

## 試験研究成果普及情報

部門	経営	対象	普及
課題名：全国優良事例の分析からわかった野菜産地の振興戦略			
〔要約〕近年の「日本農業賞」全国審査における野菜産地の受賞事例の受賞理由や組織的取組の特長の分析による野菜産地の振興戦略は4つに整理される。この結果は産地関係者が主体となった活性化方策の検討に有用である。			
キーワード <sup>※</sup> 野菜、産地振興、戦略、技術改善、マーケティング			
実施機関名	主 査 農林総合研究センター・企画経営部・流通経営研究室 協力機関 担い手支援課		
実施期間	2010年度～2012年度		

## 〔目的及び背景〕

本県野菜産出額の向上に向けた普及指導計画の策定等に資するため、近年の「日本農業賞」（全国農協中央会・日本放送協会主催）「集団組織の部」受賞事例のうち野菜に関する事例を対象に受賞理由や組織的取組の特長を抽出し、それらを類型化して産地振興の成功パターンを明らかにする。

## 〔成果内容〕

- 現在の賞の種別構成（優秀な順に大賞、特別賞、優秀賞）となった平成15年以降、平成23年までの受賞事例のうち野菜に関する28事例を抽出し、関連資料に基づき受賞理由や組織的取組の特長を図1の例のように箇条的に記述した。次いで産地行動を生産販売の流れに沿って図2のとおりモデル化した上で、特長をモデル対応項目に割り振り、整理した。その結果は6項目21要素である（表1）。
- 各事例が、1で整理した21要素に該当するか否かを「該当＝1」「非該当＝0」の数値に置き換えてクラスター分析（K-平均法）を適用し4つの類型を得た。さらに、これら4つの類型と21要素のクロス集計を行い、統計的検定により有意な関連が見られた8要素の関連性分析を行った（表2）。
- 以上の分析結果から類型を解釈し、改善方策の参考となる産地の振興戦略として以下のとおり整理できる（表3）。
  - 類型1：特色化戦略
    - 特色のある品種・品目・作型選定を中心に据える。
    - 6次産業化等の対応を組み合わせる。
  - 類型2：組織統一拡大戦略
    - 農協等の広域合併に対応し、品目のロット拡大、生産管理システム強化、販路設定・多様化により販売力を強化する。
    - GAPやエコファーマー取得等の環境保全対応を組み合わせる。

(3) 類型3：生産技術改善＋消費者コミュニケーション促進戦略

- ・生産技術改善を組織的に進め、生産の効率化、品質向上を図る。
- ・これら一連の取り組みを消費者に知ってもらうことで評価を高める。

(4) 類型4：地域資源活用戦略

- ・水田の高度利用、耕作放棄地解消、耕畜連携等地域資源活用を図る。
- ・品目の特色化、6次産業化、担い手育成確保等の対応を組み合わせる。

[留意事項]

普及組織における産地分析の結果と併せて、この情報を参考に各戦略の採用や組み合わせ等について産地関係者の合意形成を進めながら産地改善を図ることが望ましい。

[普及対象地域]

県内全域（特に、野菜産地振興を担当する農協職員、市町村職員、普及指導員）

[行政上の措置]

[普及状況]

平成25年度県普及指導員研修（産地再生強化研修）の教材として活用された。

[成果の概要]

事例7：S市野菜振興会カラーピーマン専門部会（M県）

受管年	平成21年	賞種別	大賞	品目	カラーピーマン
構成戸数	47戸	直近年間販売額	6億円 1,277円/戸		
<b>特長・受賞理由</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 既存グリーンピーマン輸入増に対応した中型カラーピーマンへの転換</li> <li>○ 研究機関、種苗メーカーとの連携（「吊る下げ栽培」等の導入）</li> <li>○ 他村との協力による周年出荷体制確立</li> <li>○ 部会員全員がエコファーマー</li> <li>○ 契約取引が基本</li> <li>○ 3色2パックで海外産パプリカと同程度価格で販売</li> <li>○ 消費者向けレシピ作成による消費提案</li> </ul>					

図1 事例の特長の整理（例）

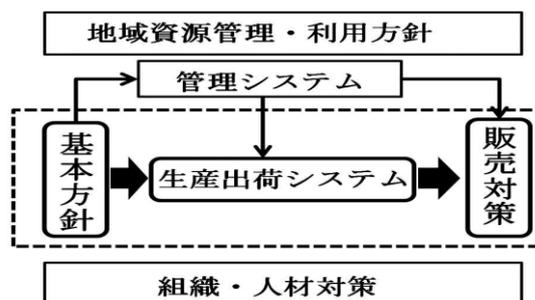


図2 産地行動モデル

表1 特長記述内容の項目別要素整理結果（6項目21要素）

項目	要素	特長や評価された点	項目	要素	特長や評価された点
i 基本方針（3要素）	特色化	<ul style="list-style-type: none"> <li>希少品種の採用（「ルネッサンストマト」）</li> <li>完熟トマトに特化＝「お宝トマト」</li> <li>特徴のあるトマト品種（「麗容」）を独自ブランドで販売</li> <li>柔らかいイチゴ品種（「楽姫」等）に特化</li> <li>特徴ある品種選定（黒皮スイカ）</li> <li>夏場での春系キャベツニーズへの対応</li> <li>特産品の水田ゴボウに取り組み</li> <li>全国唯一のゆでばしダイコン産地</li> <li>5～8月出荷に特化した夏ねぎの産地</li> </ul>	iv 組織・人材対策（7要素）	組織の広域化・一元化	<ul style="list-style-type: none"> <li>農協合併に伴う部会統合によるロット拡大</li> <li>旧町村の部会組織を一本化</li> <li>町外への組合員拡大</li> </ul>
	品目導入・転換・商品政策	<ul style="list-style-type: none"> <li>3色1パックで海外産パプリカと同程度価格で販売</li> <li>グリーンピーマン輸入増に対応しカラピーマンへの転換</li> <li>「寒じめほうれんそう」の導入</li> </ul>		若手の活力	<ul style="list-style-type: none"> <li>部会員平均年齢が50歳</li> <li>青年部によるネット販売、ブログ情報発信</li> <li>青年部主導で新品目導入</li> <li>若手による販売促進班</li> </ul>
	ブランド体系	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域団体商標取得</li> <li>地域主要8品目の統一ブランド化</li> </ul>		中核的経営体・法人の育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>規模拡大志向の部会員が多く存在</li> <li>集落営農事組合法人の育成</li> <li>大規模経営体の確保・育成</li> <li>調整出荷作業専門の別会社設立</li> </ul>
ii 生産出荷システム（2要素）	生産技術改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>高冷地の特性を生かした品種導入</li> <li>吊る下げ栽培等の導入</li> <li>基本技術助行による高収量</li> <li>高い土地生産性</li> <li>ハウス雨よけ栽培導入による生産の安定化</li> <li>栽培の省力化推進</li> <li>緑肥作物との輪作体系</li> <li>独自の種芋選抜、生産</li> <li>養液栽培技術の導入、独自改良</li> <li>作型の細分化による収穫平準化</li> </ul>		新規参入促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規就農希望者への研修事業</li> <li>研修生受け入れによる後継者育成</li> <li>当該品目の新規栽培者の確保・育成</li> </ul>
	出荷・流通技術改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>通いコンテナ出荷による労力、経費削減</li> <li>予冷による品質管理の徹底</li> <li>自動選別切揃機による出荷作業の省力化</li> <li>特許技術を活用した包装による鮮度維持</li> <li>小袋詰め出荷が可能な洗浄選果施設</li> </ul>		地域雇用創出・生きがいがづくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>高齢者が取り組みやすい作目振興</li> <li>収穫出荷作業で地域雇用創出</li> </ul>
	iii 販売対策（4要素）	消費者コミュニケーション		<ul style="list-style-type: none"> <li>「顔の見える販売活動」（量販店試食販売、イベント）</li> <li>青年部によるネット販売、ブログによる情報発信</li> <li>主体的販促活動（東京、地元でのPR、アンケート）</li> <li>消費者向けレシピ作成による消費提案</li> <li>消費者アンケートの実施</li> <li>販促DVDの量販店への配布</li> <li>消費者との交流イベント</li> <li>組合長のトップセールス</li> <li>若手で構成する販売促進班が調査、販促活動</li> </ul>	女性活躍
販路設定・多様化		<ul style="list-style-type: none"> <li>積極的な販路開拓</li> <li>契約取引が基本</li> <li>販路を近接する都市部に限定</li> <li>下位等級品の販路開拓</li> <li>全量予約相対取引</li> <li>等階級別販路設定</li> <li>予約相対取引による有利販売</li> <li>外食産業、量販店等との契約販売</li> <li>海外輸出</li> <li>下部組織として特徴ある研究会組織（特別栽培、契約）</li> </ul>		外部連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>研究機関、種苗メーカーとの連携</li> <li>大手スーパーとの連携による産地化</li> </ul>
6次産業化		<ul style="list-style-type: none"> <li>規格外品活用のために食品加工業者と連携</li> <li>農商工連携による商品開発</li> <li>地元「6次産業ネットワーク」と連携</li> <li>産地における野菜の冷凍製造</li> </ul>	生産管理システム	<ul style="list-style-type: none"> <li>栽培基準の厳格化</li> <li>組合員間のノウハウの公開・共有</li> <li>全圃場を対象とした現地指導、巡回指導の徹底</li> <li>組織的技術向上（栽培研究会、青年部）</li> <li>担い手農家育成に向けた重点指導</li> <li>計画生産の徹底</li> <li>全圃場の基本データ、生産履歴のPC管理</li> <li>生産管理の数値化・組合員への指導の徹底</li> </ul>	
販売期間の長期化	<ul style="list-style-type: none"> <li>量販店、実需者を意識した安定、周年供給体制</li> </ul>	品質管理システム	<ul style="list-style-type: none"> <li>出荷前糖度検査の徹底</li> <li>包装単位の生産者識別システム</li> <li>厳しい品質基準（糖度等の基準外は出荷不可）</li> <li>ルールに反し個別販売をした場合部会を除名</li> <li>組合員への出荷上注意点の情報伝達を毎日実施</li> </ul>		
			v 管理システム（3要素）	環境保全システム	<ul style="list-style-type: none"> <li>CA Pへの取り組み</li> <li>部会員全員がエコファーマー</li> <li>環境負荷軽減技術の採用</li> <li>産地としてのISO14001取得</li> <li>環境への配慮（農薬削減、廃棄物減量化）</li> </ul>
			vi 土地利用・資源管理（2要素）	土地利用高度化	<ul style="list-style-type: none"> <li>耕作放棄地の有効活用</li> <li>水田転作に対応した品目導入</li> <li>水田高度利用</li> </ul>
				資源循環	<ul style="list-style-type: none"> <li>地元生ゴミ由来菌体肥料の活用による土づくり</li> <li>堆肥センター設置による耕畜連携</li> </ul>

表2 クラスター分析により得られた4つの類型と統計的に有意な関連のあった8要素のクロス集計結果

(該当比率 %)

		類型1 (N=7)	類型2 (N=7)	類型3 (N=10)	類型4 (N=4)
(該当事例番号)		1, 3, 5, 8, 9, 25, 23	2, 12, 15, 16, 17, 21, 24	4, 6, 7, 10, 14, 19, 20, 26, 27, 28	11, 13, 18, 22
有意な関連があった要素	特色化	100 **	0	0	50.0
	生産技術改善	14.3	14.3	80.0 **	0
	消費者コミュニケーション	28.6	14.3	80.0 **	0
	6次産業化	57.1 *	0	10.0	50.0
	組織の広域化・一元化	0	57.1 **	20.0	0
	環境保全システム	14.3	71.4	60.0	0
	土地利用高度化	0	0	0	100 **
	資源循環	0	0	10.0	50.0 **

注)  $\chi^2$  検定の調整残差分析結果: 「\*\*」は1%水準で有意に高い, 「\*」は5%水準で有意に高い。

表3 各類型の代表例

類型（戦略）	集団名（地方）	主要品目	該当要素	特長や評価された点
類型1 特色化戦略	K町施設野菜生産組合	トマト	特色化	○ 完熟トマトに特化＝「お宝トマト」ブランド
			6次産業化	○ 規格外品活用を進める女性グループあり
			その他	○ 組合員間のノウハウの公開・共有 ○ 規模拡大志向の組合員多い ○ 平均年齢50歳
類型2 組織統一拡大戦略	N農協ねぎ部会	ネギ	組織の広域化・一元化	○ 農協合併に伴う部会統合・集出荷、共同計算完全一元化
			生産技術改善	○ 全圃場を対象とした現地指導、巡回指導の徹底
			環境保全システム	○ 県の特別栽培認証促進
			生産システム	○ 栽培基準、出荷規格等のルール遵守の厳格化
その他	○ 大規模露地ネギ経営体の確保・育成 ○ 新規栽培者の確保・育成 ○ 下位等級品の販路開拓			
類型3 生産技術改善＋ 消費者コミュニケーション促進戦略	T農協園芸部ニラ部会	ニラ	生産技術改善	○ 量販店、実需者を意識した安定、周年供給体制 ○ 組織的技術向上（栽培研究会、青年部） ○ 栽培の省力化推進
			消費者コミュニケーション	○ 量販店等における主体的な販促活動
			その他	○ 旧6町村の部会組織を一本化 ○ 新規参入者の受け入れ ○ 部会員の若さ（25%が50歳以下） ○ 特許技術を活用した包装による鮮度維持 ○ 餃子専門店との契約栽培
類型4 地域資源活用戦略	S農協 アスパラガス生産部会	アスパラガス	土地利用高度化	○ 水田転作への導入
			6次産業化	○ 規格外品関連商品の開発 ○ 地元の「6次産業ネットワーク」と連携
			その他	○ 高齢者が取り組みやすい作目 ○ 集落営農農事組合法人の育成

[発表及び関連文献]

- 1 栗原大二 日本農業賞受賞事例の解析に基づく野菜産地戦略の類型化～千葉県  
の農協共販産地改善の視点から～、関東東海農業経営研究 104号、2014年（投稿中）
- 2 平成25年度試験研究成果発表会（野菜部門）

[その他]

平成20年度試験研究要望課題（提起機関：生産販売振興課）