

青果物の卸売市場流通における生鮮食品廃棄物の発生構造に関する研究

杉村 泰彦 [株式会社アルファ技研/技師
(前 北海道大学大学院農学研究科/研究員)]

背景・目的

今日、青果物流通における生鮮食品廃棄物問題が深刻化している。しかし、産地段階での廃棄や、GMSのリサイクル活動が盛んな小売段階と比較して、卸売市場を中心とした卸売段階での生鮮食品廃棄物の排出は、問題として指摘されること自体が少なかった。問題全体を俯瞰できるようなデータが存在していないこともあり、いくつかの個別事例を除いて、現在も全体状況はほとんど明らかになっていない。しかし、排出抑制および再資源化促進の両面から、卸売市場における生鮮食品廃棄物の発生要因を明らかにし、青果物流通の構造的な問題として把握していくことはさきわめて重要な課題となっている。

内容・方法

本来の青果物の取引業務と無関係で、自治体ごとに廃棄物処理の方針もまちまちであるため、卸売市場における生鮮食品廃棄物(以下、「生ごみ」)問題については、統計的資料がほとんど存在せず、また今後も整備される可能性は少ない。そこで、問題への接近は、ヒアリングによって個別の事例分析を積み重ねていくことしか方法がない。

本研究では、卸売市場における「生ごみ」問題が最も早く先鋭化し、比較的情報量の多い東京都中央卸売市場を事例に課題を整理し、それを踏まえて存立基盤の異なる各卸売市場へヒアリングを行った。まず、同じく大型市場である札幌市中央卸売市場について排出パターンと排出要因の分析を行った。併せて、中小規模の消費地中央卸売市場である室蘭市中央卸売市場、産地市場である富良野市公設地方卸売市場について、「生ごみ」排出の実態と、その状況をたずねる背景について把握した。そして、それらを総合し卸売市場における生鮮食品廃棄物の発生要因を明らかにした。

結果・成果

本研究における分析から、集荷と分荷の条件に規定され、各卸売市場ごとに「生ごみ」排出要因は異なっていることが明らかになった。今回、卸売市場の「生ごみ」排出について指摘する要因は以下の点である。

1) 物流システムに起因する「生ごみ」の発生

卸売市場における「生ごみ」の発生には、物流システムの問題が強く関係している。本研究では気温と「生ごみ」排出の関係性を示したが、そこでの「生ごみ」発生は、政策的に推進された青果物の流通広域化の結果として生じた事態でもある。さらに問題なのは、産地では、広域流通への対応と

して予冷施設などに多額の設備投資を行っているのに、消費地に到着した時点では「生ごみ」となっていたことである。商品の価値を保持したまま空間的懸隔を架橋することこそが物的流通に求められる機能であるから、これは物流システムの問題といえることができる。

生鮮食品流通の広域化が不可逆であるとするならば、札幌市中央卸売市場の事例で明らかにした積算温度の問題は、物流システムにおける温度管理の改善によって克服すべき課題である。

2) 流通構造に起因する「生ごみ」の発生

卸売市場には、残品に起因する「生ごみ」が発生している。事例では、卸売業者は供給過剰時に低価格で出荷品を買い取り、価格を維持しようとするケースがあった。それが「生ごみ」となっていたのだが、結果としてそれが「生ごみ」の大量発生をもたらしたとしても、生産構造の維持という面からは卸売業者のそのような行動は正当に評価しなければならない。

しかし、青果物の流通構造として考える場合、このことは重大な問題である。今日、特に大型卸売市場は、いわゆる予約型の取引が一般化しているため、出荷見込みを大きく超過すると、その卸売市場の販売力では増加分を吸収することができない。そこで、市場間転送という方策もあるが、地方都市まで大手量販店が展開している今日では、転送によって分散を図っても、転送先の卸売市場も同様に弾力的な販売が困難になっているのである。

卸売市場の集荷段階は、供給超過時において、一方での産地の維持と、他方での残品の発生という二律背反的な問題を抱えているのである。

3) 中小規模市場にみる「生ごみ」排出抑制の方策

中小規模の卸売市場にとって、残品の発生はそのまま損失として経営に跳ね返る。そこで、一方では、軽度の荷痛み品について販路を積極的に確保し、他方では供給超過時には出荷者にも協力を要請することで、残品の発生を回避しようとする。出荷者と売買参加者の双方と互恵的な関係を構築することで、柔軟な販売を可能としている中小規模卸売市場のあり方は、卸売市場における「生ごみ」問題に重要な示唆を与えていると言える。

今後の展望

本研究では、卸売市場における「生ごみ」発生要因のうち、物流問題と需給構造の問題を中心に分析した。さらに、一連の調査からは、第1に開設地の自治体におけるごみ処理の方針、第2に青果物加工との関係、第3に卸売市場のマーケティング戦略が「生ごみ」の発生に強く関係していると見られる。そのため、問題の全体像を把握するためにはさらなる事例分析の積み重ねが必要である。併せて、卸売市場の「生ごみ」排出を流通構造の問題として捉え、流通論ないし商業論的アプローチから、この問題の論理を解明していくことが今後の課題となる。