

論 文

有機農産物の広域流通と地場流通 - かごしま有機生産組合の事例

生涯学習教育研究センター長

鹿児島大学農学部 岩元 泉

1. 問題の所在

有機農業は、農業の自然循環機能を維持増進させるために、化学合成の肥料、農薬を使わず、農地の生産力を発揮して、環境負荷を抑えた栽培方法による農業であるから、資源の地域循環をおこなうことが基本となる。したがって、生産される有機農産物もまた出来る限り一定の地域内での流通することが望ましい。つまり地産地消が求められる。しかし、有機農産物の需要は大都市の方が強く、地方都市での需要には限界がある。そのため、地方で有機農産物を販売して生計を立てるには広域流通をせざるを得ない。

有機農業の基本的な理念と有機農業で生計を立てることには齟齬が生まれる。鹿児島県では有機農業は全体としてみれば少数派ではあるが、1978年に鹿児島県有機農業研究会が発足をし、以来悪戦苦闘の中で仲間を増やしてきて、今日、有機農業者の数やまとまりの点からいうと全国有数の有機農業県となっている¹。しかし地場での有機農産物の流通チャネルはまだ細い。市場遠隔地である鹿児島県の有機農業者の課題はそこにある。

一方で、有機農業者は販売戦略に関しては、一般の農家に先んじている。我が国では世界に冠たる卸売市場制度が整備され、系統農協の組織拡大に伴って、農家は自らでは販売戦略を必要とせず、市場出荷に大量のロットを集中させることを唯一の販売戦略としてきたことに比べると、有機農業の草創期には、宅配による直売で顧客を確保してきたし、80年代の成長期には、いわゆる提携によって有機農業者の組織と消費者組織の連携を築くことによって販路を開拓した時代があった。卸売市場流通では有機農産物が評価を受けない中で、それぞれの地域や団体で販売ルートを開拓し、有機農業者も自らの販売戦略を立てて、販路の確

保、顧客の獲得を行ってきたのである。またそうしなければ、有機農業で生計を立てていくことが困難だった。有機農産物流通の多様性はこのような有機農業者の販売戦略の試行錯誤の結果であるともいえる。

本報告では鹿児島県の有機農業者の大きなまとまりである「かごしま有機生産組合」の事例を取り上げて、有機農産物の広域流通と地場流通のジレンマについて検討し、有機農産物流通が直面する課題について言及してみたい。

2. かごしま有機生産組合の取り組み

(1)かごしま有機生産組合の概要

かごしま有機生産組合は昭和59年(1984年)に、現在代表を務めるOY氏などが中心となって設立された。OY氏が就農したのはその4年前。試行錯誤で数名の仲間と共に有機農業に取り組み、鹿児島市内を中心とした地域の消費者へ会員制で宅配していたが、会員数が頭打ちになったこともあって、販売先を県外にも展開し始めたことを契機として仲間10名ほどとともに生産組合を立ち上げたのである。

さらに平成3年(1991年)には専従1名とパート2名の専従体制をとり、有限会社として法人化した。取引先は、当初「関西よつば連絡会」、関東の「ポラン広場」など都市の有機農産物を求める消費者団体や八百屋だったが、生協との取引が始まると販売量、品目共に拡大した。さらには、平成5年(1993年)には有機農産物販売の直営店として「地球畑西田店」を設け、平成13年(2001年)には「地球畑荒田店」、平成20年(2008年)には「地球畑谷山店」を開設するに至っている。売上高は平成4年(1992年)には約2億6千万円だったが、平成18年(2006年)には約6億8700万円に達している。

現在組合員数は142名で、役員会の下に六つの地域支部と七つの作物別部会がある。従業員は正社員27名、パート従業員41名で、組織毎の配置は図1に示したとおりである。

¹ 改正JAS法に基づく認定事業者数では都道府県別にみて、鹿児島県は北海道に次いで2位(236)、農家戸数で北海道、新潟、静岡に次いで4位(195戸)(平成20年9月30日現在)である。農水省 http://www.maff.go.jp/j/jas/jas_kikaku/pdf/yuuki_nintei_november.pdf (2008.12.2access)

なお、鹿児島有機農業研究会は、1999年にNPO法人鹿児島県有機農業協会が発足し、主な活動を引き継いだので、事実上発展的に解消している。

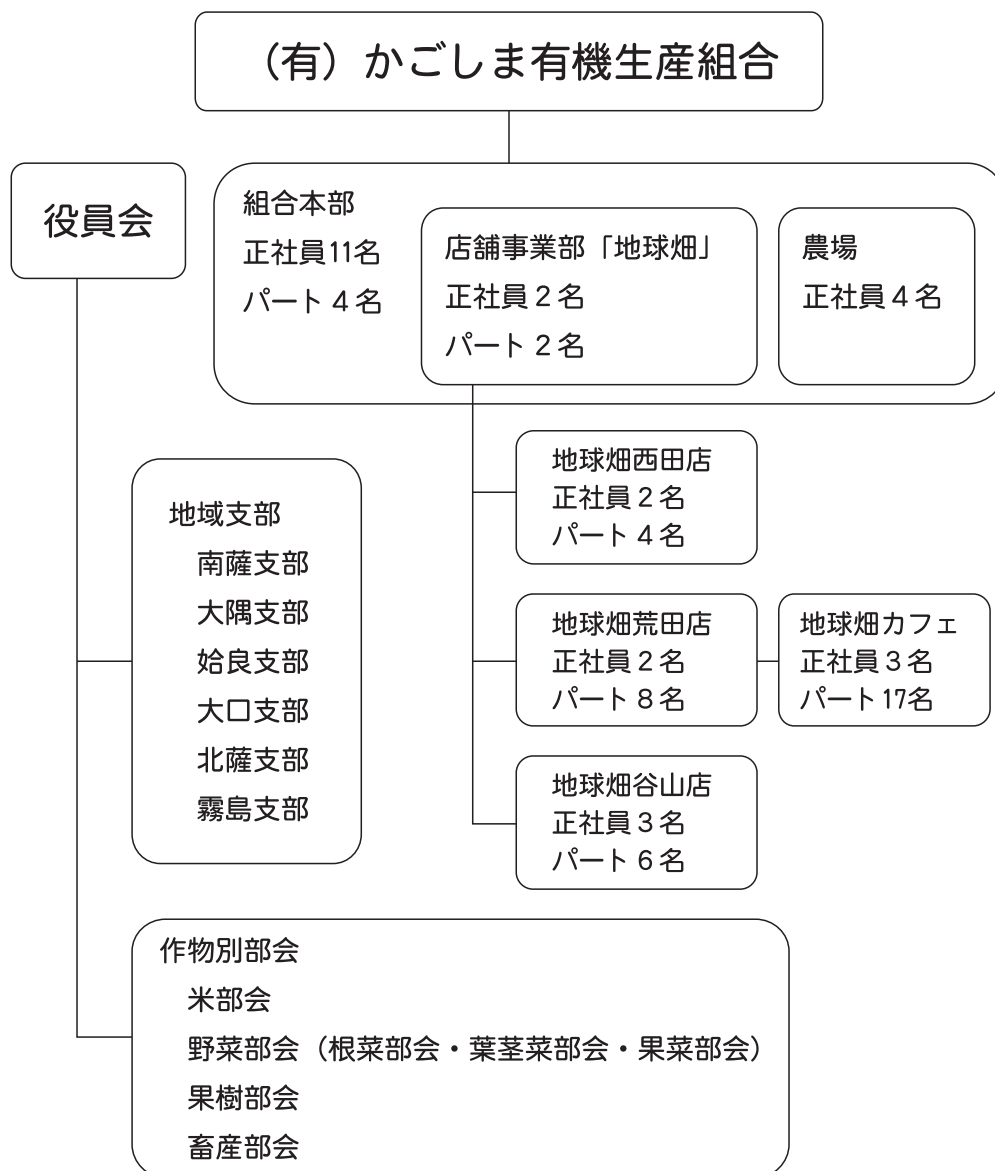


図1 かがしま有機生産組合組織図

(2) 生産と集荷体制

かがしま有機生産組合は春秋年2回の作付会議を行っている。生産者は1ヶ月前に作付面積と出荷予定量を組合に提出し、その集計表と販売の計画表をつきあわせて、生産計画と価格が決定される。取引先からの注文は、予約数量が確定しているもの（よつば会、ポラン広場など）と企画数量の申し込みがあるもの（生協）とがあり、それに基づいて販売計画表は作成されている。生産者価格の設定方法は、おおむね次の通りである。初めの頃は10当たり30万円の手取りになるように単価を決めていた（例えば里芋は反収が1.5tだからkg200円）。ただし果菜類は反収が慣行

栽培に比べて低いので5分の1の収量だから単価を5倍にするというわけにいかず、市場価格をみて2倍位に設定するようにしていた。現在、単価はほぼ固定してきているが、作付会議で状況により修正されるものもある。2008年は資材の高騰があって、価格を全面的に見直し値上げしたので、取引先と価格交渉が必要になっている。

生産者への販売代金決済は月末締め翌月末振り込みになっている。

生産物の集荷は基本的に鹿児島市内の組合事務所にいったん集荷して、リパック、加工後、出荷されるものと、直接支部から出荷されるパターンがある。集荷方法は、4カ

所の集荷スポットに生産者が出荷したものを組合のトラックで集荷するルート、やや遠隔地からは運送会社のトラックで各生産者（組合員）の庭先から集荷するルート、および最寄りの生産者が自分で組合に持ち込むルートがあり、生産者は 10kg のケースで出荷し、そのまま販売先に運搬されるが、生協への出荷は 500g の袋などにリパックするが、この作業は組合事務所で行われる。かごしま有機生産組合は小分け業者としての有機 JAS 認証を受けている。

(3)かごしま有機生産組合の販売先の変遷

かごしま有機生産組合の現在の販売先は鹿児島県外の有機専門流通事業体（ポラン広場、関西よつば連絡会、大地を守る会、らでいっしゅぼーや）、生協（東都生協、京都生協）、鹿児島県内の生協（コープかごしま）、県内の 21 の小中学校、および直営店「地球畑」である。

かごしま有機生産組合の販売先は、活動を開始した 1980 年前後は県内の直接宅配する消費者だったが、昭和 59 年（1984 年）生産組合の発足とともに関東関西の組織された消費者団体に広がり、昭和 62 年（1987 年）からは「共生社生協連合」（現グリーンコープ）との取引が始まっている。そして平成 4 年（1992 年）には直営店「地球畑」を立ち上げた。平成 3 年（2001 年）グリーンコープと取引を巡るトラブルが発生し、取引停止に至った²。そこで新たに東都生

² かごしま有機生産組合はグリーンコープ生協連合に産直野菜を出荷する「青果生産者の会」の一員であり、大和田代表は「会」の代表でもあった。1998 年グリーンコープ生協は「グリーンコープの農業政策」を出し、2001 年から生産者との関係を見直し、産地再編をおこなうことを決めた。その内容、経緯は複雑であるが、これまで青果生産者協議会で、価格の違いや出荷規格を協議し、それに基づき各団体が取引をしてきたが、今後は個別に協議をするというものであった。これに対して「青果生産者の会」が行った対応が、談合に当たるとしてその中心団体であったかごしま有機生産組合との取引を停止したものである。

協、京都生協、コープかごしまとの取引が始まっている。

この間、県内スーパーのクッキーや山形屋ストアーとの取引、道の駅での販売なども行われたが、現在は継続していない。

3. 直営店「地球畑」の取り組み

(1)直営店開始の経緯

東京、大阪への野菜の出荷は地場ものがでる前の端境期に限られていたが、1987 年共生社生協連合との取引が始まると旬のものが引き取ってもらえる上に、根菜類中心だったものが葉菜類も取引できるということで順調に伸びていった。しかし、生協の組合員数が少ないときには固定的な取引が継続しているが、生協が大きくなると注文の変動が大きくなるという問題が出てきた。価格によって機会主義的な行動を取る消費者が生協の組合員にも増えてきたことを意味している。市況が下がると生協への注文が減る。そうすると生産されたものが大量に余るといった現象が起き始めたのである。さらにスーパーとの価格競争も起き始め、それが有機農産物への価格値下げ要求にもなってきた。生協との契約販売だけに大きく依存する方法に限界を感じ、失敗のリスクはどう取るのかなど種々の議論を経て直営店をつくり、余ったものを販売する場所をつくるということで始めた。

(2)「地球畑」の取り組み

「地球畑」は有機野菜の農家自身による直売店ということもあって評価を受け、現在は 3 店舗に拡大している。販売品目数も当初 30 品目くらいだったのが、直売となると種類を増やす必要も出てきて、現在では 100 ～ 120 品目く



表1 地球畑各店舗の特徴

	営業開始	店舗の面積	中心的客層	ポイント カード会員数	一日当たり 来店者数
西 田 店	1992. 1	25 坪	50～60歳代	2,177	120～130
荒 田 店	2001. 3	60 坪	30～40歳代	5,245	160～180
谷 山 店	2008. 5	60 坪	未確定	808	未確定
地球畑カフェ	2006.12	50 坪	20～40歳代の女性 (子育て世代)		50～60組

資料：2008.7.1 聞き取り調査

注：谷山店は開店したばかりなので、客のデータについては未確定である。

らいを置くようになっている。

販売している農産物はすべて有機栽培である。有機認証を受けていないものもあるが、組合に加入するときの条件として有機栽培を行うことになっているので、地球畑で販売するものは基本的に有機農産物である。地球畑はかごしま有機生産組合の直営店であるが、生産物は組合から地球畑が買い取るという形式になっている。

顧客は、環境や、味、有機農業へのこだわりのある固定客が多いが、店によっても若干の傾向がある。例えば、最初に出来た西田店は、古くからの固定客が多く、年齢層も50歳代から60歳代が多いが、最近第2世代の客が増えつつある。荒田店は比較的若い子育て層がきている。谷山店は出来たばかりで、傾向は不明である（表1参照）。

地球畑では、有機農産物以外にも有機加工食品や環境グッズなども売っているが、これらは主に全国展開をしている有機加工食品流通業者などから仕入れ、品目によって地元の業者から品物を厳選して仕入れている。加工品などは一つ一つ原料からメーカーに聞いて確認をして取引をしていたが、当初非常に大雑把な回答しかなかった。やがてメーカーがきちんとした仕様書をつくるようになった。そのきっかけを作ったといえる。

(3)「地球畑カフェ」の取り組み

有機野菜を扱っていると「食べたことがない」とか、「食べ方がわからない」という消費者の声が多いことがあり、そこから、有機農産物を使った料理の提供をしたいというスタッフの思いが叶い、平成18年（2006年）12月地球畑荒田店に隣接して地球畑カフェ「草原をわたる船」という名のレストランをオープンした。地球畑荒田店で売ってい

ないものは使わないという方針でやっているが、荒田店とは相乗効果がある。荒田店の利用客が立ち寄ったり、カフェでた食材が荒田店で売れたりという効果はみられる。しかしまだ採算には乗っていない。それは食材にかごしま有機生産組合で売れ残った野菜やB品を使うけれども、半加工品は使わず、材料から仕込むので手間と食材費がかかるためである。かごしま有機生産組合からきた野菜をみてメニューを毎日つくる、有機野菜を食べてもらうための試行錯誤、という一般のレストランとは異なったコンセプトで経営している。有機野菜を生産者から消費者の口に至るまでという究極の地産地消を行っているといえる。

4. かごしま有機生産組合による広域流通と地場流通

(1)広域流通

かごしま有機生産組合による有機農産物の広域流通は、組合を立ち上げるきっかけとなった関西、関東の有機専門



流通事業体への販売から始まっている。当初の鹿兒島市内の消費者へ会員制で宅配する方式では、300戸くらいで頭打ちになった。その理由は、毎回同じ野菜がきて飽きてしまうということと、次第に野菜が出来るようになると配達する野菜の量が多すぎて余るようになってきたことである。そこで「都会」の消費者に目を向けることになり、広域流通が始まったわけである。

また京都生協、東都生協との取引が始まったのは先に述べた事情による。

有機野菜の広域流通の場合はどうしても日持ちのする根菜類が多くなり、品目も限られることになる。

しかし、域外への広域流通は、地場では限界がある有機農産物の需要に対応して発展してきたもので、組合が大きくなる原動力であった。しかも、中期的契約取引では一定の量が定期的に売れていくということで安定的な販路である。

(2)地場流通

かごしま有機生産組合としては、エネルギーとコストを掛けて広域流通するよりも地場流通が地産地消の意味からも好ましいと考えている。現在は地場流通が3割、広域流通が7割という割合になっている。その大半は、地球畑である。その他は、小中学校、コープかごしまへの販売があるが、コープかごしまへの販売は主として始良有機部会が有機野菜ボックスと店舗販売の分を請け負っており、足りない分を組合本部が補うという方式になっている。しかし、量的な不安定性を抱えている。それは近年は「地球畑」への供給を優先するようにしているが、量的不足の場合は、契約取引の方が優先されるのである。

小中学校給食への食材供給は、食育など教育的意義はあるものの、量的にはわずかであり、地場流通の柱にはならない。また地場スーパーとの取引もとぎれているが、これはスーパーの側の有機農産物への位置づけの問題があるようである。有機農産物をスーパーの有力商品として位置づけるか、客寄せのための訳あり商品として位置づけるかによる。

(3)中期的取引と短期的取引

かごしま有機生産組合と取引先との価格設定は、かごしま有機生産組合の方から提示している。その水準は生産者価格に組合の事務費と運賃をあわせたもので、おおよそ15%のくらいのマージン率になっている。それで交渉が成

立すれば売るという方法である。「ポラン広場」「大地を守る会」「らでいっしゅぼーや」は半年契約で、月別出荷量を契約している。これに対して、生協は時期別に、特定品目を、幅を持って注文するというような契約になっている。このことが、地球畑を開始した理由にもなっている。つまり短期的な注文方式の契約では、生産量の多寡によって、取引に過不足がどうしても生じる。生協の場合にはカタログによる注文の結果、正式の発注ということになるため、生産期間に応じた半年ごとの量的な契約はできないからである。

そうしてみると、有機農産物の安定的な販売方法としては、広域か、地場かにかかわらず、中期的な固定的取引が望ましく、さらには全量買取方式などの方が好ましいということになる。

(4)有機農産物に求められる品質

有機農産物の拡大、取引先の多様化と顧客要求の強化に伴って、有機農産物に求められる品質も変化している。有機農産物であること自体が品質なのであるが、スーパーなどのとの競争が激化している現在の流通事情の中では、一般農産物に求められるような品質、つまり鮮度、見た目、大きさ、形など、これまで日本の農産物の姿をゆがめてきたのではないか、と思われるような品質要求も有機農産物に求められている。その一端を表に示した。これはかごしま有機生産組合の初期の出荷基準と平成18年の出荷基準を、代表的な品目で比較したものである。出荷基準が細かく、厳しくなっていることが見て取れよう³。

5.まとめ

かごしま有機生産組合は地場流通を重視するとしている。現在広域流通が7割に対して地場流通が3割占めているが、これを5割にしたい。地産地消が望ましいが、販売量を確保するためには広域的な流通が欠かせない。広域的な流通でも半期契約のような中期的な取引の方が、量的調整はしやすく好ましい。

地場流通を増やすには「地球畑」の店舗を拡大するか、固定的に取引をする販売業者を見いだすしかない。そのようなチャレンジが続いていく。

³ なお、有機JAS制度に基づく有機農産物認証制度は、有機農産物の日本農林規格に定められた生産の方法についての基準に基づいて生産された農産物に有機等の表示を行うと同時に有機JASマークを貼付することを義務づけた制度であり、一般の商品の大きさや形、色などを定めた商品規格・基準とは異なる。

表2 有機農産物出荷基準の変化

品目	平成2年(初期)の出荷基準			平成18年1月12日改訂の出荷基準
	出荷時期	規格	出荷基準	
さつまいも	7月～9月 10月～3月	1kg 150g以上 7本以内	(イ)80g以上、500g以内のもので、形状良好なもの。10本以内 (ロ)キズ玉、腐敗は除く	1個100g～500g。300gを境にし、L、Mの2段階に選別して出荷のこと。集荷時の傷果、コガネムシ、センチユウ、ハリガネムシの害のひどいもの、著しい変形果は出荷不可。腐敗には十分注意すること。寒害果も出荷不可。ひげ根を除いて、両端を切り落として出荷のこと。切り口の大きさは1cmくらいまで。大きすぎるもの不可。 7～8月は70g～100gも出荷可とするが、組合に必ず確認してから出荷のこと。 また、安納芋、紫芋に関しては、50g～100g未満のものをSサイズとして出荷可だが、事前に数量を連絡して確認のこと。B品の混入は不可。安納芋は出荷時、箱に「紅」、「黄金」の別を記載のこと。 500gを超える2Lサイズは加工用としての出荷の可能な場合があるため、選別して量を組合あて連絡ください。
玉ねぎ	4月～5月	1.5kg	(イ) 80g玉以上400g以内のもの (ロ) 収穫後1～2日風乾して出荷すること。 (ハ) 腐敗、抽苔したものは除く。	1玉 100g～400g。しっかりと乾燥させること。芯腐れ病に十分注意し、抽苔したもの、裂球、分球は出荷不可。乾燥が不十分なものはB品とする。収穫、乾燥後、箱に5日以上入れていたものについては、必ず再度確認の上出荷のこと。茎は2～3cmで切って出荷。赤玉ねぎもこれに順ずる。 250gを境にし、L、Mの2段階に選別して出荷のこと。
かぼちゃ	6～8月 11月～12月		(イ) 夏は1kg以上の完熟果で平均1.5kgとする。 (ロ) 冬は700g以上の完熟果で平均1.2kgとする。 (ハ) 奇形果、未熟果は除く。	1玉1kg～3kgまで。県外への卸出荷は10kg入り箱に4玉から9玉まで。極端な変形果、病害果、未熟果は出荷不可。果面被害の軽微なものは可。茎の部分が完全にコルク状になってから出荷のこと。コルク状になっていない場合は出荷不可。果肉の着色十分な完熟果の出荷とする。表面の色抜けは10%未満までとする。 完熟果で、800g～1kgについては70%価格とする。鉄かぶと、在来種系についてもこれに順ずる。 坊ちゃんかぼちゃ、プッチーニなどについて、熟度の判断はかぼちゃに順ずる。300g～500gを小サイズ、500g以上を大サイズとして出荷のこと。
ほうれんそう	1月～3月	200g	(イ) 茎葉の長さが15cm以上35cm以内のもの。 (ロ) 枯れ葉、黄変葉は除く。 (ハ) 根切り処理をする。	長さは11号規格袋から12号規格袋に収まるまで。袋から飛び出したものは出荷不可。枯葉、黄変葉、病害葉は出荷不可。虫害葉は葉表面の10%以内とし、集中しているものは不可。抽苔したもの、茎が長く太く徒長したものも出荷不可。200g袋入りで出荷。霜や朝露でぬれている場合は、水気をよく切って出荷してください。

資料：かごしま有機生産組合資料より

注：代表的な品目を選んだ。

表3 有機農業者の自給度

	米		野菜		果実	
	実数	(%)	実数	(%)	実数	(%)
すべて購入	11	20.4	1	1.9	3	5.6
人からもらう	3	5.6	0	0.0	3	5.6
自給10%以下	1	1.9	4	7.4	33	61.1
自給10～50%	2	3.7	6	11.1	6	11.1
自給50～80%	2	3.7	4	7.4	2	3.7
自給80%以上	1	1.9	25	46.3	3	5.6
自給100%	37	68.5	14	25.9	5	9.3

資料：平成20年かごしま有機生産組合作付会議時に実施したアンケート調査に基づく。

注：有効回答54である。

最後に、蛇足であるが、かごしま有機生産組合は地場志向を強化し、地産地消を目指しているのであるが、肝心の組合員の食材の自給度はどうなっているか、アンケートをとってみた。これによると米を100%自給しているのは7割くらいであるが、すべて購入している人も2割いる。野菜は8割以上を自給しており、すべて購入している人は一人しかいない。果実の自給率は低い。つまり米・野菜は多少なりとも自給していることがわかる。慣行農家や他の地

域の農家との比較が出来ないので、この自給度が高いか、低いかは判断できない。自らの食材の自給に根ざし、有機農産物を地場で広めていくというコンセプトを確立することが、まずは求められているのではないだろうか。

本稿は、第9回日本有機農業学会大会（2008年12月）のセッションで行った報告に基づくものであり、現在（2012年10月）の状況とは異なる。