

卸売市場におけるリスクヘッジの必要性 の増大とベシス取引の展望

細川 允 史
藤田 武 弘
尾 碕 亨

- 1 本研究の目標と問題意識
- 2 自由競争化へ向かう卸売市場
- 3 比重高まるフォワード取引
- 4 卸売手数料自由化による生産流通構造の地殻変動とリスクヘッジの必要性の増大
- 5 リスクヘッジがない価格保証型取引の危険性の事例
- 6 卸売市場と先物取引との関係の検討
- 7 卸売市場取引のリスクヘッジとしてのベシス取引の検討

1 本研究の目標と問題意識

2000年度において、日本商品先物振興協会からの助成を受けて、「卸売市場情報システム化の進展下における予約相対取引の先物取引化の可能性に関する研究」として、卸売市場に絡む先物取引について研究を行った。この当時は、卸売市場の取引は、法規制の元である程度「窮屈な」取引を強いられていた。セリから予約相対取引へ比重が移りつつあったが、セリを放棄することはできなかった。つまり卸売市場は現物を目の前にしてその場で需給を調整するシステムから脱却できなかった。そのため、予約相対取引のリスクを先物取引という卸売市場から見ると異質の取引システムでフォローするというアイデアは時期を得なかったといえる。

しかしその後、卸売市場政策は、取引の自由化を軸として急展開しつつある。その状況下において、卸売市場において先物取引的システムを導入する条件は、大きく前進しつつある。

また、先物取引の側からも、昨年10月から横浜商品取引所においてジャガイモの先物上場が始まり、今年4月からは関西商品取引所において冷凍エビの先物上場が開始された。いずれも卸売市場における主要な取扱物品であり、その動向は卸売市場にも影響を与える要素を持っている。また、先物商品であっても、卸売市場の機能を利用する余地は十分にあると考えられる。そこで、両者を有機的に結びつける方法があれば、双方にとってプラスとなる。これらを踏まえ、以下の視点を中心として、生鮮食料品の先物商品について、分析することを問題意識とする。

本研究は、前研究の延長として、新状況下における卸売市場と先物取引の関係について改めて可能性を追求することを目的とする。

本研究は、生鮮食料品分野での先物取引の拡大と、卸売市場取引の安定のための先物取引手法の応用、の両面からアプローチすることにより、生鮮食料品取引のリスクヘッジシステムの充実を図ることに役立てたいというのが研究目標である。

キーワードは、契約型取引と予約型取引が卸売市場取引の中心となるにつれて、関係者のリスクヘッジがますます必要になってきていること

生産者の経営安定にとって有利な長期型契約型取引はいままうまくいっておらず、その円滑な実施の推進には、リスクヘッジが欠かせない。そのためにベース取引は大いに検討の価値がある。

卸売市場制度と先物取引 従来は、現物取引の場である卸売市場において、先物取引に関わることは敬遠する雰囲気が強かった。いまでも、生鮮品（ジャガイモ、冷えびなど）の現物取引先として、卸売市場を指定することについては慎重的な意見があると聞く。

卸売市場法上、卸売会社が先物取引に関われるかどうかの法的判断

輸入品（買い付け品が中心）についてのリスクヘッジの必要性

2 自由競争化へ向かう卸売市場

国は今、卸売市場制度をどうするかを検討を行っているが、基本的方向として完全自由化が目指されている。しかも現実には自由競争が進んでいて、たとえば東京築地市場の大手卸売会社どうしが合併するなど、かつて予想しなかったような変化が起きている。卸売会社の合併の動きはしばらく続くと考えられる。安定から変化へ、卸売市場が流動化しつつあるといっても過言ではない。

しかしながら、卸売会社が合併して大きくなっても、それだけで集荷が増える状況にないことも事実である。それだけ、今日の卸売市場は制度としての新鮮さを失ってきているといえる。その背景を考察すると、その第一の原因は、わが国の青果物が、輸入品に対して優位性を実感できなくなってきたことである。第二の原因は、魅力ある商品の集荷に卸売市場がスムーズに対応しにくいということである。

取引の自由化は、具体的には次のような項目において実施され、それは次のような影響をもたらすと考えられる。

卸売市場を中核流通システムとしない

取引方式の自由化

集荷方式の自由化

差別的取り扱い禁止原則の撤廃

卸売手数料率の自由化

卸売会社の「卸売手数料以外の報酬の授受の禁止」規定の撤廃

即日上場原則の撤廃
 卸売会社の兼業業務の自由化
 場外保管場所の規制の撤廃
 商物分離の制限の撤廃
 中央卸売市場の開設者の制限の緩和

(1) 卸売市場を中核流通システムとしない方針

表1は、卸売市場経由率の推移を示しているが、市場外流通の増加で、1985年代から卸売市場経由率（中央卸売市場と地方卸売市場の合計）は低下傾向が顕著となったが、10年を経た94年頃から下げ止まってきた感があった。しかし、最近の数値をみると、また低下の方に動き出しているように見える。

表1 卸売市場経由率の推移

(単位：%)

区 分	1975 S 50	1985 S 60	1990 H 2	1991 H 3	1992 H 4	1993 H 5	1994 H 6	1995 H 7	1996 H 8	1997 H 9	1998 H 10	1999 H 11
青果物	88.0	86.2	81.9	80.6	79.6	80.0	74.7	74.2	74.8	74.7	74.8	71.6
野菜	87.9	88.9	85.2	82.9	85.5	84.8	82.7	80.8	82.6	83.0	82.8	80.8
果物	88.1	81.4	76.1	76.2	69.9	72.0	62.8	63.4	61.7	61.6	61.7	56.8
水産物	79.1	77.0	72.1	76.7	75.6	70.2	70.2	67.6	69.4	71.0	71.6	70.0
食肉(牛)	32.7	34.8	38.2	34.1	28.8	22.7	22.5	21.5	21.5	20.4	20.3	22.5
花き	80.0	78.7	82.3	86.6	83.1	85.8	85.1	81.9	84.1	85.5	85.6	84.6

農林水産省「卸売市場の現状と課題」、「卸売市場データ集」による 1999は暫定値
 食肉(牛)は、1975年の欄は1977年

このような流れを踏まえ、卸売市場を生鮮食料品流通の中核という位置づけではなく、いろいろある流通システムのひとつ（One of them）という位置づけにしていく。そのため、卸売市場に偏っていた生鮮食料品流通関連の行政を見直す。例えば、先物取引と関連が深いテーマでいえば、1963年に制定された野菜生産出荷安定法で、価格保証の対象として大都市の指定中央卸売市場出荷品に限定していたのを、市場を迂回して産地から外食産業などの最終需要者に直接納入する場合も対象とする方向で検討されている。

生鮮食料品とりわけ野菜を先物取引の対象としようとする場合、現物取引の結果について一定の価格保証（リスクヘッジ）を行う野菜生産出荷安定法（野菜供給安定基金制度）とのバッティングが指摘されていた。

しかし、野菜生産出荷安定法の方が、卸売市場のみを対象としない方向に転換したことにより、この論理は崩れつつあり、生鮮食料品を対象とした先物取引の導入に対する抵抗はなくなったといえる。

卸売市場を生鮮食料品流通の中核としない（特別扱いしない）方針がとられた背景は、平成13年度に政府が実施した、ネギとタマネギなどについて中国を対象としたセーフガードの暫定発動である。政府はセーフガードの本発動が、中国との関係悪化につながることを恐れ、国産野菜のコスト削減策を打ち出した。その要諦は、収穫の機械化によるコスト削減、集荷・選別の合理化、卸売市場を迂回して産地から外食産業などの最終需要者と直接取引することによるコスト削減、である。卸売市場経由に要するコストが「邪魔者」扱いになってきている。

逆にいえば、卸売市場側も、これまでのような現物を流通する公共的役割だけでなく、より総合的な機能を持つ動機付けとなると考えるべきである。

さらに重要なことは、以下に述べるように卸売市場ないし卸売会社は、ますます価格リスクを負うことになり、その対応策としてのリスクヘッジのためのシステムがますます現実味を帯びてきているということである。

(2) 取引方式の自由化

卸売市場における取引方式は、セリと相対取引しかない。1923年の中央卸売市場法制定以来、これまでセリが卸売市場取引の原則とされたが、大型流通の増加や早い時間帯での納入や欠品回避を希望する量販店が小売の中核となるに及んで、セリ実施の基盤が縮小してきた。そして、当日における定価販売的な相対取引だけでなく、卸売会社が事前に小売等の需要側と出荷する産地側の需給を突き合わせて調整する予約型取引が主流となってきた。そのため、公表されたセリ比率も下表のように急速に下がってきている。

表2 セリ入札比率の推移（金額ベース）

（単位：％）

項目 年度	青 果		水 産				食 肉	花 き	
	野 菜	果 実	鮮 魚	冷 凍	塩 干 加 工				
1989	67.4	70.7	64.3	35.9	62.7	19.3	14.5	82.5	97.4
1990	64.9	67.1	63.2	35.2	61.5	19.5	14.5	85.0	92.8
1991	62.2	64.9	59.9	34.9	60.4	18.5	14.7	86.0	88.9
1992	59.8	62.4	57.7	34.0	58.3	20.0	11.3	87.3	87.7
1993	58.7	60.9	56.5	33.4	57.1	19.9	10.8	88.4	86.5
1994	58.2	60.5	56.9	32.4	55.9	18.6	9.7	86.0	85.3
1995	55.1	57.5	53.3	32.2	54.6	18.5	10.0	89.8	79.7
1996	52.4	54.5	50.7	30.8	53.3	16.7	9.4	89.7	75.8
1997	50.6	52.6	48.8	30.8	52.8	16.9	10.3	90.1	79.3
1998	49.3	51.0	47.6	29.5	51.2	16.5	8.7	89.6	74.4
1999	46.3	48.0	44.8	29.4	50.8	17.3	8.3	89.7	74.1
2000	34.3	35.3	33.7	25.4	44.8	16.0	3.8	83.0	68.5

資料：農林水産省総合食料局流通課『卸売市場データ集』平成13年版

(表の解説) 水産市場はもともとセリ比率が低く、食肉市場は高率を維持し、花き市場は下がったとはいえまだ7割近いセリ比率を確保しているのに対して、青果市場はもともとは過半であったのが半分に急減しており、青果市場における取引変化がもっとも激しかったことを示している。このように、市場取引を巡る制度の改革は、青果市場の動向がもっとも大きく影響しているといえる。

このような状況は、セリ原則を規定していた卸売市場法と矛盾するため、政府は卸売市場機能の高度化の観点から、1999年に卸売市場法を改正し、セリとともに相対取引も原則取引と位置づけた。その時点で、卸売市場においてフォワード取引、フューチャー取引に道が開かれたといえる。

(3) 集荷方式の自由化

中央卸売市場法における取引方式の根幹であったセリ原則は、卸売会社の集荷方式としては無条件委託販売の受託とセットであった。卸売会社はその受託による委託販売手数料のみを収入源として制限されていた。しかし、1970年に改正され、新法として公布された卸売市場法では、「自己の計算による卸売」つまり生産者から買い付け集荷することが合法化された。ただし、例外取引として、本来のセリ取引に影響しないことが条件とされ、開設者に事前に承認を得る必要があった。そのための手続きに要する手間とコストも卸売会社にとっては負担であった。

取引自由化となると、開設者に対する承認手続きも不要となり、それだけコスト削減となる点も見逃せない。さらに重要なことは、買い付け集荷ということは、卸売価格が決まる前に生産者価格が決まっているということで、卸売会社がリスクを負うことになるということである。買い付け集荷の比率は、表3に示すように、年々上昇している。卸売市場によっては、買い付け集荷の比率が9割程度という高率の卸売会社もある。大阪市中央卸売市場水産物部のO社で、同社は買い付け集荷したものの(鮮魚中心)をセリにかけている。買い付け原価があるために、セリ価格が成り行きで安くなると、卸売会社が損失を被ることもあるが、販売担当者の原価意識を醸成するためにはこの方法が最適というのが経営者の考えである。現に同社はかなりの額の損失を被ったこともあり、その後の営業努力で取り戻したというものの、常にリスクが伴う方法ではある。委託販売手数料を収入源とすれば、確実に収入があり損失はあり得ない。しかし、卸売単価が下落すると、連動して委託販売手数料収入も減少し、人件費などの営業費用をまかなえない事態もありうるし、昨今のデフレ傾向のなかで、それは現実化し、それもますます深刻化しつつある。その克服策として、卸売会社は、買い付け集荷による利ざやの確保に注目し、移行しつつある。するとリスクも増大するために、リスクヘッジについても真剣に検討しなければならない状況が近づきつつある。

現状では卸売市場、卸売会社は、先物取引について卸売市場で形成する現物価格形成機能を惑わすものとして警戒する傾向が強いが、買い付け集荷の比重増大と将来の中心化の

見直しは、そのような傾向の見直しを迫るものとして注目される。

買い付け集荷は産地からばかりとは限らない。集荷力が弱い卸売市場・卸売会社は、他の卸売会社からの買い付け集荷で、品揃えを確保せざるを得ない。その場合、原価があるので基本的には定価販売に近い相対取引で卸売するが、買い出し業者に対する配慮（買い出し業者をつなぎ止める）から、セリを行わざるを得ない場合もある。多くの場合、買い付け価格とセリ価格は逆ざやになる。このことが卸売会社の経営内容を悪化させ、体力を弱めてさらなる卸売会社間の格差拡大につながっている。しかしながら、そのような卸売会社であっても、その地域においては必要な卸売会社もあり、経営悪化卸売会社はすべて退場させて済むという単純な話ではない。卸売会社の再編問題と絡めて、リスクヘッジのあり方についても視野に入れた新しいシステムの検討が求められる。

(4) 差別的取り扱い禁止原則の撤廃

差別的取り扱い禁止原則は、産地・出荷側に対しても、小売・買い出し業者側に対しても適用される。その趣旨は、わが国卸売市場の中心である中央卸売市場は、地方公共団体による公設の施設であるから、特定の業者や出荷者を優遇することは許されない、という思想である。この原則は、公設卸売市場にとって絶対ともいうべき原則であって、民間企業では取引先の選定（裏返せば取引しない選択）をすることは営業活動として当然のことであるが、それが公共施設を利用する中央卸売市場においては許されないということである。

卸売市場に入荷する品物には、取り扱いに手間がかかるが単価が安いものもある。重量野菜といわれるダイコンやハクサイ、キャベツ、それにイワシ、アジ、など消費生活に欠かせない大衆品は一般にそうである。また、零細な生産者の出荷品は取り扱いの効率が悪い。卸売会社の営業採算としては、効率の良い品物（単価が高くて取り扱いが容易、ないしロットが大きいもの、など）に集中して、効率が悪い品物を切り捨てたいところである。取引の自由化が徹底すればこのようなことも現実化する可能性がある。

(5) 卸売手数料率の自由化

戦後、国策として中央卸売市場の全国展開が推進されてきた。中央卸売市場の設置は、中核・中堅都市にとってステータスというべき存在でもあった。そのため、昭和30年代、昭和40年代に中央卸売市場の建設ラッシュが起きた。それがその後、流通の大型化とともに一部大型卸売市場に取り扱いが集中する傾向が生まれ、卸売市場間の競争激化から過剰がいわゆるようになった。

現在、大都市部（首都圏、関西圏など）における卸売市場の過剰と、地方の卸売市場の経営悪化、中央卸売市場会計も赤字が増大して地方公共団体の財政を圧迫する事態が深刻化しているが、公設卸売市場においては開設している地方公共団体の意向次第で、赤字を一般会計から補填するなどにより市場を「延命」させることが可能で、現に、廃止になっ

た中央卸売市場はない。また、経営悪化した卸売会社や仲卸業者などが、卸売市場の活性をそいでいる。

農林水産省は、平成11年度に制定した第7次卸売市場整備基本方針において、一定の経営指標を下回った卸売会社に対して、国が退場勧告を出すことになった。卸売会社どうしの合併なども積極的に進めることになった。このような市場再編、卸売会社再編を推進するために、卸売手数料の自由化は強力な武器とされる。国は、証券会社の仲介手数料の自由化など、規制緩和が進んでいる現状を踏まえて、卸売市場の卸売手数料についても規制緩和つまり自由化の方向で検討を行っている。

卸売手数料が自由化されれば、卸売会社は優良産地の品物の集荷競争から、そのような産地に対しては卸売手数料の引き下げ競争になり、その一方で、卸売手数料引き下げのバランスをとって採算を維持するために、優良産地以外の産地からの出荷品について卸売手数料を上げてくる可能性が高い。卸売手数料を上げられた産地は、その率によっては「受託拒否」と同じ意味を持つことになる。

このような取り扱いは、公設卸売市場においては、施設の公共性を背景とした「差別的取り扱い禁止原則」に抵触するのではないかという疑問が起きる。この論理的解決はそのままではほとんど不可能で、その解決のひとつの方向が、(10)に後述する、中央卸売市場民営化の方向である。

(6) 卸売会社の「卸売手数料以外の報酬の授受の禁止」規定の撤廃

卸売会社の「卸売手数料以外の報酬の授受の禁止」規定は、前述のように、卸売会社の営業範囲を狭め、中央卸売市場の公共性を確保するために、無条件販売委託による集荷に限定するために設けられた規定である。そのために、卸売会社自身が産地に予め代金を渡して買い付けてくる行為は原則禁止されていた。1970年に成立した卸売市場法では、開設者の承認手続きを経て限定的に実施できるようになったが、卸売手数料による収入の方が卸売会社として安定している一方で、買い付け集荷は利益率が一般に低いために、買い付け集荷の増大は卸売会社の経営を悪化させるので慎重にすべきというのが通説であった。しかしながら、優良産地の品物の集荷競争の激化(青森のリンゴ、熊本のデコポンなど)、それに集荷競争で不利な卸売会社が産地により高い価格を提示して集荷するための買い付け集荷や、他の卸売会社からの買い付け集荷など、買い付け集荷をする動機が増大している。

買い付け集荷は、産地からのある意味で「無理な」集荷をすることが背景であるために、卸売会社はその売り渡し価格が必ずしも買い付け価格と比較して順ざやになるとは限らず、逆ざやとなって、卸売会社の経営を圧迫する可能性も大きい。卸売会社は、買い付け集荷の拡大について、リスクヘッジのシステムを導入することによって、少しでも経営リスクの回避を検討すべき状況にある。買付集荷の比率の推移を表3に示した。

表3 中央卸売市場における買付集荷比率の推移

(単位：%)

項目 年度	青果		水産				食肉	花き	
	野菜	果実		鮮魚	冷凍	塩加工			
1989	19.0	12.3	28.1	60.7	32.6	85.7	74.8	12.6	1.0
1990	19.0	13.2	27.2	61.1	32.7	86.3	74.9	9.9	1.3
1991	20.5	14.4	28.8	61.0	34.0	86.4	74.8	9.1	1.5
1992	20.7	14.2	29.4	60.7	34.4	85.8	75.2	10.8	1.6
1993	21.1	15.7	30.1	60.9	35.7	85.5	75.1	9.5	2.0
1994	21.5	17.0	27.7	61.6	36.5	86.4	75.6	9.0	2.2
1995	22.2	17.4	29.0	61.7	37.5	86.0	75.9	9.0	2.3
1996	22.8	17.9	29.4	62.7	39.0	86.3	76.1	9.2	2.5
1997	22.9	18.2	30.6	63.1	40.0	85.7	77.0	9.9	2.7
1998	23.9	20.1	29.9	64.0	41.2	86.3	77.8	9.0	3.0
1999	25.2	20.6	32.1	64.8	43.2	85.8	78.8	8.4	3.0

農林水産省総合食料局流通課『卸売市場データ集』より作成

表3によると、青果物（野菜、果実とも）、鮮魚、花きにおいては、近年になって買付比率の増加が加速されているように思える。

(7) 即日上場原則の撤廃

即日上場原則は、その日のセリ開始に間に合う自国に到着した品物は、相場の如何に関わらずその日に上場しなければならないという原則で、わが国卸売市場の現物主義の象徴ともいえる原則である。すなわち、翌日の入荷が少ないと予想される場合においても、その品物を翌日に回して、より高価格を期待することは許されないのである。これは、生鮮食料品は消費者にとって生活必需品であるために、流通業者の思惑で買い占めたり売り惜しみをして相場を操作することを許さないとする思想から来ている。1918（大正7）年の米騒動が、第1次世界大戦に出兵する日本軍の動きで、米相場の高騰を見越した業者が米を買い占め、隠したことが、米騒動という社会的騒擾（そうじょう）状態を招来したことの反省から入れられたと考えられる。

この原則が撤廃されれば、入荷品は思惑で生産者側は、より高価格が期待できる時期の販売を希望し、買い手側はその逆になる。もっといえば、現物が卸売市場になくても、どこかに保管しておいても差し支えないことになる。これは、少なくともフォワード取引につながる。また、商品が製品化される以前から価格が想定されて取引されれば、フューチャー取引にもつながる。こうして、即日上場原則の撤廃は、前倒しの程度によって、フューチャー取引に接近してくるし、現物と先物の境界線の曖昧化につながることになる。

(8) 卸売会社の兼業業務の自由化

卸売会社は、本来の卸売業務以外の兼業業務は原則的に禁止されている。これは、とくに公設卸売市場においては、公共施設を借りて営業しながら本来の卸売業務をおろそかにすれば、公共施設の「目的外使用」になる、という行政の論理と、兼業業務の失敗による卸売会社の経営悪化があれば、卸売業務に差し支えが出るという論理によるものと思われる。しかし、これからは卸売会社を他の資本が買収・系列化する可能性もある。その場合、買収資本は卸売業務と関係のない業種であることも考えられる。また、兼業業務といっても、本来業務を保管する兼業業務もある。そこで、兼業業務に進出することの是非を、開設者など行政が判断するのではなく、卸売会社の経営者自身が、自己責任において判断すべきだということになる。こうなれば、卸売会社自身が、商品取引所法第10条第3項にいう「試験上場」に関わるなど、先物取引になんらかの関わりを持つことが可能になってくる。

(9) 場外保管場所の規制の撤廃

現行規定では、卸売会社の場外保管場所は、本来は現物主義で上場物品は卸売市場のなかに置いて、買い手側業者が現認できなければならないのだが、置き場所がない場合において、卸売市場外の場所に上場物品を置くことができる。しかし、あくまで保管だけであって、そこで取引を行うことはできない。また、その卸売市場の開設区域内にある場外保管場所は開設者が認可し、開設区域外にある場外保管場所においては、国（地方農政局）が認可する。開設区域外にある場外保管場所においては、開設区域の近隣とされ、例えば東京の卸売会社が大阪に場外保管場所を設けることなどは認められていない。

この規定が撤廃されれば、卸売会社は全国（海外を含め）のどこにでも場外保管場所を置くことができ、これは卸売会社による思惑、調整、それに例えば先物上場品の保管、引き取り場所としての利用などが行えるようになる。

(10) 商物分離の制限の撤廃

商物分離の禁止は、これまで述べた卸売市場の現物主義を保証する規定のひとつである。これは、卸売市場において買い手側業者に品物の動きが見えなくなることから、中央卸売市場法、卸売市場法を通じて、現物主義、差別的取り扱い禁止原則に照らして禁止されていたのであるが、現実には流通ロットの大型化により、トラック1台単位で小売など最終需要者側が購入する場合は、取引は卸売会社が仲介しても、現物は産地から直接に最終需要者に輸送した方が、物流合理化になることは当然である。

商物分離が禁止されていた時期においても、商物分離は実際には行われていた。東京O市場では、1990年頃で推定で入荷量の1～2割は商物分離と考えられた。

商物分離は1999（平成11）年の卸売市場法改正の時に、セリ原則の相対取引への原則取引の拡大とともに、同一開設区域内に最終的に輸送する場合に限って認めるという規定と

なった。その意味で、商物分離は禁止から制限となった。この制限は、実は大変大きな意味を持つ。すなわち、卸売会社は開設区域と現物主義というクビキから解き放たれ、全国的視野からの営業が可能になる。また、全国の卸売会社どうしが連携・提携することも視野に入ってくる。こうして卸売会社は地域的な「荷受け会社」から「商社機能」へと展開していく展望が出てくることになる。もとよりこのような展望を持てる卸売会社は少数であるために、そのような卸売会社を中核とした全国的な卸売会社の再編が進むことは必然である。

また、現在は、中央卸売市場の場合は、水産物部、青果部、食肉部、花き部などの部類に分かれていて、それぞれに卸売会社が存在するが、これからは生鮮食料品というキーワードで、部類を超えた総合的な品揃えをする卸売会社が登場する可能性も大きい。こうして、生鮮食料品の卸売機能の総合化が図られる展望も出てきている。

(11) 中央卸売市場の開設者の制限の緩和・民営化の方向

これまで述べた卸売市場（実は卸売会社）の取引自由化の方向は、公設卸売市場においては、公共施設の使用原則である差別的取り扱い禁止原則に抵触する恐れがあることから、大型流通の進展に伴って卸売市場法の部分的な改正を行いつつも、長い間、抜本的な自由化が行えないできたところである。今段階において卸売会社による取引の自由化を本格的に推進するためには、公設卸売市場の持つ差別的取り扱い禁止の性格の打破が必要で、必然的に公設卸売市場の民営化の方向に踏み出すことにより、矛盾解消を図ることになる。

2002（平成14）年4月から、新潟県長岡市公設青果卸売市場が、入場していた卸売会社である長岡中央青果により土地・建物が買収されて民営化された。地方卸売市場ではあるが、公設卸売市場の民営化第1号である。これにより開設者であった長岡市は卸売市場運営の部分を縮小して行政合理化に資することができ、卸売会社は集配センターの設置など、企業として必要な施設を自由に設置できて経営力を強化できる。このような動きは今後、全国に拡大すると思われる。

主要な卸売市場が民営化されると、卸売会社は現物取り扱い、そのリスクヘッジなど、自由に行えるようになる。

現在、卸売市場法で地方公共団体（都道府県、人口20万人以上の市、一部事務組合）に限定されている中央卸売市場の開設者について、その制限の緩和・民営化の方向がうちだされれば、それは規制緩和・自由化の総仕上げということになる。それは、営業自由化された卸売会社が具体的にどのような営業を行うかという新しい競争段階に入ることを意味する。

(12) 営業自由化による卸売市場・卸売会社再編へ

現行制度では、卸売会社は開設区域という制限により地域的な営業を保証されていたが、開設区域の見直しについても検討されている。地域的な営業制限が撤廃されると、全国レ

ベルでの卸売会社の競争と再編は必至である。すでに、同一卸売市場内の卸売会社同士の合併による経営体力の増強は、東京を中心として相次いでいる（表4）。

表4 同一卸売市場における卸売会社どうしの合併例

1995.4	東京都中央卸売市場世田谷市場の全印世田谷青果が解散、社員は東京江原青果が吸収
2002.4	東京都中央卸売市場築地市場青果部の卸売会社、東京中央青果と東京築地青果の2社が合併し、東京シティ青果に1社化。
2002.4	東京都中央卸売市場北足立市場の卸売会社、東京千住青果と東京丸生青果の合併
2003.4	東京都中央卸売市場大田市場青果部の卸売会社、全農大田市場が卸売業務および職員を東京江原青果に移管の方針。これが実現すると、大田市場の卸売会社は、4社から3社になる。

また、有力卸売会社による、他市場卸売会社の吸収・支社化の動きも顕著となってきている。

表5 異なる卸売市場の卸売会社による卸売会社吸収例

2000.4	大阪市中央卸売市場水産物部卸売会社大水による、神戸市中央卸売市場水産物部卸売会社・神戸海産物と京都市中央卸売市場水産物部卸売会社・京都魚市場の吸収、それぞれの市場において支社化。
2000.4	東京都中央卸売市場葛西市場の東京墨田青果を東京都中央卸売市場北足立市場の卸売会社・東京千住青果が吸収して支社化
2001.4	東京都中央卸売市場葛西市場の東京江東青果を東京都中央卸売市場北足立市場の卸売会社・東京千住青果が吸収して支社化、これで葛西市場の卸売会社は、東京千住青果の支社として1社化された。
2003.4	東京都中央卸売市場板橋市場の卸売会社、東京富士青果の株式50.4%を地方卸売市場大手の長野県連合青果が取得、役員派遣、の方針。

このような動きは、全国レベルでの卸売会社の連携と再編、競争激化につながることは必至である。この激化する競争に勝ち抜くキーワードは競争力をいかに強化するかということで、その一環として、フォワード取引、そのリスクヘッジ、さらにはフューチャー取引などが現実的な課題として展望される時代に入ったといえる。

これらの取引の中でも当面強化されるべきフォワード取引については、情報システム化

の充実が大きなキーワードとなっている。

(13) 情報システム化による再編の加速と現物取引からの脱却

卸売市場の情報システム化が叫ばれて久しいが、実はあまり進展していない。卸売市場における情報システムとしては、ベジフルシステムがある。ベジフルシステムは、卸売会社から産地出荷団体（県段階）に対して、出荷品の販売結果について価格等の情報を発信するシステムである。これは経理的な結果処理であって、マーケティングに直接つながるシステムではない。

ベジフルシステムを逆に使った逆ベジフルシステムがある。これは、産地出荷団体（県段階）から、翌日以降の出荷予定内容をオンラインで卸売会社に送信するもので、それに基づいて卸売会社は事前に小売側に情報提供して事前販売を行うことができる。その意味でフォワード取引につながる。しかし、事前に出荷情報を提供できる農協が少なく、県段階で出荷予定内容を把握できるのは部分的に留まっている、逆ベジフルシステムの回線使用料が安くないために、出荷団体はファックスや電話等で卸売会社に内容通知することが多い、逆ベジフルシステムは卸売会社にとっては便利でも、出荷団体にとってはメリットをあまり感じていない、などの理由で、逆ベジフルシステムの参加産地出荷団体（県段階）は15県連に留まっていて、逆ベジフルシステムを活用したフォワード取引は軌道に乗っていない。

卸売会社から小売側への出荷情報の事前送信システムは、そもそも卸売市場内での卸売会社と仲卸業者間でもオンラインが昨日していない状況である。仲卸業者と量販店等の大型小売企業との間には、量販店側からのオンライン発注システムとしての EOS は存在しているが、その逆はなく、事前に出荷情報をオンラインで量販店側に送信するシステムはない。

このように、卸売市場の情報システム化が叫ばれながらも現状は情報システム化とはほど遠い現状にある。

しかしながら、つぎの2点で卸売市場における情報システム化は推進されている。

標準コードの設定と普及活動

これについては、農林水産省が生鮮食品等取引電子化基盤開発事業として平成9年度から平成12年度まで取り組んだなかで、EDI(Electronic Data Change = 電子データ交換)を利用した商取引、業務運用、システム運用に関する取り決めの標準を定め、商品ごとの商品コード、企業/事業所コード等の取り決め、標準メッセージ(取引業務ごとに必要なデータ項目・桁数等を定義したもの)を定め、さらに利用する通信プロトコルの取り決めを行ったものである。

通信プロトコルとしては、H 手順(TCP/IP 版)を推奨し、標準メッセージとしては国際標準 EDI(EDIFACT)、国際流通標準 EDI(EANCOM)に準拠して開発された国

内流通標準 EDI (JEDICOS) を基に、品目別に必要な標準メッセージを開発した。

生鮮食品等としては、青果物、水産物、食肉、花きの4種類のバージョンがあり、それぞれ品目別に細かくコードを定めている。

このコードを実際に採用して運用するには、いくつかの課題がある。それを以下に列挙する。

ア) コードが入荷するほとんどの商品を網羅しているかどうか。コードのきめが粗いと、実際にはそれにさらに付加したメモが必要になり、コンピュータ上での運用がスムーズにできなくなる。これは、新しい品種や商品形態の開発が早い商品ほど問題となる。例えば、水産加工品、花きなどである。水産加工品などは、毎日、数種類から数十種類もの新製品が卸売市場に持ち込まれるといい、そのコードの設定は全国標準コードの設定が間に合わないことから、卸売会社独自のコード設定とならざるを得ない。後日、それを全国コード設定の際に変換ソフトにより変換していくことになる。可能ではあるが煩雑である。また、過去に登録した商品を新商品と誤認して再び新コードをつける可能性もゼロではない。

イ) 地方的な名称の違いがあるのを、同一品と認定する作業が必要になる。そうしないと、同一品として全国流通する上で支障が出る。

ウ) このシステムは、卸売市場を経由する場合を想定して作成されているし、そのために、作成作業および実験的検証の課程で多くの卸売市場関係者が関わっている。しかし、市場外流通による生鮮食品の取扱を目指す企業等からは、卸売市場流通との差別化のために、このコードを採用しない方針とする可能性がある。このため、標準コードが市場、市場外を含めた全国的な標準とならない可能性がある。

大型卸売会社間でのオンライン情報交換システムの構築 (カシオペア計画など)

大手の卸売会社は流通圏を拡大し、とくに東京の卸売会社は全国的な流通圏の展開を行っているが、しかし産地情報はやはり地元の卸売会社の方がきめ細かく把握しているのは当然である。そこで、大手どうして情報交換すると、よりきめ細かな取引ができることになる。そのねらいで、東京、札幌、名古屋、大阪、福岡、の大手5社の卸売会社が共同して情報交換システムの開発に取り組んでいる。このシステムはカシオペア計画と呼ばれている。まだ実用にはいたっていないが、これからの卸売会社、卸売市場のあり方を示唆するものとして注目される。このシステムは、まだ現物をどう円滑に流通させるかに目標をおいて、価格については設定にむずかしい問題があるようである。まして、価格のリスクヘッジについては今後の課題である。しかし、このようなコンピュータシステムを核としての全国レベルでの出荷と小売側の需要の情報交換が行われるようになると、将来、フォワード取引からフューチャー取引まで視野に入ってくるのは必然的といえる。

3 比重高まるフォワード取引

卸売市場において、平成11年の卸売市場法改正により、セリばかりでなく、相対取引も原則取引として位置づけられるようになると、相対取引、それも現場での相対取引ではなく、事前の出荷情報を基にした予約相対取引などの予約型取引が中心になってきている。予約型取引には、狭い意味での予約相対取引を中心とした予約型取引と、より卸売会社による産地形成を重視した契約型取引がある。

(1) 予約型取引（狭義）

予約型取引の拡大と中心化

相対取引が法的にも例外取引から原則取引になったことにより、「販売開始時刻以前の卸売」（いわゆる「先取り」）は、例外取引としての許可手続きは必要なくなり、いわば「おおひら」に実施できるようになった。量販店向けの相対取引は、朝の現場での相対取引ではなく、量販店の計画販売・計画仕入れに合わせた事前調整型の予約型取引が主流となった。T社の方式は、毎週木曜日に卸売会社、仲卸業者、量販店のバイヤーなどが集まって、卸売会社が提供する産地出荷情報と買い手側の需要情報とを突合して翌週の品物確保計画を作成する。それを産地に発信して、計画的出荷をうながす。価格は当日の相場を基準として相対価格で決める。これは、産地からすれば、契約価格なしの予約相対取引ということになる。

予約型取引を実施可能な卸売市場ないし卸売会社の条件は、量販店が顧客にいる、有力産地からの出荷がある、ということである。このような卸売会社は限られるし、競争のなかでますます数が絞られてくる。こうして、予約型取引を大規模に実施できる卸売会社とできない卸売会社との格差が拡大してくる。逆の言い方をすれば、卸売会社の格差は予約型取引実施の有無で広がっている。

予約型取引は、セリ取引以前の時刻に、出荷側、小売側が卸売市場を介して品目数量および可能であれば価格(目安を含めて)を事前に決める取引形態を指すこととする。この取引が行われる理由としては、計画的販売をする大型小売企業が、商品の確保を最優先して卸売市場に要求していることである。当日のセリだけに頼った場合には、卸売会社は値崩れや売れ残りを覚悟しなければならないし、出荷側も同様である。小売企業としては、商品の確保を優先すればセリの最高価格をつけなければならず、仕入れ価格の高騰を招き、価格の安さを優先すれば商品の確保ができない恐れがある。商品の確保と、より低廉な仕入れ価格を両立させる方法として、予約型取引が考え出された。

予約型取引には、いくつかの種類がある。それをまとめると、以下のようになる。

(1) 短期予約型取引

短期とは、2, 3日前ないし1週間前に小売・需要側と納入内容を予約しておくも

のである。予約は継続的なものではなく、小売・需要側の要望と産地の生産出荷状況を卸売会社が勘案して調整する。それには、予約内容によって次の種類がある。

数量のみ予約

小売・需要側に対する納入内容について、数量のみ決めておく方式である。産地側としては、価格が決まらずに数量のみ決められることに対する不安ないし不満がある。しかし、産地側は一般に小売・需要側に対して直接販売する能力が不足している。すなわち、日々の納入作業においては、数量変更や規格変更、瑕疵品の返品と再納入などの煩雑な作業が頻発し、とても対応できるものではない。その部分は、卸売市場の仲卸業者などが担っているわけである。また、価格は当日の相場を元にして、卸売会社が小売・需要側の要望も勘案しながら「適切に」設定してくれることを信頼することになる。卸売会社にとっても、小売・需要側のことばかり考えて、常に低水準価格しか出さなければ産地側が他の卸売会社に逃げてしまう恐れがあるから、そういいかげんなことはできない。とはいっても、小売・需要側の価格ダンピング要求は厳しく、卸売会社の担当者はきびしい板挟みになるのが実情である。なお、この取引を卸売会社の販売原票上で予約相対取引として処理すると、卸売会社は産地からの買い付け集荷となるために、産地に出荷奨励金が交付されないことになる。そこで、販売原票上の取引としては、通常の無条件委託によるセリまたは相対取引という処理が行われることが多い。これは出荷奨励金の制度上の問題点である。

数量 + 価格（固定）の予約

本来の予約相対取引は、数量と価格を固定し、上下20%の幅をもうける形式である。しかしながら、この方式は、数量はともかく、数日後の価格は予約相対価格と相当程度乖離があることが通常であり、産地側、小売・需要側のどちらかが当日の卸売価格で購入した場合に比べて損失感を持つことになる。そのために従来から普及しなかった方式である。一般商品であれば、数量とともに価格を明示しない契約などありえないわけであるが、生鮮食料品という相場変動が激しく、かつ動きが予測困難な商品にあっては、事後的に価格をつけることも、相対取引の一形態として容認されている。

この方式は、価格を固定する相手方によって、産地側、小売・需要側、その両方、の3種類がある。産地側のみと価格を固定する方式は、いわゆる卸売会社の買い付けである。この場合は小売・需要側とは価格を固定していないわけで、卸売会社の買い付け価格の如何に関わらず、それより安い価格での小売・需要側への納入も可能である。他卸売会社との競争の存在など状況次第では、卸売会社は損をしても小売・需要側に安い価格を提示する場合もある。

小売・需要側に対してのみ価格を固定する方式は、通常、小売・需要側が特卖イベントなどで低廉な仕入れ価格を要求してきた場合に行われる方式である。通常、卸売価格との差（逆ざや）は直接納入に当たっている仲卸業者が負担するが、負担しきれない場合に卸売会社が何らかの形で援助することはあるといわれる。

産地側、小売・需要側の双方に対して価格を事前に決めておく方式は、その価格に卸売会社や仲卸業者などの納入業者が一定のマージンを乗せられる限りは、継続しうる方式であるが、当日との相場の乖離がどちらかに損失感を生じることから、軌道に乗らなかったことは、前述の如し。

価格固定＋数量変動方式

これは予約相対取引の範疇ではなく、定価による注文方式である。通常の卸売市場取引では、当日の現場での定価販売はよくあるが、その事前注文制はあまり例がない。これに関しては、北海道札幌市が主導している「さっぽろとれたてっこ農産物事業」のひとつである「さっぽろ朝どりとれたて便」の例がある。この例は、納入生産者と小売・需要側がいずれも固定的であることから、グループ間の取引と見られ、契約型取引の一形態と捉えている（契約型取引の項で後述）。

(2) 長期予約型取引

主として、年間ないし月単位での長期的な価格生産者に保証した上で、卸売会社が小売・需要側の注文をとって仲介する方式で、産地にとっては売り先と価格が長期にわたって安定するメリットがある。この場合、産地に対する価格の保証は、卸売会社が買い付ける形式で実施できる。東京のT社がA県のキノコについて試みた例があるが、実際の価格変動が激しく、全体として価格水準が産地に保証した価格を下回ったことから、卸売会社が損失を被り、1年で立ち消えとなった。ほぼ同じ方式である「さっぽろ朝どりとれたて便」が平成13年に開始されて2年目には参加小売店数が倍増するなど拡大の方向を示しているのに対して、どのような差があるかについては、後に検討する。

なお、農業生産の安定のためには、生産者にとって長期的な価格保証は非常に望ましいといえるが、実際の価格変動に業者側が耐えられないために長続きしない。この点の克服に先物取引によるリスクヘッジの手法は、卸売市場取引の補強のためにも役立つことがもっと知られる必要がある。

(2) 契約型取引

中小卸売市場を中心として、予約型取引を大規模に実施できる条件がない卸売市場ないし卸売会社は、このまま手をこまねていれば、規模縮小で閉鎖の危機に立つことになる。そこで、中小卸売市場の側では、地場産地との特別の関係を構築して、良品の集荷を確保し、それを武器として量販店などに売り込もうとする。その特別の関係とは、産地と卸売

会社間での契約による集荷の確保という手法であって、それを契約型取引と称することとする。

契約型取引は、予約型取引が実施される動機の延長上にあり、より確実に商品確保をするために登場したといえる。契約型取引の種類は、つぎのとおりである。そのため、契約型取引は、予約型取引に比して、卸売会社が仲介したうえでの特定の産地と特定の小売・需要側との結びつきが強く、取引形態としては相対取引で、価格は相場を見ながら諸事情を勘案して設定する連動型が多い。

契約型取引はまだ部分的に行われている状況で、必ずしも的確な分類ができる段階ではないが、現段階の状況下では価格の設定方式で、相場連動型、価格固定型、の2つに分類する。生産者としては、の方が、経営安定につながるので好ましいと考えられるが、生鮮食料品の相場変動が激しい状況下では、生産コストを意識しつつも、相場に連動する方式にしないと、長続きしにくいという問題もある。とに明確に区分したが、実際にはこの2方式の間にアナログ的に変動する部分があって、に近い場合が、「相場連動が基本だが、多少生産コストを配慮する」となるし、に近い場合は、「価格固定を基本とするが、相場も多少は考慮する」ということになる。このあたりは、卸売会社の営業政策、産地や小売・需要側の事情などを総合的に勘案して決めることになる。

契約型取引の事例

岩三（北海道岩見沢市公設道央地方卸売市場）の契約取引について

同社の特徴は、他社に先駆けていち早く契約型取引を導入したことで、20年の歴史がある。そのために契約型取引のノウハウはしっかりしている。

昭和56（1981）年に当時の同社社長が、300万円を逆ざや時の赤字補填費用として社員H氏に渡して、岩見沢周辺の産地を開拓して同社に専属的に出荷するよう働きかけ、その販売を一手引き受けして一種の価格保証をして、相場が相当程度安値の場合には会社が補填をして、小売側には逆ざや的な価格で納入する方式を始めた。年間トータルで利益を上げる考え方である。

開始時期の同社の経営は良好であったが、北海道が野菜の大産地として展開し、本州や札幌出荷のための大規模化と系統出荷の拡大が進むなかで、地場産地を抱える地方卸売市場として、独自の産地を確保する必要を認識したためである。同社のこのような方式が実施できた背景としては、道央地方卸売市場が仲卸業者を持たず、卸売会社は同社1社の単独市場であったことが大きな条件であったと考えられる。すなわち、仲卸業者が存在すると、販売部門については仲卸業者が権利を主張するために、卸売会社としては集荷と仲卸業者などへの販売に専念せざるを得ず、年間トータルの価格設定を同社だけで実施できなくなるからである。仲卸業者を抱える多くの卸売市場で、卸売会社と仲卸業者が常に営業の境界線を巡って争っており、卸売会社が川下側まで一貫した販売活動を行える状況はないし、現行卸売市場はそのような状況を前提としないばかりか、卸売会社の営業範囲を限

定して「卸売手数料以外の報酬の收受の禁止」という原則により、否定しているといえる。仲卸業者が存在しない中小規模の卸売市場だからできた方式といえる。

契約型取引としての取扱品目は、岩見沢周辺で生産している品目多数に上る。生産者は約200人で、若い生産者も多い。

契約のシステムについては以下の3種類ある。

- a . 一定価格で契約 - 契約の価格条件はつくるときに保証する。例は大葉で、1ケース10枚束10個（つまり100枚）で330円の固定価格としている。産地は愛知県豊川。毎年4月に価格を決めている。
- b . 底値を保証する それについてスーパー側の了解を得ているのでこの方式が成立する。相場に合わせて岩三が価格設定する。相場よりも安め。しかし、生産者は価格についてなにもいわない。長年の信頼関係。例えばキュウリはキロ250円。
- c . 流れて販売 そうはいつでも誠意を持って販売し、生産者価格についても配慮している。相対取引方式で根付けしており、セリは行っていない。

契約取引品の岩三での取扱金額は7億円、野菜取り扱い額の3分の1弱である。納入先のスーパーは主として東急ストアで、仲卸（市場外流通業者であるが）のワタリ青果が仲介している。東京では京王ストア、丸正と取り引きしているらしい。沖縄のスーパーにも最近進出している。東急ストアの売り場では、産地名の表示はあるが、とくに岩三の呼称、ないし特別栽培品の呼称は付いていない。

契約取引品は前週の木曜日に確定し、同日にスーパーからの発注も確定させる。つまり予約相対取引である。量の過不足は1週間単位で調整しており、なかには100%量が合致しているものもある。契約取引品についてはもし余剰品が出てもそれをセリに回すことはしない。

産地としては、北村が大きい。その他、長沼町、栗沢町、などである。産地の事例として、ネギの産地である長沼町で、5人のグループを形成して生産全量を同市場に納入し、収入も1生産者当たり1000万円を確保している事例がある。

契約取引品の出荷時期は、5月末（レタス）から11月の初めまでである。

生産者（荷主）からの市場への持ち込みは、前夜が多い。低温貯蔵施設はいつも開いていて、卸売会社の担当者がいない状態で生産者が持ち込んでくる。ただし、その対象品目は、朝どり系のレタス、ブロッコリー、葉物などである。

夏は契約取引品、冬は本州から、集荷方法は委託。といっても45%は買い取り。マージンは1割を確保し、委託よりも利益率がよい。卸売手数料の自由化などは全く関係がない。委託では、バックマージン（出荷奨励金）1.7%、などをとられメリットはないと判断している。

卸売会社・岩三の方針として、契約型取引品については、いかに付加価値をつけるかが大切である。岩三の契約取引品は、大部分（70%）が減農薬品である。そのような産地づくりを行ってきた。今度は無農薬品に挑戦する。減農薬ができれば無農薬もできると考え

ている。

大型卸売市場や、産地が遠い大都市部の卸売市場においては、契約型取引はあまり見られないし、消極的である。東京都中央卸売市場や横浜市中心卸売市場の大手卸売会社に契約型取引の実施に対する意見を聴取したところ、以下の理由で積極的でないことがわかった。産地が遠いと、きめ細かな商品づくりができない、産地が遠いと地場品という特徴を出せない、生産者価格と小売納入価格の差の吸収が困難で、卸売会社の逆ざや負担が重い（かつて試みたが赤字がひどくて止めた卸売会社も多い）、大型市場では、系統ものが大量に入荷するので、その処理に人手を要するのと、細かな契約型取引品の取り扱いに余分なコスト負担がかかる、多数のスーパー仕入れに対応しており、いちいち契約型取引をやれないことと、一般小売も多数存在することから、こちらにも荷を確保する必要があるので、全体としての対応ができにくい、などの理由である。

契約型取引の本格導入のためには、品目、品種、作型、農薬や肥料の投与、などについてきめ細かな指導と、販売結果（価格）に対する保証が必要である。保証をしてなおかつ卸売会社の経営の安定化を図ろうとすれば、リスクヘッジの考え方の導入も視野に入ってくる。

4 卸売手数料自由化による生産流通構造の地殻変動とリスクヘッジの必要性の増大

1999年あたりから農林水産省が提起していた卸売手数料自由化は、業界の反対が未だに強く、明確な方針を打ち出せない状況が続いている。しかしながら、近い将来に「自由化」ないしそれに近い状況になることは、ヒアリングしたほとんどの卸売会社が「覚悟している」。ただ、そうならないことを願い、将来に不安と不透明感を持っている。

近い将来必須と考えられる卸売手数料自由化は、ほとんどの卸売会社が反対しているだけあって、実施されれば卸売市場に「革命的な」地殻変動をもたらすと考えられている。それは、卸売手数料自由化が、多くの卸売会社が欲しい優良産地品については、集荷競争上、産地出荷者に対して卸売手数料の引き下げ競争になりかねない。またその反動として、たとえば単価が安くて取り扱いに手間がかかる重量大衆品（大根、キャベツ、イワシなど）についてや個人出荷品（規格が不揃いなものが多い）などについては、取り扱いに消極的になり、卸売手数料をあげることによって障壁とする可能性もある。卸売手数料自由化は、卸売会社に対しては経営体力の勝負となり、産地もふるいにかけられることになる。また、卸売会社から仕入れる買い手側業者に対しても、卸売会社は現行の「差別的取り扱い禁止」の撤廃を要求している。大量仕入れするしないしは高級品を取り扱う買い手側業者を優先しなければ、営業に不利になるからである。こうして、卸売手数料自由化は、現行の公共性を軸としたわが国の卸売市場制度を根本から崩し、まさに地殻変動を起こし、民間企業による自由営業と競争に道を開くことになる。

全国の主要卸売会社にヒアリングしたところ、さしあたり、卸売手数料自由化ないしそれ

に近い状況になれば、いい商品の集荷がしたい卸売会社は産地と事前価格交渉をして、買付により品物を確保しようとする意向が強いことがわかった。買付集荷した品物は卸売会社にとって原価があるので、セリという形で流して販売すると逆ざやとなって赤字になる恐れがある。買付価格に卸売会社のマージンを上乘せして販売すると、買い手側業者は他市場の価格と比較して、より高ければ敬遠してくる。卸売会社の経営戦略上、より大型かより高級な買い手側業者を確保したいわけであるから、販売価格についても他市場の価格を考慮せざるを得ない激しい市場間競争となることも必至である。

こうして、卸売手数料自由化は、卸売会社にとって買付集荷の増加（むしろ中心化）と、買い手側業者への販売価格の不安定化を招き、卸売会社自身がリスクヘッジの必要性に強く直面することになる。

5 リスクヘッジがない価格保証型取引の危険性の事例

国内生産の安定のためには、相場に任せきらない、生産原価保証の考え方に立った価格保証のシステムが必要であるが、それはとりもなおさず、相場（実勢価格）と生産原価との差を誰が負担するかという問題につながる。生産原価保証の考え方で実施されている取引はきわめて少ないが、ここに一つの事例を取り上げる。それは、札幌市が主催している「さっぽろとれたてっこ農産物事業」のなかの「朝どりとれたて便」による事例である。

この事業の特徴は、価格を生産者の希望する価格で固定制をとっていることである。もっとも、発足した初年度である平成13年度は完全な固定制だったが、卸売相場との乖離に小売側が苦しみ、平成14年度は若干の幅を設けた変動制とした。しかしその幅は小さく、事実上は価格固定制と考えられる。

「朝どりとれたて便」のしくみは以下のとおりである。

「朝どりとれたて便」への野菜の供給に参加する生産者と小売店は事前に登録する。

札幌市中央卸売市場の卸売会社・丸果札幌青果の担当者が前週に小売店の注文をまとめ、産地側と調整して、毎日の出荷量を決める。

価格は1本価格とする。ただし、平成14年度においては、価格の上下10円ずつの変動幅を認めた。

生産者は出荷品を市内3カ所の集荷所に集め、運送業者のトラック(3台)が集荷し、午前11時すぎに札幌市中央卸売市場に3台が集合して小売方面別に積み替えて小売店に配達する。配達は遅くとも午後2時過ぎには終了する。

配送料金は生産者、小売店双方から徴収する。

物流には通いコンテナを使用する。スタート時は全量を札幌市が提供したが、補充用の資金として、生産者、小売店、双方から1コンテナ当たり25円を徴収して、プールしておく。

この方式で、実際に朝どりとれたて便の野菜価格と一般卸売価格とにどれだけの開きがあ

きたかを表6に示す。

表6 「朝どりとれたて便」の野菜種類別卸売段階価格と一般卸売価格との比較

上段：「朝どりとれたて便」価格 下段：一般卸売価格
 数値の斜字・太字は、月の平均値で比較してより高い価格を示す。
 ただし、とうきびは変動価格のため、高低の比較を示していない

単位：円/kg

	荷姿	6月	7月	8月	9月	10月
レタス	1玉@70円	116	116	116	116	116
	(卸売相場)	76	79	99	170	127
サニー	1玉@80円	160	160	160	160	160
	(卸売相場)	71	125	119	279	134
リーフ	1玉@80円	160	160	160	160	160
	(卸売相場)	76	115	105	396	145
小ネギ	1束@90円	900	900	900	900	900
	(卸売相場)	653	697	998	930	723
ミニトマト	1パック@110円	733	733	733	733	733
	(卸売相場)	626	426	451	526	436
小松菜	1束@60円	300	300	300	300	300
	(卸売相場)	126	191	180	529	227
きゅうり	kg@200円	200	200	200	200	200
	(卸売相場)	215	153	154	212	194
チンゲン菜	1袋@75円	375	375	375	375	375
	(卸売相場)	248	296	292	373	277
ニラ	1束@55円	550	550	550	550	550
	(卸売相場)	267	390	348	527	614
トマト	kg@250円	250	250	250	250	250
	(卸売相場)	295	234	267	242	258
ピーマン	kg@200円	200	200	200	200	200
	(卸売相場)	359	285	259	220	229
なんばん	kg@500円	500	500	500	500	500
	(卸売相場)	1803	757	390	252	325
大根菜	1束@60円	400	400	400	400	400
	(卸売相場)	293	271	334	514	383
しろな	1束@60円	400	400	400	400	400
	(卸売相場)	196	271	262	407	352
ししとう	kg@500円	500	500	500	500	500
	(卸売相場)	1399	983	700	630	721
とうきび	1本600g 8/6～8/19@133円	8/20～9/1@ 117 円 9/2～10/3@92円				
	(卸売相場)	561	265	176	104	99
ほうれんそう	変動 - 最低価格@300円	最高価格@875円				
	(卸売相場)	278	429	499	754	380

作成：細川允史（丸果札幌青果・資料提供）

表に見るように、ほとんどの場合、朝どりとれたて便の価格の方が、一般卸売価格を上回っており、生産者にとってはいいが、高い価格で仕入れて販売する小売側にしわ寄せが行っている。普通なら成立しない取引方式であるが、札幌市という行政が関与して力を入れていて、マスコミ等でも再三取り上げられていることもあって札幌市民の関心は高く、朝どりとれたて便野菜の集客力はかなりあり、それに小売側が期待して、他の産地の適正価格品と併せてトータルで営業を考えているので、成り立っているといえる。民間ベースであれば実現しないだろう。

ここから学ぶべきこととして、生産者に対して再生産を確保できる価格水準を維持しながら、小売店に過重な負担をかけない方策を研究する必要があるということである。

価格をある程度固定する方式の契約型取引は、生産者、小売店、双方にとって続けられる価格設定を卸売会社が工夫するうえにおいて、有力な手段を提供しているといえる。

6 卸売市場と先物取引との関係の検討

これまで述べてきたように、現行の卸売市場でも、卸売会社にとって買付集荷の増大による販売価格との逆ざや発生の恐れ、卸売会社にとって、契約型取引の拡大に伴う産地への「生産保証」的価格設定と現実相場との乖離の調整（長期的な調整でよい）将来、産地育成や確保のために必要な長期的な契約型取引の拡大にあたっての価格リスクの不安回避、

仲卸業者にとって、予約型取引により予定した量販店等とのあいだの納入（仕入れ）価格と卸売価格との乖離による差損発生の恐れ、量販店等の大口需要者による「優越的地位の乱用行為」による不当な価格ダンピング要求への対抗、など、卸売会社の経営にとっての不安材料は多く存在する。また、わが国の卸売市場システムが自由化の方向に大きく舵を切りつつある今日、これまでのような現物主義をベースにした制限・規制は相当程度とりはらわれるものと考えられる。これは、卸売市場・卸売会社間の競争激化を伴い、卸売手数料のダンピング、優良産地品の買付集荷、大型小売店等への売り込み競争、新商品の開発競争、産地の囲い込み、などが熾烈化する。そのような状況下においては、卸売会社としてもリスクヘッジのシステムも視野に入れる必要があるし、まだすぐに実現とまではいえないにしても、その機運も高まっているといえる。

以下に、卸売市場・卸売会社におけるリスクヘッジ、先物取引との関わりについて検討する。

従来は、現物取引の場である卸売市場において、先物取引に関わることは敬遠する雰囲気が強かった。それは、同一品について卸売市場以外の場で価格形成されることによる不快感が原因と考えられる。

先物取引に対する卸売市場の関わり方にはつぎのようなケースが考えられる。先物取引品の現物受渡場所としての卸売市場の活用、先物取引品の販売先としての卸売市場との連携、卸売市場取引のリスクヘッジとしての取引、などである。これらについて卸売市場法

上可能かどうか検討する。 いまでも、生鮮品（ジャガイモ、冷えびなど）の現物取引先として、卸売市場を指定することについては慎重な意見がある。卸売市場法上、卸売会社が先物取引に関わるかどうかの法的判断については、上場物品の取引契約価格のヘッジは当該取引の卸売市場における処理の外側にあることから、卸売市場法上の規制はないものと解釈し、法的には問題がないと考えられるが、実際には行われていない例もある。

(1) 先物取引品の現物受渡場所

先物取引品の現物受渡場所としての卸売市場の活用については卸売市場法上は可能ではないかと思われるが、関西商品取引所で2002年4月に開始された冷凍エビの先物上場の際して、大阪の卸売市場の卸売会社を指定できなかった経緯がある。その理由については明確でない。また、現行の卸売市場制度には、現物主義のしほりが見られることが原因と推察しているが、今後の自由化により、この辺の事情は改善されるであろう。

卸売市場法制度に関する留意点としては、以下のとおりである。

- ・ 非上場物品の保管 = 入出庫を卸売市場施設を利用して行えるようにする。
- ・ 上記について料金の徴収を可能にする
卸売市場の目的外利用の禁止の例外規定設定
- ・ 卸売会社が先物取引に関与することについては兼業業務で可能とする。

(2) 先物取引品の販売先としての卸売市場との連携

先物取引品の販売先としての卸売市場との連携、については、卸売市場で取り扱う生鮮食料品等の先物商品の現物引き取りが必要になった際に、その販売先として卸売市場・卸売会社を利用して、できるだけスムーズに現物を販売できるようにしようとするものである。これは、加工業者などの当業者が現物を引き取る場合を除いて、単なる投機のための先物取引を行っていた投資家については、現物は不要であるわけであるから、現物の販売について、少しでもスムーズに行うことができる。卸売会社にとっても、取扱を増やして卸売手数料収入の増加が期待される。場合によっては、先物上場品について、保管料を徴収した上で、卸売会社が保管を行い、現物引き取りとなった時点で、現物の所有者となった投資家の指示で販売を行うことも考えられる。

(3) 卸売市場取引のリスクヘッジシステムの可能性

卸売市場取引のリスクヘッジシステムは、現在は存在しない。しかしながら、現行の卸売市場取引には、大きな欠陥がある。それは、取引と価格の不透明性である。セリが縮小し、相対取引、それも卸売会社の事務室で決まる予約型取引が主流になるにつれて、取引と価格形成の透明性が失われてきている。また、いったん決定された価格について、量販店等からの価格要請などに基づいて仲卸業者の卸売会社からの仕入れ価格（卸売価格）と仲卸業者から小売側への納入価格（小売側から見ると仕入れ価格）の逆ざやの発生と、そ

の是正のための不透明な操作が現実存在している。これには、発言力のある小売側の「優越的地位の乱用行為」に対する規制も必要であるが、取引および価格形成の透明性を高めるためにリスクヘッジを先物取引を利用することにより解決する方法も検討する必要がある。卸売市場の取引のリスクヘッジに最適と思われる先物取引の手法がベース取引である。これから、ベース取引について具体的にその適用の可能性、および卸売市場・卸売会社の関わり方について検討する必要があるし、これまで述べたように、それが現実性を持つ展望がこれからの卸売市場にはあると考えられる。

なお、現在進展しつつある卸売市場における情報システム化は、先物商品の取り扱いについても有効に機能する可能性を持っているし、将来はそのことを念頭に置いたシステム開発が求められる。

8 卸売市場取引のリスクヘッジとしてのベース取引の検討

ここで、卸売市場取引のリスクヘッジとして有望と思われるベース取引について検討する。

(1) ベース取引の内容

ベース取引とは（先物取引用語集のインターネットホームページより）

ベース取引

市中において売り方（たとえば紡績会社）と買い方（たとえば商社）とが現物の売買取引を行うにあたって、取引所の先物取引を利用することをいう。この取引はふつうの売買取引と異なり、売り方および買い方が、予め取引所で約定する場合の値段と格差（ベース）を定め、それぞれ異なった時期に好む価格（売りと買いが異なった価格）で同一の商品取引員に委託して取引所を通じて売買取引を行い、その取引所における売買取引の差額は取引の差金で調整し、さらに上記の格差額を加減して決済するものである。なお、その委託を受けた商品取引員は、通常は売買双方を売り方の名義による委託玉として処理している。

横浜じゃがいも「ベース取引」（横浜商品取引所ホームページより）

出荷団体、量販店や加工メーカーなどは「顔が見え、品質に安心が持てるからこそ自信を持って仕入れ販売ができる。」といえます。しかし、これらのじゃがいもも市場価格と異なる価格で仕入れ販売ができるわけではなく、市場価格の変動による影響を受けます。できるだけ高い値段で売りたい出荷者と、できるだけ安い値段で仕入れたい加工業者・量販店などが、先物市場を利用してお互いが満足する取引方法としてベース取引があります。

ベース取引とは、現物取引における「値決め」を先物取引価格に求める取引です。

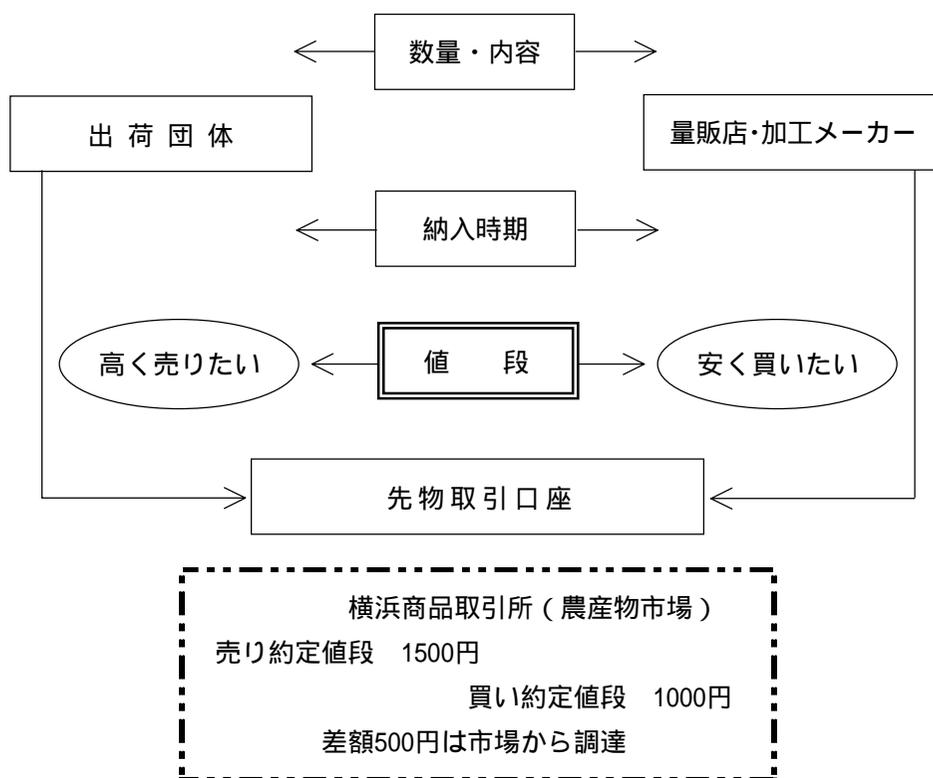
まず現物の売り手と買い手は、同一の商品取引員に先物取引口座をいずれかの名義で（1口座を）開設します。

次に現物の引き渡し期間に即した取引限月で、売り手は自己の満足する先物取引価格が生じた時点で「売り注文」を、買い手は自己の満足する先物取引価格が生じた時点で「買い注文」を先物取引口座を開設し垂T商品取引員に注文します。

(ア) この場合、「売り注文」「買い注文」のいずれか早い注文が「新規玉」となり、遅い注文が「仕切り玉」となります。

(イ) 先物取引価格は不定であることから、売り約定値段と、買い約定値段の差額（差金）は、先物市場から調達することになります。

この結果により売り手、買い手ともに自分の満足する値段で取引が成立するわけです。



希望する先物価格が示現しなかった場合においては、売り手又は買い手どちらか片方の建玉がある場合は現物取引契約の値決め日（納期）の最終約定値によって片方は決済されます。また両者希望する先物価格が示現しなかった場合は、ベース取引は不成立となります。

出荷団体、量販店や加工メーカーなどは「顔が見え、品質に安心が持てるからこそ自信を持って仕入れ販売ができる。」と言えます。しかし、これらのじゃがいもも市場価格と異なる価格で仕入れ販売できるわけではなく、市場価格の変動による影響を受けます。

(2) ベーシス取引導入の展望

このように、ベーシス取引は、卸売市場の取引のリスクヘッジとしては有望な取引方法といえる。現物主義によってこれまで構築されてきたわが国卸売市場制度において、それと異なる価格設定機構を持つベーシス取引の導入には心理的な障壁があると思われるが、卸売市場取引の安定のためにも、可能なところから導入を検討していくことと、それに卸売市場の情報システムを活用すること、卸売市場・卸売会社が一定の役割を付与されることについて、今後具体的に検討していくことが望まれる。

卸売市場取引におけるリスクヘッジとしてのベーシス取引の導入については、以下のようなイメージを想定している。

卸売市場における取引のリスクヘッジ 先物の実務機能は商品取引時に委託

- ・生産者にとって
 - ・仲卸業者にとって = 生産者 - 仲卸業者の予約相対取引契約価格のリスクヘッジ
小売側 - 仲卸業者の "
 - ・卸売会社にとって = 長期契約（生産者との）価格（買付価格）のリスクヘッジ
取引所における取引の現物受渡機能
 - ・現物の荷受・保管・配送の費用を卸売会社が収受（倉庫業のような役割）を兼業業務で行う
- 卸売市場法との関係
- ・現物受け渡し業務について
非上場物品の保管、入出庫を卸売市場施設を利用して行えるようにする。
上記について料金の徴収を可能にする。
 - ・上場物品の取引契約価格のリスクヘッジは、当該取引の卸売市場における処理の外側にあることから、卸売市場法上の規制はないものと解釈する。
 - ・卸売市場が先物取引に関与することについては、兼業業務という位置づけで可能とする。

