

地域創生視点からみた 地域流通の役割再考

——フードハブとしての地方卸売市場の中規模地域循環性——

西 村 順 二

1. 問題の所在—地域活性化の捉え方

近年内閣府による地方創生施策等の展開から、東京を中心とした大都市に対して地方都市・町村の活性化が大きな課題とされていることは衆目の一致するところである。そして、それは地方の経済的な活性化だけではない。人口縮減・過疎化、少子高齢化の進展、地域間格差、ダイバーシティ、働き方改革、環境負荷の軽減等の諸問題に対して「経済政策」だけでは対応できないため、「社会政策」による対応を含む拡がりを持たざるを得なくなっている。つまり経済性と社会性の両面性とそれらの両立性への着目が必要だということである。それ故に、これら多面的な側面・要因に対しては、多様なアプローチをもって進めていかないと、地方や地域の活性化を実現することには困難性を伴うということになる。また、単なる成長志向ではなく持続可能な存続維持志向への着目という点で、この地域活性化はSDGsと呼ばれる「持続可能な開発目標」との親和性が高いことから、SDGsとの連動・連携の中で地域活性化が進められるようになってきているとも言えよう。SDGsでは、17のゴール、そして169のターゲットという拡がりのある目標や事項が設定されている。多様な拡がりを持ちつつ、またそれぞれの地域課

地域創生視点からみた地域流通の役割再考（西村順二）

題を生み出している原因・要因が、必ずしも直接的ではなく、地域社会という器を通して間接的かつ複合的に関連しあっているところに、この地方創生における地域課題とその解決の特徴、そして課題解決の難しさがあると言えるだろう。

地域活性化と緊密に関係するSDGsから見ると、多くの組織において行われている地域活動は、以下の二つの方向性に区分できるだろう。第一に社会の一員としての社会貢献活動・社会的責任活動、そして第二にその事業自体が社会課題を解決するものである。例えば、オリオンビール、イオン琉球、フードリボンという沖縄を代表する企業においては、この2種類の地域活性化活動が行われている⁽¹⁾。オリオンビール株式会社では、CSR活動の中心となる4つの柱として「首里城再建支援」、「子どもの教育支援」、「美ら海をはじめとする沖縄の環境保全」、そして「技術革新を通じた社会貢献」の4つを掲げ、SDGs（持続可能な開発目標）の達成への取組が見られる。これらの前者の3つはいわゆる社会の一員としての社会的責任活動であるが、最後の1つは本業となる製品の技術開発である。循環型社会に貢献するためのリサイクル活動を通じて製造過程における残渣を養魚場の堆肥活用に繋げ、また排水の活用を行っている。さらに、地域企業との連携により沖縄県産原材料に拘り、一部沖縄県現地限定での料飲製品の展開を進めている。これらは、本業を進める中で地域社会を巻き込んだ地域経済の活性化に寄与していると言える。イオン琉球株式会社では、環境方針を定めると共に多様な環境・社会貢献活動が行われている。それは、貧困問題への対応、観光資源汚染への対応、そして文化継承という沖縄県の地域課題を明確に認識し、「イオンの成長と地域の豊かさは一体であるべき」という考えが根底にあるからである。

(1) 2023年3月6日沖縄県庁、フードリボン、イオン琉球へのヒアリング調査、3月7日フードリボン現地視察、オリオンビールへの対面によるヒアリングと現地視察、2023年3月9日オンライン面談において確認されている。

ここでも、単なる社会貢献活動だけではなく、SDGsと本業との関係で見るならば商品開発やその品揃えにおいて、地元農産物の産直コーナーの設置や「ゲージ育ちの卵」等の特色ある商品構成への試みが進められており、規格外野菜の活用等の二次流通も検討されている。(株)フードリボンでは、環境ビジネスを本業として、「捨てるものがない、循環型の社会を実現」というビジョンに基づき、新たな繊維抽出技術を開発して一次産業の包括的商品化を進めている。新たな事業領域としてファーマーズテキスタイル事業を構築し、沖縄県のパイナップルの残渣活用から地元農家の自立的継続性を生み出し、地域全体の活性化につながるプラットフォーム企業が目指されている。

さて、これらの地域における諸課題に対して、その全てを考察することは本研究の域を超えていると言える。ここでは地域創生をあくまでも地域の経済的活性化としてとらえることにする。それは、本研究では、地方創生あるいは地域創生と呼ばれる「地域に着目する活性化」に対して、特に地域経済という観点からの活性化に焦点を当て、地域経済の自立的経済循環、そして周辺との連携・関係構築に焦点を当てて考察することを目指すからである。従って、本研究における具体的なリサーチ・クエッションは、地域経済における企業組織体を繋いで経済循環という役割を果たす代表の一つとして、地域における流通のあり様を考察するものとなる。地域創生の視点から見て、地方における地域流通が地域の経済循環を担っていると言えるのか、たとえグローバル市場や全国市場という広域流通と連結する側面を有しているとしても、その経済効果が地域の経済循環に対して何らかの役割を果たしているのか、またその役割を果たすことができるのか、これらをもって、流通研究における広域の全国市場流通とは異なる地域流通の説明枠組みを考察する、つまり日本市場における地域流通の果たす役割の可能性を探るということが、本研究の具体的な地域研究の目的となる。そして、卸売市場の現状から見た課題抽出に基づく帰納的アプローチに基づき考察が行われることになること

を断っておきたい。

2. 地域流通の諸特徴と既存研究におけるその位置付け

さて、地域の活性化を地域経済の活性化に限定して捉えるにしても、注意すべき点が浮かび上がる。すなわち、ここで言う地域とは何を意味するのか、そして経済的活性化とは何を意味するのかということである。地域という概念には、土地の区域、土地の境界、区域内の土地、行政に基づく団体（国・県・市町村等）、そしてそこで生活することによって結ばれる集団という含意を含むとされている。⁽²⁾ 本研究では、従来言われてきた空間的な領域にこだわりのではなく、当該地域固有の地域活性化に資する資源に着目し、それらの取引等の関係性から見たエリアとして地域を捉えていくこととする。⁽³⁾ 当然ながら地域における生産活動や地域における消費行動も考察対象となるが、本研究では地域における流通機構や流通システムに特に着目することとする。そこでは、特定地域の生産品・製造品だけが取引されているわけではない。日本全国から、そしてグローバルに調達された供給物が取引されることになる、一方で需要側は当該地域の商圈に縛られることが多く、空間的な地域性が重要となって来る。もちろん消費者のオンライン購買行動等では、地域を超えた越境取引が行われることになるが、商流や情報流ではなく物流面を見るならば、相対的には物理的かつ空間的なエリアに縛られることになるだろう。物流機能が技術革新等により高度化されているとは言え、そこには制度変化

(2) 地域活性化の含意は多様であるとした上で、「地域の経済活性化」とは生活水準を高めていく工夫の連続であり、生活の豊かさを求める一連の過程であると指摘されている。詳しくは、以下を参照されたい。

地域流通研究会編（1997）『新世紀の地域流通』編集工房東洋企画，pp. 15-22。

(3) 詳しくは以下を参照されたい。

西村順二・陶山計介・田中洋・山口夕妃子編（2021）『地域創生マーケティング』中央経済社，pp. 16-35。

や物価上昇等による社会的コストの上昇という問題も顕在化してきている。また、食料品では鮮度や賞味期限という制約を受けることになる。それが生鮮食料品等になれば、なおさらであるだろう。

この生鮮産品が取引される流通を上記の地域視点で見たものを、ここでは地域流通と捉えよう。以下の図1は、卸売市場を中核とする生鮮食料品の流通の様式を示している。卸売市場では2002（平成22）年と2020（令和2）年の卸売市場法の改正により、元卸売業者による大規模小売業者等との第三者販売が緩和され、そして従来元卸売業者に限定されていた生産地からの荷引きが、仲卸業者にも緩和されるようになり直荷引きが可能となった。これらの取引関係もここでは含まれている。

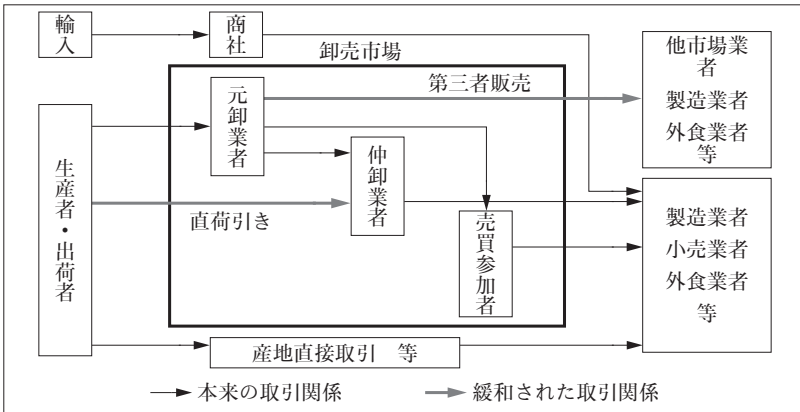


図1：卸売市場における取引関係

出所：筆者作成

この卸売市場には中央卸売市場と地方卸売市場の2種類の市場種類が存在する。⁽⁴⁾ 中央卸売市場は、卸売市場法施行規則で定められた基準（野菜及び果

(4) 実態としては、「その他卸市場」というカテゴリーも存在はするが、本研究では地域性に着目するため、地方卸売市場に着目するとともに、中央卸売市場との対

地域創生視点からみた地域流通の役割再考（西村順二）

実、生鮮水産物、肉類、花卉、上記以外の生鮮食料品それぞれに対し、施設規模の基準が設定されている。）に該当し、農林水産大臣の認定を受けた卸売市場であり、主として広域流通に対応することとなる。地方卸売市場は、都道府県知事の認定を受けた卸売市場であり、主として地域流通に対応することとなる。これら中央卸売市場と地方卸売市場は、それぞれに空間的な地域性において本来的には独立して立地しているが、中央卸売市場間、そして中央卸売市場と地方卸売市場との間での市場間取引に基づく生鮮品の転送も行われている。また、それぞれの卸売市場内では、元卸業者が第三者販売、そして仲卸業者が直荷引きを認められ、更には転送という取引上の選択肢のアローアンスは増加してきている。

これらの2つの卸売市場の動向をみると、下記の図2・図3・図4にあるように取扱量、設置数、そして市場経由率において減少傾向にあることが分かる。年度によって、若干の増加もあるが、長いトレンドで見れば1988年から2020年まで減少傾向にあることは明らかである。なお、設置市場数においては、地方卸売市場の恒常的な減少に比べて、一部の年度において中央卸売

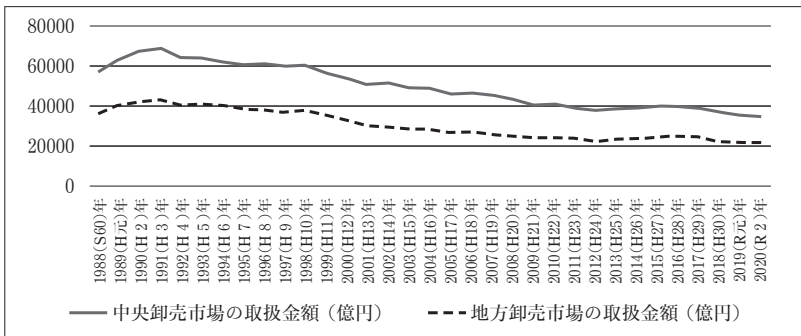


図2：中央卸売市場と地方卸売市場の取扱量の推移

出所：農林水産省『卸売市場データ集』。

比で考察していく。

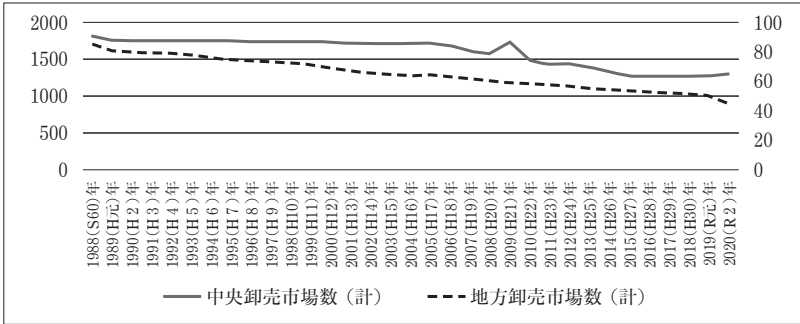


図3：中央卸売市場数と地方卸売市場数の推移

出所：農林水産省『卸売市場データ集』。

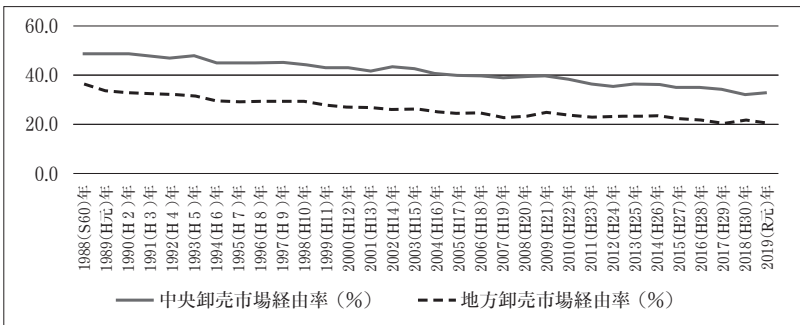


図4：中央卸売市場数経由率と地方卸売市場数経由率の推移

出所：農林水産省『卸売市場データ集』。

市場が増加を示しており、拠点市場としての役割は維持されているが、やはり長いトレンドで見れば1988年から2020年まで概ね減少傾向にあると言えるだろう。

ところが、取引様式の変化を見ると、少し異なる傾向が表われてくる。図5を見てみよう。セリ・入札取引に関しては中央卸売市場も地方卸売市場も、長期でみると大きく減少を示し、特に中央卸売市場ではより大きく減少して

地域創生視点からみた地域流通の役割再考（西村順二）

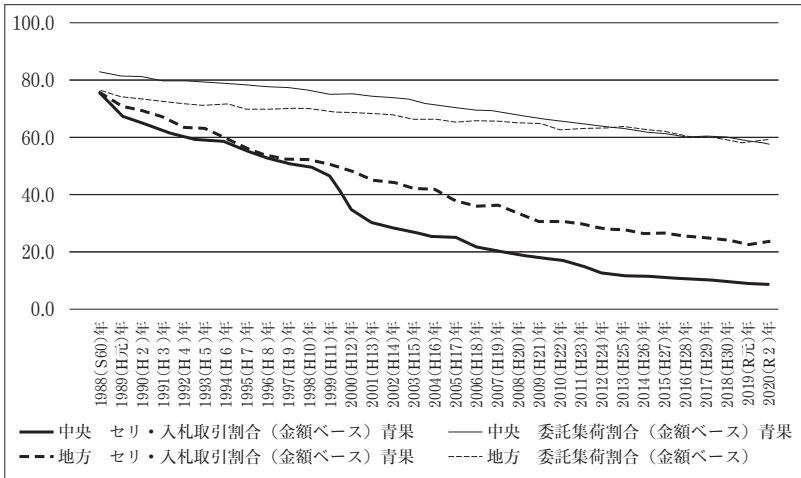


図5：中央卸売市場と地方卸売市場におけるセリ・入札取引の割合と委託集荷の割合の推移

出所：農林水産省『卸売市場データ集』。

いる。それに対して委託集荷取引の割合はやはり減少してはいるが、セリ・入札取引程には大きく減少せず、また中央卸売市場でも地方卸売市場でも同じような動きを示している。

すでに述べてきたように、需要と供給の不均衡に対する解決策としての卸売市場間転送は従来から行われてきている。それに伴い他市場からの集荷割合が増加する傾向にある。伊藤（1997）では、この転送傾向に伴い、三大中央卸売市場を頂点とし、その下に都道府県内拠点卸売市場と都道府県内中央卸売市場、そしてさらにその下に都道府県内地方卸売市場という階層構造が形成されていることが指摘されている。これは、第1にある種の公平な競争内係におけるセリ・入札という卸売市場がこれまで担ってきた機能が形骸化し、相対取引や市場間転送が増加してきているということが、中央卸売市場・地方卸売市場の両者に起こってきていること、つまり卸売市場階層の頂点に立ち大量の荷を扱う中央卸売市場を主にして、より顕著に相対取引への

シフトが見られるということである。また、第2に委託集荷の割合が中央卸売市場と地方卸売市場の両者においてそれほど下がらず、買付集荷に比べて依然として委託集荷機能がある程度維持されているということである。これは、市場間転送も含めて多様な川上からの集荷の選択肢が維持されているということであるだろう。

繰り返しになるが、川上からの集荷という仕入れ局面では、委託集荷取引は減少傾向にはあるとは言え、依然として維持されている。そして、その傾向は中央卸売市場においても地方卸売市場においても大きな差異を見ることはできない。一方、セリ・入札取引という販売局面では、明らかに減少傾向にあり、そして地方卸売市場に比べて中央卸売市場がより進んで相対取引に向かっている現状を見ることができる。

これらから、地方における流通機構の中核となっている地方卸売市場においては、集荷面では中央卸売市場と同様に自前での集荷機能がある程度働いているということが想定できる。地域流通全体を考えた時には、必ずしも広域型の中央卸売市場に依存することだけでなく、地域型の地方卸売市場がその川上からの集荷という役割を果たしてきているということだろう。

ここで、改めて農業経済学等における卸売市場に関する既存研究から見た、本研究の位置づけを確認しておこう。なお、本研究では、地方卸売市場の存在・役割を考察することで、地域流通・地場流通の必要性を検討するものであることを改めて断っておきたい。その視点に立てば、大きくは3つの潮流を示すことができる。第1に、地方市場体系から全国市場体系へのシフトである。1966年の野菜生産出荷安定法により、産地と消費地を結ぶ野菜流通の大規模化が進展することとなる。それは、結果として産地の大型化、収穫農産物の単一品目化、そして産地における出荷の共同化という形で顕在化することとなる。それにより、拠点となる大規模中央卸売市場への出荷が集中すると共に、そこでの取扱量の拡大が生まれてくることとなる。すなわち、上

地域創生視点からみた地域流通の役割再考（西村順二）

記で示された集散市場化への動きが見られることとなる。そして、その動きは転送に関わるプレイヤーとして地方卸売市場を取り込むことによる全国市場体系化を構築することとなり、重層転送が行われてくることとなったのである（山口 1974, 御園・宮村 1981）。

第2に、この全国市場体系から地方流通の縮小への動きである。1971年の卸売市場法施行により卸売市場の整備が進む中で、大型出荷団体による一元的集中出荷への傾倒が生じてきた。所謂産地における農業協同組合によって、生産地側の出荷における大規模集約化が進んだのである。それは安定的に大量の農産物を、一定の品質で、また多様性をもった農産物を求める消費地側の要望にマッチしたものであった。そのことは、地方卸売市場を含んだ多元的集荷にもその存在を許容することとなった（藤島 1986, 藤田 1998・2000）。従って、集・分荷の広域化が進んだことになる。当然のことながら、仕入れ側の入荷が安定的に担保されることから、地方卸売市場の役割というものが再認識されたと言える。

そして第3に、集散市場体系に対する地域・地場流通への着目が起こり、分散均衡型市場体系が構築される段階への以降である。消費地側のニーズの多様化が進展する中で、少量多品目生産の産地への着目が改めて求められることとなった。慣行栽培野菜を中心とした生産地と消費地を結ぶ大量流通が構造的に安定化する中で、広域対応を主とする中央卸売市場よりは、相対的に小さな地域の商圈への対応を主とする地方卸売市場の方が消費地への対応は大きな課題であった。特に小規模産地との結びつきという点では、生産と流通の接合が地方卸売市場に期待されることになる。そこでは、生産・加工・流通・消費の有機的連携が求められ、広域流通と地域流通の相互乗り入れによる「地域流通システム」構築が一つの帰結として模索されることとなったのである（藤田 1998・2000）。小売側の要請に基づく高い鮮度という点で差別化された地場野菜欲求に対する近在産地と地場流通の結びつきは、

ある意味必然であったと言えるだろう。

以上の卸売市場の大きな潮流のなかにあっては、有機栽培野菜、減農薬栽培野菜、無農薬栽培野菜、自然栽培野菜、そして地場栽培の農産物等の差別化された農産物の顕在化の中で、特に地方卸売市場の集荷機能に着目する本研究は、第3の分散均衡市場体系の可能性への考察という位置付けになるだろう。

3. 卸売市場の二重構造と機能の再認識

上記のような特徴を持つ卸売市場、特に本研究の考察対象である地域流通における地方卸売市場が維持・継続されていくためには、その役割に対してどのような認識が重要であるだろうか。

図6は、中央卸売市場と地方卸売市場の1市場当りの取扱金額の対前年比成長率の推移である。長期で見ると相対的に地方卸売市場の成長率が中央卸売市場のそれを上回る年度が多数みられる。地方卸売市場が中央卸売市場を成長率で上回っている、つまり卸売市場自体が減退傾向にある中でも、相対的には中央卸売市場よりも地方卸売市場の役割がより維持される傾向にあると言えるだろう。

そこで地方卸売市場が維持されてきているその特徴について若干の考察を加えてみよう。ここではコンティンジェンシー理論の考え方にに基づき、考察を加えることとする。つまり、卸売市場組織としての生存をかけた環境適応問題と言ってよいだろう。

そもそもコンティンジェンシー理論はリーダーシップの研究系譜に基づくことから、組織内における部下との人間関係、仕事内容の明確さ、そしてリーダーの権限の強さ等を状況変数として採用してきている。ここでは、それを卸売市場という制度体の組織レベルでみることにする。これらに基づき、状況変数は環境の不確実性、技術のルーティン性、そして規模等の変数が想

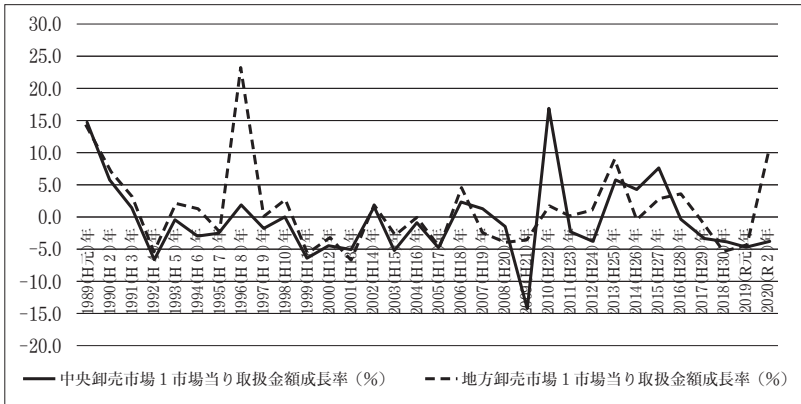


図6：中央卸売市場及び地方卸売市場の市場当たり取扱金額成長率の推移

出所：農林水産省『卸売市場データ集』。

定されることになる。⁽⁵⁾ コンティンジェンシーモデルは、状況に応じてスタイルを変える「状況適合理論」である。Burns & Stalker (1961) においては、スコットランドの電子機器企業の事例の考察を通して、よりスピードのある技術変化や市場の変化に対して、管理システムを適切な形態に適應させないと失敗につながる事が指摘されている。つまり、環境への組織の適應問題である。また、加護野 (1980) に従えば、コンティンジェンシー理論の考え方において、組織と環境の間に一定の関係性が存在するとして、組織構造変数と状況変数の間に起こる適合性・不適合性が成果変数に影響を及ぼすとさ

(5) リーダーシップの在り方についてのモデルとしての状況適合理論、そしてコンティンジェンシー理論については、以下を参照されたい。

Fiedler F. E. (1964) "A contingency model of leadership effectiveness," In Berkowitz L. eds. *Advances in experimental social psychology*. NY: Academic Press.

Fiedler F. E. (1967) *A theory of leadership effectiveness*. NY: McGrawHill.
(山田雄一監訳『新しい管理者像の探求』産業能率短大出版部 1970年。)

Fiedler F. E. 1974 *The Contingency Model—New Directions for Leadership Utilization*. *Journal of Contemporary Business*, 3, pp. 65-79.

れている。

更には、ここでは卸売市場の特異性を考慮する必要性もある。卸売市場組織が有する二重構造である。同一の卸売市場内に、独立した単一あるいは複数の元卸売業者と複数の仲卸売業者が存在する。つまり、卸売市場内ではある一定の組織間関係が存在することとなる。また、この組織間関係を内在化した上で、地域的には地方と中央という2種の卸売市場が存在している。赤岡（1978・1982）では、組織における組織間関係に着目し、環境適応すべき組織側において中核となるべき焦点組織、そしてそれに対するインプット組織とアウトプット組織からなる組織集合モデルが示され、不確実性が高くなるとその不確実性を吸収するために、関連諸企業と単なる取引以上の密接な関係を取り結ぶことが指摘されている。組織間の調整では、取引・交換がまずは挙げられるが、山倉（1995）では、組織間共同行動・協力が示されている。それは、他組織への依存を弱める自律化戦略、他組織との良好で安定した関係をめざす協調戦略、そして組織間関係が多重化・複合化した場合に第三者機関に働きかけて対応していくものである。

従って、卸売市場では、市場間転送や取引の様式変化によって環境適応を図ってきていると考えられる。そして、自律的な協調化を図りながらも、自治体という第三者機関の下にあるいはそれらと協力して一つの疑似組織体として行動する二重構造を有し、商流や物流を中心とした流通フローの活性化に寄与し、これにより状況というコンテキストからの影響を受けることになると言えるだろう。

この様な特徴を有する卸売市場に対して、一つの概念図式として、図7のようなモデルを想定することとする。

すなわち、すでに図1で示したように、流通段階に位置する卸売市場は、流通経路上の川上となる生産者側と同様に川下となる小売流通業者側の影響を受けることになる。それが一つの制度（組織間関係）として機能している

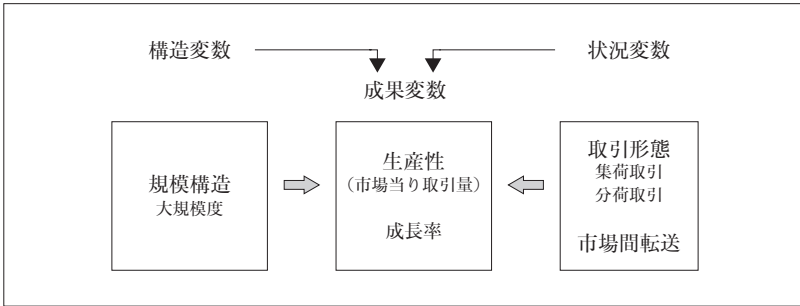


図7：卸売市場の青果を規定する構造要因と状況要因

出所：筆者作成

のが卸売市場である。例えば、青果物において卸売市場の川上側では、従来の慣行栽培野菜を中心として市場経由率の減少⁽⁶⁾、そして近年そのプレゼンスを上げている有機栽培野菜などの新たな生鮮産品の登場等により、現在の卸売市場は委託集荷の減少傾向の中で買付集荷か委託集荷かという取引関係の選択に迫られている。一方、川下側では、大規模小売流通業者との取引の比率が高まるにつれて、セリ・入札取引か相対取引かという選択にも迫られている。そして、それはその結果として市場間転送という形で、市場の階層性の中で、上位卸売市場から下位卸売市場へ転送が行われるという現状を生み出していると言えよう。

これらの取引関係の状況変化に着目することから、図7のモデルは想定されることになる。図7では、卸売市場における状況変数（環境適応行動）として、集荷局面における買付集荷取引から委託集取引への変化、分荷・配荷局面におけるセリ・入札取引から相対取引への変化、そして他市場への市場

(6) 以下を参照されたい。

西村順二（2023）「有機食料品市場の現状に見る有機栽培野菜・果実市場展開の方向性と理論的拡張の可能性」『甲南経営研究』63(3・4), pp. 35-66。

間転送（水平的・垂直的転送）が想定されている。そして、これらの状況変数と構造変数との間での適応・不適応により成果変数が影響を受けることになるというものである。

4. 地方卸売市場の規模に伴う取引の役割－仮説導出と検証

(1) 地方・地域における地域流通の必要性

これまでの考察から、地方卸売市場を一つの核とした地域流通を想定してみると、地方における流通機構の中核となっている地方卸売市場においては、集荷面では中央卸売市場と同様に自前での集荷機能が働いていると言えるだろう。地域流通全体を考えた時には、必ずしも広域型の中央卸売市場に全依存することなく、地域型の地方卸売市場がその川上からの集荷という役割を果たしてきているということである。

そこで、以下では地方卸売市場を取り巻く取引形態に着目し、卸売市場の中でも特に青果物卸売市場に対する影響を確認してみよう。近年、有機栽培野菜や無農薬野菜など拘りをもって生産された野菜等が注目され、徐々に消費市場に広がってきている。その拘りのある野菜の流通は、その収量や品質・規格への適合性から、全国的な流通経路においての扱いは難しい。これらに対して、地方における地域流通やローカルフードシステムとして近年注目されているのが食料品ハブである。以下では、一つの手掛かりとしてその役割を考えてみよう。Winarmo et al (2020) では、地域経済の活性化に対する農産物の重要な役割に着目し、食料品ハブとして地域企業による流通センターが集荷、流通、そして農家と消費者の連結の役割をはたすことが注目されている。また、食料品ハブは仲介者として特に短い食料品供給チェーンにおける集荷、品揃え、流通、加工において効率的であることも指摘され、食料品ハブの必要性が主張されている (Entsminger 2019, 2020)。その他にも、フードハブは公式的にも非公式的にも国中にわたって規模の効率性を進め、

地域創生視点からみた地域流通の役割再考（西村順二）

流通を改善することによって地方・地域の農家から顧客（家計，小売業者，レストラン，機関・制度体，卸売業者）に対する生産物の集荷・マーケティング，流通を促進する（Matson J. 2013），また地域フードハブは卸売・小売・機関需要を満たす地方・地域生産者の能力を高める為に，主にこの地方や地域の生産者から，出所を確定できる食料品の集荷，配達，マーケティングを積極的に管理する事業・組織である（Barham et al. 2012），そしてローカルフードハブは地域の農産物を一か所に集めて仕分けし，しかるべき顧客に配達するローカルフードの集配拠点である（佐藤 2019）とされ，地方や地域と繋がりながら集荷・配荷することに重きが置かれていることが示されている。この様なフードハブは以下の図8に示されるように，本来的には短い流通経路を想定したものである。

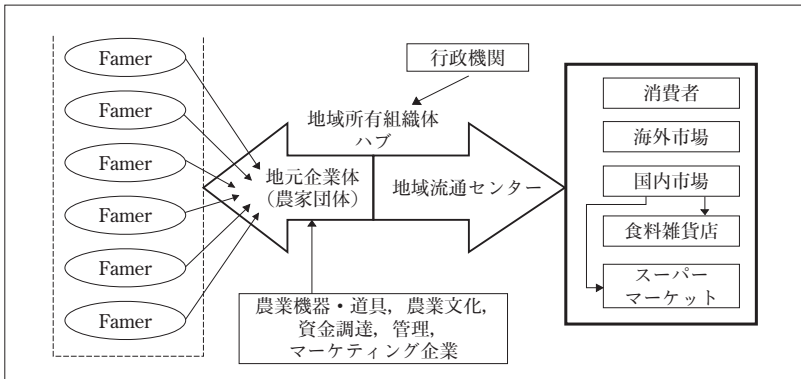


図8：フードハブの流通経路

出所：Winamo 2020a・2020b から筆者が修正作成。

一方で，従来の慣行栽培野菜の流通ルートにおける課題と同様に，フードハブ実現には多様な需要に対応するための規模の増大が求められる（Clark 2016, Mount 2012）ことも指摘されている。さらには，社会課題への対応面に着目し，フードハブを捉える例も指摘されている。すなわち，北米におけ

るフードハブは、日本における農産物直売所に相当する業態と位置付けられ、効率性を重視する一方で、ローカルとは地理的な範囲だけではなく、住民自身がコントロールできる場所であり、食の流通を通してコミュニティ再生や食の分配による社会正義等の社会問題に向き合う(西山 2018)という側面も有しているのである。また、実用価値(地域事業者への利益)、倫理価値(小規模経済で環境負荷対応, 地域相互扶助関係性)、そして美的価値(食関係経験による学びの機会)の観点からフードハブは評価される(高安 2020)という見方も存在する。この様にフードハブには多様な側面での評価が存在するが、本研究ではその中でも食料品の集荷、配達、マーケティングという機能を果たす流通経路であることに着目する。

このフードハブの特徴と問題点は以下の様に整理できるであろう。第1に、フードハブの役割は、地域における一つの結節点として、集荷・配送・マーケティングの機能遂行にある。しかしながら、それが故に、一団体・一組織では多様な機能装備においての限界は存在するであろう。第2に、フードハブの優位性は地域の農産物を集荷して仕分けし、該当するユーザーへ届ける集配機能に求めることができる。しかしながら、それ故に、集配量(品切れ)・集配品種(品質の限定)の増大への対応においては困難性が存在すると言える。第3に、フードハブは本来的には小規模・零細規模の農家を対象に進められている。それ故に、需要に対応する規模自体への困難性、すなわち多数の生産者を求めないことに限界は存在するだろう。第4に、フードハブの価値化であり、それは機動性や適応性が上がる短い供給チェーンの構築にある。しかしながら、それ故に、ローカルフードハブにとっての適正な規模と適正な範囲(小ロット, 多品種, 短納期)への対応に困難性がある。そして第5に、フードハブは、生産者と消費者の距離が縮まり、関係の透明性をあげることに優位性がある。しかしながら、それ故に、社会関係資本化することによるトレードオフ関係となりがちな社会性と経済性の両立問題が浮

地域創生視点からみた地域流通の役割再考（西村順二）

上してくることになるだろう。

なお、上記の諸問題、特に第1から第4までの問題については、下記の図にあるようにフードハブを取り組んだ上で、生産者を相対的に中程度まで増加させる中規模経済性の実現、そして流通経路を相対的に中程度まで短くする中程度の品揃え対応を実現するために卸売市場、特によりユーザーに近く、より地域に分散立地する地方卸売市場を活用できる可能性に着目することができるだろう。それは、そもそもが小さな地域需要への対応というところに、その目的がおかれているからである。

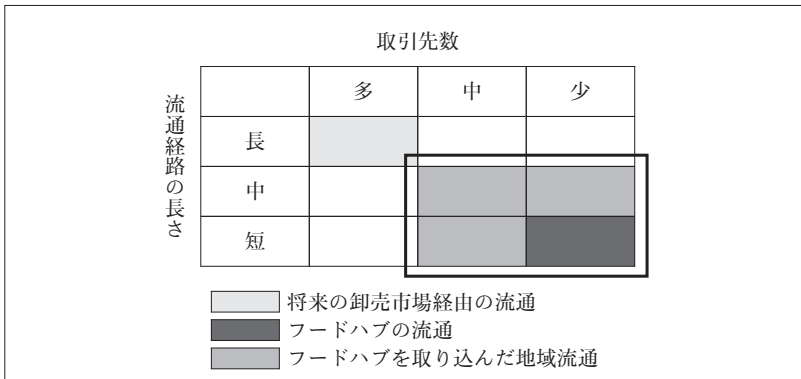


図9：流通経路の長さと取引先数の対応から見たフードハブの位置づけ

出所：筆者が作成

(2) 仮設の導出

相対的に短い供給チェーン、集荷・配送機能の遂行、そして顧客適応を志向する食料品ハブを一つの題材としてみると、規模の経済への対応という点で地方卸売市場の可能性に着目することができる。ローカルフードシステムとしては、卸売市場を介する流通は回避され、市場外流通に依存することが多く見られるようになってきた。それは、旧来の慣行栽培野菜等による工業化された生産物を大量に扱い、大規模小売業者に大量販売することが卸

売市場の主たる役割とされてきたからである。一方で、地元食料品やこだわりの生産品(有機栽培野菜等)は、近隣・近郊の農家との関係性の中で限られた短い流通経路での中小規模販売が求められる状況が生まれてきたということである。

また、小売側の大規模化だけではなく、生産側の大規模・集約化の動きが生まれてきて、集荷面での困難性が高まってきていることから、地方卸売市場において相対的にその対応が必要となってきたことも挙げられる。

これらの諸特徴を、地方卸売市場に対するフードハブの役割との関連性から見ると、次のように地方卸売市場の諸側面を捉えることができる。

第1に、地方卸売市場において、集荷能力の視点からは規模の経済を求めていくことは重要であり、フードハブにおける集荷機能は重要であることから、規模拡大を志向しやすい。しかしながら、第2に、委託集荷に基づき大量の品揃え準備をすることは地方卸売市場にとってそれに見合った価格での荷が集らずコスト圧力を受けることになる。第3に、地方卸売市場でも、大規模小売業者との相対取引は取引量の確保という観点から重要である。第4に、他市場からの転送による入荷拡大は、品揃えを準備する選択肢としては、その対応上有効である。そして第5に、中央卸売市場に比べて、食料品ハブに近似し易い地方卸売市場は、現状では相対的に劣位にあることになる。

以上に基づき、仮説を整理・導出すると以下ようになる。

仮説1：地方卸売市場の生産性に対して卸売業者の大規模化は集荷能力の必要性からプラスの影響を及ぼす。

仮説2：地方卸売市場の生産性に対して、標準化された大量の産品を揃える必要性から用いられる委託集荷は買付集荷よりも費用高を招くこととなり、マイナスの影響を及ぼす。

仮説3：地方卸売市場の生産性に対して、大規模小売業者との取引が増加傾向にある卸売市場にあってセリ・入札取引よりは相対取引の方

地域創生視点からみた地域流通の役割再考（西村順二）

が確実な販売量の確保からプラスの影響を及ぼす。

仮説4：地方卸売市場1市場当り取扱金額（億円）に対して，他市場から転送された入荷が増えることは，品揃えの多様性や需給のミスマッチに対するその解消からプラスの影響を及ぼす。

仮説5：これら卸売市場の成果に対して，卸売業者の大規模化がもたらす影響，委託集荷割合がもたらす影響，セリ・入札取引あるいは相対取引がもたらす影響，そして他市場からの転送入荷がもたらす影響のそれぞれが，地方卸売市場よりも中央卸売市場においてその影響がより大きくなる。

これらの諸仮説に対して，卸売市場の生鮮青果物に焦点をあてて，地方卸売市場を取り巻く取引形態に着目し，卸売市場成果に対するその影響を確認してみよう。ここでは，主に青果物に関する卸売市場の各種の数値を利用する。しかしながら，入手可能なデータの制約上，そして市場間転送の取引類型による区分が行われていないために他市場からの入荷比率に関しては，農林卸売水産省編『卸売市場データ集』を活用して，市場全体の野菜の数値を用いることとする。また，それに伴ない1988年から2020年までのデータとなる。そして，食料品ハブを題材としてその役割を卸売市場に求めると共に，短い供給チェーン，そして規模の増大への対応という点で地方卸売市場を対象に，その可能性を探るという観点から以下のような変数を設定することにする。（表1を参照。）

これらの仮説検証のために時系列回帰分析（ARIMA（1, 0, 0）モデル）を行った。その推定結果は表2の通りである。

なお，表1においては同一のデータセットを利用していることから，モデルの精度評価指標としてRMSEを確認し，Ljung-Boxの検定結果から残差の独立性も確認した上で，地方卸売市場について，仮説1，2，4は検証されていると言える。ただし，中央卸売市場に関して，RMSEの数値から予測

表1：変数の定義

変数属性	変数の定義
構造変数	地方卸売市場大規模卸売業者数比率 中央卸売市場大規模卸売業者数比率
状況変数	地方卸売市場青果セリ・入札取引比率 中央卸売市場青果セリ・入札取引比率 地方卸売市場青果集委託荷取引比率 中央卸売市場青果委託集荷取引比率 野菜の他市場からの転送入荷比率
成果変数	地方卸売市場1市場当り青果取扱金額(億円) 中央卸売市場1市場当り青果取扱金額(億円)

表2：時系列回帰分析による推定結果

地方卸売市場	大規模化	セリ・入札	委託集荷	転送入荷
β 値	0.808	-0.077	-0.37	0.051
標準誤差	0.215	0.081	0.165	0.013
t 値	3.753	-0.948	-2.241	4.061
有意確率	0.001	0.353	0.035	0.001
R2 乗	0.683	0.562	0.584	0.748
中央卸売市場	大規模化	セリ・入札	委託集荷	転送入荷
β 値	12.856	0.439	-0.879	0.081
標準誤差	4.045	0.916	2.222	0.202
t 値	3.178	0.479	-0.396	0.403
有意確率	0.004	0.636	0.696	0.691
R2 乗	0.830	0.759	0.746	0.753

精度上は地方卸売市場の推定結果より劣ることになるが、 β 値、t 値そして有意水準から、そして残差に自己相関は無いことを確認したことから、仮説5も検証されたと考えられる。その結果は、図8に示されている。

この図に示されているように、他市場転送入荷の割合が市場の生産性に正の影響を及ぼしているということから、地方卸売市場においては、量・質の拡充のために他市場転送による入荷の可能性が指摘される。また、委託集荷

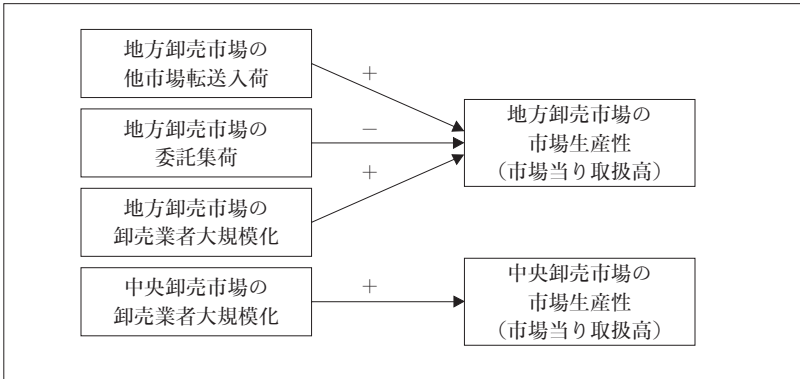


図 8：卸売市場の成果に対する構造変数と状況変数の影響関係

注：「+」正の影響関係、「-」は負の影響関係を示している。

の割合が市場の生産性に負の影響があるということから、地方卸売市場においては、むしろ買付取引が好ましく、ローカルエリアでは、特色ある生産物志向への可能性への対応が必要であるということだと言えよう。そして、どちらかと言えば仕入れ面での役割が大きい卸売業者の規模が市場の生産性に正の影響を及ぼしているということから、地方卸売市場においては、中・大規模への拡大によりローカルエリアでの量・質の確保の可能性が存在すると言えよう。更には、中央卸売市場においても、卸売業者の規模拡大が、市場の生産性に正の影響を及ぼしているということから、そして β 値が大きいことから、中央卸売市場よりも地方卸売市場の方が、大量取引への動機は相対的に低く、適正規模志向の可能性が存在し得るということであり、フードハブ機能を取り込んだ中規模流通の実現可能性があると言えるだろう。

5. 結論と課題

従来 of 生鮮産品の流通様式に従えば、特に生鮮産品の流通においては生産と消費のマッチング（需給マッチング）を実現し、かつそれを効率的かつ効

果的に推進するが故に流通業者が存在すると考えられてきた。生鮮産品は生産側も消費側も多数を取引相手にする市場であるために、その実現つまり需給マッチング機能の効率的・効果的遂行のために規模の経済が求められ、また大規模小売食料品スーパー等顧客満足の充足のためにある種規格化された産物や品揃えの多様性と豊富さが必要とされてきたのである。これに対応するために、生鮮産品等の流通段階における卸売市場（中央卸売市場と地方卸売市場）が整備され、かつそれに対応してきたと言える。それが揺らぎ始めているのが現代である。

本研究では、地域創生の考え方から地域流通の有効性に着目し、上記生鮮産品の流通の中核をなしている卸売市場に対して考察を加えてきた。結論としては地方卸売市場の役割はまだまだ有効であるということである。表2と図8にあるように、取引様式と生産性との関係性では、中央卸売市場よりは地方卸売市場の方が相対的に効率化に遅れているが故に、逆に言えば今後生産性向上を実現できる可能性があるということ、地方卸売市場の業者規模の拡大と他市場からの転送入荷を増大することはその生産性に貢献すること、そして少なくとも委託集荷よりは買付取引の方が生産性に寄与すると言えるということである。これらは、相対的に短い流通経路となる地方卸売市場において、取引様式への対応をすることにより取引による中規模程度までの経済性を達成する可能性があり、それにより中間流通としてのハブ機能を遂行していくこと、さらには市場間転送の活用から地域での経済循環を誘導する機能を持ち得ることになるということである。そして、地方卸売市場にとっては、この中規模性を志向する地域循環卸売市場は今後進めていくべき有効な方向性の一つであるということである。

最後に、本研究に残されている課題の幾つかに言及しておきたい。第1に、生鮮産品を扱う卸売市場を考察の対象としているが、フードハブは農産物の事例であり、本研究で分析されたデータは生鮮三品や花卉を扱う市場である

地域創生視点からみた地域流通の役割再考（西村順二）

ため、さらに農産物卸売市場の考察を加えることが必要であるだろう。

第2に、フードハブの集荷・配送という機能への着目に終わり、マーケティング（ターゲット顧客への接近）については、考察できていないということである。ただし、考察対象の地方売市場は相対的には顧客・消費者ニーズに近いことから、消費者志向の品揃え形成という点で、マーケティング志向の事業活動は必然的にそこには含まれ易いことになるだろう。

第3に、既存の卸売市場等を活用する大規模流通体系、そして産地の直売所やオンライン小売販売にその販路を依存する小規模流通体系の併存は近年既にみられる。その中であってこれらのどちらでもない中規模流通体系は、いまだ顕在化しているとは言い難いだろう。そこには、規模の経済と少量多頻度多品種流通への対応が現実的にはボトルネックとなっているからである。そして、需給に相場が左右される市場に出荷、販売する限りにおいて、生産者は生産物の価格決定権を持つことができない。その状況では、安定的な経営を行うことが難しいとされている。特にコモディティとしての農産物、いわゆる「慣行栽培野菜・果実」であるほど、産地間・商品間での差異が出ない（出せない）ため、需給バランスの影響を受けやすいと言える。（折笠2017）本研究では、これに対しては委託集荷よりは買付取引に活路を見出すことができることを指摘している。それには量への対応問題は残るだろう。ただし、近年見られる有機栽培野菜・果実等こだわりの農産物の流通の登場は、広域流通と地域流通、そして大規模流通と零細小規模流通の共存による地域流通の再編・再整備への可能性を含んでいる。今後の趨勢を待ちたい。

第4に、卸売市場の法規制による変化への対応を考慮した考察ができていないということである。特に、直荷引き・第三者販売が導入・自由化される以前と以降の差異は確認する必要があるだろう。但し、これには分析に耐えうるサンプル数の確保もまた不可欠ではあるだろう。

そして第5に、本研究は、一つの局面に限定した考察に留まっていること

である。中央卸売市場と地方卸売市場の関係，基本的には流通経路上のこの関係性を見てはいるが，モデル適合上さらに視点を小さくしていくと，中央卸売市場内の元卸と仲卸の関係，そして地方卸売市場内の元卸と仲卸の関係についての考察が必要である。その上で，どのような変数・モデルでそれを捉えられるのか。これらについては次の研究にゆだねることにしたい。

参考文献

- Barham J., D. Tropp, K. Enterline, J. Fisk, and S. Kiraky (2012) Regional Food Hub Resource Guide: Food hub impacts on regional food systems, and the resources available to support their growth and development, United States Department of Agriculture.
- Burns T. & G. M. Stralker (1961) The Management of innovation, London Tavistock.
- Clark J. K. (2016) "Scaling-up regional fruit and vegetable distribution: potential for adaptive change in the food system", *Agriculture & Human Values*, 33, pp. 503-519.
- Entsminger J. S. & R. E. Westgren (2019) Species of American Food Hubs: Development of an Organizational Species Concept and Its Application to an Emerging Organizational Form, Working Paper, Columbia, MO: University of Missouri, McQuinn Center for Entrepreneurial Leadership.
- Entsminger J. S. (2020) "Coordinating Intermediaries and Scaling Up Local and Regional Food Systems: An Organizational Species Approach to Understanding the Roles of Food Hubs", *Journal of Food Distribution Research*, 51(1), pp. 32-42.
- Fiedler F. E. (1964) "A contingency model of leadership effectiveness," In Berkowitz L. eds. *Advances in experimental social psychology*. NY: Academic Press.
- Fiedler F. E. (1967) *A theory of leadership effectiveness*. NY: McGrawHill. (山田雄一監訳『新しい管理者像の探求』, 産業能率短大出版部, 1970年)
- Fiedler F. E. (1974) "The Contingency Model—New Directions for Leadership Utilization". *Journal of Contemporary Business*, 3, pp. 65-79.
- Field R. H. (1982) "A test of the Vroom-Yetton normative model of Leadership", *Journal of Applied Psychology*, vol. 67, Iss. 5, pp. 523-533.
- Matson J, M. Sullins, and C. Coe (2013) The Role of Food Hubs in Local Food Marketing, USDA Rural Development Service Report, 73, United States Department of Agriculture.
- Mount P. (2011) "Growing local food: scale and local food systems governance", *Agriculture & Human Values*, 29, pp. 107-121.
- Rodff J. (2015) Improving Systems of Distribution and Logistics for Regional Food Hubs,

地域創生視点からみた地域流通の役割再考（西村順二）

MIT Urban Planning.

Winarno H., T. Perdana, Y. Handayti & D. Purnomo (2020) “Regional Food Hubs for Distribution of Regional Food Logistics (Case Study on the Establishment of a Food Distribution Center in Banten Province, Indonesia)”, 2nd International Conference on Engineering and Applied Science (2nd InCEAS) 771, pp. 1-9.

赤岡 功（1978）「コンティンジェンシー・セオリーと組織間関係論の環境理解」『経済論叢』122(3-4), pp. 133-150。

赤岡 功（1982）「組織間関係戦略と企業業績」『経済論叢』129(1・2), pp. 16-40。

伊藤貴啓（1997）「卸売市場流通の空間パターン—野菜の転送を事例として—」『地理学報告』85, pp. 28-39。

小野雅之（1993）「青果物流通構造変容下における地方都市小規模卸売市場の機能と特質—公設庄内青果物地方卸売市場の事例分析」『山形大学紀要（農学）』11(4), pp. 807-838。

小野雅之・大久保樹（1995）「青果物卸売市場構造と地方都市中央卸売市場—山形市中央卸売市場の事例分析—」『山形大学紀要（農学）』12(2), pp. 175-204。

折笠俊輔（2017）「農産物流通の変革と課題」『流通情報』527, pp. 6-13。

加護野忠男（1980）『経営組織の環境適応』白桃書房。

櫻井清一（2007）「ローカル・フードシステムの現段階」『農業および園芸』82(1), pp. 211-217。

佐藤亮子（2019）「米国のローカルフードシステムにおけるローカルフードハブの果たす役割—地域食料の集荷配送機能を超えて—」『同志社政策科学研究』20(2), pp. 79-91。

地域流通研究会編（1997）『新世紀の地域流通』編集工房東洋企画。

高安啓介（2020）「良いデザインと評価の問題」『デザイン理論』76, pp. 115-129。

西村順二・陶山計介・田中洋・山口夕妃子編（2021）『地域創生マーケティング』中央経済社。

西村順二（2023）「有機食料品市場の現状に見る有機栽培野菜・果実市場展開の方向性と理論的拡張の可能性」『甲南経営研究』63(3・4), pp. 35-66。

西山未真（2018）「ローカルフードシステム—食の流通を通じた地域問題の解決—」『食と緑の科学』第72号, pp. 14-15。

農林水産省編（2002）『卸売市場流通の現状と課題（平成14年10月）』農林水産省総合食料局。