

北陸高収益サロン 「園芸作物の生産者×実需者マッチング交流会」 開催概要

令和5年11月16日 開催

北陸農政局
生産部 園芸特産課

動画はこちら

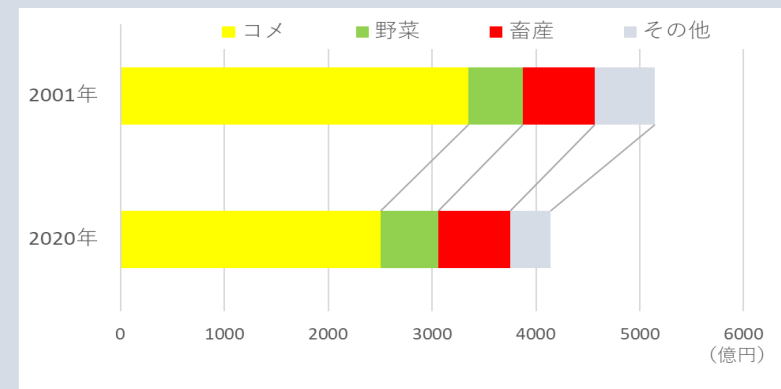


北陸高収益サロンの概要 <背景>

- 主食用米の需要が減少傾向にあり、コメの生産額は年々減少し続けている。
コメ中心である北陸の農業は、早急な対応が必要。
- 北陸地域における地場産野菜の販売シェアは、一部品目を除き 3～20 %
残りは全て他県産。
- 本サロンでは、実需サイド/生産サイドのそれぞれの立場から、
意見交換と交流を行い、今後の野菜の安定生産・安定供給に向けた
取組を促すことを目的とする。

【北陸の農業生産の現状】

- 北陸4県の農業産出額は、この20年間で20 %減少。
- 野菜や果樹、畜産等の生産割合が低く、コメのマイナス分をカバーしきれていない。



図：2001年農業産出額との比較（北陸4県合計）

園芸作物の生産者×実需者マッチング交流会

1 生産者 14:05～



JA新潟かがやき
えだまめ部会

- 出荷面積：約54.9ha
- 系統出荷



(株)Staygold
てらだファーム

- 水稲との複合経営
- 系統出荷と直接販売



NOTO
高農園

- 中量多品目
- シェフと取引



(株)
小西農園

- 白ねぎ専業農家
- 県内市場等に出荷

2 実需者 14:45～



(株) どんたく

- 石川県内の
スーパー
マーケット



薄井青果 (株)

- 金沢市
中央市場の
仲卸業者



(株) ベスト
アグリフーズ

- 野菜の
加工業者

3 質問・交流コーナー 15:15～

パネルディスカッション

テーマ「需要に応じた販売戦略・人と人とのつながり」

北陸高収益サロンの概要 <生産者の声>

パネリストとして、管内で産地化に取り組んでいる農協の部会（新潟県）や、独自の販売ルートを創意工夫し確立している個人経営体（富山県、石川県、福井県）から、売り先や品目の選定、栽培体系について紹介。その他、管内及び他地域の生産者約25名が参加。

- 市場関係者から、市場の販売方針を聞き、生産販売に生かす。
- 出荷ピークを単価の高い時期に持っていくよう予冷施設を利用し調整。 （新潟県内JA）
⇒相手が求めていることを知る。いつ、誰に売るかを考えて、作型を調整。
- 経営安定のため、系統出荷と直接販売の両方を実施。
地域の特産品を系統出荷、直接販売先の県内飲食店から好まれる野菜は、変わった野菜。
- 稲作と園芸の複合経営により、通年雇用が可能。 （富山県内農業法人）
⇒売り先によって求めている品目は異なり、販路は複数確保。
- 相手が望む量を、相手が求めたときに販売できるように、中量多品目という考え方。 （石川県内個人農園）
⇒契約は破らない。実需者との信頼関係が大事。
- 独自でブランド化を図り、リスク分散のために、複数販売先と契約。 （福井県内農業法人）
⇒市場単価の乱高下による影響を少なくする工夫によって、経営安定化につなげる。

パネリストとして、管内の実需者3名（量販店、仲卸業者、野菜加工業者）から、各業者のコンセプト、それぞれが求めている品目、取引方法について紹介。その他、管内及び他地域の実需者約10名が参加。

地元量販店

鮮度が低下しやすいもの、また他産地の供給量が少なくなる時期に、地場産がもっと欲しい。
他産地と競合しないような変わり種、ストーリーのある農産物、産地や作り方によって味に違いの出るものは、工夫して売れる。

仲卸業者

後発産地は、端境期を狙うだけでなく、競争力のあるブランドとしての価値を考える必要。
伝統野菜は、首都圏の外出やデパ地下のお惣菜等にニーズがある。

野菜加工業者

供給先の細かなオーダーに対応することから、手作業の行程が多い。そのため、加工に手間のかかる重量野菜（例えば、根菜類、かぼちゃ、たまねぎ）が欲しい。
地場産野菜は、生産者との意思疎通がしやすく、品質確認もしやすい。

⇒実需者の中でも、業種や各実需者の販売戦略によって、求めている品目や産地は異なる。

北陸高収益サロンの概要 <総括>

こんな野菜が、この時期に、このくらい欲しい

生産者

美味しい良品質な農産物を生産
販売

- ・いつ
- ・だれに
- ・何を
- ・どのくらい
- ・どうやって

人と人とのつながり



需要に応じた生産

実需者

供給先から
求められているものを、
求められている形で売る

「供給先」は、
実需者の業種、経営方針、
経営規模等によって異なる。

例えば・・・

- ・スーパーに買いに来る消費者
- ・地元の野菜を使いたい食品製造者
- ・北陸のものが欲しい全国の消費者

コミュニケーションがあるからこそ、信頼関係が積みあがっていく
結果的に、経営の安定へ

北陸高収益サロンの概要 <アンケートまとめ>

※アンケート回答率：約48%

参加者の属性

最も多かったのは、行政関係者。
続いて、生産者、小売業者や市場業者等の流通関係者、生産者団体。
管内外を問わず、全国から参加があった。

開催を知ったきっかけ

「農政局（県拠点）からの案内」「県・関係団体からの案内」が8割以上。

本サロンは参考になったか

約9割の回答者が「参考になった※」と回答。
（※大変参考になった、ある程度参考になった を含む）

北陸高収益サロンの概要 <アンケート意見抜粋>

具体的に参考になったこと

- 高収益作物の生産体制が多様であることを認識できた。
- 生産者、実需者の生の声を通して、
いろんな繋がりの中で取り組まれていることがわかった。
- 生産者の取組にそれぞれ創意工夫があり、真似させていただく。
- 時期をずらした出荷のほうが有利であるという点が参考になった。
- 形態の違った実需者の考えを聞くことができた。
- 作ったものを必要としている人や会社を探すことも、作ることと同じくらい重要だと感じた。

今後のイベントに期待すること

- **排水対策**の有無や取組時期
- **栽培技術**や収穫、袋詰め等における工夫
- **省力化**について

北陸は米どころ。
排水不良の農地が多い北陸で、
どうやって園芸作物を栽培すればいい？

次回開催予定イベント 令和6年2月

「北陸高収益サロン

～園芸作物の機械化一貫体系に向けた講習会～」 (仮称)

(内容)

農業機械メーカーが

排水対策の機械及び園芸作物の機械化一貫体系の提案・紹介について
プレゼンテーションします。