

青果物の産地マーケティング

弓削 勇吉 (九州農業試験場)

Yuukichi YUGE: Locally Organized Marketing of Vegetables and Fruit

1. 「良品」、「高品質」ということについて

青果物に限らず、「良品」、「高品質」とされる商品の属性は固定的、不変的なものではなく、時と場合によって変化するものと思う。商品が青果物であれば、最終消費者の判断による「良品」、「高品質」ものは、そのときどきの食文化の水準、生活の様式によって異なってくるものであろう。これとは別に青果物においては、流通業者、流通経路によっても品質評価のあり方は異なってくるが、このことについてはここでは問題としないことにする。

またこれまで主として人間の5感によって捉えることのできる性質によって青果物の品質評価が行われてきたが、今後の重要な品質問題としては、これらの他に青果物の生産過程そのもの、すなわち低農薬、無農薬栽培の青果物等のように、生産過程そのものが、「良品」、「高品質」ものとしての評価に加わってくるであろう。

2. 青果物流通における品質管理の位置づけ

青果物流通を考える場合、その立場によって対応すべき問題は異なってくる。まず青果物流通に対する行動の目的は、国、地域の立場では需要と供給の均衡、取引きの適正化及び流通の合理化を図ることが重要な問題となるのに対し、青果物を主として他府県に移出する県、市町村の立場では、それぞれの管轄内で生産される青果物の合理的販売が行われるようにしていくこと、またそれに関連して合理的な生産が行われるように行政的に手助けしていくことが行動目的となるであろう。

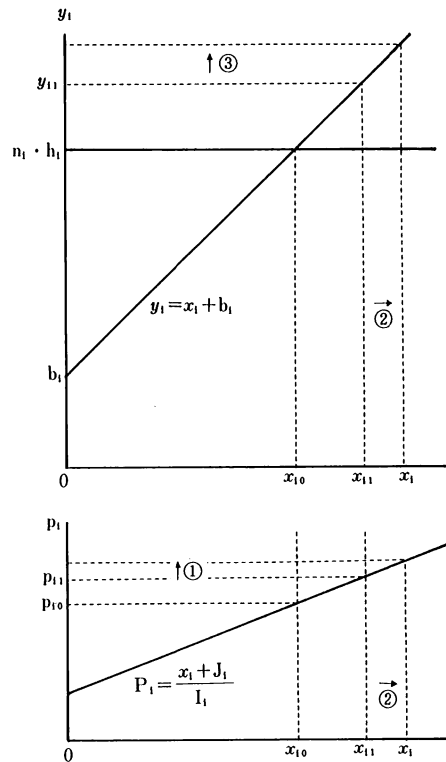
また産地及び生産者の立場としては、生産活動の目的が生産者の高収益の確保にあるので、低い流通経費で高価販売を行っていくことがその主な行動目的となる。

それ故に、それぞれの立場で青果物の品質管理を行う意義は異なる。またそれを行う場合の難易性も、それぞれの立場で異なってくるであろう。そういうなかで、品質管理が重要な意味をもつのは、産地、生産者及びその展開を助長しようとする生産県、市町村である。そしてそれらはずべて農産物の市場競争が関心事となる範囲であるということがいえるであろう。

3. 品質管理強化による市場競争力向上のメカニズム (産地レベルの青果物生産の場合)

我が国の農業経営においては、労働型家族経営(家族労働的経営)が主流をなすので、青果物の産地について考えるとき、それは労働型家族経営の集合が基盤になっていると考えてよい。そこではある青果物Aの産地競争力を決定するのは、青果物A生産が組込まれる作付方式が、その一巡する期間に、単位耕地面積当たりでどれだけ多

くの所得を上げ得るかということに関係している。永年作物の場合とはともかく、普通の作物であれば、他の作物との関係を無視できない。その関係を示したものが第1図である。



- 凡 例
- y_i ……産地 S_i において青果物A生産を組込んだ作付方式の10a当たり所得
 - x_i, x_{11} ……産地 S_i における青果物A生産の10a当たり所得
 - x_{10} ……産地 S_i における青果物A生産の臨界所得
 - b_i ……産地 S_i において青果物A生産が組込まれている作付方式のうち、青果物A生産以外作物すべての10a当たり所得の合計
 - n_i ……産地 S_i において青果物A生産が組込まれている作付方式の一巡する年数
 - J_i ……産地 S_i における青果物A生産の10a当たり経費
 - I_i ……産地 S_i における青果物Aの10a当たり取量
 - p_{11} ……の単位当たり価格
 - p_{10} ……の臨界産地価格
 - h_i ……の年間平均的10a当たり所得

第1図 産地 S_i における臨界所得 x_{10} と臨界産地価格 p_{10} との関係

ある産地 S_i で生産される青果物Aが他の作物生産に比較してどれくらいの有利性を有するかは、青果物Aの実際の $10a$ 当たりの所得 x_{i1} と、青果物Aの市場価格 p_{i1} が低下していき(したがってその $10a$ 当たり所得 x_{i1} が低下していき)青果物A生産を含む作付方式が、産地内の同一期間の平均的な $10a$ 当たり所得水準と等しくなる価格、すなわち p_{i0} (臨界産地価格と呼ぶことにする。)になると仮定したときの青果物Aの $10a$ 当たり所得水準 x_{i0} (臨界所得と呼ぶことにする。)との差の大きさ、つまり $x_{i1} - x_{i0}$ によって表すことができる。この差が大きいくほど、青果物Aは産地 S_i の中で、同一時期に生産される他作物に対して大きい有利性をもつことになる。

この差を他産地についても計算し、これを比較することによって産地間の青果物A生産の合理性の比較、すなわち産地競争力の比較を行うことが出来る。青果物Aが永年作物の場合は第1図の b_i を0として考えればよい。

産地 S_i が組織的に品質管理を行っていかうとすると、それは結果的には青果物Aの販売単価を引き上げて、市場競争力向上を図っていかうとすることに他ならない。そのことは第1図において矢印で示したように①→②のように変化することであり、結果は青果物A生産の $10a$ 当たり所得 x_{i1} を大きくすることになるので、青果物A生産の合理性、すなわち $x_{i1} - x_{i0}$ を大きくすることになり、産地 S_i における青果物Aの産地競争力が強化されることになる。

4. 品質管理が重要となる青果物流通の状況

品質管理は需要と供給が均衡しているか、あるいは供給が過剰の傾向にあるときに、特に重要となる。一般に需要と供給が均衡状態あるいは供給が過剰状態にあるときの商品の販売戦略においては、製品の差別化をいかに行っていくかが重要になるといわれている。

特に最近のように、青果物が構造的に過剰の状況を呈してきている段階においては、大量生産ということのみで展開を図ってきた産地、あるいは品質管理を組織的に展開する段階までに至っていない産地においては、産地の維持が困難な状況に至っている。

このような状況のなかで、青果物の産地が、従来と同じ品目の青果物生産で産地の維持発展を図っていかうとする場合、どうしても「高品質」ものの生産を図って、他産地より優れた品質の青果物の生産と販売を行っていかうが必要であり、品質競争の局面に積極的に参加していかねばならないであろう。

5. 高品質青果物生産による産地展開の事例

1) 熊本県植木町におけるスイカ産地の形成過程における品質管理の役割

早出しスイカの産地である植木町では、1960年ころから1970年ころにかけて行われた開田化、特にそのために行われた圃場整備が産地展開の大きな契機となっていると判断される。開田化の目的は、当時としては相対的に安定の高収益が得られた水稲作の規模拡大による経営改

善におかれていたのである。しかし米の生産調整政策のため、米作の規模拡大による経営展開の方向は望めなくなり、早出しスイカ作の規模拡大の方向で経営改善が図られることになって、結果的にスイカ産地として飛躍的な展開をとげるようになったのである。

もちろん、開田のみが植木町のスイカ産地展開の契機であったわけではない。それ以前から行われてきた接木技術の導入と定着化、着果棒標識による熟度の統一化等の創意工夫が産地展開の基礎としてあったことはいまでもない。

ここで注目しておきたいことは、植木町でスイカ作が展開している台地畑作地帯は、昼夜の温度較差が大きく、またそこでの作型がビニール被覆を行うことで土壌水分の調整が可能となることから、「高品質」、すなわち糖度の高いスイカの生産が可能であるということである。そして普通の露地スイカが出回る時期を避け、5月から6月に出荷のピークがくる早出しスイカの生産を行うことで産地形成がなされてきている。またスイカの前後作には、より収益性の高いものを導入してきており、第1図の上の図の b_i にあたる前後作の所得向上を図ってきている。作目でいえば、キャベツからキュウリへ、キュウリからさらに最近ではネットメロンが導入されてきている。

第1表 東京中央卸売市場における熊本県産早出しスイカの入荷量の拡大過程

| 項目 | 月 | 4 月 | 5 月 | 6 月 |
|---|---------|-------------------|----------|---------|
| | 年次 | | | |
| 総入荷量の変化 (A) (ton) | 1965→70 | + 80 | +1867 | +5636 |
| | 1970→75 | +663 | +3503 | +5711 |
| | 1975→80 | +221 | +3454 | +4171 |
| | 1980→85 | +270 | - 385 | -7913 |
| 価格の変化 (円) | 1965→70 | - 17 | - 6 | + 20 |
| | 1970→75 | + [△] 22 | + 68 | + 47 |
| | 1975→80 | + 82 | + 20 | + 19 |
| | 1980→85 | + 1 | + 9 | + 17 |
| 熊本県からの 入荷量の変化 (B) (ton) | 1965→70 | + 3 | + 692 | +1665 |
| | 1970→75 | +205 | +3740 | +2852 |
| | 1975→80 | +426 | +2834 | - 14 |
| | 1980→85 | +405 | + 717 | + 12 |
| 総入荷量の変化 に対する熊本県 産ものの寄与率 (%) (B/A)×100 | 1965→70 | 4.0 | 37.1 | 29.5 |
| | 1970→75 | 31.0 | 106.8 | 49.9 |
| | 1975→80 | 192.4 | 82.1 | 0.6 |
| | 1980→85 | 150.1 | [-186.0] | [- 1.5] |
| 総入荷量に対す る熊本県産もの の占める割合 (%) | 1965 | - | 4.2 | 1.4 |
| | 1970 | 3.3 | 35.1 | 15.3 |
| | 1975 | 27.4 | 79.1 | 26.8 |
| | 1980 | 64.7 | 80.2 | 21.5 |
| | 1985 | 80.1 | 92.0 | 34.3 |

注) 1. 連続した3カ年の平均値の5年間の変化で示してある。

2. 寄与率のマイナスは熊本からの入荷量の減少によるもの、東京市場総入荷量の減少によるものがある。

3. 東京中央卸売市場年報の資料に基づいて計算した。

このことによって第1図の b_i が大きくなり、 $y_i = x_i + b_i$ の直線が③のように上方にシフトするので、 x_{i0} が小さくなり、その結果スイカの産地競争力は高まる。これは前述の品質管理強化による産地競争力向上のメカニズムとは異なったメカニズムによるものである。

ここで第1表によって東京中央卸売市場における4月から6月の熊本県産スイカの入荷量の拡大過程と、価格の変化をみてみよう。1965年から1980年の間に、早出しスイカの入荷量は急激に増加し、また価格上昇も進んでいる。すなわち、1965年から1980年の間は大体一貫して東京市場における早出しスイカの需要は拡大してきているとみることができよう。この間の東京市場の4月から6月のスイカ入荷量の拡大において、熊本県産早出しスイカがいかほどの寄与をなしてきたかをみたが、同じ第1表の寄与率である。東京市場入荷量拡大の大きな部分を熊本県産早出しスイカが担っている。この間の占有率の変化については第1表の最下段に示している。

以上のことから植木町のスイカ産地は他県産地との市場獲得競争に打ち勝つことによって産地を形成してきたというより、糖度の高い早出しスイカに対する潜在的需要を開拓することによって産地展開を図ってきたという方があたっていると判断される。

しかし1975年以降については産地間の競争が激しくなるなかで、熊本県産早出しスイカは他県産地を排除しつつ有利に展開してきていることを第1表は示している。

2) 熊本県河内町白浜における高品質温州ミカン産地の形成過程における品質管理の役割

河内町白浜は、山が海岸に迫っており、もともと一戸当たり経営耕地面積は狭かった。しかし温州ミカンの生産に関しては、気温、雨量ともに高品質の温州ミカン生産に適した気象条件に恵まれており、経営耕地面積が小さいなかでその条件を十分に生かした経営改善方策として高品質温州ミカンの産地形成が図られてきている。

ここは大都市市場からみれば遠隔地に位置する関係で、生産者が直接大都市市場に出荷することは困難である。そのため流通過程において商人が介在していたが、それに対抗して生産者が直接大都市市場に出荷するために共同出荷組織が戦後間もない時期から結成されてきている。そしてその組織がもとになり、市場情報を生産にも反映するという形で組織的に品質向上の対策がとられてきている。つまり第1図でいえば①→②のメカニズムによって産地競争力の強化がはかられてきている。

大都市市場で高品質温州ミカン銘柄として知られるためには、まず量がある程度大きい生産・出荷主体でなければならない。河内町白浜地区の場合も、開墾、町外出荷等によって生産量の拡大が進み、かつ共同出荷がある程度定着した段階で品質向上の対策が組織的に取り組まれてきている。

以上熊本県植木町の早出しスイカと同河内町白浜の温州ミカン産地展開の事例を概観したが、ここで共通して

いえることは、大都市市場の遠隔地に位置するため、従来からの農業経営方式を踏襲することでは経営展開が期待できない、したがってその意味で経営条件に恵まれない生産者の集団が、経営のおかれた自然条件に最も適した作物あるいは作型を選択的に規模拡大し、共同出荷によって直接大都市市場出荷を行うと同時に、組織的に品質管理を厳格に行うことによって高品質ものの産地としての銘柄を築いてきているということであろう。

6. 今後の青果物産地の展開方向

今後においては、現在多くの産地が生産しており出荷時期も競合している品目の生産によって産地の維持・展開を図る場合には、品質管理を組織的に強化することによって、製品の差別化を進めていくことが必要となるであろう。そのためには技術水準の向上、優れた品種の早期導入等の対応も必要であろうが、作物生産の自然条件からみた産地の適地性ということがより重要な検討事項となってこよう。追隨的な他産地が成長するに伴い、いずれ問題となる品質競争においては、自然条件の適地性が大きな影響を持つと考えるからである。

この他に、今後における産地展開のもうひとつの方向としては、低農業栽培等のように生産過程そのものを商品化していく方向が考えられよう。すなわち先述した人間の5感では把握できない側面の青果物の品質管理を、消費者と生産者の信頼関係を確立することによって取り入れていく産地展開の方向が考えられよう。

引用文献

- 1) 平井徹哉：九州農業試験場研究報告 第22巻第3号、455～525、1982。
- 2) 川越義夫・下舞隆夫：遠隔地施設野菜の産地形成と技術確立、農研センター、総合農業研究叢書 第1号（「野菜の産地再編と市場対応」）160～175、1984。
- 3) 植木町農業協同組合・熊本県農業協同組合中央会：本原家における農業経営の戦後展開、1981。
- 4) 黒瀬一吉：農業技術研究所日報告 第55号、63～109、1981。
- 5) 弓削勇吉：農業研究センター研究報告 第2号、125～150、1984。