

農産物流通の分析視点と 国際協力のあり方

東京農業大学
国際食料情報学部
板垣 啓四郎

1. 本報告のねらい

- なぜマーケティングが農業・農村開発上重要なのか？
- 農村貧困の解消には、物的生産性から価値生産性の向上へとパラダイムをシフトしていくことがキー・ポイント。
- 価値生産性の向上とは、「売れるもの」「品質の高いもの」「加工度の高いもの」「ブランド力の強いもの」をつくること。
- そのためには、「人づくり」「制度づくり」「生産／流通の基盤づくり」に加えて、情報・金融・研究・施設・組織などが必要である。

- 高付加価値製品の創出とその流通円滑化のためには、マーケティングに関わるアクター間の緊密なネットワークが重要。
- アクター間の関わり方いかんが、農業・農村開発の方向を大きく左右することになる。

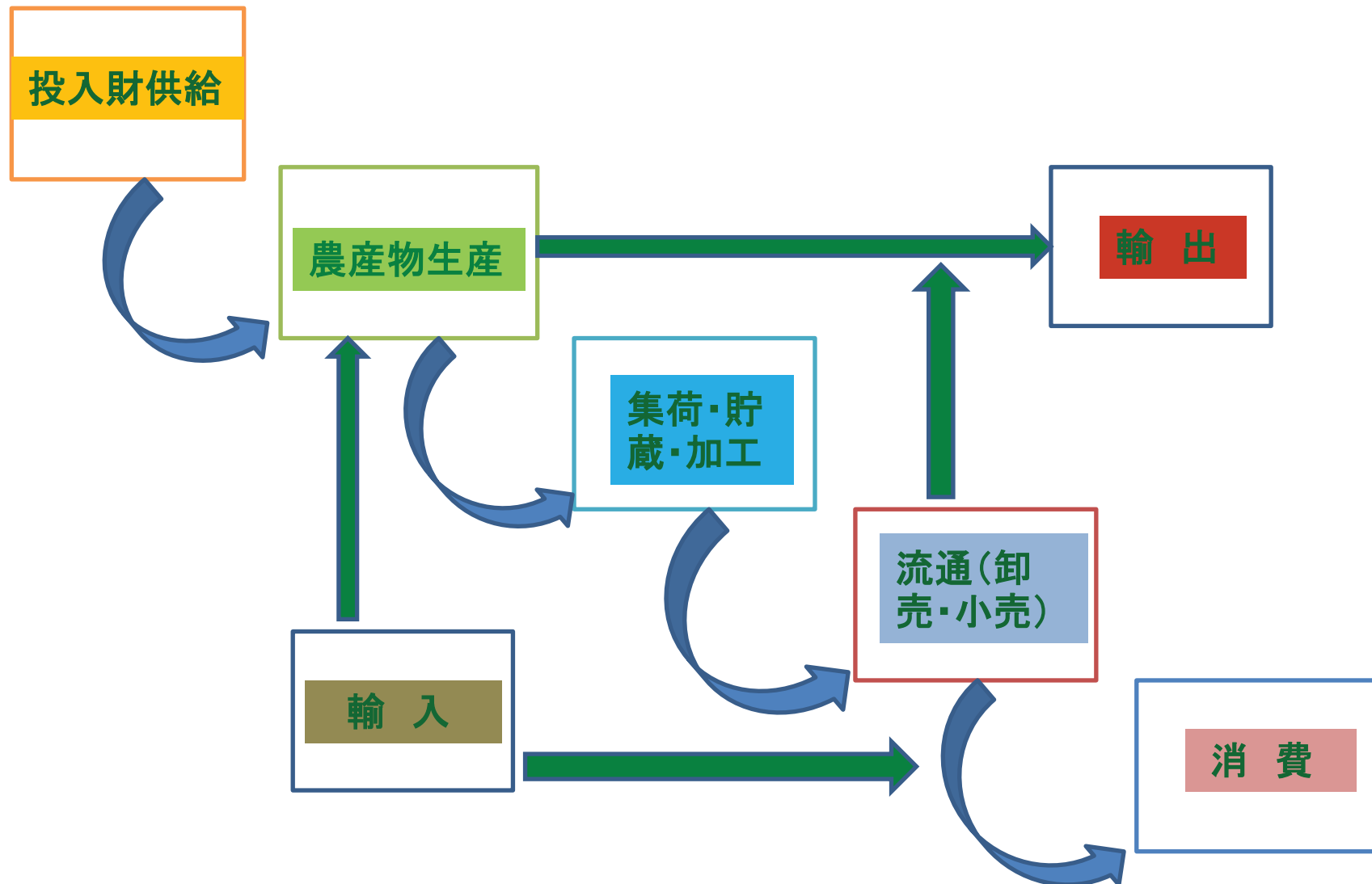
農業者の所得向上を目的にして、農業者にとってどのような市場化・流通との関わり方が望ましいのか、またそのためにどのような市場化・流通のあり方が望ましいのかについて、農産物マーケティングに関する分析視点を提示する。

また、望ましい市場化・流通を実現していくために必要な国際協力のあり方について意見を述べる。

2. 本報告の構成

- (1) フードシステムで流通上の問題を読み解く
- (2) 農産物流通が果たす役割
- (3) 農産物流通の発展段階とその特徴
- (4) 区分された発展段階ごとの国際協力課題
- (5) PPP(官民連携)によるフードバリューチェーンの創出
- (6) わが国の経験から何が学べるか

(1) フードシステムで流通上の問題を読み解く



●農業者が所得を向上させるためには、

- 販売額の増加(品目の販売量×販売価格)
- 生産コストの節減(経常投入財、固定投入財)
- 流通コストの節減(梱包および輸送の経費)

$$(\text{所得}) = (\text{販売額})\nearrow - (\text{生産と流通のコスト})\searrow$$

問題点

1. 売値を農業者が自分で決められない。
2. 販売数量が一定でない。品質や規格も問題
3. 投入財の価格が高い。値下げできない。
4. 流通コストが高いため、売値が低く抑えられる。
5. 流通コストの負担が大きい(流通手数料、梱包資材など)
6. 貯蔵や加工の施設もないので、収穫時に売り急ぐ。
7. 情報が少ないので、いつ、だれに、どのぐらい、どこへ売ったらよいのか、わからない。

●売値が低くなるのは、

- ☞ 販売数量がまとまらない。
- ☞ 品質（形状、鮮度、加工の程度など）と規格（種類、大きさなど）にバラツキが大きい。
- ☞ 認証（安全性、産地表示など）が制度化されていない。
- ☞ 販路が限られている（情報が無い。ルートが無い）。
- ☞ 「売れるもの」をつくるという意識が乏しく、生産品目が限られている。

●付加価値がつけられないのは、

- ☞ 集荷・貯蔵・加工の施設に乏しい。
- ☞ 情報に乏しく、市場（買い手）のニーズが把握されていない。
- ☞ 情報を収集・分析してマーケティングに活かす人材が不足。
- ☞ 新しい加工品を創り出す研究開発（人材と資金）の遅れ。
- ☞ 資金が不足して、新しいことに挑戦する機会が限られている。

内部前提条件

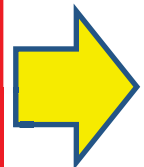
生産インフラ

集出荷施設

農業者の
組織化

加工・流通
インフラ

ネットワーク



主体の能力形成

投入財供給業者



農業生産者



集荷業者



加工業者



流通業者(卸
売・仲買・小売)



消費者



外部支援条件

情 報

金 融

投入財・施設

教育・研修

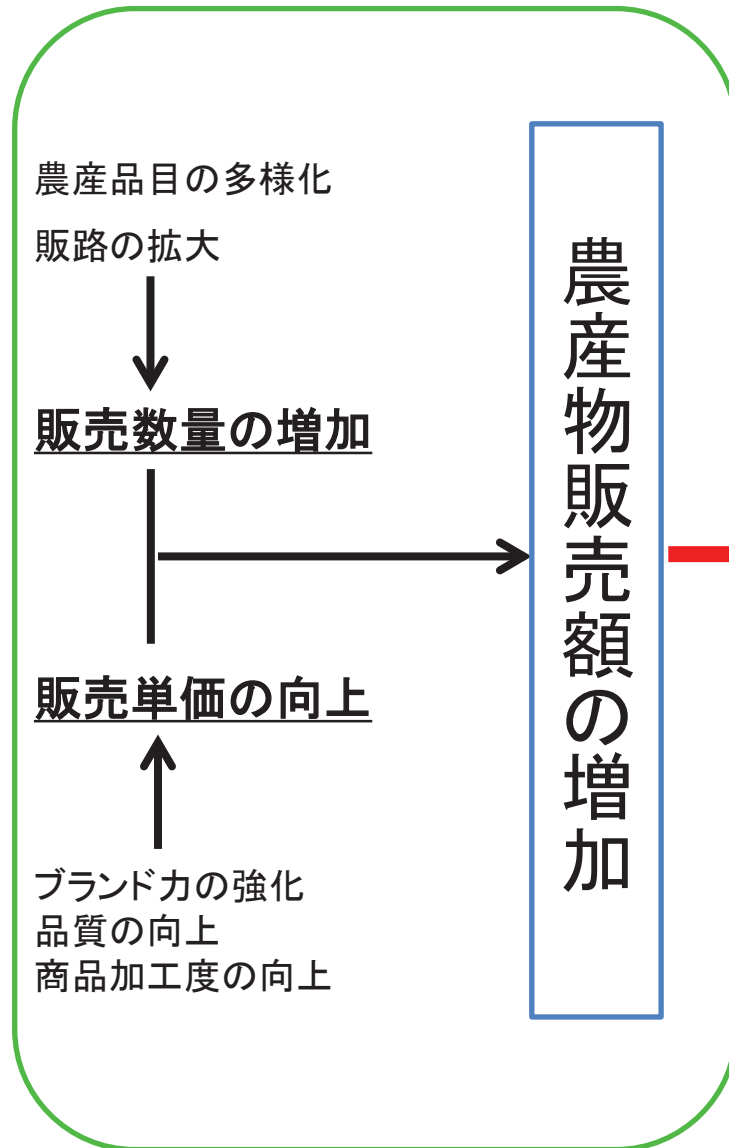
研究・技術

制度・政策

●農業(生産)者を中心において流通改善への方策を考える

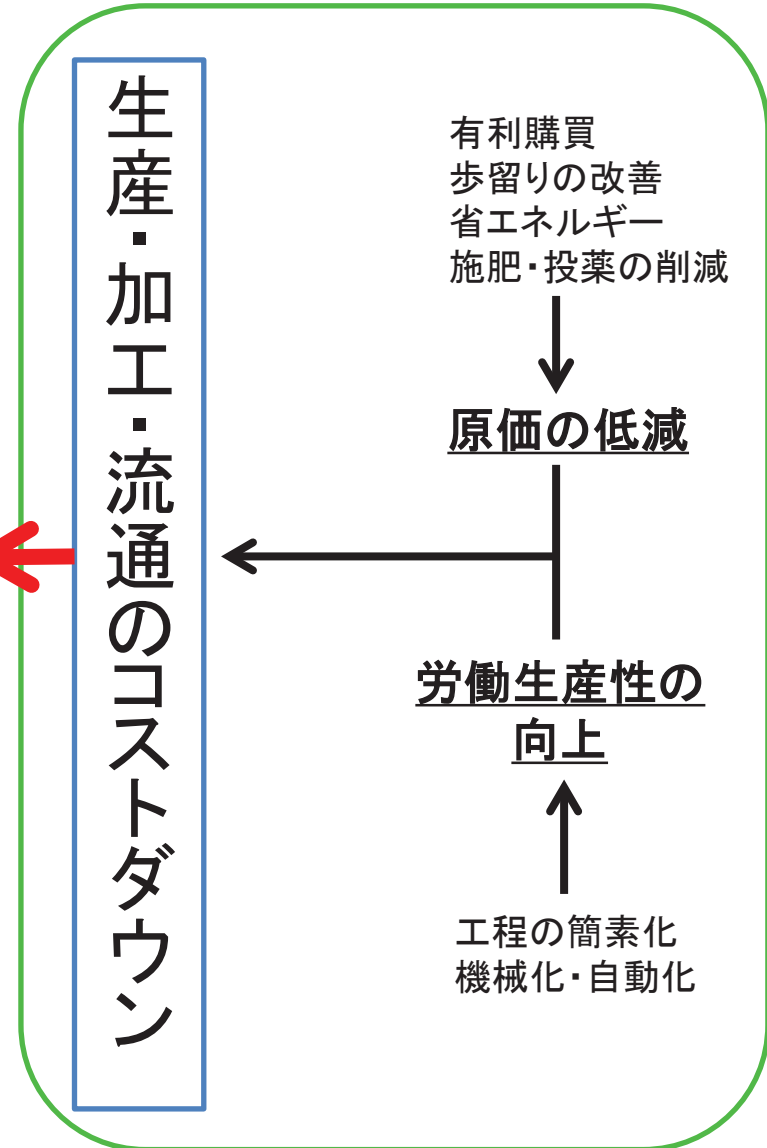
- ① 農業者を前後するフードシステムのそれぞれのアクターとネットワーキングしながら、流通に関わる能力を向上させていく。
- ② 流通改善の前提となる内部条件は、「生産インフラ」(市場のニーズに応じた農産物を品目選択・拡大できる基盤)、「流通・加工インフラ」(農産物の流通と加工を可能にする輸送や道路、車両、加工施設など)、「農業者の組織化」、「集出荷施設」および産地内部での情報や金融の「ネットワーク」。
- ③ 流通改善のための外部支援条件は、「情報」「金融」「投入財・施設」「教育・研修」「研究・技術」「制度・政策」に対する農業者のアクセス改善。

マーケットインからの アプローチ



収益性の高い農業経営
(農業所得の向上)

コストダウンからの アプローチ



(2) 農産物流通が果たす役割

【農場レベル】

- ◆ 農産物の洗浄・仕分け・調整（規格化・標準化）

【産地市場レベル】

- ◆ 農産物の集荷・パッキング・輸送

【卸売市場レベル】

- ◆ 農産物の分荷・転送・貯蔵・加工
- ◆ 農産物卸売価格の決定
- ◆ 情報（価格の動き・他市場／他産地の動き・認証など）の発信

【民間企業レベル】

- ◆ 運営資金の供給・回収・決済
- ◆ 広告・宣伝（販促活動）
- ◆ 輸出と輸入の取り扱い

【小売市場レベル】

- ◆ 農産物小売価格の決定
- ◆ 農産物の高次加工化と販売
- ◆ 品揃え・在庫調整
- ◆ 販促活動

(3) 農産物流通の発展段階と その特徴

I. 農業を主体とする諸国

- 食用作物の生産を中心とした自給的農業

- 余剰分があれば市場へ販売

- 農産物流通は限定的

- 産地仲買人へ安価に売却。その場で決済

- 収穫後の処理が拙く、多くの損失が生じる

- 仕分けや規格に乏しく、荷が揃わない

- 集荷や分荷のための施設が不足

- 品質保持の概念に乏しく、またその必要も感じない



農家庭先で収穫した野菜を処理(カンボジア・コンポンチャム州)



産地市場での野菜の露天販売(ネパール・ブトワール)



炎天下で農産物(イモ類)を馬車で市場へ運搬(ネパール・ブトワール)



粳米を天日干ししているものの乾燥状態が不安定(カンボジア・コンポンチャム州)

Ⅱ．都市化が進みつつある諸国

● 自給作物と商品作物が混在した栽培形態

→ 農産物の市場化を意識しながら作物を生産・販売

● 農産物流通は伝統システムと近代化が共存

- 市場化に伴い、作目選択の幅が広がる
- 品質の維持・向上が意識づけされる
- フードサプライチェーンが形成され、川中・川下に関わるアクターからの情報が伝達される
- 集荷・分荷の拠点、卸売市場の施設が整備される
- 農産物流通の伝統システムと近代化へ向けたシステムが二重性となって共存し、市場化に格差が生じる



市場には多様な食品や農産物があふれている(インドネシア・クンダリ)

Ⅲ. 都市化が進んだ諸国

●商品作物が地域・農場で産地化しつつ市場への販売が本格的になる

→市場の動きを注視しながら少数の作物を生産特化し、農産物はほぼ全量が市場へ向けられる

●農産物流通は伝統システムと近代化が共存

- 農産物の市場化が急速に進み、農業の経営形態も多様化する
- 生産性の向上とともに品質の維持・向上が強く意識される
- フードバリューチェーンが形成され、川中・川下に関わるアクターからの情報に対応した「売れる食品・農産物づくり」が意識づけされる
- 卸売・小売市場の施設が充実し、流通の機能が発揮される
- 農産物の加工と市場流通を円滑なものにするため、物流に応じた制度づくりと政策支援が行われる



食品・農産物が規格と規準に沿って市場で取り引きされる【中国・上海市】



パッキングされた商品の流通が自動化・機械化される(中国・上海市)

(4) 区分された発展段階ごとの 国際協力課題

I. 農業を主体とする諸国

- ☞ 農業者が主体的に流通に取り組み、市場へ販売することの意義を説く研修の場を設けること
- ☞ 加工・流通施設の設置と運営の仕方に協力すること
- ☞ 農業者組織を創設して、投入財の共同購買・共同販売のメリットを農業者間で意識づけ、そのメリットを共有できるように指導すること
- ☞ 市場の情報を得て、何が自分たちの努力として必要かを理解・認識させること
- ☞ 農産物の規格化・等級化・標準化など市場に対応した仕組みを指導すること

Ⅱ．都市化が進みつつある諸国

- ☛ 加工や流通に必要な施設を設置し、施設の運営の仕方について指導すること
- ☛ 「売れる食品・農産物づくり」のための情報提供および指導を行うこと
- ☛ フードサプライチェーンの流れのなかで、それぞれのアクターがやるべき役割と機能およびアクター間の連携による付加価値の創出について相互に学び合う場をつくること
- ☛ 食品・農産物の品質の維持・向上、認証のあり方についてその必要性を説くこと
- ☛ 価格の有利決定のための方策について検討するプラットフォームを形成すること

Ⅲ. 都市化が進んだ諸国

- ☞ 農業者が自ら生産した食品・農産物に対して自らの判断で価格決定できるほどの能力を形成すること
- ☞ 農業者がマージンの幅を高めるよう加工と流通の部門へ直接乗り出す機会を創出すること。またそれに対応する経営体を形成すること
- ☞ フードバリューチェーンで創出された価値増加分がこれに関わるアクターの間で果たした機能に応じて公正に配分できる仕組みをつくること
- ☞ 市場の動きに対応し、さらには新しい消費者ニーズを産み出すほどの「顧客創出力」の形成に協力すること
- ☞ フードバリューチェーンを全体として評価して、無駄を少なくし、利益が出る部分を伸ばすこと
- ☞ 輸出の増進に協力すること

(5) PPP(官民連携)によるフード バリューチェーンの創出

- ◆ 農業者の視点に立って、農業者へ利益が安定的に行き渡る仕組みをPPP(Private-Public Partnership)を通じて実現していく。

【戦 略】

- ① 農業者組織(農業協同組合など)の機能強化
- ② NGO・NPOなど第3者的民間組織による販売の促進
- ③ 農業者(およびグループ)と民間企業との契約関係

①農業者組織（農業協同組合など） の機能強化

■ わが国と同様の諸機能を途上国の農業者組織（農協など）に大きく期待しないほうがよい。

- 地域の実情に適合させつつ、機能が発揮・強化されるところから、農業者の自発性を引き出しながら手がけていく。
- 農業者組織によって得た利益を組織発展のための投資増投分に還流できるかどうか重要なポイント。
- 政府が、低利融資や財源投入、人材育成などの側面で支援を継続していく必要があるが、過度の介入は組織の持続性を損ねてしまう。

② NGO・NPOなど第3者的民間組織による販売の促進

■国内外のNGO・NPOが、政府や国際機関などからの支援を受けて、現地農業者（およびグループ）が生産した農産物の販売と広告を行う。

- ☞ NGO・NPOが、農業者と市場関係者との仲介に入り、市場のニーズと情報を農業者へ伝える。
- ☞ NGO・NPOが、農業者に対して、資金貸与、栽培技術、貯蔵・加工、流通・輸送などのサービスを供与する。

③農業者（およびグループ）と 民間企業との契約関係

【契約関係を結ぶ】

民間企業からのサービス供与

- ・契約期間中の農産物の一括買い上げ
- ・契約期間中の買い上げ価格の設定
- ・栽培技術の指導
- ・農業投入財の供給、施設や機械のリース
- ・営農資金の供与
- ・品質維持・向上のための指導とアドバイス
- ・農産物の広告／宣伝と市場への販売

農業者（およびグループ）の契約履行

- ・契約量と契約価格に基づく農産物の契約企業への納品
- ・市場ニーズに適合した農産物の品質維持・向上への努力

民間企業と農業者（およびグループ）の間での超過利益の適正な再配分

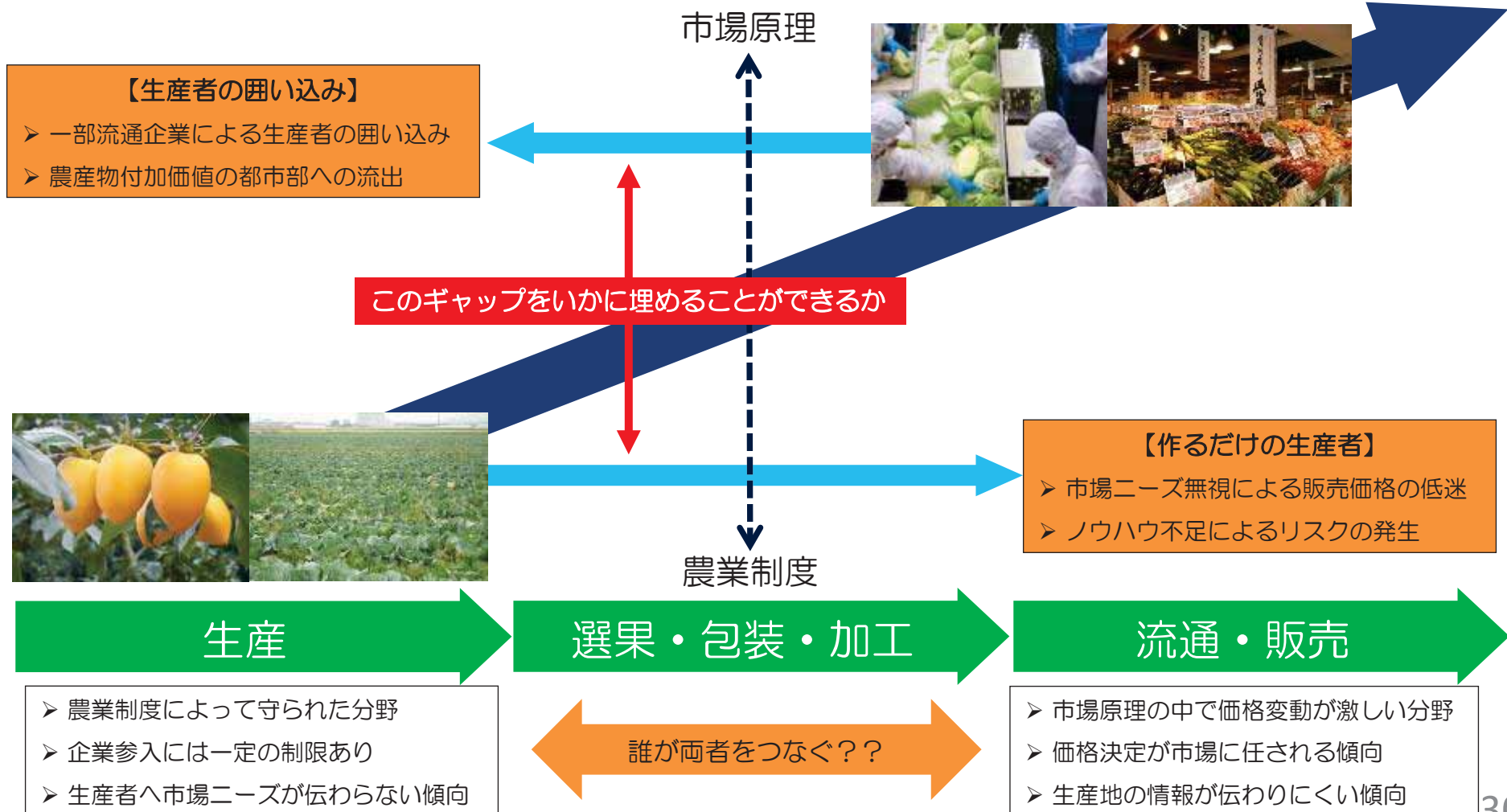
(6) わが国の経験から何が学べるか

- ☞ わが国は、農産物の種類にもよるが、流通(市場経由)を農業協同組合に大きく依存してきた。
- ☞ 時代の流れとともに、市場外流通(産直、直売、宅配、ネット販売など)による多様な流通チャネルが出現してきた。
- ☞ それでも市場流通が優位性を占めるが、卸売市場のもつ諸機能(豊富な品揃え、迅速な集分荷と代金決済、公正な取引と価格形成など)が発揮されているからである。
- ☞ 農業者と民間企業との連携を、今後どのようにつなげていくか。
～愛媛県西条市の事例から～



つなぎ役を必要とする日本の農業の現状

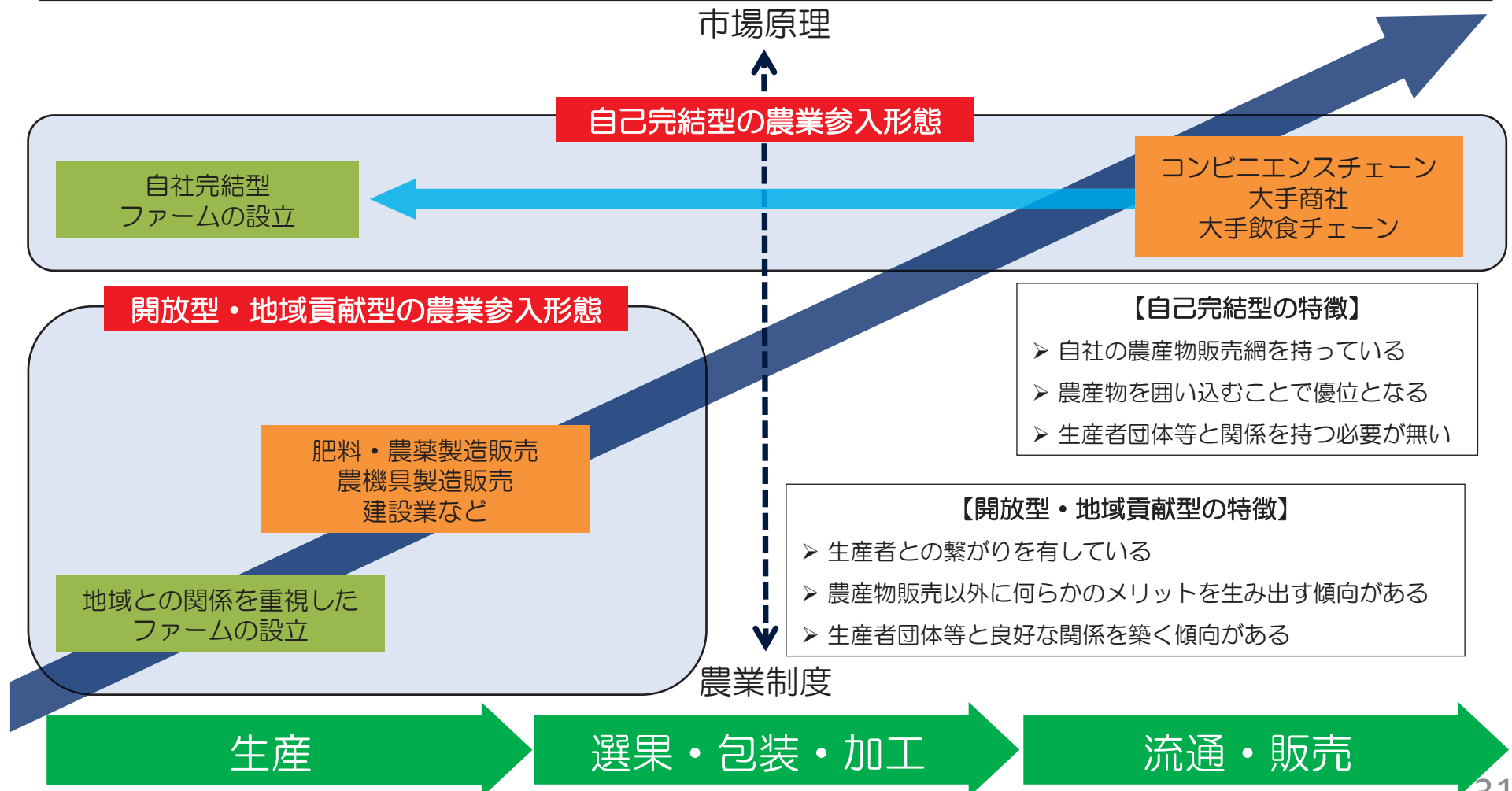
- 生産現場に近づけば近づくほど、農業制度による保護型の領域となる。その一方で、流通・販売現場に近づけば近づくほど、市場原理による激しい価格変動にさらされた開放型の領域となる。
- 両者の歩み寄りが無い事例として、一部流通企業による生産者の囲い込みの動きや、市場ニーズとは関係なく作りたいものを作って出荷するだけ生産者が存在する。
- 両者の間に存在するギャップについて、企業参入によっていかに埋めることができるかという点がプロジェクトとしての重要なポイントとなる。政府はこれまで6次産業化や農商工連携を提唱してきたが、大きな成果を創出している事例は少ない。





企業による農業参入形態の分類

- 流通・販売現場に近い企業が農業参入した場合には、自己完結型の農業参入の形態になる傾向が強い。その一方で、生産現場に近い企業が農業参入した場合には、開放型・地域貢献型の農業参入の形態になる傾向が強い。
- 自己完結型の企業は、自社の農産物販売網を有し、農産物を囲い込むことで優位となる傾向にある。その一方で、開放型・地域貢献型の企業は、生産者と何らかの繋がりを有し、農産物販売以外に何らかのメリットを生み出そうとしている傾向がある。
- 農業分野へ企業が参入する場合には、単に企業という同じ主体として一括りにしてしまうのではなく、参入意図の本質を見極め、参入企業とどのような関係を築くことができるかを事前検証することで、真に地域にメリットのある企業参入が行われることとなる。



要 約

- ◆ 農業者の所得向上には、価値生産性の追求が必要である。
- ◆ 農業の付加価値追求には、マーケティングに関わるアクター間の緊密ネットワークが重要である。
- ◆ 農産物流通の特徴を、発展段階によって区分した諸国間で比較して把握する。
- ◆ 発展段階で区分した諸国間で農産物流通の国際協力課題が異なる。
- ◆ PPP(官民連携)に基づくフードバリューチェーンの創出により、農業者の所得向上を追求する。
- ◆ わが国の経験から卸売市場のもつ諸機能を見直し、また農業者と民間企業との連携のあり方を、途上国のおかれている状況に合わせて検討し、Win-Winの関係を目指す。