井は「(中小資本規模漁業は)他人の労働力を雇用して漁業を経営する資本制経営であり、自家労働力を主体として漁業を経営している漁家とは峻別されねばならない。同時に、中小資本規模漁業の利潤形成は、社会的平均利潤であり、恒常的独占利潤の確保を実現している独占資本規模漁業との明確な区別をしなければならない」と述べて[中井,82:166]、資本規模をもとに独占資本規模漁業と中小資本規模漁業、さらに零細規模漁家漁業の3種に漁業生産を区分している。

さらに、採取される漁獲物の量的規模は漁業資本の規模に強く連動しているので、量的規模に応じ流通の形態がことなるという前提に立つならば、基本的な括りではあるが独占

資本規模漁業と中小資本規模漁業、零細規模漁家漁業のそれぞれが異なった流通形態をもつと考えるのは一般的であろう。そこで、ここでは漁業の生産行動と資本規模の二種にわたる区分を重ね合わせ、表 I-2-1 生息海域・習性別区分による①が独占資本規模漁業であり⑤が零細規模漁家漁業、残余の②③④は中小資本規模漁業と規定する。そして次項 2) では①と⑤の流通の具体性をのべ、現代の都市需要に応える生鮮水産物の供給中核が中小資本規模漁業の②③④業種の漁獲生産物であるとし、これらが二段階制度流通利用の主要商品であることを確認する。



2)海面漁獲漁業生産の流通と漁獲規模別区分

2-1)独占資本規模漁業（着底魚遠洋域漁業）漁獲物の流通

2000年現在、漁業生産勢力としては影響力をほとんど失っているが、全盛時（60年代～70年代）の五大漁業資本⁷の着底魚遠洋域漁業（独占資本規模漁業）漁獲物は大半が船内凍結化されていた。このような漁撈品や、大正後期より先行していた近代漁業である以西底曳網漁業の生鮮水産物漁撈品は、事業規模を満たすものとして独占資本自らが流通に強く関わり、そのコストを内部化していた。

これら漁業資本の生産物の主力をなす船内凍結品は腐敗特性が密閉されているわけで、流通時間拘束に余裕があった。海外漁場から帰還した漁船の漁撈品は基地港湾に設置された自社大型冷蔵庫に水揚げされた後、本社からの指令に基づいて地方支社へ、地方支社から特約店へと分割されていく縦割り方式で「荷割」が行われた。この場合、数量要請や価格決定に特約店や末端ユーザーからの意思が反映されることはほとんどみられなかった。本社から支社への「荷割」は、主として過去の経年実績をもとに実施され、独占的に支配する寡占市場的意思から価格は建値として決定された。また、本社は名目だけの販売実績数値を精査する必要から、管掌する支社間の売買を禁じている。価格に裁量権のない支社は、売れ行きが悪い商品について本社の意向を無視した価格設定は出来ないし、反対に売れ筋商品に対して建値を無視した高値も設定できない。そこで販売現場では、売れ筋とそ

うでない商品をセットにした関係性の強い「抱き合わせ」という手法が主流となっていた。本社と支社間は統帥関係にあるが、支社と特約店は取引現場において関係性が強く、ある面で利益共有関係にある。さらに、このような独占資本の膠着化した配給機能を背景として、所属する支社の統括範囲を越え、特約店は特約店相互の需要に応じ荷物交換を行うわけである。ゆえに、一般的に売れ筋な物と否なもの、地域的に売れ行きに強弱のあるもの、季節的に需要期が集中するものと、さまざまな情報が商品個々の価格や配分先を決定していくのが商品流通市場なのであるが、このような一方的な寡占的建値流通では陳腐な現象も珍しいことではなく、建値とかけ離れた低価格ものが出現したり、消費が進み在庫が払底していると判断されるものが予想外な地域に存在していたりする。独占漁業資本はこれらの状況を承知しながら生産・販売活動を行ってきたわけで、自社の下部組織である地方支社にではなく配給受領側、すなわち特約店に広域的な販売裁量権を与えることで円滑な流通処理を確保し販売リスクを回避していた。

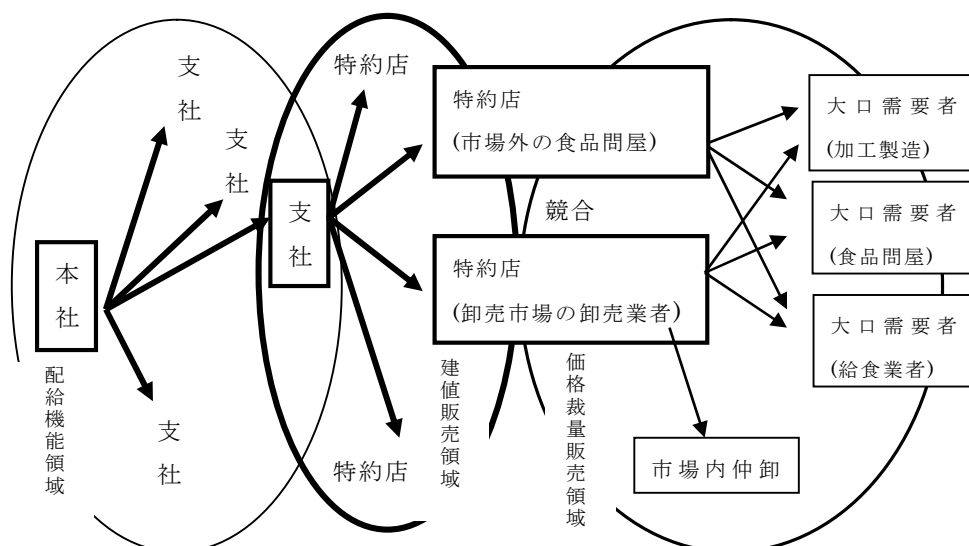


図 I -2-2 着底魚遠洋域漁業(独占資本規模漁業)船内凍結品の流通

一方、独占資本規模漁業でも以西底曳網の漁撈品は、氷蔵生鮮水産物として長崎市・福岡市・北九州市(戸畑)・下関市で水揚げされていた。しかし、企業規模の大きな業者(大洋漁業・日本水産など 20 か統以上・所有船舶合計トン数が 2,000 トン以上を保有するような業者)の集中していた長崎市の場合、独占資本規模漁業が産地卸売市場としての長崎市場を利用する部分は漁獲量の 20%程度で、残り 80%は消費地卸売市場か加工原料の大口ユーザーに直送された⁸。特定の海域ごとに着底して生息するものを対象とする底曳網漁業は、回遊魚漁獲業種に比較して魚種組成や漁獲量が近日的には安定している。事業規模の大きな企業としては、産地卸売市場の利用配分機能にかかる経費より、自社配給機能を使用する方が経済性において勝ると判断していた。ゆえに、ハード部門の関連企業も含め、生産機能として基地都市経済に与える影響が大であっても、産地卸売市場の流通対象品目としては大きな部分を占めるものではなかった。(水揚される漁獲物は素通りして消費地に向かう部分が多く、小規模業者が大半をなしていた下関などでも、せいぜい漁獲量の 50%程度が産地卸売市場の経由であった。)

2-2) 零細規模漁家漁業（沿岸域漁業）漁獲物の流通

漁業生産の発展段階で零細規模から中小規模へ資本規模が増強されると、生産単位が拡大し関係する地域の流通技術も向上、その商圈は多角化・広域化してきた。そして、漁港の施設規模は拡充され、加工技術の集積も加わり、近代的な流通起点が発展的に形成されてきた。しかし、このような発展過程の形成が不可能な地域の生業的漁家漁業の生産活動や流通活動は、引き続き固定的・限定的な範囲で行われた。漁獲量の規模や使用される船舶・人員の規模から、操業位置と離れた拠点的な産地卸売市場への搬送は、基本的に漁撈活動の経済効率を阻害するものとなる。ゆえに、零細な漁村であっても、振り売り・行商規模の流通業者を主体とした買受人と、漁業協同組合を母体とした卸売業者（組織的には組合と一体化している）からなる販売所・卸売市場の存在が必然となっていた。このような漁村の零細な卸売市場は周辺都市や農山村部の生鮮水産物需要の一部を担う程度であるが、しかし微小な流通機能であるようにみえても、沿岸零細漁村で水揚げされる漁獲物の供給圏は、海岸線に沿って重複しながら日本列島全体を覆うように形成されているわけである。

そのようななかでも、強度の活性をもち貯蔵性があるような貝類（アワビやサザエの類）や水産動物類（タコやイセエビ）のような商品科目の流通は、一般的な零細規模漁港の生鮮品とことなる。これら商品は高単価で希少性が強く、貯蔵性があるために広域な地域の寒漁村を対象として買い付ける活魚問屋が古くから流通に参加している。寒村漁港の産地市場では漁獲物を一定期間備蓄水槽で留保し、広域的な展開をするこのような活魚問屋を対象に、流通単位のまとまりで入札を行い流通先の確保を図ってきた。このように零細な漁村の産地卸売市場も、量的シェアは小規模であるが、高級品を主体とした大都市需要の一側面を担う供給起点としての機能もある。

2-3) 中小資本規模漁業の漁獲規模別区分と二段階制度流通の利用

資本規模で独占・中小・零細と区分した場合、表 I -2-1 の②③④業種が中小資本規模漁業にあたることは明白である。独占資本である①の業種が、ある部分の商品シェアに対して、かつて寡占的供給勢力を形成していたといえるが、生鮮水産物の供給競争、すなわち、わが国周辺漁場での漁獲競争は、②③④中小資本規模漁業と⑤の零細漁家漁業との間にあった。中小資本規模漁業の生産性をあげようとする上昇志向は、絶えず零細漁家漁業との間で摩擦を生じさせてきた。

①の着底魚遠洋域漁業は独占資本の漁業生産活動からの撤退によりほぼ消滅した。⑤の沿岸域漁業は品目・数量の単位規模、ならびに地域が分散的で、都市需要に応える二段階制度流通の流通規模を満たしえない。この点から、都市需要を対象としている本論展開の中心は、中小資本規模の漁業生産が生み出すものの流通を主題として扱うこととなる。

また、中小漁業資本は零細規模漁業ほど地域的な拘束はないが、独占資本ほど量的追求も出来ない背景のなか、相互競争性が激しく独占資本規模漁業より価格指向が強いという企業性向がうかがえる。自身で流通を内部化できない中小資本規模漁業に対して、水揚地漁港にある産地卸売市場は、価格（多種多様の需要要求を背景にした）をパラメータとした競争の場面集約を行い、公開性のなかでその用途別向け先の決定を下す役目を負ってきた。この流通起点である産地卸売市場の分析のためには、水揚規模にしたがって流通単位

が規定されるわけであるから、さらに中小資本規模漁業種の再細分化の必要性がある。そこで表 I-2-3 の通り、経営体当たりの年間漁獲数量・金額に基本的な基準を設け、漁獲規模にしたがって 3 階級に分割した。その基準とは、原則として 2000 年時点での年間漁獲量が 1000 トン以上・漁獲金額が 3 億円以上を大規模漁獲漁業、(大型から小型までが混在するサンマ棒受け網漁のようなものは全体で平均化し、季節限定漁業である点を考慮して大規模漁獲種に入れた) 500 トン・1 億円以上を中規模漁獲業、100 トン・3000 万円以上を小規模とした。これらも含めた中小資本規模漁業の構成図が先の図 I-2-1 である。

表 I-2-3 中小資本規模漁業の漁獲規模別分類と零細規模漁業の漁獲総量比較表(2000年現在の数値)

	①大規模漁業	②中規模漁業	③小規模漁業	①②③計	零細規模漁業
業種数	6	7	6	19	21
経営体数	711	1,733	2,998	5,442	296,799
数量 (トン)	1,384,875	1,162,819	504,352	3,052,046	1,758,112
経営体当たり数量 (トン)	1,948	671	168	561	6
金額 (億円)	1,859.2	2,803.8	1,476.7	6,139.7	5,970.0
経営体当たり金額 (億円)	2.615	1.618	0.493	1.128	0.020
漁獲物当たり単価 (円)	134	241	293	201	340
年間漁獲数量条件	1000トン以上	500トン以上	100トン以上		
年間漁獲金額条件	3億円以上	1億円以上	3000万円以上		1000万円以下
業種	その他1艘まき網 さんま棒受け網 近海カツオ・マグロまき網 遠洋かつお・まぐろまき網 遠洋かつお1本釣 遠洋いか釣	底曳・1艘曳 底曳・2艘曳 1艘まき巾着網 2艘まき巾着網 遠洋まぐろはえ縄 近海まぐろはえ縄 近海かつお1本釣	大型定置網 さけ定置網 近海いか釣 沿岸まぐろはえ縄 さけ・ます流し網 かじき等流し網		

出所:農水省「水産物流通統計年報」「漁業・養殖業生産統計年報」平成12年版より作成

1 本論で「制度流通」という語彙を使用する場合、「卸売市場制度流通」という意を簡略化して使用しており、具体的には、公的に整備された社会資本の施設である「中央卸売市場」・「地方卸売市場」において、法的に規定された取引販売規則にそって行われる売買行為等を経由した商品流通と解釈して差し支えない。

2 この点について「(卸売市場の)卸売企業に即してみるかぎり、取引原則によりその商業操作は制約され、その需給調整機能は否定されている。しかしながら、取引原則という規制自体、あくまで恣意的・独占的需給操作を排除し、それにより卸売市場における競争条件の確保を意図するものである。卸売市場システム総体としては、価格をパラメータとする市場原理に基づく需給整合様式の実現こそが追求されたのであった」と、簡潔に述べている木立のものをあげる[木立 98:91]。このように参入障壁の実態は別として、公開性をもつ競争原理の作動については資本合理的なものと評価されてきた。

3 本論中では、研究題目に冠している「中小規模漁業会社」という語彙を用いず、「中小資本規模漁業」と示す。その主たる理由は、本論が 1960 年代から 80 年代の供給環境を展開の起点としており、その先行研究との対照を円滑にするのが目的で使用する。

4 本論においては生鮮水産物の商品領域を厳格化するため、生鮮水産物とは末端小売段階での商品形態「生鮮」によって規定されるものでなく、「生産から小売段階までの流通期間において、片時でも『生鮮』以外であったものは除外する」こととする。具体的には、例えば、凍結品として鮮度密閉され中間流通し、小売段階で解凍されたものは「生鮮品」と位置づけない。

5 漁獲漁業生産物・養殖漁業生産物・輸入水産物から水産物輸出を減じたものが総供給量となる。(水産物輸出は 99 年 20 万トン・1414 億円である)

6 「主要水産物の需要と流通」(2004 年 10 月財団法人東京水産振興会)「9 まだい(養殖)」p.153.に魚種別流通報告として、この点は記載されている。

7 当時、海外トロール事業を展開していたニッスイ・マルハ・ニチロ・宝幸・極洋の各社をさす。

8 以西底曳網漁業については[吉木,1980][中楯・吉木 1978]等を参考とした。

[第1章での参考文献]

- 木立真直 1998「生鮮食品流通と卸売市場システム」三国英実編『今日の食品流通』大月書房 pp.89-117.
- 漁業経済学会 2005『漁業経済研究の成果と展望』成山堂書店
- 佐野雅昭 2004「海外サケ養殖資本の展開とアグリビジネス化—水産におけるインテグレーション形成とグローバリズムの進展」『水産振興』No.440. 財団法人東京水産振興会
- 中井 昭 1982「漁業企業論」大海原 宏 他編『現代水産経済論』北斗書房 pp.165-189.
- 中楯 興・吉木武一 1978『明日の水産業』海文堂出版
- 中村勝 1981『近代市場制度成立史論』多賀出版
- 濱田英嗣 2003『ブリ類養殖の産業組織』成山堂
- 日高 健 2000「都市における漁業・漁村の地理的展開構造の特徴」地域漁業学会『地域漁業研究』40:2.pp.123-138.
- 吉木武一 1980『以西底曳漁業経営史論』九州大学出版会

第2章 漁業の生産行動と水産都市の立地

—主要漁港の類型化と生鮮水産物の都市需要—

第1章では、本論展開の供給側で中核的に機能する漁業生産として、中小資本規模漁業を特定し、それらの漁獲規模に3種の階層があると指摘した。第2章では、まず中小資本漁業の生産行動の原則を示し、その原則に従って漁獲物が収束されている代表的な漁港(15か港)を「水産都市」として水揚規模を明らかにする。そして、そこで水揚げされる漁獲物を漁獲海域別・漁獲魚種習性別に区分し、それらが、いかなる割合で加工製造需要と生鮮出荷需要に振り分けられ、二段階制度流通の起点として都市の生鮮食需要に機能しているのか計量的に確保する。さらに、水産都市では都市消費に不足する部分を補う水産都市規模以下の漁港を、次段階規模の産地(漁港)として特定する。すなわち、都市需要を満たす生鮮水産物の流通規模の中核は、中小資本規模漁業が担っているという前提に立って、二段階制度流通の空間的起点を特定することがここでの作業となる。

中井は、漁家漁業と中小資本漁業の関係について、他の産業にみられるような規模に関係した隷属的要素が少ない漁業経営の特殊性を構造論的に論ずるなかで「漁業経営階層は、茫大な数の漁家を底辺として、その上に中小資本漁業と独占資本漁業が位置づけられ、ピラミット型を形成している。中小資本漁業は中間的存在であるとはいえ、経営総体に占める比率は5%内外にすぎず、漁家経営構造全体からみるならば、いわばエリート的存在となっているのである」と両者の乖離を述べている。[中井,82:168] 高度化したこのような中小資本漁業は、地元地域にある程度の帰属拘束はうけたものの、漁場との関係性が効率的である地域の漁港へ、水揚を集約化する方向に向かった。そして、50年代後半以後、そのような地域漁港が港湾や加工団地の整備を行い、水産都市化していったといえる。最上部の独占資本は、既存の一般港湾(例:長崎市・下関市)に寄寓する形で基地化した。中小資本漁業の大半は、漁業生産に効率的な漁村漁港の一部を地方都市漁港へ昇華させた。

レッシュ(August Lösch)は都市立地について「説明が最も容易なのは、特惠的地点にある都市の位置である。ここで特惠的な地点とは、特に天然資源の供給地、大規模な純消費者の立地点、交通路の交叉点等を意味している。しかしこの場合においても、このような明瞭な利益を立地の集積の十分な原因とみなすについては、慎重でなければならない」と背景要因に立ち入った分析の補強必要性を強調している。[Lösch(篠原訳),68:96]「この問題(都市立地論)は、一つの経営の立地決定よりはるかに困難である。なぜならば、都市の場合には単に一個の立地のみではなく多数の立地が変数として扱わなければならないからである」と都市立地の説明の前提でその限界も述べている。[Lösch,68:94] 大規模漁港を包含している都市でも、漁港はその都市の港湾機能全体ではない。都市の港湾機能が漁港機能にどの程度占有されているかによって、漁港機能の波及効果とその都市の経済にどの程度影響を与えているかによって「水産都市」と呼称できるのか、厳格に規定せねばならないであろう。しかし、漁業生産の収束地と都市需要とのかかわり、つまり生鮮水産物流通を本論は主題としているので、水産都市立地については等閑視せねばならない。漁獲物が需要に向かう流通起点として、ここでは規模を有する漁業生産がその都市の一部に収束されるという意味で「水産都市」¹と呼称する。ゆえに、「水産都市」と表示するとき、あくまでその都市の機能としては、限定的・一面的でしかないことを留意しておく必要がある。

第1節 漁業の生産行動と漁港利用の関係

1) 漁場最近距離漁港利用の効率性

狩猟型採取産業の習性として漁業者は、漁獲規模を最大にする努力・それを永続化しようとする努力・漁獲物の現金化を最大限にする努力などを習性としているであろう。漁業種ごとに漁撈上の制約もことなり、法的な規制も絡み、その生産行動としては多様なかたちが認められる。ここでの仮説は、指定された港以外での水揚げが禁じられている底曳業種をのぞいた、大規模・中規模漁獲(中小資本規模漁業)業種を対象とする²。

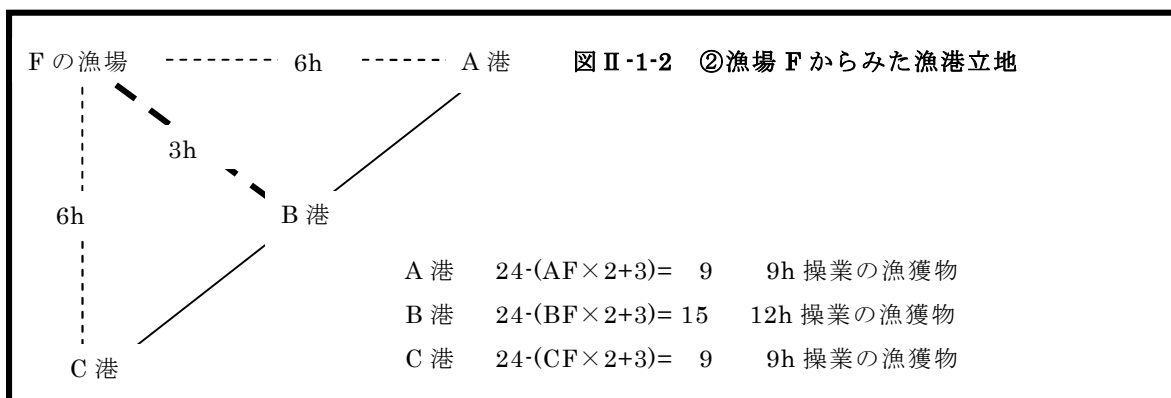
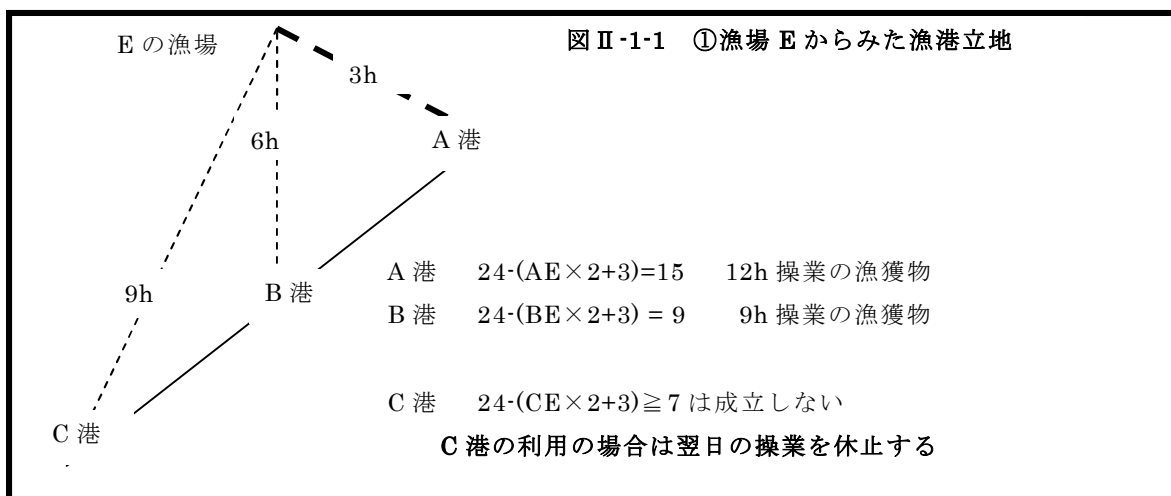
まず、図Ⅱ-1-1から図Ⅱ-1-4では、漁港の許容規模や現金化する市場機能は平準で操業時間が漁獲効果に比例すると仮定し、生産活動のなかでの漁場と利用漁港との関係についての効率性を検証する。

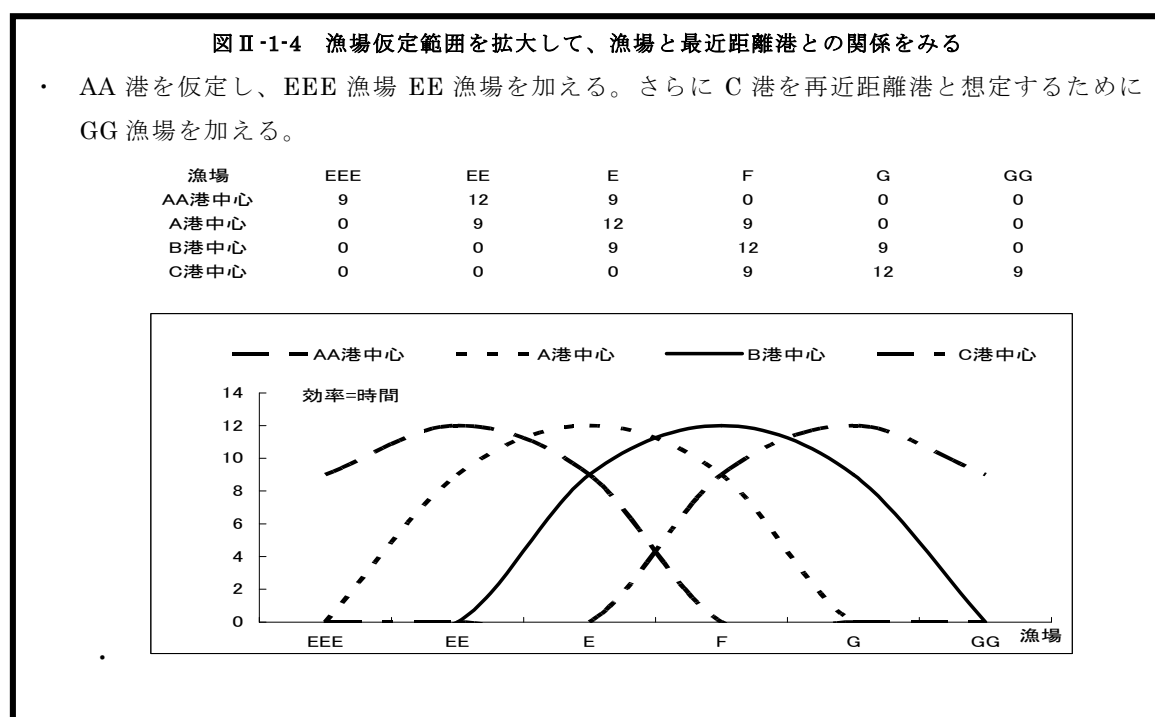
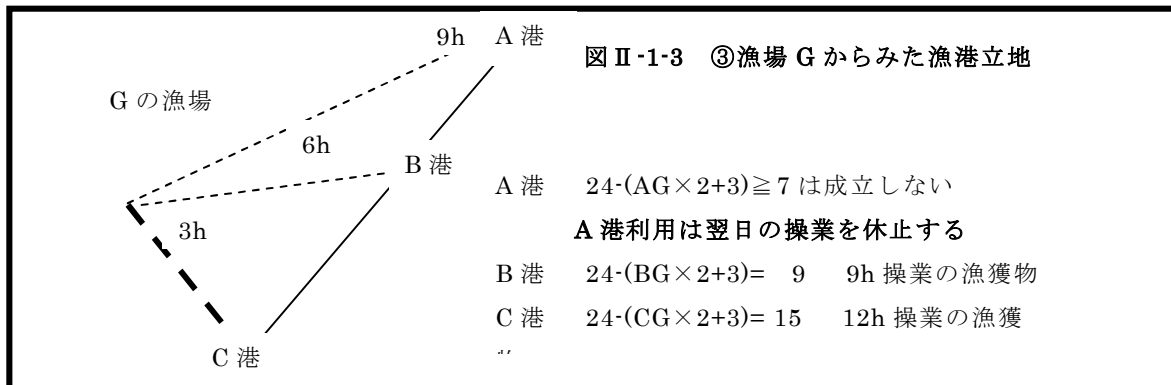
(h=時間数)

[仮説1の条件]

- ・ 漁場での操業開始時間を 0:00 とする。(24 時間後には漁場に戻り再操業するという前提)
- ・ 操業時間は[24h(制限時間数)-必要時間数]となる。
- ・ 必要時間の内容とは[漁場所要時間×2(往復)+3h(漁港での作業時間)]
(漁港での必要作業時間とは漁獲物の荷役作業や資材補給作業であり 3 h を仮定する)
- ・ 漁場での最大操業時間 12h とし最低操業時間 7h とする。

操業が連続持続可能な条件として、12 時間以上は潮汐・労務の常識として認めない。





この仮説は日毎操業を想定したものであるが、操業サイクルは漁業種ごとに異なる。しかし、操業サイクルの単位を置き換えるならば、たとえ 4 日操業であれ 6 日操業であれ原理は適応できる³。つまり、漁業生産にとって漁場形成に依拠した最近距離漁港の利用が操業時間を最大化するので生産量最大化に直結する⁴。

現実として、漁港の許容量は有限であるわけで、接岸可能規模や荷役能力・他地区への積送能力を超える水揚量は処理の停滞と価格の混乱を招くであろう。そして集中する漁港の過度な待機時間発生は次の生産行動への影響もあり、隣接する漁港の容積が過多の水準にない場合、最近距離漁港の利用に向かわない生産行動も現れる。その結果、過度な集中は中和され平均化の方向に向かうことが予想される。

ここでは漁港の漁獲物現金化能力を平準としているが、実際の漁港間の販売価格差はさまざまな外部要因によって影響される流動的なものである。生産船漁獲量の格差を埋めるほど価格格差が産地間で常態として現れるとき、(利用した場合の日計漁獲量が 100 であ

る漁港と 50 である漁港を生産側から想定したとき、単位価格に準じた収入が 50 と 100 であれば利用優劣は同等であるが、それが 40 と 100 であれば、むしろ後者の方が優先するという意味) 最近距離漁港利用の原則は崩れる可能性を持つ。それでもなお優先順位として考慮しなければならないのは、量的に安定した水揚量をもつ漁港は加工需要にせよ生鮮需要にせよ需要側(流通者側)の信頼感を得るわけで、中長期的な意味での価格形成力は優位になると考えるのが一般的である⁵⁾。

与件<漁業生産は漁場最近距離漁港の利用が操業効率を最大化させる>

2)漁業の生産行動が利用する漁港の生鮮出荷効率性

日々の複雑な情報交錯による産地価格形成について、恣意的であると基本的に評価している生産者側の行動は、漁獲規模が大きい漁業生産業種ほど究極の目標を漁獲量の確保と認識している。同一魚種を漁獲対象とすると仮定した場合、単価については大規模漁業でも小規模漁業でも同等に追求しえる、しかし漁獲規模について小規模漁業が大規模漁業を最終的に上回ることはありえない。産地市場の価格形成に重大な関心を寄せているとはいえ、彼らの生産行動は中小資本漁業のうちでも大規模漁獲漁業ほど量的生産を、反対に小規模漁獲漁業ほど質的・価格的生产を追求する原則性がある。

もしも、加工需要を無視して生鮮出荷需要のみで生産行動がとられると仮定するならば、図Ⅱ-1-5 から図Ⅱ-1-9 で示すように消費地より遠隔地にある漁港ほど生産効果は通減する。漁場の資源量は一定で漁船の生産行動が操業時間に対して定量の漁獲しかなく、都市での価格成果は平準であると想定した場合、消費地に近い漁港を根拠とする生産活動は、量的充足の可能性が高く活発であるが、遠隔化するほどに生鮮魚流通を意図した漁獲効果は、限定的となり操業可能時間は通減化するのである。しかし、極端な状況下でないかぎり、一般的に中小資本規模漁業生産者においては「漁獲規模を先行させ、それに現金化が付随する」という認識をもつと思考する。ゆえに、このことは生産行動を規定しているというよりは、漁港立地の規定要因として流通者側に強く作動している。

水産都市の卸売市場(産地)で、流通側が用途別仕向け先(生鮮魚出荷需要か加工製造原料需要か)を決定しようとするとき、その水産都市にとっての消費地圏(腐敗特性に拘束された制限時間内に存在する消費地)人口規模は大きな要素として関わってくる。漁獲物は腐敗特性で流通時間を拘束されているため、消費地に近い水産都市は生鮮出荷に特化する可能性を有し、反対に遠隔地にある水産都市は加工製造業集積に特化する可能性が強いことをここでは示すことになる。

[仮説 2 の前提条件]

(h=時間数)

- ・ 漁場での操業開始時間を 0:00、消費地市場 D の必着時間を翌日 02:00 と仮定するなら

$$26h(\text{制限時間数}) - \text{必要時間数} = \text{操業時間数}$$

- ・ 必要時間

$$\text{消費地までの搬送所要時間} + 3h(\text{作業時間}) + \text{漁場からの所要時間}$$

漁港作業時間(販売・積込)3 h とする。

- ・ 仮説 1 の翌日操業は必須とする

- ・ 最高操業時間 12h 最低操業時間 7h

$$12h \geq \text{操業時間} \geq 7h$$

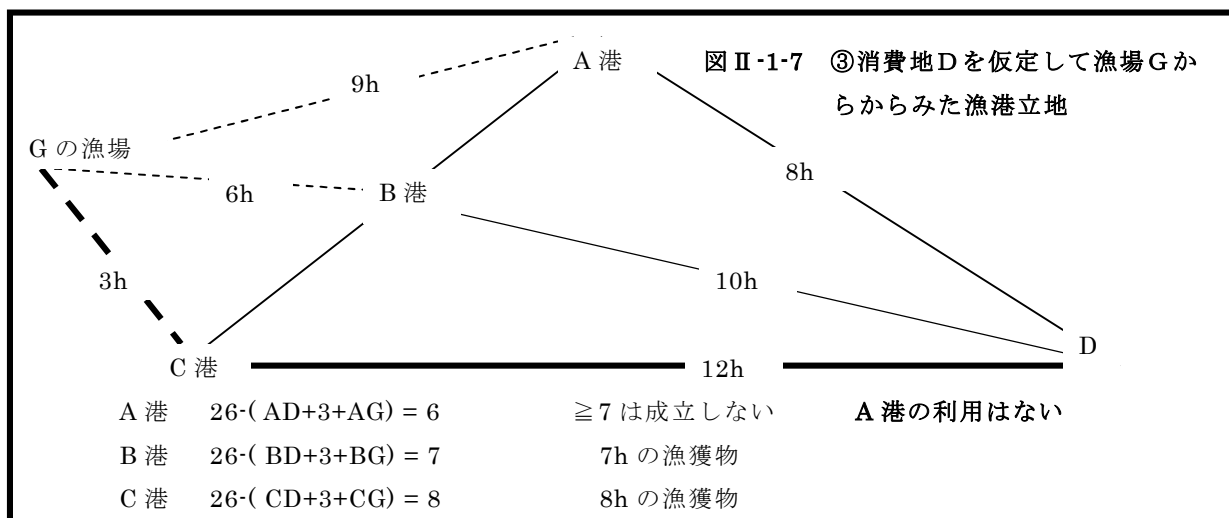
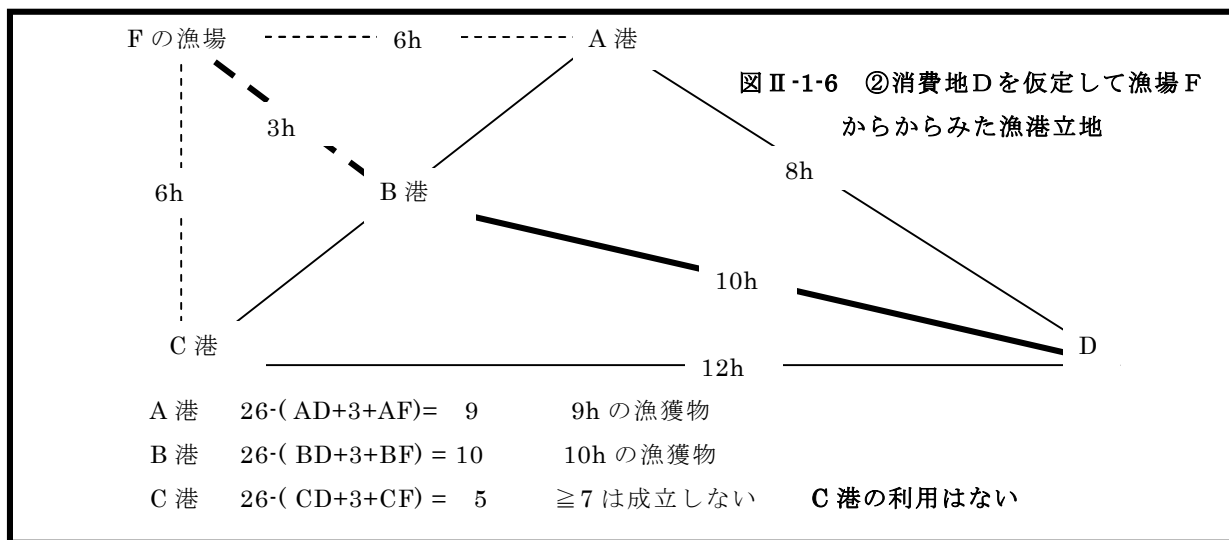
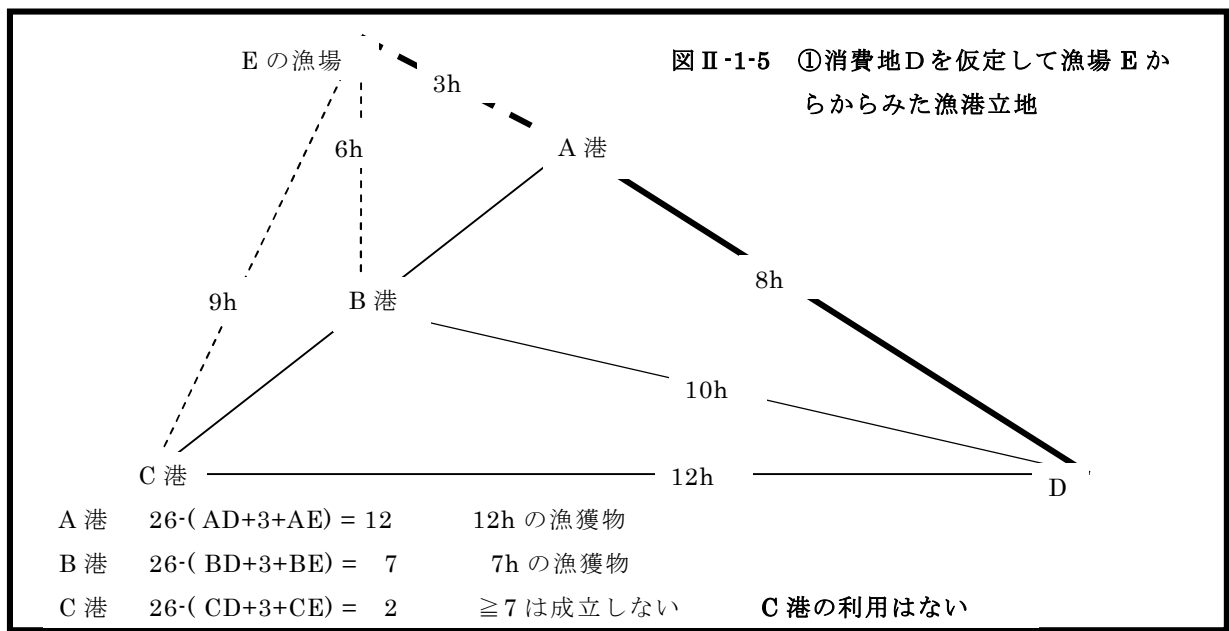


図 II-1-8 ④消費地Dを仮定して漁場E E EとE Eを加えて漁港立地をみる

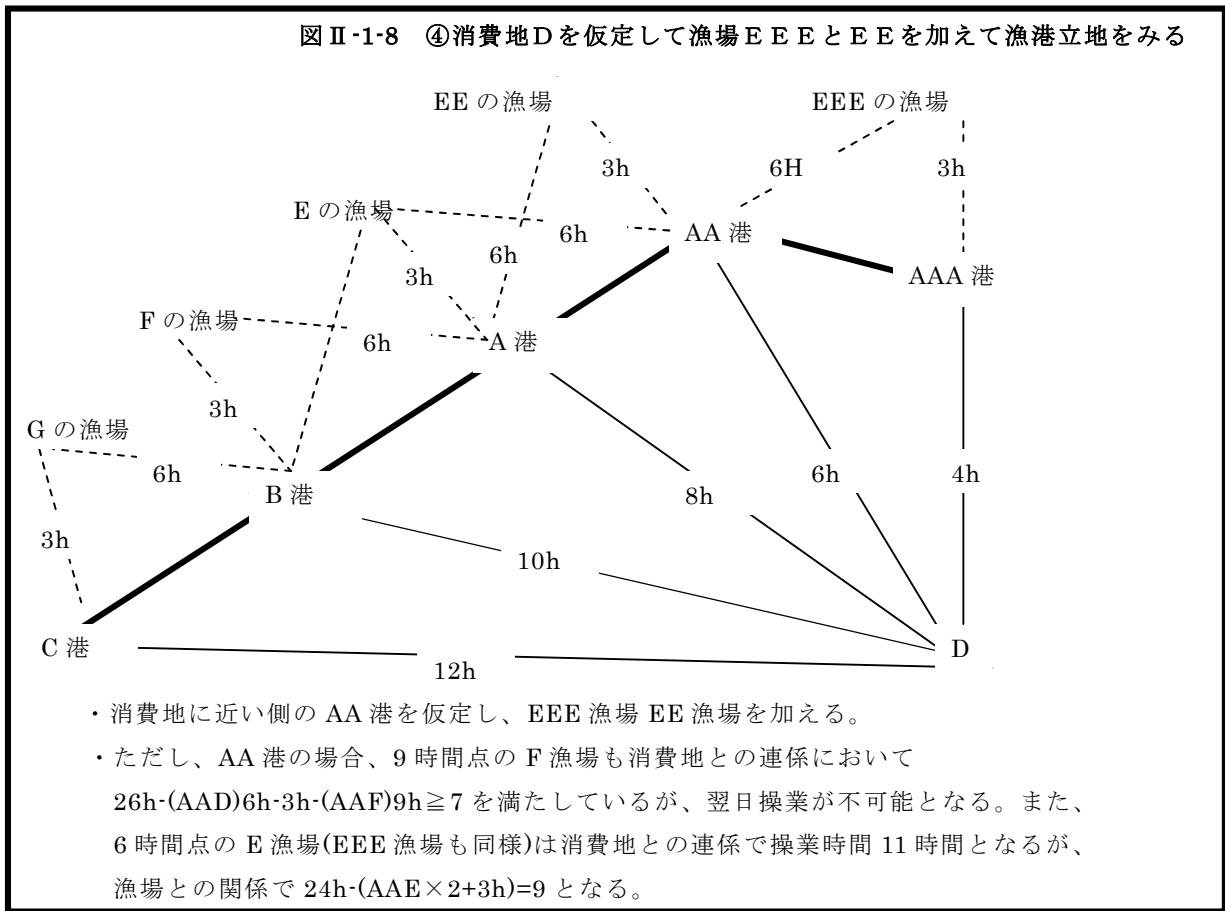
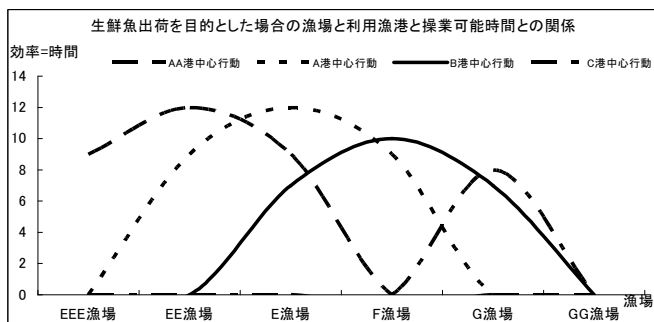


図 II-1-10 生鮮魚出荷を目的とした場合の漁場と漁港と消費地との関係と操業効率(操業可能時間)

	EEE漁場	EE漁場	E漁場	F漁場	G漁場	GG漁場
AA港中心行動	9	12	9	0	0	0
A港中心行動	0	9	12	9	0	0
B港中心行動	0	0	7	10	7	0
C港中心行動	0	0	0	0	8	0



仮説の前提として挙げたが、独占規模にしても中小資本規模にしても、着底魚を漁獲する漁業種の操業海域はほぼ固定的であり、その水揚地の指定が法的に義務付けられている。ゆえに専用利用する漁港は基地化している。また、回遊魚を漁獲する漁業のうち、他地区へ出漁する規模にない小規模漁獲漁業の場合は、魚群の地元海域への回遊を待機する。しかし、中小資本漁業のうちでも回遊魚を対象とする大中規模漁獲漁業の場合、資産の遊休はありえない。ゆえに一定した漁港を常に利用することはなく、季節ごとに移動する漁場形成に応じて最近距離港を利用することで漁獲効果の最大化を目指す。このように魚群移動に関して漁船が移動し、主力水揚地が移動する。都市への生鮮魚供給は生産主体の意図を反応しているのではなく、実際は利用漁港の流通特性に規定されている⁶。

与件<産地漁港は消費地との距離に逆比例して生鮮出荷に特化する可能性が大きい>

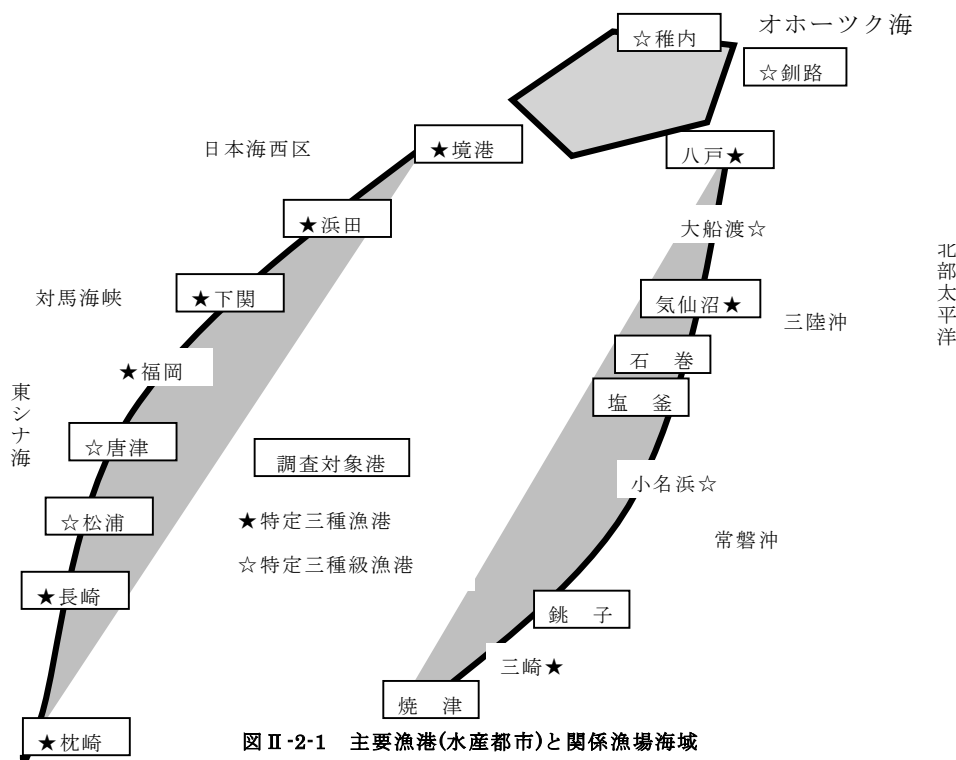


図 II-2-1 主要漁港(水産都市)と関係漁場海域

第 2 節 水産都市漁港の類型化

1) 水揚される魚種からの漁港類型化

50 年代以後、前節において示したような漁業の生産行動は、主として回遊魚の大規模漁場形成高頻度海域である東シナ海や山陰沖、北部太平洋三陸沖から常磐沖などの沿岸地方に拠点漁港の必要性を要請した。そして、大臣許可級漁業漁船に対応する大規模漁港(特定 3 種漁港等)の整備は、国の直轄事業として図 II-2-1 で示したような漁港で具体化した。また漁場形成の密度が高い同一地域に存在する複数の漁港では、競合関係を始点としながらも同色同潤的な歴史的展開をするのではなく、各々の外部要因に規定され、産地機能が独自性をもって細分化・特化していった。(気仙沼・女川・石巻・塩釜のように)

表 II-2-1 彫塑対象とした水揚魚種の生息海域・習性別区分表

漁獲方法	A群魚種		B群魚種		C群魚種	
	底曳業種 (以西・沖合・小型・沿岸底曳業種)		釣り業種 (一本釣り・はえ縄)		網業種 (旋網・刺し網・定置網など) 但:機械釣りスルメイカも含めた	
	カレイ類	キグチ	カツオ	カツオ	サンマ	
	ヒラメ	その他グチ類	マグロ	ソウダカツオ	マアジ	
	タラ	エソ類	メバチ	マグロ	ムロアジ	
	スケトウダラ	エソ類	キハダ	その他のマグロ類	サバ類	
	メヌケ類	ハモ	ピンナガ	マイワシ	ブリ類	
	キチジ	タチウオ	その他のマグロ	カタクチイワシ	サワラ類	
	タコ類	ホウボウ	メカジキ	ウルメイワシ	サメ類	
	ハタハタ	エイ類		イカナゴ	スルメイカ	
	マダイ	サワラ類		ニシン		
	チダイ	エビ類		ホッケ		
	キダイ	イカ類		サケ類		
	イボダイ	ベニズワイガニ		マス類		

但しカツオやマグロ類のように重複する魚種があるが、漁港魚種組成に適用する場合は対象漁港の水揚主体となる漁獲業種にしたがって分類する。

ここでは水揚される素材を用途別に合せるのが水産都市漁港の処理機能であるとして、まず水揚されるであろう<魚>に 3 種の括りをかけ表 II-2-1 で示した。さらに、特定 3 種漁港と 70 年以後に 10 万ト以上の水揚数量が認められた漁港を対象に、さきの 3 種(3 群)の区分での水揚魚種組成⁷を別表 II-2-1 に示した。(調査対象漁港として特

定 3 種漁港のうち首都圏のなかにある神奈川県の中核的な中央卸売市場としての消費地市場要素が併存されている福岡は産地市場性が特殊と判断して除外した) 別表の縦区分の①は漁港の水揚総量、②は調査対象となった魚種の総量、③は A 群魚種 (一部隣接

する他国の EEZ を含む漁獲の着底魚)の集計値、④は B 群魚種 (遠洋域漁獲回遊魚) 集計値、⑤は C 群魚種 (周辺域漁獲回遊魚) 集計値、⑥は生鮮品としての水揚ではない供給調整が可能な船内凍結品の水揚量を示した。

	①水揚総数量	内訳			漁港型式	形成起源
		⑤着底魚種	⑥遠洋域回遊魚種	⑦周辺域回遊魚種		
		A群魚種	B群魚種	C群魚種		
a 稚内	0.547	0.684	—	0.368	A群型	漁村発展型
b 釧路	0.519	0.640	—	0.822	AC群複合型	近代港湾寄寓型
c 八戸	0.368	1.661	0.287	0.596	3群複合型	近代港湾寄寓型
d 気仙沼	0.198	—	0.318	0.370	BC群複合型	漁村発展型
e 石巻	0.355	1.051	0.488	0.655	C群型	漁村発展型
f 塩釜	0.647	1.197	0.294	1.442	A群型	近代港湾寄寓型
g 銚子	0.601	—	0.166	0.669	C群型	漁村発展型
h 焼津	0.096	—	0.118	0.295	B群型	漁村発展型
i 境港	0.439	0.312	—	0.510	C群型	漁村発展型
j 浜田	0.522	0.636	—	0.608	C群型	漁村発展型
k 下関	0.580	0.571	—	1.093	A群型	近代港湾寄寓型
l 唐津	0.353	—	—	0.361	C群型	漁村発展型
m 松浦	0.132	—	—	0.109	C群型	自主形成
n 長崎	0.340	0.560	—	0.324	AC群複合型	近代港湾寄寓型
o 枕崎	0.122	—	0.271	0.212	BC群複合型	漁村発展型

出所:農水省「水産物流通統計年報」各年次版より作成

別表 II-2-1 数値を整理したものが左の表 II-2-2 である。変動係数が高い漁港 (0.5 以上) のうち、g 以外は A 群魚種の水揚全体に対する構成比が高い。これら魚種の漁獲漁場は海域隣接国(ソ連・米国・韓国・中国)の EEZ と強くかかわりをもっていたため、70 年代後半の経済水域確定後に大きな漁獲減の影響を受けた。数値が 0.3 代の c や n の場合も他の漁獲魚種に希釈されているが、A 群

魚種の水揚減が全体減の主因であることにはかわりはない。

反して、B 群魚種に主体を依存してきた d・h・o 各港の係数は低い。地球規模で回遊するものが漁獲対象となっていたため水揚減が具体化してこなかった点と、これら漁場の大半が遠距離に位置し、腐敗特性に関係しない船内凍結品である割合も大きく、漁獲単位も A 群・C 群に比較して小規模であるため、漁港・漁場の位置関係よりも漁港側の物的な受け入れ能力(冷蔵冷凍施設)や加工集積の特化が c・d・h・o の各港に水揚を集約させたものと考えられる。

C 群魚種に関係する各港の係数は、b・g 港の 80 年代後半から 90 年代前半(マイワシ回遊)に顕著であるように、近距離漁場形成の時期に関係して水揚が伸張し、それが沈静化すると下降する。関係する回遊魚群の漁獲規模は大で、波高間隔が長く振幅の大きい鋸状波形を示すため係数は高くなる。

欄	期間	生鮮マアジ			生鮮サバ類			生鮮マイワシ		
		期間漁獲高平均	標準偏差	変動係数	期間漁獲高平均	標準偏差	変動係数	期間漁獲高平均	標準偏差	変動係数
1	71年～80年	86,301	42,348	0.4907	1,026,554	196,874	0.1918	621,428	517,052	0.8320
	81年～90年	116,031	47,559	0.4099	573,790	150,266	0.2619	3,077,954	355,729	0.1156
	91年～99年	203,391	35,094	0.1725	485,255	181,415	0.3739	903,066	807,024	0.8936
	通期	132,891	64,572	0.4859	702,439	296,539	0.4222	1,555,911	1,253,066	0.8054
2	生鮮サンマ			生鮮スルメイカ			生鮮カツオ			
	71年～80年	171,744	83,202	0.4845	79,372	39,744	0.5007	67,926	13,567	0.1997
	81年～90年	220,635	47,114	0.2135	47,002	18,988	0.4040	68,036	21,475	0.3156
	91年～99年	239,369	57,340	0.2395	154,147	51,264	0.3326	93,344	24,789	0.2656
通期	209,590	70,598	0.3368	91,416	58,618	0.6412	75,852	23,471	0.3094	
3	生鮮スケトウダラ			生鮮キワダ			冷凍マグロ			
	71年～80年	1,095,881	314,191	0.2867	25,470	7,158	0.2810	20,728	8,825	0.4258
	81年～90年	668,827	130,257	0.1948	17,281	3,466	0.2006	14,602	6,647	0.4553
	91年～99年	300,903	78,087	0.2595	15,012	1,581	0.1053	3,542	926	0.2614
通期	701,904	381,560	0.5436	19,400	6,543	0.3373	13,282	9,567	0.7203	

出所:農水省「水産物流通統計年報」各年次版より作成

ここでは各魚種のレジームシフト(regime shift)⁸を丹念に分析できないので、代表的な魚種についてのみ経年的な漁獲結果をもとに供給波線の意味をたどってみると、A 群の場合は多品種少量漁獲で構成されており地域的な構成魚種の差異も大きい。主要な魚種としてはヒラメ・カレイ類やタイ類カニ類などが挙げられるが統計数値としては大勢を占めるものはなく、北部太平洋海域の主要漁獲魚種であるスケトウダラのみを記載する。B 群の

魚種としてはマグロ類やカツオ類を代表的なものとし、C群魚種はマアジ・サバ類・マイワシ・サンマをとりあげた。

漁場変化による利用漁港の移動で漁獲最大化を目指す漁業は、表Ⅱ-2-3で示した9魚種のうちスケトウダラ以外を主要な対象魚とする。なかでも漁獲規模が最大であると考えられるのは上欄のC群3魚種であり、これらを漁獲対象とする業種は「1艘まき網」や「巾着網」である。漁獲圧を考慮外にするなら60年（1950年以後では）の55万トが最大漁獲であるマアジの場合、この表の以前である60年代をHIGH（高水準）期と認識せねばならないであろう。サバ類は78年の162万トが最大で、表記の通り70年代をHIGH期と、マイワシは84年の418万トが最大で、80年代をHIGH期と考えるのが妥当であろう。今後の生産船の経営を考慮すれば漁獲圧が強まることは考えがたく、供給波線の振幅形状に大きな変化はないが、数量水準そのものは低位になると予想できる。しかし、総体的な漁業生産を考えた場合、これらが供給中心魚種であることに変わりないと認識する。また、変動係数はやや低く、供給波線の振幅は小刻みなものである中欄のサンマやカツオなども漁場移動性は強い。この2魚種は季節嗜好や地域嗜好が強く、また供給が集約的であるために商品としての安定した訴求力をもっている。

大都市生鮮需要に対してこれらの魚種が中心商材となるならば、二段階制度流通の出荷起点は漁場移動に大きく左右される点を留意しなければならない。すなわち、消費地卸売市場の集荷先は同一魚種について定点的でなく、常に流動的なものになると認識する必要がある。

2)水産都市漁港の用途別配分機能

大規模漁獲漁業の収束する水産都市漁港の水揚は、90年代に入っても漁獲漁業生産の35%前後を収束してきた。それは生鮮魚都市需要だけで日々の入荷量を処理できるような規模ではなく、加工製造機能を集積させる必要があった。水産物は重量減損型原料素材であり局地原料であるから、積み替え地加工の発生は必然性がある。さらにその腐敗特性は処理の迅速性を求められるし、生産予測の不可知性も特殊な技術集積を必要としてきた。このようにして、大規模な原材料の収束が新たな産業を誘引した。表Ⅱ-2-2の左欄では漁港の形成起源と水揚魚種による型式を表示したが、漁村発展型の漁港では規模の経済性や技術集積が水産物加工をそれら地域に集約化させ、DID（Densely Inhabited District）地区を形成し都市化したと云える。また近代都市港湾寄寓型漁港の都市でも、漁港が立地するDID地区の一部に水産物加工集積地区は形成された。本論では、原則としてDID地区に大規模漁港を内包する都市について水産都市と規定する。

日毎の入荷量の変動幅が拡大すればするほど産地側の調整能力が要求され、冷蔵・凍結能力の拡充が必要になった。しかし、水産都市の出荷調整機能や加工集積度と冷凍冷蔵庫幅規模が必ずしも相関関係にあるわけではない。家庭生活に冷蔵庫を必要とするごとく、水産都市でなくても都市規模に応じて商品流通上は必要である。また、漁港機能を内包する多くの都市型大規模港湾は、水産物に拘わらず食料輸入基地に特化しており、保税冷蔵倉庫は必須施設となっている。ほかにも都市に冷蔵倉庫を必要とする産業はさまざま想定されるので、冷蔵庫幅から水産物加工集積の数値をみようとするのには限界がある。

そこで、主要19品目に限定した調査であるが「水産物流通統計年報」にある水産都市

の加工集積数値を採用し、表Ⅱ-2-4を作成した。19品目が14港(下関を除く)の生鮮物水揚分の84%をカバーしており、一応の信頼は可能と考える。95年の①生鮮水揚量と③加工原料利用との相関係数は0.9565であるのに対して④生鮮出荷とは0.6745である。さらに99年になると前者は0.9769であるが後者は0.4160と、水揚量と生鮮出荷利用との相関は希薄化した。つまり、水産都市漁港規模に限定してみるならば、その水揚増減は生鮮出荷利用にではなく加工原料利用が総体的に強く反応している。それは生鮮出荷需要が一定水準であり、加工向け需要が水揚変動の緩衝を行っているといえる。

表Ⅱ-2-4 1995・1999年水産都市漁港の主要19品目利用配分調査

単位=ト

1995年	水揚総数	①生鮮水揚	調査対象				1999年	水揚総数	①生鮮水揚	調査対象							
			②合計 ③+④	構成比 ②/①	③加工原料	構成比 ③/②				④生鮮出荷	構成比 ④/②	②合計 ③+④	構成比 ②/①	③加工原料	構成比 ③/②	④生鮮出荷	構成比 ④/②
稚内	147,384	147,149	137,739	94%	135,272	98%	2,467	2%	稚内	114,807	114,143	110,115	96%	102,612	93%	7,503	7%
釧路	212,673	187,871	157,951	84%	130,379	83%	27,572	17%	釧路	214,540	192,005	177,295	92%	158,532	89%	18,763	11%
八戸	259,223	114,299	109,258	96%	93,445	86%	15,813	14%	八戸	222,504	77,681	73,843	95%	48,691	66%	25,152	34%
気仙沼	122,062	116,943	100,228	86%	65,736	66%	34,492	34%	気仙沼	110,279	93,629	80,674	86%	48,119	60%	32,555	40%
石巻	96,815	86,969	58,220	67%	42,407	73%	15,813	27%	石巻	127,125	111,071	77,501	70%	54,525	70%	22,976	30%
塩釜	22,003	18,759	15,644	83%	3,214	21%	12,430	79%	塩釜	21,113	19,044	17,489	92%	6,115	35%	11,374	65%
銚子	183,938	183,682	125,056	68%	107,142	86%	17,914	14%	銚子	221,745	221,613	195,378	88%	181,388	93%	13,990	7%
焼津	223,910	28,764	26,766	93%	21,227	79%	5,539	21%	焼津	244,240	28,183	26,670	95%	19,264	72%	7,406	28%
境港	293,879	292,765	270,832	93%	235,293	87%	35,539	13%	境港	163,039	161,691	146,496	91%	118,763	81%	27,733	19%
浜田	75,440	75,342	68,129	90%	62,387	92%	5,742	8%	浜田	39,638	39,554	33,803	85%	28,706	85%	5,097	15%
唐津	63,037	62,703	55,940	89%	47,115	84%	8,825	16%	唐津	40,563	40,338	36,537	91%	24,675	68%	11,862	32%
松浦	115,995	115,988	101,030	87%	88,590	88%	12,440	12%	松浦	90,308	90,305	80,865	90%	60,452	75%	20,413	25%
長崎	98,343	97,940	53,609	55%	35,472	66%	18,137	34%	長崎	55,811	55,416	39,761	72%	27,072	68%	12,689	32%
枕崎	85,257	48,883	38,862	80%	35,060	90%	3,802	10%	枕崎	79,699	44,718	29,730	66%	25,448	86%	4,282	14%
合計	1,999,959	1,578,057	1,319,264	84%	1,102,739	84%	216,525	16%	合計	1,745,411	1,289,391	1,126,157	87%	904,362	80%	221,795	20%

出所:農水省「水産物流通統計年報」各年次版より作成

注:下関は調査対象合計値が生鮮水揚量の50%を満たしていないので除外

第3節 中小資本漁業生産物と都市需要

1)10 都市中央卸売市場生鮮品に占める中小資本漁業生産物の商品シェア

表Ⅱ-3-1(1)「水産物流通統計年報」消費地10大都市中央卸売市場生鮮品統計数値から福岡市場の産地的性格数値を減じた消費地市場の推定数値(1999年時点)

生鮮品卸売量	札幌	仙台	東京	横浜	名古屋	京都	大阪	神戸	広島	福岡	10都市 統計値合計
数量(ト)	54,699	49,513	266,533	63,925	111,512	38,123	127,683	33,990	31,019	154,211	931,208
平均価格	889	775	975	753	793	991	917	945	876	463	826
推定金額(千円)	48,627,411	38,372,575	259,869,675	48,135,525	88,429,016	37,779,893	117,085,311	32,120,550	27,172,644	71,399,693	768,992,293

平成11年「水産物流通統計年報」農林水産省統計情報部

注:生鮮水産物販売量には養殖物も含まれている

表Ⅱ-3-1(2)

生鮮品卸売量	福岡市 生鮮水産物	産地福岡 推定値	消費地福岡 推定値
数量(ト)	154,211	114,216	39,995
平均価格	463	330	843
推定金額(千円)	71,399,693	37,691,280	33,708,413

平成11年「水産物流通統計年報」農林水産省統計情報部・福岡市「統計書」・平成11年福岡市中央卸売市場統計年報

表Ⅱ-3-1(3)

生鮮品卸売量	①	②	③	④=①-②
	10都市 統計値合計	産地福岡 推定値	消費地福岡 推定値	10都市 修正値合計
数量(ト)	931,208	114,216	39,995	816,992
平均価格	826	330	843	898
推定金額(千円)	768,992,293	37,691,280	33,708,413	731,301,013

出所:併記した資料をもとに推定算出した

表Ⅱ-3-1(1)水産物流通統計年報の「10大都市中央卸売市場・生鮮品卸売」の数値では、福岡市場の数値に産地漁港市場的要素が含まれているので都市需要の実態数値として使用できない。(当該表では、福岡市場の取扱規模は消費圏人口規模を大きく逸脱した15万トであるし、取扱平均単価も各市場の水準とは明らかに異質な数値を示している)ここでは福岡市場の消費地的要素のみを抽出し全体を再編成しなければならない。漁港別生産統計では福岡漁港分が4.4万トの統計数値であるが、福岡の産地市場としての性格は産地

市場を開設していない離島生産物の集約市場の意味合いが強く、漁船から直接的な水揚げよりも移送物が多い。福岡県内の沿岸漁獲物をはじめ対馬・壱岐・五島からの系統出荷物を主体として、消費地・産地市場的な性格が複合的に重なり合い機能している。ゆえに、表Ⅱ-3-1で生鮮品全体から福岡市中央卸売市場が地元消費としている数量数値を減算して産地市場分を特定した。また産地要素価格を水産物流通統計の福岡漁港平均値に求め330円として、産地要素水揚げ金額を推定した。10大都市中央卸売市場の福岡市場生鮮品卸売金額は元の数値から産地要素数値を減じ、消費地的要素値として表Ⅱ-3-2のごとく修正をおこなった。

表Ⅱ-3-2 「水産物流通統計年報」消費地10大都市中央卸売市場生鮮品統計修正数値(1999年時点)

生鮮品卸売量	札幌	仙台	東京	横浜	名古屋	京都	大阪	神戸	広島	福岡	10都市 統計値合計
数量(ト)	54,699	49,513	266,533	63,925	111,512	38,123	127,683	33,990	31,019	39,995	816,992
平均価格	889	775	975	753	793	991	917	945	876	843	895
推定金額(千円)	48,627,411	38,372,575	259,869,675	48,135,525	88,429,016	37,779,893	117,085,311	32,120,550	27,172,644	33,708,413	731,301,013
平成11年「水産物流通統計年報」農林水産省統計情報部											修正値

注:ここでの生鮮水産物販売量には養殖物も含まれている

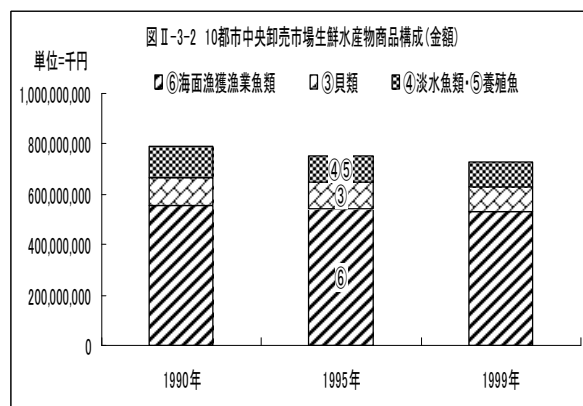
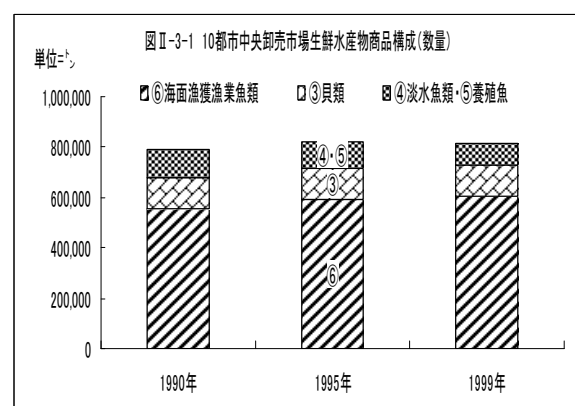
1999年の海面漁獲漁業の総生産量は524万ト、うち14漁港の水揚げ分は175万ト(総生産の33%)である。この調査から除外した特定3種漁港の下関(2.2万ト)、福岡(11.4万ト)、三崎(4.0万ト)を加えると193万ト(総生産比37%)である。99年14漁港分の水揚げのうち用途別仕向け先として生鮮食用に向かったものは22.2万トと計測されている。それに用途不明分の2割(用途先判明分の割合が加工8に対し生鮮食用2と推定するならば)が生鮮食対象に向かったと推定すると、その合算値は25.4万トとなる。さらに、除外した3港の分を追加して水産都市漁港からの生鮮食用向けの推定出荷量は約31万トとなる。

表Ⅱ-3-3 10都市中央卸売市場に流入する海面漁獲漁業魚類生産物の推定卸売量・金額

年次	①生鮮品(福岡分修正値)			②控除品目③+④+⑤			③貝類			④淡水魚類			⑤養殖魚			⑥海面漁獲漁業魚類分①-②		
	数量(ト)	平均(円)	推定金額(千円)	数量(ト)	平均(円)	推定金額(千円)	数量(ト)	平均(円)	推定金額(千円)	数量(ト)	平均(円)	推定金額(千円)	数量(ト)	平均(円)	推定金額(千円)	数量(ト)	平均(円)	推定金額(千円)
78	766,780	672	515,585,560	156,896	868	136,144,925	101,687	708	71,994,396	9,682	1,458	14,116,356	45,527	1,099	50,034,173	609,884	622	379,440,635
80	784,498	746	584,956,858	180,623	863	155,880,359	109,919	729	80,130,951	12,268	1,316	16,144,688	58,436	1,020	59,604,720	603,875	711	429,076,499
85	820,628	801	657,248,709	222,120	828	183,908,580	137,060	662	90,733,720	17,124	1,339	22,929,036	67,936	1,034	70,245,824	598,508	791	473,340,129
90	792,535	995	788,541,571	236,673	989	234,032,368	124,139	921	114,332,019	16,644	1,221	20,322,324	95,890	1,036	99,378,025	555,862	998	554,509,203
95	821,393	918	753,630,773	226,157	932	210,695,359	118,668	862	102,291,816	12,228	1,542	18,855,576	95,261	940	89,547,967	595,236	912	542,935,414
99	816,992	899	731,301,013	209,791	950	199,400,048	120,717	817	98,625,789	9,838	1,427	14,038,826	79,236	1,095	86,735,433	607,201	876	531,900,965

出所:農水省水産物流通統計年報より作成

注:⑥海面漁獲漁業は零細規模漁業魚類漁獲を含む



一方、同年の10大都市消費地卸売市場の生鮮水産物入荷量は93万トンであるが、10大都市に流入している生鮮水産物のなかから

中小資本漁業の漁獲生鮮水産物を特定するためには、養殖魚類分や淡水魚類分に加えて、明らかに沿岸業種漁獲物であり養殖業の生産物が含まれている貝類も除外して算定する必要がある。その結果として表Ⅱ-3-3のごとく、60.7万トンの海面漁獲魚類生産物が10大都市市場に生鮮品として流入していると考えられる。さらには都市周辺の沿岸漁業分と産地市場を開設していない条件不利地からの系統出荷のものをのぞかれなければならないし、近年隆盛となっている空輸生鮮品（マグロ類やカニ類）ものぞく必要がある。しかし、特定すべき数値が得られないので摘出した中小資本漁業海面漁獲魚類数値には以上のような要素も若干含まれていることを認識するにとどめざるを得ない。

2)二段階制度流通の流通起点となる漁港

東京湾内で操業する漁業者が築地市場に接岸し消費地卸売市場を直接利用する場合は一段階制度流通である。ある程度の生産規模がありながらも長崎県対馬のように産地市場が開設されていない地域の場合は、系統組織による共同出荷が行われる。その場合も消費地に直接向けられるとすれば、青果物の流通経路と同様の一段階制度流通の利用ということになる。このように消費地卸売市場に流入している海面漁獲魚類のすべてが産地卸売市場を経由した二段階制度流通のものではない。

消費地中央卸売市場が対象とする消費人口は、もともと開設自治体の構成員数が原則であり直接的な運営財源は開設自治体が負担している。しかし、現実として大都市市場の商圈は広域化の方向にあり、隣接する自治体卸売市場とのパワーバランスもあって、その商圈人口推定に一定の基準値を探り出すのは困難である。(仙台市卸売市場などは特に広域な周辺市場圏を有していると評価されている)「家計調査年報」の人口5万人以上都市の1人当たり生鮮魚介類の全国年間消費数値(99年)は13.2kgとなっているが、調査対象となる消費者側の測定値が、可食部位のみのものを主体としているに対して、供給側の市場統計測定値は丸体(調理処理前の原形状態)である。この廃棄部分を見込んだ格差を30%程度と見込むなら1人当たりの換算した丸体(原形)での消費を17kg前後と推定でき、さらに、外食・給食産業は家計調査で別項目となっているので、そこでの生鮮魚利用も加味するならば、生鮮魚介類消費は19kg前後を想定する必要がある。

表Ⅱ-3-4「水産物流統計年報」にある消費地10大都市中央卸売市場が供給役目を担う実質的な消費人口(1995年時点)

採用基準	札幌	仙台	東京	横浜	名古屋	京都	大阪	神戸	広島	福岡・修正値	合計
	SMEA	SMEA	区部人口	市部人口	SMEA	SMEA	府部人口	SMEA	SMEA	SMEA	①を除く集計
推定対象人口(千人)	2,150.0	1,485.1	11,773.6	3,307.1	5,045.6	2,490.8	8,977.0	2,121.3	1,527.2	2,219.6	41,097.3
生鮮品水産物販売量1人当たりの年間販売量(kg)	54,699.0	49,513.0	266,533.0	63,925.0	111,512.0	38,123.0	127,683.0	33,990.0	31,019.0	39,995.0	816,992.0
	25.4	33.3	22.6	19.3	22.1	15.3	14.2	16.0	20.3	18.0	19.9

注:首都圏については、水産物中央卸売市場の商圈が各自治体範囲にあるとして、行政区分による人口を消費人口とした。

注:水産物販売量には養殖物も含まれている

Ⅱ-3-4でSMEA(Standard Metropolitan Employment Area=標準大都市雇用圏)人口¹⁰を基準に商圈人口(中央卸売市場設置が濃密な地帯である首都圏と大阪を除いて)とした数値で卸売市場取扱量を除し1人当たりの消費量を算出した。市場圏が広域であると評価されている札幌・仙台をのぞいては、ほぼ妥当な数値であろう。これら市場の対象人口を約4,000万人強と想定するならば、粗い計算であるが自立集荷が可能な中央卸売市場開設都市の生活者をおおよそ8,000万人弱¹¹と仮定して、10大都市の入荷量(99年81.7万トンのほぼ倍の160万トン近い数値を生鮮水産物都市供給量と想定する必要がある。そして、こ

のなかから養殖魚・淡水魚と貝類の数量(10都市分 20.9万トンの倍数の40万トン強)を減じた120万トンから、さらに零細規模漁業の都市周辺部生産や一段階制度流通利用の推定直行分をのぞいた100万トン強の供給量が、都市需要に流入している中小資本漁業海面魚類漁獲物と数量推定できる。概観ではあるが本論の対象とする中小資本漁業の二段階制度流通利用の対象領域もここにあると特定できる。

2000年の数値であるが、中小資本漁業の総生産量は表I-2-3で示した305万トンである。上層の大規模漁獲漁業分は135万トンで、大半が15漁港クラス(15漁港と福岡・三崎)の水産都市級大規模漁港に入荷されているものと考えられる。中規模漁獲漁業の116万トンと小規模漁獲漁業分の50万トンは、99年の統計数値であるが大規模漁港を除く年間3,000トン以上水揚港77港を大半が利用しているものと推定される。その77港の総水揚量は表II-3-5に示した129万トンであり、大半が産地卸売市場を開設して生鮮用途・加工用途の利用配分が決定され、二段階制度流通の起点となっている。

表II-3-5 中小規模漁港(15漁港と福岡三崎を除いた99年度3000トン以上水揚漁港)階層表

7万トン以上	5万トン以上 7万トン未満	4万トン以上 5万トン未満	3万トン以上 4万トン未満	2万トン以上 3万トン未満	1万トン以上 2万トン未満	8千トン以上 1万トン未満	5千トン以上 8千トン未満	3千トン以上 5千トン未満	合計
2港	2港	6港	4港	4港	20港	8港	12港	19港	77港

出所:農水省「水産物流通統計年報」平成11年版より作成

表I-2-3では、大規模漁獲漁業の生産物販売キロ当たり単価が134円であるのに対し、中小・小と漁獲規模が小型化するに従って241円・293円と上昇し、零細規模漁家のものは340円となることが示されている。このように中小規模漁獲漁業の生産行動は、大規模漁獲より価格指向が強く鮮度保持技術やある程度の選択漁獲を行っているので、生鮮食用に向かう比率は大規模漁獲のものに比較してかなり高い頻度と想定できる。このように二段階制度流通の主とした出荷起点は、さきの水産都市17漁港に加えて、中小資本・中小規模漁獲業種が主として利用している中規模漁港77港を合算した94漁港であると推定できる。

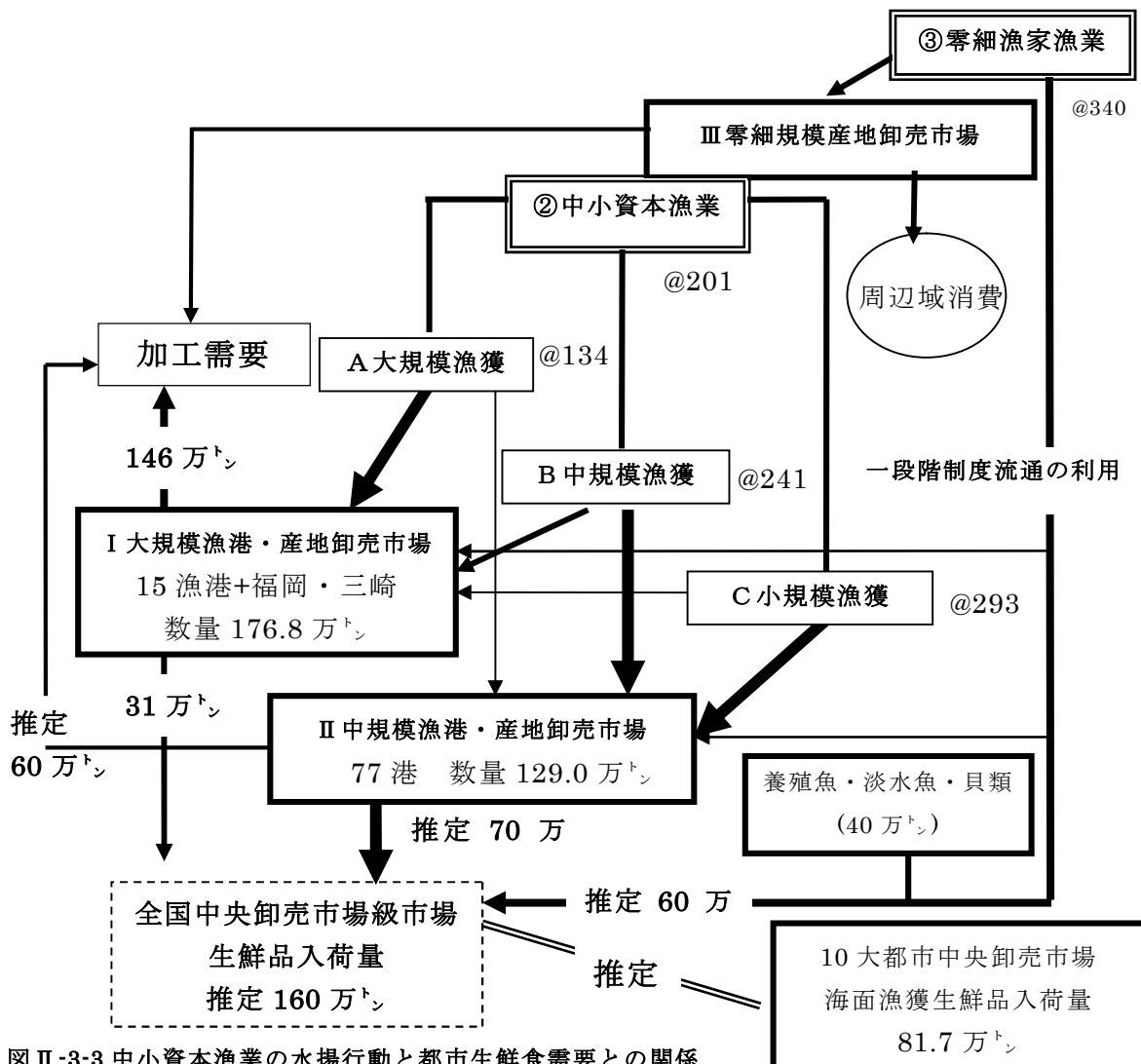


図 II-3-3 中小資本漁業の水揚行動と都市生鮮食需要との関係

出所:農水省「水産物流通統計年報」「漁業養殖業生産統計年報」より作成

注:数値は@価格(2000年)以外は1999年

1 参照)第2章第2節2)に本論としての「水産都市」規定を論述している。

2 中小資本規模すなわち家族以外の他人を雇用する規模の非生業的漁業であっても、小規模漁獲業種の場合は地元帰属漁港から離れて他港を基地化することは基本的にない。富山湾大型定置網のような業種もあるが、底曳業種をのぞいて特定の漁港を基地化しているのは、相対的に零細規模漁業に近い小規模漁獲のものである。

3 但し、操業サイクルとしての近距離効率は操業期間に比例する。例えとして、1日操業の方が、6日操業に比して帰港回数が多いわけであるから、より近距離効率は直接的で近距離指向すると云える。

4 新川は当時の近代漁港建設について「各経営の操業範囲と規模を拡大させた上で漁獲物が自然にどこに集中する傾向があるのかを見極め、中核となるべき陸揚げ港が自然に形成されるのを俟ち、ここを漁港とするのが自然的方法である。これに反して操業および漁獲物の流れに関係なく政治的に近代的中核漁港が建設できると考えるならば、それは経済の論理に反することになるであろう。……もし政策的にどこかに決定されるとしても、経済論理に拠る生産物および資材の流れはかならずしもその決定に従うことにはならない」と述べ[新川,68:221-222]、操業効率において生産側が自然的に立地選定することの優位性を示している。

⁵ ここでの与件について、富田が紹介しているチューネンの基本理論「農産物の市場への輸送費の大小からチューネン圏が形成されるのではなく、農業集落と農地の間における農民や農業に必要な財(肥料、農機具)などの空間移動に要する時間・費用・労力の大小によって形成される。つまり、合理的な行動としては、これらをできるだけ最小化しようとするのである。行動原理は最小努力の原則 (Principle of least effort) といい、農業以外のさまざまな分野においてみられる」[富田,99:12]は漁業の漁港利用に代置できる。

⁶ この内容の例示として、本論第5・第6章で検証対象としている9月期のスルメイカを適応し注釈する。3月期に九州沖、5月期能登沖、6月期に山形沖から津軽海峡西口へ、その後、北海道周辺海域に拡散し、9月期には津軽海峡東口や羅臼沖など北部太平洋にとスルメイカの漁場は、列島を北上するように形成される。この時期には北海道内中小産地漁港での水揚量が圧倒的に多いにもかかわらず、大都市消費地卸売市場への出荷量は低位である。それは北海道が関西・関東の消費地に対して2日到着圏となり、消費地での鮮度視覚評価が容易なスルメイカの価格評価は極めて低位で、連動して産地での生鮮出荷価格評価も加工用途向けと差異がみられなくなる。さらに、競合する青森県下水場のもので翌日到着圏であり、消費地に相場されると商品評価のみではなく時間差を利した需給予測も青森側に優位作動する。これらを理由として、関東・中部・関西圏の消費地市場へ北海道各港からの生鮮出荷が困難化している。出荷競合関係にある産地を想定する場合、魚種・入荷規模・漁獲業種ごとに異なるが、一般的には出荷対象地との距離関係において優劣が決する。

⁷ 本論では、中小資本漁業の漁獲対象となる水産動物類(エビ類・タコ類・イカ類など魚類以外のもの)は、多獲性があり流通単位を満たしているものとして扱う。ゆえに、商品分類を簡潔にするために貝類以外の生鮮食対象の動物類は魚類に含めて展開する。ゆえに、漁獲魚種では、魚類と水産動物類とが同一の括りとなる。

⁸ Regime shift とは気候と海洋生態系の変動からおこる水産資源の構造転換を概念化したもの。

⁹ 産地市場性がないと考えられる冷凍品や水産加工品を除いた福岡市場の生鮮水産物入荷量は15.4万トである。14.7万ト(0.7万トは養殖である)のうち消費地機能分と推定した4.4万ト分を除くと10.3万ト分が産地機能による集荷分と推定できる。

¹⁰ ここでSMEA(Standard Metropolitan Employment Area)数値は、金本良嗣・徳岡一幸が東京大学空間情報科学研究センター「都市システム」研究プロジェクトの一環として2001年に発表した『日本都市圏設定基準』のホームページのなかから採用した。

¹¹ 1995年国勢調査(総務庁統計局)では、大都市圏(東京特別区部及び政令指定都市)人口合計が75,073千人であり、都市圏(大都市圏に属さない人口50万人以上の市)人口合計は5,320千人である。中小資本漁業漁獲物である魚類生鮮水産物は、零細規模漁業漁獲物の貝類や魚類以外のカニ・えび類等に比較して鮮度維持が難しく価格も相対的には安価であるため、産地から出荷するについては取引単位についてよい制約がかかる。ゆえに、他消費地市場からの転送物でなく、独自で集荷量を維持できる都市規模は大都市圏・都市圏の両者規模と想定している。直接的な二段階制度流通の対象となる消費地市場人口は両者合計80,393千人の8,000万人弱と仮定して論を進める。

[第2章での参考文献]

荒木一規 2004「農業産地論」杉浦芳夫編『空間の経済地理』朝倉書店 pp.1-23.

上野康弘・熊沢泰生 2005.「多獲性浮魚資源を対象にした大規模漁業の構想」青木一郎他編『レジャーシフトと水産資源管理』恒星社厚生閣 pp.103-118.

国松久弥 1969『都市経済地理学』古今書院

新川傳助 1968『水産経済研究』恒星社厚生閣

富田和暁 1999『地域と産業—経済地理学の基礎—』大明堂

中井 昭 1982「漁業企業論」大海原 宏 他編『現代水産経済論』北斗書房 pp.165-189.

西岡久雄 1976『経済地理分析』大明堂

八木庸夫 1988「高度経済成長後の漁業経済環境の変化」西日本漁業経済学会編『転機に立つ日本水産業』九州大学出版会 pp.400-422.

August Lösch 1962.「Die räumliche Ordnung der Wirtschaft」.レッシュ、篠原泰三訳 1968.『レッシュ経済立地論』大明堂

第3章 水産物産地卸売市場とその用途別配分機能

—生鮮食用需要への配分機能—

2000年時点、わが国の海面漁獲漁業生産は502万トンである。うち主力となる中小資本漁業の生産は306万トンで、年間3000トン以上の水揚量が確認される漁港94港の水揚総量は306万トンであるから、大半はこれら漁港に収束され、うち100万トン強のものが都市需要として消費地卸売市場に供給されていると第2章で論述した。

第2章での述べた都市需要の流通単位を確保できる規模の漁港では、産地卸売市場が開設され、基本的に売り手にも買い手にも偏向することのない手数料商人である卸売人が、多様な用途別利用を意図するその場の買受人（川下側流通者）を対象に、公開された価格競争を主宰している。このような産地卸売市場生成の必然性は、需要者側に供給の規模と内容を現物でしか約束できない漁獲水産物の商品特性に由来している¹。この市場を構成している川下側に向かう経済主体、すなわち買受人の行動は、当然、上場される商品の内容や規模に、また漁港個々の地理的諸条件にも大きく規定されている。価格競争の集約市場である産地卸売市場の買受人は、予見できない供給状況に柔軟に適合する技量競合を、競争他者との価格競争に代置しているといえる。そして、これら構成員の中には、本論の主役となる二段階制度流通の直接的な従事者、都市生鮮出荷を業務とする産地買受人も含まれている。

日々の漁業生産は不安定であるが、都市生活者は生鮮水産物の安定供給を欲している。この需給の不一致を可能な限り克服する仕組みとして、二段階にわたる卸売市場流通機構は今日まで機能してきた。しかし、これら水産物流通機構の先行研究を検証するも、産地卸売市場を構成する経済主体の分析は、商業者の情報秘匿性と地域的差異性の多重な交錯に原因して、不十分な開示段階にあると認識される²。第3章では、産地卸売市場での商業行動のうち、個別的・特殊的と考えられるものについて可能なかぎりの捨象を行い、生鮮水産物の流通起点を構成している経済主体の商品獲得行動を整理する。具体的には、産地卸売市場に水揚される漁獲物に対して、用途別利用目的のことなる買受人相互が、いかなる行動原理で価格競争に参加し、利用配分が決定されて行くのかを仮説的な形で推論する。そして、そこから都市需要に向かう出荷者の生鮮水産物獲得行動、すなわち生鮮出荷行動の習性を明らかにする。

第1節 水産物流通機構に関する先行研究

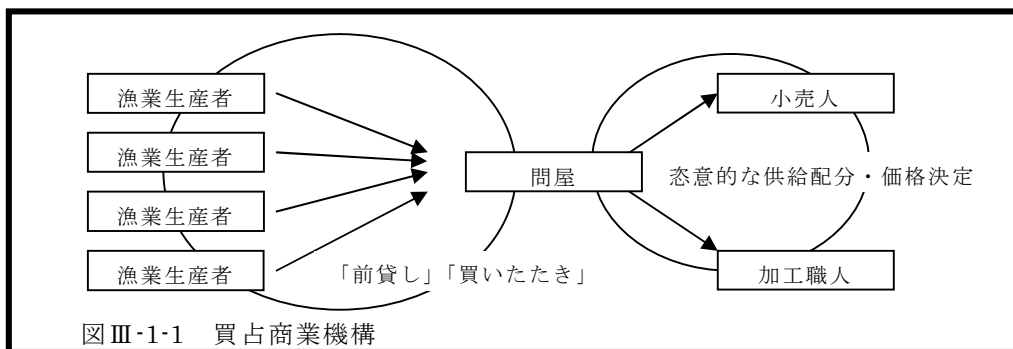
1)水産物流通機構の「史的段階論的考察」

大戦後、活発化した水産物流通機構に関する研究は、3つの大きな系譜に大別できる。最初にとりあげる「史的段階論的考察」は、60年代後半、長谷川彰などを中心としたグループによってすすめられた。その展開手法は、漁業生産資本と前期的商業資本の対立構図を示しつつ、段階的な漁業資本の資本主義発達が流通組織を徐々に近代化へ浄化させていくというものであった。しかし、この展開の背景には、戦後の食料難と急激な漁業拡大機運の存在を否定できないし「生産が消費を主導する」という戦後レジームの生産優先理念を無批判に許容していた部分も認められる。「偏向した時代性力論」との批判や「第4段階（当時からするならば未来的な段階）考察への非蓋然性」はあるが、それでも、それま

での水産物流通機構の史的展開を総括したという意義は小さくない。

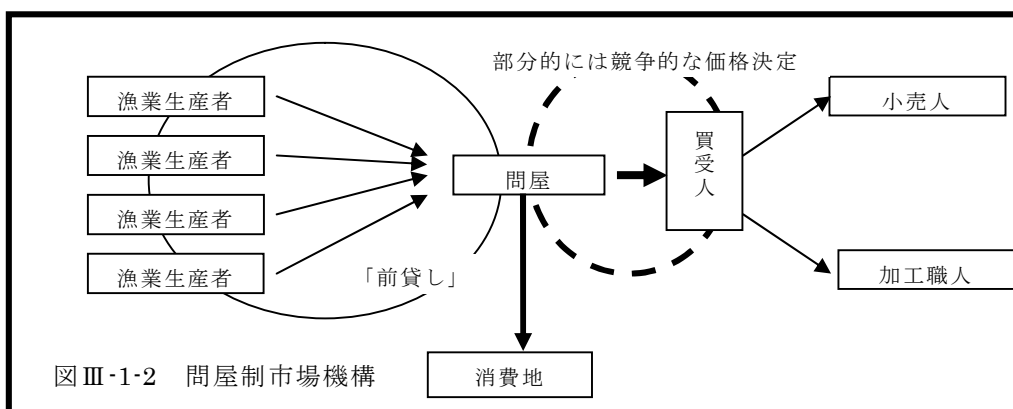
1-1)第 1 段階・買占商業機構

未発達な藩政時代の流通形態として、前期的な買占商人は「仕込み・前貸し」という経済的緊縛を用いて、「買ったたき」などの非経済的行為で零細な漁業生産の生産物を独占的に買い占め、狭い範囲の商圈に流通させていたと、この買占流通機構は示された。明治・大正期の漁業発達で大きく後退したが、辺境な漁村では戦前まで残存していたと言及している。



1-2)第 2 段階・問屋制市場機構

明治末期から昭和初期にかけての「動力船漁業の発達」が生産を拡大させた。この量的拡大によって前期的商人は「中核的な問屋」と「末端流通の窓口となる買受人（仲買人）問屋」とに機能分化がすすみ、前者は買受人（仲買人）相互の価格競争を主宰する部分的な卸売市場（問屋制市場機構）卸売人に進化した。この段階でも問屋は対漁業者に「仕込み・前貸し」などを行い、資本投下に絡んで集荷を独占支配しようとする前期性が基本的に残っていたとしている。また、卸売人(中核的な問屋)は川下側流通者・買受人に対しても支配的で、価格競争の主宰者としての手数料商人的行為と前期的問屋的商行為(売買差益行為)を恣意的に使い分けていた。しかし、漁業規模の拡大や卸売市場間の競争促進によって、問屋のギルド的の前期的制約は次第に希釈され、初期的で未完成な卸売市場が段階的には集約化・近代化の方向を示しつつ進行したと指摘している。



一方、工業化・都市化進展によって消費地流通が拡大したこの時期、1923年3月に中央卸売市場法(旧法)は施行となった。それは自然発生的に分散立地していた都市鮮魚問屋

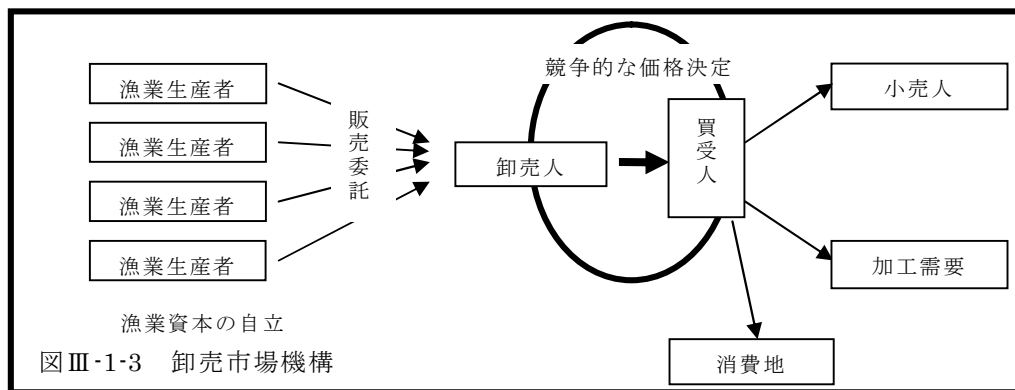
を集約し、安定供給をめざして近代的な卸売市場を開設、専横する前期的問屋を手数料商人「卸売人」へ機能圧縮しようとする国家権力による整理事業であった。ここでの史的段階論的考察では、「漁業者と商業者」「産業資本と商業資本」の対立軸で産地流通を展開することを主眼としていたため、消費地都市住民と商業者、消費者と商業者との関係にほとんど触れられなかった。そして、本論の主要部分(産地出荷者と消費地集荷者の関係)についても具体的な論及はなかった。

1-3)第3段階・卸売市場機構

近代的な卸売市場の取引形態は「生産者（出荷者）から「委託」を受けた商品を卸売人が買受人相互間で価格競争させる」これを基本とした。このことは、さきの問屋制卸売市場の中枢に位置していた前期的商業資本の恣意的な売買差益的行為を封印し、その収入を販売手数料に限定、「売買委託資本」に完全変化させることを意図するものであった。

「史的段階論考察」の主張するこのような卸売市場整備への道筋は、食料産業としての順調な事業展開が漁業の資本主義の発達を促し、前期的商業資本との関係を段階的に消滅させるとするものであった³。彼らは「だからと言って不等価交換的取引がこの機構のもとでは全く姿を消すということではない。特に、水産物商品は一般に品質が変化しやすく客観的な品質評価をしにくい商品特性をもっているから、それを利用しての欺瞞的買い付けが魚商によって行われる余地が、他の規格的商品とは比べられないほど多く残っている」と[長谷川彰,79:100]、さらなる次段階への進展要因を主張しているが、ここにいたる論理が公開的・競争的な価格競争の意義について十分に触れられておらず「近代的卸売市場への機能限界主張が潜在的な商人性悪説から発せられている」という一般的な批判も当然といえる。前期的商業資本排除の論理を梃子とし、統制経済解除後に民主化された漁協の共販運動などと相乗、外延的拡大時の漁業資本発達が産地側の卸売市場整備を進行させたという面も否定は出来ない⁴。しかし、もつとも強く水産物流通機構改革を作動させたのは国家権力で、混沌とした時代背景にあって、旧体制に対する上からの改革が「卸売市場制度」の整備であったことを、この「史的段階論的考察」は意識していなかった⁵。

そして、ある面で資本主義的な自由競争経済の否定である卸売市場制度機構の整備は、商品科目の構成が多種にわたる消費地市場で、産地ほど急速展開しなかった。とくに地方都市消費地においては、分散立地していた前期的問屋の伝統を受け継ぐ「卸売人」が集約され、市場整備の完結がみられるのは「72年の市場法施行」（この新法は市場規模に応じた「中央卸売市場」「地方卸売市場」の2つで構成されている）後となる。



1-4)第 4 段階・直送直販流通機構

「卸売市場制度」流通は漁業生産にとって流通機構の理想的終点をなすものでなく、歴史的過渡期的なものにすぎず、漁業発展（中小資本漁業の拡大基調）の延長線上には、さらに高度化した直送・直販流通機構段階があると、「史的段階論考察」は主張した。産業資本の拡大機運が流通を主導するという生産優位の理念に支配されていたし、60年代当時のセンセーショナルな流通提言でもあった「流通革命」⁶の論拠である段階簡素化論に触発されていた面や、大戦後の雰囲気先行の民主化が、自由な対論の展開としての中間商業資本の有効性議論を萎縮させていた、という背景も否定できない⁷。

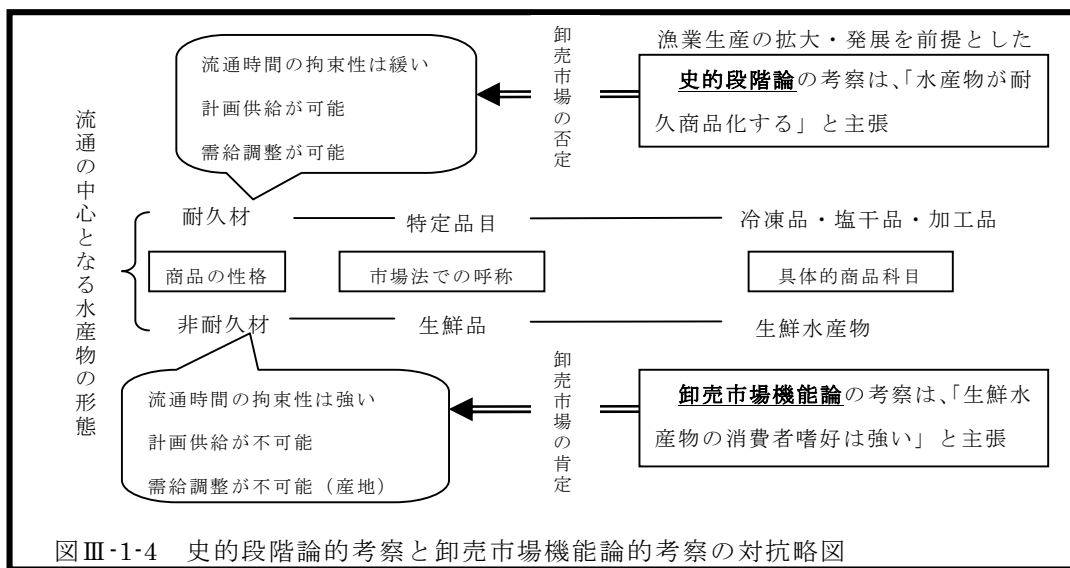


図 III-1-4 史的段階論的考察と卸売市場機能論的考察の対抗略図

2)卸売市場の「機能論的考察」

先行研究の系譜として第二のものは、廣吉が1983年に発表した「水産物流通機構論の展開」の内容に代表されるであろう。史的段階論的考察の主張に対して、廣吉は主力商品である生鮮水産物の流通特性を考慮せずに、社会的流通資本・流通費用の節約や消失を予見するもので、その背景には前期的商人機能への対抗意識・排除理論が前提となっていると批判している。そして「卸売市場」の位置づけは過渡期的なもので、生産と消費の大型化・組織化が進展したのちには、水産物の商品規格化や耐久材化へ進み、大量流通が支配的となり「卸売市場機構」「中間流通者」はその存在理由を失っていくであろうとする「史的段階論考察」の主張に対して、「制度流通は商品取扱資本に自由な商業活動を保証するものではなく、むしろ種々の制約を前提としている。かような制度流通の制限性の意味するところは、完全に資本合理的な流通の否定であり、国内市場及び生産力展開に対する部分的適応ということであるが、中小生産者の素材の多様な生鮮品（非耐久品）の商品実現については十分な機能を発揮することが期待されているものである」と生鮮品の商品特性に規定された流通の場としての卸売市場の有効性機能論を展開した[廣吉,83:109]。また「卸売市場機構は、経済的諸段階における市場メカニズムに沿うようなかたちの再編攻勢（直送・直販など）を絶えず受けるものであると同時に、他方では十分に経済合理的対応性を示しえないという両面の性格を持っている。そのため、卸売市場機構における『制度流通』

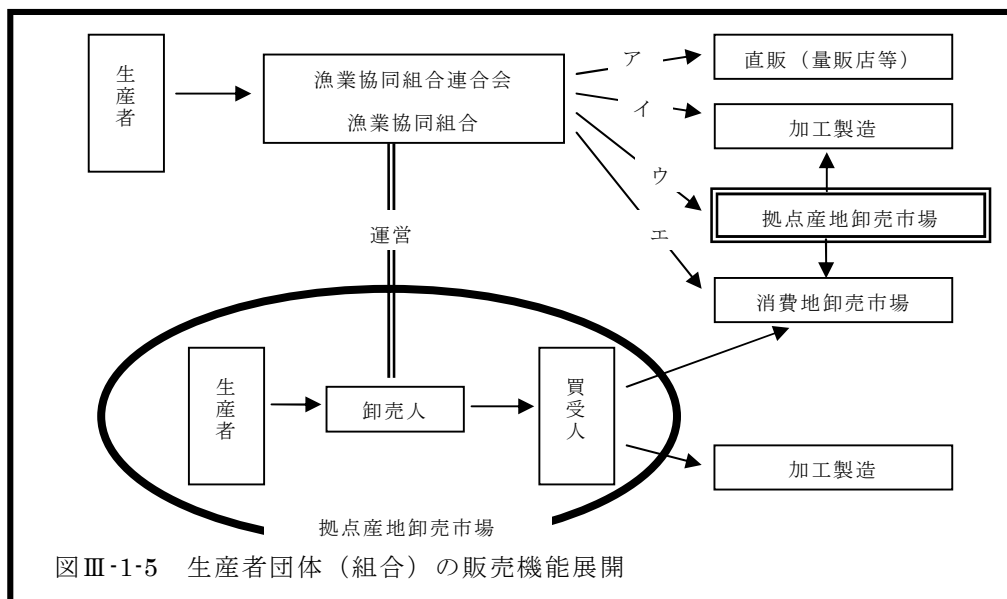
の限界を越えたさまざまな水産物流通経路が、経済発展の中で『制度流通』の外部に多数登場する可能性も十分考えられる」とその限界を廣吉は明言し〔廣吉,83:108〕、技術革新による水産物の規格化や耐久商材化によっては、消費地段階において多様な卸売市場外の流通の登場を想定していた。

この論理展開の背景には、70年代後半での水産物流通の主力商材が生鮮品であったという点を考慮せねばならず、この生鮮品に限定した「卸売市場機能論」の限界主張が肥大化し、卸売市場の今日的な課題となっている。一方、「史的段階論考察」の第4段階への移行は、彼らが主張した形で十分に具体化したと評価できないし、廣吉の「対論」にそって卸売市場を評価するならば、完全否定するまでに半世紀近くを経た現在も至っていない。

3) 零細規模漁業生産を対象とした「組合運動論的考察」

第三のものとしては「組合運動論的考察」が挙げられるが、これについては単体で流通機構論として纏め上げられた先行研究があるわけではなく「漁業生産者、あるいは彼らの組織を流通行動の経済主体とした主張を括るもの」と一般的には解釈されている。1949年施行の水産業協同組合法により、零細規模漁業生産者の協同販売事業はその基礎を得ることとなり、このような組織が行う共販事業から水産物流通機構を分析する試みは、零細な産地卸売市場の寡占的取引の不合理性を前提として、商業資本への対立軸でのみ捉えようとするのが主力であった。

しかし、都市需要全体からみれば、水産物全体の供給源は大中規模漁港からのものが全体の2/3を占めているにもかかわらず、規模をある程度有している拠点産地市場の用途別利用配分機能についての取引に言及し、その経済主体の行為を分析評価しているような先行研究を承知していない。すなわち、量的規模のある産地卸売市場を起点とした流通論はほとんど展開されておらず、生産側に力点をおく数多くの流通論は、現代も零細規模漁業者の協同組合組織運営論として組織目的論的に展開される傾向にある⁸。それは、規模をある程度有する産地市場が競争的な価格競争によって運用されていることに対しての是認でもある。

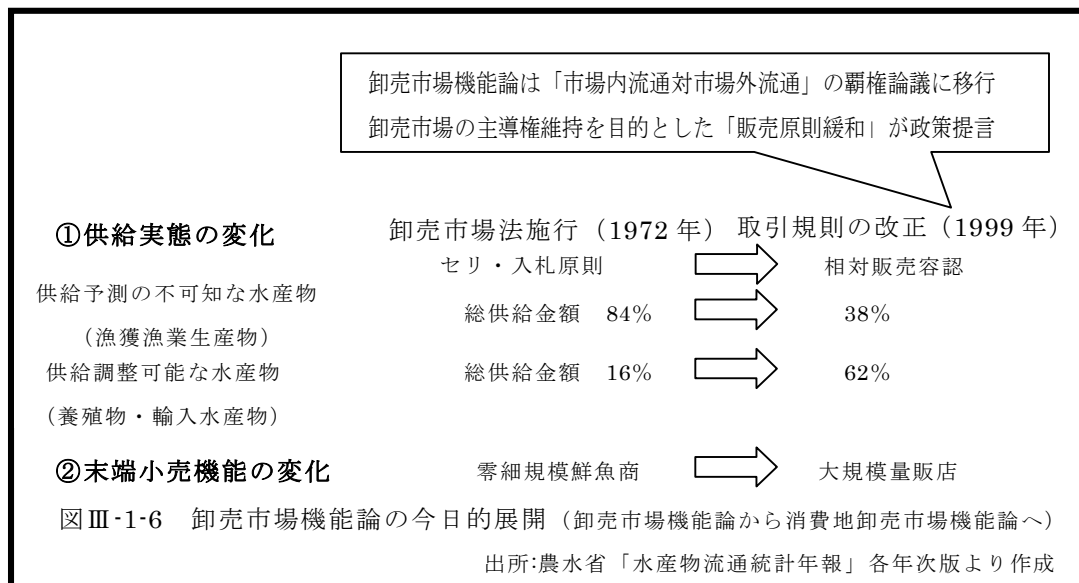


図III-1-5 生産者団体（組合）の販売機能展開

「組合運動論」と「史的段階論」を対比すると、後者が第3段階の行動主体を中小資本漁業としているのに対し、前者は零細規模漁業者や彼らの組織する組合を行動主体とした流通論といえる。一方、第4段階への移行について、組合産直事業論・マーケティング論として部分的に採用しているものもみられるが、「組合運動論」の多くは、原則的に「機能論」としての卸売市場制度を否定的にみているわけではない。青果物のように計画的な生産の量的調整や時間調整が可能でない水産物の共販活動は、現在も供給予測の不完全性に規定される。ゆえに、図Ⅲ-1-5のア・イ・エは青果物にもみられる流通形態であるが、生産者の共同体が産地卸売市場の卸売人になり産地市場運営を行ったり、ウの経路を用いたりすることは水産物に独自なもので、多くの組合論的考察が卸売市場を否定する対象としているわけではない。

4) 先行研究の問題点とそれに対する本論の位置づけ

産地側に視座した水産物流通論は、今日でも組合運動論的な考察を中心に展開されているが、それらは大規模産地市場を構成する経済主体、とくに買受人の用途別配分機能の分析を等閑視し、零細規模産地を対象とした視点からの青果物流通と同一的なブランド化論やマーケティング論に重点をおいている感がある。(図Ⅲ-1-5のア・イ・エは青果物にもみられる共販形態であるが、組合が産地卸売市場の卸売人になり市場運営を行ったり、ウの経路を用いたりすることは水産物に独自なものであるにも拘わらず)



一方、消費地に視座した水産物流通論は卸売市場の機能論的考察が主流であるといえるが、廣吉の予見していた市場外流通の領域拡大は図Ⅲ-1-6のごとく、おそらく、彼の予測を超えた速度で進行した。ゆえに「機能論」そのものが「市場外流通」との対抗軸で最終需要への対応を対象とする方向へ偏向している観がある⁹。すなわち、消費地卸売市場の運用に関して、持続可能な制度という角度ではなく、現下の市場外流通との覇権争いの有効な手立てとしての取引論追求に専心している。その議論の中で、生鮮水産物の商品属性が強く意識されているとは評価できない。

このように異なる視座からの水産物流通論の展開は、産地側出荷と消費地側集荷の連関

を担う経済主体の分析が不十分で、細切れ的な点が限界となり、機構論としての統一性に欠けていると評価する。本論の先行研究に対する位置づけとしては、この2つの視座から展開されている今日の水産物流通論の現実的な間を埋めることも大きな目標としている。

手順としては、加工品や冷凍品など流通時間制約が緩やかなものは「一般商品流通領域と重複するものである」として対象から除外する。すなわち、水産物全般ではなく「特殊な需給形態をもつ生鮮水産物」に限定する。それは、論理展開に「時に一般商品流通のごとく、時に特殊な商品流通のごとく」というような「あいまいなブレ」が生じないように留意するためである。そして、商品特性が特殊な生鮮水産物は卸売市場制度流通において商品実現が可能であるという主張を支持し、基本的に立脚する位置を「卸売市場機能論」におく。具体的な論点としては、生鮮水産物出荷の独占を目指す産地卸売市場買受人と、集荷独占を目指す消費地卸売市場卸売人の持続可能な関係性に注目する。すなわち、産地出荷行動と消費地集荷行動の緊張関係が開示されることにより理論的な間は埋められ、同時に「生鮮水産物の生産と消費を結ぶ過程では、二段階にわたる制度流通の利用が有効に作用している」ことの証明が可能になると考える¹⁰。

第2節 産地卸売市場を構成する経済主体の行動

1)産地卸売市場を構成する漁業者・卸売人・買受人

1-1)漁業者の「産地卸売市場」利用行動

表Ⅲ-2-1 利用する生産業種ごとの供給(水揚)の傾向

	商品ごとの量単位	商品科目の数	季節的な増減	海況による影響
①周辺域着底魚漁獲業種	中小	多い	ない	あまりない
②回遊魚遠洋域漁獲業種	中	少ない	少しある	ない
③周辺域回遊魚大中規模漁獲業種	大中	少ない	極端にある	ややある
④周辺域回遊魚小規模漁獲業種	中小	少ない	少しある	ある
⑤沿岸域漁獲業種	小	多い	少しある	ある

漁業生産者の漁港利用行動については、第2章第1節においてすでに言及したが、ここでは産地卸売市場への商品供給者という視点で整理する。①中小資本漁業の周辺域(沖合・近海域)着底魚漁獲業種の漁港利用は、特定した漁港の専用利用が法的に義務付けられている。②の回遊魚遠洋域漁獲業種は大半がマグロ・カツオなど大型魚を漁獲主体とする、また船内凍結品である場合も多く、利用漁港は特殊な設備が必要で水揚港は限定的であるが、その範囲内での漁場移動による利用漁港の変動はみられる。③大中規模漁獲を行う周辺域(沖合・近海域)回遊魚漁獲業種の多くは魚群を追尾して漁場を移動し、可能な限り操業効率に有効な水揚漁港を利用する。④・⑤の回遊魚を対象とする中小資本漁業小規模漁獲業種と沿岸零細規模漁獲業種は、大半が広域な漁場選択を行わず、地元沿岸域漁場を対象とする。つまり①と④⑤の水揚行動は、特定され漁港を専用使用する。しかし、これらの業種のための漁港の入荷は安定的であるが、相対的に量的規模は小さく、流通活動の領域も限定的となる。特定の②③業種のみを対象とする漁港(産地卸売市場)は、季節的な入荷となり、施設的にも流通関連事業についても遊休があるため具体性に乏しい。現実的には、固定的な①あるいわ④⑤と、季節的な②③の組み合わせによって、ほとんどの大規模漁港産地卸売市場の水揚業種が構成されているし、中規模漁港級でも同様であると考えて差し支えない。

1-2)「産地卸売市場」における卸売人の行動

産地卸売市場の卸売人の母体は、多くの場合、生産者団体（漁業協同組合・同連合会）か有力な漁業資本の参加する民間企業かである。民間企業の場合は、主として西日本地域の大規模産地市場にみられるが（その他、石巻・八戸や境港などにも一部みられる）、全国的には生産者系統組織が卸売人を担当している場合が大半である。産地卸売市場の対象商品に耐久材的な特定物品¹¹はない、ゆえにセリ・入札の販売原則はほぼ完全履行されていると考えられる。（生産船が水揚する船内凍結品についても入札で処理される¹²）基本的に産地卸売市場の卸売人は純然たる手数料商人である。卸売人が複数以上で構成される場合の集荷競争は存在するが、それも生産者の稼働効率の制約下にある。

このような卸売人の商業活動は、森下のいう機械動作的な商業資本としての「売買操作資本」と位置づけられる。しかし、「委託売買業者の売買操作資本は、かれのもとに集中されるかぎりでの委託者の売買のためのもの」[森下,77:156-161]という点も認識しなければならない。現実の問題として、大規模産地卸売市場では不合理価格形成や残品発生の可能性はあり、売り手・買い手との仲立ち者として機能することを期待されているわけであるから、生産(出荷)者側への信頼性確保には価格補填行為などが存在する。その結果として信頼性の強い卸売人は集荷量を維持し、その集荷量の嵩によって卸売人の収益性は左右されている。（手数料料率は産地市場ごとに開設者によって施行規則で定められおり、それは通常水揚価額に対して3%から5%の範囲である）

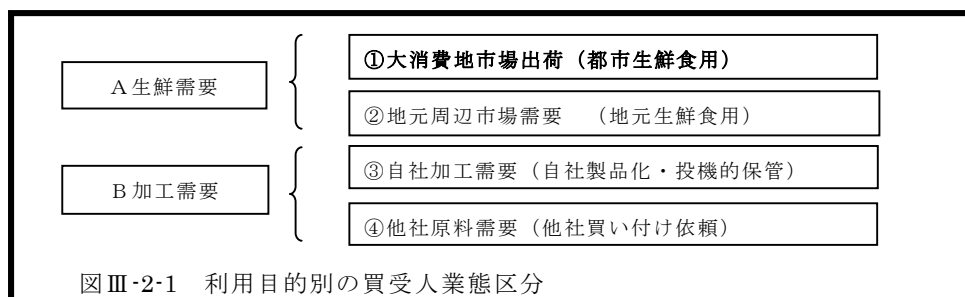
無論、産地卸売市場も市場法（出荷者に対して差別的行為は禁じている）の法的制約を受けながら運営されているが、同時に生産者団体(系統組織)は水協法に規定された団体でもあり、組合員の利益保護を一義的に履行する。産地卸売市場卸売人が系統組織である場合、前項の生産業種①と④⑤の地元業者は組合員であり②③の業者は外部組合員である場合が多い。この場合には地元組合員を優先させるような差別的取り扱いが発生する可能性もある。また卸売人の川下側への流通介入行為もある。すなわち、市場法での原則は上場物の全量販売で、買受人が残品と認めない限り、卸売人が恣意的に直送（買受人行為）や蔵入れなどを行うことを禁じている。しかし、生産者団体を母体とする卸売人は、水協法の枠内で共同販売事業の一環としてこれらを行う。（調整保管事業などの資金利用）

一方、産地卸売人が民間企業の場合は市場法の枠内でのみ活動する。卸売人自身が買受することは違法となるので、名目的にでも買受人の名義を利用してセリ入札価格の記帳をせねばならない。（買受人が放棄している流通や、出荷者に対して説明できない価格の不合理形成に際した場合に適応する）このように、卸売人の組織母体の差異が行動差異となって現れるが、森下のいう「売買操作資本」であり生産者側への販売機会提供を一義としている点では基本的に両者の差異はない。

1-3)「産地卸売市場」における買受人の行動

産地卸売市場の機能目標は、供給状況に応じて漁獲物を生鮮食用需要に向かわせるか、加工原料需要に向かわせるかの利用目的別用途配分の処理作業にある。この川下側業務に直接関与するのは買受人の役割である。生鮮食用利用は大規模流通となる翌日以降到着圏を対象とする大都市出荷と、産地販売日と消費者消費日が同一の地元周辺地域消費生鮮出荷とに区分できる。さらに加工原料利用についても、自社加工に業務する者と、他社から

原料調達を依頼されて買い付けを行う者とは、必然的に取り扱い規模も業務内容も異なる。本論は買受人の業態区分を図Ⅲ-2-1の4種のごとく類型化する。



しかし、ほとんどの産地卸売市場では買受人個々が4種に完全分業化されているわけではなく、複合的に組み合わせた兼業行動を行っている。とくに、近代的な大規模漁港では、大規模漁獲魚種（旋網漁業生産のイワシ・サバ・サンマなど）についてスケール販売が主力となっているため、複合的業務は必須となり、買受人の用途別配分機能は内部化されている。そのため、外部からの統計数値では用途別需要の全体像が判別しがたいものとなっている。スケール販売とは、船内の魚槽に氷漬けされた漁獲物を任意箇所ではサンプリングし、買受人が鮮度・規格（魚体の大小）・身質を自己評価して入札価格を投票、価格競争する販売形態である。そして、落札者はトラック検貫された品物を自社工場へ搬送し、用途別に応じた選別作業を行う。当然、このような大口取引に参加できる買受人は、生鮮需要から加工需要まで横断的な業務をこなす規模を要求される。生鮮に向けられたもの、加工に向けられたものの割合について外部から精査は困難であり、買受人自身にとっての原価計算も経験的・概算的なものが中心で、いわゆる「井勘定」的なものとなる。

また、従来型の魚種・規格選別がされた氷蔵箱詰販売やマグロ・カジキ類の一本売り販売の商品は、利用目的が比較的判別しやすいものである。しかし、加工原料に向かうと認識されていたものが不漁時では代替品として生鮮食用で流通されたり、豊漁時では生鮮食用に最適視されるものが供給過多を理由に加工原料へ向けられたりもする。このように魚種ごとの利用目的は魚体別・鮮度別・身質別に一般的な概念としては存在するが、その場面での供給状況にも強く影響を受けるものである。また、買受人個々を固定的な業務内容で括ることがむつかしいため、その業績数値も生産物の用途別需要の分析に役立たず、外部からの経済主体としての買受人行動分析を困難なものにしている。

2)産地買受人の行動を規定する要素

2-1)所属産地の立地位置に規定される行動

図Ⅲ-2-1の4種のうち、地理的に行動を最も制約されるのは①大消費地市場出荷である¹³。また、産地周辺に生鮮消費力が存在するか否かによって②地元周辺市場需要も地理的に制約される。加工需要は、原料としての水産物が重量減損型であるから③自社加工需要は製品搬出において関係するのみである。しかし、④原料需要の買い付け業務にとっては、加工需要地との地理的關係性が制約するが、生鮮流通に比べ時間拘束性は少ない¹⁴。

加工需要しか利用用途のないもの（カタクチイワシやイカナゴなど小型魚に多くみられる）は別として、特定の魚種で同質・同規格のものが加工需要と生鮮需要で競合する場合、加工処理の原点が余剰生産に対する保存加工化であったことを考慮するならば、加工需要

は生鮮需要に対し価格形成力が劣ると考えるのが一般的であろう。ゆえに消費地への地理的条件が全国的に平準化していると仮定するならば、生鮮需要のうちでも価格形成力の強い①大消費地市場出荷業務の行動は、プライスリーダー的な役割となる。しかし、産地と消費地との地理的条件は産地間において格差がある。生鮮出荷の具体例として、表Ⅲ-2-2で6漁港と7都市圏消費地との関わりを例示してみる。

表Ⅲ-2-2(1) 7都市圏消費地と6水産都市産地漁港間の地理的關係(1)
産地～消費地間所要時間

時間	札幌	仙台	首都圏	中京圏	関西圏	広島	北部九州圏
八戸	12:35	3:48	7:54	12:35	14:13		
石巻		0:29	4:49	9:32	11:10	15:07	
銚子		5:59	1:47	6:05	8:10	12:08	15:35
境港		13:32	9:53	5:14	4:32	3:21	6:29
下関			12:53	8:33	7:06	2:29	0:58
長崎				12:19	10:26	5:36	1:51

I 表

上記表数値の24時間換算値

24h=1	札幌	仙台	首都圏	中京圏	関西圏	広島	北部九州圏
八戸	0.5243	0.1583	0.3292	0.5243	0.5924		
石巻		0.0201	0.2007	0.3972	0.4653	0.6299	
銚子		0.2493	0.0743	0.2535	0.3403	0.5056	0.6493
境港		0.5639	0.4118	0.2181	0.1889	0.1396	0.2701
下関			0.5368	0.3563	0.2958	0.1035	0.0403
長崎				0.5132	0.4347	0.2333	0.0771

II 表

出所「所要時間の算出は、高速道路のIC間について東・中・西日本高速道路株式会社ハイウェイナビゲーターを検索使用し、最寄りICと漁港間は国土交通省タイムテーブルを使用した。

表Ⅲ-2-2(2) 7都市圏消費地と6水産都市産地漁港間の地理的關係(2)
出荷対象都市圏の人口(千人)

	札幌	仙台	首都圏	中京圏	関西圏	広島	北部九州圏
SMEA	2,082	1,357	27,187	12,240	16,324	1,466	3,428

III 表

	札幌	仙台	首都圏	中京圏	関西圏	広島	北部九州圏	対象地人口計
八戸	2,082	1,357	27,187	12,240	16,324			59,190
石巻		1,357	27,187	12,240	16,324	1,466		58,574
銚子		1,357	27,187	12,240	16,324	1,466	3,428	62,002
境港		1,357	27,187	12,240	16,324	1,466	3,428	62,002
下関			27,187	12,240	16,324	1,466	3,428	60,645
長崎				12,240	16,324	1,466	3,428	33,458

出所「日本都市圏設定基準」金本良嗣・徳岡一幸2001.6より抜粋作成したSMEA(Standard Metropolitan Employment Area)標準大都市雇用圏

表Ⅲ-2-2(3) 7都市圏消費地と6水産都市産地漁港間の地理的關係(3)
出荷対象1人当たり費用度数

	札幌	仙台	首都圏	中京圏	関西圏	広島	北部九州圏	総費用合計	1人当たり費用	費用度数
八戸	1,091.60	214.86	8,949.05	6,417.50	9,669.70			26,343	0.44505	44.51
石巻		27.33	5,456.28	4,862.00	7,595.19	923.38		18,864	0.32206	32.21
銚子		338.31	2,020.15	3,102.50	5,554.69	741.14	2,225.82	13,983	0.22552	22.55
境港		765.20	11,195.76	2,669.00	3,083.42	204.63	926.04	18,844	0.30393	30.39
下関			14,594.13	4,360.50	4,829.18	151.69	138.07	24,074	0.39696	39.70
長崎				6,281.50	7,096.41	342.07	264.24	13,984	0.41796	41.80

IV 表

II 表 × III 表 = 時間値 × 人口値 = 個所別費用値 × 個所別人口値 = 費用総額値(IV表) 費用総額値(IV表) ÷ 対象人口値 = 費用度数

この算出では所要時間を費用に同等換算している。銚子や境港は出荷行動範囲の都市圏人口を6,200万人もち1人当たりの費用度数も低い、長崎は対象人口も3,300万人強で費用度数も高い。水揚総量に対する各産地出荷比率をみると、出荷経費と対象人口の強弱が、表Ⅲ-2-3の銚子や境港にみられるように現実の生鮮出荷量と連動していない。それは水揚される魚種の属性に規定され買受人が行動するからである。しかし、生鮮出荷についての条件が産地の地理的条件によって異なることは明らかで、基本的に条件有利地の買受人ほど4種の勢力均衡は①大消費地市場出荷に傾くであろう。

表Ⅲ-2-3 1999年水揚生鮮水産物の利用配分

単位=トン

	水揚総数	凍結品水揚	生鮮物水揚					
			①	②生鮮出荷	構成比②/①	③加工原料	構成比③/①	用途不明
八戸	222,504	144,823	77,681	25,152	32%	48,691	63%	3,838
石巻	127,125	15,963	111,071	22,976	21%	54,525	49%	33,570
銚子	221,745	132	221,613	13,990	6%	181,388	82%	26,235
境港	163,039	1,348	161,691	27,733	17%	118,763	73%	15,195
下関	22,329	44	22,285	5,456	24%	2,435	11%	14,394
長崎	55,811	395	55,416	12,689	23%	27,072	49%	15,655

出所:平成11年「水産物流通統計年報」農林水産省統計情報部

2-2)供給状況に規定される行動

相対的であるが、ここでは、異なった供給状況下での4つの業態の買受人行動の仮説を試みる。

—異なった供給状況下での買受人行動を理解するための仮説前提条件—

- ・ 日々の供給状況を4つの基本的なパターンに仮定して行動推定する。
- ・ 大衆嗜好の強い多獲性魚種（アジ・サバ・サンマ・イワシ・スルメイカなど）を流通対象と仮定する。
- ・ 買受人構成が独占・寡占的でない平均的な大規模産地市場を仮定する。
- ・ 判定基準としてはあくまで相対的で平均的なものとする。

状況 A 全国的豊漁水準・地元豊漁水準

①は全国的な都市生鮮需要の日計を超過する全国供給量である場合、その産地の立地に依拠した出荷圏容量と効率に左右される。つまり、産地・消費地間距離に比例して、相対的にはプライスリーダーとしての意味が希薄化する傾向にある。

③は競争他者に対して、在庫量や今後の供給予測を含意した自己の購入水準に従って価格競争に参加する。量的占有が優先されるという意味では、多くの場合、彼らが本質的なプライスリーダーといえる。

状況 B 全国的に豊漁水準・地元不漁水準

①は基本的に価格競争への参加はない。

②は周辺地域消費規模に連動するが、加工用途よりも生鮮用途のほうが価格的に優位という事情では、一応のプライスリーダーの立場になる。

③は取引コストを吸収しても、今後の供給予測を含意した購入水準に合うのであれば、他産地買受人に買い付け依頼し、量的なまとまりのない地元の価格競争へは積極的な関与を避ける。

状況 C 全国的不漁水準・地元不漁水準

①は都市出荷を満たすことの出来る最低限度の規模を水揚量が有している場合、強力なプライスリーダーとなる。

②は規模が①の都市需要に向かう流通単位でない場合、次段階のプライスリーダーとなる可能性がある。

③④は流通規模において不適な場面である。

状況 D 全国的に不漁水準・地元豊漁

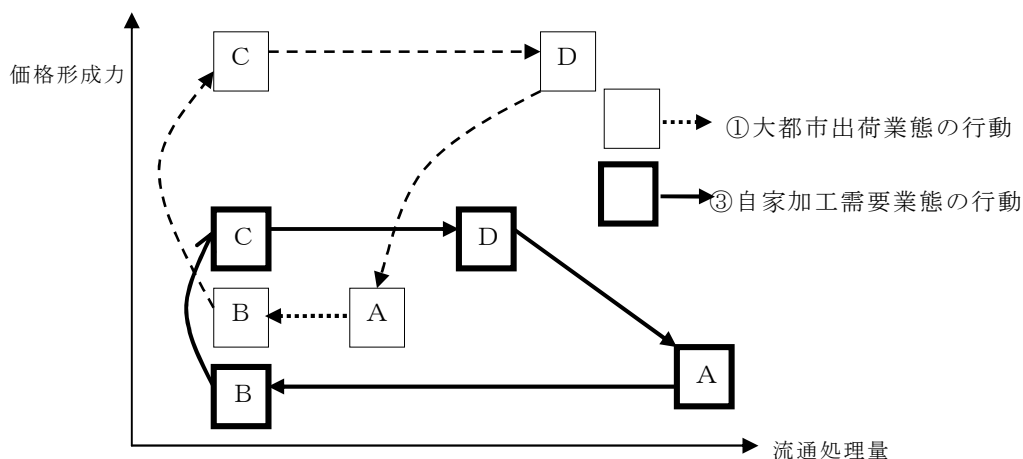
①は強力なプライスリーダーとなる。可能な限り出荷対象地の探索を行い、消費地を選択する。

②は必要量について価格競争に積極参加しようとする。

③は①の出荷作業量を超える物について量的に価格形成する。

④は他所の関係先に積極的な価格形成を促す。

基本的に、買受人は売買差益業者であり出来るだけ安価な価格設定での商品調達を目指す。仮説のように流通処理量の主力となる③や、価格形成力について先行して主導権をもつ①は全国的な供給動向と密接に関係して行動する。産地市場の買受人は、全国供給量を地元供給量に織り込み、ここで示したような基本パターンからの競争他者の行動を想定して、自己が参加する価格競争の投票行動を行う。



図Ⅲ-2-2 仮定的供給状況下(A から D)での①業態と③業態の行動 (価格形成力と流通処理量)

2-3)質的要素に規定される行動

販売時に示された現物、すなわち対象商品の属性に対処する買受人の行動は、3つの質的基準で行われると考えられる。鮮度は鮮度そのものであるが、規格とは魚体の大きさをさし、身質とは主として消費者嗜好に関係する脂質的要素をさす。身質は季節的・地域的な差異が大きいとされるものである。

一般論としてではあるが

①大消費地市場出荷の買受人行動は鮮度と身質の吟味は厳しく、規格は地域的な嗜好差を考慮するのでそれに応じて出荷先を選択する。 鮮度＝身質 \geq 規格

②地元周辺市場需要の買受人行動は価格形成力において①に劣るので、近距離出荷の長所を鮮度に求めるであろう。「活きの良いものは、雑魚でもうまい」と鮮度を最優先に消費を差別化しようとする。 鮮度 $>$ 身質 \geq 規格

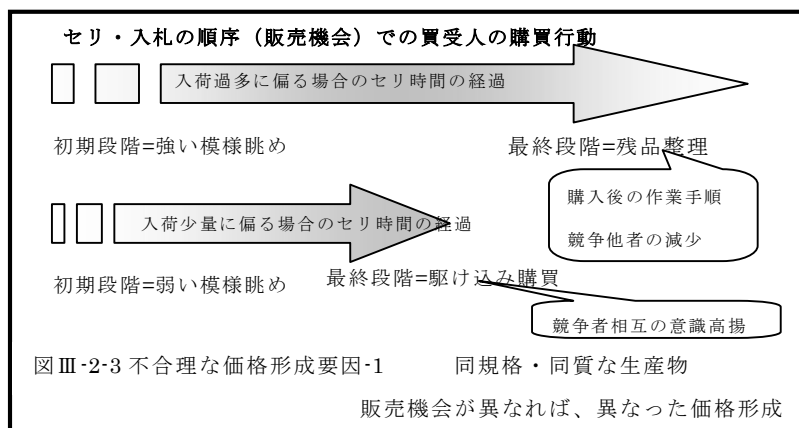
③自社加工需要の買受人行動は自社製品化に関して規格を優先するであろう。また、鮮度や身質の克服が加工技術でもある。 規格 $>$ 身質 \geq 鮮度

④他地区原料需要の買受人行動は他社の製品規格に合致するものを求めようとするし、着荷までの時間を考えると鮮度も無視できない要素となる。一方では、規格に応じた製造者を探索しようとする。 規格 \geq 鮮度 $>$ 身質

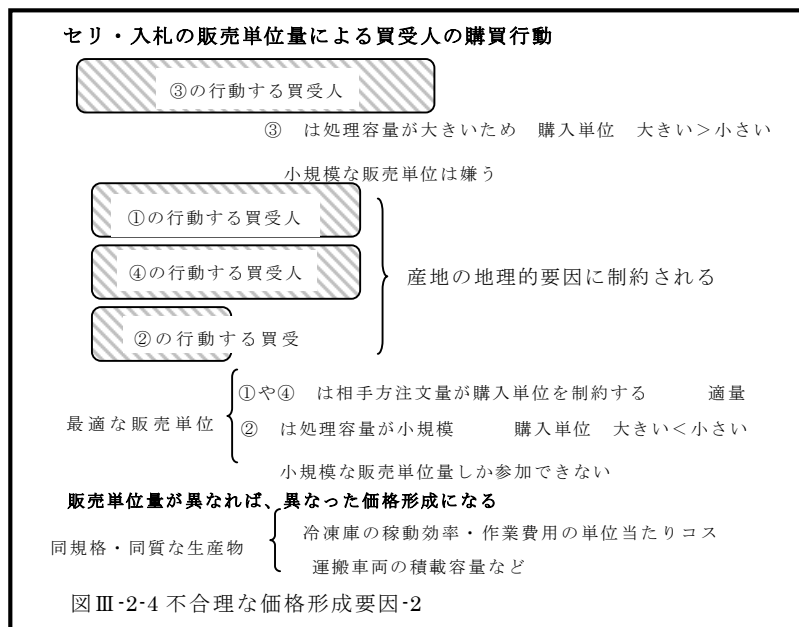
価格競争の場面において、これらの要素は買受人自己の価格形成要素の基本であるが、相対には①にプライスリーダーとしての要素が多くある。また、競争他者の行動予測の判断基準ともなるが、先に述べたごとく供給状況に応じて、内容的には代替品化が行われるわけで、その評価も複合的・弾力的でもある。

2-4)販売機会と販売単位量に規定される行動 (不合理に写る価格形成)

産地買受人の価格投票行動は、これまでの2-1)～2-3)に強く規定された要素の複合で決定されると考えられるが、販売機会の具体的な要素も関係する。それは、価格競争の場面集約が人的動作であるので、時として不合理に写るものとなる。同日・同所の販売であるにもかかわらず、販売機会で同質・同規格の物が異なった価格形成をする点である。このことは、その場での出荷者・生産者側にとって理由の判然としない不信感を増幅させる要素となる。出荷者側に疑念を抱かせる要素としては、さまざまなものが具体的に存在するであろうが、原因する買受人行動の代表的ものとしてつぎの2点を挙げておく。



ア.販売順序によって競争他者の情報開示が不足している場合の価格形成の不合理
産地卸売市場で入荷量が極端に少量でない場合以外、買受人にとって競争他者の具体的な態度が判然としない状況下での投票行動は消極的である。俗にいう「模様眺め」になる点である。



イ.販売単位量が買受人個々の作業効率と関係して発生する場合の価格形成の不合理
買受人にとって買い受け後の作業工程での余剰なもの・端数なものを可能な限り避けようとするため、セリ・入札の販売単位量も重要な要素となる。すなわち自己の用途にとって適量の落札量を追求する。（急速凍結庫や出荷トラック積載量の容積）

3) プライスリーダーとしての産地買受人の生鮮出荷行動

産地卸売市場の買受人行動は、先に示した 2-1) から 2-4) の要素から仮想する行動に規定されると考えられる。しかし、買受人個々では複合的に数種の業態を兼業し行動しているので、現場での買受人の行動軌跡から業態行動の特徴を厳格に整理することは不可能に近い。また、都市需要にせよ生鮮食用需要は一定量以上の流通量を必要とせず、余剰分は加工用途に向かう。逆に供給逼迫時では、加工用途と考えられるものも生鮮食用需要に代替されるなど、取り扱う生産物の魚種やその規格から加工用途か生鮮食用用途かを厳格に分類することも困難である。しかし、産地市場において、水揚される生産物に対し価格行動を主導して行うのは、主として都市生鮮需要に呼応した出荷業態である場合が多い。

表Ⅲ-2-4 主要5魚種の消費地上場量と産地水揚量の比較

	主要生鮮魚5魚種の10都市消費地市場上場量(単位=ト)						計	主要生鮮魚5魚種の205産地市場水揚量(単位=ト)						計
	カツオ	イワシ	マアジ	サバ類	サンマ	スルメイカ		カツオ	イワシ	マアジ	サバ類	サンマ	スルメイカ	
90	25,070	48,099	66,328	65,783	32,153	58,013	295,446	39,820	2,707,367	174,624	247,277	306,420	63,021	3,538,529
91	27,382	48,344	54,356	58,478	34,298	55,494	278,352	88,098	2,610,804	165,867	235,419	301,917	116,279	3,518,384
92	25,064	49,256	60,077	53,403	36,938	78,570	303,308	61,507	1,753,888	158,838	243,702	259,718	204,052	2,681,705
93	36,096	49,084	62,387	59,235	31,651	68,603	307,056	117,780	1,383,939	223,262	697,405	275,604	143,650	2,841,640
94	26,414	43,823	62,856	64,017	32,019	54,642	283,771	89,436	947,892	230,691	576,402	253,890	157,742	2,256,053
95	29,598	37,583	56,659	57,284	29,339	51,930	262,393	94,060	523,497	201,217	426,312	272,731	151,619	1,669,436
96	20,743	38,611	59,395	88,114	24,805	60,242	291,910	55,417	240,336	197,818	632,073	231,466	255,722	1,612,832
97	32,279	46,240	60,214	80,905	37,675	59,780	317,093	107,556	245,088	249,311	754,028	283,347	178,271	1,817,601
98	31,103	41,418	63,231	81,065	32,162	39,864	288,843	140,083	126,942	248,670	473,930	139,755	74,698	1,204,078
99	31,535	46,488	58,278	63,783	26,843	49,652	276,579	86,162	295,212	154,844	328,020	135,889	105,294	1,105,421
標準偏差	4,225	4,114	3,306	11,267	3,835	9,979		28,476	937,632	34,394	186,325	57,997	55,791	
平均値	28,528	44,895	60,378	67,207	31,788	57,679		87,992	1,083,497	200,514	461,457	246,074	145,035	
変動係数	0.1481	0.0916	0.0548	0.1676	0.1206	0.1730		0.3236	0.8654	0.1715	0.4038	0.2357	0.3847	
相関係数	0.7835	0.6515	0.3632	0.5521	0.4458	0.5573								

出所:農水省「水産物流通統計年報」平成7年版11年版より作成

1999年時点での漁港(205漁港)水揚総量は354万ト強であり、そのうちここに示す代表的な大衆魚6魚種の水揚量は111万トである。10都市中央卸売市場に上場された同魚種は28万トで、10都市以外の中央卸売市場級消費地市場への出荷量を含めると概算で55万ト強が生鮮食用需要であると推定される。供給側に205漁港以外の水揚、需要側に55万ト以上の消費、統計外に両者が相互にあると想定すれば、この年の産地側での利用配分は加工需要と都市生鮮需要がほぼ拮抗する関係にあったことが推定できる。

1999年以前の10カ年をさかのぼり変動係数をみた場合、単純に生産量と消費地生鮮消費量が連動すると考えるならば、産地市場と消費地市場の変動係数は近似した値を示すはずである。しかし、表Ⅲ-2-4のごとく消費地の変動係数が全て0.2以下であるのに対し、産地側では0.17から0.86までの高い水準にある。一方、相関係数は一般的な数値判断を用いるならば、「強い相関」($0.7 \leq \gamma \leq 1$)はカツオ、「かなり相関がある」($0.4 \leq \gamma \leq 0.7$)にマイワシ・サバ類・サンマ・スルメイカ、「やや相関がある」($0.2 \leq \gamma \leq 0.4$)にマアジが該当し、相関を裏付けている。しかし、産地と消費地の標準偏差の規模格差は大きく、相関係数を重要視する意味があるのか疑問が残る。むしろ、消費地の変動係数の数値や各魚種の経年変動(図Ⅲ-2-5の折れ線グラフ)を視覚的に判断しても、歴然とすることは消費地側の卸売数量が一定水準の範囲内での動きであり、消費地での流通量が中長期的には限定的であることを示している。

米などと同様に、魚介類(生鮮水産物)の需要の価格弾力性は低いとされてきた。それは、水産物が必需品という理由ではなく、小売段階での流通制約性が「売り残し」を許さないことに原因していると考えられる。「豊凶による野菜の価格上下動は激しく、魚のそれはさほど

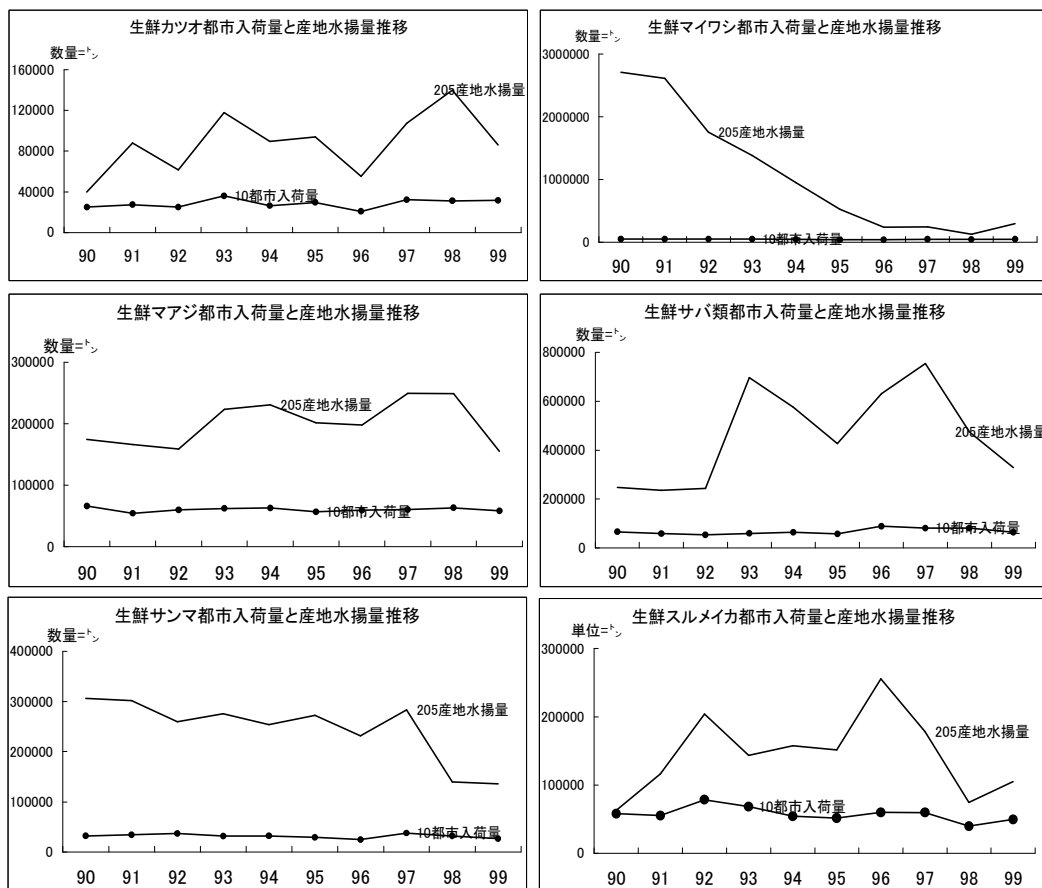
でない」という消費者実感がある。青果物に魚介類以上の価格弾力性が認められる原因は、生産の増減が消費地販売量の増減に繋がり価格乱高下を起こすからで、価格の高低と流通処理量の増減が直接的であることに原因していると考えられる。消費地では、魚介類も精肉等と副食品競合しているわけであるから、一定の小売販売量を定番商品として求められることになる。しかし、一定量を超えるものについては、小売販売能力に限界を示すから必要としない。つまり、生鮮水産物の場合、定率で定量に近いものを、常に消費地へ供給するから、供給の増減による価格の変動は想定されない。価格の上下動は流通量の増減に繋がらないと思慮する。¹⁵したがって、価格弾力性もほとんど動かない。この調整を果たしているのが、産地卸売市場での用途別配分機能である。都市生鮮出荷業務は、このように、一定した量を先行して確保するという意味では価格先行者(プライスリーダー)であるといえるし、出荷量の余剰分を常に吸収している加工原料需要は需要数量優越者であるといえる。

表Ⅲ-2-5

食料の価格弾力性値	
計測期間1980年～1999年	
米	0.028
小麦	-0.432
いも類	-0.205
野菜	-0.059
果実	-0.374
肉類	-0.185
牛肉	-0.892
豚肉	-0.110
鶏肉	-0.377
鶏卵	-0.062
飲用牛乳	0.083
乳製品	-1.049
魚介類	0.001
油脂類	-0.129
みそ	0.074
しょう油	-0.060

出所：農林水産省食糧需給表
(1999年版)より作成

図Ⅲ-2-5 6魚種の都市入荷量と産地水揚量の相関グラフ



出所：農水省「水産物流通統計年報」各年次版より作成

¹ 水産物産地卸売市場の入荷内容は、生産主体の数や海況・漁況などに規定されに日々不安定に推移し、確度のある予見は困難である。その日の入荷(いつ)は、品目(なにが)、数量(どれだけ)、規格・鮮度(どんな大きさの・どんな状態の)の各項目にわたり不鮮明で事前には知りえないし、あくまで商品

評価には現物評価の必要がある。農業生産物である青果物は農協などの系統組織が主導し、日々の栽培摘出を調整、生産調整を行うので基本的に産地市場は不要とされてきた。しかし、消費地での着荷状態については現物評価となり、他者との品質比較や需給均衡を加味しての価格競争が必要とされ、消費地市場は水産物・青果物に共通して存在してきた。海面漁業生産物は狩猟採取型商品、農業生産青果物は土地利用抽出型商品、このような両者の商品属性の差異が産地段階での差異を生じさせている。

² 姿は産地流通の解明が不十分な点を指摘して「体系的な研究が行われてこなかったのにはいくつかの理由がある。第一に、産地仲買人の存在と経営的考慮からくるデータの入手あるいわ統計的・実証的な把握・分析が困難だからである」と述べている[姿,94:149]。このような商業者の秘匿性が、産地経済主体と消費地経済主体との関係の具体的な開示を困難にさせていると考えている。

³ 新川は「漁業における資本制経営が流過程においてなした変革とはまさに問屋営業の魚市場からこの近代的魚市場への転化をさすものである。それはいかなる漁業者とも仕込融資の関係をもたない、出荷物に対する純粋のセリ売りならびに精算のみの機関であるという点において生産過程とは完全に独立的である」とこの状況を述べている[新川,58:479-480]。

⁴ 長谷川は「しかし、国家権力が経済過程に直接介入し強いモデフィケーションを与えた統制期をはずして戦前と戦後を比較すれば、生産者の流過程への進出、商業資本の優位性の後退という流通機構変化の基本傾向がやはり厳然として貫いていることを知るのである」としている[長谷川,79:109]

⁵ 「(卸売市場制度の整備には)問屋制商業機構の上からの近代化が急がれたという事情がそれなりにあったのである。国や自治体の公権力の介入による商業資本の近代化の達成は、わが国卸売市場機構形成の基本的特徴であり、今日でも都市政策の主要な柱のひとつとなっているのである」と卸売市場制度の整備が国家権力によるものであると廣吉は述べている。[廣吉,83:107-108]

⁶ 代表的なものとして林のもの[林,1962]を挙げる。

⁷ この当時の安直な「産地直結」について、懐疑的な方向から批判し、新たな方向性を示したものに秋谷[秋谷:1978]がある。

⁸ 姿小波は注²と同一箇所での指摘として、水産物産地流通の体系的な先行研究が不足している理由として、組合目的論的に展開されている点を「第二に、多くの場合、産地流通問題を、産地流通を担う一方の経済主体である漁協の共販問題へと帰着させてしまっているからである」[姿,94:149]と評している。

⁹ 廣吉はこのような傾向に対して「しかし、筆者は『公設』卸売市場流通においては社会政策的意味合いが求められる、ということ以外に、流通機構総体の分析上ではことさら卸売市場流通と市場外流通とを対極的に区分けしてみる意義は有しない、と考えている。なぜならば、卸売市場のような集合市場取引か、市場外での個別商品取引かは日々大量流通を実現しなければならない都市の食料品流通において、それが(例えば規格化困難な生鮮水産物流通か、或いは定型・耐久財的水産物流通かといったかたちで)合理的流通(市場原理といってもよい)を実現するのにふさわしい流通経路選択の枠内の問題であると基本的に考えているからである」と流通経路をめぐる覇権論議を否定している。[廣吉,99:42-43]

また、論者も本来的に信憑性が希薄であるといわれる「卸売市場経路率」という数値をことさら過大評価し、卸売市場論の有効性評価の中核に据える意義は少ないと考える。

¹⁰ 姿の産地流通研究[姿,1994]は水産物産地卸売市場における流通競争構造を、構成する経済主体の行動から分析するもので、産業組織論を用いた意欲的で独自性が強いものである。しかし、分析対象産地選定において本論とは大きく異なる。彼は産地卸売市場買い手側の寡占的あるは独占的零細規模市場を想定し、その資本非合理性の解明を目標とするもので、産地と都市消費地とのインテグレーションもこの角度から個別派生的な関係性を中心に分析している。(前渡金・出荷奨励金・人間的な顧客関係性など)これに対して、このような分析の所在が零細規模産地流通にあるとしても、漁獲漁業水産物供給構造の全体を指すものではなく零細規模産地流通の範囲にとどまると判断して、本論は都市需要を充足させる流通単位のある場所の特定を行い、競争的産地市場を想定、産地・消費地間の決済サイドや貸借関係など個別的なものも具体的産地間競争においては、ほぼ平準化していると仮定する。そこから、産地・消費地間の交渉関係を仮説的に論ずる方法をとる。

¹¹ 本論 第4章第1節1)1-1)に「特定物品」を解説している。

¹² 船内凍結品は商品形態として「特定物品」に入るものであるが、漁業生産者は販売を内部化しているわけではなく生産操業サイクルを優先して行動する。すなわち生産資本の遊休は考えられず売り手の意思として帰港即販売し、仕込み後即出港を原則とする。基本的に、産地市場においては船内凍結品も生鮮品と販売形態に大きな差異はない。

¹³ 一般論としてではあるが、生鮮出荷の場合、産地水揚げの翌日を消費地販売日として出荷行動を行う。すなわち、消費地への道程が1日以上有する場合は、生鮮出荷対象地と考えない。その理由として「鮮度劣化」もあるが、翌日の全国的な供給状況は不可知であり、翌々日の消費地需給バランスの見通しが出来ないためでもある。たとえば、北海道内から首都圏に対して生鮮出荷を行う場合、通常2日間の道程を必要とする。出荷日に北海道以外に大きな水揚げ港はなくても、翌日に本州内のどこかで大きな水揚

港が出現すれば、北海道の商品より鮮度は優位にあり、消費地への入荷量も競合する北海道のものを織り込んだ産地価格で入手できる。この調達時間差は、生鮮出荷の条件不利地と有利地を生み出す。

¹⁴生鮮出荷の場合、出荷先消費地卸売市場の販売時間に流通制限時間を規定される。通常、加工業者への納入は鮮度に対する精査が生鮮出荷より制約が緩やかであるので、生鮮出荷以上の時間拘束性はない。

¹⁵「価格をP、需要量をQ、それぞれの増分を Δ をつけて表せば、弾力性eは、 $e = \frac{\Delta Q}{Q} / \frac{\Delta P}{P}$ で示される。通常右下がりの需要曲線では、価格が下がれば需要量は増加するから、 ΔQ と ΔP は逆の符号になり、eは負の値をとる。弾力性が大きい小さいかというときには、マイナス符号をとって絶対値で表示したものをを用いる。|e|が1より大きいとき需要は価格に対して弾力的であるといい、1より小さいとき非弾力的であるという」[志田,00:49-50]すると、魚介類（生鮮水産物）は0.001と極端に小さいわけであるが「需要の価格弾力性が1より大きければ、価格が下落すると需要量が増加するとともに、買い手の支出額（売り手の収入額）も増加し、他方弾力性が1より小さければ、価格が下落すると需要量は増加するが支出額は逆に減少する」[志田,00:52-53]という読み取り方ではなく、需要量（販売量）を一定に制約された上での価格の変動に対して、需要量の変動がない以上、生鮮水産物は価格弾力性が低いという数値しか得られてないとみるべきで、価格弾力性が小さいのは、商品そのものの性向ではなく生鮮水産物の小売段階での販売制限性に由来していると考えられる。

[第3章での参考文献]

秋谷重男 1978『産地直結』日経新書

乾 政秀 2003 「漁協の販売活動の動向と今後の課題」 漁業経済学会『漁業経済研究』47:3.pp.9-27.

亀田和彦 2003「条件不利地が抱える産地流通の課題—生産者による価値実現努力に注目して—」 漁業経済学会『漁業経済研究』47:3.pp.45-64.

志田 明 2000『ミクロ経済学』富士書店

高橋正郎編著 1991『食料経済』理工学社

黒沢一清 1982「漁業協同組合論」大海原 宏 他編『現代水産経済論』北斗書房 pp.361-385.

新川傳助 1958『日本漁業における資本主義の発達』東洋経済新報社

中居 裕 1996『水産物市場と産地の機能展開』成山堂書店

長谷川彰 1979「水産物流通機構の形態と性格」 漁業経済学会『漁業経済研究』24:3・4 : pp.92-117.

波積真理 2003「水産物のブランド化戦略とその展望」『水産振興』No.430. 財団法人東京水産振興会

馬場 治 2001「産地における新たな販売取り組み—生鮮魚介類販売を中心として—」 多屋勝雄編著『水産物流通と魚の安全性』成山堂書店 pp.44-72.

濱田英嗣 1999「水産物の産地流通問題」日本フードシステム学会編『水産物のフードシステム』財団法人農林統計協会 pp.14-28.

林 周二『流通革命新論』中公新書、1962

廣吉勝治 1982「水産物市場論」大海原 宏 他編『現代水産経済論』北斗書房 pp.265-298.

廣吉勝治 1983「水産物流通機構論の展開」水産大学校『水産大学校研究報告』31:3:pp.99-110.

廣吉勝治 1985「大型産地市場の再編成と水産物流通政策の課題」西日本漁業経済学会『漁業経済論集』26:pp.11-29.

松岡真宏 2001『問屋と商社が復活する日』日経BP社

森下二次也 1977『現代商業経済論 [改訂版]』有斐閣

婁小波 1994『水産物産地流通の経済学』学陽書房

第4章 水産物消費地卸売市場とその生鮮品集荷機能 —集荷独占を志向する消費地卸売市場卸売人—

水産物産地卸売市場を構成する経済（流通）主体は、流入してくる生産物に規定されながら行動するが、消費地のそれは、開設地域の消費者要求に規定され行動する。しかし、その要求は必ずしも対象となる水産物の生産状況と符合するものではなく、とくに生鮮品についての需給調整は、産地・消費地間の関係性に委ねられてきた。第3章においては、産地側で生鮮水産物出荷に直接携わる買受人の行動を論述した。第4章では、市場内や市場間、また市場外流通などとの競合に規定されながら、消費地卸売市場卸売人が生鮮品集荷独占をめざすことについて論述する。

71年市場法施行時、消費地卸売市場の生鮮品「委託集荷・セリ販売原則」は、遠くにある産地出荷者にとっても、現場にいる消費地買受人にとっても、価格形成の公平性を実感させる重要なツールであった。一方、産地市場では対象商品でなかった冷凍品や加工品など流通時間制約が緩やかな商品群については、量販店勢力の拡大とともに、市場内でも原則に捉れない取引が主流となった¹。さらに、80年代中盤以後、卸売市場内の大口需要者に成長した量販店の生鮮魚調達システムを卸売人は無視し得ない状況となり、川下側から包摂されるように変化が始まった。現実には、生鮮品の「買取集荷」「相対販売」の消費地市場取扱占有が90年代に進行し、やがて制度は追認するように「99年の取引規則改正」を行った。

今日の量販店で定番化されている商品群をみるかぎり、腐敗特性・供給予測の不可知性という属性が極端な海面漁獲漁業生産物について、消費者に円滑な供給がなされていると考えられない。まず、ここでは消費地卸売市場で区分されている生鮮品・冷凍品・加工品の形態確認と、それぞれの原則的な集荷・取引方法を示す。つぎに「4定条件²」を起動因として産地側に発注し、量販店の市場内取引代行者である買受人に対して相対取引で商品を渡す」と想定できる卸売人の行動様式と、それが二段階制度流通の経路上にある海面漁獲漁業生産物をどの程度取り込んでいるのか、可能な限り検証する。そして、「委託」「買取」「セリ」「相対」という4つの集荷・販売方法の組み合わせを仮説的に措置し、それを集荷独占しようとする経済主体、消費地卸売市場卸売人の行動として分析することで「99年取引原則改正」の方向性は明示的になると考える。さらに、産地から持続的な安定供給を与えるために必要な出荷者収益の検証意図について論及する。

第1節 消費地卸売市場の取扱商品と卸売人の機能変化

1)水産物消費地卸売市場が扱う商品と取引形態

1-1)特定物品

消費地卸売市場で取り扱われる水産物の商品形態としては、表IV-1-1のごとく大別できる。生鮮水産物とは活性を絶たれ氷蔵箱詰めされているものであるし、ここでの冷凍水産物³とは丸体(加工処理前の原形状態)か、腸抜きか、頭落し姿の凍結されたものをさす。活性水産物とは生命を維持した状態のものであるし、加工水産物は調理を加えたものや、塩干品や練り製品など水産物を主原料として加工されたものなどを指す。これまでみてきた水産物産地卸売市場で取引される大中資本規模漁獲漁業生産物は、一部に冷凍水産物（船

内凍結された) や活性水産物もあるが、大半は生鮮水産物であり、市場内での販売方法は「セリ・入札原則」がほぼ完全履行されている。

表IV-1-1 消費地卸売市場で取り扱われる商品形態

商品形態	商品劣化の速度	一般的な賞味期限	価格の事前決定の可・不可	消費地側への供給量の増減調整	基本的解釈
生鮮水産物(fresh)	早い	漁獲から2~3日程度	不可能	不可能	非特定物品
冷凍水産物(frozen)	遅い	凍結化から1年程度	可能	可能	特定物品
活性水産物(living)	比較的遅い	販売動作に移行後1週間程度	可能	可能	特定物品
加工水産物(processed)	比較的遅い	平均的には製造後3ヶ月から1カ年	可能	可能	特定物品

一方、水産物の安定供給を先行させる消費地卸売市場の本来的機能は「品揃え」の場面集約であり、この「品揃え」に不可欠として、「市場法」では「セリ・入札」によらない原則外の販売方法を容認している。すなわち、冷凍品や加工品などの供給調整が可能な耐久材的商品を特定物品と判断し、卸売人に再販売目的で「買取集荷」することと、買受人を相手としての「相対」取引を容認しているのである。

1-2)卸売人の販売方法と集荷方法

消費地卸売市場内において、販売方法は全商品ごとに厳格に規定し、運用されてきたわけではなく、主として卸売人の裁量に任される形で決定されてきた。下記の市場法 34 条にある「規格・貯蔵性を有し計画的な供給が可能なものや、需要が一般的でない生鮮食料品で農林省令が定めるもの」という解釈を生鮮品についても柔軟適応し、出荷者・買受人の合意のもと運用されてきた。例えば、「養殖ブリ」などは計画的な供給が可能な貯蔵性を有する商品と解釈されるものであるが、需要期を逃さないで完売したいと考える出荷者は、生鮮品として消費地での「セリ」販売を要請し、量的処理を優先するであろう。しかし、一方で特定物品として販売希望価格で「相対」手法の定価販売を要求する出荷者もいる。また、個体差の激しい「冷凍クロマグロ」のように、冷凍品でありながら特殊な流通要素が加味されるものについては、「セリ」販売が常態であるものもある。生鮮品の商品科目を厳格に規定し集荷が消極化するよりも、原則外対応を部分容認することで、制度運営に躍動感を与えようとする基本的な考え方がここにはある。

卸売市場法 34 条 (セリ売又は入札の原則)

「卸売業者は、中央卸売市場において行う卸売りに関しては、セリ売り又は入札の方法によらなければならない。ただし、次の各号のいずれかに該当する場合は、この限りでない」

- 1号.一定の規格若しくは貯蔵性を有し、かつ、その供給事情が比較的安定している生鮮食品等で農林省令で定めるもの又は品目若しくは品質が特殊であるため需要が一般的でない生鮮食料品等で農林省令で定めるもの(以下「特定物品」と総称する。)のうちセリ売又は入札の方法以外の方法によることが適当であるものとして業務規定で定めるものの卸売をするとき。

農林省令 22 条 (特定物品) 水産物に関するものを抜粋すると

- 3号.冷凍水産物(その市場で解凍して卸売するものを除く)及び生鮮水産物の加工品(湯煮又は焼干したものを除く)
- 5号.加工食料品(第1号から第3号までに掲げる加工食料品を除く)

卸売市場法 38 条（自己の計算による卸売の禁止）

「卸売業者は、中央卸売市場において行う卸売りについては、自己の計算において卸売をしてはならない。ただし、次の各号のいずれかに該当する場合は、この限りでない」

- 1 号.特定物品のうち当該中央卸売市場におけるその取引の状況等に照らし卸売業者が自己の計算において卸売をすることが適当であるものとして業務規定で定めるものの卸売をするとき。
- 2 号.出荷者の計算において行う卸売の方法によっては生鮮食料品等の出荷を受けることが著しく困難な場合その他の農林省令で定める特別の事情がある場合であって、業務規定で定めるところにより、開設者が卸売の業務の適正かつ健全な運営を阻害するおそれがないと認めたとき。

集荷方法については、上記の市場法 38 条「自己の計算による卸売の禁止」として表現されている。「自己の計算による卸売」とは出荷者から委託された物品を料率にもとづいて「委託販売」するのではなく、自己の計算により商品を調達し、販売する行為をさす。具体的には「買取集荷」を意味し「委託集荷」と対置するものである。原則外としている 2 つの項は、1 号で特定物品の仕入れ行為として「自己の計算による卸売」（買取集荷）を認めている。2 号は出荷者側が消費地の価格形成に不信感をもち、「委託」では出荷を受けることの出来ない場合についての「自己の計算による卸売」（買取集荷）を認めている。

1 号については、さきの販売方法と同様に、特定物品の解釈を拡大すれば生鮮品の一部についても「買取集荷」が可能となる。2 号の具体的な運用は、価格保障を前提として「セリ販売」後に適応し「価格補填として買取伝票おこす」場合と、販売前に価格保障の履行として「買取集荷をおこなう」場合が考えられる。後者も卸売人(集荷者)にとって差損を前提としているが、結果として料率以上の差益の場合もありえる。この場合の販売予想価格は集荷者側から発信されるものであり、出荷者側は精査が不可能である。差益発生の場合、市場法 41 条(委託手数料以外の報償の收受の禁止)「卸売業者は、中央卸売市場における卸売のための販売の委託の引き受けについて、その委託者から業務規程で定める委託手数料以外の報償を受けてはならない」との解釈がどの程度の制限性を意味しているのか、「買取集荷」の相手方を販売委託者ではなく、単なる売渡者と解釈するのなら整合性はあるが、法文上は不鮮明なままである。

消費地卸売市場においても、生鮮水産物の販売方法は「セリ・入札」が原則であるが、卸売人にとって、その際の商品は出荷者から委託物であった。一方、「相対販売」を行う特定物品について、卸売人は一般商品流通と同様に再販売を目的とした仕入れ行為を行う必要がある⁴。集荷者卸売人にとって、前者は販売リスクを伴わない手数料商人としての機械的な行為であるが、後者は再販売購買のリスクを内包する売買差益商人の行為となるわけである。「セリ・入札」という販売方法は卸売人の「委託集荷」という集荷方法と連動し、「相対」という販売方法は、卸売人の「買取集荷」という集荷方法と連動する、と一般認識されていたのが市場法施行時であった。

前期的商業資本が独善的に支配していた問屋制卸売市場の根本的な改革を目指したのが 1926 年の「中央卸売市場法」であり、総括的な仕上げとして改定されたのが 1971 年「卸売市場法」制定であった。それまでの非公開的・恣意的運用から公開的・公平的運用への

移行が最大の目的であり、具体的には問屋制市場機構の中心に位置する卸売人・前期的商人の権限を封印することにあつた⁵。「出荷者・買受人に対する差別的取り扱いの禁止」「全量上場」「販売先の制限」などと同列に、卸売人の行動を制約する条項のひとつとして生鮮品の販売方法「セリ・入札原則」の履行があるわけで、それは公平性と公開性という理念に基づくものであつた。これに対して、「相対販売」は買受人との個別な関係性をもとに非公開で運用されるものであるが、消費地卸売市場の完全な品揃え機能を充足させるためには、流通の時間制約が緩やかで原価設定が厳格な特定物品について、「相対販売」の部分容認が必要とされたわけである。

表IV-1-2 販売方法と集荷方法の基本的な関係とその比較

卸売業者の販売方法	せり	相対
卸売人の対買受人動作	価格競争の主宰	関係性で個別交渉
買受人の評価行動	現物評価	事前評価
公開性	ある	ない
公平性	ある	ない
卸売業者の収入	手数料	差益
卸売業者の集荷方法	委託	買取

売買操作資本であり手数料商人である卸売人のもとに、販売先の探索コスト圧縮を意図して出荷者が販売委託し、商品調達の探索コスト圧縮を意図して買受人が参集してくるわけで、卸売人の本来的な機能は両者の機会費用節約に資すものである。対象商品が限定的な産地卸売市場での卸売人は、完全な売買操作資本として機械的にセリ・入札という売買操作を行うわけで、販売原則も有効に機能している。しかし、写し絵として今日の消費地卸売市場へこの原則を移転した場合、この取引原則は耐久材的な冷凍品や加工品の販売方法との関係が希薄で、商品属性に強く規定される生鮮品にのみ有効に作用する限定的・部分的なものであるといわざるをえない⁶。

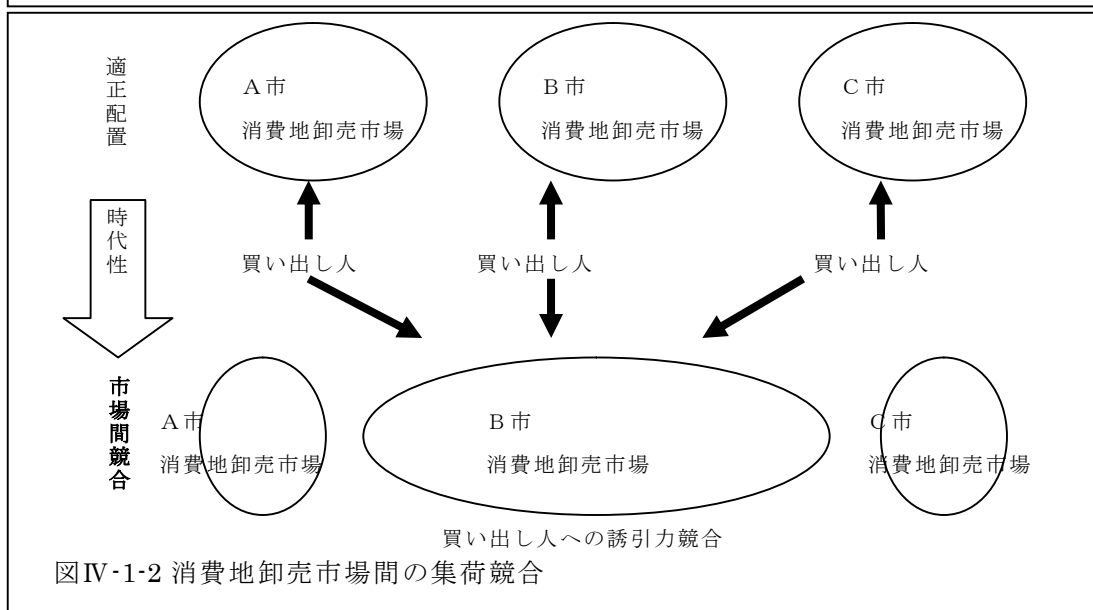
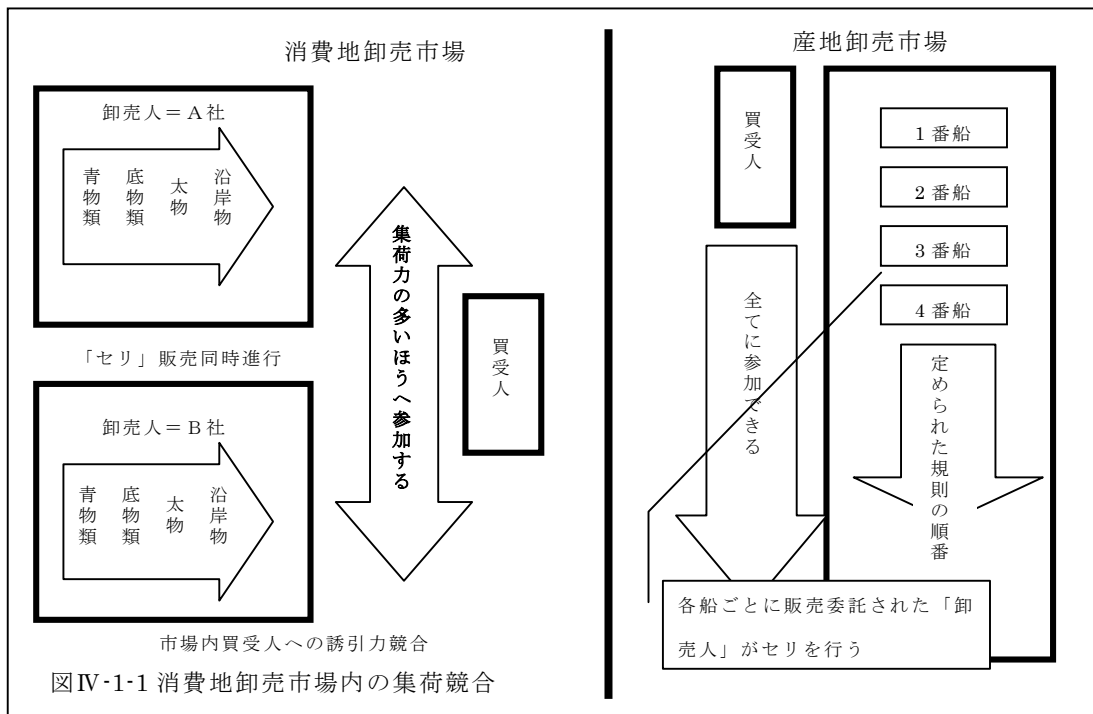
2)卸売人の集荷方法・販売方法を変化させた原因

2-1)消費地卸売市場内での集荷競合

開設者(通常は都道府県・市町等の地方自治体)は卸売市場卸売人の定数を定めているが、産地卸売市場集荷量の多寡は近接する漁場の豊凶に規定されているわけで、基本的に、構成している卸売人の競争原理が集荷量を促進するとは考えられない。ゆえに大部分の産地市場が卸売人単数市場である。一方、消費地市場の場合は、集荷促進や健全な市場運営から卸売人の1社独占を原則として排し、2社の複数制⁷を基本としてきた。同一市場内の競争他者に対して、生鮮品の集荷量優劣は卸売人にとって営業収益にかかわることなので、卸売人2社制の複占的競争状態は、卸売人の品揃え上限量に近づく努力を創り出し、安定供給に作用するとこれまで認識されてきた。

消費地卸売市場では限られた時間内で多種にわたる商品科目の卸売業務を完遂せねばならないし、また卸売人ごとに市場内の場所が専用使用されており、開業時間から競争他者と同時進行で販売が行われる。ゆえに図IV-1-1のごとく集荷量の多寡は、調達目的で参集する買受人への誘引力となる。集荷力に劣る卸売人の販売場所には、売買参加する買受人の数も少なく価格競争は不活発なものとなり、価格形成力は出荷者の信頼性を欠くものとなる。そこで、比較劣位者は集荷力の不均衡を是正する必要に迫られることから、出荷者側に価格保障を呈示し、「買取集荷」で集荷量の確保をめざすこととなる。

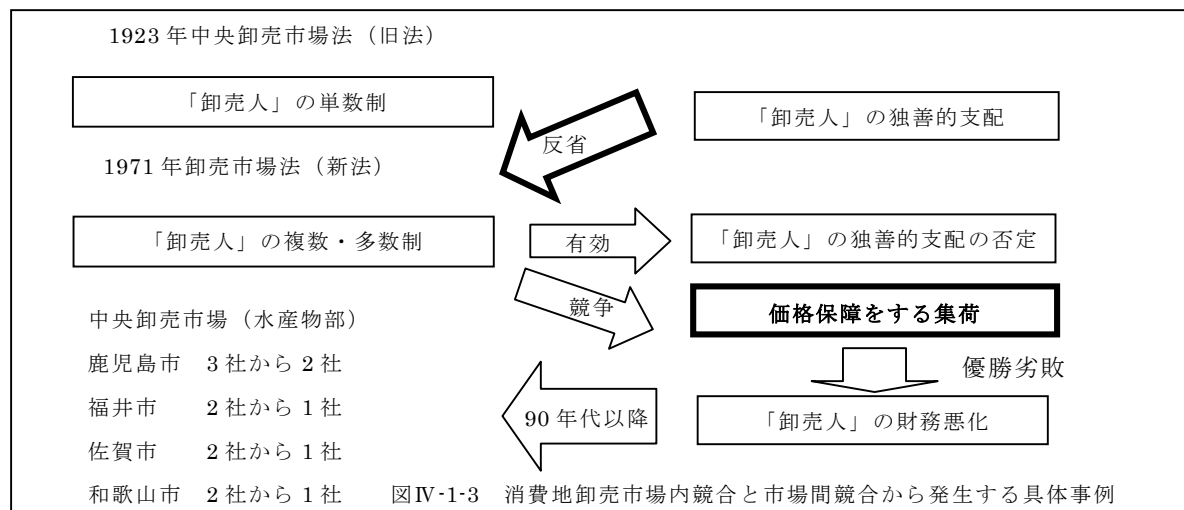
70年代からみると（後述の表IV-2-1参照）、卸売市場の生鮮品シェアは際立った遞減傾向を示していないが、特定物品に特化して専従流通する市場外業者の攻勢を受け、加工品や冷凍品取扱量は縮減している。そのため市場内の集荷競合が集約的に生鮮品へ顕在化している。この傾向は、とくに開設区域消費人口に増減のみられない地方都市に顕著で、市場内の過激な卸売人の集荷競合は生鮮品までも「委託」から「買取」に方法を変化させてきた。その結果、売買差益商人化した一部の消費地卸売市場卸売人は、優勝劣敗からその商業信用を短期間に不安定化させている。



2-2)消費地市場間の集荷競合

開設者（地方自治体）は自己の行政区を基本的な策定範囲とするわけであるが、現実の卸売市場の商業活動は開設区域に拘束されているわけではなく、隣接する卸売市場とのシェア争いが繰り広げられている。規模において劣る卸売市場の場合、同一市場内だけではなく、他市場との競合からも生鮮品集荷活動は「委託」を維持しえなくなっている。このように、消費地卸売市場を取り巻く時代性は外部要因を強く表し、道路網の発達などによる地理的接近が市場間競合を加速させている。(図IV-1-2)

市場の集荷力優位は鮮魚商をはじめとした給食業者・外食納入業者・量販店などの買い出し人に品揃えの利便性を与え、買い出し人誘引力となって具体化する。その集荷量の優劣は消費地卸売市場の盛衰にかかわり、広域的な市場統合の構想に組み込まれるから、前項の場合と同様に、劣位市場の卸売人は出荷者に対して価格形成の信頼性確保の必要性を生じさせる。この買い出し人集客力を維持する価格形成力を無視した「買取集荷」への移行が、小規模消費地卸売市場卸売人の企業体質を弱体化させている。

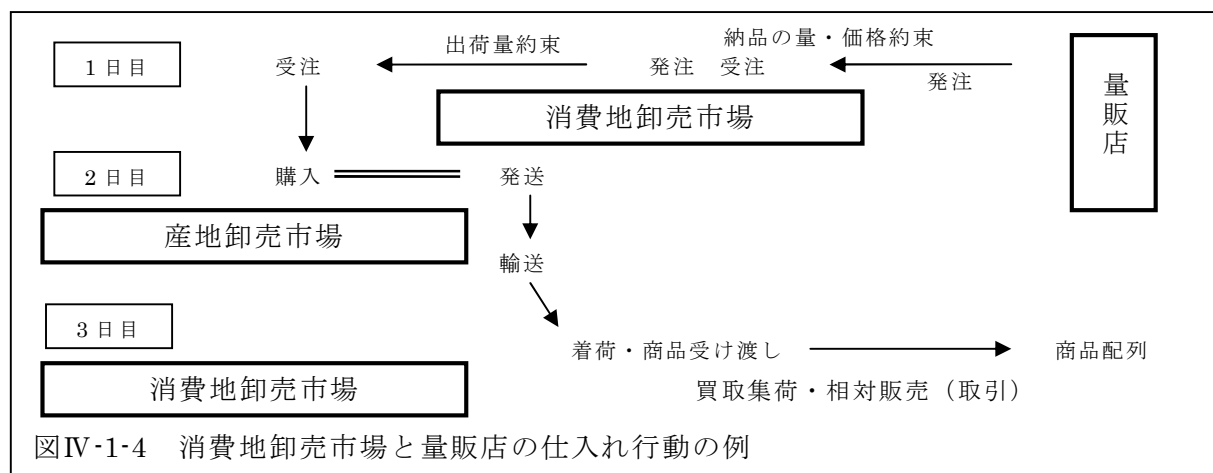


2-3)大口需要者となった量販店への対応

従来型の買出人である鮮魚小売商などは、消費地卸売市場の買受人が呈示する仲卸価格（価格競争で獲得した商品に自己の利潤を上乗せした価格）に対して、自己の販売予測に応じ仕入れ数量を決する。すなわち、鮮魚小売商などの商業活動は、消費地卸売市場の集荷状況を反映した買受人の売価（仲卸価格）と、自己販売力量とに規定されるものであった。それに対して、80年代に大きく台頭した量販店の仕入れは、計画性をもって進められるわけで、「4定条件」といわれる「定時」（決められた期日）に「定量」（決められた数）「定質」（決められた質）で「定価」（決められた価格）なものを納品側に要求して行われる。

納品側にとって、この契約は、少なくとも前々日（3日）以前決定されるゆえに、卸売市場での「セリ・入札」取引のような価格設定や商品獲得が不安定な調達行動では、履行が困難なものであった。量販店の場合、基本的に入荷に応じて消費を掘り起こすのではなく、消費者要求に応じて消費地卸売市場に調達要求する。すなわち、生鮮魚も豆腐やパンなどの一般食品と同様に、品揃えとして計画販売の枠組みに組み込まれ発注されており、これに応じる仕入れの数量確約は、前々日までに完了させる必要がある。この内容の図説が図IV

-1-4である。逆に、量販店側からみれば、店舗内の陳列商品が日毎に変動することは避けなければならない。購入予定を立ててくる消費者要求に応えられないことは、非対面販売である量販店の販売戦略の致命的な弱点となる。



2-4) 「99年の改正」を契機とした量販店対応の変化

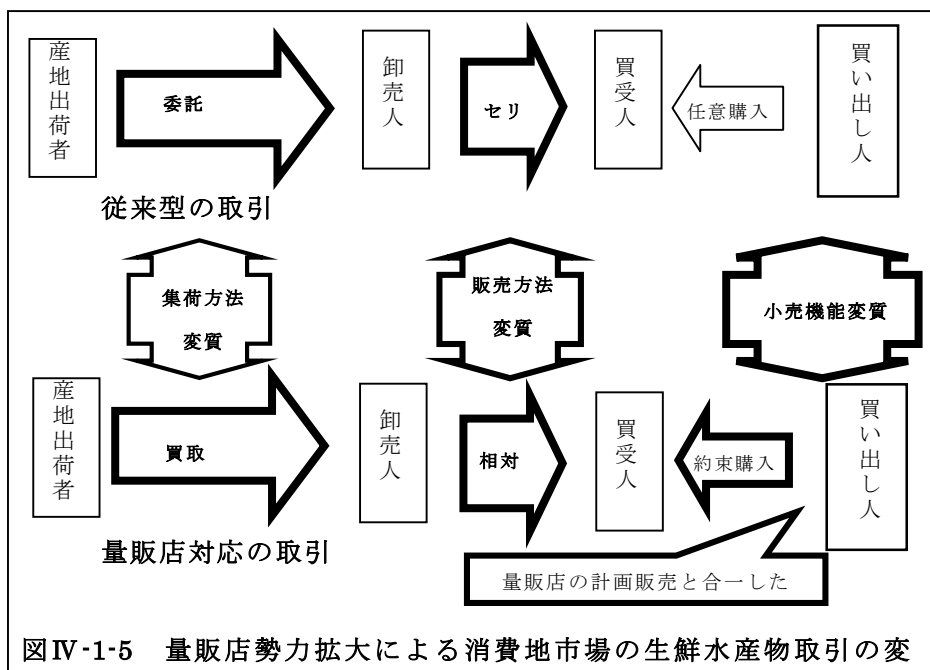
当初、卸売市場内での操作としては、量販店調達組織の意向を受けた買受人が、セリ時間前の上場品を「先取り」という形で計画調達していたが、「先取り」価格はセリ価格に応じて決定されるもので、高位となるため十分な適合が出来なかった。また、「先取り」を行う商品すら消費地間集荷競合で入荷しない場合もあり、完全な量販店対応ではなかった。ゆえに、連携の初期段階において、集荷を担当する消費地卸売人は、集荷に不安定感のある魚種について、産地価格に対し経費・利潤を上乗せした成果を産地出荷者に保障し出荷を受けていた。そして、保障が達成されない場合、すなわち、予測より安価な卸売価格になった場合の善後策として買い取り伝票を起し、価格補填を行っていた。さらに極度に欠品（契約量を確保できない場合）の危険性がある場合には、産地側収益を保障する価格で消費地市場卸売前に仕入れ(買取)伝票を起し、購入することもあった。調達組織は量販店にあらかじめ決定した価格で売り渡すわけであるから、調達組織となっている買受人かバイヤーかがその差損の負担を行っていたわけである。

「4 定条件」への対応であるにしても、中小資本漁業の漁獲する大衆嗜好の強い多獲性魚種について、最上層規模の首都圏都市級消費地卸売市場（具体的には東京や名古屋市場など）卸売人は供給に安定的傾向のみられる場面で、「買取集荷」のような可及的な行為を実行するとは考えられない。「99年の改正」前から、また、その後も、主として多獲性魚種の計画販売を阻害するような緊急非常時（供給激減である突発的な不漁事態の発生）にのみ納品量確保の手段として「買取集荷」を行ってきた。このような「買取集荷」は、改正前の「市場法」の例外条項に順法したもので、基本的に集荷者収益が手数料料率より低位である。本論では、これらについてB型（改正の前から＝Before law Amendment からB型）「買取集荷」と呼称する。

それに対して、おおよその目安ではあるが生鮮魚取扱規模5万ト前後（具体的には、京都・神戸など地方都市市場）以下の市場の場合、量販店の定番商品として登場する多獲性魚種について、確実に「委託集荷」でその必要量を充足させることが出来る市場規模では

ない。それゆえに、卸売人はさきのB型「買取集荷」を頻発し、差損を買受人とともに共有しながら財務状況を悪化させたと一般的には理解されてきた。消費地市場の集荷安定性は産地顧客数と連動し、その顧客数は消費地市場規模に連動する。このような次段階市場の場合、集荷状況の不安定性から発生するリスク負担を、消費地卸売市場(卸売人や買受人やバイヤー)だけに負わすには限界があった。そこで、消費地買受人(量販店の計画的な調達要請をうける)から要求される確実な商品確保のために、出荷者・集荷者は固定的・限定的な顧客関係を構築し、商品獲得を目指した。

<消費地卸売市場での当該商品販売後、その成果に対し産地出荷者と消費地集荷者が差益・差損の分割を行う。すなわち、顧客信頼関係をもとにして、消費地卸売価格から産地卸売価格・出荷者経費を減じ、その差額の分割について協議、消費地集荷者(卸売人)が産地出荷者の取得分としての売り渡し価格を記帳した買取り伝票を計上する>これが、「99年の改正」後における消費地卸売市場の「4定条件」(量販店仕入れ)への主要対応動作で、増加した「買取集荷」の原形型と考えられる。具体的には、ここまで定式化されているものは少ないであろうが、「顧客関係が特定のであり、産地・消費地で差損差益を共有するもので、取引内容は秘匿されている」という点において基本的に共通しているはずである。すなわち、消費地卸売市場内部で量販店対応していたが、産地出荷者を巻き込む形に変化したのである。本論では、これを「99年の改正」後に主流となったものとして、A型(After law Amendment.からA型)「買取集荷」と呼称する。



図IV-1-5 量販店勢力拡大による消費地市場の生鮮水産物取引の変

第2節 卸売人の集荷・取引方法変遷と海面漁獲魚類の二段階制度流通利用

1) 市場外流通との競合

農水省の消費地水産物流通統計では卸売市場の取り扱いの商品科目として「生鮮品・冷凍品・加工品」3種で大分類している。福岡市場の産地市場性を減じた修正値で10都市品

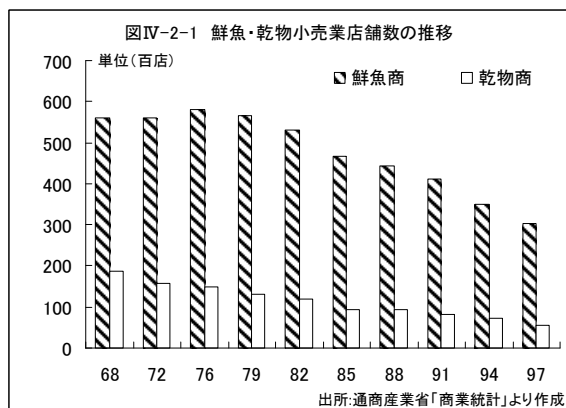
目別卸売数量・金額経年推移をみたのが表IV-2-1である。これをみる限り、総合的には生鮮品の数量が大きく変化しているわけではなく、市場内流通と市場外流通のシェア争いは耐久材的な冷凍品や加工品において顕著であるといえる。腐敗特性や供給不可知性という商品属性が微弱な冷凍品や加工品は、小売側の調達・仕入れ機能において市場外と平準化しており一般商品流通との差異性は少なく、市場内流通と市場外流通の卸売競合は70年代中盤より激化している。とくに販売効率を目指す量販店の大量仕入れ調達機能と市場外勢力が合致し、従来型の水産加工品の小売商である乾物商等の経営体数を減少させてきた。

表IV-2-1 10都市中央卸売市場卸売数量・金額推移表(福岡市の産地市場的数値を減じた修正値)

数量(トン)		74年	78年	80年	85年	90年	95年	99年
生鮮品		744,647	766,780	784,498	820,628	792,535	821,393	816,992
冷凍品		812,874	932,046	850,347	757,917	747,837	618,747	550,621
加工品		751,792	802,207	841,965	909,510	852,430	735,932	688,521
水産物数量		2,309,313	2,477,736	2,447,823	2,454,397	2,399,908	2,179,008	2,056,134
金額(千円)		74年	78年	80年	85年	90年	95年	99年
生鮮品		349,178,764	515,585,560	584,956,858	657,248,709	788,541,571	753,630,773	731,301,013
冷凍品		369,857,670	636,587,418	660,719,619	666,209,043	708,949,476	532,122,420	515,381,256
加工品		366,122,704	595,237,594	622,212,135	656,666,220	698,992,600	592,425,260	559,767,573
水産物金額		1,085,159,138	1,747,410,572	1,867,888,612	1,980,123,972	2,196,483,647	1,878,178,453	1,806,449,842

出所:「水産物流通統計年報」農林水産省統計情報部・福岡市「統計書」「平成11年福岡市中央卸売市場統計年報」より作成

一方、鮮魚商も80年代中盤より経営体数の減少が顕著となり、消費者の購入行動も食料スーパーなどの量販店に主力を移行させているが、卸売市場での生鮮品卸売数量が際立って減少しているわけではない。それは量販店の仕入れ調達機能が生鮮品の商品属性を克服できないあらわれでもあるが、卸売市場側も大口需要者となった量販店勢力に集荷・販売方法での適合を努力した結果でもある⁸⁾。



表IV-2-2 生鮮魚介類の購入先別支出金額(1ヶ月当たり) 単位(円)

	1979年		1984年		1994年	
小売店	3,669	52.9%	3,155	42.0%	1,879	26.6%
スーパー	2,640	38.1%	3,515	46.8%	3,893	55.0%
百貨店	160	2.3%	206	2.7%	336	4.8%
生協・購買	223	3.2%	384	5.1%	591	8.4%
その他	246	3.5%	244	3.3%	374	5.3%
	6938	100.0%	7504	100.0%	7073	100.0%

出所:総務庁「全国消費実態調査」79年・84年・94年各年数値より作成

2)消費地卸売市場の集荷先の推定

「市場法施行」以来、都市需要を充足させている中央卸売市場の生鮮品の取扱規模に表面的な変化はみられないが、取引方法や卸売人の集荷手法などの内容は大きく変化している。本論の意図は、二段階制度流通の利用が都市需要について有効に作用をしているかの検証である。市場内の生鮮品取引方法の変化を検証する前に、消費地卸売市場の集荷先資料から、中小資本漁業漁獲物の二段階制度流通の利用状況を把握しておく。

表IV-2-3大都市中央卸売市場生鮮水産物の集荷先別取り扱い状況表(金額ベース)

単位(百万円)

	90年	91年	92年	93年	94年	95年	96年	97年	98年	99年
大都市生鮮品	948,196	980,213	967,715	937,405	910,560	907,176	895,400	891,075	850,898	835,605
① 生産者個人	8.5%	8.5%	8.7%	8.8%	8.7%	9.0%	9.1%	9.1%	9.3%	9.2%
② 出荷団体	13.1%	13.0%	12.3%	11.7%	11.4%	10.8%	10.9%	11.2%	10.9%	10.7%
③ 産地出荷業者	50.9%	50.0%	49.6%	49.7%	49.3%	49.7%	49.5%	48.8%	49.2%	48.4%
④ その他	27.4%	28.6%	29.4%	29.8%	30.5%	29.7%	30.4%	30.7%	30.7%	31.7%

資料:「農林水産省総合食料流通課調べ」より作成

注:大都市とは政令指定都市にある市場及び開設者が都府県である市場を指す(10都市に千葉市・川崎市・北九州市を加えたもの)

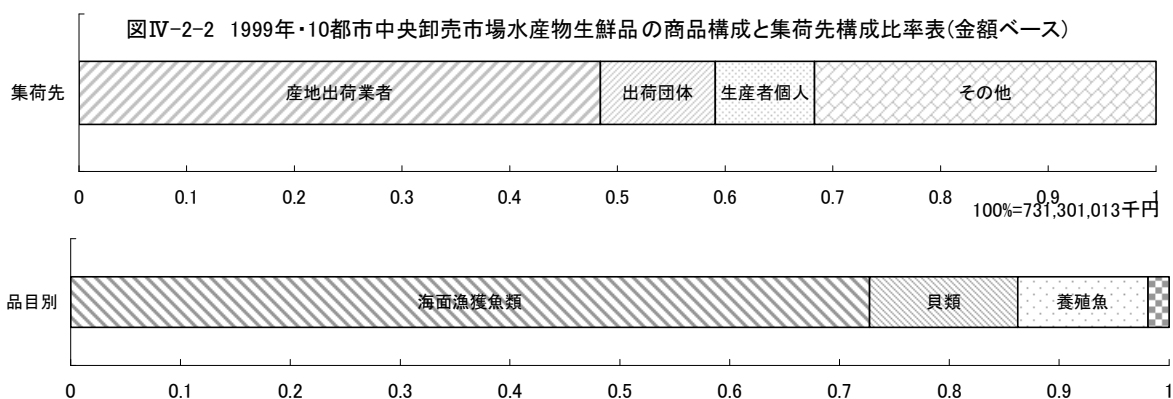
表IV-2-3は大都市中央卸売市場(大都市とは、これまで使用してきた統計対象10都市に千葉市・川崎市・北九州市を加えたものの統計値)生鮮品水産物の集荷先をみたものの要約である。①の生産者個人は養殖魚類生産者や都市周辺部の漁業者が直接持ち込むもの、②の出荷団体とは産地卸売市場が開設されていない地域の漁業協同組合や組合連合会が零細規模漁業の生産物や養殖魚を一括して消費地に直接送り込んでいるものと、それぞれ推定される。④「その他」の項目は生産者任意団体・商社・水産会社・他市場卸売業者・他市場仲卸業者・分類不可の者で構成している。集荷先についての業態区分が、調査対象の各市場で解釈も異なり、十分に厳格な精査がされているものとは考えられず、④をここでの分析対象とするにはあまりにも不鮮明な区分である。そこで、とりあえず①と②は産地市場を経由しない一段階制度流通のものであると理解し、③産地出荷者のもののみが確実な二段階制度流通利用のものとして特定する。10年間の推移をみると①については微動であるが、②と③については魚類漁獲漁業生産の逡減傾向が顕れているものと考えられる。

表IV-2-4 10都市中央卸売市場に入荷する海面漁獲漁業魚類生産物の推定卸売数量・金額比率

年次	生鮮品(福岡分修正値)		貝類		淡水魚類		養殖魚		海面漁獲漁業魚類	
	数量(トン)	推定金額(千円)	数量比率	金額比率	数量比率	金額比率	数量比率	金額比率	数量比率	金額比率
78	766,780	515,585,560	13%	14%	1%	3%	6%	10%	80%	74%
80	784,498	584,956,858	14%	14%	2%	3%	7%	10%	77%	73%
85	820,628	657,248,709	17%	14%	2%	3%	8%	11%	73%	72%
90	792,535	788,541,571	16%	14%	2%	3%	12%	13%	70%	70%
95	821,393	753,630,773	14%	14%	1%	3%	12%	12%	72%	72%
99	816,992	731,301,013	15%	13%	1%	2%	10%	12%	74%	73%

資料:農水省「水産物流通統計年報」各年次版より作成

注:⑥海面漁獲漁業は零細規模漁業魚類漁獲を含む



出所:表IV-2-3とIV-2-4より作成

99年を例として表IV-2-4(第2章の表II-3-3の魚種別数値を、表IV-2-4の比率で算定したもの)との照合を試みると、中小資本漁業の生産物で二段階制度流通を利用するものは、

10 都市生鮮品目別卸売金額から貝類・養殖魚・淡水魚の 3 品⁹を減じた海面魚類漁獲分(生鮮品の 73%.5319 億円)のなかにあるとして図IV-2-2 下段の図で示した。次に上段の集荷先区分図では、「生産者個人」が都市周辺沿岸漁業者の海面漁獲物、「出荷団体」が条件不利地からの系統出荷海面漁獲物、「その他」についても商社経由で上場される空輸物の生鮮マグロやカニ類などの海面漁獲物で構成し産地市場を経由しない一段階を推定できるので、とりあえず産地出荷業者の領域を左側に寄せて示した。産地卸売市場買受人(出荷業者)が養殖魚や貝類(殻つき丸体での出荷品は僅少で、主力の身欠き加工されたカキや貝柱などは水産会社取扱となり「その他」に含まれていると推定される)や淡水魚を出荷対象商品とする場合は極めて低位で、すくなくとも産地出荷業者部分と海面漁獲魚類部分との重なる数値は二段階制度流通利用の部分と確定できる。ゆえに海面漁獲魚類 5,319 億円は産地出荷業者に優先させなければならないと判断する。

ここで得たい数値は、二段階制度流通利用の産地出荷業者のシェア 3,540 億円(表IV-2-3 の全体/産地出荷業者分=48.4%×表IV-2-4 の 99 年分 731,301,013 千円)は、10 都市取扱の生鮮品数値の海面漁獲魚類分(貝類・養殖魚・淡水魚の 3 品を減じた)5,319 億円の約 67%を占めているという概略的な数値の確認である。そして、残余の 33%については二段階と一段階が混在したものであり、高い確度のある水準のものとは云いがたいが、二段階制度流通利用の数値輪郭として最低限の確認は可能であろう。

3)消費地卸売市場販売方法の変遷

表IV-2-6 は中央卸売市場の水産物生鮮品「セリ販売」(金額ベース)比率を 10 都市中央卸売市場の統計値に適応し、その海面漁獲魚類上場分と比較したものである。仮に、85 年までは供給調整が可能な貝類や養殖魚や淡水魚の大半が「相対販売」であるとするなら、図IV-2-3 の上段図のように海面漁獲魚類は「セリ販売」であるという容積を完全確保できているが、それ以後は急激に取引シェアを失い、下段図のごとく 99 年では海面漁獲魚類について最大限にみても「セリ販売」は 70%をきる状態である。

近年の「相対販売」の増加は、主として大口需要者である量販店の調達・仕入れ機能への対応に影響されている。大口需要者に相対で引き渡された残品を残る小口需要者だけで「セリ」行為することは不活発で十分な価格競争場面の成立につながらないということもあるし、また「セリ」を実施した場合に「相対」で受け渡す金額より低位な価格でしか成立せず、大口需要者が高位価格で獲得し、小口需要者が低位価格で獲得するという不自然な状況ともなる。ゆえに、集荷側は大口需要者の仕入数量を基本として、小口需要者の数量を想定し、産地側に数量制限をかけ小口需要者へも「相対販売」で対処することとなる。出荷者側にとっては受け取り金額が関心事で、消費地の販売方法は直接的な関心事でないし、また受け取る仕切り伝票の範囲では「セリ販売」されたものか、「相対販売」されたものなのかは厳格に判別できない。

表IV-2-5 中央卸売市場における「生鮮水産物」の集荷方法・取引方法の推移(金額ベース)

		1978年	80年	85年	87年	89年	91年	93年	95年	97年	99年
集荷方法	委託		77.9%	73.1%	70.8%	67.4%	66.0%	64.3%	62.5%	60.0%	56.8%
	買取		22.1%	26.9%	29.2%	32.6%	34.0%	35.7%	37.5%	40.0%	43.2%
取引方法	セリ入札	83.4%	76.4%	69.2%	64.9%	62.7%	60.4%	57.1%	54.6%	52.8%	50.8%
	相対	16.6%	23.6%	30.8%	35.1%	37.3%	39.6%	42.9%	45.4%	47.2%	49.2%

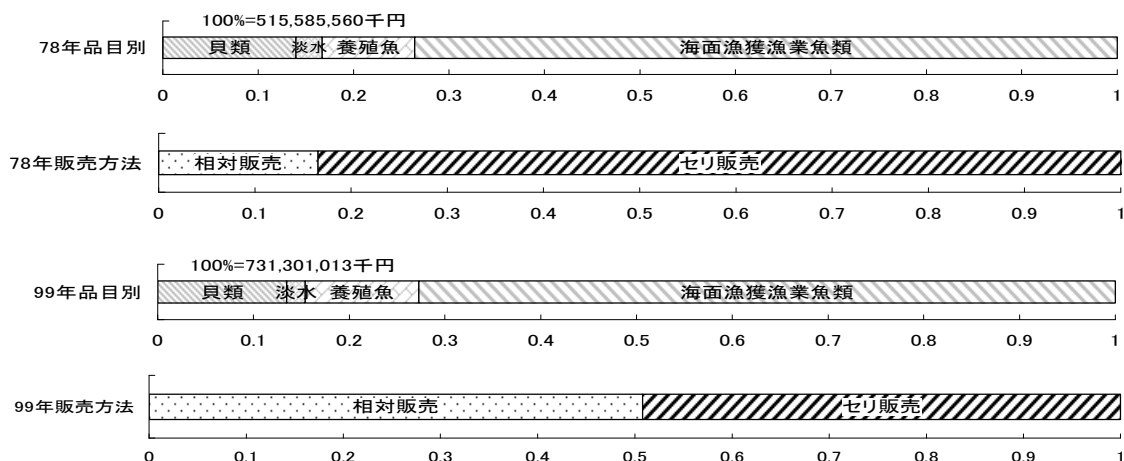
出所:「農林水産省総合食料局流通課調べ」より作成

表IV-2-6 中央卸売市場におけるセリ・入札取引の割合(金額ベース)と10都市中央卸売市場漁獲魚類上場分との比較 単位(千円)

		78年	80年	85年	90年	93年	95年	97年	99年
中央卸売市場生鮮品セリ比率		83.4%	76.4%	69.2%	61.5%	57.1%	54.6%	52.8%	50.8%
10都市	①生鮮品(修正値)	515,585,560	584,956,858	657,248,709	788,541,571	789,054,031	753,630,773	771,948,208	731,301,013
	②生鮮品セリ金額	429,998,357	446,907,040	454,816,107	484,953,066	450,549,851	411,482,402	407,588,654	371,500,915

資料:中央卸売市場セリ比率数値は農林水産省総合食料局流通課調べ

図IV-2-3 10都市中央卸売市場水産物生鮮品の商品構成と販売方法の比較(金額ベース)



出所:表II-3-3とIV-2-6より作成

しかし、消費地卸売市場での価格決定が、現物評価を前提とした価格競争でないことは、品質精査に疑問がのこる。また、鮮魚商などを対象とする小規模な買受人にとって、価格決定の主導権は卸売人にあるわけで、このような競争性を無視した関係性による「相対販売」では、買受人に対する「卸売人の差別的取り扱いの禁止」の条項が空文化する可能性は高い。「99年の改正」では全量の「相対販売」を禁じ、「セリ」数量の確保を指導しているが、販売後の痕跡として両者を表示させるものではなく厳格な細則履行には疑問が残る。

4)消費地卸売市場集荷方法の変遷

図IV-2-4は、販売方法の場合と同様に中央卸売市場での卸売人の生鮮品集荷方法(金額ベース)比率を10都市中央卸売市場の統計値に適応し、その海面漁獲魚類上場分と比較したものである。90年までは供給調整が可能な貝類や養殖魚や淡水魚をすべて「買取集荷」とであると仮定するならば、海面漁獲魚類の大部分は「委託集荷」とであるという容積を確保できているが、それ以後も逡減傾向にあり、海面漁獲魚類全体を「委託集荷」と仮定しても、そのシェアは80%をきる状態にある。

出荷者にとって消費地側の「委託集荷」とは、価格保障がない「セリ」価格による成果システムであるが、「99年の改正」前まで、「買取集荷」は価格保障がされた事前決定システムであると理解されていた。当然、消費地卸売人はリスク回避を意図して「委託集荷」を指向するであろうし、産地出荷者は収益性確保の確実性を目指し「買取集荷」を希望したであろう。卸売人の集荷活動は集荷先との力関係によると考えられるので、卸売人の所属する市場規模に関係する。大量の処理能力を有する都市市場の卸売人は広範囲な集荷対象地域の顧客を確保している、ゆえに消費地側主導の集荷交渉が展開できるが、小規模消

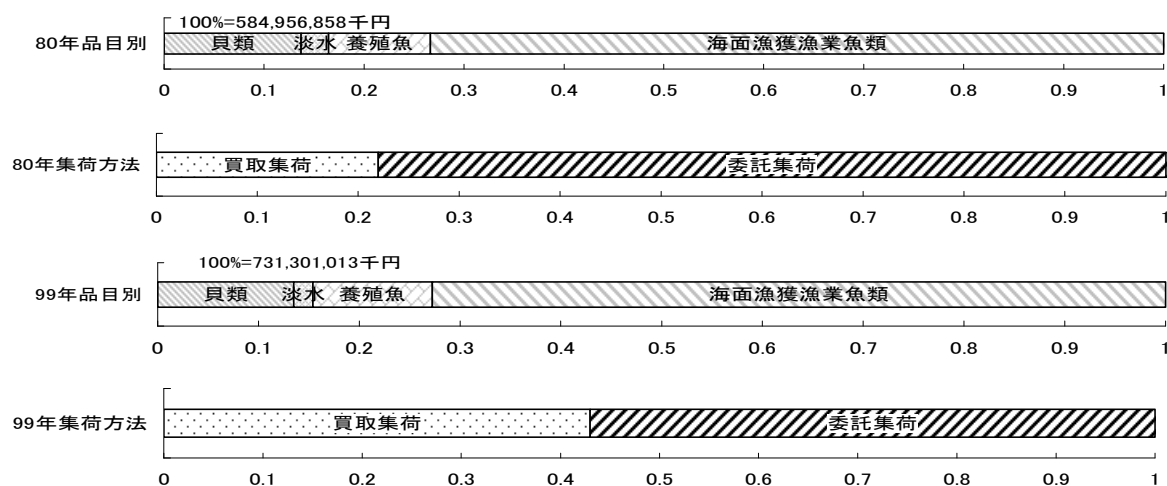
費地市場の場合は流通単位も小規模で、価格形成力も低位であるので、産地主導の集荷交渉となり買取りを要請されると考えるのが一般的であった。

表IV-2-7 中央卸売市場における委託集荷の割合(金額ベース)と10都市中央卸売市場漁獲魚類上場分との比較 単位(千円)

		80年	85年	90年	93年	95年	97年	99年
中央卸売市場生鮮品委託比率		77.9%	73.1%	67.3%	64.3%	62.5%	60.0%	56.8%
10都市	①生鮮品(修正値)	584,956,858	657,248,709	788,541,571	789,054,031	753,630,773	771,948,208	731,301,013
	②生鮮品委託金額	455,681,392	480,448,806	530,688,477	507,361,742	471,019,233	463,168,925	415,378,975

資料:中央卸売市場セリ比率数値は農林水産省総合食料局流通課調べ

図IV-2-4 10都市中央卸売市場生鮮品の商品構成と集荷方法の比較(金額ベース)



出所:表II-3-3とIV-2-7より作成

第3節 消費地卸売市場卸売人の集荷独占行動

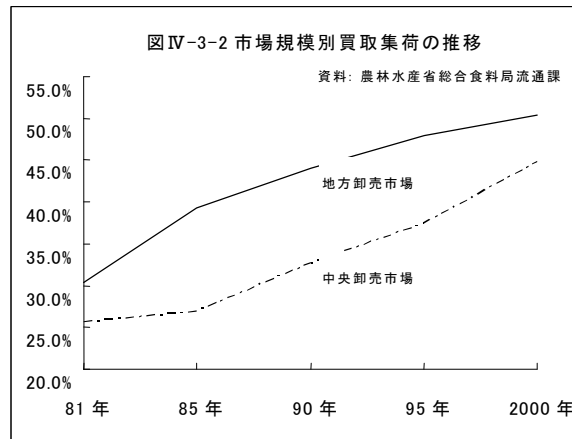
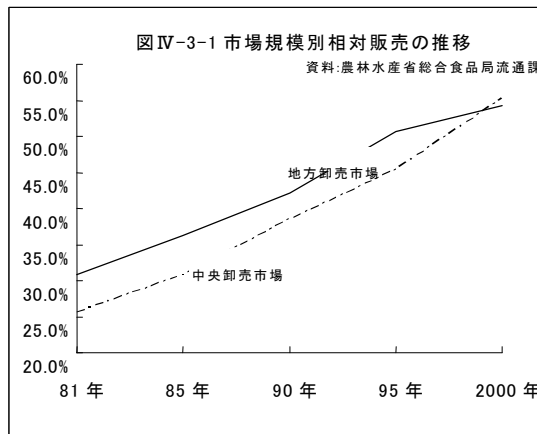
1)背景

かつて、総合スーパー(GMS=general merchandise store)などは流通段階簡素化や大量仕入れの内部化を目指し、産地に直接的な仕入れ機構を組織しようとしたが、広範な漁業生産状況に対応できず、消費地卸売市場に調達機能を回帰させている。このような産直的な調達システムは、農業生産のような地面利用抽出産業を対象とするものにはある程度有効に機能しても、狩猟採取産業である海面漁獲漁業生産については供給不安定性が障害となり、地域を限定した部分対応では限界が生じるのである。

卸売市場の量販店調達行動への対応は安定的な数量確保が中心であるが、卸売市場側から窓口となり量販店と直接交渉するのは買受人の役目で、彼らはリスクの直接的な受け手でもある。中小規模市場では買受人の規模が脆弱で卸売人が直接担当する場合もあるが、本来的には卸売市場の枠組みとして、川下側への活動領域は卸売人のものではなく買受人のものであり、この際の差益・差損授受者はあくまで買受人である場合が基本となる¹⁰。

通常、量販店と買受人(バイヤー)は、生鮮大衆魚の供給が安定している季節内での特定した期間ごとに、価格・数量についての納品条件の契約を行う。その履行を目指して買

受人は、日々変動する供給状況への対応を市場内行動で優先し、集荷者・卸売人と共同作業する。期間内の供給逼迫に際して、卸売人は産地出荷者に時間差的な出荷（ストック購入）など微調整作業の依頼や、近隣卸売市場卸売人・買受人との商品交換などで欠品リスクを回避してきた。



消費地卸売市場卸売人の最終目標は競争他者への優位であり、集荷独占である。それに向けての行動は、市場法によって制約されているから、その範囲内で行われることとなる。つまり、販売方法の「せり」「相対」や集荷方法の「委託」「買取」の使用にその行動様式がみられる。また、市場規模によって頻度に差があったわけであるが、「99年の改正」を契機として、その利用状況に変化がみられている。つまり、規模を有する中央卸売市場での「相対」販売が規模に劣る地方卸売市場の使用頻度を追い越し、「買取」集荷も前者の使用頻度が急激に上昇している。これは「規則改正」による効果とみられるが、同時に集荷独占行動が「委託」「買取」という集荷方法と「セリ」「相対」という販売方法を中心に行われているということも意味している。

2)4つの要素の組み合わせによる消費地卸売市場卸売人の行動様式

表IV-3-1 消費地卸売市場卸売人の取引行動の組み合わせ

		販売方法	
		せり	相対
集荷方法	委託	①	②
	買取	③	④

経済主体としての卸売人の行動は、「委託」「買取」という集荷方法と「セリ」「相対」という販売方法の各要素を組み合わせることで外部要因に対応しつつ、自己の利益最大化行動を目指してきた。例えば、消費地卸売市場の量販店への対応は、卸売人の「買取集荷」「相対販売」という手法で定式化されていると理解されがちであるが、現実にはこの2つの要素が必ずしも連動してきたわけではない。ここでは、販売方法の「セリ」と「相対」、集荷方法の「委託」と「買取」という4つの要素を交錯して組み合わせ、集荷窓口である卸売人の行動を推論的に述べる。

ここでの推論の前提条件としては

- ・ 対象商品を生鮮品でも供給不安定な漁獲漁業生産物とし、ある程度の多様性がある大衆魚を想定する。
- ・ 対象商品は生鮮品でも発泡スチロール容器に梱包され、2日程度の鮮度保持が冷蔵庫に

において可能な商品を主として想定する。(出荷地側での供給微調整が可能なもの)

- ・ 卸売人が複数以上存在する集荷競争的な消費地卸売市場を想定する。

2-1)①「委託集荷」「セリ販売」のパターン

このパターンが卸売人行動の原則的な様式である。集荷担当である卸売人にとっては競争他者に優位関係を維持している場合、通常、出荷側には「委託」出荷を要請し、買受人には「セリ」販売を行う。「市場法」では卸売人が委託集荷物に対し基本的に料率以上の収益を得ることを禁じており、「委託集荷」した範囲での利潤は「セリ」での手数料収入にある。このような流通を完結している限りにおいて、卸売人の利潤追求は「集荷の嵩」を目標とするわけで、本来の卸売人の集荷独占はこのパターンの範囲内で目指すこととなる。また集荷量を潤沢に維持している消費地市場であれば、大口需要者を背後にもつ買受人にとっても、大量処理力を利して価格競争の主導権を確保でき、契約した量販店に対する納入価格からの利潤追求を自己目的的に完遂できる。買受人の量販店対応は大規模市場で入荷が安定している期間であれば、また荷口が多く「セリ」回数も多ければ、「セリ」に参加する買受人の裁量で商品確保も出来る。また「セリ」時間と納品時間のタイムラグが発生する場合も、販売前の先取り分の価格と「セリ」での落札価格とを買受人は内部相殺できる。量販店対応については、集荷規模が大きい消費地市場卸売人ほど①のパターンの範囲内で対処できる可能性も大きいわけである。

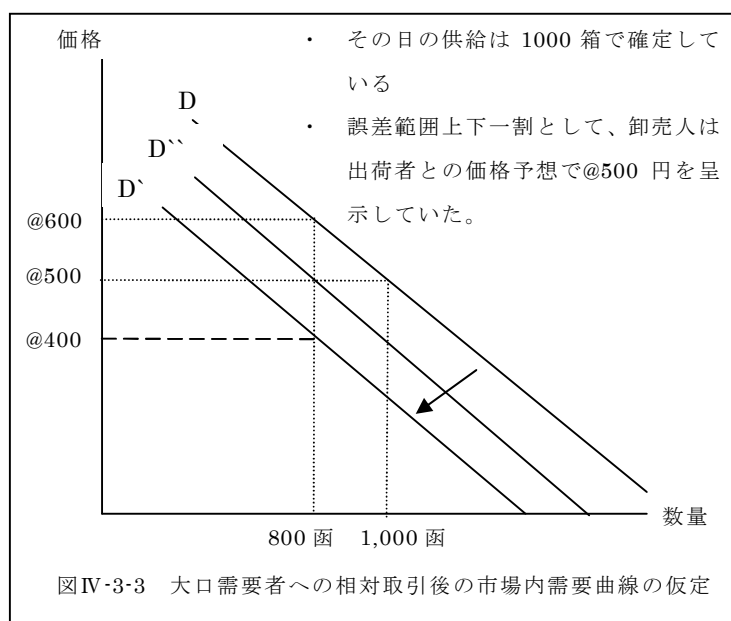
2-2)②「委託集荷」「相対販売」のパターン

この場合の「相対販売」価格は、出荷者への収益性を最優先に決定されると考えられるが、「相対販売」は買受人という交渉相手との和合が必要である。委託を受けた商品を卸売人は、集荷前より取引打診していた大口需要者へ渡すが、残品に対して「セリ」では競争原理が十分に作動しないと考え、出荷者や大口需要者との価格配慮を行いながら小口需要者に個別で価格交渉し処理を行うのがこのパターンであると想定できる。①と比較するなら市場規模の低位が原因している。

消費地卸売人が産地出荷者に対し価格見通しを500円と示し、個数1,000箱の出荷を受けたと仮定する。大口需要者の代行買受人に対し単価500円で200箱を「相対販売」した後、残品の販売方法を図IV-3-2で説明する。

卸売人は「相対販売」後に需要曲線の推定を行うであろう。

i. 大口需要者の需要意思が全体の需要意思に影響を及ぼさないものであれば、購買力の強弱についての影響が無く、需要曲線はDのまま600円を予想し、卸売人



は「セリ」を行うであろう。(①のパターン)

ii.大口需要者の需要意思が消化されることで需要曲線がD'までも移行すると予想するなら「セリ」価格は出荷者への販売予想価格(500円)から大きく逸脱する。ゆえに残り800箱について、卸売人はD''単価500円以上を目標として「相対販売」に努力をするであろう。何故ならば、「相対」のものを含めた仕切り金額の平均価格(出荷者受取額)は450円(商習慣としての誤差範囲が予想価格の一割であるとして)までに納めないと出荷者の信頼を失墜するし、価格補填の必要性も生じるからである。

この需要曲線の移行は市場規模に大きく影響されるので、D''以上の需要曲線を想定できない規模の市場では、「セリ」販売より「相対」販売を行うであろうから②のパターンとなる。一般的に、②のパターンは①より市場規模が小規模か、当該商品について競争他者よりも価格形成力が劣位である場合の卸売人対応であるといえる。

具体的には「セリ」という価格競争の場面集約がないものでも「委託仕切り」となり帳面上の処理では①のパターンと判別が困難である。つまり、価格決定が「セリ」によるものか「相対」によるものなのかは事後の帳面上で判別が出来ず、非公開に「相対」で引き渡した価格に料率をかけると、①との差異は集荷者・卸売人側の内部的な処理の段階にとどまる。出荷者側にとって受け取り金額の問題であるから、「セリ」であるか「相対」であるかは考慮に値しない。しかし、このパターンも結果的には出荷者に対しての成果主義であり、集荷者(消費地卸売人)優位の立場は変わらず、「相対販売」でも努力した消費地側価格の差益・差損は産地側出荷者が負担することになる。このように①も②も産地出荷者は、基本的に産地・消費地間の価格差を利潤とする関係性を集荷側・卸売人に委ねている。

「99年の改正」でも、生鮮水産物の品目別ごとに「セリ販売」(取引):「相対販売」(取引)の割合を事前に届け出るよう義務付けているが、場面々々における現場での取引方法を監視する具体的な機能は、現在の市場システムにない。ゆえに、①と②を具体的に区分することについて、販売方法の側面では両者が併用されながら展開する場面も多々あるので、その統計数値計上は困難である。

2-3)③「買取集荷」「セリ販売」のパターン

消費地卸売人の集荷力が競争他者に対して劣位な場合、「委託」集荷量の補充を「買取集荷」で行うことになる。また、卸売市場の卸売規模が小規模で出荷者の流通単位と符合しない場合に「買取」で商品確保し、2・3日にわたり「セリ販売」する手法もかつては用いられた¹¹⁾。大口需要者である量販店の調達機能は、このような集荷力の欠如した卸売人や販売力が低位な卸売市場とは関係しないから、通常、「相対販売」に貢献する量的中核勢力も存在しない。「買取集荷」で仕入れ作業を行った卸売人は、「相対」販売先を確定できない状態で「セリ」という価格競争を実施するが、市場内競争では競争他者に劣位であるため価格形成力は弱く、市場間競争の場合でも同様で、集荷者に差損を発生させるのが一般的である。生鮮品の全ての項目について消費地卸売人の集荷が万全であるわけではなく、このパターンを部分使用することも多々あると想定できるが、この対応では卸売人に手数料水準の収入をもたらす可能性は低いと考えられる。また、一般的にみてこれは集荷者・卸売人が産地側に劣位で、かつ市場内買受人に対しても劣位な関係から発生するといえる。

「セリ販売」を前提として、市場規模が大きい市場卸売人が生鮮品を事前に価格設定し

買取り集荷することはまれで、基本的に「相対販売」の見通しが立てられないものは買取り集荷を行わない。なぜなら「買取り集荷」したものは集荷者・卸売人にとって原価制約が生じるわけで、買受人に対し価格設定権を自己がもつ優位性が必要となる。逆に「買取り集荷」したものを「セリ販売」することは、卸売人が買受人に価格設定の主導権を渡すことになるわけで、劣位であることの証でもある。「取引行動の組み合わせ」のなかで、一般的に集荷者・卸売人の利益最大化行動として③は最下位に位置付けられるものであり、この状況にいたる形成過程から、ここでの「買取り集荷」はさきのB型「買取り集荷」の一種であり、卸売人・集荷者には手数料水準以下の収益しか想定できない。

2-4)④「買取り集荷」「相対販売」のパターン

このパターンでの卸売人対応は、完全な売買差益行為であって手数料商人の活動範疇にはない。生鮮品について想定される場面としては、供給の急激な逼迫により納品契約の達成が困難視される状況が考えられる。卸売人は傘下の買受人の量販店納品活動に貢献しなければならないので、欠品状況を回避するため全国の産地に供給源を模索する。その際、産地側へ価格の拘束を行わず数量確保を指示する。産地側も確実な商品確保を目指し価格競争に参加する。集荷者・卸売人は約束された量の商品に産地側価格と産地出荷者の利潤を上乗せして「買取」を行う。その際、卸売人は「委託集荷」扱いとして手数料収入得ることもできるが、大口需要者である量販店対応は基本的に買受人との共同作業であり、この「相対」価格の決定には相互扶助の要素が絡む、ゆえに手数料なしの無報酬労役であることも稀ではない。「99年の改正」前の消費地市場卸売人にとって、常に川下側流通量を確保するためには量販店との間接的な関係性の保持が営業戦略として必要とされたのである。ここでのこのパターンは、本章第1節2)2-4)でのB型「買取り集荷」にあたる。

以上のような緊急避難的な場面のほかに、従来から消費地卸売市場で扱われる生鮮品のなかでも、多くは2段階制度流通の対象でなく、特定物品に近いと解釈される商品を中心に④のパターンは使用されてきた。貯蔵性を有し出荷調整が可能で比較的高単価なもの、例えば活性を持つ天然・養殖魚類や一次加工されている貝類(貝柱・剥き身のカキ)などが該当商品として、このパターンの主流となっていた。これらは量的には少量であるが小売段階の定番商品であることが多く、消費地卸売市場卸売人は、販売量について絶えず市場外勢力の動向を検討しなければならない。通常、これら商品が「委託」という形で卸売市場に出荷されることはまれで、市場外の卸売業者(食品商社や)と同列に卸売市場卸売人をみなし、出荷側が卸売人に原価呈示、「買取」行為を要求する。すなわち、集荷については仕入れ行為で収集し、販売については「相対」で対応するということになる。この際の集荷量は買受人の処理量と無関係にされるわけではなく、「相対」を前提とした量を集荷するわけであるから③のパターンと異なり買受人に対しては優位であり、また自己のリスクは少ない。また、「委託集荷」だけでの集荷量では、量販店調達量を充足させるのに不安定な規模の市場では、出荷者・集荷者が差益・差損を共有する形の特定の顧客関係による「99年の改正」後の買取り集荷、本章第1節2)2-4)で規定したA型「買取り集荷」もこのパターンに分類される。

3)卸売人集荷努力と出荷者収益に注目する理由

本来、産地出荷者にとって消費地への出荷は競争性があるもので、多くの産地買受人が有効な売買差益を目指し出荷競争している。消費地集荷者が特定の産地出荷者のものを「買取集荷」することは、集荷緊急事態対応や集荷促進策としている場合以外、原則的には消費地卸売市場の共同消費性を犯すことになる。「99年の改正」以後の場合、特定の顧客とA型「買取集荷」を行う集荷者卸売人が、同時に、無制限な相手と同様の「買取」を行うわけではなく、また無制限に「委託」販売依頼を受けるとは考えにくい。なぜなら、先に「買取集荷」した商品の売買差益行為の見通しを、大きく逸脱したものにするからである。ゆえに、特定業者以外の買取りや販売委託の依頼について受託拒否をする可能性もある。その場合、受託拒否は情報発信側（消費地市場集荷者・卸売人）の価格見通しに関して理由付けられる。

「99年の改正」は生鮮品の「買取集荷」（自己の計算による卸売）について、一定の範囲を容認しているが、同時に、受託販売拒否の禁止も維持している。しかし、特定出荷者にA型「買取集荷」を常用し、顧客度の薄い出荷者とは「委託集荷」を実施しても、秘匿性が強く判別は容易でない。つまり、消費地卸売市場卸売人にとって出荷者個々との顧客関係は特定のであり、集荷者側の差別的取り扱いも含まれる可能性がある。そして、この差別的取り扱いについての監視機能に具体的なものはない。

一方、このような危惧のなかでも、消費地卸売市場卸売人の複占状態が競争的である以上、仮定的ではあるが、市場への供給努力は品揃え上限量を追求し、安定供給へ近づく努力が遂行されていると前提できる。同時に、買受人個々への「相対販売」に関しても、複占競争状態が作用すると考えられる。第4章で述べてきた消費地卸売人の商業行動因子は、市場内、あるいは市場間の生鮮品集荷独占競争である。すなわち、卸売人の完全集荷独占が達成されないかぎり、恣意的な集荷は競争他者に対し劣位の端緒を発生させる。消費地卸売市場の川下側への責務(安定供給努力)は、卸売人の複占的競争状況の濃淡によって左右されると考えられる。安定的集荷は卸売市場制度の消費者に対する効用である。

第5章では、消費地卸売人の複占状態が競争的であるという前提にたって、二段階制度流通検証の対象を消費地卸売市場の内部取引にではなく、産地・消費地間の出荷者・集荷者間顧客関係性に注目する。なぜならば、集荷独占を目指す卸売人は出荷者に対して、中長期的な収益性を確保させなければ顧客関係を維持しえず、出荷を継続的に受けられないし、出荷者収益性の確保がなければ産地生産者価格形成も活発化しない。そして、「委託集荷」の場合、その収益性は産地側出荷者の購入原価(産地市場卸売価格)と消費地販売価格(消費地市場卸売価格)との差額であり、この間の売買差益数値の検証を第5章では試みる。

1 広吉(83)は「生鮮魚介類の流通、取引にとっては(制度流通の)各種の規制は比較的適合的でさえあった。しかし、他面では今日の冷凍・加工形態における水産物市場拡大に適合しなくなっているように、生産力拡大に必ずしも合理的に沿えない性格も有しているのである」と生鮮品以外の商品形態水産物について、制度流通側の適合に限界があることも言及している。[広吉,83:108]

2 参照)本論第4章第1節2-3) pp.48-50.

3 小売段階で解凍され生鮮品形態を示すものでも、中間流通段階で凍結形態により品質密閉しているものは全て冷凍品とする。

4 加工食品の広域な問屋流通網が未成熟であった70年代以前においては、練り製品(蒲鉾・ちくわ)や塩干物など水産加工品についても買い手市場的な体制であった。ゆえに、加工製造業者は自己で売り先を見つけることが困難であり、消費地卸売人に販売委託し、卸売人が買受人相手に「セリ」売りで販

売されることもめずらしいものではなかった。

⁵ 三国は「農産物の価格の地域的、時間的平準化がますます進行する過程では、卸売商業資本の対応も、従来の安く買って高く売る式の前期的な問屋資本の形態では対応できなくなり、一定の利幅を前提にして利潤の追求を計るとすれば商業資本の回転速度を速めることにより、すなわち農産物のより大量でより迅速な取引を行うことで対応しようとする。かくして、農産物の仲継過程においては、農産物取扱商業資本といえども、資本主義的商業資本の機能変化の進んだ委託売買資本の成立する根拠が与えられる」と、背景要因としてではあるが、一般経済の時代性によって商業資本自身が内発的に前期的な不等価交換を打ち破っていくという認識を表現している。[三国,71:143]産業資本と商業資本の対立軸でのみで捉えようとするく商業資本としての手数料商人化が高度に発達した漁業資本主義の成果の一部である>という主張より、(農業市場を念頭にしたものではあるが)三国の手数料商人生成論は、概念的ではあるが一般的・包摂的で説得力はある。

⁶ 市場法制定時の次官通達では「生産者に販路、消費者に生鮮食品安定供給」を供するものと卸売市場の効用を両者に位置づけている。卸売市場制度の策定原型が「消費地卸売市場にあるのか、水産物産地卸売市場あるのか」を議論の対象とすることもあるが「流通の起源が生産と消費の無媒介な状況から発展する」とするなら、時代性に由来する要因を捨象するとき、卸売市場の基本形を現代の水産物産地市場に求めることが不自然とは思えない。

⁷ 卸売市場水産物部の卸売人数は、東京市場 5 社、名古屋 3 社などの例外はあるが、大阪をはじめとして 2 社制が大部分の都市の中央卸売市場体制である。福井市や和歌山市など営業不振・倒産等の淘汰によって単数市場になっている場合もあるが基本的には複占である。

⁸ 注 7 の「優越的地位の濫用」を甘受することによって適合してきたわけである。一方、量販店側が自由に裁量権を行使できる産直を含んだ場外取引に、調達の主体を依存させない理由について、木立は「スーパーがもう一方で卸商業排除すなわち産直に取り組みつつあることは周知の事実である。原理的には、産直が差別的仕入れを実現するにはもつとも適合的な流通方式といてよい。にもかかわらず、産直は量的にはそれほど大きな比重をもつにいたってはいない。その理由に、現段階において、産直が数量調整、価格設定、配送、代金決済などの問題を十分解しえていない限界をもつことが指摘できる」と、[木立,98:100] 農産物産地側の判断が常態的な産地取引の有利性を実感していない点を示している。水産物の場合は、さらに生産予測(時・場所・規模)の突発性や、産地市場の存在による「生産者にとっての代金決済の即決性」など、制度流通のより優越的な処理が産直実現化を困難化していると考えられる。

⁹ 零細規模漁業生産以外に漁獲が確認できないものとして貝類を、次に養殖魚類と淡水魚類は産地市場を経由しない、ゆえに二段階制度流通の利用はこれら以外である。

¹⁰ 市場法 37 条・40 条で卸売人が卸売の相手方になることを制限している。すなわち、買受(仲卸)人に売り渡されるべき物品を自己が買い受け、再販売行為を行うことを禁じている。つまり、買受人の権益の侵犯を禁じている。

¹¹ 現在、消費地側での生鮮品上場数量調整はストック品の食品衛生上の規定が強化され困難化している。

[第 4 章での参考文献]

折橋靖介 1991『スーパー業界』教育社

木立真直 1998「生鮮食品流通と卸売市場システム」三国英実編『今日の食品流通』大月書房 pp.89-117.

坂爪浩史 2000「規制緩和下の小売業再編と農産物市場」滝沢昭義・細川允史編『流通再編と食料・農産物市場』筑波書房 pp.71-86.

高木美香 2002「『消費者主権』時代における青果物流通のあり方。」伊藤元重編『日本の食料問題を考える』N T T 出版 pp.173-205.

濱田英嗣 1998「水産物の消費地市場流通。」地域漁業学会編『漁業考現学』財団法人農林統計協会 pp.240-253.

三国英実 1971「農産物市場における手数料商人化に関する一考察」日本農業経済学会編『農業経済研究』岩波書店 43:1:pp134-153.

矢作敏行 1996『現代流通』有斐閣アルマ

第5章 産地・消費地間の取引行為の検証

—生鮮魚出荷者にとっての消費地卸売市場共同消費性と垂直的統合関係—

本論が主題としている中小資本漁業の生産物は99年時点で300万ト強、うち100万ト強のものが都市の生鮮食用需要へ向けられているものと推定される。産地卸売市場を構成する買受人の中で都市需要に対応する生鮮出荷業態は、価格先行者であり「生産がある限り都市需要への生鮮品供給体制を確保できる」と第3章において述べた。第4章では、制度流通の基本理念実現に不可欠とされてきた「委託集荷」「セリ入札販売」原則が時代性のまえて無力化し、消費地卸売市場とその大口需要者である量販店との取引関係から「買取集荷」「相対販売」という手法が流通の円滑化に繋がると理解されていた「99年の改正」前後の消費地卸売市場の事情について論及した。

第5章では、消費地卸売市場卸売人の集荷行動の従来型基本形である「委託集荷」の採取標本からの内容分析を行う。そして、それが産地・消費地のどちらにも偏向しないもので、産地・消費地間の関係性の持続に可能な出荷者収益を確保していて、消費地への安定供給に貢献できるものであるか、否かを数値検証する¹⁾。続いて、第6章では法追認され、正当化された「買取集荷」について、同様の数値検証を行う。さらに、数値検証の結論として、両者を卸売市場制度の基本理念と比較対照する。

ここでの作業に使用する数値は、「99年の改正」を基点とした前後6カ年の1996年(平成8年)から2001年(平成13年)の9月第2週火曜日(13年度は10月30日)を特定して、農水省が東京市場と大阪市場で調査した報告「食品流通段階別価格形成追跡調査報告」(以下において、単に「追跡調査」と呼称する)のうちから採取した。(図V-1-1は調査統計表の一部の写しである)本来、この追跡調査は小売り段階で無作為に抽出した生鮮水産物価格を基点として、供給源へ向かい遡り、段階ごとの価格を調べたものであるが、ここでは消費地市場卸売人が集荷者として、産地出荷者に収益性を確保させていることの検証に用いる。

図V-1-1 食品流通段階別価格形成追跡調査報告の統計表写し(「平成11年度前期水産物価格追跡レポート」P70)

品目別流通段階別価格											
(1)かつお(生鮮品)											
ア小売店舗販売											
区分		生産者受 取価格 ①	産地卸売 価格 ②	流通段階別価格					流通価格比		
				産地出荷業者 販売価格 1 (3-1)	2 (3-2)	場外問屋 販売価格 ④	卸売価格 ⑤	仲卸価格 ⑥	小売価格 ⑦	全価格比 ⑦/①	消費地価格 比 ⑦/③又は⑤
流通経路:6A1	1	250	263	*	—	—	423	568	1197	5.05	2.86
大 小(3500g未満)	2	249	262	*	—	—	413	437	597	2.36	1.44
大(3500g以上)	3	250	263	*	—	—	425	592	1309	5.56	3.13
産 地 別				*	—	—					
宮城	4	268	282	*	—	—	447	581	1176	4.46	2.61
千葉	5	152	157	*	—	—	298	495	1302	8.20	4.18
荷 口 別				*	—	—					
千葉	6	120	124	*	—	—	263	473	575	4.79	2.19
宮城	7	290	305	*	—	—	473	525	732	2.52	1.55
宮城	8	266	281	*	—	—	473	578	851	3.20	1.80
宮城	9	299	315	*	—	—	525	735	1077	3.60	2.05
.	.	.	.	*	—	—
.	.	.	.	*	—	—
.	.	.	.	*	—	—
.	.	.	.	*	—	—

注:「*」は、消費地卸売市場における集荷方法が産地出荷業者による販売委託のため、産地出荷業者の販売価格が取れない場合に表示

第1節 採取標本利用の前提整理

1) 数値検証で扱う対象「6A1」「6B1」の具体的取引動作について

1997年（平成9年）度の追跡調査（1998年2月発行）の中で、集荷形態の記号化の解説が行われている。それは段階数を最前列に表示し、つぎに産地出荷業者と消費地集荷業者の取引形態を「販売委託」によるものか「商品買取」によるものかによって、前者をAと後者をBと示し、産地での出荷業務に携わる業者数を3番目に示す形で記号化されている。ここ第5章では、生産者・産地卸売市場卸売人・産地出荷業者（産地買受人）・消費地卸売市場卸売人・仲卸人（消費地買受人）・小売業者の6段階、取引形態は「委託」「A」、産地で出荷業務に直接携わる産地業者は1社のみの「6A1」という型式の流通経路を分析対象とする。これは、これまで扱ってきた「委託集荷・セリ入札販売原則」経路のものと概ね理解できるが、この調査からは消費地卸売市場での販売方法が「セリ販売」であるのか、「相対販売」であるのかを識別することは困難である。しかし、産地出荷者の出荷独占意思はその収益性に後押しされるものであって、彼らにとって、消費地卸売市場内の販売方法は一義的な関心事でない²。また、第6章の前半では、後者の「買取集荷」「6B1」を数値検証する。

今日的な状況でも「委託集荷」「6A1」は、アジ・サバ・イワシやサンマなど多獲性魚の取引に多くみられるもので、その出荷・集荷行動「6A1」の成立までを具体的にリアルタイムで記すならば、以下ようになる。

1. 通常、午前5時ごろから行動開始されるが、まず産地出荷者は地元水揚情報の概略を産地市場卸売人から採取する。つぎに、消費地卸売市場の集荷者（卸売人）から販売直後となる前日出荷分の結果についての報告を受け、前日出荷業務の自己の収益成果を確認する。同時に、明日の消費地販売予測の輪郭を集荷担当者から情報摂取する。

2. 集荷担当者は全国の顧客から寄せられる水揚情報をもとに集荷可能性の検討に入る。その際、午前6時ごろから始まっている買出人の購買動向を、売れ行き情報として川下側消費地買受人から摂取、販売予測の検討、入荷可能性とそれに応じた販売可能性を対照して、明日の予想価格を集荷担当者は把握しておく。この1. と2. は同時進行している。

3. 産地卸売市場の「セリ」が開始する直前に、産地出荷者は対象漁獲物の内容を複数の消費地の集荷担当者に報告し、その対象物の具体的な消費地販売価格予測情報を得て「セリ」に参加する。通常、午前6時ごろから午後2時ごろまで、漁獲漁船の水揚に応じて、産地卸売市場の「セリ」は続いて行く。

4. 「6A1」の場合、落札後、落札物の規模にもよるが、産地出荷者は特定の消費地集荷者を対象として販売依頼、すなわち消費地出荷を決定させるわけではなく、顧客関係にある複数の消費地市場の集荷担当者を対象として「委託販売」を打診する。価格や数量に含めた、このような出荷打診に対する各消費地集荷担当者の返答は、単なる例として仮定したものであるが、<東京の市場は「悲観的で成果に期待できない予測」、横浜は「ある程度の収益を見込める予測」名古屋は「明日の市場入荷量予測を示すが、価格予想について具体的に語らず出荷者の自己判断に任せる」大阪は「数量を限定すれば成果を得られるが、それを超えるものについては予測不能」>というような程度の内容となる。

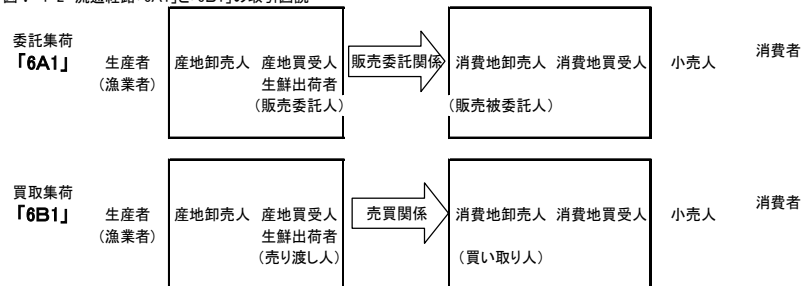
5. 4の程度の判断材料から、出荷先決定を出荷者がするのが「委託出荷」すなわち「6A1」の取引である。この場合、消費地集荷者の収入は委託手数料で販売価格に一定率である。

産地出荷者の収支は、産地出荷者の購入原価(キロ当たり円)と消費地卸売市場での販売売価(キロ当たり円)との差額が売買差益とされるわけで、まず図V-1-1の産地卸売価格②を購入原価とし、(消費地)卸売価格⑤の数値を販売売価として採取し、数値検証することになる。但し、「6A1」「6B1」の数値検証では、ともに出荷荷姿への加工経費や運賃は出荷者が負担することになるし、「6A1」の場合は集荷者への手数料も加わることとなる。

「買取集荷」「6B1」については、次の2つの場合が想定できる。ひとつは第4章1節2)2-4)で規定したB型「買取集荷」という従来型のもので、「6A1」取引の善後策的に用いられているものである。「99年の改正」前も同様であるが、量販店の計画販売履行のため納品の2日以上前から、消費地買受人がその受注内容を集荷者卸売人に報告し、消費地買受人が当日の商品確保を集荷者(卸売人)に約束させている場合に発生する。この約束履行に向けて、集荷者(卸売人)は納品前日の2.の段階で集荷方法を決定する。つまり、この段階で集荷量確保が容易であれば産地出荷者に価格を約束する必要はなく、成果販売として「委託集荷」「6A1」を選択する。しかし、集荷量確保に不安がある場合は、「特定の産地出荷者」に出荷数量確保を約束させる必要が生じる。産地出荷者の収益を無条件に保障した集荷量確保の手段としての「買取集荷」「6B1」の適応である。要するに「収益は保障するから、価格にこだわらず、出荷量を確保してくれ」と産地の特定の顧客出荷者に発信するものである。

のこるひとつは、消費地卸売市場の集荷量と量販店調達量が拮抗する規模の市場で行われるもので、先の記号化ではA型「買取集荷」と規定したものである。消費地集荷者が特定の産地出荷者との固定的な顧客関係、すなわち垂直的な統合関係のうえで安定集荷を目指す場合に多く使用される。典型的と考えられる運用方法では、消費地集荷者に対しての産地出荷者の売り渡し価格(消費地集荷者の買取り価格)が、消費地販売以前に決定しているわけではない。リアルタイムでの1.2.3.は、主として特定の顧客関係出荷者との間だけで行われ、漁獲物獲得後の4.の段階ではその消費地集荷者に出荷する。翌日の消費地市場での卸売価格が決定した後、差益・差損の配分について両者が協議し、その決定に従って集荷者が買取り伝票を計上する。ゆえに、集荷者の収入は手数料のような一定率のものでなく、売買差益となる。それは、産地出荷業者からの購入価格と消費地卸売市場の卸売価格の差額、図V-1-1では(3-1)と⑤の差額に当たる。一方、産地出荷者の収支は産地出荷者の購入原価、つまり図V-1-1の産地卸売価格②と消費地集荷業者への販売価格(3-1)の差額ということになる。

図V-1-2 流通経路「6A1」と「6B1」の取引図説



出所「食品流通段階別価格形成追跡調査報告」平成9年版より図表作成

2)分析対象魚種と調査時(9月期)生鮮水産物の都市需給状況

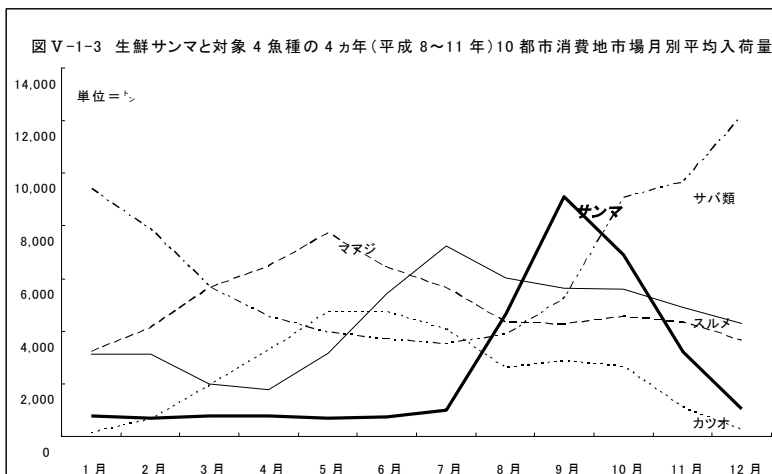
追跡調査が実施された期間は「99年の改正」時を中心にした96年から01年(平成8

年から13年)にかけての前後6か年である。(大阪市場は96年の調査対象ではなかった)年2回実施されたこの調査の対象生鮮水産物魚種は、9月期調査でカツオ・マアジ・サバ・サンマ・スルメイカ・ホタテガイ・マダイ、2月期調査でマイワシ・ハマチ・カキである。本論の目的が中小資本漁業の漁獲生産物を対象として二段階制度流通利用の有効性を論じる点にあるので、大半が養殖漁業の生産物として、産地市場を経由することのないマダイ・ハマチ・カキ・ホタテや、大規模漁獲魚種のなかでもスケール販売で加工需要の比率が圧倒的に高く、標本中からは原価特定が困難なサンマは除外した。さらに、90年代中盤以後、大中規模漁港での水揚が極少量化状態となり、産地段階での流通経路に特定不可能な部分が多くみられるマイワシも除外した。ここで対象として採用した魚種は、カツオ・スルメイカ・サバ・マアジの大衆魚4種で、6カ年の調査の中から「6A1」の型式をもつ標本は378体(成立標本361体)を採取できた。この4種は全て9月期調査対象魚種である。

表V-1-1 「6A1」標本集計表

調査日		カツオ		スルメ		サバ		マアジ		小計		合計
		東京	大阪	東京	大阪	東京	大阪	東京	大阪	東京	大阪	
平成8年9月10日	未成立	調査対象外		18		26		20		64		64
平成9年9月9日	未成立	8	7	15	16	15	27	17	11	55	61	1160
平成10年9月8日	未成立	12 3	1 3	3 2	4 1	9 1	2 4	11 3	標本なし	35 9	7 8	42 17
平成11年9月7日	未成立	20	15	標本なし	3	15	7	14	2	49	27	760
平成12年9月5日	未成立	8	6	1	2	4	1	8	4	21	13	340
平成13年10月30日	未成立	9	標本なし	標本なし	標本なし	7	2	9	2	25	4	290
小計	未成立	57 3	29 3	37 2	25 1	76 1	39 4	79 3	19	249 9	112 8	361 17
合計	未成立	86 6		62 3		115 5		98 3		361 17		

出所:農林水産省統計情報部「食品(水産物)流通段階別価格形成追跡調査報告」各年次版の検証数値(別表V-2-1からV-2-8)の総合
但:未成立標本は産地卸売価格と消費地卸売価格の両者が揃わないものを指す



出所:農水省「水産物流通統計年報」各年次版より作成

中小資本漁業なかでも大規模漁獲業種の生産活動時期として、夏期は総体的に閑漁期にあたり、また養殖漁業生産のカキやハマチなど主力商材も販売休眠期にあるといえるが、9月期に入ると道東・三陸沖のサンマ漁をはじめとして漁業生産活動は全般に活発化する。とりわけサンマについては、9月期を代表する季節商材であり、(99年9月期10都市生鮮サンマ卸売は10,034ト、55億円で同期生鮮品全体の数量12.7%・金額9.7%を占めている)消費地卸売市場商品シェアは数量・金額ともに1割を占める。当然、他の魚種の取扱量もサンマ漁の動向に少なからず影響される(別表V-1-1)。

調査対象となる魚種を9月期の季節商材として評価すると、生鮮カツオは「初カツオ」「戻りカツオ」と呼称され初夏と初秋の商材であり、9月期、単価的な評価は高位でない

が「戻りカツオ」の需要期に当たる。マアジは初夏に脂質が良化し評価されるもので、一般的に9月期はやや評価下降気味の需要期にあたる。サバ類の中核商品であるマサバは「秋サバ・寒サバ」と晩秋から冬季に評価されるもので、まだ十分に需要が熟成していない時期にあたる。スルメの消費地需要は地域により異なるものの盛夏から秋期に評価されるとみるのが一般的であるが、9月期は主漁場が北海道に移り供給に安定性が欠けるため、需要期としては盛りを過ぎた感のある時期といえる。ほかには、マグロ類なども通年してみるならば9月期は需要期に当たるであろう（別表V-1-1）。

3)産地出荷者の収支算出に必要な経費数値³

3-1)搬送費を除いた産地出荷者の魚種別キロ当たり経費

表V-1-2 対象魚種別のkg当たり費用の算定

	① ② ③ ④				単価(円)		
	産地市場での仕立て費用	容器代	産地市場での積み込み費用	消費地市場内での機持ち費用	1函当たり費用合計	1函当たり内容量(kg)	kg当たりの費用
カツオ	60	110	30	100	300	4	75
スルメ	—	—	50	50	100	6	25
サバ	60	200	50	100	410	5	82
マアジ	60	200	50	100	410	5	82

但し:1999年当時の価格基準で算定した

①仕立て費用

産地から出荷する際には、出荷先消費地での販売に適した商品姿を施さなければならない。一本売りとなるカツオや漁撈品のまま発送できるスルメイカについては、各地での経費格差が生じることも少ないと仮定される。しかし、主体が旋網漁業の漁撈品であるマアジやマサバについては、魚種・魚体撰別したものを箱詰めし「セリ販売」する産地市場と、スケール販売（参照：本論第3章第2節1-3）する産地市場では仕立て費用に格差がみられると考えられる。後者は無論であるが、箱詰めされている前者についても都市に出荷する際には、消費地側ニーズに応じた商品姿を要求されるため購入後に商品を仕立て直す必要がある。後者の場合は、自社工場で加工需要も含めた総合的な工程の一部に生鮮食用出荷の商品化があるわけで、この点だけを抽出し経費を算定することは困難である。そこで、ここでは前者のうちでも北部九州地域の松浦や唐津などの市場に存在する「函詰め作業会社」の作業費を基準として仕立て代金を設定した。カツオも個別別重量検貫と箱詰経費について、同様に北部九州地域のものを採用した。スルメイカについては釣り漁業のものを想定し、漁撈製品に直接的な生鮮出荷商品姿加工は行わないと仮定した。ここでの具体的な商品姿としては、カツオはキロ検貫・一本入りスチロール箱詰め、マアジは5キロ入量・スチロールボックス水氷漬け、サバはマアジと同様の商品姿、スルメイカは漁撈品として水揚されている状態まま発送する（スチロール函に氷を敷き、6キロNetで20本から25本入りのもの）などと想定し、作業費算定基準とした。

②容器代

大半がスチロール容器であるが、荷姿のちがいによる容器の大小や、大口購入者である点など不確定要素もあるが、総合的に判断して表V-1-2のような単価が仮定できる。

③産地市場での積み込み費用

産地買受人が自社社員でこの作業を行うことも多く見られるであろうが、費用算出の基準として下関での運送店費用を基準とした。

④消費地卸売市場で要求される諸係り経費

消費地市場に着荷した後、トラックヤードから売り場までの取り回し費用や売り場での配列費用として荷主側に要求されるもの(通信費など出荷者に消費地卸売人が要求する諸掛全般を含め)を想定した。

3-2)搬送費の出荷地別・魚種別キロ当たり経費

生鮮魚出荷を産地漁港から行う場合、流通単位の小規模な貝類や特殊な高級魚やその他小単位の荷口について、通常は定期的な路線便を使用する。しかし、今回標本として採用する魚種は、多獲性魚種である大規模漁獲物を想定しているため出荷に使用する手段としては路線便ではなく、一車借り上げの備車を想定して搬送費を設定する。また、この調査においては標本の出荷産地を県レベルまでしか特定していないが、調査対象時期の過去の水揚実績から漁港レベルの推定を行い、産地・消費地市場区間運送費を推定算出した。

所要時間と路程距離・高速道路料金の算出は、高速道路のIC間について東・中・西日本高速道路株式会社ハイウェーナビゲーターを検索使用し、最寄りICと漁港間は国土交通省タイムテーブルを使用した。実際の産地・消費地間の搬送費算出は、燃料費(軽油)をリッター50円、燃費をリッター当たり5kmとして、人件費と車両消耗を往復の拘束時間に負荷させて算出した。10t保冷車に積載する個数はカツオについて2000箱とし、他は1000箱と仮定した。表V-1-4は費用算出の例を表示したものである。

表V-1-3 消費地・産地搬送費用と所要時間の推定

対東京市場 標本に表示された出荷県	推定漁港	10t保冷車 雇車費用		産地～東京	対大阪市場 標本に表示された出荷県	推定漁港	10t保冷車 雇車費用		産地～大阪
		金額(円)	所要時間				金額(円)	所要時間	
		推定値	推定値				推定値	推定値	
北海道	函館	274,643	12時51分	青森	八戸	273,335	14時13分		
青森	八戸	168,985	7時54分	岩手	大船渡	255,998	13時34分		
岩手	大船渡	151,498	7時14分	宮城	気仙沼	249,735	12時42分		
宮城	気仙沼	135,235	6時22分	宮城	石巻	239,418	11時08分		
宮城	石巻	105,168	4時49分	静岡	沼津	114,630	5時08分		
福島	小名浜	59,278	2時05分	静岡	焼津	94,173	4時16分		
千葉	銚子	50,198	1時47分	石川	金沢	92,713	4時35分		
神奈川	三崎	31,508	0時49分	兵庫	南淡路	48,378	1時44分		
静岡	焼津	60,390	2時10分	和歌山	田辺	50,890	2時41分		
新潟	新潟	94,398	4時19分	愛媛	愛媛深浦	159,253	7時16分		
石川	七尾	152,583	7時07分	山口	下関	155,905	7時06分		
和歌山	田辺	187,335	8時19分	長崎	松浦	218,948	10時26分		
鳥取	境港	211,400	9時53分	大分	佐伯	229,717	10時54分		
島根	浜田	240,083	11時16分	熊本	牛深	235,505	12時14分		
山口	下関	260,553	12時53分						
福岡	福岡	273,695	13時51分						
佐賀	唐津	286,460	15時13分						
長崎	松浦	313,545	16時13分						
長崎	長崎	315,695	15時42分						
大分	佐伯	324,320	16時42分						
鹿児島	枕崎	345,368	19時00分						

注：八戸・石巻・境港・下関・松浦の出荷業者に雇車支払い代金を問い合わせると、概ねここに算出した数値と合致した。

表V-1-4 キロ当たり費用の算出例

調査地	魚種	出荷県	推定出荷地	雇車代	積載量 (個数)	函当たり			函当たり 内容量(kg)	キロ当たり 費用
						搬送 費用	搬送費 以外経費	費用合計		
東京	カツオ	宮城	気仙沼	135,235	2,000	68	300	368	4	92
大阪	カツオ	宮城	気仙沼	249,735	2,000	125	300	425	4	106
東京	マアジ	山口	下関	260,553	1,000	261	410	671	5	134
大阪	マアジ	静岡	沼津	114,630	1,000	115	410	525	5	105
東京	サバ	青森	八戸	168,985	1,000	169	410	579	5	116
大阪	サバ	熊本	牛深	235,505	1,000	236	410	646	5	129
東京	スルメ	青森	八戸	168,985	1,000	169	150	319	6	53
大阪	スルメ	石川	金沢	92,713	1,000	93	150	243	6	40

第2節 「6A1」委託集荷の検証

1)総合評価

1-1)消費地卸売市場での販売方法と分析の焦点

80年代初頭から本格的に制度流通と接触し始めた量販店は、小売販売の効率化から确实

な商品調達を要求し「先取り」という行為でそれを具体化させた。「先取り」とは、セリ販売前の価格設定が完了していない段階で、大口需要者の意向を受けた買受人が対象商品を確保し、量販店の計画販売に充当させようとするものである。「セリ販売」後に卸売人が価格設定を行い当該買受人に通告するわけであるが、卸売人と大口需要者との力関係がその価格決定には大きく関係する。そして量販店の競争他者となる小規模鮮魚商なども「卸売人の大口需要者への優遇的な扱いを非難することは、所属する市場の集荷力低下を招来する」と認識し、先取り価格の決定についての卸売人の差別的扱いを黙認してきた⁴。「6A1」経路で集荷・販売されたものが、先取りもなく完全無欠に「セリ販売」されているか、大口需要者の代弁者も価格競争に全面的な参加をしているか、それについてこの調査から判別できない。具体的に、このような集荷者卸売人と大口需要者の関係性は、公平性の限界をあらわにしていると推定できるが、出荷者は消費地の販売価額が商業的関心事であり、消費地市場内での取引内容に直接的な関心をもたない。ここで検証されるべきは、出荷者の収益性であり、「この収益性が『6A1』経路を持続可能なものになっているか」の検証である。その結果は、別表V-2-1からVI-1-3で魚種ごとの標本についての出荷者差益・差損を表示している。

1-2)分析結果の総合評価

表V-2-1 「6A1」成立標本(荷口)収支集計表(平成8年～平成13年度)

金額単位＝円

	標本数	棄却領域 件数	対象標本数 ①	差益		差損		消費地単価計 ④	差益金額		差損金額	
				件数 ③	比率 ③/①	件数 ②	比率 ②/①		合計値 ⑥	占有率 ⑥/④	合計値 ⑤	占有率 ⑤/④
東京	249	5	244	169	69%	75	31%	141,506	15,408	11%	4,201	3%
大阪	112	6	106	70	66%	36	34%	56,169	6,654	12%	2,425	4%
総計	361	11	350	239	68%	111	32%	197,675	22,062	11%	6,626	3%

出所:農林水産省統計情報部「食品(水産物)流通段階別価格形成追跡調査報告」各年次版より作成

注:調査地大阪は平成8年(96年)の調査対象ではないので東京6ヵ年・大阪5ヵ年の調査結果である

「6A1」成立標本総計 361 体のうち、出荷者の差益・差損のキロ当たり単価金額領域が例外的に突出している 11 体を超有意水準(差益金額 340 円・差損金額 220 円を限界点として越えるもの)として棄却した。有効対象標本 350 体のうち 239 体が差益を生じさせ 111 体が差損を生じさせている(表V-2-1)。標本ごとの数量規模(ロット)が不明であるので全て同一規模と仮定し、差損・差益金額の消費地卸売単価合計値の全体に占める比率をみると、差益単価金額計は 11%を占め差損計は 3%を占めている。大阪より東京の方が差損の占有率が低いのは、市場規模が大きいほど委託集荷力が強いという傾向を裏付けている。単純・素朴に判断すれば、一般的な水準の顧客関係にある出荷業者が年間 1 億円の委託出荷を行うと、東京の場合 1100 万円の差益金を確保させ、300 万円の差損金を発生させるということになる。

対象標本の調査実施日は九月の第 2 週火曜日である。(2001 年度は 10 月 30 日に実施されている)この調査当時、すでに第 2 週水曜日は中央卸売市場の休市日であり、当日は休市日前日であるという状況であった。翌週には敬老の日さらに秋分の日が続き、生鮮出荷に特化している産地買受人にとっては、消費地の休市日に関係した諸々の制約が業務にかかわる旬期である。表V-2-2 でみる限り収支が最も好調な年次は 1999 年(平成 11 年)、反対に不調なのは 1997 年(平成 9 年)ということになる。97 年は東京・大阪ともに差損単価金額が 6 ヵ年のなかで最大であった。最も好調であった 99 年は、差益の大きさも注目

されるが差損の件数・金額占有率の低位数値が好調さを表している。このように調査日ごとの状況で収支は大きく異なる。この不安定性要素が「委託集荷」の特徴であり、集荷者消費地卸売人にとって、長期的成果として出荷者に収益性を与えることが顧客関係構築の前提となる。

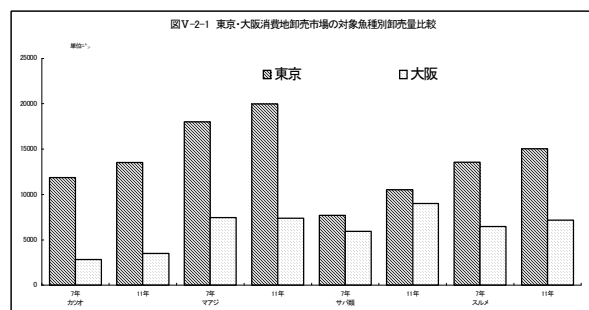
魚種別を6ヵ年計で総体評価するならば、スルメの収支が極端に不調で差益・差損が拮抗している。マアジは差益も低位ではあるが差損も低く、わずかながらの差益は認められる。一応、カツオやサバ類は順調であるといえる。市場別にみれば、東京はスルメを除いて他の魚種ではおおむね差益があったといえる。大阪はカツオが好調で、標本数の少ないマアジ・スルメの数値も若干の収益がみとめられる。マアジやカツオは東京で嗜好の強いとされる魚種であり、サバは大阪を含めた関西で嗜好の強い魚種と評価されてきた点も標本数から微見される。

表V-2-2 「6A1」成立標本(荷口)年次別収支集計表

		金額単位=円											
		標本数	棄却領域件数	対象標本数	差益件数	比率	差損件数	比率	消費地単価計	差益金額合計値	差益金額占有率	差損金額合計値	差損金額占有率
				①	③	③/①	②	②/①	④	⑥	⑥/④	⑤	⑤/④
両調査地年次別合計値	平成8年9月10日	64	0	64	43	67%	21	33%	36,331	4,888	13%	840	2%
	平成9年9月9日	116	3	113	71	63%	42	37%	59,351	5,891	10%	3,738	6%
	平成10年9月8日	42	1	41	25	61%	16	39%	22,908	2,344	10%	802	4%
	平成11年9月7日	76	2	74	57	77%	17	23%	36,765	5,135	14%	693	2%
	平成12年9月5日	34	3	31	24	77%	7	23%	22,988	2,653	12%	255	1%
	平成13年10月30日	29	2	27	19	70%	8	30%	19,332	1,151	6%	298	2%
計		361	11	350	239	68%	111	32%	197,675	22,062	11%	6,626	3%

表V-2-3 「6A1」成立標本(荷口)魚種別収支集計表

		金額単位=円											
		標本数	棄却領域件数	対象標本数	差益件数	比率	差損件数	比率	消費地単価計	差益金額合計値	差益金額占有率	差損金額合計値	差損金額占有率
				①	③	③/①	②	②/①	④	⑥	⑥/④	⑤	⑤/④
東京	カツオ	57	0	57	45	79%	12	21%	26,291	2,992	11%	558	2%
	スルメ	37	1	36	14	39%	22	61%	10,393	784	8%	683	7%
	サバ	76	3	73	57	78%	16	22%	43,895	6,809	16%	895	2%
	マアジ	79	1	78	53	68%	25	32%	60,927	4,823	8%	2,065	3%
	計	249	5	244	169	69%	75	31%	141,506	15,408	11%	4,201	3%
大阪	カツオ	29	1	28	19	68%	9	32%	12,570	2,785	22%	452	4%
	スルメ	25	1	24	18	75%	6	25%	8,840	721	8%	392	4%
	サバ	39	1	38	23	61%	15	39%	23,090	2,392	10%	1,249	5%
	マアジ	19	3	16	10	63%	6	38%	11,669	756	6%	332	3%
	計	112	6	106	70	66%	36	34%	56,169	6,654	12%	2,425	4%
両消費地合計	カツオ	86	1	85	64	75%	21	25%	38,861	5,777	15%	1,010	3%
	スルメ	62	2	60	32	53%	28	47%	19,233	1,505	8%	1,075	6%
	サバ	115	4	111	80	72%	31	28%	66,985	9,201	14%	2,144	3%
	マアジ	98	4	94	63	67%	31	33%	72,596	5,579	8%	2,397	3%
	計	361	11	350	239	68%	111	32%	197,675	22,062	11%	6,626	3%



出所「水産物流通統計年報」各年次版より作成

先述したが、この追跡調査では標本ごとの荷口数量が表示されていないので、単価数値のみの比較となる。消費地卸売価格に対しての差損・差益の金額占有率も全て同一の荷口数量規模を前提とした推論となる。再販売購入を行為する商業者(「6A1」については産地出荷者、「6B1」については産地出荷者・消費地卸売人)の業務秘匿性が情報開示につながらず、⁵この調査でも年次を追うごとに採取標本数が減少している。ことに、99年以後「6B1」(買取)の取引が拡大しているといわれるのに、採取数は「6A1」(委託)に比して僅かである。

表 V-2-4
 差益金額階層(度数分布)領域
 (significance probability)

金額単位 = 円
 (critical region)

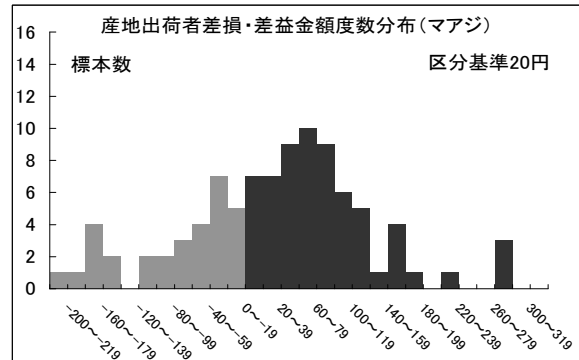
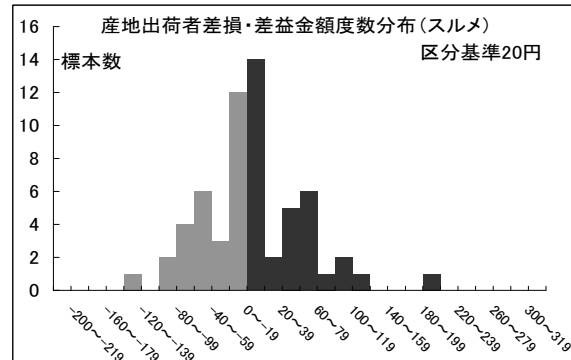
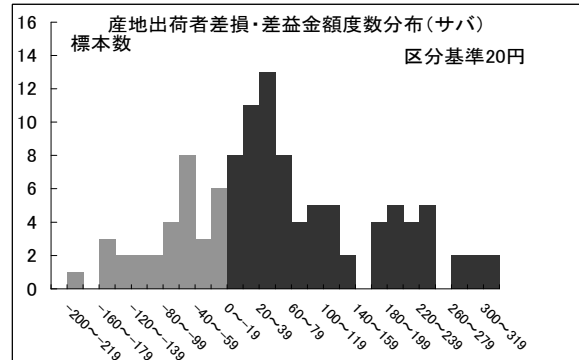
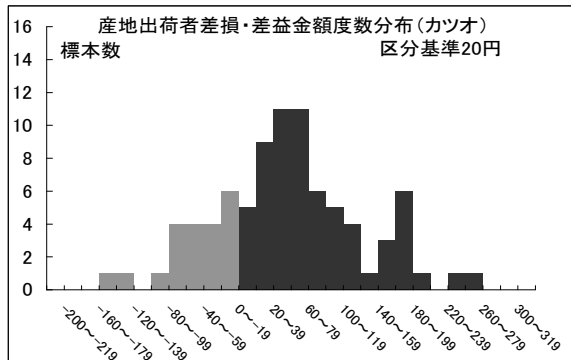
有意水準 -220～
 棄却領域

有意水準 340～
 (significance probability) 棄却領域 (critical region)

表 V-2-5 産地出荷者差損・差益金額階層(度数分布)別標本数 (平成8年～13年)

差損・差益階層 (単位=円)	棄却領域	対象領域	カツオ	スルメ	サバ	マアジ	合計
～-600	1					1	1
-300～-600	2				1	1	2
-280～-299	0						0
-260～-279	0						0
-240～-259	1					1	1
-220～-239	0						0
-200～-219		1				1	1
-180～-199		2			1	1	2
-140～-159		4				4	4
-120～-139		6	1		3	2	6
-100～-119		4	1	1	2		4
-80～-99		7	1	2	2	2	7
-60～-79		15	4	4	4	3	15
-40～-59		22	4	6	8	4	22
-20～-39		17	4	3	3	7	17
0～-19		29	6	12	6	5	29
1～19		34	5	14	8	7	34
20～39		29	9	2	11	7	29
40～59		38	11	5	13	9	38
60～79		35	11	6	8	10	35
80～99		20	6	1	4	9	20
100～119		18	5	2	5	6	18
120～139		15	4	1	5	5	15
140～159		4	1		2	1	4
160～179		7	3			4	7
180～199		11	6		4	1	11
200～219		7	1	1	5		7
220～239		5			4	1	5
240～259		6	1		5		6
260～279		1	1				1
280～299		5			2	3	5
300～319		2			2		2
320～339		2			2		2
340～359	0						0
360～379	2			1	1		2
380～399	0						0
400～419	1				1		1
420～439	2		1		1		2
440～459	0						0
460～479	0						0
480～499	1					1	1
500～	1			1			1
合計	11	350	86	62	115	98	361

図 V-2-2 4魚種差益・差損金額分布ヒストグラム



そこで、魚種ごとの出荷者の収支を差益・差損金額階層別に表示したのが表V-2-3である。全体の標本数が361体であるが、有意水準で棄却した残り350体を差損側219円まで、差益側339円までを限界として20円刻みに区分し、これを視覚化してヒストグラム(図V-2-2)で表した⁶。

表V-2-6 対象標本の産地・消費地平均卸売価格の集計表 (平成8年～13年)

		産地卸売価格円	消費地卸売価格円	対差円	対比
		①平均単価	②平均単価	②-①	②/①
両消費地計	カツオ	282	457	175	1.621
	スルメ	243	321	78	1.321
	サバ	391	603	212	1.542
	マアジ	565	772	207	1.366

採用した4魚種の消費地卸売市場における価格形成帯は異なったものである(表V-2-5)。差損・差益額について利益率で検証する方法も考慮できるが、出荷者にとって消費地卸売人への手数料以外の経費は従量

経費であり、ここでとりあげた大衆魚である4魚種などは、東京・大阪など大消費地卸売市場と産地との取引単位について10t車積載量規模を通例としている。ゆえに、出荷者は荷口のまとまりを優先させ、高単価魚種に偏った出荷を意図して行動する場面は少ない。出荷者は価格形成帯に拘わらず定額的な利潤を追求するであろうし、出荷対象は荷口単位の「まとまり成立」を優先させると考える。図V-2-2魚種別差益差損金額分布ヒストグラムで、スルメの差益・差損価格分布階層は低位な領域に集中し、歪度も尖度もそれを表している。しかし、つぎに価格帯の低いカツオは、尖度・歪度ともに他の2魚種と差異がみられない。結果として単価的に高位ものが上下の振幅も大きく、低位なものが小さい点は若干認められるものの、確たるものではないと判断できる。販売委託先への与信配慮も必要とせず、産地での購入代金決済サイドと消費地卸からの販売代金回収にタイムラグの発生もなく、資金量・金利差の配慮も必要としない制度流通間の取引では、本来的に価格帯へのこだわりは少なく、売買差益での利益率を優先させる一般商品流通の卸売業務と利益追求の領域が異なる。

2) 魚種別評価

2-1) カツオ

表V-2-7 カツオ「6A1」成立標本(荷口)年次別・消費地別収支集計表

金額単位＝円

カツオ		対象標本数	差益件数	比率	差損件数	比率	消費地	差益金額	差益金額	差損金額合	差損金額
							卸売単価計	合計値	占有率	計値	占有率
両消費地合計	8年	調査対象外	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	9年	15	9	60%	6	40%	5,249	456	9%	518	10%
	10年	13	9	69%	4	31%	5,970	696	12%	165	3%
	11年	34	28	82%	6	18%	15,174	3,085	20%	235	2%
	12年	14	10	71%	4	29%	5,484	1,122	20%	91	2%
	13年	9	8	89%	1	11%	6,984	418	6%	1	0%
	計	85	64	75%	21	25%	38,861	5,777	15%	1,010	3%

生鮮カツオは1996年(平成8年)の調査対象魚種となっていなかったため5ヵ年分のデータとなる。また、これを強い季節商材と認識するならば、調査日の関係で2001年度(平成13年10月30日)について合算し分析することも厳格性にやや疑問が残る。

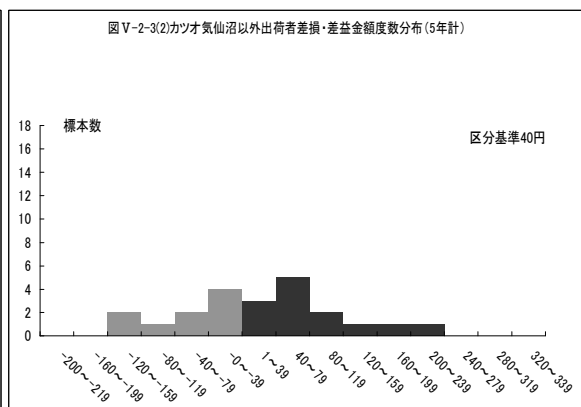
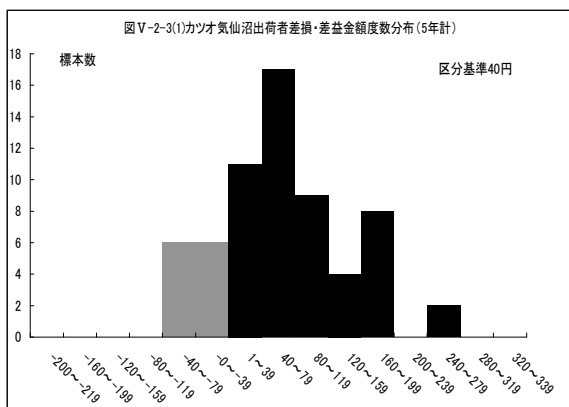
総体的には出荷者にとって好調な収支となっているが、不調であった9年には主力産地である三陸地方からの出荷が少なく、東京市場へは気仙沼と推定される宮城県のもの皆無であった。表V-2-7のごとく、気仙沼とそれ以外の出荷地のものでは収益性が大きく異なる。9月期のカツオ漁場は宮城県の気仙沼・女川・石巻・塩釜等漁港の至近距離に形成されるが、一本釣生鮮カツオの水揚げに特化がみられる気仙沼を中心に消費地集荷先集中があると考えられる⁷。すなわち、この時期の具体的な産地出荷独占は気仙沼にあると想定

できる。

表V-2-8 カツオ「6A1」成立標本(荷口)出荷地別収支集計表(5年計)

金額単位＝円

カツオ	対象標本数	構成比	差益件数	比率	差損件数	比率	消費地 卸売単価計	差益金額 合計値	差益金額 占有率	差損金額 合計値	差損金額 占有率	平均産地卸売価格 (出荷者購入原価)	平均消費地卸売価格 (出荷者販売価格)
気仙沼	63	74%	51	81%	12	19%	29,737	4,754	16%	479	2%	282	472
気仙沼以外	22	26%	13	59%	9	41%	9,124	1,023	11%	531	6%	280	415
計	85	100%	64	75%	21	25%	38,861	5,777	15%	1,010	3%	282	457



2-2) スルメイカ

表V-2-9 スルメイカ「6A1」成立標本(荷口)年次別・消費地別収支集計表

金額単位＝円

スルメイカ	対象標本数	差益件数	比率	差損件数	比率	消費地 卸売単価計	差益金額 合計値	差益金額 占有率	差損金額 合計値	差損金額 占有率	
両消費地合計	8年	18	4	22%	14	78%	4,001	174	4%	461	12%
	9年	30	19	63%	11	37%	9,820	933	10%	453	5%
	10年	7	4	57%	3	43%	3,302	69	2%	161	5%
	11年	3	3	100%			1,061	48	5%		
	12年	2	2	100%			1,050	281	27%		
	13年										
計	60	32	53%	28	47%	19,234	1,505	8%	1,075	6%	

対象4魚種中、船上箱詰めされた製品が末端小売商まで手を加えられず流通されるのはスルメイカのみである。そのため、産地側の流通経費諸掛は極めて低位で、水揚漁港で要求される人為的・施設的なものも少なく、大規模以下の中小規模産地漁港の買受人も都市生鮮需要を目指し、容易に出荷活動に参加できる可能性を有している。さらに主力漁場の季節移動が激しく、消費地側からみれば周年して固定的な顧客関係をもつことのできる出荷業者の獲得が困難である。ゆえに、消費地卸売人の集荷先探索範囲は広域で、顧客関係性の濃度も薄いものとなる。そのことは出荷意思を示す産地買受人にとって、消費地卸売市場が開放されており、共同消費性を得やすい状態にあるといえる。

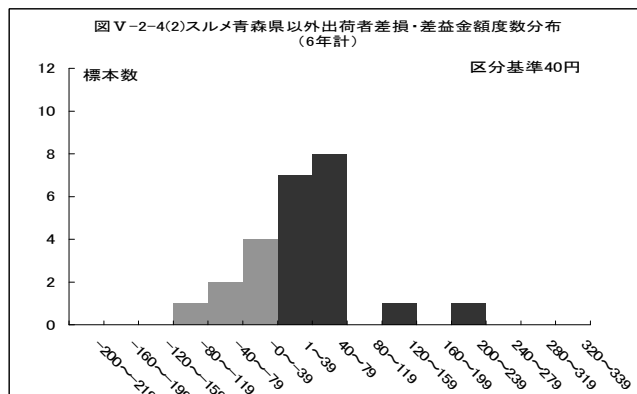
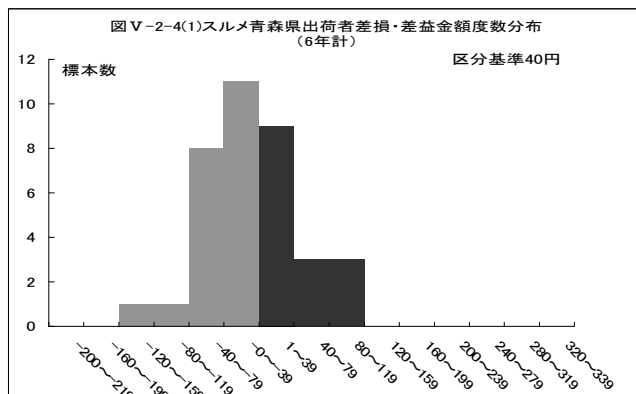
ここでは(表V-3-1)、青森県の出荷地を八戸と表示して収支計算をしたが、例年この9月期の漁場形成は津軽海峡東口を中心とした北部太平洋沿岸域にあり、大畑や三沢など八戸周辺の中小産地市場からの出荷も9月期前後に集中していると考えられる。従って、この時期の消費地集荷先出荷業者体数の実態は、小規模・零細なものを含めて多寡であったと想定される。しかし、出荷県が集中し主力産地の出荷物に高収益みられた1)のカツオとは異なり、表V-2-9の通り青森県下の出荷物は圧倒的に低収益である。それは、主力産地の豊漁が容易に生鮮出荷業者を乱立させ、消費地市場の集荷調整機能を不全にさせ、供給過多現象を起こしているからと想定できる。そして、この不採算性から98年(平成10年)

以後の標本数は極端な減少を示したと考えられる⁸。

表V-2-10 スルメイカ「6A1」成立標本(荷口)出荷地別収支集計表(6年計)

金額単位=円

スルメイカ	対象標本数	構成比	差益件数	比率	差損件数	比率	消費地 卸売単価計	差益金額 合計値	差益金額 占有率	差損金額 合計値	差損金額 占有率	平均産地卸売価格 (出荷者購入原価)	平均消費地卸売価格 (出荷者販売価格)
青森県	36	60%	15	42%	21	58%	9,581	631	7%	784	8%	198	266
青森県以外	24	40%	17	71%	7	29%	9652	874	9%	291	3%	311	402
計	60	100%	32	53%	28	47%	19233	1505	8%	1075	6%	243	321



2-3) サバ

表V-2-11 サバ「6A1」成立標本(荷口)年次別・消費地別収支集計表

金額単位=円

サバ	対象標本数	差益件数	比率	差損件数	比率	消費地	差益金額	差益金額	差損金額	差損金額	
						卸売単価計	合計値	占有率	合計値	占有率	
東京	8年	26	23	88%	3	12%	17,024	2,947	17%	192	1%
	9年	15	12	80%	3	20%	8,989	1,748	19%	244	3%
	10年	8	6	75%	2	25%	4,148	834	20%	141	3%
	11年	14	10	71%	4	29%	6,006	695	12%	149	2%
	12年	3	3	100%	3	100%	3,255	362	11%	—	—
	13年	7	3	43%	4	57%	4,473	223	5%	169	4%
計	73	57	78%	16	22%	43,895	6,809	16%	895	2%	
大阪	8年	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	9年	26	16	62%	10	38%	16,318	1,641	10%	1,008	6%
	10年	2	2	100%	2	100%	1,046	—	—	76	7%
	11年	7	4	57%	3	43%	3,521	417	12%	165	5%
	12年	1	1	100%	—	—	945	125	13%	—	—
	13年	2	2	100%	—	—	1,260	209	17%	—	—
計	38	23	61%	15	39%	23,090	2,392	10%	1,249	5%	
両消費地合計	8年	26	23	88%	3	12%	17,024	2,947	17%	192	1%
	9年	41	28	68%	13	32%	25,307	3,389	13%	1,252	5%
	10年	10	6	60%	4	40%	5,194	834	16%	217	4%
	11年	21	14	67%	7	33%	9,527	1,112	12%	314	3%
	12年	4	4	100%	—	—	4,200	487	12%	—	—
	13年	9	5	56%	4	44%	5,733	432	8%	169	3%
計	111	80	72%	31	28%	66,985	9,201	14%	2,144	3%	

表V-2-12 サバ消費地別卸売平均価格差

金額単位=円

魚種 サバ	両消費地卸売分				東京市場卸売分				大阪市場卸売分			
	対象 標本数	出荷地卸売 平均価格	消費地卸売 平均価格	価格差	対象 標本数	出荷地卸売 平均価格	消費地卸売 平均価格	価格差	対象 標本数	出荷地卸売 平均価格	消費地卸売 平均価格	価格差
	①	②	②-①		①	②	②-①		①	②	②-①	
平成8年9月10日	26	401	655	254	26	401	655	254	26	448	628	180
平成9年9月9日	41	413	617	204	15	352	599	247	2	415	523	108
平成10年9月8日	10	323	519	196	8	301	519	218	7	305	503	198
平成11年9月7日	21	272	454	182	14	255	429	174	1	663	945	282
平成12年9月5日	4	772	1,050	278	3	808	1,085	277	2	385	630	245
平成13年10月30日	9	445	637	192	7	462	639	177	—	—	—	—
計	111	391	603	212	73	375	601	226	38	422	608	186

大阪市場を中心とした関西地方で需要が強いとされるサバではあるが、当該調査日の収支は大阪よりも東京の方が好調である。標本数が多い97年(平成9年)度においても、収支は東京が順調である。集荷先は東京が三陸沿岸産地市場中心であるのに対し、大阪は西日本各地からの集荷も多く展開されている。また集荷先産地の卸売価格は東京が大阪のものより安価なものを集荷しているし、その価格は東京375円と大阪422円と差額が大きい。

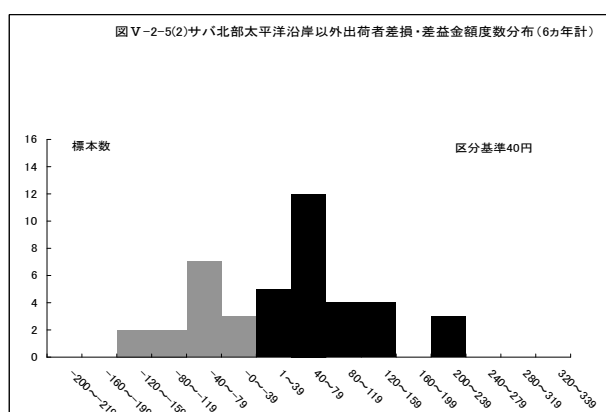
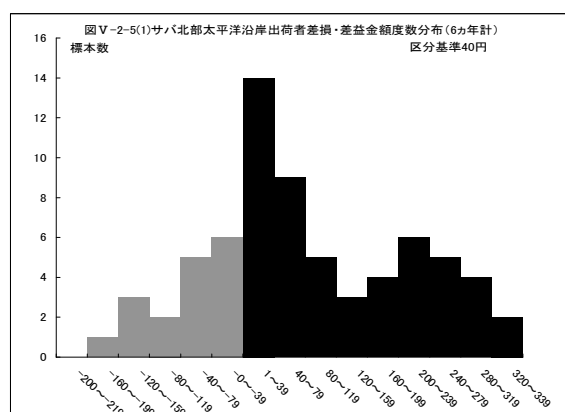
一方、消費地での卸売価格は 801 円と 808 円でほとんど差異がない。しかし、ここでは産地卸売価格設定に地域間格差が在ることを含意しなければならない。

例えば、消費地大阪の資料(別表V-2-7)、産地青森(推定漁港・八戸)のNo.23 からNo.27 の5標本産地卸売価格は 315 円と同一となっている、これは旋網物でスケール販売されたものと推定される。その根拠は、末端小売商で標本採取されたときの商品魚体にバラツキが大きいからである。小売商での魚体測定は標本No.23 が 465 g・No.24=1250 g・No.25=536 g・No.26=625 g・No.27=938 g と申告されているし、また消費地市場での当該商品卸売価格も 910 円(これは棄却領域)から 317 円までと格差が大きい。産地価格が同一でありながら消費地卸売価格や末端小売での魚体測定の格差が著しいのは、大小魚体が混じった状態のスケール販売で産地市場の価格決定がされたものと推定される。この際の産地買受人が獲得した水揚物の詳細な魚体組成は不明で、彼が内部化している用途別の配分割合も判別できない。(どの程度生鮮出荷に向かったのか、加工原料需要に向けられたのか)スケール販売は大規模漁港での販売形態であり、産地価格は加工需要にウエイトが高く設定されることが多く、生鮮出荷の水準からは安価な原価表示となる。ゆえに、生鮮出荷に限定してみるならば北部太平洋沿岸産地漁港のサバ産地価格表示は実勢より低く、それを基準に収益性をみると甘い判断になると考えられる。つまり、315 円で獲得した産地買受人は生鮮出荷の予定分については 315 円以上の原価設定を含意しているわけで、加工需要でしか処理できない部分の原価設定と相殺した結果が 315 円なのである⁹。しかし、スケール販売でも小規模な 1 トン水槽を販売に使用したり、水揚時に船際で魚体撰別したりする地域のものについては、原価設定がより直接的なもので確率の高いものと判断できる。当然、トラック検貫規模のスケール販売に比べて、これらの原価設定は高位になる。本論ではサンマやイワシについて、この点で原価特定が困難と考え標本として採用しなかった。

表V-2-13 サバ「6A1」成立標本(荷口)出荷地別収支集計表(6ヵ年計)

金額単位=円

サバ	対象標本数	構成比	差益件数		差損件数		消費地 卸売単価計	差益金額	差益金額	差損金額	差損金額	平均産地卸売価格 (出荷者購入原価)	平均消費地卸売価格 (出荷者販売価格)
			比率	比率	合計値	占有率		合計値	占有率				
北部太平洋沿岸	69	62%	52	75%	17	25%	39,901	6,879	17%	1,212	3%	345	578
上記以外	42	38%	28	67%	14	33%	27,084	2,322	9%	932	3%	466	645
計	111	100%	80	72%	31	28%	66,985	9,201	14%	2,144	3%	391	603



2-4) マアジ

サバとは逆に関東で需要の強いマアジについては、大阪の標本数が圧倒的に少なく、主として東京市場を対象としたものになる。97年(平成9年)の取引が大きな差損を発生させているので全体的には低調なものとなっている。この時の標本は別表V-2-4 標本No.21～

37の17体で、島根県（推定産地・浜田）5体、佐賀県（推定産地・唐津）8体、その他石川・1体・山口2体・長崎1体である。集荷先が分散傾向の強い魚種ではあるが、この年は9月期の主力である長崎や山口の物が少なく、マアジ干物加工業に特化している浜田・唐津からが主体となっている。（唐津は生鮮出荷の比率も維持しているが水揚生産業種は大臣許可クラス船の大中型旋網物が大部分で、この時期としては東京向けの上級商材の水揚は少ないものと考えられる）

表V-2-14 マアジ「6A1」成立標本(荷口)年次別・消費地別収支集計表

金額単位＝円

マアジ		対象標本数	差益件数	比率	差損件数	比率	消費地卸売単価計	差益金額合計値	差益金額占有率	差損金額合計値	差損金額占有率
東京	8年	20	16	80%	4	20%	15,306	1,771	12%	187	1%
	9年	17	9	53%	8	47%	12,702	699	6%	1,251	10%
	10年	11	6	55%	5	45%	8,442	745	9%	259	3%
	11年	14	11	79%	3	21%	10,144	870	9%	104	1%
	12年	7	5	71%	2	29%	7,718	438	6%	136	2%
	13年	9	6	67%	3	33%	6,615	300	5%	128	2%
	計	78	53	68%	25	32%	60,927	4,823	8%	2,065	3%
大阪	8年	10	6	60%	4	40%	6,274	408	7%	264	4%
	9年										
	10年										
	11年	2	1	50%	1	50%	859	21	2%	40	5%
	12年	4	3	75%	1	25%	4,536	327	7%	28	1%
計	16	10	63%	6	38%	11,669	756	6%	332	3%	
両消費地合計	8年	20	16	80%	4	20%	15,306	1,771	12%	187	1%
	9年	27	15	56%	12	44%	18,976	1,107	6%	1,515	8%
	10年	11	6	55%	5	45%	8,442	745	9%	259	3%
	11年	16	12	75%	4	25%	11,003	891	8%	144	1%
	12年	11	8	73%	3	27%	12,254	765	6%	164	1%
	13年	9	6	67%	3	33%	6,615	300	5%	128	2%
	計	94	63	67%	31	33%	72,596	5,579	8%	2,397	3%

表V-2-15 アジ消費地別卸売平均価格差

金額単位＝円

魚種 マアジ	両消費地卸売分				東京市場卸売分				大阪市場卸売分			
	対象	出荷地卸売	消費地卸売	価格差	対象	出荷地卸売	消費地卸売	価格差	対象	出荷地卸売	消費地卸売	価格差
	標本数	平均価格	平均価格	②-①	標本数	平均価格	平均価格	②-①	標本数	平均価格	平均価格	②-①
平成8年9月10日	20	533	818	285	20	533	818	285				
平成9年9月9日	27	555	703	148	17	604	747	143	10	471	627	156
平成10年9月8日	11	556	767	211	11	556	767	211				
平成11年9月7日	16	470	688	218	14	493	725	232	2	306	430	124
平成12年9月5日	11	866	1,114	248	7	861	1,103	242	4	874	1,134	260
平成13年10月30日	9	547	735	188	9	547	735	188				
計	94	573	782	209	78	577	794	217	16	551	729	178

そこから推定できることは、県知事許可クラス（網船10～20トククラス）小型旋網物の出荷に特化している山口（下関・萩）や、同一クラス操業船のものをこの時期の生鮮出荷に充当している長崎（長崎市・松浦・佐世保）に水揚が少なく、従来は加工に仕向けていてもおかしくない大臣許可クラス（網船60～100トククラス）大中型旋網船の水揚物を生鮮出荷に代替したと考えられる。（小型旋網船のマアジ漁が皆無となる冬季12月～4月は大中型旋網船の漁獲物が消費地集荷の主体となるが）消費地卸売人にとって、この年はこの時期の主力集荷対象品である瀬付物ではなく、回遊する沖取り物を集荷しなければならない状況が発生したのと考えられる¹⁰。

それ以外の年次については、引き続き差益側に大きな数値はもたらしていないが、差損についても突出している97年（平成9年）を除くと低位なレベルに抑えている。4魚種の中では、顧客関係が季節集中的ではなく比較的長期間連続的で、しかも地域的に拡散し生鮮出荷の技術力も要求される。ゆえに一体感の強い個別的・固定的関係性が地域ごとに産地出荷者の一部と消費地集荷者との間に形成されていると考えられる。需要低調期である9月期の顧客関係性維持は、消費地品揃えを優先させたものであり、収益性という点からみれば「差益の拡大より差損の抑制」に主眼がおかれた消極的な活動となっていると考えられる。

表V-2-16 東京市場マアジの出荷地別・年次別差益・差損表

出荷県 推定産地漁港	長崎				佐賀				島根						
	松浦・長崎市				唐津				浜田						
	標本数	差益		差損	標本数	差益		差損	標本数	差益		差損			
	本数	単価計	本数	単価計	本数	単価計	本数	単価計	本数	単価計	本数	単価計			
平成8年9月10日	8	5	686	3	-107	8	5	479	3	-424	5	1	2	4	-647
平成9年9月9日	1	1	86			2			2	-113	5	4	585	1	-25
平成10年9月8日	0					1	1	65							
平成11年9月7日	6	6	510												
平成12年9月5日	3	3	308												
平成13年10月30日	2	1	51	1	-7						1			1	-12
	20	16	1,641	4	-114	11	6	544	5	-537	11	5	587	6	-684

第3節「6A1」産地出荷者の収支からの推定

1) 生鮮出荷者の収支と産地・消費地間の関係

社会資本である消費地卸売市場は公平性・公開性を基本理念とし、可能な範囲内での共同消費性を標榜しているが、現実には市場運営上の理由で流入側にも流出側にも参入障壁がある。この点で述べるならば、「産地出荷者にとって可能なかぎり基本理念に近づく形で消費地卸売市場は開放されており、それと並行してその流出側への責務である安定的集荷が維持されている」ことの検証を本論は目的としている。そして、その目的は「出荷者の収益性」に含意されている数値の意味を汲み取ることで達成せられると考える¹⁾。

生鮮出荷を意図する産地買受人の大半は、出荷先を特定の都市市場に限定しているのではなく、獲得した落札価格から諸経費を織り込んだ出荷品の仕上がり価格を特定し、全国各地の取引先消費地「卸売人」に対して提示、収益性を考慮して出荷先を選別決定する。その前提、すなわち産地市場価格競争に参加するさいの生鮮出荷買受人は、消費地情報を予備知識としてもっており、闇雲な思惑で価格呈示するわけではない。また、市場内の需要見込みと全国的な供給情報を把握した消費地市場卸売人は、魚種ごと夫々の信頼度の高い各地産地買受人に対し出荷要請し、それを中核として翌日の生鮮魚上場の品揃えを完成させる。このような産地・消費地間の交渉は通常「聞かせ」と呼称され、個別の「聞かせ」の頻度は両者の情報量の濃度にかかわる。「委託集荷」「6A1」の成立では、出荷者にとって消費地売価の確約がなされているわけではなく、また出荷側に対する消費地卸売市場の共同消費性からみても強固な統合関係とはいえないが、一般的に「聞かせ」の濃度は垂直的な統合関係の濃度に比例しているといえる。

追跡調査においては出荷県までの特定しかないわけであるが、出荷県別の標本数を示したのが表V-3-1である。この数値からみるとカツオ・スルメイカ・サバは出荷地に集中がみられるが、マアジは分散的である。とくに魚群の季節移動が激しい前2者の場合は恒常的な周期性を示し、この9月期に当該県の水揚集中がみられる。サバもやや広域にした北

追跡調査においては出荷県までの特定しかないわけであるが、出荷県別の標本数を示したのが表V-3-1である。この数値からみるとカツオ・スルメイカ・サバは出荷地に集中がみられるが、マアジは分散的である。とくに魚群の季節移動が激しい前2者の場合は恒常的な周期性を示し、この9月期に当該県の水揚集中がみられる。サバもやや広域にした北

表V-3-1 4魚種出荷県別集計と推定漁港

「6A1」カツオ標本出荷県別集計表				「6A1」スルメイカ標本出荷県別集計表			
出荷県	標本数	占有率	推定漁港	出荷県	標本数	占有率	推定漁港
青森	1	1%	八戸	北海道	3	5%	函館
宮城	63	74%	気仙沼	青森	36	60%	八戸 三沢 大畑
福島	7	8%	小名浜	岩手	1	2%	久慈 宮古 大船渡
千葉	4	5%	銚子	宮城	2	3%	石巻 女川
三重	5	6%	紀伊長島	千葉	3	5%	銚子
長崎	5	6%	長崎市 松浦	和歌山	5	8%	田辺 串本
合計	85			高知	1	2%	土佐清水
				石川	9	15%	金沢
				合計	60		

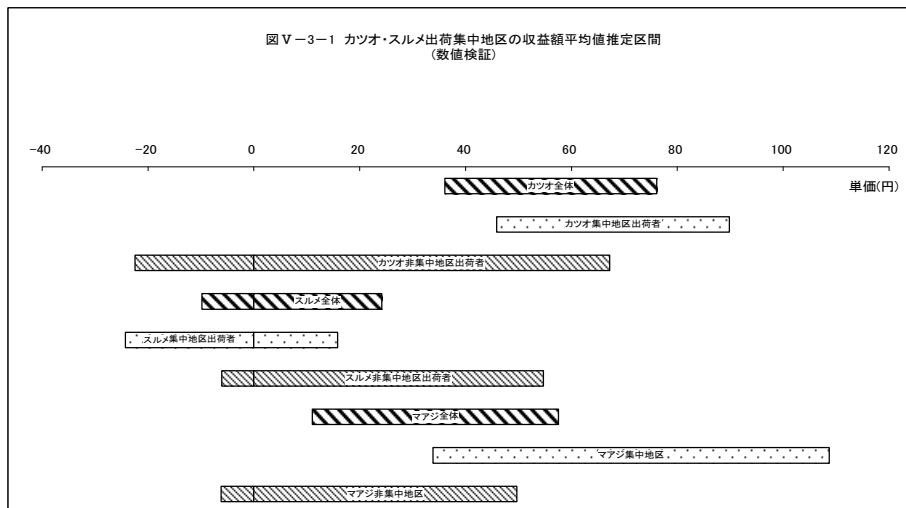
「6A1」サバ標本出荷県別集計表				「6A1」マアジ標本出荷県別集計表			
出荷県	標本数	占有率	推定漁港	出荷県	標本数	占有率	推定漁港
青森	53	48%	八戸	福島	1	1%	小名浜
岩手	5	5%	大船渡 宮古	千葉	3	3%	銚子 勝浦
宮城	9	8%	石巻	静岡	9	10%	焼津 沼津
千葉	3	3%	銚子	三重	2	2%	紀伊長島 奈屋浦
神奈川	4	4%	三崎	和歌山	2	2%	田辺
静岡	10	9%	焼津 沼津	愛媛	2	1%	八幡浜 深浦
和歌山	6	5%	田辺	新潟	1	1%	新潟市 柏崎
兵庫	2	2%	南淡	石川	1	1%	金沢 七尾
愛媛	4	4%	八幡浜 深浦	鳥取	1	1%	境港
新潟	1	1%	新潟市 柏崎	島根	11	12%	浜田
石川	3	3%	金沢 七尾	山口	14	15%	下関 長門市
島根	3	3%	浜田	福岡	7	7%	福岡市
長崎	5	5%	長崎市 松浦	佐賀	11	12%	唐津
熊本	3	3%	牛深	長崎	23	26%	長崎市 松浦
合計	111			大分	2	2%	佐伯
				鹿児島	4	4%	枕崎
				合計	94		

部太平洋沿岸域という枠組みでみるならば、青森・岩手・宮城・千葉をひと括りにして集中がみられる。カツオやスルメイカについてはこの状況の将来的変化を想定できないが、サバについては西沖と呼ばれる対馬海峡から東シナ海にかけて、あるいは日本海西部の山陰沖での漁況に活発化が起きる可能性を否定できない。また、マアジについても県知事クラス船(小規模漁獲船)が活発に稼動するこの時期、生鮮需要は瀬付物に優先されるので出荷県は各地に分散傾向が続くであろうが、小型船であるため天候不順に影響されやすく、月夜周りでの操業も不可で、大臣許可船の漁獲物が生鮮出荷の代替となることも稀有ではないと想定できる。

委託集荷「6A1」の場合、出荷者の収益は基本的に成果であるが、その成果数値は本論の検証でもおおむね予想されていたものであった。(第5章第2節1)1-2)また、産地出荷者と消費地集荷者との間に積極的な意味での顧客関係がみられるのがマアジで、もつとも希薄な関係でしかないのがスルメイカであったといえるが、逆に出荷者にとっての消費地卸売市場共同消費性という観点からみれば、マアジについては弱く、スルメイカについては強いといえる。ここでは、主として収益性が低調な数値を示している2魚種、スルメイカとマアジの産地出荷者と消費地集荷者の顧客関係性・統合関係について、高収益のカツオとも対照しながら詳説を試みる。具体的には県別の出荷頻度から出荷地の状況を仮定的に推論し、出荷者にとっての消費地卸売市場の共同消費性と産地・消費地間の垂直的統合を検証する。

2) 生鮮出荷者にとっての消費地卸売市場の共同消費性

2-1) 魚種別出荷者収益平均値の区間推定による分析^{1 2}



収益性平均値推定区間でみるかぎり、集中がみられる地域の出荷者収益性はカツオとスルメイカで極端な動きを示している。気仙沼と想定されるカツオの出荷者収益性は供給量(水揚)があるかぎりにおいて好調であるのに、青森県下のスルメイカは供給量(水揚)があるかぎりにおいて極めて低調である。これは、出荷作業の難易度に関係した参入障壁と卸売市場の共同消費性が関係したものである。つまり、消費地卸売市場の品揃え機能が入荷適正量を規定しているわけで、消費地卸売市場卸売人の入荷量調整は価格の安定推移に対して

必然性がある。

表 V-3-2 「6A1」取引の垂直的統合と出荷者収益性関係

		カツオ	スルメイカ	マアジ
背景	10都市中央卸売市場月別入荷集中度(数量) (9月期入荷数量/年間入荷数量)(単位=%) 数値:1999年分	14.6% 4,611 / 31,535	10.0% 4,964 / 49,652	7.6% 4,428 / 58,278
標本全体	標本数差益率 差益標本数/全体標本数	75.3% 64 / 85	53.3% 32 / 60	67.0% 63 / 94
	標本単価差益率 差益価額合計/消費地価額合計(単位=円)	14.9% 5,777 / 38,861	7.8% 1,505 / 19,233	7.7% 5,579 / 72,596
	出荷者収益額の平均値推定区間(単位=円) 全体	上限 76.1 下限 36.1 ~	上限 24.1 下限 -9.8 ~	上限 57.5 下限 11.0 ~
集中地区 標本	出荷集中県 集中出荷地の推定 集中度 (集中県標本数/魚種全体標本数)	宮城県 気仙沼 74.1% 63 / 85	青森県 八戸・三沢・大畑 60.0% 36 / 60	長崎県 長崎市・松浦 24.5% 23 / 94
	出荷者収益額の平均値推定区間(単位=円)	上限 89.8 下限 45.9 ~	上限 15.8 下限 -24.3 ~	上限 108.7 下限 33.8 ~
	集中地区出荷者収益額 非集中地区出荷者収益額 収益性優位 集中地区業者 確保している	67.2 ~ -22.5	54.7 ~ -6.1	49.7 ~ -6.2
	集中地区業者 確保していない		非集中地区業者 確保していない	集中地区業者 差損を防いでいる
原因	出荷作業の難易度 (出荷に要する施設・作業等) 出荷者の競争性 集荷側の入荷量調整機能	強い この時期寡占的 働く	弱い 競争的 働いてない	強い この時期、やや競争的 働く
結論	出荷者独占の完速度 都市出荷への参入障壁 出荷者の消費地卸売市場共同消費性 出荷者・集荷者の垂直的統合関係	高い 高い 弱い 認められる	低い 低い 強い 認められない	この時期弱い 高い 弱い 認められる

2-2) 産地卸売市場における用途別需要者間の価格競争

産地価格が消費地価格の下落に合わせて平行に展開するならば、プライスリーダーとして生鮮出荷の収益性も確保でき消費地入荷は極端な減少をしないと前提していたが、スルメイカでの検証ではこれに否定的な数値が表れ、「6A1」が成立しにくくなっていると想定される。(追跡調査では、97年(平成9年)以後「6A1」の標本数が極端に減少し、「6B1」の標本に主体が移行している)表面的な現象として、生鮮出荷業者の乱立と集荷側の調整機能不全が原因となり、出荷者収益性の確保が困難な状況を示していると先述した。しかし、供給が過多になって消費地価格が下落しても出荷独占を目指す業者は一時的な逆ザヤにめげず出荷を継続するであろうし、その持続性の争いこそが生鮮出荷業態の競争他者に対する出荷独占の手段と考えてきた¹³。本論第3章での論拠では、産地の価格競争が生鮮出荷者相互間とともに加工需要とも展開されるが、それは一般的な消費者ニーズが加工品より生鮮品に価格優位性を与えていると前提していた。しかし、生鮮需要価格が加工需要価格を上回っているというのは一般的なものであつて、もし価格形成力について加工需要が生鮮需要を凌駕するとしたら、生鮮出荷を継続することは加工需要価格が低下しなければ不可能となる。

産地での用途別需要間の価格競争で加工需要に傾くことは、消費者嗜好が加工品に傾いていることであり、もはや生鮮品の消費地品揃えの必要性は消費者効用にとって希薄なものとなっている証である。9月期の津軽海峡東口でのスルメイカについて、加工需要価格形成力に対し、生鮮需要価格形成力が優位性を保っているのか確認せねばならないが、具体性を持った数値を獲得することは困難である。表V-3-3と表V-3-4は年次の異なる資料ではあるが、傾向として8月から11月までは供給主体月であり、しかも八戸の水揚がその中核をなしている。(大畑・三沢など周辺産地の水揚もこの時期に集中する)一方、消費地需要の年間変動幅は少ないが、9月期はやや盛りを過ぎた時期といえる¹⁴。

表V-3-3 平成13年度(2001年)スルメイカ主要漁港別上場水揚量

単位=ト

	年間計	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
49漁港計	109,147	3,814	2,499	882	1,459	2,609	4,392	3,493	11,193	19,340	29,245	22,704	7,516
稚内	3,937						6	43	328	708	2,314	524	14
羅臼	17,151							37	65	2,552	9,666	4,409	423
釧路	4,112	10	4					4	461	2,034	1,512	74	
函館	2,715	3				1	386	402	520	436	459	425	83
八戸	29,978	370					345	471	6,987	8,567	6,883	4,511	1,843
久慈	5,526	18					8	148	393	365	1,053	3,107	434
宮古	3,056	65				4	48	56	78	204	642	1,172	786
石巻	10,966	258	17	7	3	6	945	312	770	2,001	2,222	4,058	366
境	7,327	1,115	343	41	846	1,032	338	41	70	377	742	1,264	1,120
松浦	3,382	704	860	281	36	8	7	48	7	42	736	245	407
佐世保	2,737	676	803	198	10	463	27	4	2	8	46	135	365

資料:水産庁監修「主要水産物の需給と流通」東京水産振興会、2004年10月
青森県太平洋沿岸中規模漁港のスルメイカ水揚量(単位=ト)

	平成8年	平成9年	平成10年	平成11年	平成12年	平成13年
大畑	9,474	5,744	1571	1,406	3,085	5,446
三沢	X	X	1,453	2,103	2,767	2,767

資料:農水省「水産物流通統計年報」各年次版より作成

表V-3-4の追跡調査期間の年間用途別出荷(需要)量を見ると、1998年(平成10年)以後、食用加工の需要は生産量の増減に拘わらず増加が継続しているのに対し、生鮮食用は生産

表V-3-4 生鮮スルメイカ用途別出荷量(主要漁港33港)

単位=ト

年次	水揚量	生鮮食用	構成比	食用加工	構成比	餌料	構成比
平成8年 1996年	162,923	92,019	56%	70,186	43%	718	0%
平成9年 1997年	106,303	70,508	66%	32,025	30%	3,770	4%
平成10年 1998年	40,484	23,785	59%	16,669	41%	30	0%
平成11年 1999年	61,335	33,047	54%	28,209	46%	79	0%
平成12年 2000年	110,910	57,942	52%	52,659	47%	309	0%
平成13年 2001年	92,487	33,577	36%	55,892	60%	3,018	3%

八戸生鮮スルメイカ用途別出荷量

単位=ト

年次	水揚量	生鮮食用	構成比	食用加工	構成比	餌料	構成比
平成8年 1996年	51,275	37,680	73%	13,595	27%	0	—
平成9年 1997年	33,970	32,280	95%	1,690	5%	0	—
平成10年 1998年	10,798	2,192	20%	8,606	80%	0	—
平成11年 1999年	21,795	3,290	15%	18,505	85%	0	—
平成12年 2000年	30,927	6,200	20%	24,727	80%	0	—
平成13年 2001年	29,978	3,418	11%	26,560	89%	0	—

資料:農水省「水産物流通統計年報」各年次版より作成

荷者の乱立が入荷量の調整不全となって、出荷者収益を破綻させ、集荷継続を困難化させているとの解釈があるであろうが、9月期のスルメイカの場合は、背後に潜む加工品需要の消費者要求を考慮せねばならない。しかし、過当競争による一時的な集荷不全があるとしても、量的には小規模化した都市の生鮮需要の消費者要求が実現する余地はある。何故なら、出荷者への共同消費性は競争原理に公平性を開くものであり、規模の大小に拘わらず、需給の均衡と不均衡を繰り返し安定的な供給量へ収斂すると考えられるからである¹⁵。

3) 出荷者・集荷者間の弱い統合関係と出荷者収益

マアジの追跡調査の結果分析については、「生鮮需要に適合した生産物が産地側で減産し、本来、加工需要に向かう可能性が強い生産物を代替品として消費地卸売人が品揃え集荷し、結果的に収益性を獲得できなかつた」と推定した97年(平成9年)の状況に、全体の評価が影響されていると判断する。漁業生産の不確実性において、このように品質水準を下げた代替的な集荷は稀有なことではないし、出荷側にとっても不採算になる確率が確実に高いわけでもない。しかし選択的副食品である水産物の場合、消費地での販売方法が「セリ原則」を履行するならば、需給バランスを含意しても代替品集荷の価格決定は現物評価となり、一般的にみて厳しいものとなるであろう。一部の需要者の要求を先行させた品揃え集荷である場合、残品について消費地卸売人は出荷者収益確保を目指し相対的な交渉を重ねて、売り渡し価格水準を上昇させようと努力するであろうが、ここでのマアジの場合は出荷者収益性を確保できなかつたものと推定した¹⁶。

表 V-3-5 平成13年度(2001年)マアジ主要漁港別上場水揚量 単位=ト

	年間計	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
49漁港計	121,440	7,926	9,164	11,457	9,615	10,530	9,134	20,148	11,731	8,770	7,757	8,818	6,391
沼津	1,555	33	43	156	185	69	36	108	223	142	282	257	20
焼津	1,059	0	25	452	74	90	13	66	84	19	82	141	12
奈屋浦	1,755	50	64	21	363	254	50	64	223	316	196	80	72
八幡浜	1,991	129	91	160	92	112	110	144	213	149	209	325	257
新潟	2,795	344	403	591	51	11	26	37	129	916	137	21	129
舞鶴	2,381	17	222	436	384	517	280	164	170	77	22	41	52
境	32,101	2,168	1,591	1,070	1,629	1,879	1,107	10,488	6,312	1,658	1,628	1,747	822
浜田	12,134	958	2,242	1,442	777	680	850	2,406	380	380	277	1,215	525
下関	1,310	17	21	110	100	260	146	172	100	96	148	104	37
福岡	5,891	510	252	742	565	964	578	590	121	396	361	269	543
唐津	10,296	1,134	690	1,681	1,045	981	1,094	812	329	480	650	933	467
松浦	19,758	1,314	1,685	2,543	1,838	1,554	1,769	1,553	857	1,498	1,592	1,676	1,878
佐世保	5,495	245	223	395	641	468	520	506	369	730	725	393	279
長崎	10,635	512	705	723	942	1,263	1,645	1,238	1,316	1,024	568	397	302
牛深	1,280	106	24	70	34	191	209	360	126	66	65	22	7
阿久根	4,380	218	431	405	369	565	395	500	350	339	177	293	340
枕崎	2,505	88	209	353	309	486	194	451	183	55	23	82	71

資料:水産庁監修「主要水産物の需給と流通」東京水産振興会(2004年10月)より抜粋し作成した

表 V-3-6 平成11年(1999年)生鮮マアジ主要漁港別用途別出荷量 単位=ト

県	漁港	水揚量	生鮮食用 構成比	食用加工 構成比	餌料 構成比
静岡	沼津	2,691	2,615 97%	65 2%	11 0%
鳥取	境	35,908	1,975 6%	2,190 6%	31,743 88%
島根	浜田	8,013	1,764 22%	473 6%	5,776 72%
山口	下関	1,322	800 61%	522 39%	
福岡	福岡市	8,082	6,466 80%	1,212 15%	404 5%
佐賀	唐津	9,140	4,451 49%	4,482 49%	207 2%
長崎	松浦	17,229	5,168 30%	8,615 50%	3,446 20%
長崎	長崎市	8,274	3,495 42%	3,549 43%	1,230 15%

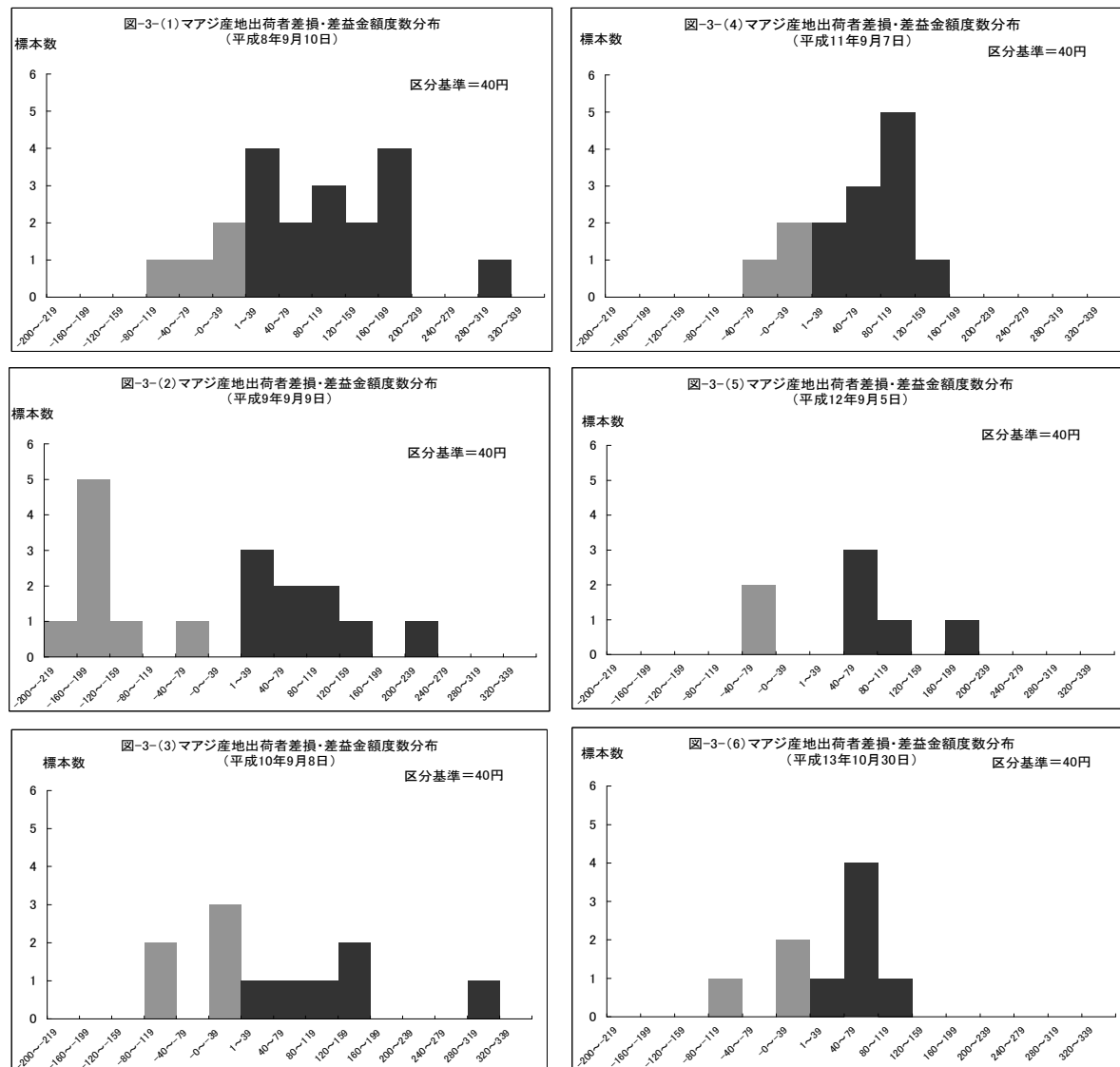
資料:農水省「水産物流通統計年報」平成11年版より作成

資料としては年次が非対照ではあるが、主要漁港に関する2001年(平成13年)月別水揚と1999年(平成11年)年間用途別仕向け先を検証すると、周年を通じて顧客関係が維持できる産地として、消費地卸売人は冬季にも大中型旋網船の入荷がある長崎県の2港との関係性を意識するであろう。つぎに冬季以外の限定であっても、沼津や八幡浜・下関など良質なものの出荷地とも関係性を維持しようとするであろう。産地が分散的であるという点と需要の季節性が比較的希薄な点から、長期的でキメの細かい顧客関係を各地に展開する必要性が生まれる。その点からみると、9月期の大都市向け生鮮出荷は小型旋網船の稼働時期という点を考慮して、境・浜田・唐津など当該船の稼働実績が低い漁港は、主要な出荷対象地という部分から除かれるであろう。

以上のような仮説をもとに、さらなる言及をするならば、季節・漁場・漁獲方法ごとの身質評価が複雑で、産地側での出荷技術に熟達度が要求される生鮮マアジの出荷業務は、技術的な参入障壁があると考えなければならない。消費地側に開かれた共同消費性があつたとしても、現実の集荷者集荷業務は統合関係を保持した顧客に優先されるであろう。価格確約がないゆえに強い統合関係とはいえないが「良質な商品の出荷が受けられる」という身質の保証を担保した安定集荷の中心には、弱いながらも統合関係が存在している。

このように「6A1」の出荷者収益は基本的に不安定なものであるが、複占競争状況下にある消費地側集荷者の競争他者に対する集荷独占意思は、顧客出荷者に対して彼の収益性確保に努力し、自己の集荷量と自己の手数料収入最大化を意図して、可能なかぎりの取扱量の拡大を目指す。「6A1」「委託集荷」は、「年次によって格差のある差益・差損の不安定さをくりかえしつつ、回数を重ねることの結果として、一定水準の出荷者収益と消費地集荷量に収まっている」ということを、図V-2-2と次の図V-3-1のマアジについてのヒストグラムで視覚的に示した。ここでの検証は年次によるサイクルであるが、近日的な「前日」「当日」「翌日」という日毎サイクルでも、「先月」「今月」「翌月」というサイクルでも同様に出荷者収益を収斂させようと常に集荷者は努力する。その中長期的な集荷者収益へ向かう方向性はここで確保できたと考える。

図V-3-2 年次別生鮮マアジ出荷者差益・差損金額分布



1 産地利益代弁者としての産地出荷者、消費地利益代弁者としての消費地集荷者、この両者の結節点は出荷・集荷交渉の場である。出荷者は出荷先への選択権をもち自由であり、集荷者は集荷先を選択権をもち自由でなければならない。本来的な関係として、両者は対等でなければ持続的な関係性を維持できない。

2 ここでの対象となる商業行為は、産地出荷者の売買差益行動である。産地出荷者は産地市場での落札価格（購入原価）と消費地市場での落札価格（販売価格）の差益獲得を目指すわけで、後者の消費地販売価格（＝出荷者販売価格＝消費地卸売価格）の形成手段内容は一義的でない。産地出荷者は下流側経路・出荷先について選択的であり、加工需要とも競争的であるから産地市場の競争性において消費地卸売市場の不等価交換は阻止されていると前提する。このように流通経路の選択権は産地出荷者に帰属しているから、彼にとって消費地卸売市場内部の価格形成が競争的であるか否かは間接的であり、基本的には消費地での売渡価格こそを優先関心事としている。

3 費用算出については、2000年当時のものを基準としている。

4 価格競争に参加しない「先取り」は価格決定を無条件に受容するというのが公平性と考えられる。先取り価格がセリ落札価格よりも安価である場合は、利用者が大口需要者であっても、公平性という観点からのみみるならば矛盾とするのが一般的であろう。

⁵ 本論第3章注2を参照

⁶ ヒストグラムでは差益が黒色表示、差損が灰色表示となる。

⁷ 本論第2章第2節1)を参照

⁸ スルメイカ「6B1」の標本採取数は、4魚種のなかで2000年・2001年(平成12年・13年)において最多となっている。(本論第6章第1節.p.86.)

⁹ 加工原料として購入した落札獲得商品のなかに、生鮮出荷へ適するものが混入している状態と想定すればよいわけだが、現場での入札行動はその程度に単純化してはいない。ここでの販売単価表示が加工需要に即したもので、生鮮出荷からみれば実勢に即していないということである。

¹⁰ この点について、水揚各港の卸売価格から利用目的を推察すると、西日本各港の中で唐津の単価が低い状況から加工に特化していると推定できるし、浜田や境はさらに極端な傾向を示しているといえる。ここでみるかぎり、生鮮出荷に適合している可能性は沼津・八幡浜・下関・福岡・松浦・長崎などで、そのことは従来から評価の高い出荷地であることと符合する。

マジン推定出荷漁港の水揚量・平均価格

	平成7年(1995年)		平成11年(1999年)	
	数量(ト)	平均価格	数量(ト)	平均価格
205漁港計	201,217	187	154,844	225
沼津	1,879	426	2,691	324
焼津	891	341	1,274	276
奈屋浦	1,376	346	3,986	248
八幡浜	2,127	496	3,478	559
新潟	6,106	81	3,462	84
舞鶴	2,832	153	5,016	90
境	37,610	93	35,908	97
浜田	15,385	107	8,011	137
下関	1,868	349	1,316	491
福岡	8,119	300	8,082	330
唐津	14,459	168	9,140	253
松浦	30,594	219	17,229	315
佐世保	2,439	368	6,368	284
長崎	11,866	311	8,199	311
牛深	5,139	72	1,083	192
阿久根	11,496	140	3,516	323
枕崎	6,910	151	2,231	239

資料:産水省「水産物流通統計年報」各年次版より作成

¹¹ ここでは、消費地卸売市場が基本的に復占的競争を卸売人が展開し、競争他者に対して優位性を確保するため、消費地卸売市場は最適入荷最大量の集荷努力を行っていると同前提する。すなわち、競争他者の怠慢的営業行為は自己の業績展開の方向性でもある。

¹²

「6A」数値の母平均の区間推定

	①	②-1	②-2	③	④	①-②*③/④	①+②*③/④	
	AVERAGE 標本平均	TINV t推定 確率・自由度	Z推定	STDFV 標準偏差	SQRT 平方根 標本数			COUNT 標本数
全体	44.36		1.96	100.01	18.71	350	33.88	54.84
カツオ	56.08	2.21		83.62	9.22	85	36.06	76.10
スルメイカ	7.17	2.22		59.08	7.75	60	-9.79	24.13
サバ	63.58		1.96	117.67	10.54	111	41.69	85.47
アジ	33.85	2.20		101.82	9.70	94	10.71	57.00

TINV=スチューデント分布の逆関数

¹³ そこには、差損にもかかわらず消費地卸売人に事業継続を示すことで持続的な関係性を維持し、最終的な出荷独占を獲得しようとする出荷者意思がある。

¹⁴ 別図V-2-5を参照

¹⁵ 産地側生鮮出荷の常識として流通単位量を消費地集荷側が挙げるとしても、小規模量の消費者要求が存在する可能性があるかぎり、消費地卸売市場の共同消費性は必要である。現に、零細規模の都市周辺沿岸漁業者への消費地卸売人の販売行為は、無条件委託販売行為であるが共同消費性を実現している。産地から小規模商材の販売依頼であっても、無条件に販路途絶することは社会資本として許される範囲にはない。市場法は受託販売の拒否を禁止している。

¹⁶ 前もって販売予告される量販店販売では、納入側の欠品が最大の障害となる。納入側は、外形上に消費者了解が得られるものであれば、商品の内容評価を度外視しても契約履行を目指す。そのため、消費地卸売人は代替的な集荷を行う。しかし産地側の出荷作業は出荷単位に規定されるので、必ずしも数量的な合致が得られるとは限らない。量販店の納品注文数量が200函であっても、輸送手段の最低単位が400函であるならば、残りの商品についての卸売人の販売は困難化する。

[第5章での参考文献]

尹 海梨 2006「水産物卸売市場流通における情報と情報流の形態と特質」漁業経済学会『漁業経済研究』50:3.pp.1-22.

第6章 水産物卸売市場の商品領域とその限界

巨大化した小売販売勢力が流通支配する今日の状況下、卸売市場では青果物についても水産物についても、計画生産が可能な部分については、計画販売と適合を強いられるわけで、消費地卸売市場の集荷者・卸売人は、手数料商人ではなく売買差益商人化を川上側(出荷者)川下側(量販店)両者から要求されている。しかし、第5章の検証でとりあげた4魚種に代表されるような多穫性大規模漁獲魚の場合、計画的生産という意味では最も遠い位置に在るもので「現物でしか商品呈示が出来ないもの」である¹。「多穫性大規模漁獲が可能な中小資本漁業の生産物は二段階の制度流通を利用することで、最善の効用を生産者にも消費者にも与えている」ということの検証を本論は目標としている。この場合の本来的な制度流通の経路とは、第5章での「6A1」を指している。その「6A1」の数値分析をみる限り、産地・消費地の顧客関係に「弱い統合」が存在するという競争的状況下で、産地側出荷者の収益性は持続可能な範囲内の数値を示していると結論した。

帰結段階の第6章では、強い垂直統合と考えられる「買取集荷」「6B1」の精査において、商品属性を無視した量販店の調達要求は、自然を対象とする漁業生産の限界を無視したもので、消費地卸売人や買受人などに資本合理的でない負担を強いていると、優越的地位の濫用の存在を指摘する。そして、産地側からの出荷行為に競争性があり、その持続可能な範囲での出荷者収益も確保しているのは「委託集荷」「6A1」であると、改めて論理的に示す。つぎに、「99年の改正」は、社会資本として整備されている卸売市場制度にふさわしいものであるのかを再考する。さらに、大量流通機構である量販店組織は、各種商品科目について流通克服し、その効率的な販売領域を拡大してきたが、「供給随意性に乏しく狩猟採取型商品である海面漁獲水産物」については、流通適合を完成させていないと指摘する。また、効率優先の強圧的な側面を持つ今日の量販店の流通姿勢が、価格志向から品質志向、マスマーケティングの受容から主体的商品選択、世界規模の食料争奪、資源の調和的な利用など、消費と生産を取り巻く近未来的な姿に適合可能とは考えられないとの見解を示す。

第1節 「6B1」「買取集荷」の検証

1) 「6B1」の総合評価

供給量に余力があるような買い手市場の場合、「消費地市場卸売人・集荷者は完全な価格保障を産地出荷者にするのではなく『聞かせ』のなかで価格形成予想という消費地側情報を発信し、販売の委託をうける」一般的には、これが集荷作業であると理解されてきた。その際、出荷者側の差益・差損は消費地での販売成果に依拠するものであり、第5章において、産地側出荷者に対しての顧客関係を維持するため、彼らへの中長期的な利益確保を消費地側集荷者は求められると指摘した。しかし「6A1」を実行できる集荷場面が常にあるわけではない。供給量が逼迫する売り手市場の場合、計画販売に関係する消費地卸売市場からは、品揃え商品確保の絶対的な依頼が産地側に発信されることとなる。この確保について、集荷者は出荷者収益を保障しないかぎり困難であることを承知している。依頼された出荷者は競争他者の出方をうかがいながら産地価格競争に参加し、商品獲得を目指す。その際、集荷者からの要請は数量指定であって価格指定はないものであった。「99年の改正」以前、このように「差損なし」の保障を前提とした数量確保を産地側に要請する

型式が「6B1」で、「買取集荷」は本論でいう B 型のみと認識されていた。

表VI-1-1 「6B1」標本集計表

調査日	カツオ		スルメ		サバ		マアジ		小計		合計
	東京	大阪	東京	大阪	東京	大阪	東京	大阪	東京	大阪	
H10.9.8	2	1	2	5	4	1	1	5	11	16	
未成立	1			4	6		2	1	12	13	
H11.9.7			7	5	15			7	20	27	
未成立											
H12.9.5	1	3	7	5	2	1	2	9	12	21	
未成立											
H13.10.30	1	8	13	7	2	2	1	16	18	34	
未成立											
小計	4	12	29	22	0	23	4	4	37	61	98
未成立	1	0	0	4	0	6	0	2	1	12	13
合計	16		51		23		8		98		
未成立	1		4		6		2		13		

出所：農林水産省統計情報部「食品(水産物)流通段階別価格形成追跡調査報告」各年次版の検証数値(別表VI-1-1からVI-1-3)

注：平成8年・9年は当該魚種の採取標本は皆無であった

注：未成立標本とは別表VI-1-1の産地卸売価格・出荷者売渡金額と消費地卸売価格の3者が揃わないものを指す

追跡調査での「6B1」標本数はすくなく、また消費地卸売市場内での販売方法（セリか相対か）が標本ごとに提示されているわけでもなく、「6B1」の履行が「セリ行為後の価格補填」に使用されたものか、「量販店納品への供給量確保」にいたる「相対販売」の対象品なのかの識別が困難である。しかし、ここでの集荷者である消費地卸売人の収入は「6A1」の場合の手数料と異なり、売買差益であるので消費地卸売人の収支として示した。(別表VI-1-1～3)まず、この両者の差益・差損関係の分析から産地側出荷者と消費地側集荷者の統合関係の手がかりを検証する。

2) 「6B1」を出荷側からみた収支

表VI-1-2 「6B1」の収支型式

		集荷者	
		差益	差損
出荷者	差益	i	ii
	差損	iii	iv

集荷者・出荷者とも「0」の値は差損と判定する

出荷者・集荷者それぞれの差益・差損に対して有意水準領域をもうけ棄却した5体を除いた93体のうち、出荷者が差益を得ているiとiiは46体で、そのうち集荷者に差損を発生させているiiは21体である。出荷者

が差損を発生させているiiiとivは47体であるが、集荷者も差損であるivは12体のみで、残りの35体は集荷者側に差益を発生させている。販売単価値からみると「6A1」の場合に出荷者差益占有率11%・差損占有率3%であったものが、「6B1」の場合は8%対5%となり、出荷者の収益性は減退している。

標本数は少ないが、1998年(平成10年)と「99年の改正」が行われた平成11年以後の数値とでは大きく内容が異なっている。98年(平成10年)の16体のうち14体までが出荷者に差益をもたらし、うち8体は集荷者に差損を発生させている。出荷者へのあらかじめの価格保障を履行できず補填を行っているのか、消費地内部の数量確保要求を優先させた収益性のない集荷行為なのか、いずれにしても集荷者にとって半数が不採算集荷である。これは改正以前の「自己の計算にもとづく卸売の禁止」に順法したもので、市場法38条2号に適用されたB型「買取集荷」と判断できる。しかし、A型「買取集荷」が追認された改正後の99年から、出荷者の差益標本割合は大幅に減少し、逆に集荷者の差益標本割合は増加している。出荷者の差益は差損と拮抗しており「6A1」よりはるかに収支バランスが低

表VI-1-3「6B1」収益型式別標本数

平成10年	集荷者		
	差益	差損	
出荷者	6	8	14
	2	0	2
	8	8	16

平成11年	集荷者		
	差益	差損	
出荷者	4	2	6
	10	6	16
	14	8	22

平成12年	集荷者		
	差益	差損	
出荷者	9	6	15
	2	4	6
	11	10	21

平成13年	集荷者		
	差益	差損	
出荷者	6	5	11
	21	2	23
	27	7	34

合計	集荷者		
	差益	差損	
出荷者	25	21	46
	35	12	47
	60	33	93

注：出荷者棄却標本1・集荷者棄却標本4を除いた93体を型式に適用

調である。すなわち、出荷者収益を保障した顧客関係性は、ここでの大部分の数値から得られなかった。

表VI-1-4 「6B1」成立標本(荷口)産地出荷者収支集計表(平成10年～平成13年度)

単位=円

	標本数	棄却領域 件数	対象標本数 ①	差益件数 比率		差損件数 比率		消費地卸売 価格単価計 ④	差益単価金 額合計値 ⑤	差益占 有率 ⑤/④	差損単価金 額合計 値 ⑥	差損占 有率 ⑥/④
				②	②/①	③	③/①					
東京	37		37	17	46%	20	54%	16,446	725	4%	646	4%
大阪	61	1	60	30	49%	30	49%	33,091	3,163	10%	1,690	5%
総計	98	1	97	47	48%	50	51%	49,537	3,888	8%	2,336	5%

注:平成8年9年(96・97年)の採取標本はないので4か年の調査結果である

3) 「6B1」を集荷側からみた収支

消費地情報は集荷者側から発信されるもので、出荷側は精査が不可能である。つまり、情報発信の主導権は集荷側にある。しかし、主たる情報が集荷側からのものであっても、販売リスクを回避するためには集荷側が発信する買取り価格と、産地での出荷者調達価格との間に差益があるならば、出荷側はこれに応じるであろう。すなわち、「6B1」は成立する。繰り返すが、従来の市場法では、「委託集荷」を原則としているわけで「買取集荷」「6B1」は集荷困難場面においてのみのB型の内容として認められていた。それは消費地卸売市場の品揃えに機能するもので、その際の集荷者(卸売人)の収益は手数料商人の域を出ないという制約が作動していた。市場法は「消費地卸売人」の専横独断を封印するために策定がされたわけで、緊急避難的に容認された「6B1」も集荷者側に手数料料率以上の利潤の常態的獲得を容認してはいなかった。ゆえに、法制定の基本理念からみると、集荷者に料率(5.5%)以下の収益性しか確保できないものの、産地高値状況下においても出荷者側にある程度の収益性を約束させ、集荷促進効果に貢献することがB型「買取集荷」「6B1」には期待されていたはずである。それにもかかわらず表VI-1-5のごとく、逆に集荷者は手数料料率より大きな収益を得ている。また、出荷者が差損を大きくしている場合には、関係性を維持するために集荷側の差損も大きく発生すると予想されたにもかかわらず、一方的に収益を確保しているのは、これまでの集荷量確保を前提とする「買取集荷」とは異質なものであるといえる。

表VI-1-5 「6B1」成立標本(荷口)消費地卸売人収支集計表(平成10年～平成13年度)

単位=円

	標本数	棄却領域 件数	対象標本数 ①	差益件数 比率		差損件数 比率		消費地卸売 価格単価計 ④	差益単価金 額合計値 ⑤	差益占 有率 ⑤/④	差損単価金 額合計 値 ⑥	差損占 有率 ⑥/④
				②	②/①	③	③/①					
東京	37		37	26	70%	11	30%	16,446	1,382	8%	189	1%
大阪	61	4	57	35	70%	22	30%	26,030	3,078	12%	159	1%
総計	98	4	94	61	70%	33	30%	42,476	4,460	11%	348	1%

注:平成8年9年(96・97年)の採取標本はないので4か年の調査結果である

しかし、ここでのような「6B1」の成果が常態的であるということには不自然さがある。本論第4章第1節2)2-4)でみたB型やA型「買取集荷」のように、産地・消費地間の顧客関係には中長期的に相互利益が確保されているはずで、出荷者の利益率が「6A1」に比較して一方的に低位であるとは考えにくい。表VI-1-1にあるごとく「6B1」標本は少なく分散的であり、総合的分析をこころみる数値として信頼度に欠ける。そこで、対象標本93体中最も採取量の多かったスルメイカ51体に絞り推論を試みてみる。

4) スルメイカ「6B1」の数値検証と出荷者・集荷者の力関係

表VI-1-6

「6B1」スルメイカ標本の差損差益

平成10年		集荷者		
		差益	差損	
出荷者	差益	3	4	7
	差損	0	0	0
		3	4	7

平成11年		集荷者		
		差益	差損	
出荷者	差益	3	1	4
	差損	7	1	8
		10	2	12

平成12年		集荷者		
		差益	差損	
出荷者	差益	8	3	11
	差損	1	0	1
		9	3	12

平成13年		集荷者		
		差益	差損	
出荷者	差益	2	2	4
	差損	14	2	16
		16	4	20

4年計		集荷者		
		差益	差損	
出荷者	差益	16	10	26
	差損	22	3	25
		38	13	51

表VI-1-7

「6B1」スルメイカ八戸出荷推定標本の差損・差益

平成10年		集荷者		
		差益	差損	
出荷者	差益	1	3	4
	差損	0	0	0
		1	3	4

平成11年		集荷者		
		差益	差損	
出荷者	差益	1	1	2
	差損	7	0	7
		8	1	9

平成12年		集荷者		
		差益	差損	
出荷者	差益	7	2	9
	差損	1	0	1
		8	2	10

平成13年		集荷者		
		差益	差損	
出荷者	差益	1	1	2
	差損	14	2	16
		15	3	18

4年計		集荷者		
		差益	差損	
出荷者	差益	10	7	17
	差損	22	2	24
		32	9	41

第5章の「6A1」スルメイカの検証で、「出荷者の消耗戦的競争性と集荷側の集荷調整機能不全、その結果として、生鮮出荷の低収益性が産地側の出荷意欲を減退させている」と推論した。このような集荷困難化の状況打開策として、販売成果に消費地集荷者が完全な価格保障を行うのでは、自己の採算性に乏しくリスクが甚大である。ゆえに、この場合の「6B1」は、特定の出荷者との間で「事前に一定期間内の価格と数量を契約」集荷リスクを産地側に丸投げしたものではないかと推定できる²。そのような仮説を行うと、採取標本「6B1」の内容に一定の合理性が得られるが、「契約期間中の調達価格と、調達数量の呈示」でリスクを軽減し集荷を行う消費地卸売人に対して、産地側出荷者の収益性はハイリスク・ハイリターンなものとなるであろう。

なぜなら産地市場への漁業生産、すなわち「水揚げ」は安定的でなく、産地価格見通しは確度の低いものであるからである。もし推定通り契約が成立するとしても、契約対象の出荷者は小規模産地市場より大規模産地市場に所属する買受人、生鮮出荷を専門的に扱う業者ではなく加工需要も複合的に扱う業者、これらに該当する大量流通業者でなければ産地・消費地価格差のリスクを緩衝できないであろう。すなわち、大規模産地市場である八戸のスルメイカ加工需要を内部化する力量を有している買受人ならば、この契約の対象者となりうる可能性を仮定できる。生鮮出荷での差損を加工需要での差益と相殺できる営業活動規模の買受人が「出荷該当日以前の海況・漁況から水揚量を予測し、該当日の集荷者への売渡価格を前もって契約していたのでは」と大胆な推測ができる。そして、表VI-1-7の数値から「99年・2001年(平成11年・13年)は、出荷者にとって水揚量が想定外の減少に転じた大幅な差損、反対に2000年(平成12年)は産地水揚が想定内であったための高収益性」をそれぞれ示していると推論する。しかし、このような取引が特殊で例外的ではないのかという疑念は残る。

具体的には個別の契約内容があり「6A1」のような画一的解釈は不可能で、「6B1」の数値は不透明感の強いものである。出荷業務が専業に近い業者にとって、集荷側との間で売渡価格を産地市場の卸売前に決定するとは考えられないし、集荷側も出荷側の差損回避を保障し、価格設定を不問にした数量確保のような出荷依頼でないかぎり、商品獲得が困難であることを承知していたはずである。つまり、出荷地での浜値動向のリスクを出荷側だけに負わせることは考えにくい。「委託集荷」の成果不安定感を払拭するために「買取集荷」を要求しているはずの産地側にとって、出荷側にだけ差損が発生するのは、この「6B1」の内容がB型でもA型でもない「買取集荷」で、基本的に不自然な取引形態といえる。ここでの分析結果では、需給均衡の予測不可知性から発生するリスクを出荷側にのみ負担させようとする集荷側の意思がみられるし、それを甘受する出荷者にも不自然さがある。標本数も少なく、ゆえに、例外的な検証結果であるという可能性は否定できない。

第 2 節 「99 年取引規則改正」によって変化した制度流通

1) 結論としての「6A1」「6B1」の評価

「6A1」「6B1」の検証意図は、産地出荷者と消費地集荷者の関係性の開示にある。この関係性の両極には、一方に独善的流通支配からの脱却をめざす「競争性の重視」があり、一方に安定的供給経路の確保をめざす「顧客関係性の重視」がある。無論、「市場法」の発起点は前者であるが、消費地卸売市場の社会的責務は生鮮食品の「品揃え」で、ある程度の後者要素を加味しなければそれに応えることが出来ない。

「6A1」の検証では、総論として第 5 章第 2 節 1-2)で「単純・素朴に判断すれば、一般的な水準の顧客関係にある出荷業者が年間 1 億円の委託出荷を行うと、東京の場合 1100 万円の差益金を確保させ、300 万円の差損金を発生させる」という程度の出荷者収益を推定した。その際の内容を「競争性の重視」なのか「顧客関係性の重視」なのか、という両極の間でみたとき、検討魚種の中で関係性をもつとも「競争的」であったのはスルメイカの検証結果であった。集荷者側からの調整機能が働かず、出荷者が乱立するために収益性が極端に悪化した。その結果、「6A1」の経路そのものが成立しなくなったと推定した。すなわち、極端な産地・消費地関係の「競争性」は、出荷者収益への調整が機能しないということである。それに対して、同様に出荷地寡占が起るカツオやマアジの場合は、出荷技術に障壁があるため候補者が限定され「消費地側からの調整が容易となり、出荷者収益は安定的な数値を示した」と言及した。このことは、卸売市場の共同消費性を完全標榜した一方的な情報発信だけでは、品揃えに機能することが極めて困難であることを意味している。

一般的な集荷作業として、ある程度の顧客関係性のある産地出荷者との「聞かせ」という情報交換を通じて、集荷者は取引成就を目指す。むしろ、その際の交渉内容は一過性であるので候補者を永続的に特定化にすることはない。つまり、ある程度の消費力のある消費地集荷者が、ある程度の水揚能力のある産地の出荷者を 1 社に限定することは考えにくい。なぜなら、限定した出荷者の優越的地位を集荷側が許容することは集荷能力の低位に繋がるからである。「6A1」の検証では、スルメイカを除いて、消費地卸売市場の完全競争的な共同消費性は希薄化しているが、弱い統合関係にある顧客に対して、集荷者卸売人は中長期的な収益性を確保させながら安定集荷をしている。それは、限定的・特定の顧客関係による固定的な取引経路ではない。

先の両極、「競争性の重視」「顧客関係性の重視」を史的な弁証法に代置するならば、「前期的商業の関係性」から「競争性重視の公平性」へ、すなわち「正」から「反」に大きくふれ、そののち「合一」するように「調整的な関係性取引」へ収斂したといえる。「正」を前期的問屋取引とし、「反」を「市場法」による「改革」として代置するならば、「6A1」スルメイカの取引は市場法の模範と捉えることができるが、この過度の競争性は現実の流通経路を閉塞させるリスクを併せ持つ。そして、ある程度の競争性を維持した調整的なカツオやマアジの取引にこそ「止揚」としての「合一」（総合）をみることが出来る。そこからのさらなる過度な「顧客関係性の重視」、すなわち優越者を生み出す「6B1」への移行、A型「買取集荷」の占有は、卸売市場制度の理念に立ち返ったとき、「正」「反」「正」の単なる振れ戻しに過ぎない「合一」で、「止揚」とされるにふさわしい基準を満たしていない

と結論する。

表VI-2-1 生鮮水産物流通の史的展開を弁証論に代置した表

	展開	流通体制	重視される要素	機能	優越者	本論検証の数値	集荷形態
①	「正」	問屋制度流通	関係性	部分的供給機能	問屋		恣意的運用
②	「反」	卸売市場制度流通	競争性	不安定供給	三者均衡	「6A1」スルメイカ	委託
③	「合一」	消費地卸売市場流通	弱い統合と競争性	安定的調整	三者均衡	「6A1」カツオなど	委託
	「戻し」	卸売市場の独占使用	強い統合と関係性	量販店供給機能	大量買受人	「6B1」	買取(恣意的運用)

「買取集荷」「6B1」の検証では、検体数が少なく説得力のある数値は得られなかったが、すくなくとも「6A1」よりも集荷側収益性に高い数値が可能であるということで、その数値は「6B1」の消費地（集荷者など）主導という性質を表していた。つまり、消費地主導で展開されるのが「6B1」であるという確認は最低限得られた。しかし、自然と共存する狩猟型採取産業である漁業生産は、もともと不連続であり、安定供給の達成に限界がある。そして、その消費も不連続であるという範囲で流通可能性が存在している。過度なA型「買取集荷」は生産の内容を無視した消費者要求(=量販店が主張しているもの)を、資本不合理な形で代弁しているものである。すなわち、「自然」の制約を受ける生鮮水産物の前では、資本合理的な流通も不可能な領域の存在を認めなければならないということである。

A型「買取集荷」を容認した「99年の改正」の実施には、消費地卸売市場卸売人や買受人の財務悪化が背景にあり、量販店からの優越的地位の濫用に対抗する効果が期待されていた。しかし、その後の経過でも、優越者の圧迫に変化がみられるわけではなく、卸売人や買受人の財務健全化も進んでいない。量販店勢力の拡大に対する制度流通側の対応策として期待された「99年の改正」は、効果が不十分であると評価され、市場はさらなる規制緩和の方向に押し進められようとしている。しかし、量販店組織の自由競争流通（市場外流通）に向かおうとする意思を政策が阻止しようとしても、それが資本合理的であれば、やがてその整合性に合流すると考えられる。つまり、量販店の大量流通力が生鮮水産物の商品実現を卸売市場の外で可能にするのであれば、それを阻止することは合理性に欠ける。ゆえに、量販店組織の優越的地位の濫用を甘受する制度改革は、迎合的な基本理念からの乖離であり、制度流通そのものを疲弊させるのみと結論する。

2) 地域的社會資本としての「6A1」「6B1」の評価

卸売市場を地域的社會資本と表現するとき、地域的という語彙については単純にその有効性の範囲という動態的な意味と、その効用が消費者性向や供給構造を背景とした静態的な内容(普遍性)に地域的な差異があるという意味も含めている³。社會資本としての使命については「一般的な市場原理にゆだねるとき、著しい不均等な資源配分になると思われる財について、出来る限り純粹競争的な状況を作り出す商品交換の場」という意味で卸売市場を評価する。その整備意図は、当時の農林事務次官通達⁴に「生産、消費および流通の態様の変化に即応して生鮮食料品等の流通中核となる卸売市場制度の近代化を促進することは、消費者への安定的な生鮮食料品等の供給、農林水産業者への安定的な販路の提供等の観点から極めて重要であると考えられる」と表現されている。この通達の農水産生産

者への安定した販路提供は、間接的に生産資本の生産性を高める社会資本機能として卸売市場を捉えることが可能である。そして、腐敗特性に起因した時間制約のある生鮮食品を流通処理する場所として、人間生活に不可欠で、十分な供給を期待しえない財と卸売市場を理解するなら、その共同消費性からみて社会資本と捉えることもできる。また、現実に卸売市場の事業主体が公共体によって整備されている財としてみるならば社会資本であろう。このように、わが国の消費者嗜好や農水産生産者の事業規模から必要とされて生まれきた社会資本が、卸売市場とその制度である。

都市化が進行した 60 年代、日々生産状況が変化する生鮮魚の安定供給を受けるためには、広域な供給圏の確保が不可欠であり、消費地と産地が限定的・固定的な繋がりで結合していた戦前の供給体制からの脱皮を図らなければならなかった。そのために消費地の卸売人は財務の健全性を前面に、代金決裁の素早さと確実性を清算の柱として、産地側に無駄な流通要素の考慮を省かせ、産地出荷者が刻々変わる生産状況に素早い対応のできる流通機構を構築し産地と連携した。商談成立の速決性を妨げる与信確定の模索や、自己の資金量を意識させる「産地側の仕入れ代金と、消費地売上代金の決裁サイドのズレ」などを取り除いた市場間流通の枠組みは、産地側に消費地市場が開放されており、生鮮出荷を業務とするものにとって、共同消費性が確保されているものであった。すなわち、二段階制度流通の利用は、規模を有する産地生鮮水産物の商品実現を広く可能にするものと期待されていた。そして、さきの「委託集荷」「6A1」の検証結果はこの点の達成を裏付けている。

しかし、消費地卸売市場当事者の財務不健全化に起因した「改正」によって、容認された A 型「買取集荷」を、社会資本の条件と対照したとき、その運用を履行するにふさわしい産地・消費地関係を A 型「買取集荷」が維持しているとは思量できない。すなわち、利用者が限定され、優越者が判明し、そして運用が恣意的であることを容認する枠組みが、社会資本という範疇にふさわしいとは考えられないと結論する。出荷者の特定がある以上、産地側での出荷者競争がないわけであるから、すくなくとも、取引内容（出荷者売渡価格や消費地卸売価格）の公開を前提としなければ、恣意的運用に繋がるわけで、商業的な秘匿性が商業者権利とする習性との決別を促す必要がある⁵。

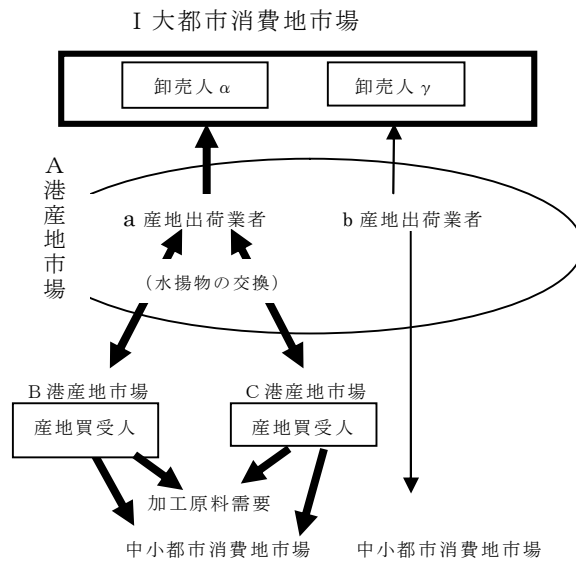
第 3 節 量販店機構の機能限界と卸売市場の商品領域

1) 生鮮水産物流通を独占しようとする系列図

現実の問題として不安定な漁業生産と量販店の効率重視・計画販売とのすり合わせは存在するわけで、そのための集荷量確保に努力する卸売人は、顧客である産地出荷業者との統合関係を広く模索し、安定供給体制の確立を目指す。量販店から卸売市場に発せられる納品要請は、市場の仲卸人から集荷独占を目指す卸売人へ、さらに消費地卸売人から産地顧客出荷者に発せられる。そして近年では、出荷独占を目指す産地出荷者は、関係する周辺同業者からの集荷量補完経路を確保し、連鎖的な供給体制の細密化を拡大させている。消費地卸売市場卸売人の背後にいる小売商業流通資本の間接支配は、量的処理力を威光として、このように出荷地側中小規模産地漁港まで波及している。

消費地卸売人の具体的な集荷動作として、顧客関係性の強い産地出荷者に、彼の周辺中小産地漁港の集荷作業を任せることは合理性がある。大産地の量的落ち込みからの相対的

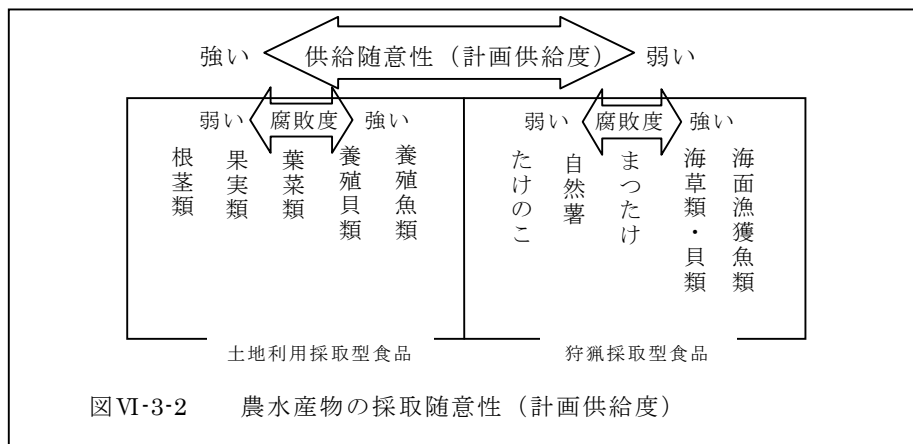
な現象として、中小産地をこれまで以上に評価せねばならないが、消費地卸売人が集荷業務を中小規模産地まで対象として行うには限界がある。図VI-2-1において、I消費地市場卸売人αの顧客であるA港のa産地出荷業者は、自己の所属するA港の水揚物だけではなくB・C港の物についても補完的に確保できる体制を作り上げている。複占的競争他者である卸売人γのA港顧客b業者の場合は、I消費地以外の中小都市へも出荷活動を展開しているが、B・C港の業者と連携関係に無いため、卸売人γはB・C港水揚物について卸売人αとの競合は困難となる。産地側でのA・B・C港買受人3者の協



図VI-3-1 産地間買受人の提携関係

調関係は、水揚物の交換関係を基本に維持されているわけで、I消費地市場卸売人αが主導しているわけではなく、この供給体制の責任はa産地出荷業者の出荷独占行為によって遂行されている。勿論、a業者の活動はB・C港の関係する買受人と競合関係を持つことが出来ない。このような産地・消費地の統合関係の深化は、産地買受人の活動範囲を間接的に狭隘化・限定化させているといえるが、I大消費地市場への供給体制については産地側の出荷独占意思と消費地側の集荷独占意思が合致する。結果的に、消費地卸売人αにとって集荷の効率化はこの体制によって実現できている。

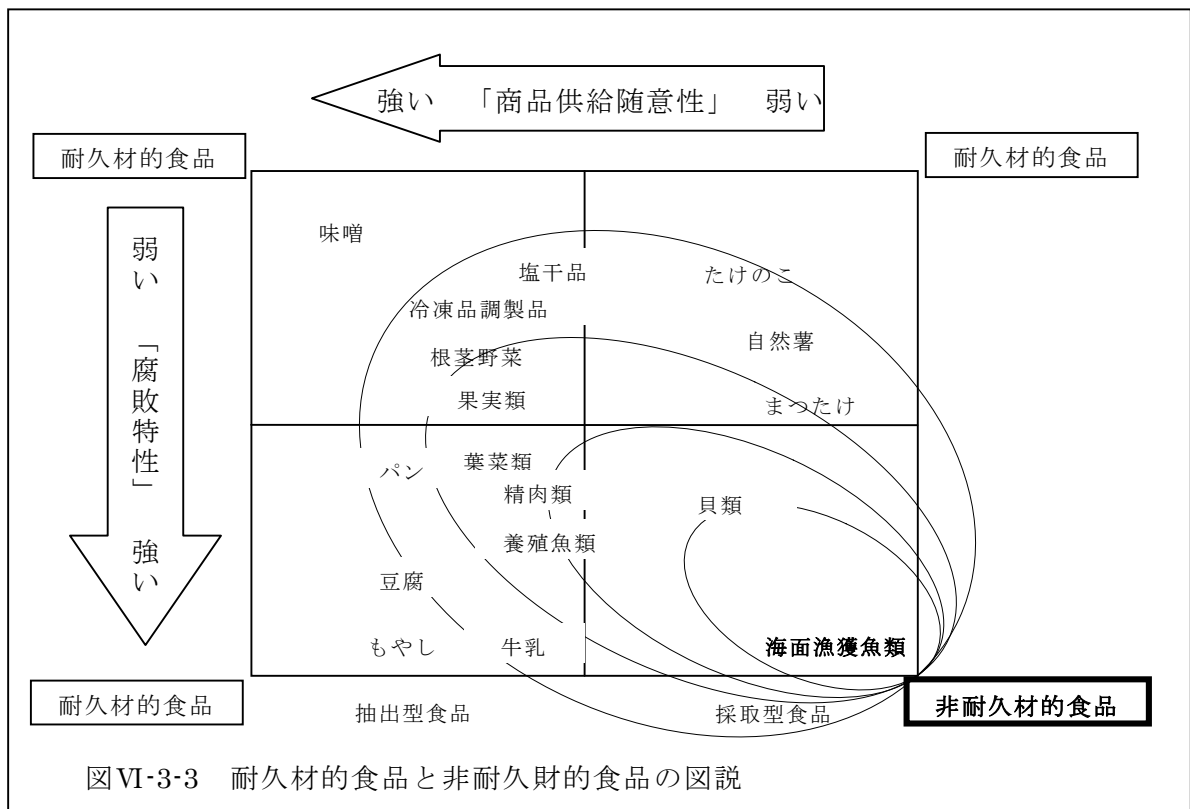
2) 量販店機構の商品領域拡大とその限界



図VI-3-2 農水産物の採取随意性 (計画供給度)

量販店の食料品販売商品領域は、対象商品の安定的な調達が前提となる。量販店のマーケティングは、腐敗特性が強い牛乳・豆腐・パン類などの生産レーンを自己目的的に適応させ、「日配品」というジャンルで納入システムを安定化させた。また、青果や精肉などの生鮮品についての納品システムも、自己の販売システムに適合させる変容を生産側に強いた。水産物についても量販店は、海外から鮮度密閉で最低限の食品特性が喪失しない

凍結品を一般商品市場に優先輸入させ、商品化させ、自己の販売システムに適合させてきた。そして「可食という点で言えば、10倍の資源ロスを含む魚類養殖」の生産も、大量計画販売に適合するものであった。これら腐敗特性を克服し計画販売に適合させた商品群について、本論では、語彙の厳格性という点で問題が残るのは承知で「耐久材的商品」と表してきた。その対語として、土地利用の採取型生産である農作物よりも自然に左右される狩猟採取型生産であり、本質的な意味での供給に随意性がないもの、それを「非耐久材的商品」と位置づけた。なかでも漁獲規模の大きな中小資本漁業の海面漁獲魚類生産物は、腐敗特性と生産の突発性の規模から、流通上もつとも「非耐久材の商品」といえる。



図VI-3-3 耐久材的食品と非耐久材的食品の図説

図VI-3-2 においては、楕円形の領域で非計画販売対応食品領域を表し、時代を追って、その領域が縮小していくことで量販店の食品流通克服が段階的に進んだことを示した。家庭雑貨を主力商品として出発した創成期の量販店では、食料品について味噌・醤油・缶詰などの耐久材の商品を中心としていたが、牛乳・パン・豆腐など腐敗特性の強い商品もつぎつぎと取り込んでいった。これら量販店が流通克服してきた生鮮品目は、品質に対して改善を与え良化できる。量販店販売に適合しようと努力する野菜や果物の品質改善は常態であり、養殖魚類についてもそのための肉質良化は目覚しく、生産側からの時代適合は資本合理的な形で行われてきた。

一方、海況・漁況に制約される海面漁獲魚類について、人的随意性をもつての商品呈示は実質的に履行困難である。そのため市場に現れる商品の品質は、厳格な意味で流動的で、流通手段として現物評価が一般的であるとされてきた。しかし、販売効率志向の大量流通では生鮮水産物についても、質的精査なしに外形的な要素でのみ適・不適を決定し、自己の流通軌道に乗せようとしている。つまり、卸売市場でも商物分離の流通が生鮮水産物に

適応されようとしている⁶。この結果として、価格競争を通じての厳しい現物精査なしに、商品は非対面販売の陳列台に並べられ、消費者は制約された限定的商品群のなかからの選択的消費を行っている。消費者志向が主体的判断をもっていかなる流通単位のものにも商品価値を付加しようとするとき、この現物評価（価格競争の場面集約）を放棄した消費地卸売市場では対応が可能とは考えられない。現に、今日の量販店の意向が支配する大都市卸売市場において、所在地周辺の沿岸漁民の生産物は、流通単位のまとまりがないという理由だけでマスマーケティングの対象からは除外され、卸売人は販売努力を放棄したかのような無条件委託販売を彼らの生産物に施している。

人口の都市集中が進行した 60 年代以後、小売機能の規模零細性と多数分散性が、さらなる卸売機能の集約化を要求し、「72 年の市場法施行」となった。しかし、60 年代「わが国の卸売機能は多段階非効率で、小売機能も大量流通・大量消費に沿った技術革新の必要がある」という主張がされ、施行時の 70 年代には、小売機能の分散性・零細性も解消に向かい、量販店機構が隆盛期をむかえようとしていた。このような法施行のタイムラグは、今日の状況と共通する部分がある。マスマーケティングに対応すべく「99 年の取引規則(集荷・販売原則)の改正」は実施されたわけであるが、すでに量販店自身も旧来型の販売戦略と消費者動向との乖離を自覚し、次の時代対応を模索している。[田坂:1998. 亀田:1998 など]ゆえに、この改正が真に時代対応であると言えるのか疑問がある。

今後の世界的な消費者要求は国際的にボーダーレスな食料争奪を展開させるであろう、ゆえに水産物供給も逡減化することを必至と認識せねばならない。また、消費者嗜好の展開も画一的なものから個別的なものへの移行を必然視する主張が増加している。このように供給も需要もその展開の矛先をニッチな(生鮮水産物商品として、いままで主要な流通組織が無視していたような、小規模流通単位で一般に周知されていない未利用な漁獲水産物)商品領域に求めるとき、限定的・固定的なつながりで流通独占を目指す規模の経済性の集団は、どのように展開するのか不透明である。確実なことは、生鮮水産物のニッチな領域から商品実現を目指す端緒として、出荷者から「委託集荷」したものを公開された「セリ・入札」で販売するという基本理念に沿った制度流通の公平性・公開性を利用しなければ、第一歩を踏み出せないということである。ゆえに、卸売市場体制が「いかなる単位の商品実現も可能にする場」であることを喪失せしめるような独善的支配に包まれることを警戒する必要がある。

また、制度流通としての卸売市場は、その限界を十分に認識せねばならない。今後も耐久材化された商品は、市場外流通との厳しい競合にさらされるであろうし、限定的な卸売市場機能に圧縮される現実をも肯定する必要があるということである。制度流通の根本的な議論としては、水産物流通の覇権獲得競争に卸売市場をさらすのではなく、流通対象が小規模・限定的な商品領域となっても、基本理念とたえず問答を繰り返すものでなければ持続可能なものとならない。すなわち、消費地卸売市場の販売機能が、流通単位を問題としない生鮮品の一部に限定されることをおそれてはならないと考える。

あとがき

「1994年の先取りに関する通達」から「1999年の改正」、そして「2004年の追加的な改正」という一連の流れのなかで、とくに「1999年」に重きをおく理由は、この政策決断が、この後の長からぬタームの生鮮水産物流通経路を決定づけたと認識するからである。今日的なマーケティングを「当初は生産した商品をいかに販売するかといった形で出発したが、やがて『つくったモノを売る (product-out)』のではなく『売れるモノをつくる (market-in)』という姿勢が強調されるようになった」[石原,03:111]と理解するのが一般的であろう。おおよそ製造業といわれる業種にとっては、後者についても十分な適応が可能であると考えられるし、卸売市場で扱われる生鮮品についても、近年、青果物などはこの点での技術革新に目覚しいものがある。これら商品の属性が流通克服され規格化が進むと仮定するのなら、消費地卸売市場は市場外流通との対抗上、取引規則を平準化する必要があるかもしれない。この点から評価するならば、1999年の「改正」は青果物や(水産物でも)貝類や養殖魚類などの流通克服と同時進行的なものであったともいえる。(確かに、高度情報化を背景として、一部の沿岸漁業漁獲魚類についても、消費者ニーズに応える販売戦略が展開されているが、それは量的に極めて限定的なものである。)しかし、供給の中核である中小資本漁業の漁獲生鮮水産物が流通障害を持ち続けていることに焦点を絞り、本論文では検証してきたわけである。そして『生産工夫では克服出来ない制限性もちつつ、大量流通業者の圧力が消費地卸売市場内部に止まらず、産地卸売市場から生産者にまで遡上することを「1999年の改正」が決定的にした』と主張した。つまり、「中小規模漁業会社(中小資本漁業)漁獲物の卸売市場での商品取引を1999年取引規則改正が捨象した」という史的重要事項と位置づけ、本論文では、この点を標的としてきたわけである。

漁業では魚種と規格についても、時期についても、選択的な漁獲可能性には限界がある。それゆえに、マーケティングの共同行為者として産地卸売市場の存在意義があった。漁獲物の用途目的の異なる需要者を集め、価格競争を行い、用途先が決定される。そこでは、生鮮食利用はさまざまな価格階層の需要先に反応しながら出荷先を決定されるし、加工原料も伝統的な塩干品や練り製品、半調理の冷凍製品や身欠き製品、果ては配合餌料や飼料の原材料までの幅広い領域に用途先を見出す配分機能を、産地卸売市場は有している。漁獲内容の変化に対応できる販路選択をマーケティングの一部分と解するならば、それは産地市場によって行われてきた。すなわち、規模を有する漁獲漁業のマーケティングは、生産者自身ではなく生産者と産地卸売市場の共同作業として存在してきた。そして、その向け先の一部が消費地卸売市場へと至り、二段階制度流通を形成してきた。しかし、「1999年」の消費地側卸売市場の理念崩壊によって、このマーケティングは消費地卸売市場との関係を希薄化させる方向に動く可能性を持つこととなった。

改正年である1999年と2005年(平成17年)の漁業生産状況の比較では、数量で15%減と逓減傾向が続いているが、中小規模漁業会社(中小資本漁業)の生産量は全体の70%弱を構成しており、量的な中核であることに今も変わりはない。独占資本漁業の海外トロール、以西や北転船等の大型底曳漁業、大型の刺し網漁業など、事業規模が大きく外国海域への侵略的要素が強かった部門は、ほぼ撤退を完了させている。しかし、わが国周辺で展開してきた中小資本漁業種は、200涸(1970年代)以後の狭溢化した漁場条件のなかで消

耗戦を継続している。その消耗戦たる所以は、相互競争性をもつとも激しい階層の漁業である中小資本漁業の〈中長期的な経営計画をもとに企業行動をとらない性向〉に由来している。漁獲漁業は漁業規制の範囲で行動するが、それは操業海域や期間、船舶規模や能力、船具・漁具など細かな部分に及んでいる。しかし、相互競争性から、漁業規制の範囲内での高効率化をめざす周辺機器への投資は、彼らにとって大きな負担となっており、財務運営での優劣が存在そのものの優勝劣敗となっており、今後も生産企業体の淘汰は進んでいくものとする。

水産物供給をみわたすとき、資源問題とも絡めた漁業規制のあり方は、その規模から中小資本漁業に力点をおき再考せねばならないであろう。その際、規制の方向性として、生産性を加味した漁業権の絞込みを前提とすることは自明である。しかし、1960年代後半からの外延的拡大によって膨張しきった勢力の再編が30年以上経過した現在も継続している。いつの日か、中小資本漁業の淘汰が完了すれば、漁業生産性と資源状況との対照がはじまり、資本合理的な漁獲圧が決定され、資源共存型の安定的な資本漁業が完成されるであろう。

「わが国の中小規模漁業会社(中小資本漁業)の生産物を対象とした生産と流通の研究」という論題そのものを振り返ってみるとき「1999年取引規則改正」の政策決断を重視する理由をはじめ、そこから派生する中小規模漁業会社のマーケティングと二段階制度流通との関連性、そして中小資本漁業の現況認識などについては、この「あとがき」において簡潔にふれておかなければならないと考え、概略的に言及した。この論文において、論者は可能なかぎり「客観的な普遍性に立脚すべき」という努力を傾注してきた所存であるが、それでもなお十分に論究し得ていない問題や課題等も残しているのではないかと危惧の念を持つ。そこで、かかる批判や論評等については、真摯に受け止め、今後の更なる調査研究活動に大いに生かしていきたいと強く考えている。

1 今日の生鮮水産物消費の時代性とはことなる背景のもとで表現されたものであるが、生鮮水産物の現物評価を端的に示したものとして新川のものを記す。「漁業の季節性と漁獲量の不安定性とは総じて漁獲物の先物取引を不可能にする条件であるが、同時に、現物取引についても鮮度、形状等の点から格付け取引は困難であって、売買当事者が現物を実見した上ではじめて価格が決定される。このような厳密な現物取引は一般青果物のような他の生鮮食品にもみられないことであって、取引数量の増大にもかかわらず、生鮮魚介商品取引を近代的な規格によらず、小売現金売買と本質的にまったく同様の単純な取引形態にとどまらせるのである」[新川,58:444-445]

2 このような丸投げの源泉は、卸売市場仲卸業者と量販店の取引現場にある。青果物の取引現場での現況を坂爪はアンケート調査結果を示しつつ「量販店は通常、複数の仕入先を利用しており、それぞれについて週値決めを行っている。したがって、相場下落時に価格(納入)を据え置くと、下方修正した競合他社もしくは相場に応じたスポット対応によって需要が奪われる危険性が高い。価格(納入)の上方修正はそもそも困難であるが、相場高騰時に価格を上方修正することは、やはり価格を据え置いた競合他社に受注が集中する」と述べている。[坂爪,00:81]このような片務的な関係性は仲卸業者(買受人)から卸売業者に波及し、最終的に産地出荷者へ漁獲前の価格設定を求めることとなる。

3 消費者嗜好として地域格差があることは周知されている。卸売市場取扱実績の商品科目が東日本では塩干品(加工品)に傾斜し、西日本の場合は生鮮品に偏る傾向がある。一般的に消費地卸売市場の社会的使命を測る尺度として、卸売市場の実績数値に卸売人の取扱実績をリンクして用いる場合が多い。しかし、卸売人の業務には市場外の第3者販売も含まれている。この第3者販売とは特定物品を市場外業者に売り渡す行為で、公的社会資本の中枢を付託されている卸売人の行為としては私企業的な部分のもの

である。この部分も含めての卸売市場の評価は混乱につながる。また、基本的に卸売人の複占的競争状態は消費地卸売市場の安定供給を支えてきたが、この状態を測る尺度としては複占 2 者の業績対照を行ってきた。これまでも、複占的のなかでの位置を獲得するために業績劣位者は、名目的な実績として私企業的な第 3 者販売を伸張させる事例が多くみられてきた。消費地卸売市場の責務は、卸売市場卸売人・買受人・小売人・消費者という軌道にある。消費地市場卸売人が市場外の間流通業者に売り渡す行為は、卸売市場本来の使命と異質なものと考える。ゆえに、卸売市場の取り扱い規模は卸売人の売り渡し先を含めた精査が必要である。

⁴ 昭和 46 年（1971 年）7 月 1 日付け、農林事務次官発、各都道府県知事等宛での通達。

⁵ 主として大口需要者に対する先取り商品や相対販売商品の価格公開について法的強制力はなく、従来から、わが国の商習慣には厳しい秘匿性がある。卸売市場での生鮮物流通において、個別的な「買取集荷」や「相対取引」の内容（価格や売り渡し先）の公開性を義務付けられているわけではない。故に、これらの個別的な取引が、公的施設で運用されているにもかかわらず、監視機能はなく、恣意的行為を看過するおそれがある。この点についての米国の卸売市場での事情として、木立は、個別的な取引内容のものについても、透明性の確保と自由競争促進のために「農務省の市場駐在員が調査した全米の主要な産地市場ならびに消費地市場の価格については『市場情報サービス(Market News Service)』として印刷物やインターネット上で公表される」（全米 800 か所で 400 品目以上の調査を公表）ことと、その情報利用が進んでいる現状を記している。[木立,99:249]

⁶ 「2004 年の改正」では「買取集荷の自由化」や「商物分離の取引規制緩和」など、さらに基本理念から遠ざかるものになっている。卸売市場卸売人・買受人の経営不振は規制緩和によって泊められるものと考えられない。それは、背後者の優越的地位の濫用を深刻化させるのみと考慮される。

[第 6 章での参考文献]

石原武政 2003 「流通組織の基礎理論」大阪市立大学商学部編『流通』pp.25-144.有斐閣

亀田和彦 1998 「店舗展開手法の変容と水産物末端流通」地域漁業学会編『漁業考現学』財団法人農林統計協会 pp.254-267.

木立真直 1999 「海外卸売市場の特徴とわが国卸売市場制度との比較—アメリカの卸売市場の場合—」日本農業市場学会編『現代卸売市場論』筑波書房 pp.247-269.

Edited by Lyle P. Schertz and Lynn M. Daft. 1994 「*Food and Agricultural Markets: The Quiet Revolution*」L.P.シェルツ/L.M.ダフト編、小西孝蔵・中嶋康博監訳 1996. 『アメリカのフードシステム』日本経済評論社

田坂行男 1998 「スーパーマーケットの水産物仕入・販売戦略と既存流通への影響」漁業経済学会『漁業経済研究』43:2.pp.1-23.

廣吉勝治 1999,a 「ボーダーレス経済下の卸売市場機構再編」漁業経済学会『漁業経済研究』44:2.pp.35-51.

廣吉勝治 1999,b 「水産物卸売市場の現状と課題」日本農業市場学会編集『現代卸売市場論』筑波書房 pp.193-210.

謝辞

この学位請求論文の執筆にあたっては、多くの方々からのご支援とご教示を頂いた。ここで改めて感謝申し上げたい。

「長年の会社勤めに一区切りをし、これまでの歩みについて総括したい」と思い立ってから4年が経過した。2004年の初夏、北九州市立大学大学院教授井原健雄先生には、突然の飛び込みでお願いにあがったにもかかわらず懇切なご案内をいただき、それ以後も、大学院への受け入れにはじまり、研究の基本姿勢から論点集約の手法など、論文作成の全てにわたって細かくご指導していただいた。また、北九州市立大学教授竹川大介先生には入学以来、実践的な多くの示唆をいただいたうえに、知的修練の貧弱な論者にたいして、若い修士院生たちとの討議の場を3年間も提供していただいた。この間の両先生の暖かいご配慮とご指導に心から感謝を申し上げたい。

下関市立大学教授濱田英嗣先生には資料提供をはじめとして、学問的な刺激を常に注入していただいたことに心より感謝申し上げたい。

そして、遠方にもかかわらず、北海道大学大学院教授廣吉勝治先生には、先行研究の紹介をはじめとして、本論の骨子にかかわるご指導を受けた。さらに、東京海洋大学大学院教授中居裕先生にも公私にわたりご指導とご鞭撻を受けてきた、論者はこの両先生の20年以上にわたるご支援に心から御礼を申し上げたい。

また、広島大学大学院教授山尾政博先生には学位論文の審査委員として、今後の研究生生活の指針となるような貴重な示唆をいただき、心から感謝を申し上げたい。

本来ならばすべての方々のお名前を申し上げるところであるが、膨大となるため割愛させていただき「長年にわたって交誼をいただいていた研究者の方々、漁業関係者や流通関係者、ならびに統計機関の方々の多大なご協力とご支援に感謝を申し上げたい」と略儀ながらお礼を申し添えるものである。

2008年3月13日

藤本 宗一

[別表]

別表Ⅱ-2-1 「主要漁港の水揚魚種数を漁獲海域と習性によって3群に区分した表」

別表Ⅴ-1-1 「消費地水産物卸売市場9月期の主要商品（魚種）別構成」

別図Ⅴ-2-2 「生鮮カツオ産地水揚量と都市卸売量の月別比」

別図Ⅴ-2-3 「生鮮マアジ産地水揚量と都市卸売量の月別比」

別図Ⅴ-2-4 「生鮮サバ産地水揚量と都市卸売量の月別比」

別図Ⅴ-2-5 「生鮮スルメ産地水揚量と都市卸売量の月別比」

追跡調査「6A1」「6B1」出荷者収支算定表の表記要領

別表Ⅴ-2-1 「6A1」の算定表①

別表Ⅴ-2-2 「6A1」の算定表②

別表Ⅴ-2-3 「6A1」の算定表③

別表Ⅴ-2-4 「6A1」の算定表④

別表Ⅴ-2-5 「6A1」の算定表⑤

別表Ⅴ-2-6 「6A1」の算定表⑥

別表Ⅴ-2-7 「6A1」の算定表⑦

別表Ⅴ-2-8 「6A1」の算定表⑧

別表Ⅵ-1-1 「6B1」の算定表①

別表Ⅵ-1-2 「6B1」の算定表②

別表Ⅵ-1-3 「6B1」の算定表③

別表V-1-1 消費地水産物卸売市場9月期の主要商品(魚種)別構成
平成7年度「6大都市卸売市場の年間と9月期卸売数量・金額」

魚種		年間	9月	年間構成比
生鮮品	数量	644,511	56,424	8.8%
	平均価格	933	857	
	推定金額	601,328,763	48,355,368	8.0%

貝類	数量	96,438	6,258	6.5%
	平均価格	873	887	
	推定金額	84,190,374	5,550,846	6.6%
	金額構成比	14.0%	11.5%	
生鮮マグロ	数量	7,018	514	7.3%
	平均価格	2,818	3,396	
	推定金額	19,776,724	1,745,544	8.8%
	金額構成比	3.3%	3.6%	
生鮮キハダ	数量	27,375	2,280	8.3%
	平均価格	996	949	
	推定金額	27,265,500	2,163,720	7.9%
	金額構成比	4.5%	4.5%	
マイワシ	数量	23,976	1,992	8.3%
	平均価格	267	297	
	推定金額	6,401,592	591,624	9.2%
	金額構成比	1.1%	1.2%	
サンマ	数量	22,919	7,787	34.0%
	平均価格	361	348	
	推定金額	8,273,759	2,709,876	32.8%
	金額構成比	1.4%	5.6%	
マダイ	数量	24,642	2,049	8.3%
	平均価格	1,266	1,248	
	推定金額	31,196,772	2,557,152	8.2%
	金額構成比	5.2%	5.3%	
ブリ類	数量	74,857	5,348	7.1%
	平均価格	789	788	
	推定金額	59,062,173	4,214,224	7.1%
	金額構成比	9.8%	8.7%	
さけ類	数量	18,607	2,318	12.5%
	平均価格	729	552	
	推定金額	13,564,503	1,279,536	9.4%
	金額構成比	2.3%	2.6%	
カニ類	数量	11,358	749	6.6%
	平均価格	1,684	1,810	
	推定金額	19,126,872	1,355,690	7.1%
	金額構成比	3.2%	2.8%	

標本魚種

生鮮カツオ	数量	22,065	2,590	11.7%
	平均価格	476	355	
	推定金額	10,502,940	919,450	8.8%
	金額構成比	1.7%	1.9%	
マアジ	数量	38,586	2,897	7.5%
	平均価格	504	590	
	推定金額	19,447,344	1,709,230	8.8%
	金額構成比	3.2%	3.5%	
サバ類	数量	24,862	2,196	8.8%
	平均価格	444	435	
	推定金額	11,038,728	955,260	8.7%
	金額構成比	1.8%	2.0%	
スルメ	数量	37,878	3,789	10.0%
	平均価格	474	490	
	推定金額	17,954,172	1,856,610	10.3%
	金額構成比	3.0%	3.8%	

数量単位=ト 金額単位=千円
平成11年度「10都市卸売市場の年間と9月期卸売数量・金額」

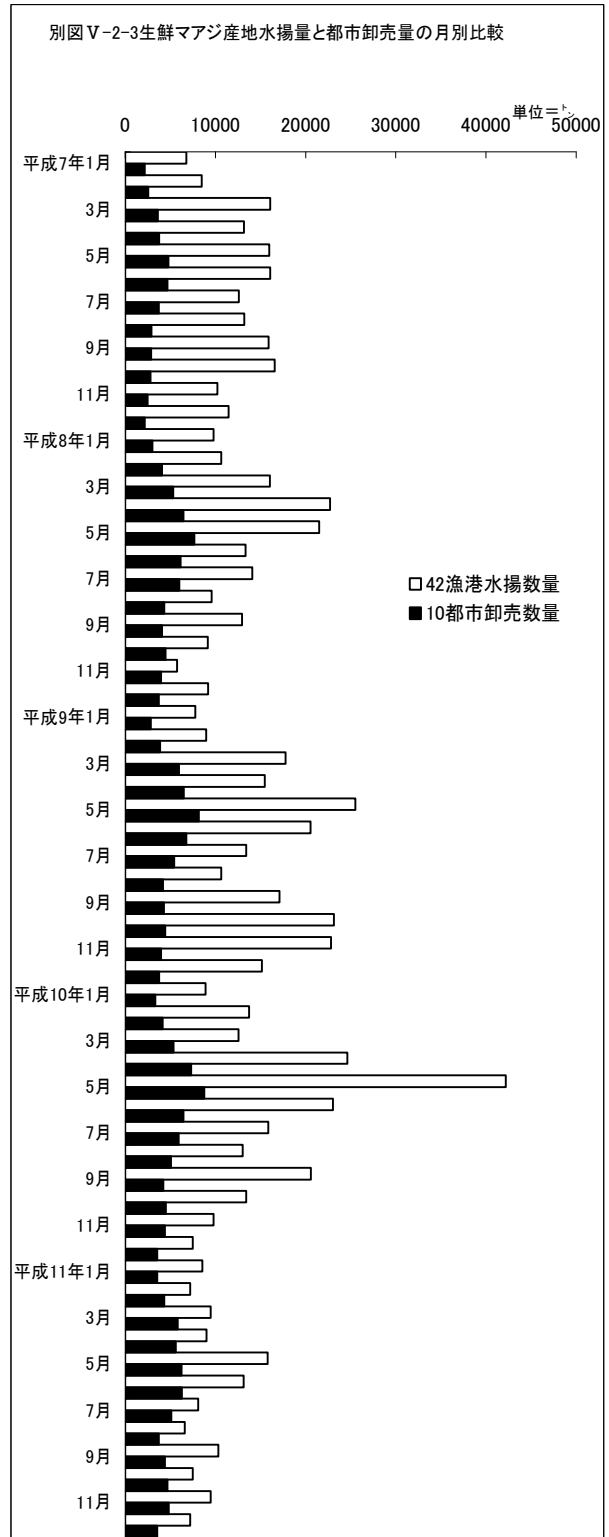
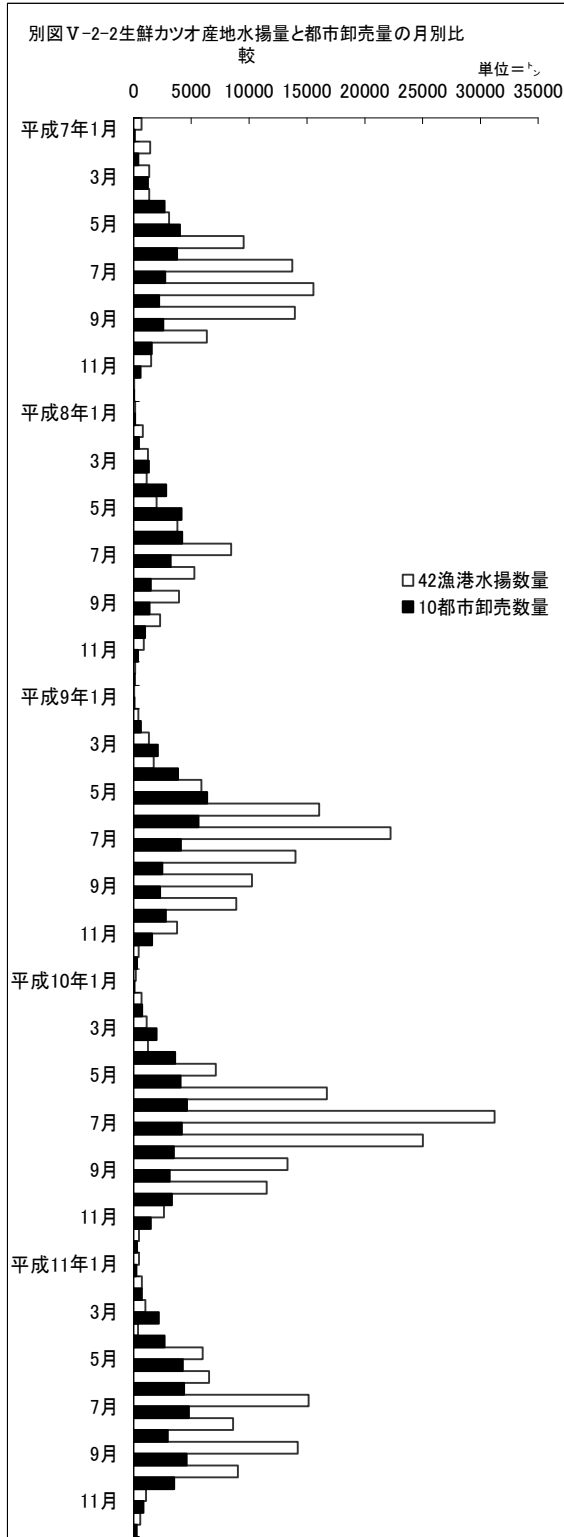
魚種		年間	9月	年間構成比
生鮮品	数量	931,208	78,900	8.5%
	平均価格	826	761	
	推定金額	769,177,808	60,042,900	7.8%

貝類	数量	120,717	7,123	5.9%
	平均価格	817	822	
	推定金額	98,625,789	5,855,106	5.9%
	年間構成比	12.8%	9.8%	
生鮮マグロ	数量	11,145	1,342	12.0%
	平均価格	2,514	2,229	
	推定金額	28,018,530	2,991,318	10.7%
	年間構成比	3.6%	5.0%	
生鮮キハダ	数量	24,707	1,821	7.4%
	平均価格	1,041	1,049	
	推定金額	25,719,987	1,910,229	7.4%
	年間構成比	3.3%	3.2%	
マイワシ	数量	46,488	3,469	7.5%
	平均価格	267	300	
	推定金額	12,412,296	1,040,700	8.4%
	年間構成比	1.6%	1.7%	
サンマ	数量	26,843	10,034	37.4%
	平均価格	586	550	
	推定金額	15,729,998	5,518,700	35.1%
	年間構成比	2.0%	9.2%	
マダイ	数量	43,854	3,436	7.8%
	平均価格	864	854	
	推定金額	37,889,856	2,934,344	7.7%
	年間構成比	4.9%	4.9%	
ブリ類	数量	75,346	5,415	7.2%
	平均価格	999	988	
	推定金額	75,270,654	5,350,020	7.1%
	年間構成比	9.8%	8.9%	
さけ類	数量	23,384	3,219	13.8%
	平均価格	772	574	
	推定金額	18,052,448	1,847,706	10.2%
	年間構成比	2.3%	3.1%	
カニ類	数量	16,813	1,292	7.7%
	平均価格	1,620	1,472	
	推定金額	27,237,060	1,901,824	7.0%
	年間構成比	3.5%	3.2%	

標本魚種

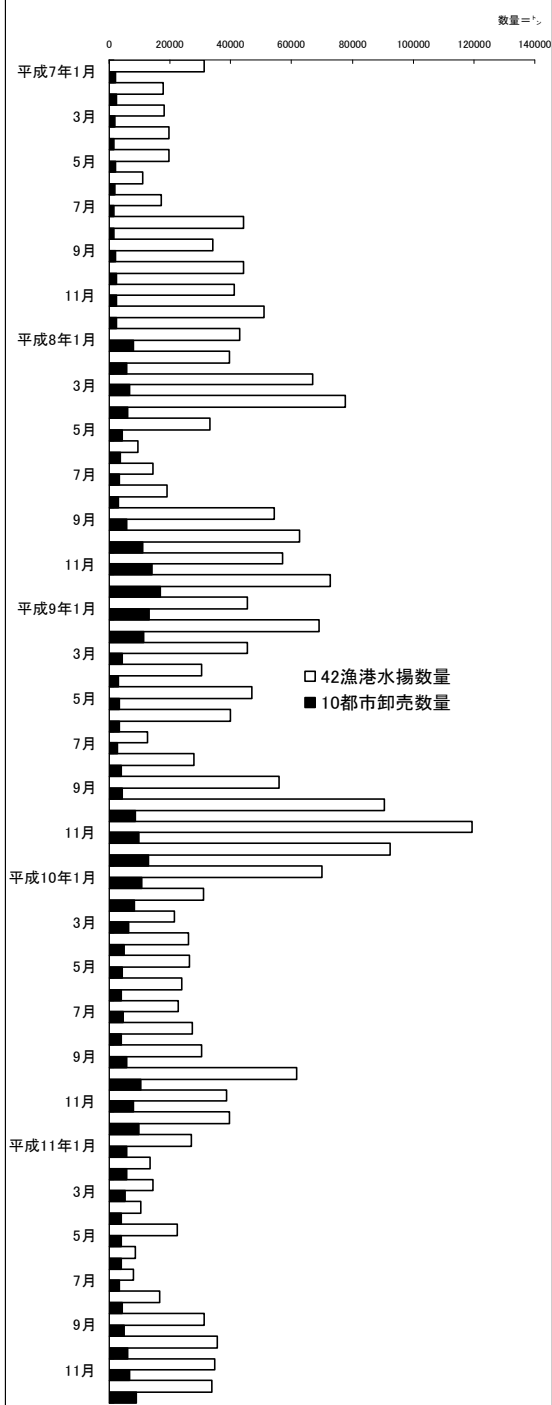
生鮮カツオ	数量	31,535	4,611	14.6%
	平均価格	526	335	
	推定金額	16,587,410	1,544,685	9.3%
	年間構成比	2.2%	2.6%	
マアジ	数量	58,278	4,428	7.6%
	平均価格	455	495	
	推定金額	26,516,490	2,191,860	8.3%
	年間構成比	3.4%	3.7%	
サバ類	数量	63,783	5,062	7.9%
	平均価格	348	353	
	推定金額	22,196,484	1,786,886	8.1%
	年間構成比	2.9%	3.0%	
スルメ	数量	49,652	4,964	10.0%
	平均価格	405	351	
	推定金額	20,109,060	1,742,364	8.7%
	年間構成比	2.6%	2.9%	

注:農水省「水産物流通統計年報」平成7年度・平成11年度版より作成

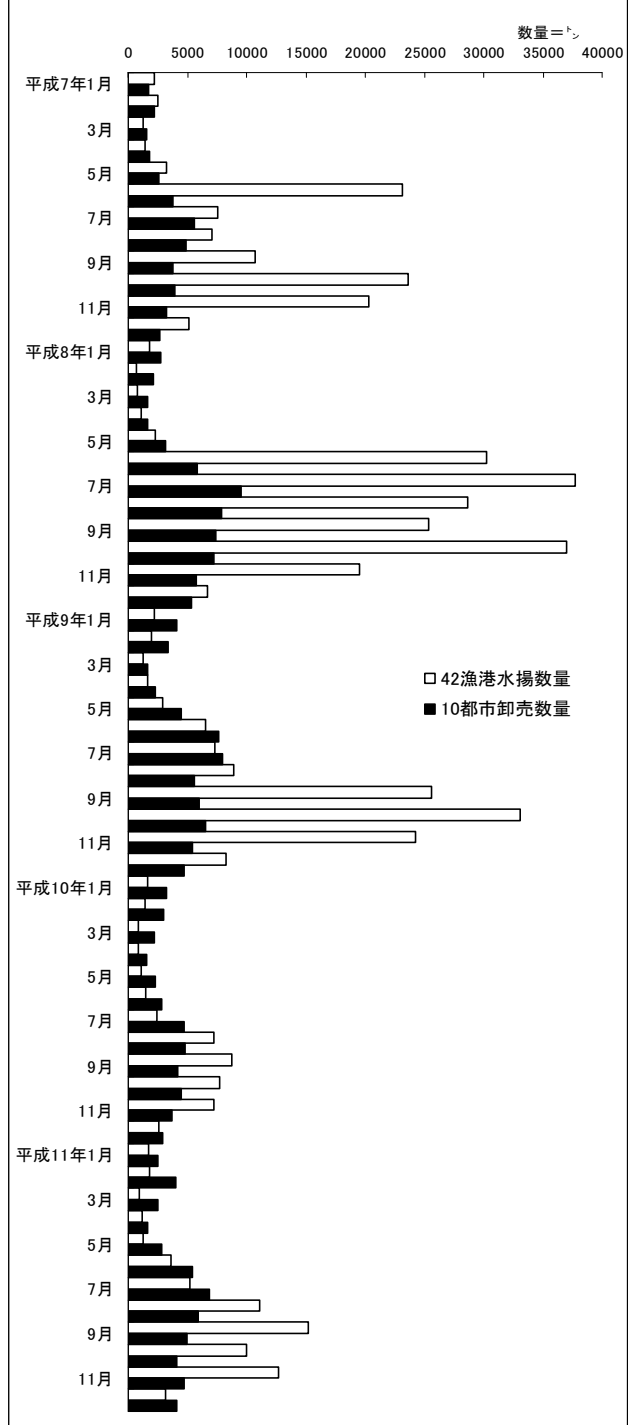


注: 農水省「水産物流通統計年報」各年次版より作成

別図Ⅴ-2-4 生鮮サバ類産地水揚量と都市卸売量月別比較



別図Ⅴ-2-5 生鮮スルメ産地水揚量と都市卸売量の月別比較



注：農水省「水産物流通統計年報」各年次版より作成

追跡調査「6A1」「6B1」出荷者収支算定表

追跡調査「6A1」「6B1」出荷者収支算定表の表記要領

No.	調査地魚種別調査番号		棄却対象標本			
集荷形態	委託集荷 A	買取集荷 B				
魚種記号	カツオ k	マアジ j	サバ s	スルメ u		
調査地記号	東京 T	大阪 O				
調査日記号	H8.9.10 i	H9.9.9 ii	H10.9.8 iii	H11.9.7 iv	H12.9.5 v	H13.10.30 vi

別表V-2-1「6A1」の算定表①

No.	集荷形態	魚種	調査地	調査日	出荷県	推定出荷地	産地	出荷者	経費差引	出荷者	出荷者	消費地卸	消費地
							卸売価格	純益	負担諸経費	受取額	手数料	卸売価格	
1	A	k	T	ii	福島	小名浜	189	-152	37	82	119	7	126
2	A	k	T	ii	長崎	長崎市	253	-70	183	114	298	17	315
3	A	k	T	ii	福島	小名浜	304	10	314	82	397	23	420
4	A	k	T	ii	千葉	銚子	124	43	167	81	249	14	263
5	A	k	T	ii	千葉	銚子	124	43	167	81	249	14	263
6	A	k	T	ii	千葉	銚子	223	43	266	81	348	20	368
7	A	k	T	ii	千葉	銚子	112	55	167	81	249	14	263
8	A	k	T	ii	福島	小名浜	349	65	414	82	496	29	525
9	A	k	T	iii	宮城	気仙沼	975	-75	900	92	992	58	1050
10	A	k	T	iii	宮城	気仙沼	454	-50	404	92	496	29	525
11	A	k	T	iii	福島	小名浜	206	-40	166	82	249	14	263
12	A	k	T	iii	福島	小名浜	861	0	861	82	943	55	998
13	A	k	T	iii	宮城	気仙沼	192	14	206	92	298	17	315
14	A	k	T	iii	福島	小名浜	176	39	215	82	298	17	315
15	A	k	T	iii	宮城	気仙沼	165	41	206	92	298	17	315
16	A	k	T	iii	宮城	気仙沼	151	55	206	92	298	17	315
17	A	k	T	iii	宮城	気仙沼	150	56	206	92	298	17	315
18	A	k	T	iii	宮城	気仙沼	103	103	206	92	298	17	315
19	A	k	T	iii	福島	小名浜	186	128	314	82	397	23	420
20	A	k	T	iii	宮城	気仙沼	134	171	305	92	397	23	420
21	A	k	T	iv	宮城	気仙沼	165	-78	87	92	179	10	189
22	A	k	T	iv	宮城	気仙沼	299	-43	256	92	348	20	368
23	A	k	T	iv	宮城	気仙沼	330	-25	305	92	397	23	420
24	A	k	T	iv	宮城	気仙沼	112	-5	107	92	198	12	210
25	A	k	T	iv	宮城	気仙沼	298	7	305	92	397	23	420
26	A	k	T	iv	宮城	気仙沼	332	23	355	92	447	26	473
27	A	k	T	iv	宮城	気仙沼	209	27	236	92	328	19	347
28	A	k	T	iv	宮城	気仙沼	253	32	285	92	377	22	399
29	A	k	T	iv	宮城	気仙沼	273	32	305	92	397	23	420
30	A	k	T	iv	宮城	気仙沼	273	32	305	92	397	23	420
31	A	k	T	iv	宮城	気仙沼	305	50	355	92	447	26	473
32	A	k	T	iv	宮城	気仙沼	291	61	352	92	444	26	470
33	A	k	T	iv	宮城	気仙沼	105	71	176	92	268	16	284
34	A	k	T	iv	宮城	気仙沼	281	74	355	92	447	26	473
35	A	k	T	iv	宮城	気仙沼	276	79	355	92	447	26	473
36	A	k	T	iv	宮城	気仙沼	276	79	355	92	447	26	473
37	A	k	T	iv	宮城	気仙沼	315	89	404	92	496	29	525
38	A	k	T	iv	宮城	気仙沼	303	101	404	92	496	29	525
39	A	k	T	iv	宮城	気仙沼	227	128	355	92	447	26	473
40	A	k	T	iv	宮城	気仙沼	211	193	404	92	496	29	525
41	A	k	T	v	宮城	気仙沼	275	-19	256	92	348	20	368
42	A	k	T	v	宮城	気仙沼	281	74	355	92	447	26	473
43	A	k	T	v	宮城	気仙沼	90	67	157	92	249	14	263
44	A	k	T	v	宮城	気仙沼	114	92	206	92	298	17	315
45	A	k	T	v	宮城	気仙沼	130	126	256	92	348	20	368
46	A	k	T	v	宮城	気仙沼	146	110	256	92	348	20	368
47	A	k	T	v	宮城	気仙沼	146	60	206	92	298	17	315
48	A	k	T	v	宮城	気仙沼	155	101	256	92	348	20	368
49	A	k	T	vi	宮城	気仙沼	604	-1	603	92	695	40	735
50	A	k	T	vi	宮城	気仙沼	690	12	702	92	794	46	840
51	A	k	T	vi	宮城	気仙沼	618	35	653	92	745	43	788
52	A	k	T	vi	宮城	気仙沼	714	38	752	92	844	49	893
53	A	k	T	vi	宮城	気仙沼	458	45	503	92	595	35	630
54	A	k	T	vi	宮城	気仙沼	149	57	206	92	298	17	315
55	A	k	T	vi	宮城	気仙沼	736	65	801	92	893	52	945
56	A	k	T	vi	宮城	気仙沼	673	79	752	92	844	49	893
57	A	k	T	vi	宮城	気仙沼	714	87	801	92	893	52	945

別表V-2-2「6A1」の算定表②

No.	集荷形態	魚種	調査地	調査日	出荷県	推定出荷地	産地 卸売価格	出荷者 差益	経費差引 受取額	出荷者 負担諸経費	出荷者 受取額	消費地卸 手数料	消費地 卸売価格
1	A	u	T	i	北海道	函館	198	-74	124	71	195	11	206
2	A	u	T	i	青森	八戸	173	-64	109	53	163	9	172
3	A	u	T	i	青森	八戸	253	-53	200	53	253	15	268
4	A	u	T	i	青森	八戸	253	-53	200	53	253	15	268
5	A	u	T	i	青森	八戸	149	-46	103	53	156	9	165
6	A	u	T	i	青森	八戸	160	-44	116	53	169	10	179
7	A	u	T	i	青森	八戸	128	-35	93	53	146	9	155
8	A	u	T	i	青森	気仙沼	216	-30	186	48	233	14	247
9	A	u	T	i	青森	八戸	140	-18	122	53	175	10	185
10	A	u	T	i	青森	八戸	173	-15	158	53	211	12	223
11	A	u	T	i	青森	八戸	154	-12	142	53	195	11	206
12	A	u	T	i	青森	八戸	151	-9	142	53	195	11	206
13	A	u	T	i	青森	八戸	149	-7	142	53	195	11	206
14	A	u	T	i	青森	八戸	159	-1	158	53	211	12	223
15	A	u	T	i	青森	八戸	185	15	200	53	253	15	268
16	A	u	T	i	青森	八戸	140	40	180	53	233	14	247
17	A	u	T	i	青森	八戸	159	41	200	53	253	15	268
18	A	u	T	i	青森	八戸	161	78	239	53	292	17	309
19	A	u	T	ii	青森	八戸	241	-62	179	53	232	14	246
20	A	u	T	ii	青森	八戸	236	-58	178	53	232	13	245
21	A	u	T	ii	青森	八戸	272	-47	225	53	278	16	294
22	A	u	T	ii	青森	八戸	254	-26	228	53	282	16	298
23	A	u	T	ii	青森	八戸	317	-13	304	53	357	21	378
24	A	u	T	ii	千葉	銚子	273	-9	264	33	298	17	315
25	A	u	T	ii	青森	八戸	196	-1	195	53	249	14	263
26	A	u	T	ii	青森	八戸	243	2	245	53	298	17	315
27	A	u	T	ii	青森	八戸	206	19	225	53	278	16	294
28	A	u	T	ii	千葉	銚子	273	41	314	33	348	20	368
29	A	u	T	ii	青森	八戸	206	98	304	53	357	21	378
30	A	u	T	ii	青森	八戸	166	112	278	53	331	19	350
31	A	u	T	ii	青森	八戸	225	119	344	53	397	23	420
32	A	u	T	ii	千葉	銚子	260	132	392	33	425	25	450
33	A	u	T	ii	千葉	銚子	693	861	1554	33	1588	92	1680
34	A	u	T	iii	北海道	函館	464	-6	458	71	529	31	560
35	A	u	T	iii	北海道	函館	385	1	386	71	456	27	483
36	A	u	T	iii	岩手	大船渡	132	16	148	50	198	12	210
37	A	u	T	v	高知	土佐清水	358	70	428	68	496	29	525

別表V-2-5「6A1」の算定表⑤

No.	集荷形態	魚種	調査地	調査日	出荷県	推定出荷地	産地 卸売価格	出荷者 純益	経費差引 受取額	出荷者 負担諸経費	出荷者 受取額	消費地卸 手数料	消費地 卸売価格
1	A	k	○	ii	三重	紀伊長島	756	-127	629	89	717	42	759
2	A	k	○	ii	長崎	松浦	253	-90	163	102	266	15	281
3	A	k	○	ii	宮城	気仙沼	163	-71	92	106	198	12	210
4	A	k	○	ii	長崎	松浦	280	-8	272	102	374	22	396
5	A	k	○	ii	長崎	松浦	147	16	163	102	266	15	281
6	A	k	○	ii	宮城	気仙沼	181	30	211	106	318	18	336
7	A	k	○	ii	宮城	気仙沼	161	151	312	106	419	24	443
8	A	k	○	iii	長崎	松浦	190	89	279	102	382	22	404
9	A	k	○	iv	宮城	気仙沼	142	-59	83	106	189	11	200
10	A	k	○	iv	宮城	気仙沼	142	-25	117	106	223	13	236
11	A	k	○	iv	宮城	気仙沼	338	52	390	106	496	29	525
12	A	k	○	iv	宮城	気仙沼	265	82	347	106	454	26	480
13	A	k	○	iv	宮城	気仙沼	126	116	242	106	348	20	368
14	A	k	○	iv	宮城	気仙沼	142	124	266	106	372	22	394
15	A	k	○	iv	宮城	気仙沼	265	167	432	106	539	31	570
16	A	k	○	iv	宮城	気仙沼	265	167	432	106	539	31	570
17	A	k	○	iv	宮城	気仙沼	142	186	328	106	435	25	460
18	A	k	○	iv	宮城	気仙沼	265	196	461	106	567	33	600
19	A	k	○	iv	宮城	気仙沼	265	196	461	106	567	33	600
20	A	k	○	iv	宮城	気仙沼	265	196	461	106	567	33	600
21	A	k	○	iv	宮城	気仙沼	142	248	390	106	496	29	525
22	A	k	○	iv	宮城	気仙沼	265	277	542	106	648	38	686
23	A	k	○	iv	宮城	気仙沼	142	422	564	106	670	39	709
24	A	k	○	v	三重	紀伊長島	419	-31	388	89	476	28	504
25	A	k	○	v	宮城	気仙沼	94	-28	66	106	172	10	182
26	A	k	○	v	三重	紀伊長島	222	-13	209	89	298	17	315
27	A	k	○	v	青森	八戸	162	93	255	109	364	21	385
28	A	k	○	v	三重	紀伊長島	308	199	507	89	595	35	630
29	A	k	○	v	三重	紀伊長島	307	200	507	89	595	35	630

別表V-2-6「6A1」の算定表⑥

No.	集荷形態	魚種	調査地	調査日	出荷県	推定出荷地	産地 卸売価格	出荷者 差益	経費差引 受取額	出荷者 負担諸経費	出荷者 受取額	消費地卸 手数料	消費地 卸売価格
1	A	u	○	ii	青森	八戸	214	-135	79	71	149	9	158
2	A	u	○	ii	青森	八戸	210	-82	128	71	198	12	210
3	A	u	○	ii	石川	金沢	294	-17	277	40	318	18	336
4	A	u	○	ii	青森	八戸	210	-3	207	71	278	16	294
5	A	u	○	ii	石川	金沢	294	3	297	40	337	20	357
6	A	u	○	ii	青森	八戸	218	9	227	71	298	17	315
7	A	u	○	ii	青森	八戸	214	13	227	71	298	17	315
8	A	u	○	ii	青森	八戸	211	16	227	71	298	17	315
9	A	u	○	ii	青森	八戸	210	17	227	71	298	17	315
10	A	u	○	ii	青森	八戸	210	17	227	71	298	17	315
11	A	u	○	ii	青森	八戸	192	35	227	71	298	17	315
12	A	u	○	ii	和歌山	田辺	179	52	231	33	265	15	280
13	A	u	○	ii	石川	金沢	294	62	356	40	397	23	420
14	A	u	○	ii	石川	金沢	294	62	356	40	397	23	420
15	A	u	○	ii	石川	金沢	294	62	356	40	397	23	420
16	A	u	○	ii	石川	金沢	294	62	356	40	397	23	420
17	A	u	○	iii	石川	金沢	546	45	591	40	631	37	668
18	A	u	○	iii	石川	金沢	458	7	465	40	506	29	535
19	A	u	○	iii	和歌山	田辺	467	-71	396	33	430	25	455
20	A	u	○	iii	和歌山	田辺	420	-84	336	33	369	22	391
21	A	u	○	iv	石川	金沢	238	39	277	40	318	18	336
22	A	u	○	iv	宮城	石巻	252	3	255	65	319	19	338
23	A	u	○	iv	和歌山	田辺	326	6	332	33	366	21	387
24	A	u	○	v	和歌山	田辺	252	376	628	33	662	39	700
25	A	u	○	v	和歌山	田辺	252	211	463	33	496	29	525

別表V-2-7「6A1」の算定表⑦

No.	集荷形態	魚種	調査地	調査日	出荷県	推定出荷地	産地 卸売価格	出荷者 差益	経費差引 受取額	出荷者 負担諸経費	出荷者 受取額	消費地卸 手数料	消費地 卸売価格
1	A	s	○	ii	青森	八戸	210	-188	22	137	159	9	168
2	A	s	○	ii	愛媛	深浦	726	-145	581	114	695	40	735
3	A	s	○	ii	青森	八戸	525	-91	434	137	571	33	604
4	A	s	○	ii	熊本	牛深	578	-72	506	129	635	37	672
5	A	s	○	ii	長崎	松浦	578	-69	509	126	635	37	672
6	A	s	○	ii	青森	八戸	456	-63	393	137	529	31	560
7	A	s	○	ii	熊本	牛深	578	-52	526	129	655	38	693
8	A	s	○	ii	熊本	牛深	550	-24	526	129	655	38	693
9	A	s	○	ii	和歌山	田辺	798	3	801	92	893	52	945
10	A	s	○	ii	和歌山	田辺	672	30	702	92	794	46	840
11	A	s	○	ii	青森	八戸	456	42	498	137	635	37	672
12	A	s	○	ii	青森	八戸	154	46	200	137	336	20	356
13	A	s	○	ii	静岡	沼津	512	48	560	105	665	39	704
14	A	s	○	ii	静岡	沼津	512	48	560	105	665	39	704
15	A	s	○	ii	愛媛	深浦	579	61	640	114	754	44	798
16	A	s	○	ii	愛媛	深浦	572	108	680	114	794	46	840
17	A	s	○	ii	愛媛	深浦	587	120	707	114	821	48	869
18	A	s	○	ii	兵庫	南淡路	317	142	459	92	551	32	583
19	A	s	○	ii	兵庫	南淡路	315	144	459	92	551	32	583
20	A	s	○	ii	青森	八戸	274	185	459	137	595	35	630
21	A	s	○	ii	青森	八戸	265	194	459	137	595	35	630
22	A	s	○	ii	石川	金沢	164	232	396	101	496	29	525
23	A	s	○	ii	青森	八戸	315	-152	163	137	300	17	317
24	A	s	○	ii	青森	八戸	315	-152	163	137	300	17	317
25	A	s	○	ii	青森	八戸	315	44	359	137	496	29	525
26	A	s	○	ii	青森	八戸	315	194	509	137	645	38	683
27	A	s	○	ii	青森	八戸	315	408	723	137	860	50	910
28	A	s	○	iii	宮城	石巻	491	-26	465	130	595	35	630
29	A	s	○	iii	静岡	沼津	338	-50	288	105	393	23	416
30	A	s	○	iv	青森	八戸	300	-119	181	137	318	18	336
31	A	s	○	iv	青森	八戸	213	-32	181	137	318	18	336
32	A	s	○	iv	宮城	石巻	479	-14	465	130	595	35	630
33	A	s	○	iv	青森	八戸	213	87	300	137	437	25	462
34	A	s	○	iv	青森	八戸	213	87	300	137	437	25	462
35	A	s	○	iv	宮城	石巻	479	119	598	130	728	42	770
36	A	s	○	iv	青森	八戸	235	124	359	137	496	29	525
37	A	s	○	v	静岡	沼津	663	125	788	105	893	52	945
38	A	s	○	vi	千葉	銚子	175	202	377	119	496	29	525
39	A	s	○	vi	和歌山	田辺	595	7	602	92	695	40	735

別表V-2-8「6A1」の算定表⑧

No.	集荷形態	魚種	調査地	調査日	出荷県	推定出荷地	産地 卸売価格	出荷者 差益	経費差引 受取額	出荷者 負担諸経費	出荷者 受取額	消費地卸 手数料	消費地 卸売価格
1	A	j	○	ii	山口	下関	1890	-680	1210	113	1323	77	1400
2	A	j	○	ii	静岡	沼津	252	-141	111	105	215	13	228
3	A	j	○	ii	山口	下関	1575	-76	1499	113	1612	94	1706
4	A	j	○	ii	静岡	沼津	263	-37	226	105	331	19	350
5	A	j	○	ii	静岡	沼津	236	-10	226	105	331	19	350
6	A	j	○	ii	静岡	沼津	273	52	325	105	430	25	455
7	A	j	○	ii	静岡	沼津	262	63	325	105	430	25	455
8	A	j	○	ii	静岡	沼津	262	63	325	105	430	25	455
9	A	j	○	ii	静岡	沼津	262	63	325	105	430	25	455
10	A	j	○	ii	静岡	沼津	735	86	821	105	926	54	980
11	A	j	○	ii	長崎	松浦	587	81	668	126	794	46	840
12	A	j	○	iv	和歌山	田辺	378	-40	338	92	430	25	455
13	A	j	○	iv	大分	佐伯	233	21	254	128	382	22	404
14	A	j	○	v	福島	小名浜	120	-28	92	126	218	13	231
15	A	j	○	v	長崎	松浦	1149	15	1164	126	1290	75	1365
16	A	j	○	v	長崎	松浦	1148	16	1164	126	1290	75	1365
17	A	j	○	v	愛媛	深浦	1079	296	1375	114	1488	87	1575

別表VI-1-3「6B1」の算定表③

No.	集荷形態	魚種	調査地	調査日	出荷県	推定出荷地	産地 卸売価格	出荷者 差 益	経費差引 受取額	出荷者 負担諸経費	出荷者 受取額	消費地卸 差 益	消費地 卸売価格
1	B	u	○	iii	青森	八戸	405	217	622	71	693	0	693
2	B	u	○	iii	青森	八戸	210	41	251	71	322	0	322
3	B	u	○	iii	石川	金沢	446	112	558	40	598	95	693
4	B	u	○	iii	兵庫	浜坂	155	36	191	33	224	70	294
5	B	u	○	iii	鳥取	境港	370	33	403	42	445	-159	286
6	B	u	○	iv	新潟	新潟市	217	127	344	52	396	24	420
7	B	u	○	iv	青森	八戸	236	-10	226	71	297	60	357
8	B	u	○	iv	青森	八戸	271	157	428	71	499	0	499
9	B	u	○	iv	青森	八戸	236	-10	226	71	297	60	357
10	B	u	○	iv	新潟	新潟市	223	21	244	52	296	19	315
11	B	u	○	v	青森	八戸	367	255	622	71	693	84	777
12	B	u	○	v	青森	八戸	367	255	622	71	693	84	777
13	B	u	○	v	青森	八戸	235	132	367	71	438	0	438
14	B	u	○	v	青森	八戸	522	110	632	71	703	32	735
15	B	u	○	v	青森	八戸	367	255	622	71	693	42	735
16	B	u	○	vi	青森	八戸	191	-41	150	71	221	73	294
17	B	u	○	vi	青森	八戸	191	-51	140	71	211	34	245
18	B	u	○	vi	青森	八戸	191	-51	140	71	211	20	231
19	B	u	○	vi	青森	八戸	191	-51	140	71	211	20	231
20	B	u	○	vi	青森	八戸	191	-51	140	71	211	20	231
21	B	u	○	vi	青森	八戸	191	-51	140	71	211	20	231
22	B	u	○	vi	青森	八戸	191	-51	140	71	211	20	231

[参考文献等]

—著書・論文・評論—

—調査報告・歴史資料—

[参考文献等]

—著書・論文・評論—

秋谷重男 1978『産地直結』日経新書

荒木一規 2004「農業産地論」杉浦芳夫編『空間の経済地理』朝倉書店 pp.1-23.

石原武政 2002「流通組織の基礎理論」大阪市立大学商学部編『流通』pp.25-144.有斐閣

井田徹治 2005『サバがトロより高くなる日—危機に立つ世界の漁業資源』講談社現代新書

乾 政秀 2003「漁協の販売活動の動向と今後の課題」漁業経済学会『漁業経済研究』47:3.pp.9-27.

尹 海梨 2006「水産物卸売市場流通における情報と情報流の形態と特質」漁業経済学会『漁業経済研究』50:3.pp.1-22.

上野康弘・熊沢泰生 2005.「多獲性浮魚資源を対象にした大規模漁業の構想」青木一郎他編『レジームシフトと水産資源管理』恒星社厚生閣.pp.103-118.

折橋靖介 1991『スーパー業界』教育社

亀田和彦 2003「条件不利地を抱える産地流通の課題—生産者による価値実現努力に注目して—」漁業経済学会『漁業経済研究』47:3.pp.45-64.

亀田和彦 1998「店舗展開手法の変容と水産物末端流通」地域漁業学会編『漁業考現学』財団法人農林統計協会 pp.254-267.

木立真直 1998「生鮮食品流通と卸売市場システム」三国英実編『今日の食品流通』大月書房 pp.89-117.

木立真直 1999「海外卸売市場の特徴とわが国卸売市場制度との比較—アメリカの卸売市場の場合—」日本農業市場学会編『現代卸売市場論』筑波書房 pp.247-269.

漁業経済学会 2005『漁業経済研究の成果と展望』成山堂書店

国松久弥 1969『都市経済地理学』古今書院

黒沢一清 1982「漁業協同組合論」大海原 宏 他編『現代水産経済論』北斗書房 pp.361-385.

坂爪浩史 2000「規制緩和下の小売業再編と農産物市場」滝沢昭義・細川允史編『流通再編と食料・農産物市場』筑波書房 pp.71-86.

佐野雅昭 2004「海外サケ養殖資本の展開とアグリビジネス化—水産におけるインテグレーション形成とグローバルイズムの進展」『水産振興』No.440. 財団法人東京水産振興会

志田 明 2000『ミクロ経済学』富士書店

柴田明夫 2007『食料争奪』日本経済新聞社

新川傳助 1958『日本漁業における資本主義の発達』 東洋経済新報社

新川傳助 1968『水産経済研究』 恒星社厚生閣

Edited by Lyle P. Schertz and Lynn M. Daft. 1994「*Food and Agricultural Markets: The Quiet Revolution*」L.P.シェルツ/L.M.ダフト編、小西孝蔵・中嶋康博監訳 1996.『アメリカのフードシステム』日本経済評論社

高橋正郎編著 1991『食料経済』理工学社

高木美香 2002『「消費者主権」時代における青果物流通のあり方.』伊藤元重編『日本の食料問題を考える』NTT出版 pp.173-205.

田坂行男 1998「スーパーマーケットの水産物仕入・販売戦略と既存流通への影響」漁業経済学会『漁業経済研究』43:2.pp.1-23.

富田和暁 1999『地域と産業—経済地理学の基礎—』大明堂

- 中井 昭 1982「漁業企業論」大海原 宏 他編『現代水産経済論』北斗書房 pp.165-189.
- 中居 裕 1996『水産物市場と産地の機能展開』 成山堂書店
- 中楯 興・吉木武一 1978『明日の水産業』 海文堂出版
- 中村勝 1981『近代市場制度成立史論』多賀出版
- 西岡久雄 1976『経済地理分析』大明堂
- 長谷川彰 1979「水産物流通機構の形態と性格」漁業経済学会『漁業経済研究』24:3・4: pp.92-117.
- 波積真理 2003「水産物のブランド化戦略とその展望」『水産振興』No.430. 財団法人東京水産振興会
- 馬場 治 2001「産地における新たな販売取り組み—生鮮魚介類販売を中心として—」多屋勝雄編著『水産物流通と魚の安全性』成山堂書店 pp.44-72.
- 濱田英嗣 2003『ブリ類養殖の産業組織』成山堂
- 濱田英嗣 1998「水産物の消費地市場流通」地域漁業学会編『漁業考現学』財団法人農林統計協会 pp.240-253.
- 濱田英嗣 1999「水産物の産地流通問題」日本フードシステム学会編『水産物のフードシステム』財団法人農林統計協会 pp.14-28.
- 林 周二『流通革命新論』中公新書、1962
- 日高 健 2000「都市における漁業・漁村の地理的展開構造の特徴」地域漁業学会『地域漁業研究』40:2.pp.123-138.
- 廣吉勝治 1982「水産物市場論」大海原 宏 他編『現代水産経済論』北斗書房 pp.265-298.
- 廣吉勝治 1983「水産物流通機構論の展開」水産大学校『水産大学校研究報告』31:3:pp.99-110.
- 廣吉勝治 1985「大型産地市場の再編成と水産物流通政策の課題」西日本漁業経済学会『漁業経済論集』26:pp.11-29.
- 廣吉勝治 1999「ボーダーレス経済下の卸売市場機構再編」漁業経済学会『漁業経済研究』44:2.pp.35-51.
- 廣吉勝治 1999「水産物卸売市場の現状と課題」日本農業市場学会編集『現代卸売市場論』筑波書房 pp.193-210.
- 松岡真宏 2001『問屋と商社が復活する日』 日経BP社
- 三国英実 1971「農産物市場における手数料商人化に関する一考察」日本農業経済学会編『農業経済研究』岩波書店 43:1:pp134-153.
- 森下二次也 1977『現代商業経済論 [改訂版]』有斐閣
- 八木庸夫 1988「高度経済成長後の漁業経済環境の変化」西日本漁業経済学会編『転機に立つ日本水産業』九州大学出版会 pp.400-422.
- 矢作敏行 1996『現代流通』有斐閣アルマ
- 吉木武一 1980『以西底曳漁業経営史論』九州大学出版会
- August Lösch 1962.「*Die räumliche Ordnung der Wirtschaft*」.レッシュ、篠原泰三訳 1968.
『レッシュ経済立地論』大明堂
- 婁小波 1994『水産物産地流通の経済学』学陽書房

—調査報告・歴史資料—

水産庁調査研究部調査資料課 1957『下関の流通調査』水産調査月報No.39

勝本町漁業史作成委員会 1980『勝本町漁業史』勝本町漁業協同組合

山口県企画部県民生活課 1982『鮮魚価格形成調査報告書』(価格形成と流通の実態調査)

社団法人日本リサーチ総合研究所 1983.『水産の将来展望に関する研究』総合研究開発機構

漁業経済研究会 1986『水産加工業の振興の方策に関する調査報告書(原料魚流通実態調査)』

下関市

東京水産振興会編 1996「将来の食料需給における日本水産魚の役割—世界食料需給の動向と見通し—(初年度の分析結果)」財団法人東京水産振興会

東京水産振興会編 1998「将来の食料需給における日本水産魚の役割—世界食料需給の動向と見通し—(最終報告)」財団法人東京水産振興会

東京水産振興会編 1998「水産物産地流通の現状と課題—大規模・中核的産地市場流通調査報告—」財団法人東京水産振興会

東京水産振興会編 1998「地域水産業活性化診断事業 平成10年度事業報告」財団法人東京水産振興会

東京水産振興会編 1999「水産物産地流通の現状と課題」財団法人東京水産振興会

東京水産振興会編 1999「漁村地域における交流と連携—最終報告—」財団法人東京水産振興会

大日本水産会 2001『水産物産地流通効率化支援事業報告書』社団法人大日本水産会

(財)魚価安定基金 2001『産地新システム事業及び新製品事業の取り組みと効果に関する調査報告書』財団法人魚価安定基金

野村忠司・富田義弘 2000.『下関海陸運送50年のあゆみ』下関海陸運送株式会社

副島久美 2004 — 51回大会講演要旨—「広島県における漁協開設小規模市場の意義と役割—阿賀(漁協)荷捌き所を事例として—」漁業経済学会『漁業経済研究』49:2.pp.105-106.

東京水産振興会編 水産庁監修 2004「主要水産物の需給と流通」財団法人東京水産振興会

近藤信義 2006 — 53回大会講演要旨—「卸売市場法の改正に伴う中央卸売市場の戦略対応—横浜市及び青森市中央卸売市場における水産物の取扱を事例として—」漁業経済学会『漁業経済研究』51:2.pp.122-123.