

アスンシオン市
中央食品卸売市場改善計画
エバリュエーション調査団報告書

昭和61年4月

国際協力事業団

アスンシオン市
中央食品卸売市場改善計画
エバリュエーション調査団報告書

JICA LIBRARY



1040133[9]

昭和61年4月

国際協力事業団

国際協力事業団

| | | |
|-----------|-----------|-----|
| 受入 月日 | '87.10.13 | 708 |
| 登録 No. | 16827 | 814 |
| | | ADD |

は し が き

国際協力事業団は、昭和56年12月7日に署名された「アスンシオン市中央食品卸売市場改善計画」に係るパラグアイ国アスンシオン市当局との討議議事録に基づき、4年間の技術協力を実施してきた。

本件技術協力は、世銀の借款により同国において初めて建設された中央卸売市場に対する日本の技術協力案件であり、中央卸売市場の運営管理、標準建値の算出、卸売市場と小売市場間の情報システムの整備、品質管理、生産流通に関する物流調査、消費者動向調査を内容とする例の少ない流通分野に係るものである。

このたび、同討議議事録の協力期間終了（昭和60年12月6日）に当たり、これまでの事業実績を評価するため、エバリュエーションチームをパラグアイ国へ派遣した。同チームは、昭和60年8月9日から8月26日まで派遣され、日本側専門家及びパラグアイ側のカウンターパートとの意見交換、現地調査等を通じ、協力の進展状況について調査を実施した。同調査の結果、本件協力の継続の必要性が勧告されることとなり、2年間の協力の延長が行なわれることとなった。

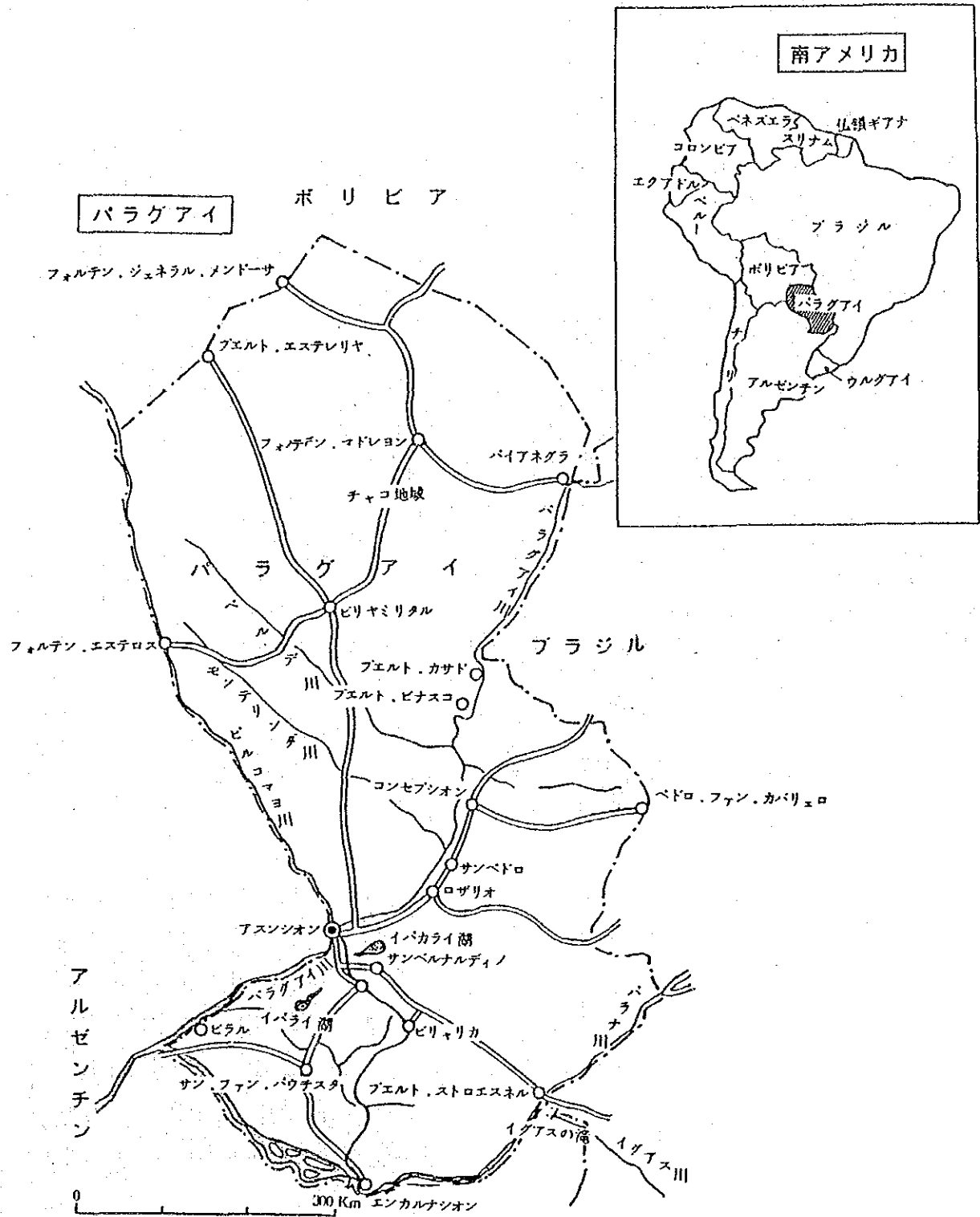
この報告書は、同調査団の調査結果をとりまとめたものであり、今後における協力の継続に当たっての指針となり、本プロジェクトが当初の目標達成に向って、一層発展することを念願する次第である。

調査に当たられた団員各位に謝意を表すると共に、調査団の派遣及び調査の実施にご協力を頂いた内外の関係各位に対し、厚く御礼申し上げる。

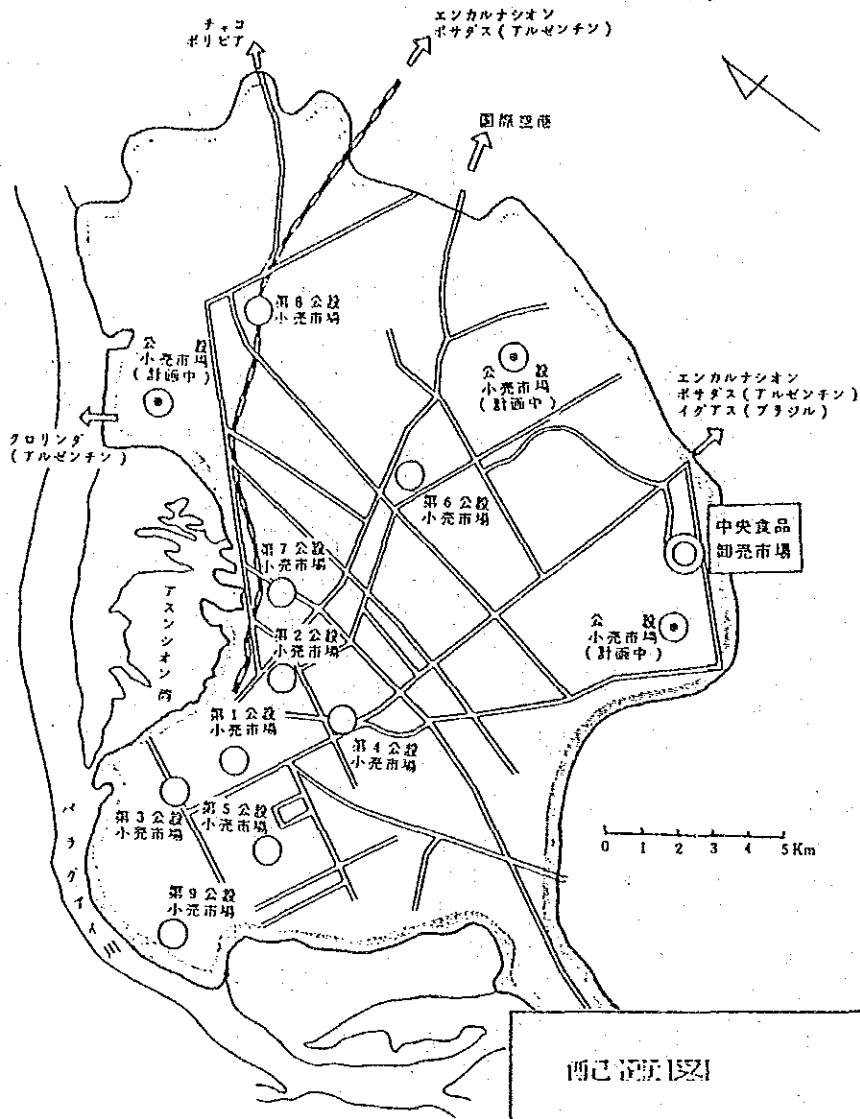
昭和61年4月

国際協力事業団
理事 山極榮司

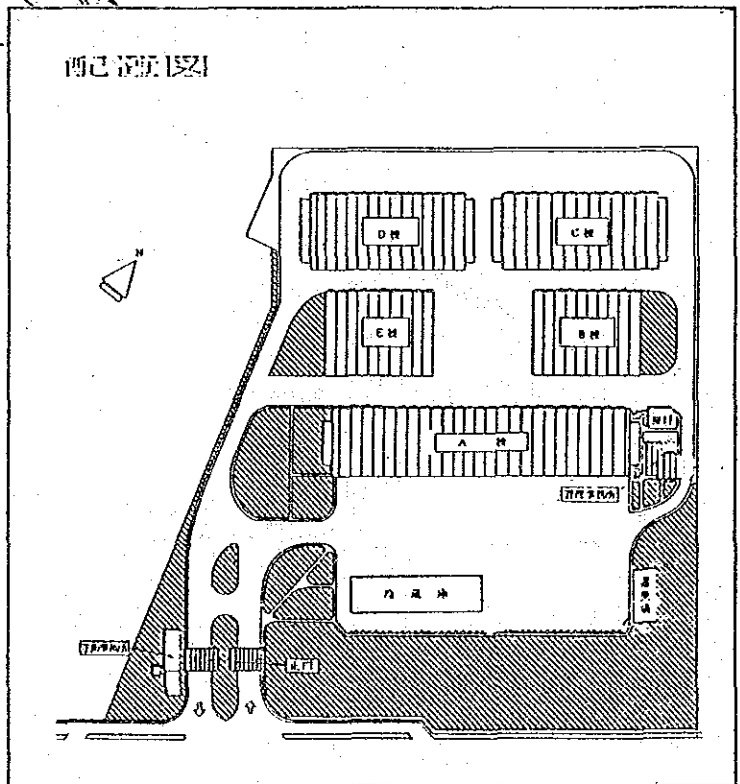
パラグアイ共和国略図とアスンシオン市の位置



アシンスオン市中央食品卸売市場と公設小売市場配置図



西己記配列図

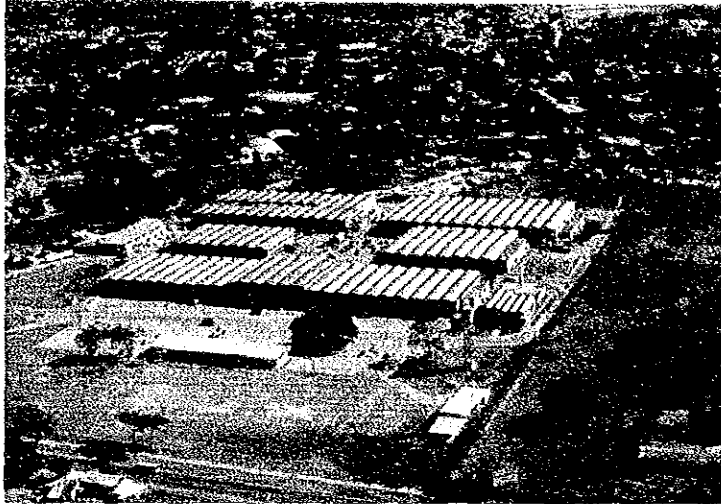


目 次

はじめに
位置図
写真

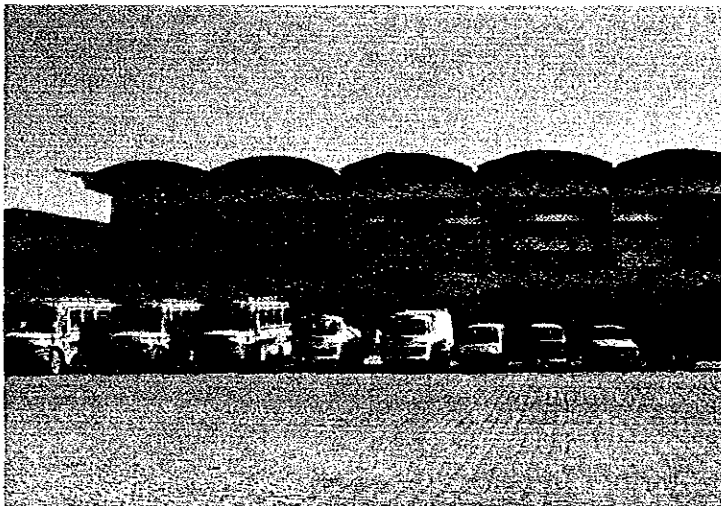
| | |
|--------------------------|----|
| 第1章 エバリュエーション調査団の派遣 | 1 |
| 1. 調査の目的 | 1 |
| 2. 調査団の構成 | 1 |
| 3. 調査日程 | 1 |
| 4. 終了時評価の方法 | 2 |
| 第2章 調査結果の総括 | 5 |
| 1. 概況 | 5 |
| 2. 項目別技術移転の概況 | 5 |
| 3. 協力の継続に関する勧告 | 8 |
| 第3章 プロジェクトの当初計画 | 10 |
| 1. 相手国の要請 | 10 |
| 2. プロジェクト開始に至る経緯 | 10 |
| 3. プロジェクトの目的 | 11 |
| 4. プロジェクトの活動と年次別実施スケジュール | 12 |
| 5. プロジェクトの投入計画 | 13 |
| 6. パラグアイ側実施体制 | 13 |
| 第4章 協力活動の実績 | 14 |
| 1. プロジェクトの投入実績 | 14 |
| 2. プロジェクトの活動実績 | 16 |
| 第5章 プロジェクトの評価 | 19 |
| 1. 計画と実績の比較検討 | 19 |
| 2. プロジェクト管理運営の適正度 | 24 |
| 3. 今後取るべき措置 | 30 |

| | |
|-----------------------|----|
| 第6章 評価結果に基づく提言等 | 32 |
| 1. 計画策定に関するもの | 32 |
| 2. 実施及び管理に関するもの | 32 |
| 3. 終了時残された課題について | 33 |
| 附属資料 | 35 |
| 1. 卸売市場関係者に対するアンケート調査 | 37 |
| 2. 団長レター（西文） | 63 |

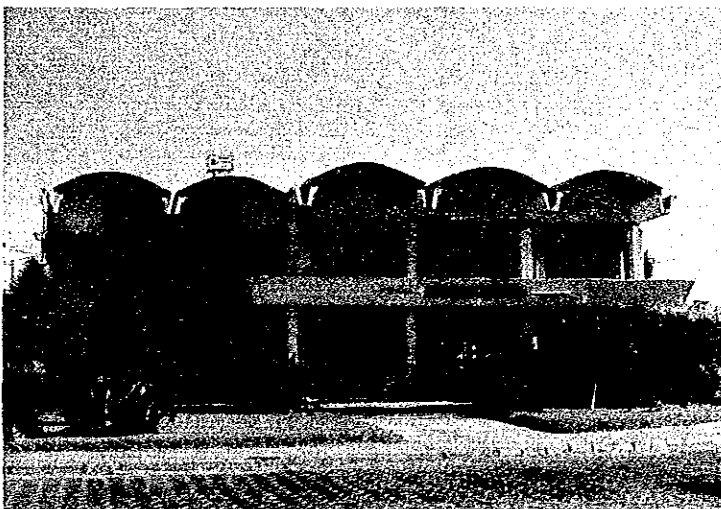


アスンシオン市
中央食品卸売市場

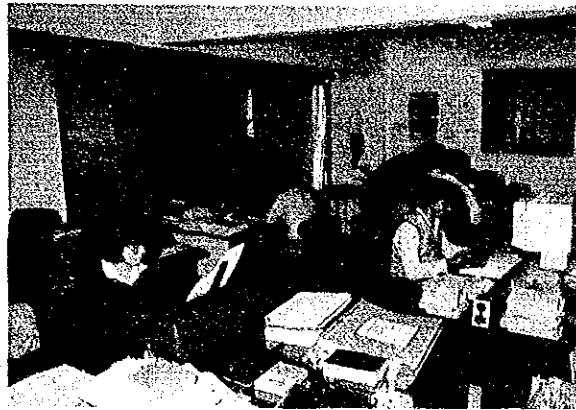
全 景



A棟と、その前に
並ぶ供与された
車輛（左より）
仕入れバス
バキューム車
ゴミ回収車
マイクロバス
四駆車
フォークリフト



市場管理事務所
（専門家執務室は
この中にある）



専門家執務室

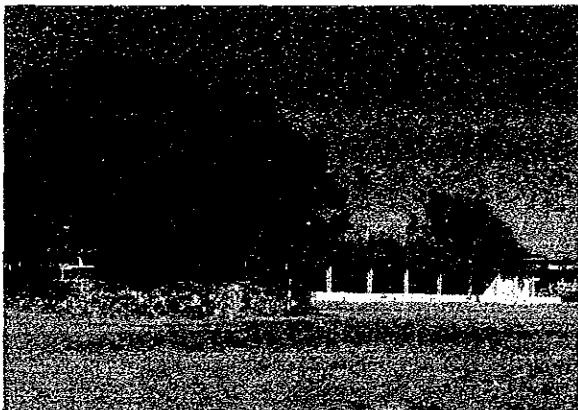
〔供与機材〕



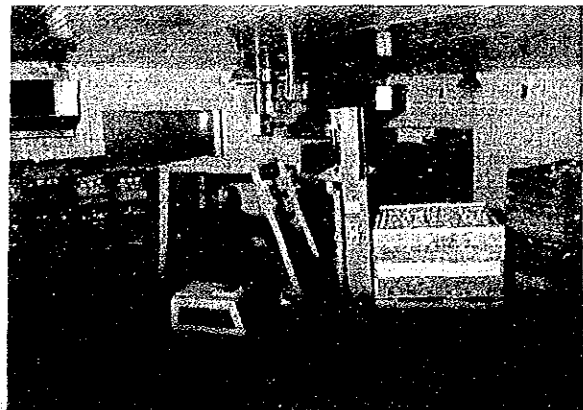
バキューム車
ゴミ回収車



仕入れバス

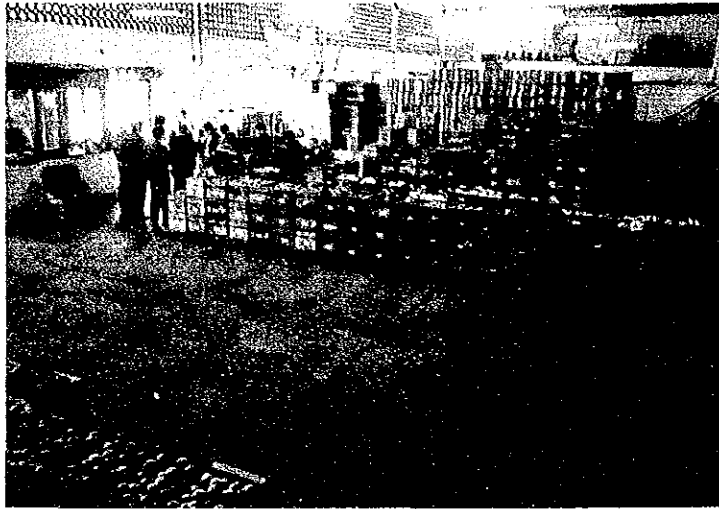


冷蔵庫



フォークリフト（冷蔵庫内）





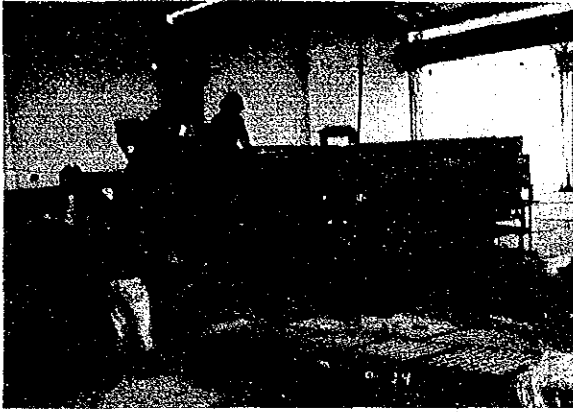
中央食品卸売市場
出荷箱の利用状況



中央食品卸売市場
キャッサバ売場



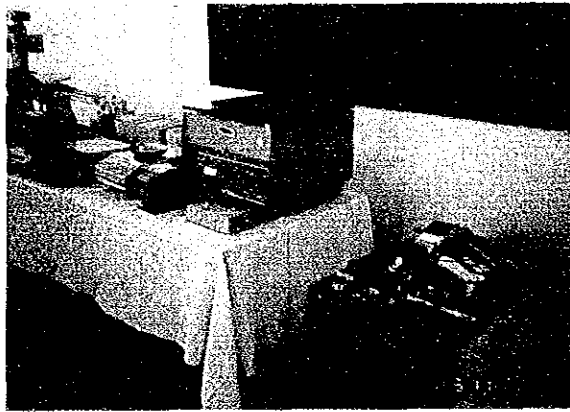
移動野外市場



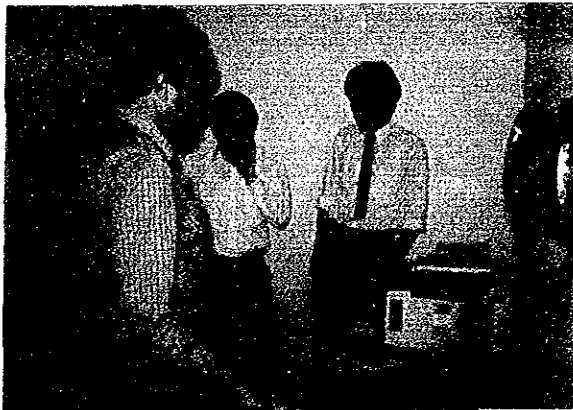
選果機（オレンジを選果中）



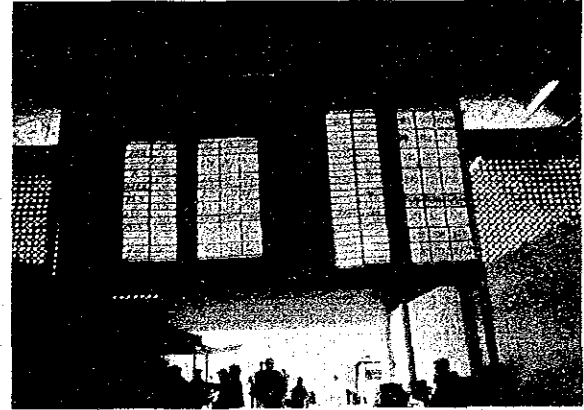
マイクロコンピューター（標準建値の算出）



理化学機器



ファクシミリ（第4公設市場）



標準建値の公示

第1章 エバリュエーション調査団の派遣

1. 調査の目的

昭和56年12月に発足した本プロジェクト協力は、昭和60年12月7日をもって、4年間の協力期間を満了することとなっているところ、最終年度の後半を迎えるに当たり、これまでの協力の成果を調査し、プロジェクトの評価を行なうと同時に、R/D終了後における協力の継続の必要性についての検討を行なう必要がある。

よって、本調査団は、プロジェクト全般の運営の現況及びTIP（暫定実施計画）に基づく具体的項目についての技術移転の進度、成果、問題点等を把握、整理することとした。また、その結果を踏まえ、協力の継続の必要性の有無について検討を加え、右検討結果について、日パ両国政府関係当局に対し勧告を行なうことを目的とした。

2. 調査団の構成

総括：^{まつもと のりひこ}松本宣彦 国際協力事団農業開発協力部農業開発課課長
 市場情報：^{よこざわ はじめ}横沢 一 農林水産省経済局統計情報部企画情報課課長補佐
 市場運営：^{しばき きるお}芝崎希美夫 食食品需給研究センター理事
 業務調整：^{たかはた つねお}高畑恒雄 国際協力事業団農業開発協力部農業開発課

3. 調査日程

| 月 | 日 | 日 | 程 |
|----|-----|---|--|
| 8月 | 9日 | 金 | 19:00 成田発パリグブラジル航空RG831便 |
| | 10日 | 土 | 11:50 アスンシオン着(リオデジャネイロ経由)RG902便 13:00 調査日程打合せ(専門家及び事務所員) |
| | 11日 | 日 | 08:00 団内打合せ 19:00 専門家及び家族との懇談会 |
| | 12日 | 月 | 09:00 JICA事務所打合せ 10:00 市長表敬訪問 11:00 大使館表敬訪問 15:00 中央食品卸売市場管理局長から事情聴取 20:00 プロジェクトリーダー主催夕食会 |
| | 13日 | 火 | 08:00 市場管理局カウンターパートから事情聴取 15:00 専門家と打合せ |
| | 14日 | 水 | 午前 野菜生産地アンケート調査 コロネルオビエド 午後 " カラガタウ |
| | 15日 | 木 | 市制施行記念日 団内打合せ 20:00 支部長招待懇談会(団員及び専門家) |

| 月 | 日 | |
|-----------------|---|---|
| 8月16日 | 金 | 午前 公設小売市場(第2, 第4, 第5)視察 |
| | | 午後 日系卸売業者3者から事情聴取 |
| | | 20:00 市場管理局長招待夕食会 |
| 17日 | 土 | 03:00 中央市場深夜作業視察 生産地農家調査 イグアス移住地 イグアス泊 |
| 18日 | 日 | 帰路(アスンシオン市へ) |
| 19日 | 月 | 09:00 団内打合せ |
| | | 15:00 市場管理局長から事情聴取 |
| 20日 | 火 | 07:30 青空市場及び公設小売市場視察 |
| | | 09:00 C/Pからの事情聴取及び供与機材利用実態調査 |
| | | 12:00 市長招待昼食会 |
| | | 15:00 専門家と打合せ |
| | | 20:00 大使招待夕食会 |
| 21日 | 水 | 09:00 団内打合せ |
| | | 15:00 専門家と打合せ |
| 22日 | 木 | 08:30 市長へ報告 |
| | | 10:00 市場管理局幹部に報告及び勧告 |
| | | 16:00 大使館に報告 |
| | | 17:00 JICA事務所に報告 |
| 20:00 団長主催パーティー | | |
| 23日 | 金 | 15:15 アスンシオン発RG903 |
| 26日 | 月 | 14:15 成田着(ロスアンゼルス経由)JL065 |

4. 終了時評価の方法

4-1 調査項目

(1) 討議議事録(R/D)に基づく各技術分野の年次計画と実績調査

- ① 業務分野別年次計画並びに実績
- ② 専門家派遣計画並びに実績
- ③ 機材供与 //
- ④ 研修員受入 //
- ⑤ パラグアイ側の対応状況

a. 予 算

b. カウンターパート配置状況

- c. 施設整備状況
- d. その他

(2) 業務分野別評価

R/Dに基づき策定された事業実施計画に従い、各分野毎の進捗状況及び技術移転状況について評価を実施する。評価の方法については、下記の方法によるものとする。

① 事業進捗状況関係

- A：事業推進上満足（進捗度80%以上）
- B：事業推進上ほぼ満足（進捗度50～80%）
- C：事業推進上充実が必要（進捗度50%以下）

② 技術移転関係

- A：達成又はほぼ達成（達成度80%以上）
- B：達成への可能性あり、努力中（達成度50～80%）
- C：準備中又は進行中（達成度50%以下）
- D：実施されていない（達成度0%）

③ 供与機材については、その利用、管理状況についても評価する。

(3) 卸売市場利用者側の評価

卸売市場を利用する者あるいはその影響を受ける側からの反応を評価する。

4-2 調査の方法

調査に当たっては、次の方法により、その結果を総合的に検討することとした。また、昭和60年1月7日から1月20日まで派遣された巡回指導チームが、プレ・エバを実施した経緯があるので、同プレ・エバの内容を参考としつつ調査を行なった。

(1) アンケート調査の実施

まず、ABASTO（中央食品卸売市場）が、アスンシオン市の食品流通機構において、関係者からどのように見られているかを確認し、これら関係者の評価を通じ、その客観的な位置付けを把握すると共に、併せてABASTOが同市の食品流通に及ぼした影響について概査することとした。そのために、卸売業者、小売業者、生産者及び消費者に対し、各30名を対象にアンケート調査を実施した。

調査に当たっては、カウンターパートを動員し、彼等にも調査に参加させるように配慮した。生産者については、アスンシオン市近郊の有力産地であるCORONEL OVIEDO地区及びCARAGUATAY地区を訪問し、夫々調査を行なった。

(2) カウンターパートとの個別面談

本プロジェクトのカウンターパート8名と夫々個別に面談し、彼等の業務実際とABASTO業務の問題点、改善点等についてヒアリングを実施した。同ヒアリングを通じ、併せて各カウンターパートに対する技術移転状況の把握の参考とした。

なお、ロペス市場管理局長とは、特に通常の協議の他に2度に亘って個別面談の機会を設け、意見交換を行ないDAMA(アスンシオン市市場管理局)側のプロジェクトの現況についての評価、協力の継続の必要性についての考え方を聴取した。

(3) 専門家との意見交換

プロジェクト運営の現況及び問題点、カウンターパートに対する指導の現況、技術の移転状況、今後の協力計画等につき、各専門家の意見を聴取し、協力の現状の概要を把握すると共に、今後の方向付けに関する検討の材料とした。

(4) 資料の収集及び分析

DAMAの組織図、予算、卸売業者名簿、市場管理規則、扱い品目統計等ABASTOの運営の現状把握及び分析の基礎となるべき資料を収集し、これらの資料を通じABASTOの全体像の分析、整理を行なった。

(5) 有力卸売業者との意見交換

ABASTOの有力卸売業者3者との意見交換の機会を設け、卸売業者の立場からみたABASTOの運営状況、DAMAに対する要望、本件技術協力に関する意見等を聴取し、参考とした。

(6) ABASTO、小売市場、青空市場及び生産地の視察

本件技術協力のサイトであるABASTOはもとより、公設小売市場(第2、第4及び第5市場)及び毎日1カ所で開かれている青空市場を視察し、卸売市場と小売市場との連携の実状及び問題点、各市場の施設の状況、荷動きの実態等についても調査を実施した。また、CORONEL OVIEDO、CARAGUATAY及びIGUAZUの各生産地へ赴き、品質規格や出荷に関する問題点等について生産者と意見を交換した。

(7) 供与機材の利用、管理状況の確認

本プロジェクトに供与した機材について、その利用状況及び管理状況を実地に確認し、当該機材の供与効果を調査した。

第2章 調査結果の総括（総合所感）

1. 概 況

これまでの3年9カ月に亘る協力の結果、公設中央食品卸売市場としての機能は概ね確保され、定着しつつあり、青果物を中心とした同市における生産物流通近代化の要としての役割を担いつつあるものと認められた。特に中央卸売市場が存在しなかったパ国において、これを計画的に創設し、いわばソフトの分野に属する本件技術協力を通じ、中央卸市場としての機能を有するに至ったことは、大きな成果であると言えるであろう。

当調査団の実施した卸売業者、小売業者、生産者及び消費者に対するアンケート調査の結果によれば、夫々の立場から中央卸売市場の存在と役割について、積極的評価が得られている。

これは、同市場の定着が国民各層の間に客観的に認められた証左であると言えよう。

しかしながら、将来同市場が本件技術協力終了後もパ側のみの手によって確実に運営され、真に流通機構の中核として定着するためには、運営管理におけるなお一層の経験の蓄積が必要であると感じられる。プロジェクト発足当初の2年間は、卸売業界の再編、入荷及び卸売ルート確立、ABASTO組織の整備、職員の採用、管理、基礎資料の収集作成等創業時における運営管理の基礎造りに費やされることが余儀なくされたため、TIPに基づく個々の技術指導は3年日以降に本格化されることとならざるを得なかった。従って、技術移転の進捗は概ね7割程度と認められ、なお協力を継続することが必要であると感じられる。

2. 項目別技術移転の概況

TIPに基づく項目別に技術協力の進展状況、その他問題点等を概観すれば次のとおりである。

1) 中央食品卸売市場の運営及び管理に関する技術

市場の取引活動は既にルーティン化されており、市場としての集荷、販売及び価格形成の機能は十分発揮されている。従って、その限りにおいては、市場活動は一人歩きしている訳であるが、DAMAによる運営管理面については、未整備な点が多い。

イ. 集荷及び卸売計画の作成

運営・管理の基礎となるべき市場統計は、電算機の導入により整備され、集荷及び卸売の計画的運営の基礎資料が確保されつつあるが、集荷計画及び卸売計画の作成指導に着手するには至っていない。しかし基礎資料の整備はほぼ完了しつつあるので、近く着手されることが期待される。

ロ. 運営・管理組織の改善

現在の組織では、業務の実状に対応し得ない状況になってきており、例えば品質規格あるいは施設維持管理等を担当する部署がない。従って、カウンターパートの職務分担及び責任体制に不明確な点がみられ、技術移転を円滑に進める上で問題がある。よって、業務

の現状に合わせた組織の再編を行ない、責任体制を明確にすることが必要である。特に、選果機等の導入により技術指導が本格化する品質規格の分野及び老朽化が始まりつつある市場施設の維持管理については、組織上その業務所掌を明確する必要がある。なおDAMAとしても組織の改善について検討中であった。

ハ、施設管理体制の改善・強化

前項でも触れたところであるが、世銀の借款により1981年9月に建設されたABASTOの施設は、4年の使用を経て、既に一部施設の老朽化が始まり降雨時の雨漏り等がみられる。今後は益々施設の老朽化が進むことが予想され、建物、施設の維持管理が重要な業務となってくるので、施設管理体制の改善強化が必要である。

ニ、予算及び財務管理

ABASTOの予算、財務管理は、独立採算制の下に概ね順調に運用されており、健全な経営への努力が払われている。世銀への返済も1983年より開始され、延滞はみられない。また、卸売業者の入場料も適正な料金で設定されており、業者の苦情等も聞かれない。今後とも適正な経営管理の堅持が期待される。

予算及び資金計画、決算、経常収支に関するコンピューター処理技術の移転は進展しており、今後はこれらに係るマニュアルの作成及び経営診断技術の移転を図ることが残されている。

ホ、卸売業者の指導及び市場規則の整備

卸売業者の健全な育成を図り、信頼性の高い市場としてその堅実な発展を確保するため、市場規則の適切な運用の下に、卸売業者に対する一層の指導が望まれる。商品整理、代金決裁の標準化、ごみ処理その他モラルの向上に関し、改善の余地があると認められるので、今後卸売業者との対話の促進について、カウンターパートを指導することが必要である。

また、現在、1981年に制定した市場規則があるが、市場の発展に伴ない市場を取りまく環境条件が変化しているので、現状に則して同規則を改正し実態に合わせた適切な運営管理を行なうことが必要である。

例えば、現行の規則には本技術協力の内容となっている品質規格及び標準建値に関する規定がなく、規則と業務活動との間の整合性に欠けることが挙げられる。また、小売業者を対象とした規則も未整定であるので、これら市場関係規則の整備についての指導を行なうことが重要である。

ヘ、夜間勤務体制の確立

標準建値の設定及び公示のため、夜間勤務体制が執られているが、同体制の一層の確立が課題である。

ト、第4小売市場における仲買人の実態調査

第4小売市場において実質的な卸売業を営む仲買人の存在が認められるので、実態を調

査の上、必要に応じ適切な対策を講ずることが望ましい。

2) 標準建値算出のための技術

コンピューター処理による標準建値の算出技術については、既に技術移転が行なわれたとみられる。

また、第三者機関として標準建値委員会が設置され、20品目について、標準建値の公示が行なわれている。しかしながら、実際の卸売価格は卸売業者が独自に設定しており、建値が充分利用されるには至っていない。価格形成は、中央市場機能の重要な柱であり、それはDAMAの指導性の下に行なわれるべきものである。更に標準建値の意義について利用業者の理解を深め、利用の促進を図ることが重要である。プロジェクトでは掲示方法の改善が検討されているが、むしろ利用者(卸売業者)に対する教育の徹底を図ることが先決であろう。標準建値は、利用されなければ公示してもその意義はなきに等しいとも言えるものである。利用の促進は今後の技術協力の重要な事項であると思料される。

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

流通過程における価格差の排除等、流通の近代化に寄与することを目的に、小売市場の中心となっている第4市場との間にファクシミリを導入したが、現状では第4市場における小売価格が卸売市場に報告されている程度であり、卸売市場からの情報提供は、必ずしも充分行なわれていない。

これは、送信交換される情報の利用の方途が十分検討されておらず、未成熟であることによるものと思われるので、利用の仕方を検討、整理して情報交流の活性化を図り、情報システムの確立を図ることが課題である。

4) 品質管理のための技術

イ. 規格基準の作成

1984年5月に出荷規格委員会が発足し、毎月の検討会を通じ、主要な野菜・果実10品目について規格基準が検討され、同基準のマニュアル化が進められているが、完成をみていない。基準マニュアルの完成を待って実際の取引きへの適用、利用者指導を行なうこととなる。また、当調査団滞在中に選果機の据付け準備が行なわれた状況にあり、選果機を使った品質規格管理指導については、これから開始される段階である。如上のとおり、規格化の分野に係る技術移転にはなお相当の時日を要する見通しである。

ロ. 冷蔵技術

大型冷蔵庫の供与により、野菜、果実の冷蔵保管による品質、価格維持が図られているが、今後稼働効率の向上、結露防止等低温技術に関する指導を行なう必要がある。

ハ. 食品衛生

食品衛生の問題については、パ側の食品衛生行政との関係もあり、未だ進展をみていないが、この分野については、今後も協力指導は困難と思われるので、パ側の努力に期待す

ることとせざるを得ないものと思われる。なお、市長表敬を行なった際に、市長より残留農業問題について強い懸念が表され、同問題の解決にわが方の協力を得たいとの要望がなされたが、同問題はむしろ農牧省の問題と思われ、本プロジェクトの枠組では対応が困難である旨応じた経緯があった。

市場内のごみ処理の分野については、清掃車等の機材供与を通じ、その効率化を図っているが、生産者にはABASTOへ生産物を搬入後、不良品をより分けて、廃棄しているため、大量の廃品により不衛生な状態が生み出されている。この点は改善の余地があると思われた。

5) 中央食品卸売市場の運営に必要な調査、解析技術

生産、流通に関する物流調査及び消費者動向調査は、需給関係の変化を把握し、市場流通の将来性を考える上で重要な調査であり、本プロジェクト協力の重要な柱となっているが、目下のところは、基礎的調査を進めている段階である。即ち、生産量統計、入荷量の産地別、卸売先別整理、消費者動向調査を実施中であるが、今後共調査を継続し、充実させていく必要がある。また、カウンターパートに対し、調査の企画、調査の仕組、調査の進め方、調査結果のまとめ方について十分指導する必要がある。

調査結果に基づく需要予測の指導を了するまでにはなお、相当の期間が必要と思われる。

3. 協力の継続に関する勧告

上述のとおり、中央卸売市場運営の基礎造りは、本技術協力を通じ概ね進展し、中央卸売市場の機能及び役割を果しつつあるが、現在なお基礎造りの過程にあり、その基盤は未だ必ずしも確立されたとは言えない状況である。

また、個々の技術分野における技術移転の進捗も充分でない現状にある。

市場運営管理技術の修得は、市場全般の運営管理に関する実際の経験の蓄積が基礎となるものであるが、現状ではその実務経験は十分とは言えず、確固たる基礎を確立し、同市場の将来の安定的発展を期するためには、なお一層の基礎的かつ応用的経験を日パ協力の下に重ねることが不可欠であると思料する。

よって、本調査団は、本件協力期間の終了する1985年12月6日以降も引続き協力を継続し、協力の実効を挙げることが望ましいと考え、日パ両国政府当局に対し、下記のとおり協力の延長を勧告することとした。

1) 延長期間

技術協力の進展状況よりみて、2年間とすることが妥当であると考えられ、1985年12月7日から1987年に12月6日までとした。

2) 協力の内容

本件協力の延長に当たっては、現行R/Dの内容を変更することはないが、協力の内容を整理し、次の事項を中心に協力を行なうこととした。

- イ. 市場規則の改正，整備に関する指導（現行規則の見直し及び改正案の検討作成）
- ロ. 市場会計に関する指導（市場会計マニュアルの作成 — 予算，経常処理，決算，分析方法）
- ハ. 市場施設及び資機材の運用，保守及び管理に関する指導（管理体制の整備・確立及び保守，点検指導）
- ニ. 標準建値の利用促進のための指導（利用実態調査，問題点の把握，利用促進策の検討）
- ホ. 品質，規格の基準の設定指導（基準案の継続作成及び利用促進）
- ヘ. 市場情報活動に関する指導（市況情報，産地情報及び消費情報（小売情報）の収集・提供システムの作成）

第3章 プロジェクトの当初計画

痺

1. 相手国の要請

① アスンシオン市の食品市場は、35年前に建設した9カ所（うち3カ所は休眠状態）の公設小売市場に管理者を置き、出店を希望する者に市場での営業を許可し売場を貸して小売させている。これらの公設小売市場は食品を小売する人の集合所となったが、卸売機能を持っていなかったため、必然的に卸売を行なう業者ができて、第四公設小売市場の周辺に卸売店舗が次々に発生した。これらの卸売業者の活動が盛んになるにつれて、この近くに民営の小売市場が乱立し、その売場面積は公設市場（広さ約100㎡）の20倍にも達している。そのため小売人の競争が烈しくなり食品の価格も安く、品揃えも多いことから、食料品を購入する消費者が多く集まり、この地域は極度に混雑して、交通は麻痺し、附近は劣悪な環境となり、不衛生な状態となった。しかるに、第四公設小売市場以外の公設市場の客足は跡絶えて不振をきわめている。このような事情が第四公設市場以外の公設小売市場の正常な発展の障害となっている。これらの改善を図るため同市はパラグアイ政府の方針と指導のもとに、1972年（昭和47年）、同市の自主財源をもとに中央卸売市場の建設に着手したが財政事情により一時中断していた。1980年（昭和55年）パラグアイ共和国農牧省の起債による世銀借款から一部を引いて充当することにより資金の目途がついたことから、中断した建設を再開して、1981年（昭和56年）9月11日竣工の運びとなった。

② これに（先立ち）^{より}上記状況を改善するために（パラグアイ政府は）1979年11月（昭和54年11月）、わが国に対し先ず中央卸売市場を新設して、[↓]小売業者と卸売業者を分離し、卸売業者は総て新設の中央卸売市場に収容し、小売業者は公設の小売市場の建物に再配置して収容することとし、小売業者の食品の仕入れは総て中央卸売市場から仕入れさせて、これを公設小売市場において消費者に販売するという流通経路を確立することを計画し、中央卸売市場を^{（2022年（令和4年）11月）}中核とする流通機構の運営に関する技術協力を要請してきたものである。

2. プロジェクト開始に至る経緯

① 上記要請をうけて、わが国は1980年3月（昭和55年3月）事前調査（団長：多田誠、食品需給研究センター常務理事）を実施し、要請の背景、内容及び必要な実態調査を行った。調査の結果、背景、市場の実態等については上記1の通りであったが、パラグアイ共和国側の要請内容は『中央卸売市場の新設に伴う流通システム改善・整備』に対する技術協力のほか、『既設小売市場（公設）の再建整備と新たに4-6カ所の公認小売市場の新設』及び『中央卸売市場の増設』等であることが確認された。

② その後、上記事前調査を基礎に関係機関とも検討の結果、パラグアイ共和国の期待している前記事項のうち、公設市場及び卸売市場の建物、施設面に対する協力は技術協力にはなじまないため不可能であるが、新設の『中央卸売市場を中核とする市場の運営管理』について

は適当な範囲での技術協力は可能であること、及びパラグアイ共和国アスンシオン市が食品市場改善計画の一環として中央卸売市場の建設を進めており、時宜を得ていること等を勘案し、可能な範囲でパラグアイ共和国の要請に応えることとした。

- ③ 更に1981年3月(昭和56年3月)上記①、②を踏えて多田誠他3名よりなる専門家チーム(打合せチーム)を派遣し、パラグアイ側に対しわが国での可能と考えられる「アスンシオン市食品市場改善計画」に対する技術協力の概略について説明するとともに、中央卸売市場の建物の建設についてその後の進捗状況等の調査を行った。

その結果、アスンシオン市当局はわが国の協力できる範囲で中央卸売市場の運営管理に限定して技術的協力を行なうことに大筋の理解を示し、早期実施を要望した。

- ④ 以上の経緯を踏まえ、今回具体的な協力内容の実施スケジュール等につきパラグアイ共和国アスンシオン市と討議するため11月26日～12月12日のスケジュールにより実施協議チームが派遣され、アスンシオン市当局との間に討議議事録を署名交換し協力を開始した。

3. プロジェクトの目的 (R/O 食品市場 - 卸売市場、R/O 食品市場) 建設(1981年12月)
- パラグアイ国アスンシオン市中央食品卸売市場の機能の充実及び円滑な運営管理をはかることを目的とし下記事業を行う。

1. 中央食品卸売市場の運営管理に必要な下記項目に関し、指導助言を行う。

- (1) 中央食品卸売市場の運営及び管理に関する技術
(全体計画、集荷計画、卸売計画等の作成方法)
- (2) 標準建値算出のための技術
(入荷量の把握、統計処理方法等)
- (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
- (4) 品質管理のための技術
(選別技術、格付技術、食品衛生対策等)

2. 中央食品卸売市場の運営に必要な下記の調査・解析技術に関し、指導助言を行う。

- (1) 生産・流通に関する物流調査
- (2) 消費者動向調査

4. プロジェクトの活動と年次別実施スケジュール

プロジェクト実施スケジュール

| 事業内容 | 年度 | 1 年 次 | 2 年 次 | 3 年 次 | 4 年 次 |
|-----------------------------------|-------------------------------|---|--|--|---|
| I 中央食品卸売市場の運営管理に必要な下記項目の指導助言 | 1. 中央食品卸売市場の運営及び管理に関する技術 | (1) 運営計画作成に必要なデータの収集、検討 | (1) データに基づくモデルプランの作成 1) 市場管理計画の試作指導 2) 集荷計画の試作指導 3) 卸売計画の試作指導 | (1) 運営計画作成の本格的指導と実施 1) 市場管理計画の実施 2) 集荷計画の実施 3) 卸売計画の実施 4) 上記 1) 2) 3) の適応性の検討見直し | (1) 運営計画作成に係る指針の作成 |
| | 2. 標準建値の算出のための技術 | (1) 統計処理に必要な基礎データの収集、整理 (2) 入荷量調査のための準備(モデル品目の選定、入荷申告カードの作成等) (3) 卸売価格調査 (4) 標準建値委員会の設置 (5) 標準建値算出手順の設定 (6) 初歩的統計処理技術の指導 | (1) モデル品目に関する入荷量の調査と把握 (2) マイクロコンピュータの導入 1) 掲付 2) 操作方法指導 (3) マイクロコンピュータによる統計処理 1) 基礎統計処理プログラムの試作 2) 建値算出プログラムの試作 | (1) 入荷量の調査と把握(モデル品目の拡大) (2) マイクロコンピュータによる統計処理の実施指導 1) 応用統計処理プログラムの設定 2) 建値算出プログラムの適応 | (1) 標準建値算出に係る指針の作成 (2) マイクロコンピュータの維持管理に関する指導助言 |
| | 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 | (1) 必要情報事項の設定 (2) 情報伝達範囲(対象小売市場)の設定 (3) 情報伝達の対象品目の選定 | (1) 情報(入荷量、標準建値)の試験的提示(中央食品卸売市場内掲示板)とその細格形成効果の検討、分析 (2) 中央食品卸売市場及び関連小売市場へのファクシミリの導入 1) 掲付 2) 操作方法指導 | (1) ファクシミリによる中央食品卸売市場から小売市場への情報伝達システムの確立 (2) 小売市場から中央食品卸売市場への情報連絡システムの確立 (3) 情報伝達対象品目の拡大 | (1) 情報システムの運用に係る指針の確立 (2) 外国市況の情報収集に関する助言 (3) ファクシミリの維持管理に関する指導 |
| | 4. 品質管理のための技術 | (1) 品質管理技術の問題点の抽出および検討 (2) 品質管理の基礎的技術の指導 | (1) 品質管理技術に関する指導助言 1) 格付技術 2) 選果技術 3) 包装技術 4) 食品衛生知識 5) 冷凍冷蔵技術 | 同 左 | 品質管理技術に係る指針の作成 |
| II 中央食品卸売市場の運営に必要な下記の調査、解析技術の指導助言 | 1. 生産流通に関する物流調査 | (1) 物流に関する問題点の抽出および検討 (2) 物流調査に係る基礎的知識の指導 (3) 調査方法の設定 1) 対象範囲 2) 調査事項 | (1) 調査の試験的実施 (2) 調査結果の解析検討 | (1) 調査の本格的実施 (2) 調査結果の解析検討 (3) 補足調査の実施 | (1) 物流、消費者動向の調査結果に基づく総合的検討 (2) 上記結果に係る関係機関への報告、提言 |
| | 2. 消費者動向調査 | (1) 消費者動向に関する問題点の抽出および検討 (2) 消費者動向調査に係る基礎的知識の指導 (3) 調査方法の設定 1) 対象範囲 2) 調査事項 | (1) 調査の試験的実施 (2) 調査結果の解析検討 | (1) 調査の本格的実施 (2) 調査結果の解析検討 (3) 補足調査の実施 | (1) 物流、消費者動向の調査結果に基づく総合的検討 (2) 上記結果に係る関係機関への報告、提言 |

5. プロジェクトの投入計画

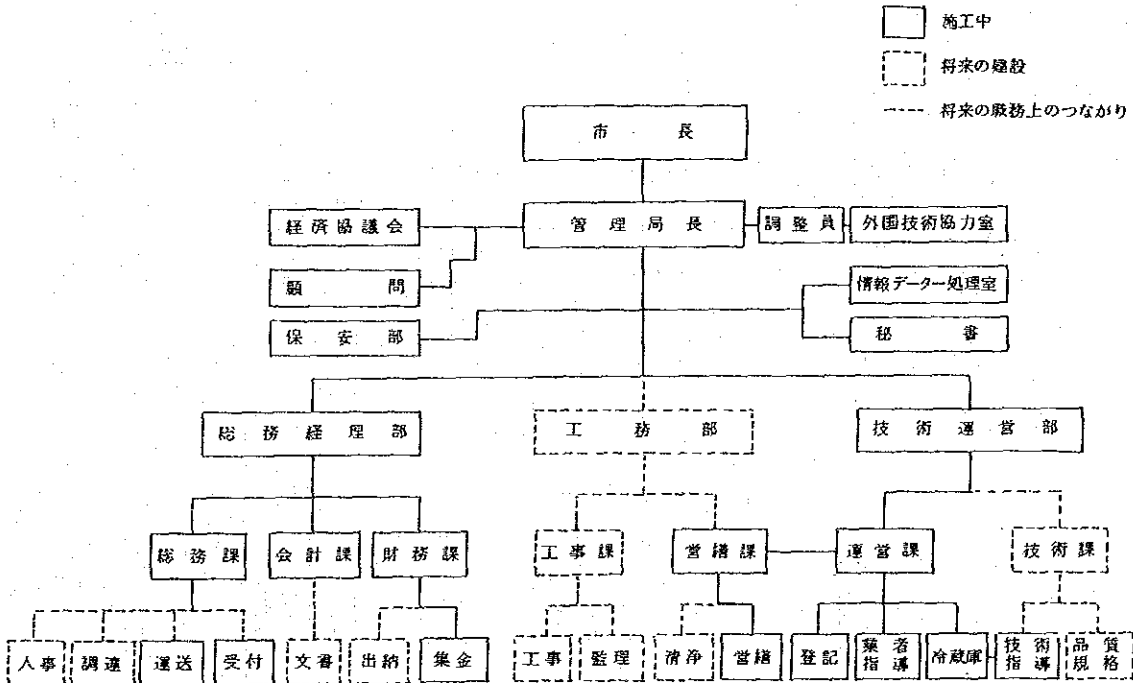
A. 日本側の措置

| | 昭和56年12月 | 第1年次 昭和57年12月 | 第2年次 昭和58年12月 | 第3年次 昭和59年12月 | 第4年次 昭和60年12月 | 備考 |
|------------|----------|------------------|------------------|------------------|------------------|----|
| I 専門家(長期) | | | | | | |
| 1. 市場運営管理 | ← | ← | X | ← | ← | |
| 2. 流通情報 | ← | ← | X | ← | ← | |
| 3. 技術協力 | ← | ← | X | ← | ← | |
| II 専門家(短期) | ← | ← | X | ← | ← | |
| | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | |
| III 機材 | | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | |
| IV 研修受入れ | 毎年2~3名 | | | | | |

B. パラグアイ側の措置

| | 第1年次 | 第2年次 | 第3年次 | 第4年次 | 備考 |
|-----------------|------|------|------|------|----|
| I 人員 | | | | | |
| 1. 市場管理局長 | ← | ← | ← | ← | |
| 2. 日本人専門家に必要な人員 | ← | ← | ← | ← | |
| 3. 事務職員 | ← | ← | ← | ← | |

6. パラグアイ側実施体制



アスンシオン市中央食品卸売市場管理局組織図

5-2

第4章 協力活動の実績

5-2-1

プロジェクトの投入実績

117

(1) 専門家派遣の計画と実績

| R/D上の 専門家指導科目分野 | | (S 57) 協力第1年次 | | (S 58) 協力第2年次 | (S 59) 協力第3年次 | (S 60) 協力第4年次 |
|--------------------|------------|---------------------|------------|------------------|------------------|---------------------------------|
| | | 1981年12月 1982年4月 | 1982年12月 | 1983年12月 | 1984年12月 | 1985年12月 |
| 市場運営 | 計画 | | | | | 12/6 |
| | 実績 | | | | 1984.9.21 | |
| | 短期 | | | | | 実績なし |
| 市場調査 | 計画 | | | | | |
| | 実績 | 1982.6.11 | | | 1984.10.10 | |
| | 短期 | | | | 1984.11.2 | 実績なし |
| 流通情報 | 計画 | | | | | |
| | 実績 | | 1982.10.25 | | | |
| | 短期 | | | | 3.21~4.20 | 3.21~5.2 (コンピューター ソフトウェア) |
| 技術協力 | 計画 | | | | | |
| | 実績 | 1982.6.11 | | | | |
| 上記分野以外の | 冷蔵施設 | | | 1.28~2.11 | | |
| 短期専門家 | 品質管理 | | | | 1.30~2.21 | |
| | 品質管理 企画 | | | | | 3.21~4.9 |

(2) 機材供与の計画と実績

| | | (S 57) 協力第1年次 1981年12月 1982年4月 | (S 58) 協力第2年次 1982年12月 | (S 59) 協力第3年次 1983年12月 | (S 60) 協力第4年次 1984年12月 1985年12月 |
|------------------------|----|---|----------------------------------|----------------------------------|--|
| ○機材供与 | | | 1982年12月 第1船到着 (昭和57年度予算分) | 1983年12月 第2船到着 (昭和58年度予算分) | 1984年12月 第3船到着 (昭和59年度分) |
| ○予算年度 | | 昭和57会計年度 | | 昭和58会計年度 | 昭和59会計年度 |
| ○計画機材リスト | 計画 | 3~5台 | 2~3台 | 2~3台 | |
| ① 仕入・配送用車輛 | 実績 | 市場専用改造バス3台 (10月現調) | | 小型トラック(1台) (5月) × | |
| ② 業務連絡用車輛 (ミニバス10人乗程度) | 計画 | 1台 | | | |
| | 実績 | マイクロバス1台 (5月) × | | | |
| ③ 調査用車輛 (4輪駆動車) | 計画 | 1台 | 1台 | | |
| | 実績 | ニッサンパトロール 1台 (10月) トヨタランドクルーザ 1台 | | | |
| ④ 場内連絡用バイク | 計画 | 2台 | 2台 | | |
| | 実績 | スクーター5台(10月現調) | | | |
| ⑤ ゴミ処理用トラック | 計画 | 1台 | 1台 | | |
| | 実績 | ゴミ処理車各1台 (5月) × | 散水車 (12月) × | ゴミ回収車 1台 (5月) × | |
| ⑥ マイクロ・コンピューター | 計画 | 2台 | | | |
| | 実績 | パーソナルコンピュータ1台 (1月) × | マークシートコンピュータ1台 (4月) × | | |
| ⑦ ファクシミリ | 計画 | | 4台 | | |
| | 実績 | ファクシミリ3台 (7月) | | | |
| ⑧ 冷蔵庫関係資機材 (自家発電機を含む) | 計画 | | 1式 | | |
| | 実績 | 冷蔵庫 (1000m ³) | (2月) × | (8月) × | 発電機 (5月) × |
| | | | 工事 | | |
| | | | 冷蔵庫 (500W) | (2月) × | (5月) × |
| | | | 工事 | | |

| | | (S 57) | (S 58) | (S 59) | (S 60) |
|-----------|----|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------------------|
| | | 協力第1年次 1981年12月 | 協力第2年次 1982年12月 | 協力第3年次 1983年12月 | 協力第4年次 1984年12月 1985年12月 |
| ⑨ 選別機・洗滌機 | 計画 | | | 1式 | |
| | 実績 | | | 選果機 (3タイプ) | × 工事 洗滌機 (手続中) |
| ⑩ 場内放送施設 | 計画 | 1式 | | | |
| | | 放送施設(10月現調) | | | |
| ⑪ 電光掲示板 | 計画 | | | 1式 | |
| | 実績 | (未購送) | | | |
| その他事務機器等 | | タイプライター 複写機等 | (5月) × | 品質調査 機器 | (7月) × |

(3) 研修員受入れの計画と実績

| | (S 57) | (S 58) | (S 59) | (S 60) |
|------------|-------------------------------|----------------------|--------------------|---------------------|
| | 協力第1年次 1981年12月 1982年4月 | 協力第2年次 1982年12月 | 協力第3年次 1983年12月 | 協力第4年次 1984年12月 |
| 研修受入れ計画 | 毎年2～3名 | | | |
| 研修課目及び人数実績 | 生鮮食品流通状況 視察 1 | 冷蔵施設管理運営 1 | 小売市場管理 1 | 市場運営管理 1 |
| | 市場管理 (視察中心) 1 | コンピューター プログラミング 2 | 市場の維持管理 1 | コンピューター ソフトウェア 1 |
| | | | 品質管理 1 | |
| 計 | 2 | 3 | 3 | 2 |

f-2-2

プロジェクトの活動実績

| 事業内容 | 年 度 | (S 57) | (S 58) | (S 59) | (S 60) |
|--------------------------|-----|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | | 1年次 1982.12 | 2年次 1983.12 | 3年次 1984.12 | 4年次 1985.12 |
| I 中央食品卸売市場の運営管理に必要な項目 | | | | | |
| 1. 中央食品卸売市場の運営及び管理に関する技術 | | | | | |
| (1) データの収集, 検討 | | ● | ● | → | |
| (2) モデルプランの作成 | | | ● | ● | |

| 事業内容 | 年 度 | (S 57) 1 年次 | (S 58) 2 年次 | (S 59) 3 年次 | (S 60) 4 年次 |
|--------------------------------|-----|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | | 1982.12 | 1983.12 | 1984.12 | 1985.12 |
| (3) 運営計画作成の本格実施と指導 | | | | ● | ● |
| (4) " の指針作成 | | | | | ● |
| (5) 市場運営の経営診断指導 | | | | | |
| (6) " の実務指導 | | | | | |
| 2. 標準建値算出のための技術 | | | | | |
| (1) 基礎データ収集 | | ● | ● | | |
| (2) 入荷量調査準備, 調査 | | ● | ● | | |
| (3) 卸売価格, 調査 | | ● | ● | | |
| (4) 標準建値委員会の設置 | | ● | ● | | |
| (5) 算出手順の設定 | | ● | ● | | |
| (6) 初歩的統計処理技術指導 | | ● | ● | | |
| (7) マイクロコンピュータ導入と統計処理プログラム開発 | | | ● | ● | ● |
| (8) 建値算出プログラムの開発 | | | ● | ● | ● |
| (9) マイクロコンピュータ維持管理指導 | | | | | ● |
| (10) 建値算出指針の作成 | | | | | ● |
| (11) 建値算出実務指導 | | | | | ● |
| 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 | | | | | |
| (1) 必要情報事項の設定 | | ● | ● | | |
| (2) 対象小売市場の設定 | | ● | ● | | |
| (3) 対象品目の設定(試行, 拡大) | | ● | ● | ● | ● |
| (4) 入荷量, 標準建値等の試験的揭示 | | | ● | ● | ● |
| (5) ファクシミリの導入と小売市場との情報伝達システム確立 | | | ● | ● | ● |
| (6) ファクシミリの維持管理法指導 | | | | | ● |
| (7) 外国市況情報収集に関する助言 | | | | | ● |
| (8) 情報システム運用に係る指針確立 | | | | | ● |
| (9) 情報システム運用実務指導 | | | | | ● |
| 4. 品質管理のための技術 | | | | | |
| (1) 品質管理技術の問題点検討 | | ● | ● | | |
| (2) " の基礎技術指導 | | ● | ● | | |
| (3) " に関する指導助言 | | | | | ● |
| ・格付技術 | | | | | ● |

| 事業内容 | 年 度 | (S 57) 1 年次 | (S 58) 2 年次 | (S 59) 3 年次 | (S 60) 4 年次 |
|-------------------------|-----|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | | 1982.12 | 1983.12 | 1984.12 | 1985 |
| ・選果技術 | | | | | ←→ |
| ・包装技術 | | | | | ←→ |
| ・食品衛生 | | | | | |
| ・冷凍冷蔵技術 | | | ←→ | | ←→ |
| (4) 品質管理技術指針の作成 | | | | | ←→ |
| (5) 品質規格の生産者への啓蒙 | | | | | |
| 5. 生産流通に関する物流調査 | | | | | |
| (1) 物流に関する問題点抽出, 検討 | | ●-----● | ←→ | | |
| (2) " 基礎知識指導 | | ●-----● | ←→ | | |
| (3) 調査方法設定 | | ●-----● | ←→ | | |
| (4) 調査の試験的実施, 解析, 検討 | | ●-----● | ←→ | ←→ | |
| (5) " 本格的 " | | | | ●-----● | ←→ |
| (6) 補足調査の実施 | | | | ●-----● | |
| (7) 物流, 消費者動向調査に基く総合的検討 | | | | | ●-----● |
| (8) 関係機関への報告, 提言 | | | | | ●-----● |
| 6. 消費者動向調査 | | | | | |
| (1) 消費者動向に関する問題点抽出, 検討 | | ●-----● | ←→ | | |
| (2) " 基礎知識指導 | | ●-----● | ←→ | | |
| (3) 調査方法設定 | | ●-----● | ←→ | | |
| (4) 調査の試験的実施, 解析, 検討 | | ●-----● | ←→ | ←→ | |
| (5) " 本格的 " | | | | ●-----● | ←→ |
| (6) 補足調査の実施 | | | | ●-----● | |
| (7) 物流, 消費者動向調査に基く総合的検討 | | | | | ●-----● |
| (8) 関係機関への報告, 提言 | | | | | ●-----● |

(注) ; ●-----● 計画
; ←→ 実績

第5章 プロジェクトの評価

1. 計画と実績の比較検討

1) 指導項目別にみた比較検討

ア. 中央食品卸売市場の運営管理への指導助言

中央食品卸売市場の運営管理への指導助言は(ア)市場の運営管理、(イ)標準建値算出のための技術、(ロ)卸売市場と小売市場間の情報システムの整備、それに(ハ)品質管理のための技術の四項目が計画されている。

(ア) この中で、当該プロジェクトの中核となるのが市場の運営管理である。この項に対する計画と実績に対する比較検討をあげるならば次の点が指摘される。

- a. 市場の運営管理としては全体計画、集荷計画、卸売計画があげられている。実績との比較を考える場合、当初計画そのものがきわめて抽象的な表現となっている点である。特に全体計画についてはその感が強く、具体性に欠けている。
- b. この部門での指導項目を市場整備上の関係から整理するならば、主要な項目として、卸売業者の指導等の業務管理、施設管理、統計業務管理等があげられよう。
- c. 上記のごとく区分して、プロジェクトの実績について検討するならば統計業務管理については調査も実施され、調査結果(集計表)も定時発表される形態となっており、技術移転は順調に行なわれてるとみてよいであろう。卸売業者の指導等業務管理については一時期企画されたものの実行には到らず、かなり遅れているとみて良い。また、施設管理についてもその担当部門は配置されてはいるものの、管理基準も定められず、進行は遅れているといえよう。
- d. 市場の運営・管理における計画と実績について、これを総合的に判断するならば、統計業務管理が80%程度、卸売業者の指導等、業務管理と施設管理が30%程度、その他の管理80%程度で、トータルでは50%程度と考えられる。
- e. 当初計画におけるこの部門上での指導助言項目は全体計画と集荷計画、卸売計画となっているが、集荷計画と卸売計画については市場統計が整備されたこともあって、技術的な困難さはほぼ解決されたものとみて良いであろう。なお、全体計画についてみるならば、その内容を先のごとく区分した場合、市場業務管理と施設管理については未だかなりの時間を必要とするであろう。

(イ) 標準建値算出のための技術については、市場統計が整備されたこと、また、標準建値委員会が設置されたこともあって、かなり具体化している。この分野における計画と実績について比較検討するならば次の点があげられる。

- a. 価格形成は卸売市場において主要な業務の一つとなっている。そして、それは卸売市場業務、施設管理業務等と並ぶものである。一般には価格は“セリ”等の方法によ

り形成されるが、パラグアイ国のごとく多数の卸売業者（そのかなりの者は小規模経営であるが）が一つの卸売市場に存在する場合，“セリ”方法は困難であり，相対方法も生産者に不信をあたえる可能性が強い。

- b. 上記のごとき問題点を解決し，市場において需給関係を反映し，価格の公開と公正を目的として，考えられた方法が標準建値方式である。これは過去における入荷量と価格との関係を数量化し，当日の価格が入荷量との関係で，どの範囲で決められるのが望ましいかを計測したものである。
 - c. これに対する技術指導は1984年に計測方法の面では終了し，1985年からは公開されている。この点からみるならば技術移転は8割程度完成したものといえよう。
 - d. 標準建値は計測され，委員会名で公開されているものの，その利用度はかなり低い結果となっている。例えば，今回のアンケート調査結果においても，市場の卸売業者のほとんど（約90%）は標準建値は知っているものの，利用しているのはわずか15%で75%は利用していない（10%は不明）。
 - e. この分野では標準建値の利用促進をすることが重要となっている。
- (ロ) 卸売市場と小売市場間の情報システムの整備は，卸売市場の立地が従来の小売市場（第4メルカード）の隣接地から，郊外に整備されるため，小売市場の小売業者に対して，情報入手面での不便を解消するものとして考えられたシステムである。この分野における比較検討は次のごとくである。
- a. 情報伝達機器としてはファクシミリが導入され，中央食品卸売市場と小売市場（第4メルカード）に配置され，情報流通が実施されている。
 - b. 流通している情報内容は，卸売市場からは当日の標準建値が提供され，小売市場からは第4市場内における主要食料品の小売価格が卸売市場に対して伝送されている。
 - c. 流通している情報の利用面についてみると，その利用率はきわめて低く，小売市場内の小売業者はほとんど利用していない。また，小売市場から送られる小売価格についても卸売市場では管理当局が利用するので，卸売業者等では利用していない。
 - d. 小売市場の小売業者が卸売市場から提供される標準建値を利用しない要因としては，小売業者の行動が標準建値を見てから仕入行動をとるのではなく，それ以前に卸売市場に買出しに出向いていることがあげられる。良い品をより速く仕入れるために，小売業者は行動するため，かれらにとって標準価格は必要としないことである。
 - e. この分野の進捗状況を単に技術的な面からのみとらえるならば，ほとんど完成しているとみてよい。だが，利用面からは皆無な状況であり，この分野では情報システムの高度利用について検討が必要である。むしろ，距離的にも遠隔化している卸売市場と生産地間の情報流通システムの整備が課題となっている。
- (ハ) 品質管理のための技術指導については，選別技術，格付技術，食品衛生対策等があげ

られている。パラグアイ国では野菜が普及したのは最近時のこともあって、選別、格付、衛生等に対する関心はきわめて低い。そのため、これら商品知識の流通担当者に対する普及を目指したものであるが、計画と実績について比較検討するならば、次の点があげられる。

- a. これらの指導項目は当事国での商品知識の高揚を意図したものであるが、項目の中には本来的に市場業務ではないものまであげられている。例えば、選別技術と格付技術の場合とはかく、食品衛生はこれらとは異なる次元である。これは市場独自のテーマではなく、当事国での食品衛生の問題である。
- b. 選別、格付技術については、カウンターパートに対する教育の遅れ、資材供与の遅れ等もあって、実行に移されていない。遅れの要因としては、選別、格付技術は、日本国では一般に生産地において実施されており、パラグアイ国ではこれを卸売市場で実施する方式を採用したため、技術指導面で混乱を招いたこともあげられよう。
- c. 卸売市場業務を越えるテーマのため、技術移転が遅れていたが、1985年8月には資材も設置され、さらに10月には短期専門家も派遣され、この分野の技術移転も急速に進んでいる。
- d. 選別技術と格付技術の指導は、この国であまり普及していない商品知識の普及にあるが、これを一般化するためには日本国と同様、生産地での取上げが課題となろう。
また、食品衛生についてはパラグアイ国における食品衛生の問題でもあり、この国での衛生管理体制と調和した方策が必要となろう。

イ. 中央食品卸売市場の運営に必要な調査解析技術への指導助言

中央食品卸売市場の運営に必要な調査としては、(イ)生産・流通に関する物流調査と(ロ)消費者動向調査が計画されている。この部門での主たるねらいは、卸売市場は一般に流通の一分野にすぎず、それは、生産サイド、消費サイドの変化によって、絶えず、変化する可能性をもっている。ここでの指導項目は、このような需要サイド、生産サイド、さらには流通技術(物流技術)面における変化について、卸売市場でもあらかじめ把握することを意図したものと見えよう。

(イ) 生産・流通に関する物流調査の面での計画と実績について考察するならば次の点があげられよう。

- a. 物流調査は卸売市場施設の利用状況をとらえるため、市場への搬入、搬出状況について調査するものである。搬入については入荷量調査により、入荷先データは把握可能であるが、輸送手段はとらえられない。当初、入荷量調査で輸送手段調査も実施していたが、日々輸送手段が変る可能性が少ないため、現在の入荷量調査票からは取除かれている。
- b. 搬出状況については、卸売価格調査の中で、同時に毎日実施されている。その内容

は搬出地域をみたものであり、相手先の業務については調査されていない。例えば、仕入先が小売業者なのか、スーパーなのか、飲食業者なのか、担い手については調査していない。

- c. 単なる調査の企画、実施という面からとらえた場合、この分野の指導項目はほぼ終了したとみて良いであろう。
 - d. だが、計画当初でのこの分野でのねらいは、市場環境の把握であって、環境調査の点からは未だ不十分である。例えば、卸売市場利用者の実情、利用者の分布、利用者の輸送方法等については不十分である。
- (f) 消費者動向調査の場合も、その意図は、生産流通に関する物流調査と同じく、市場環境についての調査である。この分野の指導状況は次のごとくである。
- a. 調査のねらいは、商品の需給関係において、生活必需物資の場合はともかく、嗜好性の強い商品の場合、消費者性向が価格に与える影響はきわめて大きい。このような消費者の動きについて調査する必要性を問いたものである。
 - b. 消費者調査については1983年に市内200世帯の消費者家庭について購入方法、消費実態等について調査した。また、1984年には100世帯について、1カ月間における青果物の購入、消費状況について調査した。
 - c. 調査の企画、調査の実施という面からみた場合、進捗状況としてはほぼ終了したと考えるとよいであろう。
 - d. だが、市場管理局のカウンターパートの理解度や、当該調査の利用等という面からとらえた場合、きわめて不十分である。例えば、市内では最近の数年間にスーパーが急成長しているが、消費者サイドからみて、購入先の割合、利用状況等は把握されていない。
 - e. 消費者調査のみならず、物流調査の場合もそうであるが、定期的に調査して、季節別、年次別の動きを把握することが重要であり、この点について一層の技術指導が必要であろう。

表1 プロジェクトの進行状況

| 区 名 | 指 導 項 目 | ウエイト | 進 渉 状 況 (%) | | | | | 備 考 |
|------------------------------|------------------------------|-----------------|---------------|----|----|----|-----|---|
| | | | 0 | 25 | 50 | 75 | 100 | |
| Ⅰ 中央食品卸売市場の運営管理の指導助言 | 1.市場の通信管理 | 40 | | | | | | 市場の運営・管理は個々にバラツキがあるが全体的にみた場合50%程度と思われる。 |
| | (1)業務管理 | | | | | | | |
| | (2)施設管理 | | | | | | | |
| | (3)総務管理 | | | | | | | |
| Ⅰ 中央食品卸売市場の運営管理の指導助言 | 2.標準延値算出のための技術 | 20 | | | | | | 利用促進策や効果計測が残されたテーマである。 |
| | 3.卸売市場と小売市場間の情報システムの整備 | 10 | | | | | | 利用方法については視点を改めて考える必要がある。 |
| | 4.品質管理のための技術 | 10 | | | | | | |
| | Ⅱ 中央食品卸売市場の運営に必要な調査解析技術の指導助言 | 1.生産・流通に関する物流調査 | 10 | | | | | |
| Ⅱ 中央食品卸売市場の運営に必要な調査解析技術の指導助言 | 2.消費動向調査 | 10 | | | | | | (同 上) |

注) 1.指導項目別のウエイトは全体を100として、指導項目別配分した。

2.進捗状況は企画段階を30%実行(プリテスト含む)段階80%利用促進・効果計測段階を100とした。

2) 比較検討上の留意事項

ア. 生活慣習上の問題

アスンシオン市中央食品卸売市場改善プロジェクトは日本国の技術協力によって進められていることもあって、日本における卸売市場制度をモデルとして整備が進められてい

る。

だが、中央食品卸売市場における主要物資は野菜等青果物が中心となっているが、青果物特に野菜に対する食生活は日本とパラグアイ国とはかなり異なっている。パラグアイ国の場合、一部の野菜を除いて、多くは日本人移住者によって本格的に生産されたものが多い。また、この国では肉食が主体であり、野菜は調味料として、利用するケースが多く、このような消費上の特色は購入上でも異なっている。例えば最も良く利用されるトマトの場合、日本では生果の状態でも多く消費されるが、パラグアイ国の場合、調味料として利用されることが多いため、煮るケースが多い。このような消費形態の場合、日本のごとく、形、サイズはあまり問題とならないのである。

このようなこともあって、選果技術や格付技術の問題は、なかなか理解が困難な面がある。最近ではパラグアイ国でも野菜を従来のごとく調味料としてのみならず生食用として消費する機会が増加しておりそのこともあって選果や格付に対する意識も高まってきているようである。

イ. 市場に対する認識上の問題

卸売市場は日本国独自の流通方式ではなく、世界の各国でそれぞれみられる形態である。だが、ブラジル等南米諸国における市場は一般に卸売市場と小売市場が混在した形態となっている。一面では、市場制度が未発達とも考えられるし、一面では物流上からみて、卸売市場と小売市場を接合した方式が効率的な面もあろう。

アスンシオン市中央食品卸売市場は日本の技術協力によって進められているとはいえ、市場管理局の担当者には隣接のブラジルの市場がイメージされており、日本的な卸売市場のみの存立形態について理解が困難であったといえよう。

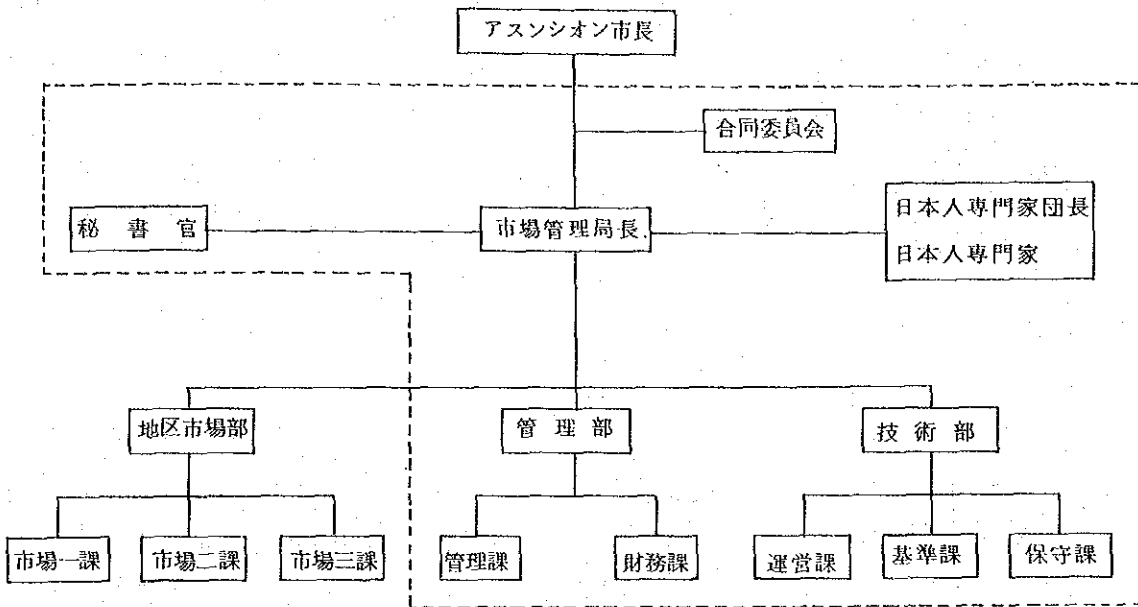
そのこともあって、中央食品卸売市場内には小売市場もあって、小売業者のみならず、多くの消費者も買出しに出向いている。卸売市場に対する、日本人専門家とカウンターパートの認識の違いは技術協力の計画と実績を比較検討するうえで十分考慮しなければならない問題であろう。

2. プロジェクト管理運営の適正度

1) パラグアイ国側のプロジェクト実施体制

次の図は日本国政府とパラグアイ共和国政府とが技術協力協定を締結した際の「討議議事録」(R/D)において決められた組織図である。一般に市場管理組織は管理部門と業務部門から構成され、管理部門では施設管理、財務管理、人事管理、資金計画等が、業務部門では業者指導、統計業務、監理等の業務を担当する形となっている。

卸売市場組織図

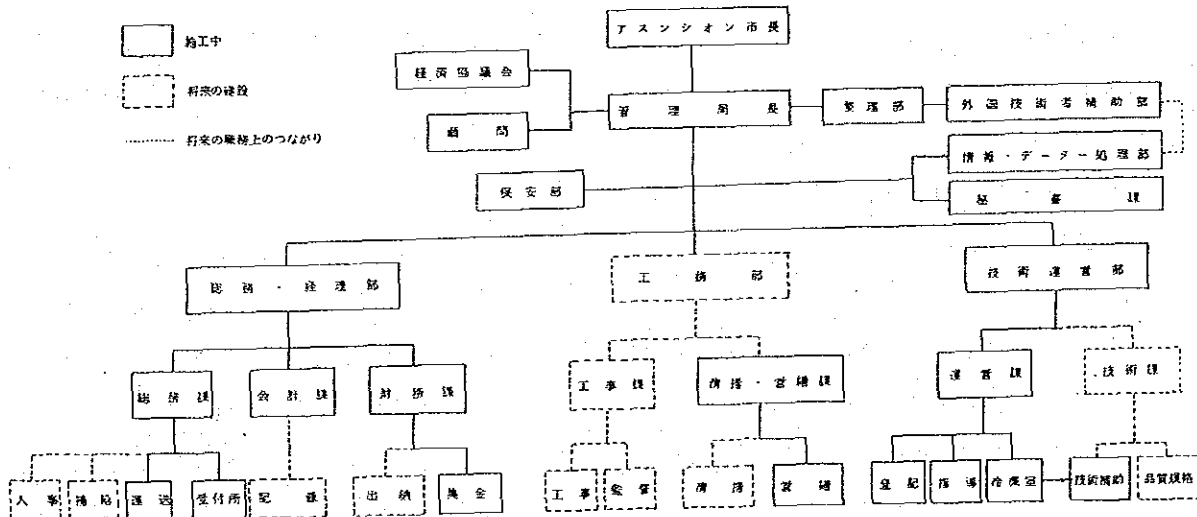


(注) この組織は日本の技術協力実施期間中の暫定組織である。

市場開場当初は上記のごとき管理組織ではじめられたものの、最近の組織図は次のごとくなっている。当初2部5課から組織されていたが最近時のものは4部17課となっている。卸売市場取扱量の拡大にともない、市場業務も増加し、職員数も増加している。

組織の略図

アスンシオン市中央食品卸売市場, DAMA



プロジェクトの実施体制が変わった要因としては次のことがあげられている。

- ア. 市場管理局は単に卸売市場のみならず、小売市場をも含めた流通全般について行政指導にあたることがあげられている。例えば第1から第9までのメルカードは従来市場管理局の担当部門でなかったが、最近では改築された第2メルカード、今後改築が予定されている第4メルカード、それに最近始めた野外市場等が市場管理局の担当となっている。
- イ. また、電算機部門は従来業務の一環として、市場統計を主に担当していたが、最近ではこのような市場統計、またこれを利用した標準価格の算出業務の外に、財務管理等についても電算機を利用しており、そのため、電算機部門を独立した部門として考えたことである。

- ウ. このほか、職員数が増加し、担当課が増加した要因として、冷蔵庫、選果機等日本からの技術協力により供与された機械、設備を利用した部門の配置があげられる。

冷蔵庫等管理は、日本の場合、スペース借しのため、それほど人員を必要としないが、この国では入出庫業務についても管理局が担当するため、これにともない職員数も増加している。

上記が組織上の変更の大きな要因となっているが、それぞれの担当者に対する技術の移転状況は、カウンター・パートのヒヤリング調査になると、おおむね順調に進んでいるように思われた。

だが、この国の習慣では教育、訓練方法が日本のごとく、マニュアル等を作成して指導する方法ではなく、口頭で実施されることが多いため、トラブルが発生した場合、これに対応する面で若干問題があるように思われた。

そのため、この面での指導強化のためには、業務分担と、担当業務の内容を明確化し、業務処理方法を作成し（マニュアル化し）、問題発生時への対応、処理を徹底させる必要があろう。

2) プロジェクトの内部管理運営体制

ア. 技術指導項目

R/Dによると、当該プロジェクトにおける技術指導分野としては、市場の運営・管理として、(1)運営・管理、(2)標準建値、(3)情報システム、(4)品質管理の4項目が、調査・解析技術として(1)物流調査と(2)消費者動向調査の2項目があげられている。

ところで、わが国の中央卸売市場を例にして、卸売市場の開設者における主要な業務内容についてみると、次表のごとく事務区分にして12項目程度があげられている。これと比較した場合、R/Dの中にはわが国の市場業務と異なった面がかなりみられる。具体的にこれらを列記するならば次のごとくである。

- (ア) R/Dには(1)市場の運営・管理として、全体計画・集荷計画・卸売計画、があげられているが、集荷計画・卸売計画はともかく、全体計画はきわめて抽象的表現であって、その

卸売市場開設者の事務の種類と内容

| 事務区分 | 内 容 |
|---------|---|
| 卸売業務監督 | <ul style="list-style-type: none"> ○卸売業者の業務・財務の立入検査、指導に関する事務 ○取引業務の巡回査察に関する事務 ○卸売業者の統合大型化等に関する事務 ○卸売業者の業務報告書、純資産額調書の届出に関する事務 |
| 業務許可・指導 | <ul style="list-style-type: none"> ○卸売業者の許可申請に関する事務 ○関係業者に対する行政処分及び売買差止めに関する事務 ○卸売業者の休業に関する事務 ○卸売業者の場外保管場所の指定に関する事務 ○卸売業者の兼業業務の届出に関する事務 ○卸売業者の名称、役員等の変更の届出に関する事務 ○受託契約約款の承認に関する事務 ○各種奨励金、前渡金の承認に関する事務 ○先取り、転送等の承認に関する指導事務 ○販売物品の事故処理に関する指導事務 ○販売代金回収に関する事務 ○せり人の登録及び指導に関する事務 ○仲卸業者、売買参加者の承認及び財務状況の届出に関する事務 ○関連事業者の許可、指導に関する事務 |
| 現場指導監督 | <ul style="list-style-type: none"> ○卸売業者の上場数量の掲示に関する指導事務 ○不正取引の巡回監督事務 ○受託物品の事故立会検査に関する事務 ○せり売り、入札売りの公正な実施の監督事務 |
| 取引改善 | <ul style="list-style-type: none"> ○販売原票の検印の押なつに関する事務 ○売買取引の能率化に関する事務 ○仲卸業者の大型化の指導に関する事務 |
| 市場運営 | <ul style="list-style-type: none"> ○上場数量の集計に関する事務 ○販売開始時刻の告知に関する事務 ○日報の作成に関する事務 ○通過貨物の調査・確認に関する事務 ○関係業者及び関係団体との連絡調整に関する事務 |
| 統計調査 | <ul style="list-style-type: none"> ○生鮮食料品の流通状況調査に関する事務 ○月報、年報等の作成に関する事務 ○広報に関する事務 |
| 市場運営企画 | <ul style="list-style-type: none"> ○市場運営の企画に関する事務 ○市場施設の整備拡充対策に関する事務 |
| 価格安定対策 | <ul style="list-style-type: none"> ○標準小売価格の設定に関する事務 ○消費者対策、物価安定対策に関する事務 |
| 市場施設整備 | <ul style="list-style-type: none"> ○市場施設の建設、整備の財務に関する事務 ○市場施設の整備拡充の実施に関する事務 |
| 維持管理 | <ul style="list-style-type: none"> ○土地、建物その他の設備の管理、使用許可に関する事務 ○設備の管理、使用許可及び指導監督に関する事務 ○市場内の管理、取扱い及び禁止に関する事務 ○市場内関係従事者の福利厚生施設に関する事務 |
| 経 理 | <ul style="list-style-type: none"> ○市場の予算、決算及び会計に関する事務 ○使用料、手数料その他歳入の調定及び徴収並びに保証金に関する事務 |
| 庶 務 | <ul style="list-style-type: none"> ○一般的庶務に関する事務 |
| そ の 他 | <ul style="list-style-type: none"> ○上記以外の事務 |

具体的内容が明記されていない点である。

(イ) そのこともあって市場管理業務として、重要な取引改善や卸売業務指導、さらには施設管理業務が具体的に明記されていない点である。

(ロ) R/Dにはわが国の市場業務にはみられない標準建値による価格決定方式の採用があげられている点である。これは、価格形成を統計的に決定しようとしたものである。

(ハ) このほか、R/Dには卸売計画・集荷計画・流通情報・物流調査・消費者調査等にみられるごとく、統計調査、統計分析にかなりのウエイトがおかれている点である。

このようにR/Dとわが国の市場業務とはかなりの差がみられる。だが、このような違いは、当然のことながら、R/Dは当該国の事情に応じて作成されているものであって一致する必要はない。だが、このようにわが国と異なるR/Dに基づいて技術指導を実施する場合、当該国の事情に応じて慎重に進めることが必要となつてこよう。特に、市場建設のような場合には、当事国での流通事情や商習慣について細部にわたって熟知しておくことが必要となつてこよう。このようなプロジェクトの場合、社会学等の分野での専門家も必要となつてこよう。

4. 派遣専門家

R/Dに基づいて1982年6月より日本人専門家が派遣された。当初派遣された専門家は市場調査、流通情報、技術協力の3名であった。1984年9月には市場管理の専門家も派遣された。市場管理の専門家派遣の遅れは、このプロジェクトの推進にあたり、大きな問題となったが、それ以前の問題として、このプロジェクトの人選において、専門家の分野と員数がこれで十分であったか、良かったかどうかの問題がある。

R/Dでは市場運営の4項目と統計解析の2項目が技術協力分野としてあげられているが、専門家は市場運営・市場調査・流通情報・技術協力の4名である。ここで、問題となるのは第1に技術協力分野と専門家の担当区分である。市場運営と市場調査については一応の区別はつくとしても、標準建値、情報システム、品質管理について、どのように分担するのか、明確となっていない。流通情報の専門家が標準建値、情報システムを担当した場合、品質管理についてはどの分野の専門家が担当するのか明らかにされていない。

第2の問題としては、市場運営を担当した専門家の業務範囲がきわめて大きい点である。すべてがこの部分に集中している。またR/Dでは全体計画、集荷計画、卸売計画となっているが、集荷計画、卸売計画については市場統計が整備されてはじめて指導可能となる分野となっている点である。この点からみた場合、それぞれの指導分野はきわめて密接に関連しており、それぞれの関連性と手順を定めただうえで、本格的な技術指導が可能であったともいえよう。

自然科学の分野とは異なり、市場整備のごとく社会科学の分野の技術指導にあたっては、その対象が卸売業者、小売業者、さらには農家のごとく経営者であつて、これらの人々に

理解させるため技術指導は何回となし、反復が必要である。そのため、技術指導にあたっては、このような反復工程を含めた指導マニュアルを作成して進める必要がある。

この点からみても、派遣専門家数はさらに余裕をもって構成されるべき性質のものであったと思われる。このような状況下において、市場運営分野の専門家派遣の遅れはきわめて重要な問題であったといえよう。

ウ. 日本人専門家とアスンシオン市市場管理局との連絡体制

卸売市場は1981年9月に開場し、1981年12月にR/D基本計画が結ばれ、1982年6月に日本人専門家が派遣された。すなわち、日本人専門家の派遣は開場後に配置された結果となっている。

専門家が始めに手がけたのは市場統計整備であり、これは市場統計の専門家がはじめに派遣されたこともあるが、市場運営については市場管理局が、独自に進めた形になっている。そのこともあって、日本人専門家と市場管理局の連絡の主要分野は統計整備が主体となっていたといえよう。

先にもみたごとく、市場運営にあたっては反復作用が必要であり、常時、実施サイドと指導サイドで協議して進めるべき性格のものであるが、当初では、これがあまり実施されていなかったように思われる。

プロジェクトの実施にあたっては常に、指導サイド内部でまた、指導サイドと実施サイドの内で、連絡体制を整備し、マニュアルを作成し、また修正していくことが必要であろう。

3) 日本国内の実施及び支援体制

ア. 専門家の派遣

プロジェクトが円滑に実施されるためには国内での支援が重要であるが、特に市場建設のごとくハード、ソフトの両面にわたるプロジェクトの場合、長期専門家のみならず、短期専門家の派遣や計画打合せ調査団や巡回指導調査団の役割はきわめて大きいものである。

長期専門家は、当該プロジェクトが統計調査や統計解析に重点をおいたこともあって、統計分野の専門家から構成されている。だが、これをカバーするものとして、短期の専門家として、冷蔵庫部門や規格、選別分野、さらには電算機ソフトウェアの専門家等が派遣された。

長期・短期の専門家派遣で、問題があるとすれば、市場業務の実務者が人選されなかった点であろう。

この面において、今後、類似のプロジェクトを進めるにあたってはわが国の特定の卸売市場等と提携をして、これと専門家派遣、又は研修面で協力関係をとって推進することが望ましいようにも思われる。

イ. 研修上の問題

専門家の派遣とともに、カウンターパートの日本国内での研修が実施されたが、研修面では今後次の点に留意して進める必要がある。

- (ア) プロジェクト内部においてカウンターパートの業務内容を明確にする必要がある。すなわち、彼の主要業務は何か、それがプロジェクト全体での位置づけ（組織での役割）、また、関連する部門との関係等を具体的に定める必要がある。
- (イ) 上記の業務に基づいて、日本ではどの部門を中心として研修をする必要があるのか、また、どの程度理解させる必要があるか、関連部門では何が必要か等をあらかじめ決定したうえで、少なくとも、カウンターパートに理解させたうえで、研修に入る必要がある。
- (ウ) さらに、研修成果について、研修先又は専門家サイドにおいて、評価する必要がある。個人差があるが、ある程度のレベルまで効果が発揮されれば、再研修又は、プロジェクト内部再教育する必要がある。

ウ. 研修機関

具体的研修にあたっては、研究機関や公共団体、さらには実務機関に依頼するケースが多い。だが、一般にこれらの機関での受入体制は研修費の関係もあるが不十分であり、専門化されていない。特にカウンターパートの教育が不十分の場合、受入機関では研修よりも教育面が主要な業務となってくる。

これらはやむをえない問題であるが、カウンターパートの研修にあたっては、事前にプロジェクト内部において、専門家との協力により十分なる教育を実施して、研修生の教育水準等について判断したレポートを研修先に提出させることが望ましい。

さらに重要なことは依頼先研修機関に対して、費用面で負担をかけないことであろう。ともすれば、研修費が少ないこともあって、受入先では研修よりも見学に終始しがちであり、これは、プロジェクトにとっても、また、研修生にとっても不幸なことといわなければならない。親善はきわめて重要であるが、これのみでは技術協力とはならないことを念頭におく必要がある。

3. 今後取るべき措置 — 協力期間の延長 —

プロジェクトの計画と実情の比較検討から当該プロジェクトの進捗状況について総合的に判断するならば、現時点における進捗度は65%程度と判断される。これを具体的にみるならば、プロジェクトの8割を占める市場運営・管理部門は60%位、2割を占める調査解析部門は80%位と考えられる。

この要因については先にもみたごとく、このようなプロジェクトでは当事国での商習慣や国民感情等も考慮して慎重に進めなければならないこと、また、技術協力の指導項目が同時並行的には技術的に困難であったこと、さらには、市場運営分野での専門家派遣の遅れ等があげられよう。

だが、日程的には遅れているものの、当該プロジェクトが、その計画に基づいて、確実に消化していることを考えた場合、評価調査団は、当事国での熱意等も考えて、プロジェクトの協力期間を延長することが最も望ましい方向であると判断したものである。

そこで、今後2年間において、どのような点にポイントを置いて進めるかについて検討した項目は次表のごとくである。数値的には残り35%の消化であるが、当該プロジェクトが抽象的であったことも、推進上の問題となっていることを考えて、短期間で効率的に進めるには、それぞれの指導項目の中で主要点を取上げ、これを中心として、プロジェクトを推めることが最も望ましい方法と考えたからである。

プロジェクト延長期間中における協力内容と具体的指導事項

| 協力の内容 | 指導のポイント | 具体的指導事項 |
|-----------------------------|---|---|
| 1. 市場規則の改正・整備に関する指導 | 市場開設者(市場管理局)と卸売業者間の関係が問題となっているので、このルールを作成する。 | (1) 現行市場規則の調査・検討(問題点の整理) (2) 「市場運営協議会(仮称)」の設立 (3) 市場管理局と卸売業者、卸売市場利用者(生産者と出荷者、小売業者等)の関係を明確にする。 |
| 2. 市場会計に関する指導 | 市場運営は施設の使用料によってまかなわれているが、この処理システムと、会計健全化の方策について指導 | (1) 会計項目の整理・検討 (2) 予算作成マニュアル (3) 決算 (4) 収入、支出方式の作成 (5) 監査システム |
| 3. 市場施設、及び資材の運用、保守・管理に関する指導 | 供与資材等について、その管理体制を整備する。 | (1) 資材台帳作成 (2) 資材管理責任者の配置 (3) 管理体制の確立 (4) 運用日誌等の作成 |
| 4. 標準建値の利用促進のための指導 | 標準建値が公表されているが、利用が少ないので、その促進策の指導 | (1) 市場利用者を対象として建値の利用状況について調査する。 (2) 利用上の問題点を抽出する。 (3) 利用促進策について、市場管理局と市場利用者で検討する。 |
| 5. 品質・規格の基準設置指導 | 品質・規格については指導の端初期であり、引続いて指導する。 | (1) 基準設置する。 (2) 市場関係者(卸売業者、生産者、小売業者等)で基準等の検討 (3) 産地サイド、市場サイドの関係者に普及させる。 |
| 6. 市場・情報活動に関する指導 | 卸売市場は単に物資の交流の場のみならず情報面でもセンターとなるべく指導する。 | (1) 市況情報(入荷、価格等)を関係者(産地、市場、消費地)に提供するシステムの作成 (2) 産地情報(作付状況等)の収集方法とこれを他産地、市場への提供システムの作成 (3) 消費情報(小売価格、家計消費等)の収集方法とこれを産地・市場への提供システムの作成 |

第6章 評価結果に基づく提言等

1. 計画策定に関するもの

この技術協力に対し当エバリュエーション調査団の現地実態把握に基づき下記の点について提言する。

- (1) 計画策定の表現に具体性の欠ける面があった。例えば「中央食品卸売市場の運営、及び、管理に関する技術」というようなことで市場運営の広範囲に及ぶ内容となるものであるため、現実的内容を具体的表現で行っておくべきと考えられる。

異国間という特殊性からくる理解度の違いを最小限にとどめるためには、技術協力内容の理念等も含めて、具体的事業内容の設定が必要であろう。

- (2) 計画策定段階で関係機関、特に農牧省等における青果物の産地指導機関等卸売市場運営と係りを持つ機関とのより深い事前の検討が必要であったように見受けられる。

例えば市場入荷産物の規格化の問題を見ても、産地における出荷段階の指導と連携を取る必要があり、現実の問題として市場側指導者層と産地側指導者層との間における指導の考え方にもう一步の感を強く感じる場所である。

- (3) 青果物の合理的流通を推進するため、出荷規格の統一化を図ることから、日本側から、選果機の供与が行われたところであるが、パラグアイ国における市場の取り扱い実態を見る時、この選果機の供与は高く評価される場所であるが、選果機を有効かつ合理的に活用するためには、卸売市場よりも、産地サイドに設置することの方が合理的である。日本国における実態をみても一定の出荷規格に基づく、出荷体制は産地における収穫→選果（規格基準に基づく）→出荷という形態で流通されていることからみても、パラグアイ国においても選果に当たっては産地サイドの問題として、産地の生産出荷指導を行う、農牧省（国の機関）と、アスンシオン市当局の市場局との連携が必要不可分となる。国と市当局の関係を見ると、青果物流通に関しては、市当局の指導性が強いものの、合理的流通形態の推進のため産地における選果技術の強化が一層望まれる場所である。

- (4) 本プロジェクトの指導分野は、事業内容に見られるように、広範囲に及んでいる実態を見ると、専門家の4人体制では1人の専門家が複数の専門分野を担当することとなり、4人体制で不十分であったと反省させられる。

更に専門家の指導体制を見ると本格指導に入るのに立ち遅れが見られたことも反省材料となる。

2. 実施及び管理に関するもの

本プロジェクトが実施計画に基づき、4カ年にわたり技術協力を推進してきたところであるが、この間における業務遂行上の問題及び管理面において気付いた若干の問題点を下記に列記する。

(1) 民族性の違いからくる指導上の問題

勤務時間のパラグアイ国における習慣をみると午前中が主たる勤務で昼休み時間が長く、午後にはほとんどのカウンターパートが第二の仕事に従事する等の習慣があり、日本の専門家の感覚から見ると大きな差がある。卸売市場は、特に早朝からの業務という特殊性も加わるところであるが、日本の専門家としても卸売の実態を適時適切に把握して指導にあたる必要があるが、その場合でも日本人専門家が単独で行動することは、言葉の問題から不可能であるため通訳を伴った現地把握が不可欠である。

(2) パラグアイ側における指導内容等に対する理解の難しさ、計画上の理解度も含め、指導上の諸問題について、各カウンターパートの個別指導や、定期的な打合せ等の諸会合における日本側の指導内容に対する理解がスムーズに行わない面が多々発生し、理解力の弱さが指導上の障害となっていることも見られる。

(3) ラテンアメリカにおける卸売市場の実態の相違、卸売市場の使用に当たっては、日本側の指導として、小売業者の同居を認めず、卸売業務の場とすることで指導して来たところであるが、ブラジルをはじめとするラテンアメリカ諸国にあっては、この考え方に馴染めない面を持っているため、日本側の指導の考え方を受け入れない面もみられる。

また、青空市場の開設とその推進を図って小売の活性化を図ること等を考えており、日本側の考えとに差異のみられる現象が現われている。

(4) 日本側からの機材供与に対する保守管理と有効活用については、それぞれ、有効活用が図られている実情ではあるが、保守管理面については不十分であり責任体制の確立が行われていない、当エバリュエーション調査段階でもの管理上のチェックを行ったところであるが、今後の指導上の問題であった。

(5) 本技術協力推進には、ハード面（建物、機材等）、ソフト面（業務運営）及び専門家の配置の3つの要素については、適切な調和を維持し技術協力を推進することが最も効果的と判断されるところであるが、これらの整合性の詰めがもう一步であったように見られる。

3. 終了時残された課題について

1985年12月で本件の協力期間が終了予定であるが、エバリュエーション調査団が把握した実態によると、中央食品卸売市場運営の基礎造りが出来たところであるが、人間形成でいえば幼年期～青年期段階であり、独立して自主的運営を行うには、まだいくつかの問題を残している。

以下にその問題点を提起するが、いずれの課題についても、今後の市場運営に重要な要素であり、これが日本側の協力を継続しないと、成熟することなく、中途半端な形で運営されるものやあるいは消滅する可能性もあり健全な市場運営が出来ない懸念が強く感じられるところである。

(1) 市場規則の改正、整備。現行1981年当時に整備されたものであり、現実のものとか

い離の見られるところが相当発生している。

したがって、日本における市場条例や、産地、消費者等広範囲な検討を踏まえた、改正案の作成指導を行う必要がある。

- (2) 市場会計に関する指導。当市場における会計処理は、市当局の決議事項であるものの、独立採算性の形態となっており、市場での人件費が、市当局の人件費との整合性の関係を判断する程度で外は市場側案とおり決議される実態であるので、今後の市場運営に当たっては、予算、決算及び経常処理等に係るマニュアル等の整備を行い、健全な市場運営の基礎を作ることが必要である。
- (3) 市場施設及び資機材の運用、保守管理に関する指導。施設及び機材に関する管理面の不十分さが見られたところである。適切な管理と運用を行うためには、管理体制の確立と定期的な保守点検を行うための管理台帳、運行日誌等の整備を図るための適切な指導が必要である。
- (4) 標準建値の利用促進のための指導。市場における合理的な価格形成のための一つの指標となっているが、現実的には、生産者・消費者それぞれの立場における利用の考え方が十分理解されない状況と見られるため、利用実態と、その問題点の把握検討を行い、標準建値の精度向上と利用促進に対する指導が必要である。
- (5) 品質、規格基準の設定指導。消費者ニーズを踏まえ、産地側の出荷体制の指導を行うこととなるが、消費者と産地の間に立つ市場サイドの重要な業務の一つであり、現在、日本の協力の一環として「規格基準」の作成が行われているが、一部特定品目であることから、今後市場の取り扱い品目の拡大等も見込まれることから、適確な品質、規格基準の設定の指導を行う必要がある。
- (6) 市場情報活動に関する指導。市場を中心とする各種流通情報の収集、提供の促進を図ることは、国民の食生活に需要と供給のバランスを保ちつつ、食生活の向上に大きく寄与するものである。現在のパラグアイではこの重要な情報システムに対する理解と内容が不十分である。

したがって、産地における生産に関する情報、市場における価格の情報、及び消費者ニーズの情報等健全な流通の発展のために情報のニーズ及びその収集・提供システムの確立のための指導援助が必要である。

附 属 资 料

資料 1

パラグアイ国アスンシオン市中央食品卸売市場

改善計画評価調査

卸売市場関係者に対するアンケート調査

目 次

| | |
|-------------------|----|
| I 調査の概要 | 41 |
| II 調査結果の概要 | 48 |
| 1. 生産者調査結果 | 48 |
| 2. 卸売業者調査結果 | 53 |
| 3. 小売業者調査結果 | 56 |
| 4. 消費者調査結果 | 60 |

1 調査の概要

1. 調査の目的

日本国政府による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計画への技術協力が4年間の協力期間を終了するに当たり、当該プロジェクトの目標に対する達成度を測定評価し、今後の市場運営に係る諸問題を検討するために昭和60年8月9日(金)から8月26日(月)まで、エヴァリュエーション調査団が派遣された。

調査団はプロジェクト評価の一環として、中央食品卸売市場を直接・間接に利用している生産者、卸売業者、小売業者、消費者に対して、日本国政府による卸売市場の技術協力がどのような効果を、それぞれの関係者にもたらしたかについて調査したものである。

2. 調査の内容

調査は市場関係者としての生産者、卸売業者、小売業者、消費者に対して、卸売市場に対する認識度、市場の利用状況、卸売市場の効果等について調査した。具体的な調査項目は次のごとくである。(表1 調査項目)

3. 調査の方法

調査は8月11日から8月18日の約1週間で実施した。調査員にはカウンターパートがあたり別紙 スペイン語文調査票によりヒヤリングを行った。調査票の回収状況は表2のごとくである。

表 1 調査対象別調査項目

| 生産者 | 卸売業者 | 小売業者 | 消費者 |
|---|--|---|--|
| <p>I 卸売市場の認識・利用状況</p> <p>(1) 市場認識</p> <p>(2) 市場利用</p> <p>(3) " 出荷</p> <p>(4) 技術協力の認識度</p> <p>II 卸売市場の効果</p> <p>(5) 市場整備と野菜生産</p> <p>(6) " と野菜価格</p> <p>(7) " と代金回収</p> <p>(8) 標準建値の利用</p> <p>(9) 品質・規格問題</p> <p>(10) 卸売市場の利便性</p> <p>(11) 市場管理局への要望</p> <p>III 経営の概要</p> <p>(12) 所在地・年令</p> <p>(13) 生産品目</p> <p>(14) 作付面積</p> <p>(15) 今後の意向</p> | <p>I 集荷状況</p> <p>(1) 取引生産者数</p> <p>(2) 生産者の動き</p> <p>(3) 市場整備と生産者</p> <p>(4) 取引の利便性</p> <p>(5) 代金支払い</p> <p>II 標準建値、品質・規格</p> <p>(6) 標準建値の認識度</p> <p>(7) " の利用状況</p> <p>(8) " の必要性</p> <p>(9) 品質・規格委員会の認識度</p> <p>(10) 品質・規格の必要性</p> <p>(11) 冷蔵庫の利用性</p> <p>(12) " の利便性</p> <p>III 指導・運営</p> <p>(13) 管理局の指導</p> <p>(14) 取引先の増減状況</p> <p>(15) 経営の動向</p> <p>(16) 市場の利便性</p> <p>IV 技術協力</p> <p>(17) 技術協力の認識度</p> <p>(18) " の必要性</p> <p>V 経営の概要</p> <p>(19) 取引先数(生産者・小売業者)</p> <p>(20) 販売の主な品目</p> <p>(21) 今後の意向</p> | <p>I 卸売市場の利用</p> <p>(1) 市場の認識</p> <p>(2) 市場外仕入</p> <p>(3) 市場の利用方向</p> <p>(4) 技術協力の認識度</p> <p>II 卸売市場の効果</p> <p>(5) 市場整備と販売量</p> <p>(6) " と販売価格</p> <p>(7) " と品質規格</p> <p>(8) 標準建値の認識</p> <p>(9) " の利用</p> <p>(10) 市場の利便性</p> <p>III 市場仕入</p> <p>(11) 仕入方法</p> <p>(12) 仕入先数</p> <p>(13) 代金支払い</p> <p>(14) 仕入価格の決定</p> <p>IV 企業の概要</p> <p>(15) 所在地・年令</p> <p>(16) 他の販売品目</p> <p>(17) 販売数量</p> <p>(18) 今後の意向</p> | <p>I 卸売市場の利用</p> <p>(1) 市場の認識</p> <p>(2) 市場の利用</p> <p>(3) 市場の利用頻度</p> <p>(4) 技術協力の認識度</p> <p>II 卸売市場の効果</p> <p>(5) 市場整備と品質</p> <p>(6) " と購入価格</p> <p>(7) " と購入品日数</p> <p>III 購入行動</p> <p>(8) 購入先</p> <p>(9) 購入頻度</p> <p>(10) 購入数量</p> <p>(11) 市場・メルカード 野市場の利用 実態と利便性</p> |

表 2 調査票の回収状況

| 調査対象 | 対象数 | 回収数 |
|-------------------|-----|-----|
| A 生産者 コロネル・オビエド地区 | 30 | 27 |
| ” カラガタイ地区 | 30 | 22 |
| B 卸売業者(中央食品市場内) | 30 | 20 |
| C 小売業者(第4メルカード内) | 30 | 27 |
| D 消費者(”) | 30 | 27 |

生産者アンケート調査票

I-ENCUESTA DE EVALUACION (PRODUCTORES DE HORTALIZAS).

A. Estado de aprovechamiento y conocimiento del mercado mayorista (Abasto).

1. ¿Conoce usted el mercado de Abasto? si/no
2. ¿Fué usted algunas vez al mercado de Abasto? si/no
3. ¿Está ofertando las hortalizas producidos por mercado de Abasto? si/no
4. ¿A parte del mercado de Abasto, están expidiendo las hortalizas producidos en otros lugares? si/no
5. ¿Quiere usted seguir utilizando el mercado de Abasto? si/no
6. ¿Conoces usted que el gobierno japonés (JICA) están realizando la cooperación técnica al mercado de Abasto? si/no

B. Efectos del mercado de Abasto

7. Después de haberse construido el mercado de Abasto, aumentó su producción de hortalizas. si/no
8. Ofertando en el mercado de Abasto, las hortalizas, se puede vender a buen precio. si/no
9. Ofertando en el mercado de Abasto, las cobranzas es más rápida. si/no
10. ¿Conoce usted sobre el precio standard del mercado de Abasto? si/no
11. ¿Utiliza usted el precio standard del mercado para planeamiento de producción y expedición de hortalizas? si/no
12. Recibe usted algunos consejos de los mayoristas sobre la producción, calidad y normas? si/no
13. Recibe usted algunos consejos de administración del mercado de Abasto sobre producción, calidad y normas? si/no
14. Cual es el punto positivo del mercado de Abasto para la producción de hortalizas?
15. Cual es el punto negativo del Mercado de Abasto?

C

16. tienes usted algún consejo que dar a la administración de mercado de Abasto?

C. Resumen de Administración

17. Su nombre, edad y dirección.
18. Qué hortalizas está produciendo?
19. Cual es la superficie cultivada de hortaliza?
20. Piensa usted continuar produciendo las hortalizas, ó aumentar el volumen de producción? si/no.

卸売業者アンケート調査票

ENCUESTA DE EVALUACION (MAYORISTA)

A. RELACION CON LOS PRODUCTORES

1. ¿Se incrementó las operación comerciales en el mercado de Abasto? si/no
2. ¿Los productores que negocian con usted , también negocia con otras personas? si/no
3. Están satisfecho los productores que negocia con usted desde que usted entro en mercado de Abasto? si/no
4. Es más aprovechable los negocios con los productores, después de entrar en mercado de Abasto? si/no
5. El pago a los productores es rápida o lenta?

B. NORMA , CALIDAD Y PRECIO STANDARD

6. ¿Conoces usted el precio standard? si/no
7. ¿Utiliza usted el precio standard para la compra y venta de productos? si/no
8. ¿Piensa usted que es necesario elaborar el precio standard? si/no
9. ¿Conoces usted el "Comité de normas y calidad"? si/no
10. ¿Cómo piensa sobre el establecimiento de normas y calidad de frutas y verduras?
11. ¿Utiliza usted en su trabajo la cámara frigorífico? si/no
12. ¿Cree usted que es positivo la instalación de la cámara frigorífico? si/no

C. OPERACION CONSEJO

13. La administración del mercado, le ofrece consejo sobre el manejo de su trabajo? si/no
14. Aumentó el número de minorista después de trabajar en el mercado de Abasto? si/no
15. Se mejoró su administración después de integrar en mercado de Abasto? si/no
16. Después de integrar al mercado de Abasto , tuvieron algunas inconveniencias?

D. RESUMEN DE ADMINISTRACION

17. ¿Cuántos son los productores que negocian con usted y cuántos son las minoristas?
18. ¿Cuales son los productos principales que usted vende?
19. ¿Desea usted seguir trabajando en este mercado de Abasto?. si/no

E. COOPERACION TECNICA

20. ¿Conoce usted que el gobierno de Japón (JICA) estan realizando la cooperación técnica al mercado de Abasto?. si/no
21. Piensa usted que es necesario tener la colavoración del gobierno de Japón?. si/no.

小売業者アンケート調査票

III. ENCUESTA DE EVALUACION (MINORISTA)

A. UTILIZACION DE MERCADO DE ABASTO

1. ¿Conoce usted el mercado de Abasto? sí no
2. ¿Utiliza usted el mercado de Abasto? sí no
3. ¿Realiza usted compras al por mayor en otros mercados? sí no
4. ¿Quiere usted seguir comprando del mercado de Abasto? Si
5. ¿Conoce usted que el gobierno de Japón (JICA) está realizando la cooperación técnica al mercado de Abasto? sí no

B. EFECTO DEL MERCADO

6. Hay crecimiento del volumen de la venta después de ser construido el mercado?
 sí no
7. ¿Se ha mejorado el precio de la venta de la hortaliza después de ser construido el mercado?
 sí no
8. ¿Se mejoró la calidad, y normas de productos después de ser construido el mercado?
 sí no
9. ¿Conoce usted el precio standard del mercado de Abasto? sí no
10. ¿Utiliza usted el precio standard para la compra por mayor y venta de las hortalizas?
 sí no
11. ¿Cuál es el punto positivo de mercado de Abasto?
12. ¿Cuál es el punto negativo de mercado de Abasto?

C. SISTEMA DE COMPRA DEL MERCADO

13. De qué forma usted compra en el mercado de Abasto?

Por docenas. 9-12"

14. De cuántas personas (mayoristas) están comprando los productos deseados?

De varias. 数人

15. ¿Cómo determinan el precio de la compra al por mayor?

D. RESUMEN DEL TRABAJOS

16. Su nombre, edad dirección

San Lorenzo.

29 岁 男性 小売店 29 年 市
María Antonia Ocampos, 29. 市

17. ¿Tiene otros productos en ventas a parte de la hortalizas?

No

18. ¿Cuál es la cantidad de la venta de la hortalizas diarias?

2000 ~ 2500 個. 2000 ~ 2500 777 =

19. ¿Piensa de seguir trabajando en la venta de hortalizas?

Si

消費者アンケート調査票

IV. ENCUESTA DE EVALUACION (CONSUMIDORES)

A. APROVECHAMIENTO DE MERCADO DE ABASTO

1. ¿Conoce usted el mercado de Abasto? si/no
2. ¿Fué usted algunas vez al mercado de Abasto? si/no
3. ¿Hizo usted algunas vez compra en el mercado de Abasto? si/no
4. ¿Utiliza usted a menudo el mercado de Abasto? si/no
5. ¿Conoce ud. que el gobierno de Japón(JICA) está realizando la cooperación técnica al mercado de Abasto? si/no

B. EFECTOS DEL MERCADO

6. Después de ser construido el mercado Mayorista, mejoró la calidad de las hortalizas? si/no
7. Después de ser construido el mercado de Mayorista, está equilibrado el precio de las hortalizas? Si
8. Después de ser construido el mercado de Mayorista, aumentó las especies de hortalizas? Si

C. COMPRA DE LAS HORTALIZAS

9. De donde usted compra las hortalizas? *mercado 4. 第四市場*
10. ¿Qué cantidad de hortalizas suele comprar?(volumén o precio) *3.200 unidades \$10*
11. ¿Cuántas veces a la semana, usted compra las hortalizas? *2.*
12. ¿Para comprar las hortalizas cuál de los siguientes mercados es más conveniente?
Mercado mayorista
Mercado N° 4 ✓
Feria libre
13. ¿En donde se compra más barato? *mercado 4. 第四市場*

II 調査結果の概要

1. 生産者調査結果

(1) 卸売市場の認識度・利用実態

① 卸売市場の認識について

はじめに、卸売市場を知っているかどうかという質問に対しては、コロネル・オビエド地区、カラガタイ地区とも、全ての生産者が“知っている”と回答している。また、卸売市場に出向いた経験についても全ての生産者が出向いた経験をもっている。卸売市場の開設については、多く生産者に対して多大の影響を当えたようである。

② 卸売市場の利用実態について

卸売市場に対する出荷実績についてみると、両地区の生産者とも出荷した経験をもっている。卸売市場サイドからみて、生産者の常握率はきわめて高いといえる。

卸売市場以外の出荷についてみると、コロネル・オビエド地区では11名(41%)が、カラガタイ地区では2名(9%)の生産者が出荷の経験をもっている。これは一つには小売市場等に対して直接出荷した場合と、もう一つには産地の仲買人等に販売したケースとが考えられる。

卸売市場の今後の利用性についてみると、全ての生産者が“今後も利用する”と回答している。卸売市場がこの国に開設されてから日はまだ浅いが、農産物の出荷面において確実に定着しているようである。

③ 日本政府の技術協力について

卸売市場に対する日本政府の技術協力を知っているかどうかについての質問については、コロネル・オビエド地区では16名(59%)が“知っている”とし、10名(41%)が“知らない”と回答している。カラガタイ地区では“知っている”が15名(68%)、“知らない”が7名(32%)となっている。

卸売市場の利用度が高いにもかかわらず日本政府の協力について知らない生産者もかなりみられる。卸売市場サイドにおいて広報活動の充実が望まれる。

(2) 卸売市場の効果

① 市場整備と野菜生産

卸売市場の整備により、野菜生産がどのように変わったかについてみると、増加したと回答した生産者が、コロネル・オビエド地区では23名(85%)、カラガタイ地区では19名(86%)となっている。これに対して、増加しないと回答した生産者はコロネル・オビエド地区4名(15%)、カラガタイ地区3名(14%)となっている。

市場出荷による野菜価格についてみると、高く売れると回答した生産者がコロネル・オビエド地区22名(81%)、カラガタイ地区9名(41%)となっている。地区別にみた

場合、市場効果はコロネル・オビエド地区の方がより強いようである。

② 市場整備と代金回収

市場出荷物に対する代金回収状況についてみると、回収期間が短くなった回答した生産者が、コロネル・オビエド地区で26名(96%)、カラガタイ地区17名(77%)となっている。市場整備により販売代金の回収は短くなっている。

③ 標準建値の利用

市場管理局が発表している標準建値の認識度についてみると、“知っている”と回答した生産者はコロネル・オビエド地区7名(26%)、カラガタイ地区5名(23%)となっている。反対に“知らない”生産者は、コロネル・オビエド地区20名(74%)となっている。標準建値が発表されてから日が浅いこともあって、これを知っている生産者はきわめて少ない。

標準建値を知っている生産者が少ないこともあって、これを利用している生産者はさらに少なくなっている。野菜の生産や出荷に利用している生産者は両地区でわずか7名にすぎず、全体の14%にすぎない。

④ 品質・規格の問題

市場内の卸売業者からの生産者に対する品質・規格の指導状況についてみると、指導があると回答した生産者はコロネル・オビエド地区で12名(44%)、カラガタイ地区で5名(23%)である。指導がないと回答した生産者がコロネル・オビエド地区で13名(48%)、カラガタイ地区で16名(73%)となっており、卸売業者の産地指導は十分に行なわれていないようである。

視点を変えて、市場管理局からの品質・規格への指導状況についてみると、指導があるとした農家はコロネル・オビエド地区で8名(30%)、カラガタイ地区で9名(41%)となっている。コロネル・オビエド地区では卸売業者からの指導が多く、カラガタイ地区では市場管理局からの指導が多くなっている。野菜の品質・規格に対する指導はまだ開始されて日が浅く、今後の課題であろう。

⑤ 卸売市場の利便性

卸売市場の良い点としては、第1に販売が確実になったこと、第2に代金回収が良くなったこと等が生産者サイドから強い印象となっている。そのこともあって、価格面で良いこと、信用力があること等もあげられている。

このほか、市場施設が良い点もかなりあげられている。

反対に不便な点としては、価格がコントロールされている。台秤のコントロールや業者による価格差等があげられ、これは市場の信用力に対する不満といえよう。このほか、密輸品への不満や入場料の高いこと、さらには休息室の不備等施設への不満もあげられている。なお、不便な点は何もないと回答した生産者は両地区で15名になっている。

(3) 市場管理局, 卸売業者の要望

市場管理局への要望としては, DAMAの支所を産地に設立すること。情報提供, さらには情報収集のための産地会議の開催等情報不足に対する要望が強い。このほか密輸品の取り締りや入門料の廃止等への要望もかなりみられる。

表 3-1 野菜生産者に対する調査結果(コロネル・オビエド地区)

| 質 問 項 目 | は い | いいえ | その他 |
|--|-----|-------|-----|
| <卸売市場認識・利用状況> | | | |
| 1. あなたは卸売市場を知っていますか。 | 27 | | |
| 2. あなたは卸売市場に行ったことがありますか。 | 27 | | |
| 3. あなたの生産した野菜は卸売市場に出荷していますか。 | 27 | | |
| 4. あなたの生産した野菜は卸売市場以外に出荷していますか。 | 11 | 16 | |
| 5. あなたは今後も卸売市場を利用したいと思いますか。 | 27 | | |
| 6. あなたは卸売市場に対し, 日本政府(JICA)が技術協力を行っていることを知っていますか。 | 16 | 10 | 1 |
| <卸売市場の効果> | | | |
| 7. 卸売市場が完成してからあなたの野菜生産は増えましたか。 | 23 | 4 | |
| 8. 卸売市場に出荷することにより, 野菜は高く売れますか。 | 22 | 2 | 3 |
| 9. 卸売市場に出荷することにより代金回収は速くなりましたか。 | 26 | 1 | |
| 10. 卸売市場の標準建値を知っていますか。 | 7 | 20 | |
| 11. 卸売市場の標準建値を野菜生産や出荷に利用しますか。 | 4 | 23 | |
| 12. 卸売市場の卸売業者から生産や品質・規格について指導がありますか。 | 12 | 13 | 2 |
| 13. 市場管理局から野菜の生産・品質・規格について指導はありますか。 | 8 | 19 | |
| 14. 卸売市場が野菜生産者にとって便利な点は何ですか。 | | (別表1) | |
| 15. 卸売市場の不便な点は何ですか。 | | (別表2) | |
| 16. 卸売業者への要望はありますか。また, 市場管理局への要望はありますか。 | | (別表3) | |
| <経営の概要> | | | |
| 17. あなたの名前, 年齢, 住所を教えてください。 | | | |
| 18. 生産品目について教えてください。 | | | |
| 19. 野菜生産の面積について教えてください。 | | | |
| 20. 今後も野菜生産を続けますか。また, 生産量は増やしますか。 | 27 | | |

表 3-2 野菜生産者に対する調査結果（カラガタイ地区）

| 質 問 項 目 | は い | いいえ | その他 |
|---|-----|-------|-----|
| ＜卸売市場認識・利用状況＞ | | | |
| 1. あなたは卸売市場を知っていますか。 | 22 | | |
| 2. あなたは卸売市場に行ったことがありますか。 | 22 | | |
| 3. あなたの生産した野菜は卸売市場に出荷していますか。 | 22 | | |
| 4. あなたの生産した野菜は卸売市場以外に出荷していますか。 | 2 | 16 | 4 |
| 5. あなたは今後も卸売市場を利用したいと思いますか。 | 22 | | |
| 6. あなたは卸売市場に対し、日本政府（JICA）が技術協力を 行っていることを知っていますか。 | 15 | 7 | |
| ＜卸売市場の効果＞ | | | |
| 7. 卸売市場が完成してからあなたの野菜生産は増えましたか。 | 19 | 3 | |
| 8. 卸売市場に出荷することにより、野菜は高く売れますか。 | 9 | 9 | 4 |
| 9. 卸売市場に出荷することにより、代金回収は速くなりました か。 | 17 | 3 | 2 |
| 10. 卸売市場の標準建値を知っていますか。 | 5 | 16 | 1 |
| 11. 卸売市場の標準建値を野菜の生産や出荷に利用しますか。 | 3 | 18 | 1 |
| 12. 卸売市場の卸売業者から生産や品質・規格について指導があ りますか。 | 5 | 16 | 1 |
| 13. 市場管理局から野菜の生産・品質・規格について指導はあり ますか。 | 9 | 12 | 1 |
| 14. 卸売市場が野菜生産者にとって便利な点は何ですか。 | | (別表1) | |
| 15. 卸売市場の不便な点は何ですか。 | | (別表2) | |
| 16. 卸売業者への要望はありますか。また、市場管理局への要望 はありますか。 | | (別表3) | |
| ＜経営の概要＞ | | | |
| 17. あなたの名前、年齢、住所を教えてください。 | | | |
| 18. 生産品目について教えてください。 | | | |
| 19. 野菜生産の面積について教えてください。 | | | |
| 10. 今後も野菜生産を続けますか。また、生産量は増やしますか。 | 20 | 1 | 1 |

別表1 卸売市場が野菜生産にとって便利な点

| コロネル・オビエド地区 | 意見数 | カラガタイ地区 | 意見数 |
|--------------------|-----|-----------------|-----|
| (ア) 販売が確実で生産者を支援する | 6 | (ア) 生産物が全部売れる | 6 |
| (イ) 販売価格が良くなった | 1 | (イ) 販売が早くなった | 1 |
| (ウ) 卸売市場方式が良い | 3 | (ウ) 信用がある | 1 |
| (エ) 販売が速く代金回収も良い | 5 | (エ) 混雑がなく、販売に便利 | 2 |
| (オ) 現金支払方式である | 1 | (オ) 生産物が多くなった | 1 |
| (カ) 設備が良くなった | 1 | (カ) 価格が良い | 1 |
| (キ) 冷蔵庫があること | 1 | (キ) 出荷が便利だ | 1 |
| (ク) 環境が良い | 1 | | |
| (ケ) 箱・袋が利用できる | 1 | | |

別表2 卸売市場の不便な点

| コロネル・オビエド地区 | 意見数 | カラガタイ地区 | 意見数 |
|------------------------|-----|---------------------|-----|
| (ア) 価格がコントロールされている | 8 | (ア) 入場料がとられる | 2 |
| (イ) 台秤がコントロールされている | 2 | (イ) 価格情報がない | 1 |
| (ウ) 輸入品が入ってくる | 1 | (ウ) あまりに罰金を払いすぎる | 1 |
| (エ) 価格の報告がない | 2 | (エ) トイレが不衛生である | 1 |
| (オ) 卸売業者をコントロールする必要がある | 2 | (オ) 密輸が入っている | 1 |
| (カ) 卸売業者によって価格差がある | 1 | (カ) スイカ等生産者販売は不便である | 2 |
| (キ) 休息室がない | 1 | (キ) 価格差がある | 1 |
| (ク) 運賃が高い | 1 | | |
| (ケ) 冷蔵庫料金が高い | 1 | | |

別表3 市場管理局・卸売業者への要望

| コロネル・オビエド地区 | 意見数 | カラガタイ地区 | 意見数 |
|--------------------|-----|---------------------|-----|
| (ア) DAMAの支所を設立すること | 3 | (ア) 価格を固定化する | 6 |
| (イ) 情報収集のための会議の開催 | 4 | (イ) 生産者販売所の設立 | 1 |
| (ウ) 冷蔵庫利用方法を考えてほしい | 2 | (ウ) 生産者入門料の廃止 | 5 |
| (エ) 外国品の取締り(密輸品) | 4 | (エ) ラジオ等による情報の提供 | 1 |
| (オ) 価格を良くする | 1 | (オ) 価格情報の提供 | 1 |
| (カ) 価格を固定化する | 3 | (カ) 地区内に倉庫の建設 | 1 |
| (キ) 情報提供力の拡大 | 2 | (キ) 生産者に対するもっとサービスを | 1 |
| (ク) 生産工場を整備する | 1 | | |

2. 卸売業者調査結果

(1) 集荷状況

① 取引生産者数

卸売市場に入場したことにより、取引生産者数の変動状況についてみると、「増加した」と回答した業者が12名(60.0%)、「減少した」3名(15.0%)となっている。入場により、取引先数が増加したケースが多くなっている。

② 生産者との関係

取引先の生産者が他の卸売業者にも出荷しているかについてみると、「出荷している」が13名(65.0%)、「出荷していない」7名(35.0%)となっている。卸売業者と生産者との関係はかなり流動的なようである。生産者サイドからみた場合、卸売業者が一ヶ所に集中したために、卸売業者の選択が便利になったともいえよう。そのこともあって、生産者は卸売業者が市場に入場したことに対して、全てが「喜んでいる」と回答している。

また、卸売業者サイドからみた場合、入場により生産者との取引は便利になったとしている。さらに、生産者への代金支払についてみると「速くなった」が19名(95.0%)となっている。卸売市場への入場により、卸売業者の生産者に対する態度はかなり変わったようである。

(2) 標準建値品質・規格

① 標準建値の利用状況

はじめに標準建値の認識状況についてみると「知っている」18名(90.0%)、「知らない」2名(10.0%)となっている。市場内に掲示されたこともあって認識度はかなり高い。だが知らない業者が2名もあり課題も多い。

最も重要な標準建値の利用についてみると、「利用している」は3名(15.0%)できわめて少なく、「利用していない」が15名(75.0%)にもなっている。何らかの利用促進策について考える必要がある。

なお、今後の必要性についてみると、「必要」が18名(90.0%)にも及び標準建値そのものに対する関心は高いようである。標準建値そのものに対するレベルアップ又は利用促進について、さらに検討する必要がある。

② 品質・規格問題

品質・規格委員会の存在についてみると、全てが「知らない」と回答しており、この委員会がまだ設立当初のこともあって卸売業者には知られていないようである。なお、野菜の品質・規格を定めることに対する意見としては、これを推進するべきであるとする者が、3名(25.0%)となっているが、中には当面必要でないとする意見も多い。今後、卸売業者に対するこの面での意義必要性について説明する必要がある。

③ 冷蔵庫利用

冷蔵庫に対する利用状況についてみると、利用率は比較的高くなっており、「利用している」者が13名(65.0%)で、「利用していない」者7名(35.0%)となっている。冷蔵庫が整備されて、日が浅いにもかかわらず利用率は比較的高いといえよう。利用している者は全て冷蔵庫ができて便利になったとしている。

(3) 経営の動向

① 市場管理局の指導

市場管理局が卸売業者に対して、企業経営等について指導しているかどうかについてみると、「指導がある」と回答した業者が多く18名で90%にも及んでいる。指導形態はともかく、市場管理局と卸売業者との接触は比較的良好である。

② 販売先の動き

先に、取引先として集荷先の生産者数は入場により、増えたと回答した業者数が多かったが、視点を変えて販売先である小売業者数についてみると、これも「増加した」15名(75.0%)、「減少した」2名(10.0%)で、増加したケースが多いようである。

③ 経営の動向

卸売市場に入場したことにより、取引先は増加し卸売業者の経営は「良くなった」85%、「悪くなった」5%、「その他」10%となっている。

また、不便になった要因としては売上げ減少、割当て場所等の問題があげられている。

今回の調査では200名を越える卸売業者の中で、その10%にあたる20名程度が対等であった。その中でも、比較的経営の安定した者を対象としたため、市場入場によりその効果は大きかったようである。

市場運営からみた場合、今後はさらにサンプル数を拡大して、入場している卸売業者の経営動向について検討する必要がある。

(4) 技術協力について

① 日本政府の技術協力について

このプロジェクトが日本政府の技術協力であることについてはほとんどの卸売業者が知っており、この認識度はきわめて高いといえる。

② 今後の必要性

このプロジェクトに対する日本政府からの技術協力の必要性については、同じく「必要だ」とする意見がきわめて高くなっている。

表 4 卸売業者に対する調査結果

| 質 問 項 目 | は い | いいえ | その他 |
|--|-----|-------|-----|
| <生産者との関係> | | | |
| 1. 卸売市場に入ってから取引する生産者は増加しましたか。 | 12 | 3 | 5 |
| 2. 取引している生産者はあなた以外の卸売業者にも出荷していますか。 | 13 | 7 | |
| 3. あなたが卸売市場に入ったことにより、取引している生産者は喜んでいきますか。 | 20 | 0 | |
| 4. 卸売市場に入ったことにより、生産者との取引は便利になりましたか。 | 20 | 0 | |
| 5. 生産者への代金支払は速くなりましたか。 | 19 | 0 | 1 |
| <標準建値・品質・規格> | | | |
| 6. 標準建値を知っていますか。 | 18 | 2 | |
| 7. 標準建値を集荷や販売に利用していますか。 | 3 | 15 | 2 |
| 8. 標準建値は今後も必要ですか。 | 18 | 0 | 2 |
| 9. 品質・規格委員会を知っていますか。 | 0 | 20 | |
| 10. 品質・規格を定めていくことについてどのように考えますか。 | | (別表4) | |
| 11. あなたは冷蔵庫を利用していますか。 | 13 | 7 | |
| 12. 冷蔵庫ができて便利になりましたか。 | 13 | 0 | 7 |
| <指導・運営> | | | |
| 13. 市場管理局はあなたの企業の経営について指導しますか。 | 18 | 2 | |
| 14. 卸売市場に入ってから小売業者の数は増えましたか。 | 15 | 2 | 3 |
| 15. 市場に入ってからあなたの経営は良くなりましたか。 | 17 | 1 | 2 |
| 16. 市場に入って、不便になったことはありますか。 | | (別表5) | |
| <技術協力> | | | |
| 17. あなたは卸売市場に対して、日本政府(JICA)が技術協力を行なっていることを知っていますか。 | 19 | | 1 |
| 18. 卸売市場に対して、今後も日本政府の協力が必要だと思いますか。 | 19 | | 1 |
| <経営の概要> | | | |
| 19. あなたが取引している生産者は何名ですか。小売業者は何名ですか。 | | | |
| 20. 販売している主な品目は何ですか。 | | | |
| 21. 今後も卸売市場での営業を希望しますか。 | 20 | 0 | |

別表4 野菜の品質・規格を決めることについて

| 項 目 | 意見数 |
|-----------------------|-----|
| (ア) 良いことであり、進めるべきである。 | 1 |
| (イ) 野菜の選別も良いことである。 | 1 |
| (ウ) 規格は守らせれば良いことだと思う。 | 1 |
| (エ) 将来は必要だが、現在は必要ない。 | 2 |

別表5 卸売市場に入場して不便な点

| 項 目 | 意見数 |
|---------------------------|-----|
| (ア) 当初は売上げが少なかった。 | 1 |
| (イ) 位置設定が良くない。 | 1 |
| (ウ) 小売業者が他の卸売業者と比較して仕入れる。 | 1 |
| (エ) 別がない。 | 13 |

3. 小売業者調査結果

(1) 卸売市場の利用状況

① 卸売市場の認識

はじめに、卸売市場を知っているかどうかについてみると、「知っている」が100%となっている。また、この卸売市場が日本政府の技術協力によって実施されていることを知っているかについては「知っている」59%、「知らない」41%となっている。市場は知っていても、これが日本政府からの技術協力に対する認識度は低いようである。

② 卸売市場の利用実態

卸売市場の利用については全ての小売業者が、これを利用していると回答している。また、卸売市場以外からの仕入はまったく0であり、市場利用率はきわめて高い。

今後の市場利用についても85%の小売業者が利用すると回答している。今後もきわめて、重要な位置を占めていくことが推察される。だが、意見を保留した業者が15%もあり、この点では利用面で一層の効率化を計る必要があるだろう。

(2) 卸売市場の効果

① 販売量・販売価格

市場の完成にともなう販売量の変化についてみると「増加した」59%、「減少した」41%となっている。販売量の増減は市場効果とは直接関係しないためとも思われる。

販売価格についても同様であり、「高く売れる」とした者は55%で、「変わらない」「その他」は45%となっている。

② 野菜の品質・規格

野菜の品質・規格についてみると、「良くなった」が74%、変わらず26%となっている。同一場所に卸売業者が集中したこともあって、品質に対する競争が発生し、品質向上に結合したようである。

③ 標準建値の利用

標準建値に対する認識は「知っている」が96%で、きわめて良くなっている。だが、この利用については「利用している」44%、「未利用」56%であり、利用率はあまり高くないようである。これの普及が今後の課題となろう。

④ 卸売市場の利便性

卸売市場の利便性としては価格の安定性があげられ、22%の小売業者が指摘している。このほか、取引機構が良いとか、仕入が便利等があげられている。

これに対して、不便なこととしては、市場が距離的に遠くなったこと、中には品質の悪い商品が混入していること、重量が大きいこと等があげられている。

(3) 卸売市場からの仕入方法

① 仕入方法

この調査では仕入手段として、バス・タクシー等の利用について調査を考えたのであったが、語訳の問題もあって仕入形態としての箱・袋の問題となってしまった。

結果的には箱・袋が圧倒的多く74%、重量仕入は22%になっている。

② 仕入先数

仕入先数としては、数名から仕入れるケースが多く、3分2にも及んでいる。中には20名位の卸売業者から仕入れるケースもみられる。

③ 代金支払

代金支払も即日支払のケースが多くなっている。

④ 仕入価格

仕入価格としては、前日価格によって決めるケースが多くなっている。一般的には相対のこともあって話し合いのケースが多いようである。

表5 小売業者に対する調査結果

| 質 問 項 目 | は い | いいえ | その他 |
|--|-----|--------|-----|
| ＜卸売市場の利用＞ | | | |
| 1. あなたは卸売市場を知っていますか。 | 27 | | |
| 2. あなたは卸売市場を利用していますか。 | 27 | | |
| 3. あなたの店では卸売市場以外から仕入れていますか。 | | 27 | |
| 4. あなたの店では今後も卸売市場を利用していきますか。 | 23 | | 4 |
| 5. あなたは卸売市場に対し、日本政府（JICA）が技術協力を 行なっていることを知っていますか。 | 16 | 11 | |
| ＜卸売市場の効果＞ | | | |
| 6. 卸売市場が完成してからあなたの店の販売量は増加しまし たか。 | 16 | 10 | 1 |
| 7. 卸売市場が完成してからあなたの販売する野菜は高く売れ ますか。 | 15 | 11 | 1 |
| 8. 卸売市場が完成してから野菜の品質・規格は良くなりました か。 | 20 | 7 | |
| 9. 卸売市場の標準建値を知っていますか。 | 26 | | 1 |
| 10. 標準建値を野菜の仕入・販売に利用していますか。 | 12 | 15 | |
| 11. 卸売市場が完成してから便利になった点は何ですか。 | | (別表6) | |
| 12. 卸売市場が完成してから不便になった点は何ですか。 | | (別表7) | |
| ＜市場からの仕入方法＞ | | | |
| 13. 卸売市場にはどのような方法で仕入れに行きますか。 | | (別表8) | |
| 14. 何名の卸売業者から仕入れますか。 | | (別表9) | |
| 15. 仕入価格はどのようにして決めますか。 | | (別表10) | |
| ＜企業の概要＞ | | | |
| 16. あなたの年齢・住所・名前を教えてください。 | | | |
| 17. 野菜以外に何を販売していますか。 | | | |
| 18. 1日当たり野菜をどの位販売していますか。 | | | |
| 19. 今後も野菜販売を続けますか。 | 27 | | |

別表 6 卸売市場が完成してから便利になった点は何ですか。

| 項 目 | 意 見 数 |
|--------------------|-------|
| (ア) 良い機構である。 | 2 |
| (イ) 買物が便利になった。 | 1 |
| (ウ) 日系人は質のよい産物を出す。 | 1 |
| (エ) 値段が安定している。 | 6 |

別表 7 卸売市場が完成してから不便になった点は何ですか。

| 項 目 | 意 見 数 |
|-----------------------|-------|
| (ア) 時々悪質の産物が混入している。 | 5 |
| (イ) 早朝は値段高く、昼につれ安くなる。 | 1 |
| (ウ) 重量の分荷が必要だ。 | 3 |
| (エ) 値段が高い。 | 1 |
| (オ) 距離が遠くなり、運賃が高くなった。 | 6 |

別表 8 卸売市場には、どのような方法で仕入れに行きますか。

| 項 目 | 意 見 数 |
|------------------|-------|
| (ア) 箱・袋単位で仕入れる。 | 20 |
| (イ) 袋で重量単位で仕入れる。 | 4 |

別表 9 何名の卸売業者から仕入れますか。

| 項 目 | 意 見 数 |
|----------------------------|-------|
| (ア) 数人から仕入れる。 | 18 |
| (イ) よい質の産物を選べる所 | 1 |
| (ウ) 利益を得るために色々な所で。 | 1 |
| (エ) 色々の業者から仕入れる。 | 1 |
| (オ) 日系組合から仕入れる。 | 1 |
| (カ) 2～3業者から仕入れる。ただし値段にもよる。 | 1 |
| (キ) 5人の卸売業者から仕入れる。 | 1 |

別表 10 仕入価格はどのようにして決めますか

| 項 目 | 意 見 数 |
|-----------------------|-------|
| (ア) アバスト市場の値段によってきめる。 | 1 |
| (イ) 変わる。 | 1 |
| (ウ) 前日の値段で決める。 | 5 |
| (エ) 前日販売による。 | 1 |

4. 消費者調査結果

(1) 卸売市場の利用

① 市場の認識

はじめに卸売市場の認識についてみると、「知っている」78%、「知らない」22%となっている。消費者は直接の利用者ではないが、その認識度はかなり高いようである。

このプロジェクトが日本政府の技術協力によって進められている点については「知っている」37%、「知らない」41%、「その他」22%となっている。消費者のこともあって、日本政府からの技術協力に対する認識度はかなり低くなっている。

② 市場の利用

卸売市場を知っている21名(78%)について、市場出入についてみると、「経験あり」17名、「経験なし」4名となっている。かなりの消費者が市場出入の経験をもっている。

また、買物経験についてみると、市場出入の経験者は全て買物経験をもっている。だが、利用度についてみると「良く利用する」者は、わずか7名にすぎず、14名の者はあまり利用していない。

(2) 卸売市場の効果

① 野菜の品質・価格

市場整備後の野菜の品質についてみると、「良くなった」63%、「変わらない」7%となっている。

また、価格面については「安定した」14名(52%)、「その他・変らず」13名(48%)となっている。市場整備と価格安定はきわめて重要な課題であるが、この面において、市場整備の効果が発揮されたようである。

② 野菜の品揃え

市場整備にともなう野菜品目数の動きについてみると、「増加した」74%で品揃えはかなり豊富になったようである。

(3) 野菜の購入状況

① 購入先・購入量

野菜の購入先としては、第4メルカードの利用が最も高く85%の消費者がこれを利用

している。だが、第4メルカードそれ自身は公設小売市場であり、この周辺には民営の市場もかなり存在しており、これを含めた第4メルカードと理解した方が良いであろう。

購入量は3-4カゴで5kg前後と推計される。金額的には200-300ガラニー程度であろう。

② 購入頻度

頻度としては、週2-3回が44%、週1回が30%となっている。

③ 購入先の選定

便利な購入先としては、第1位が第4メルカード、次に卸売市場それ以外に野外市場が価格面等からあげられている。

表6 消費者に対する調査結果

| 質 問 項 目 | は い | いいえ | その他 |
|--|-----|--------|-----|
| <卸売市場の利用> | | | |
| 1. あなたは卸売市場を知っていますか。 | 21 | 6 | |
| 2. あなたは卸売市場に行ったことがありますか。 | 17 | 4 | 6 |
| 3. あなたは卸売市場で買物をしたことがありますか。 | 17 | 4 | 6 |
| 4. あなたは卸売市場を良く利用しますか。 | 7 | 14 | 6 |
| 5. あなたは卸売市場に対し、日本政府(JICA)が技術協力を 行なっていることを知っていますか。 | 10 | 11 | 6 |
| <卸売市場の効果> | | | |
| 6. 卸売市場が完成してから野菜の品質は良くなりましたか。 | 17 | 2 | 8 |
| 7. 卸売市場が完成してから野菜の価格は安定していますか。 | 14 | 2 | 11 |
| 8. 卸売市場が完成してから野菜の品目数は増えましたか。 | 20 | | 7 |
| <野菜の購入> | | | |
| 9. あなたは野菜をいつもどこで購入しますか。 | | (別表11) | |
| 10. あなたは野菜を1回にどの位購入しますか。 | | (別表12) | |
| 11. あなたは野菜を一週間に何回位買いにゆきますか。 | | (別表13) | |
| 12. 野菜を購入する場合、卸売市場・第4メルカード・野外市場 のうち、どれが便利ですか。価格はどこが安いですか。 | | (別表14) | |

別表11 野菜の購入先について

| 項 目 | 意 見 数 |
|-------------|-------|
| (ア) 第4メルカード | 23 |
| (イ) 全品卸売市場 | 3 |

別表12 1回当たりの野菜の購入量・金額

| 項 目 | 意 見 数 |
|--------------|-------|
| (ア) 300 ガラニー | 2 |
| (イ) 1,000 | 1 |
| (ウ) 3,000 | 2 |
| (エ) 5,000 | 1 |
| (オ) 2 袋 | 2 |
| (カ) 3-4 カゴ | 2 |
| (キ) 2-3 kg | 1 |
| (ク) 5 kg | 1 |
| (ケ) 10 kg | 1 |
| (コ) 2 ダース | 1 |
| (ク) 必要量だけ | 1 |
| (コ) 使用量だけ | 1 |

別表13 野菜の購入頻度(1週間当たり)

| 項 目 | 意 見 数 |
|-------------|-------|
| (ア) 毎 日 | 20 |
| (イ) 2 - 3 回 | 12 |
| (ウ) 3 - 4 回 | 1 |
| (エ) 1 回 | 8 |

別表14 野菜を購入する場合、卸売市場・第4メルカード・野外市場のうち、どれが便利ですか。価格はどこが安いですか。

| 項 目 | 意 見 数 |
|--------------|-------|
| (ア) 中央食品卸売市場 | 4 |
| (イ) 第4メルカード | 24 |
| (ウ) 野 外 市 場 | 2 |

資料 2

団長レター (西文)

Asunción, 22 de agosto de 1985

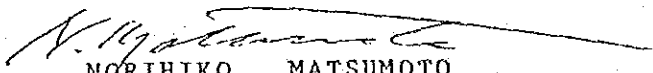
Señor

Intendente Municipal de la ciudad de Asunción
Gral. de Brig. (S.R.) PORFIRIO PEREIRA RUIZ DIAZ
E. S. D.

La Misión de Evaluación del Proyecto de Mejoramiento del Mercado Central de Abasto de la ciudad de Asunción, ha visitado al Paraguay, durante el período del 10 al 23 de agosto de 1985, para realizar el estudio sobre el estado de avance del Proyecto y los resultados de la cooperación técnica, al mismo tiempo se ha intercambiado opiniones con las autoridades y funcionarios paraguayos pertinentes al Proyecto sobre la forma de cooperación sucesiva.

El resumen del resultado del Estudio y la opinión de la presente Misión sobre la forma de cooperación sucesiva están presentados en las hojas adjuntas.

Al manifestar nuestro hondo sentido de agradecimiento por la colaboración recibida por autoridades y funcionarios paraguayos a las actividades de la presente Misión durante la permanencia, le saluda muy atentamente,


NORIIHIKO MATSUMOTO
Jefe de la Misión de Evaluación
del Proyecto de Mejoramiento del
Mercado Central de Abasto.

RESUMEN DEL RESULTADO DEL ESTUDIO Y LA RECOMENDACION
SOBRE LA PRORROGA DE LA COOPERACION

I RESUMEN DEL RESULTADO DEL ESTUDIO

A - ESTADO GENERAL

Como resultado de la cooperación realizada, que abarca 3 años y 9 meses, se reconoce que la función como Mercado Central de Abasto se halla fijándose en su gran parte y se está tomando en sí su papel como principal medio de modernización de la comercialización de los productos Fruti-Hortigranjeros dentro de la ciudad de Asunción. Especialmente para un país en que nunca ha existido un Mercado Central de venta al por mayor, crear planificadamente esto y a través de la cooperación técnica en dicho área que pertenece al tipo de cooperación de carácter Administrativo, llegar a poseer prácticamente todas sus facultades como un Mercado Central de Abasto; se podrá decir que es un gran resultado. Según el resultado de una encuesta realizada por nuestra Misión, con los Mayoristas, Minoristas, Productores y Consumidores se ha obtenido en general una evaluación positiva con respecto a la existencia y función del Mercado Central de Abasto, desde sus respectivos puntos de vista. Esto da testimonio de que fue reconocido objetivamente la fijación del dicho Mercado.

Sin embargo, para que dicho Mercado en el futuro, sea manejado con seguridad en mano de los funcionarios paraguayos, luego de la culminación del convenio de la presente cooperación técnica, y sea fijado verdaderamente como núcleo de la estructura de comercialización se presume que es necesario una acumulación de experiencias aún mayor lo que concierne al manejo y operación. Será un deber urgente el condicionamiento y fortificación de la estructura ejecutiva de los contrapartes paraguayos preparándose para el manejo posterior a la culminación de la cooperación de parte de los japoneses.

B - ESTADO SEGUN AREA

La visión general sobre el estado de desarrollo, problemas, puntos de mejoramiento, etc., de la cooperación técnica según área son las siguientes:

- d) También es un tema de importancia, el establecimiento de un régimen aún más conveniente de los horarios nocturnos de trabajo en el Departamento de Computación.
- e) Es necesario investigar la situación real a lo que concierne a los intermediarios del Mercado N° 4, y si ellos poseen la función de Mayorista; planear contramedidas para asegurar la centralización de la función de Venta al por mayor en el Mercado Central de Abasto.

2. Cálculo del precio standard del Mercado.

Como un órgano de los terceros fue establecido el Comité del Precio Standard del Mercado y a pesar de que ya se halla publicado el Precio Standard, pero en la situación actual, cada Mayorista establecen sus precios individualmente no llegando a ser aprovechado suficientemente el Precio Standard. Ya que la estructura del precio es una columna muy importante para el funcionamiento de un Mercado Central de Abasto, es de suma importancia profundizar aún mas la comprensión de los usuarios sobre la importancia del Precio Standard y planificar la promoción de su utilización.

En cuanto a la técnica del cálculo del Precio Standard, se observa que ya fue prácticamente realizada la transferencia técnica.

3. Establecimiento de Sistema de Informaciones entre el Mercado Central de Abasto y Mercados Zonales.

Fue incorporado el Faxcímile, entre el Mercado N° 4, que es la principal entre los Mercados Zonales, pero en la realidad apenas se realiza la información al Mercado de Abasto de los precios de venta al por mayor del Mercado N° 4, y la realización del suministro de informaciones del Mercado de Abasto no es suficiente. En lo sucesivo, para modernizar la comercialización tanto en eliminación de la diferencia de los precios en su proceso de comercialización, es indispensable el afianzamiento del sistema de información con los mercados zonales;

es necesario planificar la cooperación en esta área y al mismo tiempo es necesario valorar la eficiencia del establecimiento del sistema de información, elaborando la guía de orientación que incluye el aprovechamiento y ampliación en lo sucesivo.

4. Control de Calidad.

- a) En mayo de 1984, fue establecido el comité de normalización de los productos, y a través de sus reuniones mensuales se está estudiando las normas para los diez principales productos de Hortalizas y Frutas, sin embargo aún no fue obtenido su resultado y es deseable un mayor empuje en lo sucesivo.

Para la elaboración de las normas es necesario ampliar gradualmente los números de productos teniendo en cuenta la elaboración de reglas y normas que se adapte a las condiciones del lugar, y al mismo tiempo llevar adelante con una mayor propagación y orientación a los productores, mayoristas y minoristas sobre este aspecto.

- b) En cuanto a la técnica de conservación a baja temperatura se está realizando la conservación de calidad y precio con la conservación en frío de las hortalizas y frutas con la donación de una cámara frigorífica, siendo aprovechado y administrado así satisfactoriamente, pero es deseable idear aún más para su utilización más eficiente.

- c) Con respecto al problema de higiene alimenticio; aún no se observa mucho desarrollo siendo también relativo con la estructura administrativa de higiene alimenticia del país, pero este problema es muy relacionado con la confiabilidad del Mercado de Abasto, por lo tanto, se espera en lo sucesivo el esfuerzo de parte paraguaya en ésta área. Ahora con respecto a la parte que se obtiene los resultados directos como ser el tratamiento de residuos dentro del Mercado se está procurando su eficiencia tanto a través de donación de equipos como máquina limpiadora, camión basurero entre otros.

5. La investigación necesaria para la operación del Mercado y la Técnica de Análisis.

Investigaciones del flujo de las mercaderías y la investigación de la tendencia de los consumidores que se relaciona con la producción y comercialización, es una investigación muy importante pensando en el rendimiento futuro de la comercialización en el Mercado de Abasto, conociendo los movimientos relativos a la oferta y la demanda, lo cual se está llevando adelante y se espera los resultados sucesivos.

Es deseable continuar y perfeccionar la investigación y a través de la utilización de sus resultados ir realizando los estudios para la elaboración del pronóstico de la demanda y volumen de comercialización.

II LA RECOMENDACION SOBRE LA PRORROGA DE LA COOPERACION

Como fue mencionado la edificación del cimiento para manejo de dicho Mercado de Abasto, se desarrolló en gran medida por la cooperación técnica paraguayo-japonés, cumpliendo su papel y facultades como un Mercado Central de Abasto, sin embargo esta edificación del cimiento actualmente está en su evolución, y se encuentra en la condición de que no necesariamente se puede decir que su base ya se ha formado.

Además, en cuanto al grado de desarrollo de la transferencia técnica referente a cada área técnica en forma individual, aún se observa partes donde no se está desarrollando suficientemente la transferencia técnica.

La adquisición y dominio de la técnica del mejoramiento del Mercado se forma en base a la acumulación de experiencias reales obtenida por la operación y administración general del Mercado; sin embargo en este momento aún su experiencia práctica no es suficiente y para el establecimiento de una base firme y para prever el desarrollo estable de dicho Mercado en el futuro, consideramos que es indeseable obtener aún más experiencias básicas y prácticas bajo el trabajo mancomunado de la cooperación técnica paraguayo-japonés.

1. Operación y Administración del Mercado.

a) Se ha asegurado suficientemente y fortificado las principales atribuciones como Mercado Central de Abasto, como ser; Colección de Cargas, Ventas, Estructuración de precios etc. Además la estadística del Mercado que sería la base para su operación y administración fue condicionado con la incorporación de las computadoras y está asegurándose de esta manera la base de la operación planificada de Colección de Cargas y Ventas al por mayor.

Además se observa una gradual integración de los contrapartes paraguayos, dejando una buena perspectiva para aceleramiento de la transferencia técnica posterior, sin embargo para planear una operación aún mas eficiente, junto al reforzamiento humano, será necesario el mejoramiento y fortificación de la organización y mecanismo y la estructura de conservación y mejoramiento del Mercado que se adapte a la situación real.

b) La administración financiera y presupuestaria del Mercado, son empleados practicamente con normalidad bajo un régimen administrativo autónoma, realizándose de esta manera los esfuerzos para la consolidación de su administración. En adelante también se espera el perfeccionamiento del presupuesto y consolidación de la administración financiera.

c) En lo sucesivo para el planeamiento de formación integral de los Mayoristas y para asegurar un desarrollo seguro del Mercado con alta confiabilidad; es deseable una mayor orientación de los Mayoristas bajo una adecuada aplicación de los reglamentos del Mercado. Además, ya que hay cambios en las condiciones y medios que rodean al Mercado, es necesario hacer renovación del Reglamento adaptando a la condición actual y realizar la operación y administración en forma más eficiente y adecuada a la situación real.

Por lo tanto; la presente Misión del Estudio de Evaluación considera que es deseable prolongar la cooperación, sucesivamente a la fecha 6 de diciembre de 1985 donde culmina el período de la cooperación del presente proyecto, para lograr el efecto de la cooperación; por consiguiente recomendamos a los organismos pertinentes del Gobierno de Paraguay y del Japón la prórroga de la cooperación como se menciona abajo:

A - PERIODO DE LA PRORROGA

Del 7 de diciembre de 1985 al 6 de diciembre de 1987.

B - CONTENIDO DE LA COOPERACION

Que la cooperación sea basada principalmente en los siguientes items:

1. Renovación y actualización del Reglamento del Mercado
2. Orientación referente a la Administración Financiera del Mercado
3. Orientación referente al manejo, conservación y mantenimiento de equipos e instalaciones del Mercado.
4. Orientación para promover la utilización del Precio Standard del Mercado.
5. Orientación para el establecimiento de Normas de clasificación y calidad.
6. Orientación referente a las actividades de la información del Mercado.

JICA

1