

Ⅱ 中間事業者

1 業務用青果物等の販売動向

卸売業者、生産者団体における青果物販売額に占める業務用の割合はきわめて低い

卸売業者（卸売市場の卸売業者、以下、卸売業者という）、生産者団体（県連・全国連の県本部）における青果物販売額に占める業務用の割合は、1/3 未満が 93 %を占めており、小売向け用が圧倒的に多い。

卸売業者は業務用の割合は、きわめて低い。

生産者団体（県連・全国連の県本部）は、業務用の割合が低いものの、1/3 以上 2/3 未満、2/3 以上もみられる。

図 2 - 1 青果物販売額に占める業務用の割合 単位:%

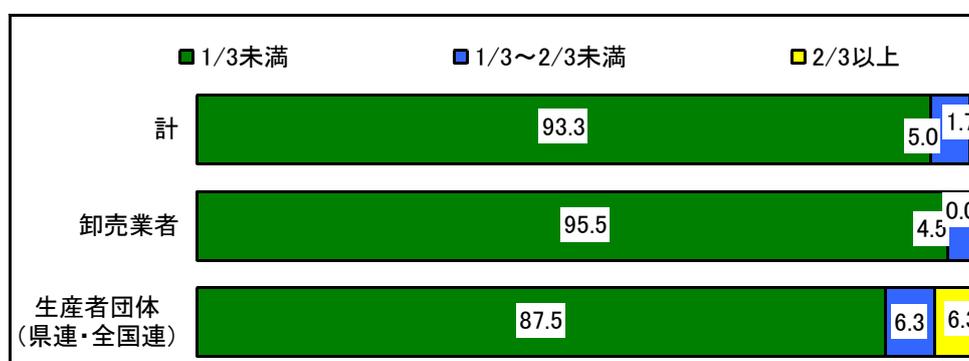


表 2 - 1 青果物販売額に占める業務用の割合

	回答数 (社)	計 (%)	1/3未満	1/3~ 2/3未満	2/3以上
計	60	100.0	93.3	5.0	1.7
卸売業者	44	100.0	95.5	4.5	0.0
生産者団体 (県連・全国連)	16	100.0	87.5	6.3	6.3

卸売業者、生産者団体における業務用青果物の販売額は、対前年比で増加傾向

卸売業者、生産者団体における業務用青果物の販売額は、対前年比で増加が9%、やや増加が37%、横ばいが46%となっており、全体では増加傾向となっている。

卸売業者に比べて、生産者団体では、増加・やや増加の割合が高く、増加傾向が顕著となっている。

図2-2 業務用青果物の販売額の増減傾向（対前年比） 単位：%

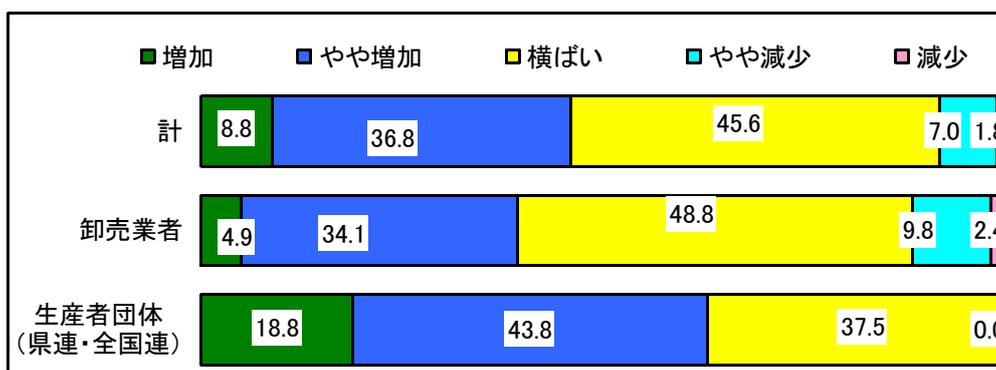


表2-2 業務用青果物の販売額の増減傾向（対前年比）

	回答数 (社)	計 (%)	増加	やや増加	横ばい	やや減少	減少
計	57	100.0	8.8	36.8	45.6	7.0	1.8
卸売業者	41	100.0	4.9	34.1	48.8	9.8	2.4
生産者団体 (県連・全国連)	16	100.0	18.8	43.8	37.5	0.0	0.0

表2-3 青果物等の販売額に占める業務向け割合の増減理由

業種	増減理由
卸売業者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 冷凍ギョーザ事件以降国産品への移行(やや増加) ・ 新規取引先の開拓、中国産から国産へシフトする販売先の増加(増加) ・ 中国産の影響、特にネギを中心に人参、キャベツ等増加(やや増加) ・ 原料の国産化(やや増加) ・ 輸入品から国産品の切り替えのため(やや増加) ・ 加工業者の増加(増加) ・ 加工業者の取扱量増加(やや増加) ・ 共働きや単身世帯の増加、高齢化の進行により、ごみなどむだなものをなくすため、加工用業務が増加している(やや増加) ・ 惣菜、カット野菜の使用増加(やや増加) ・ 量販店の惣材部門の伸長。またその部門に納品する業者の需要(やや増加) ・ 中食の需要拡大(やや増加) ・ 外食、中食の伸びが大きい(やや増加) ・ 小売商の減少と価格指示(値決め)が多くなったため(やや増加) ・ 供給、不安定(質・量)、仲卸収益性に問題(横ばい) ・ 他市場からの仕入、業者が直接仕入れている(横ばい) ・ 当社の注文は国産のみで、輸入は商社に発注しているのでは(やや減少) ・ 景気不振(やや減少) ・ 病院等の給食用として県外大手業者の参入(やや減少) ・ 市場外流通の増加(減少)
生産者団体 (県連・全国連の 県本部)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 業務筋からの要望拡大(増加) ・ 業務用の国産指向が強くなった(やや増加) ・ 海外(特に中国産)からの輸入物が激減し、国内産の需要が必要となったため(増加) ・ 取引先が増えた(増加) ・ 取引先の拡大(やや増加) ・ 品目数の増加により(やや増加) ・ 拡大したいが、地元には大口需要者がいない。需要と供給でミスマッチが生じている(やや増加) ・ 住環境や食生活の変化でカット野菜等の加工用が増加(やや増加) ・ 安定出荷できる品目が限られるため(横ばい) ・ 価格調整(横ばい) ・ 卸売市場向け出荷を中心として対応してきた産地のため取組品目・数量がなかなか伸びない(横ばい)

業務用国産青果物の仕入先は、生産者団体（単位農協）、生産者団体（県連・全国連）、卸売市場

卸売業者における業務用国産青果物の仕入先は、生産者団体（県連・全国連）、生産者団体（単位農協）、卸売市場（卸・仲卸を含む）、生産農家・生産者グループ等の順となっており、卸売市場における出荷者でもあり、市場間転送も含まれている。

一方、生産者団体における業務用国産青果物の仕入先は、生産者団体（単位農協）がほとんどであり、わずかに卸売市場もみられる。

図 2 - 3 業務用国産青果物等の仕入先 (複数回答)

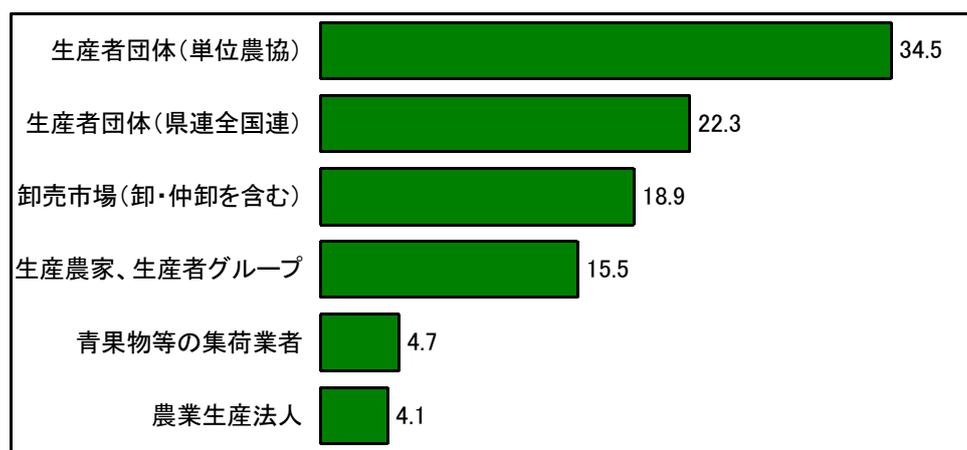


表 2 - 4 業務用国産青果物等の仕入先

	回答事例数	卸売市場(卸・仲卸を含む)	生産者団体(単位農協)	生産者団体(県連全国連)	生産農家、生産者グループ	農業生産法人	青果物等の集荷業者	その他
計	148	18.9	34.5	22.3	15.5	4.1	4.7	0.0
卸売業者	128	21.1	25.0	25.8	18.0	4.7	5.5	0.0
生産者団体(県連・全国連)	20	5.0	95.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

業務用国産青果物の仕入における契約取引は、54%が実施

卸売業者、生産者団体において業務用国産青果物の仕入時に契約取引を行っている割合は、54%となっている。

卸売業者における契約取引の割合は58%で、生産者団体の38%を上回っている。

図2-4 業務用国産青果物等仕入における契約の有無 単位:%

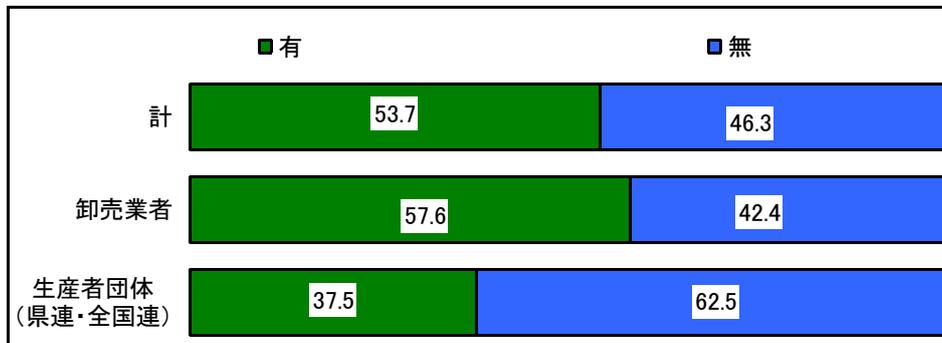


表2-5 業務用国産青果物等仕入における契約の有無

	回答数 (社)	計 (%)	有	無
計	41	100.0	53.7	46.3
卸売業者	33	100.0	57.6	42.4
生産者団体 (県連・全国連)	8	100.0	37.5	62.5

表2-6 業務用国産青果物等の集荷及び仕入方法、販売先

業種	品目名	仕入先	契約	産地名	販売先業種
卸売業者	カブ	卸売市場(卸・仲卸を含む)	無	島根	漬物製造業
	カブ	生産者団体(県連全国連)		北海道、新潟	漬物製造業
	キャベツ	生産者団体(単位農協)	有	群馬	ファミリーレストラン
	キャベツ	生産者団体(県連全国連)	有	群馬	外食産業
	キャベツ	生産者団体(県連全国連)	無	広島、愛知	カット業社
	キャベツ	生産者団体(県連全国連)	無	群馬	
	キャベツ	生産者団体(県連全国連)		群馬	一次加工
	キャベツ	青果物等の集荷業者	有	熊本、宮崎	カット工場
	キャベツ	青果物等の集荷業者	無	熊本	漬物業者
	キャベツ	卸売市場(卸・仲卸を含む)、 生産農家、生産者グループ	無	愛知、千葉、 岩手、栃木	給食事業者
	キャベツ	生産者団体(県連全国連)、 青果物等の集荷業者		愛知、群馬	一次加工業
	キャベツ、レタス、ト マト	卸売市場(卸・仲卸を含む)、 生産者団体(単位農協)、 生産者団体(県連全国連)	有	群馬、佐賀	給食事業者
	キャベツ、レタス、白 菜	生産者団体(県連全国連)	有	長野	カット業者
	キャベツ、大根等	卸売市場(卸・仲卸を含む)、 生産農家、生産者グループ		長野、青森、 北海道、群馬	料亭、居酒屋
	キャベツ、白菜、人 参	生産者団体(県連全国連)	無	各県	加工業者
	グリーンリーフ	生産者団体(単位農協)	有	福岡	弁当、惣菜
	グリーンリーフ	生産者団体(県連全国連)	有	長野	ファミリーレストラン
	ごぼう	卸売市場(卸・仲卸を含む)	無	茨城	食品製造業
	ごぼう	生産者団体(単位農協)、 青果物等の集荷業者		青森	食品製造業
	ごぼう、人参	農業生産法人	有	青森	食品製造業
	サツマイモ	生産者団体(単位農協)	無	茨城	食品製造業
	トマト	生産者団体(単位農協)	無	茨城	食品製造業
	トマト	生産者団体(単位農協)		愛知	レストラン、料理店
	トマト	生産農家、生産者グループ	無	栃木	
	トマト	生産農家、生産者グループ		愛知	飲食店
	トマト、ピーマン	卸売市場(卸・仲卸を含む)		北海道	食品製造業
	トマト、白菜	卸売市場(卸・仲卸を含む)	無	長野他	外食産業
	ニラ	生産者団体(単位農協)	有	栃木	冷凍食品製造業
	ネギ	卸売市場(卸・仲卸を含む)	無	東京	業務用卸
	ネギ	生産者団体(県連全国連)	無	広島	カット業者
	ネギ	生産者団体(県連全国連)		茨城、新潟	一次加工
	ネギ	生産農家、生産者グループ	無	福島	業務用卸
	ネギ	卸売市場(卸・仲卸を含む)、 生産農家、生産者グループ	無	千葉、栃木	給食事業者
	パセリ	生産者団体(県連全国連)	有	岐阜、愛知、長野	食品製造業者
	ハウレン草	生産農家、生産者グループ	無	茨城	食品製造業者
	ハウレン草	生産農家、生産者グループ	有	宮崎	冷凍食品製造業
	ハウレン草	生産者団体(単位農協)、生産 農家、生産者グループ	有	宮城、群馬	弁当・総菜

業種	品目名	仕入先	契約	産地名	販売先業種
卸売業者	みかん、リンゴ	卸売市場(卸・仲卸を含む)、 生産者団体(単位農協)、 生産者団体(県連全国連)	無	熊本、青森	学校給食
	メークイン	生産者団体(単位農協)	有	北海道	食品製造業
	もやし、キャベツ	生産者団体(単位農協)、 生産農家、生産者グループ	有	長崎(他)	冷凍食品製造業
	リンゴ	生産農家、生産者グループ	無	青森	食品製造業
	レタス	生産者団体(単位農協)	有	群馬	ファミリーレストラン
	レタス	生産者団体(単位農協)	有	長野	レストラン、料理店
	レタス	生産者団体(単位農協)	無	長野	
	レタス	生産者団体(県連全国連)	無	長野、兵庫	外食産業
	レタス	生産農家、生産者グループ	有	札幌近郊	ホテル、ファミレス
	レタス	生産農家、生産者グループ	無	茨城	食品製造業
	レタス	農業生産法人	有	長野	レストラン
	レタス、キャベツ	生産者団体(単位農協)	無	岩手	仲卸
	レタス、グリーンリーフ	生産者団体(県連全国連)	有	長野	弁当、惣菜
	レタス、サニーGL	卸売市場(卸・仲卸を含む)		長野	食品製造業
	うり	生産農家、生産者グループ		徳島	漬物製造業
	加工ごぼう	生産者団体(単位農協)	有	道内各地	食品製造業
	加工玉ねぎ	生産者団体(単位農協)	有	道内各地	食品製造業
	加工人参	生産者団体(単位農協)	有	道内各地	食品製造業
	なす	生産者団体(県連全国連)		新潟他	漬物製造業
	甘藷	生産農家、生産者グループ	有	宮崎	焼酎メーカー
	玉ガブラ	生産者団体(単位農協)		北海道	食品製造業
	玉ねぎ	生産者団体(単位農協)	有	鳥取	学校給食
	玉ねぎ	生産者団体(単位農協)	無	北海道	食品製造業
	玉ねぎ	生産者団体(県連全国連)	無	北海道	一次加工業
	玉ねぎ	生産者団体(県連全国連)		北海道、佐賀他	一次加工業
	玉ねぎ	生産者団体(県連全国連)		北海道	
	玉ねぎ	青果物等の集荷業者	無	北海道	食品製造業
	玉ねぎ	青果物等の集荷業者	無	北海道、佐賀	学校給食
	玉ねぎ	卸売市場(卸・仲卸を含む)、 生産農家、生産者グループ	有	北海道、兵庫、 栃木	給食事業者
	玉ねぎ、ジャガイモ	生産者団体(県連全国連)	無	各県	食品製造業
	玉ねぎ、人参	生産者団体(県連全国連)	有	北海道	食品製造業
	玉ねぎ、馬令	卸売市場(卸・仲卸を含む)		北海道	食品製造業
	きゅうり	卸売市場(卸・仲卸を含む)	無	福島他	ファミリーレストラン
	きゅうり	生産者団体(単位農協)	無	島根	漬物製造業
	きゅうり	生産者団体(県連全国連)	有	宮崎	弁当、惣菜
	きゅうり	生産者団体(県連全国連)	有	長野	弁当、惣菜
	きゅうり	生産者団体(県連全国連)		宮崎、新潟他	漬物製造業
	きゅうり	生産者団体(県連全国連)		栃木	
	きゅうり	生産農家、生産者グループ	有	福島	漬物製造業
	きゅうり	生産農家、生産者グループ		長野	弁当・惣菜
	きゅうり	卸売市場(卸・仲卸を含む)、 生産農家、生産者グループ	無	栃木、埼玉	給食事業者
きゅうり、キャベツ	生産農家、生産者グループ	無	鳥取	弁当・惣菜	
きゅうり、なす	卸売市場(卸・仲卸を含む)	無	栃木その他	食品製造業	

業種	品目名	仕入先	契約	産地名	販売先業種
卸売業者	春菊	生産者団体(単位農協)	有	青森	食品製造業
	小菊	生産者団体(単位農協)	有	愛知	食品製造業
	小松菜	生産者団体(単位農協)	有	札幌近郊	学校給食
	小松菜	生産者団体(単位農協)、 生産農家、生産者グループ	有	宮崎、群馬	弁当・惣菜
	小ネギ	農業生産法人	無	香川	ラーメン店
	人参	卸売市場(卸・仲卸を含む)	無	長崎、徳島、千葉	給食事業者
	人参	生産者団体(単位農協)		北海道	レストラン、料理店
	人参	生産者団体(県連全国連)		北海道、新潟他	一次加工
	人参	生産農家、生産者グループ	有	北海道	食品製造業
	人参	生産農家、生産者グループ	有	鳥取	学校給食
	人参	卸売市場(卸・仲卸を含む)、 農業生産法人	有	北海道	食品製造業
	人参、白菜など	卸売市場(卸・仲卸を含む)、 生産農家、生産者グループ		群馬、青森、 北海道	弁当、惣菜製造業
	青ネギ	生産者団体(県連全国連)	有	長野	
	大根	生産者団体(単位農協)	有	神奈川	食品製造業
	大根	生産者団体(単位農協)	有	青森	漬物製造業
	大根	生産農家、生産者グループ	有	宮崎	食品製造業
	大根	生産農家、生産者グループ	無	北海道、青森、 鹿児島	食品製造業
	大根	青果物等の集荷業者	無	熊本	漬物製造業
	大根	卸売市場(卸・仲卸を含む)、 生産農家、生産者グループ	無	千葉、北海道、 青森	給食事業者
	大根、胡瓜	卸売市場(卸・仲卸を含む)、 生産農家、生産者グループ	無	岩手	漬物業者
	大根、人参	農業生産法人	無	長崎・北海道	
	大根、南瓜	卸売市場(卸・仲卸を含む)		北海道	食品製造業
	大葉	生産者団体(県連全国連)	有	愛知	食品製造業
	長ネギ	生産者団体(単位農協)	無	茨城	食品製造業
	長芋	生産者団体(単位農協)		北海道他	食品製造業
	桃	生産農家、生産者グループ	無	青森	食品製造業
	豆類	青果物等の集荷業者		鹿児島	
	小松菜等	農業生産法人	無	横浜市	惣菜製造業
	ネギ類	生産者団体(県連全国連)、 生産農家、生産者グループ		岐阜、富山、 鹿児島、北海道	食品製造業
	馬鈴薯、蓮根、玉ねぎ	卸売市場(卸・仲卸を含む)、 生産者団体(単位農協)、 生産者団体(県連全国連)	無	佐賀、北海道	給食事業者
	馬鈴薯	生産者団体(県連全国連)		北海道	一次加工
	馬鈴薯	生産農家、生産者グループ	有	鳥取	学校給食
	馬鈴薯	卸売市場(卸・仲卸を含む)、 生産農家、生産者グループ	有	北海道、栃木	給食事業者
	梅	生産農家、生産者グループ	無	青森	食品製造業
白菜	生産者団体(県連全国連)	有	長野	食品製造業	
白菜	生産者団体(県連全国連)	無	熊本	食品製造業	
白菜	卸売市場(卸・仲卸を含む)	無	長野	漬物製造業	

業種	品目名	仕入先	契約	産地名	販売先業種
卸売業者	白菜	生産者団体(県連全国連)	有	長野	漬物製造業
	白菜	生産者団体(県連全国連)	有	長野	漬物製造業
	白菜	生産農家、生産者グループ	有	鹿児島	漬物製造業
	白菜	生産農家、生産者グループ	無	大分	漬物製造業
	白菜	農業生産法人	有	長野	漬物製造業
	白菜	卸売市場(卸・仲卸を含む)、 生産農家、生産者グループ	無	茨城、長野	給食事業者
	白菜、キャベツ	卸売市場(卸・仲卸を含む)		長野	食品製造業
	白菜、キャベツ	生産農家、生産者グループ	有	福岡	カット業者
	白菜、キャベツ、レタス	青果物等の集荷業者	無	長崎	
	野菜全般	生産者団体(単位農協)、 生産農家、生産者グループ	無	長崎(他)	食品製造業
	野菜全般	生産者団体(単位農協)、 生産農家、生産者グループ	無	長崎(他)	食品製造業
	生産者 団体 (県連・ 全国 連)	カブ	生産者団体(単位農協)	無	石川
キャベツ		生産者団体(単位農協)	有	岡山	カット業者
キャベツ		生産者団体(単位農協)	無	山形	食品製造業
キャベツ		生産者団体(単位農協)	無	石川	カット業者
キャベツ		生産者団体(単位農協)	無	秋田	ファミリーレストラン
キャベツ		生産者団体(単位農協)	無		
キャベツ		生産者団体(単位農協)	無	福井	食品製造業
キャベツ		生産者団体(単位農協)		兵庫	市場他
キャベツ		生産者団体(単位農協)		徳島	食品製造業
トマト		生産者団体(単位農協)	無	秋田	ファミリーレストラン
みかん		生産者団体(単位農協)	有	大阪	加工工場
レタス		卸売市場(卸・仲卸を含む)	有	北海道、長野他	ファミリーレストラン
レタス		生産者団体(単位農協)		兵庫	市場他
玉ねぎ		生産者団体(単位農協)	有	岡山	一次加工業者
きゅうり		生産者団体(単位農協)	無	山形	漬物製造業
菜の花		生産者団体(単位農協)		徳島	冷凍食品製造業
枝豆		生産者団体(単位農協)	無	秋田	居酒屋
人参		生産者団体(単位農協)	無	福井	食品製造業
大根		生産者団体(単位農協)	無	福井	食品製造業
野沢菜		生産者団体(単位農協)		徳島	漬物製造業

2 契約取引の方法

業務用国産青果物の契約取引における仕入先は、生産者団体（単位農協）が多い

卸売業者、生産者団体において業務用国産青果物の仕入時に契約取引を行っている割合は、54 %となっている。

卸売業者における契約取引の割合は 58 %で、生産者団体の 38 %を上回っている。

図 2-5 業務用国産青果物等の契約取引における集荷・仕入先 (複数回答)

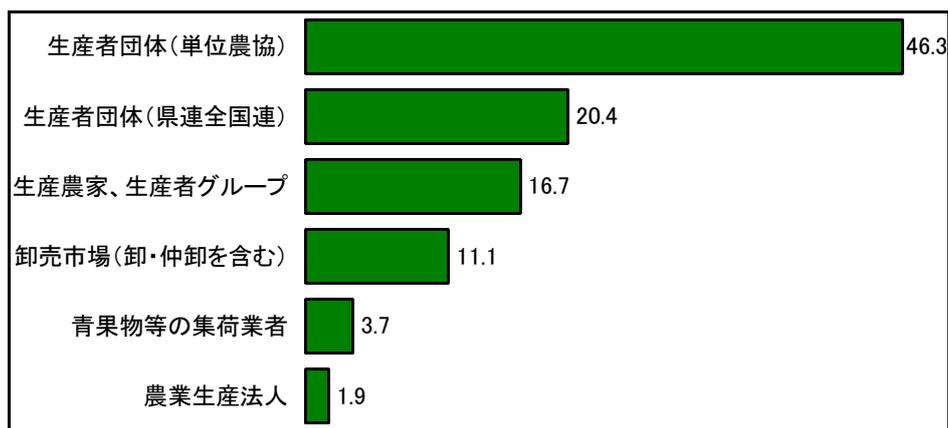


表 2-7 業務用国産青果物等の契約取引における集荷・仕入先

	回答数 (社)	卸売市場 (卸・仲卸 を含む)	生産者団 体(単位農 協)	生産者団 体(県連全 国連)	生産農家、 生産者グ ループ	農業生産 法人	青果物等 の集荷業 者	その他
計	54	11.1	46.3	20.4	16.7	1.9	3.7	0.0
卸売業者	45	11.1	37.8	24.4	20.0	2.2	4.4	0.0
生産者団体 (県連・全国連)	9	11.1	88.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

業務用国産青果物の契約取引における契約期間は、シーズンが多い

卸売業者、生産者団体において業務用国産青果物の契約取引における契約の設定期間は、シーズンが67%、年間が14%、月間が9%となっている。

卸売業者、生産者団体ともに大きな差はみられない。

図2-6 業務用国産青果物等の契約期間

単位:%

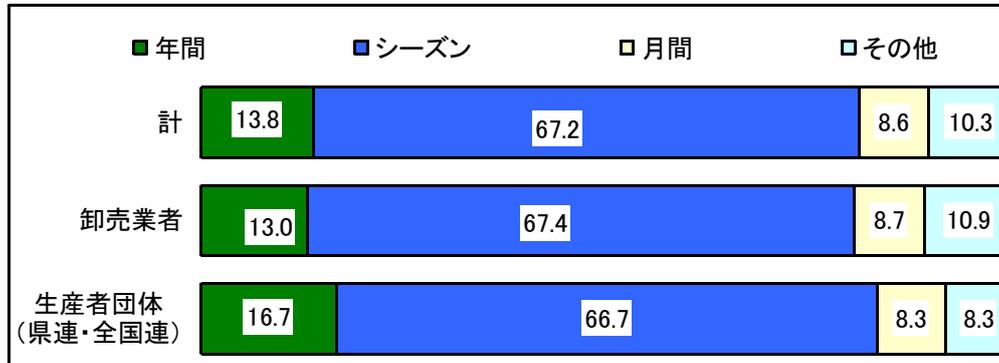


表2-8 業務用国産青果物等の契約期間

	回答数 (社)	計 (%)	年間	シーズン	月間	その他
計	58	100.0	13.8	67.2	8.6	10.3
卸売業者	46	100.0	13.0	67.4	8.7	10.9
生産者団体 (県連・全国連)	12	100.0	16.7	66.7	8.3	8.3

業務用国産青果物の仕入における価格の決め方は、固定が53%

卸売業者、生産者団体において業務用国産青果物の仕入における価格の決め方は、固定が53%でもっとも高く、次いで固定+市場連動が26%、市場連動が18%となっている。

卸売業者に比べて生産者団体は、固定、固定+市場連動の割合がそれぞれ高くなっている。

総じて、業務用国産青果物の仕入における価格の決め方は、シーズン固定価格が主体となっており、シーズン固定+市場連動もみられる（図2-7、表2-13、表2-10）。

図2-7 業務用国産青果物等の価格の決め方

単位:%

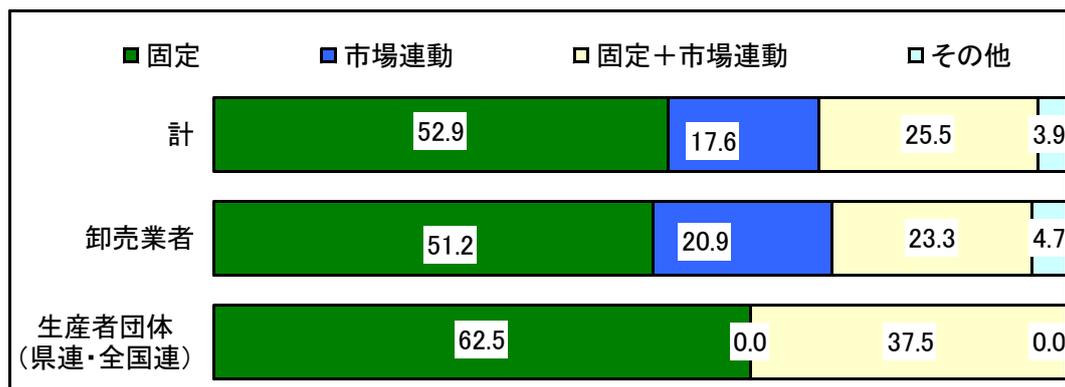


表2-9 業務用国産青果物等の価格の決め方

	回答数 (社)	計 (%)	固定	市場連動	固定+ 市場連動	その他
計	51	100.0	52.9	17.6	25.5	3.9
卸売業者	43	100.0	51.2	20.9	23.3	4.7
生産者団体 (県連・全国連)	8	100.0	62.5	0.0	37.5	0.0

業務用国産青果物の供給不足・欠品時の対応は、卸売市場から調達や複数契約により不足分を充当

卸売業者、生産者団体における業務用国産青果物の供給不足・欠品時の対応は、「卸売市場から調達」が59%、「複数契約により不足分を充当」が18%で「輸入品を調達」が2%となっている。その他として他の生産者団体（単位農協、全国連等）があげられている。

卸売業者は「卸売市場から調達」による対応が主体となっているが、生産者団体は他の生産者団体（単位農協、全国連等）からの調達が主体となっている。

図2-8 業務用国産青果物等の供給不足・欠品時の対応 単位:%

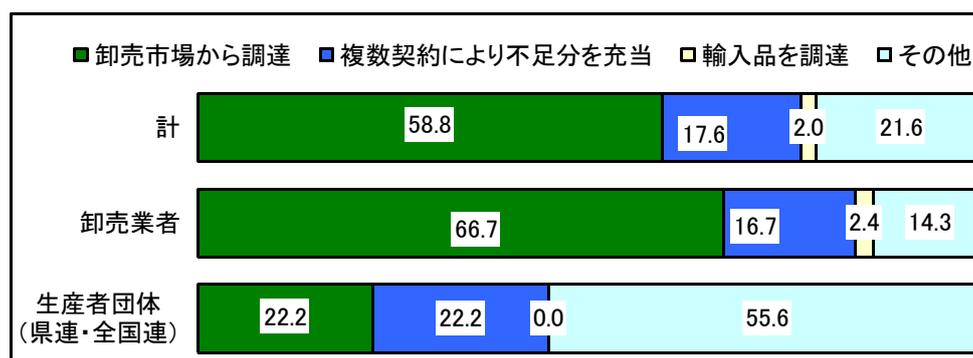


表2-10 業務用国産青果物等の供給不足・欠品時の対応

	回答数 (社)	計 (%)	卸売市場か ら調達	複数契約に より不足分を 充当	輸入品を調 達	その他
計	51	100.0	58.8	17.6	2.0	21.6
卸売業者	42	100.0	66.7	16.7	2.4	14.3
生産者団体 (県連・全国連)	9	100.0	22.2	22.2	0.0	55.6

表 2-1-1 業務用国産青果物等の集荷・仕入先及び契約期間、価格の決め方、供給不足・欠品時の対応

業種	集荷・仕入先の業種	契約期間	価格の決め方	供給不足・欠品時の対応
卸売業者	卸売市場(卸・仲卸を含む)	シーズン	市場価格との連動	卸売市場から調達
	卸売市場(卸・仲卸を含む)	シーズン	固定	卸売市場から調達
	卸売市場(卸・仲卸を含む)	シーズン	固定、市場価格との連動、	卸売市場から調達
	卸売市場(卸・仲卸を含む)	月間	市場価格との連動	
	卸売市場(卸・仲卸を含む)	シーズン	固定	卸売市場から調達
	生産者団体(単位農協)	シーズン	固定	卸売市場から調達
	生産者団体(単位農協)	シーズン	固定+市場価格との連動	卸売市場から調達
	生産者団体(単位農協)	年間	固定	卸売市場から調達
	生産者団体(単位農協)	シーズン	市場価格との連動	卸売市場から調達
	生産者団体(単位農協)	シーズン	固定	卸売市場から調達
	生産者団体(単位農協)	シーズン	固定	その他
	生産者団体(単位農協)	月間	固定+市場価格との連動	その他
	生産者団体(単位農協)	月間	固定+市場価格との連動	複数契約により不足分を充当
	生産者団体(単位農協)	シーズン	固定+市場価格との連動	卸売市場から調達
	生産者団体(単位農協)	シーズン	固定	卸売市場から調達
	生産者団体(単位農協)	シーズン	固定	卸売市場から調達
	生産者団体(単位農協)	年間	市場価格との連動	複数契約により不足分を充当
	生産者団体(単位農協)	シーズン	固定	卸売市場から調達
	生産者団体(単位農協)	その他	市場価格との連動	卸売市場から調達
	生産者団体(単位農協)	シーズン	固定+市場価格との連動	卸売市場から調達
	生産者団体(単位農協)、 生産者団体(県連全国連)	年間	固定+市場価格との連動	卸売市場から調達
	生産者団体(単位農協)、 生産農家、生産者グループ	シーズン	固定	卸売市場から調達、 複数契約により不足分を充当
	生産者団体(県連全国連)	シーズン	固定	卸売市場から調達
	生産者団体(県連全国連)	年間	固定	その他
	生産者団体(県連全国連)	シーズン	固定	卸売市場から調達
	生産者団体(県連全国連)	シーズン	固定	
	生産者団体(県連全国連)	シーズン	固定+市場価格との連動	複数契約により不足分を充当
	生産者団体(県連全国連)	シーズン	固定	卸売市場から調達
	生産者団体(県連全国連)	シーズン	市場価格との連動	卸売市場から調達
	生産者団体(県連全国連)	シーズン	固定	卸売市場から調達
	生産者団体(県連全国連)	シーズン	固定	複数契約により不足分を充当
	生産者団体(県連全国連)	シーズン	固定	卸売市場から調達
	生産農家、生産者グループ	シーズン	市場価格との連動	卸売市場から調達、 複数契約により不足分を充当
	生産農家、生産者グループ	その他	その他	その他
	生産農家、生産者グループ	シーズン	固定+市場価格との連動	複数契約により不足分を充当
	生産農家、生産者グループ	シーズン	固定	その他
	生産農家、生産者グループ	シーズン	固定+市場価格との連動	その他
	生産農家、生産者グループ	その他	その他	卸売市場から調達
	生産農家、生産者グループ	シーズン	固定	卸売市場から調達
	生産農家、生産者グループ	シーズン	市場価格との連動	輸入品を調達
農業生産法人	シーズン	固定+市場価格との連動	卸売市場から調達	
青果物等の集荷業者	年間	固定	卸売市場から調達	
青果物等の集荷業者	その他	市場価格との連動		

業種	集荷・仕入先の業種	契約期間	価格の決め方	供給不足・欠品時の対応
生産者 団体 (県連・ 全国連)	卸売市場(卸・仲卸を含む)	シーズン	固定	卸売市場から調達
	生産者団体(単位農協)	シーズン	固定	その他
	生産者団体(単位農協)	シーズン	固定+市場価格との連動	その他
	生産者団体(単位農協)	年間	固定	その他
	生産者団体(単位農協)	シーズン	固定+市場価格との連動	
	生産者団体(単位農協)	シーズン、 月間	固定、市場価格との連動	卸売市場から調達、その他
	生産者団体(単位農協)	シーズン	固定	複数契約により不足分を充当
	生産者団体(単位農協)	シーズン	固定+市場価格との連動	その他
	生産者団体(単位農協)	シーズン	固定、 固定+市場価格との連動	複数契約により不足分を充当

3 輸入品から国産品への切り替えについて

業務用青果物の輸入品から国産品への切り替えについて、切り替えありが69%

卸売業者、生産者団体からみた実需者における業務用青果物の輸入品から国産品への切り替えは、「切り替えあり」が69%、「切り替え無し」が31%となっている。中国産の野菜や冷凍食品における衛生管理の問題等から、実需者における国産品への切り替えが増加していることを示している。

生産者団体では、卸売業者に比べて、「切り替えあり」の割合が上回っている。

図2-9 輸入品から国産品への切り替え進展状況

単位:%

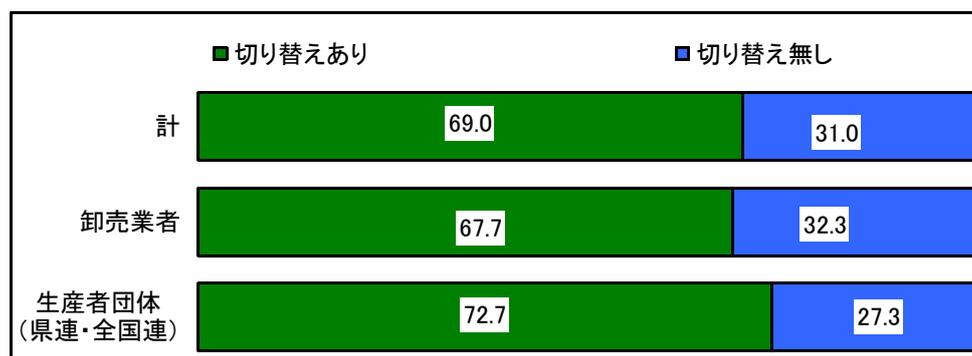


表2-12 輸入品から国産品への切り替え進展状況

	回答数 (社)	計 (%)	切り替えあり	切り替え無し
計	42	100.0	69.0	31.0
卸売業者	31	100.0	67.7	32.3
生産者団体 (県連・全国連)	11	100.0	72.7	27.3

表2-13は卸売業者、生産者団体において実需者から、業務用青果物の輸入品から国産品への切り替えの問い合わせがあった品目を示したものである。

表2-13 青果物等の輸入品から国産品への切り替えの引き合いがあった取引先及び品目

業種	販売先業種	品目	進展状況
卸売業者	カット業者	キャベツ	取引あり
	カット業者	玉ねぎ	
	カット野菜食品製造業者	ごぼう、白ネギ、しいたけ(他)	取引あり
	一次加工	玉ねぎ	取引あり
	加工、惣菜業者	エノキ、シメジ、しいたけ、かぼちゃ、大根	取引無し
	加工、惣菜業者	キャベツ、ネギ、人参、馬鈴薯	取引無し
	加工、惣菜業者	レタス、サニーGL、白菜	取引無し
	加工、惣菜業者	玉ねぎ、ごぼう、きゅうり、なす、トマト	取引無し
	加工業者	玉ねぎ	取引あり
	加工業者	人参、玉ねぎ	取引あり
	加工業者	ネギ類	取引あり
	加工業者	ごぼう	取引無し
	外食	しいたけ	取引あり
	外食、給食事業者	生姜、ネギ	取引あり
	学校給食関連卸売業	野菜全体	取引あり
	学校給食事業者	玉ねぎ、ごぼう、人参(他)	取引あり
	給食事業者	ゴボウ(洗、切)	取引あり
	給食事業者	白ネギ、玉ねぎ、しいたけ	取引あり
	栗の加工販売業	栗	取引あり
	食品製造業	玉ねぎ	取引あり
	食品製造業	かぼちゃ	取引あり
	惣菜	ごぼう	取引あり
	漬物製造	きゅうり、なす、うり	取引あり
	病院	サヤ	取引あり
	弁当、惣菜	ごぼう	
	弁当、他製造販売業者	さといも、玉ねぎ	取引無し
	弁当・惣菜の製造販売業	ごぼう	取引無し
	弁当・惣菜の製造販売業	しいたけ	取引無し
	弁当・惣菜の製造販売業	人参	取引無し
	弁当・惣菜の製造販売業	人参、玉ねぎ、ごぼう	取引あり
	弁当・惣菜の製造販売業	長ネギ	取引あり
	弁当の製造販売業	ユデ筍	
	弁当惣菜	ニラ、ネギ	取引無し
冷凍野菜製造業	ハウレン草	取引あり	
生産者団体(県連・全国連)	カット野菜製造業	ニンニク、人参、キャベツ他	取引あり
	コンビニ	玉ねぎ	取引あり
	ファーストフード	玉ねぎ	取引あり
	外食	ネギ類	取引あり
	缶詰、水煮加工業	たけのこ	取引あり
	居酒屋チェーン	枝豆	
	製造業	キャベツ	取引あり
	惣菜製造業	白ねぎ	取引あり
	惣菜製造業	人参、ネギ、キャベツ、カンショ	取引無し
	漬物業者	きゅうり、なす、うり	取引あり
	漬物販売業	白菜	取引無し
	弁当惣菜製造業	ブロッコリー	取引無し

4 中間事業者機能の強化意向と契約取引のメリットデメリット

卸売業者、生産者団体からみた中間事業者機能の強化について「強化する」が48%、「現状維持」が34%

卸売業者、生産者団体からみた中間事業者機能の強化意向は、「強化する」が48%、「現状維持」が34%となっており、強化に向けた取り組みが必要であることがうかがえる。

図2-10 中間事業者機能の強化意向 単位:%

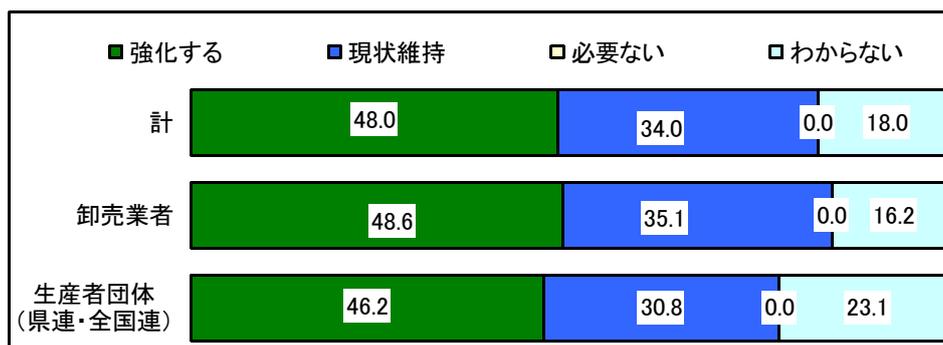


表2-14 中間事業者機能の強化意向

	回答数 (社)	計 (%)	強化する	現状維持	必要ない	わからない
計	50	100.0	48.0	34.0	0.0	18.0
卸売業者	37	100.0	48.6	35.1	0.0	16.2
生産者団体 (県連・全国連)	13	100.0	46.2	30.8	0.0	23.1

**卸売業者、生産者団体において現在、実現している中間事業者機能は、「契約条件の設定」、
「集荷・保管・配送」、「数量（需給）調整」、「クレーム対応」**

卸売業者、生産者団体において現在、実現している中間事業者機能は、「契約条件の設定」が最も高く、次いで「集荷・保管・配送」、「数量（需給）調整」、「クレーム対応」、「産地開発・指導」、「品質・衛生管理」の順となっている。カットなど一次加工を行っているのは少ない。

**卸売業者、生産者団体において今後、期待される中間事業者機能は、「産地開発・指導」、
「品質・衛生管理」**

卸売業者、生産者団体において今後、期待される中間事業者機能は、「産地開発・指導」、「品質・衛生管理」となっており、この2つが特に重要視していることがわかる。以下、「数量（需給）調整」、「契約条件の設定」、「クレーム対応」、「集荷・保管・配送」の順となっている。

表2-15 中間事業者としての役割・機能

(複数回答)

	回答数	中間事業者の役割・機能として現在、実現していること							
		産地開発・指導	契約条件の設定	集荷・保管・配送	洗浄・カット・小分け	数量(需給)調整	品質管理・衛生管理	クレーム対応	その他
計	32	53.1	87.5	75.0	15.6	68.8	53.1	65.6	6.3
卸売業者	26	50.0	88.5	76.9	11.5	69.2	61.5	61.5	7.7
生産者団体 (県連・全国連)	6	66.7	83.3	66.7	33.3	66.7	16.7	83.3	
	回答数	中間事業者の役割・機能として今後、期待されること							
		産地開発・指導	契約条件の設定	集荷・保管・配送	洗浄・カット・小分け	数量(需給)調整	品質管理・衛生管理	クレーム対応	その他
計	29	55.2	44.8	31.0	20.7	48.3	51.7	44.8	3.4
卸売業者	23	52.2	39.1	30.4	17.4	43.5	47.8	43.5	4.3
生産者団体 (県連・全国連)	6	66.7	66.7	33.3	33.3	66.7	66.7	50.0	

国産青果物の契約取引におけるメリットは価格の安定、数量確保、計画的な生産・供給、安定取引、デメリットは価格変動への対応、数量・価格のリスク負担

表 2-16 青果物等の契約取引のメリットとデメリット

業種	メリット	デメリット
卸売業者	<ul style="list-style-type: none"> 安定した価格で取引できる 安定した入荷量 安定価格での取引により、生産者の経営を安定させる 安定供給 安定供給と安定収入で計画販売ができる 安定販売が可能 価格が決まり、数量が確定している 計画集荷で品質規格の統一ができる。実需者への安心感 計画的に出荷できる事 商物分離が出来ること 数量確保、価格維持 損金が発生しなくていいと思う 他品目との関連 配送コストダウン(産直) 比較的安定した供給、需給が可能 必要量が前もってわかれば、ロス発生を防げる 品質安定 品物の安定入荷と価格の安定。 量的販売の確保 	<ul style="list-style-type: none"> 市場価格との差が大きい。需要拡大が難しい 価格、作柄によって数量不足が問題 価格の調整が出来ない 価格低迷時、品質低下時 価格変動への対応 市場価格差が大きい、特に高騰時に数量確保が困難 天候により市場価格が安い場合に計画出荷がなされない場合 天候等により、収穫量の変動が大きくなりリスクとなる 契約価格より市場価格の安値が続くと契約が継続しにくい 欠品が生じた時 供給不安時、一般販売用納入による損失 数量、価格等トラブル時のリスク負担 期間を通して品質が安定しないためのクレーム 前渡金の発生 単価が高い 仲買手数料が少ない
生産者団体（県連・全国連）	<ul style="list-style-type: none"> 価格の安定 単価設定ができ作付に生かせる 取引安定化、産地育成 生産者手取り金額の安定 数量、価格の安定供給を通じて作付拡大、雇用経営の実現ができる 事前の販売先の確保、販売単価の設定 コンテナ活用、規格の簡素化による、コスト低減、作業の省力化が図れる 	<ul style="list-style-type: none"> 気象異常時での契約数量の確保 天候等に影響され数量の把握が難しい 数量確保、品質維持確保 数量不足または過剰時のリスク 数量調整が難しい 市況の変動に対する、産地、販売先の対応 値決価格と市場価格の逆さや発生リスク 受発注事務、請求事務等の複雑化 配送手段(着時間と卸場所)の確保

5 国産青果物等の利用拡大の課題

卸売業者、生産者団体における業務用青果物の今後の販売意向は「増やす」が61%、「現状維持」が19%

卸売業者、生産者団体における業務用青果物の今後の販売意向は「増やす」が61%、「現状維持」が19%となっており、「現在はないが取り組みたい」も9%みられた。

卸売業者に比べて生産者団体は、「増やす」割合が高くなっている。

総じて、業務用青果物において輸入品から国産品へのシフト、消費者の国産志向などを背景に市場拡大が期待されることから、卸売業者や生産者団体では販売拡大の取り組み意向が強い。

図2-11 業務用国産青果物等の今後の販売意向

単位:%

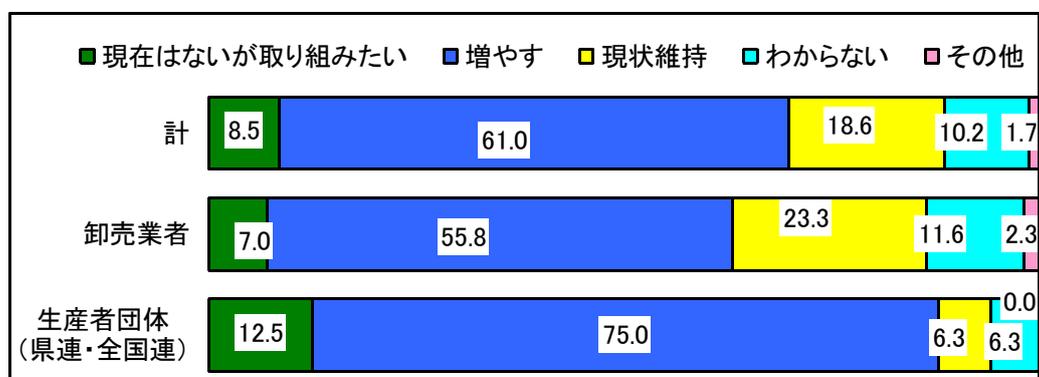


表2-17 業務用国産青果物等の今後の販売意向

	回答数 (社)	計 (%)	現在はないが 取り組みたい	増やす	現状維持	減らす	わからない	その他
計	59	100.0	8.5	61.0	18.6	0.0	10.2	1.7
卸売業者	43	100.0	7.0	55.8	23.3	0.0	11.6	2.3
生産者団体 (県連・全国連)	16	100.0	12.5	75.0	6.3	0.0	6.3	0.0

表 2 - 1 8 業務用国産青果物等の今後の販売意向

業種	今後の販売意向
卸売業者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中国製冷凍ギョーザ中毒事件等から、消費者の「食」に対する関心が、安全安心な国産野菜へ移行している。数量も増加傾向にある ・ 特に中国産について安心安全に関して信頼度が低くなっているため ・ 輸入青果物の安全性が問われる中、当社としても国内産青果物の消費拡大を進めるべく、業務関係へのアプローチを強化していく ・ 国産品を主体に増やす ・ 国産の場合、業務用では、単価面が一番のネックになっている。産地においては、生産費の高騰もあり国産を推進する上で、ますますハードルが高くなっている ・ 消費者の食に対する、安全安心への対応 ・ 現状、県内業者は個人経営者の割合が非常に多い ・ 給食向け。野菜一次加業者向け ・ 輸入における残留農薬等の心配 ・ 家庭の調理時間が減り、惣菜中心となっている ・ 安心、安全面から国産嗜好が強く、年々拡大傾向 ・ 安定した価格で販売でき、事前に数量が明確で計画が立てられる ・ 加工人参、加工ばれいしょ、加工玉葱、加工ごぼう ・ 加工業者の要望が増えると思われるためニーズに応えていきたい ・ 業務需要のマーケットは拡大しており、特に中食のニーズが期待される ・ 業務用青果物についても安全安心が問われる時代の中、国内産の利用意義は大であり、自給率の向上につながると確信している。バランスの取れた経済発展を願う ・ 加工業者への販売強化 ・ 仲卸と協働(ユーザーへの提案強化) ・ 業務用についての青果物は、価格、規格が加工業者のニーズに添えない現状である。生産、物流、供給までの見直しが急務である ・ 加工業務用需要に向けた対応。経済連、JAに対し加工向け作付生産対策 ・ 業務関係からの受注が増加してきた ・ 顧客の新規開拓の予定 ・ 現行割合が低い ・ 商談内容、リスクを検討したうえで、積極的な取組みを行いたい
生産者団体（県連・全国連）	<ul style="list-style-type: none"> ・ キャベツ、枝豆等、集落営農組織への作付誘導を図り、農家所得の安定化を図る ・ 生産者が安定した取引価格の基に生産できるように構築するため ・ 配送、出荷形態、価格等が合えば積極的に取組みたい(但し取引先との契約(売買契約)手続、審査、保険等の整備が前提となる) ・ 平成21年4月より施行される卸売市場改正法に伴う市場手数料の弾力化等により、条件付販売(特販)を重視する。 ・ 生産段階から業務向け取引が可能な契約栽培等を増やしていきたい ・ 市況の変動に影響されない価格の設定。規格・流通系体の簡素化による経費と労力の軽減 ・ まず子会社、関連会社等での利用を増やす ・ 資材費が値上がりしており、生産者の意向を重視し取り組んでいく ・ 特に、新規振興作物の安定供給先として、取り組みたい

業務用国産青果物等の仕入上の問題点・課題は、「数量不足時の対応」、「定時定量仕入」、「価格が高い」、「価格変動が大きい」、「規格・サイズの均一性」

卸売業者、生産者団体におけるにおける業務用国産青果物等の仕入上の問題点・課題は、「数量不足時の対応」が65%で最も高く、次いで「定時定量仕入」が40%、「価格が高い」が33%、「価格変動が大きい」が33%、「規格・サイズの均一性」が29%、「ロットが小さいこと」が23%となっている。

総じて、価格よりも数量を重視しており、これは食品製造業・外食と比べて価格リスクに対する負担が小さいことが要因とみられる。このことは特に生産者団体において顕著となっている。生産者団体では「数量不足時の対応」、「定時定量仕入」が重要課題としてあげられている。

図2-12 業務用国産青果物等の仕入上の問題点・課題 (複数回答)

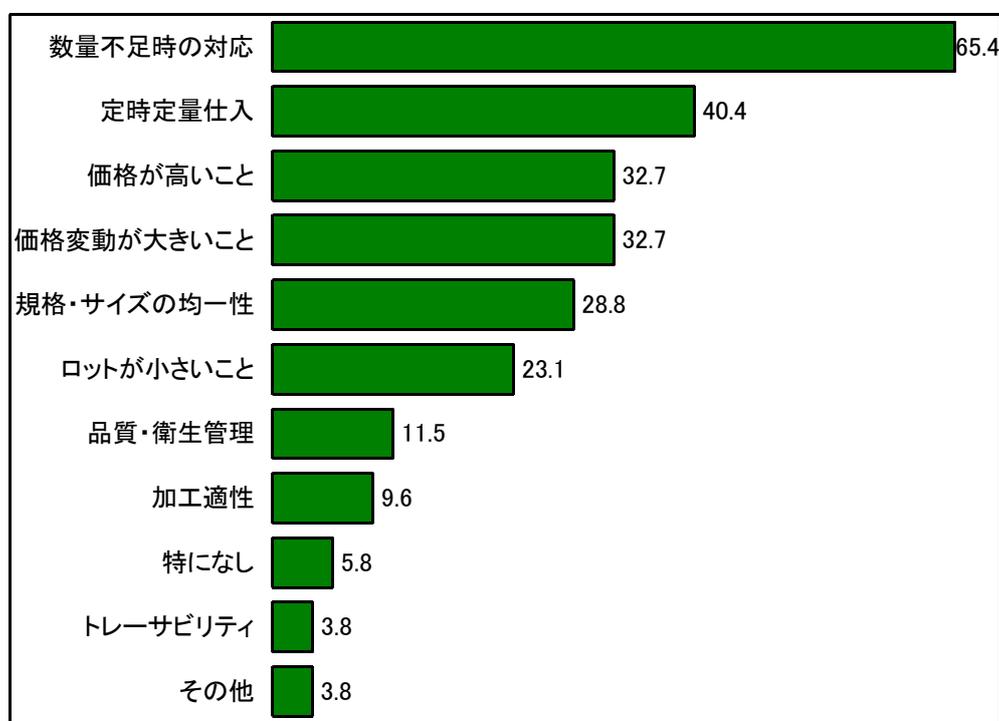


表2-19 業務用国産青果物等の仕入上の問題点・課題 (複数回答)

	回答数(社)	ロットが小さいこと	定時定量仕入	価格が高いこと	価格変動が大きいこと	加工適性	規格・サイズの均一性	数量不足時の対応	高付加価値青果物の調達	品質・衛生管理	トレーサビリティ	特になし	その他
計	52	23.1	40.4	32.7	32.7	9.6	28.8	65.4	1.9	11.5	3.8	5.8	1.9
卸売業者	39	23.1	30.8	38.5	35.9	12.8	25.6	59.0	2.6	12.8	5.1	7.7	0.0
生産者団体(県連・全国連)	13	23.1	69.2	15.4	23.1	0.0	38.5	84.6	0.0	7.7	0.0	0.0	7.7

表 2-20 業務用国産青果物等の仕入上の問題点・課題

業種	仕入上の問題点・課題
卸売業者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 作況による不安定供給が生じる ・ 業務用数量増加＝高値仕入、天候に左右される数量、単価 ・ 価格が高い。天候不順の時数量不足の時がある ・ 以前は天候に左右される量と、価格が問題であったが、今はトレーサビリティの正確性 ・ 業務希望価格、産地希望価格の折り合いがむずかしい ・ 業務用の取引の際、契約要件項目がクリアされないと、業者と契約が結べない。特に価格面が問題である ・ 業務用青果物の規格の不明確 ・ 契約した量集荷できない時 ・ 高齢化等により、生産者数や栽培面積が減少してきて、数量の確保が困難な為、新たな野菜農家の育成や、団塊の世代や女性等による新規取組みの推進に努力している。 ・ 産地及びユーザー両者に理解される価格設定 ・ 残留農薬検査が必要で、高額である ・ 仕入業者は安心安全を犠牲にせず安値価格を追求する ・ 常にどの産地も価格が納品先と食い違いが多い ・ 労働力不足
生産者団体（県連・全国連）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市場価格での買取が主力のため、価格差リスクが大きい。契約産地の育成が課題 ・ 産地として、安定的な供給体制が組織しにくい ・ 収穫数量に対する契約数量を引き上げることのリスク(欠品対応)

業務用国産青果物利用拡大の生産段階における改善策は、「数量不足及び過剰時のリスク軽減」、「規模拡大等による生産コスト削減」、「加工適性のある品種の生産拡大」

卸売業者、生産者団体におけるからみた業務用国産青果物利用拡大の生産段階における改善策は、「数量不足及び過剰時のリスク軽減」が68%で最も高く、次いで「規模拡大等による生産コスト削減」が54%、「加工適性のある品種の生産拡大」が52%で、以下、「規格・選別の簡素化」、「品質・衛生管理（GAP、残留農薬等）」、「トレーサビリティ」等となっている。総じて安定供給、低コスト、加工適性を改善策として重視していることがわかる。

卸売業者に比べて生産者団体は、「数量不足及び過剰時のリスク軽減」及び「規模拡大等による生産コスト削減」の割合が高くなっている。

図2-13 業務用国産青果物等の利用拡大のための生産段階における改（複数回答）

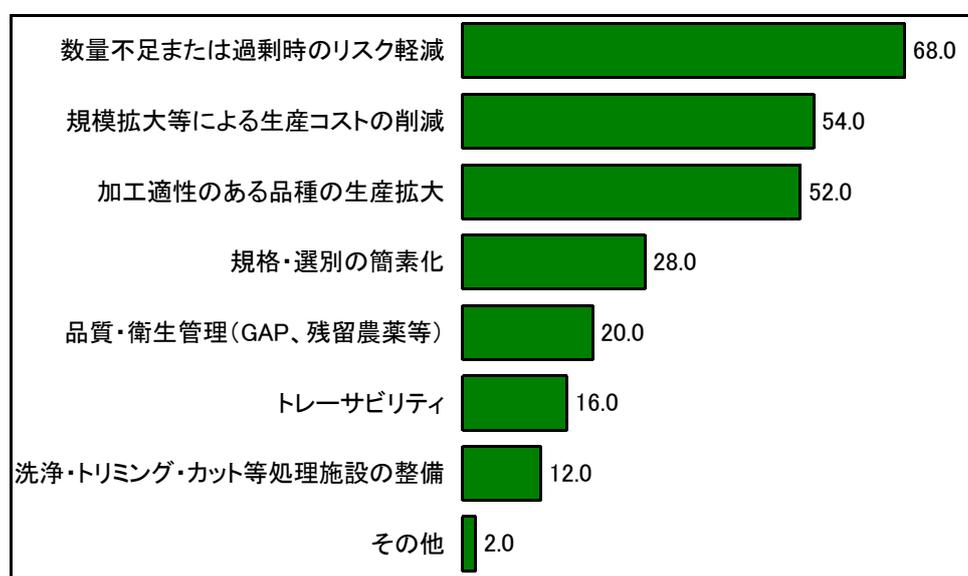


表2-21 業務用国産青果物等の利用拡大のための生産段階における改善策（複数回答）

	回答数 (社)	加工適性のある 品種の 生産拡大	規模拡大等による 生産コストの削減	品質・衛生管理 (GAP、 残留農薬等)	トレーサ ビリティ	洗浄・トリ ミング・ カット等 処理施設 の整備	規格・選 別の簡 素化	数量不足または 過剰時の リスク 軽減	その他
計	50	52.0	54.0	20.0	16.0	12.0	28.0	68.0	2.0
卸売業者	35	54.3	45.7	25.7	22.9	5.7	25.7	62.9	0.0
生産者団体 (県連・全国連)	15	46.7	73.3	6.7	0.0	26.7	33.3	80.0	6.7

表 2-2-2 業務用国産青果物等の利用拡大のための生産段階における改善策

業種	利用拡大のための生産段階におけ改善策
卸売業者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 安定供給。周年供給(産地リレー) ・ 最終販売時に少量使用品目も含めた産地表示 ・ 規格・選別の簡素化について、例として胡瓜の場合、等数数が、何通りもあるので5等数ぐらいいままでに全国統一を図る必要があると思われる ・ 原油価格の高騰等に伴うコスト削減 ・ 安定出荷と生産コスト削減 ・ 生産工程やポジティブリスト ・ 収穫時の無差別出荷 ・ 規格・選別の簡素化と品質・衛生管理を徹底に今実施してなければ今後難しい ・ 今までの加工のイメージであれば優品等も使用できるという考えであったがここ数年は秀品の物を納品先は求めている ・ 生産段階での負担(コスト、手間、規格選別)を軽減する事で生産意欲を高める ・ 周年を通し安定供給可能なアイテムの研究をすすめる ・ 輸入品との価格差の縮減 ・ 業者の歩留まりの高い状況を作り上げる必要性
生産者団体(県連・全国連)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 産地が生産・取引価格等、安心して取り組める取引が必要である ・ 業務向けの場合、決済サイトが市場出荷に比べ長い時間、生産者の理解を得にくい ・ 価格は上がりにくい、生産費の上昇でコストの低減が必要 ・ 生産コスト削減(機械化、雇用対策) ・ 電算システム開発(精算請求実績、収支管理のできるシステム) ・ 価格安定制度の仕向先に県本部直販施設も加えること ・ 契約栽培時の事故補償制度

国産青果物利用拡大の流通段階における改善策は、「数量不足及び過剰時のリスク軽減」、「流通コストの削減」、「産地リレーによる集荷・供給機能」、「集荷・在庫・分荷の効率化」

卸売業者、生産者団体からみた業務用国産青果物利用拡大の流通段階（小売を除く）における改善策は、「数量不足及び過剰時のリスク軽減」が58%で最も高く、次いで「流通コストの削減」が56%、「産地リレーによる集荷・供給機能」が46%、「集荷・在庫・分荷の効率化（定時定量）」が42%、「低温物流・保管（冷蔵庫等）設備の整備」が35%、以下、「クレート（通い箱）の規格統一と普及」、「品質・衛生管理（GAP、残留農薬等）」となっている。やはり、安定供給及び低コストを改善策として重視していることがわかる。

図2-14 業務用国産青果物等の利用拡大のための流通段階における改（複数回答）

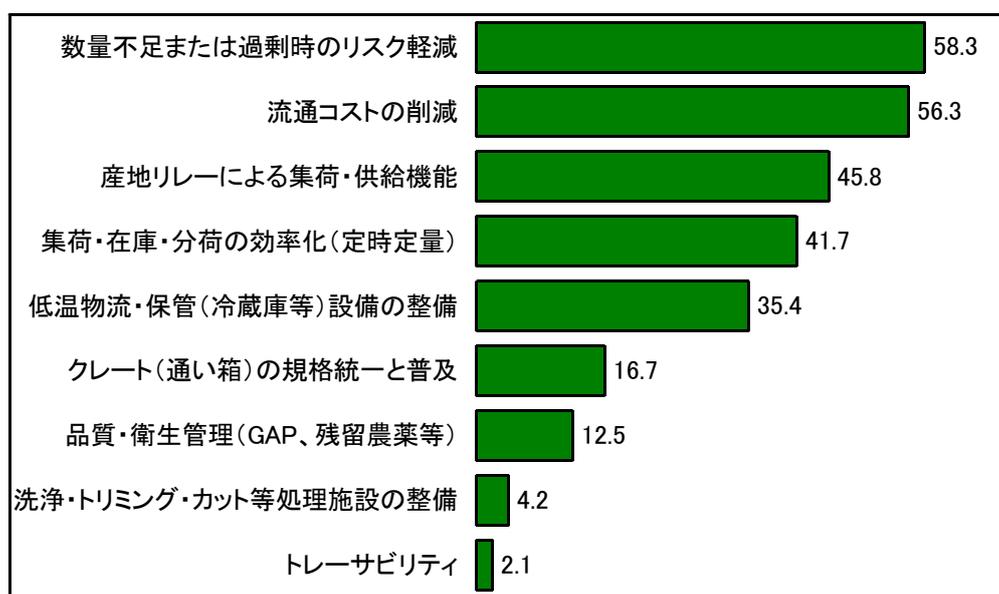


表2-23 業務用国産青果物等の利用拡大のための流通段階(小売を除く)における改善策（複数回答）

	回答数 (社)	集荷・在庫・分荷の効率化(定時定量)	流通コストの削減	産地リレーによる集荷・供給機能	数量不足または過剰時のリスク軽減	品質・衛生管理(GAP、残留農薬等)	トレーサビリティ	低温物流・保管(冷蔵庫等)設備の整備	クレート(通い箱)の規格統一と普及	洗浄・トリミング・カット等処理施設の整備	その他
計	48	41.7	56.3	45.8	58.3	12.5	2.1	35.4	16.7	4.2	0.0
卸売業者	35	40.0	54.3	42.9	57.1	17.1	2.9	37.1	17.1	5.7	0.0
生産者団体(県連・全国連)	13	46.2	61.5	53.8	61.5	0.0	0.0	30.8	15.4	0.0	0.0

表 2-24 業務用国産青果物等の利用拡大のための流通段階における改善策

業種	利用拡大のための流通段階における改善策
卸売業者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 過剰生産の時、産地処分をさせないこと。全量受入をしてもらいたい ・ 消費者ニーズの把握。産地への提案 ・ 業務用青果物は利益率が悪い。その反面、天候異変、残留農薬が出た場合の回収費用などリスクが高すぎる。その分のコスト費用を何らかの保険が必要 ・ 順調な入荷(安定供給)を維持するのが難しいので、もっと産地と連携して取り組むことを心がけないといけない ・ 安全・安心への取組み ・ 経済連、JAと一体となる取組み必要 ・ 産地リレーが適切に行われること。産地間格差是正 ・ 流通コスト削減と数量増減の対応 ・ コスト軽減、業務作業に合わせた出荷体制 ・ 低温車ででの配送を求める。産地から納品先までの低温配送重視 ・ 鮮度管理
生産者団体（県連・全国連）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 取引先に安定的に供給し国内産地のリレー供給できるよう、産地、流通段階で検討しなければならない ・ 出荷調整設備、荷捌場の拡充 ・ 期間が長いので貯蔵庫の設備、整備が必要。 ・ 原油の高騰で運送費の削減が必要 ・ 配送手段の確立とコスト低減

表2-25 国産青果物等の利用拡大の問題点・課題・改善策

業種	利用拡大のための問題点・課題・改善策
卸売業者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 産地リレーによる周年安定生産供給 ・ スムーズな産地間リレー及び品質向上 ・ 産地間において取り組み姿勢に差が大きい。 ・ 産地の事情優先で、価格、荷造り、その他に自己主張が大きい。 ・ 適期と適地を利用して、増産し全量受入体制のできるシステムを作る ・ 業務産地共に、契約的取引に重点を置くため、お互いの都合が天候や相場に影響されにくい意識統一が必要であり課題 ・ 青果物の安心・安全をモットーに気象状況に左右されない生産量を確保することにより、安定供給できる体制作りが必要 ・ 加工に向く品種の開発と生産・流通コストの削減 ・ 物流目的に応じた、生産品の明確化 ・ 業務向け産地、加工業者等の情報が欲しい ・ 漬物塩蔵加工において、青果市場急落時の時期が分からずため人員配置が遅れ、過労になる。 ・ 決定的な問題は、ユーザーが必要量を安価で確保したい(輸入品より)意向に対し、国産においては、小売用の規格品生産が主流であること。改善策は、生産コストダウンし安定供給することに尽きる ・ 産地の要望価格と実需者の要望価格に格差があり、折り合いがつかないことが一番問題点 ・ 計画出荷・安心安全・単価設定 ・ 納入価格の決め方 ・ 加工業者が輸入している仕入単価をある程度オープンし、国内産との価格差を提示する。国内生産の生産物で、トレーサビリティ、GAPを導入することによる仕入単価が上がることは、消費者全体、特に量販店のバイヤー、経営者に理解して頂きたい。生産者、流通業者、加工業者へのしわ寄せは、現在ある問題に直結していると思う ・ 加工業者もコスト削減を重視するため、手のかからない秀品、大玉の物を求める ・ 業務用向けへの産地化がなされていないので、価格・数量等が安定していないため、業務用向けの産地の開拓 ・ 契約条件の設定、産地の規模拡大等による、設定価格の基準 ・ 休耕地の有効利用 ・ 加工・業務用の輸入が増え、国産青果物の自給率が低い。輸入物から国産青果物へと利用増進をはからなければならない。そのためには、安定的・継続的に加工・業務ができる産地を今から育成していかなければならない ・ 価格を高値安値の市場相場では、安定供給できなく、品質もバラつきあり使用できる物とできない物があるので十二分に注意が必要である ・ 加工業者、JA(産地側)卸と三者で生産市場を見て、確認をしながら進める。生産者の生産価格を意識して取り進める ・ 顧客はスーパーか八百屋であり、産地表示義務があるので、国産しか売れない。従って当社も輸入は行っていない。惣菜・加工品の産地表示をしたら国産が売れると思う。惣菜・加工品(サンドイッチ、ハンバーガー、コロッケ、etc)に全て、野菜に限らず、産地表示の義務をしない限り、今後自給率は伸びず、輸入品が拡大し、産地はなくなると思う ・ この種の取引(営業)は荷受がするべきではないと思っている。基本的には規格品(安値補償の関係で)を扱うのが荷受会社だと思っている。
生産者団体(県連・全国連)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 担い手不足、生産コスト高 ・ 生産が年産毎に不安定で数量の拡大と期間の拡大が難しい ・ 輸入品の価格が基準となり安価である ・ 青果物、特に野菜類の安定的な生産価格の保障のために、重要な取引形態である。国内の産地がリレー方式で供給できるようにして、JA組織として取り組んでいきたい ・ 生産コスト削減(機械化、雇用対策) ・ 電算システム開発(精算請求実績、収支管理のできるシステム)