

農産物契約取引の実態

② 生産者

生産者へのアンケートでは、「契約販売」の定義を以下のように示した。

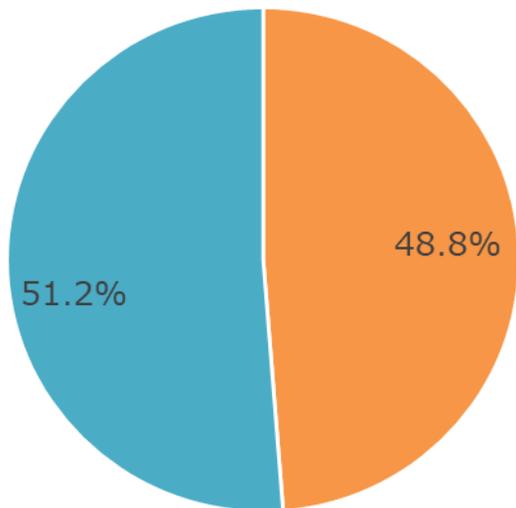
契約販売とは、生産者あるいは出荷者（出荷組合等）として、収穫より前に食品製造業者と直接商談して販売することを指します。正式な契約書を交わしていない場合や、物流等で中間業者が入る場合も契約販売に含めます。

契約販売を行う事業者の割合

- 契約販売を行っている生産者は、回答者の約5割であった。
 - この値は、食品製造業者の約7割と比べて低い。
 - 契約販売に前向きな一部の生産者が、多くの食品製造業者と契約している可能性がある。

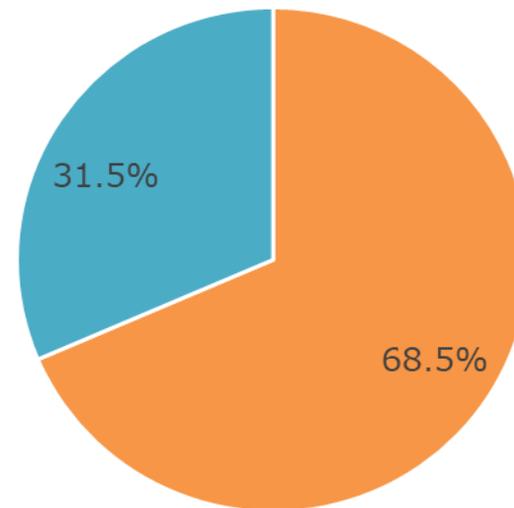
契約販売を行っているか（生産者）

■ 契約販売を行っている ■ 契約販売を行っていない



契約調達を行っているか（製造業者）※再掲

■ 契約調達を行っている ■ 契約調達を行っていない



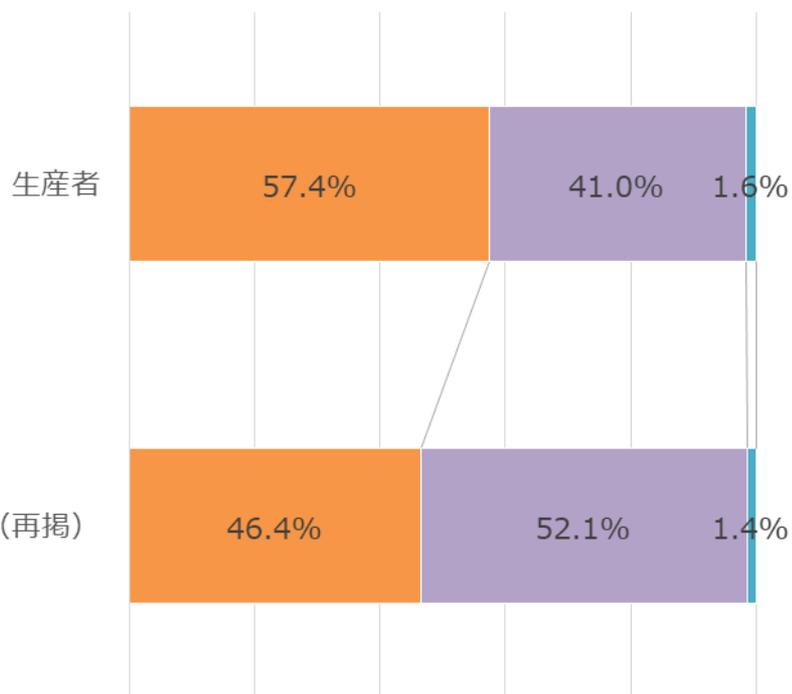
今後の契約販売の意向

- 食品製造業者以上に生産者が、今後の契約取引に積極的な姿勢である。
 - 契約販売を行っている生産者のうち、6割弱が今後契約販売を「拡大したい」と回答。この割合は、製造業の場合より高い。
 - 契約販売を行っている生産者の約3分の1が、契約販売を「今後行いたい」と回答。この割合は、製造業の場合より高い。

今後の意向（契約取引を行っている事業者）

■ 拡大したい ■ 現状維持 ■ 縮小したい

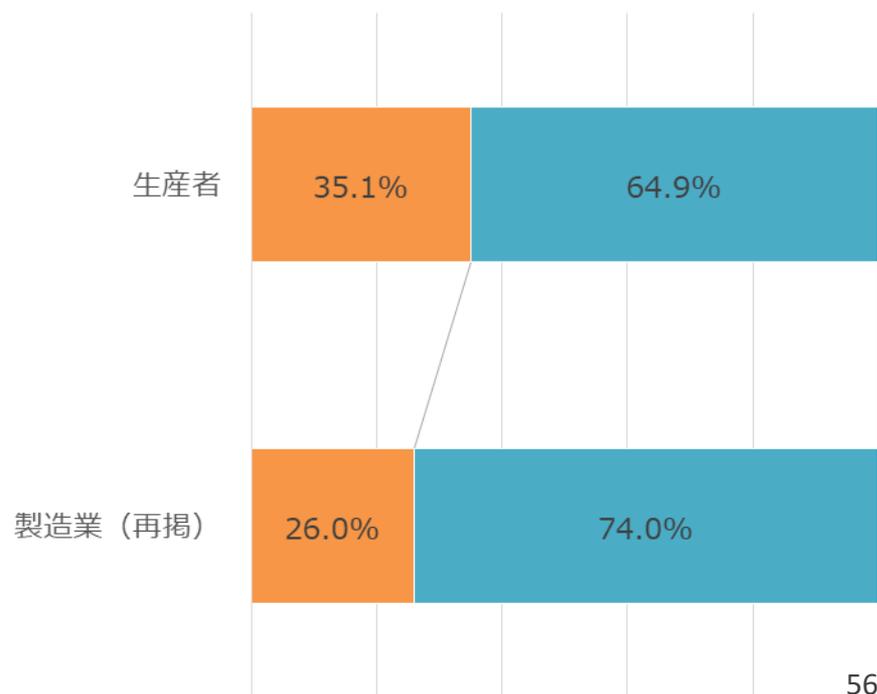
0% 20% 40% 60% 80% 100%



今後の意向（契約取引を行っていない事業者）

■ 今後行いたい ■ 今後も行わない

0% 20% 40% 60% 80% 100%

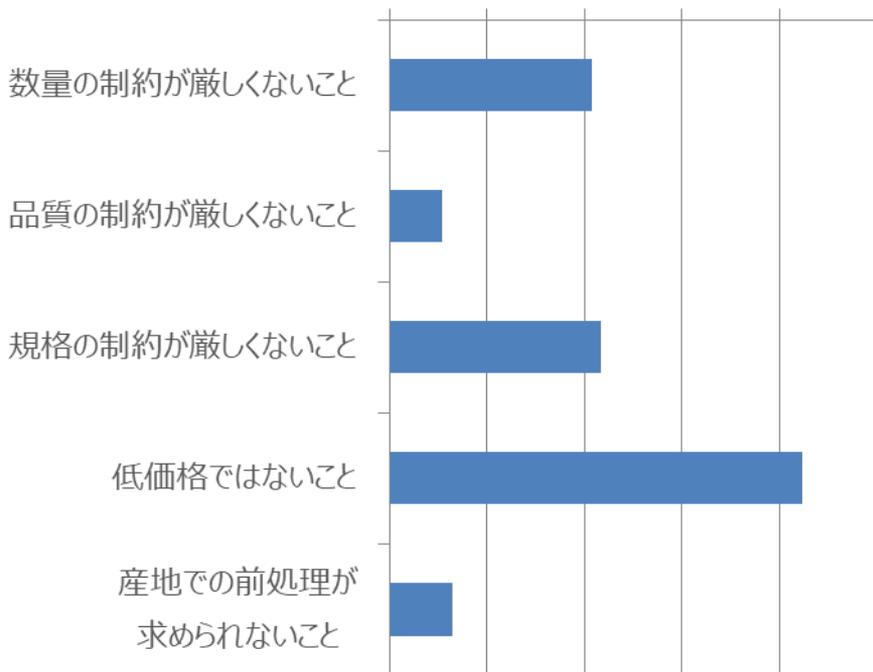


今後契約取引を行う条件

- 生産者は、今後の契約条件として、「低価格ではないこと」を重視。
- 品質に関しては、製造業者が安定を重視している一方で、生産者も「品質の制約が厳しくないこと」は重視しておらず、調整しやすいと思われる。

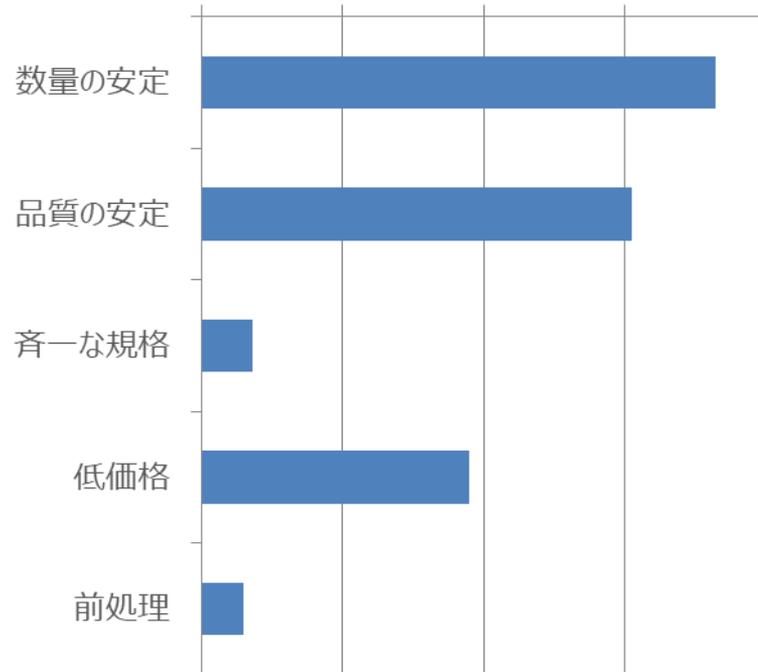
今後契約取引を行う条件
(生産者、複数回答 (2つまで))

0% 10% 20% 30% 40% 50%



今後契約取引を行う条件
(製造業者、複数回答 (2つまで))

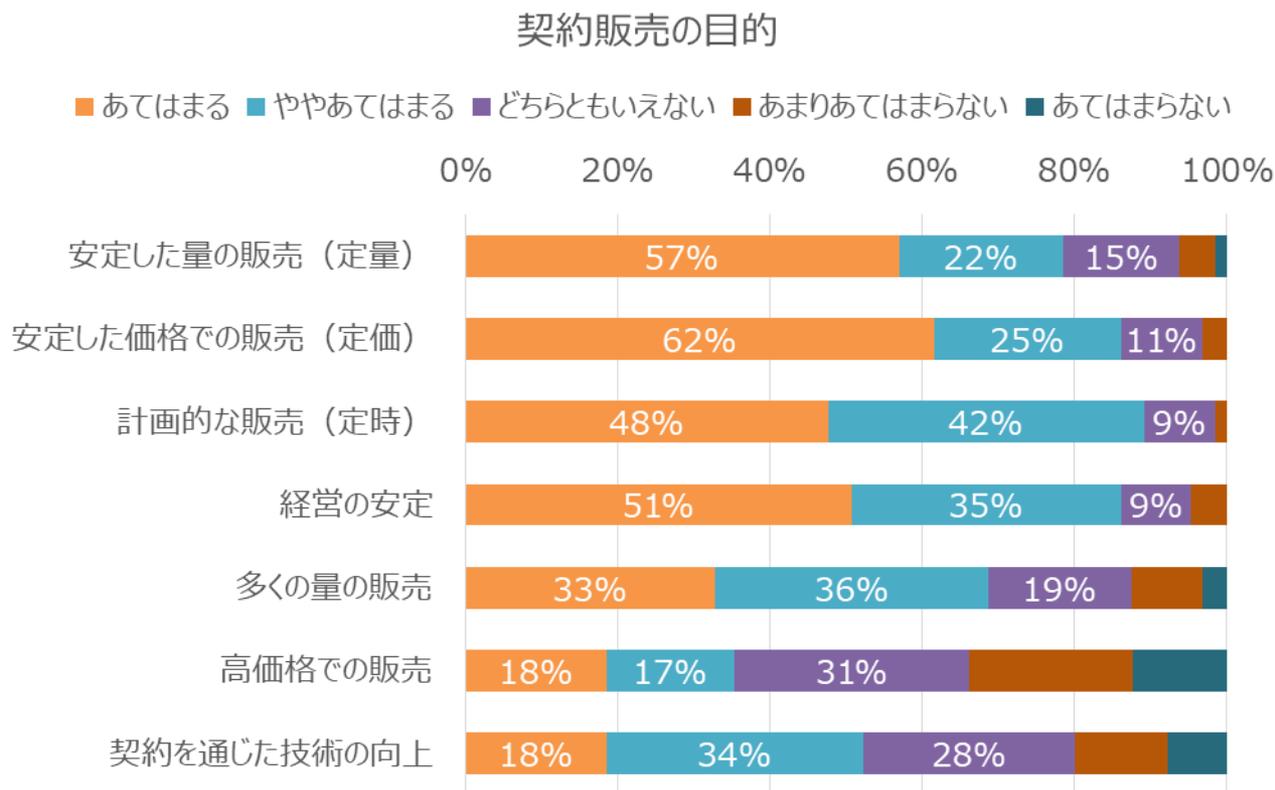
0% 20% 40% 60% 80%



※ P.46と同様の集計を、全回答者で行った値。

契約販売の目的

- 契約販売の目的として、多くの生産者は定量や定価といった安定を重視。
- 「多くの量の販売」や、「高価格での販売」を目的に契約販売をする生産者は多くない。



契約内容

- 契約内容として「自社単独での契約販売」や「重量契約」「播種より前に契約している」「契約内容は守られている」「市況に関わらず単価を固定している」といった回答が多かった。

契約内容はAとBのどちらが多いか

A

1.0

2.0

3.0

4.0

5.0

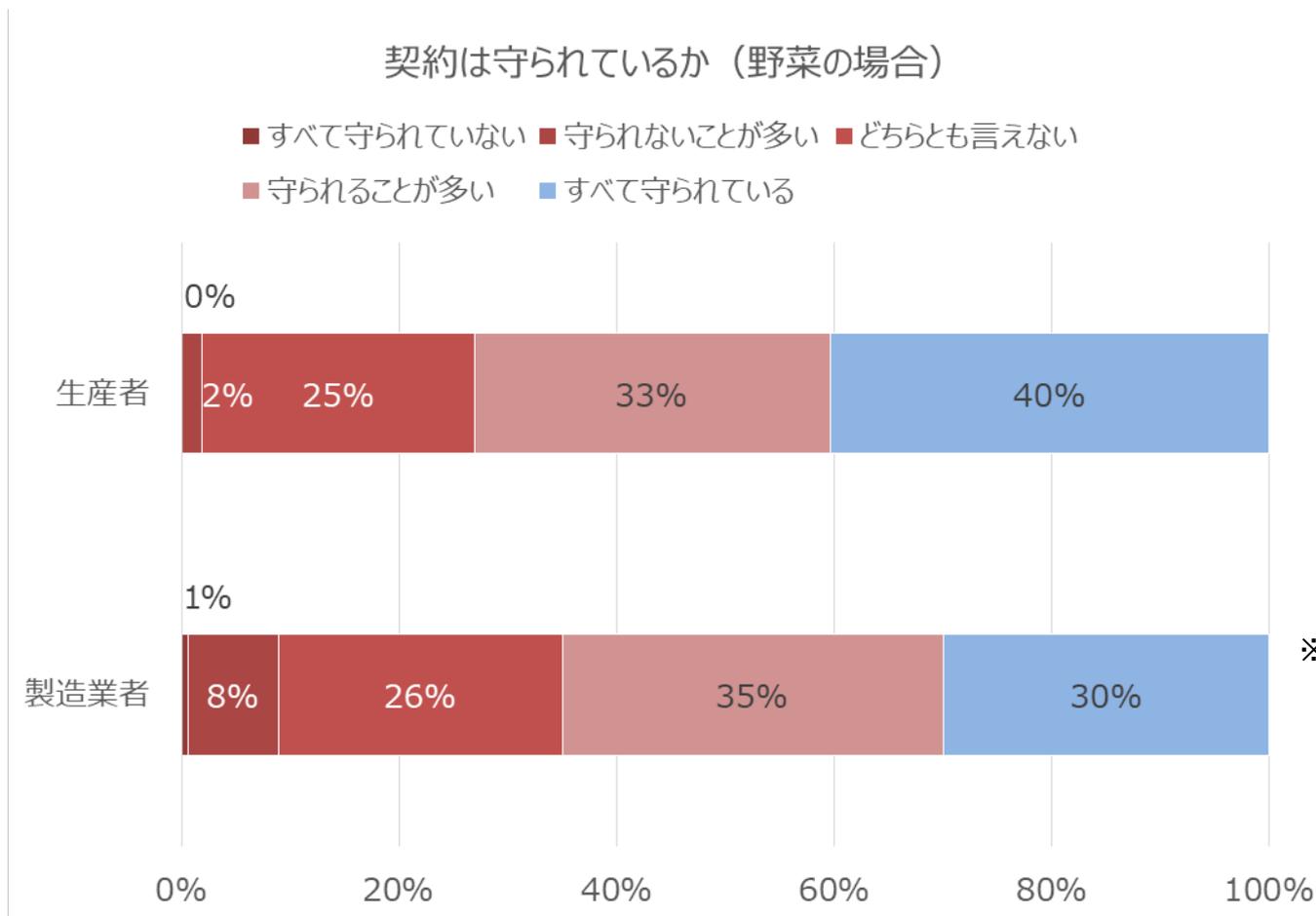
B

団体（出荷組合等）としての契約販売				4.2	自社単独での契約販売
取引先から技術支援を受けていない		2.2			取引先から技術支援を受けている
重量契約（契約した重量を買い取る）		2.3			面積契約（契約した圃場の生産物を買取る）
播種より後に契約している				3.6	播種より前に契約している
取引先が先導しての契約					自社が先導しての契約
正式な書面を交わさない契約				0.1	正式な書面を交わしての契約
契約内容は守られていない				4.1	契約内容は守られている
市況に合わせて単価を変動させている				4.1	市況に関わらず単価を固定している
圃場がある都道府県外に販売している				2.7	圃場がある都道府県内に販売している
物流費は自社が負担する				0.1	物流費は取引先が負担する
品種も栽培方法も指定されていない				0.1	品種あるいは栽培方法の指定を受けている

自社の契約について取組内容ごとに「1. すべてA」「2. Aが多い」「3. 同程度」「4. Bが多い」「5. すべてB」の5段階で尋ねた平均値

契約は守られているか

- 野菜の場合、契約が「すべて守られている」という事業者は、製造業者で約3割、生産者で約4割。
 - 契約が守られなかった経験を持つ割合は、製造業者よりは少ないが約6割にのぼる。

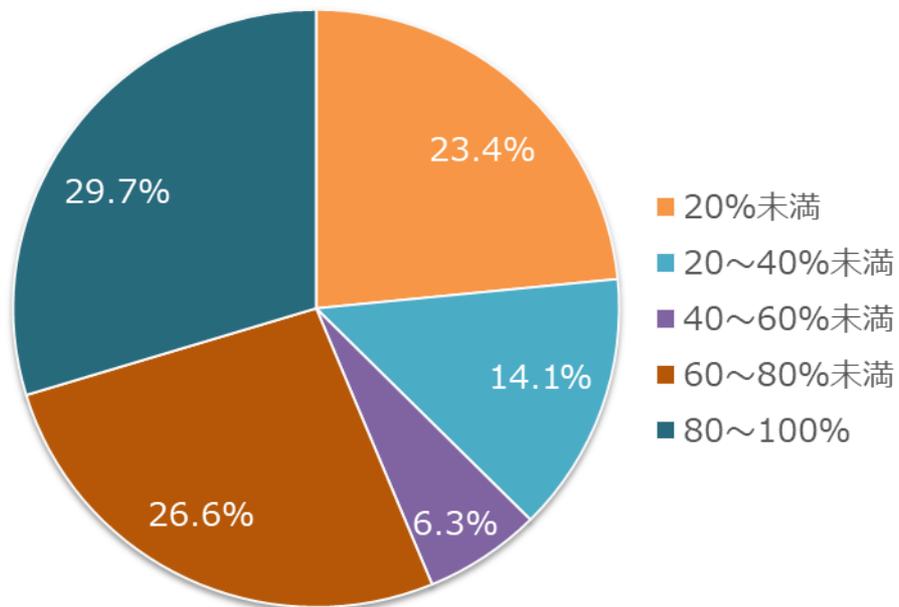


※契約内容に関する設問は、大豆の回答割合が食品製造業者と大きく異なるため、野菜に限って集計した。

契約内容

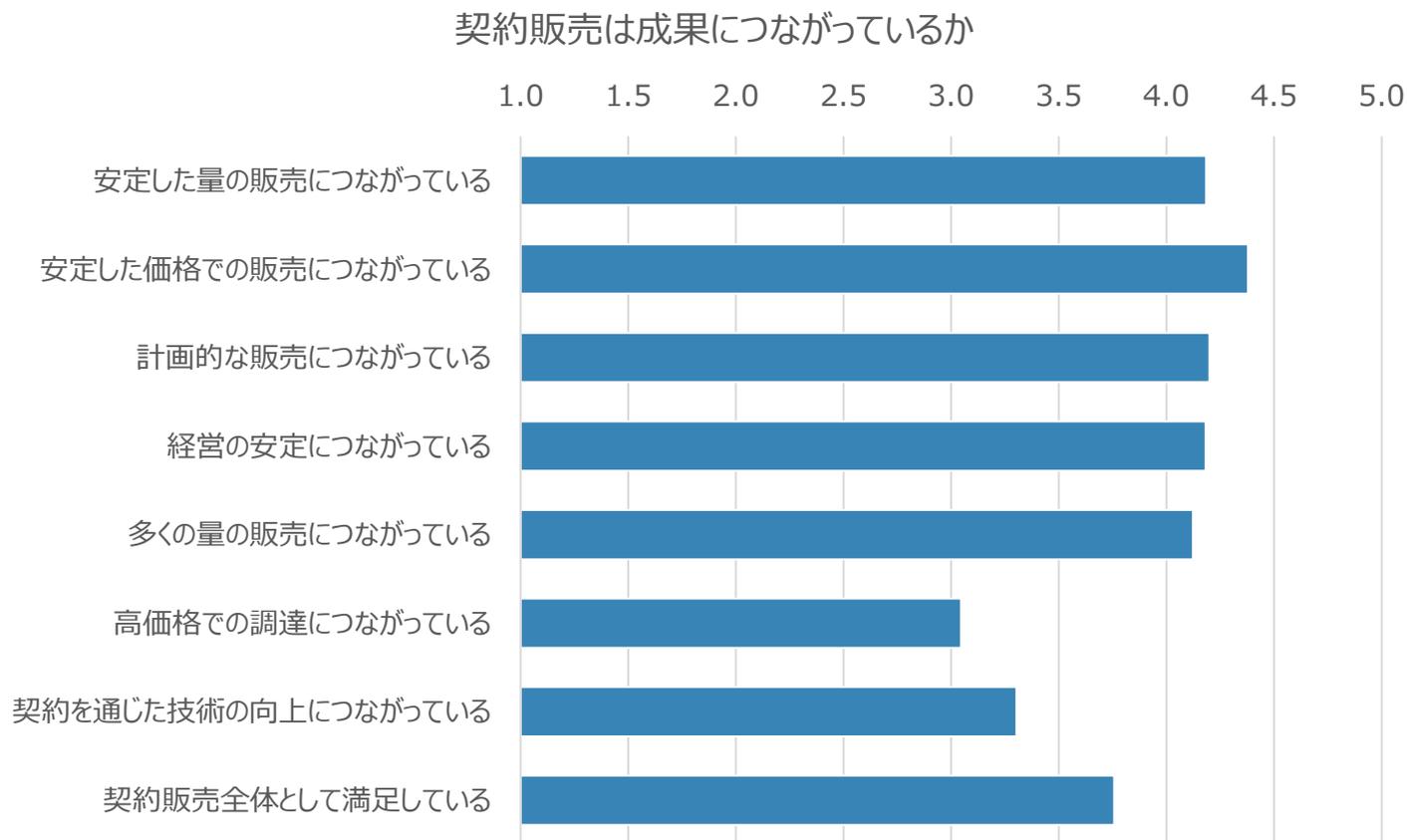
- 契約版倍の割合は、回答した生産者ごとにばらつきが大きい。
 - 80%以上を契約している生産者も、20%未満の生産者も多くいる。

契約販売の割合（重量ベース）



契約販売の成果

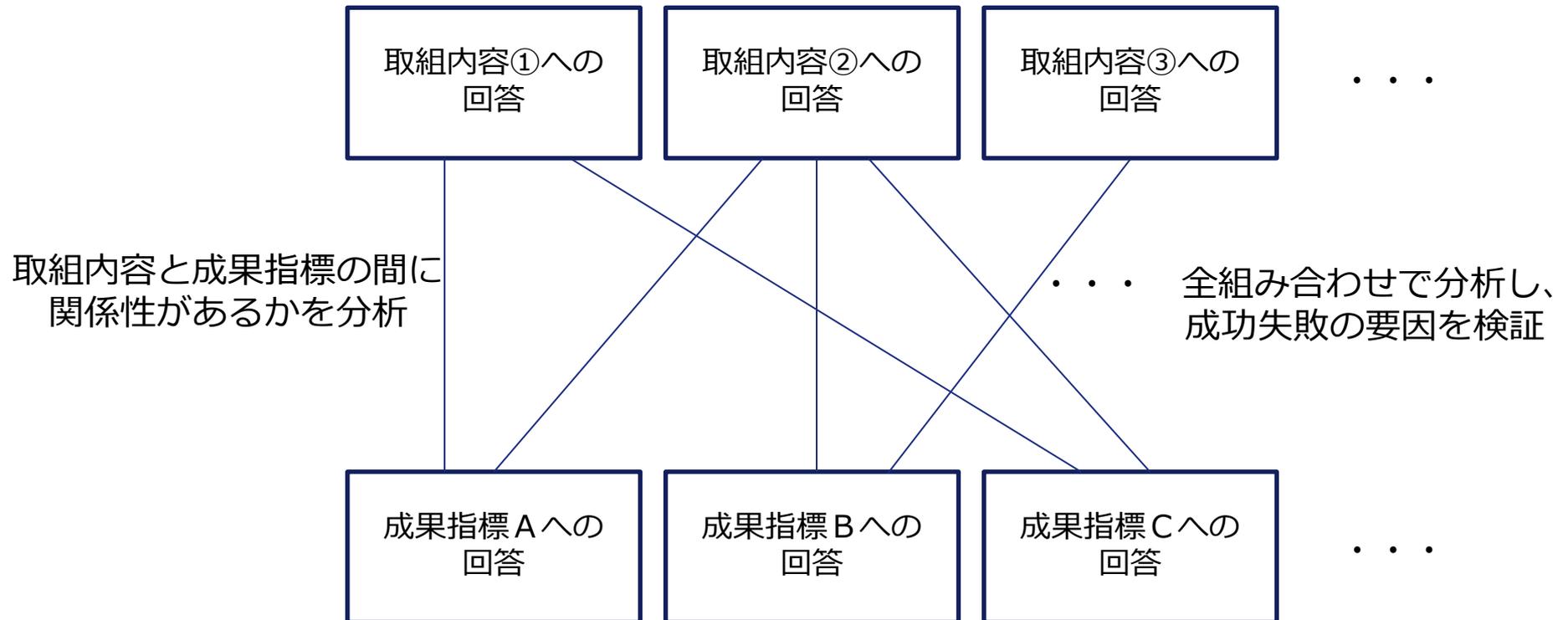
- 契約販売の成果として、販売量や価格の安定につながっているという生産者が多かった。また、多くの量の販売につながっているという生産者も多かった。
- 高価格の調達につながっているという生産者は、比較的少ない。



契約取引の成功要因の分析

分析の趣旨

- 取組内容に関する設問と、契約取引の成果に関する設問の間で、その関係性を分析する。
 - 例えば、契約が守られている場合は、安定調達の成果が高いといった関係性を探す。
 - 成果指標ごとに、関係する取組は何かを分析する。



分析方法

- 分析においては、取組内容と成果指標の関係性を見る。
 - 下図のように、関係性のある組み合わせを明らかにする。

関係性なし

		情報交換の頻度	
		多い	少ない
契約に満足か	ある	100人	100人
	ない	100人	100人

情報交換の頻度が高くても
契約の満足度には
関係がないと考える

関係性あり

		情報交換の頻度	
		多い	少ない
契約に満足か	ある	150人	50人
	ない	50人	150人

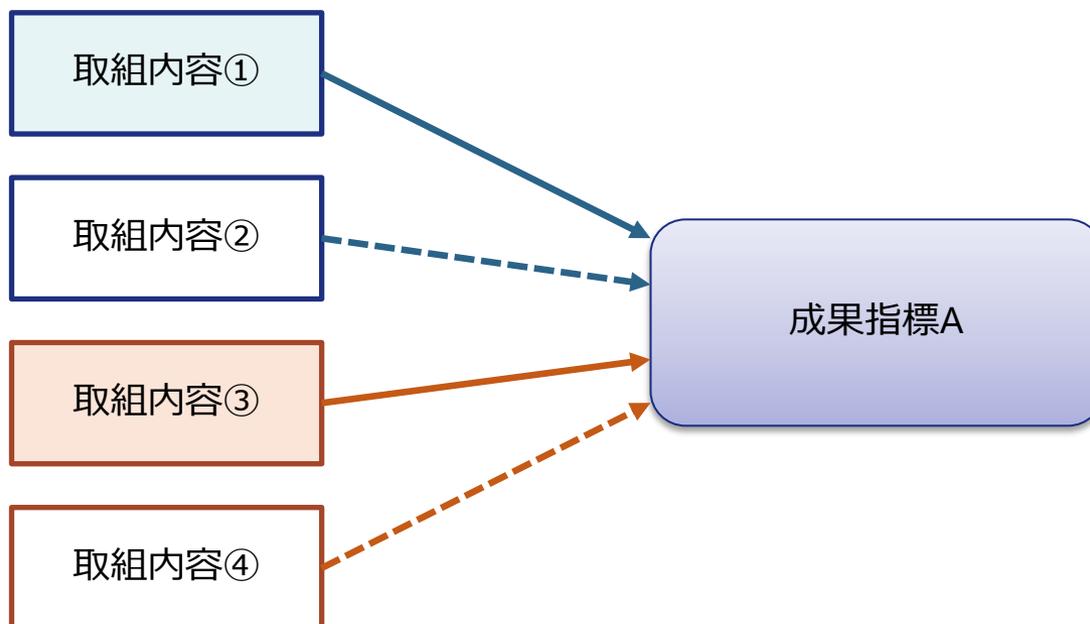
情報交換の頻度が高いほど
契約の満足度が高い
と考える

【参考】分析手法

- ① 成果指標を目的変数、取組内容を説明変数とする線形モデルを作成。
- ② 情報量基準による変数選択により、取組内容を選別。
- ③ 選ばれた取組内容で再度線形モデルを作成し、統計的に有意ではない取組内容を削除。
- ④ 残された取組内容を、成果指標に関わる取組として整理。

この先の図の見方

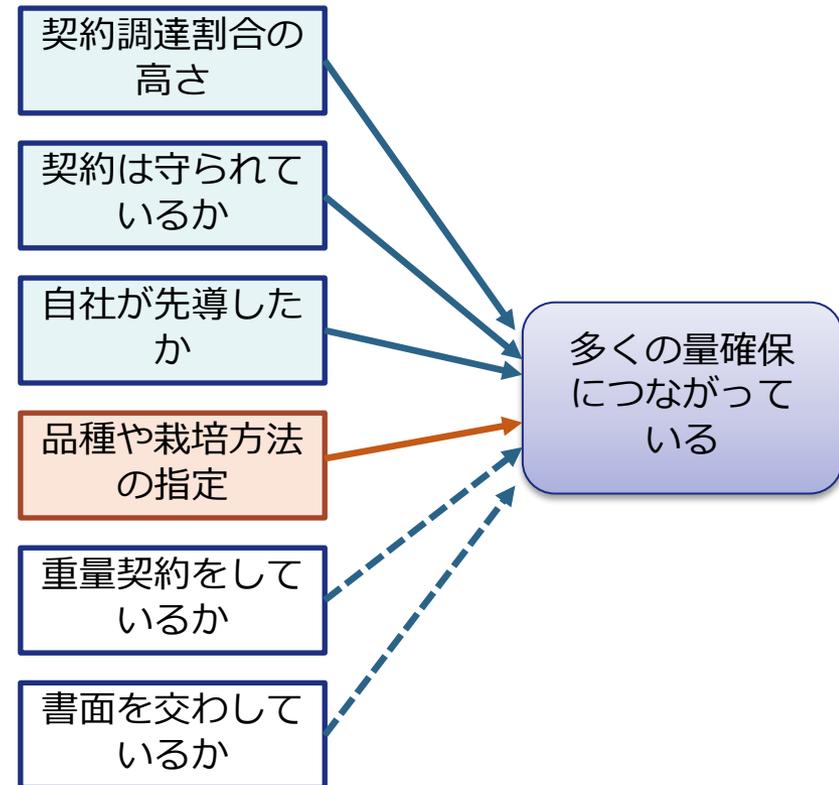
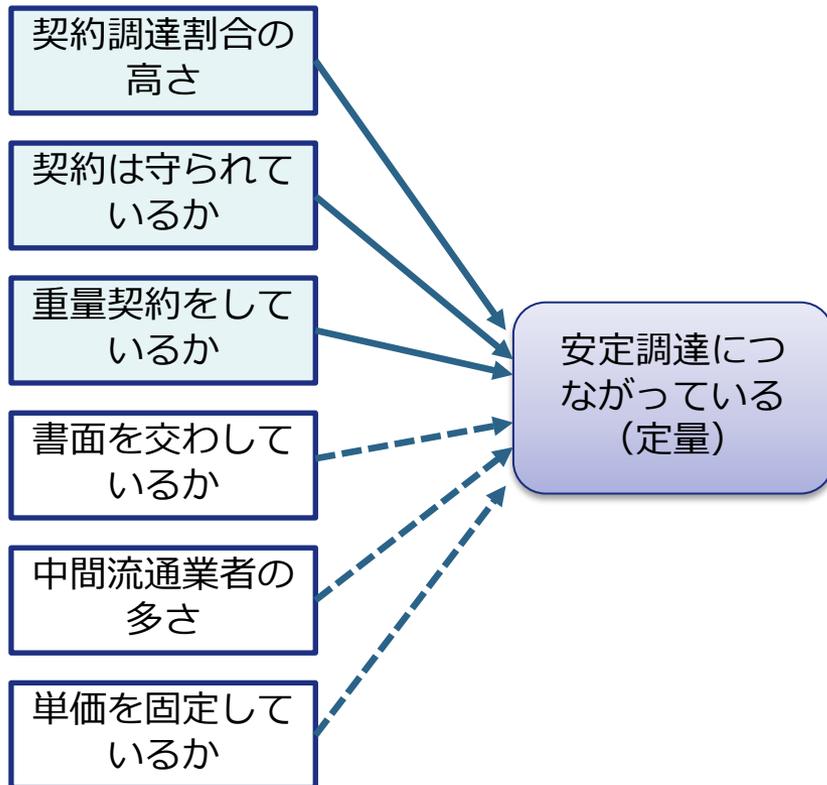
- 以下のような図で、成果指標と関係のある取組内容を示す。
 -  は、取組内容が成果指標に正に関係している（やった方が良い）。
 -  は、取組内容が成果指標に正に影響しているが、統計的には、実際には影響がない可能性が残る。
 -  は、取組内容が成果指標に負に関係している（やらない方が良い）。
 -  は、取組内容が成果指標に負に影響しているが、統計的には、実際には影響がない可能性が残る。



食品製造業者の成果に関わる要因

定量・大量

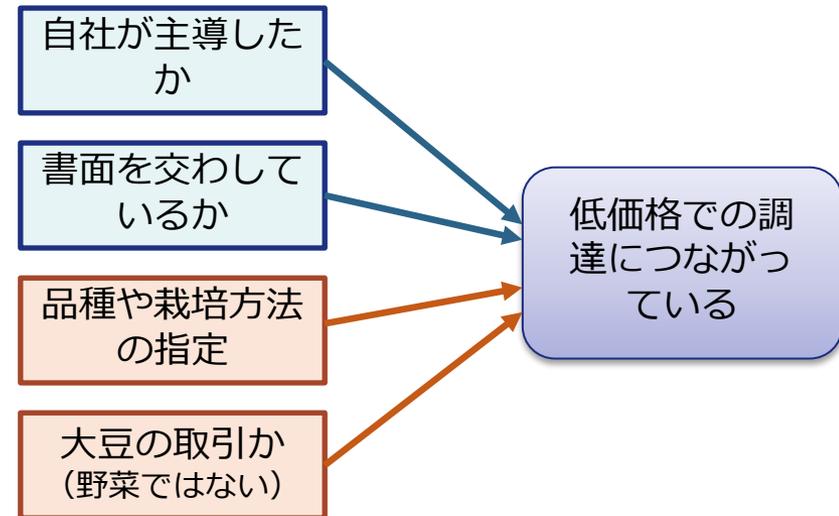
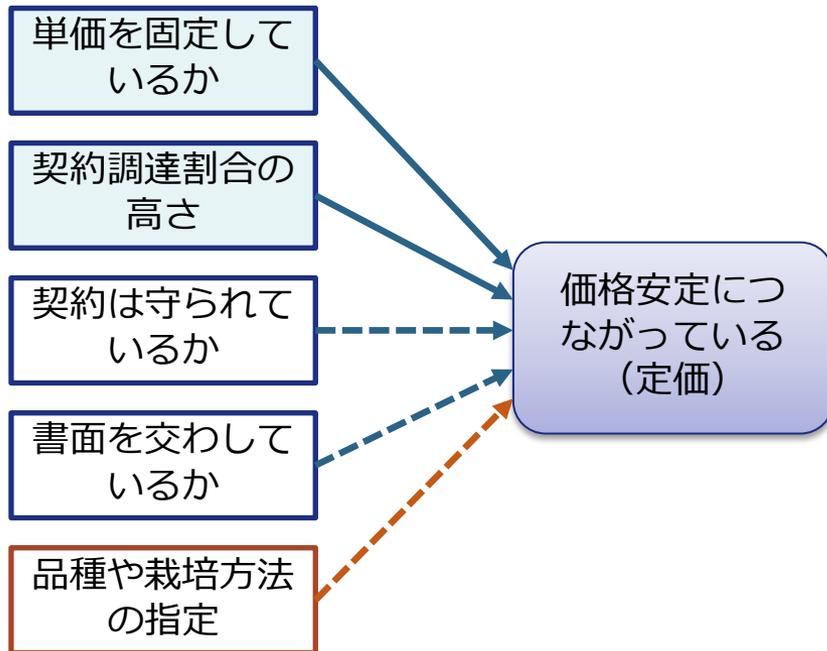
- 安定調達には、「契約調達割合の高さや」「契約は守られているか」「重量契約」等が関わる。また、中間流通業者が多いほど安定調達ができている。
- 大量確保には、「契約調達割合の高さや」「契約は守られているか」「自社が先導したか」等が関わる。また、「品種や栽培方法の指定」をしている事業者は、多くの量の確保ができている。



食品製造業者の成果に関わる要因

定価・低価格

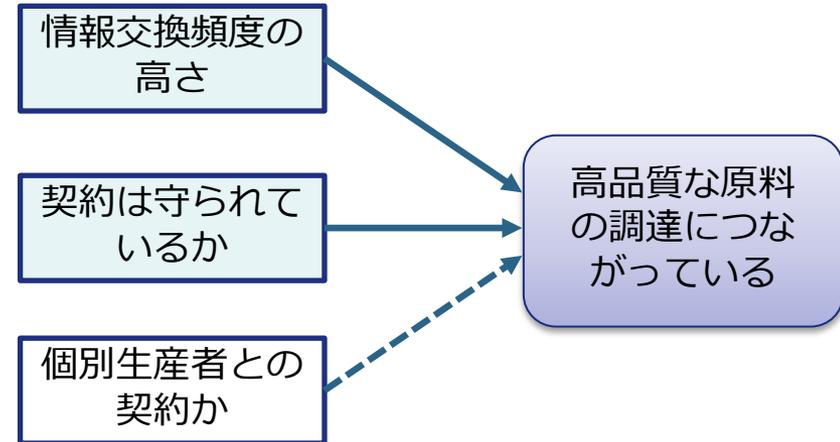
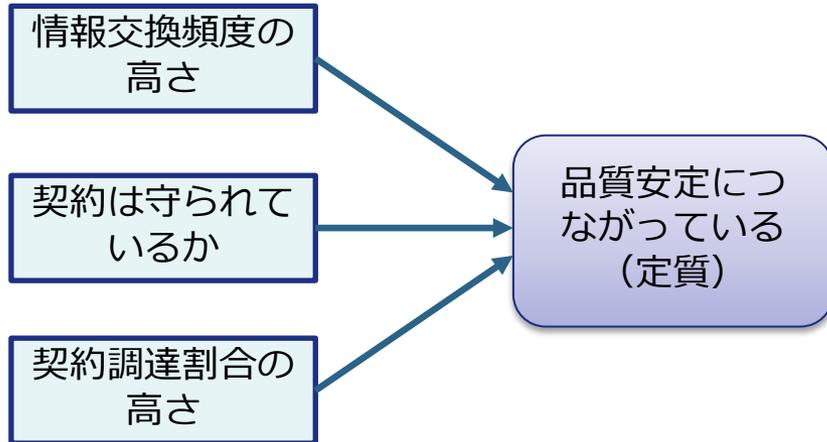
- 価格安定には、「単価を固定しているか」「契約調達割合の高さや」等が関わる。また、契約が守られていることや書面を交わしていることも関わっている。
- 低価格には、「自社が主導したか」「書面を交わしているか」が関わる。また、野菜の取引は大豆の場合と比べて、低価格につながっている。



食品製造業者の成果に関わる要因

定質・高品質

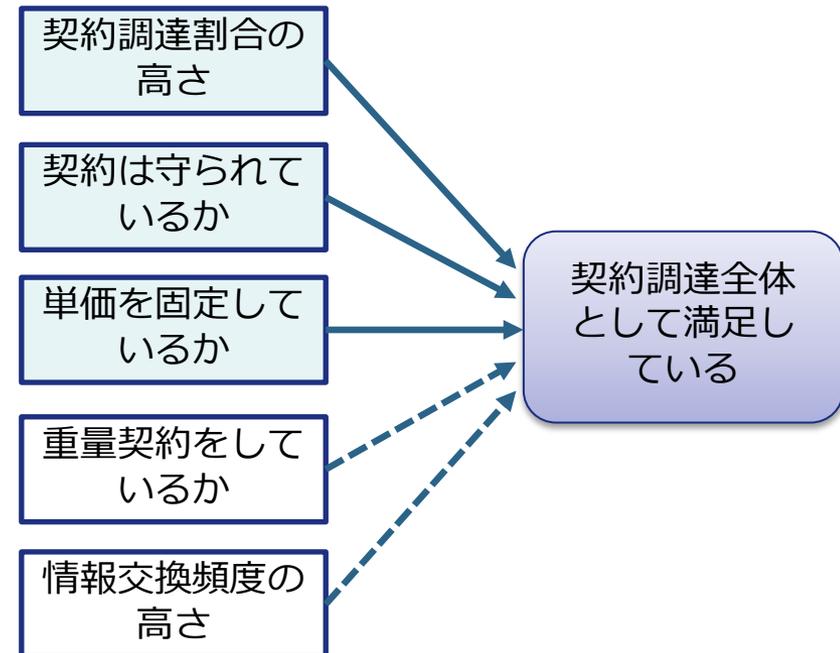
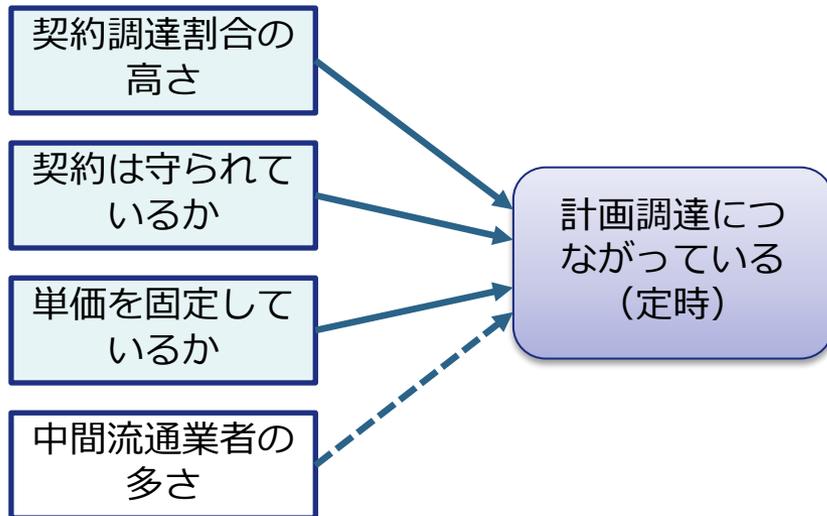
- 品質安定には、「情報交換頻度の高さ」「契約は守られているか」「契約調達割合の高さや」の3点が関わる。
- 高品質にも、「情報交換頻度の高さ」「契約は守られているか」が関わっている他、個別生産者との契約が高品質につながっている。



食品製造業者の成果に関わる要因

定時、総合満足

- 計画調達には、「契約調達割合の高さ」「契約は守られているか」等が関わる。また、中間流通業者が多いほど計画調達につながっている。
- 総合満足には、「契約調達割合の高さ」「契約は守られているか」「単価を固定しているか」が関わる。また、全体的に重量契約で満足度が高く、情報交換頻度の高さも重要といえる。



食品製造業者の成果に関わる要因 まとめ

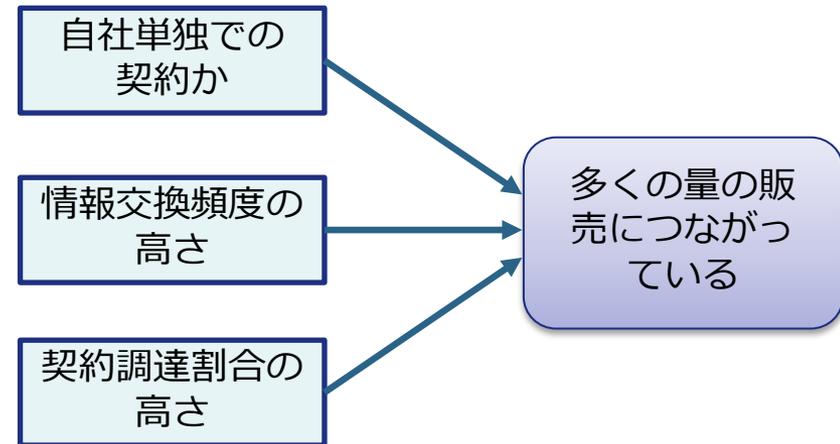
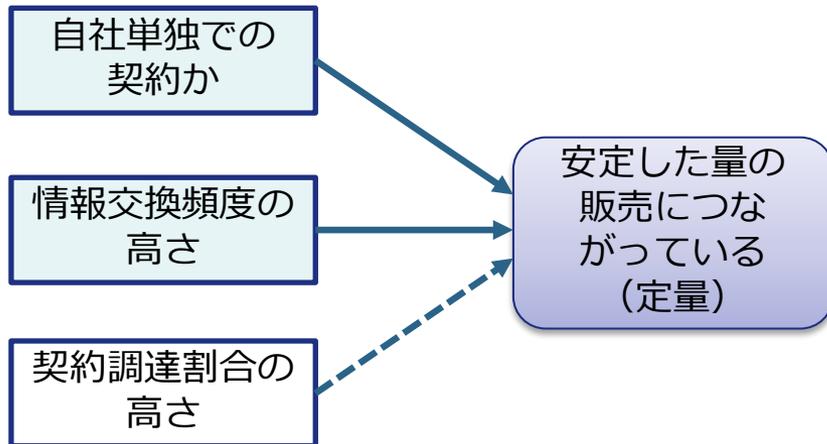
- 全体的に「契約調達割合の高さ」「契約は守られているか」が成果に関わる。
- 品質面の成果には、「情報交換頻度の高さ」が重要。
- 自社主導は、安定とは関係がないが、大量調達や低価格には関わる。

		契約調達の成果							
		安定調達 (定量)	価格安定 (定価)	品質安定 (定質)	計画調達 (定時)	大量調達	低価格 調達	高品質	全体的な 満足度
取 組 内 容	契約調達割合の高さ	+	+	+	+	+			+
	契約は守られているか	+	+	+	+	+		+	+
	単価を固定しているか	+	+		+				+
	書面を交わしているか	+	+			+	+		
	情報交換頻度の高さ			+				+	+
	重量契約をしているか (面積契約ではない)	+				+			+
	品種や栽培方法の指定		-			-	-		
	自社が主導したか					+	+		
	中間流通業者の多さ	+			+				
	契約品目は大豆か (野菜ではない)						-		
	個別生産者との契約か							+	

生産者の成果に関わる要因

定量・大量

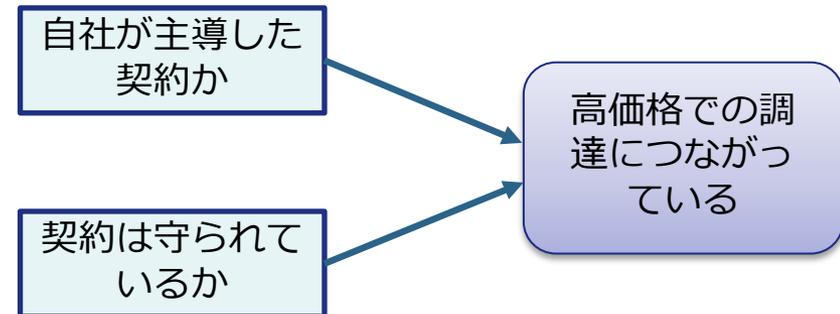
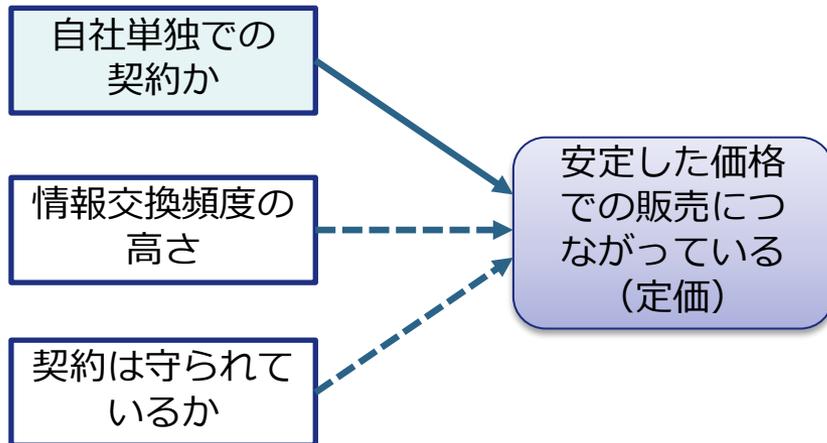
- 安定量の販売には、「自社単独での契約」であることや、「情報交換頻度の高さ」が関わる。また「契約調達割合の高さ」も関わる。
- 多くの量の販売に関わる要因は、安定した量の販売に関わる要因と、概ね同様である。



生産者の成果に関わる要因

定価・高価格

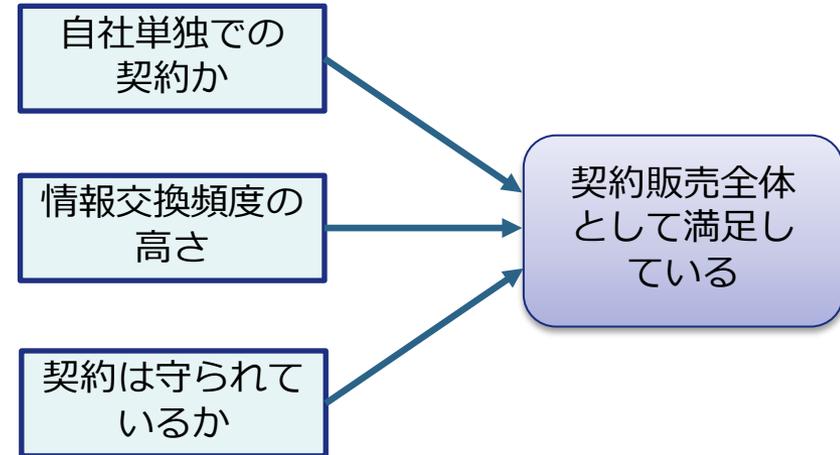
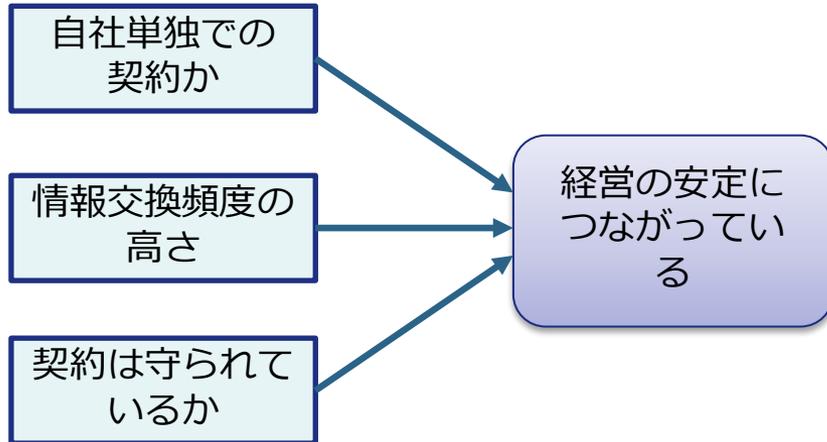
- 安定価格での販売には、「自社単独での契約」であることが関わる。また、「情報交換頻度の高さ」や「契約は守られているか」も関わる。
- 高価格での販売には、「自社が主導した契約」であり、「契約は守られている」ことが求められる。



生産者の成果に関わる要因

経営安定、総合満足

- 経営安定に関わる要因は、総合満足に関わる要因と同様である。
 - ※経営安定に関する回答と、総合満足に関する回答は、相関係数0.77と類似している。
- 関わっている要因は、「自社単独での契約」「情報交換頻度の高さ」「契約は守られているか」である。



生産者の成果に関わる要因 まとめ

- 生産者の成果には、全体的に「自社単独での契約」「情報交換頻度の高さ」「契約は守られているか」が関わる。
 - 全体的に、団体の契約に関わるより、自社自ら契約する方が成果になっている。
 - 食品製造業者の場合、情報交換頻度は品質面にのみ関わったが、生産者の成果には全般的に関わる。
 - 契約遵守は、食品製造業者・生産者ともに重要。
- 高価格販売に関してのみ、「自社が主導した契約か」が関わる。
 - 食品製造業者の場合にも、自社主導は「大量」と「低価格」に関わる要因。

		契約調達の成果					
		安定した量の販売 (定量)	安定価格での販売 (定価)	経営の安定	大量販売	高価格販売	全体的な満足度
取組内容	自社単独での契約か (団体での契約ではない)	++	++	++	++		++
	情報交換頻度の高さ	++	+	++	++		++
	契約は守られているか		+	++		++	++
	自社が主導した契約か					++	
	契約調達割合の高さ	+			++		

まとめ

契約取引の実態

- 食品製造業者のうち契約調達を行う事業者の割合は、平成12年と比べて大きく増加した。
 - 契約調達を行っていない事業者のうち、今後行いたい事業者の割合も増加。
- 生産者は食品製造業者と比べて、契約取引を行う事業者の割合が低い。
 - 一方で、契約調達を行っていない事業者のうち、今後行いたい事業者の割合は高い。
- 食品製造業者は、契約取引を行う条件として平成12年に「低価格」を挙げていたが、現在は「数量の安定」「品質の安定」を重視。
 - 現行の契約調達の目的を尋ねても4定が重視された。
- 契約を守られなかった経験を持つ食品製造業者は、野菜で7割、大豆で6割。
 - 野菜生産者の場合も、6割が契約を守られなかった経験をもつ。
- 契約調達であっても、中間流通事業者を1～2社挟んでいることが多い。
- 不作時に代替品を探す責任者は野菜では自社、大豆では中間流通業者が多い。
- 食品製造業者が契約調達の成果を感じている内容は4定が中心であった。

契約取引の成功要因

- 食品製造業者・生産者ともに、「契約は守られている」ことが、多くの成果指標と関係を持つ。
 - お互いに契約を遵守する姿勢や、確実に守れる契約内容とすることが重要。
 - 食品製造業者のいくつかの成果指標とは、「書面を交わしている」ことも関わる。
- 「情報交換頻度の高さ」は、食品製造業者の場合は品質面の成果と関わり、生産者の場合は多くの成果指標と関わる。
 - お互いのメリットのために、情報交換頻度を高めることが望ましい。
- 食品製造業者による主導は低価格に、生産者による主導は高価格に関わる。
 - 単価でメリットを発揮したいのであれば、主導権が重要。
 - 一方、4定に主導権は関わらないため、4定目的であれば主導権へのこだわりは不要。
- 中間流通業者を挟むことは、食品製造業者にとって定時・定量に関わる。
 - 生産者から見ても、中間流通業者を挟むことのデメリットは見られなかった。
 - 生産者との直接契約だけでなく、中間流通業者を挟んだ契約も検討が必要。

5. 報告会について

報告会について

本事業の報告会は以下の通り、農産物流通研究セミナーとして3月上旬に実施した。

【農産物流通研究セミナー実施内容】

日時：2019年3月5日（火）

時間：13時30分～17時30分

場所：全国町村会館

参加者数：57名（生産者8名、製造業者33名、その他28名）

【次第】

13時30分～ 講座の趣旨と目的 流通経済研究所 折笠俊輔

13時45分～ 調査報告①
農産物直接取引の事例研究 流通経済研究所 吉間めぐみ

15時～ 調査報告②
農産物直接取引の成功パターンの研究 流通経済研究所 石橋敬介

16時10分～ パネルディスカッション
司会：流通経済研究所 吉間めぐみ
パネリスト：ヒガシマル醤油 中田氏、J A兵庫西 小寺氏、
高田商店 藤枝氏
月山農場 斎藤氏、高橋農場 高橋氏
川口納豆 門傳氏、J Aむかわ 高橋氏

17時～ 名刺交換会

報告会について

本報告会で参加者募集のために作成したチラシ。(左：表、右：裏)

流通経済研究所 流通研究セミナー
参加無料

農産物流通研究セミナー

～生産者と食品製造業者間における 契約取引の実態と成功パターン～

本セミナーは農林水産省「平成30年度 食品製造業における原料調達動向分析調査等委託事業」の一環として開催されます

受講対象者

- 加工食品メーカー等で、農産物の調達に関わる方
- 農産物の生産者や生産者組合等、農産物の販売に関わる方
- 官公庁や団体等、農産物の販売支援に関わる方

※上記の業種・職種以外の方でもご参加いただけます。

セミナーの概要

■ **開催の背景**
近年、農産物の流通経路が変化し、生産者と食品製造業者間における契約取引が広がっています。これは流通の効率化や品質の向上を通じて、生産者と食品製造業者の双方の利益につながることを期待される取組みです。一方、すべての直接取引が成功しているわけではありません。このような背景のもと、**契約取引を成功につなげるための調査・研究**が求められています。

■ **セミナーの内容**
本セミナーでは、流通経済研究所の研究者が行った調査を元に、**契約取引等の実態と優良事例、成功・失敗パターンについて報告**します。これは生産者と食品製造業者の双方にとって、流通経路の開拓に活用できるものです。また、実際に契約取引を行っている生産者と食品製造業者を招き、パネルディスカッションを行います。**実務家によるディスカッションにより、さらに深く契約取引について理解・検討する機会を提供いたします。**

開催概要

開催日：	2019年3月5日（火） 13：30～17：30
会場：	全国町村会館 東京都千代田区永田町1-11-35
受講料：	無料（農林水産省の調査事業の一環として実施しています）

流通経済研究所

スケジュール 詳細は右記URLをご参照ください http://www.dei.or.jp/seminar/seminar_190305.html

時間	報告内容
はじめに 13:30～13:45	講座の趣旨と目的 ・農産物流通における取引方法の変化について概説します 流通経済研究所 農業・地域振興研究開発室長 折笠俊輔
調査報告① 13:45～14:45	農産物直接取引の事例研究 ・現地調査を元に直接取引の類型化、優良事例取り組みについて報告します ・優良事例における共通項や今後の発展性、汎用性などについて報告します 流通経済研究所 農業・地域振興研究開発室 研究員 吉間めぐみ
調査報告② 15:00～16:00	農産物直接取引の成功パターンの研究 ・アンケート調査を元に、農産物直接取引の現状を整理します ・農産物直接取引の成功パターンと失敗パターンについて定量的に調査し報告します 流通経済研究所 農業・地域振興研究開発室 研究員 石橋敬介
パネルディスカッション 16:10～17:00	農産物流通の潮流と課題 ・直接取引に至った背景、直接契約を実施する上でのメリット・デメリット等について議論します ・食品製造業者と生産者で互いに感じている課題や継続性等について議論します 司会 流通経済研究所 農業・地域振興研究開発室 研究員 吉間めぐみ パネラー 優良事例の取り組みを実施している食品製造業者と生産者 2組程度（予定）
17:00～17:30	名刺交換 ・17:30まで会場は開いておりますので、参加者間での名刺交換の時間としてご利用ください ※都合により、プログラムに変更が生じる場合があります

■ **開催概要**

- 日時：2019年3月5日（火） 13：30～17：30
- 会場：全国町村会館 ホールA
所在地：東京都千代田区永田町1-11-35
- 参加費：無料
- 定員：90名

■ **参加申込方法**

- ①申込書に必要事項をご記入のうえFAXをお送りいただくか、弊所ホームページからお申込みください。
- ②受講票はメールにて送付しますので、必ずメールアドレスをご記入ください。
- ③メールアドレスをお持ちでない場合は、電話でお問い合わせください。
- ④開催間際のお申込みは、ご参加いただけない場合がございます。あらかじめお電話でご確認ください。

■ **ご注意**

- ・お申込後、欠席される場合はご連絡ください。
- ・講義の録音・撮影は、ご遠慮ください。
- ・資料はご参加者のみにお渡しします。
- ・資料のデータでのお渡しはいたしません。

■ **免責事項**

天災地変、交通事情等、弊所が管理できない事由により、研修内容の一部変更及び中止のために生じた損害等には責任を負いかねますことをご了承ください。

■ **お問い合わせ先**

（公財）流通経済研究所 農業・地域振興研究開発室
担当：大高坂、吉間、石橋 TEL：03-5213-4534
URL http://www.dei.or.jp/seminar/seminar_190305.html

FAX用お申込書 FAX 03-5276-5457 農業・地域振興研究開発室 行

貴社名	
所在地 〒	
ご参加者名1	部署・役職
TEL ()	E-mail(必須)
ご参加者名2	部署・役職
TEL ()	E-mail(必須)
備考欄	

ご記入いただいた個人を特定できる情報については、以下の通り利用させていただきます。

1) お申し込みいただいたセミナー・報告書等の事務処理に必要なご連絡 2) (公財)流通経済研究所からの各種情報の案内 ※なお、2)に関してご登録内容の変更や配信停止は、お電話(03-5213-4531)又は専用ページからお願いいたします。 <http://www.dei.or.jp/dm/index.html> (配信停止の手続きには多少お時間がかかる場合がございます。行き違いでメールが届きました場合は、ご容赦をお願いいたします)

81

報告会について

■ 当日のセミナーの様子は以下の通り。



報告会について

■ 当日のパネルディスカッションの様子は以下の通り。

