
[成果情報名] インショップ販売における農協の役割と農家の対応

[要約] インショップ販売における農協の役割は生産情報と販売情報を把握し流通全体を管理することであり、農家は施設や品目の組み合わせで周年出荷を行い、複数の取引先で出荷量を調整することが必要である。キュウリ農家の個別経営を素材に試算すると、インショップ販売は市場出荷に比べ所得は2倍、労働時間は1.3倍、時間当たり所得は1.6倍となる。

[キーワード] インショップ、農協、個別経営

[担当部署] 食品流通部・経営マーケティングチーム

[連絡先] 092-924-2972

[対象作物] 野菜

[専門項目] 経営

[成果分類] 経営

[背景・ねらい]

小規模産地では市場価格の低迷や高齢化等による部会員数の減少で部会を維持・継続していくことが困難となっており、市場以外の販路を模索している。そこで新たな流通に対応するためインショップ部会を組織した農協を調査し、流通の変化における農協の役割と農家の対応を明らかにする。

[成果の内容・特徴]

1. インショップ販売において農協は生産量と販売量を調整するため、出荷の3～6ヶ月前には部会に作付計画の提案を行い、出荷の一週間前には店舗に出荷計画の提案を行っている。農協は生産情報と販売情報を把握し流通全体を管理する必要がある（図1）。
2. インショップ部会は栽培品目の異なる農家で構成され、販売額の大きな農家は施設や複数の品目、作型を組み合わせることで周年出荷体制を構築している。農家は出荷要請に対し、インショップ販売以外の販路である直売所や市場等で数量を調整している（表1）。
3. インショップ販売開始前後で施設面積、出荷量が変わらないC農家のキュウリを素材にシミュレートすると、市場出荷に比べインショップ販売は販売単価が1.8倍、販売経費は2.8倍、所得は2倍、労働時間は1.3倍となる。時間当たり所得は840円から1,358円と1.6倍になる（表2）。

[成果の活用面・留意点]

1. インショップ販売に取り組む際の基礎資料として活用できる。

[具体的データ]

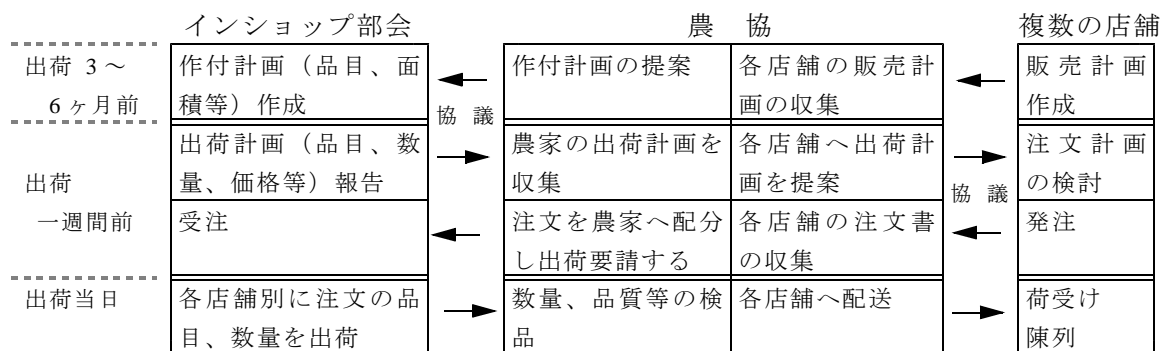


図1 インショップ販売の流れ

表1 インショップ部会員の経営

(平成16年調査)

部会員	A 農家	B 農家	C 農家
営農類型	水稲+施設野菜 +露地野菜	水稲+施設野菜 +露地野菜	水稲+施設野菜
施設規模	パイプハウス 36a	パイプハウス 42a	軽量鉄骨ハウス 20a
品目	ナス、キュウリ、ピーマン、シュンギク ホウレンソウ、ハクサイ、ダイコン 他	ネギ、トマト、キュウリ ナス、かぼちゃ 他	キュウリ
家族労働力	3人	4人	2.5人
インショップ開始年次	平成13年	平成10年	平成12年
野菜販売額	1,400万円	950万円	680万円
うちインショップ割合	50%	80%	80%
他の販路	直売所、市場	直売所	直売所、市場

表2 C農家におけるキュウリ販売形態別のシミュレーション 1) (10a当り)

販売形態	市場出荷	インショップ販売	備考
年間出荷量 (kg)	8,000	8,000	
販売単価 (円/kg)	226	400	平成14~16年平均単価
販売金額 (千円)	1,808	3,200	
経費			
販売経費 (千円) 2)	251	698	手数料、運賃、出荷資材等
生産経費 (千円)	650	650	
所得 (千円)	907	1,852	
労働時間 (hr/年)	1,080	1,364	
(うち調製時間)	(160)	(444)	選果、箱詰め、袋詰め 3)
時間当り所得 (円/hr)	840	1,358	

注 1) C農家は平成12年に主な販路を個人の市場出荷からインショップ販売に変更したが、栽培品目、施設面積、出荷量は変更してない。

2) 市場出荷は個人出荷のため市場手数料と出荷資材費等、インショップ販売は店舗・中間業者・農協の手数料、各店舗への小口配送運賃及び出荷資材費等。

3) 市場出荷は5kg入段ボール箱、インショップ販売は3本入ビニル袋。

[その他]

研究課題名：地域内流通におけるインショップ販売の支援方策の策定

予算区分：経常

研究期間：平成17年度(平成16~17年)

研究担当者：佐伯孝浩、中原秀人