

普及機関等が業務用野菜の 契約取引導入を支援するためのマニュアル

国内野菜産地での契約取引の拡大は、業務用需要の増加や国産原料を求める機運など、対応が急がれる課題です。そこで、契約取引に不慣れな産地向けに、契約取引導入に必要な手順を整理したマニュアルを作成しました。

☆ 技術の概要

- 市場流通で代替しやすい内容の契約では、実需者は継続的に取引する必要はありません。実需者が取引継続に努めようとする条件を、現在ある施設や技術を活用しながら確保し、他産地との競合を回避することが、取引継続には重要です。そこで、表のような他産地との競合や実需者との関係を検討するための産地戦略のチェックシートを本マニュアルでは用います。

表 契約取引導入に備えた産地戦略のチェックシート

チェックポイント	細目		内容（記入例）
技術的にもコスト的にも生産できる範囲	作れる商品	品目	秋冬キャベツ
		栽培方法	慣行栽培、周辺地域よりは農薬使用量は少ない
		規格	大玉になりやすい、12月ごろアラルの害で等級が落ちる
		品質面の注意事項	大玉狙いは不味くはならないが、割れる危険性に注意
	供給できる量	最大限できる生産量	11月なら月に20t
		供給できる期間	10～3月
	安定的に出せる1日ごとの出荷量	200kg	
他産地との競合を避けるもしくは自分に有利な需要を選ぶ	産地指定		有名でもないので地場産以外ではあり得ない
	技術的条件		特に特徴はなく、もともと農薬使用量が少ない
	立地、地域的条件		県庁所在地近郊、交通の便がよいなどを活かせる
	人的交流		生協などとの産直も、グリーンツーリズムもない
産地も実需者もそう簡単には取引を止められなくできる	実需者との接触機会		接触しやすい県内の実需者だが、畑まで来るのは仲介業者だけ
	製品開発へのこだわり		品種を指定
	契約取引で消費者にアピールできる材料		地産地消

- キャベツの外葉を取り除くなど簡単な条件でも、一般の市場流通と異なるなら、いくつも条件を重ねてしまえば、実需者も同じ条件はすぐには確保できません。実需者側から契約農家との協調関係を維持しようとの意欲も深まり、取引の安定につながります。
- 契約取引の計画ができて、生産者やJAなどに実需者を満足させる原料供給に対する意図が理解されていなければ、継続的な取引は望めません。本マニュアルでは普及指導員等が生産者と実需者との間の相互理解を深めて、試験研究機関などを含めた連携体制作りすることを想定し、契約取引におけるコーディネーターの役割についてもまとめています。

☆ 活用面での留意点

- 本マニュアルは、中央農業総合研究センター マーケティング研究チームのホームページ (<http://narc.naro.affrc.go.jp/soshiki/mrt/result.html>) からダウンロードできます。

（中央農業総合研究センター マーケティング研究チーム主任研究員 森尾 昭文）