

# 農協が先頭に立った販路開拓でスーパーのリンゴ売り場を確保し 通年供給

相馬村農協(青森県)

## 取組の概要

- 売場を確保し、安定した農家手取りで共販率を向上、集荷量を武器にさらに販路を拡大
- 集荷したリンゴを新鮮なまま安定供給
- ブランド化や加工による高付加価値化の推進

## 事業化(プロジェクト化)成功のポイント

### 1 農協が先頭に立って販路を開拓し、売場を確保

- ① 相対の商談で大手スーパー(イオン)や小売業者(40社程度)と連携し、通年で安定的に売場を確保。安心して組合員にリンゴ栽培に取り組んでもらうとともに、確保した売場に対し、適時に適量のリンゴを供給することで、市場出荷と比較して安定した高い農家手取り価格を実現。
- ② 平成3年の台風の際に落下したリンゴを販売した努力などを通じて組合員との信頼関係を構築し、共販率90%以上まで向上。
- ③ 台湾など海外へも販路を開拓し、輸出は農協の販売金額の10%を超えるまでに成長。

### 2 鮮度の高いリンゴを通年で供給できる体制の構築

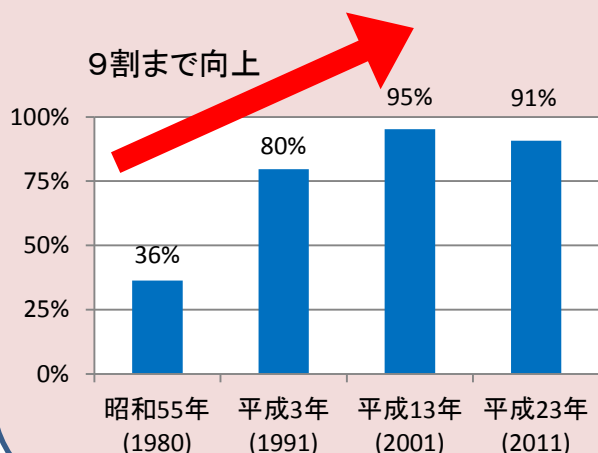
- ① 低温貯蔵施設を整備し、通年でリンゴの供給を可能に。
- ② 出荷したリンゴが市場に留め置かれる間に鮮度が落ちるのを避けるため、市場取引は書類にて行い、成立したものについて、直接、農協の貯蔵施設から運送業者の物流センターへリンゴを出荷し、小売店へ配送。

### 3 高付加価値化の推進

- ① 栽培方法を見直し、手間をかけて品質を向上させたこだわりのリンゴ「飛馬ふじ」ブランドの販売を平成21年度から開始。頑張った農家には、努力に見合う高収入を実現した。現在は農協のサンふじ出荷量の5.6%程度だが、取組を検討・開始する農家が増加。
- ② ジュース等加工原料にも、品質のよいリンゴを利用。元は委託加工だったが、好調な売れ行きを見て、工場を新設。

## 農協のメリット・農家のメリット

<共販率の推移>



<「飛馬ふじ(相馬村農協ブランド)」と「サンふじ(慣行)」の農家の手取り価格>

