

地方公共団体向け 福島県地方卸売市場による有機農業生産者との物流効率化の取組み

背景・概要

会津若松市地方卸売市場の卸業者である丸果会津青果株式会社は、地元の農業生産を活性化させるため、物流、コスト、鮮度を向上させるための改革に取り組んでおり、新たな流通を構築する取組みを進めてきた。そして集荷市場として地元野菜の流通拡大と価値向上を目指し、1996年から市場産直を開始し、さらに青果物の安全性に関心を持ち有機農産物の取扱いを進めてきた。

これまで会津地区の有機農業生産者はその出荷先を生協や宅配事業者に依存してきた。一方、大型量販店が有機農産物の取扱いを拡大・新規に開始する動きに対応する必要が生じていた。

・丸果会津青果は有機農業生産者の個別配送による出荷から市場配送に切り替えることで物流費の軽減を図る取組を開始する。これまで市場との取引の実績がない有機農業生産者は当初卸売市場への出荷に対し抵抗があったが、全量買取りや市場による需給調整機能を説明することで合意を得て、取扱いを増やしていった。さらに、東日本大震災をきっかけに、これまでの取引先への販売が途絶えたことで、市場を介した物流による出荷割合が増えていった。

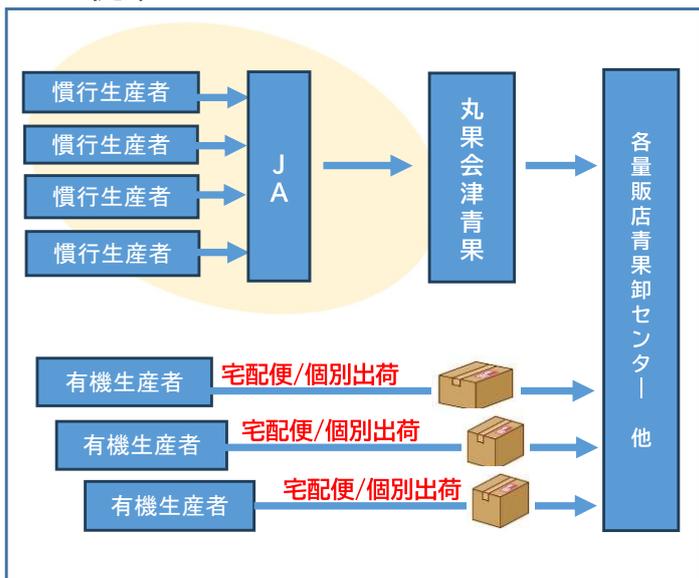
課題

- ・福島県会津地区の農業栽培面積が減少しており地元農業の衰退が進んでいる。付加価値のある野菜生産の必要性があり、市場価値の高い商品生産により、地元農業の活性化を図る必要がある。
- ・有機農業生産者の農産物は特定の取引先に限定されているため、その取引先の意向により、急に取引がなくなってしまった場合、代替の得意先がすぐに見つかることが有機農産物の場合少ない。その為、経営上大きなリスクになっている。
- ・有機農業団体の場合、栽培面積や生産品目別に、注文数を複数の取引先に配荷し調整する機能が必要である。生産団体側でこの調整を行うのは難しい。
- ・農家側が開拓した物流事業者に物流を組み立てていたが、夏場のクール便による品質管理向上を目指す必要があった。クール便になってもコストをかけず、納品価格を変えずに取引を継続する必要があった。

取組内容と成果

- 地方市場が有機農産物の取扱いを生産者団体と直接交渉し集荷・調整・販売を行った。これまでJAを中心に扱っていた商品から、独自で有機農産物の需要拡大を見込み、生産者と交渉し販売を開始した。
- 従来の宅配便や有機農産物だけの物流から慣行品との共同物流により物流費の削減が実現できた。
- 新たな販路として市場が量販店との窓口になり、生産計画から数量調整までを行う。
- 生産者にとって物流上の品質管理が市場の介在により青果物の専門的取扱いにかわり管理の精度が向上した。

<従来>



<改善後>

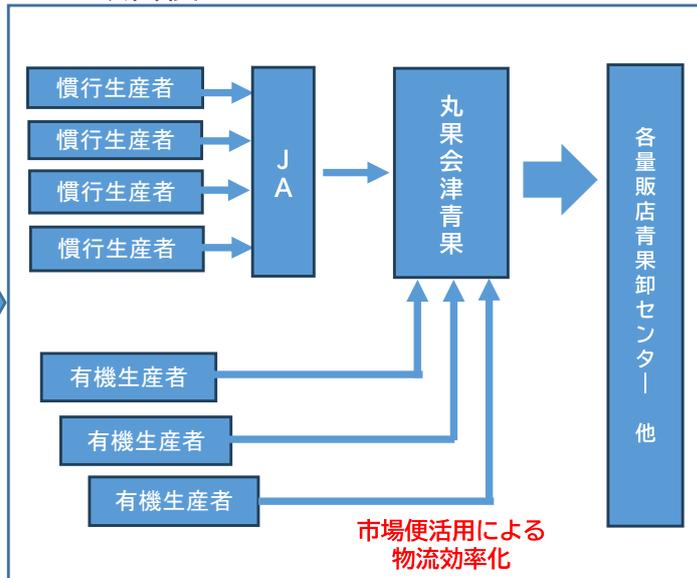


表1. 丸果会津共同集荷による成果

	共同集荷前 (宅配便出荷)	共同集荷後 (市場便)
ケース当りの産地から首都圏集配センターまでの運賃	¥1860/ケース	¥200/ケース

今後の展望

今後は有機農産物の加工品の取扱いを増やしていく。市場便に乗らないものについてその加工拠点からの集荷を行いできるだけ通常便で出荷できる体制を構築していく。

成功のポイント

<本事例のポイント>

- 地方市場が中心となり、近隣の有機農業生産者の有機農産物の取扱いを積極的に行った事例である。
- 地方市場が近隣農家の生産規模縮小・生産者の高齢化から今後の経営を考え、自ら調達のため生産者を束ねて取引を行った事例である。
- 慣行品との共有を図り、いかに「通常取引に載せるか」という方針で、有機農産物の取扱いを特別扱いしない方針で進めた。この結果、物流課題(小ロットで宅配依存)の解決として慣行品の市場便の活用ができた。
- 物量を増やし、市場便による供給量を増やすことを目的に、有機農産物の付加価値を理解し、小売りに対して営業活動を行い、市場集荷便・共同配送により量販店のセンター納品を行った。その結果、取扱い量が増えた。
- これらの有機農産物の取扱い量の拡大を図る為、複数の生産者の商品を集荷する必要があった。その結果、注文数に対する過不足を確認し出荷量の調整を行うことになる。通常、有機農業生産団体はこの機能をリーダー的な農家が行う。その結果、生産団体間で競争が起こり関係悪化になるケースがある。
- この会津丸果の取組みではこの調整業務を地方市場の会津丸果がおこなったことで生産者の負担がなくなり、客観性のある需給調整業務が遂行できた。その結果、市場流通でなかった生産者を取り込むことができた。

生産者が活用したシステム

市場が地場農産物(有機農産物は極一部の扱い)を集荷するにあたり地元スーパーへの納品をするための仕組みとして「エスマルシェ」を導入した。決済をはじめ会津丸果の集出荷のコミュニケーションとして利用している。



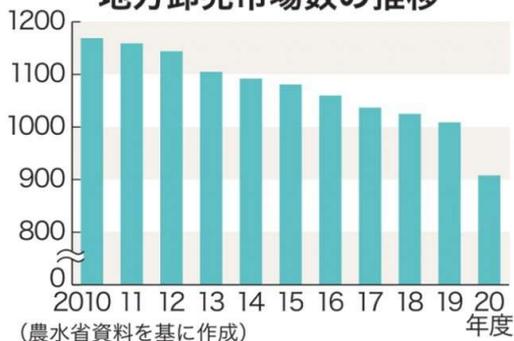
市場がスーパーからの発注数を生産者ごとに振り分ける需給調整機能を担ったことで共同物流の基盤を構築した。

丸果会津青果の概要

- 2017年にオーガニック生産者22名をまとめ「会津オーガニック匠の会」の設立を支援し、大手量販店への納品を開始。売上高は初年度700万円から2020年は3,000万円、翌年は4,000万円と確実に取扱量を伸ばしている。
- 現在、有機農産物の取引先である量販店には栽培計画書を提出している。栽培品目を提出してもらい希望価格を聞いて生産者から調達している。
- ロットを確保するには効率性を向上させるため、栽培面積を増やさなければならない。
- 農薬を使用しないため、資材コストが抑えられるため栽培面積が増えても有機農法の場合、収益性は高いと期待される。

地方卸売市場の状況

地方卸売市場数の推移



小規模な地方卸売市場の閉鎖が相次いでいる。2020年度の地方卸売市場の数は908と、10年で2割減った。主要顧客の青果店などが減って取引が縮小し、近年はエネルギー価格高騰に伴う営業経費の上昇が、経営を圧迫している。地産地消を支える拠点の存続が揺らいでいる地方の集荷市場が減少している。



写真: 丸果会津青果卸売市場

これから取組む地域へのアドバイスやメッセージ

地方集荷市場は全国に908市場ある。地方市場は集荷元の農業者の高齢化と農家数の減少に大きな経営課題を抱えている。会津丸果は地方創生を掲げ地元の農業の活性化を地方市場が主導的立場で進めていくという経営方針で「市場便」の活用を有機農産物流通に導入した。これまで市場を利用していない有機農業生産者に対し、市場の機能を「換金機能」と説明し理解を得ることに注力してきた。会津丸果に限らず、地方市場便の活用は有効であると想定する。