コメント
ーカットりんごサプライチェーンの成立条件の解明に向けてー

東北農業研究センター
生産基盤研究領域
長谷川啓哉

基本方針における加工

果樹農業振興基本方針における加工の位置づけ

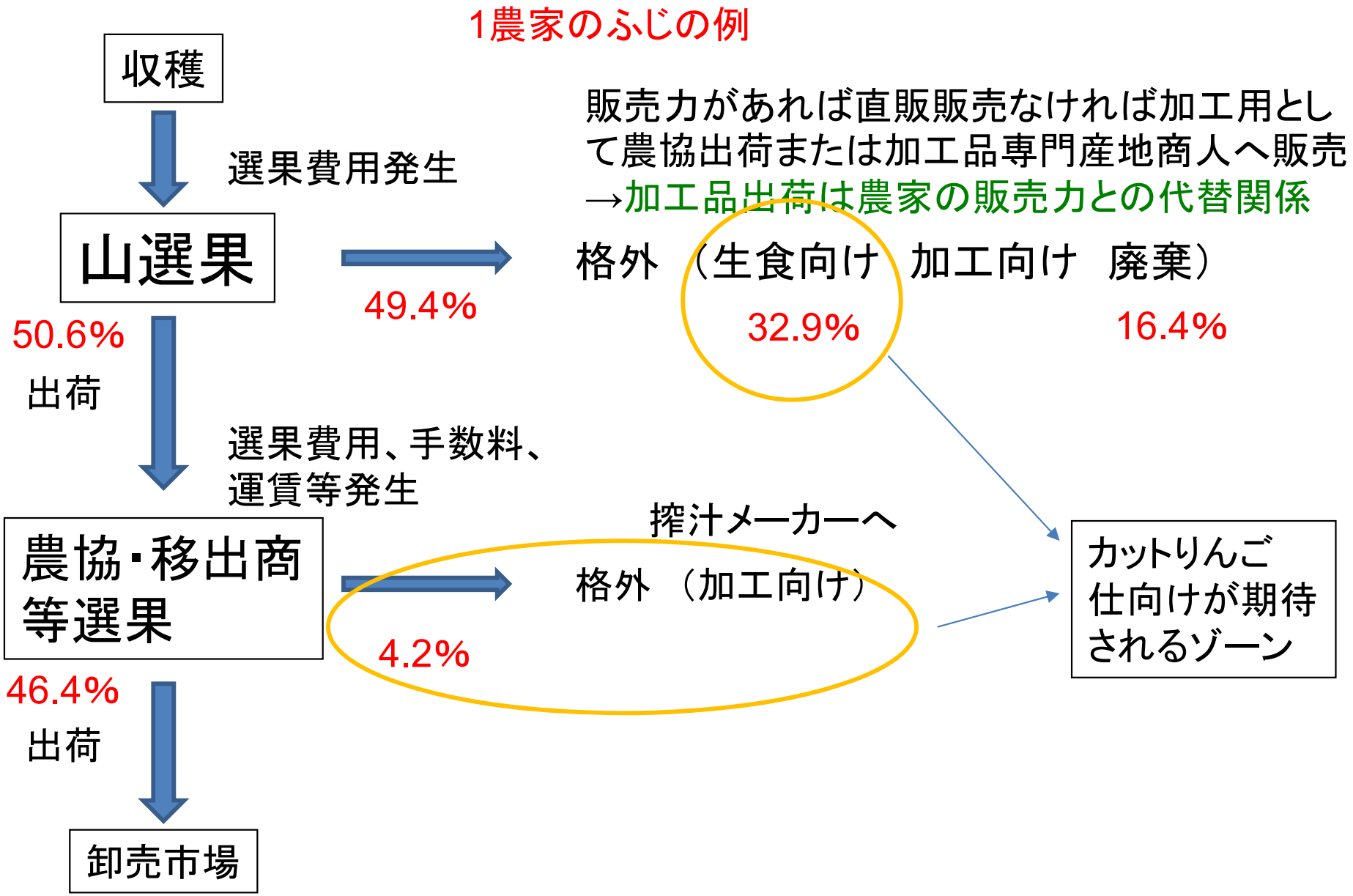
○従来の需給調整的位置づけから国産果実の需要拡大のための戦略的ツールとして位置づけられたことが特徴とみられる。

○そのためにはすそものを原料とするのみならず、加工原料用の果実生産を行うことが求められる。

○また、すそものを原料とする場合においても、従来とは差別化された加工商品を開発し、新しい市場を開拓することで需要拡大を図る方法も重要である。

○今回の「カットりんご」は後者に近いテーマであり、取組が「需給調整」ではなく「需要創造」となっているかが視点として求められる。

果実の選別と加工


1農家のふじの例
収穫
選果費用発生
山選果
49.4%
販売力があれば直販販売なければ加工用として農協出荷または加工品専門産地商人へ販売
→加工品出荷は農家の販売力との代替関係
格外（生食向け　加工向け　廃棄）
32.9%
16.4%
50.6%
出荷
選果費用、手数料、運賃等発生
農協・移出商等選果
搾汁メーカーへ
格外（加工向け）
4.2%
カットりんご仕向けが期待されるゾーン
46.4%
出荷
卸売市場

産地・経営における加工対応の必要性

農研機構 NARO

産地・経営における裾物販売の重要性

・高級品需要の縮小ー裾物も収益源にする必要

・省力化の要求ー農協の包括的果実引取の必要性

・農協からの離脱防止ー裾物販売対応が不可欠

・労働力の減少ー裾物販売がしやすくなることによりにより、葉とらず栽培、減農薬栽培などの採用がよりやり易くなる。

→大規模経営成立の観点からも重要

カットりんご等の加工品により裾物の需要が拡大すれば、産地、農家、大規模経営の存立に多大な影響を与える

未確立の規格外りんご市場

農研機構 NARO

・規格外りんごは、地域、品質などにより極めて多様であり、極めて細分化された多様な市場が存在する。

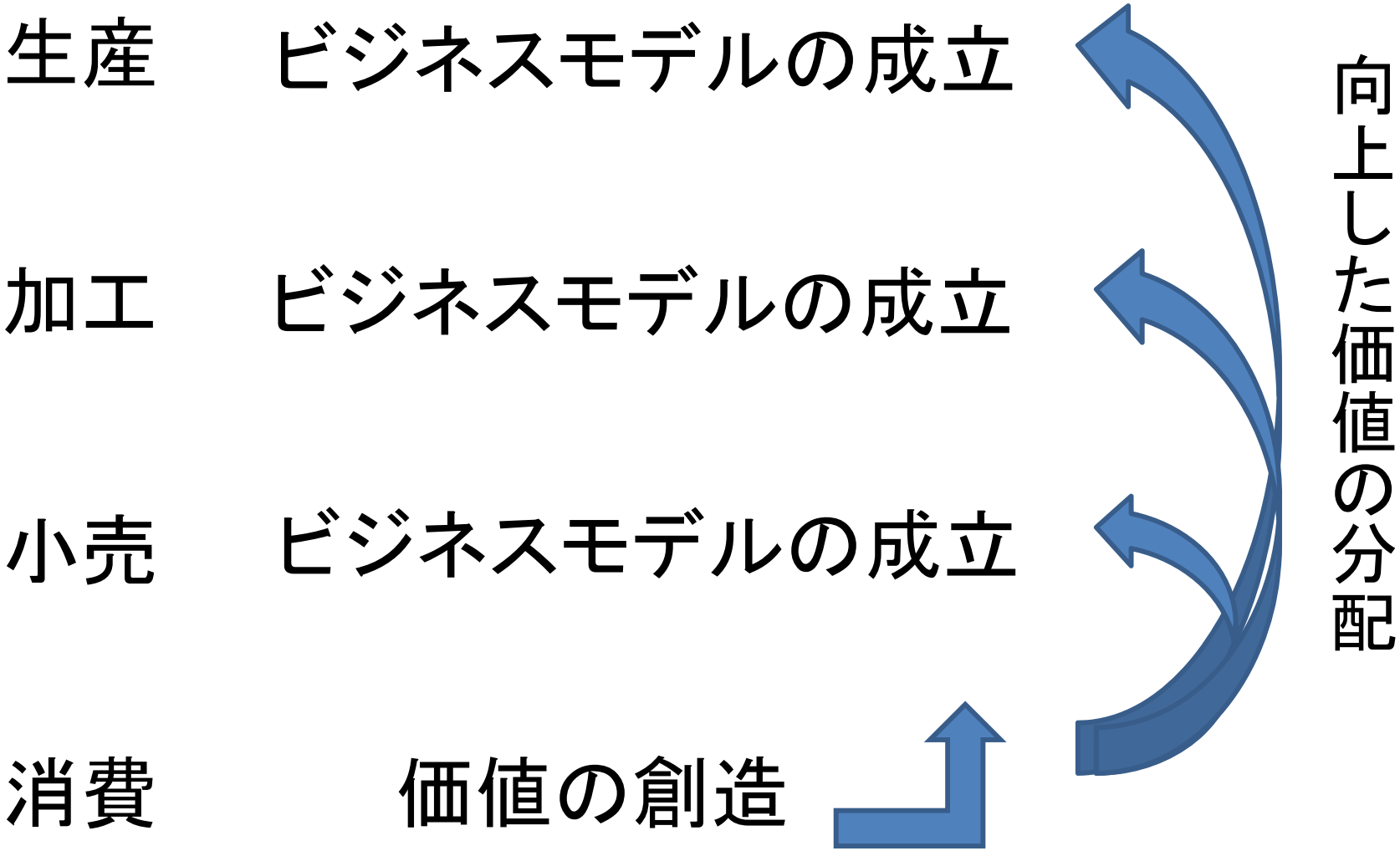
・加工原料用りんごは生食りんごの派生的な性格が強く、支払われる対価の水準は低い。にもかかわらず、選果費用、上述の多様性から生じる取引費用が少なからずかかる。加工場と産地が離れていれば運搬費も問題。

・カットりんごの原料市場はジュース用りんごの市場と比べても未確立である。

→流通体系を構築し、市場確立に向けた試行錯誤の模索段階。

→そもそも単発的な取引では難しく、長期的な取引関係のもと、サプライチェーン参画主体の関係性を深化させて、取引を構築していくことが大前提。

カットりんごサプライチェーンの成立課題



生食りんごに対して高い付加価値が獲得され、それをサプライチェーンを形成する各プレーヤーのビジネスモデルが成立するように分配される、つまりバリューチェーンが成立することがカットりんごのサプライチェーンの成立条件として重要

連携の論理－サプライチェーンの競争戦略

農研機構 NARO

・大変な労力とコストのかかる取引の構築に参画主体が向かうには、サプライチェーン間の競争を背景とした連携の論理が必要。

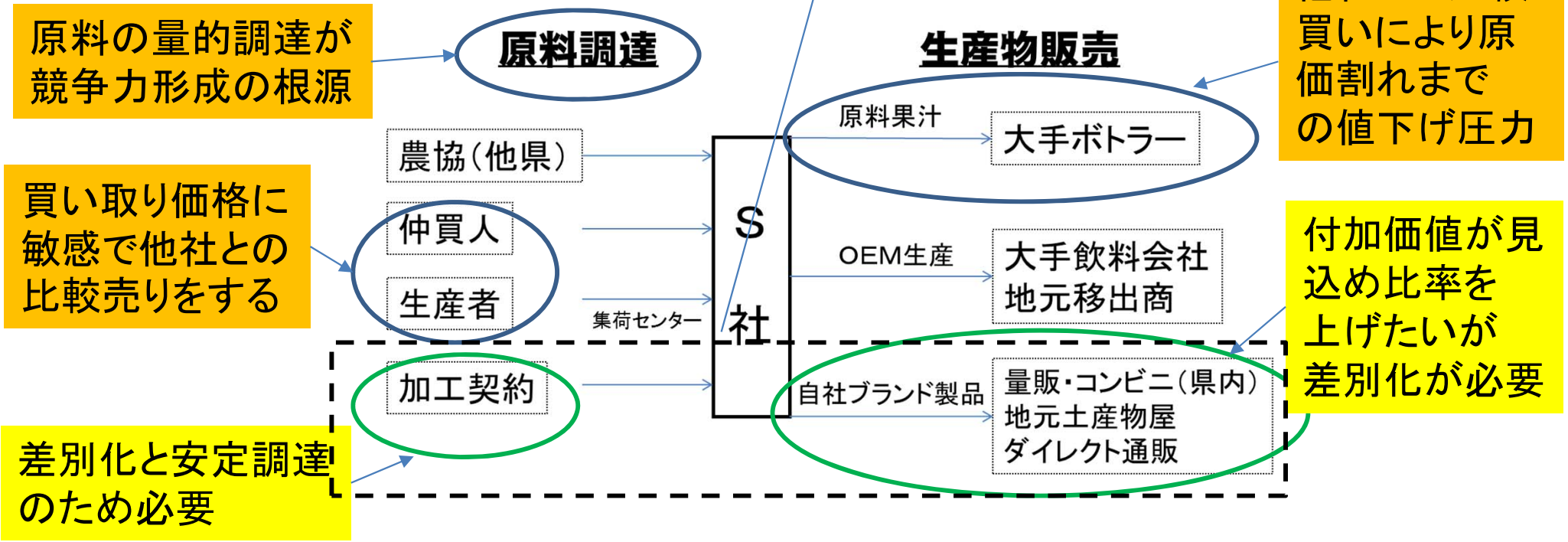
実需者側
サプライチェーンで競争を乗り切る

↓

生産者の提供する果実原料の価値が増大する

↓

強い連携が生じる



報告の意義

- カットりんごの流通に関する考察として、国内ではじめての本格的分析
- 現在カットりんごに係わる主要な業者を調査対象として網羅していると考えられ、説明力が高い。
- 大変な労作であり、敬意を表する。
- コメントは今後の課題として捉えられたい。

各報告の注目点

農研機構 NARO

第1部報告

・実需者調査によるカットフルーツの需要拡大、今後の増加の見通し

第2部報告

・経済性志向による若年層の高購入頻度、健康志向による女性の高購入頻度の指摘

第3部報告

・小売はカット用りんごを調達できず、また、バックヤードではりんご加工しない。

・加工メーカーは、①生食用とジュース用の間の品質で、②おおよそ150円以下の価格で、③主として農協より調達している。一方、④農家、生産者グループは量的確保の面で、商系は業者選択の面で課題がある。

各報告の注目点

第3部報告続き

・カットりんご専用園栽培が、特に原料を比較的高価格で購入している実需者の間で、検討される段階に入っている。一方、専用園の設置に当たって貯蔵庫に新しい投資が必要となること、はじきものの処理が課題となることを指摘。

・カットりんごメーカーの課題として、衛生管理、運送費、大規模化技術があげられること、おそらくは事業の小規模零細性が隠喩されていること。

第1部、第2部に関してのコメント

農研機構 NARO

・新しい果樹振興基本計画で求められているのは需給調整ではなく新たな価値創造。そこでは早和果樹園の高糖度ジュースや手まりみかんなど新たな加工品の高付加価値販売が示されていたが、カットりんごでそれが可能なのだろうか。見解を賜りたい。

第3部　全体を通じて

農研機構 NARO

・カットりんごはまだ全体的に模索段階の取組と思われる。それゆえ、各主体のビジネスモデル、全体のバリューチェーンを構築し得ている先進的な取組を示すことも重要と考える。この点から今回調査したうち、優良事例を対象に、そのビジネスモデルと成立条件を明らかにしていくことが重要かと思われる。調査は行っていると思われるのでこのような経営学的視点の整理も今後お願いしたい。

第3部　小売との取引

・契約的な取引という視点からすると、卸売市場を通した予約相対が主流である小売では、生食規格外りんごの取引はそもそも難しいのではないか。価格の高くない加工用のりんごは市場手数料も負担となるだろう。

→それゆえ、小売と産地で生食も含めた取引体系をいかに構築するのかが根本的に問題となると思われる。

第3部　カットメーカーの取引

農研機構 NARO

・スライド20の調達価格は議論の土台として大変重要なデータ。

・引き渡し価格150円以下ということだが、生産コストを下回る。

・一方、山選果後の規格外品は、農家に個別販売力があれば生食用で販売される。なお、個別販売力のない農家のりんごは農協に行く。その点、農協が主要な取引相手となることは首肯するところである。

・現状では、遠隔地の多くの農協で規格外リンゴをジュース用として一括処理していることが多いだろう。その中で、150円に近い価格で引き取られるとすれば新たな市場が生まれることとなる。量的な扱いが拡大すれば農家搬入基準も含めて選果体制を再構成することも想定され、共販再編が新たな論点となるだろう。

・ただし、取引条件の調整・交渉や規格外リンゴの選果など新たに発生する費用もあり、取引のメリットについてはもう少し精密な分析が必要と思われる。

第3部　カットりんご専用園栽培

農研機構 NARO

・カットりんご「専用」園栽培となると、派生商品的な取扱ができず、ジュース用も含め、園地全体で生産者所得が確保される価格設定をしなければならない。引取価格は当然高く、高付加価値販売を実現することが成立に向けて重要と思われる。サプライチェーン内連携による価値向上など分析の深化を期待する。

・なお、カットりんごの栽培実証が必要であることはその通りだが、技術的には、省力化とともに単収を向上させる栽培体系の構築が必要となるだろう。