

(2018年9月号掲載)

群馬県の「野菜産直ビジネス」について

一般財団法人 群馬経済研究所
主任研究員 小此木伸一

～要 約～

1. 群馬県の野菜の生産は、2016年実績で1070億円にのぼり全国6位の規模である。個別野菜の出荷ベースで見ると、キャベツが全国1位、きゅうりが同2位、はくさい、ほうれんそう、レタス、なすが3位となっている。
2. 国内の野菜流通の中心的役割を担うのは卸売市場であるが、近年、産地から加工業者、小売業者、消費者などの実需者に販売する産地直接取引が増加してきている。要因としては、流通経費の削減や新鮮、安心など商品の差別化、数量・価格の安定的調達などの需要者側ニーズがあるためと考えられる。
3. こうした野菜の産地直接取引に関するビジネス（以下「野菜産直ビジネス」）の特徴や役割を明らかにするため、野菜を実需者に直接販売する事業者に対してヒアリング調査を実施した。
4. ヒアリングした「野菜産直ビジネス」を行う事業者は、①農産物直売所等を通じて契約農家の野菜を直接消費者に販売するビジネスと、②事業先と契約し、提携農家が生産した野菜を長期的、安定的に販売するビジネス、に二分できる。
5. 「取り扱う野菜の特徴」を聞いたところ、①新鮮であること、②産地や生産者が特定できること、③希少であること、④品目と数量を確保して出荷期間が長いこと、が挙げられた。
6. また、「生産者と実需者との調整等」について聞いたところ、①契約生産、契約販売、②販売価格の調整、③生産者と実需者の間で情報を仲介、が挙げられた。
7. 「野菜産直ビジネス」により、農家には収入の増加や経営の安定、実需者ニーズの把握、新たな販路の開拓、販売チャネルの増加、などのメリットがある。一方、実需者側には、新鮮野菜の調達、不作時の調達量確保、希少野菜の調達、生産者情報の取得、実需者側ニーズに対応してもらえる、などのメリットが考えられる。
8. ①農産物直売所ビジネスでは、比較的規模の小さな農家や新規就農者にとって、消費者ニーズの把握や流通経費の削減による収入の増加などが期待できる。②事業先に提携農家の野菜を販売するビジネスでは、新規就農者の栽培技術の向上や立ち上がり時の経営安定化、さらに経営力のある農家の規模拡大や産地の活性化などでも効果を発揮することが考えられる。「野菜産直ビジネス」の事業者がこうした機能をさらに強化し、群馬県の野菜農業発展の大きな原動力になることが期待される。

キーワード：野菜 卸売市場 市場外流通 農産物直売所 契約栽培 産地間連携