

加工・業務用野菜産地と実需者との交流会

交流促進マッチングセミナー

日時：平成 20 年 7 月 3 日（木）

場所：東京都立産業貿易センター浜松町館 3 階展示室

「契約取引の現状と今後～産地と実需者が配慮すべき点とコーディネーターの役割～」

東京青果株式会社常務取締役 宮本修氏

東京青果の宮本です。私に与えられたテーマは「契約取引の現状と今後、産地と実需者が配慮すべき点」ということです。卸売市場における契約取引は、予約相対取引が基本です。予約相対取引は、昭和 46 年 4 月にこれまでの中央卸売市場法が廃止されて卸売市場法が制定された中で、セリ原則の例外規定として設定されました。それまでの取引は、セリと相対、あとは俗にいう「先取り」といった取引行為をやっていました。東京都条例の改正に伴い予約相対取引は 47 年 5 月以降から始まりました。

予約相対取引はあらかじめ出荷者と買い手業者が卸業者を介して、数量、価格を契約することです。契約期間は 1 カ月でも 1 週間でもよく、そのかわり東京都には 3 日前に申請を下さいということになりました。しかし、予約相対取引はあまり普及しませんでした。そこで農水省は予約相対取引普及のために平成 7 年通達を出し制度改正をしました。改正の内容は従来の価格・数量契約のほかに、数量のみ契約し、価格は当日の卸売市場価格に連動することを認めました。

なぜそうなったのかと言えば青果物は日々相場の変動が激しく、要は 1 週間前の契約価格と当日の卸売価格に余りにも乖離がありリスクが多いということです。それで数量契約だけでもいいとなりました。そうすると、リスクのないのは誰かと申しますと、仲卸、買参人のリスクがなくなります。数量だけは確保できて、単価は当日の卸売価格だからです。買参人、仲卸はいいでしょうが、逆に産地側は顧客の数量契約だけで、単価はわからない、産地にとってはメリットが少ないということです。現在、この二つの方法で予約相対取引が実施されていますが、長所短所がいまだにあります。

そして、平成 12 年に東京都条例の改正により書類の簡素化がなりました。皆さん方のお手元に「予約相対取引契約書」というものがあると思いますが、これ 1 枚で書類はいいとなりました。それまでは産地側の契約書、買参参加者の契約書を全部揃えて東京都に提

出していました。現在、乙欄は東京青果（株）の社長の名前、甲欄は仲卸、あるいは買売参加者の名前を書いて、そして契約期間、品目を記入して東京都に提出するだけになりました。産地の契約書はなくてもいいが、卸売会社は買参人の契約数量、品目を産地側に電話、あるいはファクスで「こういう契約をしました」、「やりますか」、「いいです」というやり取りの中で契約履行をしています。それでは産地側と卸側の種類は何もないではないかということではありません、契約商談システム「青果マーケット」（卸会社 11 社、JA 23 社加盟/20 年 6 月現在）、「青果ネット」（出荷、仕切り情報）を利用して内容がわかるようになっています。

平成 17 年にまたも卸売市場法の一部改正がありました。取引の自由化ということで、一つは商物一致規制の緩和、商物を分離してもいいということです。もう一つは、買い付け集荷の自由化、そして三つ目は第三者販売・直荷引きの弾力化です。これによってどうなったかと言いますと今までは産地と卸、仲卸、小売業の契約をした品物は、すべて大田市場であれば大田市場に全部荷卸しなければなりません、商物分離はだめと言う事です。産地から直接 A というスーパーのバックヤードに青果物が運べなかったわけです。それが、平成 17 年東京都条例の一部改正により商物分離の規制の緩和がなされ、出来るようになりました。 図の通り（産地—卸—仲卸・売買参加者—小売業・スーパー）予約相対取引は、産地から小売業までの一気通貫です。買い付けが自由になると言うことは、卸業者自ら自己の計算のもとで産地に買いに入れるということです。今までは、委託取引の中で 8 分 5 厘の手数料をいていたわけです。簡単に言えば我々は卸売手数料商売で生きている手数料商人です、今度は差益商人になってもいいということです。1000 円のを仕入れて 2000 円で売ろうが 3000 円で売ろうが卸業者の自由という事です。これまでは、1000 円と決めたものは顧客も 1000 円、その中の 8 分 5 厘でした。三つ目の第三者販売の弾力化はどういうことかと言うと、この図（産地—卸—仲卸・売買参加者）にない人に売ってもいいということです。この図にある人は大田市場で会員として組合に入って保証金を払っています、要は市場というのは会員制市場です、いうならば一見さんお断りです。だから、大田市場の登録を受けていない人が取引をしたいのであれば、例えば築地市場、あるいは横浜市場の人が、東京青果に荷物を頼むということをやってもいいといった弾力化になってきているわけです。第三者販売はセリ並びに相対で残った品物だけが取引できるので、予約相対取引は事前に第三者販売は出来ません。

我々卸売業者が契約取引を産地と実施して、何が世間と一番違うのかというと、我々に

は未収金がないということです。先ほど言ったように、我々は大田市場の中では会員以外に売らないわけです。第三者に売りますと集金が大変になってきます。また、未収金発生の可能性もあります。市場取引は産地から青果物を顧客に正確に渡せば、通常は代金を頂いて完了です。特に市場の支払いは「代払い制度」なので顧客の受領印を送り状にいただければ入金は確実となるわけです。したがって、我々は営業であっても集金業務というのはありません。

普通、契約書というのは、まずこのように期間と品目だけなどということはありません。まず、「支払いサイドがどうなのか」、「相手は大丈夫なのか」ということを調べなければ契約などはできないでしょう。その辺が卸売市場はまだ恵まれているというか、そういう機構制度の中でやっているということです。我々とすれば、如何にしっかりとした定時、定量、定質のものを顧客に渡せるかという仲介を卸売業者がどうできるかかと思っています。では、値決めはどうなっているかと申しますと、例えば来週キャベツを1000円で100ケースずつ1週間と取り決めした場合、価格が1500円になったとしても、予約相対取引した人は1000円で100ケース来週にキャベツをもらえる。ところが、産地は1500円になればマイナスです。次の週にそれをカバーするというけれども、今週産地が損をしたから1500円で買えと言っても、なかなか交渉は計算どおりには運びません。こういうことをやっていくと何が起こるかという、買い手の方と売り手の方が、どちらが得か損かわからなくなってきて、私の経験では全部損したと言われていました。もうけているのは8分5厘の手数料が入る東京青果だけだといわれます。今日も産地の方が何人か見えています。産地の方も今までみたいに、来週決めたからといって日常の相場というのを余り意識しないで、予約相対取引は予約相対取引、1000円に決めたのだから決めた期間の価格が1500円、2000円になろうがいいといった産地がふえてきました。だから、予約相対取引は取り決めした内容でやっていこうとなってきました。予約相対というのはこうもいえます、相場が高くなりますと市場内の買参人からの契約書は一気に増えてきます。ところが、安い相場がずっと続きますと契約書は少なくなります。要は、予約相対というのは高値に弱く、安値には強いです。セリは高値には強い幾らになるかわからないから、しかし安値もある。それを産地の方が自分でどう判断されるのですが、私はやはり予約相対取引は利用した方がいいと思います。

今まで安定の数量が欲しい顧客はスーパーが主でしたが、最近ふえてきたのは外食への納入業者、小売屋です。そういう方々も数量をきっちり確保したいということで、予約相

対取引を利用する機会がふえてきました。

一番上の図表（産地—卸—仲卸・売買参加者）が通常の予約相対の形で、要は1対1の取引です。Aという産地、Aというスーパー、小売屋の取引はこれで十分です、例えばキュウリA級、S級を来週から10ケースずつ1週間、あるいは1カ月、トマトのA級とM級を50ケースずつ毎日というのは図表の取引で出来ます。ただし、あるハンバーガーチェーン店で、6月10日から8月10日までハンバーガーにトマトを入れてセールをしたいと相談を受けた場合は違います。我々はチェーン店の担当者と必要日量数は1000ケースなのか2000ケースなのか打ち合わせをします。ハンバーガーチェーン店はトマトはL級かM級しか買いません、S級やSS級は要らないわけです。概ねL1階級1等級でB品は要らない。それを日量5000ケース集めてくれと言われたときに、一番上の図表（産地—卸—仲卸・売買参加者）では対応不十分です。5000ケース注文があったときには、4000ケースもあればいいんじゃないですか、その辺はどうなりますかと聞いたら、ハンバーガー店の担当者はばかじゃないですか5661枚は5661枚です！、我々の業界には欠品などという言葉はありませんといわれました。当然、私たちは予約した期間のトマト数量の欠品を出さないために複数のA産地、B産地、C産地と予約をきちんとして、トマト2ヶ月間の数量対応をしなければなりません。

次に漬物業者の例を見ますと、業者からの注文を仲卸が卸に注文を出します。漬物業者は1年間365日営業していますから、トマトの場合のような産地リレーということは余り考えなくてもいいけれども、白菜の場合は産地リレー販売をしなければなりません。はくさいは秋冬季茨城、春季茨城、夏秋季長野が主産地ですが我々は漬物業者に白菜を周年供給するために茨城、長野県以外の産地も回るわけです。そして、漬物業者に欠品をしないために、A、B、C、D、Eの数産地をきちっと押さえておかなければなりません。これで何が一番問題かと言うと長野県のA産地が7/上旬～10/上旬の期間日量500ケースで予約相対した、ところが10月の中旬には茨城が出荷してきた。そして相場が安くなってくると、長野県は下旬まで出荷があるので予約を上旬以降も続けてほしいと願う。ところが茨城県は早く出したい、そこで長野と茨城はバッティングします。そのときに、長野との予約の終了調整が難しい。これがまさに一番のセリ人の腕の見せどころです。逆に言うと長野県の白菜が早く切り上がり、ところが茨城県も出てこないと産地リレーに穴があくわけです。そのとき相場は品薄高となって1ケース3000円、4000円と上昇します、どうするか！我々は地の果てまで探しに行かなければいけません。こういうところが市場担当

者の腕の見せどころです、この対応を上手にやらないとこの契約はうまくいきません。場合によっては、国産以外の外国産を考えざるを得ない場合もあります。業務筋には欠品という言葉はないわけですから、約束したことは約束です。

今度は産地側が中心の場合ですが、例えば大きなキャベツ産地は銚子ですが、産地からお客さんを探せとってきます。卸の担当者は6玉でもいい人、8玉でもいい人、10玉がいい人を探して、産地側にA、B、Cの顧客がいるから予約をやろうと伝えます。同じキャベツでも、嬬恋のキャベツの場合は違います、きょうはJA 嬬恋の方に一応了承を得まして、名前を出してもいいかといったらいいと言われましたので名前を出します。JA 嬬恋のキャベツは6月下旬から10月中旬まで1700万ケースを出荷します。出荷の始まる6月下旬前の6月3日までに全生産量の3割を売ってくれとってきます。だから、我々はその年の出荷の終了した10月下旬に反省会終了後もう来年のお客さんを探します。当然、値段も決めています、要は先物です。1700万ケースですから3割は500万ケースです、500万ケースを加工は幾ら、8玉は幾ら、10玉は幾らと値段を決めて6月3日までに売ってしまうわけです。こういった産地が現実に出てきているということでもあります。

では産地側はどのくらい数量契約してくれるのか。私はあるキャベツの産地に行きまして、東京青果予約相対取引で日量800ケース欲しい、1000ケース欲しいといったら産地の担当者は無理だと言いました。うちは日量2万、3万ケース出荷するけれども出荷数量全体の2割しか予約をしません、雨が2日も3日も降れば一気に2000ケース、3000ケースの出荷になってしまう。そのときに、コンスタントに800ケースも1000ケースも予約相対をやったらどうなるかと、だからうちは最低の予約数量しかしません。大体これが今の各農協の姿勢です。だから、予約相対契約をしても出荷数量の2割ないし3割止まりです。雨が3日も降って、数量が減少した場合産地側は大欠品ですから、そういった無理な契約を産地はしません。だから、予約相対取引が一気に拡大とはなかなかいかない訳です。逆に言うと、早く先に出荷量全体の2割を契約した方が勝ちです、もたもたしていたらだめです。全体の2割しか予約しないのだから、早く2割へいけばいいわけです。こういうことで、大きな産地の予約相対取引を実施する場合には、我々はこのようにしていろいろな実需者への対応をしているのです。では値決めはどうなのかということですが、私は今一番いい値決めを産地側からやっているのは群馬県のレタスだと思っています。彼らは5月中旬から10月までの1シーズン、レタス1個上限は150円下限は80円と大枠をびたっと決めて、あと1週間の値決めでやりましようとしています。相場が高いときは高いなり

に、そのかわりコストプラス適正利潤イコール適正価格は幾らなのかということです。私は契約はそういうものだと思っています。今後、当然油代が上がる、肥料が上がる、生産費が上がったときに、コストプラス適正利潤イコール適正価格、まさに市場は原価意識が問われます。それをできるのかできないのか、そういう顧客をきっちりと見つけないと荷物が来なくなるでしょう。それだけに市場担当者はコスト意識を十分に持っておかないといけません。もう一つは、契約は何がいいかというレタス日量 500 ケースを契約したのであれば 500 ケースは売ったのです。そうしたらあと 2 反、3 反レタスを生産していいのではないかということです。契約取引は今あるものの中からくださいなどと言ったらだめで、100 ケースあるうちの後 20 ケースをつくってほしい、その 20 ケースを契約しましょうとか、100 ケースあるうちの 50 ケースを売ったのであれば、あと 50 ケースをつくれればと、これをやっていかないと生産は絶対に伸びません。そういう意味では契約取引というのは、私は生産者が納得する値段であればもっとやるべきだと思います。今は契約取引の話ですが、市場は今後契約栽培を考える必要があります。そのときにはコストプラス適正利潤イコール適正価格、この仕組みをどうするかということです。

一番下の図表は、例えばスーパー、小売業が何々県フェアをやりたいと言ってきた場合の図です。たとえば、宮崎県フェアと銘打った場合 1 品目だけではフェアは出来ない。そこで宮崎の野菜、果実、ましてや魚まであるだろうから野菜、果実の多品目の商品を組み合わせることが必要となります。宮崎産 A 商品、B 商品、C 商品といろいろな品目を組み合わせ合わせた予約相対契約をしなければなりません。当然、個別品目別の契約はあたりまえです。スーパー等から何々県フェアの計画をやりたいといわれた場合は、うちはできませんというわけには行きません。だから我々の対応はフェア県の野菜、果実の商品群のなかから適切な品目を供給する仕方が必要なわけです。以上が説明した契約取引の四つのパターンで、現在も実施している取引です。

次に予約相対取引を生かす道は契約栽培でしょう。契約栽培にしても、今までの市場というのは、要は生産者の見込み生産で、売れるだろうといった形でされていたわけです。今後、産地育成をする場合は見込み生産はだめでオーダーメイドでなければなりません。A スーパーで、この時期にはこういうキュウリ、こういうナス、こういうものが何ケース欲しいからつくってくださいというふうに言えば、私は生産者の方はつくってくれると思っています。それには卸だけではだめです、仲卸、スーパーとの連携が大事です。要はチームを組んで産地に当たらないと産地はオーケーしないのではないかと思います。野菜生

産量はなかなか伸びない、経費は高くなる、高齢化といった状況下でどうやって生産者に金をとってもらおうかということが大事だと思います。私は今いろいろな県でさまざまな役目の委員を仰せつかっていますが卸の仕事というのは一つです。どうしたら生産者にお金をとってもらおうか、生産者にお金をとってもらうためには何をしなければいけないか、それ以外に考えることはありません。卸は生産者に野菜をつくってもらわなければならないのです。だから、法律がどれほど変わろうとも、我々卸の原理原則は何一つ変わっていません。生産者に青果物をつくっていただいて、出荷していただいて、それを販売して初めて売り上げと利益と給料をもらえるわけです。その生産者の手取りがマイナスになったら我々そのものもアウトだと。それだけに、どうしたら生産者の手取りが多くなるのかということを考えるわけです。

まとめになりますが、これは私の独断と偏見で言わせてもらいます。10年前私は5人のメンバーと共に予約相対を専属で行う予約相対室の室長を任されました。予約相対取引が当社でもなかなか伸びてこなかったからです。当時のメンバーも今日何人か会場にいますが、そのとき私がメンバーに言ったのは次の五つです。

一つは、青果物というのは一体何だろうと、野菜というのは何だと。私は、野菜、果物は生き物だと思えと、だから匂もあるわけです。生き物を取り扱うのは大変です、エネルギーが要ります。生き物を扱う者はエネルギーが要るということを思わないと前へ進みません。

二つ目は、確認と準備です。絶えず確認して、そしてそれを準備する。確認と準備の繰り返しだと言いました。先ほど言ったように野菜も果物も生き物です。先ほど図表で説明したように、A産地からB産地にうまくバトンタッチできないということを早く察知したら早く手当てをすることです。それには確認しかありません、そして次の準備をすることです。予約相対というと、契約期間は1週間か10日、産地はA産地、B産地が決まってしまうらもういいでしょう、何も問題ないだろうと思いがちです。とんでもないです契約をしたからこそ絶えず現物を見るなり、相手先に行ってその生産者なり担当者と話合わなければ次の契約はできません。契約は1回で終わるのではありません。確認と準備です。さらに野菜生産は気象条件にも左右されるわけですから手間暇がかかります。契約というのは簡単ではありません、いま言ったことを各自が認識を持ってやるかやらないかだと思っています。そして、先ほど言ったように商物一致規制の緩和前までは、予約相対物品も全部市場で一遍おりました。だから我々のだれかが現物を目で見て確認できます。し

かし、規制緩和後は物品が産地から契約先に直接行くわけです。そのときに、ではだれがどうやって確認するのかとなります。きちんと確認しないと相手から傷んでいましたと言われたときに、われわれは物品を見ていないわけですからどう対応できるか迷います。このようなことは必ず確認する体制をとらないと問題が起こってきます。 商物分離での取引の中でそういうものをなくす方法は何かと言うと、信頼する産地としか予約相対取引ができないということです。きっちりと定時、定量を守ってくれる産地と契約をすればいいのであって、市場も受託拒否はできませんから出荷された青果物は売ります。しかし、契約はこちらが選ぶことができるということです。ではどういう産地を我々は選ぶのかということになるわけです。

三つ目は桜の季節にもみじを考えることです、桜の季節に桜が咲いたなどこれは予約相対をするもの値打ちではありません。桜の季節にはもうもみじのことを考えて、もみじのときには桜のことを考えていなければいけません。これは、私がある県連に予約相対で行ったときに、そこのトップの方が君たちは桜の季節にもみじを考えるメンバーだねと言われました。予約相対取引はやはりそのくらいの長期間で、そして森を見て木を見なければだめだというふうに言われたわけです。

四つ目は人、物、金です。私が言いたいのは、順番を間違えてはいけないということです。産地へ行って、Aというトマトを 1000 円と言ったところが、そのAの産地の担当者はまず何を言ったかと言うと、1100 円、1200 円だろうといいました。価格のことを先に言って予約相対取引をやる必要はありません。当然、その産地の青果物は品質がいいのだから、しかしやってくれるのは人であり、契約ですから、それを第一線でやってくれる担当者がどういう人かです。私も産地開発なり予約相対をやってきて成功した例は、農協の大きい小さいではなく、第一線で本当に生産者と向き合っていてやってくれる営農職員です。営農職員のしっかりしたところとやらないと全部失敗します。まずはだれが担当者としてやってくれるかです。青果物生産は気候条件に左右されます生き物です。その第一線で頑張ってくれる人とやらなければなりません。契約取引は、人、物、金、全部大切ですが、順番を間違えてはいけませんとメンバーに言っていました。

最後は、ではこの取引の最終責任はだれが負うのかといいますと、私は担当者には卸だといっています。なぜか、A産地と契約がうまくいかなかった場合、小売屋、スーパーはいつでも契約をやめられます。また、産地はそんな取引ができるか、やめたと、いつでもやめられます。でも東京青果は契約をやめることはできません。私たちは様々な取引形態

の中で責任ある取引をさせてもらっています。そうすると、最終的には卸が責任を負うと
いった形になると思っています。だから、青果物とは何か、絶えず確認と準備だと、先を
見ると、人、物、金、順番を間違えるとだめだということをいろいろと担当者に言ってき
ました。

私は今日出席している皆さん方に、特に産地の方あるいはバイヤーの方にどうしろと言
うつもりはありません、それよりもまず卸がやるべき仕事は一体何だということをきちん
として、産地と顧客の仲人として両方の方々が喜んでくれるようなことをしなければいけ
ないと思っています。東京青果の職員もろいろと勉強をして市場取引の一層の充実を図る
よう頑張っています。

時間がきましたのでこれで終わりたいと思います。私はいつも大田市場におりますので、
何かありましたら御相談に乗れる範囲で、責任を負える範囲でやらせていただきたいと思
います。どうもありがとうございました。

了