

食品産業と農業者との連携促進に関する 調査研究報告書

平成13年3月

(財)岐阜県産業経済振興センター

目 次

はじめに	2
. 農業と食品産業の提携、契約取引が求められる背景	
1. 加工・業務用向け農産物需要の拡大	4
2. 小売市場における農産物の差別化の必要性	5
. 農産物の契約取引の現状と最近の傾向	
1. 農産物における契約取引の定義と内容	6
2. 農水省資料に見る全国の契約取引の特徴	9
3. 食品産業事業者の農産物の仕入れ方針と契約取引の先進的な事例	13
. 岐阜県及び近県における農業者等と食品産業事業者の契約取引の実態調査結果	
1. アンケート調査の設定	22
2. アンケート調査結果の概要	24
. 契約取引拡大へ向けた課題	
1. 農業者側の課題	42
2. 食品産業事業者側の課題	44
3. 行政に期待される役割	45
アンケート調査票	47

はじめに

一昨年制定された新しい農業基本法（食料・農業・農村基本法）によって、農業政策は市場メカニズム、企業的経営の重視の方向が明文化された。これは、土地利用型を中心とした分野の農業経営の大規模化の実現とともに、企業的経営の導入による効率化が求められるためである。さらに昨年度の農業白書では、農業と共に食料の供給を担う食品製造業は、他の製造業に比較して零細性が非常に強いことを指摘し、「今後、食品産業と農業双方の振興に向けて、両者の連携強化による販路の開拓・新製品開発等」への取組みが重要だと指摘している。また、その課題と解決策についても昨年9月に、「食品産業と農業の連携の推進に関する研究会報告」（農水省食品流通局長主催懇談会）で具体的な提言が行われている。

岐阜県では、「岐阜県民食料確保計画」の〈平常時の健康食料の確保〉の節で、県内農業の振興策として「生産に加工・販売を結び付けた農業の6次産業化の推進」が掲げられている。これは、フードチェーンの川下統合によって、経営の効率化、付加価値率の向上等を目指したものと考えられる。但し、「生産農業所得統計調査」のデータを見る限りでは、岐阜県の加工農産物の出荷額は過去10年ほどで約35%減少し、良い成果は上がっていない。

また工業統計表による食品製造業等出荷額も、全業種ベースが前年比増の中、前年比減を示しており、全国ベースの減少率より大きな減少を示している。平成11年の『岐阜県の商工業』によると、岐阜県の食品製造業は従業者数9名以下の事業所が7割を占め、製造技術の革新が遅れている分野が多くあり、今後は先端技術の導入が課題とされている。

一方、農業白書等で紹介されている既存の成功事例を見ると、食品製造業者や小売業者、外食業者の側は、安定供給を確保するために契約生産の形態をとる場合がほとんどであり、農産物生産の技術指導も行う等、担い手の育成にも積極的なケースが多い。こういった動きは、消費者の安全・健康志向の高まりによる原料選択の重要性から今後も続く予想される。このような背景を考えると、県内の土地利用型農業（ほぼ非畜産農業と言える）において、農業経営の効率化や食品製造業の技術水準の向上を図るためには、大規模な食品産業事業者の製造拠点、研究開発拠点を県内に誘致する事が考えられる。また、農業者が契約生産、受託加工生産の受け手となってノウハウを吸収する方法、つまり川下との提携、統合の機会を探ることも一つの手段として検討に値しよう。

なお、先に紹介した「食品産業と農業の連携の推進に関する研究会報告」では、“連携”を推進するうえでの課題として、

連携関連情報が食品産業事業者、農業者等の双方に不足しており、連携先の確保、安定的な取引関係の形成が困難である。

農産物の契約取引の特性等が関係者に十分意識されておらず、啓発等を行う必要がある。国産農産物の加工用・業務用等としての利用価値を高めるため、加工技術や適性品種の開発、年間を通じた供給の安定等が必要である。

国産農産物の利用の増進を促すため、地域農産物の特色を生かした新商品の開発や販売促進に向けた多様な取組みが重要である。

の4点を指摘している。

この中で、 と については、農業者側が食品産業事業者の農産物取引に関するニーズの実態を把握することで、対応策が明らかになると考えられる。

本調査は、以上のような問題意識に立って、東海地域を中心とした食品産業事業者の農業者との提携の実態（契約取引）と課題を把握し、岐阜県の土地利用型農業者の望ましい対応策の基礎資料を提供することを目的としている。

・ 農業と食品産業の提携、契約取引が求められる背景

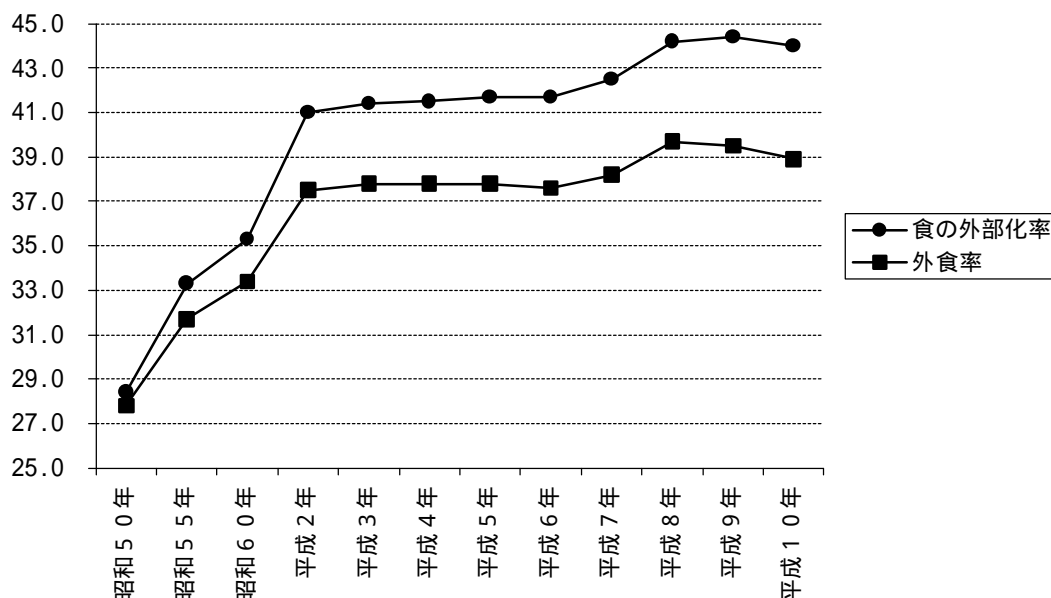
- 1. 加工・業務用向け農産物需要の拡大

食品産業事業者（製造業、流通業、外食産業）は、農業者（生産者）と最終消費者との間に位置する。食品産業事業者は農業者とともに消費者に対する食料の安定供給において重要な役割を担うばかりでなく、原料農産物の需要先として農業者と密接な関係にある。

農水省の試算では、国産食用農水産物の3分の1強が食品産業部門（加工、外食）に供給されており、農業者にとって主要な需要先である。食品産業事業者の側からみると、食品製造業の加工原料の7割近くは国産農水産物であるなど、強い相互依存の関係にある。

しかし、近年は原料農産物の輸入依存度が高まるなど、食品産業事業者向けの国内農産物の供給体制は十分ではない事が農業白書で指摘されている。この背景には、食料消費支出の変化に伴って、食料需要の形態が変化していることがある。我が国の加工食品の市場規模は平成11年に27兆4,531億円となり、平成2年と比べると8.7%の増加を示しているものの、産出額の伸びは鈍化している（（社）食品需給研究センター推計）。ところが、食料消費支出に占める外食の割合（外食率）は、過去25年間で徐々に上昇し、平成10年には38.9%に達している。これに「中食」に該当する惣菜・調理食品を加えると「食の外部化率」は44.0%に及ぶ。このように我が国では外食の習慣が一般的になってきており、さらに外食率と食の外部化率の差が拡大している。この部分は「中食」と呼ばれる惣菜・弁当類の食料需要にあたる（図 - - 1）。

図 - - 1 外食率、食の外部化の推移（単位：％）



出所：「食品工業」2,000年10月号より、（財）岐阜県産業経済振興センター作成

この「中食」の市場規模は(財)外食産業総合調査研究センターの推計によると、平成8年の5兆2,309億円から前年比増で推移し、平成11年には5兆8,421億円に達している。つまり、従来からの加工食品市場が安定した成長を示す中、中食・外食という業務用の農産物需要はそれ以上に増加していることに特徴がある。この中食・外食向け需要は今後も拡大すると予想され、その需要品目も多岐にわたり、消費者の健康・安全指向に対応した形で付加価値も高めていくと考えられる。

しかし、加工・業務用需要の割合が大きくなってきたにもかかわらず、国内農業は、適性品種の開発などの取り組みに積極的でなく、加工・業務用需要に充分に対応していなかったとされ、そのため、加工・業務用の分野ではむしろ輸入品へシフトする傾向すらあった。国内農業が加工・業務用需要に熱心でなかった理由としては、我が国の農業者は卸売市場での委託販売が流通の中心で、食品産業のニーズに関する情報が少なかった事などが指摘されているが、青果物を中心に市場経由率も低下しており、今後は需要の拡大が確実な加工・業務用需要への積極的な対応、契約取引の拡大が求められている。

そのため、例えば農水省では、国産野菜について需要の確保と有機、おいしさ、栄養などの質的特徴を生かした野菜生産の確立・拡大を図ることを目指して、外食・中食産業のニーズに応じた「業務用需要対応野菜安定供給推進事業」を平成10年から開始するなど、供給体制の確立に取り組んでいる。

- 2. 小売市場における農産物の差別化の必要性

現在、日本のスーパー、特に総合スーパーを中心とした各社はコンビニエンス・ストア、ディスカウントストア、ホームセンターといった新業態や、ファミリーレストランなどのフードサービスにも進出し、食品供給の中心を担いつつある。このことは、総務庁の「全国消費実態調査報告」における消費者の食料品の購入先を見ても、「スーパー」(特に量販店)が最大を占めることから明らかである。従来の「一般小売店」から「スーパー」(特に量販店)に食料品の購入先が変わるにつれて、消費者を獲得するための競争は寡占的になり、農産物においても差別化の要素が求められるようになってきた。農産物は他の商品と比較して差別化の実現が困難というのが農業経済学の通説であったが、最近の消費者の健康志向の高まりに代表される嗜好の多様化等によって、「商品開発」の重要性、つまり差別化の必要性和可能性が高まったことが指摘されている。〈注〉 小売業が差別化を求めるなら、卸売市場のスポット取引より、相対取引である契約取引での仕入割合を増やすと考えられ、農業者もそうしたニーズに対応することが販路の確保に必要である。そして、消費者のニーズに近い食品産業事業者との提携は、従来にもまして有効な「商品開発」能力の向上につながると期待される。

〈注〉 生源寺真一著「現代農業政策の経済分析」1998年、337頁。

・ 農産物の契約取引の現状と最近の傾向

- 1. 農産物における契約取引の定義と内容

(1) 農産物における契約取引の位置と定義

農水省による契約取引の定義

農水省は契約取引を下表のように定義している。この中で「経済連、商社等が仲介して農家、生産法人等と契約したものも含める」とあるのは、食品産業事業者が、商社に代表される流通業者や経済連から産地を仲介・紹介してもらい、口銭や手数料を払う例を指している。

表 - 2 - 1 農水省による契約取引の定義

契約取引とは、生産者（農家等）と事業所との間で取引する農産物の、価格、数量、規格（品質）について、原則として農産物の播種前に一定の契約（約束）に基づいた取引における仕入れ。事業所が農家、生産法人等と直接契約したものの他に経済連、商社等が仲介して農家、生産法人等と契約したものも含める。

出所：「食品製造業における農産物需要実態調査結果の概要」農林水産省統計情報部 平成 12 年 8 月

食品産業事業者の仕入れ活動における契約取引の位置

食品産業事業者が、原料（製造業・外食産業）、商品（流通業）である農産物を仕入れる手段は、図 - 2 - 1 のように分類できる。仕入れ活動は、まず、内製するか外製（アウトソーシング）するかで大別され、さらに後者は、相対取引と非相対取引に分けられる。この内、相対取引は市場外取引と市場経由である予約相対取引に分けられ、で定義された契約取引は市場外取引に該当すると考えられる。

図 - 2 - 1 食品産業事業者の調達行動の分類

内製	自社内（組織内）で生産		直営農場の経営	
外製	相対取引	継続的取引		経済連・農協・農家から仕入れ（いわゆる産直が該当）
		卸売市場経由	予約相対取引	主に仲卸業者から仕入れ
	非相対取引		セリ・入札取引（スポット）	主に仲卸業者から仕入れ

注：直営農場は農業生産法人を設立して農地を賃借し、契約した農家あるいは自社社員により生産を行う。

予約相対取引の他にも予約取引などがあるが、簡明化のため省略した。

出所：インタビューに基づき（財）岐阜県産業経済振興センター作成

(2) 農産物における契約取引のタイプと契約取引の内容

契約取引のタイプ

契約取引のタイプは口頭契約取引と文書契約取引とに大別できる。他の一般商品では口頭契約というのは少ないと考えられるが、農産物では非常に多いと言われる。

その理由として、不作等で契約数量に満たない時に農業者側から見れば不可抗力であり、文書にすると証拠が残って裁判等になった場合の不安が大きいため、ということが後に見る資料等でも記述されている。その理由の真実性はともかく、文書契約の例は全体からすると僅かにすぎない、というのが食品産業関係者の一致した見方である。

契約価格の決定方式

価格水準は契約者双方の合意で決まる。長期的には契約価格の水準は需給関係によって変動すると考えられるが、価格を決定する基準を何にするかによって下表のように大きく3タイプに分ける事が可能である(表 - 2 - 2)。

最初の卸売市場価格連動型は、契約時の卸売市場価格を基準に契約価格を設定するもので、契約取引の経験のない産地でも卸売市場出荷価格と同水準であるため、農業者側も納得し易いと言われる。次の生産費補償型は、次年度以降も再生産可能な採算水準に契約価格を設定するもので、卸売市場価格が暴落するようなケースは契約価格の方が高くなる可能性があり、最低価格を設定するものとも言える。

最後の地域内代表作物基準型は、その生産地域の主品目、例えば、水稻の農業所得の水準を確保することを目的として、野菜の契約価格を逆算する方法である。農業者側が自分の所得安定を優先して考えたものと推測され、非野菜産地で野菜の契約栽培が開始された当時に採用されたと言われる。

これら契約価格の決定方式は、次に見る契約取引の内容に合わせて採用されるが、業界紙やインタビューから、現在は、卸売市場価格連動型が一般的ではないかと推察される。

表 - 2 - 2 契約価格の決定方式

価格決定基準別類型(注)	内容
1) 卸売市場価格連動型	契約時の卸売市場価格を基準に契約価格を決定する
2) 生産費補償型	再生産可能な水準に契約価格を決定する
3) 地域内代表作物基準型	生産地域の代表的な品目(例えば水稻)の農業所得の水準を確保するために契約価格を逆算する

注：類名の名称は便宜上のものである。生産費の補償については「保証」という漢字を用いる研究者もいるが、ここでは再生産可能な水準を算出している点から補償としている。

出所：(財)食品産業センター資料とインタビューに基づき(財)岐阜県産業経済振興センター作成

契約取引の種類と特徴

契約取引は、ほ場、栽培地を特定する契約生産と、特定しない販売契約に大別される。

契約生産は、生産方法についても契約者双方で相談して決めていくものであり、例えば、需要者が外食に見合ったサイズの野菜を安定供給してほしいと要望すれば、農業者はその要望に応えるように品種を導入し、栽培方法も研究して対応しなければならない。

契約生産はさらに面積契約と数量契約に分けることができ、面積契約は、一般にどれだけ収穫が多くても、全てのを需要者である食品産業事業者が引き取らなければならない。そのため、契約価格の決定方式は生産費補償型が多いと推察される。この契約は、原料不足の時期や原料不足気味の業種において採用される傾向があると言われる。なお、面積契約の中でも、特に不作時に市場価格が高くなった際に、市場への横流しを防止するため下限を設定したり、豊作に備えてある程度の上限を設ける場合もある。契約生産の内、数量契約は購入数量を規定しているもので、数量確保のリスクは農業者が負うため、契約価格の決定方式は、卸売市場価格の水準に上乘せする形態が多いと推察される。

販売契約は、市場向け農産物の一部を契約野菜として供給するものである。この方式は安定供給が可能であるが、食品産業事業者から特に品質に関する要望があっても、市場向け品の割り振りであるから農業者はそれに応えられない。特に差別化された農産物でないため、契約価格は卸売市場価格の水準か、それ以下のケースも少なくないと推察される。

表 - 2 - 3 契約取引の内容とその特徴

名称		契約内容	特徴	該当例の多い品目
契約生産	面積契約	ほ場、栽培地、栽培方法を特定し、原則、収穫された全ての農産物を購入する。上限を設ける場合も見られる。食品産業事業者側が技術営農指導を行う事もある。	食品産業事業者が契約産地を育成する初期に取られることが多い。生産過剰リスクは食品産業事業者側が負う。	ジュース用トマト、ジュース用にんじん、冷凍用コーン、本漬用だいこん、浅漬用野沢菜、有機米、大豆など
	数量契約	ほ場、栽培地、栽培方法を特定し、収穫された農産物の内、一定の数量のみを購入する。食品産業事業者が技術営農指導を行う事もある。	面積契約を経て移行するケースが多い。生産過剰リスクは農業者側が負う。	小規模産地における浅漬け用きゅうり、なす、カット野菜用キャベツ、レタスなど
販売契約		卸売市場向け農産物の内、一定の数量のみを購入する。ほ場、栽培地を特定しない。	食品産業事業者にとって、供給不足のリスクは小さいが、加工適性等自社向けの品質にこだわるできない。	浅漬用はくさい、カット野菜用レタス・キャベツ、外食用ホールキャベツなど

出所：斉藤修著「フードシステムの革新と企業行動」、業界新聞、業界団体インタビューを基に（財）岐阜県産業経済振興センター作成

(3) 今後、期待される契約取引の内容

前節(2)で述べた2タイプの契約取引の内、農業白書で唱えられる「食品産業事業者と農業者の連携強化による販路の開拓・新製品開発等」への取組みといった方向に該当するのは、栽培方法の特定等によって農産物の差別化を図る契約生産であり、販売契約ではないと考えられる。

- 2 . 農水省資料に見る全国の契約取引の特徴

農水省は、平成12年3月に、農家・農協等と企業(製造、流通、外食)における農産物の契約取引の事例を収集した「生産者と企業との連携を目指して」を公表している<注>。

この報告書は、全国149の事例について農水省の職員が農業者側に面接・聞き取り調査を実施したものであり、事例の多さの点でも全国を網羅している点でも、貴重な資料と考えられる。本節ではこの資料を基に、全国の契約取引の傾向をつかむことにしたい。

<注>「生産者と企業との連携を目指して」-農家、農協等と企業における農産物の契約取引事例-平成12年3月
農林水産省統計情報部 なお、この事例集では、厳密には農水省が定義している契約取引には合致しないと思われるものも含まれているが、本節ではこの資料ベースで集計している。

(1) 契約取引の組み合わせについて

上記資料の149事例について、農業者の取組主体と食品産業事業者の業態別の組み合わせを見たのが表-1-1である。契約取引の実施が多いのは食品産業事業者の中では、食品製造業者で、農業者の中では生産組合等となっている。契約取引全体に占める組み合わせの構成比は表の太枠内であり、食品製造業者と生産組合等の組み合わせが25.5%で最大を占め、次いで食品製造業者と農協の21.5%、食品流通業者と生産組合等の14.8%となっている。経済連等の契約取引は4例にとどまり、全て食品製造業者との取引となっている。一方、農家は食品流通業者との契約取引が最も多くなっている。

表 - 1 - 1 農業者等と食品産業事業者の契約取引の組み合わせ数と構成比(%)

農業者	食品産業事業者			
	計	食品製造業者	食品流通業者	外食事業者
計	149 (100.0%)	83 (55.7%)	53 (35.6%)	13 (8.7%)
農家	34 (22.8%)	9 (6.0%)	21 (14.1%)	4 (2.7%)
生産組合等	65 (43.6%)	38 (25.5%)	22 (14.8%)	5 (3.4%)
農協	46 (30.9%)	32 (21.5%)	10 (6.7%)	4 (2.7%)
経済連等	4 (2.7%)	4 (2.7%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)

出所：農水省「生産者と企業との連携を目指して」より(財)岐阜県産業経済振興センター作成

(2) 契約取引の品目

契約取引の主たる品目について構成比を見ると、最大は野菜で、60%近くを占めており、次いで大豆の12.8%、米の10.1%となっている(表-1-2)。このように野菜が契約取

引の中心であることが本資料からも確認される。

表 - 1 - 2 農業者等と食品産業事業者の契約取引の作目と構成比(%)

主たる品目	米	麦	大豆	野菜	果樹	畜産物	その他	計
事例数	15	4	19	89	10	9	3	149
構成比	10.1%	2.7%	12.8%	59.7%	6.7%	6.0%	2.0%	100.0%

注：主たる品目として記述されているもののみを集計

出所：農水省「生産者と企業との連携を目指して」より（財）岐阜県産業経済振興センター作成

(3) 農業地域類型別

契約取引の実施されている生産地は、中間農業地域と都市的地域がほとんど同数であり、次いで平地農業地域、山間農業地域となっている。相手先は、事例内容を見ると、中間農業地域は加工用向けが、都市的地域では量販店向けが、それぞれ多い傾向にある。

表 - 1 - 3 契約取引をしている農業者の地域と構成比(%)

農業地域類型	都市的地域	平地農業地域	中間農業地域	山間農業地域	計
事例数	44	35	46	24	149
構成比	29.5%	23.5%	30.9%	16.1%	100.0%

出所：農水省「生産者と企業との連携を目指して」より（財）岐阜県産業経済振興センター作成

注：都市的地域 可住地に占めるD I D面積割合、人口密度等が高い市町村

可住地に占めるD I D面積が5%以上で、人口密度約500人以上又はD I D人口2万人以上の市町村

可住地に占める宅地等率が60%以上で、人口密度500人以上の市町村。ただし、林野率80%以上のものは除く。

平地農業地域 耕地率、平坦地割合等が大きい市町村

耕地率20%以上かつ林野率50%未満の市町村。ただし、傾斜20分の1以上の田と傾斜8度以上の畑の合計面積の割合が90%以上のものを除く。

耕地率20%以上かつ林野率50%以上で、傾斜20分の1以上の田と傾斜8度以上の畑の合計面積の割合が10%未満の市町村。

中間農業地域 平地農業地域と山間農業地域の中間的な性格の市町村

耕地率20%未満で、「都市的地域」及び「山間農業地域」以外の市町村。

耕地率20%以上で、「都市的地域」及び「山間農業地域」以外の市町村。

山間農業地域 林野率が著しく高い市町村

林野率80%以上かつ耕地率10%未満の市町村。

(4) 契約内容について

契約書の有無

ここ数年、食品産業事業者の業界団体から、農産物の契約取引について契約の文書化を推進する動きがあり、課題となっている（次節で触れる）。本事例集では、契約書の有無に

ついて明確な記述のない例が多いが、記述のある中では、書面による契約を交わしていない例がほぼ3分の2に及ぶ。また、農協や経済連等においても契約書を交わしていない例が多い。なぜ契約書を交わしていないかについて記述している例は少ないが、その中では、何年にもわたって取引しているので、特に文書化していない、という理由が多い。

ある事例では、「文書契約では、天候や生産者の事情で契約出荷量が揃わない場合に、出荷者に責任が課せられるため、書面による契約はしていない」という記述があり、こうした内容から農業者が契約書を交わさない理由の一端がうかがえる。

記述例

- ・ 毎年、定植終了時期に企業と農協・生産組合とで口頭にて約束（夏秋なす）
- ・ 契約は収穫直前に口頭で交わす（ごぼう、加工業者）
- ・ 20年程取引を続けており特別な契約書は作成していない（ほうれんそう）

契約期間

1年毎に更新の決定をするか、数ヶ月（栽培・収穫期間）という例がほとんどである。2年以上の複数年の例は僅かであるが、加工向けに見られる。

記述例

- ・ 毎年5月初め頃に契約数量等を書面契約、7月の初めから契約数量を納め終わるまで出荷、通常1ヶ月以内に終了（漬け物用白瓜、書面契約）
- ・ 直接契約10年・2ヶ月毎更新（加工用トマト、書面契約）
- ・ 5年間（加工用ぶどう、書面契約）
- ・ 15年間、状況に応じて延長（加工用ぶどう、企業側が資金貸与も実施）

価格の決定方法と決定時期

卸売市場価格を基準にして生産者（農業者）の採算も考慮し、収穫前に最終的な価格を決定するという形態がほとんどである。

記述例

- ・ 契約時期と同時期の市場価格、労働力、生産費を勘案して算定（大豆、書面契約）
- ・ 県内卸売市場の青果物市況を目安として、他産地よりもやや安め（きゅうり、書面契約の有無は不明）
- ・ 市場価格より100～300円高で設定（減農薬トマト、書面契約）
- ・ 市場価格を見ながら変えるが、1週間ごとに価格を決定するような厳密なものではなく、市場価格との差が大きくなったところで両者が調整（にんじん、ばれいしょ、とうもろこし、書面契約なし）
- ・ コスト積み上げ方式とし、月決めで前月末に決定している（ほうれんそう、小松菜、書面契約の有無は不明）

- ・前年価格を参考にして、半月前に交渉で決める（いちご、書面契約）
- ・年内と年明けに分け市場価格を基準に協議して決定（黒大豆、書面契約の有無は不明）

ペナルティ

契約不履行（契約数量に足りない）があった場合、食品産業事業者の側から農業者側に何らかのペナルティが課せられるという契約は数例にとどまる。「罰則等は特にない」という記述が大半であった。農産物以外の商品の取引では、欠品が生じた場合にペナルティが課せられるのが一般的であり、ペナルティのないことの問題も指摘されている。また、ペナルティがある事例は、全て書面契約が交わさせている。なお、興味深いのは、「農協が契約通りの数量を確保できなかった場合のペナルティはないが、農家には月ごとの契約数量を下回ればペナルティ（契約単価の減額）をかける」（キャベツ）というように、農協自身がペナルティを課けることで契約数量を達成しようという例もあった。

記述例

- ・天災などにより契約どおりの数量が用意できなかった場合には、双方で協議を行うこととし、罰則は設けていない（加工向モロヘイヤ、書面契約の有無は不明）
- ・ペナルティは納入された商品の不良品率等によって価格単価が変動することになっている。異常気象等による契約数量の未達成の場合はペナルティはない（漬け物用かぶ、書面契約）
- ・契約不履行時には違約金を払う（外食向けレタス、キャベツ、書面契約）
- ・他商社と取引した場合は除名になる（漬け物用二十日大根、書面契約）

（５）契約取引の効果と課題等の全体的傾向

契約取引を行った効果

農業者にとって契約取引のメリットは、食品産業側から消費者ニーズを把握できることや生産の計画性が高まったり、商品開発の促進や販路の拡大、農業技術の向上につながることで、と昨年の農業白書では指摘している。事例集でも、契約取引を行った効果として農業者が挙げている内容は、ほぼ以下の３点にまとめられる。

- ・契約栽培のため価格変動が少なくなり、収入が安定し、経営が安定した。
- ・卸売市場取引よりも消費者ニーズを反映した生産が可能になった。
- ・品質管理に重点を置いた生産を心がけるようになった。

契約取引の課題

契約取引では、有機農産物及び特別栽培農産物等のように厳しい生産管理により労働時間が長くなる品目が多い。そのため、高齢化等による労働力不足を挙げる例が大半である。

今後の契約取引に対する意欲

従来、契約取引は経済連・農協が中心であったと推察されるが、(1)で見たように、最近では農協組織に限定されず、農業者と食品産業事業者との多様な提携関係が形成されつつある。そのため、今後も契約取引を拡大していきたいという例が多い。また、環境保全型農業への転換や、直売への進出を検討している例が見られる。

- 3 . 食品産業事業者の農産物の仕入れ方針と契約取引の先進的な事例

前節で取りあげた事例集は、農業者側を対象とした調査であり、取引相手である食品産業事業者からの観点はない。そこで、ここでは食品産業事業者側からみた契約取引への取り組みと先進的な事例についてふれていきたい。

(1) 外食産業

仕入れ活動の特徴等

外食産業の業態別に、青果物の仕入れ先の市場外からの割合を見たのが表 - 2 - 1 である。野菜類について見ると、市場外仕入れ割合の多いのがファーストフードや居酒屋、ファミリーレストランとなっている。これらの市場外からの仕入れ先としては、カット業者や野菜専門業務問屋の割合も大きく、それらを仲介したものも含めて、農業者との契約取引が拡大しているようである。以下では市場外からの仕入れの割合が大きい業態を取りあげる。

表 - 2 - 1 外食産業の市場外からの仕入れ率 (%)

	野菜類	果実類
外食産業全体	49.5	44.9
ファミリーレストラン	52.6	50.9
日本料理店	19.4	17.2
西洋料理店	35.7	85.9
ホテル	34.4	17.8
ファーストフード	89.3	86.1
居酒屋	71.0	86.1

注：100%から上記の値を引くと卸売市場経由率となる。

出所：論文『中・外食産業と農産物市場』美土路知之、「流通再編と食料・農産物市場」所収より抜粋

ファミリーレストラン

外食事業者の中でも、ファミリーレストランのように多数の店舗を持つ大手企業は、地域毎にセントラルキッチンを持ち、農産物も本部で集中仕入れを行うのが一般的であった。その理由は、大量仕入れ、大量加工・調理でコストダウンが可能のためである<注>。

<注>「図説 外食ビジネス」三家英治著 晃洋書房、外食企業へのインタビューによる。

また、一般的に外食企業は、食品製造業者ほど農業生産に精通していないと言われ、外食企業と農業者が取引する場合は、商社、生産者のネットワーク組織など多様な「コーデ

イネーター’に頼らざるを得なかったようである。

しかし、最近では、外食企業間の競争激化の中で輸入食材を積極的に利用しつつも、他方で差別化を強めるため、農業生産の統合化（川上統合）や、仕入れの分散化も試みている。

特に、すかいらーくなどの大手ファミリーレストランの契約生産では、農家グループから商社等の介在なしに仕入れを行い、農家にとっても有利な価格形成を実現していると言われる。このように、本部仕入れの割合、あるいは本部仕入れにおける卸売市場の利用割合を減らして、近隣の農家と契約取引を行うケースが増加している。

外食事業者と農業者との契約取引では、数量契約を選ぶ場合が多く、契約年間も数年である場合が多いようである。ただし、よほど大手の外食事業者でないとロットが少ないため需給調整が厳しく、精度の高い供給体制を持つ農業者を見つけるのが困難と言われる。そうしたこともあってか、関東圏に店舗を展開する平成フードサービス（居酒屋）は、北海道に山林を開墾した 2ha に自社農場「平成フードサービス・オーガニックファーム」を設立し、ここで生産した有機農産物を各店舗で使用しており、今後も拡大予定である<注>。このような直営農場によって原料の農産物を調達する試みは、他の外食事業者にも見られる。

<注> 日本食糧新聞の記事と平成フードサービスのホームページによる。

業界団体

外食事業者の業界団体である（社）日本フードサービス協会は、1988年に「外食産業界から農業者へのメッセージ」というパンフを公表し、『有用な新しい技術を学び、消費者本位の農産物をつくりましょう』、『農業をビジネスとし、原料生産に限らず、加工で一段と付加価値の高くなる農業経営を願っています』などと、提携の働きかけを行ってきた。

さらに、野菜および米を対象にした「外食産業界からの有機などの農産物に関する監査・認証（JF認証）制度について」をまとめ、平成10年5月に公表している。当団体へのインタビューによると、日本の栽培面積当たり農薬投入量は世界で1,2位であることから、消費者が食全体に安心感を持たなくなることに危機を感じているという。そのため外食、中食産業界が求めているのは、卸売市場で重視される規格の細かさではなく、栄養や安全性といった内容であり、そのことを農業者に訴えかけたいとしている。

こういった背景から、上記の基準を独自に設けると共に、国内農家に契約生産をしてもらい、外食事業者が共同購入するシステムを発表している。これは、外食事業者の仕入れ・調達に適した農産物の監査・認証制度の考え方をとりまとめたものであり、認証機関の公募、バイヤーおよび生産者に対する制度説明会などの手順を踏んで、昨年からは、減農薬・減化学肥料栽培農産物の認証制度を開始している。検査は民間認証機関の農業食品監査システム（AFAS）が行い、認証コストは外食各社が負担し、検査結果はJF生産管理委員会で判断し、認証する仕組みである。

このように、外食産業界全体で、産地や大手の流通業者に働きかけて、認証した農産物を外食各社が仕入れ易くすることを積極的に試みている。

(2) 小売業

仕入れ活動の特徴等

量販店<注>

従来、大手のスーパーマーケット・チェーン、量販店の青果物仕入れは「本部一括仕入れ」が中心であった。しかし、1990年代後半頃から量販店の青果物の仕入れ方法が変わってきている。本部の一括仕入れから地域仕入れへ、地場野菜の強化など多様化している。集荷力など地方卸売市場の機能を見直す動きも出てきている。この背景には、競争の激化で他店との差別化を図りたいという判断がある。

仕入れ形態は、中小の食品マーケットは卸売市場からの調達に80～90%近いと考えられるが、全国に店舗を持つ量販店は、特に農産物の産直品を差別化商品として位置づけ、市場外からの調達を原則としてきた。しかし品揃えの充実とバイイングパワーを活かした調達をするため、徐々に市場流通の割合を増やしつつあった。大手のスーパーマーケット・チェーンは本部の仕入割合を増加させて、小売価格から仕入価格を決定してきた。さらに量販店は、市場外流通による産直は「パートナーシップによって育てる」という方針をとってきたため、特売の対象にせず、同一品目で市場からの調達品において競争が起きないように配慮してきたのである。ところが、こういった仕入れ行動の結果、各店舗で品揃えが類似し、価格も同一であったため、店舗の個性が弱くなりがちであった。そのため、ジャスコ、ヤオコーなどは、最近の店舗間競争の中で店長権限を強め、特徴のある地域の品目の調達を拡大し、地域の生産者との産直による売場コーナーを設定するようになってきた。最近では、さらに大型量販店は品揃えを拡大するため、同一品目でも複数の産地の農産物を並べ競争をさせるようになっている。

<注> 日本食糧新聞 2000年1月1日の特集記事と関係者インタビューによる。

コンビニエンスストア<注>

小売業の中で著しい成長を遂げているコンビニエンスストアでは、量販店に比べて生鮮食料品の売上構成比は小さく、また特売を行うことはない。しかし、急激に拡大する惣菜、弁当といった中食市場の原料を選択するに当たって、消費者の健康・安全志向に合わせた有機野菜等を利用するため、契約取引を拡大させている。

例えば、ミニストップは、1997年頃から弁当やおにぎりに減農薬米を導入、一部のサンドイッチにも減農薬野菜を取り入れるなど、消費者の安全志向に対応した取り組みを開始している。減農薬米は茨木、栃木、山形の三県11のJAと4千5百トンを契約取引し、仕入れ全体の六割を賄っている。土壌養分の状態、使用する農薬、食味などでミニストップ独自の基準を満たしたものを仕入れ、価格は通常の米よりキロ当たり20円高いとされる。これらは農薬の散布回数が半分以下で、農水省の減農薬米のガイドラインを満たしている。野菜ではレタス、キュウリ、トマトを契約取引にしており、提供しているサンドイッチに減農薬野菜使用の表示を始めている。さらにグループ企業のジャスコにも、同社が

開発した減農薬米使用の弁当を納品している。サンドイッチ用のレタス、キュウリ、トマトも、減農薬栽培に切り替えて、消費者に「安全、安心」をアピールすることを重視しており、今のうちに産地との関係を深めておき、店舗数が増えても対応できるようにする方針だという。

<注> 日本食糧新聞 1999年3月20日、田村馨編「変貌する食品流通」による。

先進的事例

例) 大手量販店「I社」(東京都新宿区) 仕入担当者へのインタビュー結果

「I社」の仕入れの特徴

- ・大手量販店「I社」は、これまで全国一律仕入れだった農産物調達を見直し、店舗毎に個性を出そうと、各店舗と近郊農家の直接取引を増やす方針にした。そのため昨年10月にホームページを開設し、「最寄りのお店へ農産物を出荷しませんか」と個別農家に呼びかけを開始した。代金決済は五日後払いなど農家に配慮している。
- ・今年中にも青果物の仕入れ額の三割を農家(グループ)との直接取引にする予定である。従来、全店舗の青果物売上870億円の内、市場経由は38%で他は産直が大半だった。ただし、これらは一括仕入れで、バイイングパワーを確保する事が目的であった。しかし、地域によって食文化、食生活も違うことから、仮に商圈1kmで各店舗を配置する中であっても、各店舗が個性を出して顧客ニーズに応えることを目的で開始した。あえて地物野菜を優先させて個性ある店づくりに力を入れていきたいという。
- ・今回の試みでは、ほうれん草、大根、きゃべつ、きゅうり、トマト、長ねぎ、きのこと類、レタス、その他地域の特産品、味の良い地域特産果物(ギフト含む)等を対象としている。すべて契約取引で、卸売市場より価格は高くする予定である。
- ・既に相当な申し込みがあり、今のところ当初目標の仕入れ量は確保できる見込みである。

契約取引の形態

- ・これまでの契約取引は双方の認識の違いからトラブルだらけで、契約取引の定着までは時間が大分かかると思う。最大の問題は契約価格である。
- ・一般的に契約価格はその時点の卸売市場を見て決めている。しかし、納品時に卸売市場価格が非常に高くなると、とたんに卸売市場に出そうと供給を渋ったり、価格を上げてくれという要求になる。そのため、納品時の価格変動にある程度リンクするような契約が広まっている。だが、それでも当事者間に認識の違いがあり、うまくいっていない。
- ・欠品の場合、他の商品ではペナルティがかけられる。農産物でもペナルティを課している例を聞くこともあるが、いったん課すと、そこで取引が途絶えてしまったりする。どういう形式にすべきかむずかしい。
- ・最近の傾向として、面積契約から数量契約への移行が普通である。農業者の側は供給不足にならないように多めの栽培面積にして、リスクを負担することになる。
- ・市場外流通が50%を超えるようにならないと、本格的な契約取引の時代にはならないのではないかと感じる人が多い。
- ・最終的には、農業者が農産物をプライベート・ブランド製品と考えて行動するような時代になり、普通の製品売買と同じような契約概念が浸透すると良い。

(3) 食品製造業

仕入れ活動の特徴等

製造業<注>

食品製造業は、長期的な安定供給の観点から国内農産物の調達を優先する方針を唱える企業が増えつつある。そのため、機械化や大規模生産の育成、技術指導等のフィールドサービスの充実による高品質生産を目的とした契約生産に積極的な企業が少なくない。

仕入れ先として、国内では 1.卸売市場（スポット）2.卸売市場（予約相対）3.下級品を中心とした販売契約（産直）4.契約生産 に分けられるが、2~4 の割合が大半であったと推察される。また、仕入れではなく直営農場による調達は一部の業種に限られている。

食品製造業者は、輸入原料と国産を使い分けており、国内生産については生産者の所得を補償しようとする行動もみられ、生産者のインセンティブが高まるようにあえて面積（全量）契約を取る場合が見られた。その背景には、業務用・加工用野菜の契約取引は、作柄や市場価格の変動で農業者が契約を守らないことが多かったため、安定供給のため面積契約が所得補償的性格を持って普及した経緯がある。

これまで、タバコ、ホップ、果汁用トマト等では面積契約が大半であった。しかし最近の事例を調べると、面積契約であったものから、食品製造業者のリスクを軽減する形で数量契約へ転換するケースが見られる。また、食品製造業者の中には川上統合を試みて実験的な直営農場を始めたり、農業生産法人の育成、収穫作業の受託などを展開するなど積極的な動きが目立つ。特に青果物では、収穫作業の機械化で省力化が可能になったことや、食品製造業者と農業者の双方に契約生産による取引価格の安定化志向が強まったことにより、以前より両者の提携が容易になったと見る業界関係者が少なくない。

<注> 三国英実編著「再編下の食料市場問題」、斉藤修著「フードシステムの革新と企業行動」を参考にした。

一次加工業者

（社）農協流通研究所（東京都千代田区）が、カット野菜業者を対象にした最新の 1997 年調査によると、原料調達先は、市場経由が減り、JA や産地商人が増えている。外食産業などの需要者が取引価格や品質の安定、珍しい野菜や有機野菜を求め、契約栽培・契約取引を増やしていることの影響である。品目別には、ダイコンをはじめ根菜・土物の使用量が伸びている。原料野菜へのこだわりが高まり、仕入れルートも変化している。1997 年の仕入れ先は、市場ルートが五割台を保ったものの、91 年調査よりやや低下し、代わって産地商人や輸入、JA が大きく伸びている。野菜以外の一次加工業者全体で見ても契約取引が拡大していると推察される。

業界団体

（財）食品産業センター（東京都港区）は、原料野菜を中心に加工用農産物の契約取引を推進しており、価格や数量では、メーカーと産地の歩み寄りが必要と考え、1998 年から

全国五か所で、産地と需用者を縁結びする場を設けている。また、契約取引の定着を阻んできた価格と数量の問題について相互理解を促すため、単なる口約束ではなく文書による契約を勧めている。

(財)食品産業センターが過去に実施したアンケートでも、加工・業務用野菜の契約取引では野菜を供給する産地J Aと利用する企業との間で、希望する取引条件等に対する思惑の違いが問題となっている。企業の最大の関心事は、業種により違い、最大の感心事として「品薄時の安定調達」を挙げるのは、浅漬け、カット野菜で、回答の四割方を占めた。鮮度が求められる浅漬け、カット野菜は、原料のストックが利きにくい商品特性がある。小売り用の野菜と需要が競合し、品薄時に必要量の確保に苦労することを反映した回答結果となっている。「歩留まりの高さ」を重視するのは、冷凍・缶詰と本漬けの業界である。一時加工した原料、半製品をストックできるので安定調達への不安は少なく、生産コストや製造効率に響く歩留まりに、より注意を払う傾向がある。

一方、J Aでは、「生産費基準の契約価格」が第一の関心事である。現実に加工・業務用野菜を供給する131のJ Aの仕向け先別の集計では、漬物、カット野菜などで比率が高い。「生産費基準の契約価格」は、企業でも二、三番目の関心事に挙がり、契約取引を定着させる要素だと考えている。(財)食品産業センターでは、こういった調査を続けながら2000年度にも「原料野菜取引高度化委員会」等を設置して、書面契約の実施を推進している。

先進的事例

<p>例) 豆腐製造業「Y食品」(株)(東京都葛飾区) 営業部長へのインタビュー結果</p> <p>仕入れの特徴</p> <ul style="list-style-type: none">・豆腐製造業「Y食品」(株)は、豆腐の安売り競争を避けようと、国産大豆商品の製造に力を入れ、高品質に欠かせない国産大豆を契約栽培で賄っている。・当社の工場は栃木にある。良い水を利用して品質を維持するため、名水の産地を探して立地した。大豆の調達先も品質第一に考えている。したがって、地元産だからというこだわりはない。栃木産のタチナガハは利用しにくい面があり、他県から仕入れた。また、豆腐向け大豆でないものを原料としても、おいしいはずはなく、地元産利用をアピールしても売れないだろう。将来、もっと望ましい場所があれば工場も移転するだろうし、工場付近の産地を優先する考えはない。・年間約六百トンを使う大豆の内、国産品は四百トン。現在は富山、長崎両県の産地と契約し、年間約百トン程度大豆をそれぞれ仕入れる。富山の産地は、取引があったJ Aに紹介を受けた。長崎の産地は、社員の出身地という縁で生産者と契約した。価格はともに同県産の入札価格を基準に一定額を上乗せする。輸入品の五割高の水準であるが、製品が高くとも今のところ消費者は買ってくれている。・契約栽培にこだわる理由は、輸入品に比べて国産品は用途別の好適品種が少ないことである。栃木県佐野市の工場は最新設備を設けるが、豆乳とにがりを混ぜる作業や一丁ずつ切る作業は社員が行う。一日の最小ロットは、一日に豆腐千~千五百丁を製造する場合が多く、それに対応したプラントに必要なのは2~3俵(120~180kg)である。その内、全農、商社、生産者からの直接仕入れ、の三通りで調達している。これはリスク分散のためである。・国産は1俵7~8千円でアメリカの豆腐向けバラエティ大豆1俵3千5百円の倍近い。さらに特別有機栽培ものは1俵2万円もする。アメリカの豆腐向けバラエティ
--

大豆はこれまで、日本の豆腐原料の中心だった。これが遺伝子組み替えということで国産品シフトが進んでいる。「Y食品」では製品単価を高くし、1俵7~8千円程度でも採算はとれている。東京都では豆腐組合で一丁150円が標準。当社は200円前後で販売している。有機大豆などではもっと高いものが市場に出ている。

・「Y食品」では三十種類ほどそろえる豆腐の半数が国産品である。販売割合は輸入品が六割で国産品が四割。国産品はどれか、と訊いてくる消費者が多くなってきた。

・これまで国産大豆の購入では、需要者側が生産奨励のため60kg当たり500円を補填する仕組みになっていた。それが仕入れ価格を高くしてきた感がある。

契約取引の課題

・現在の契約期間は全て1年。長期化の可能性はない。独自に売り込んできた生産者のものも1年。品種と安定供給を重視するが、そのための長期契約はリスクが大きい。大豆は日持ちしないので、需要者側に対し、生産者は強気な傾向がある。それに対して外食産業では直営農場の導入で対応しているようだ。

・熱心な生産者グループから売り込みがあり、生産者団体の名称明記が契約条件のこともある。例えば岐阜の生産者が他県の豆腐メーカーとそういう提携をしても良いだろう。

例) 野菜加工品の製造販売(株)S社(神戸市西区) 社長へのインタビュー結果

仕入れの特徴

- ・(株)S社は、契約栽培により安全性や品質面で優れた原料野菜を採用している。最新の技術を導入した衛生的な設備で加工処理を行い、食品業界から注目を集め、取引先もキューピーを始めとして、惣菜メーカー、スーパーなど幅広い。
- ・現在は、岡山県の農協と契約をしている。当初は、兵庫県下4農協、奈良天理農協、滋賀県2ヶ所、香川県、愛媛県、島根県といった所と取引したが、岡山県以外は1年と持たなかった。それは契約の履行ができなかったからである。
- ・当社からの働きかけで、契約取引が始まった。契約の相手はすべて農協が相手であり、現在では3農協383戸である。契約は3000ト、50畝である。岡山県経済連全体でタマネギ以外は2割くらい生産が落ち込んでいるが、タマネギの生産量だけは逆に微増である。これだけの農家を管理する事は不可能である。手数料は経済連・農協併せて5%である。
- ・農家の管理を目的とし、当社と経済連にて、いわゆるマニュアル「加工タマネギ栽培指針」というのを作成した。これには、こういう農薬(有機減農薬)、こういった肥料の蒔き方といったことや、収穫の方法、選果の方法までも記載した。マニュアルについては、契約にすべて記載してある。

契約取引の課題

- ・問題点は、農業団体及び農家に、契約を履行しなければならない、という意識が弱いことである。従来、農業者側のリスクとしては、卸売市場へ出していたときは出荷までが、即ち段ボール箱へ入れて貯蔵してそして売れるまでは自分でリスクを負っていたが、当社の契約のシステムではコンテナへ入れて直ちに出荷(正確には当社が引き取る)なので、リスクはほとんどないに等しい。
- ・当社は、1年分3000トのタマネギを貯蔵可能な貯蔵庫まで用意している。そこまでやっての契約なのに、農業者側の契約に対する(履行しようという)意識はなきに等しい。市場出荷という今までの流れを捨てきれず、市場の相場が高いときは、契約先に物を出さない。逆に市場相場が安いときは、契約をしていない近所の農家の分まで買い取れと言って来る。さらには、他の業者が高く買うといったら売ってしまう。これが、一般的な農家の思想である。いわゆる契約思想が全くない。契約をしたら守らなければならない、という発想が全くない。
- ・マニュアル「加工タマネギ栽培指針」に沿った生産や契約履行が可能であれば、岐阜県の農業者に対しても当社としては是非、契約を考えたい。

仕入れの特徴

- ・ 栃木県の茄子漬物製造業であるA食品(株)は、当初、数量契約であったが、面積契約に移行して需給調整のために新たな流通チャネルの開発に入り、リスクをできるだけメーカーが負担しながら、契約生産者の生産力を長期的に向上させようという戦略をとっている。
- ・ 原材料入荷から製品出荷まで4日くらいと短いためにデイリーの原材料入荷が求められる一方で、天候や市場の動向により量や品質・価格が変動し、産地により規格・品種にばらつきがある、といった問題点があった。これを解消すべく契約栽培に至った。
- ・ 具体的には、農家へは苗を供給している。苗を作る段階は、外部委託をしている。農家へは何月に定植し、何月何日から収穫です、といった指導を行っている。苗、栽培管理、収穫、物流まですべてお世話しており、農家はノーリスクである。

契約取引の課題

- ・ A食品(株)は全量買い付けを基本としているため、商品が売れなくてもすべて買い付けている。即ち、農家は売れないといったリスクは全く負っていない。また、農薬や機械といった、資材の共同購入や支払いの立て替えも行っている。農家には、生産だけに力を注いでもらうようにしている。一番売上の多い農家は、3800万円を超えている。彼らは、安心して経営できる、とっている。これだけがんばれば、これだけの売上があるという計算ができるためである。まさに、農業経営といえよう。全量買い付けという背景があるからこうしたことができるのである。
- ・ また農家は、自分たちの商品がどこで売られているかが分かるのでやりがいにもつながっている。卸売市場に出してしまえば、そういうことはまったく不可能である。
- ・ A食品(株)は、年間を通して原料を供給できる体制を取っており、産地は栃木、茨城から九州まであり、また韓国の釜山も産地としてある。韓国では、なすはほとんど生産されていなかったが、当社の指導で生産が始まった。一方で、生産拠点は本社のみのため、すべての原料が一旦本社へ集荷され、商品として西へ向かうという動きをしている。
- ・ こうしたことから、西日本向けの拠点が必要と考えている。即ち、岐阜の農家において当社のマニュアルに沿った生産が可能であれば岐阜に拠点を設けることも検討したい。岐阜は日本の中心なので、物流面からも有望と考える。

(4) コーディネーター<注>

近年、商社は、農家と農産物需用者との仲介を行い、契約取引を取り持つコーディネーターとしての役割を担いつつある。ここでは各種資料で取り挙げられることの多い日商岩井の事例を見る<注>。

日商岩井は、99年7月から、同社の国産有機ビジネスの拡大に結びつけることを目的として全国の自治体などを対象に、有機農産物の生産、流通、販売を支援するコンサルタント事業を開始し、有機栽培で農業の活性化を目指す地域にノウハウを提供している。既に、全国の市町村レベルの自治体と話し合っており、大手スーパーマーケットや総菜メーカーなどの販路を開拓し、自治体からコンサルティング料を得ている。青果販売会社のトーシン（栃木市）や肥料会社と協力し、生産面の指導にも当たっている。

さらに昨年6月、電子商取引のベンチャー企業オイシックス（東京都）と資本・業務提携し、インターネット上で有機栽培や減農薬栽培の農産物を販売するネットスーパーの営業部門をオイシックスに移管した。独自の安全性、食味基準をクリアした商品だけを厳選し、農産物の生産方法、栄養価、調理法などの情報を消費者に提供する。現在の取扱商品は、減農薬野菜など約三十品目だが、今後、肉や水産物、乳製品を追加し、本年度内に千品目を目指す。農産物は八百戸の農家と栽培契約する青果業者トーシン（栃木市）から仕入れる。有機農産物は改正JAS法に基づき認証を受けたものを販売。本年度の販売高は4億2千万円、2005年には217億円を見込む。

<注> 日本農業新聞 2000年6月23日、日本総研「ニューアグリビジネスと農業の企業化」を参照した。

・ 岐阜県及び近県における農業者等と食品産業事業者の契約取引の実態調査結果

本章では、岐阜県及び近県における農業者等と食品産業事業者の契約取引の現状と課題についてアンケート調査の結果から把握する事にしたい。

- 1. アンケート調査の設定

(1) アンケート調査の目的と実施期間

アンケート調査の目的

岐阜県及び近県における食品産業事業者と、土地利用型農業を営んでいる農業者等の間(注)における契約取引の実施状況(作目、調達額に占める割合、理由等)と、提携推進のために農業者側と行政に求められる対応について、食品産業事業者側の見解を収集する事を目的として実施した。(注)農業者等とは農家、農業生産法人、出荷組合、経済連・農協等を、食品産業事業者とは食品製造業、食品小売業、外食産業を指す。

アンケート調査の実施期間

2000年1月末～2月末にかけて、郵送によるアンケート調査票の配布と回収の方法により実施した。

(2) アンケート調査の対象企業と回収状況

飲食業

抽出元 : 東京商工リサーチの企業データベース

抽出条件 :

- 1) 本社業種が「一般飲食業」に該当する企業
 - 2) 年間売上高が50億円以上の企業
 - 3) 本社が岐阜・愛知・三重・滋賀・大阪・和歌山に所在する企業もしくは上記以外に本社が所在する企業で、岐阜・愛知・三重に店舗ないし拠点があると思われる企業
- また、1)の業種分類から外れる全国チェーン等を補完するため、『1999年度日経飲食業ランキング』の上位企業から2)および3)の条件に合致する企業の追加抽出を行った。

食品小売業

抽出元 : 株式会社流通企画「食品スーパーマーケット辞典」2000年版

抽出条件 : 1) 年間売上高が10億円以上の企業

- 2) 本社が岐阜・愛知・三重・富山・石川・福井・長野に所在する企業

食品製造業

a. 企業データベースからの抽出(工場ベース)

抽出元 : 帝国データバンクの企業データベース『COSMOS』

抽出条件 :

- 1) 岐阜・愛知・三重・富山・石川・福井・長野・滋賀・大阪・和歌山に所在する工場
- 2) 本社業種が、土地利用型農業を営んでいる農業者と取引が見込める下記の15業種に該当する企業の工場

1 野菜缶詰・果実缶詰、2 農産保存食料品(野菜漬物を除く)、3 野菜漬物(缶詰・瓶詰・つば詰を除く)、4 味噌・しょう油・食用アミノ酸、5 小麦粉、6 生菓子、7 ビスケット類・干菓子、8 米菓、9 冷凍調理食品、10 ふくらし粉・イースト・その他の酵母剤、11 でんぷん、12 こうじ・種こうじ・麦芽・もやし、13 豆腐・油揚げ、14 あん類、15 惣菜

b. 企業データベースからの抽出(本社工場ベース)

抽出元 : 東京商工リサーチの企業データベース

抽出条件 :

- 1) 本社が岐阜・愛知・三重・富山・石川・福井・長野・滋賀・大阪・和歌山に所在する企業で、
 - a. と重複しない企業
- 2) 年間売上高が10億円以上の企業
- 3) 本社業種は上記a.に同じ

抽出企業数と有効回収企業数

飲食業 : 抽出 115 社	有効回収 29 社 (有効回収率 25.2%)
食品小売業 : 抽出 225 社	有効回収 83 社 (有効回収率 36.9%)
食品製造業 : 抽出 381 社(工場)	有効回収 100 社(工場)(有効回収率 26.2%)
全体 : 抽出 721 社	有効回収 212 社(有効回収率 29.4%)

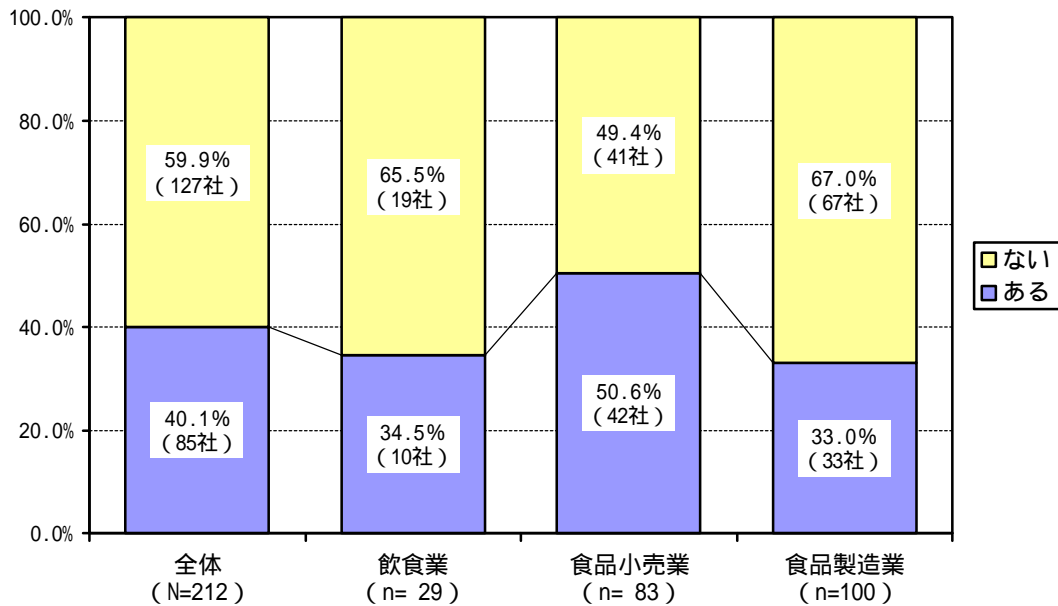
- 2 . アンケート調査結果の概要

(1) 契約取引の実施状況

契約取引の実施状況

アンケートに回答した食品産業企業（製造業は事業所）全体の内、40.1%(85社)が契約取引を実施している。業態別には小売業が最も高く50.6%と過半数の企業が契約取引を実施していると回答しており、次いで飲食業の34.5%、製造業の33.0%となっている。

図 - 2 - 1 契約取引の実施状況



契約取引を実施している品目

本アンケートでは回答にあたり、契約取引を実施している企業は、取引額の大きい3品目までを記述する形式をとった。契約取引を実施している品目として記述があったのは、表 - 2 - 1のように44品目に及び、延べ品目数ベースの総数は199になる。その内、最大がトマト(22社)次いで、だいこん(14社) レタス(13社) ほうれん草(13社) きゅうり(13社) 米(13社)となっており、逆に1社のみが契約取引を行っているのは16品目となっている。

本アンケート結果による業態別の順位を比較すると、表 - 2 - 2のようにになっている。

飲食業ではレタス(5社) トマト(4社) 米(4社)の順に、小売業ではトマト(17社) ほうれん草(11社) きゅうり(9社)の順になっており、製造業では大根(8社)と小麦(8社)がトップになっている。

表 - 2 - 1 契約取引を実施している企業の多い品目順位

	契約取引実施企業数			合計数
	飲食業 (10社)	食品		
		小売業 (42社)	食品 製造業 (33社)	
トマト	4	17	1	22
大根	1	5	8	14
レタス	5	8	0	13
ほうれん草	1	11	1	13
きゅうり	0	9	4	13
米	4	7	2	13
じゃがいも	0	7	4	11
いちご	1	8	0	9
小麦	0	0	8	8
白菜	0	3	4	7
玉ねぎ	1	6	0	7
長ねぎ	2	5	0	7
キャベツ	2	3	1	6
にんじん	0	2	3	5
りんご	0	4	0	4
みかん	0	3	1	4
かぼちゃ	0	2	1	3
大豆	0	0	3	3
すいか	0	3	0	3
もやし	1	1	0	2
えのき	1	1	0	2
とうもろこし	0	2	0	2
野沢菜	0	0	2	2
さといも	0	1	1	2
小松菜	0	2	0	2
(玉)かぶ	0	0	2	2
しいたけ	0	2	0	2
ミニトマト	0	2	0	2
サンチュ	1	0	0	1
白瓜	0	0	1	1
ひのな	0	0	1	1
ぶどう	0	1	0	1
梅	0	0	1	1
はっさく	0	0	1	1
守口大根	0	0	1	1
かりもり	0	0	1	1
小西瓜	0	0	1	1
サニーレタス	0	1	0	1
みぶな	0	0	1	1
おおば	1	0	0	1
セロリ	0	1	0	1
グリーンリーフ	1	0	0	1
柿	0	0	1	1
本しめじ	0	1	0	1
合計	26	118	55	199

表 - 2 2業態別の契約取引対象品目順位

契約取引をしている企業数	飲食業（10社中）	食品小売業（42社中）	食品製造業（33社中）
17社	-	トマト	-
11社	-	ほうれん草	-
9社	-	きゅうり	-
8社	-	レタス、いちご	大根、小麦
7社	-	米、じゃがいも	-
6社	-	玉ねぎ	-
5社	レタス	大根、長ねぎ	-
4社	トマト、米	りんご	きゅうり、じゃがいも、白菜
3社	-	白菜、キャベツ、みかん、すいか	にんじん、大豆
2社	長ねぎ、キャベツ	にんじん、かぼちゃ、とうもろこし、小松菜、しいたけ、ミニトマト	米、野沢菜、(玉)かぶ
1社	大根、ほうれん草、いちご、玉ねぎ、もやし、えのき、サンチュ、おおば、グリーンリーフ	もやし、えのき、さといも、ぶどう、サニーレタス、セロリ、本しめじ	トマト、ほうれん草、キャベツ、みかん、かぼちゃ、さといも、白瓜、ひのな、梅、はっさく、守口大根、かりもり、小西瓜、みぶな、柿

契約取引額の仕入れ額全体に占める割合

契約取引を実施している品目毎に、その仕入れ額全体に占める割合について「100%」、「50%以上」、「50%未満」のいずれかを選択する形式で質問した。

延べ品目数ベースで見た場合、図 - 2 - 2のように「50%未満」が56.8%(113件)で最大である。また「100%」も9%(18件)あり、それらの品目はレタス、トマト、もやし、ほうれん草、えのき、大根、野沢菜、米、長ねぎ、守口大根、かりもり、小西瓜、かぶ、おおば、柿の15品目に及んでいる。

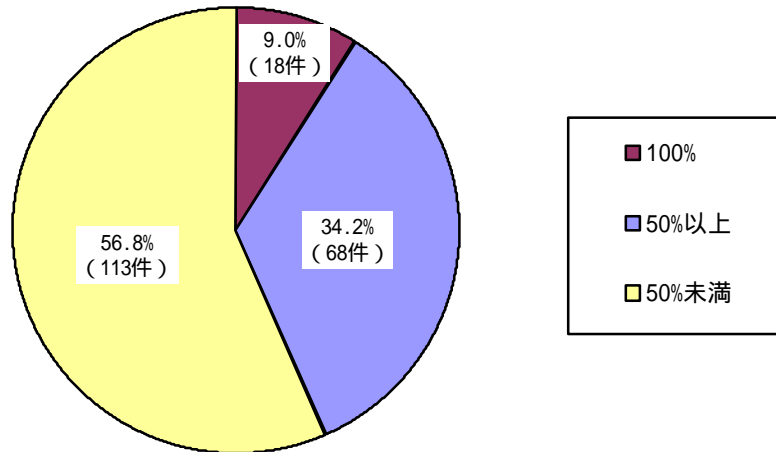
次に、契約取引を実施している企業数ベースで見た場合、図 - 2 - 3のように「50%未満」が68.2%(58社)で最大であるが、「100%」の契約取引をしている企業も14.1%(12社)に達している。その業態別の内訳は飲食業3社、製造業9社(製造業の27.3%)となっている。

契約取引の相手産地

本アンケートでは、契約取引を実施している品目毎に、その主産地を本社、事業所のある岐阜・愛知・三重・富山・石川・福井・長野・滋賀、それ以外の県を選択する形式をとった。

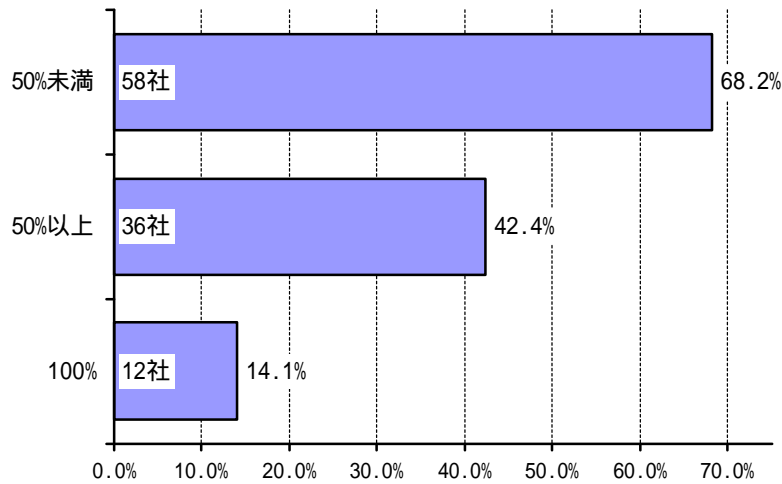
その結果、延べ品目数ベースで見た場合、図 - 2 - 4に示すように、北海道、熊本、茨城、宮崎などに本社、事業所のある中部・北陸地域以外の産地と契約取引を行っている件数も多く、取引産地は広域化していると考えられる。

図 - 2 - 2 契約取引をしている品目の仕入額全体に占める契約取引の割合



(契約取引 延べ品目数ベース集計 N = 199)

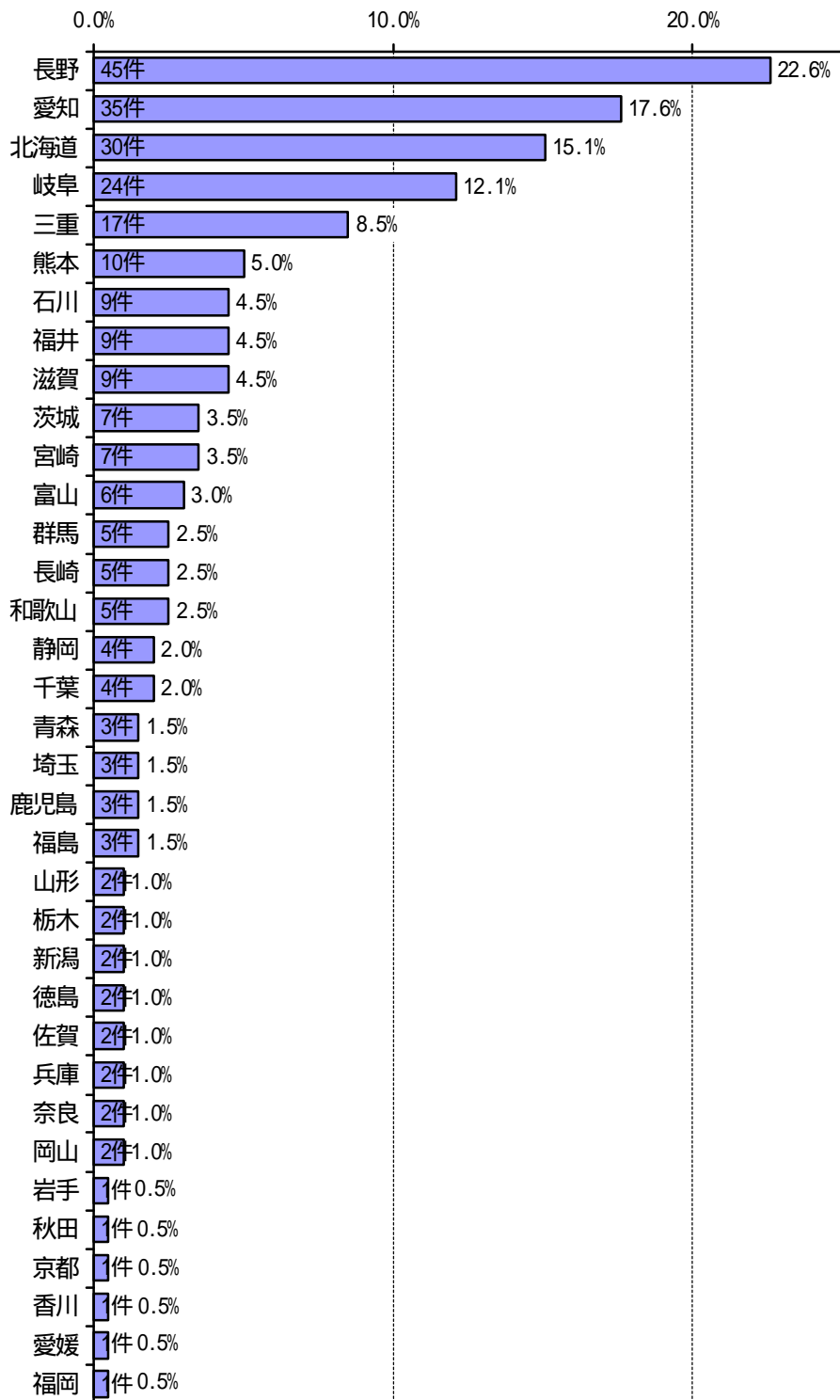
図 - 2 - 3 契約取引をしている品目の仕入額全体に占める契約取引の割合
(複数回答のため合計は100%を超える)



< 契約取引 実施企業ベース集計 n = 85 >

注：品目により、100%、50%以上、50%以下のそれぞれに該当する場合はそれぞれで1社でカウントしている。

図 - 2 - 4 契約取引をしている品目の相手産地（複数回答のため合計は 100%を超える）



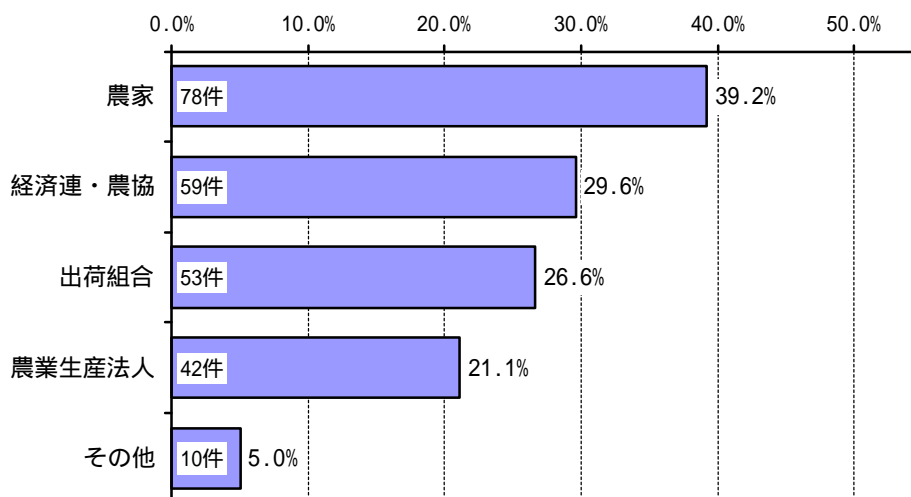
< 契約取引 延べ品目数ベース集計 N = 199 >

契約取引先の組織

契約取引先の組織について、延べ品目数ベースで見た場合、「農家」が39.2%(78件)で最大であり、次いで「経済連・農協」の29.6%(59件)、「出荷組合」の26.6%(53件)となっている(図 - 2 - 5)。一方、企業数ベースで見た場合、「農家」と「経済連・農協」51.8%(44社)がそれぞれ過半数を超えており、これら以外の割合はやや低い。また、これを業態別に見ると、製造業は最大が「経済連・農協」の69.7%であり、次いで「農家」の36.4%、「農業生産法人」の21.2%、「出荷組合」の15.2%となっているのに対し、小売業では最大が「農家」の66.7%、次いで「出荷組合」の47.6%、「農業生産法人」の40.5%などとなっており、特に農家の割合が高い。なお、これらの結果を農業者側に対して行った農水省調査(2 参照)と比較すると、取引相手として概して農家の割合が高い。

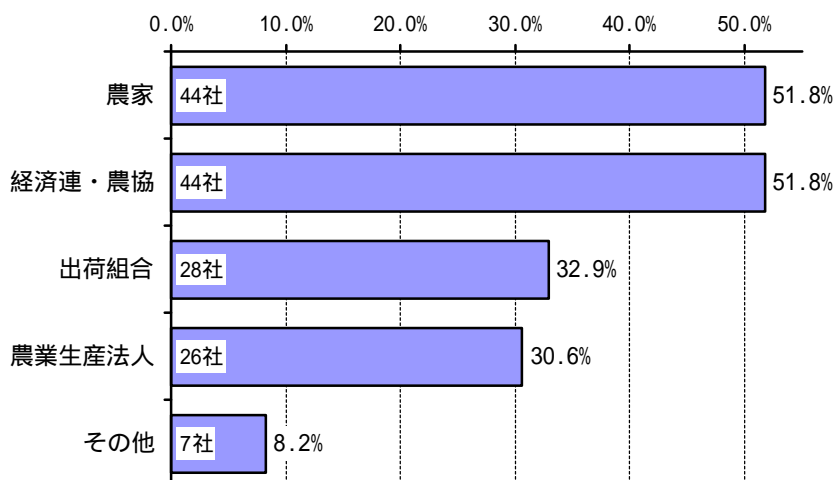
図 - 2 - 5 契約取引をしている相手組織

延べ品目数ベース(複数回答のため合計は100%を超える) < 契約取引 延べ品目数ベース集計 N=199 >



企業ベース(複数回答のため合計は100%を超える)

< 契約取引 実施企業ベース集計 n=85 >

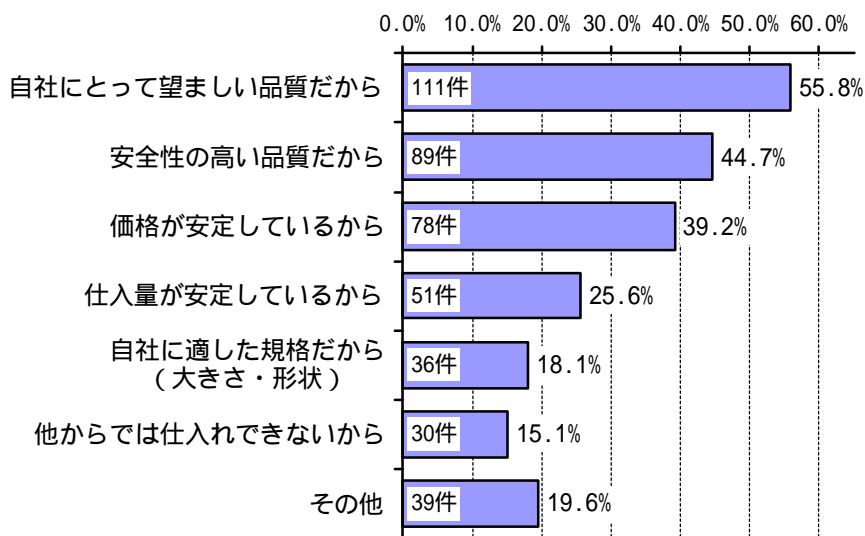


契約取引を行っている理由

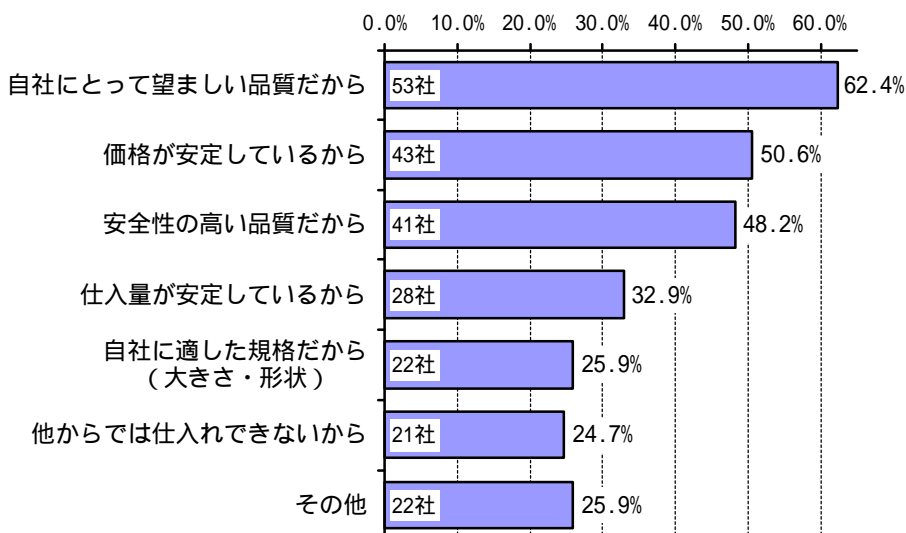
契約取引を行っている理由の順位は、延べ品目数ベースで見た場合、「自社にとって望ましい品質だから」が55.8%(111件)で最大であり、次いで「安全性の高い品質だから」44.7%(89件)、「価格が安定しているから」の39.2%(78件)となっている。企業数ベースでも、最大が「自社にとって望ましい品質だから」が62.4%(53社)で、次いで「価格が安定している」50.6%(43社)、「安全性の高い品質だから」48.2%(41社)とほぼ同じ順位にある。業態別に見ると、製造業では「他から仕入れできないから」の33.3%が飲食業や小売業に比較して高く、「安全性の高い品質だから」の27.3%が飲食業や小売業に比較して低い結果になっている。

図 - 2 - 6 契約取引をしている理由

延べ品目数ベース（複数回答のため合計は100%を超える）＜契約取引 延べ品目数ベース集計 N=199＞



企業数ベース（複数回答のため合計は100%を超える）＜契約取引 実施企業ベース集計 n=85＞



契約取引における有機農産物等の扱い状況

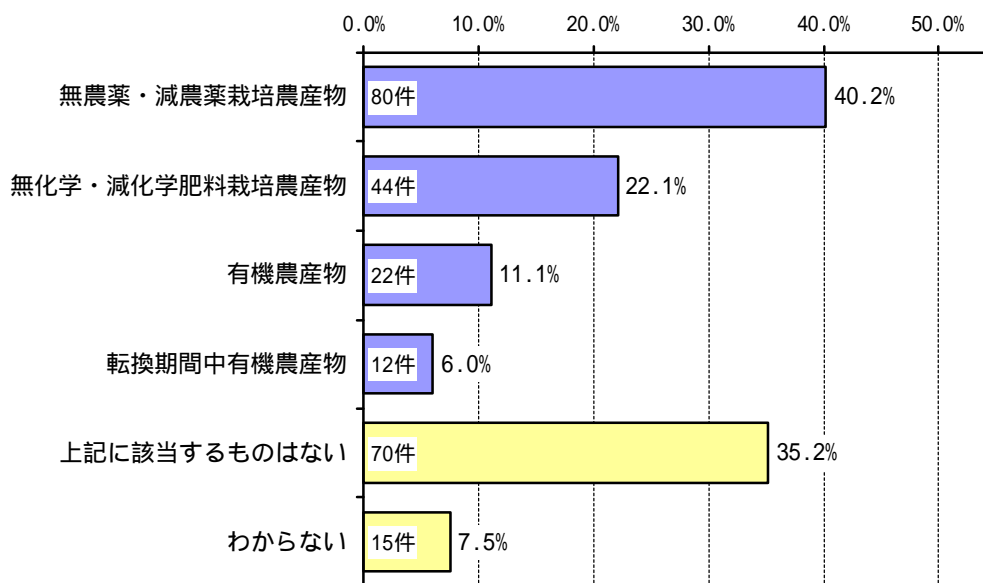
農産物の契約取引というと、有機農産物が代表的なものとして注目されることが多かった。しかし、従来は定義が曖昧なまま、各事業者が勝手に用いる傾向があって、最終消費者の間でも混乱が生じていた。そのような背景もあって、平成 11 年 7 月、農水省が有機農産物等について下記のように定義を詳細に示したが、それらの分類への該当の有無についての回答状況が図 - 2 - 7 である。

「有機農産物及び特別栽培農産物に係わる表示ガイドライン」

- ・有機農産物
化学合成農薬、化学肥料、化学合成土壌改良資材を使わないで 3 年以上経過し、たい肥等による土づくりを行ったほ場において収穫された農産物。
- ・転換期間中有機農産物（特別栽培農産物）
上記の期間が 3 年未満 6 ヶ月以上の農産物。
- ・無農薬・減農薬栽培農産物（特別栽培農産物）
栽培期間中農薬を使用しない農産物又は化学合成農薬の使用回数を慣行的に使われる回数の 5 割以下に削減した農産物。
- ・無化学・減化学肥料栽培農産物（特別栽培農産物）
栽培期間中、化学肥料を使用しない農産物又は、化学肥料の使用量を慣行的に使われる使用量の 5 割以下に削減した農産物。

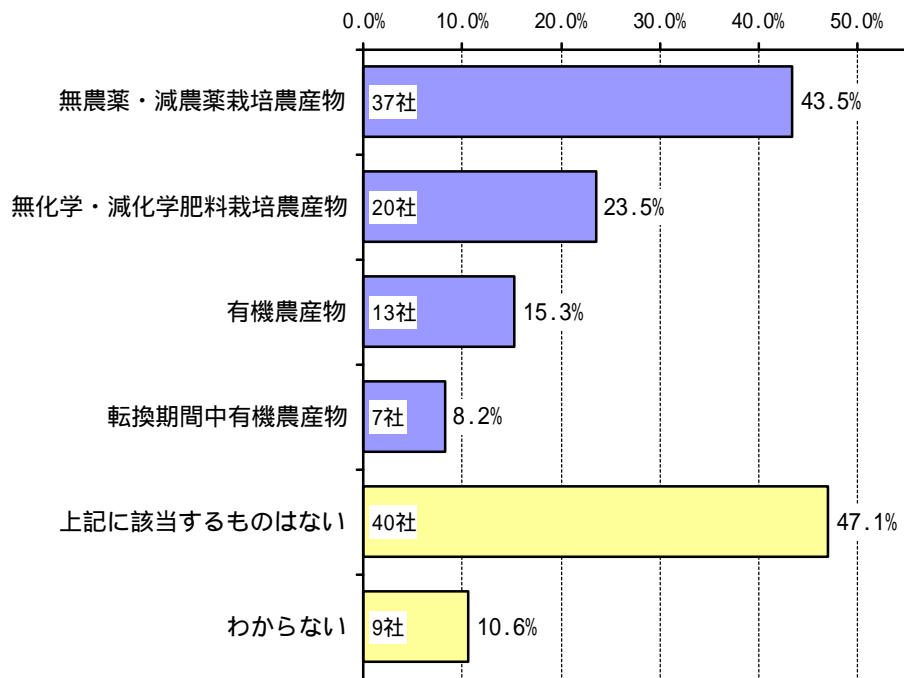
延べ品目数ベースで見た場合、有機農産物及び特別栽培農産物に該当するものが大半を占める。その中でも、「有機農産物」に該当するものが 22 件である。これらの品目はレタス、トマト、白菜、キュウリ、じゃがいも、大根、にんじん、キャベツ、米、たまねぎ、いちごとなっている。

図 - 2 - 7 有機農産物及び特別栽培農産物に関連した品目の取引
延べ品目数ベース（複数回答のため合計は 100% 超える）



（契約取引 延べ品目数ベース集計 N = 199）

企業数ベース（複数回答のため合計は100%を超える）



< 契約取引 実施企業ベース集計 n=85 >

企業数ベースで見ると、「上記に該当するものはない」、「わからない」の合計を除く、少なくとも39社は有機農産物又は特別栽培農産物に該当するものを仕入れていることになる。

これを業態別に比較すると、飲食業では80%（8社）が有機農産物又は特別栽培農産物の仕入れをしているのに対して、製造業では「該当するものはない」と「わからない」の回答が70%近くの企業に達している。

契約取引の形態

章で述べたように、契約取引は大きく以下の3タイプに分けられ、これに加えて「技術営農指導」、「農業機械の貸与」、「作業の受託」が実施される場合がある。

販売契約：栽培地（ほ場）の特定はせず、食品産業事業者が購入する販売数量のみを契約するもの。

数量契約：栽培地（ほ場）について特定し、食品産業事業者が購入する販売数量を定めるもの。

面積契約：栽培地（ほ場）について特定し、原則、収穫されたものは食品産業事業者が全量購入するもの。

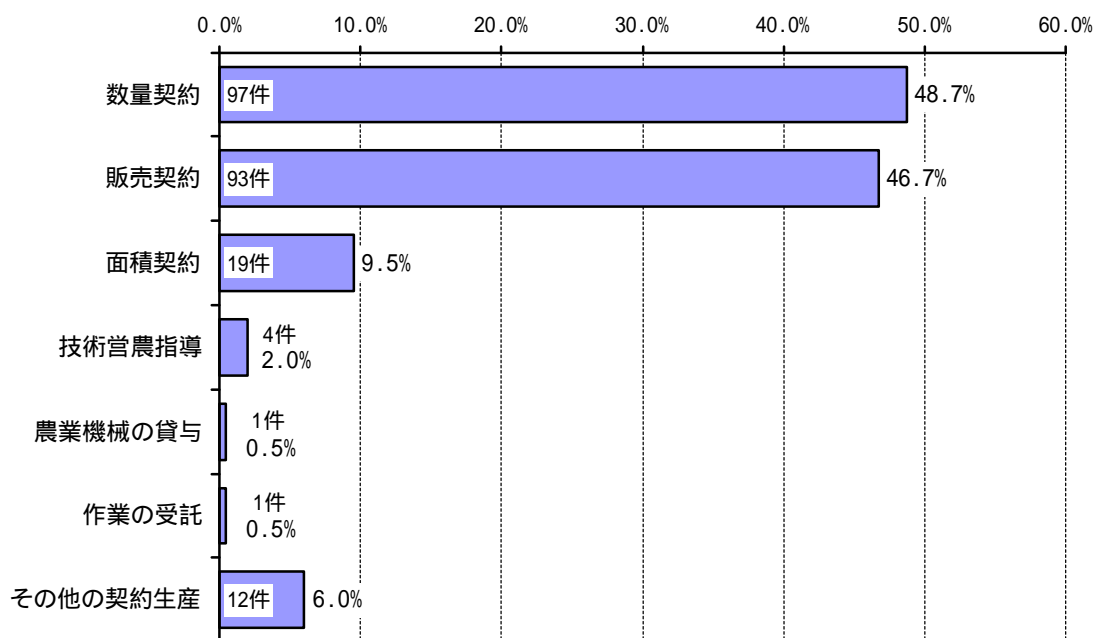
契約取引の形態は、延べ品目数ベースで見ると、「数量契約」48.7%(97件)、「販売契約」45.7%(93件)、「面積契約」9.5%(19件)の順になっており、「技術営農指導」、「農業機械の貸与」、「作業の受託」はごく僅かとなっている(図 - 2 - 8)。

企業数ベースでも、「数量契約」54.1%(46社)、「販売契約」51.8%(44社)、「面積契約」16.5%(14社)と同じ順位となっている。

「面積契約」は食品産業事業者側が農業者側の契約取引のインセンティブを高めるために行われる場合が多いとされるが、19件の品目はレタス、トマト、ほうれん草、はくさい、じゃがいも、大根、白瓜、野沢菜、米、長ねぎ、小松菜、グリーンリーフ、の12品目にわたっている。また14社の内訳は飲食業2社、小売業4社、製造業8社となっている。

図 - 2 - 8 契約取引の形態

延べ品目数ベース（複数回答のため合計は100%を超える）



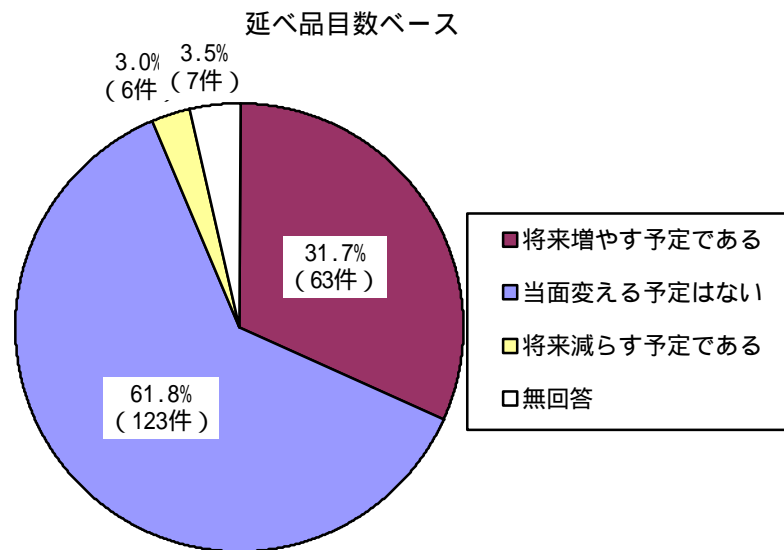
< 契約延べ品目数ベース集計 N = 199 >

契約取引の今後の予定

契約取引の今後の見通しについて、延べ品目数ベースで見ると、「将来増やす予定である」は31.7%を占め、「将来減らす予定である」は僅かにとどまっている。

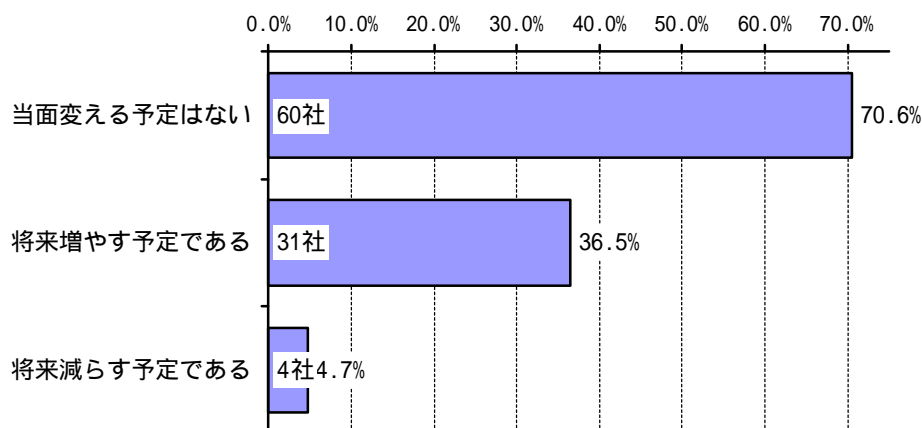
企業数ベースでも回答割合は同じ傾向にあるが、「将来増やす予定である」の回答割合を業態別に比較すると、飲食業が50%(5社)、小売業が45.2%(19社)、製造業21.2%(7社)となっており、飲食業と小売業で契約取引の拡大意欲が高い傾向にある。

図 - 2 - 9 契約取引の今後の予定



< 契約取引 延べ品目数ベース集計 N = 199 >

企業数ベース（複数回答のため合計は100%超える）



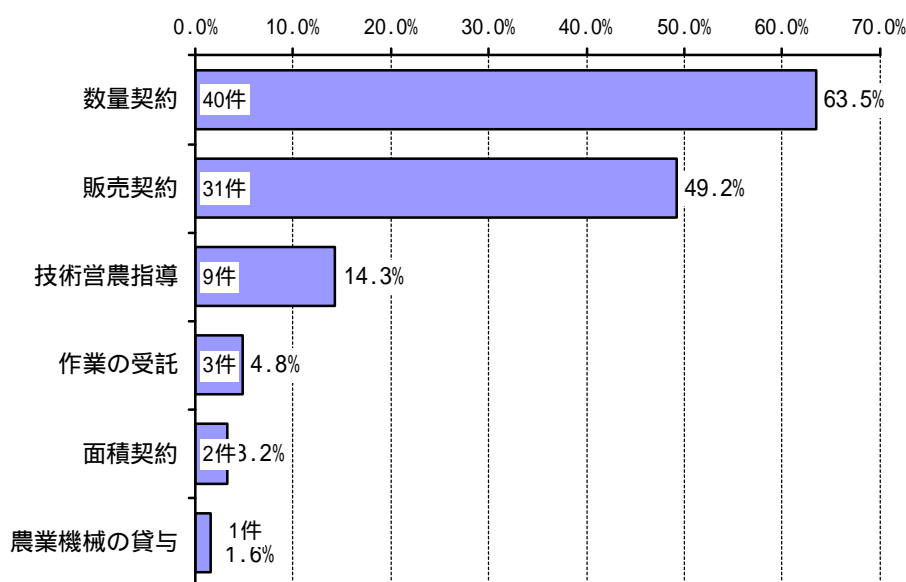
< 契約取引 実施企業ベース集計 N = 85 >

将来、契約取引を増やす場合の契約内容

「将来、増やす予定である」と回答のあった63取引について、これから増やす契約取引の内容の多い順は、「数量契約」63.5%(40件)、「販売契約」49.2%(31件)、「技術営農指導」14.3%(9件)、「作業の受託」4.8%(3件)であり、「数量契約」が主となっている。また、「面積契約」は2件のみで、今後の増やす契約形態としてはわずかになっている。

「将来、増やす予定である」と回答のあった31企業数ベースでも、「数量契約」64.5%(20社)、「販売契約」51.6%(16社)、「技術営農指導」12.9%(4社)と、延べ品目数ベースとほぼ同じ傾向にある。また、「面積契約」は飲食業と小売業が1社ずつ、「農業機械の貸与」と「作業の受託」はそれぞれ飲食業1社のみである。これらの品目は「農業機械の貸与」が米、「作業の受託」はレタス、トマト、米となっている。将来、労働力不足が深刻化する中、「作業の受託」が増えると予想されたが、今回の回答結果では1社にとどまっている。

図 - 2 - 10 将来、増やす契約の内容
延べ品目数ベース（複数回答のため合計は100%を超える）

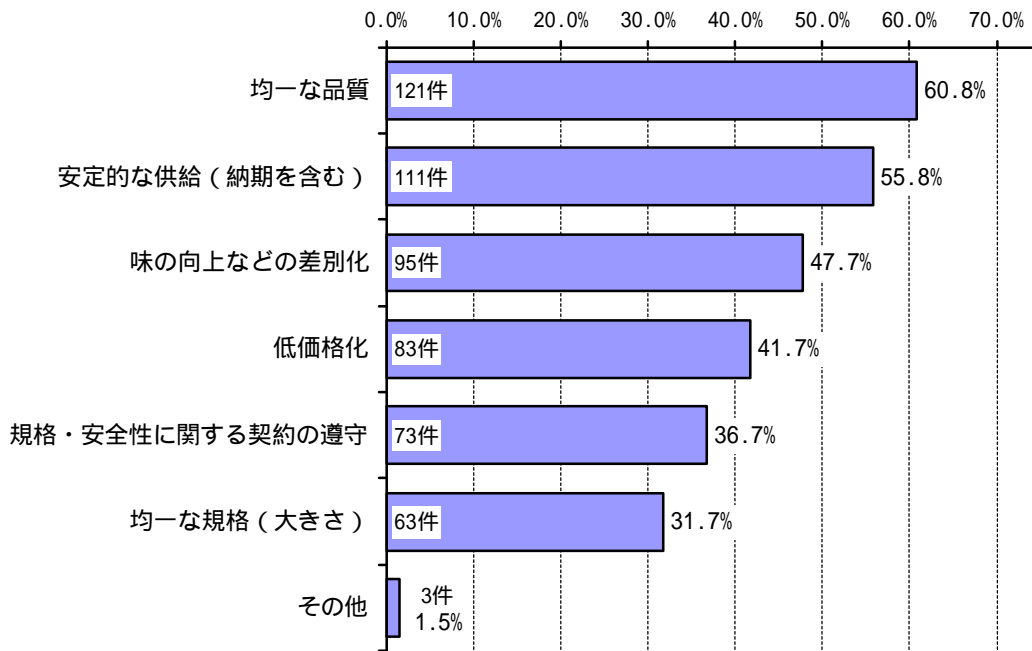


< 拡大予定の契約延べ品目数ベース集計 N = 63 >

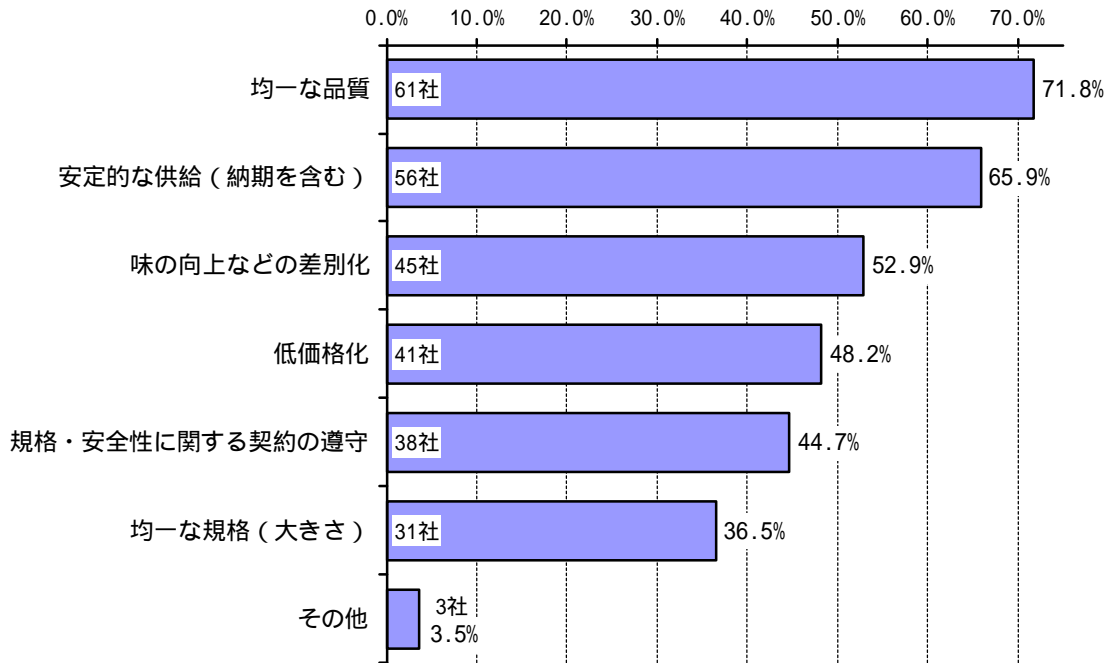
契約取引を拡大するために農業者等に対して求める努力

食品産業事業者側から見て、契約取引を拡大するために、農業者等に対して求める努力として、延べ品目数ベースでは「均一な品質」60.8%(121件)、「安定的な供給」55.8%(111件)の2項目が過半数を示し、「味の向上などの差別化」47.7%(95件)、「低価格化」41.7%(83件)の2項目が40%を上回っている（図 - 2 - 11）。企業数ベースでも、回答割合はほとんど変わらないが、業態別に回答割合の差が大きい項目として、「均一な品質」と「味の向上などの差別化」がある。「均一な品質」は、製造業では81.8%に達するが、飲食業、小売業は70%に満たない。また「味の向上などの差別化」は、製造業では36.4%に過ぎず、飲食業と小売業が過半数なのと対照的になっている。このように、業態によって農業者側に求める課題の重要度が異なっている。

図 - 2 - 1 1 契約取引を進めるために農家に取り組むべき課題
 延べ品目数ベース（複数回答のため合計は100%を超える）



< 契約取引 延べ品目数ベース集計 N = 199 >
 企業ベース（複数回答のため合計は100%を超える）



< 契約取引 実施企業ベース集計 N = 85 >

契約取引を行っていない理由

契約取引を全く行っていないと回答した 127 企業を対象に、契約取引を行っていない理由の順位を見ると、「他の仕入れ手段より安定供給に不安がある」が半数近く達している(図 - 2 - 1 2)。したがって、契約取引を拡大するためには、安定供給に対する食品産業事業者側の不安を解消することが必要である。また、「他の仕入れ手段より価格が高い傾向にある」も約3割を占めており、価格も契約取引にとって障害となっている。

なお、「その他」の49件については、選択した場合には、その内容を具体的に記述してもらったが、その主たるものは以下のように扱ひ量が僅かなため、というものが大半であった。

「その他」の記述例 * 飲食業と小売業のカッコ内の金額は売上額、以下同じ

飲食業

- ・量的に一品種で数が出せない。使用量が少ないため(その他(東京)・70~100億円未満)
- ・過剰仕入れをしないため(三重・200~300億円未満)

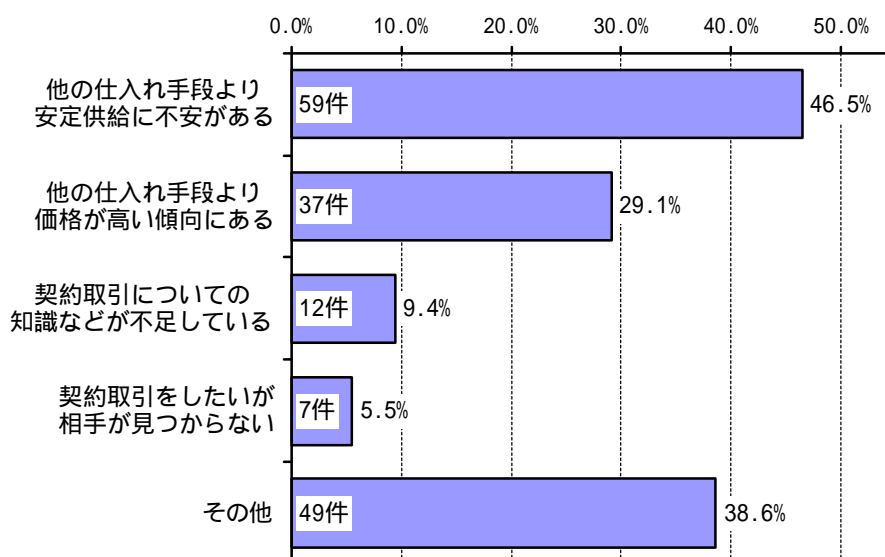
小売業

- ・取引量が少ない(愛知・20~30億円未満)
- ・ロット(岐阜・30~50億円未満)
- ・商いが成立するほどの量ではない(富山・30~50億円未満)
- ・農業者と事業者の長所・接点が見つけにくい(愛知・20億円未満)

製造業

- ・数量的に契約取引するほどまとまらない(岐阜)
- ・仕入れ量が少ないため(岐阜)
- ・契約取引は聞こえは良いが最終的には当方にとって不利になることが多い(愛知)

図 - 2 - 1 2 契約取引を実施しない理由(複数回答のため合計は100%を超える)



< 契約取引 非実施企業ベース集計 N = 127 >

契約取引に関する情報収集や、契約取引の相手となる農業者等を見つけるために、どのようなことをしたか、その具体的内容

「契約取引についての知識が不足している」と「契約取引をしたいが相手が見つからない」を選択した19企業を対象に、契約取引に関する情報収集や、契約取引の相手となる農業者等を見つけるために、どのような事をしたか具体的に記述してもらった。

それによると、主として数量面で契約条件が折り合わなかったため、実現しなかった例が多いのではないかと推察される結果となっている。

記述例

飲食業

- ・インターネットを活用し、契約取引を希望されている農家などと商談を数件したが、価格、ロットなどがすれ違いペンディングになっている。(70億円未満・大阪府)
- ・現状で取引を行っている業者は農業者を決めて発注を行っている。また、取扱いアイテムが各店バラバラなため、1アイテムで量がまとまらない。(70~100億円未満・その他)

小売業

- ・産地(農家)に出向き(トマトなど)一回~二回位は現金で買ったが、その後農協に話をし買う事ができた。毎日半日かけて取りに行けない。良い物は大阪方面への出荷が決まっており、・・・(20~30億円未満・愛知県)
- ・市場を通して、農家とできた品物に対して値ぎめしてもらっている。ほしい時にほしい量を。種まきからは話(取引)はしていない。近場の農家と市場を通じては、仕入れている。他県とは、グループのスーパーといっしょに仕入れているのと、コンサルタントの紹介で仕入れている。(20~31億円未満・愛知県)
- ・以前行ったことがあるが、相場によって店での販売数量にバラつきがでてくるため利益がでず、やめた。ほしいときに少なく、売れないときに多い。数量のとりきめ、価格のとりきめが非常にむずかしい。(200~300億円未満・石川県)
- ・ディスカウント性の高い農産物の量がまとまらない。個人個人の農業者への対応は、非常にむずかしい。(200~301億円未満・愛知県)

製造業

- ・岐阜経済連に話を聞いたが、未だその体制になっていないという話だった。(愛知県)
- ・現在、取引をしている業者に問い合わせた程度(福井県)

今後、食品産業事業者と農業者等が提携を促進していくにあたり、行政等に対する要望について

全ての企業を対象に、上記の観点から記述してもらったものである。内容の特徴として、提携促進のための要望では、規制緩和を求めるものと、制度の整備を求めるものとに大別されるが、全体として制度の整備を求める記述が多い。また業務用に望ましい品種の開発を求める記述も複数あった。

規制緩和：農地、物流、農業の株式会社化

制度の整備：契約取引に関する公的な仲介機関の設置、農産物規格の全国統一化、契約に関するガイドラインづくり、農産加工後の廃棄物処理のルール化

主たる要望内容は以下のようになっている。

飲食業

- ・契約に関するガイドラインがあると良いと思う。現状では契約といいながらも、作柄により商品がショートしてしまったり、予定数以上の送り込みがあったりと、ルールとしては甚だ野放しに近い状態がよく見受けられる。契約である以上は何としても守るという姿勢が、産地側にも必要ではないかと思われる。(150億～200億円未満・その他・契約取引あり)
- ・品質の均一化、価格の安定、安全性の促進等、公的機関による指導等の拡大。(300億～400億円未満・その他・契約取引なし)
- ・市場へ流通しない為、農協を含め地域では「異端児」されがちである。また、年間の収穫量にブレがあるため、産地の切り換え等で供給体制を組まれる事も、使う側としては不安が残る。農家育成の為の助成金、品種の研究に行政指導があればよいと考える。(400億円以上・愛知県・契約取引なし)
- ・相場にとらわれない、生産者側と使用者側が双方メリットの出る契約栽培を増大したい。(400億円以上・その他・契約取引あり)
- ・農業の株式会社化の許可(400億円以上・その他・契約取引あり)

小売業

- ・農地に関する規制の見直し。- 農業を新たに志す人が耕作地をその所有者との合意だけで、法的規制なく使用できるようにすること。(20億円未満・富山県・契約取引なし)
- ・公的な仲介機関の設置による指導などを願う。(20～30億円未満・長野県・契約取引あり)
- ・県内産物、近隣産地産物を消費者と結ぶ支援。(30～50億円未満・三重県・契約取引あり)
- ・農協、経済連、市場の体質の見直し。規格だけで味のない物を優先してしまう現在の小売への呼びかけ。体に良い、味の良い農産物を作り続ける農家の方への援助と保証。(30～50億円未満・三重県・契約取引あり)
- ・農業者が自由に技術知識や商品(作った事のないもの、又、新品種)についての知識を得る場及び人が必要。(30～50億円未満・石川県・契約取引あり)
- ・農地に関する規制緩和(30～50億円未満・富山県・契約取引あり)
- ・本当の意味での土作り、堆肥作りの指導がない。農協等の今の営農指導では、あまりにも劣化した土壌を有機栽培の出来るものに改良することは不可能に思う。(30～50億円未満・愛知県・契約取引あり)
- ・価格の安定(定価格)、供給量の安定(話題性、需要量にあわせる)。生産方法の開示(詳細) 一般消費者、第三者的にわかる方法で。(50～100億円未満・三重県・契約取引あり)
- ・食品小売業の消費者に対する販売の実情を農業者等が把握できる場の提供(50～100億円未満・富山県・契約取引なし)

- ・ 名古屋市場においては岐阜産の農産物の入荷が少なすぎる。交通アクセスも良くなり名古屋向けの出荷を優先してほしい。産地間での価格競争が激しく、このままでは輸入品に押される。産地に行くとなると遊んでいる施設が多すぎる。(200~300億円未満・愛知県・契約取引あり)
- ・ 指導助言の拡大、表示規制の改善。(200~300億円未満・三重県・契約取引あり)
- ・ 地域生産の農産物を契約生産できる団体の提案をしてほしい。市場外流通できるシステムの提案をお願いする。(300億円以上・愛知県・契約取引あり)
- ・ 生産品目の集約による安定数量確保のための段階的生産の推進。(300億円以上・三重県・契約取引なし)
- ・ 農家、生産者の作づけ情報などを提供して、生産者とのパイプを太くしてもらいたい。(300億円以上・愛知県・契約取引あり)
- ・ 物流に関する規制緩和、物流システムの標準化(300億円以上・愛知県・契約取引あり)

製造業

- ・ 米作本位制からの脱却(官・J A・農家)、転作作物本作化へのインフラ整備など産官学のネットワーク作り(地産・地消のブランド・デザイン) 農産物需要拡大に対しての取組み、実需業者への行政による支援(策) 国・県レベルでの縦割り行政における弊害の打破(横断的・有機的組織運営へ)(長野県・契約取引あり)
- ・ 行政 - 小麦に対する品種改良が遅れている。生産者 - 小麦に対する品質・意識が低い。(愛知県・契約取引あり)
- ・ 市場取引の際に、産地、生産者により、規格が統一されていない。又、生産者が同じでも、上下で大きさ、形が違う等の問題がある。全国規模で規格統一をお願いしたい。(愛知県・契約取引あり)
- ・ 地元の農家の振興の為に、当社のような地場産業に対する公的援助(資金、技術他 e t c)が欲しい。(長野県・契約取引あり)
- ・ 食品の安心・安全をうたえるような供給先をさらに望む。(岐阜県・契約取引あり)
- ・ 製粉のやり易い品種の育成。生産コスト削減に対する指導。(大阪府・契約取引あり)
- ・ 農産物加工後の産業廃棄物について(生産者 - J A - 企業)、行政も入り、早急にルール化すべき。(和歌山県・契約取引あり)
- ・ 廃棄物(野菜くずなど)のリサイクルに向けての仲介助成(愛知県・契約取引あり)
- ・ 野菜の栽培は天候、また温度などの変化により、収穫量が変わるので予想を立てるのが大変である。当社は農産物漬物の製造をしているが、規模が小さいので現状2件ぐらいの農家と契約栽培を行っている程度である。大変熱心に協力して頂いている。我々の業界も中国からの輸入が増加し、これからの対応が大変だと思う。(愛知県・契約取引あり)
- ・ 若手農業者の育成。法人化の推進。(愛知県・契約取引あり)
- ・ 農産物に関する技術開発期間の拡充。農産物一次加工品の情報公開等。(愛知県・契約取引なし)
- ・ 安心の上に成り立つ言い訳のない(できない)シンプルな仕組みが必要と思う。(三重県・

契約取引なし)

- ・安定供給を目的とした水耕栽培などの促進や農家への助成。(岐阜県・契約取引なし)
- ・安定した供給体制の確立(できるだけ過剰在庫を持たず、いる時にいる分だけの発注体制力が今後もっと要求される)。(愛知県・契約取引なし)
- ・行政による情報提供、及び仲介。(愛知県・契約取引なし)
- ・契約取引の際、行政が仲介する事で価格、物量の確約が取ればもっと契約栽培が広がるのではないか。(野菜高値時に、生産者から言われるのが“物が無い”、“単価UP”で、安定供給に非常に不安がある。(大阪府・契約取引なし)
- ・公的な仲介機関の設置による指導他。(福井県・契約取引なし)
- ・国内の農産物が安定供給できてコスト的にも外国産と対抗できるように技術的、物流的に考慮をしてほしい。(石川県・契約取引なし)
- ・紹介するHPがあれば便利(福井県・契約取引なし)
- ・食品産業事業者の購買情報と農業者販売情報、品種、規格、数量、納期をオープンにできるシステム(インターネット上)を作り、売買契約を定形化し、フリーマーケットを作る。今後の農業者の急減に対する対策と農地税改善をする。また、輸入品の増加に伴い価格対応力をつける。(農業保護でなく、競争力をつける対策)(長野県・契約取引なし)
- ・例えば大豆について、煮豆用と味噌用とは要求する品質が違う。より用途に合った品種(等級も含め)の開発を望む。(愛知県・契約取引なし)
- ・農業生産者の生産物の良し悪しも大切であるが、使用することによるメリット、商業ベースに乗せる提案、指導まで突っ込んだPRも望みたい。(石川県・契約取引なし)
- ・末端の市場で要望している品種の提供があって欲しい。(愛知県・契約取引なし)
- ・もっと産地ごとにブランド化すべきと思う。(愛知県・契約取引なし)

・ 契約取引拡大へ向けた課題

- 1 . 農業者側の課題

(1) 契約内容の遵守の確保

図 - 2 - 6 の契約取引をしている理由として、企業の3分の1近くが「仕入れ量が安定しているから」を挙げており、企業にとって安定供給が契約取引を行う重要な理由の1つである事が確認された。しかし、 章で述べた通り、市場価格が高騰して契約価格を大きく上回ると、契約を守らずに市場出荷に回してしまう農家も少なくなく、特に価格変動の激しい野菜にその傾向が強いと業界関係者から指摘されている。

例えば業界紙の記事によると、ある経済連ではメーカーとキャベツの契約栽培を行っているが、市場価格が契約の十倍近くになったところ、消費地が近く、自分で市場へ持ち込めることもあり、農家は一斉に市場へ出荷し、契約取引の扱い量は四割減に落ち込んだという。また、別の記事では、少人数栽培で責任の所在が明らかになり易い場合、農協では契約数量を確保する傾向にあるが、それでも市況の高騰で契約数量の半数を市場出荷に回した産地もあるという。

本来なら、契約取引は市場経由より安定供給が期待されるはずであるのに、 章のアンケート結果で、契約取引を実施しない理由として「他の仕入れ手段より安定供給に不安がある」の回答が半数近くに達しているのも、そういった影響のためと推察される。

農業者側は、シーズン値決めでは、相場が高騰する年の当初の契約価格と市況との価格差は、低迷する年とは比較にならないほど広がるため、当初の契約価格を上げるように食品産業事業者に対して要望する事が多いという。また、契約生産では特定生産資材の利用、栽培基準の遵守なども求められる場合が多いが、必ずしも守られていない場合がある等の指摘が 章のインタビューでもあった。

食品産業事業者側（特に製造業者）からすれば、契約である以上、当初の契約価格を守ることは当然だという考え方が根強く、認識に大きな違いが生じていた。しかし、 章の農水省資料でも見られたように、当初の契約価格より納品時点で市況が上昇した場合には、+ を認めるなど、農業者側に譲歩した形の慣行が少なくないようである。また、書面契約でない場合が多いことも、契約を守らない誘因になっていると指摘する食品産業事業者が少なくない。

今後、農業者側が食品産業事業者と長期的な提携や、契約取引の拡大を望むなら、契約の遵守やそのための書面契約に応じることが必要であろう。なお、契約取引における価格が、市況変動のリスクを低減する機能を持つ（中位安定）ことを考慮すれば、必ずしも市況に合わせて変動させる必要はないとも考えられるが（次頁の表 - 1 - 1）、価格設定の仕方については、契約者の双方にとってメリットのある方法を今後は検討する必要がある。

またアンケート結果によると、契約取引を実施している食品産業事業者の65.9%が

農家の課題として安定的な供給をあげている。仮に、一定価格での安定供給が確保できないケースが少なくないとするれば、一部の食品産業事業者に見られるように、直営農場によって内製化をする例が増えるか、輸入農産物調達にシフトする可能性があるだろう。現に、大手漬物メーカーの製品で原料の全てを輸入品にしている例があるのは、国内産地が契約でも安定供給できなかったために、やむを得ず輸入品にシフトしたものであって、単純に低コストだったためではない、との業界関係者からの指摘があった。

また、農協が関わる契約取引で栽培方法が契約で定められている場合、契約農家にそれを遵守させるため、農協が事実上の「監視」をしている事例も見られた。契約取引のコーディネーターとしての農協は、このように契約農家を管理・監督する役割を食品産業事業者の側から期待されているとも言える。

表 - 1 - 1 契約取引におけるメリットとデメリット

	メリット	デメリット
食品産業事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・鮮度の確保 ・品質の信頼性の確保 ・新商品の開発が容易になるなど 付加価値率の向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・相対的な価格の高さ ・ノウハウ流出の危険性
農業者等	<ul style="list-style-type: none"> ・過剰生産リスクの回避 ・安定した販路の確保 ・価格変動の不安解消（中位安定） 	<ul style="list-style-type: none"> ・栽培条件等、契約内容を守られる農家が限定される傾向 ・後継者難の中、栽培条件が厳しい事などから、労働力不足が拡大する傾向

出所：「中国四国地域食品産業と農業連携推進検討委員会の概要」の表を参考に（財）岐阜県産業経済振興センター作成

（２）系統共販・共販体制との調整

農協の販売事業である、共同販売（いわゆる「共販」）は、無条件委託・共同計算の方法が原則であり、農家が農協に農産物の販売を条件なしに委託し、これを受けて農協が市場向けに販売したものをプール計算し、手数料を差し引いて農家に還元する方法である（総合農協の場合、無条件販売、平均売り、共同計算、という共販三原則が理念）。また一次集荷者としての単位農協が経済連を、二次集荷者としての経済連が全農を利用することを系統共販という。

この方法は出荷量が多く、品質も優れている農家には不利であり、以前から上層農家の共販離れを起こして、課題とされてきた。最近の契約取引の事例においては、大規模な産地、生産者、特に農業生産法人を核に周辺の契約生産者を拡大しながら、産地を組織化する形で、自ら積極的に大手企業と契約栽培を進める傾向にあり、章で紹介した農水省の事例集にも多く見ることができる。

このような傾向は、出荷段階で農協離れが拡大していることを意味し、農協がリーダー

シップを發揮しないと農協の体制（系統共販）が弱体化すると危惧する研究者もいる<注>。

むしろ最近では、厳しい契約条件にかなう農家を農協が特定し、取引先との契約関係も明確にする事例が見られる。ここでの農協は、（１）でふれたように、企業が期待する契約取引のコーディネーターとしての役割を担い、系統共販の推進者ではなくなることになる。

このような矛盾を解決するために、例えば長野県の農協では、1997年に従来の共販を改めて、一般の市場販売とは別に特定需用者などに契約取引で販売する複数共計システムを導入している。そのため、加工・外食産業向け原料野菜の契約取引は増えてはいるが、ここでも市場価格との兼ね合いで契約通りに量の確保ができないケースもあり、契約取引の定着を阻んでいるという。

以上のように、農協が契約取引の推進者の役割を果たすことが期待される。その際多数の農家の参加を求める共販の推進（共販率の上昇）と栽培方法・品質が厳しい傾向にあるため対象となる農家が限定されがちな契約取引の拡大という、矛盾する方向をどのように調整していくかが課題である。

<注> 東京農業大学 藤島廣二教授 日本農業新聞 1998年10月9日

- 2 . 食品産業事業者側の課題

本調査は契約取引を推進するための農業者側の課題を探ることを主眼としているが、本節では、かんたんに食品産業事業者側の課題についても触れてみたい。

（１）農産物の特性を配慮した契約取引への取り組み

食品産業事業者側が、契約取引の拡大や長期的な協力関係を望むならば、農産物の特性について十分に知悉し、特有のリスクとそれに対応した農業者の負担を考慮した契約内容を検討することが求められる。

工業製品とは異なり、農産物は生産期間が長く、1年性作物でも播種から収穫まで1ヶ月から数ヶ月かかる。永年性作物では、本格的な収穫が行われる用役期に入るまでに、長い育成期間がある。このため生産の拡大には長期間が必要となり、また仮に生産が中止されると投入コストのほとんどが無駄となってしまう。したがって、農産物需要の変化に対して、生産過程での数量調整は非常に不自由である。そして収穫の時期になれば、収穫量が当初の見込みを大きく上回ったり、下回ったりし、それによって価格は大幅に変動する。

食品産業事業者側は、このような特徴を理解することが必要であり、農家の負担を考慮に入れ、農業者が安心して農業を営めるような契約取引にしないと、農業者側にとって契約取引を行うインセンティブが少なくなろう。食品産業事業者の中でも外食企業は、メニューの食材を差別化するメリットが大きいため、多様な品目にわたって契約生産を志向するが多い。しかし外食企業の中には、メニューの頻繁な変更に伴って契約生産をいつも短期で打ち切る例があるという。このことは、農業者側にとって契約生産のための栽培面積確保に大きなリスク、不安感を生じさせている。また、契約生産のための予冷施設な

どへの投資は農業者が負担するケースが多く、この投資が結果として無駄になった例もあるという。 <注>

食品産業事業者にとって契約生産のメリットが大きいならば、農業者がインセンティブを感じて契約生産ができるように、契約が短期で終わった場合の農家側への補償等といった問題についても検討する必要がある。

<注>ただし、外食企業の契約価格は製造業や小売に比較して高い傾向にある。以上は千葉大学 園芸学部 斉藤修教授へのインタビューによる。

(2) 大手小売業者における「優越的地位の濫用」のマイナス効果の認識

章で述べた通り、消費者の食料品購入先はかつての「一般小売店」から「スーパー」が中心になり、小売市場も寡占的な傾向を持つようになった。そのため、小売業の中でも大手量販店は大口の需要家として、いわゆるバイイングパワーを發揮し、大手食品製造業に対してすら強い交渉力を持つに到っている。これに対して我が国の農業者（特に土地利用型）は、農家や農業生産法人はもちろん、農協・経済連でも特に大規模な団体でないと、全国スーパー・量販店の販売規模に及ばないであろう。そのため、大手小売業との契約取引は、販売規模が大きい点で農業者側にはメリットが生じるものの、販売先が1社に集中して買い手独占に近くなると、逆にデメリットが大きくなる場合もある。

例えばある農協は、大手スーパーとの契約取引を続ける中で、事前包装、小袋詰めなど、従来はスーパーの集配センターや店舗のバックヤードで行っていた作業も負担させられるようになり、労働の煩雑化を招いている。また食品製造業者に対するのと同様に、小売業者が農業者にバックマージンやセンターフィーの要求を行い、大きな負担となっている例も報告されている。 <注> このような、無理な取引条件は農業者、産地を疲弊させて後継者不足を促進させるし、今後、契約取引自体を忌避する要因になりかねない事である。

大手の食品製造業者の中には、農業の後継者の育成や労働力不足への支援に熱心なところもあるが、小売業者においても農業者とのパートナーシップの確立による契約取引の拡大を図ることが、結果的には、小売業者、農業者の双方にとって望ましいと考えられる。

<注> 坂爪浩史著 「現代の青果物流通-大規模小売企業による流通再編の構造と論理」による。

- 3 . 行政に期待される役割

契約取引の進展を妨げている要因として、農家のレベルでは、食品産業事業者と直接、接触する機会が少ない事、つまりコーディネーターや、仲介者の不足が挙げられる。また

章では、契約取引推進のために、食品産業事業者の団体が契約書の文書化を推進していることを紹介した。

章の食品産業事業者へのアンケートにおける、行政等に対する要望の内容で、この点に関するものを再掲すると、

- ・ 公的な仲介機関の設置による指導
- ・ 行政が仲介する形で価格、物流の確約

- ・ 契約に関するガイドラインの整備
- ・ 産・官・学のネットワーク作り
- ・ 廃棄物のリサイクルに向けての仲介助成

といったものが挙げられる。

特に、契約に関するガイドラインの整備、仲介者、コーディネーターの機能は契約取引の拡大には必要であり、行政は産地振興の観点からも仲介機能の充実によって契約取引の機会を拡大することができよう。

- アンケート調査票 -

問1. 貴事業所で、仕入れている農産物の中で国内農業者等と契約取引を行っている品目について金額の大きい順に3つまで下の回答欄にご記入下さい。また契約取引の仕入額全体に占める割合をお知らせ下さい。**契約取引を全く行っていない場合は4頁の問10へお進み下さい。**

注) 品目となる対象は、畜産物、水産物、花卉を除く全ての野菜、果物、米、麦等を含めます。品目名の表記は、下の品目例の表内のような一般的名称をご記入下さい。

国内農業者等と契約取引を行っている品目名を下段に記入してください。 (金額順)契約取引が1品目のみの場合は1つのみご記入下さい。	契約取引の当該品目全体の仕入額に占める割合		
	100%	50%以上	50%未満
第1位の品目名	1	2	3
第2位の品目名	1	2	3
第3位の品目名	1	2	3
問2にお進み下さい。			

注) 契約取引とは、農業者等と事業所との間で取引する農産物の、価格、数量、規格(品質)について、原則として農産物の播種前に一定の契約(約束)に基づいた取引における仕入れ、を指します。事業所が農家、生産法人、経済連等と契約したものを。

品目名の例	ほうれん草、ピーマン、だいこん、きゅうり、さといも、レタス、はくさい、キャベツ柿、トマト、小麦、とうもろこし、米、にんじん、大豆、もやし、キャベツ、枝豆、かぼちゃ、小豆、ねぎ、馬鈴薯、たまねぎ、いちご、なす、すいか、ブロッコリー、メロン、栗など
-------	--

問2. 問1で契約取引を行っている品目がある、と回答された方に伺います。現在、実施されている契約取引相手の産地について、品目毎にお選び下さい。(はいくつでも)

下記品目順位は前の設問と同じ	岐阜県	富山県	石川県	長野県	福井県	滋賀県	愛知県	三重県	その他
第1位の品目	1	2	3	4	5	6	7	8	9「 」
第2位の品目	1	2	3	4	5	6	7	8	9「 」
第3位の品目	1	2	3	4	5	6	7	8	9「 」

問3. 契約取引の相手となっている組織は以下のどれに該当されますか。(はいくつでも)

下記品目順位は前の設問と同じ	農家	農業生産法人	出荷組合	経済連農協	その他
第1位の品目	1	2	3	4	5「 」

第2位の品目	1	2	3	4	5「」
第3位の品目	1	2	3	4	5「」

問4．現在、実施されている契約取引の理由を、以下からいくつでもお選び下さい。（はいくつでも）

下記品目順位は前の設問と同じ	価格の安定	仕入量の安定	自社にとって望ましい品質	自社に適した規格（大きさ・形状）の	安全性の高い品質	他からでは仕入れできない	その他
第1位の品目	1	2	3	4	5	6	「」 7
第2位の品目	1	2	3	4	5	6	「」 7
第3位の品目	1	2	3	4	5	6	「」 7

問5．現在、実施されている契約取引の内、下記の栽培に該当するものはありますか（品目毎に該当するものにいくつでも）

下記品目順位は前の設問と同じ	有機農産物	転換期間中有機農産物	無農薬・減農薬栽培農産物	無化学・減化学肥料栽培農産物	左記に該当するものはない	わからない
第1位の品目	1	2	3	4	5	6
第2位の品目	1	2	3	4	5	6
第3位の品目	1	2	3	4	5	6

設問項目の内容は下記の通りです。（農水省による定義）

- ・有機農産物
化学合成農薬、化学肥料、化学合成土壌改良資材を使わないで3年以上経過し、たい肥等による土づくりを行ったほ場において収穫された農産物。
- ・転換期間中有機農産物
上記の期間が3年未満6ヶ月以上の農産物。
- ・無農薬・減農薬栽培農産物
栽培期間中農薬を使用しない農産物又は化学合成農薬の使用回数を慣行的に使われる回数の5割以下に削減した農産物。
- ・無化学・減化学肥料栽培農産物
栽培期間中、化学肥料を使用しない農産物又は、化学肥料の使用量を慣行的に使われる使用量の5割以下に削減した農産物。

問6．現在、実施されている契約取引の内容について品目毎にお選び下さい。「その他」をお選びの場合は具体的にお書き下さい。(はいくつでも)

下記品目順位は 前の設問と同じ	販売 契約	契約生産						
		面積 契約	数量 契約	技術 営農 指導	農業 機械 の 貸与	資金 の 貸与	作業 の 受託	その他
第1位の品目	1	2	3	4	5	6	7	8「 」
第2位の品目	1	2	3	4	5	6	7	8「 」
第3位の品目	1	2	3	4	5	6	7	8「 」

注) 販売契約とは、販売数量のみを契約し、栽培地(ほ場)の特定はしないもの。

契約生産とは、栽培地(ほ場)についても特定するもの。その内、面積契約は栽培面積を定めるもの、数量契約は、特定された栽培地(ほ場)で収穫された農産物の販売数量を定めるもの。

問7．現在の契約取引の割合について、今後の方針はどのようにお考えですか。(は1つ)

下記品目順位は 前の設問と同じ	将来、増やす予定である。	当面、変える予定はない。	減らす予定である。
第1位の品目	1	2	3
第2位の品目	1	2	3
第3位の品目	1	2	3
	問8へお進み下さい。		問9へお進み下さい。

問8．問7で「将来、増やす予定である。」と回答された品目について伺います。今後はどの契約取引を拡大するつもりですか。現在と同じ内容を拡大する場合は同じ番号にをつけて下さい(はいくつでも)。

下記品目順位は 前の設問と同じ	販売 契約	契約生産						
		面積 契約	数量 契約	技術 営農 指導	農業 機械 の 貸与	資金 の 貸与	作業 の 受託	その他
第1位の品目	1	2	3	4	5	6	7	8「 」
第2位の品目	1	2	3	4	5	6	7	8「 」
第3位の品目	1	2	3	4	5	6	7	8「 」
	問9へお進み下さい。							

問9. 現在、実施されている契約取引の品目について、さらに契約取引を拡大するために、農業者等に求められる努力は何だと感じられていますか、いくつでもお選び下さい。(はいくつでも)

下記品目順位は前の設問と同じ	安定的供給(納期含む)	均一な品質	均一な規格(大きさ)	規格・安全性に関する契約の遵守	味覚向上など差別化	低価格	その他
第1位の品目	1	2	3	4	5	6	7「 」
第2位の品目	1	2	3	4	5	6	7「 」
第3位の品目	1	2	3	4	5	6	7「 」
問12へお進み下さい。							

問10. 問1で「契約取引を行っている品目が全くない」と回答された方に伺います。国内農業者等と契約取引を行っていない理由を、以下からお選び下さい(はいくつでも)

契約取引についての知識・ノウハウが不足しているため	契約取引をしたいが、相手となる農業者等が見つからないため	他の仕入手段より安定供給に不安があるため	他の仕入手段より価格が高い傾向にあるため	その他
1	2	3	4	5
問11へお進み下さい。		問12へお進み下さい。		

その内容

問11. 問10で「契約取引についての知識・ノウハウが不足しているため」、「契約取引をしたいが、相手となる農業者等が見つからないため」と回答された方に伺います。

契約取引に関する情報収集や、契約取引の相手となる農業者等を見つけるために、どのような事をされましたか、具体的にお書き下さい。(例、地元の農業団体に問い合わせた。農産物流通のコンサルタント会社に相談した。)

問12. 今後、食品産業事業者と農業者等が提携促進をしていくにあたり、行政に希望される事項があれば、下記にお書き下さい。(例：公的な仲介機関の設置による指導・助言の拡大、農地に関する規制緩和、表示規制の改善、農産物に関する技術開発機関の拡充など)

フェース項目

【 貴社全体および貴事業所についてお伺いします 】

F 1 . 貴社全体の年間売上額はおよそいくらですか。(1つだけ)

1 . 70 億円未満	3 . 100 億円以上	5 . 200 億円以上	7 . 400 億円以上
	150 億円未満	300 億円未満	
2 . 70 億円以上	4 . 150 億円以上	6 . 300 億円以上	
100 億円未満	200 億円未満	400 億円未満	

F 2 . 貴社の本社所在地は次のどちらですか。(1つだけ 印)

1 . 富山県	4 . 長野県	7 . 三重県	10 . 和歌山県
2 . 石川県	5 . 岐阜県	8 . 滋賀県	11 . その他
3 . 福井県	6 . 愛知県	9 . 大阪府	(具体的に)

F 3 . 以下のうち、貴社の店舗が所在する府県はどちらですか。店舗のある府県全てに 印をつけて下さい。(はいくつでも)

1 . 富山県	4 . 長野県	7 . 三重県	10 . 和歌山県
2 . 石川県	5 . 岐阜県	8 . 滋賀県	11 . その他に店舗が存在する都道府県の数
3 . 福井県	6 . 愛知県	9 . 大阪府	

集計データ（抜粋）

問1で契約取引を行っている品目が「1.ある」とお答えの方へ
問5.契約取引を行っているのはなぜですか。

仕入れ品目ベース集計	回答者数	価格が安 定しているから	仕入量が 安定しているから	自社に とって望 ましい品 質だから	自社に適 した規格	他からで は仕入れ できない から	その他	無回答	
					だから (大き さ・形 状)				
全体	199	78 39.2	51 25.6	111 55.8	36 18.1	89 44.7	30 15.1	39 19.6	2 1.0
仕入れ品目別									
サンチュ	1	100.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
レタス	13	38.5	38.5	92.3	38.5	30.8	15.4	15.4	0.0
トマト	22	31.8	27.3	54.5	22.7	50.0	13.6	13.6	0.0
もやし	2	100.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ほうれん草	13	15.4	23.1	61.5	15.4	38.5	7.7	23.1	0.0
白菜	7	71.4	28.6	14.3	14.3	57.1	14.3	28.6	0.0
きゅうり	13	30.8	38.5	69.2	23.1	69.2	15.4	15.4	0.0
じゃがいも	11	18.2	18.2	45.5	18.2	63.6	9.1	9.1	0.0
かぼちゃ	3	66.7	0.0	66.7	0.0	66.7	66.7	0.0	0.0
りんご	4	25.0	0.0	75.0	0.0	75.0	0.0	25.0	0.0
えのき	2	100.0	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
とうもろこし	2	50.0	50.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
大根	14	64.3	28.6	35.7	14.3	50.0	21.4	35.7	0.0
にんじん	5	20.0	0.0	20.0	0.0	40.0	0.0	20.0	20.0
大豆	3	33.3	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0
キャベツ	6	50.0	0.0	66.7	0.0	50.0	0.0	16.7	0.0
白瓜	1	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
ひのな	1	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
小麦	8	12.5	0.0	12.5	0.0	0.0	37.5	62.5	12.5
野沢菜	2	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
米	13	38.5	7.7	76.9	0.0	84.6	7.7	23.1	0.0
さといも	2	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0

問1で契約取引を行っている品目が「1.ある」とお答えの方へ
問6.契約取引各品目は、次の栽培方法による分類ではどれに該当しますか。

仕入れ品目ベース集計	回答者数	有機農産物	転換期間 中有機農 産物	無農薬・ 減農薬栽 培農産物	無化学・ 減化学肥 料栽培農 産物	該当する ものはな い	わからな い	無回答
					該当する もの			
全体	199	22 11.1	12 6.0	80 40.2	44 22.1	70 35.2	15 7.5	6 3.0
仕入れ品目別								
サンチュ	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
レタス	13	7.7	7.7	53.8	53.8	23.1	0.0	0.0
トマト	22	18.2	9.1	40.9	40.9	13.6	9.1	4.5
もやし	2	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0
ほうれん草	13	0.0	7.7	38.5	23.1	23.1	7.7	15.4
白菜	7	28.6	0.0	28.6	14.3	57.1	0.0	0.0
きゅうり	13	23.1	7.7	30.8	30.8	38.5	7.7	0.0
じゃがいも	11	18.2	9.1	63.6	18.2	27.3	9.1	0.0
かぼちゃ	3	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0
りんご	4	25.0	0.0	0.0	50.0	25.0	0.0	0.0
えのき	2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
とうもろこし	2	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
大根	14	14.3	7.1	28.6	7.1	50.0	0.0	7.1
にんじん	5	20.0	0.0	40.0	40.0	20.0	0.0	20.0
大豆	3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
キャベツ	6	16.7	16.7	66.7	16.7	16.7	0.0	0.0
白瓜	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ひのな	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
小麦	8	0.0	0.0	0.0	0.0	87.5	0.0	12.5
野沢菜	2	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
米	13	7.7	0.0	61.5	30.8	7.7	7.7	0.0
さといも	2	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0

問1で契約取引を行っている品目が「1.ある」とお答えの方へ
 問7.契約取引の内容を品目ごとにお答えください。

	回答者数	販売契約	面積契約	数量契約	技術営農 指導	農業機械 の貸与	資金の貸 与	作業の受 託	その他の 契約生産	無回答
仕入れ品目ベース集計 - - - - - 全体	199	93 46.7	19 9.5	97 48.7	4 2.0	1 0.5	0 0.0	1 0.5	12 6.0	12 6.0
仕入れ品目別 - - - - - サンチュ	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
レタス	13	38.5	7.7	69.2	7.7	0.0	0.0	7.7	7.7	15.4
トマト	22	45.5	9.1	36.4	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	13.6
もやし	2	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
ほうれん草	13	30.8	7.7	61.5	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	7.7
白 菜	7	42.9	28.6	57.1	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
きゅうり	13	69.2	0.0	38.5	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	0.0
じゃがいも	11	45.5	9.1	72.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
かぼちゃ	3	33.3	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
りんご	4	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
えのき	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
とうもろこし	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
大 柿	14	50.0	35.7	42.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1
にんじん	5	40.0	0.0	60.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	20.0
大 豆	3	66.7	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0
キャベツ	6	33.3	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
白 瓜	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ひのな	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
小 麦	8	75.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0
野沢菜	2	50.0	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
米	13	38.5	7.7	69.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
さといも	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

問1で契約取引を行っている品目が「1.ある」とお答えの方へ
 問9.契約取引を拡大するためには、農業者等に対してどのような努力を求めますか。

	回答者数	安定的な 供給(納 期を含む)	均一な品 質	均一な規 格(大き さ)	規格・安 全性に関 する契約 の遵守	味の向上 などの差 別化	低価格化	その他	無回答
仕入れ品目ベース集計 - - - - - 全体	199	111 55.8	121 60.8	63 31.7	73 36.7	95 47.7	83 41.7	3 1.5	18 9.0
仕入れ品目別 - - - - - サンチュ	1	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
レタス	13	53.8	61.5	61.5	53.8	53.8	53.8	0.0	15.4
トマト	22	54.5	45.5	22.7	31.8	50.0	40.9	0.0	13.6
もやし	2	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
ほうれん草	13	69.2	69.2	30.8	30.8	15.4	46.2	0.0	7.7
白 菜	7	85.7	85.7	85.7	28.6	42.9	42.9	0.0	0.0
きゅうり	13	69.2	76.9	38.5	46.2	61.5	30.8	0.0	7.7
じゃがいも	11	54.5	63.6	0.0	72.7	54.5	54.5	0.0	0.0
かぼちゃ	3	0.0	33.3	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	66.7
りんご	4	25.0	50.0	25.0	50.0	75.0	0.0	0.0	0.0
えのき	2	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0
とうもろこし	2	50.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
大 柿	14	57.1	57.1	64.3	28.6	35.7	64.3	0.0	14.3
にんじん	5	40.0	60.0	20.0	0.0	20.0	60.0	0.0	20.0
大 豆	3	66.7	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0
キャベツ	6	66.7	66.7	50.0	16.7	16.7	33.3	0.0	0.0
白 瓜	1	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0
ひのな	1	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0
小 麦	8	87.5	100.0	0.0	25.0	25.0	25.0	25.0	0.0
野沢菜	2	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	50.0	0.0	0.0
米	13	38.5	38.5	15.4	53.8	92.3	46.2	7.7	7.7
さといも	2	50.0	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0