

地場野菜消費拡大に向けての市場の役割

生物資源科学部 アグリビジネス学科

1年 菅原穂香

1年 福本美穂

1年 山本真理奈

生物資源科学部 生物応用科学学科

1年 佐藤幸奈

指導教員 生物資源科学科 生物環境科学科

教授 長濱健一郎

助教 川崎訓昭

准教授 中村勝則

1. 課題の設定

□私たちは、秋田の野菜が手軽に買えないことに気付き、その原因を調べようと考えた。消費者はできるだけ新鮮なものが食べたいはずであり、地元の野菜を多く販売している道の駅などの直売所は人気があるイメージである。消費者の需要と販売の供給が釣り合っていない原因として、秋田は米の生産量が多く有名であるが特色ある野菜は特にあげられないこと、安い輸入品の増加により国内産が売れなくなってきていることが挙げられるのではないだろうか、と私たちは推測した。そこで、秋田市公設地方卸売市場の丸果秋田県青果株式会社が行っている朝採り午後競りを通して、課題解決のためにはどうしたらよいかを考えた。私たちは、フードシステムの仕組みについて本で学習し、丸果秋田県青果で2回、秋田青果で1回のヒアリングを行い情報を収集した。

2. 結果

(1)フードシステムの仕組みと課題

□フードシステムとは、農漁業生産者が生産した農水産物が、食品製造業によって加工され、その食品が量販店、外食チェーンや中食企業等を消費者に渡るといった食料・食品のトータルな流れのことである、と定義されている。

□農産物が私たち消費者へ届く流れは一般的に生産者→出荷団体→卸売市場→小売業者→消費者となっている。卸売市場には出荷された農産物販売を受託する「卸売」と、その農産物を小売業等に販売する「仲卸」が存在する。今日的な課題として、品質確保の上での農家の技術の不足、農家の新たな作目に取り組むための資本設備が不十分、加工施設等の整備などが挙げられる。

(2)朝採り午後せりの目的と歴史

□秋田県の青果物流通を担い、個性と活力のある会社として成長していくために、秋田中央卸売市場の丸果秋田県青果では平成 13 年より県産青果物の朝採り午後競りを開始した。出荷する農業者は、高齢者や小規模で、農協等に出荷するには規模が小さい農家である。購入する側は、秋田市内の小規模スーパー等である。この企画をきっかけに県内産地の育成と拡大、取扱倍増を図っている。

(3)調査結果

1) 午後せりの課題

□市場における卸売の立場として言えば、卸売から出荷団体への連絡は早いですが、その情報を農家が見ていないため、連絡が遅くなり、相場の決定や農家への対応が遅れることが問題として挙げられた。また、卸売の社員は通常の早朝に行われるせりと午後 1 時にスタートする午後せりの双方に対応することが多く、働き方に関しては収入を上げるために労働時間が超過してしまうことが挙げられた。

□そこで、より多く売るため、作付け依頼をすることによる産地化や、何をつくれるのかを把握し付加価値や販売品の特徴など、商品にストーリーをもたせるといった目的を午後せりに付加していく必要があるとしていた。

2) 流通量

□全体を通して流通量が多いのはきゅうり、枝豆、トマトであった。枝豆は秋田県のメジャー品目で 2022 年は 9 月が最多で 5,760 kg、金額にすると 1,549,000 円流通している。きゅうりは最多の 8 月で 5,297 kg、634,000 円、トマトは 9 月が最多で 4,451 kg、975,000 円流通している。きゅうり・トマトは秋田県のブランド推進品目とされている。

3) 朝どり午後せりの魅力

□お客さんが新鮮で美味しい野菜が食べられるということである。そのため、「普通に食べるより美味しい」とお客さんの評価も高いことでも知られている。また、朝どり午後せりは農家にとってもメリットがある。農家へのメリットには経費がかからないこと、中立が公正であることなどがある。また、受託拒否が禁止されているためすべてのものに値段がつく。それから、農協は出せる品種にしぼりがあるのに対して午後せりは農協に出せないものを出することができる。つまり、量が少なくても買い手がいれば市場として成り立つという売る側にとって最大の魅力がある。

4) 今後の課題

□その一つが少量多品目であることにより、輸送コストや準備のための時間や労働力を多く要することだ。また、地下水や冷凍設備がないなどといった小さな農家が不利になってしまうことや、先代の技術を受け継いでいるだけの生産者が多くなりつつあることも問題視されている。そのため、市場の在り方としては物流の拠点かつ食料基地となり、農家の役に立つことのほかに、加工などの機能も必要となってくる。また、供給量が多く需要が少ない

ために余ってしまうものを賄うために販売エリアを拡大していく必要もある。これによって秋田にしかない特産品が広い地域に浸透していくことも期待されるのではないだろうか。

3. 考察

消費者が地元野菜を手に入れるために、朝採り午後競りを活発に行うべきだ。そのために取り組むべきことを生産・消費・流通の3方面から考えた。

①生産

国の政策で土地改良を行っているが、ほとんどが水田の農地拡大のみである。園芸作物に対する、土壌整備などの土地改良が大切だ。そのようにして、少ない生産者の中で生産量を伸ばす必要がある。また、生産者は受け継いだ技術だけでなく、新たに学ばなければならない。その土地ではどのような作物の生産が可能であるかを知ることによって産地化が可能になる。

②消費

現在の消費者はより安いものを求めて買うようになった。あまり美味しくない野菜でもドレッシングによりごまかしが効くからだ。そこで、朝採りのメリットである新鮮で美味しい魅力を知るために、「食育」が必要だ。新鮮な地元野菜の美味しさを知っているだけでも、需要が高くなると考える。

③流通

まず、「朝採り午後競り」の知名度を広める必要がある。早朝に収穫し、午前中に出荷となると、より若い農家さんが求められる。そのためには、「朝採り午後競り」の存在を知らせる必要がある。また、集荷業者の一つである農業協同組合を替えるべきだと考える。農家が出荷するに当たり、直売所などの出荷場所までの距離が遠いことが問題である。そのため、生産物は自給用や配布用若しくは廃棄物となってしまう。それらを農協が集荷すれば良いと考える。しかし、農協では限られた品種しか扱わず、多量で規格内でなければならない。その規制を緩くすべきだ。午後競りならば、少量でも出荷することができ、規格外の物は加工用やカット野菜用としての需要がある。この場合、卸売市場は加工用とカット野菜用への対応が求められ、新たな機能が必要となる。このようにして集荷量を増やすことで、朝採り午後競りを活性化させる。しかし、課題もある。午後競りの規模を拡大すれば労働量が増え、労働時間や人手不足となる。

謝辞

お忙しい中、私たちの自主研究に時間を割いて説明して下さった丸果秋田県青果(株)の会長 高橋良治さん、取締役社長 高橋泰寛さん、営業統括部長 齋藤正弘さん、秋田青果(株)代表取締役の畑山 治さんに感謝します。ありがとうございました。