

系統農協組織による業務用野菜販売の今日的展開
—全農青森やさいパッケージセンターの事例—

石塚 哉史* 垣内 圭* 王 兢** 大橋 治*** 尾崎 亨**** 香月 敏孝*****
神田 健策***** 周 曉東***** 宋 曉凱***** 曹 斌*****
原 温久***** 藤島 廣二***** 山藤 篤***** 楊 岩*****

The Current State of Marketing Strategies for Processing Vegetables
The Case of JA Aomori Vegetables Package Center

Satoshi ISHITSUKA* Kei KAKIUCHI* Jing WANG** Osamu OHASHI*** Toru OZAKI****
Toshitaka KATSUKI***** Kensaku KANDA***** Xiaodong ZHOU*****
Xiaokai SONGE***** Bin CAO***** Haruhisa HARA*****
Hiroji FUJISHIMA***** Atsushi YAMAFUJI***** Yan YANG*****

The purpose of this paper is to analyze the development and problem of marketing strategies by processed vegetable in Agricultural cooperative. The data are based on the results of fieldwork in Towada, Aomori prefectures.

The findings are follows.

- 1) Depending on the desired sales partner, it was realized sales channels ensuring urban by increasing the number of items.
- 2) Because there is a bias in sales volume of the material, there is a need to achieve a balance in the future.

(Received August 31, 2015; Accepted December 1, 2015)

はじめに

周知の通り、農協における野菜販売事業は、中・小規模農家による出荷が多数を占めることを前提に、「平均売り」、「共同計算」、「無条件委託」を基軸として運営を行っているところである。しかしながら、最近の農協系統利用率を農林水産省『総合農協統計』からみていくと、平成10年に93.1%であったものの、同23年では85.5%と低下傾向を示している。これらの要因として、実需者・消費者ニーズの変化により、野菜流通の大型化・広域化が進展していることが指摘できる。この様に野菜流通を

巡る情勢変化に対して、従来の農協による野菜販売事業では全てをカバーすることが困難になりつつある。

このような状況の下で、農協による野菜販売事業の強化を目指した取り組みとして、加工事業への関心が高まっている点があげられる。その背景には、第1は産地加工に取り組むことで安定価格での野菜販売を実現し、生産者を系統出荷へ誘導する手段と捉えている点、第2は量販店のバイイングパワーが強まる中で、野菜流通において業務用需要への対応が迫られている点、第3は出荷された野菜の下位等級品等にも加工処理を施すことで付

Keywords: 農協 (Agricultural cooperative)、加工用需要 (Processing for demand)、野菜 (Vegetables)

*弘前大学 **亜東信基(北京)農産品有限公司 ***岩手大学連合大学院元特別研究生 ****酪農学園大学 *****愛媛大学
*****弘前大学名誉教授 *****佳沃(青島)現代農業有限公司 *****曲阜師範大学
*****中国社会科学院農村發展研究所 *****東京農業大学 *****東京聖栄大学
*****農水産物流通研究所

加価値の創出が可能になる点、の3点が関係している。前述の様に、加工用需要や実需者への対応に関する取り組みが活発になっているが、単協のみでは野菜加工に係る作業や供給可能な数量に限界が生じており、単協と連合組織¹⁾との系統農協間連携の必要性が高まっている。したがって、前述の点と共に農協所有の加工事業共同利用施設に対する注目も高まっているといえよう。このことは、単協の補完組織として位置づけられている連合組織の共同利用施設に関しても同様である。これらの施設が有効活用することにより、産地に立地する単協による直接的な実需者対応を中心とした作業負担の軽減につながる役割を果たせることになる。

以上の様な情勢を踏まえて、国産野菜の業務用・加工用需要の拡大や安定供給を目指す系統農協組織も現れつつあり、その動向への関心が高まっている。その中でも、青果物卸売市場内において卸・仲卸が担っていたパッケージ等の包装・加工業務であったものの、最近では全農県本部や農協がその業務を行うようなケースも見受けられている。しかしながら、現段階では設備を有する全農県本部および農協に限られているために、その取り組み内容に関しては未だに不明瞭な点が多い²⁾。

そこで本稿の目的は、近年青森県内農協の業務用対応を補完するとともに、その取扱規模を増加させつつある全農青森やさいパッケージセンターの事例に基づき、野菜の主産地に立地する系統農協組織が量販店に代表される業務用需要に対していかなる取り組みを行っているのかについて明らかにし、その現段階と課題について検討

していくことにおかれる³⁾。

今回、全農青森やさいパッケージセンターに着目した理由は、他の系統農協組織による同様な機能を有する施設と異なり、①都市部の消費地とは遠隔地である点、②ながいも、ごぼう等といった根菜類の生産・出荷量が国内最大産地という立地面での優位性を有する産地に立地している点の特徴が存在していることである。従って、その取り組み内容が他の野菜の有力産地に対して有益な情報になるものと判断したためである。

全農県本部が主管する野菜加工関連施設の実態

表1は、全農県本部が主管する野菜加工関連施設の概要を整理したものである。この表をみると、現時点で全農県本部が主管する野菜加工処理施設は、現在8県本部において確認することができる。これらを地域別に区分すると、東北地方と関東地方が各3ヵ所と他地域よりも多く立地していることが読み取れる。いずれの施設においてもパッケージ等の包装や加工という付加価値をつけた野菜流通を志向して販路確保につなげることを目的としている点が容易に想定できる。

次いで、加工処理施設の機能についてみると、青森県、宮城県、福島県、福岡県はパッケージ業務が中心であった。これらの4県は量販店等のニーズに対応し、パッケージ業務を担うことで県域の組合員が生産する野菜の有利販売に取り組んでいる。

さらに、主要な取扱品目は、宮城県、茨城県、千葉県、徳島県の5県が青果全般、埼玉県と福岡県は果菜類が中

表1 連合組織(全農県本部)が持つ加工処理施設の概要

全農県本部	施設名	設立年度	機能	主要取扱品目	特徴
青森県	JA全農あもりやさいパッケージセンター	平成19年	パッケージ、カット	ながいも、ごぼう、にんにく、こかぶ	<ul style="list-style-type: none"> ● 根菜類を扱うことで周年供給を可能 ● 全ての原料を単協を介して調達
宮城県	全農みやぎ青果物セットセンター	平成元年	パッケージ	青果全般	<ul style="list-style-type: none"> ● 包材に植物由来である「ポリ乳酸袋」を使用
福島県	青果物流通センター	不明	パッケージ	しいたけ等	<ul style="list-style-type: none"> ● 平成16年に「青果物流通センターしいたけ生産販売協議会」を設立
茨城県	VFステーション	平成5年	選果、パッケージ	青果全般	<ul style="list-style-type: none"> ● 生産者との直接契約が主体(一部、単協を介して部会と契約するケースもある)
千葉県	青果物加工センター	平成17年	カット、調理加工	青果全般	<ul style="list-style-type: none"> ● 多様な品目を取り扱うことで周年供給を可能 ● 調理済食品、所謂総菜も生産
埼玉県	全農さいたま青果ステーション	平成21年	選果、パッケージ、梱包、運搬作業の受託	トマト、ニンジン、さといも、きゅうり、グリーンアスパラガス、なす、ばれいしょ、ねぎ、その他	<ul style="list-style-type: none"> ● 多様な品目を取り扱うことで周年供給を可能 ● 加工品の企画・提案を行っている。(学校給食等への原料供給)
徳島県	青果加工センター	不明	加工、販売	青果全般	
福岡県	VFステーション	不明	パッケージ	トマト、ミデイトマト、きゅうり、リーフレタス、キャベツ、ブロッコリー、雪嶺茸、その他	

出典: 各全農県本部HPより作成。

心、青森県は根菜類が中心という構成である。前述の青果全般や果菜類を取り扱っている施設は、多種多様な品目に対応することで周年供給を展開させている。しかしながら、青森県においては、他県と比較すると品目数は限定しているものの、国内有数の生産量を誇るスケールメリットに加え、日持ちが良く、輸送に耐性がある特性を活かした野菜（ながいも、にんにく、ごぼう）をカット・パッケージ業務の対象としている点が特徴的な取り組みといえよう。

やさいパッケージセンターにおける 加工・包装事業の今日的展開

1. 全農青森やさいパッケージセンターの概要

全農青森やさいパッケージセンター（以下、「やさいパッケージセンター」とする。）は、①実需者への迅速な対応（消費者の少量購入や棚持ちの良さ等実需者ニーズに対応した様々な個包装アイテム）、②農協出荷施設・労力不足の補完（青森県内単協のパッケージ施設不足や夏秋野菜の最盛期における労力不足の解消）、③流通コストの低減（資材の簡素化や通いコンテナの使用等）、④付加価値をつけた販売（契約販売や鮮度保持フィルムの活用等）の4点を目的として平成18年に設立し、翌年の同19年から操業開始し、現在に至っている。

事業の運営および企画は全農青森県本部が行い、出荷および加工業務については一般社団法人上十三広域農業振興会（青森県東部の上北郡、十和田市、三沢市の野菜産地の形成に資する流通および情報事業の充実を目的として設立された組織である。以下、「上十三農業振興会」と省略）⁴⁾へ作業委託を行っている。

施設の総面積は9,72.9㎡であり、その施設内にパックルーム（509.9㎡）、ながいも皮むきルーム（43.6㎡）、洗浄場（120.2㎡）、原料保管庫（122.4㎡）、製品保管庫（93.5㎡）および資材庫（50.1㎡）を設置している。従業員は正規職員5名（全農青森県本部3名、上十三農業振興会2名）、パート職員30名（上十三農業振興会）である。

2. やさいパッケージセンターの加工・包装事業の特徴

図1はやさいパッケージセンターにおける加工、流通ルートを図示したものである。この図から、やさいパッケージセンターの原料野菜は、生産者（および農協の生産部会）から出荷された野菜を単協を経由して全量調達していることが読み取れる。単協との原料調達は、予約相対販売と買い取り販売の双方が存在していた。調達した野菜は、センターにおいて加工・包装に係る作業工程が施された後、実需者へ販売される。加工・包装に関しては、各品目が実需者のニーズに基づいた対応が行われている。センター内では、加工・包装に係る業務が行われるのであるが、品目によってその作業は異なっている。

具体的に品目ごとの主要な作業を見ると以下の通りである。ながいもは、「皮むき」および「カット」、「袋詰め」と他の品目よりも作業の種類が多く行われている。次ににんにくであるが、個包装が主流であるために「袋詰め」および「皮むき」である。最後にごぼうについては、「袋詰め」、「カット」および「洗浄」となっている。

こうした加工・包装を施された野菜の流通先である実需者は、卸売業者、仲卸業者、生協、量販店食品企業等

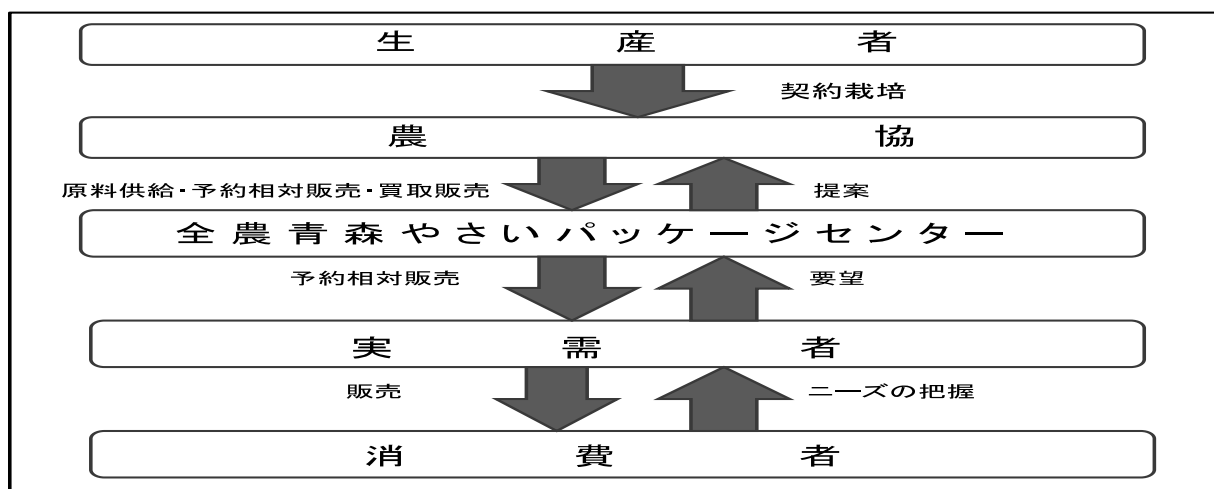


図1 やさいパッケージセンターの流通ルート

資料：全農青森県本部資料より作成。

である。ただし、生協、量販店および食品企業に関しては、卸・仲卸を経由して流通していた。これらの最終実需者への直接販売ではなく、卸・仲卸を介在させた理由は、業務用・加工用流通および販売業務の経験の浅い系統農協が、量販店および食品企業と取引（主に代金決済）を行うよりも、日常の業務において従事している事業者が担った方が円滑に行えると全農青森県本部が判断したためである。なお、卸・仲卸とは、予約相対販売による取引が中心となっている。

次に、やさいパッケージセンターにおける品目別取扱状況についてみていこう。表2は、やさいパッケージセンター設立後の品目別取扱実績の推移を示したものである。この表から、平成24年の取扱数量3,161t、同販売額は11億4,800万円であり、前年比105.7%、128.5%と両者共に増加を示していることが読み取れる。取扱量および取扱額の最大の特徴として、操業開始年度から現在にかけて、数量に関しては増加傾向を継続させていることがあげられる。その増加幅は、操業開始年次（平成19年）の数値（1,517t、5億1,700円）と現在を比較すると明白なものであり、わずか5年間の期間で、数量、金額ともに2倍以上の規模にまで拡大したことが理解できる。

品目別にみると、ながいもは2,821t、9億5,100万円（平成24年の数値）であり、全体の89.2%、82.8%を占めており、その構成比は著しい。ながいもについては、操業開始年次（平成19年）から現在にかけて一貫して80%台前後（取扱量82～89%、取扱額68～82%）という高い水準の構成比を維持しており、やさいパッケージセンターの主力品目であることが理解できる。ながいもの取扱量が増加している要因として、詳細は後述するが3Lおよび4Lという大きなサイズのいもが核家族や

単身者が増加する最近の世帯員構成による消費実態との対応がしにくくなっており、これらのサイズをカットすることによって、市場に対応させるような取り組みを積極的に取り組んでいることが功を奏したものと考えられる。

次ににんにくについてみると、150t、1億4,500万円（平成24年の数値）であり、前年と比較すると166.7%、122.9%と増加しているが、操業開始年次から比較すると微減している。にんにくは単協および生産農家が自ら包装する設備を所有しているケースも見受けられ、市場価格が高値で推移した際には、生産農家サイドがやさいパッケージセンターを経由せず、自ら包装・加工して流通するケースも存在しているので取扱数量が増加しにくい品目といえよう。従って、設立年次から現在にかけてにんにくの占める比率は取扱数量で3～5%、取扱額で11～20%となっている。数量の比率に対して取扱額の比率が倍以上のシェアを示していることから、他品目よりも収益性が高い品目であることが伺える。

さらにごぼうについては、180t、5,000万円（平成24年の数値）と、主要品目の中では前述のにんにくと同様に全体に占める取扱規模が小さい品目（取扱量5～13%、取扱額4～10%）に位置づけられる。こうした事象に関しては、最近3カ年におけるごぼうの市場取引価格が通常よりも高値で推移しており、加工・包装を施すと、さらに価格が高額となるために実需者側が敬遠し、取引量が停滞していることが影響している。

なお、その他に該当する主な品目として、かぶがあげられる。具体的には、野辺地町を中心に栽培されている、地域団体商標を取得した野辺地葉つきこかぶ⁵⁾がその大半を占めていた。

表2 やさいパッケージセンターにおける取扱実績の推移

（単位：トン、千円）

		平成19年		平成20年		平成21年		平成22年		平成23年		平成24年	
		実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
合 計	数量	1,517	100.0	2,158	100.0	2,734	100.0	2,895	100.0	2,991	100.0	3,161	100.0
	金額	517,000	100.0	677,000	100.0	712,000	100.0	958,000	100.0	893,500	100.0	1,148,000	100.0
ながいも	数量	1,247	82.2	1,923	89.1	2,274	83.2	2,560	88.4	2,686	89.8	2,821	89.2
	金額	354,000	68.5	480,000	70.9	530,000	74.4	782,000	81.6	710,000	79.5	951,000	82.8
にんにく	数量	90	5.9	90	4.2	100	3.7	90	3.1	90	3.0	150	4.7
	金額	110,000	21.3	157,000	23.2	118,000	16.6	112,000	11.7	118,000	13.2	145,000	12.6
ごぼう	数量	180	11.9	145	6.7	360	13.2	230	7.9	190	6.4	180	5.7
	金額	53,000	10.3	40,000	5.9	64,000	9.0	60,000	6.3	59,000	6.6	50,000	4.4
その他	数量							15	0.5	25	0.8	10	0.3
	金額							4,000	0.4	6,500	0.7	2,000	0.2

資料：全農青森県本部資料より作成。

表3 全農青森県本部系統出荷量に占めるやさいパッケージセンター取扱量のシェア

(単位:トン、%、円/kg)

		平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年
ながいも	①全農青森県本部系統出荷量	31,700	29,300	28,600	25,600	25,500
	②やさいパッケージセンター取扱量	1,923	2,274	2,560	2,686	2,821
	③取扱比率(②/①)	6.1	7.8	9.0	10.5	11.1
にんにく	①全農青森県本部系統出荷量	4,300	4,200	3,500	4,300	4,300
	②やさいパッケージセンター取扱量	90	100	90	90	150
	③取扱比率(②/①)	2.1	2.4	2.6	2.1	3.5
ごぼう	①全農青森県本部系統出荷量	12,000	15,000	12,000	11,000	15,000
	②やさいパッケージセンター取扱量	180	145	360	230	190
	③取扱比率(②/①)	1.5	1.0	3.0	2.1	1.3

資料:表2と同じ。

表3は、全農青森県本部の出荷量に占めるやさいパッケージセンターによる取扱量のシェアを示したものである。この表から、平成24年のシェアをみていくと、ながいも11.1%、にんにく3.5%、ごぼう1.3%であることが読み取れる。とりわけ、ながいもに関しては、前年に引き続き10%強のシェアを確保し続けている。

なお、全農青森県本部やさい部の担当職員に対するヒアリングによると、やさいパッケージセンターによる年間販売額の目標は10億円と設定しており、現状の取扱規模を維持することが可能であれば、運営上において特段問題はない旨の理解を示していた(当初の設立段階における予定では、販売額10億円を達成するのは操業開始から5年以上の期間を要すると計画しており、平成23年での達成が想定よりも早期に実現できたといえる)。

表4はやさいパッケージセンターにおける主要品目の取扱アイテム数について示したものである。調査時点のやさいパッケージセンターによるアイテム数は26アイテムであり、品目別にみると、ながいも12アイテム、にんにく5アイテム、ごぼう9アイテムであった。全ての各アイテムが出荷規格のサイズ(S・M・L等)に応じてアイテムをそろえる形態が主流であった。それ以外

にも、ながいもおよびごぼうという重量野菜であり、なおかつ、他の野菜と比較すると形状も大きい(長い)品目は、カットした形状で包装するアイテムも存在していた。ただし、パッケージの規格は品目毎に異なっており、ながいもは重量ベース(200g、250g、300g、350g)、ごぼうはサイズ(長さ)ベースで区分されていた。

この点は、ながいもは前述の通り、他の2品目よりも需要が多いために細分化されたアイテム構成となっている。この要因は、エンドバイヤーが関東中心に多店舗展開している量販店であることから、カットに対する要望が多かったため、それに応じたものである。また、食品企業へ流通したながいもは、コンビニエンスストアおよび量販店のうどん、そば等のトッピング(とろろ)として消費されているのが主流である。

新規パッケージの提案については、設立当初は、パッケージセンターから卸・仲卸へ提案としていたのであるが、最近では、エンドバイヤーである量販店からの要望を、卸・仲卸が集約したものに対応するようにシフトさせている。具体的には、重量ベースのアイテムの事例が参考になるものと思われる。設置当初は、200g・300gという様な、100g単位でのアイテムしか存在していなか

表4 やさいパッケージセンターにおける主要品目の取扱アイテム数

品目	パッケージ規格		アイテム数
ながいも	① 2L・1本袋詰め	⑦ 250gカット・袋詰め	12
	② L・1本袋詰め	⑧ 200gカット・袋詰め	
	③ M・1本袋詰め	⑨ 真空パック(300g)・袋詰め	
	④ S・1本袋詰め	⑩ コンテナ(L・1本袋詰め×18本)	
	⑤ 2S・1本袋詰め	⑪ 段ボール(2L・1本袋詰め×15本)	
	⑥ 350gカット・袋詰め	⑫ 段ボール(350gカット・袋詰め×24本)	
にんにく	① 2L・1個袋詰め		5
	② L・1個袋詰め		
	③ M・1個袋詰め		
	④ M・2個袋詰め		
	⑤ 段ボール(2L・1P袋詰め×20袋)		
ごぼう	① L・1本袋詰め	⑥ L・ハーフカット2本袋詰め	9
	② M・2本袋詰め	⑦ 2M・ハーフカット2本袋詰め	
	③ 2M・2本袋詰め	⑧ 段ボール(L・カット2本袋詰め×40袋)	
	④ S・2本袋詰め	⑨ 段ボール(M・カット2本袋詰め×20袋)	
	⑤ 2S・3本袋詰め		

資料:表2と同じ。

ったのであるが、量販店側から消費者の多種・多様化へ対応するよう、50g 単位での販売を要望されたため、それに応じたアイテムが設置され、現在に至ったところである。

3. やさいパッケージセンターと単協との加工・包装事業の連携

表5は、やさいパッケージセンターにおける単協からの（原料野菜）買取実績を示したものである。単協の買取実績をみると、全ての農協において買取数量が増加傾向を示している。各単協の数量をみると、おいらせ農協のシェアが著しい。平成24年の数値では、おいらせ農協が57.0%と過半数を占めており、次いでゆうき青森農協（22.9%）、十和田おいらせ農協（19.4%）となっている。とりわけ、おいらせ農協は、ながいも、ごぼうの数量が他単協と比較すると圧倒的に多い。それに対して、県内最大のながいも産地であるゆうき青森の出荷量がさほど多くない理由は、管内でパッケージに対応可能な設備を有している点に関係している。ゆうき青森農協は、B品のながいもを全量産地でパッケージングしていた。にんにくにおいては、ゆうき青森農協の数量が多い。これは平成23年からにんにくの選果作業を、（生産者による）個選から、やさいパッケージセンターで一括して選果する共選に切り替えたためである。

単協における産地パッケージへの取り組みは、ゆうき青森農協だけでなく、おいらせ農協、十和田おいらせ農協においても行われている。各単協においても産地パッケージの取り組みを行っているのにも関わらず、単協からの継続した原料調達が可能となっているのは、やさいパッケージセンターがそれぞれの単協に対して補完組織としての役割を果たしているためである。

こうした、やさいパッケージセンターによる各単協に対する共通の役割は、製品の販売先である実需者の窓口となっている点である。販売先が大型量販店等、大口実需者である場合、需要量が多いことから、単協よりもロットの確保が可能である全農県本部へと発注が行われるケースが多い。そこで全農が販売先の窓口となり注文を受け、各単協へとパック作業を振り分けている。また、ゆうき青森農協の様にパッケージ事業の規模が比較的大きな単協においては、全農県本部と単協が、自分たちでは対応しきれない作業を互いに補いあうという関係が成り立っている。

以上により、全農県本部はいずれの単協に対しても補完組織としての機能を果たしていることが明らかになった。また、やさいパッケージセンターと原料調達先である単協は、原料の供給およびパッケージ作業の補完等の取り組みにより、互いに連携していることから、単協と全農県本部の連携体制が構築されていることが理解できる。

おわりに

本稿では、野菜の主産地に立地する系統農協組織が量販店に代表される業務用需要に対していかなる取り組みを行っているのかについて明らかにし、その現段階と課題について検討してきた。最後にまとめとして、前節までに明らかとなった点を整理するとともに残された課題を示すと、以下の通りである。

やさいパッケージセンターは、日本最大の有力な産地からの安定供給を利活用し、ながいも、にんにくおよびごぼうのカット・包装事業を拡大させている。とりわけ、ながいもに関しては、実需者からのニーズに対して、アイテム増加等の円滑な対応することによって、都市部の

表5 やさいパッケージセンターにおける単協別買取実績

（単位：トン、%）

	十和田おいらせ農協					ゆうき青森農協				
	ながいも	にんにく	ごぼう	小計	構成比	ながいも	にんにく	ごぼう	小計	構成比
平成21年	378.8			378.8	25.9	320.0			320.0	21.9
平成22年	389.0			389.0	20.9	193.0	42.8	38.0	273.8	14.7
平成23年	403.1			403.1	19.3	283.8	99.1	10.8	393.7	18.8
平成24年	432.9	2.0	0.4	435.3	19.4	414.8	97.9	1.9	514.6	22.9
平成25年	165.1	5.6		170.7	15.3	146.3	33.6	9.7	189.6	17.0
	おいらせ農協					合計				
	ながいも	にんにく	ごぼう	小計	構成比	ながいも	にんにく	ごぼう	小計	構成比
平成21年	524.9			524.9	35.9	1,463.2			1,463.2	100.0
平成22年	955.1	49.7	163.8	1,168.6	62.8	1,562.7	95.8	201.8	1,860.3	100.0
平成23年	1,076.0	13.5	151.7	1,241.2	59.4	1,806.2	121.5	162.5	2,090.2	100.0
平成24年	1,033.5	32.9	212.9	1,279.3	57.0	1,895.3	132.8	215.2	2,243.3	100.0
平成25年	584.7		117.7	702.4	63.0	945.7	42.0	127.4	1,115.1	100.0

注)平成25年度は10月末までの実績を記載している。

出典：全農県本部資料より作成。

販路確保を実現させている。実需者ニーズへの対応の積み重ねが、現在の系統出荷量の10%という一定程度の規模にまで取扱量を拡大させたことに繋がったといえよう。これらの取り組みは、販路確保以外にも都市部での消費形態を把握するという重要な役割も果たしており、今後の産地振興を検討する上でも、有益な検討材料に資するものであると評価できよう。

以上の様に取扱量を拡大させているやさいパッケージセンターであるが、残された課題も存在している。筆者は、品目間のバランスを図る必要があると指摘する。前述の通り、ながいも以外の品目に関しては、取扱量が限定されているため、実需者の需要増加への対応が制限されていることである。今後も全農青森県本部が設定する年間取扱額10億円以上という水準を維持するには、単一品目に傾倒するよりも容易にリスク回避することが可能であると思われるので、改善することに期待したい。

とはいえ、設立後の数年間で現在の体制を構築した全農青森県本部およびやさいパッケージセンターの取り組みには、他産地が参考となる事例は存在しているものと考えられ、筆者も今後の動向に注目していきたいと考えている。

註

- 1) 全農、全農県本部および県経済連のことを指している。
- 2) 全農県本部が主管する選果およびパッケージ機能の関連施設について言及した研究として、主要な既存研究に尾高、佐藤等が挙げられる。前述の成果は全農茨城県本部のVF事業を中心に分析を行っている。
- 3) 本稿の作成にあたり、筆者は平成25年8月に全農青森県本部やさい部やさい花き課、同年12月に全農あおもりやさいパッケージセンターにおいて訪問面接調査を実施した。ご多用にも関わらず協力していただいた上述の部内の職員へこの場を借りて謝意を申し上げる。

- 4) 上十三広域農業振興会は、昭和47年に社団法人上北広域野菜生産出荷振興会として設立し、平成24年に現在の組織体制となっている。会員は、9市町村(十和田市、三沢市、横浜町、野辺地町、東北町、七戸町、おいらせ町、六戸町、六ヶ所村)および3農協(十和田おいらせ農協、ゆうき青森農協、おいらせ農協)、全農青森県本部の13会員である。
- 5) 野辺地葉つきこかぶは、平成24年8月に特許庁より地域団体商標の登録認可(第5513618号)を受けたブランド野菜である(権利者:ゆうき青森農協、全農)。生育期にヤマセの影響を受けるため(夏場において昼夜の寒暖差が大きい)、柔らかくて甘い特性をもっており生食に適している点が挙げられる。農協による野辺地葉つきこかぶの取り組みは権・神田が詳しい。

参考資料

- 石塚哉史「系統農協組織における業務用野菜販売強化に関する取り組みー全農あおもりやさいパッケージセンターの事例ー」『野菜情報』第118号、2014年
- 尾高恵美「JAグループにおける農産物販売強化の取り組みー野菜の加工・業務用需要対応における連合組織の役割を中心にー」『農林金融』第65巻4号、2012年
- 権慶梅・神田健策「総合農協における農協信用事業の役割に関する一考察ー小規模販売野辺地町農協を事例としてー」『協同組合研究』第29巻第2号、2010年
- 佐藤和憲「野菜の加工・業務用需要と産地のマーケティング」『農業および園芸』第82巻1号、2007年

付記

本稿はJSPS 二国間交流事業共同研究「高効率青果物流通システムの構築に関する日中両国間比較研究」の研究成果の一部である。