九州大学学術情報リポジトリ
Kyushu University Institutional Repository

中央卸売市場における卸売業者の買付集荷の分析

髙山，和幸
九州大学大学院生物資源環境科学府農業資源経済学専攻食料流通学研究室

森高，正博
九州大学大学院農学研究院農業資源経済学部門・食料流通学

福田，晋
九州大学大学院農学研究院農業資源経済学部門・食料流通学

https://doi.org/10.15017/1445775

出版情報：九州大学大学院農学研究院学芸雑誌. 69 (1), pp.31-37, 2014-02-28. 九州大学大学院農学研究院
バージョン：
権利関係：

九大農学芸誌（Sci. Bull. Fac. Agr., Kyushu Univ.）
第 69 巻　第 1 号　31-37　（2014）

中央卸売市場における卸売業者の買付集荷の分析

髙　山　和　幸[1]・森　高　正　博[2]・福　田　　晋[2]*
九州大学大学院農学研究院農業資源経済学部門農業資源経済学講座
食料流通学研究室

（2013年10月31日受付，2013年11月11日受理）

An Analysis of the Buying Collection by Wholesaler in a Central Wholesale Market

Kazuyuki TAKAYAMA[1], Masahiro MORITAKA[2] and Susumu FUKUDA[2]*
Laboratory of Food Marketing, Department of Agricultural and Resource Economics,
Faculty of Agriculture, Kyushu University, Fukuoka 812-8581, Japan

課　題　の　設　定

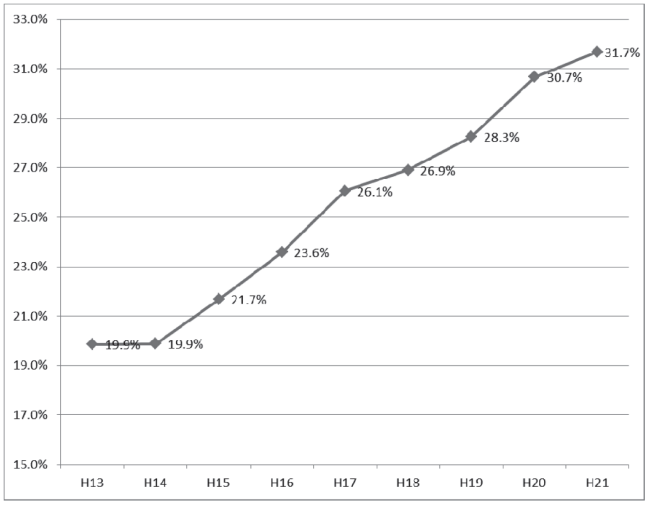
2004年の卸売市場法の改正に伴い，中央卸売市場の卸売業者による買付集荷が自由化された．第38条「自己の計算による卸売の禁止」と第41条「委託手数料以外の報償の収受の禁止」が削除された結果，卸売業者は何ら規制なく自由に買付集荷を行えることになった．買付集荷が自由化されることで，卸売業者が商品を所有し，それに対するマージンを得ることが可能になったのである．

図1は，東京都の中央卸売市場10社の販売金額に占める買付販売の割合の推移を示している．平成14年度の19.9%より右上がりに増加し，平成21年度には31.7%に達している．このように法改正の以前から買付の増加が確認できる．卸売業者にとって買付は法改正後に対応してきた動きではなく，法改正以前からの取組みの流れの中で買付が増加していることが伺える．

小野（2006）は，商業者の機能は「①再販売のための商品の買い取り，②商品の売買のための技術的操作，③商品の再販売に伴い発生する可能性のあるリスクへの対処，3つから」なり，これら3つの機能を果たすものを商業者とし，「本来的な商業者としての卸売業は完全機能卸売商」であり，旧卸売市場法下では卸売業者は限定機能卸売商であったが，法改正で買付が自由化されたことにより「完全機能卸売商としての性格を付与された」としている．つまり，卸売業者が買付をすること，すなわち所有権を持つことで，再販売に伴う危険負担機能を発揮するようになる可能性を示唆している．法改正から10年近くたった現在，卸売業者の性質は実際に変化しているのであろうか，検証が待たれている状況である．

斎藤（2011）は，「流通の手数料は原則的には「流通の機能とサービス」によって配分され，卸売市場が流通の機能とサービスを高めようとするなら，実需者と産地をつなぐコーディネーターの役割を担い，委託よりは買付でマージンを確保する姿勢が必要である．」「卸売会社が産地と実需者をつなぐコーディネーターの役割を強くすれば，リスクが大きい買付に移行しても，5%程度のマージンを確保することは可能であり，卸売会社として，安定した収益の確保になる．」と述べている．つまり，買付をすることで，卸売業者はコーディネートの機能を強める可能性を示唆している．し

[1] 九州大学大学院生物資源環境科学府農業資源経済学専攻食料流通学研究室
[2] 九州大学大学院農学研究院農業資源経済学部門・食料流通学
[1] Laboratory of Food Marketing, Department of Agricultural and Resource Economics, Graduate School of Bioresource & Bioenvironmental Sciences, Kyushu University
[2] Laboratory of Food Marketing, Department of Agricultural and Resource Economics, Faculty of Agriculture, Kyushu University
*Corresponding author（E-mail : sufukuda@agr.kyushu-u.ac.jp）



出所）東京都中央卸売市場総合財務諸表

図１　東京都中央卸売市場10社の販売金額に占める買付販売の割合の推移

かし，これは横浜丸中青果という先進的な卸売業者を事例としているため，その他の一般的な卸売業者についても同様のことが該当するか広く検討を加えていく必要がある．この点では，実態の把握においては十分な研究の積み重ねがあるとは言い難い．

そこで，本稿では，以下の2つの仮説について，事例を用いて検証することを課題とする．第1に，買付集荷では委託集荷に比べて，所有権の移転に伴う危険負担機能を卸売業者が発揮しているであろうことである．第2に，卸売業者は買付集荷をすることで，コーディネート機能をより強く発揮するであろう可能性である．

研究方法として，地方都市の中央卸売市場の卸売会社Ａ社の営業担当者にヒアリング調査を実施した．なお，研究の対象は，産地と販売先が特定され，事前に価格，数量，規格などを取り決める契約的取引に限定した．なぜならば，委託であっても契約的取引が行われており，委託の中で最もコーディネート機能を発揮しているのは，この契約的取引である．つまり，買付によって卸売業者がより強くコーディネート機能を発揮していることを確認するためには，委託と買付の契約的取引を比較すればよいからである．

また，買付には積極的な買付と消極的な買付とがある．積極的な買付とは，卸売業者が危険負担機能やコーディネート機能を積極的に発揮する余地のある買付である．消極的な買付とは，地方市場によく見られるような，卸売業者が品揃えをする上で買付せざるを得ないような買付，または，産地から買付による最低価格保証が要求され，卸売業者は産地の指値の保障が最優先となっている場合の買付である．これらの場合，卸売業者の追加的な機能発揮は困難である．本稿では，追加的な機能発揮の如何を論点としているため，積極的な買付のみに限定して分析していく．

Ａ社の契約的取引における委託と買付の実態

１．事例の位置づけ

表1は，Ａ社の仕入れ方法と販売方法の組合せごとの割合と，今回取り上げる事例がどの組合せに該当するのかを表した表である．仕入れは，委託が57%，買付が43%と，委託の方がやや上回っているが，Ａ社では近年買付の割合が増加している．販売方法は，セリが14%，相対が86%と，相対の割合が高い．相対を細かく分けると，産地の出荷量の見込みが立って（販売の２～３週間以前）から商談が始まるスポット的な取引と，産地の出荷量の見込みが立つ以前（販売の１か月前あるいは播種時点）に取り決めを行う契約的取引とがあり，以下で挙げる事例は，委託，買付に関わらず後者に位置付けられる．

２．対象事例の概要

本稿で取り上げる７事例は，Ａ社の契約的取引のなかで，果菜，根菜，果実の中の代表的なものである．

表1　A 社の仕入れ方法・販売方法別構成（H22 年度,金額ベース）と事例の位置づけ

		販売			計
		セリ	相対		
			スポット	契約	
仕入れ	委託	12%	45%		57%
		-	-	（事例①,②,③）	
	買付	2%	41%		43%
		-	-	（事例④,⑤,⑥,⑦）	
計		14%			100%

出所）A社資料より作成

取引の詳細は事例ごとに異なっている（表2，表3）．また平均してみると，委託の方が買付よりもA社のマージンが高く確保できている．なぜならば，産地はA社の役割に納得しているからである．

事例①では，B農協からA社に委託され，他市場の仲卸Gに第三者販売として販売され，漬物業者に納入される．B農協はなすの主産地であり，取引数量の7.5トンはB農協の生産量に占める割合は微々たるものである．なすは天候の影響で収量が大きく変動するので，B農協では確実に数量を確保できる全生産量の20%のみを契約的取引に充てている．B農協にとって価格，数量，規格が一定で販売先も明確であり，産地にとっても販売金額の見込みが確実でメリットがあるため，A社のマージンが買付よりも高い委託で集荷されている．

事例②では，B農協からA社に販売が委託され，仲卸業者Hに販売され，最終的にはスーパーMの店頭に並ぶ．事例①と同様に販売開始前に販売先，価格，数量が決まって，産地にとって販売計画が立つメリットがあり，委託で集荷されている．

事例③では，農業生産法人CからA社に販売が委託され，仲卸業者Iに販売され，スーパーNのPBとして店頭に並ぶ．農業生産法人Cは佐賀県でれんこんを生産しており，契約的取引を主体として販売している．スーパーNは当初，佐賀県産のれんこんを販売していたが，生産者の顔の見える商品を販売したい意向があり，A社が提案したC法人のれんこんに生産者名を明記した商品名で売り出した．A社はこの企画提案を先導した点で評価され，委託で集荷している．

事例④では，D農協からA社が買い付け，場内の売買参加者である加工業者Jに販売し，D農協から商物分離でJ社へ直送される．J社はそれをツマに加工してスーパーなどに卸す．この取引では春（5月～7月）と秋（9月～11月）に供給し，それ以外の期間は他産地で調達している．

事例⑤では，経済連EからA社が買い付け，場外の一次加工業者Kに販売し，K社は袋づめを行いスーパーOに納入している．面積契約を結んでおり，指定圃場の収穫物全量をA社が買い取る契約を結んでいる．この取引ではA社のマージンは他の取引と比べて低いものであった．その原因は事前に予想されていた階級比率と実際に収穫された階級比率が異なり，より単価の高い階級の比率が多くなったためにA社の買付金額が上がったためである．また，K社側がE経済連を指定しており，交渉の主導権をE経済連が握っていたために，産地のリスクが低い契約になっていたことも要因の1つである．

事例⑥では，A社が特定の産地から特定の品種を買い付け，特定の仲卸へ販売する．商流は特定されていて，メーカーごとに産地指定しており，メーカーごとに特定の仲卸が納入する．粒数単位で数量を取り決めるので，A社としては欠品が許されず，万一不足するような場合はA社が損失を被っても数量の確保につとめる．

事例⑦では，F農協からA社が買い付け，仲卸Lに販売し，仲卸LからスーパーMに納入される取引である．A社のマージンは事例④，事例⑥よりも低く，相対的に卸売業者よりも産地の交渉力が強いためだと考えられる．量販店は同じ産地で長期間売場を確保したい意向があり，産地を指定しての取引になりやすい．量販店から産地が指定されると，卸売業者としては他の産地で代替がしづらくなり，指定の産地のりんごを集荷するためには産地の指値を飲まざるをえない場合がある．

3．A社への所有権移転と再販売の危険負担

事例①，事例②，事例③では，委託取引であるために，所有権は産地から販売先へ移転しており，A社に所有権は移転しないので，A社に所有によるリスクは

表２　委託集荷をする契約的取引の概要

	事例①	事例②	事例③
品目	なす	なす	れんこん
産地	Ｂ農協	Ｂ農協	農業法人Ｃ
取引数量（H22）	7.5トン	110トン	80トン
取引金額（H22）	300万円	4000万円	2,800万円
販売先	他市場の仲卸Ｇ（第三者販売）	仲卸Ｈ	仲卸Ｉ
実需者	漬物業者	スーパーＭ	スーパーＮ
用途	漬物	小売用商品	小売用商品（PB）

出所）Ａ社へのヒアリングより作成

表３　買付集荷をする契約的取引の概要

	事例④	事例⑤	事例⑥	事例⑦
品目	だいこん	ごぼう	いちご	りんご
産地	Ｄ農協	経済蓮Ｅ	メーカーごとに産地指定	Ｆ農協
取引数量（H22）	400トン	60トン	-	1,000トン
取引金額（H22）	3,000万円	1,200万円	-	１億円
販売先	加工業者Ｊ（買参人）	一般加工業者Ｋ（第三者販売）	仲卸業者（メーカーごとに指定）	仲卸Ｌ
実需者	加工業者Ｊ（買参人）	スーパーＯ	パンメーカー菓子メーカーなど	スーパーＭ
用途	刺身のつま	小売用商品	クリスマスケーキ	小売用商品

出所）Ａ社へのヒアリングより作成

発生していない．一方，事例④，事例⑤，事例⑥，事例⑦ではＡ社が産地から買い付けているので，所有権は形式上Ａ社に移るが，同時にＡ社から販売先へと全量の所有権が移転している．なぜならば，契約的取引の買付の場合，その多くは販売先が事前に決まった上での取引になっているからである．産地から買い付ける時点で販売先はすでに決まっているのである．そのため，Ａ社への所有権の移転は形式上で，実態は従来の市場流通と同様に，契約量の全量が産地から販売先へ所有権が移り，所有のリスクは産地と仲卸に存在する．また，物流面では商物分離が実施されており，産地から販売先のセンターなどへ直送されるため，保管に伴う品質の劣化などのリスクはＡ社にはない．

事例④では，Ｄ農協と加工業者Ｊとの事前の交渉で産地の出荷数量が決まっており，産地は決まった数量を出荷し，形式上Ａ社が買い付け，その全量を加工業者Ｊが購入している．産地から買い付けた全量をそのまま再販売できるなら，卸売会社に再販売に伴うリスクはない．

事例⑤では，面積契約でＡ社の全量買い取りであったが，Ａ社においてはＫ社の必要とする等階級のみを販売した後過剰分を他のチャネルで調整するといったことはなく，Ａ社が買い取ったものの全量をＫ社が買い取る取引であった．そして，Ｋ社がスーパーＯの必要とする規格を選別し，それ以外の規格の販売先はＫ社が探索して調節している．この事例では，所有に伴うリスクは，Ａ社ではなく，Ｋ社で負担されている．

契約数量に対して生産量が過剰な際には，所有するものがリスクを抱えて販売先を探索しなければならない．事例⑥のいちごの場合には，作況によっては生産量が予定していた需要量を超える年もある．そのような際，Ａ社はその増加分について販売先を探索しなければならないが，実態は仲卸業者の販売量に上乗せをし，仲卸業者がスーパーなど加工向け以外の販売先を新たに開拓しなくてはならない．過剰な量は仲卸業者が所有して仲卸業者が販売先を探索することでリスクを負担しているのである．

また，契約的取引で安定的に調達していても，小売での販売が不振であれば，在庫が発生する．事例⑦のりんごの取引は，一年間を通した取引であるために，

年に何度かそのような状況が発生する．しかし，その時在庫を抱えて危険を負担しているのは，Ａ社ではなく仲卸のＬ社であった．

以上のように，Ａ社が買付をしていても，Ａ社への所有権の移転は形式上のもので，実態は即座に販売先の加工業者や仲卸に所有権が移転し，それらの業者が所有に伴うリスクを負担しているのである．

４．契約的取引におけるＡ社のコーディネート機能

契約的取引におけるコーディネート機能とは，売り手と買い手との取引を仲介し，適正な価格を発見したり，契約後の価格や過不足などの調整をしたりする機能のことである．

表４は，委託集荷の契約的取引において，Ａ社と産地との契約内容と契約に伴うコーディネート機能をまとめたものである．事例①，事例②，事例③とも，価格，数量を販売の１か月前時点で決定し，取引開始後には基本的に再交渉はなく，シーズン固定となっている．

契約交渉において，Ａ社は産地と販売先との仲介役を果たしている．表４，表５において「卸が仲介」というのは，産地と販売先とが直接交渉することがなく，Ａ社が産地と販売先と個別に交渉し，Ａ社が産地と販売先との条件のすり合わせなどの調整を行っている．「４社で協議」というのは，産地，Ａ社，仲卸，スーパーの４社が同席して契約内容を決定している状況で，ここでもＡ社は取引の調整をしている．

契約後の調整についても，Ａ社はコーディネーターとして機能している．事例①，事例②では，価格の再交渉は行わないが，事前に決めた数量や規格に対して不足が発生する場合にはＡ社が不足分を調達する取り決めになっている．なお，事例①，事例②の取引を開始して数年になるが，現時点で不足が発生したことはない．事例③では，生産者指定のＰＢ商品のため，他産地での代替ができないという事情があるが，Ａ社では数量の過不足，規格の不揃いには対応せず，農業法人Ｃが余剰作付や計画的出荷をすることによって産地で対応している．価格については，シーズン固定が前提ではあるが，悪天候が続き収穫ができず高騰した際には，Ａ社が仲卸と再交渉を行ってその週の価格を上げて対応し，その翌週は上げ幅分を逆に下げて平均単価が一定になるように調整する．

以上のように委託集荷の契約的取引であっても，Ａ社はコーディネーターとして取引の仲介，調整をしていることがわかる．

表５は，買付集荷の契約的取引において，Ａ社と産地との契約内容と契約に伴うコーディネート機能をまとめたものである．事例④，事例⑤，事例⑥，事例⑦とも，価格，数量を販売の１か月前時点で決定するが，事例⑥，事例⑦では状況に応じて再交渉を行い，Ａ社の調整が必要になっている．

事例⑤，事例⑥，事例⑦では，Ａ社は契約交渉での仲介をしている．事例④では，産地と販売先が直接交渉してＡ社はその場に立ち会うだけである．この取引は30年以上継続しており，契約交渉での調整を特に必要としなくなっている．

契約後の調整については，事例⑥，事例⑦で，Ａ社がそれぞれ調整をし，コーディネート機能を発揮している．

表４　委託集荷の契約的取引でＡ社が担うコーディネート機能

		事例①	事例②	事例③
農地との契約内容	価格決定	販売開始１か月前 シーズン固定	販売開始１か月前 シーズン固定	販売開始１か月前 シーズン固定 (若干の調整あり)
	数量決定	販売開始１か月前 シーズン固定	販売開始１か月前 シーズン固定	販売開始１か月前 シーズン固定 (若干の調整あり)
	規格	AM（36本入り） ダンボール	２本入り袋， ３本入り袋	2L ～ M 通箱
契約交渉におけるＡ社の役割		卸が仲介	４者で協議	卸が仲介
契約後の調整におけるＡ社の役割	価格の調整	なし	なし	卸が調整
	数量の過不足	不足時に代替品を調達	不足時に代替品を調達	なし
	規格の不揃い	不足時に代替品を調達	不足時に代替品を調達	なし

出所）Ａ社へのヒアリングより作成

表５　買付集荷の契約的取引でＡ社が担うコーディネート機能

		事例④	事例⑤	事例⑥	事例⑦
産地との契約	価格決定	販売開始１か月前 シーズン固定	販売開始１か月前 シーズン固定 規格ごとに指定	販売開始１か月前 相場に応じて見直し	販売開始１か月前 事前に大枠提示 週間で調整
	数量決定	販売開始１か月前 シーズン固定	販売開始３か月前 面積契約で全量買取	定植時に大枠の数量 確認	販売開始２週間前 週間で調整
	規格	20 cm カット 通箱	全規格	M,S 専用トレイ	-
契約交渉におけるＡ社の役割		産地と販売先が直接 卸は立会	卸が仲介	卸が仲介	卸が仲介
契約後の調整におけるＡ社の役割	価格の調整	なし	なし	卸が調整	卸が調整
	数量の過不足	なし	なし	不足時に代替品を 調達	なし
	規格の不揃い	なし	なし	なし	なし

出所）Ａ社へのヒアリングより作成

考　　察

委託集荷の契約的取引の場合，卸売業者Ａ社は商品を所有しないので，Ａ社は所有に伴う危険負担をしていない．産地と販売先で危険を分担している．買付集荷の契約取引の場合，形式上所有権は卸売業者に移転するが，実態はほとんど所有することなく即座に仲卸や加工業者などの販売先に所有権が移転し，販売先が危険負担機能を担っている．危険負担機能について，買付では所有に伴う卸売業者の危険負担が予想されていたが，実態は委託と同様に卸売業者の所有に伴う危険負担はなかった．

表６は，すべての事例について，Ａ社のコーディネート機能の発揮の有無を一覧に整理したものである．買付の場合は，事例⑤，事例⑥，事例⑦の３事例で卸売業者が産地と販売先との中間に入って交渉の仲介をしており，事例⑥，事例⑦の２事例で卸売業者が契約後の調整を行っている．委託の場合でも，事例①，事例②，事例③の３事例で卸売業者が交渉の仲介をしており，契約後の調整をしている．このようにコーディネート機能は，委託でも卸売業者が発揮することは可能であり，買付であることがコーディネート機能発揮の条件とはなっていない．

結　　論

本稿では，卸売業者の買付集荷による危険負担機能発揮の可能性と，コーディネート機能の発揮の可能性について，地方中央卸売市場の契約的取引の事例から検証し，以下の２点が確認された．第１に，所有に伴う危険負担機能の発揮は，買付であっても卸売業者は発揮していなかった．これは，卸売業者が買付をするのであるが，契約的取引であるために販売先が事前に決まっており，買付における卸売業者の所有が形式的なものであったからである．第２に，卸売業者は委託であってもコーディネート機能を発揮しており，買付をすることが卸売業者のコーディネート機能発揮の条件とはなっていなかった．卸売業者が買付をすることが，卸売業者が実質的な所有をして危険を負担するこ

表６　契約的取引でＡ社が担うコーディネート機能

		事例①	事例②	事例③	事例④	事例⑤	事例⑥	事例⑦
集荷方法		委託			買付			
契約交渉の仲介		○	○	○	×	○	○	○
契約後の調整	価格	×	×	○	×	×	○	○
	数量の過不足	○	○	×	×	×	○	×
	規格の不備	○	○	×	×	×	×	×

出所）Ａ社へのヒアリングより作成

とになっていないため，買付が追加的なコーディネート機能発揮の条件とはなっていない．

以上のように，集荷方法が委託であっても買付であっても，卸売業者の機能発揮の面で大きな差異はない．これは，卸売業者が真に所有権を持たないことに起因する．もし卸売業者が，仲卸業者のように商品を真に所有し，その上で販売先を探索するならば，多大なリスクを負うことになろう．また，コーディネート機能も，そのようなリスクが高まればより強く発揮する必要に迫られるだろう．

本稿では，手数料の弾力化が実現せず一定の手数料が基準となっている状況での買付について分析した．現状では全国一律の改正前の法定手数料が基準となって卸売業者の手数料が設定されており，卸売業者の機能発揮の程度に応じた手数料率とはなっていない．今後，卸売業者がリスクをもってコーディネート機能を発揮していくならば，その機能発揮の程度が手数料設定の根拠となり，その時こそ手数料の弾力化と合わせて，買付集荷の自由化が意味をもつものとなるだろう．

要　　約

2004年の卸売市場法の改正に伴い，中央卸売市場の卸売業者の買付集荷が自由化され，卸売業者が商品を所有し，それに対するマージンを得ることが可能になった．買付集荷の自由化によって，小野（2006）は，卸売業者が危険負担機能を発揮するようになる可能性を，斎藤（2011）は卸売業者がコーディネートの機能を強める可能性を示唆している．

そこで，本稿では，以下の2つの仮説について，事例を用いて検証する．第1に，買付集荷では委託集荷に比べて，所有権の移転に伴う危険負担機能を卸売業者が発揮しているであろうことである．第2に，卸売業者は買付集荷をすることで，コーディネート機能をより強く発揮するであろう可能性である．地方都市の中央卸売市場の卸売会社A社にヒアリング調査を実施した．

検証の結果，危険負担機能については，委託集荷と同様に卸売業者の所有に伴う危険負担はなかった．また，コーディネート機能は，委託でも卸売業者が発揮することは可能であり，買付であることがコーディネート機能発揮の条件とはなっていない．集荷方法が委託であっても買付であっても，卸売業者の機能発揮の面で大きな差異はなく，これは卸売業者が真に所有権を持たないことに起因する．もし卸売業者が，仲卸業者のように商品を所有し，その上で販売先を探索するならば，以前よりも高いリスクを負うことになり，コーディネート機能もリスクの高さに応じて強く発揮する必要に迫られるだろう．

キ　ー　ワ　ー　ド

買付集荷，危険負担機能，コーディネート機能

文　　献

小野雅之　2006　2004年卸売市場法改正の特徴と歴史的意義に関する商業論的考察．神戸大学農業経，38：9-16.

斎藤修　2011　農商工連携の戦略　連携の深化によるフードシステムの革新．農山漁村文化協会，東京

宮澤光永監修 1999 基本流通用語辞典．白桃書房，東京

Summary

Because of the revised market law since 2004, wholesalers permitted to collect commodities through not only consigning but also buying by themselves. Ono（2006）suggested the possibility that the wholesalers are provided with more risk-taking function by amending acts. Moreover, Saito（2011）mentioned the possibility that wholesalers got an opportunity to display their coordinate function by buying collection. This paper conducted a survey with A wholesaler in Local City Center Wholesale Market for inspecting two possibilities mentioned above. As a result, A wholesaler did not perform risk-taking function in buying collection while coordinate function was displayed in both buying collection and consignment.

Key words: buying collection, coordinate function, risk-taking function