

パラグアイ共和国
アスンシオン市中央食品卸売市場改善
プロジェクト巡回指導調査団報告書

昭和59年4月

国際協力事業団

農 開 発

J R

84 - 71



パラグアイ共和国
アスンシオン市中央食品卸売市場改善
プロジェクト巡回指導調査団報告書

昭和59年4月

国際協力事業団

国際協力事業団	
受入 月日 '84.12.20	708
登録No. 10965	814
	ADD

序 文

国際協力事業団は、パラグアイ国からのアスンシオン市中央食品卸売市場への技術協力要請に対し、昭和55年3月に事前調査団を派遣し、実態の調査と改善の可能性につき調査を行いさらに、昭和56年3月には、協力の構想を固める為に技術協力打合せチームを派遣した。これらの調査結果にもとづき、昭和56年12月には、アスンシオン市中央食品卸売市場改善計画に係る実施協議調査団を派遣し、4年間にわたる技術協力事業を開始した。

上記計画の協力期間が2年間を経過した時点において、討議議事録附属文書X協力期間の条項により、合同委員会を開催し、本プロジェクトの進捗状況に関し、討議を行うとともに、残り2年間の協力についての方針を決定することを主たる目的とする巡回指導調査団を派遣した。

本報告書は、この調査結果をとりまとめたものであり、今後の同計画の実施と運営に資するためとりまとめたものである。

おわりに、本調査団派遣にあたり御協力を賜わった、外務省、農林水産省、社団法人食品需給研究センターの関係各位に厚く謝意を表すものである。

国際協力事業団

農業開発協力部長 田 内 堯

目 次

序 文

I 巡回指導調査結果の概要	1
1. 調査の経緯	1
(1) 調査の目的	1
(2) 調査団の構成	1
(3) 調査団の日程	1
2. 調査結果の概要 —— 技術協力の現況と今後の課題 ——	2
(1) 技術協力の内容	2
(2) 58年度業務実施状況	3
(3) 中央食品卸売市場の運営管理への指導助言	5
(4) 中央食品卸売市場の運営管理に必要な調査等の指導・助言	8
II 中央食品卸売市場整備の現状と課題	11
1. 卸売市場の実態	11
(1) 市場概要	11
(2) 卸売業者の実態	13
(3) 小売業者と市場利用	14
2. 市場管理の現状と課題	15
(1) 管理機構	15
(2) 業者指導	17
(3) 産地指導	18
3. 市場情報の整備と情報サービス	19
(1) 市場統計の整備	19
(2) 情報サービス	19
4. 標準建値算出のための課題	20
(1) 建値算出の方法	20
(2) 建値の提供方法	22
III 59年度業務実施計画案	23
(補) 中央卸売市場入荷量集計システム	25
1. システムの概要	25
2. システムの詳細設計	27
3. 機械操作手順	51

IV 資料 アスンシオン市中央食品卸売市場改善計画

巡回指導調査団報告書	79
1. 序 文	79
2. 1982年、1983年度事業の実績・現況	80
(1) 技術移転状況	80
(2) 専門家の配置・カウンターパートの配置	80
(3) 機材の供与	81
(4) カウンターパートの受入れ	82
3. 1984年・1985年度の事業計画の進め方について	82
(1) 技術指導上の重点事項	82
(2) 専門家の派遣・カウンターパートの受入れ	83
(3) 機材供与	84
4. その他の特記事項	84
(1) 機材引取りの迅速化	84
(2) カウンターパートの充実	84
(3) ローカルコストの確保	84
5. 第2回合同委員会提出資料及び議事録	85

I 巡回指導調査結果の概要

1. 調査の経緯

(1) 調査の目的

パラグアイ共和国政府からのアスンシオン市食品中央売場を中心とする食品市場改善に関する協力要請により、56年12月に実施協議チームが派遣され、協力事項が取り決められた。

これに基づいて、57年6月に日本人専門家として、中村喜富専門家（市場調査、プロジェクトリーダー）大倉理専門家（技術協力）が派遣され、本格的な技術協力が開始された。専門家としては、引続いて、57年10月に堤八洲雄専門家（流通情報）が派遣された。また、機材関係についても貨客兼用バス、コンピュータ等が供与され、その効果をあげている。

今回の巡回指導調査団の目的は、技術協力を開始してから三年目に入るにあたって、過去二年間の技術協力の実績確認と、今後二年間の協力方針（暫定計画）を協議するとともに、59年度の業務の具体的実施について打合せをしたものである。

(2) 団員構成

団長（総括）：田内 堯 国際協力事業団 農業開発協力部長

団員（市場運営）：芝崎 希美夫 社団法人 食品需給研究センター理事

団員（技術協力）：江川 敬三 国際協力事業団 農業開発協力部 農業開発課

(3) 調査団の日程

12月9日（金） 成田発（RG 833）17：30

10日（土） リオデジャネイロ発（RG 900） アスンシオン着（17：00）

12月11日（日）

12日（月） アスンシオン市長表敬（8：15） JICA支部打合せ（9：00）
82年・83年の実績評価（9：30）（17：00）
日本大使館表敬訪問（山口大使，淵上書記官）
DAMA 幹部職員との懇談会（20：00）

13日（火） 農牧省技術官房局長表敬（8：40） 農牧省大臣表敬（9：00）
82年・83年の実績の評価（10：00）中尾専門家告別式（14：00）

14日（水） 日パ合同打合せ（82年・83年実績）（8：00）
アスンシオン市長招待昼食会に参加（12：00）
日パ合同打合せ（84年・85年計画）（17：00）

15日（木） 家畜繁殖プロジェクト訪問（田内団長・江川団員）（9：00）
エンカルナシオンへ移動（13：00～）吉田専門家同行

16日（金） CREA, CEMA, CEDEF, 訪問
アルトパラナ移住地訪問（15：00）

- 17日(土) ヤシレタ地域の視察(8:30) → アスンシオン
- 18日(日) 資料整理
- 19日(月) 日パ合同委員会(9:00)
小売市場, スーパーマーケット視察(15:00)
- 20日(火) DAMAにて調査(9:30) 日本大使館帰国報告(12:30)
DAMAにて調査(16:00)
- 21日(水) 日パ合同委員会議事録署名に立会い(8:30)
調査団レポートを市長に提出
イグアス地域へ移動(15:30)
- 22日(木) イグアス移住地視察(9:00) JICA 農業試験場(11:30)
西岡農場(14:00) Foz da Iguacu, 移動
- 23日(金) Foz do Iguacu 発(RG 903) 17:45 → リオ経由
- 24日(土) RG 860 → ニューヨーク着(6:30)
- 25日(日) ニューヨーク発(JL 005) 12:45
- 26日(月) 成田着 16:25

2. 調査結果の概要 — 技術協力の現況と今後の課題 —

(1) 技術協力の内容

日本国政府のアスンシオン市中央食品卸売市場を中核とする食品市場の改善に対する技術協力は、昭和56年12月7日に両国の間で取り決められたR/Dの基本計画とプロジェクト実施スケジュールに基づいて進められている。

そこで、今回の巡回指導調査団は前記のR/Dに照らして、技術協力がどのように進められているか、また、58年度の業務実績を検討しどのような問題をかかえているかを中心に調査指導を行った。

なお、R/Dの実施スケジュールにおける主要な技術協力事項は、「中央食品卸売市場の運営管理への指導・助言」と「中央食品卸売市場の運営管理に必要な調査等の指導・助助」である。

ア. 中央食品卸売市場の運営管理への指導・助言

- (ア) 中央食品卸売市場の運営及び管理に関する技術
- (イ) 標準建値の算出のための技術
- (ウ) 中央食品卸売市場と小売市場との間の情報システムの整備
- (エ) 品質管理のための技術

イ. 中央食品卸売市場の運営管理に必要な調査等の指導・助言

- (ア) 生産流通に関する物流調査
- (イ) 消費者動向調査

巡回指導調査団は、上記の項目について、それぞれ詳細に調査し、1982年、1983年事業の実績と評価、さらに今後2ヶ年間の重点事項について指導を行ない、その結果は別紙「アスンシオン市中央食品卸売市場改善計画巡回指導調査団報告書」(和文・西文)としてアスンシオン市長、パラグアイ国日本大使館および関係者に提出した。

(2) 58年度業務実施状況

ア. 技術指導の状況

全体としての技術協力の状況は、ほぼ順調に行なわれていると言えるが、各部門別に見てみると「市場の運営及び管理」の分野については、長期専門家が未派遣であったこともあり、若干、技術の移転が遅れているものの、中央市場としての集荷計画と卸売計画の試作指導等を中心に、指導が行なわれつつある。

今後、市場に入っている卸売業者との定期協議等の意志疎通の場を広げてゆくことが重要と思われる。

又、標準建値の算出技術分野において、コンピュータによる算出方法については、カウンターパートは既に習得済みであり、建値委員会の設立、建値公表についても、種々の努力が積み重ねられて来た。

59年4月には、スペイン語表示によるマークシートコンピューターが購送されるので、毎日の入荷量に基づく標準建値の公表に向けてその体制は出来つつあるが、入荷量の集計が早朝に行なわれる事による、市場管理局職員の就業体制の整備等、今後、より一層の努力が必要と思われる。

情報システムの整備については、ファクシミリの購送が59年度になったこともあり、具体的実施は59年度後半になったが、第一段階として中央市場と第四小売市場間をファクシミリで結ぶ案が作られ、その情報の内容について検討された。

品質管理の技術については、コルメナ地方からのスモモ、ブドウその他の荷姿について、箱の大きさを変えることによる販売量への影響調査等、いくつかの実験が試みられ、情報の収集がなされて来た。又、冷蔵庫の維持と管理について研修員を受入れ、研修を実施した。

品質管理関係の機材については、冷蔵庫一式が供与されたが、選別関係の機材については、予算の制約があり、59次年度に持ち越された。

市場運営管理に必要な統計作成に係る技術の指導としては、入荷実績統計の作成、消費者動向調査の実施等を通じて、カウンターパートへの指導が行なわれた。今後、「市場運営管理」分野の長期専門家の早期派遣を実現することにより、この分野における技術移転は、加速化されることと思われる。

イ. 日本側実施状況

(ア) 専門家の派遣 (58年度)

(長期専門家)

中 村 喜 富 (市場調査) 1982.6.11 ~ 1984.6.10
堤 八洲雄 (流通情報) 1982.10.25 ~ 1984.10.24
大 倉 理 (技術協力) 1982.6.11 ~ 1984.6.10

(短期専門家)

村 上 善 隆 (品質管理) 1984.1.30 ~ 1984.2.21
大 森 洋 昌 (コンピューターソフトウェア) 1984.3.21 ~ 1984.4.20

(イ) カウンターパートの受入れ (58年度)

「冷蔵施設」 LEON BENITEZ A. 1983. 6. 16 ~ 1983. 9. 2
「コンピューターソフトウェア」 AMADA GAUNA 1984. 1. 12 ~ 1984. 3. 21
J. OSE M. PANGRAZIO 1984. 1. 12 ~ 1984. 3. 21

(ウ) 機材の供与 (58年度)

散 水 車 1 台
冷 蔵 庫 1 式 (1,000 m³)
マークシート・コンピューター 1 式 (スペイン語式)
ファクシミリ 2 台

ウ パラグアイ側実施状況

(ア) カウンターパートの配置状況

1) MIGUEL A. LOPEZ	市場管理局長
2) GERARDO LOPEZ	技術運営部長
3) LEON BENITEZ A.	冷蔵技術担当
4) AMADA B. GAUNA	コンピューター技術担当
5) JOSE PANGRAZIO	” ”
6) GUSTAVO ESPINOLA	
7) TERESA DE FRUTOS	
8) ELIGIO RUIZ DIAZ	
9) CARLOS MARTINES	市場管理
10) WILFRIDO AMARILLA	
11) UBALDO LESME MARTINES	財 務
12) TERESITA DA SCARONE	統 計

(イ) パラグアイ側ローカルコストについて

1983年1月~1983年12月までのパラグアイ側のプロジェクト運営費は、以下の通り。

1. 人件費	5,160,000	ガラニー
2. 通関費用	521,450	〃
3. 燃料費	480,000	〃
4. 保守管理費	174,000	〃
5. 水道光熱費	180,000	〃
合計	6,515,450	〃

その他、供与機材の冷蔵庫の据付及び基礎工事のため 20,000,000 円が市場管理局により準備された。

(3) 中央食品卸売市場の運営管理への指導・助言

(現況と評価)

アスンシオン市中央食品卸売市場の運営管理として、特に取上げられている指導事項は市場運営計画、市場管理計画の作成方法、市場価格安定のため卸売市場における標準建値の算出技術、中央食品卸売市場と小売市場間の情報システムの整備および品質管理技術である。これら各事項に対する現在までの指導状況は個々には問題がある部分もみられるが、全体的にはかなりの効果を上げている。

① 中央食品卸売市場の運営及び管理に関する技術

ア. 卸売市場における主要な機能は卸売機能であるが、その担い手は卸売業者である。

市場運営において最も重要なことは、卸売業者の育成である。特に、アスンシオン市中央食品卸売市場のごとく、卸売業者数の多い市場では、これらの業者の健全な育成が、市場の発展にあたる影響はきわめて大きいと云える。

イ. 卸売業者の成長とは卸売業者内部の問題でもあるが、パラグアイ国のごとく、卸売業それ自身が産業として未発達の状態にある国では、これを政策的に育成していく必要がある。

卸売業者の育成と健全な発展のための指導は、この国の場合政策的に進めなければならないが、その実際の担当部門は、市場管理当局である。これを市場管理局の技術部が担当しているが、今回調査では専門スタッフの養成がかなり遅れているように思われる。

② 標準建値の算出のための技術

ア. アスンシオン市中央食品卸売市場における卸売価格の決定方法は“相対取引”である。相対取引は売買当事者間で納得のできる価格で取引がなされるという点ではきわめて便利な方式であるが、この卸売市場のごとく、100を越える卸売業者が別個に価格決定をした場合、業者によって卸売価格に差がでてくる。場所的には、一ヶ所に集中したにもかかわらず、卸売業者によって価格差が発生することは生産者（出荷者）に対して、また、買参者（小売業者）に対して、不信をいだかせることとなりかねない。

イ. このように相対取引によって、生産者・小売業者がたの不信を解決する方法として、この市場において採用したのが“標準建値の公表”という方法である。

標準建値の算出にあたっては、日々提供するためにはコンピュータの利用が絶対的に必要であり、そのためのソフトウェア技術移転が若干遅れている。

また、標準建値の計算値の中に実績値とかなりの差のある品目もみられ、この要因は売れ残りにあると思われるが、これの調査および標準建値計測式の改良等技術面で解決しなければならない問題も残っている。

標準建値の公表は第3者機関によって行なわれるべきものであるが、この公表機関として予定されている“標準建値委員会”は未だ設定されていない。

③ 中央食品卸売市場と小売市場との間の情報システムの整備

ア. 卸売市場は産地と消費地を結ぶ重要なパイプであるが、それは商品流通という物的流通面のみならず、情報流通面でも重要なパイプとなるものである。すなわち、産地・消費地に対して卸売市場における卸売類量・卸売価格等について即刻伝達する必要がある。このような情報によって、産地では作付計画や出荷計画等の資料とし、また、消費地の小売業者はこの情報により販売価格や販売計画の資料とするものである。

イ. アスシオン市内には休業中又は閉鎖中のものを含めて、9ヶ所の公設小売市場がある。これらの小売市場は末端流通の拠点となっている。そこで、中央食品卸売市場と各公設小売市場間をファクシミリによって結合し、卸売市場における取引状況についての情報を各小売市場に対して提供するものである。

当該情報システムの整備については、とりあえず、第4公設小売市場を対象とした情報内容、様式についての検討がはじめられている。

④ 品質管理のための技術

ア. 卸売市場が発展していくためには出荷者および販売者（小売業者等）から、取引状況について信頼をえることが重要であるが、それとともに卸売市場で取引される商品が品質的に安全であることが必要である。そのため、わが国の卸売市場では衛生管理面で、また、規格、数量についてきびしく管理されている。

イ. アスシオン市中央食品卸売市場における現在の取引状況は、出荷者サイドでの選別管理も不十分であり、品質管理面での問題がある。

この部門については、専門家の派遣および機材供与の遅れ等もあって、計画と実績の間はかなり差がでている。1984年1月には専門家の派遣が予定されているので、この面においても具体的な活動が開始される予定である。

(今後の課題)

中央食品卸売市場はパラグアイ国において始めて設立された流通機構であり、これを円滑に運営し、引続いて発展させていくためには幾多の困難が想定される。

1982, 1983年の実績についてみた場合、部分的な問題はともかく、全体的にはかな

り効果をあげているものと判断した。だが、今後1984,1985年の2年間には、かなりの部分で、より慎重な配慮が必要であろう。

そこで、中央食品卸売市場の運営管理の項目について、現在どのような問題をかかえているか、また、今後2ヶ年間の技術指導上の重点事項は何かについて考察してみた。

① 中央食品卸売市場の運営及び管理に関する技術

ア. 先にもみたごとく、卸売市場における主要な機能は卸売機能であって、これの担い手は卸売業者である。市場運営において重要なポイントは卸売業者の育成であるが、このような視点からみた場合、次の点が問題点としてあげられた。

(ア) 市場管理当局と卸売業者との間の意志疎通面において若干欠けている点がみられる。

(イ) 卸売市場の管理機構がR/Dと異なっているが、その理由がはっきりしていない。また、管理機構それ自身が明確になっていない。

(ウ) 卸売市場を安定的に発展させるためには集荷計画や卸売計画を立案し、これに基づいて計画推進することが肝要であるが、その必要性について卸売業者が理解していない面がみられる。

イ. 卸売市場の運営管理面におけるこれらの問題点を解決し、引続いて発展していくためには次のことが必要であろう。

(ア) 市場管理当局と卸売業者の協議会等を設置して市場運営等について定期的に協議する。

(イ) 市場管理機構と業務分担を明確にする。また、機能的な面から人員配置をする。

(ウ) 卸売業者に対して、市場の任務を理解させる等指導する。

② 標準建値算出のための技術

ア. 標準建値を算出する目的は卸売市場における価格形成を明確化し、需給を安定化し、小売価格を安定する点にある。この点からみた場合、標準建値算出面では次の点が問題としてあげられる。

(ア) 標準建値算出のねらいが関係者に理解されていない。これは卸売業者のみならず、市場管理当局においてもみられる。

(イ) 標準建値の理論値と実績値の間にかかなりのかい離のある品目がみられる。

(ウ) 標準建値の検討機関であり、公表機関である標準建値委員会が未設置である。

イ. 標準建値の算出面においては当面次の点が必要であろう。

(ア) 卸売業者・小売業者等関係者に対して、その目的と必要性を明らかにして、これらの支持をうける必要がある。

(イ) 標準建値の理論値と実績値のかい離には在庫量の問題があり、それを加味した理論値算出技術の開発が必要である。

(ウ) 標準建値の検討・公表機関としての標準建値委員の人選と委員会の設置。

③ 中央食品卸売市場と小売市場間の情報システムの整備

ア. 卸売価格や標準建値の情報を小売市場に提供する目的は、小売価格を安定化し、小売価格の地域差を縮小する点にある。これらについては、次の点で遅れがみられる。

(ア) 卸売市場と小売市場間の情報システムの意義の不明瞭と提供する情報内容が明確でない。

(イ) 情報ネットワークの整備が遅れている。

イ. この点については次のことを実施する必要がある。

(ア) 卸売市場と小売市場間の情報流通の必要性の明確化

(イ) 小売市場で必要としている情報内容を調べる。

(ウ) 供与予定のファクシミリを利用して、試験的運用を行う。

④ 品質管理のための技術

ア. 卸売市場は物流・商流の中心となるが、物流面からみた場合、それが効率的に集配・配荷されるとともに、その物資が消費者からみた、信用性のあることが前提となる。そのためには品質管理と規格別、品質別の価格形成が必要である。この面での問題をあげると、

(ア) 品質管理に対する意識が遅れている。

(イ) 規格区分等は産地で実施されている物もあるが、不徹底である。

(ウ) 卸売市場での規格が決められていない。

イ. この点を解決していくためには次のことが必要であろう。

(ア) 品質管理について、生産者、卸売業者、小売業者に対して指導し、意識を向上させる。

(イ) 卸売市場での規格を設定し、規格別に価格形成を可能にする必要がある。

(ウ) 選別機械を試験的に運用し、選別の効率化、標準化を進める。

(4) 中央食品卸売市場の運営管理に必要な調査等の指導・助言

(現状と評価)

中央食品卸売市場の運営に必要な調査として、特に取上げられている調査は生産流通に関する物流調査と消費者動向調査である。これらの調査は市場環境調査にあたるものであり、建設途上の市場においては理解がむずかしい面もあるが、市場の拡大とともに、技術移転も徐々に進んでいるようである。

① 生産流通に関する物流調査

ア. 卸売市場は物流の中心である。そのため、卸売市場施設の規模は物流量と相関するものである。市場施設の設計にあたっては卸売量等物流量によって決められているが、市場の発展とともに物流量も変動する可能性をもっている。そのため、常に物流量をチェックし、その変動に対応可能な準備をしておく必要がある。

イ. 中央食品卸売市場における物流量の調査は、市場入荷受付票をもって実施されている。ここでは入荷する物資の輸送手段とその規模がチェックされている。

入荷量については比較的詳細にチェックされているものの、出荷量については輸送手段の選択や輸送の規模等については未だ調査されていない。

② 消費者動向調査

ア. 消費者動向調査の場合も物流調査と同様、市場環境に関する調査である。そのねらいは消費者の青果物購入実態や購入動向について調査し、その変化等を見極め、将来の方向性を調査するものであり、これによって、流通量の動きや、品目の選択傾向、さらには、小売店の利用状況等により、市場規模や卸売品目の集荷計画等の資料とするものである。

イ. 消費者調査は、2,000所帯を予定していたが、1983年に、その事前調査として、200所帯について実施した。

(今後の課題)

アスンシオン市中央食品卸売市場に対するわが国の技術援助のうち、「中央食品卸売市場の運営管理に対する指導・助言」は現実の卸売市場に対する具体的技術援助であり、また、効果もきわめて具体的にとらえることが可能である。これに比べて、「中央食品卸売市場の運営管理に必要な調査等の指導・助言」は現実の課題でもあるがむしろ将来性のための検討課題である。そのため、この項目に対する理解はかなり困難な面もあるように思われる。

今後、この部門に対する技術移転において必要なことは、このような物流調査や消費調査等の調査の必要性を明らかにすること、また、このような調査と卸売市場の運営管理との関連性を明らかにすること、この点を中心として、この部門に対する技術援助が必要であろう。

① 生産流通に関する物流調査

ア. 卸売市場の具体的整備にあたっては当該市場の配給圏を設定し、この配給圏に対する集配圏との需給関係及び流通状況を基礎として計画される。さらに施設整備にあたっては集配手段、配荷手段等、配荷手段等施設利用面から検討されることとなる。

物流調査はこのような施設利用計画のため、実情について調査するものである。

イ. 物流調査は、現在受付票にて、その運送手段（運輸手段、その規模）をチェックしている状況である。その集計結果については、未だまとめられていない。今後、次の点にポイントをおいて指導する必要があるだろう。

(ア) 産地からの入荷に関する物流調査は定期的に（毎日調査は必要でない）運送手段、規模、集荷範囲を調査する必要があるだろう。

(イ) 小売業者の買出し範囲について定期的に運送手段、規模を調査する必要がある。

② 消費者動向調査

ア. 一般的にみた場合、経済の成長により青果物の消費量は増加する傾向にある。そこで、この国における青果物の消費構造（消費量、消費方法等）を調査して、今後の卸売市場整備の基礎資料とするものである。

このような消費調査は、産地に対して、時期別、品目別の作付計画、出荷計画作成の資料にもなる。

イ. 1983年に消費者200所帯に対して、予備的調査を実施したが、この種の調査は定期的に調査し、その時系列変化、所帯構成（所得、職業、地域等）別変化を調査しておく必要がある。

また、消費者の青果物の購入先を調査し、一般小売店や振り売り、さらには、スーパーマーケット等小売形態別の利用状況を調査し、今後の市場整備の資料とするものである。

Ⅱ 中央食品卸売市場整備の現状と課題

1. 卸売市場の現状と課題

(1) 市場施設

パラグアイ共和国の首都アスンシオン市では30年前に市内9ヶ所に公設小売市場を開設したが、第4市場のみが異状に発達し、これ以外は衰退した。だが盛況している第4市場は、活況とは裏腹に、周辺の交通は混乱し、衛生状態も悪化し、治安上からも問題となった。そこで、アスンシオン市当局は食品市場改善計画を作成し、その抜本的改革として、第4市場周辺の卸売業者を新設の中央食品卸売市場に収容し、この中央市場を中心とした食品市場の合理化を意図した。

アスンシオン市中央食品卸売市場の建設は1972年に建設着工が開始されるが、途中資金難等により中断され、世銀借款の利用や日本政府の技術協力等により1981年9月に開場し、同年10月から卸売業者及び関連業者が入場して、営業が始められた。

なお、卸売市場への卸売業者の収容にあたっては、わが国の場合にもみられるごとく、業者の反対があってかなりの時間を要したようである。

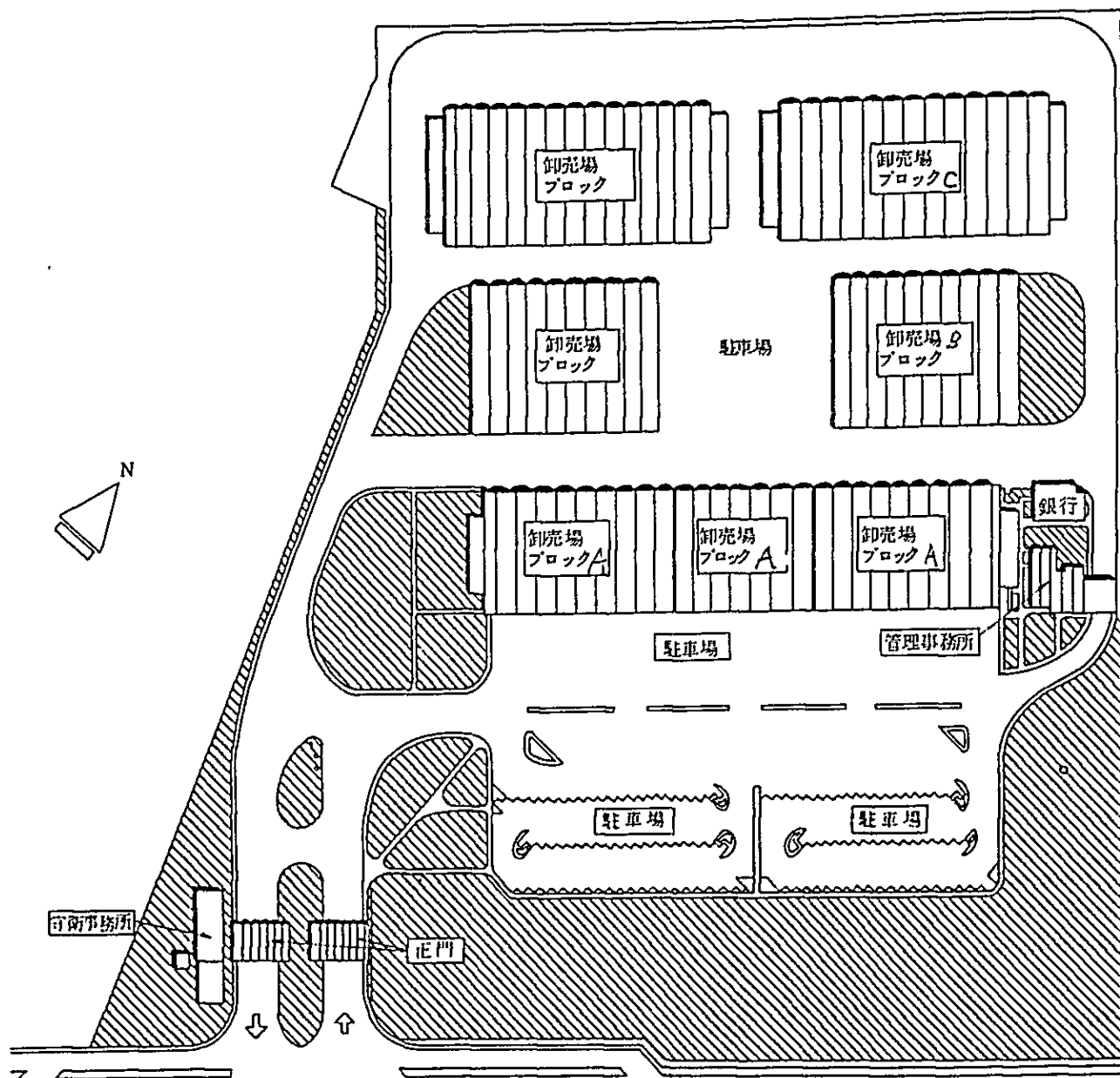
アスンシオン市中央食品卸売市場の施設概要についてみると、敷地は約110千 m^2 となっている。主要施設についてみると、卸売場建物約22千 m^2 、駐車場約20千 m^2 、管理事務所建物約0.2千 m^2 、銀行等建物約0.1千 m^2 となっている。敷地11万 m^2 とは、わが国の市場規模からみた場合大都市規模の施設であり、人口数の少ないこの地域からみた場合、きわめて大規模な都市施設といえよう。


卸売市場の位置はアスンシオン市の南端に位置し、市の中心から7-8kmの距離にあるがいわゆる郊外に位置しており、ここから市街地の主要小売市場に提供するという形態になっている。

卸売市場の施設面からみた問題点又は課題としては次のような点があげられる。

- ① 施設規模は敷地約110千 m^2 であり、アスンシオン市の人口規模からみて、ほぼ妥当な規模とみられるし、また、取扱品目数が大幅に増加しないかぎり、現状の未整備ブロックも考慮するならば、卸売市場としての規模は十分と考えられる。しかし、現在Cブロックには小売業者が入場しており、今後もこのような小売業者を収容することを考えるならば、かなり違ってこよう。
- ② 施設配置はこの図にもみられるごとく、かなり流線的に配置してあって、利用性を配慮したものといえよう。だが、現在ではCブロックが未整備のため、後方の交通量は少ないが、このブロックに業者が入場した場合、かなりの混雑が予想させる。特にCブロックには小売業者が入場しており、買出人（消費者）と買出業者（小売業者）との交通トラブルの可能性がある。
- ③ この国には夏期に特有のスコール現象がある。このスコールにより道路は川となって

アスンシオン中央食品卸売市場配置図



- * 1.  は、緑地を示す。
- 2. ブロック , ブロック は資金不足のため、第1期工事では対象外であり、建設途中で中止となっている。

一面では都市の清掃的機能ともなっているが、卸売市場についてみた場合かなりの問題となっている。一つには正門側の道路を越えて雨水が流入すること、二つには市場の排水が十分でないため、道路、駐車場が冠水すること、そして最後にはこれらの雨水が後方から場外に流出し、隣接している民家に流れ込む点である。今回の調査団の滞在中にもこのことが新聞紙上で問題となったが、排水問題については早急に取組む必要がある。

- ④ 卸売市場の主要な施設としては卸売場、荷抜き場、駐車場等があげられるが、このほか、最近では貯蔵施設が重要視されている。現段階は未整備であるが、1984年には冷蔵施設の整備を計画としており、これによって卸売市場としての主要施設はほぼ完成される。なお、冷蔵施設の利用方法等については十分検討する必要がある。

(2) 卸売業者

1983年12月現在における中央食品卸売市場の業者数は271名となっている。これは1981年と比べて20業者の増加となっている。当初、第4メルカード周辺で営業している者で収容の対象とした卸売業者は197業者であったからこれと比較してかなり増加している。また、1980年2月に面接調査した際の入居希望者は140業者にすぎなかったことを考えるならば、このような卸売市場整備にあたっては、それが具体化した際に雪崩的現象を起すことを証明したようである。聞くところによると、なお、入居希望者がかなり存在していることでもあった。

中央食品卸売市場の整備が進むにともなり、農産物の流通において卸売市場がその中心となってきているが、一方では200名を越える卸売業者を収容したこともあってかなりの変化もでてきているようである。その主要な特徴をあげるならば次の点である。

- ① 200業者を越える卸売業者が1カ所に集まることによって、業者間の競争関係がかなり激化したことがあげられる。すなわち買出しの小売業者が、品質、価格面での比較が容易となったために卸売業者はより品質の良いもの、より価格の安い物を品揃えしなければならず、これが可能な業者と可能でない業者との間に格差が生じている点である。
- ② 卸売業者のうち、産地開発や産地育成に心掛け、良い農産物の品揃えが可能な者、または、買出しの小売業者やスーパー等に対するサービスの良い業者の場合には、経営も安定し、成長しているようである。だがこれが不可能な場合、一部には市場から撤退を余儀なくさせられているケースもかなりみられる。1983年12月調査の結果でも271業者のうち5業者は撤退しており、また4業者については経営者が変更している。
- ③ 上記の結果、卸売業者の中でも価格主導的な業者は数社に限られ、多くの業者の場合には価格主導的な業者から情報を入手しているのが実態である。すなわち、市場価格の形成は一部の業者に集中、多くは集配送を主力とする業者に変ってきているようである。
- ④ 卸売業者の産地開発又は価格形成可能な者と単なる荷引き業者又は単なる配送業者への分化は今後も引続き行なわれるものと考えられる。その過程において、脱落するもの

すなわち市場撤退の業者も引続いて発生するものと思われる。このような卸売業者の分化を政策的にひき止めるかどうかはきわめて大きな問題でもある。だが、わが国の現状等から判断した場合、現状の卸売業者 200 社は異常な多数であり、自由経済を進めるならばかなりの合理化が必要であろう。

- ⑤ この国における流通機構の整備と卸売業者の発展のためには、むしろ卸売業者としての機能を充実させた、また卸売業者としての自覚を具えた業者を育成していくことが必要であろう。

(3) 小売業者

食品卸売市場には二つの種類の小売業者が存在している。一つはここが卸売市場であるため買出業者としての小売業者である。もう一つは卸売市場内にて消費者を対象として販売行為をしている小売業者である。

前者の卸売市場への買出業者についてはこれを正確に把握したデータはないが約 2,500 人程度といわれている。2,500 人の内訳は 60 名位が市内の公設小売市場所属の買出業者、残りは公設以外の民営市場所属や無店舗経営の買出業者といわれる。市場内の小売業者数であるが、これらはブロック C に位置している。ブロック C には 1983 年 12 月現在 104 業者が収容されている。104 業者は 2 つのグループに分れているが、1 つは Piedra に位置する業者で 42 業者、もう 1 つは Casilla に位置する業者で 62 業者となっている。前者は土間形態で販売する者で、後者は小屋（店舗）形態で販売している者と考えられる。

この国では商業センサスが実施されていないため、全国でまたはアスンシオン市内にどの位の小売業者が存在しているか不明である。そのため、小売業者の利用率がどの位になるかも明らかでない。この国では 35 年前に市内 9 ケ所に公設小売市場を開設したが、公設小売市場に所属する小売業者は約 1,500 名程度と思われる。このほか民営市場が約 1,000 名程度で、いわゆる小売市場所属の業者数は 2,500 名位と思われる。だがアスンシオン市内には約 4,000 ～ 5,000 名位の食料品小売業者が存在しているといわれており、これから単純に考えるならば卸売市場利用者は 50 名という数字になる。

アスンシオン市内の小売業者の販売形態をみると、店舗販売と無店舗販売に区分される。

後者はさらに路上販売と移動（引き売り）販売がある。これら路上販売や移動販売はきわめて零細なものである。店舗販売が流通量からみた場合、主要部分を取扱っているものと考えられるが、われわれの調査した範囲では公設又は民営の小売市場に所属しないで、いわゆるこれら小売市場外にもかなりの食料品店が見うけられた。特にスーパーマーケットは衛生面でも行届いており、かなりの消費者吸引力をもっているように思われた。

卸売市場の整備、発展にあたっては、当然のことながら、小売業者の動向を正確に把握することが最も重要である。この点からみて、次の点は市場サイドにおいて今後検討しなければならない点であろう。

- ① 卸売市場を利用している買出業者（小売業者）は約 2,500 名位と云われている。だが、

その内訳は店舗を所有した比較的規模の大きいもの、これらは自動車等で買出にくるが、このほか、バス利用者のごとく小口荷の業者まで多様である。

第1に必要なことは市内の業者数の把握と、そのうち卸売市場利用者をとらえることであろう。これによって小売業者の市場利用率（市場経由率）がつかめるであろう。

第2に、これによって市場の利用範囲もわかることになるだろう。

- ② 卸売市場には100名を越える小売業者がブロックCにて営業している。これらを収容した要因については不明であるが、開場当初は卸売市場を盛況させるためには重要な要素であったと考えられる。そのため、かなりの消費者がこの市場に出入りしている。また、これらの小売業者は隣接の卸売業者から荷引いて消費者に販売しており、物流的にはかなり効率的である。

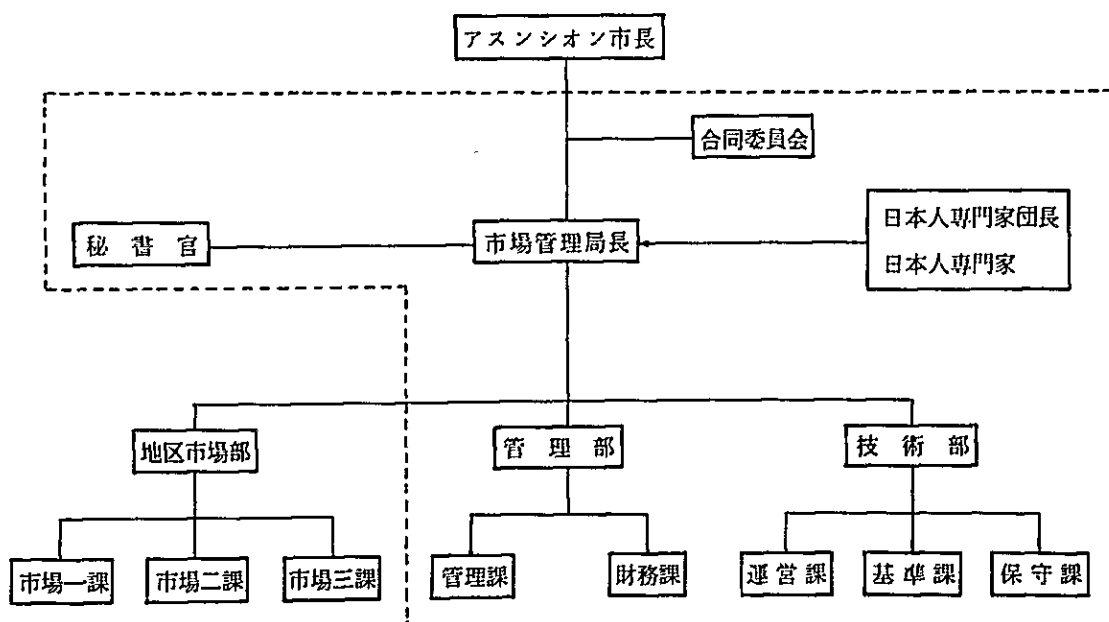
だが、卸売市場を引続いて発展させていくためには、卸売市場の機能をより充実させることが必要であり、この点からみた場合、小売業者が市場内に存在することは足手まといになる可能性がある。

2. 市場管理の現状と課題

(1) 管理機構

アスンシオン市中央食品卸売市場改善プロジェクトについての日本国政府とパラグアイ共和国政府との間の技術協力協定は1979年2月8日に締結されたが、この「討議議事録(R/D)」において、決められた組織図が次の図である。

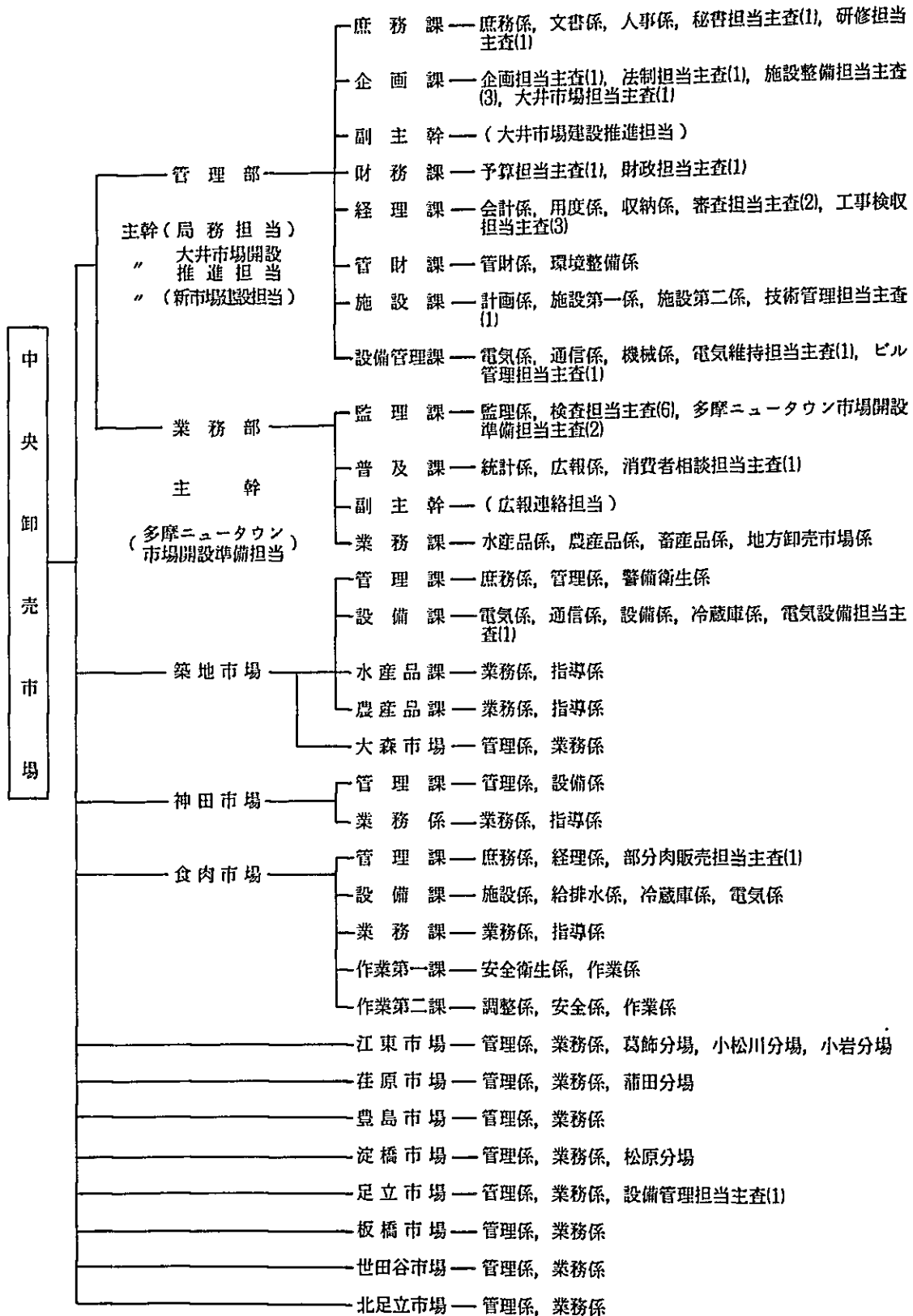
卸売市場組織図



(注) この組織は日本の技術協力実施期間中の暫定組織である。

東京都中央卸売市場の機構図

(昭和57年4月1日現在)



R/D 締結時における市場管理組織によると、市場管理のために局長以下55名の職員が配置され、中央食品卸売市場についてみるならば、2部5課から組織されて、管理部は管理課と財務課から構成されており、業務内容は管理課では市場使用料、給与、施設管理等が、財務課では使用料徴収、予算、決算、資金計画、世銀借款業務等となっている。技術部は運営課、基準課、保守課から構成されており、運営課では業者指導、品質管理、基準課では調査関係、統計処理が、保守課では施設の保守管理、衛生管理等となっている。

1983年2月に実施された計画打合せ調査団報告書によると、市場管理局は局長以下64名の職員が配置され、課が廃止され、14部制となっている。今回の調査でもこの傾向が続いているようである。だが、どのような組織になって、各部がどのような業務を掌握しているかについては確認できなかった。

卸売市場の成立は、この国では初めての試みでもあり、これを管理していくためにはかなりの努力を必要とする。そのため、発足時段階の組織がそのまま続けられるとは考えられないが、組織変更が頻繁に行なわれると、内部的のみならず、産地出荷者や卸売業者等外部に対しても不信をまねく可能性があるため、慎重を要する必要がある。

次の図は参考までに、東京都中央卸売市場の機構図をみたものである。

(2) 業者指導

卸売市場は流通の要として位置づけられているが、具体的には産地と消費地を結ぶものとされているが、このような卸売行為を実際に行なっているのが卸売業者である。そのため、市場管理者にとって最も重要なことはこのような卸売業者の育成をいかに進めるかにあろう。いふなれば、市場施設がいかに立派であっても、すなわち“器”が良くても中味の卸売業者が、育成されない場合、市場としての価値は半減してしまうであろう。

アスシオン市中央食品卸売市場における市場管理当局の卸売業者指導についてみた場合それが必しも適格に実施されていないという面がかなりみられた。

- ① 管理当局における卸売業者指導は、ほとんど実施されていないと思われる面がある。この要因としては、管理当局において、卸売市場に対する理解がはじまったばかりであり、指導方法が未だ確立しないためであろう。また、卸売業者数が200業者を越えており、一律的指導方法では不可能であり、このことが管理当局の行動を遅らせているともいえよう。
- ② 管理当局の卸売業者に対する指導の不徹底は、一般的に卸売業者に対して不信を招くということになるケースが多い。

例えば、産地の生産者や生産者団体等出荷者のヒヤリング調査結果によると、卸売業者は生産者や生産者団体からは生産物を預かって小売業者に単に販売するのみで、何の努力もしていないという意見がある。これらは、卸売業者に対する理解不足と思われるので、当局がこのような生産者や生産者団体と接触を計り、卸売市場に対する理解度を深める必要がある。

- ③ 最も大きな問題は、管理当局内部に、卸売業者は何もしないで、利益を得ているという感じを持つ危険性がある。多数の卸売業者の中にはこのような姿の者も存在している可能性があるが、管理者が卸売業者に対して不信感をいだくことは最も危険性のあることであり、管理当局と卸売業者が一致協力して、市場建設に取り組むことが必要であり、管理者はこのために最大の努力をしなければならないであろう。

(3) 産地指導

卸売市場における第1の業務は生産者又は生産者団体等出荷者からの荷を受けることである（荷受機能）。この行為が成立するためには卸売業者がこれら出荷者からの信頼がなければじまらない。当然卸売業者が、このような信頼を得るために相当する業者指導がなければならないが、一方では卸売業者が常時出荷者から信頼を得るために産地と密接な連絡をしていることが必要であろう。

卸売市場が出荷者である生産者や生産者団体から信頼を得るためには出荷者への各種のサービスを提供することからはじめねばならないであろう。このようなサービスには種々あげられるが基本的なものとしては次の様なものがあげられよう。

- ① 第1に必要なことは卸売価格の明示と迅速な伝達である。アスンシオン市中央食品卸売市場の場合も、わが国の場合と同様委託販売が多くなっている。一部には卸売人が産地に出向いて買取るケースもあるが多くは委託販売のようである。委託形式の場合、当然のことながら生産者の手元を離れてから価格は形成されるし、多くの場合、卸売人が小売業者に販売する場に立合はないのが一般的である。そのため、生産者は卸売人を全面的に信頼することとなる。このような生産者の不安を一刻も早く解消するためには、卸売人は出荷者に対して、価格の迅速な伝達と、価格形成の状況についての説明であろう。
- ② 第2は卸売価格の公表である。食品中央卸売市場には200業者を越える卸売業者が入場している。そこで卸売人が出荷者に対して卸売価格を伝達しても、それは、当該担当者の取引価格にすぎない。
- 生産者においては、他の卸売人に出荷した場合はどのようになったか等当然のことながら不安を持つこととなる。そのため、卸売市場全体ではどのような価格形成であったかを、第3者から公表する必要がある。これはわが国でもみられるごとく管理当局から「市場統計」として提供することが望ましい。
- このような市場情報を毎日定期的に出荷者に提供することにより卸売市場に対する信頼は一段と高まるものである。
- ③ 上記の卸売人による卸売価格の伝達、又市場管理当局からの卸売価格の提供は、卸売市場が出荷者から委託形式で販売していく場合、当然のサービス又は行為といえよう。
- 卸売市場では上記のことに加えて、さらに生産者や生産者団体に対して、作作品目、収穫時期（出荷時期）等についても指導していく必要がある。卸売市場は一方では生産

者から荷引くという行為とともに、一方では小売業者に荷を提供するという二つの行為から成立している。荷の提供にあたっては、これをたやすことなく常に安定した価格で提供しなければならない。そのために、どの時期にどの産地がこれを提供するか、その時の価格等についてあらかじめ情報をキャッチしていかなければならない。そしてこのような情報は常に産地にフィードバックしなければならない。

産地に対する情報の提供とさらに一步押し進めたこれらの産地指導は卸売市場が健全に発達していたための重要な課題といえよう。

3. 市場情報の整備と情報サービス

(1) 市場統計の整備

アスンシオン市中央食品卸売市場が開場したのは1981年9月で日本政府の技術協力が本格化したのは1982年6月からである。そのため歴史も浅く、先にもみたごとく、管理機構もまた各種のサービス業務もまだ始まったばかりといえる。そのため、市場統計についても電算機の供与があって、ようやく端初期に入った状況である。

市場統計の実施状況についてみると、現在実施されているのは当日の卸売数量と卸売価格である。データの収集と集計に時間を要するため、現在一日遅れの収集、集計となっている。

わが国公設の卸売市場の場合、品目別、産地別の卸売数量、卸売価格等の市場統計を作成することが義務づけられている。これによって価格の公正化と生産者及び小売業者、消費者に対して、卸売数量、卸売価格を公開して、これら産地、消費地からの信頼を得ている。中央食品卸売市場での市場統計はまだ端初段階にすぎないが、今後次の点に焦点を置いた技術指導が必要となつてこよう。

- ① 市場統計を迅速化させること。現在の市場統計は電算機集計となっているものの、その処理にかなりの時間を要している。すなわち、わが国の場合には端末機を数多く導入しているため、データ入力にそれほどの時間を要しないが、アスンシオン市中央食品卸売市場の場合、電算機1台のため、入力時間がかかなり長くなっている。そのため処理時間が長くなり、統計作成が翌日廻しとなっている。
- ② 市場統計は毎日統計を基本として月報、年報が作成可能であるが、このようなデータを整備して、日別変動状況あるいは月別、季節別の動きを把握する必要がある。特に市場価格は卸売数量における需給関係を反映するものであり、価格の動きについては的確に把握し、これに対応する姿勢をつくる必要があるであろう。

(2) 情報サービス

わが国では卸売市場は流通の要といわれている。これは卸売市場は物的流通の中心であり、また価格形成の中心であり、もう一つ情報流通の中心であるためである。すなわち、卸売市場で形成される価格とはこの地域における需給関係を反映したものである。

卸売市場ではこのような卸売価格のほかに、当該生産物の需給関係についての情報も提供する必要があろう。例えば生産等供給に関する情報、また、消費者の動きや、小売店の動き等に関する消費地情報もこれに含まれよう。だが生産関係の情報については、これを卸売市場自から収集することは困難であり、これらの情報（作付、出荷等）については他機関から得ることも考えられよう。

情報サービスの基本的態度は卸売市場は食品流通の中心であるが、食品流通に関する情報面でも卸売市場が中心であるという点である。そのため、卸売市場に出向けば、又は卸売市場に問合せするならば、食品の需給及び食品流通についての情報が確保できるということを確認させることである。

- ① 管理当局において実施しなければならない業務としては施設管理卸売業者指導等があるが、その中でも情報サービスは行政サイドにおいても重要な業務として認識する必要がある。

卸売市場の利用者は産地サイド、消費地サイドときわめて広範囲に及んでいるが、これらの利用者が安心して市場を利用し、利用度を高め、食品流通の要としての位置を高めていくためには利用者に対して常に情報を提供して信頼を得ることが前提である。

- ② 市場情報等のサービスについて、現在確立していないが、提供する情報の内容、提供方法、提供日時等について、明示して、利用者の要望に答えることが必要である。

現在アスンシオン市中央食品卸売市場では一部、掲示等の方法に公表されているが、利用している者の割合は少ないようである。市場の関係者が最も見やすい場所に、最も見やすい方法にて、掲示することが必要である。

- ③ 情報サービスの中には卸売市場内から確保可能な情報と市場内では確保不可能な情報とがある。例えば、食品購売に対する消費者の行動、又はその変化等についてはこれを市場内で収集することは困難である。このような情報については消費者調査等を実施して、食品の購入先、また利用頻度、利用方法について明らかにする必要がある。

このほか、生産地における作付状況、出荷計画等についても市場内からは収集不可能な情報である。これらの情報についても関係機関や産地交流等を通じて情報収集を行なうことが必要であろう。

4 標準建値算出のための課題

(1) 建値の算出方法

わが国における卸売市場での価格形成はセリ取引が一般化しており、一部に相対取引が実施されている。わが国のごとく、卸売市場内に1～2社の卸売会社の場合、セリ取引により少なくとも当該市場における価格形成は需給関係を反映したものとみることができよう。だが、アスンシオン市中央食品卸売市場のごとく、200社を越える卸売業者が入場して、業社単位で価格形成がなされた場合、仕切り価格にバラツキが発生し出荷者に対して

また、販売先である小売業者に対して不信の念を招く可能性がある。

現実的には、このような価格差はあまり発生せず、また発生した場合でも品質規格上の問題として処理されているようであり、むしろ、実際的には、大手卸売業者の仕切価格を基準として、市場全体としては、あまり大きなバラツキは発生しないようになっているようである。また、大手卸売業者間では、かなり話し合いによる場合も多いようである。

標準建値とは、このような話し合いによる価格決定、また、これを進めることによって発生する「談合」「価格協定」への方向を阻止して、生産者および消費者の立場を尊重する視点から過去における卸売数量と卸売価格の関係を統計的に処理して、標準建値を「理論値」から求めようとするものである。その公表にあたっては別個に「標準建値委員会」を形成して行なうことをねらったものである。

巡回指導調査団の調査時には建値委員会は設立されていなかったが、その後委員の選任が進められ、次のごとく委員会が構成されたようである。

(委員会構成メンバー)

1. 委 委 長	市場管理局長
2. 市場管理職員	5名 (統計課, コンピュータ室)
3. 卸 売 業 者	5名 (果実2, 野菜2, 輸入1)
4. 小 売 業 者	2名 (第4公設卸売市場1, 中央市場小売人1)
5. 生産者代表	2名 (果実1, 野菜1)
6. 学識経験者	1名 (農牧省)

① アスンシオン市中央食品卸売市場には200業者を越える卸売業者が入場しており、公正な価格形成の方法として考えられた方法が「標準建値」の方法である。

計測された理論値と実績値の比較結果についてみると、かなりの品目において、理論値と実績値が近い数字となっている。このことは、実際上の価格形成が、理論値でみられるごとく、過去の結果を基準として、例えば、昨日の動きを基準として今日の価格が決められるごとく、価格が決められているといえよう。この点から考えた場合、このような方法による価格形成が可能といえよう。

② だが、一部に理論値と実績値とがかなりかけ離れた例がみられる。この要因についてみると、その多くの場合、卸売業者に売値残り品を保有している場合である。すなわち売残り品のある場合、卸売業者では翌日の入荷量を当然のことながら少なくするようであり、このため単にこの入荷量をベースとして理論価格を計測した場合、数量の減少により価格は上昇するという結果になる。ここでは在庫量が考慮されないためである。指導レポートにあるごとく在庫データの収集とこれを導入した計測値の開発が必要であろう。

- ③ 標準建値委員会は計測によって求められた建値をベースとして卸売市場としての建値の公表機関となっている。具体的な方法については委員会での検討事項のため、ここでのテーマではないが、基準データのみを発表、あるいは規格別に、または中央値と範囲をも含めた建値等の形態で公表されるものと思われる。

委員会構成によると、関係業者又は関係機関の代表より成立されており、それほど問題がないであろうが、建値は生産者価格あるいは消費者価格に及ぼす影響が大きいものであり、この方法について、生産者、消費者をコンセンサスを得るために、事後的であれ、調査検討等を実施する必要がある。

- ④ 価格形成については、わが国にもみられるごとく、多数の売手と多数の買手が存在する場合には“セリ取引”が短時間で処理する方法として、各国で利用されている。

そのため、中央食品卸売場においても、初物等や特殊品等については、過去のデータの十分でない品目等については、このようなセリ取引の採用についても検討する必要がある。

(2) 建値の提供方法

標準建値は委員会から公表されるが、これをどのような方法で生産者団体、卸売業者、小売業者等に対して提供するかが問題となる。新聞、TV等を利用する方法もあるが、その普及率や利用度、また、迅速性等の面で若干問題がある。

卸売市場内の卸売業者に対しては、市場内の見通しの良い場所に掲示する方法が最良の方法と考えられよう。わが国の卸売市場では、市場内に本日の品目別入荷量と前日対比の表示が一般化しているが、これと同様の方式により入荷量と建値表示によって可能となる。

生産者や生産者団体等出荷者に対する建値の提供はきわめてむづかしい問題である。一つにはこれらが距離的にも遠いことである。二つには、後にもあるごとく、FAX等の方法でデータ提供するには市場行政機関と産地行政機関とが異なる点である。

この解決策としては生産者個人単位ではともかく、生産者団体等に対しては電話サービス等の方法で行う必要がある。視点を変えるならば当局又は卸売業者の産地指導の一環としてとらえる必要がある。

小売業者等公設小売市場に対する提供については技術協力にみられるごとくFAXが最も確実で正確な方法としてあげられよう。小売市場にて、卸売市場を中心とした建値情報を入手することにより、小売市場間での価格差を排除するものである。

これにより、消費者は、どの小売市場に出向いても、卸売市場での価格形成の状況を知ることとなり、現在のごとく、第4メルカードのみに集中することを、和らげる可能性をもっているといえよう。

Ⅲ 59年度業務実施計画案

1. 実施方針

「市場の運営及び管理」に関する分野において、(1)具体的市場管理計画、(2)集出荷計画の策定を中心に技術指導すべきであると考えられる。その為、現在欠員となっている「市場運営管理」の長期専門家を早急に派遣する必要がある。

「標準建値」に関する技術については、早急に標準建値を公表できる体制にもってゆく必要がある。その為には、深夜にわたる入荷量の集計業務方法の策定と日常業務化、「建値委員会」の円滑なる運営体制の確立等を中心に促進してゆく必要がある。

コンピューター関係の短期専門家の派遣により、これら統計処理業務へのアドバイス等を行う。

又、「中央市場と公設小売市場間の情報システムの整備」の分野においては、5月には、ファクシミリを空送の予定であるので、このファクシミリを、中央市場と第四公設小売市場間に据付け、試運転を行うとともに、情報交換を日常業務化させてゆく必要がある。

「品質管理」分野の指導としては、今年中に、主要品目について、「アスンション規格」を市場管理局として設定する様、強力なる指導が必要であり、「品質管理」分野の短期の専門家派遣を予定している。又、食品の冷凍、冷蔵に係る知識の普及のため、この分野にも、短期専門家の派遣を予定している。機材としては、選果機の供与を予定している。

「中央市場運営に必要な物流調査、消費者動向調査」の分野については、これら調査業務の恒常化をはかり、調査結果を集出荷計画に反映させる体制にもってゆく必要がある。

2. 専門家の派遣計画

(長期専門家)

「市場調査」	中村喜富リーダー	1982. 6. 11 ~ 1984. 6. 10
「流通情報」	堤八洲雄	1982. 10. 25 ~ 1984. 10. 24
「技術協力」	大倉 理	1982. 6. 11 ~ 1984. 6. 10
「市場運営管理」		1984. 2. ~ 1985. 12.

(短期専門家)

「品質管理」	3ヶ月：1名	1984. 7. ~ 1984. 9.
「冷蔵庫管理」	3ヶ月：1名	1984. 10. ~ 1984. 12.
「コンピュータリフトウェア」	2ヶ月：1名	1984. 5. ~ 1984. 7.

3. カウンターパート受入れ計画

(59年度の受入枠としては2名である。)

「市場運営」	1名	1ヶ月
「品質管理」	1名	2ヶ月
「農産物輸送技術及び商品化技術」	1名	2ヶ月

4. 機材の供与計画（案）

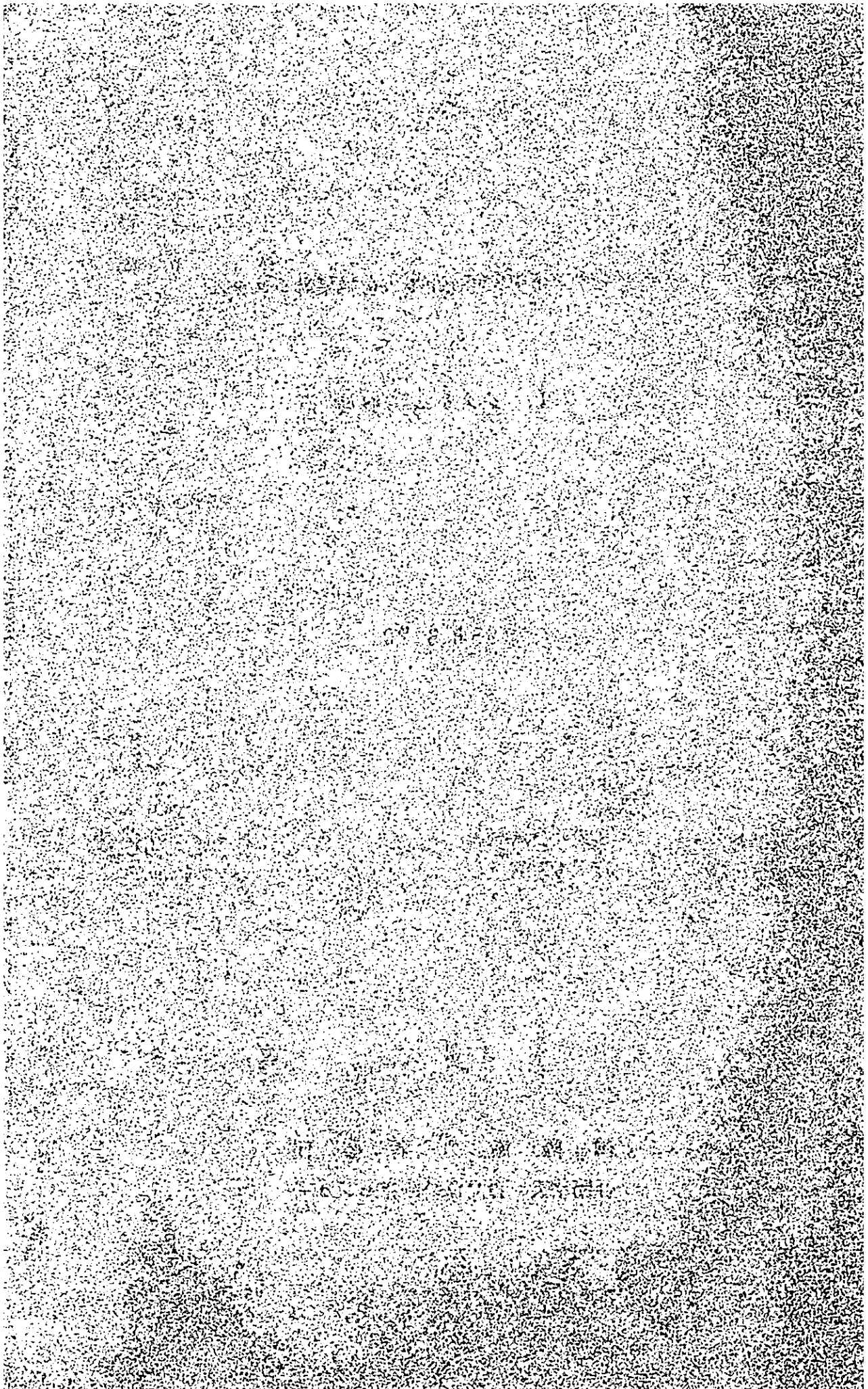
1. 冷蔵庫 500 m³
2. 選果機
3. 洗滌機
4. 包装・梱包機
5. 小型トラック 容量 1000 Kg
6. 電光掲示板
7. テレックス

アスンシオン市中央卸売市場入荷量集計システム

I. システムの概要

1984. 3. 20

国際協力事業団
社団法人 食品需給研究センター



1. システムの目的

アスンシオン市中央卸売市場入荷量集計システムは、卸売市場に毎日入荷する青果物等食料品を品目別に集計するシステムである。

この品目別入荷量の集計結果を利用して、一つには標準建値算定のための基礎資料を作成するとともに、一つには市場統計を作成するものである。

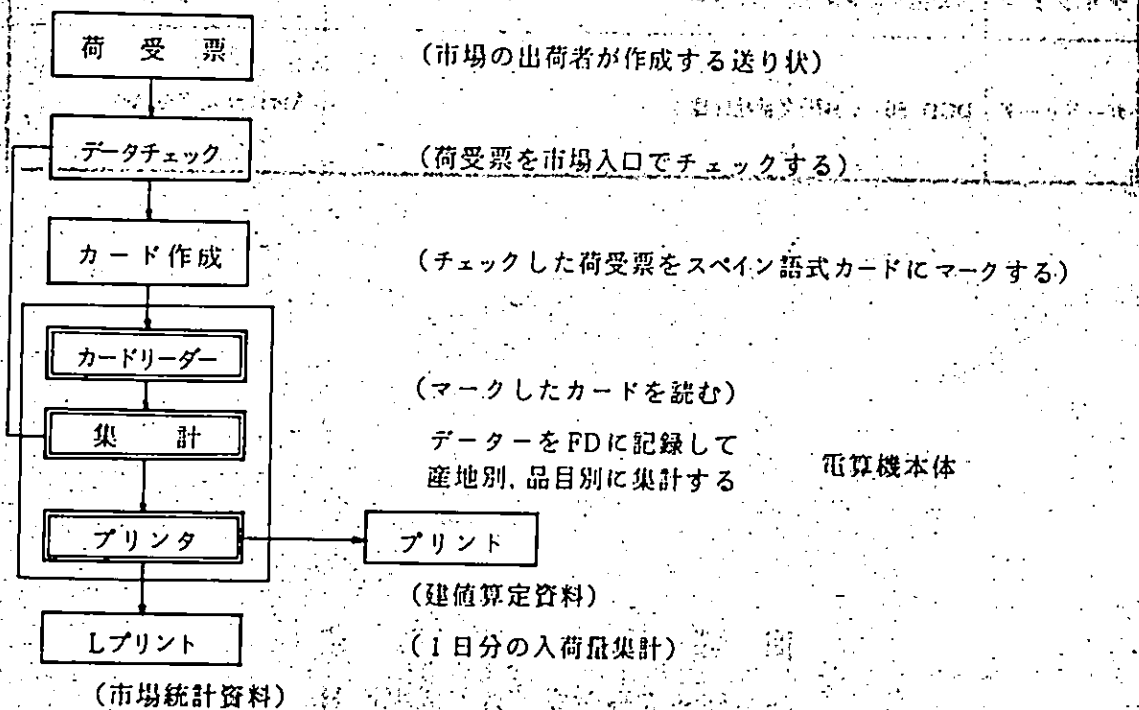
また、この集計システムは、パラグアイ国における和便性を考慮して、スペイン語式の装置とし、さらに、パラグアイ国むけをコンピュータ技術水準等を考慮して、マークシート入力によるマークシート式電算処理システムとして、特別に設計したものである。

2. システムの特色

当該集計システムにおける特色としては、次の点があげられる。

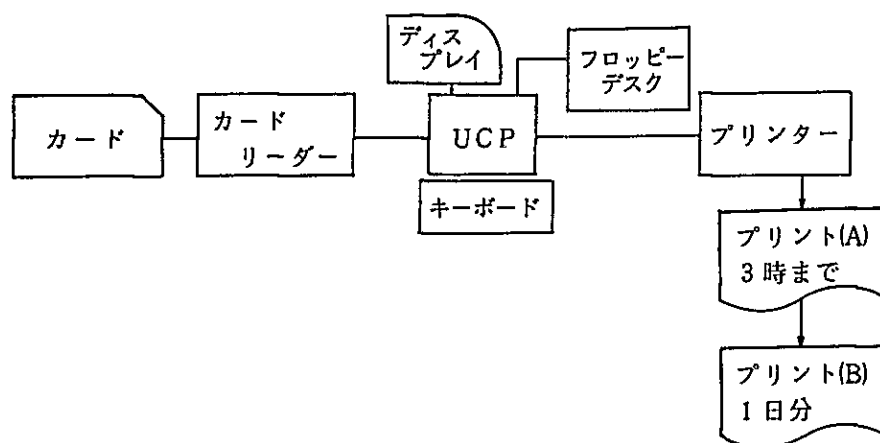
- ① スペイン語式入力カードの設計
- ② スペイン語式集計システムの設計
- ③ スペイン語式ディスプレイの作成
- ④ スペイン語式データの作成
 - (i) 建値算定のためのデータ作成
 - (ii) 市場統計のためのデータ作成

3. ゼネラルフローチャート



4. ハードの構成と仕様

(1) ハードの構成



(2) ハードの仕様

ハード部門	仕様	製作所名
UCP 本体	UCP(280B), メモリ(128KB, RAM) 8"フロッピー(1MB)×2, カラー-CRT(640×400ドット) インターフェース(Rs 233C, ライトペンROMカートリッジ)	Ok 沖電気工業㈱
プリンター	16×16ドット漢字プリンター	沖電気工業㈱
ガードリーダー	DCD 56 (外国文献社仕様)	Anritsu 安立電気㈱

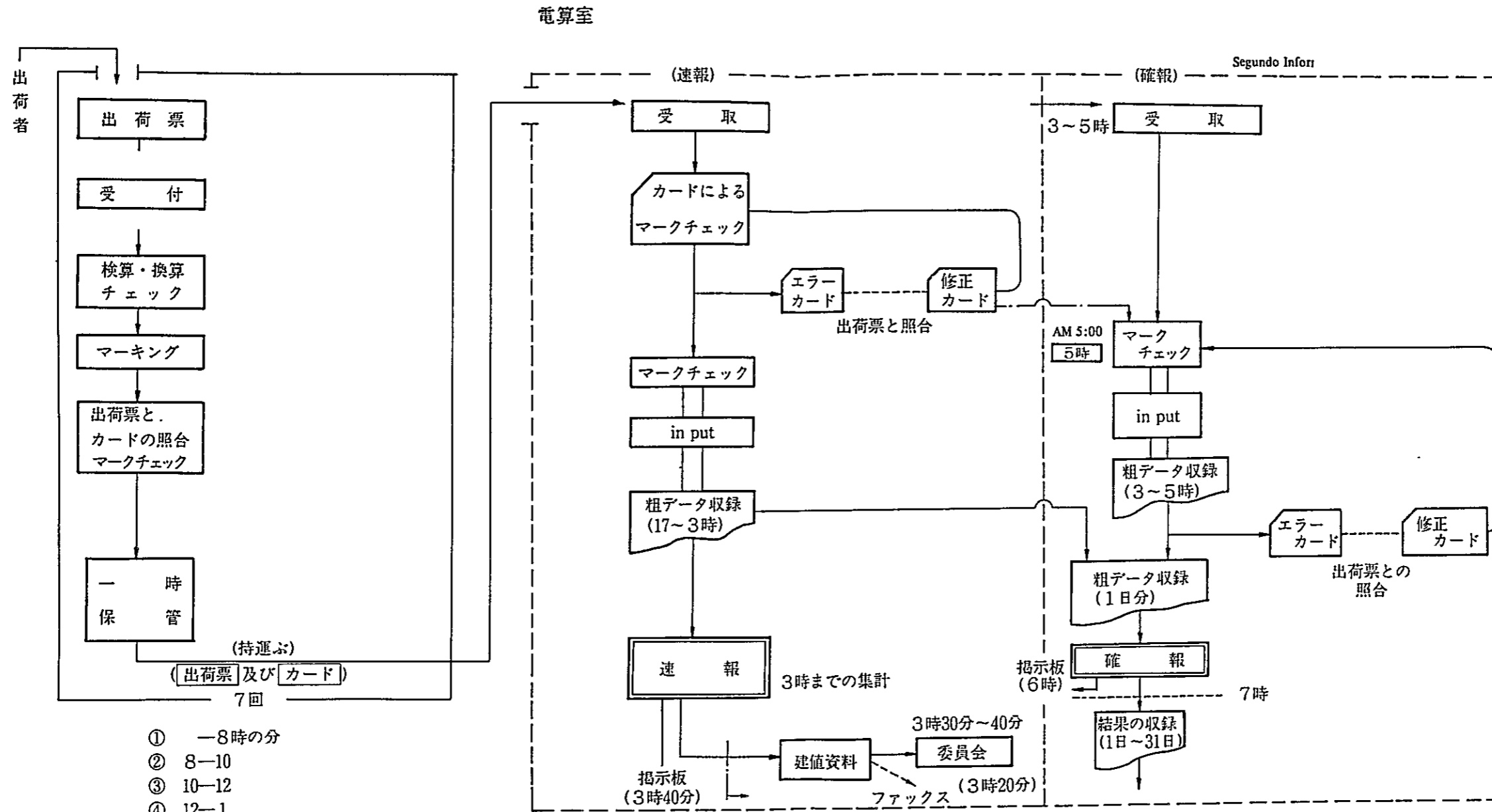
アスンシオン市中央卸売市場入荷量集計システム

II. システムの詳細設計

1984. 3. 20

国際協力事業団
社団法人 食品需給研究センター

1. システムフローチャート



2. 出荷票の検査及び換算作業

① Hora, Origen, Productos, Entrada N^o の記入を確認。

② (Conversion Kg) を計算し、記入のこと。

なお、計算のために、Productos, Embalaje, Cantidad の記入を確認。

小数点以下の数字については、小数点以下第1位を四捨五入のこと。

Dircción de Abastecimiento de
la Municipalidad de Asunción
(D. A. M. A.)



Los transportistas deberán entregar en
el portal de DAMA esta planilla llena-
da con fines estadísticos.

PRODUCTOS QUE INGRESAN

Nº 23768

Origen (Departamentos)	1	Concepción	6	Caazapá	11	Central	Importado		Código ↓
	2	San Pedro	7	Itapúa	12	Asembucú	16	Brasil	
	3	Cordillera	8	Misiones	13	Arapambay	17	Argentina	
	4	Guairá	9	Paraguarí	14	Canindiyú	18	Chile	
	5	Caaguazú X	10	Alto Paraná	15	Chaco			
Depósito No.: 58-59			Bloque: A- B -C-D-E-F						
Localidad	Productos	Variedad	Embalaje	Cantidad	Conversion (Kg.)				
J.M. Puerto	Banana	Misole	Pacas	40		/			
	Pomelotina		cajas	16		/			
	Zanahoria		"	16		/			
	Zapalito		"	12		/			
						/			
						/			
						/			
						/			
						/			
						/			
Entrada	No. 176	Fecha 25, X, 1983			Hora: 02.11				
		DA	MES	AÑO					

Gráficas GARAY - Tel. 28 194

3. カード記入（出荷票からの書き移し）作業

① カードマークには、黒色えんぴつを使用のこと。

（えんぴつの硬度はHB、1、3のいずれかがよい。）

② 受付番号を赤色ボールペンで記入。

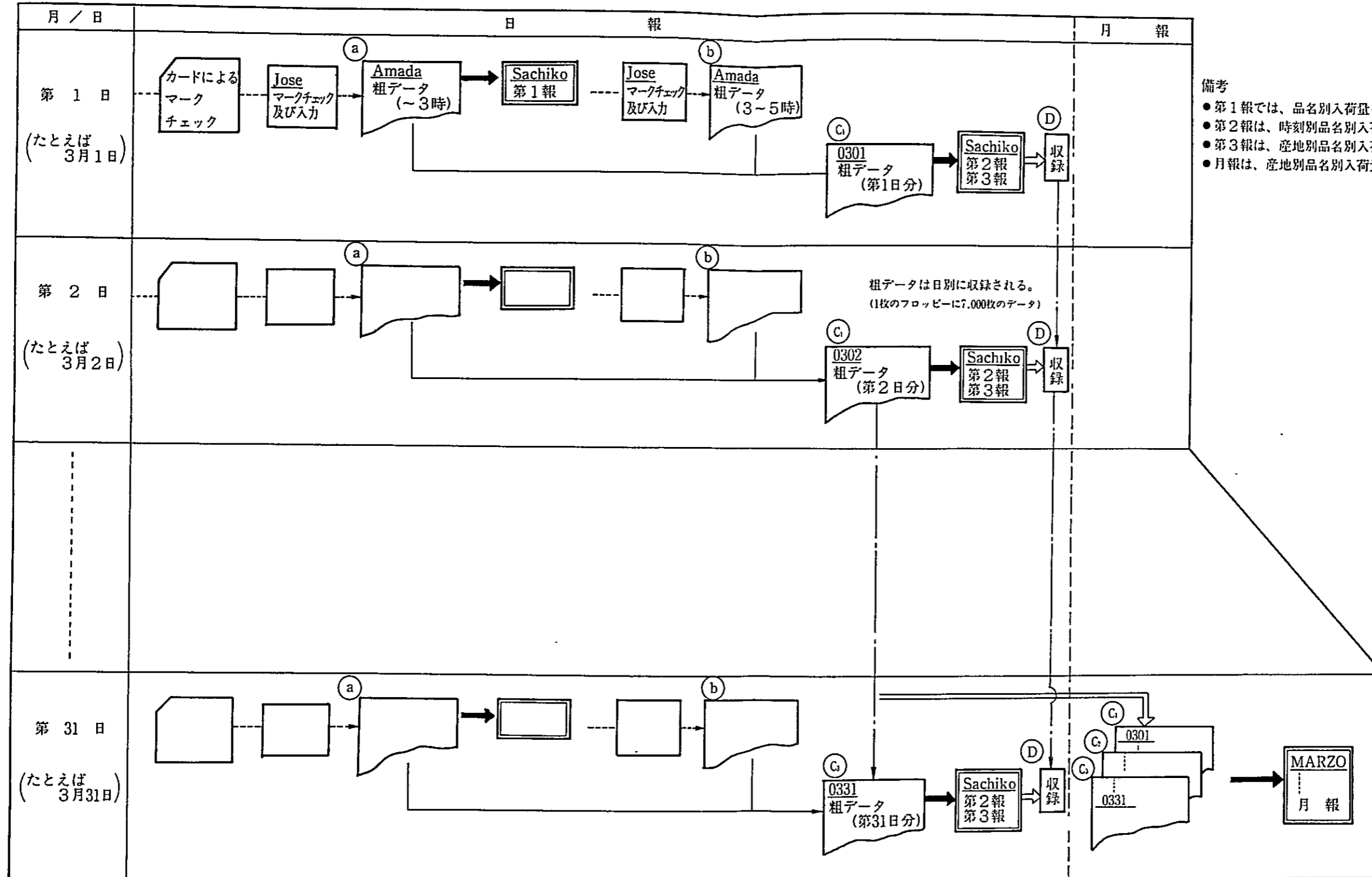
③ VARIEDAD, EMBALAJE, BLOQUE, DEPOSITO の各項については、当面集計項目からはずすが、今後必要に応じて付け加えて行くものとする。

（なお、EMBALAJEの項についてマスクカードの作成をする時は、連続ではぬらないこと。）

正しい例

HORA	ORIGEN	PRODUCTOS	VARIEDAD	EMBALAJE	CONVERSION (kg)	BLOQUE	DEPOSITO
1	11-11	1	1	1	0	1	0
2	11-11	2	1	1	0	1	0
3	11-11	3	1	1	0	1	0
4	11-11	4	1	1	0	1	0
5	11-11	5	1	1	0	1	0
6	11-11	6	1	1	0	1	0
7	11-11	7	1	1	0	1	0
8	11-11	8	1	1	0	1	0
9	11-11	9	1	1	0	1	0
10	11-11	10	1	1	0	1	0
11	11-11	11	1	1	0	1	0
12	11-11	12	1	1	0	1	0
13	11-11	13	1	1	0	1	0
14	11-11	14	1	1	0	1	0
15	11-11	15	1	1	0	1	0
16	11-11	16	1	1	0	1	0
17	11-11	17	1	1	0	1	0
18	11-11	18	1	1	0	1	0
19	11-11	19	1	1	0	1	0
20	11-11	20	1	1	0	1	0
21	11-11	21	1	1	0	1	0
22	11-11	22	1	1	0	1	0
23	11-11	23	1	1	0	1	0
24	11-11	24	1	1	0	1	0
25	11-11	25	1	1	0	1	0
26	11-11	26	1	1	0	1	0
27	11-11	27	1	1	0	1	0
28	11-11	28	1	1	0	1	0
29	11-11	29	1	1	0	1	0
30	11-11	30	1	1	0	1	0
31	11-11	31	1	1	0	1	0
32	11-11	32	1	1	0	1	0
33	11-11	33	1	1	0	1	0
34	11-11	34	1	1	0	1	0
35	11-11	35	1	1	0	1	0
36	11-11	36	1	1	0	1	0
37	11-11	37	1	1	0	1	0
38	11-11	38	1	1	0	1	0
39	11-11	39	1	1	0	1	0
40	11-11	40	1	1	0	1	0
41	11-11	41	1	1	0	1	0
42	11-11	42	1	1	0	1	0
43	11-11	43	1	1	0	1	0
44	11-11	44	1	1	0	1	0
45	11-11	45	1	1	0	1	0
46	11-11	46	1	1	0	1	0
47	11-11	47	1	1	0	1	0
48	11-11	48	1	1	0	1	0
49	11-11	49	1	1	0	1	0
50	11-11	50	1	1	0	1	0
51	11-11	51	1	1	0	1	0
52	11-11	52	1	1	0	1	0
53	11-11	53	1	1	0	1	0
54	11-11	54	1	1	0	1	0
55	11-11	55	1	1	0	1	0
56	11-11	56	1	1	0	1	0
57	11-11	57	1	1	0	1	0
58	11-11	58	1	1	0	1	0
59	11-11	59	1	1	0	1	0
60	11-11	60	1	1	0	1	0
61	11-11	61	1	1	0	1	0
62	11-11	62	1	1	0	1	0
63	11-11	63	1	1	0	1	0
64	11-11	64	1	1	0	1	0
65	11-11	65	1	1	0	1	0
66	11-11	66	1	1	0	1	0
67	11-11	67	1	1	0	1	0
68	11-11	68	1	1	0	1	0
69	11-11	69	1	1	0	1	0
70	11-11	70	1	1	0	1	0
71	11-11	71	1	1	0	1	0
72	11-11	72	1	1	0	1	0
73	11-11	73	1	1	0	1	0
74	11-11	74	1	1	0	1	0
75	11-11	75	1	1	0	1	0
76	11-11	76	1	1	0	1	0
77	11-11	77	1	1	0	1	0
78	11-11	78	1	1	0	1	0
79	11-11	79	1	1	0	1	0
80	11-11	80	1	1	0	1	0
81	11-11	81	1	1	0	1	0
82	11-11	82	1	1	0	1	0
83	11-11	83	1	1	0	1	0
84	11-11	84	1	1	0	1	0
85	11-11	85	1	1	0	1	0
86	11-11	86	1	1	0	1	0
87	11-11	87	1	1	0	1	0
88	11-11	88	1	1	0	1	0
89	11-11	89	1	1	0	1	0
90	11-11	90	1	1	0	1	0
91	11-11	91	1	1	0	1	0
92	11-11	92	1	1	0	1	0
93	11-11	93	1	1	0	1	0
94	11-11	94	1	1	0	1	0
95	11-11	95	1	1	0	1	0
96	11-11	96	1	1	0	1	0
97	11-11	97	1	1	0	1	0
98	11-11	98	1	1	0	1	0
99	11-11	99	1	1	0	1	0
100	11-11	100	1	1	0	1	0

4. 収録の手順



5. フロッピーについて

この作業に使用するフロッピーには、次の4種類があります。

① 集計システム・フロッピー

マークチェック、集計（日報及び月報）を行う際の要となるフロッピーです。

② データ・フロッピーディスク [(a), (b)]

3時までのデータは(a)に、3時から5時までのデータは(b)に収録して下さい。

なお、(a)、(b)のフロッピーは、当日分のデータを収録すると、前日分のデータに消滅します。

③ データ・フロッピーディスク [(c), (c₂), (c₃)]

(c)のフロッピーには、(a)と(b)を合成した1日分のデータが収録されます。データは毎日、日別に収録されていきますので、10日ごとにフロッピーを新しいものに変えて下さい。ここでは、(c₁)は1～10日分、(c₂)は11～20日分、(c₃)は21～31日分としてみました。従って1ヶ月に3枚のフロッピーが必要となります。

④ 日計表収録用フロッピーディスク [(D)]

日計表（品名別入荷量、時刻別品名別入荷量、産地別品名別入荷量）の結果を収録するフロッピーです。1ヶ月ごとに新しいフロッピーとかわして下さい。

6. 結果一覧

	日 報												
3時	<p>(I) 速報 (第1報)</p> <p style="text-align: center;">(第1報) 品名別入荷量</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">品 名</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">数 量 (kg)</td> <td></td> </tr> </table>	品 名		数 量 (kg)									
品 名													
数 量 (kg)													
5時	<p>(II) 確報</p> <p style="text-align: center;">(第2報) 時刻別品名別入荷量</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%; text-align: center;">時刻</td> <td style="width: 30%; text-align: center;">品名</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p style="text-align: center;">(第3報) 産地別品名別入荷量</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%; text-align: center;">産地</td> <td style="width: 30%; text-align: center;">品名</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	時刻	品名					産地	品名				
時刻	品名												
産地	品名												

	月 報								
該当月の末日 (毎月1回)	<div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;"> 日別品名別入荷量 </div> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-bottom: 10px;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%; text-align: center;">月 日</th> <th style="width: 70%; text-align: center;">品名</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="height: 80px;"></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">※なお、日別品名別入荷量は、日報（確報）から作成する。</p> <div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;"> 産地別品名別入荷量（累計） </div> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%; text-align: center;">産地</th> <th style="width: 70%; text-align: center;">品名</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="height: 80px;"></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	月 日	品名			産地	品名		
月 日	品名								
産地	品名								

