



Title	量販店との取引が有機野菜作経営の作付構成に及ぼす影響
Author(s)	濱村, 寿史
Citation	フロンティア農業経済研究, 16(2), 11-18
Issue Date	2012-02-29
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/65871
Type	journal article
File Information	16-1-3_hamamura.pdf



量販店との取引が有機野菜作経営の作付構成に及ぼす影響

北海道立総合研究機構中央農業試験場 濱 村 寿 史

The Impact of Trade with Largescale Retailers on Organic Vegetable Farms

Toshifumi Hamamura
Hokkaido Central Agricultural Experiment Station

Summary

The purpose of this paper is to illustrate how trade with large retailers affects organic vegetable farms. The results are as follows:

- 1) Organic vegetable farms that do business with large retailers tend to find it necessary to grow their crop(s) continuously year around.
- 2) Cooperative marketing associations that trade with large retailers are able to avoid continuous cropping by dividing crop production amongst its members.

Therefore, to maintain a sustainable cropping system, it is important for organic produce growers to set up cooperative marketing associations in order to divide up crop production

I 背景と目的

慣行栽培の野菜作経営では、流通側からの要請を背景として、主産地が形成され、単品目化・連作化が進展してきた。これに対し、木村〔1〕は、野菜作経営の発展のためには、合理的な輪作をおこなう高度多品目生産が望ましいことを明らかにし、山口〔4〕は多品目を組織的に生産・販売する総合産地を育成せねばならないとした。また、坂爪〔3〕は、近年、量販店によって開発された新興産地において、ロットのみならず品揃えの確保も要請される中で、地力維持とは異なる論理で多品目生産を強制されていることを指摘した。このように、野菜作経営においては、流通が作付構成に大きな影響を及ぼすことが指摘されている。

一方、有機野菜作経営では、産消提携^{※1)}という特殊な流通の下で、長らく多品目生産が継続されてきた。しかし、近年、有機野菜についても、特定の生産者と消費者による産消提携といったクローズドな流通から、量販店等小売業を通じた不特定多数の生産者と消費者によるオープンな流通に移行しつつあり、改正JAS法に基づく認証制度もこれを後押ししている（酒井〔2〕）。

果たして、大ロットを要請する量販店との取引の下でも、持続的な土地利用は維持できるのだろうか。これを明らかにすることは、本道における有機栽培面積の約6割を占める有機野菜を導入する経営の持続性、発展可能性を評価する上での重要な課題である。

そこで、上述の課題に接近するため、本稿では、量販店との取引が有機野菜作経営の作付構成

に及ぼす影響を明らかにすることを目的とする。

注1) 産消提携では、消費者と生産者が作付量を決め、生産された農産物を消費者が全量買い取ることを基本的なルールとしている（酒井〔2〕）。

II 対象と方法

本稿では、出荷先の異なる有機野菜作経営を対象としたアンケートと事例の分析に基づき、量販店との取引が有機野菜作経営の作付構成に及ぼす影響を明らかにする。

まず、北海道農政部が2009年6月に実施した、北海道における有機JAS認定農家を対象としたアンケート調査（「有機農業に関するアンケート」）に基づき、量販店と取引する有機野菜作経営の特徴を整理する。アンケートは有機JAS認証機関の名簿に登録されている276戸にアンケートを郵送で配布し、郵送で回収している。また、一部は訪問による回収をおこなっている。回収数は109件であり、うち、有機野菜を作付していない経営や協業法人29件を除いた80件を集計した。次に、北海道における量販店と取引する有機野菜作経営の事例を対象に、量販店からの要請とそれへの対応を整理し、量販店との取引が作

付構成に及ぼす影響を明らかにする。調査対象は、道内の有機JAS認証機関から紹介を受けた経営耕地面積10ha未満の野菜作経営10事例のうち、量販店と取引を行う6事例とした^{注2)}。最後に、道内における有機野菜の共同出荷組織1事例における量販店からの要請とそれへの対応を整理し、共同出荷組織の形成が有機野菜作経営の作付構成に及ぼす影響について明らかにする。

注2) 表1に示すように、出荷額1位の取引先によって経営耕地面積規模の分布は異なり、量販店等と取引する有機野菜作経営の大半は経営耕地面積10ha未満の経営である。経営耕地面積規模の違いが作付構成に及ぼす影響を除くため、本稿では経営耕地面積10ha未満の経営に限定して検討する。

III 量販店と取引する有機野菜作経営の特徴

表2に示すように、出荷額1位の取引先がデパート・量販店である経営耕地面積10ha未満の有機野菜作経営は、①有機農業の取組年数が10年以下の経営が多い、②作付品目数が少なく、売上高、1品目当たり売上高が高いという特徴を有する。

表1 主な取引先別にみた経営耕地面積別戸数

出荷額1位の取引先	計	経営耕地面積 (単位:戸)					
		～10ha	10～20ha	20～30ha	30～40ha	40～50ha	50ha以上
集出荷業者	39	8	16	8	6	1	
デパート・量販店	11	8	2				1
専門店	11	6	2		1	2	
個人消費者	4	4					
外食業者	3	2	1				
卸売市場	1	1					
その他	3	1		1	1		
不明	8	3	4		1		
計	80	33	25	9	9	3	1

資料：有機農業に関するアンケート（2009年北海道農政部）

表2 主な出荷先別にみた戸数・品目数・売上高

出荷額1位の取引先	戸数	うち取組年数10年以上	作付品目数	有機農産物売上高	1品目当たり有機農産物
	(戸)	(戸)	(品目)	(万円)	(万円)
集出荷業者	8	3	8	484	60
デパート・量販店	8	5	4	1,233	318
専門費店	6	1	9	967	105
個人消費者	4	2	33	350	11
外食業者	2	2	3	1,180	472
卸売市場	1		5	650	130
その他の	1		40	300	8
不明	3	1	5	323	65
計	33	7	11	764	72

資料：表1に同じ。

注：有機野菜作経営80戸のうち、経営耕地面積10ha未満の33戸について集計した。

すなわち、2000年以降に有機農業を導入した有機野菜作経営は量販店と取引するものが多く、これらは個人消費者や有機農産物専門店等と取引する経営よりも高い売上高を得ていることを指摘できる。

このような近年の流通の変化には、2000年の改正JAS法施行が影響していると考えられる。すなわち、改正JAS法に基づく第三者認証がなされることによって、有機栽培農産物は、広域で大量に流通する基盤ができており、その下で量販店との取引が増加している。そして、量販店は、個人客や有機農産物専門店に比べて、有機栽培農産物の取扱額が大きく、生産者に対してより大きなロットでの出荷を要請すると推察される。

Ⅳ 量販店との取引が有機野菜作経営の作付構成に及ぼす影響

表3に調査事例の経営概要、表4に調査事例における量販店からの要請とそれへの対応を示す。

出荷方式および取引する量販店の単位によって3類型に分けた。

A-1経営、A-2経営は、生協1店舗に個人で出荷する類型である。1品目当たり売上高は100万円に満たず、有機野菜売上高は1,000万円を下回る。A-1経営、A-2経営が取引する生協は、有機野菜については店舗単位での取引をおこなっており、店舗での有機野菜コーナーを設置するために多品目の有機野菜の出荷を要請する。A-1経営、A-2経営は、生協との取引開始以前か

表3 調査事例の経営概要(2008年)

No.	出荷方式	主な取引先	粗収入 (万円)	有機野菜 売上高 (万円)	経営 耕地 面積 (ha)	有機栽培 面積 (ha)	家族 労働 (人)	雇用 労働 力 (人)	有機野菜 品目数 (品目)	1品目 当たり 売上高 (万円)	有機栽培作物
A-1	個人	生協	500	500	2	2	2	0	42	12	かぼちゃ、きゅうり等(交互)
A-2	個人	生協	1,300	750	5	4	3	100	25	30	だいこん、かぼちゃ等(交互)
B-1	個人	量販店	2,500	2,500	3	3	3	1,500	3	833	小松菜、トマト等(交互)
B-2	個人	量販店	3,000	2,700	7	6	3	1,500	3	900	トマト・ミニトマト(連作)、 スイートコーン(連作)
C-1	共同	外食・量販店	2,000	1,200	7	1	3	300	4	300	トマト・ミニトマト(連作)
C-2	共同	外食・量販店	3,000	1,000	5	4	3	400	3	333	かぼちゃ(連作) 軟白ながねぎ、ルッコラ(交互) だいこん、レタス(交互) だいこん、にんじん、大豆(交互)

表4 調査事例における量販店からの要請と対応

No.	取引する 量販店の 単位	量販店 からの要請	量販店 に対する 提案	提案 の理由	量販店との 取引開始に 伴う作付構成 の変化
A-1	1店舗	少量多品目の出荷 (品目の限定無し)	無し	-	無し
A-2	1店舗	少量多品目の出荷 (品目の限定無し)	無し	-	無し
B-1	チェーン	トマト・ミニトマトの大 ロット出荷	無し	-	水稻、秋まき小 麦(慣行栽培) の作付け中止 水稻(慣行裁 培)の作付け中 止
B-2	チェーン	トマト・ミニトマトの大 ロット出荷	無し	-	水稻、秋まき小 麦(慣行栽培) の作付け中止 水稻(慣行裁 培)の作付け中 止
C-1	チェーン	大ロット多品目の出荷 (品目の限定無し)、 スイートコーンの出荷	ルッコラ、レタス の取引を提案	軟白ながねぎ、 だいこんの連 作回避	ルッコラ、レタス の導入
C-2	チェーン	大ロット多品目の出荷 (品目の限定無し)、 スイートコーンの出荷	レタス、にんじ んの取引を提 案	だいこんの連 作回避	レタス、にんじ んにんじんの導入

注：C-2経営は2007年にレタスの作付けを中止し、替わりににんじんを導入。

ら、20品目以上の交互作をおこなっており、生協と取引することで、作付構成を大きく変えることなく、売上高を伸ばしている。ただし、1店舗との取引のため、1品目当たりの取引額は小さく、A-1経営、A-2経営は、さらなる売上高の向上に苦慮している。A-1経営、A-2経営ともに、売上高の向上を目指して、量販店チェーンや外食チェーンとの取引を検討するも、要請されるロットを出荷することは困難と判断して、断念している。

B-1経営、B-2経営は、量販店チェーンに個人で出荷する類型である。1品目当たり売上高は800万円以上に達し、有機野菜売上高は2,000万円を超える。B-1経営、B-2経営が取引する量販店チェーンは、ともに複数の店舗で有機野菜を取り扱うため、大ロットでの出荷を要請する。B-1経営、B-2経営ともに、量販店チェーンと取引を開始するに際し、一定のロットを要請されるも、B-1経営、B-2経営の当時の作付面積では、要請されるロットを確保できなかったため、雇用労働力を導入して有機栽培トマトの作付けを拡大するとともに、作業の競合する他の作物、品

目の作付けを中止しており、連作を行わざるをえない状況となっている。このうち、10年間連作をおこなうB-1経営は、有機栽培トマトの後作に有機栽培ほうれんそうを導入して交互作をおこなうことを検討するも、労働力の制約から、有機栽培トマトの出荷量を維持しつつ、有機栽培ほうれんそうのロットを確保することは困難と判断し、断念している。

C-1経営、C-2経営は量販店チェーンに共同で出荷する類型である。1品目当たり売上高は約300万円であり、有機野菜売上高は1,000万円を超える。C-1経営、C-2経営が取引する量販店チェーン、外食チェーンも複数の店舗で有機野菜を提供するため、大ロットを出荷することを要請する。これに対し、C-1経営、C-2経営は、有機野菜作経営11戸から構成される共同出荷組織として対応することで、品目を絞り込むことなく、要請されるロットを確保しており、交互作をおこなっている。

以上の通り、量販店との取引が有機野菜作経営に及ぼす影響は、出荷方式および取引する量販店の単位によって異なる。

すなわち、量販店との取引といえども、店舗単位での取引では、1品目当たりの取引額は小さく、作付構成は大きな変化をもたらさない。ただし、このような量販店と取引する有機野菜作経営は、有機野菜売上高の向上に苦慮している現状が見て取れる。

一方、量販店チェーンに個人で出荷する経営は、より高い売上高をあげるものの、限られた経営資源の下で、要請されるロットを確保するために品目を絞り込むことで、連作になりやすい傾向が認められる。

ただし、量販店チェーンに共同で出荷する経営では、同じく大ロット出荷を要請されながらも、品目を絞り込むことはなく、逆に新たな品目の取引を提案することで連作を回避している。

V 共同出荷組織形成の効果

共同出荷組織の形成が作付構成に及ぼす影響を明らかにするため、C-1経営、C-2経営が属する共同出荷組織Xにおける量販店からの要請とそれへの対応を整理する。

共同出荷組織Xは、11戸の有機野菜作経営により運営される農事組合法人であり、構成員の生

産する有機野菜の販売をおこなう。

まず、共同出荷組織Xの構成員の経営概要を表5に示す。全ての構成員が複数の有機栽培作物を作付けし、主に有機栽培たまねぎ、有機栽培水稻を作付けするC-4経営を除き、複数作物による交互作をおこなっている。

共同出荷組織Xは、構成員のC-7経営が外食業者Aにミニトマトを出荷する中で、個人では対応できない量の出荷を要請されたことが契機となって1996年に設立された。表6に共同出荷組織Xにおける取引先からの要請とそれへの対応を示す。

1996年に、外食業者Aからミニトマトの出荷量拡大を要請されたため、ミニトマト生産者2戸と共同出荷組織Xを設立した。さらに、1997年に外食業者Aから軟白ながねぎの出荷を求められたため、軟白ながねぎの生産者4戸を共同出荷組織Xに勧誘することで対応した。この時期では、個々の構成員における有機野菜の作付品目数は施設野菜1品目のみであり、連作がおこなわれていた。

その後、1999年には外食業者Aの要請に応じて、共同出荷組織として新たにだいこん、レタスを導入し、3戸の構成員に作付けを割り振った。このことは、取引先からの要請へ対応すること

表5 共同出荷組織Xの構成員の経営概要(2008年)

No.	粗収入 (万円)	有機 農産物 売上高 (万円)	経営 耕地 面積 (ha)	家族 労働 力 (人)	雇用 労働 力 (人)	有機 栽培 面積 (ha)	有機 栽培 作物 品目数	1品目 当たり 売上高 (万円)	有機栽培作物 作付体系
C-1	2,000	1,200	7	2	300	1	4	300	軟白ながねぎ,レッコラ(交互作)
C-2	3,000	1,000	5	3	400	4	3	333	だいこん,レタス(交互作)
C-3	2,600	300	21	3	100	1	4	60	軟白ながねぎ,なす(交互作)
C-4	3,000	400	17	4	100	1	3	133	にんにく,にんじん(交互作)
C-5	2,500	500	1	4	100	1	2	250	たまねぎ(連作),水稻,大豆(交互作)
C-6	3,000	1,400	11	3	200	4	6	233	ミニトマト,スイートコーン(交互作)
C-7	4,400	3,200	15	3	1,000	5	13	246	軟白ながねぎ,こまつな・ほうれんそう,にんじん(交互作),大豆,水稻,スイートコーン
									だいこん,レタス等(交互作)
									ミニトマト,ハーブ等(交互作)

注: 1) 新規参入者を除く。

2) C-5経営は養鶏を行う。

表6 共同出荷組織Xにおける取引先からの要請と対応

年次	出荷額 (万円)	出荷 品目 数	1戸 当たり 作付 品目数	1品目 当たり 出荷額 (万円)	主な 取引先	取引先から要請	要請への対応	取引先 への 提案	提案 の理由	C-1の 作付 品目
1995					外食業者Aと取引開始	外食業者Aからミニトマトの出荷を要請される	ミニトマト生産者のC-3らを勧誘			
1996						外食業者Aから軟白ながねぎの出荷を要請される	軟白ながねぎ生産者のC-4,C-6らを勧誘			
1997	3,000	3	1	1,000						
1998						外食業者Aから軟白ながねぎの出荷拡大,だいこん,レタスの出荷を要請される	軟白ながねぎ生産者のC-1を勧誘 レタスを共同で試作			軟白ながねぎ(連作)
1999							だいこんをC-1,C-2,C-7が導入 レタスをC-7が導入			軟白ながねぎ(連作)
2000							C-4がだいこん中止代わりにC-1がだいこん導入			だいこん(連作)
2002					外食業者Aと取引中止					
2003	7,000	13	4	538	外食業者B,量販店Cと取引開始	量販店Cから多品目の有機栽培野菜(品目の限定無し)(各店舗の有機野菜コーナーで提供),スイートコーン(催事で提供)の出荷を要請される	スイートコーンを全員が導入 C-7が既に導入していたにんじん,ハーブを出荷 ミニトマト,軟白ながねぎ,だいこんを既に導入していた構成員が出荷 C-1,C-7で分担してルッコラ導入 C-6,C-7で分担してほうれんそう導入	量販店Cにほうれんそう,こまつな,ルッコラの取引を提案	C-1,C-6の軟白ながねぎの連作回避	軟白ながねぎ,ルッコラ(交互作),だいこん(連作)
						外食業者Bからミニトマト,レタス,だいこんの出荷を要請される	ミニトマト,レタス,だいこんを既に導入していた生産者が出荷			
2005								量販店Cにレタスの取引を提案	C-1,C-2のだいこんの連作回避	軟白ながねぎ,ルッコラ(交互作),だいこん(連作)
2006~	10,000	19	5	526		量販店Cからにんじん,ミニトマト,スイートコーンの出荷量拡大を要請される	にんじんをC-3,C-5以外が導入,ミニトマトを新規参入者が導入 スイートコーンをC-3,C-6,新規参入者が導入			軟白ながねぎ,ルッコラ(交互作)

で、有機農産物売上高を向上させることを目的とするものの、構成員に対しては個々の土地利用を勘案せずに作付けの強制がなされることとなった。これにより、構成員7戸中2戸は施設野菜1品目、露地野菜1品目の計2品目を作付けるようになったが、この2戸も含めて、この時期においても、全ての構成員が連作しており、連作障害による減収が散見されるようになった。

2003年以降、ロットのみならず多品目出荷を要請する量販店Cとの取り引きを開始したことを契機に、共同出荷組織Xにおける新たな品目の導入が進展し、1戸当たり作付品目数は3品目以上に増加した。量販店Cは有機農産物コーナーを設置するため、共同出荷組織Xに対し、多品目の有機栽培野菜の出荷を要請した。なお、催事向けのスイートコーンを除いて品目の限定はされなかった。これに対し、共同出荷組織Xは、構成員が既に導入していたにんじん、ハーブ、ミニトマト、軟白ながねぎ、だいこんを出荷するとともに、スイートコーンの作付けを強制的に全戸に割り振ることで対応した。さらに、それだけでなく、連作障害の生じた軟白ながねぎ、だいこんとの交互作を想定し、共同出荷組織Xから量販店Cへルッコラ、レタスの取引を提案した。

なお、量販店Cに対して新たな品目の取引を提案する際には、一戸の構成員では交互作を行いつつ要請されるロットを確保することは困難であることから、複数の構成員で作付けを分担することによりロットを確保している。また、ルッコラ等を作付けするために、軟白ながねぎの作付けを縮小する際には、当該生産者の作付縮小分を他の構成員が作付けすることで、量販店Cの要請するロットを確保するようにしている。この結果、構成員は複数の作物で交互作をおこない、連作を回避している。

以上の通り、共同出荷組織Xは、基幹品目に連作障害が生じた際に、後作に新たな品目を導入し

て連作を回避している点が前節でみた個人で量販店チェーンと取り引きする経営と明瞭に異なる。共同出荷組織Xにおいて、新たな品目導入による連作回避を可能とした要因としては、構成員が作付けを分担することで、①連作障害の生じている品目について、量販店の要請するロットを確保しつつ、個々の構成員における作付けの縮小を可能としたこと、②連作障害の生じている品目の後作として導入する品目について、個々の構成員が交互作を行うことを可能としつつ、量販店の要請するロットを確保したことを指摘できる。

VI 要約と考察

改正JAS法が施行され、有機栽培農産物が広域で大量に流通する基盤ができた2000年以降、大ロット出荷を要請する量販店チェーンと取引する有機野菜作経営が増加しており、これらは個人消費者や有機農産物専門店等と取引する経営よりも高い売上高を得ている。

量販店チェーンに個人で出荷する有機野菜作経営は、限られた経営資源の下で、要請されるロットを確保するために品目を絞り込むことで、連作になりやすい傾向が認められる。

一方、量販店チェーンに共同で出荷する経営は、要請された品目を導入するだけでなく、新たな品目の取引を提案することで、連作を回避している。新たな品目導入による連作回避を可能とした要因としては、構成員が作付けを分担することで、①連作障害の生じている品目について、量販店の要請するロットを確保しつつ、個々の構成員における作付けの縮小を可能としたこと、②連作障害の生じている品目の後作として導入する品目について、個々の構成員が交互作を行うことを可能としつつ、量販店の要請するロットを確保したことを指摘できる。

以上の通り、有機野菜作経営において、大ロットを要請する量販店チェーンとの取引が増加する中で、単品目化、連作化が進展している。流通側の要請による単品目化・連作化は、慣行栽培の野菜作経営と共通した傾向であるが、個人で取引をおこなう経営が多数を占め^{注3)}、また、耕種の防除が重要となる有機野菜作経営において、より深刻な問題である。これに対し、従来、慣行栽培の野菜作経営においては、生産者が組織化し、流通から経営が受ける影響を緩和することの重要性が指摘されてきたが、有機野菜の市場規模は小さいこと^{注4)}、有機野菜作経営は点在していることから^{注5)}、多品目を組織的に生産・販売する面的な拡がりをもった総合産地の育成は現段階では困難であると判断される。このため、有機野菜作経営においては、より少数の経営により、作付けの分担までおこなう共同出荷組織を形成し、取引先からの要請に対応することが、持続可能な土地利用を維持する上で重要になると考えられる。

ただし、共同出荷組織を形成して作付けの分担をおこなうことの有効性を評価する上では、坂爪〔3〕の指摘する新興産地における多品目化強制と共同出荷組織Xにおける多品目生産は異質なもののか、また、異質であるとすれば、それは何に起因するのかということについて、さらなる分析をおこなう必要がある。

注3) 有機野菜作経営の約6割は個人で取引をおこなっている（「有機農業に関するアンケート」（北海道農政部2009））。

注4) 国内の野菜生産量に対する有機格付けされた野菜の数量の割合は0.18%に過ぎない（酒井〔2〕）。

注5) 有機野菜作経営80戸は40市町村にまたがって存在する。また、10戸以上の有機野菜作経営が立地する市町村は確認されない（「有機農業に関するアンケート」（北海道

農政部2009））。

引用文献

- [1] 木村伸男『農業経営発展と土地利用』、農業経済評論社、1982.
- [2] 酒井理「有機農産物の流通概説」小川孔輔・酒井理編『有機農産物の流通とマーケティング』、農村漁村文化協会、2007.
- [3] 坂爪浩史『現代の青果物流通』、筑波書房、1999.
- [4] 山口照雄『野菜流通の実態と販売』、農村漁村文化協会、1979.

(2012年2月8日受理)