

集落営農法人における農産物直接取引の実態と課題

県内集落営農法人（以下、法人）における農産物直接取引^注に対する取組実態や経営者の意識を調査し、直接取引実施上の課題等を整理した。法人の新たな販売チャネルとして直接取引の導入を検討する際の資として活用できる。

注）本成果で「直接取引」とは、小売店（スーパー等）、食品メーカー、飲食・惣菜店、給食、直売施設、個人・事業所等との間で直接的に行われる取引を指す（契約栽培含む）。いわゆる、農協が行う「共販」とは異なる取引のこと。

成果の内容

県内 127 法人に対するアンケート調査から、法人における直接取引の特徴を整理した（表 1）。

1 直接取引の実態と経営者の意識

- (1) 調査法人のうち、米については 60%（114 法人中 68 法人）、園芸作物については 63%（46 法人中 29 法人）の法人で直接取引が実施されており、米では「消費者直売」、園芸作物では「直売施設」への仕向け割合が高かった。
- (2) 直接取引を「拡大したい」法人は 62%に上り、特に、法人売上額に対する直接取引シェアが高い法人で拡大意向が高いことから、直接取引が法人経営に一定のメリットをもたらしている。
- (3) 直接取引については「安定価格・定量販売」に対する期待が高い反面、「安定供給が求められること」への不安も大きい（図 1）。
- (4) 直接取引を拡大したい法人は、拡大意向のない法人に比べ、流通・販売改善に対する意識が高い。特に「計画生産・出荷体制の構築」や「企業的経営感覚への転換」、「多様な販路確保」、「営業・販売のノウハウ、人材確保」等の項目に対する関心を持っている（図 2）。
- (5) 「営業・販売のノウハウ・人材確保」の状況を見ると、過去に営業・販売業務の経験がある者を営業・販売担当に置く法人は 2 割にとどまっており、対応は総じて進んでいない。

2 直接取引の取組事例と課題

上記アンケートから直接取引を積極的に行う 3 法人の活動実態を調査し、直接取引実施上のポイントを以下のとおり整理した（各事例の詳細は表 2 のとおり）。

《直接取引実施上のポイント》

- 予約に基づく計画生産と未達リスクに対応できる体制の整備による顧客との信頼関係構築
- 定時・定量・通年出荷のための保管施設等の確保
- 営業・販売スキルを持つ人材の確保・育成
- 多様な販売チャネルの適正組合せによる資金繰りの安定

成果の活用面・利用上の留意事項

本成果は法人の販売戦略の一方策として、直接取引の導入を検討する際の資として活用できる。

具体的なデータ

表1 調査法人の経営概況 (127 法人 H26 年度実績)

項目	平均値	最小値	最大値	標準偏差
構成員数	37	3	227	38
構成戸数	32	2	158	31
経営耕地面積 (ha)	26.4	3.5	260.0	29.6
売上高 (万円)	1,911	119	11,900	2,274

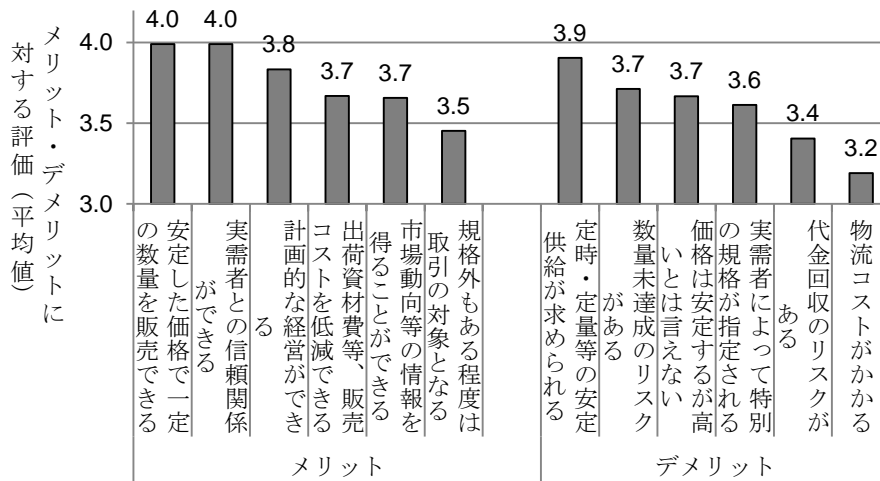


図1 直接取引のメリット・デメリットに対する法人経営者の意識

注1) 平均値は各項目について「全くそう思わない (1点)」、「そう思わない (2点)」、「どちらとも言えない (=3点)」、「そう思う (=4点)」、「非常にそう思う (=5点)」の5段階で評価したものの平均。

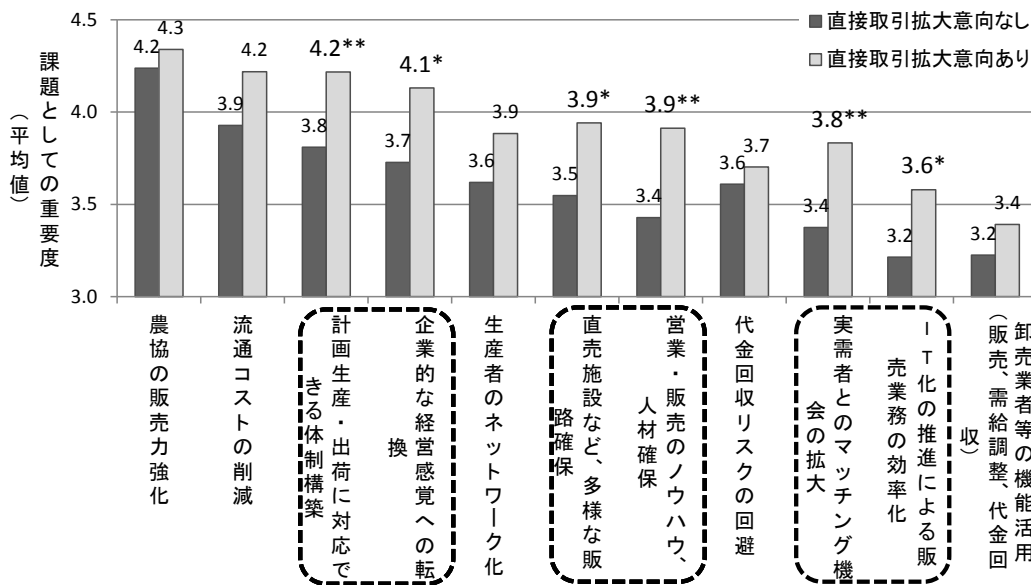


図2 直接取引の拡大意向と流通・販売上の改善課題に対する意識の違い

注1) 平均値は各項目について「全く重要だと思わない (1点)」、「重要だと思わない (2点)」、「どちらとも言えない (=3点)」、「重要だと思う (=4点)」、「非常に重要だと思う (=5点)」の5段階で評価したものの平均。

注2) 判定は分散分析により、「*」は5%水準、「**」は1%水準で有意差があることを示す。

表2 事例法人における直接取引の状況

	A法人	B法人	C法人
経営概況	<ul style="list-style-type: none"> ・設立10年以上 ・組合員：約50名 常雇：複数名 ・経営面積 約30ha ・主な生産品目 水稻（特別栽培米、酒米）、小麦、大豆等 ・売上高 約3000万円 	<ul style="list-style-type: none"> ・設立10年以上 ・組合員：約40名、常雇：1名 ・経営面積約30ha ・おもな生産物 水稻、大豆、小麦、野菜 ・売上高 約2,000万円 	<ul style="list-style-type: none"> ・設立10年未満 ・組合員：約10名、パート：複数名 ・経営面積 約80ha ・主な生産品目 水稻、裸麦、大豆、野菜等 ・売上高 約6,000万円
直接取引の概要	<ul style="list-style-type: none"> ・法人所在市内の事業所、個人消費者に特裁米販売・事業所との取引は法人の営業活動によるものが多い。 ・予約に基づく計画生産・販売。リピーター中心。 	<ul style="list-style-type: none"> ・法人所在市と隣接市の個人消費者を中心に米販売。エリアが広域。 ・口コミによる顧客が多い。 ・予約に基づく計画生産・販売。リピーター中心。 	<ul style="list-style-type: none"> ・法人所在市および隣接市で野菜、米の販売。 ・親族、知人等の紹介による取引が多い。 ・予約に基づく計画生産・販売。リピーター中心。
直接取引シェア	売上高の約6割（米の7割強）	売上高の約8割	売上高の2割程度（野菜の約8割、米の約1割）
個別取引の特徴・評価	<p>①事業所</p> <ul style="list-style-type: none"> ・飲食店、旅館、企業、介護施設、米穀店等 20か所程度。 ・精米販売 ・法人で配達 ・価格高位安定、需要は拡大傾向。 <p>②個人宅配</p> <ul style="list-style-type: none"> ・150件程度 ・精米販売 ・需要、価格は高位安定。 <p>③酒造場</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「山田錦」（契約栽培） ・需要、価格は安定。 	<p>①個人宅配</p> <ul style="list-style-type: none"> ・米（玄米販売）が基本。 ・予約販売、一括配送が基本だが、分割配送にも対応（保管料を設定）。 ・法人による配達为中心。エリアが広く負担（配送料を設定）。 ・需要、価格は高位安定。 ・生産量が予約数量に満たない場合、品種変更を依頼する等の対応になるのがネック。 	<p>①小売店</p> <ul style="list-style-type: none"> ・量販店・直売所等 6か所程度。 ・タマネギ、ジャガイモ、ニンジン他 ・委託販売方式で品目、量、単価は自由に設定可。手数料 約15%。 ・売り上げは順調。 <p>②事業所</p> <ul style="list-style-type: none"> ・飲食店、介護施設等 ・タマネギ、精米販売 ・価格は高位安定 ・保管ができず通年納品できない。 <p>③学校給食</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自校調理方式 ・タマネギ、ニンジン、ジャガイモ ・規格が緩く、再生産価格を考慮した価格設定が魅力。
営業・販売の体制	<ul style="list-style-type: none"> ・営業・販売経験のある者を営業部長に選任。若い従業員を次期営業部長として現在育成中。 	<ul style="list-style-type: none"> ・代表者 	<ul style="list-style-type: none"> ・代表者、パートで分担 ・パートは配送のほか、委託販売商品の納品量や値段も決定。
直接取引の今後の展開等	<ul style="list-style-type: none"> ・米の直接取引は十分なメリットが得られており、今後も維持拡大したい。ただし、資金繰りのために必要な額は農協共販で定時・安定的に確保。 ・数量未達のリスクを回避のため、近隣生産者と連携して数量を確保できる体制を整備。 	<ul style="list-style-type: none"> ・米の直接取引は十分なメリットが得られており、需要も安定していることから今後も維持したい。 ・ただし、法人の生産能力の関係から、顧客の要望する品種の作付を拡大できないのがネック。 	<ul style="list-style-type: none"> ・野菜は、価格が見込める直接取引を拡大したいが、保管施設がなく、通年納入に対応できていない。 ・米は価格が見込めるが、リスクを避けるため農協共販を中心に展開。

研究年度	平成27年～28年
研究課題名	集落営農法人における流通・販売活動の実態と課題の解明
担 当	経営高度化研究室 高橋一興・尾崎篤史・久保雄生（現 農業振興課）