

京都大学大学院農学研究科
生物資源経済学専攻 寄附講座
「農林中央金庫」次世代を担う農企業戦略論講座



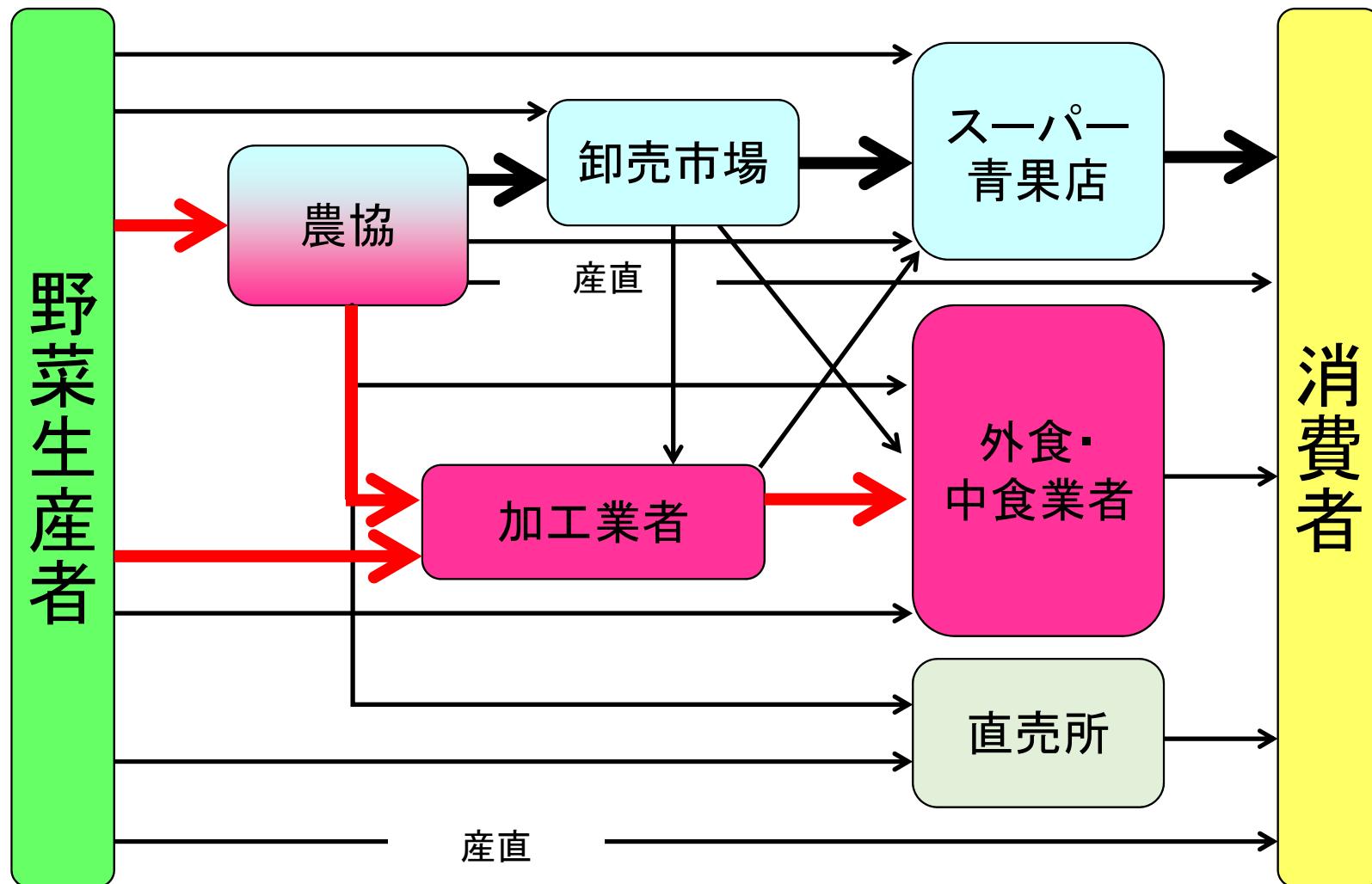
農林中央金庫

農業経営の未来戦略 ～食品産業との連携～

2015年11月16日

日本における外食産業と 農業との連携事例および 課題

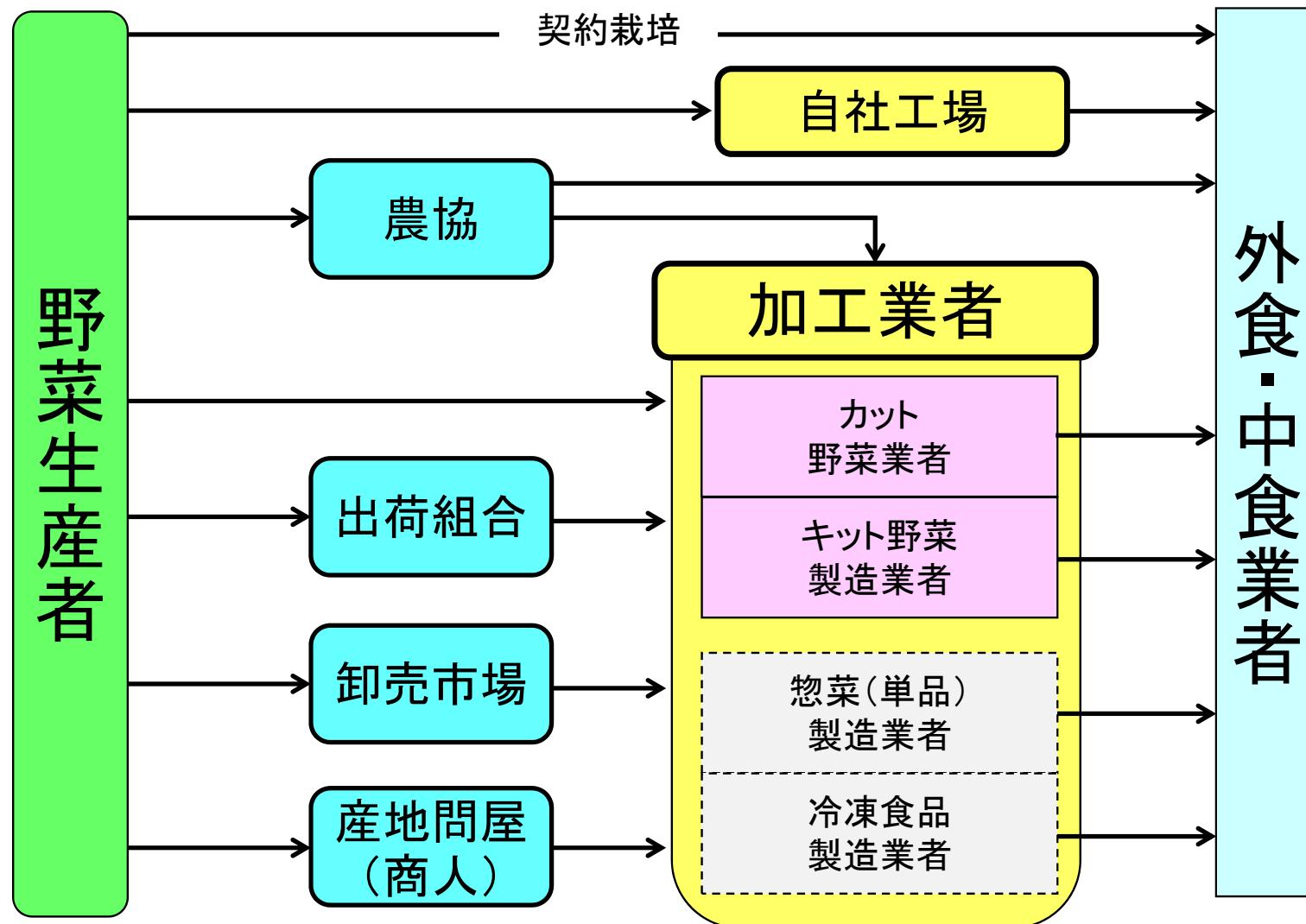
野菜生産における主な流通経路のフロー



資料:独立行政法人農畜産業振興機構 編「野菜の生産・流通と野菜制度の機能」を一部修正

主な流通経路のフロー

注:これらの流通ルート以外に、輸入農産物の取り扱い、外食産業が自社工場を所有しているところもある。



外食産業と農業との連携関係 を補完する関連主体の役割



外食産業がカット野菜を求める論理

- 外食産業のチェーン店化を主体とした二極化の進展
- チェーン店内で画一化された多種類メニューへの対応
(メニュー毎の素材と調理方法の画一化、調理に必要な様々な野菜の定形カット化、必要野菜品目のキット化)
- 調理未技能者対応を可能とする調理のマニュアル化による人件費の抑制
- 調理時の食材残渣量の低減化
(産業廃棄物処理費用の低減化)
- 各店舗での食の安全・安心対応(リスク低減)
- メニュー素材ごとのトレーサビリティーの必要性



カット野菜事業者の出自と論理

- 農業者による六次産業化or流通・加工業者による進出
- 野菜カット設備・施設稼働率の通年での平準化
- カットに必要な野菜を周年で確保するための体制確立
- 原料野菜調達先の多様化(リスクの低減: 端境期や不作等で国内調達が困難な場合 → 輸入に依存)
- ブローカー、産地商人、JA等関連主体とのネットワーク確立
- カット野菜事業者間での棲み分け体制 → 多品目対応へ

野菜カット事業を基軸とした 典型的連携事例の紹介

各事例の所在地



事例① 有限会社 かんらん

| | |
|---------|--|
| 事業内容 | キャベツの生産・加工、野菜の直売 |
| 連携以前の事業 | キャベツの卸売市場出荷 |
| 連携の経緯 | <p>①重量基準の安定した取引価格</p> <p>②必然的に発生するすそ物対応</p> <p>③効率的な生産体系が確立できたこと</p> |
| 販売拡大の方法 | 現時点では出荷量が不安定なため、契約先・ 契約量の増加は厳しい |
| 農産物供給 | <ul style="list-style-type: none">手作業経営の限界を認識し、機械化を推進出荷量の確保は現時点でも困難な状況現時点では収量の安定化を推進しているが、 今後はフランチャイズ化の構築を目指す。 |

②グリンリーフ・野菜くらぶ

| | |
|---------|---|
| 事業内容 | 農産物の生産、販売、加工 |
| 連携以前の事業 | こんにゃく生産者 |
| 連携の経緯 | 野菜市場の暴落を受けて、経営を見直す。 生産だけでなく加工事業や販売事業も展開。 |
| 販売拡大の方法 | 大手外食産業との直接取引 |
| 農産物供給 | 地域の農家や野菜くらぶで研修を受けた新規就農者など約60名の生産者と生産契約し、周年集出荷体制を確立。 |

事例③ こと京都株式会社

| | |
|----------|--|
| 事業内容 | 京都伝統野菜の九条ネギのカットネギ生産 |
| カット以前の事業 | ネギ生産者 |
| 参入の経緯 | ①青果物だけの販売拡大は市場価格が下落 ②市場出荷は価格変動の影響を受ける ③3分の1くらい出るすそ物(下級品)への対応 |
| 販売拡大の方法 | 飲食店(東京)への売り込み・契約販売 量販店への販売 |
| 農産物調達 | 山間部の生産者と組み、周年供給の実現 契約農家の限定による意識の同一化と高品質化を図る |

▶ 事例④ 丸忠(まるちゅう)園芸組合

| | |
|----------|--|
| 事業内容 | ホウレン草の凍菜事業 |
| カット以前の事業 | ホウレン草生産者 |
| 参入の経緯 | <p>①冷凍保存状態に加工することで、販売期間内の販売量の均一化</p> <p>②付加価値の向上</p> <p>③近隣の加工会社からの事業引継ぎ (事業体としては独立)</p> |
| 販売拡大の方法 | レストランとの直接契約 量販店への販売 |
| 農産物調達 | 近隣農家約90名との生産契約 JAと産地商人からも原料を調達 |

事例⑤ パックセンター オイカワ

| | |
|----------|--|
| 事業内容 | 外食産業向けのカット野菜加工販売 |
| カット以前の事業 | セリ、運送業 |
| 参入の経緯 | ①雇用先のカット会社からの独立 ②近隣のカット野菜業者からの下請 ③洗浄作業を行う協力会社が設立 |
| 販売拡大の方法 | レストラン・居酒屋への販売 病院・学校給食との契約 |
| 農産物調達 | 関東地方の契約農家、 全国各地の産地商人、 3つの卸売市場から調達 |

事例⑥ 株式会社三晃(さんこう)

| | |
|----------|---|
| 事業内容 | 食品スーパーの惣菜部門向け青果加工事業 |
| カット以前の事業 | 市場の青果仲卸事業者 |
| 参入の経緯 | 大手量販店との取引解消などを経験 自主独立できる経営を目指してカット野菜事業を展開。 |
| 販売拡大の方法 | 地域のスーパーへの惣菜キットの販売、 病院給食へのカット野菜販売 |
| 農産物調達 | 産地リレー出来ない主要品目は外国産(中国)を使用 国産原料野菜:地域の産地商人やJA |

事例⑦ フレッシュフーズ タケイ

| | |
|----------|---|
| 事業内容 | 中食産業向け野菜一次加工品製造 |
| カット以前の事業 | 白菜の漬物工場 |
| 参入の経緯 | 取引先であった味の素冷凍食品から餃子の材料としての加工を打診され、カット野菜を始める。 |
| 販売拡大の方法 | 味の素冷凍食品から野菜のトレーサビリティ確保を要請され、対応 |
| 農産物調達 | 収穫された農場まで遡れる農家と契約栽培安定調達のために、産地商人や市場とも取引 |

外食産業との連携下における 野菜作農業の課題と展望

➤ 考慮すべき課題

- 大きな収量変動への対応の必要性
(契約量を大幅に上回る生産の必要性)
- 外食産業の経済動向に依存する負の影響
- TPPやFTAなどのグローバル対応への備え

➤ 連携による有利性

- 将来見通しの立つ経営・投資計画の策定と実行
- 規格の緩和による機械化・省力化
- すそ物の商品化
- 市場競争を止揚した生産者ネットワーク構築の可能性