

## 試験研究成果普及情報

部門	経営	対象	普及
課題名：野菜産地の販売戦略策定の参考となる4つの方向			
[要約] 全国の先進事例農協の農産物販売等に関する新しい取り組みを整理、分析した結果、新戦略策定の参考となる以下の4つの方向を導いた。(1) 企業との契約・提携による販路多様化、(2) 特産加工等による地産地消のビジネス化、(3) 直売所等による小規模・高齢農家の活性化、(4) 大規模農家・負債農家への支援体制強化。			
キーワード 産地、戦略、農協、販売、経営			
実施機関名	主 査 農林総合研究センター・企画経営部・流通経営研究室 協力機関 千葉大学、全農千葉県本部		
実施期間	2007年度～2009年度		

### [ 目的及び背景 ]

経済の国際化や国内のデフレ経済下での高齢化・人口減少による農産物消費の縮小等、野菜産地をめぐる環境は、厳しさを増している。今後、産地が生き残るためには、卸売市場向けに特化した農協共販体制や「作った物を売る」というこれまでの発想を見直し、社会情勢や消費ニーズの変化に適合する新たな販売戦略の構築を図ることが必要である。

そこで、全国の先進事例の具体的な取り組みに関する情報収集と分析を行い、産地関係者自らが販売戦略の構築を行うための手がかりを導く。

### [ 成果内容 ]

- 1 農林水産省「農協の新事業像の構築に関する研究会（2009年）」で先進事例として示された16農協の販売戦略に共通するキーワードは、「企業との契約・提携」「特産加工」「直売所」「地産地消」「インショップ」「大規模農家対応」「小規模・高齢農家対応」及び「農業経営支援」の8ワードである（少なくとも3事例に該当することを条件に抽出）。
- 2 多変量解析（数量化理論 類分析及びクラスター分析）の適用により、事例とキーワードの近接度から4類型を導き（図1の類型 ～ ）、新戦略策定の参考となる「4つの方向」として整理した結果は、以下のとおりである。
  - (1) 「企業との契約・提携による販路多様化」
  - (2) 「特産加工等による地産地消のビジネス化」
  - (3) 「直売所等による小規模・高齢農家の活性化」
  - (4) 「大規模農家・負債農家への支援体制強化」
- 3 産地関係者が方向性を選択して販売戦略を策定する上で、それぞれの導入条件及び留意点を参考に（表1：内容は、事例に関する文献調査や農協関係者への聞き取り調査結果に基づく）。

### [ 留意事項 ]

野菜以外の産地や農業法人、農家グループの新戦略策定の参考にもなる。

[ 普及対象地域 ]

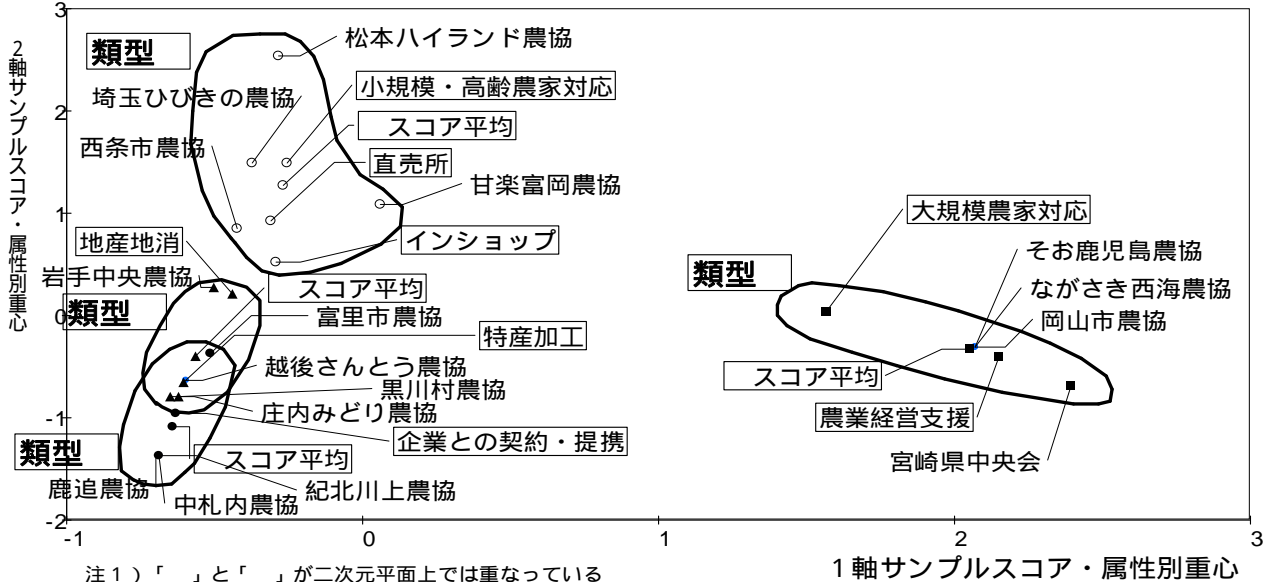
県内全域

[ 行政上の措置 ]

[ 普及状況 ]

県内の普及指導員研修（「産地の経営戦略支援」2010年）の教材として活用した。

[ 成果の概要 ]



- 注1) 「 」と「 」が二次元平面上では重なっている  
 2) 「 」に該当 「 」に該当  
 3) 枠で囲った文字は属性別重心またはクラスター内のスコア平均を表す

図1 数量化理論 類のサンプルスコアとクラスター分析結果の配置

表1 「4つの方向」ごとの導入条件・留意点

方向				
方向のネーミング	企業との契約・提携による販路多様化	特産加工等による地産地消のビジネス化	直売所等による小規模・高齢農家の活性化	大規模農家・負債農家への個別支援体制強化
関連するキーワード	・企業との契約・提携（加工・業務用等）	・特産加工 ・地産地消	・小規模・高齢農家対応 ・直売所 ・インショップ	・大規模農家対応 ・農業経営支援
導入条件	・契約観念のある農家の育成 ・契約農家の組織化 ・リスク管理（欠品、クレーム対策等） ・販売企画スタッフの育成 ・原価把握・管理による商談 ・販売情報に関するネットワーク形成	・地域資源の発掘（特産品、伝統的料理等） ・地元の農工商連携体制（6次産業化等の行政施策の有効活用） ・販路拡大・商品開発（加工品の生産ロットと原価のバランスを見極め）	・営農指導と販売対策の結合（直売所、インショップ等の販路に適合した営農面の指導体制） ・農家の能力に合ったステップアップの動機付け（能力に応じ、直売所 インショップ 通販・ギフト向けのような販路設定）	・経営計数把握ノウハウ、データの蓄積、分析体制の確立 ・経営データを読める人材の育成 ・青色申告支援等のメリット形成と一体となった支援体制の確立 ・指導、販売、購買事業の連携
留意点	契約・提携は、必ずしも地元企業にこだわらない。契約打ち切り等のリスクがあるので、特定企業への過度な依存は避ける。	ビジネス化を図るには、地元以外の販路拡大が重要である。一定の生産ロットの確保と原価管理による採算性の維持が重要である。	直売所やインショップを消費者との情報交流拠点として活用することが、重要である。地域全体の振興方針や中核的農業経営の振興策との整合にも留意する。	先進事例農協に見られる大規模農家対応専門チームの設置も検討する。県域段階での経営データ蓄積体制を図ることにより経営データの信頼性を高める必要がある。

[ 発表及び関連文献 ]

農協販売事業の新戦略に関する一考察、関東東海農業経営研究、第101号、2010年

（投稿中）

[ その他 ]

平成17年度試験研究要望課題（提起機関：全農千葉県本部）