

青果物流通の実態と 共選共販の意義



JAあいち経済連 長坂友実



1

プロフィール

□ 名前: 長坂 友実

□ 履歴: 平成 6年4月 JAあいち経済連入会 総合企画部
平成12年4月 JAあいち経済連 東三河地域担当部
平成14年4月 JAあいち経済連 園芸部 花き課
令和 3年4月 JAあいち経済連 園芸部 西部販売課
令和 6年4月 JAあいち経済連 園芸部 青果販売課
青果物パッキングセンター担当



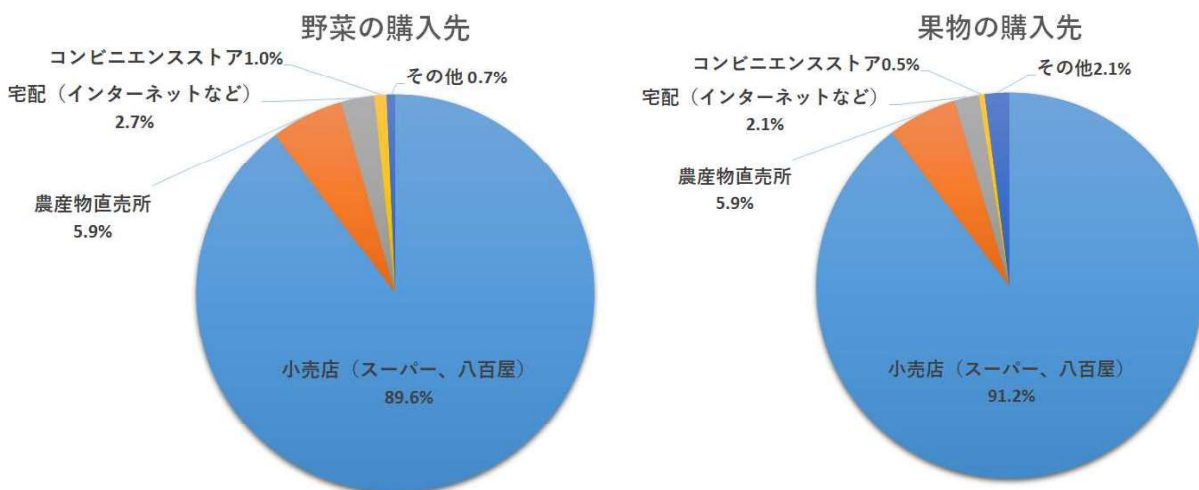
本日の内容

1. 青果物流通の概要
2. 共選共販の取り組み
3. 優先的に選ばれる
産地になるために



青果物流通の概要

消費者は青果物（野菜・果物）をどこで購入しているのか？



出展：農林水産省「食料・農林水産業・農山漁村に関する意向調査
野菜くだもの外観や販売方法に関する意向調査

約9割の消費者はスーパーマーケットで購入している



青果物流通の概要

スーパーマーケットの実態


約23,000店舗




都道府県	店舗数
東京都	3,020
神奈川県	1,573
大阪府	1,532
埼玉県	1,202
北海道	1,132
千葉県	1,034
愛知県	1,032
福岡県	837
鳥取県	102

出展：統計・データでみるスーパーマーケット
R6年8月末時点
<http://www.j-sosm.jp/tenpo/index.html>

1位  **8兆7,497億円**
セブン&アイHD
イトーヨーカ堂
ヨークベニマル
ヨークマート
セブンイレブン
そごう・西武 等

2位  **8兆7,159億円**
イオングループ
イオンリテール
マックスバリュ
マルエツ
ダイエー
いなげや
ミニストップ 等

3位  **1兆8,312億円**
PPIHグループ
ドン・キホーテ
ユニー
長崎屋 等

※金額は、グループ全体の売上高
2022年2月期決算、
PPIHは2022年6月期決算)

- ◆ 大手量販店等はグループ化や合併により大規模化
- ◆ 青果物の仕入れはグループ内の各社がそれぞれで行っているが、100店舗を超える会社も複数あり、バイイングパワーが増している。



青果物流通の概要

青果部門はスーパーの顔



- ◆ 同じ野菜・果物でも季節・産地・品種・栽培方法・サイズ・味が異なる
- ◆ 一定レベルで品質が揃っており大量かつ安定的にそして効率的に調達したい
- ◆ 品目にもよるが **必要な量・品質を調達するため複数の卸・仲卸業者と取引するケースが多い**



青果物流通の概要



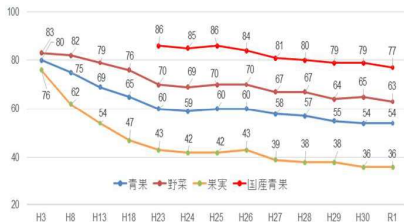
卸売市場内の様子



青果物流通の概要

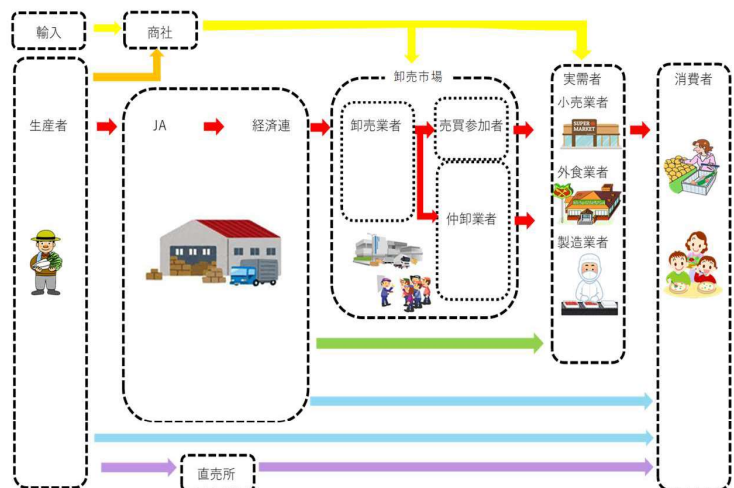
◆国産青果物の約8割は卸売市場を経由して消費者に届けられている

◆卸売市場経由率の推移(重量ベース、推計 R1年度)



出典：農林水産省「食料需給表」「青果物卸売市場調査報告」等により推計

◆青果物の主な流通



◆卸売業者を利用する売買参加者・仲卸業者の販売先 ※令和元年度金額ベース

販売先	割合
売買参加者 (26.5%)	
◆買参加者の販売先割合	
一般小売店等 (八百屋)	62.0%
外食、給食、納入業者等	12.8%
スーパー、生協等	9.6%
卸市場卸売業者等	3.9%
加工業者	2.8%
その他	9.0%
仲卸業者 (64.3%)	
◆仲卸業者の販売先割合	
一般小売店等 (八百屋)	18.8%
大規模小売店等 (量販店、生協、給食事業者)	65.7%
加工業者、外食業者等	15.4%

出展：農林水産省「卸売市場をめぐる情勢について」



共選共販の取り組み

共選共販とは青果物を規格に基づいて選別し共同で販売すること



- ◆一定レベルで品質を揃える
- ◆量をまとめる
- ◆安定的に出荷
- ◆共同で販売・輸送



共選共販の取り組み



共選共販の取り組み



- ◆優良な顧客の売り場を確保していくためには
「優先的に選ばれる産地」 になる必要がある！



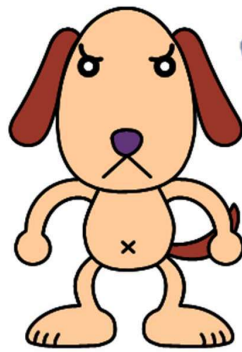
優先的に選ばれる産地になるために

- 1.間違いのない品質であること**
 = 商品そのものがしっかりしていること
- 2.まとまった量を安定的に供給できること**
- 3.出荷情報を発信できること**
 = いつでもどれくらい出せるか発信できる



優先的に選ばれる産地になるために 間違いのない品質

◆信用を得るには時間がかかるが失うのは一瞬



いちいち
検品しないとイケない
産地の荷物は使えないよ…
もう次から要らない!!



優先的に選ばれる産地になるために まとまった量を安定的に供給

県域を超えた取り組み = 「国産」
全国の複数産地からの掻き集め

産地が埋没



自分たちの出荷物が
どこで販売されているか
わからない…



調達の手間・煩雑

JA域を超えた取り組み
= 「愛知県産」

愛知県産の売り場確保



交渉力が高まる
県外輸送の確保



調達が効率的



優先的に選ばれる産地になるために 出荷情報の発信

- ◆スーパーの調達数量決定のタイミングで確実性の高い出荷情報が発信できる産地は価格交渉が有利に働くとともに早く売り場を確保できる

	出荷2週間前	出荷1週間前	出荷前日	出荷日
 計画的な仕入れ 2週間先の商談	価格提示・交渉	調達数量の決定	調達数量の調整	店頭の流れ行き・在庫を踏まえ不足分を調達
 出荷情報の発信	出荷増減見込	週間予測数 (総数)	出荷明細	出荷明細
価格形成への 反映				



まとめ

青果物流通において

基幹インフラの役割を果たしている市場流通で
優先的に選ばれる産地になるには

「品質」「安定供給」「出荷情報」が大切

それぞれの考え方にあった流通方法で
ファンを増やしていきましょう！



ご清聴

ありがとうございました。

