

食品企業との提携により、安定的な販路を確保し、生産者の所得を増大

士幌町農協(北海道)

取組の概要

- 大手食品メーカーと提携した加工事業の展開により、安定的な販路を確保するとともに、生産者の所得を増大
- 提携により、大手食品メーカーの「マーケティング力」や「販路網」を活用
- 企業との交渉力を持った販売のプロを育てる人事方針

事業化(プロジェクト化)成功のポイント

1 大手食品企業との提携により、安定的な販路を確保

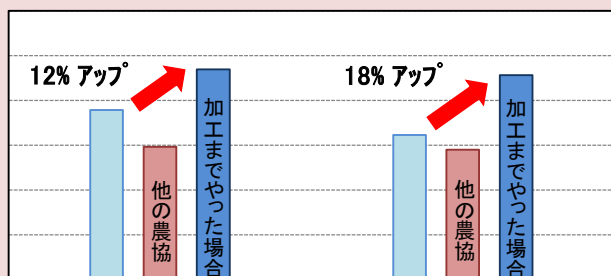
- ① 農畜産物の高付加価値化と販路の確保のため、加工事業を積極的に展開。
大消費地周辺(埼玉県、京都府)に自らの資本で工場を設置するなどして、食品メーカーのニーズに応じて製品を加工・供給するビジネスモデルを構築し、川下の付加価値を内在化。
→ 農協自らが加工まで取り組むとともに、加工で得た付加価値(利益)を生産者に還元することにより、生産者に対する支払単価(生産者の所得)を増大し、安定した収入を確保。
- ② 加工事業の展開に当たっては、独自ブランドではなく、大手食品メーカーと提携(パートナー関係に基づくOEM供給)することで、大手食品メーカーのマーケティング力や販路網を活用。着実に実績を積上げ、大手食品メーカーとの安定的な取引関係を構築。
<提携先の例> カルビー「ポテトチップス等」、ニチレイフーズ「冷凍食品(コロッケ等)」、味の素「業務用ポテトサラダ」、ホクレン「冷凍野菜」

2 企業との交渉力を持った販売のプロを育てる人事方針

- 経済事業担当の人事に際しては、人材の専門化・固定化を図ることで、企業との安定的な取引関係を構築するとともに、交渉力を確保。
- 職員の採用に当たっては、能力主義を徹底(縁故採用を行うことなく、昭和30年代後半から職員採用試験を実施)し、地域内外から広く人材を確保。
→ 職員の9割は地区外出身者

農協のメリット・農家のメリット

<加工向けパレイシヨの生産者支払単価の比較>

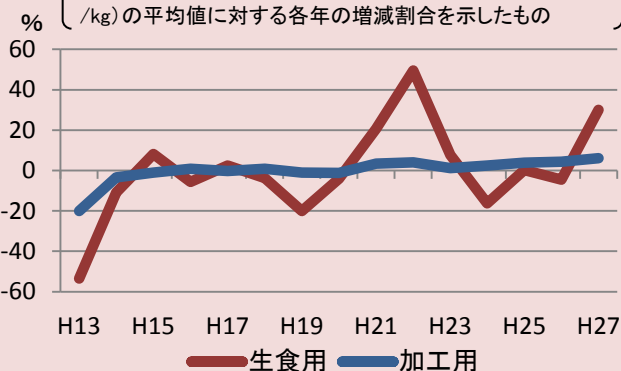


- 士幌町農協 (加工をせずに原料としてメーカーに販売した場合)
- 他の農協 (加工をせずに原料としてメーカーに販売した場合)
- 士幌町農協 (自ら加工までやってメーカーに販売した場合)

<パレイシヨの販売価格の推移>

加工用は、生食用に比べ、価格が安定

〔データは、過去15年間(平成13年~27年)の販売価格(円/kg)の平均値に対する各年の増減割合を示したもの〕



注:販売価格(円/kg)は生食用の方が高いが、10a当り粗収入で見れば、年度によっては、加工用の方が生食用を上回る場合もある。