

## 野菜の地場流通に関する調査

赤 沼 肇

## Reserches on Local Marketing of Vegetables

Hajime A KANUMA

## 緒 言

昭和40年以降、野菜の専作化、大型産地化、それに伴う大型共選共販の推進と大都市中央卸売市場への集中出荷がすすめられてきた。近郊では大型産地の育成は限られた地域にとどまり、都市化によって生産が減少する一方で、人口増加によって需要は増大してきた。この需給の不均衡はより一層県外産地への依存をつよめさせているが、その結果集出荷費用の増大、地方市場への転送の増大、供給の硬直化と価格変動の拡大など、いくつかの矛盾を発生させている。

こうしたことへの反省として、地場生産、流通の拡大が注目されるにいたっている。地場流通が本来そなえている集出荷努力や経費の軽減、新鮮・安全・良質の野菜供給というすぐれた機能を正しく位置づけ発展させようとするものである。

この調査は、昭和52年から54年にかけて県内の生産、流通の実態に即して地場流通の安定的拡大の方向を検討したものである。

調査を実施するにあたって、御協力いただいた関係業界の方々、農協の方々に感謝の意を表する次第である。

## I 問題の所在

## 1. 出荷上の問題

県内産野菜の組織別出荷量をみると(表1)、農協共販24%、個人出荷71%で両者で95%を占める。個人出荷率の高さは、「恵まれた市場立地の環境にあり、かつ、すぐれた技術と能力をもちながら共販共計の出荷組織に加わることは、得べかりし利益を失うことになりかねない<sup>1)</sup>」という層が存在することによる。また県内48農協中44農協が共販にとりくんでいるにもかかわらず共販率

第1表 野菜集出荷組織数及び組織別出荷量

出荷組織	組織数	神奈川県		全国 %
		出荷量	%	
出荷団体	52	87,490 t	24.5	44.4
総合農協	44	85,699	24.0	38.5
専門農協	—			0.9
任意組合	8	1,791	0.5	5.0
集出荷業者	11	16,642	4.7	12.8
産地集荷市場	—			1.7
個人出荷		253,486	70.9	41.1
計		357,618	100.0	100.0

農水省「52年青果物集出荷機構調査報告」

が低いのは、地域としての出荷量の少なさによる。そして個人出荷は多くの場合地元市場と結びつき、地場流通の重要な担い手となっている。しかしこの個人出荷の中には、野菜専門経営からの出荷はもとより、兼業農家や野菜以外の専門経営で生産される野菜が含まれる。因に昭和50年の露地野菜栽培面積のうち、自立経営と目される農家が65%を、兼業が35%を担っている。<sup>2)</sup>

野菜専門経営については、荷造、輸送上の問題はあまりないように思われる。地元市場との結合強化で問題になるのは価格問題であろう。副次的野菜については、生産、出荷両面で困難性をもっている。とりわけ市場までの運搬は、その担当者、他の作業との関連などで困難を伴う。兼業の深化や経営の専門化は野菜の供給力を低下させる。そこで低下をくい止め、地場流通の担い手としていくための集出荷のあり方が問題となる。

次に農協共販と地元市場の問題がある。「農協共販はもともと大量一括出荷と広域マーケティングを武器とする集団市場対応であるため、地元市場への分荷は必ずしも必要条件とならない。むしろ出荷調整や代金回収の

繁雑さ、価格の低位不安定性、荷主交付金負担能力の低さなど、さまざまな要因によって阻害され、わい小化されている」<sup>7)</sup> 県内の農協共販の仕向け先をみて(表2)、中央市場出荷の傾向が強い。これを地元市場と結

合させる条件として、「出荷者側に関しては、系統農協の販売体制に地元優先分荷の原則を組みこむこと、地区農協はそれをうけて、地元市場と協議しながら品目ごとの作は、出荷計画を具体化すること」<sup>7)</sup>といわれる。さ

第2表 共販野菜の出荷先別数量 ( )内比率

出荷先	品目	大根	かぶ	にんじん	じゃがいも	きゃべつ	ねぎ	トマト	きゅうり	いちご	すいか	レタス	カリフラワー
東京中央卸売市場		15,720t (44)	18 (6)	104 (9)	859 (50)	21,345 (44)	77 (14)	842 (35)	128 (4)	346 (95)	2,859 (45)	284 (63)	241 (17)
その他県外市場		16,743 (47)	—	—	6 (0)	19,167 (40)	—	—	64 (2)	—	3,057 (49)	8 (2)	439 (31)
県内中央卸売市場		2,405 (7)	277 (94)	1,008 (84)	831 (49)	6,640 (14)	430 (79)	1,088 (42)	1,032 (34)	17 (5)	371 (6)	103 (23)	734 (52)
その他県内市場		809 (2)	—	89 (7)	7 (0)	913 (2)	36 (7)	644 (25)	1,812 (60)	0 (0)	—	55 (12)	0 (0)
計		35,677	295	1,201	1,703	48,065	543	2,574	3,036	363	6,287	450	1,414

昭和53年4月～54年3月

県経済連、青果物販売あっせん取扱報告書(東京及び横浜青果事務所)より作成

らにこうした条件を解明する必要がある。

## 2. 価格問題

価格は生産者にとってもっとも重要な問題であり、それだけに仕向け先決定の大きな要因である。とくに地場野菜の価格については、地方市場では「転送品の相対的高価格性は……事例の示す通りであるが、こうした転送品のしわよせを受けて、地方市場への直接入荷品、地場出荷ものが、それだけ相対的に低価格を余儀なくされている」<sup>6)</sup>し、中央市場では、「主要野菜のみならず、一般的に県産野菜の横浜中央市場での価格水準は低く」<sup>1)</sup>「大都市の中央市場といえども……小零細出荷者の野菜ほど、全量上場・移動ゼリなど、地元市場並みの販売方法がとられている」<sup>9)</sup>と云われている。しかし例えば地場物と転送品の価格比較において、年間平均価格をもってすることへの疑問もきかれるので、こうした指摘を実証・確認しつつ流通のあり方、対応策が検討されなければならない。

次にこの作業をすゝめるにあたっては、県内の卸売市場が異った性格や規模をもっていることから、卸売市場の類型を考慮しなければならない。類型化については、すでに首都圏のそれについて検討されており、<sup>5)</sup> この成果と諸統計の整理から、地場流通との関係で価格問題を抽出すれば、次のようになる。

第一は、横浜市中央卸売市場のような大都市集散市場においては、大型産地からの入荷増加と取引条件、取引

方法、転送等の関係から地場産野菜の価格形成のしくみや水準を検討する必要がある。

第二は、中央卸売市場でも川崎のような、また地方市場ではあるが横須賀のような大都市周辺中心都市地方市場で、規模が大きく県外産の集荷力も大きく、転送は受けずまた出してもその量は多くない市場がある。ここではとくに県外産との関係で県内産の価格を検討する必要がある。

第三は大都市域内市場や大都市周辺都市地方市場では、転送や産地商人に入荷の相当部分を依存している。転送品の価格水準は高いし、産地商人もも産地市場での仕入や生産者からの買付で、一度値のついた原価のあるものが多い。こうした入荷状況下における県内産の価格問題がある。

## II 集出荷組織の調査

### 1. 市場巡回集荷の調査

先にふれたように兼業の深化や経営専門化に伴う集出荷組織のあり方を検討する。集出荷組織のあり方と副次的野菜生産の関係をみるため、巡回集荷の生産上の効果を調査した。

中井町E部落には25戸の農家があり、うち24戸が野菜の販売を行っている。出荷は主として小田原市内市場のT社、秦野市内市場からの巡回集荷によっている。T社の場合、部落の集会所へ早朝出しておけば、市場の委託

した車をもっていきせり開始前に市場につくようになっている。E部落の野菜生産の概要は、3表のとおりであるが、酪農専門経営や兼業農家にも販売野菜の生産がみ

られる。とくにトラックの所有の少ない兼業農家に作付がみられるのは、巡回集荷の生産への効果をうかがわせる。「巡回集荷がなくなり、自分で出荷するとしたら、

第3表 E部落の野菜生産と巡回集荷

専 兼 別	基 幹 部 門	農 家 数	1 戸 平 均																	まわり集荷 がなくなっ たら野菜は						
			農 従 者 数	年間150 日以上農 従者数		経 営 主 あ と り	農 外 就 労 者 数	年 間 雇 用 日 数	耕 地 面 積					ト ラ ク 所 有 台 数	乳 牛 頭 数	作 付 面 積				野 菜 種 類 数	野 菜 販 売 額 (53年)	い ま ま で お り	面 積 へ ら す	や め る		
				男	女				水 田	普 通 畑	果 樹 園	そ の 他	計			普 通 作	(う ち 麦)	飼 料 作	果 樹						(う ち ミ カ ン)	野 菜
				人	人				日	a	a	a	a			a	台	a	a						a	a
専 業	野菜	7	3.3	1.4	1.6	1	5.7	3	145	14	1	162	1.0	1	58	49	14	2	170	12.5	557	7	0	0		
	酪農	2	3.5	2.0	1.5	—	5.0	10	115	17	2	144	1.0	32	25	(15)	110	17	(7)	23	4.0	22	1	—	1	
	複合	5	5.0	1.2	1.2	—	24.0	2	153	20	—	175	1.0	8	61	(55)	28	20	(13)	161	9.6	274	2	3	—	
兼 業		10	2.3	0.5	0.9	1.1	5.0	—	48	12	3	63	0.3	0.3	21	(15)	1	12	(9)	25	5.3	17	1	4	5	

野菜生産はいままで通りつづけられますか」のアンケートに対して、24戸中11戸が「いままで通り」とし、13戸が面積をへらすあるいはやめると回答している。へらしたり、やめたりする農家は、酪農中心農家1戸、複合経営3戸、兼業農家9戸である。この複合経営3戸は基幹労働力が2人の農家である。当部落の野菜全体の販売額に占めるへらしたりやめたりする農家の販売額の割合は、27%にあたる。

この事例は、兼業化が進んだり経営が専門化したところでも、どんな野菜でもだれでも出荷できる体制があれば、生産を維持したり増加させることを示している。したがって作物別の組織ではなくて、地域の野菜全体を対象とする出荷組織が重要である。

## 2. 任意出荷組合の調査

出荷組織を大別すれば一つは農協共販であり、他の一つは任意組合である。農協共販は地域的産性を前提とするから、農業の多様化した近郊では一定の限界をもつ。そこで集荷範囲程度の出荷組合が考えられる。その出荷組合の担い手は野菜専門経営であろうが、幅広い農家層の多様な野菜を扱う場合、このことが担い手にとっても有利なものとならなければならない。ここでは多品目出荷について検討する。

厚木市S部落は農家数25戸であるが、野菜の出荷組合は20戸で構成されている。20名の組合員の内訳は、ハウス野菜農家10戸、温室花卉農家5戸、兼業農家5戸である。昭和25年の組合設立以来都内M青果へ出荷している。

出荷組合には、組合長と資材係、会計係の3役各1名と、それに3ブロックに1人ずつ連絡員がおかれている。

役員は1年交替である。組合の主な仕事をあげると次のようになる。① 品種の統一、栽培協定……施設野菜であるトマト、いちご、多くの組合員に共通する野菜であるキャベツ、えだまめについて、市場と協議の上品種をきめる。トマト、いちごは播種期も申し合わせる。なお当組合から出荷される野菜の種類は23種類である。② 規格の申し合せ。③ いちごの共同出荷……個人選果したものを集荷所で自主検査し交替で出荷にあたる。なお他の野菜は個人出荷であるが、相対での運送委託がある。④ 生産資材の共同購入……受注、発注、商人、市場の場合は代金精算まで行う。⑤ 販売代金の精算……販売代金は一週間分を役員がまとめて受けとり各戸に配布。⑥ 出荷組合費の徴収……各人売上げの0.5%を毎月徴収。⑦ 市場と協議。⑧ 研修旅行の企画・実施。⑨ 出荷者連合会の会議出席……月平均1.5回程度。こうした仕事が6人の役員によって行われる。とりわけ3役の仕事は簡単ではない。この3役はハウス野菜農家10戸によって担われおり、ほぼ3年に1度はどれかの役に付くことになる。

次にこうした組織活動によってもたらされたものについてみる。価格面についての具体的確認はできなかったが、S部落専用の売場が確保されている点からみて市場としての配慮をうかがうことができる。なお専用売場が確保されているのは、M市場23出荷組合中2組合のみである。出荷奨励金は、M市場の場合1%であるがS部落については2%である。

この事例にみられるように、小集団による出荷組織は、野菜専門経営が担うことになるが、そのためには兼業農

家や他の専門経営の野菜をまとめることによって販売上の有利性を実現することである。それには市場規模にみあった量の確保が必要であり、類型、階層に共通した野菜の導入、野菜専門経営間でも共通作物、作型の導入が行われている。これと合せて23種類に及ぶ多様な野菜の生産と出荷が、品揃機能の弱い地方市場に有効に作用し、有利性表現に少なからぬ役割をはたしている。なお、先の出荷組合の事業内容にみられるように文字どりの出荷組合であり、出荷調整、他市場への分荷など販売面でのとりくみが弱く、それだけに有利性も限界をもたざるを得ない。

なお農協との関連では、上記諸事業のうち資材購入や販売代金精算事務は農協事業として組み込むことも可能であろう。出荷組合とすれば、市場との協議(契約)、導入作物の調整、規格の維持、共輸であれ委託輸送であれ輸送体制の維持が活動の中心になるのであり、農協と出荷組合の分担を明確にし、相互の協力関係を確立していくことが、組織運営面から担い手を求めやすくするであろう。

### 3. 長野県洗馬農協の調査

ここでは兼業農家も含めた野菜の総合産地化と共販組織の担い手及び地方市場との関係を見る。

洗馬は標高700~800mの準高冷地にある。耕地面積810haで、その内訳は水田31%、畑54%、樹園地15%である。耕地の基盤整備もすすみ、畑の85%が実施済みであり、水田でも行われている。農家は967戸で専業農家率は25%である。農産物の販売実績は、53年で約40億円に達し、そのうち野菜が94.2%を占めている。この野菜は35年以降急成長してきたものであり、54年の販売額は42億円に達している。

#### (1) 野菜生産の概要

洗馬農協は兼業化が進みはじめた昭和35年頃から本格的に野菜団地の育成に取組みはじめた。当時兼業農家が約半数を占め、団地化は兼業農家を除いては考えられなかった。また農業以外へ向けられている目を再び農業に向けさせようというねらいもあった。農業生産あるいは農産物の販売が少なくなると農協の他の事業にも影響がでるからである。そこで専業を含めた野菜振興方針を打ち出し、農協一本の栽培と販売体制づくりがすすめられた。7つある部落ごとに品目別の団地を作り、耕地の広狭、労働力の多少等を考慮して婦人老人にもできる野菜づくり、たとえば婦人はパセリ、男子はレタスというように全員で作るよう指導援助をすすめた。

兼業農家の小物野菜導入を可能にした条件として、地

元市場ではその多くを転送に依存していたこと、したがって市場からの要望もつよかったことが上げられる。

この結果、1.5ha以上の専業層はレタス、はくさい、キャベツが中心となり、1.5~1.0ha層は上記3品目を50%程度、他に反当収益の高い野菜が導入されている。また0.5ha以下層は反当収益が高く長期間収穫できるパセリ、ピーマン、きぬさや、いんげんなどがつくられている。農協管内全体でその種類は48に及ぶ。

#### (2) 農協活動と流通対策

野菜栽培が地区内に広がるにつれ、系統共販により激化する市場競争に対応すべく、出荷の組織化をすすめた。その結果共販率は98%に達している。

昭和37年から部落単位のを菜組合組織を育成し、生産から出荷まで一貫した集団指導体制を強化している。各部落のを菜組合の上部機構として専業専門委員会がおかれ、生産出荷計画の策定、出荷所の連絡調整、品質の部落間調整にあたる。この専門委員会は部落を菜組合の三役で構成されるが、三役は全員専業農家である。

また農協は農協青年部員などと協力して、新品目の開発試験を実施している。1品目4~5年をかけて検討する。

農協の集出荷施設としては、7部落に16ヶ所の集荷所が設置され、畑から5分でお荷できるよう配慮している。また52年に予冷庫が2カ所設置され、レタス、セルリー、ブロッコリーなど軟弱野菜の全量を予冷出荷している。レタスの大規模農家に限り予冷庫へ直接持ち込みになるが、耕耘機やリヤカーの人は、近くの集荷所へもちこむ。そこで受付、検査が行われるが、それを担当するのは先の専門委員と部落を菜組合の連絡員である。連絡員の中には兼業農家の主婦、老人も含まれる。農協職員による検査は、集荷所、予冷庫などで随時行っているが、中心は自主検査においている。

集荷所に集められた荷は、農協のトラックによってさらに集められ出荷される。分荷は経済連で行うが、農協はそれに8割程度応じ、市場との連絡をとりつつ2割は独自の判断で分荷している。その荷は全国160社に出荷される。分荷の割合は、大市場50%、地方市場50%を目やすに送られる。地方市場出荷については37年に“実験”を行いその結果にもつづいている。静岡県下浜松~清水市間にある地方市場に、2t車に各品目を適当にセットして出荷したところ、各市場とも評価がよく、大市場に劣らない成果をあげた。それがいまにつづいている。

以上要するに、①経営・地域条件にあった野菜振興、②専業農家の大量生産、兼業農家層の多種類生産による

量の確保と品揃の充実, ③量と種類の共販組織による調整販売, ④系統共販下での単協としての出荷調整の実施, ⑤③, ④による地方市場との交渉力増大などがポイントである。共販組織を支えているのは、主として農協と専業農家層であり、専業農家の負担も大きい、兼業農家によって支えられている品揃拡充とそれによる有利販売は、専業層に負担を感じさせない。

4. 農協共販と地方市場出荷の調整

2表に示すように農協共販で地元市場と強い結びつきがみられるのは、きゅうりとトマトである。ここでは平塚市中央農協のきゅうりを中心にしながら、農協共販と地元市場の結合の条件をみる。

(1) 平塚市中央農協の共販

平塚市中央農協管内の54年の施設きゅうり生産者は114人、約183,000㎡、生産量1,938t、うち共販数量1,840t、共販率95%である。同様にハウストマトは40人、61,000㎡、生産量677t、共販数量610t、共販率90%である。

53年の実績から仕向け先をみると、きゅうりでは県内16地方市場に71%、中央市場に24%、県外地方市場4%、直売1%となっている。トマトは県内10地方市場に63%、中央市場35%、直売、全農大和、県外地方市場で2%であり、きゅうり、トマトともに県内地方市場出荷が圧倒的に多い。<sup>3)</sup>

現在の共販事業の運営は営農部農産課で行われる。当課には6人の職員が配置され作物別に担当がきめられ、その人によって購買、販売、指導が行われる。支所には野菜担当1名が配置されている。生産、販売に係る仕事を上げると次のようになる。①品種の統一、栽培協定 ②荷姿、規格、容器の統一 ③市場選択…2年連続安い市場は出荷停止 ④運送会社との契約 ⑤販売代金精算…支所別日別プール計算 ⑥市場との協議…年2回、品種、面積、出荷量等協議。同時に価格の目安も提示 ⑦市場巡視…随時 ⑧出荷調整…支所ごとに毎日の市況をみながら予めきめられた市場間で調整し、それでも調整しきれない時は本所と連絡して全体の調整をする。⑨検査…自主検査が中心だがぬきうちで農協職員による検査。

以上本所・支所における仕事の概要であるが、市場選択、市場側に対する希望価格の提示、出荷調整、市場巡視など、出荷だけでなく販売面でのとりくみがみられる。

(2) 共販品の価格

ここでは以上のような出荷販売上のとりくみが、価格にどう反映しているかを検討する。まず出荷先をみると、

きゅうりでは各支所とも複数市場出荷を行っている。1支所平均の市場数は5市場でうち県内地方市場は3.3市場である。同様にトマトは3.1市場、うち県内地方市場が2.3市場である。

これらの市場の中には出荷調整のため単発的に出荷される市場も含まれるが、継続的に出荷される市場の規模を、きゅうりでみれば4表のようになる。市場規模と共

第4表 共販きゅうりの出荷先地方市場規模

市場総売上高	市場数	共販品出荷市場数
5億円未満	9	3
5億円以上10億円未満	14	3
10 " 20 "	9	3
20 " 30 "	3	2
30億円以上	4	4
計	39	15

総売上高と市場数は52年の数値

30億円以上4社のうち1社は4市場の合計売上高、県農政部卸売市場要覧による

販の結合にはっきりした傾向はみられない。15市場の年間平均取扱高は4億8千万円であり、これ以下の市場が約半分の8市場である。最小は年間取扱高3億9千万円である。規模が必ずしも共販品出荷の条件となっていない。

次に、これら15地方市場と3中央市場のきゅうりについて、出荷量と単価の相関、市場の平均価格と共販品の価格を比較したのが5表であり、同様にトマトについては6表のとおりである。出荷量と単価の間には相関はうすく、地方市場における転送品、産地商人ものなどと同様である。この点は後にふれる。また単価の比較では各市場の平均価格よりも、また中央市場価格よりも概して高くなっている。

これは農協の出荷販売へのとりくみの反映であるが、より具体的にみるために地方市場における共販品の取扱方をみておく。K市場の場合、①販売にあたって中央市場価格及び各市場の価格を参考にする。②固定ゼリを行い買参人を多くするとともに特定買参人に買い支えをさせる。N市場の場合は、ベテランのセリ人を配置する。G市場では近隣市場と密接な連絡をとるなどである。

以上のように、占有率の確保と出荷調整によって地方市場においても有利な価格を実現できることを確認した。出荷調整は地方市場では出荷量変動に対する緩衝力が小

第5表 平塚市中央農協共販ハウスきゅうりの価格

(53年)

支所	市場	4月					5月				
		出荷量と単価		平均価格	共販品価格	占有率	出荷量と単価		平均価格	共販品価格	占有率
		自由度	相関係数				自由度	相関係数			
K	K	23	0.217		252		23	0.192		194	
	P	23	-0.394	240	233	64	23	-0.377	195	180	42
	中-A	23	-0.386	242	233		23	-0.355	206	160	
J	B	22	0.021	248	266	50	23	-0.464*	178	182	40
O	M	22	-0.260		267		19	-0.133		250	
	L	22	-0.213		257		20	-0.019		224	
	N	23	-0.348		264		21	-0.103		217	
	F	21	-0.230		260		19	-0.215		244	
	E	22	-0.128		251		23	0.092		234	
	D	21	-0.535		261		23	-0.262		217	
	中-D	23	-0.340	207	247		22	-0.475*	187	190	
T	Q	22	-0.315	213	242	77	22	-0.667**	191	189	43
	S	22	-0.066		237		23	-0.602**		179	
	T	22	0.036	224	242	18	21	-0.287	162	161	8
G	B	22	0.021	248	264	15	23	-0.407*	178	188	15
A	I	22	-0.336	246	269	56	23	-0.015	198	213	30
	O	22	0.007		251		23	-0.624**		192	
N	T	22	0.127	224	241	22	20	-0.374	162	193	15
I	V	22	-0.355	244	229	45	23	0.215	215	211	30
	K	22	-0.475*		202		23	-0.019		144	
	中-D	22	-0.583**	207	229		23	-0.558**	187	149	

市場名の「中」は中央市場、他は地方市場 9表も同じ

中央市場の平均価格は「市場」の平均価格 9表も同じ

第6表 平塚市中央農協共販トマトの価格

支所	市場	53年5月				
		出荷量と単価		総平均価格	共販品価格	占有率
		自由度	相関係数			
J	B	23	-0.212	175	187	25
T	Q	21	-0.453*	178	181	20
	S	23	-0.289			
N	I	22	-0.175	170	199	18
	B	22	-0.503*	175	181	18
	T	19	-0.184	140	177	16
	中-E	22	-0.694**	178	184	

さいだけに、きめこまかいものでなければならないし、それを行いうる農協の体制が必要である。そして出荷先の市場は、県内多くの地方市場が対象となる。

### Ⅲ 市場価格の調査

#### 1. 地方市場における県内産野菜

##### (1) 調査市場の概要

調査は湘南地方の2市場を対象とした。その概要は7表のようで、規模みて一市場は平均的市場であり、一つは県下地方市場の中で5指に入る大きな市場である。入荷先別の割合では両市場とも県内産の比率が高い。F市場で転送買付の比率が高いのは買付の多さによっている。T市場に買付はない。次に出荷者についてみると、8表のようになっている。

系統ものは、F市場では県経済連も含めて、りんご、梨、いちご、キャベツ、レタス、玉ねぎ、じゃがいも等である。T市場はりんご、みかん、梨、いちご、キャベツである。出荷組合については、県外欄の数は主要なヤマの数である。個人出荷はほとんど県内、それも市場に近い生産者である。産地商人は単協に匹敵するほどの会社から個人経営まで規模はまちまちであるが全国の業者

第7表 調査市場の概要 (51年)

市場名	職員数				買受人	資本金	取扱高 (51.1~12)	市場施設		入荷先別割合(野菜,金額)		
	男	(セリ人)	女	計				用地	卸売場	県内	県外	転送買付
F	25人	(5)人	10人	35人	188人	80,184千円	3,243,991千円	5,919 <sup>m<sup>2</sup></sup>	1,938 <sup>m<sup>2</sup></sup>	48%	12%	41%
T	12	(4)	7	19	112	10,000	1,632,598	11,016	3,251	54	20	26
地方市場平均	10.8	(4.7)	6.0	16.8	108	19,413	1,242,051	4,206	1,027	44	31	25

県卸売市場要覧 53年3月

第8表 出荷者

市場名	系統	出荷組合	個人出荷	産地商人	転送	買付
F	経済連4	県外 10	約390人	17業者 (東北~九州)	横浜2業者	全農大和集配 センター他
	単協4	県内 ?			東京2 "	
T	経済連2	県外 4	約200人	15業者 (北海道~九州)	横浜3 "	-
	単協4	県内 6			東京1 "	

からもちこまれる。産地商人からの出荷量はT市場の場合17%である(9表)。転送は東京及び横浜中央市場が転送元である。買付はF市場に全農大和集配センターや産地商人からのものが入っている。

これら出荷者の販売にあたっての希望なり条件をみると、系統もの、県外の出荷組合もの、産地商人ものは、程度の差はあるが卸売業者に対して価格の要望が出されている(希望価格)。転送品についてはF市場は希望価格があり、競売立合が行われる。T市場は指値で入荷したものを競売しており、また競売立合も行われている。

(2) 入荷形態別価格形成

F, T両市場における53年5月の日別、入荷形態別の入荷量と価格をもとにして、価格形成について検討した。5月を選んだのは、比較的県内産野菜の出荷の多い時期であることによって(10表)。また必要に応じて9月の数値で補足した。

先に述べた出荷者の希望なり条件が、価格に対してどのように作用しているかをみたのが、11表である。

第9表 入荷形態別取扱量 T市場(53年)

入荷形態	入荷量	比率
県内	6,019 t	49%
輸入	397	3
転送	2,304	19
県外	3,465	28
(うち産地商人)	2,098	17
総計	12,185	100

まず県内産価格についてみると、入荷量と負の相関がみられる。とりあげた品目のうち、たまねぎは正の相関がでているが、上場数量を卸が調整しているためと思われる。またねぎは収穫末期に、里芋は貯蔵末期にあたり品質差の影響が強かったものと思われる。県外産では、9月の群馬産キャベツ、9月の長野のレタス、5月の静岡のいちごは系統ものであり、他は産地商人ものである。個々の品目について、入荷量と価格の関係は説明困難であるが、概して相関はないといえる。系統ものについては、横浜中央市場価格と相関がみられ、希望価格の反映であろう。転送ものも入荷量と価格の相関はないといえる。しかし横浜中央市場価格とは多くの品目で相関がみられる。買付品はなす、アスパラガス、セルリーの3品目のみであるが、買付元の全農大和集配センターの価格と高い相関を示している。

以上のことから次のことがいえる。

- ① 県内産は個人出荷ものが大部分で、無条件委託又はそれに近いものがあり、入荷量により価格は変動する
- ② 県外産は系統ものと産地商人ものであるが、出荷

第10表 5月の入荷状況 (t, %)

市場名	県内産	県外産	転送	買付	計
F	1,182	410	195	106	1,893
	(62.5)	(21.7)	(10.3)	(5.5)	(100)
T	653	162	126	-	941
	(69.4)	(17.2)	(13.4)		(100)

第11表 価格形成 5月, □内9月

品目	市場	県内産入荷量と単価		県外産入荷量と価格		県外産価格と横浜中央価格		転送人荷量と価格			転送価格と横浜中央価格		買付価格と買付元価格					
		自由度	相関係数	産地	自由度	相関係数	自由度	相関係数	産地又は転送元	自由度	相関係数	自由度	相関係数	産地	自由度	相関係数		
だいこん	F	23	-0.444*	埼玉 千葉	19	0.061												
	T	23	-0.761**		10	-0.012												
にんじん	F	23	-0.741**	埼玉	11	0.171		徳島 横浜	14	0.324	13	0.699**						
	T	23	-0.712**				15		0.224	15	0.248							
ごぼう	F							埼玉 横浜	23	-0.109	23	0.377						
	T								23	-0.510**	23	0.220						
かぶ	F	23	-0.703**	埼玉	14	-0.102												
	T	23	-0.648**															
ほうれんそう	F	23	-0.686**	埼玉	22	-0.129												
	T	23	-0.777**															
はくさい	F			茨城	18	-0.497*		茨城 横浜	12	-0.327	12	0.886**						
	T						19		-0.242	19	0.494							
きゃべつ	F	23	-0.559*	埼玉 群馬	8	0.005												
	T	21	-0.415*		22	0.392	22	0.856**										
ねぎ	F	18	0.783**	千葉 埼玉 埼玉	23	-0.425*		千葉	11	-0.455	11	0.710**						
					13	-0.160												
	T	19	-0.014		12	0.093												
なす	F			愛知	12	-0.451		福岡 横浜	21	-0.279	21	0.589**	高知	22	0.675**			
	T						23		-0.269	22	0.664							
きゅうり	F	23	-0.784**															
	T	23	-0.555**															
トマト	F	23	-0.736**															
	T	23	-0.748**															
ピーマン	F							茨城 宮崎 横浜	23	-0.226	23	0.630**						
									21	0.074	21	0.850**						
	T								23	0.212	23	0.817**						
さといも	F	20	-0.237					埼玉	16	-0.477*								
	T	14	0.053															
たまねぎ	F	17	0.415*	静岡 愛知	10	0.047												
					20	-0.375												
レタス	F	23	-0.623**	長野	22	-0.459*	22	0.465*										
	T	23	-0.699**															
サラダ	F							埼玉	21	-0.229	21	0.506*						
いちご	F	23	-0.587**	静岡	15	0.247	15	0.756**										
アスパラ	F												長野	20	0.899**			
セルリー	F												静岡	14	0.594**			

\* は5% } 水準で有意  
\*\* は1%



者の希望価格が反映して価格がきめられ、入荷量による変動は少ない。

③ 転送品は指値や転送業者の競売立合があり、転送元市場の価格が基準になる。

④ 買付品も買付元価格によりきまる。

(3) 県内産価格水準

価格そのものについてみると12表のようになる。まず

第12表 入荷形態別単価 (野菜総量 5月平均)

市場名	県内産	県外産	転送	買付	平均
F	113 <sup>円</sup> (0.85)	109 <sup>円</sup> (0.82)	248 <sup>円</sup> (1.86)	237 <sup>円</sup> (1.78)	133 <sup>円</sup> (1.00)
T	115 (0.85)	136 (1.00)	248 (1.82)	—	136 (1.00)

市場間でみると県内産、転送、平均価格ともほとんど変わらない。県内産は両市場間の距離が7km以内にあり、また近くに数市場あることから、出荷者の市場選択の巾は大きく価格も近似している。転送はいつでも東京、横浜が転送元であり価格も同じである。県外産であるが、F市場の場合、買付の中にも県外の産地商人ものが相当含まれており、T市場と統計処理方法を異にしている。平均価格、県内産、転送品が両市場は同じ価格であることからみれば、県外産も同程度になるであろう。したがってT市場の価格を県外産価格とみていい。

価格は県内産がもっとも安く、転送品がもっとも高い。その間に県外産、買付の価格がある。しかしこれは総平均であり、品目構成のちがいもあるので、品目別に整理したのが13表である。

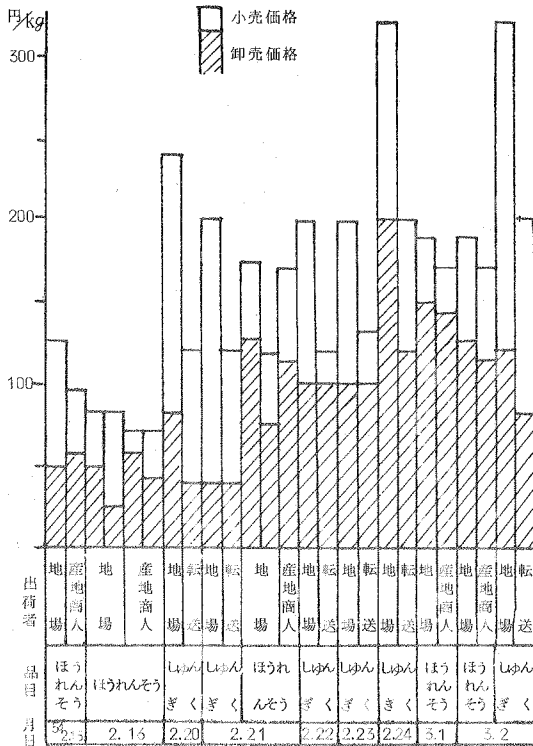
この表も5月平均であり入荷量、入荷日数の多少にかかわらず記載した。この表からは前述のような価格差を明確にみとめることはできないが、両市場合せて入荷形態別に最高値を出した回数割合をみると、県内産3/31 ÷ 0.10、県外産8/26 = 0.30、買付4/10 = 0.40、転送16/27 = 0.59となり、総平均でみた傾向と一致する。このように県内産は転送、買付、県外ものに比べて安く取引されている。

こうした価格差は何か。一般に県内産は品質もまちまちであり規格も不統一である。それに較べて県内産以外のものは品質もよく規格もそろっている。したがって県内産は平均して価格が安い、良いものは高く売れていると云われている。しかし野菜の品質において鮮度は重要な内容をなしている。そしてその鮮度は県内産は県外

産や転送品にくらべて優位に立っている。さらに熟度でみても適期の収穫出荷は県内産の方がしやすい。品質云々に疑問が生じてくる。これを解くために、過去の市場データをもってしても不可能であるし、又日々の取引現場にいたとしても品質の客観的評価はできない。一方小売価格は多くの消費者の評価を受けるものであり、その品質を端的に表現するものと思われる。こうしたことから小売価格との比較において、卸売価格をみようとしたのが1図のグラフである。

第13表 入荷形態別単価 (5月平均)

品目	市場	県内産	県外産	転送	買付	平均
だいこん	F	47 <sup>円</sup>	85 <sup>円</sup>	82 <sup>円</sup>	— <sup>円</sup>	54 <sup>円</sup>
	T	57	95	—	—	57
にんじん	F	74	55	114	120	83
	T	68	59	116	—	73
ごぼう	F	138	183	337	331	280
かぶ	F	81	95	—	—	82
	T	—	—	—	—	—
ほうれんそう	F	224	285	227	—	242
	T	132	92	—	—	130
はくさい	F	33	44	36	—	38
	T	42	—	52	—	47
きゃべつ	F	97	103	120	93	98
	T	81	157	185	—	82
ねぎ	F	96	90	88	45	92
	T	46	82	80	—	61
なす	F	341	300	328	319	313
	T	209	332	298	—	287
きゅうり	F	194	294	237	242	198
	T	201	216	259	—	201
トマト	F	169	185	287	256	170
	T	172	—	211	—	172
ピーマン	F	128	114	194	206	192
	T	195	—	308	—	308
さといも	F	127	170	339	—	147
	T	173	196	269	—	187
玉ねぎ	F	24	45	66	—	38
	T	34	44	—	—	43
レタス	F	66	56	82	110	67
	T	51	—	84	—	51
サラダナ	F	197	—	440	200	397
	T	—	—	—	—	—
いちご	F	549	531	739	—	554
	T	540	646	456	—	634



第1図 卸売価格と小売価格 (T市場)

この調査は54年2月15日から3月上旬まで、T市場で仕入れを行う1青果商(売場面積75㎡, 従業員家族3人パート2人, 年商8,500万円, うち青果物5,500万円, 青果物店頭売り3,700万円, 納め1,800万円, 対面販売, 小売商歴33年)から, 日々の仕入価格と小売価格を電話でききとったものである。

調査開始の2月中旬は市場価格が全般的に低く推移した時期であるが, 日々の小売価格と卸売価格を比較するのにはさしつかえない。品目は荷姿が同じもので品目内の種類も同一とみなされるもの(例えば三浦大根と青首大根は比較しない)に限ったため, ほうれんそうとしゅんぎくの2品目に限定された。県内産と転送品あるいは県外ものが同時に仕入れられた日をとったので, その日数も多くない。こうして事例が少ないうらみはあるが特徴的な点をあげれば次のようになる。

まず2月15日のほうれんそうであるが, 埼玉産の産地商人ものをkg57円, 県内産をkg50円で仕入れている。しかし小売価格は前者が95円, 後者が125円で仕入価格と逆転する。2月16日も同様である。また2月22日と23日のしゅんぎくのように仕入価格は同じでも, 小売価格は県内産が高い。「同じ値段で仕入れても近在ものは鮮度だけもうかる」のである。また小売価格と卸売価格の差

=小売の粗利益分は, 2月21日のほうれんそう以外は, いづれも県内産が大きくなっている。同じ目方をあつかっても県内産の利益の方が大きい。

こうみえてくると, 指値とか希望価格によって小売価格からみれば割高のものを仕入れ, そのことが県内産価格にマイナスの影響を与えている。前述のように県内産が概して安いこと, 品質も悪いとはいえないことを考えれば, 上記の点は誤りないものと思われる。

なお, ここでは地方市場での価格形成や小売商の仕入, 販売方法を問題にしているのではなく, この背後にある流通のしくみを問題にしたかったことを, 念のため附記する。

## 2. 横浜市中央卸売市場における県内産野菜の価格

### (1) 市場の概要

横浜市中央市場本場は53年の取扱額470億円, 青果部卸売会社2社, 仲卸人39社, 買参人数1,306人である。取扱額の約65%が仲卸によって扱われる。入荷形態では直接入荷が99.4%, 輸入0.6%で系統を中心に全国から出荷される。県内産野菜の53年の入荷量は22,792tで総入荷量の12.5%にあたる。うち県内産主要品目は19,974tで全県(3類都市以上の都市)の入荷量140,804tの14%である。野菜の横浜市中央市場(南部を含む)の転送送り出し量は, 52年で31,960tで全国第4位である。転送量の77%が県内へ送られ, その他静岡, 千葉, 長野など6県に送られている。

### (2) 野菜の取引方法(C社)

時間の流れを考慮しながら, 取引方法を記述する。

① 入荷 県内産前日午後5時~11時, 県外産前日午後11時~当日午前4時(完了)

② 先取り 午前2時~5時, 5時半までに搬出, 荷口, 等級別に4割を限度, 先取者は卸売会社, 仲卸16社, 一般買参人11人, 仕向け先は船船, 学校給食, 量販店, 転送など。量販店は129店舗。セリの最高値で精算。

③ 相対取引 7時10分から。品目は前月の20日までに市, 小売, 卸, 仲卸で構成する需給調整委員会で決定。パセリ, メキャベツなど特殊用途の野菜及び遠郊産地で指示価格のあるもの(関東1都6県から出荷されたものは全面競売。取引量により相応の優遇措置あり)。

④ 競売 7時30分から菌茸類の移動ゼリ(約10分)。7時40分から固定ゼリ。共選のもののみ。参加する買参人は200~300人。上場単位は品目別に定められている。例えばトマトは5梱包(3%が1梱包)を最低取引単位としているが, 高価格時は売りづらいので弾力的に運用。

競売にあたっては、東京価格をにらみながら販売。産地の希望価格も強まっている。競売中価格を下げてでも売れない場合、セリは2度にとどめ(2度仕切り)、残品は相対で売る。残品相対の価格はセリ人の判断による。固定ゼリ終了後、近在ものの移動ゼリ、仲卸と一般買参人の取引割合は半々である。

なお仲卸の粗利益率は39社平均で6.5%、野菜中心の21社平均7.6%、果実中心の18社平均で5.3%である。

(3) 価格形成

14表はC社の53年5月の日別、産地別の販売実績をも

第14表 横浜中央市場における価格形成(53年5月)

品目	産地	入荷量と単価		単価 円/kg	占有 率%	備考
		自由度	相対係数			
だいこん	横浜			67	1	横浜市内青果市場 5月転送依存度(A) 24.8% 横浜市内青果市場 53年転送依存度(B) 19.9%
	埼玉	22	0.090	77	13	
	千葉	23	0.128	77	56	
かぶ	横浜	22	-0.436*	67	50	A: 2.7%
	埼玉	23	0.304	67	39	B: 5.7%
	千葉	23	-0.351	72	23	
きゅうり	横浜	19	-0.444*	123	5	A: 33.3%
	平塚	21	-0.641**	140	4	B: 36.9%
	茨城	23	-0.248	142	7	
	埼玉	23	-0.228	210	44	
	千葉	23	-0.269	144	25	
トマト	横浜	22	-0.542**	193	15	A: 2.8%
	茨城	21	-0.686**	137	12	B: 20.4%
	埼玉	21	-0.615**	171	13	
	千葉	23	-0.559**	161	31	
きゃべつ	横浜	23	-0.811**	70	37	A: 0.7%
	三浦	11	0.264	123	20	B: 4.1%
	千葉	22	-0.692**	106	19	
ねぎ	横浜	19	-0.471*	62	29	A: 14.2%
	埼玉	23	0.204	97	28	B: 19.9%
	千葉	23	-0.236	96	36	
ほうれんそう	横浜	23	-0.381	178	57	A: 2.3%
	埼玉	23	-0.251	226	18	B: 4.3%
	千葉	20	-0.274	165	7	
レタス	横浜	22	-0.124	94	16	A: 20.8%
	山梨	21	-0.295	107	36	B: 58.5%
	長野	20	-0.481*	113	19	
こまつな	横浜	23	-0.483*	113	60	
カリフラワー	横浜	22	-0.582**	110	42	A: 47.4%
	山梨	11	0.658**	92	41	B: 21.8%

とに計算したものである。

先に述べた取引方法なり出荷者の希望が、価格に対してどのように作用しているかをみる。

まず横浜市内産についてみると、かぶ、きゅうりなどのように入荷量と負の相関を示す。また単価もトマトを除いて安い傾向を示す。この点地方市場と同様である。相対売りや転送になじまず無条件委託の近在ものは入荷量が直に価格に影響してくる。価格については市内産の多くが個人出荷や任意組合出荷もので移動ゼリで販売されるが、卸売場の効率的利用や取引の能率化からみて敬遠される。また地場ものは小売商の直接買受が比較的多いが、仕入れ全体とすれば、上場単位等の関係から仲卸に多く依存し直接買参よりも7%以上高くなり、小売価格をにらんだ価格での仕入れがむずかしくなっている。そしてそれが地場ものへのしわよせになっている。

次に県外産については、入荷量による価格の変動は少ない。相対売り、先取り転送による需給調整、2度仕切りと残品相対がとられることによるものであろう。

転送との関係をとマトについてのみおく。トマトは県外産も入荷量と負の相関を示す。トマトがどれだけ転送に出されたかを示す資料が得られないので、転送を受ける側の資料と関連づけてみる。14表中の備考欄に横浜市青果市場の5月と53年の転送依存度を示す数値を掲げた(神奈川県統計情報事務所、昭和53年青果物市場統計による)。トマトの5月の転送依存度は2.8%で、年間の20.4%より著しく小さい。そして県内産への依存度は97.2%である。転送元では、転送による需給調整がむづかしくなり、入荷量の増減が直接価格に影響を与えているものと思われる。キャベツも同様であろう。逆に転送が順調に行われているだいこん、きゅうり、ねぎなどは東京価格や産地希望価格を反映した価格形成が行われる。このように日々の具体的な価格形成には、上場以前の転送荷の需給関係が反映されている。

まとめ

地場流通のもつすぐれた機能に着目し、それをどう安定的に拡大させるかということから、出荷組織と市場価格の検討をした。

個人出荷ものの価格を出荷調整によって安定させるという点からみても、いまの生産を維持発展させるためにも出荷の組織化が重要である。その組織は多様な農家による多様な生産物の出荷を保証する必要がある。作目別の組織ではなくて、地域の野菜全品目を取扱う出荷組織が重要である。

農協共販が地域としての量産性を前提としたものであ

り、都市化の激しい地域では集落範囲程度の出荷組合も考えられる。この組織化にあたって、その中心的担い手は地域の野菜専門経営である。その人たちに組織運営の負担を感じさせないためには、市場との契約にもとづく計画生産・出荷、量の確保と品揃の充実により市場価格、その他の面において有利性を実現することである。地域ぐるみの生産を追求し、経営条件のちがいをふまえて多様な生産を行いつつも、いくつか共通野菜、作型の導入をはかることである。農協との関係では、資材購入、販売代金精算等は農協事業として組みこむなど、協力分担関係を確立することが実務面から担い手を求めやすくしていくことにもなる。

出荷組合は文字どおり出荷組合であり、出荷調整、他市場への分荷など販売面でのとりくみがなく、有利性実現に限界をもたざるを得ない。それだけに転送品や産地商人ものから受けるマイナスの影響をなくす対策が同時にすすめられなければならない。

農協共販と地方市場の結合では、市場との契約と計画生産出荷、市場選択、複数市場出荷と出荷調整によって地方市場においても有利な販売が可能である。とりわけ出荷調整が重要である。地方市場は受容量が小さく出荷量変動への対応力は小さい。それだけに中央市場出荷とちがったきめこまさが求められ、農協の販売体制の充実が重要である。

なお市場側の条件としては、一定の規模と販売力が必要とされようが契約と計画出荷を前提とすれば、県内多くの地方市場が対象たりうる。

次に農協による多品目共販であるが、多品目生産による量の確保と品揃の充実により、出荷調整が総合的に行えるようになり単品共販よりも安定的に有利性を実現している。地方市場は品揃えでも転送に大きく依存しており、直接集荷できるとしたら経営上も有利であり、受け入れ条件はある。

価格との関係でみれば、地方市場では県内産は全国的流通野菜からマイナスの影響を受け不利な価格形成を余儀なくされている。全国的流通品の価格上の条件を緩和、廃止又は回避することである。現在転送解消策として地方市場の大型化がすすめられている。しかし大型産地育成、大型共選共販の推進と大都市中央市場への集中出荷という、制度的にも保証された関係のもとで、地方市場を大型化したとしても転送を解消することはむづかしい。またそれが整備された大型市場の現実でもある。地方市場出荷の促進や集散市場化への規制など制度のみなおしが必要である。当面よりましな流通のあり方として、県

外産地からの直接集荷を促進するための共同荷受組織が考えられる。この共同荷受は地場野菜価格の適正化という面だけでなく、52年から地方市場が取扱量を減少させているなかで、収益率の低い転送から脱却するためにも重要である。野菜だけで年間4万t以上の入荷量と転送元市場の価格に対して2～3割高<sup>8)</sup>という価格水準からみて、また転送品の地方市場手数料が3～4%にしかならない点、さらに東京なり横浜の大手荷受の資本系列に入っている地方市場が少なく、逆に独自性を発揮できる市場が多いことなど、共同荷受の成立する可能性があると思われる。

中央市場では、近在ものは移動ゼリが行われ、小売商の直接仕入が比較的多くなっているが、売場の効率的利用や取引能率化の面から卸からも敬遠されているし、小売商の仲卸からの仕入れ増加とも関連して価格水準は低くなっている。これは生産、流通制度そのものに起因する。地場ものの売場の確保や共販のものも小売商が直接買参できるような保証が必要であろう。

## 要 約

1. 県内産野菜の供給を増大させるためには、現実の多様な生産を進展させつつ、個人出荷を多品目販売組織として確立することが必要である。
2. 県内地方市場は集散市場体系に深くくみこまれ、価格形成、集荷・品揃機能を低下させている。多品目販売は地方市場の機能回復に役立つし、生産者にとっては市場との交渉力強化の手段となる。
3. 農協共販と地方市場の結合の条件としては、受容量の小さな地方市場出荷は、中央市場出荷とちがったきめこまさが求められることから、農協の販売体制の充実が重要である。
4. 地方市場において全国流通品は取引上の条件がつき、無条件委託の地場ものはその影響をうけて不利な価格形成を余儀なくされている。この取引条件を緩和、廃止、回避する方策が必要である。地方市場出荷の促進や集散市場化への規制など制度のみなおしが必要であるが、当面共同荷受組織の新設が考えられる。
5. 中央市場においては先の制度のみなおしとともに、地場ものの売場の確保や共販のものも小売商が直接買参できるような保証が必要である。

## 引 用 文 献

- 1) 神奈川県農政部 農畜産物の価格補償制度に関する調査 1974年3月

- 2) 神奈川県農業将来像予測プロジェクトチーム 神奈川県農業の動向と展望 昭和53年12月
- 3) 神奈川農試 経営研究資料116号「平塚春キュウリの共同出荷に関する調査研究」1968年3月 中央市場出荷から県内地方市場出荷に移行した経過についてふれている。
- 4) 神戸賀寿朗 農業及び園芸第47巻第1号 137p
- 5) 小林孝一 経済と貿易124号 1978年5月
- 6) 御園喜博 農産物価格形成論 145p 東京大学出版会 1977年, 同様な指摘は, 山口照雄 野菜の流通と値段のしくみ 222p, 農文協 昭和49年, 神戸正 農林業問題研究第11号 1967年9月にみられる。
- 7) 沢田進一 農林業問題研究第55号 1979年5月
- 8) 高橋一男他, 埼玉農試研究報告第50号 昭和43年3月によると東京市場価格と埼玉県内市場価格の転送物価格を比較すると, 転送物が20~30%高いと報告されている。また神奈川統計情報事務所 昭和52年青果物市場統計によって主要14品目について転送価格と横浜中央市場価格を比較すると, 横浜市内市場では30%, 小田原市内市場では22%転送品が高くなっている。
- 9) 山口照雄 野菜流通の実態と販売対策 175p, 農文協 昭和54年6月

## Summary

From the point of view of highly estimating the role of local marketing and of promoting its stable enlargement, we examined the way of products shipment and market distribution.

1. We intended to elucidate that it is rational to ship various products not only developing and maintaining regional farming but improving local wholesale market system and function.

It is necessary that the development for regional vegetable produce should promote various products adapted to each type and size of farming and also should shift conventional farmers' shipment to the organized body dealing with various products shipment.

On the other side, local wholesale markets go down their function of price making and assembling as well as assortment on account of deep connection with the system of central collecting and shipping market.

Various products shipment will improve the recovery of these functions and is available for shippers to reinforce a trading power against these markets.

2. In local wholesale markets, goods transmitted from other wholesale markets and jobbers in producing area are under conditions of dealings such as Limits.

So regional products of unconditional sale on consignment is obliged to make a disadvantageous price influenced by its effects.

For alleviating, abolishing and evading these dealings condition, we suppose to look around against a system basically. This paper suggest to establish a cooperative stocking organization as an immediate countermeasure.