

第 1811 回（2 月 29 日）

野菜の生産・流通の動向

——大規模経営・農協アンケート
を中心に——

堀越孝良・小林茂典

本報告は、所内野菜研究会が野菜の生産・流通に関して行った研究の中間報告である。

野菜消費量は 1980 年代半ばを境に減少する一方、輸入量は急激に増大している。全体の消費量が減少する中で、緑黄色野菜の消費量は増え、加工・外食等の需要は増えているものが多い。長期的には価格は安定化傾向で推移し、農協の取扱い割合は増大している。

大規模経営並びに農協を対象として昨年 5 月～6 月にかけてアンケート調査を実施した結果、次のような諸点が明らかになった。

1. 野菜経営における法人と個人の違い

野菜を収穫している経営のうち野菜を主力にしている経営の割合は、法人経営の方が個人経営より低く、法人ではより多様な農業経営を行っている。しかし、野菜の年間販売額は個人経営ではほとんど 15 百万円以下であるが、法人経営では半分が 5 千万円以上である。経営に野菜を取り入れた理由は、個人経営ではほとんど「所得」であるのに対し、法人経営では商品作り（安心できる野菜作り）、又は経営安定（労働力の有効利用）の手段と考える割合が高い。また、野菜の増産意欲は個人経営に比べ法人経営で圧倒的に高く、今後の野菜生産に関して法人に期待されるところが大きい（ただし、農協アンケートでは、ほとんどの農協が野菜を最も伸ばしたいとしている）。

野菜の出荷は、個人経営では農協出荷が多いが、法人経営では農協出荷は少ない。農協外の出荷先は、個人経営では卸売市場が多いが、法人経営では量販店・生協等が多く、加工・外食等へ出荷する経営も個人経営に比べて高い割合を占める。卸売市場の機能に関し

ては、法人経営で信用（決済）、物流（出荷拒否無し）機能の評価が高いのに対し、個人経営では評価（品質等）、政策（価格安定制度への加入）機能の評価が高い。

2. 農協による野菜流通チャネルの多元化

卸売市場は農協が取り扱う野菜の出荷・販売におけるメインチャネルである。しかし、大規模農協を中心に、市場外出荷割合を増大させようとする意向がみられ、今後は、卸売市場出荷を軸としつつも、多角的流通チャネルの形成がより一層進展するものと見込まれる。また、生産者による野菜直売について今後増えていくとみている農協が多く、生産者による野菜直売も、野菜販売・流通の一つのチャネルとしての地位を確保していくものとみられる。

卸売市場流通においては、大規模農協を中心に、出荷先市場の「集約化」と「予約型取引」の増加が進展するものと見込まれる。

「予約型取引」は、産地側の事前出荷情報と量販店等大口実需者の計画的な仕入情報等に基づいて、卸売業者及び仲卸業者が、卸売市場に現物が入荷する以前に、販売先・数量・価格等を調整していく取引を総称したものである。アンケート結果によると、①卸売業者への出荷情報の提供を行っている農協が約 7 割にのぼること、②そのほぼ 9 割は卸売前日までの事前出荷情報であること、③農協が出荷情報を提供しているケースにおいては、事前出荷（入荷）情報をもとにした、先取りや予約相対取引の割合が相対的に高いこと、④出荷情報を事前に提供している農協の方が、提供していない農協よりも、商物分離取引を行っている割合が相対的に高いこと、等が示されている。