

大規模稲作経営による高収益米直売戦略

大規模稲作経営では、所得向上策として消費者や業者（中食・外食産業等）への商品差別化による米直接販売が行われています。しかし、特に業者の価格交渉力が強く、所得向上に結びついていない経営もあります。そこで、消費者と業者に主食用米3品種を全量直売する北海道の大規模稲作経営の分析から、大規模で高収益の米直売戦略を明らかにしました。

☆ 技術の概要

1. 対象経営の直売戦略は経営内の有形無形資源を生かし、特徴ある商品を核に、消費者と業者の各顧客層に商品差別化の活動とプレミアム価格を含む価格設定を行うものです(図)。
2. このため、生産販売過程で特徴ある商品を差別化する基礎的な活動を行い、さらに各顧客層向けに商品価値を一層高める活動を付加しています。具体的には、良食味で全国の生産量が少ない希少な「品種X」の自社採種や百貨店催事での販売・商談等の基礎的な活動を行っています。消費者向けには多頻度小ロット配送や自然乾燥米の販売など、業者向けにはブレンド米の製造などの活動を加えていますが、業者より消費者向けの活動を充実させています。
3. 商品価格は販売量と選好により顧客層毎に異なります(表上段)。販売量の少ない消費者の価格は全品種高めですが、特に需要の多い「品種X」を450円/kgのプレミアム価格としています。一方、業者へは平均300円/kgと低価格で大量販売しています。
4. 消費者向けは大量販売が難しいものの収益性が高く、業者向けは収益性で劣るが大量販売できます(表下段)。消費者にプレミアム価格、業者に手頃な価格を設定し、消費者向けに差別化活動を重点化することで、大規模経営における高収益の直売が実現できます。

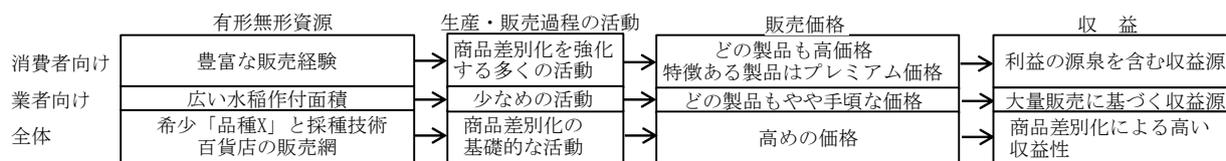


図 大規模稲作経営の米直売戦略

表 顧客層・品種別の販売量・販売価格・収支

	消費者			業者		
	「品種X」	「品種X」以外	計	「品種X」	「品種X」以外	計
販売量 (t)	91	2	93	76	121	197
販売価格 (円/kg)	450	373	448	323	285	300
(米) 生産部門の収入	2,703	63	2,766	2,245	3,390	5,635
万販 (うち制度受取金等)	500	12	512	415	653	1069
円売 生産原価	1,736	42	1,778	1,442	2,250	3,692
の 生産過程での利益	967	21	988	803	1,140	1,943
収 直売部門の販売収入	4,091	68	4,160	2,439	2,907	5,346
支 販売及び一般管理費	2,914	62	2,976	2,420	3,327	5,747
販売過程での利益	1,177	7	1,184	19	-420	-401
利益合計	2,144	28	2,172	821	720	1,542

注：直売部門は分社化している。

☆ 活用面での留意点

北海道の良食味米地域の経営を対象とした分析結果です。

(北海道農業研究センター 主任研究員 澁谷 美紀)