



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	大手量販店の流通制度・市場の仕組みを問う：いいものは高く売る！ 農産物直販トラック全国展開
Author(s)	柳村ゼミ2
Description	平澤桃, 宮西弘太, 高田圭介
Relation	経済学部主催「第7回プレゼン・ディベート大会」 = The 7th Presentation & Debate Competition, School of Economics and Business Administration. 10月16日(土). 北海道大学人文・社会科学総合教育研究棟, 札幌市.
Issue Date	2010-10-16
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/44356
Type	conference presentation
File Information	inamura_2.pdf



～大手量販店の流通制度・市場の仕組みを問う～

いいものは高く売る！
農産物直販トラック全国展開

農業経済学科 平澤 桃

農業経済学科 宮西 弘太

農業経済学科 高田 圭介

提案

農作物を適正な価格で販売する、 「直売型移動トラック」 ビジネスプラン

全国の都道府県において、直売所を経由した、農産物の直売トラックによる流通システムを展開し、「良いものを適切な価格で買う」消費者の購買行動を作る。

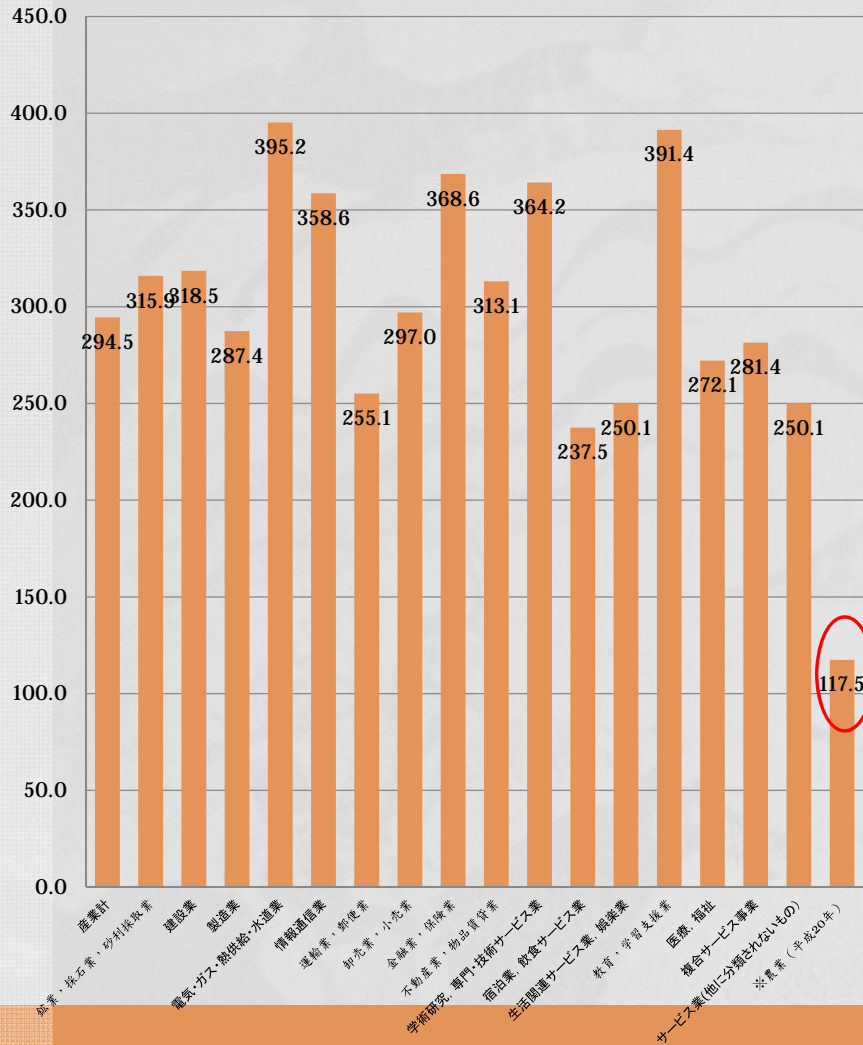
背景①農業は儲からない？！

厚生労働省平成21年度賃金構造基本統計調査結果、農林水産省平成20年度個別経営の経営体系別経営統計より

平成21年賃金構造基本統計調査(全国)結果の概況

単位:千円

単位:万円



	平成16年	17年	18年	19年	20年
販売農家総所得	508	503	499	484	466
うち 農業所得	126	124	123	120	108
農業依存度 (%)	36.0	36.0	37.2	38.1	36.7
主業農家総所得	573	539	548	548	546
うち 農業所得	438	414	429	425	420
農業依存度 (%)	91.3	91.3	91.6	91.6	91.3

農業従事者は、農業純所得だけでは暮らしていけず、農業外収益や補助金がなければ赤字になるのが日本農業。また、地域経済が疲弊し、兼業農業の所得が低くなっている。

全国平均農家の時給

H20水田農業所得

所得	自営農業労働時間	時給	月給
393千円	852h	461.3円/h	73.8千円

H20平均農業所得

所得	自営農業労働時間	時給	月給
2294.7千円	3125.7h	734.1円/h	117.5千円

H20畑作農業所得

所得	自営農業労働時間	時給	月給
2297千円	2535h	906.1円/h	145.0千円

H20畜産農業所得

所得	自営農業労働時間	時給	月給
4194千円	5990h	796.4円/h	127.4千円

時給換算すると、農家の所得は経営作物によって異なるが、大変低い。
また労働時間も比較的長く、
投下する労働時間に対して、収益が少ないという点で、
「農業は儲からない」といえる。

背景②直接農協に卸すと良い作物を作っても高い価格では売れない。

- 消費者側が強い。(バイイングパワーによる圧力)
 - 生産と消費が遠い。(卸・小売の膨張)
- 流通マージンの発生、農家所得低下

		1.生産費	2.生産者価格	3.小売価格
穀物	コメ	324	316	650
	野			
菜	大根	30	60	157
	白菜	34	44	155
	レタス	73	135	405
	きゅうり	221	219	459
	トマト	160	265	531
	玉ねぎ	49	197	388
	果	みかん	125	160
実	りんご	170	264	357
	ぶどう	509	264	357
	梨	213	280	309

「農林水産統計情報部 ポケット農林水産統計」(1994年版)
 ※りんごはふじ、ぶどうは種無しデラウエア、梨は20世紀梨

	市場で卸売りされるまでに要する経費					経費率
	計	集出荷費	荷輸送料	団体手数料	卸手数料	
大根	100	68.2	16.9	3.6	11.4	75.1
白菜	100	65.9	21	2	11.2	76
レタス	100	73.2	10.2	4.4	12.3	70.5
きゅうり	100	63.1	11.8	5	20	42
トマト	100	58.7	12.1	5	24.1	34.6
玉ねぎ	100	59.3	26.7	4.1	9.9	83.6

「農林水産統計情報部 ポケット農林水産統計」(1994年版)
 ※経費率＝卸売価格に対する上掲「経費計」の割合

1個100円のだまねぎ



農家の手取り 17.4%
1個17.4円



背景③消費者の意識として、安いものを優先する傾向がある

直売所、通販を利用する理由として・・・

- 新鮮さ
 - 価格や安い
 - おいしい
 - 安全
- 安さが比較的優先

「新鮮」と「価格が安い」が大きな理由として共通

- 農業者・農業者グループからの通信販売等での購入および農産物直売所とも「新鮮だから」(54%、67%)、「価格が安いから」(48%、54%)が大きな理由になっている。
- これらに加えて、通信販売等での購入では「安心」、農産物直売所では「地元産」が評価されている。

図6:農業者・農業者グループから通信販売等で購入する理由

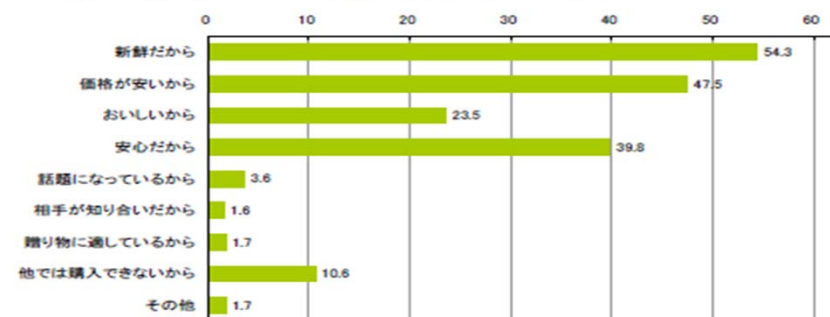
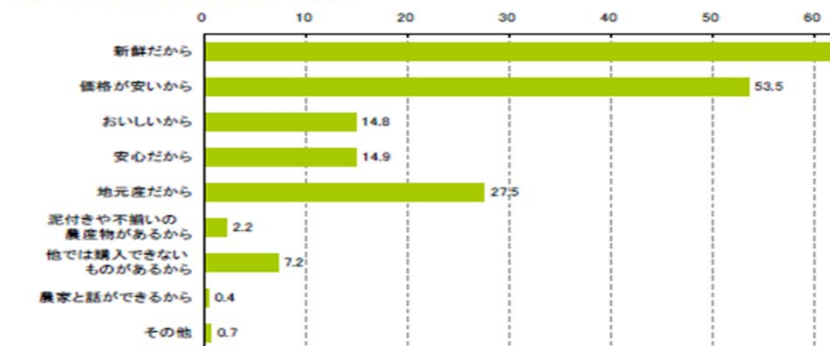


図7:農産物直売所を利用する理由



背景・問題意識

- 農業は儲からない／儲けられないという意識が大きい。
- 直接農協に卸すと良い作物を作っても高い価格では売れない。
- 消費者の意識として、安いものを優先する傾向がある。
- 直売所が多くたっているが、場所には制限がある。



原因は、現在の流通制度にあるのでは？



直売所を利用した、
新しい流通手段「移動販売トラック」の必要性

●いいものは高く売る！
農産物直売トラックの全国展開像

農家



直売所



トラック販売



消費者



●いいものは高く売る！
直売所から家の前まで
農産物直売トラックの全国展開像
～農産物の移動

選別と出荷



高価格販売



Short communication



集荷と販売



購買と消費

計画出荷

●いいものは高く売る！
農産物直売トラックの全国展開像
～営業の特徴

野菜が
「声」を持つ



Short
communication



質を重視した
テーマ販売！

味を一つの
購買理由に



位置情報検索
システム



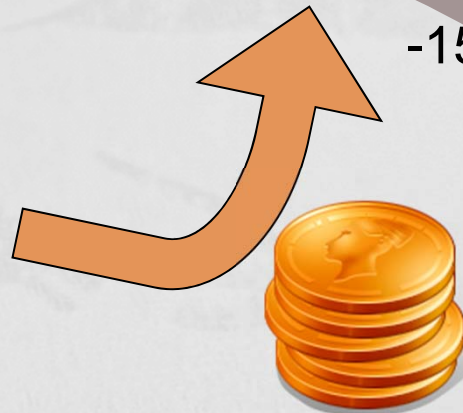
●いいものは高く売る！
農産物直売トラックの全国展開像
～お金の動き

価格設定の方法
【生産者が価格設定】
【新規参入する農業者は、
既存の価格と同じか
それ以上の金額設定】

Pay back



-15% for management capital



初期のプラン収支予算(初年度)

初期のプラン収支予算(初年度)								
	科目	内容・内訳等	単価	数量	単位	数量	単位	小計
収入の部	助成金	借り入れ金	10,000,000	1	回	1	回	10,000,000
	事業収入	農産物売り上げ(1回あたり20名の顧客に販売。年1,200,000回実施)	600	20	人	1,200,000	回	14,400,000,000
	合計額							
支出の部	事務局経費	集積所管理費(100箇所)	100,000	1	月	1,200	回	120,000,000
		事務所運営費(事務所賃料・通信費含む)	100,000	1	回	12	月	1,200,000
		広報・プロモーション資金	1,000,000	1	回	1	年	1,000,000
	販売管理費	冷蔵庫トラック購入リース(1台150万円、5年で原価償却分)	400,000	1	台	5,000	回	2,000,000,000
		農家への売り上げ還元(売り上げの85%)						12,240,000,000
		ガソリン費(トラック販売事業(1日1300円×1台×12ヶ月×4週×週5日))	1,300	1	回	240	回	312,000
		人件費(トラック販売事業スタッフ代(日当1万円×1人×12ヶ月×4週×週5日×1日2箇所))	8,000	1	人	240	回	1,920,000
合計額								14,364,432,000
年度収支差額								45,568,000
							※1件当たりの農家手取り(5000農家)	¥2,448,000

メリット

- 農業従事者の所得向上
- 販路選択の1つに
- 楽に直接販売ができる
- 消費者の購買基準の変化
- 地産地消で安心安全新鮮おいしい野菜への理解
- 買い物難民の救済
- 直売所まで行けない場所への出張販売

デメリット

- ①市場外流通による不安定性。
- ②決まった分しか販売できない。
- ③1年間の安定供給が難しい。
- ④天候・コストなどの不安要素。
- ⑤余剰分の廃棄

デメリットに対する解決策

→大規模化・全国ネットワーク化

- ①市場外流通による不安定性。
→不作・価格差は売り方の特徴・経路普及により解決
- ②決まった分しか販売できない。
→農家が出したい分など、あらかじめ調整を実施。
- ③1年間の安定供給が難しい。
→全国ネットワーク化
- ④天候・コストなどの不安要素。
→売り方の工夫・大規模化
- ⑤余剰分の廃棄
→あまった分については、加工業者に買取を依頼。直売所と連携することで、比較的低コストに。

農業再生への道

- ①生産者が市場を介さず直接売ることによって、手元に利益が残り、所得が向上する。
- ②良い商品を高く売る努力をすることで、ビジネス的視点を持って経営するようになることで、経営力のある農家が増える。

農業再生への道

③農産物の商品としての価値を高めることで、国内外の流通販売における競争力を持ち、農業が産業として重要な位置をしめる。

④消費者が理解の元新しい購買行動を起こす

VISION～農業再生とは～

- 農業所得が向上し、農業が自立する。
- 消費者と生産者がつながりを持ち、農業そのものを支える理解がある。
- 地域活性化とリンクし、農業も活性化する。

