

EC と見えざる参入障壁 - 青果物取引の場合 -  
Invisible Barrier to Implement Electronic Market System  
- A Case Study of Japanese Produce Market -

松田友義\*, 鄒艶\*, Eric van Heck\*\*

\*千葉大学大学院自然科学研究科 ( Graduate School of Science and Technology )

\*\*Erasmus University, Netherlands

**要旨** 我が国でも花き取引においては既にオークネットやワイズシステムのような市場メーカーによるエレクトロニック・マーケット・システム (EMS) を擁した他産業からの参入が行われている。一方青果物取引においては、卸売市場法の規制もあり EMS の導入は困難と考えられてきた。昨年ようやく卸売市場法が改正され、最大の難関だった商物分離への道も開けるように見えた。しかし、未だに青果物市場への参入を計画している企業や、システム開発・運用を公表している企業は見当たらない。本論文において、われわれは花き市場と青果市場の EMS に対する取り組みの相違が、野菜供給安定基金による価格安定事業の指定市場制にあることを明らかにする。また EMS を採用し、さらにその上で安定基金を利用するためには、既存市場がシステムを導入するか、あるいは供給安定基金に代わるリスクヘッジの手段を提供することが必要なことを明らかにする。

**Abstract** In Japan, EMS for flower market has already developed and operated. While we have no EMS for produce market yet. We have regarded that to implement EMS is difficult for produce market, due to the regulation under the Wholesale Market Law. In 1999, the government amended the law, and we expect it open up a road to introduce EMS. However no movement to enter the market comes out at this stage. The factor that causes this difference in their attitudes to EMS between flower industry and produce industry is our primary concern. We make clear that the "price guarantee system" offered by Foundation for Stable Supply of Vegetables performs as a crucial barrier to implement EMS. And to reap benefit both of efficiency associated with EMS and safety of price guarantee system, EMS has to be introduced by traditional wholesalers, or a new system to hedge price risks has to be developed.

### 1. EC 導入を巡る環境の変化

エレクトロニック・コマース (EC) が話題になって既にかかなりの時間がたっている。海外では多くのシステムが開発され既に運用を開始している。国内の農産物取引

分野でも、消費者向けの直販サイトはかなりの数が存在するし、BtoB の領域でも花き取引の EMS は既に関係され、成功裏に稼働している。EMS を運用しているのは中古車市場で有名なオークネットと新日鐵か

ら独立したワイズシステムである。両者は既にかなり以前からシステム開発を行っており、十分な準備をした上での参入だったといえる。

日本では現在卸売市場の衰退が問題になっており、われわれは以前から「卸売市場法」が EMS 導入を阻む障壁として機能していることを指摘してきた。政府は昨年ようやく市場法の改定に踏み切り、最も大きな障壁と思われていた商物一致の原則を大幅に緩和し、商物分離へ道を開いた。これによって多くの EMS の開発あるいは試験運用が始められるものと思われていたが、現実にそのようなシステム開発を行っている企業、試験運用を始めた企業は今のところ見当たらない。市場法の改正はかかなり前から話題になってきたことであり、商物分離の緩和も既定路線であった。花き市場のケースを見ても EMS の開発には長期に渡る準備期間が必要なことは明らかである。改正を前提として多くの企業が EMS を開発、少なくとも開発準備くらいはしていても良さそうなものだった。しかし、現実には本格的な市場参入は未だになされていないし、参入へ名乗りを上げた企業もない。市場法の改正で一番問題だった商物分離が法的にも認められ、EMS 導入に弾みがつくはずと考えていたわれわれの予想とはかなり異なる結果だったのである。

この花き市場関連業界と青果物市場関連業界との EMS に対する姿勢の相違は何に起因するものなのだろうか、というのがわれわれの第一の疑問であり、その理由を明らかにするのが本論分の課題である。

## 2. 旧卸売市場法と EMS

これまでの「卸売市場法」では商物一致が原則であった。即ち原則として市場の競りにかけられる青果物は現に市場に存在する（届いている）もの、あるいは指定場所に保管されたものだけだった。それがスーパーマーケットの台頭で、スーパーの開店時間に間に合わせるよう、（競り）時間前販売が盛んになり、市場の信用をも傷つけてきたのである。結局、卸売市場の衰退はこのような小売サイドでの変化や、生産者サイドでの変化に柔軟に対応しきれなかったことにあるのであるが、このような事態を惹起した大きな原因の一つである旧市場法は、同時に卸売業者を初めとする関連業者の新たな取り組みを阻み、結果的に市場取引の情報化、EMS の導入をも阻んできたのである。

## 3. EMS の参入を阻む障壁

これまでも EMS の普及を阻む障壁が存在することについては Lee 等[1]で語られてきた。ここで指摘されていた障壁となる要因は 複雑な商品表現、即ち見なければ商品の質を判断できないという性質、影響を受けるグループの抵抗、既得権益を持った関係者の保守的姿勢、クリティカルマス達成の困難さ、伝統的市場のサービス、品質検査や包装等低次加工サービスの提供は現品を扱う市場でしかできないこと等である。しかし、これらの障壁に共通していることは何れも直接流通過程に関与した障壁であること、さらに既存市場側からの、即ち既に権益を持っている側からの抵抗が基本になっているという点である。

本論文で対象としている青果物取引市場の場合、既存業者の態度は「どうぞご自由

に」、「お手並み拝見」というものであり、既存業者による目立った抵抗は今のところ見られない。これは裏返してみると多くの既存業者が EMS による参入に対して、それほどの脅威を感じていないことの証でもある。

花き取引の場合にはオークネットやワイズのような他業界からの新規参入があった。その時も既存業者からの抵抗はそれほど明らかなものではなかった。しかし、青果物の場合には新規参入の気配もないというのが現状なのである。未だにシステムの姿形も見えない状態の青果市場において、関係業者は危機を認識できるはずと期待する方が無理なのであるが、このような可能性を示唆しても多くが「できるわけがない」という反応を示すのはなぜなのであろうか、また何故花き市場の数百倍の市場規模を持つ青果市場へ参入しようとする企業が現れないのであろうか。花き市場と青果市場とは基本的な市場特性においては何ら変わる場所がない。参入の可能性は存在するのであり、現に、海外企業による参入の計画もあるようである。

#### 4. 見落とされていた障壁

実は青果物市場で EMS 導入が進まない理由は他にあったのである。これまで知られてきた障壁とは異なり、EMS との関わりが直接は見えてこないような、いわば見えざる障壁とでもいうべき壁が立ちはだかっていたのである。

それは「野菜供給安定基金制度」という本来的に生産者保護のための制度である。「野菜供給安定基金」制度は、簡単に言うと、生産者と自治体、国が資金を出し合っ

て野菜価格が暴落したときに価格補填をするための制度である。

安定基金制度を利用するための規定にはいくつかの条件がある。1つには農協共販を通して出荷されたものであること。2つには指定市場に出荷されたものであること、3つには一定の品質基準をクリアしていることである（実際には他にも多くの条件があるのであるが本筋には関係しないので省略する）。

問題はこの指定市場制である。中央卸売市場を中心として予め農林水産省によって指定された指定市場に出荷された青果物のみが補填の対象となるのである。これ以外の例えば大規模生産者と量販店の間で直接交わされた契約により取引された分はこの制度の対象にはならない。これが卸売市場の存続のために大きな支えともなっている。また日本における農産物取引においては、市場価格の変動次第で契約条件の変更はしばしばあることで、直接販売、契約販売だからといって、いつ何時価格変動の余波を被るかも知れないという事態には変わらないのである。日本の商慣行においては、残念ながら、価格条件をも含めた契約に基づいた取引にも価格変動リスクは存在するのである。

今のところ、安定基金制度を利用する以外に野菜の価格変動リスクをヘッジする方法はない。このような現状でリスクを犯してでも新たに参入してきた EMS を利用する生産者、生産者団体がどのくらいあるかは自明である。これが青果物市場に EMS を持って参入しようという企業が未だに現れない根本的理由なのである。即ち、どんなに効率的な取引システムを提供しても、

取引の効率化だけではリスクヘッジの機能を取り込むことはできない。無論システム自体に取引条件の遵守を明記する、条件変更を可能にする場合でも、変更の要件、変更幅等について明確にしておくことで価格変動による影響をできるだけ少なくすることは可能である。即ち Lee の唱える制度的基盤 (Institutional Base) をきちんとこしらえておくこと、さらに価格変動リスクを最小化するための条項を含んでおくことが EMS 導入の前提になるのである。

最も容易かつ現実的なのは、既存市場が自ら EMS を開発し導入することである。しかし、彼らにしても行政側のきつい規制・監督のもとにあり、自由に EMS 開発を行うことはできない。また、自らの存在自体を脅かすかも知れない EMS の導入には多くの卸売企業、特に地方の小規模卸売企業は積極的ではない。もちろん行政側もまったく手をこまねているわけではない。彼らも市場取引の情報化が必要なことは感じており、いくつかの手を既に打っている。

その1つが EDI の導入である。しかし、彼らが推進しようとしている EDI は、取引に必要な情報をコード化することを前提とした、VAN時代の第二世代の EDI であり、インターネットがネットワークの主流となることがほぼ決定的な現在、既に時代遅れの感が否めない。しかも普及が遅々として進んでいないので、十分に普及しないまま計画が立ち消えになる可能性が強い。他の1つはロジスティクスとの連結である。ロジスティクス・コントロールのために IT 導入が不可欠なことは誰もが認識している。この面から IT 導入を図り、ゆくゆくは市場機能全般の情報化を促進するというのが行

政の戦略と見える。しかし、実際に EMS 導入に対して見えざる障壁として機能している安定基金制度を廃止する意向は行政にはない。このまま行くと、既存卸売企業にしか EMS 開発導入の誘因は働かず、システム開発・運用が、競争的環境の中で行われることは期待できず、EC 時代になっても古い体質の市場制度をそのまま温存することになりかねないというのが現状である。

## 5. 結論と含意

以上明らかにしてきたように、EMS 導入にはこれまで明らかにされてきた直接的な障壁の他にも周辺制度による間接的な障壁が存在する。特にそれが法律に基づいたものだったりすると、極めて強固な障壁として機能することが明らかである。EC あるいは EMS 導入を促進するためには、取引環境、市場環境を精査するばかりではなく、それを取り巻くあらゆる環境についても精査する必要がある。それを通じて障壁として機能しそうな制度を洗い出し、行政側に改善を求めていく必要がある。

## 参考文献

- (1) Ho Geun Lee, Ted Clark, 松田友義, 「情報化市場システムの経済的便益と導入を阻む障壁」, 『システム農学』, 13(2), 1997, pp.73-81.
- (2) 野菜供給安定基金 『平成6年度 野菜供給安定事業の手引き』野菜供給安定基金, 1994.