

# 所 管 事 務 調 査 報 告

平成 2 5 年 1 1 月 2 7 日

薩摩川内市議会企画経済委員会  
委員長 佃 昌 樹

## 1 調査事項

- (1) 農業・畜産振興について
- (2) 林務・水産振興について

## 2 調査先

東京シティ青果株式会社（東京都中央区）、農業生産法人株式会社四季菜（山梨県甲州市）、小池手造り農産加工所有限会社（長野県飯田市）

## 3 調査日

1 0 月 2 9 日から 3 1 日まで（3 日間）

## 4 出席委員

佃委員長、谷津副委員長、川畑委員、森永委員、宮里委員、帯田委員

## 5 調査目的

日本最大の市場における青果物の流通の仕組みと 6 次産業への関わり方について学ぶことにより、薩摩川内市への応用・展開を検討する。

## 6 調査概要

### (1) 築地市場の状況について（東京シティ青果株式会社）

東京シティ青果株式会社は、東京中央卸売市場築地市場において青果物及びその加工品の受託販売並びに購入販売を行っている企業である。

築地市場における青果卸売業は、かつて野菜や果物などを売買する拠点でしかなかったが、現在、青果物の安定供給、高付加価値提案を行うことで、生産者と消費者を結ぶ新たな流通コーディネーターとして、市場の更なる活性化を目指し取り組まれている。

国内各地はもとより広く海外からも入荷しており、水産物で約 4 8 0 種類、青果物で約 2 7 0 種類の商品を取り扱っているが、特に促成野菜、洋菜類、ハーブ類は豊富な品揃えとなっている。なお、本市産のキンカン、タケノコを取り扱っているが、取引量は少ない状況であった。また、唐浜ラッキョウについては、取引までには至っていないが、品質の良さは、市場関係者の間でも知られているとのことであった。

全体の取引のうち、競り取引の占める割合は 1 5 % 程度と少なく、相対取引が多く行われている。相対取引は、品物を多量に扱えば価格を安くできるなど、流通量に応じて価格を適正に変動させられる実態に即した取引方法であり、消費者の希望に近い形ともいえる。そのため、夕刻に入荷し夜間にそれぞれの搬送先に荷さばきをする形態が増えている。取引業者は、大手や個人のスーパーマーケットが中心であるが、これに加え、コンビニチェーンやインターネット販売業者のほか惣菜関連メーカーも増加している。競り取引

は少なくなってきたが、現物を見なければ分からないものは競り取引によっている。例えば、網目の入り方などで値段が決まるマスクメロンなどである。

卸売市場は卸売市場法に基づいて運営が行われているが、法律は現状を追認し消費者ニーズには追いついていないとのことであった。

消費者ニーズに合った品物をどのように集めて荷さばきをするかが強く問われる時代となっているが、現状の施設は築後約80年が経過し、施設の老朽化、狭あい化が著しく、流通環境の変化に対応できないことから、平成27年度中に完成予定の豊洲新市場に移転した際は、荷さばき機能を充実したい意向であった。

## (2) 農業生産法人株式会社四季菜の取組について

農業生産法人株式会社四季菜は、平成18年6月に設立された建設業からの新規参入会社であり、従業員は16人である。当初、農業に関するノウハウが無かったことから、直接栽培の技術指導を受ける契約を農家と締結し、現在、10種類のトマトを始め、カボチャ、甲州ブドウ、桃、各種野菜を栽培している。また、勝沼ファーマーズマーケットという、農産物の直売所を開設しており、地域の個人農家の方々に販売の場としても解放されている。さらに、県内のスーパーマーケットなどへの販路を確保しており、首都圏の大手百貨店へも出荷しているとのことであった。

また、6次産業の取組として、1次の生産と3次の販売に取り組んでおり、加工品を数種類製造しているが、2次である加工は自前でするのは難しく全て委託している。

最近では、観光事業であるトマトの摘み取りにも力を入れており、最も採算性の高い事業として業績を伸ばしている。

これまで赤字続きであったが、これらの多角経営の取組の結果、本年は、ようやく月ベースの収支が五分五分になり、また、富士山の世界遺産登録をきっかけとして、関東圏からの観光ツアーのルートとなりつつあることから、来客数を読める状態となってきたとのことであった。

また、地中熱を利用したハウス栽培システムの事業化に取り組んでおり、国の補助事業として現在実証実験の段階であるが、今後の農業生産方式について大いに期待が持てる栽培方法との説明を受けた。

## (3) 小池手造り農産加工所有限会社の取組について

昭和61年、「地元の産物はたくさんあるのに、なぜ安全な飲み物や食べ物が地元になのか」をきっかけに、地元の婦人グループが立ち上がり、加工ジュース等の生産が始まったのが6次産業に取り組む同社の原形である。

農家が持ち込む規格外農産物を受託加工・商品化することにより、農家の収入向上を図るとともに、安心安全なものを美味しく提供することができるようになった。

会社のポリシーは「農産加工は借金をしたら返せない」であり、経費をか

けないために中古物件を購入し、現在では2拠点で年間3億円を売り上げる規模に拡大している。なお、宣伝等は一切行っておらず、全て口コミによるものである。

事業形態は、受託加工、製造・販売であり、ジュース、ジャム、ドレッシングを始めとした自然食品を取り扱っているが、生産者からの受託加工が全体売上げの7割を占め、残り3割は、自社製造・販売によるものである。なお、今後はスイーツづくりを検討しているとのことであった。

このような売上規模の大きな加工所となると、排水処理等の設備やその維持管理経費がかさむことが運営する上での課題となっている。

引き続き地元農家の小ロット生産品を柔軟に受託加工し、「地元の農家の収入の糧になること」が今後の目標であるとのこと、そのために受託加工の価格設定も下限に近い設定に努めたいとのことであった。また、地元南信州の加工所で組織する加工連でも商品開発していきたいとの説明を受けた。

## 7 所感

- (1) 今回、農産物の日本最大の市場の機能及び6次産業を手がける民間事業者の経営状況について調査を行ったが、それぞれの目指すところに利己心のない姿勢がうかがえ、業界全体が前進していくには、このような思いが大切である。また、6次産業では、地域農業と連携し信頼関係を築く必要がある。
- (2) 生産、加工、販売という一連の流れを自前だけで行うことは難しく、6次産業を進めていくには、余裕のある自己資金を持って起業する必要がある。
- (3) 6次産業において雇用を継続するためには、農産物を幅広く取り扱いながら、年間を通じて切れ目のない効率的な仕事を確保する必要がある。
- (4) 小規模かつ特徴的な商品でなければ、生産、加工、販売という一連の工程を自前でやることは困難であることから、6次産業を進める上では、分業を主とした考え方が必要である。