

平成 14 年度
契約取引実態調査報告書

平成 1 5 年 3 月

野菜供給安定基金

はじめに

本報告書は、野菜供給安定基金が株式会社農林中金総合研究所に委託して実施した「平成14年度契約取引推進円滑化事業に係る実態調査」の報告書である。

近年、食生活の変化に伴い外食、加工食品等への野菜需要が増加しており、我が国の野菜需要のうち業務用需要が55%程度を占めているが、外食、加工、量販店等の実需者は、定価、定量、定質、定時の安定供給を求めている。

このような中で、国際競争に対応しつつ、将来にわたって国産野菜の供給力を確保していくためには、実需者等に選好される品質・価格の野菜を安定的に供給できるよう、国内産地において、生産・流通の両面から構造改革対策を進めていく必要がある。

野菜の構造改革対策においては、実需者のニーズに適合する野菜を供給する契約取引を推進することとし、契約取引のセーフティネットとして契約野菜安定供給制度を創設したところであり、今後、国内産地に対して野菜の契約取引の一層の普及を図る必要がある。

一方、契約取引を行う際の問題として、取引相手を見つけることが難しいこと、野菜は天候によって作柄、数量、価格の変動が大きいため契約どおりの供給が難しいこと、経営規模が小さい事業者が多い中で確実な代金決済に不安があること等が指摘されている。

本調査は、契約取引に係るこれらの問題への対応として、生産者及び実需者の取引先開拓のための支援及び契約取引の代金決済等を円滑に処理するためのシステムの構築に役立つため、契約取引に対する産地の実態と意向を調査し、また卸売市場及び保険等金融サービスによる代金決済等の仕組みを調査、検討したものである。

調査の実施に当たっては、東京農業大学藤島廣二教授を座長とし、生産者団体、実需者及び学識経験者から構成する「契約取引円滑化協議会」を設置し、御指導いただいた。

最後に、本調査の実施に当たって御協力いただいた協議会委員をはじめ関係各位に厚く御礼を申し上げる次第である。

平成15年3月

野菜供給安定基金

目 次

調査の概要

1 調査の目的	1
2 調査の方法	1
3 事務局	2
4 報告書の構成	2
5 調査結果の要約	2

生鮮野菜における契約取引の現状と今後の意向

1 契約取引の定義と野菜の特性	
(1) 契約取引の定義	5
(2) 野菜の特性	5
2 契約取引が拡大してきた背景	
(1) 消費	6
a 食の外部化の進行	6
b 生鮮野菜の購入先の変化	6
(2) 流通業者	7
a 小売業者の変化	7
b 卸売市場経由率の変化	8
(3) 供給	9
a 国内産と外国産	9
b 集出荷組織別に見た出荷量の内訳	10
c 集出荷組織の大規模化	10
d 販売ルート	11
(4) 契約取引のメリット	20
a 実需者のメリット	20
b 農協、野菜生産法人及び生産者のメリット	20
(5) 契約取引の拡大理由	21
3 契約取引の現状と今後の意向	
(1) 実需者の状況	21
a 実施状況	21
b 契約取引の問題点	22
c 契約取引の今後の意向	23

d	実需者側からみた契約取引の取引先となる出荷者の条件	23
(2)	農協、野菜生産法人及び生産者の状況	23
a	契約取引の実施状況	23
b	契約取引の販売ルート	25
c	契約取引の諸機能の担い手	28
d	契約書の締結状況と契約内容	30
e	代金回収リスク対策と未回収事故	32
f	契約取引の問題点	34
g	契約取引についての今後の意向	35

卸売市場における代金決済機能について

1	卸売市場における代金決済機能を支えている仕組み等	
(1)	卸売業者と買受人間の代金回収リスク軽減のための方式について	37
a	組合代払方式	37
b	精算会社方式	38
(2)	委託者と卸売業者間の代金回収リスク軽減のための方式について	38
(3)	卸売市場の代金決済機能を利用するメリット	39
a	販売代金回収の確実性	39
b	代金決済サイトの短期化	39
(4)	契約取引（予約相対取引）において卸売市場を経由するメリット	40
(5)	卸売市場における代金決済機能が抱える問題	40
2	卸売市場改革の方向と契約取引のニーズとの対応について	
(1)	現在の卸売市場機能と契約取引のニーズとの対応について	42
(2)	「卸売市場流通の効率化等の方向」と契約取引のニーズとの対応について	44

代金回収リスクの軽減と決済サイトの短期化について

1	代金回収リスクの軽減について	
(1)	農協や野菜生産法人による販売代金回収リスクへの対応の現状とニーズ	48
(2)	代金回収リスク軽減のための金融サービス	50
a	金融サービスの概要	50
b	金融サービスの具体例	51
(3)	野菜の契約取引における金融サービスの利用について	55
a	農協、野菜生産法人側の状況	55
b	金融サービス利用の条件、可能性	61

2	決済サイトの短期化について	
(1)	決済サイト短期化のニーズ	62
(2)	決済サイト短期化のための金融サービス	63
a	金融サービスの現状	63
b	金融サービス利用の条件、可能性	63
3	まとめ	63

<アンケート調査票（GT表）>

	総合農協の野菜販売に関するアンケート調査票	65
	野菜生産法人の野菜の販売に関するアンケート調査票	74

調査の概要

1 調査の目的

野菜の契約取引の円滑化に資するために、契約取引に対する産地の実態と意向を明らかにしつつ、卸売市場と契約取引における各々の代金決済の仕組みを調査することにより、卸売市場取引で確保されている、代金決済の迅速化、代金回収リスクの軽減措置を、契約取引の場合にどのように確保できるのか、望ましいシステムを検討する。

2 調査の方法

(1) 契約取引円滑化協議会

本調査では、生産者団体、実需者及び学識経験者から構成する「契約取引円滑化協議会」を設置した。協議会委員は以下のとおりである。

<生産者団体>

清末 守昭 氏	全国農業協同組合連合会 園芸販売部 園芸企画課長
下山 久信 氏	山武郡市農業協同組合 直販開発部 審議役

<実需者>

田代 佳巳 氏	株式会社 マルエツ 商品本部青果部 コントローラー
設楽 國男 氏	株式会社 したら 代表取締役社長

<学識経験者>

藤島 廣二 氏 (座長)	東京農業大学 国際食料情報学部 教授
藤澤 研二 氏	藤澤流通・マーケティング研究所 代表
草苺 耕造 氏	関東学園大学 法学部 教授
田中 久義	株式会社 農林中金総合研究所 常務取締役

(2) 聞き取り調査

対象：農協、農業生産法人、卸売市場関係者、実需者、金融サービス会社等
項目：契約取引の現状、青果物卸売市場の代金決済、取引信用保険等金融サービス

(3) アンケート調査

対象：農協、農業生産法人、生産者
項目：野菜の出荷状況、契約取引の現状、代金決済の現状と意向等

3 事務局

株式会社農林中金総合研究所が事務局として調査を実施した。

佐々木 隆（調査第一部長）	全体総括
尾高 恵美（研究員）	、 執筆、アンケート調査・聞き取り調査実施
内田多喜生（副主任研究員）	執筆、アンケート調査・聞き取り調査実施
斉藤由理子（部長代理）	執筆、アンケート調査・聞き取り調査実施
木村 俊文（研究員）	聞き取り調査実施

4 報告書の構成

アンケート調査結果及び聞き取り調査結果を踏まえ、契約取引における産地の実態及び意向を明らかにし（ 生鮮野菜における契約取引の現状と今後の意向）卸売市場について代金決済機能を中心に分析を行った上で（ 卸売市場における代金決済機能について）代金回収リスクの軽減及び決済サイトの短期化についての金融サービスを契約取引において利用する際の条件等について検討した（ 代金回収リスクの軽減と決済サイトの短期化について）。

5 調査結果の要約

（1）生鮮野菜における契約取引の現状と今後の意向

a 契約取引が拡大してきた背景

契約取引の拡大には次のような背景があると思われる。実需者側の状況をみると、量販店や外食企業が台頭してきたことにより、仕入の安定性を重視する実需者が増加してきたことがあげられる。一方、総合農協（以下、農協と略す）農業生産法人及び生産者側の状況をみると、輸入野菜の増加で市場価格が安値基調にある中で、安定した価格の実現と手取りの増加を目指して契約取引により積極的になったことがあげられる。この結果、農協や農業生産法人が実需者と直接、あるいは経済連・園芸連・全農県本部（以下、経済連・全農県本部と略す）卸売業者、仲卸業者及び商社等の仲介者を介して、契約取引を進めてきた。

b 契約取引の実施状況

2001年度に契約取引を実施した割合は、農協で50.5%、野菜を生産している農業生産法人（以下、野菜生産法人と略す）で65.9%であり、半数以上が契約取引を実施した。販売金額に占める契約取引の割合は、農協では「20%未満」の割合が高く契約取引のウエイトは低いが、野菜生産法人では「80~100%」の割合が高く契約取引のウエイトは相対的に高い。販売先は、農協も野菜生産法人も仲介者を介して販売する割合が高く、最終的な実需者としてはスーパーや生協が多くなっている。

c 契約取引の今後の意向

契約取引についての今後の意向をみると、実需者、及び2001年度に契約取引を実施した農協と野菜生産法人で拡大意向が強く、実施しなかった野菜生産法人でも契約取引に対する関心は比較的高い。

しかし、契約取引の課題として、実需者では需給バランスの問題が多くあげられている。また、契約取引を実施した農協と野菜生産法人では天候不順による供給不足と生産過剰が大きな問題として認識されており、需給バランスの難しさが大きいとみられる。一方、実施しなかった農協と野菜生産法人では、実施した場合に比べて代金回収への不安が大きくなっている。

(2) 卸売市場における代金決済機能について

a 卸売市場における代金決済機能について

卸売市場の代金決済機能を支えている具体的な仕組みとしては、組合代払方式と精算会社方式があげられ、中央卸売市場では組合代払方式が中心である。これらの仕組みにより、卸売市場の代金決済は、確実性が高くかつ代金決済サイトが非常に短いものとなっている。

ただし卸売業者と仲卸業者の経営悪化と経営格差の拡大により、卸売市場における代金決済機能の維持が大きな課題となりつつある。

b 契約取引と卸売市場の持つ機能について

現在の契約取引は、卸売市場の代金決済機能を利用するために、予約相対取引のように市場を経由するケースも多いとみられるが、必ずしも卸売市場の持つ機能が全て契約取引のニーズに、的確に対応しているわけではない。そのため現在打ち出されている「卸売市場流通の効率化等の方向」では、契約取引をはじめとする多様化する流通に、卸売市場が積極的に対応していくものとされている。しかし卸売業者と仲卸業者の経営格差の更なる拡大や代金決済機能への影響等も予想され、出荷者にとって市場流通取引のリスクが高まってくる可能性もある。そのため出荷者にとっては、契約取引等多元化する市場外流通への対応が今後より一層必要になるとみられるが、その際には、市場外流通における最大の課題の一つである代金決済を保証する仕組みが必要となつてこよう。

(3) 代金回収リスクの軽減と決済サイトの短期化について

a 外部サービス利用のニーズ

卸売市場を経由しない契約取引においては、取引先の信用リスクに応じた適切な対応を行うことがより必要となる。農協や野菜生産法人自らもリスク軽減策として、信頼できる人への取引先紹介の依頼、信用情報による販売先選定、販売先の分散、売買契約書の締結等を行っているが、損保等による金融サービスへのニーズも高い。契約取引を実施する農協の8割、野菜生産法人の7割が代金回収リスクの移転を希望し、うちリスク軽減のために何らかの支出をしてもよいという割合は農協の7割、野菜生産法人の9割にのぼる。

b 販売代金回収リスク移転のためのサービス

販売代金回収リスクの移転のためのサービスには、取引信用保険、ファクタリング保証などがある。また、電子商取引向けサービスとして、取引信用保険やファクタリングの他、決済と保証と与信管理等が複合的に提供される例もある。

金融サービスの利用に当たっては、手数料率が支払可能な水準であるか、一定以上の取引規模であるか、債権管理体制等が整備されているか、取引確定のための資料が整備されているかなど、サービスに応じて必要な条件がある。既に一部の農協や野菜生産法人はその条件をクリアしているとみられ、また、今後契約取引が拡大すれば、利用可能な農協や野菜生産法人の範囲も拡大する。

金融サービスごとにみると、取引信用保険は、取引規模が大きく債権管理体制等の整っている一部の農協で利用可能である。さらに、取引信用保険でも複数の農協や野菜生産法人を取りまとめ一つの契約にすることができれば、各加入者の取引規模が小さい場合も利用可能であり、かつ保険料水準は低めとなる。ファクタリングは、必要な販売先だけに保証をかけるものであり、保険に比べ料率は高めとなるが、取引規模がある程度大きく、取引先が企業信用情報データに該当し、取引確定資料があるなどの場合に利用可能である。電子商取引向け金融サービスは、取引規模の条件がなく取引確定のための書類も必要ないという点から比較的に利用可能な範囲は広い。現状、野菜の契約取引における電子商取引の割合は低いですが、将来的には電子商取引の市場は拡大する方向にあるとみられる。

c 決済サイト短期化のためのサービス

決済サイト短期化のニーズは、特に、出荷元の生産者に対して市場と同等ないし比較的短い決済サイトで支払を行っている農協や野菜生産法人に強い。買取ファクタリングや電子商取引向け決済システムでの期日前入金サービスによれば、決済サイトの短期化が可能である。

生鮮野菜における契約取引の現状と今後の意向

1 契約取引の定義と野菜の特性

(1) 契約取引の定義

農林水産省統計情報部『食品製造業における農産物需要実態調査報告書』によると、契約取引の定義は、「生産者（農家等）と事業所との間で取引する農産物の、価格、数量、規格（品質）等について、原則として農産物のは種前に一定の契約（約束）に基づいた取引における仕入れ」とされている。この定義を参考にして、契約取引実態アンケート調査では、「出荷者が販売先と、販売する野菜の価格、数量、規格（品質）等について、あらかじめ一定の契約（約束）を行い、それに基づいて行う取引とし、契約には、口頭による約束も含まれる」と定義した。この中には、卸売市場での予約相対取引や全農集配センターとの取引も含まれる。

(2) 野菜の特性

流通形態はその商品の特性と密接に関係しているので、簡単に野菜の主な特性をみておこう。

特性 収穫量は天候の影響を受けて変動する。

野菜の収穫量は、露地栽培のみならずハウス栽培でも、日々変化する天候の影響は避けられない。台風が産地を襲った場合には収穫量が極端に減少することもあり、反対に豊作時には値崩れを防ぐために産地廃棄される場合もある。

特性 生鮮野菜は時間が経過するとともに品質が劣化するために、ストックすることが困難である。

時間の経過とともに鮮度が落ちて品質が劣化するという特徴は、農産物全般にいえることであるが、生鮮野菜では特にその傾向が強い。できるだけ鮮度を保つためにコールドチェーンの導入が進められている。

特性 卸売市場を経由する場合には価格変動が大きい。

収穫量の変動が大きく、生鮮野菜をストックすることは困難であることにより、出荷量が不安定になり、需給バランスが崩れ、卸売市場価格の変動が大きくなる。

特性 アイテム数が多い。

聞き取り調査によると、食品スーパーE社で扱っている野菜のアイテム数は、周年性の野菜で100アイテム、季節性のものを含めると150アイテムになるという。扱っている品目数が多いということは、品揃えの維持が重要になることを意味している。

特性 スーパーにとっては看板商品である。

食料品を扱うスーパーの多くでは、青果物は彩りがよいことから入り口付近に陳列されており、店舗の看板商品と位置付けられ、仕入に力が入られている。

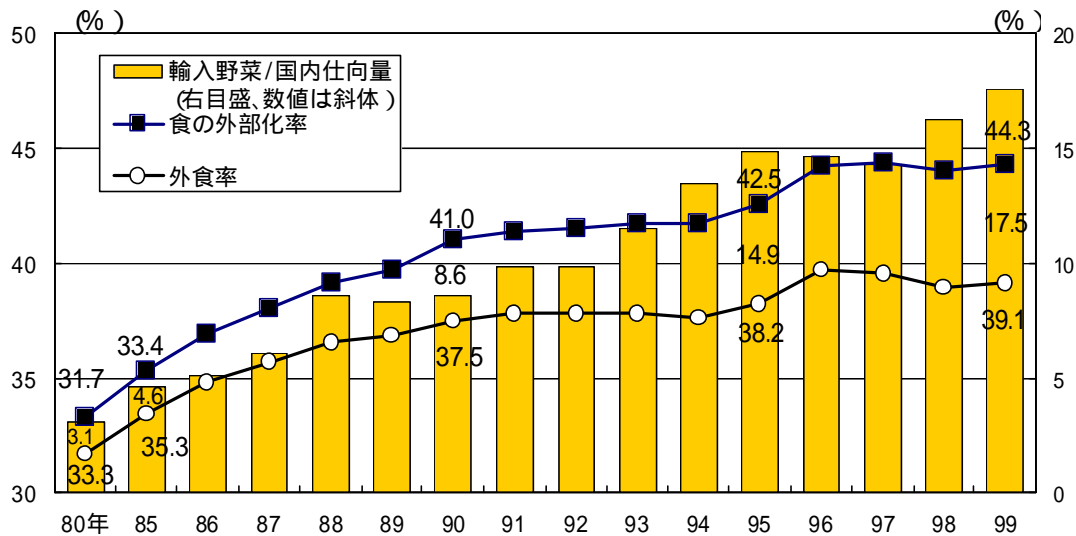
2 契約取引が拡大してきた背景

(1) 消費

a 食の外部化の進行

契約取引が拡大してきた背景について、消費の面からみてみよう。女性の社会進出等により、外食や中食の消費が増加し、食の外部化が進行してきた(図表 - 1)。食の外部化の進行は、外食企業と中食企業の業務用野菜需要の増加を意味する。これに対する国内産地の対応が遅れる一方で、開発輸入が進展したために、輸入野菜が増加してきたことが指摘されている¹⁾。

図表 - 1 食の外部化の推移



資料 (財) 外食産業総合調査研究センター『外食産業統計資料集』、農林水産省『食料需給表』

(注) 1. 外食率 = 外食産業市場規模 / {(家計の食料・飲料・煙草支出 - 煙草販売額) + 外食産業市場規模}

2. 食の外部化率 = (外食産業市場規模 + 料理品小売業) / {(家計の食料・飲料・煙草支出 - 煙草販売額) + 外食産業市場規模}

b 生鮮野菜の購入先の変化

次に生鮮野菜について、消費者の購入先の内訳を示したものが図表 - 2である。これによると、94年から99年にかけて、一般小売店の割合は、20.7%から13.5%へと低下し

¹⁾ (財) 岐阜県産業経済振興センター『食品産業と農業者の連携促進に関する調査研究報告書』2001年3月

ている一方、スーパーの割合は54.2%から61.2%へと上昇しており、スーパーへのシフトが顕著となっている。購入金額の割合は仕入金額の割合に連動していると考え、仕入においてスーパーの存在感が強まっていることがうかがえる。

図表 - 2 生鮮野菜の購入先（全世帯、二人以上の世帯）

(単位 円/月、%)

	94年		99年	
	金額	構成	金額	構成
スーパー	4,197	54.2	4,121	61.2
一般小売店	1,603	20.7	907	13.5
生協 購買	602	7.8	601	8.9
百貨店	179	2.3	201	3.0
ディスカウントストア	64	0.8	51	0.8
コンビニエンスストア	37	0.5	25	0.4
通信販売	11	0.1	18	0.3
その他	1,064	13.7	814	12.1
計	7,739	100.0	6,738	100.0

資料 総務庁統計局『全国消費実態調査報告』

- (注) 1. 生協 購買とは、組合員の出資によってつくられている生活協同組合、農業協同組合や会社、官公庁等が職員のために設けている購買部をいう
2. その他には、問屋、市場、駅・劇場等の売店、露店、行商及び自動販売機等が含まれる。

(2) 流通業者

a 小売業者の変化

(a) 食品小売業者の店舗数

消費者の購入先がスーパーにシフトしていることに対応して、図表 - 3 に示したように、小売業者でも食料品スーパーの店舗数が91年1.5万店から99年1.9万店へと増加し、食料品専門店の店舗数は91年の29.7万店から99年24.9万店へと減少している。

図表 - 3 食品小売業者の店舗数

(単位 万店、%)

	実数				増加率
	91年	94年	97年	99年	99/91
食料品専門店	29.7	26.4	23.0	24.9	16.2
食料品中心店	21.2	18.6	15.5	13.1	38.2
コンビニエンス・ストア	2.4	2.9	3.7	4.0	66.4
食料品スーパー	1.5	1.6	1.8	1.9	26.4
総合スーパー	0.2	0.2	0.2	0.2	0.0
計	54.9	49.7	44.1	44.0	19.9

資料 通商産業省『商業統計表』

- (注) 1. 百貨店、その他小売店、その他スーパーを除く。
2. 食料品専門店とは特定商品(例:食肉、鮮魚)の取扱いが90%以上の店舗、食料品中心店とは食料品の取扱いが50%以上の店舗、食料品スーパーとは食料品の取扱いが70%以上の店舗、コンビニエンス・ストアとは飲食物品を取り扱い、営業時間が14時間以上の店舗を指す。

(b) 実需者の生鮮野菜の仕入先

それではスーパーは生鮮野菜をどこから仕入れているのだろうか。図表 - 4 は量販店と外食業者の生鮮野菜の仕入先の内訳を示したものである。量販店では、中央卸売市場の仲卸業者の割合が5割近くを占めている。ただ94年から99年にかけては地方卸売市場の割合が9.4ポイント上昇し、生産者から直接仕入れる割合もわずかであるものの上昇している。また、外食業者でも、農協等や生産者から直接仕入れる割合が上昇している。

生産者から直接仕入れる割合がわずかながら増えてきた要因として次のようなことが考えられる。すなわち、スーパーは仕入に際して「定質・定価・定量・定時」と品揃えを重視するといわれている²。しかし、前述したように野菜の収穫量が天候の影響を受けやすいという特徴のために、卸売市場から調達する場合には、価格変動が大きく、定価・定量の条件や品揃えを満たすことが難しい場合もありうる。このリスクを避けるために、スーパーでは生鮮野菜の一部を直接取引で仕入れるケースが現れてきたものと思われる。さらに最近では、他社との競合が激しくなる中で、スーパーがこだわり野菜で特色を出したり、生産履歴を明確化するために、農協や農業生産法人との直接取引に取り組む事例が増えてきた³。

図表 - 4 量販店と外食業者の生鮮野菜の仕入先の内訳

(単位 % ポイント)

		中央卸売市場		地方卸売市場	場外問屋	全農集配センター	農協等	産地仲買人	生産者	輸入商社	直輸入	その他
		卸売業者	仲卸業者									
量販店	94年	9.0	48.7	13.0	4.7	8.8	1.8	2.4	2.9	5.5	2.0	1.3
	99	7.5	47.1	22.4	2.5	4.7	2.4	1.7	5.4	4.5	0.3	1.3
	99-94年	1.5	1.6	9.4	2.2	4.1	0.6	0.7	2.5	1.0	1.7	0.0
外食業者		中央卸売市場		地方卸売市場	納め屋・一般小売店	全農集配センター	農協等	産地仲買人	生産者	輸入商社	直輸入	その他
		卸売業者	仲卸業者									
	94年	7.6	25.2	5.8	51.6	4.6	0.5	0.9	0.3	1.2	0.8	1.5
99	8.3	24.1	11.5	40.1	2.7	3.5	2.5	4.0	1.5	0.6	1.2	
99-94年	0.7	1.1	5.7	11.5	1.9	3.0	1.6	3.7	0.3	0.2	0.3	

資料 (社)食品需給研究センター『卸売市場整備基本方針調査報告書』『卸売市場実態調査報告書』

(注) 網掛けは94年から99年にかけて割合が増えた仕入先。

b 卸売市場経由率の変化

卸売市場は野菜流通の大宗を担っている。ただし、そのウエイトは徐々に低下しつつある。図表 - 5 をみると、卸売市場経由率は、85年の87.4%から、95年に80.8%まで低下し、その後98年には82.8%へとやや上昇している。

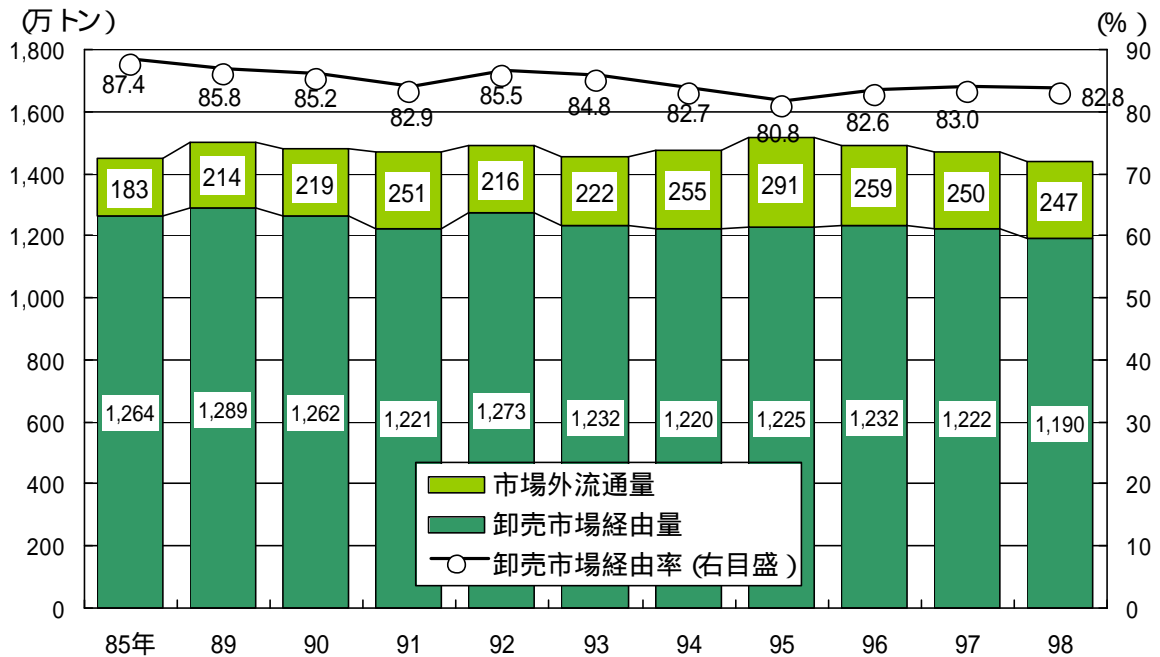
卸売市場経由率が長期的には低下してきた背景には、卸売市場を経由しない輸入農産物の増加に加えて、次章で詳しく述べられるように、卸売市場の体制が流通の現状に必ずしも適応していない面があるためとみられる。

² 藤島廣二『リポート輸入野菜300万トン時代』家の光協会、1997年、124～126ページ。

³ 「スーパー 法人農家と商談活発」2002年6月4日付『日本農業新聞』

ただし、輸入野菜でも卸売市場を経由することのメリットは小さくないといわれている⁴。近年の卸売市場経由率が横ばいで推移している理由として、輸入野菜の増加に伴い、卸売市場を経由する輸入野菜が増えたことが考えられる。

図表 - 5 野菜の卸売市場経由率



資料 農林水産省『卸売市場データ集』

(注) 上記資料では、得られる資料の中で市場間取引等の重複分は除いて推計されている。

(3) 供給

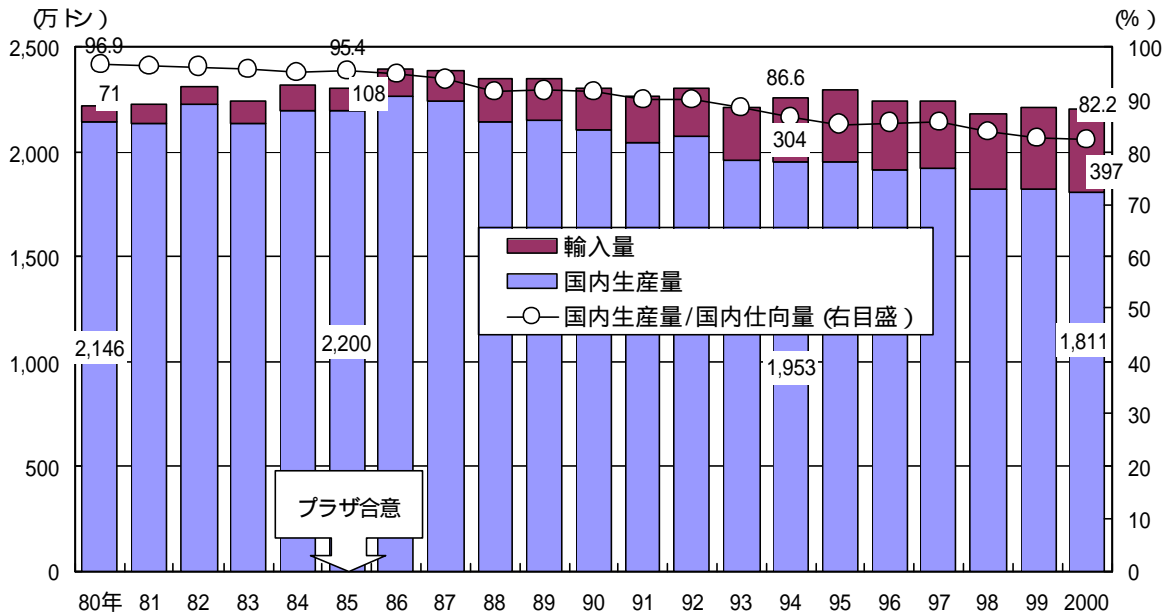
a 国内産と外国産

次に野菜の供給面をみてみよう。図表 - 6 をみると、80 年には国内仕向量に占める国内生産量の割合は 96.9%とほとんどが国内産で占められていた。しかし、輸入野菜が円高の進行と開発輸入を背景に増加し、為替レートが 1 ドル = 100 円になった 94 年の国内仕向量に占める国内生産量の割合は 86.6%まで低下した。その後円安に転じたものの、輸入野菜が安定的な仕入や品揃えの手段として定着したこと等により、輸入量はさらに増加し、2000 年の国内仕向量に占める国内生産量の割合は 82.2%となった。また従来は、野菜の輸入は加工品が中心であったものの、近年では生鮮での輸入が増加している。

輸入野菜が増えている要因として、前述した業務用需要への国内産地の対応の遅れ以外に、実需者や実需者に納品している仲卸業者にとって、価格面のメリットや安定した供給が可能であるというメリットが大きいことが指摘されている。

⁴ 前掲藤島 73~101 ページ。

図表 - 6 野菜の国内生産量と輸入量の推移



資料 農林水産省『食料需給表』

(注) 1. 野菜、いも類、きのこ類の合計。

2. 重量は生鮮換算量。

b 集出荷組織別にみた出荷量の内訳

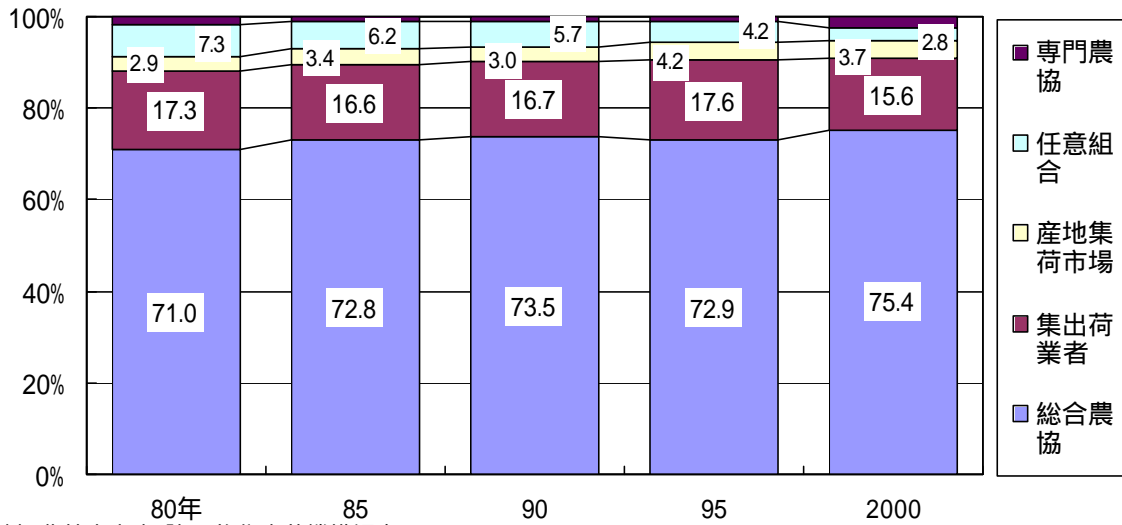
野菜の集出荷組織別にみた出荷量の内訳を図表 - 7 に示した。2000 年においては、農協の集出荷割合が 75.4%と大半を担っており、その割合は過去に比べて拡大している。集出荷業者の割合は、農協に次いで 2 番目に大きいものの、徐々に低下してきている。

c 集出荷組織の大規模化

農林水産省『総合農協統計表』によると、1 農協当たり野菜販売・取扱高（金額ベース）は、広域合併に伴って、80 年の 1.8 億円から、90 年の 3.7 億円、95 年の 5.2 億円、2000 年には 9.0 億円へと増加してきた。また、重量ベースでも、1 農協当たりの 2000 年の野菜の出荷量は 95 年に比べて 44.6%増加するなど、集出荷組織の出荷規模が大きくなってきている（図表 - 8）。

集出荷組織の大規模化によって安定供給を可能とする 1 つの条件が整ったといえる。

図表 - 7 集出荷組織別に見た出荷量の内訳



資料 農林水産省「青果物集出荷機構調査」

(注)1.集出荷業者とは、産地で生産者などから青果物を集荷して出荷する産地仲買人、産地問屋をいう。産地集荷市場に上場された青果物を買取って他市場に出荷することを主とする業者も含まれている。

2.任意組合とは、個別の生産者によって任意に組織され、青果物の出荷を行う、総合農協、集出荷業者、専門農協以外の団体(法人、非法人を問わない)。

3.産地集荷市場とは、青果物を集荷し、消費都市に出荷する目的で産地に開設されている市場であって、その取扱量のほぼ80%以上が消費都市に再出荷されている市場。

図表 - 8 野菜の集出荷組織の1組織あたり出荷量

(単位 トン%)

	95年	2000	2000/95 増減率
産地集荷市場	9,947	8,595	13.6
専門農協	2,500	5,167	106.7
総合農協	2,576	3,726	44.6
集出荷業者	1,360	1,520	11.7
任意組合	252	294	16.7

資料 農林水産省「青果物集出荷機構調査」

d 販売ルート

(a) 卸売市場経由の販売ルートと契約取引の販売ルート

図表 - 9 と図表 - 10 は、卸売市場経由の販売ルートと、後述する契約取引の販売ルートを簡略化して示したものである。

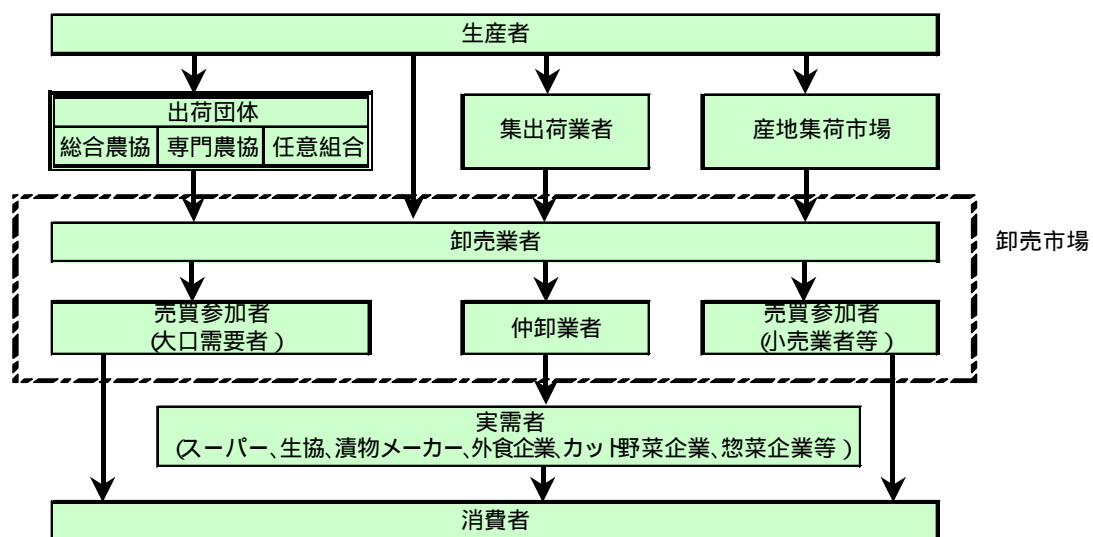
卸売市場経由の生鮮野菜の販売ルートでは、生産者自らが卸売市場に出荷したり、あるいは農協(総合農協・専門農協)任意組合、集荷業者、産地集荷市場を通じて卸売市場に出荷され、そこで、卸売業者と仲卸業者や他の売買参加者とが、現在では主として相対取引を行い、仲卸業者はさらに実需者に販売するというものである。この取引では卸売市場が流通の要となっている。

次に図表 - 10 に示した契約取引の販売ルートをみると、卸売市場では予約相対取引と

いう取引形態で卸売業者が取引の仲介を行っている。卸売市場以外でも、全農集配センター、商社、インターネットでの農産物取引会社、加工メーカー、仲卸業者も仲介者の機能を果たしている。仲介者経由以外にも、農協、野菜生産法人や生産者が実需者と直接取引を行うルートもある。直接取引の中には、農協が自ら品揃えを行い、スーパー内にインショップを設置するというケースもみられる。

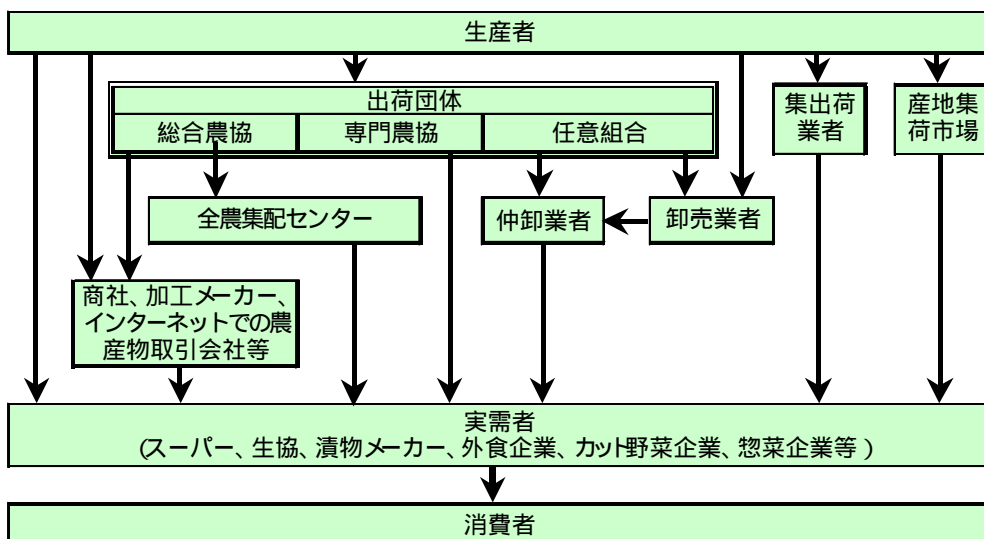
契約取引では、仲卸業者が直接仕入れたり、加工メーカーが生鮮野菜の契約取引を行うなど、卸売市場経由の取引ルートでは川下に位置付けられる業種が川上に向かう動きや、農協がインショップを構えるという方法で川下に進出する動きがみられることが特徴である。

図表 - 9 卸売市場経由の販売ルート



資料 農林水産省『卸売市場の現状と課題』を参考に作成。

図表 - 10 契約取引の販売ルート



資料 聞き取り調査等を基に作成。

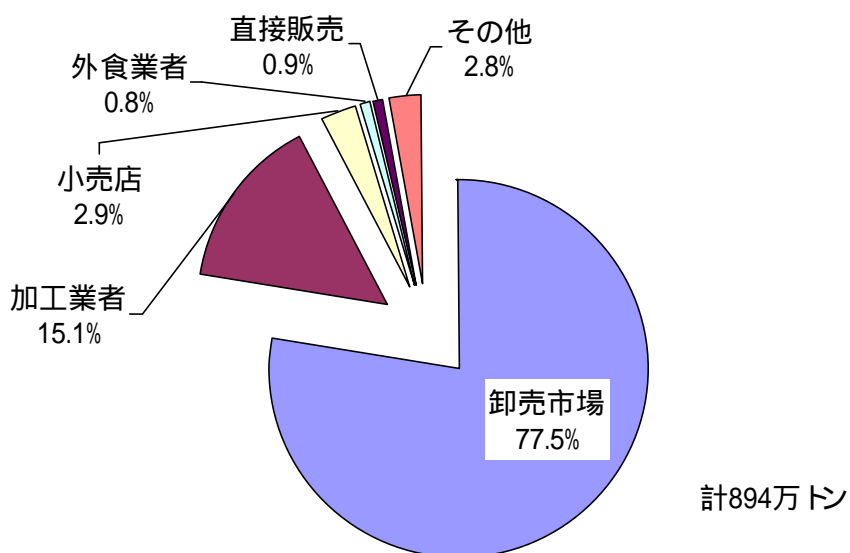
(b) 各販売ルートの内訳

ア 重量ベースの内訳

図表 - 11 に野菜の集出荷組織の出荷先の重量ベースの内訳を示した。これをみると、卸売市場が77.5%で最も大きな割合を占めており、次いで加工業者の割合が15.1%となっている。小売業者に直接出荷している割合は2.9%、外食業者に直接出荷している割合は0.8%となっている。

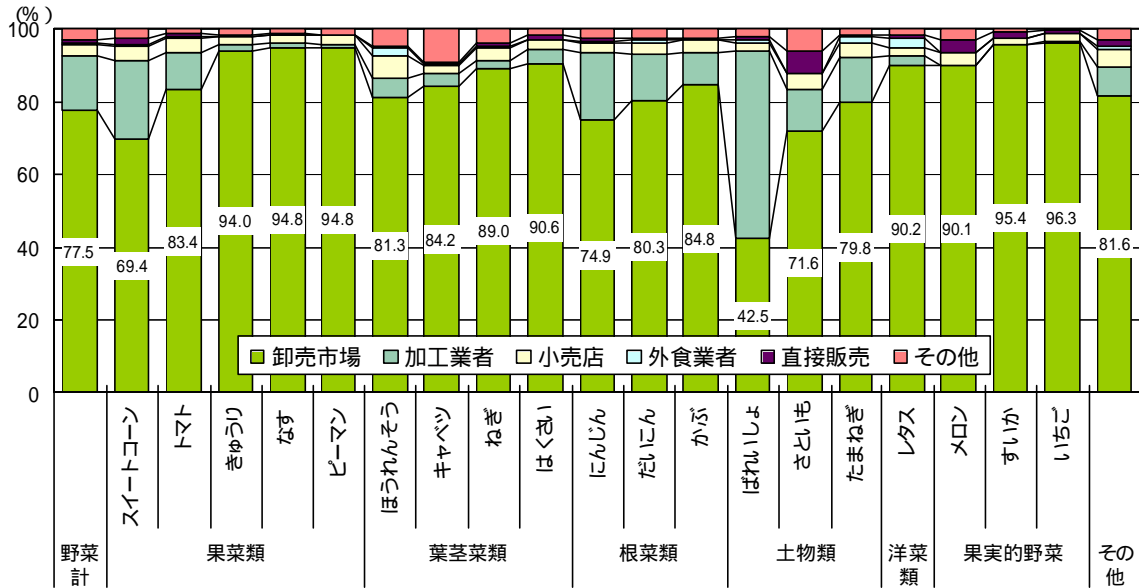
また、図表 - 12 に示した品目別にみた出荷先の内訳をみると、ばれいしょ、スイートコーン、さといも、にんじん及びたまねぎは、卸売市場の割合が80%未満と低く、加工業者等の割合が高くなっている。

図表 - 11 野菜の集出荷組織の出荷先の内訳（重量ベース、2000年）



資料 農林水産省「青果物集出荷機構調査」

図表 - 12 品目別にみた出荷先の内訳（重量ベース、2000年）



資料 農林水産省「青果物集出荷機構調査」

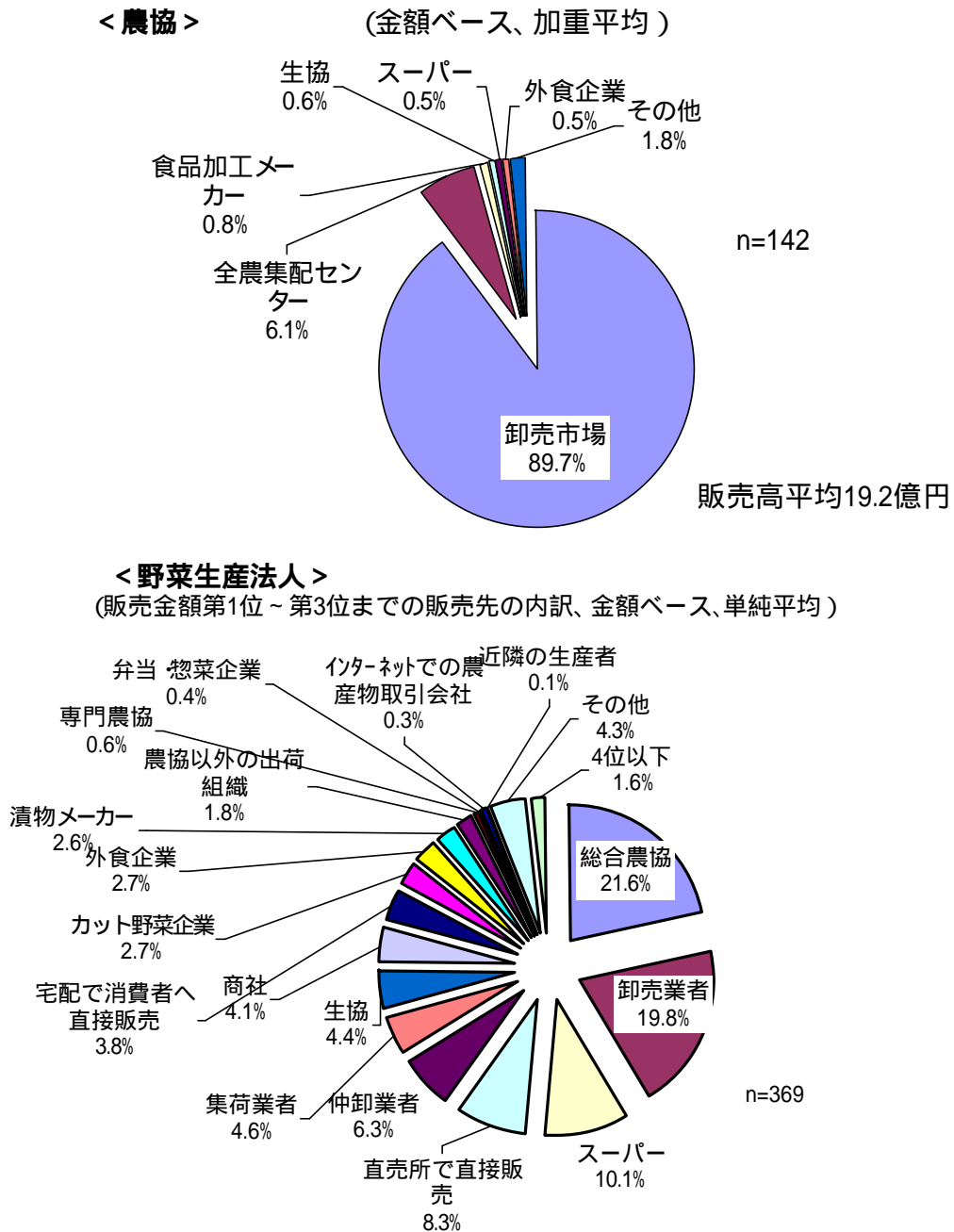
イ 金額ベースの内訳

次に、金額ベースの販売先の内訳をみてみよう。以下では、今回実施した「契約取引実態アンケート調査」の結果より、農協と野菜生産法人の野菜販売についてみていこう。

図表 - 13 上段に農協の野菜の販売先の金額ベースの内訳を示した。これをみると、卸売市場が89.7%を占め、次いで、全農集配センターの割合が6.1%となっている。実需者への直接販売は、食品加工メーカー、生協、スーパー、外食企業の合計で、販売金額の2.4%となっている。また、農協が経済連・全農県本部を経由している割合は、金額ベース（加重平均）で95.6%となっている。

一方、野菜生産法人の販売先の金額ベースの内訳（図表 - 13 下段）でみると、農協が21.6%で最も高くなっている。農協では9割を占めていた卸売業者は19.8%と少なく、スーパーが10.1%を占めるなど、販売金額全体に占める直接販売の割合が高く、取引先が分散していることが特徴となっている。取引先が分散している理由としては、後述するように、取引先を分散することが代金回収リスクを軽減するための1つの手段となっているためと考えられる。

図表 - 13 野菜の販売先の内訳（金額ベース）



資料 「契約取引実態アンケート調査」

(c) 3年前と比べた販売金額の割合の増減

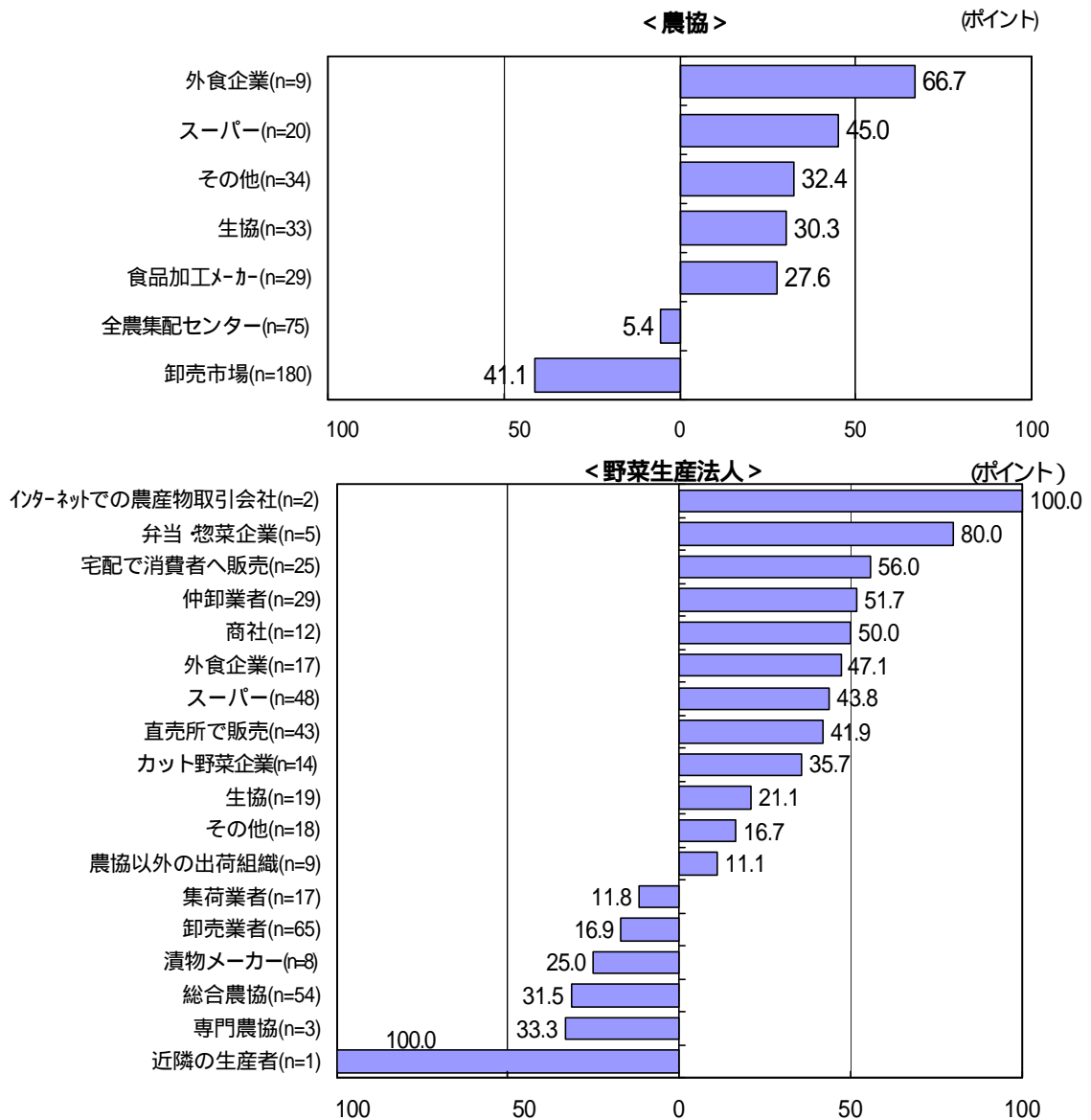
3年前と比較した販売金額の割合の増減のDI値(「増加」回答割合 - 「減少」回答割合)を示したものが図表 - 14である。農協では、販売金額の割合の第1位と第2位を占める卸売市場や全農集配センターのDI値はマイナスであり、外食企業、スーパー、生協、食品

加工メーカーのDI値がプラスとなっている。

野菜生産法人についても、販売金額の割合の第1位と第2位を占める農協と卸売業者のDI値はマイナスとなっている。インターネットでの農産物取引会社は、近年設立された会社が多いために取引を行っている野菜生産法人も少なく、サンプル数は少ないものの、DI値は100ポイントとなっている。

総じてみると、卸売市場や農協系統を介した取引の割合は3年前に比べて低下し、実需者との直接取引の割合が上昇する傾向にあることがうかがわれる。

図表 - 14 3年前と比較した販売金額の割合の増減のDI値
(「増加」回答割合 - 「減少」回答割合)



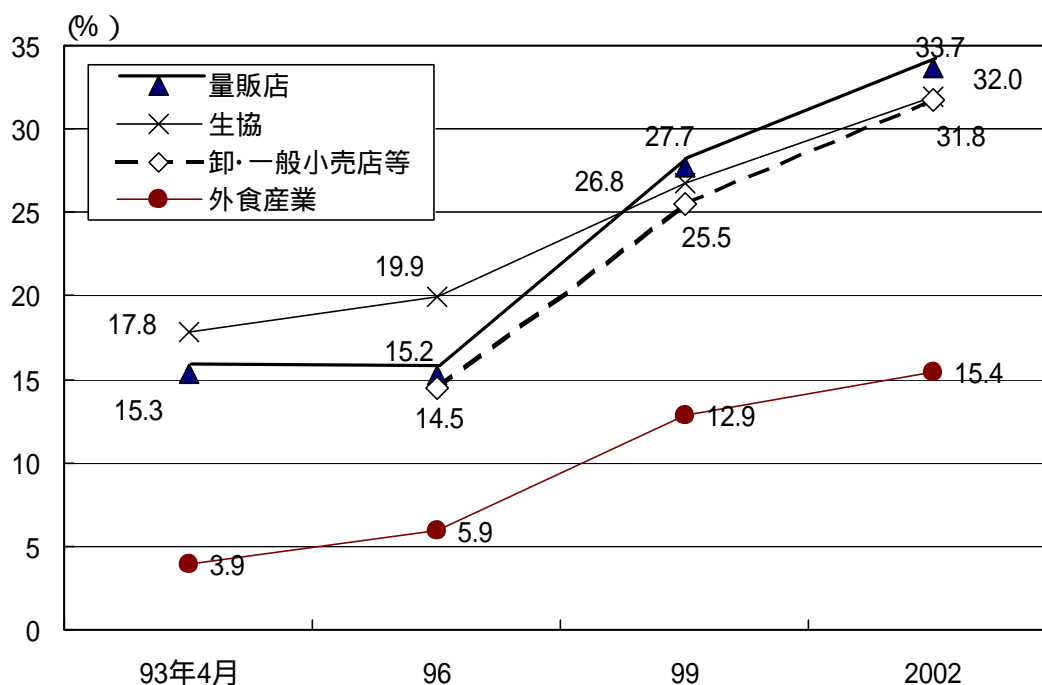
資料 契約取引実態アンケート調査

(注) は実需者への直接販売を、 は消費者への直接販売を示す。

(d) 直接取引の推移

参考までに、農産物全体について、小売店や外食企業等と直接販売を実施している農協の割合の推移を図表 - 15 に示した。これをみると、量販店、生協、卸・一般小売店等、外食産業への直接販売は、いずれも 93 年に比べて 2002 年の割合は上昇しており、農産物全体について直接販売に取り組む農協の割合が上昇していることがわかる。量販店と直接取引を実施している割合をみると、93 年の 15.3% から、2002 年には 33.7% へと 2 倍以上に上昇している。その他の販売先について、2002 年の実施割合をみると、生協 32.0%、卸・一般小売店等 31.8%、外食産業 15.4% となっている。

図表 - 15 農産物の直接販売を実施している農協の割合



資料 全中「JAの活動に関する全国一斉調査」
 (注) 調査対象は農産物全般。

(e) 農協及び野菜生産法人からみた各販売先のメリットとデメリット

ア 卸売市場

図表 - 16 に各販売先に販売している理由を、図表 - 17 に各販売先の問題点を示した。卸売市場に出荷している理由をみると、農協では「代金回収が確実」の割合が最も高く、次いで、「事務手続きが容易」「代金決済が早い」「過剰生産時に受入れ」という理由の割合が高くなっている。また、野菜生産法人では、「代金回収が確実」「代金決済が早い」といった割合が高くなっている。

一方、問題点をみると、農協と野菜生産法人で共通して「価格が不安定」の割合が最も高く、次いで、「価格が安い」「手数料が高い」の割合が高くなっている。

図表 - 16 各販売先に販売している理由（複数回答）

＜農協＞ (単位 件、%)

販売金額順位		サンプル数	代金決済が早い	代金回収が確実	事務手続きが容易	より高く販売できる	価格・数量の安定	規格外農作物の販売	安全性をアピールできる	ニーズが聞ける	昔からの付き合い	れ過剰生産時に受入	他にない	その他
1	卸売市場	180	54.4	93.9	58.3	13.3	21.1	17.2	9.4	10.0	38.3	44.4	16.1	3.3
2	全農集配センター	78	55.1	87.2	51.3	17.9	34.6	14.1	11.5	7.7	16.7	25.6	7.7	0.0
3	生協	32	9.4	21.9	3.1	37.5	46.9	6.3	56.3	56.3	9.4	3.1	0.0	6.3
4	食品加工メーカー	28	7.1	21.4	3.6	21.4	60.7	50.0	3.6	7.1	10.7	3.6	10.7	3.6
5	スーパー	20	10.0	15.0	5.0	45.0	50.0	10.0	25.0	55.0	10.0	5.0	0.0	5.0
6	外食企業	10	10.0	10.0	0.0	50.0	60.0	30.0	10.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0
7	その他	37	5.4	10.8	5.4	43.2	24.3	29.7	27.0	29.7	18.9	2.7	2.7	13.5

＜野菜生産法人＞

販売金額順位		サンプル数	代金決済が早い	代金回収が確実	事務手続きが容易	より高く販売できる	価格・数量の安定	規格外農作物の販売	安全性をアピールできる	ニーズが聞ける	昔からの付き合い	れ過剰生産時に受入	他にない	入農業生産資材を購入	集出荷施設を利用	資金の借入れを利用	適切な営農指導が受けられる	手取りが多い	縁故関係がある
	合計	401	20.7	41.9	12.0	30.7	31.9	21.4	26.2	28.2	17.2	14.0	6.5	3.7	7.7	3.0	2.5	25.7	3.7
1	総合農協	55	18.2	60.0	23.6	5.5	16.4	5.5	5.5	1.8	29.1	25.5	14.5	18.2	36.4	18.2	16.4	1.8	0.0
2	卸売業者	68	39.7	47.1	17.6	16.2	19.1	22.1	7.4	7.4	20.6	27.9	11.8	1.5	4.4	0.0	0.0	19.1	0.0
3	スーパー	48	14.6	50.0	6.3	37.5	52.1	10.4	37.5	52.1	18.8	6.3	2.1	0.0	2.1	0.0	0.0	33.3	2.1
4	直売所で販売	46	26.1	34.8	13.0	47.8	10.9	50.0	32.6	50.0	6.5	8.7	6.5	0.0	4.3	0.0	0.0	50.0	4.3
5	仲卸業者	29	13.8	37.9	6.9	44.8	62.1	17.2	20.7	20.7	20.7	24.1	6.9	0.0	0.0	0.0	0.0	31.0	0.0
6	集荷業者	18	5.6	27.8	11.1	33.3	27.8	33.3	27.8	22.2	16.7	11.1	5.6	5.6	5.6	5.6	0.0	33.3	16.7
7	生協	19	5.3	47.4	10.5	26.3	47.4	10.5	68.4	47.4	10.5	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.5	0.0
8	商社	13	30.8	61.5	15.4	53.8	53.8	7.7	38.5	23.1	7.7	15.4	0.0	7.7	0.0	7.7	0.0	23.1	0.0
9	宅配等で消費者に販売	27	33.3	25.9	3.7	48.1	11.1	14.8	44.4	59.3	14.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.7	14.8
10	加工野菜企業	14	14.3	35.7	0.0	14.3	71.4	35.7	21.4	28.6	21.4	0.0	0.0	0.0	7.1	0.0	0.0	42.9	7.1

資料「契約取引実態アンケート調査」

(注)1)野菜生産法人は販売金額第1位～第3位の販売先を合算したもので、販売金額順位の第10位までを示した。

2)網掛けは各販売先で割合が最も高いことを示す。

イ 農協系統

農協が全農集配センターに出荷している理由をみると、卸売市場と同様に「代金回収が確実」「代金決済が早い」「事務手続きが容易」の割合が高くなっている。野菜生産法人が農協に出荷している理由をみると、「代金回収が確実」「過剰生産時に受入れ」の割合が高いほか、「集出荷施設を利用」「農業生産資材を購入」「資金の借入れを利用」「適切な営農指導が受けられる」といった農協の施設や他事業を利用しているという理由の割合が高いことが特徴である。

農協にとって全農集配センターに出荷する場合の問題点をみると、卸売市場と同様に「価格が不安定」「価格が安い」「手数料が高い」の割合が高くなっている。

野菜生産法人にとって農協に出荷する場合の問題点は、「価格が不安定」「手数料が高い」「価格が安い」の割合が高いほか、「よいものを差別化して販売できない」といった共同販売の問題点があげられている。

図表 - 17 各販売先の問題点（複数回答）

<農協> (単位 件、%)

販売金額順位		サンプル数	決済期日までが長い	代金回収の不安	事務手続が煩雑	価格が安い	価格が不安定	上位・特定等級だ	栽培基準要求が厳しい	欠品時のペナルティが厳しい	取引数量が少ない	しよていものを差別化	手数料が高い	輸送コストが高い	とくにない	その他
1	卸売市場	176	2.3	0.6	0.0	35.8	59.7	5.7	8.0	1.7	7.4	19.9	33.0	22.7	10.8	0.6
2	全農集配センター	70	1.4	1.4	1.4	32.9	35.7	5.7	18.6	4.3	7.1	17.1	31.4	18.6	15.7	0.0
3	生協	36	22.2	11.1	13.9	11.1	5.6	22.2	58.3	33.3	33.3	2.8	8.3	5.6	8.3	0.0
4	食品加工メーカー	32	31.3	56.3	9.4	21.9	3.1	15.6	12.5	12.5	25.0	6.3	3.1	9.4	15.6	0.0
5	スーパー	25	32.0	36.0	20.0	16.0	4.0	48.0	36.0	32.0	44.0	8.0	8.0	8.0	16.0	0.0
6	外食企業	19	31.6	47.4	21.1	10.5	5.3	31.6	26.3	10.5	26.3	5.3	5.3	26.3	10.5	5.3
7	その他	32	37.5	40.6	18.8	6.3	3.1	21.9	15.6	9.4	25.0	0.0	3.1	15.6	18.8	0.0

<野菜生産法人>

販売金額順位		サンプル数	決済期日までが長い	代金回収の不安	事務手続が煩雑	価格が安い	価格が不安定	上位・特定等級だ	栽培基準要求が厳しい	欠品時のペナルティが厳しい	取引数量が少ない	しよていものを差別化	手数料が高い	輸送コストが高い	とくにない	その他
1	総合農協	57	12.3	0.0	7.0	43.9	49.1	7.0	5.3	5.3	5.3	38.6	49.1	26.3	5.3	5.3
2	卸売業者	67	0.0	1.5	0.0	34.3	47.8	7.5	1.5	0.0	3.0	17.9	28.4	6.0	20.9	0.0
3	スーパー	46	13.0	6.5	8.7	4.3	6.5	13.0	17.4	8.7	32.6	2.2	2.2	8.7	23.9	6.5
4	直売所で販売	46	6.5	2.2	0.0	4.3	6.5	0.0	4.3	2.2	34.8	8.7	8.7	2.2	41.3	6.5
5	仲卸業者	29	34.5	10.3	3.4	17.2	6.9	10.3	6.9	3.4	13.8	6.9	6.9	31.0	27.6	3.4
6	集荷業者	17	17.6	17.6	0.0	29.4	23.5	5.9	11.8	5.9	11.8	5.9	11.8	5.9	17.6	5.9
7	生協	18	22.2	0.0	11.1	11.1	5.6	5.6	27.8	27.8	27.8	11.1	5.6	16.7	27.8	5.6
8	商社	12	0.0	8.3	0.0	16.7	0.0	16.7	16.7	16.7	16.7	8.3	8.3	16.7	25.0	0.0
9	消費者に直接販売	26	0.0	7.7	11.5	0.0	0.0	3.8	7.7	3.8	30.8	0.0	0.0	23.1	38.5	3.8
10	カット野菜企業	13	7.7	23.1	0.0	30.8	0.0	15.4	0.0	0.0	7.7	7.7	7.7	7.7	30.8	0.0

資料「契約取引実態アンケート調査」

(注) 1.野菜生産法人は販売金額第1位～第3位の販売先を合算したものの、販売金額順位の第10位までを示した。
2.網掛けは各販売先で割合が最も高いことを示す。

ウ 生協

生協に販売している理由をみると、農協でも野菜生産法人でも「安全性をアピールできる」「実需者・消費者ニーズが聞ける」「価格・数量の安定」「より高く販売できる」の割合が共通して高くなっている。聞き取り調査によると、生協と直接取引しているH農協では、卸売市場出荷の場合にも生協への直接販売の場合にも生産者が支払う手数料の合計は同じだが、生協への販売の場合には、コンテナ出荷でダンボール代が不要であること、生協が運賃を負担していることが生産者にとってメリットだという。

一方、問題点をみると、農協と野菜生産法人において「栽培基準要求が厳しい」「欠品時のペナルティが厳しい」「取引数量が少ない」の割合が共通して高くなっている。

エ スーパー

スーパーに販売している理由をみると、農協でも野菜生産法人でも「実需者・消費者ニーズが聞ける」「価格・数量の安定」「より高く販売できる」の割合が共通して高くなっている。また、野菜生産法人の場合には「代金回収が確実」の割合も高くなっている。

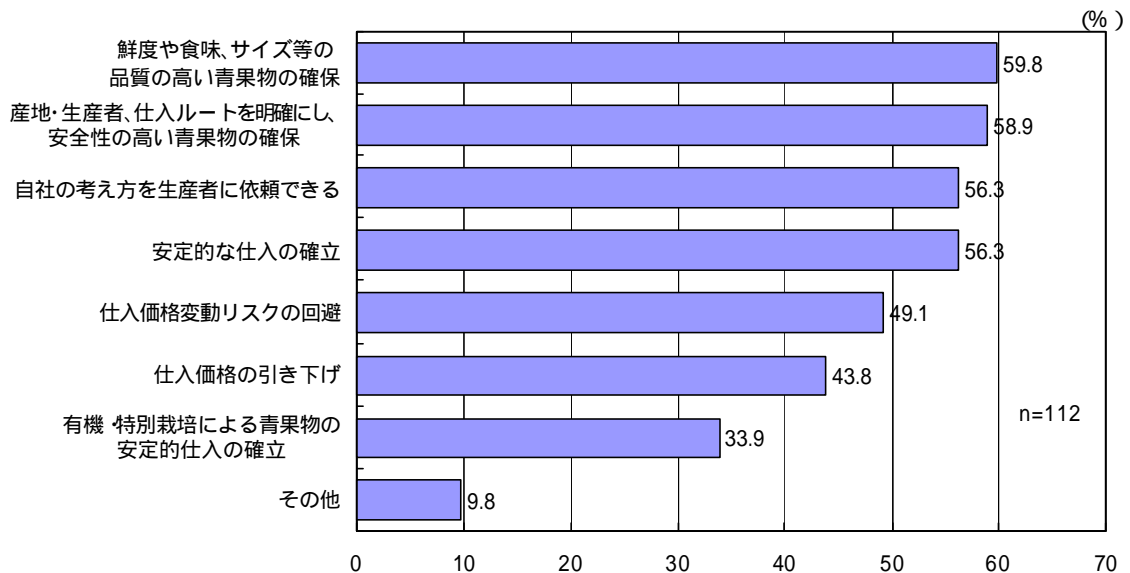
一方、問題点をみると、農協では「上位・特定等級だけ要求される」の割合が最も高く、次いで「取引数量が少ない」「代金回収の不安」「栽培基準要求が厳しい」という問題点が続いている。野菜生産法人では「取引数量が少ない」の割合が最も高いが、「とくにない」の割合が2番目に高くなっている。

(4) 契約取引のメリット

a 実需者のメリット

次に契約取引のメリットをみてみよう。図表 - 18 に実需者が契約取引を行うねらいを示した。実需者が契約取引を実施するねらいとして、「鮮度や食味、サイズ等の品質の高い青果物の確保」「産地・生産者、仕入ルートを明確にし、安全性の高い青果物の確保」「自社の考え方を生産者に依頼できる」「安定的な仕入の確立」といった回答が多く、品質、安全性及び仕入の安定性の確保というメリットを求めて契約取引に取り組む企業が多いことがわかる。

図表 - 18 実需者の契約取引のねらい



資料 野菜供給安定基金 平成13年度業務用野菜取扱業者の契約取引実態・意向調査報告書

b 農協、野菜生産法人及び生産者のメリット

図表 - 19 に示した農協及び野菜生産法人が契約取引を実施する理由をみると、「価格が安定」「組合あるいは野菜生産法人による価格決定がある程度可能」の割合が両者で共通し

て高くなっている。前述したように、卸売市場の問題点として価格の不安定性さと安さがあげられており、価格の安定性と、農協や野菜生産法人にある程度の価格の決定権限がある契約取引は、卸売市場のデメリットを回避するための手段と位置付けられているといえる。

L野菜生産法人への聞き取り調査によると、直接取引では中間マージンを省けるので有利な販売ができ、手取りが多いことがメリットであるとのことであった。

図表 - 19 農協、野菜生産法人及び生産者が契約取引を実施する理由

	サンプル数	(単位: 件、%)												
		生産者の要望が強い	生産者の多い(生産者の)手取り	価格が安定	価格決定/法があるによる	組合/法人による	数量が安定	代金決済が早い	代金回収が確実	規格外品の販売が可能	栽培情報等を明可確	別品の販売が可能	品質のよい物の差	実需者の把握が可
農協	92	32.6	35.9	84.8	38.0	26.1	3.3	15.2	20.7	15.2	21.7	25.0	5.4	
野菜生産法人	110	-	31.8	73.6	63.6	45.5	19.1	44.5	33.6	39.1	38.2	47.3	2.7	
生産者	356	-	14.9	61.2	7.3	21.3	16	36.2	22.2	19.4	15.2	12.1	8.4	

資料「契約取引実態アンケート調査」
 (注) 網掛けは各行の上位3位の割合を示す。

(5) 契約取引の拡大理由

実需者側の状況をみると、品質、安全性及び仕入の安定性の確保というメリットを求めて契約取引に取り組んでいる企業が多い。また、スーパーにおいては、競争が激しくなる中で、差異化のために契約取引に取り組むケースもみられる。

農協や野菜生産法人では、卸売市場の代金回収の確実さや豊作時の受入れなどのメリットが大きいために、卸売市場への出荷が、特に農協で大きな割合を占めている。ただし、農協や野菜生産法人は卸売市場に価格が不安定で安値であるといったデメリットを感じている。一方、スーパーや生協への直接販売は、価格や数量が安定しており、かつ中間マージンを圧縮して販売できるというメリットがある。輸入野菜増加による卸売市場価格の低迷を背景に、手取りを増やすために、農協や野菜生産法人等が量販店との直接取引により積極的になっているといえよう。

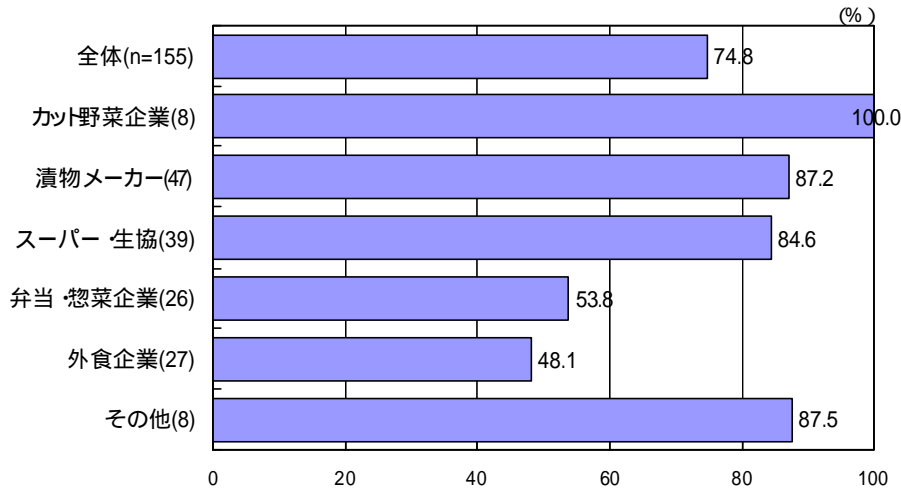
3 契約取引の現状と今後の意向

(1) 実需者の状況

a 実施状況

図表 - 20 に実需者が契約取引を実施している割合を示した。カット野菜企業で100%、漬物メーカーで87.2%、スーパー・生協で84.6%となっており、食品加工企業や量販店では半数以上が契約取引を実施している。

図表 - 20 契約取引を実施している実需者の割合



資料 野菜供給安定基金『平成13年度業務用野菜取扱業者の契約取引実態・意向調査報告書』
 (注) その他は、山菜加工企業や冷凍食品製造企業。

b 契約取引の問題点

図表 - 21 に実需者が契約取引に取り組んだ際の問題点を示した。全体では数量確保・需給バランスの問題が最も多くあげられている。業種別にみると、スーパー・生協では価格面の問題、カット野菜企業と外食企業では天候変動の問題、弁当・惣菜企業では数量確保・需給バランスの問題が最も多くあげられている。

また、漬物メーカーD社への聞き取り調査によると、10年前の野菜価格が高水準のときには契約取引はメリットがあったが、近年は市場価格が契約取引で決めた価格を下回っているため契約すると損になる。生産者からは契約取引の要望は多いが、卸売市場との価格差が大きいのでメーカーとしては一定以上は伸ばせないという。また、工場の加工能力に限度があるにもかかわらず、豊作時も全量買取らなければならないために、契約取引は仕入全体の3割が限度だろうとのことであった。

図表 - 21 契約取引に取り組んだ際の問題点

	サンプル数	(単位 件、%)					
		価格面 の問題	数量確保・需給 バランスの問題	天候変動 の問題	品質の 問題	物流の 問題	その他 の問題
全体	97	11.3	28.9	15.5	16.5	3.1	24.7
スーパー・生協	38	26.3	18.4	10.5	10.5	7.9	26.3
カット野菜企業	9	0.0	22.2	33.3	22.2	0.0	22.2
漬物メーカー	28	3.6	28.6	10.7	25.0	0.0	32.1
弁当・惣菜企業	8	0.0	62.5	0.0	25.0	0.0	12.5
外食企業	12	0.0	33.3	41.7	8.3	0.0	16.7
その他	2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

資料 野菜供給安定基金『平成13年度業務用野菜取扱業者の契約取引実態・意向調査報告書』

(注) 1.上記報告書の自由回答を筆者がまとめたもの。

2.網掛けは各行で第1位の割合を示す。

c 契約取引の今後の意向

図表 - 22 に契約取引についての今後の意向を示した。全体としては、「産地・品目・時期を増やす」の割合が 55.1%と最も高く、半数を超えている。業種別にみると、スーパー・生協、カット野菜企業、弁当・惣菜企業、外食企業で「産地・品目・時期を増やす」の割合が最も高く、中でもカット野菜企業と外食企業では 80.0%と高くなっている。

図表 - 22 実需者の今後の意向

(単位 件、%)

	サンプル数	現状維持で続ける	産地・品目・時期を増やす	産地・品目・時期を絞り込む	今後はやめる
全体	78	38.5	55.1	6.4	0.0
スーパー・生協	27	25.9	66.7	7.4	0.0
カット野菜企業	5	20.0	80.0	0.0	0.0
漬物メーカー	24	66.7	29.2	4.2	0.0
弁当・惣菜企業	7	14.3	71.4	14.3	0.0
外食企業	10	20.0	80.0	0.0	0.0
その他	5	60.0	20.0	20.0	0.0

資料 野菜供給安定基金 平成13年度業務用野菜取扱業者の契約取引実態・意向調査報告書』

(注) 網掛けは各行で割合が最も高いことを示す。

d 実需者側からみた契約取引の取引先となる出荷者の条件

食品スーパー E 社への聞き取り調査によると、取引量が多くなると、大産地の農協と取引せざるを得なくなる。大産地の農協は量販店の状況を理解しているので、比較的交渉しやすい。ただ、決済サイトや等級の問題を強調したり、数量の約束はできないなど、条件の厳しい出荷者と取引することは難しい。出荷者が実需者の要望に対応する姿勢が求められるとのことであった。

漬物メーカー D 社への聞き取り調査によると、契約取引を継続させるには、品質のチェックを常時行うために、産地が近隣にあることが必要であるという。

また卸売業者との予約相対取引を通じてスーパーに販売している A 農協への聞き取り調査によると、スーパーからは、年間で複数の産地と取引を行うことは品質の安定性が保証されないので、継続出荷できる出荷組織との取引を希望されており、ある程度の期間（当農協の場合は年間 8 か月）継続出荷できることが重要ではないかとのことであった。

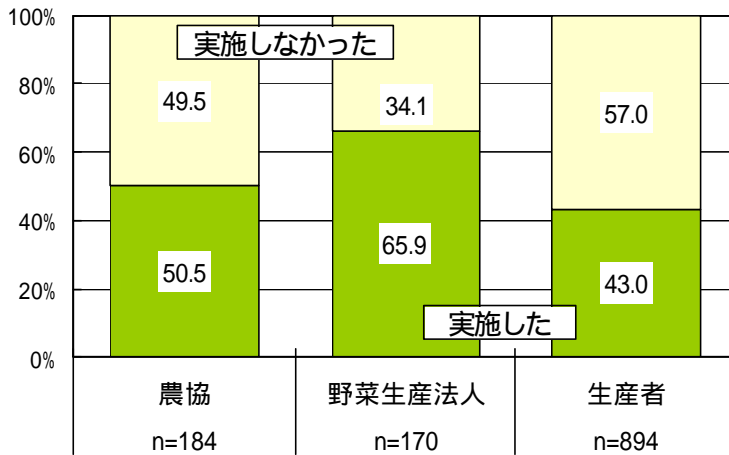
(2) 農協、野菜生産法人及び生産者の状況

a 契約取引の実施状況

図表 - 23 に 2001 年度の契約取引の実施状況を示した。農協で 50.5%、野菜生産法人で 65.9%、生産者で 43.0%が実施したと回答している。

図表 - 24 に示した契約取引を開始した時期をみると、農協では、「10~15 年未満」の割合が高い。一方、野菜生産法人では「5 年未満」の割合が高い。

図表 - 23 契約取引の実施状況（単数回答）



資料 「契約取引実態アンケート調査」

図表 - 24 契約取引の経過年数（数量回答）

(単位 件、年、%)

	サンプル数	平均年数	5年未満	5～10年未満	10～15年未満	15～20年未満	20年以上
農協	82	9.8	18.3	30.5	34.1	3.7	13.4
野菜生産法人	105	8.5	35.2	25.7	22.9	6.7	9.5
生産者	322	14.3	19.9	14.3	20.2	9.9	35.7

資料 「契約取引実態アンケート調査」

(注) 網掛けは各行で割合が最も高いことを示す。

図表 - 25 に示した販売金額に占める契約取引の割合をみると、農協では「20%未満」の割合が最も高く、約8割を占めている。一方、野菜生産法人では「80～100%」の割合が約4割を占め、次いで、「60～80%未満」の割合が約2割となっており、契約取引のウエイトの高い野菜生産法人が農協に比べて多い。

図表 - 25 野菜の販売金額全体に占める契約取引の割合（単数回答）

(単位 件、%)

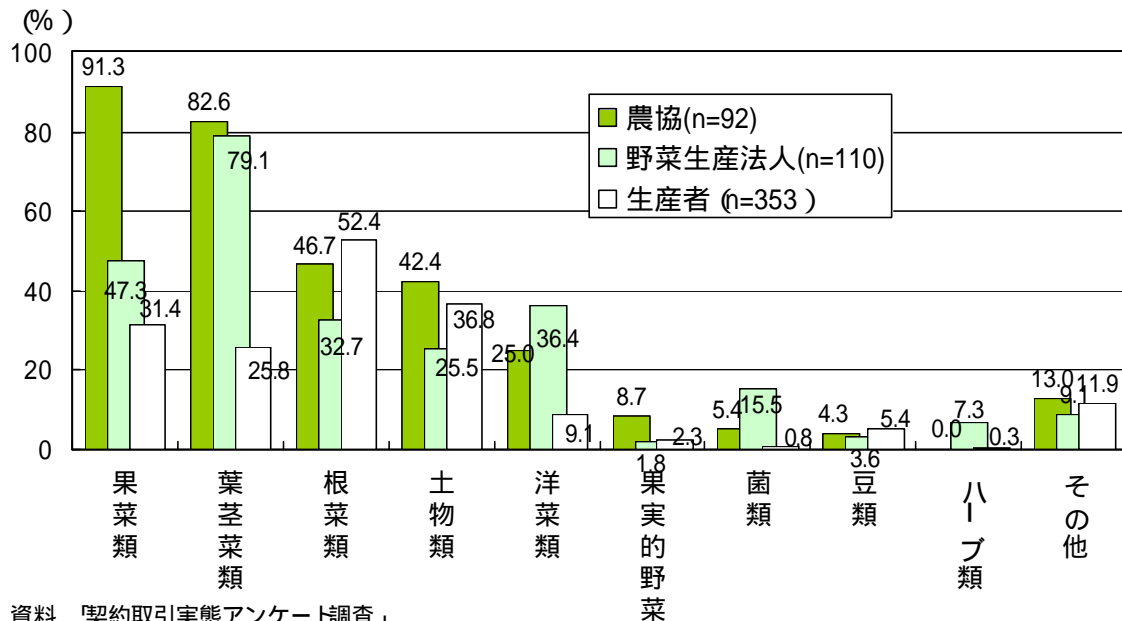
	サンプル数	20%未満	20～40%未満	40～60%未満	60～80%未満	80～100%
農協	92	79.3	14.1	4.3	0.0	2.2
野菜生産法人	110	11.8	14.5	10.9	20.9	41.8

資料 「契約取引実態アンケート調査」

(注) 網掛けは各行で最も割合が高いことを示す。

さらに図表 - 26 に示した契約取引で販売した野菜の品目をみると、農協では、果菜類、葉茎菜類、根菜類が上位を占めている。野菜生産法人では、葉茎菜類、果菜類、洋菜類の順になっている。総じて、契約取引で販売した品目は、果菜類、葉茎菜類、根菜類が多い。

図表 - 26 契約取引で販売した品目（複数回答、金額の多い1～5位まで）



資料 「契約取引実態アンケート調査」

(注) 1位～5位の品目を合算し、契約取引を実施したサンプル数(第1位の品目のサンプル数)で除したものの。

b 契約取引の販売ルート

(a) 販売先数

図表 - 27 に示した契約取引の販売先数(代金を回収している先数)をみると、農協は6.2社・団体、野菜生産法人は8.8社・団体となっている。

図表 - 27 契約取引の販売先数(数量回答)

	サンプル数	平均	(単位 件、社・団体、%)				
			1社・団体	2～3社・団体	4～5社・団体	6～10社・団体	11社・団体以上
農協	88	6.2	29.5	17.0	17.0	19.3	17.0
野菜生産法人	101	8.8	18.8	32.7	23.8	7.9	16.8

資料 「契約取引実態アンケート調査」

(注) 1. 網掛けは各行で最も割合が高いことを示す。

2. 平均は異常値を除いて算出した。

(b) 直接販売と仲介者を介した販売

図表 - 28 より実需者に直接販売している割合と仲介者に販売している割合をみると、農協では前者が32.6%、後者が89.1%となっている。仲介者は、経済連・全農県本部、卸売業者の割合が高くなっている。卸売市場と全農集配センターを介して契約取引を行っているA農協への聞き取り調査によると、(経済連・全農県本部経由で)卸売市場の予約相対取引を行う理由は、代金回収が確実であること、価格下落時に価格安定制度の対象と

するため、とのことであった。

一方、野菜生産法人では、実需者に直接販売している割合は 50.5%と農協に比べて高くなっている。また、仲介者に販売している割合は 86.2%となっており、仲介者としては、卸売業者や仲卸業者といった市場関係者の割合が高くなっている。M野菜生産法人への聞き取り調査によると、代金回収リスクを軽減するため、直接販売の出荷量と卸売市場（主に予約相対取引）への出荷量を半々にしているとのことであった。

図表 - 28 契約取引での販売先（複数回答）

(単位 件、%)

	サンプル数	実需者に直接に販売	仲介者に販売	総合農協・専門農協	経済連・全農県本部	全農集配センター	近隣の生産者	農協以外の出荷組織	集荷業者(産地商人)	卸売業者	仲卸業者	商社	インターネットでの農産物販売会社	その他
農協	92	32.6	89.1	-	65.2	26.1	-	-	-	33.7	18.5	10.9	1.1	9.8
野菜生産法人	109	50.5	86.2	26.6	-	-	0.9	13.8	11.0	32.1	29.4	24.8	8.3	10.1

資料 「契約取引実態アンケート調査」

(注) 網掛けは各行の上位2位の割合（「仲介者に販売」を除く）を示す。

(c) 直接販売の場合の実需者

図表 - 29 により直接販売の場合の実需者の業種をみると、農協では漬物メーカーの割合が 53.3%で最も高くなっている。この他、スーパー、生協、カット野菜企業及びその他の割合が、各々、26.7%となっている。野菜生産法人では、スーパーの割合が 57.4%で最も高く、次いで外食企業の 37.0%となっている。

(d) 仲介者を介した場合の実需者

図表 - 29 により仲介者別にそれぞれの実需者の業種をみると、農協では、経済連・全農県本部、全農集配センター、卸売業者、仲卸業者及び商社を介した場合は、いずれもスーパーの割合が最も高かった。次いで、経済連・全農県本部と全農集配センターを介した場合は生協、卸売業者を介した場合は生協とカット野菜企業、仲卸業者を介した場合は外食企業の割合が高い。

一方、野菜生産法人では、卸売業者、仲卸業者、農協及び農協以外の出荷組織を仲介者とした場合には、実需者がスーパーである割合が最も高い。商社とインターネット農産物取引会社を仲介者とした場合には外食企業が実需者となる割合が最も高くなっている。

図表 - 29 契約取引の仲介者別にみた実需者（複数回答）

<農協> (単位 件 %)

	サンプル数	実需者								
		スーパー	生協	カット野菜企業	漬物メーカー	弁当惣菜企業	外食企業	その他	わからない	
合計	92	106.5	71.7	50.0	43.5	15.2	43.5	39.1	9.8	
実需者に直接	30	26.7	26.7	26.7	53.3	6.7	16.7	26.7	0.0	
仲介者	経済連・全農県本部	59	61.0	40.7	32.2	20.3	8.5	20.3	16.9	3.4
	全農集配センター	23	82.6	73.9	8.7	8.7	4.3	13.0	13.0	4.3
	卸売業者	30	63.3	40.0	40.0	16.7	10.0	36.7	16.7	13.3
	仲卸業者	17	64.7	17.6	23.5	17.6	11.8	41.2	0.0	5.9
	商社	10	30.0	0.0	0.0	20.0	0.0	10.0	30.0	10.0
	インターネットでの農産物取引会社	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	その他	9	22.2	22.2	11.1	0.0	11.1	11.1	66.7	0.0

<野菜生産法人>

	サンプル数	実需者								
		スーパー	生協	カット野菜企業	漬物メーカー	弁当惣菜企業	外食企業	その他	わからない	
合計	109	80.7	28.4	33.0	11.0	15.6	45.9	28.4	5.5	
実需者に直接	54	57.4	24.1	24.1	13.0	11.1	37.0	25.9	0.0	
仲介者	卸売業者	35	80.0	22.9	22.9	2.9	14.3	25.7	17.1	11.4
	仲卸業者	31	77.4	25.8	22.6	3.2	16.1	35.5	19.4	3.2
	総合農協 専門農協	27	48.1	33.3	11.1	3.7	11.1	7.4	18.5	18.5
	商社	27	51.9	11.1	33.3	3.7	14.8	59.3	18.5	0.0
	農協以外の出荷組織	15	66.7	26.7	26.7	13.3	6.7	20.0	13.3	0.0
	集荷業者	11	36.4	27.3	36.4	27.3	0.0	36.4	18.2	9.1
	インターネットでの農産物取引会社	9	33.3	11.1	11.1	22.2	11.1	55.6	44.4	0.0
	近隣の生産者	1	0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	その他	11	45.5	36.4	18.2	9.1	0.0	18.2	54.5	0.0

資料 「契約取引実態アンケート調査」

(注) 1. 網掛けは各行の上位 2位を示す。

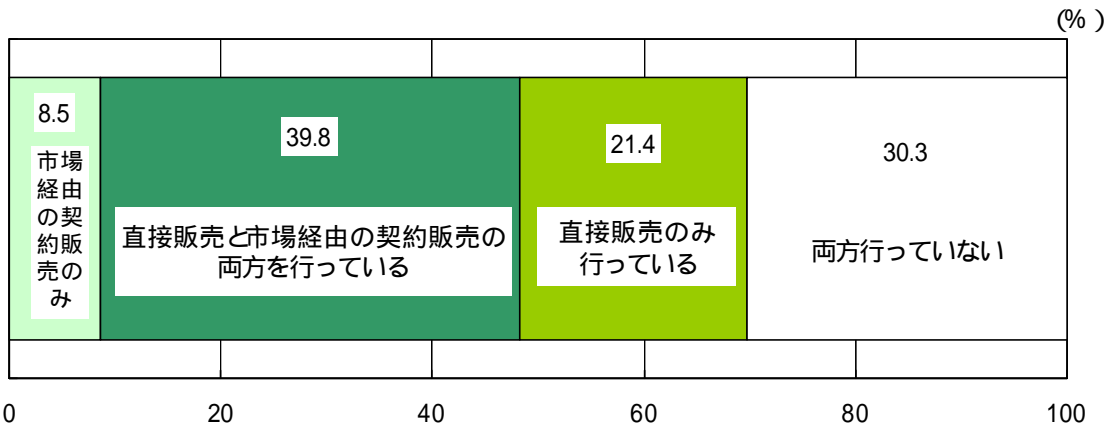
2. 1つの実需者に複数の仲介者を介して販売している場合があるため、合計では100%を超える場合もある。

(e) 直接販売と卸売市場経由の契約取引の実施状況

参考までに、野菜を含む農産物全体について、農協の直接販売と卸売市場経由の契約取引の実施状況を図表 - 30 に示した（回答組合数 = 100%）。これをみると、直接販売と卸売市場経由の契約取引の両方を行っている割合は 39.8%で約 4 割を占めている。卸売市場経由の契約取引のみ行っている割合は 8.5%、直接販売のみ行っている割合は 21.4%となっている。直接販売のみを行っている割合が比較的高いのは、米の直接取引が含まれているためと思われる。

取引量の内訳は把握できないが、農協の 7 割前後が、卸売市場経由の契約取引、あるいは直接取引によって契約取引を行っていることがわかる。

図表 - 30 農協の農産物に関する直接取引と卸売市場予約相対取引の実施状況(2002年)



資料 全中「JAの活動に関する全国一斉調査」

- (注) 1.ここでの直接販売とは、量販店、生協、卸・一般小売店等、外食業者、加工業者への直接販売を指す。
2.調査対象は農産物全般。

c 契約取引の諸機能の担い手

(a) 現状

ア 情報伝達機能

契約取引に関連する業務をどこが担っているかをみてみよう(図表 - 31)。情報伝達業務として実需者・消費者ニーズの収集・伝達を取り上げ、どこが行っているかをみた。農協では、農協自らの割合が高く、次いで経済連・全農県本部と生産部会が続いている。

一方、野菜生産法人では、野菜生産法人の割合が最も高く、次いで実需者、仲卸業者となっている。

イ 取引形成機能

次に取引形成機能として、販売先探しと販売先との価格・数量の交渉をどこが行っているかをみてみよう。農協では、いずれの業務も農協自らの割合が高く、次いで経済連・全農県本部と卸売業者が続いている。一方、野菜生産法人では、取引形成機能のいずれの業務も野菜生産法人自らの割合が最も高く、卸売業者、商社が続いている。

ウ 需給調整機能

需給調整機能について出荷直前の数量調整をどこが行っているかをみると、農協では、農協が自ら行っている割合が 94.2%と大部分となっている。続いて、経済連・全農県本部、生産部会となっている。野菜生産法人では、野菜生産法人自ら行っている割合が 82.6 と大半を占めている。

図表 - 31 契約取引に係る諸機能の担い手（複数回答）

<農協>		(単位 件、%)														
機能	業務	サンプル数	生産者	生産部会	総合農協	経済連・全農県本部	全農集配センター	卸売業者	仲卸業者	商社	インターネットでの農産物取引会社	実需者	その他	特に行っていない	わからない	
情報伝達	実需者・消費者ニーズの収集・伝達	89	2.2	22.5	68.5	46.1	15.7	20.2	7.9	3.4	0.0	4.5	2.2	3.4	1.1	
取引形成	販売先探し	86	1.2	11.6	67.4	51.2	17.4	23.3	8.1	3.5	0.0	2.3	1.2	2.3	0.0	
	販売先との価格・数量の交渉	91	1.1	16.5	85.7	49.5	14.3	19.8	8.8	2.2	0.0	3.3	2.2	1.1	0.0	
出荷準備	選果	88	52.3	13.6	70.5	4.5	2.3	4.5	1.1	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	1.1	
	パック詰め	78	43.6	12.8	39.7	3.8	7.7	9.0	7.7	3.8	0.0	2.6	0.0	12.8	1.3	
需給調整	出荷直前の数量調整	86	8.1	14.0	94.2	23.3	4.7	9.3	0.0	2.3	0.0	4.7	0.0	1.2	0.0	
代金決済	代金決済事務	91	1.1	1.1	81.3	50.5	7.7	9.9	3.3	1.1	0.0	2.2	1.1	0.0	0.0	
	代金未回収事故時の損失引受け	80	2.5	11.3	63.8	41.3	3.8	8.8	3.8	2.5	0.0	2.5	1.3	6.3	2.5	
クレーム処理	販売先・実需者のクレーム対応	89	16.9	18.0	94.4	38.2	10.1	13.5	6.7	2.2	1.1	2.2	0.0	1.1	0.0	
(参考)	直接販売している先の割合	92	-	-	-	65.2	26.1	33.7	18.5	10.9	1.1	32.6	-	-	-	
<野菜生産法人>																
機能	業務	サンプル数	野菜生産法人	生産部会	近隣の生産者	出荷組織	専門農協・総合農協	集荷業者（産地商人）	卸売業者	仲卸業者	商社	インターネットでの農産物取引会社	実需者	その他	特に行っていない	わからない
情報伝達	実需者・消費者ニーズの収集・伝達	95	55.8	2.1	0.0	6.3	11.6	6.3	13.7	18.9	16.8	3.2	22.1	5.3	6.3	1.1
取引形成	販売先探し	89	65.2	0.0	1.1	6.7	11.2	4.5	20.2	14.6	15.7	3.4	6.7	4.5	4.5	0.0
	販売先との価格・数量の交渉	97	77.3	1.0	3.1	9.3	9.3	4.1	15.5	13.4	15.5	1.0	12.4	4.1	1.0	0.0
出荷準備	選果	95	95.8	2.1	1.1	3.2	5.3	0.0	2.1	3.2	0.0	0.0	2.1	2.1	0.0	0.0
	パック詰め	89	83.1	1.1	1.1	5.6	3.4	0.0	2.2	5.6	2.2	0.0	6.7	2.2	4.5	1.1
需給調整	出荷直前の数量調整	92	82.6	2.2	3.3	9.8	8.7	2.2	4.3	7.6	10.9	1.1	9.8	2.2	4.3	0.0
代金決済	代金決済事務	96	63.5	0.0	0.0	7.3	15.6	2.1	14.6	13.5	12.5	2.1	11.5	3.1	0.0	0.0
	代金未回収事故時の損失引受け	84	51.2	0.0	0.0	7.1	9.5	1.2	4.8	8.3	11.9	0.0	6.0	4.8	14.3	2.4
クレーム処理	販売先・実需者のクレーム対応	97	81.4	1.0	2.1	11.3	9.3	5.2	10.3	11.3	13.4	2.1	10.3	3.1	2.1	2.1
(参考)	直接販売している先の割合	109	-	-	0.9	13.8	26.6	11.0	32.1	29.4	24.8	8.3	50.5	-	-	-

資料 「契約取引実態アンケート調査」
 (注) 網掛けは各業務の上位3位を示す。

エ 代金決済機能

代金決済機能について、代金決済事務と代金未回収事故時の損失引受をどこが行っているかをみてみよう。農協では、いずれも農協の割合が最も高く、次いで経済連・全農県本部となっている。野菜生産法人では、いずれも野菜生産法人自らの割合が最も高い。

オ 諸機能の担い手

契約取引の諸機能は、農協では、農協自らと経済連・全農県本部が全ての機能に対応している場合が多く、また情報伝達機能、需給調整機能、代金決済機能については生産部会、取引形成機能と代金決済機能については卸売業者が担っている場合もみられる。

一方、野菜生産法人では、野菜生産法人自らが全ての機能を担っている場合が多いもの

の、販売先が比較的多様化していることにより、商社や仲卸業者などの仲介者が担うケースもみられるなど、機能の担い手も比較的分散している。

(b) 契約取引に係る業務代行ニーズ

前述したように現在は契約取引に係る機能は、多くの場合には農協や野菜生産法人が担っているが、代行の必要性はあるのだろうか。図表 - 32 に示した各業務の代行要望をみると、農協、野菜生産法人ともに、「代金回収事故時の損失引受」「販売先探し」「実需者・消費者ニーズの収集伝達」で必要と回答した割合が高くなっている。この他に、農協では「代金決済事務」「販売先との交渉」「販売先・実需者からのクレーム対応」で、必要と回答した割合が50%を超えており、代行ニーズが高くなっている。

図表 - 32 契約取引に係る業務の代行要望

＜農協 農業生産法人＞		(単数回答、業務ごとに質問し「必要」と回答した割合)							(単位 %)	
	情報伝達	取引形成		出荷準備		需給調整	代金決済		クレーム処理	
	実需者・消費者ニーズの収集伝達	販売先探し	販売先との交渉	選果	パック詰め	出荷直前の数量調整	代金決済事務	代金回収事故時の損失引受	販売先からのクレーム対応	
農協	76.5	80.0	66.0	17.2	34.0	36.6	68.6	80.6	56.0	
野菜生産法人	52.7	58.9	37.1	20.5	22.7	23.3	42.3	71.1	35.6	

＜生産者＞		(複数回答、代行を必要とする業務を選択)								
	情報伝達	取引形成		出荷準備		需給調整	代金決済		クレーム処理	その他
	実需者・消費者ニーズの収集伝達	販売先探し	販売先との交渉	選果	パック詰め	出荷直前の数量調整	代金決済事務	代金回収事故時の損失引受	販売先からのクレーム対応	
生産者	34.0	42.2	65.8	13.3	8.1	21.6	31.5	21.6	26.7	3.0

資料 契約取引実態アンケート調査

(注) 1. 契約取引を継続、ないし関心のある回答者が対象。
2. 網掛けは回答割合が50%以上であることを示す。

d 契約書の締結状況と契約内容

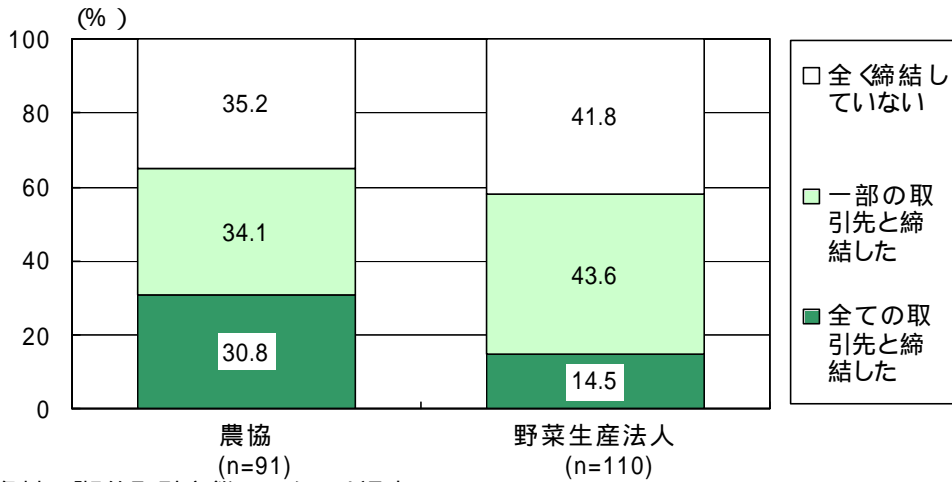
(a) 契約書の締結状況

次に契約書の締結状況をみてみよう。2001年度に行った契約取引について、全ての取引先と契約書を締結した割合は、農協で30.8%、野菜生産法人で14.5%にすぎず、口頭契約が主流であることがうかがえる(図表 - 33)

聞き取り調査によると、卸売市場の予約相対取引を利用する場合に、F農協は農協、経済連・全農県本部、卸売業者の三者で契約書を締結しているが、A農協、H農協及びL野菜生産法人は契約書を締結していないという。

また、直接取引による契約取引では、C農協やD農協は全ての販売先と契約書を締結しているが、G農協、H農協、J農協、L野菜生産法人及びM野菜生産法人では全ての取引先と契約書を締結しているわけではないという。N野菜生産法人やO野菜生産法人では、契約は書面ではなく、ほとんどが口頭によるとのことであった。

図表 - 33 契約書の締結状況（単数回答）



資料 「契約取引実態アンケート調査」

図表 - 34 契約内容（複数回答）

(単位 件、%)

	農協						野菜生産法人					
	基本契約		は種前・毎年 の取決め		出荷直前の取 決め		基本契約		は種前・毎年 の取決め		出荷直前の取 決め	
	口頭	契約書	口頭	契約書	口頭	契約書	口頭	契約書	口頭	契約書	口頭	契約書
サンプル数	27	33	23	22	24	13	47	42	38	22	33	14
栽培するほ場	7.4	21.2	8.7	36.4	4.2	15.4	31.9	35.7	34.2	45.5	21.2	35.7
生産者	11.1	30.3	26.1	45.5	12.5	30.8	31.9	52.4	36.8	50.0	21.2	21.4
栽培面積	18.5	54.5	47.8	63.6	12.5	38.5	44.7	42.9	52.6	50.0	30.3	35.7
栽培品種	25.9	63.6	47.8	63.6	25.0	46.2	42.6	54.8	50.0	63.6	33.3	35.7
栽培方法	22.2	39.4	34.8	45.5	12.5	30.8	38.3	47.6	44.7	45.5	30.3	50.0
契約期間	44.4	72.7	47.8	68.2	20.8	69.2	40.4	61.9	36.8	54.5	33.3	28.6
確定した数量	70.4	72.7	60.9	40.9	66.7	69.2	51.1	35.7	57.9	54.5	54.5	57.1
供給期間	77.8	69.7	82.6	68.2	62.5	76.9	61.7	50.0	55.3	59.1	45.5	42.9
確定した価格	81.5	81.8	73.9	68.2	62.5	76.9	72.3	59.5	55.3	63.6	60.6	50.0
等級	48.1	45.5	52.2	40.9	37.5	46.2	21.3	31.0	18.4	36.4	21.2	28.6
規格(サイズ)	66.7	69.7	69.6	63.6	54.2	76.9	57.4	47.6	55.3	45.5	48.5	42.9
荷姿	63.0	63.6	65.2	40.9	41.7	69.2	51.1	52.4	39.5	36.4	45.5	42.9
代金決済方法	48.1	84.8	47.8	63.6	20.8	76.9	51.1	66.7	31.6	36.4	33.3	35.7
配送方法	59.3	51.5	52.2	40.9	45.8	76.9	48.9	45.2	34.2	18.2	39.4	28.6
納入時刻	25.9	12.1	34.8	18.2	25.0	46.2	36.2	31.0	34.2	18.2	42.4	21.4
天候不順時の対応	11.1	33.3	21.7	27.3	20.8	46.2	25.5	19.0	15.8	13.6	9.1	21.4
契約不履行時の 対応(欠品等)	11.1	24.2	8.7	22.7	12.5	46.2	14.9	28.6	13.2	13.6	12.1	14.3
市場価格変動時の 対応	11.1	15.2	0.0	4.5	20.8	7.7	34.0	19.0	21.1	9.1	21.2	14.3
その他	3.7	9.1	0.0	13.6	8.3	15.4	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

資料 「契約取引実態アンケート調査」

(注) 網掛けは50%以上を示す。

(b) 契約内容

販売金額の最も多い販売先と契約書を締結している場合の契約内容(図表 - 34)をみると、基本契約において、確定した価格を契約している割合が農協でも野菜生産法人でも6割以上となっている。

e 代金回収リスク対策と未回収事故

(a) 代金回収リスク対策

後述するように、契約取引を実施しなかった農協や野菜生産法人の実施しない理由としては、「代金回収に不安がある」の回答割合が高くなっている。それでは契約取引を実施した農協や野菜生産法人では、代金回収のリスクをどのように軽減しているのだろうか。

図表 - 35 に示したように現在の代金回収リスクの軽減措置として、農協では、「売買契約書の締結」や「信用調査会社の格付けを基に販売先を選定」の割合が高くなっている。野菜生産法人では、「販売先を分散」や「信頼できる人に取引先の紹介を依頼」の割合が高くなっているが、「とくにない」の割合も約3割を占めている。

○野菜生産法人への聞き取り調査によると、「信頼できる人」とは仲卸業者等のつきあいのある人だという。

また図表 - 36 に示したように、契約取引を実施した農協の約半数が、1社当たりの取引限度額、取引先を選定方法や契約書の締結を内容とする債権管理規定を制定している。

図表 - 35 現在行っている代金回収リスク軽減方法(複数回答)

(単位 件、%)

	サンプル数	引信 先頼 の 紹 介 を 人 に 依 頼 取	を付 選 定 を 基 に 販 売 先 格	信用 調 査 会 社 の 格	限 度 額 を 設 定 に 取 引	販 売 先 と の 締 結	売 買 契 約 書 の 締 結	供 託 金 (保 証 金)	保 証 人	入 払 保 険 料 ・ 保 険 等 に 料 加 を	販 売 先 を 分 散	そ の 他	と く に な い
農協	79	21.5	27.8	11.4	50.6	15.2	3.8	2.5	6.3	12.7	21.5		
野菜生産法人	101	27.7	8.9	5.0	18.8	5.0	1.0	4.0	41.6	6.9	30.7		
生産者	274	30.3	3.6	6.2	9.9	2.2	0.7	6.9	12.8	2.6	49.3		

資料 「契約取引実態アンケート調査」

(注) 網掛けは、各行の上位3位の割合を示す。

図表 - 36 農協の債権管理規定の有無（単数回答）

(単位 件、%)

	サンプル数	債権管理規定	
		ある	ない
合計	171	33.9	66.1
契約取引を実施した	90	45.6	54.4
契約取引を実施しなかった	80	21.3	78.8

資料 「契約取引実態アンケート調査」

(b) 代金未回収事故の経験

図表 - 37 により、過去5年間に代金未回収事故を経験した割合をみると、農協では6.7%であったが、野菜生産法人では33.4%と約3分の1の法人が被害に遭った経験を持っている。野菜生産法人で被害が多い背景として、前述したように農協に比べて契約取引のウエイトが大きいこと、仲介者を介さない直接販売の割合が高いこと、及び代金回収リスク軽減対策を行っていない割合が高いこと等があるものとみられる。

未回収事故の販売先としては、農協では商社と漬物メーカーがあげられている（図表 - 38）。また、野菜生産法人では、販売先が分散しているため、仲卸業者、近隣の生産者、集荷業者、商社など比較的分散している。なお、「その他」の内容は、個人、カタログ販売業、小売業、自然食品店などである。

○野菜生産法人への聞き取り調査によると、これまでに4社（外食企業2社と漬物メーカー2社）の倒産に遭遇したという。

図表 - 37 過去5年間の代金未回収事故の有無（単数回答）

(単位 件、%)

	サンプル数	1度もない	ある			
			1~5件	6~10件	10件以上	
農協	90	93.3	6.7	6.7	0.0	0.0
野菜生産法人	105	66.7	33.4	29.5	2.9	1.0

資料 「契約取引実態アンケート調査」

図表 - 38 未回収事故の販売先（複数回答）

(単位 件、%)

	サンプル数	近隣の生産者	農協以外の出荷組織	集荷業者(産地商人)	卸売業者	仲卸業者	商社	スーパー	生協	カット野菜企業	漬物メーカー	弁当惣菜企業	外食企業	インターネットでの農産物取引会社	その他
農協	5	-	-	-	0.0	0.0	60.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	-	20.0
野菜生産法人	33	15.2	0.0	15.2	3.0	18.2	15.2	9.1	0.0	6.1	6.1	0.0	9.1	0.0	30.3

資料 「契約取引実態アンケート調査」

前述したように、契約取引に係る業務の代行要望では代金未回収事故時の損失引受への代行要望が最も高かった。図表 - 39 に示した代金回収リスク軽減のために支出してもよい費用（保険料等）をみると、農協では「0.1～0.5%未満」「0.5～1%未満」の回答割合が高いが、野菜生産法人では「1～3%未満」という比較的高い負担水準の割合が最も高い。これは、野菜生産法人で未回収事故を経験している割合が比較的高いことが影響しているものと思われる。

また聞き取り調査によると、H農協では直接販売は自己責任で行うものなので保険料の支出は考えていないとのことであったが、大手外食企業に直接販売しているL野菜生産法人では1%以内ならば加入し、小口ではあるが延滞を経験したことのあるM野菜生産法人では3～5%程度ならば加入するとのことであった。

図表 - 39 代金回収リスク軽減のために支出してもよい費用（販売高比、単数回答）

(単位 件、%)

	サンプル数	支出しない	支出する						
				0.1～0.5%未満	0.5～1%未満	1～3%未満	3～5%未満	5～8%未満	8%以上
農協	79	26.6	73.4	35.4	22.8	8.9	2.5	2.5	1.3
野菜生産法人	84	13.1	86.9	26.2	21.4	29.8	4.8	2.4	2.4

資料 「契約取引実態アンケート調査」

(注) 網掛けは、各行の上位2位の割合を示す。

f 契約取引の問題点

(a) 契約取引を実施した場合の問題点

図表 - 40 に契約取引についての問題点を示した。契約取引を実施した農協と野菜生産法人の問題点をみると、「天候不順等による供給不足」「過剰生産時の出荷先に困る」という理由が両者で共通して高くなっている。

前述したように、生協への販売の問題点では「欠品時のペナルティが厳しい」という割合が高い。欠品によってペナルティを課せられることや取引先の信頼を損なう恐れがあることから供給不足が大きな問題と認識されているものと思われる。ただし、生協と取引を行っているL野菜生産法人に聞き取り調査を行ったところ、取引を始める前に天候不順の対応について話し合いを行って、互いに合意しておけば問題にはならないので、予め承知しておいてもらうことが重要とのことであった。

また、農協では「上位・特定等級だけを要求される」の割合が高くなっており、C農協への聞き取り調査によると、特にスーパーで特定等級を要求する傾向が強く、卸売市場にはその等級を除いて出荷することになるために、卸売業者からクレームが出ることもあるとのことであった。一方、野菜生産法人では「市場価格との差が大」の割合も高くなっている。

卸売市場価格と契約取引の価格との差については、農事組合法人を通じて契約取引を行

っているW生産者への聞き取り調査によると、卸売市場価格が高騰して契約価格を著しく上回ると損に感じるという。このため、公表されていても卸売市場価格はなるべくみないようになっているとのことだった。

図表 - 40 契約取引の問題点（複数回答）

		サンプル数	給天候不順等による供給不足	天候不順による供給不足	過剰生産時の出荷先	取引数量が少ない	市場価格との価格差	満たない再生産価格に	価格が高い再生産価格に	栽培基準の要求水準	上位・特定等級だけを要求される	探しが難しい取引相手	信頼できる取引相手	代金回収に不安	決済期日までが長い	取引の継続性に不安	出荷前日の数量変更	事務手続が煩雑	生産者の労働力不足	生産者の高齢化	持卸市場との関係	その他
農協	実施	88	67.0	35.2	26.1	19.3	9.1	20.5	40.9	20.5	30.7	21.6	22.7	26.1	14.8	13.6	31.8	35.2	3.4			
	非実施	89	57.3	30.3	36.0	9.0	9.0	9.0	36.0	27.0	43.8	11.2	31.5	24.7	13.5	13.5	33.7	31.5	5.6			
野菜生産法人	実施	100	60.0	48.0	15.0	24.0	11.0	14.0	16.0	15.0	11.0	16.0	21.0	23.0	6.0	16.0	9.0	-	5.0			
	非実施	52	55.8	28.8	21.2	11.5	7.7	1.9	32.7	36.5	23.1	11.5	13.5	13.5	3.8	19.2	7.7	-	13.5			
生産者	実施	314	30.9	32.2	9.9	17.2	4.8	12.1	11.5	7.6	4.8	13.4	8.9	8.9	3.2	34.4	46.2	-	1.9			
	非実施	469	38.2	29.6	19.6	13.0	3.8	7.7	20.7	32.6	17.3	6.8	19.2	18.8	4.7	38.0	35.0	-	2.3			

資料 契約取引実態アンケート調査

(注) 網掛は、各行の上位3位の割合を示し、△は非実施の割合が実施の割合を10ポイント以上上回ることを、▽は実施の割合が非実施の割合を10ポイント以上上回ることを示す。

(b) 契約取引を実施しない理由

図表 - 40 に示した契約取引を実施しなかった農協と野菜生産法人の実施しない理由をみると、農協でも野菜生産法人でも「天候不順による供給不足」の割合が最も高いことは実施している場合の問題点と同様である。実施しなかった農協では「代金回収に不安」の割合が高く、実施した農協を大きく上回っている。また、「取引数量が少ない」の割合も実施しなかった農協で高くなっている。

実施しなかった野菜生産法人では、「信頼できる取引相手探しが難しい」「上位・特定等級だけを要求される」の割合が実施した野菜生産法人の割合を大きく上回っている。

契約取引を行っていないQ生産者への聞き取り調査によると、スーパーから直接取引の話があったが、代金決済に不安があることにより、取引成立には至らなかったとのことであった。

g 契約取引についての今後の意向

図表 - 41 に示した今後の意向をみると、契約取引を実施した農協や野菜生産法人では、大半が取引の拡大ないし現状維持で契約取引を実施する意向を持っており、取引の縮小や

中止を考えている割合は低い。

一方、実施しなかった場合には、農協では「行う予定はない」の割合が最も高いが、野菜生産法人では「予定はないが関心はある」の割合が高く、野菜生産法人で契約取引に比較的関心が高くなっている。

図表 - 41 契約取引についての今後の意向（単数回答）

(単位 件、%)

		サンプル数	これから始める予定	実施を内部で検討中	予定はないが関心はある	現状維持で今後も続ける	今後は品目・期間・数量を拡大する	今後は品目・期間・数量を縮小して続ける	近々やめる予定	行う予定はない	予定も関心もない
農協	実施	83	1.2	6.0	-	34.9	55.4	1.2	1.2	0.0	-
	非実施	85	7.1	24.7	-	3.5	1.2	1.2	0.0	62.4	-
野菜生産法人	実施	104	1.0	-	1.0	51.9	44.2	1.0	1.0	-	0.0
	非実施	54	9.3	-	57.4	7.4	0.0	1.9	0.0	-	24.1
生産者	実施	346	1.2	-	7.5	76.0	7.2	4.6	2.0	-	1.4
	非実施	477	2.1	-	57.4	21.6	0.0	1.0	0.6	-	17.2

資料 「契約取引実態アンケート調査」

(注) 網掛けは各行で割合が最も高いことを示す。

卸売市場における代金決済機能について

前述のように、生産者や農協などの出荷者が卸売市場を経由するメリットとしては、その代金回収の確実さと決済サイトの短さがあげられる。ここでは、卸売市場の代金決済機能（特に中央卸売市場）を支えている具体的な仕組みの紹介と、それらの仕組みが抱える現在の課題について検討したい。

1 卸売市場における代金決済機能を支えている仕組み等

(1) 卸売業者と買受人間の代金回収リスク軽減のための方式について

卸売市場における代金決済機能は、出荷者の卸売市場に対する信頼確保の上で大きな役割を果たしているが、これは卸売市場では、代金の決済サイトが非常に短く、短期間に販売代金が出荷者に確実に回収される仕組みとなっているからである。そして、青果物市場流通の約 6 割を占める中央卸売市場の買受代金決済についてみると、ほとんどの市場で組合による代払方式もしくは精算会社方式による決済が行われており、これらの仕組みにより、買受代金の回収が信頼性の高いものとなっている（図表 - 1）。

図表 - 1 組合代払方式・精算会社方式により決済が行われている中央卸売市場数

組合代払方式	精算会社方式	組合代払、精算会社併用式	計	導入率
54市場 (190組合)	12市場 (12会社)	4市場 (5組合4会社)	70市場 (195組合16会社)	70/72市場=97%

資料 農林水産省流通課調べ（1996年）

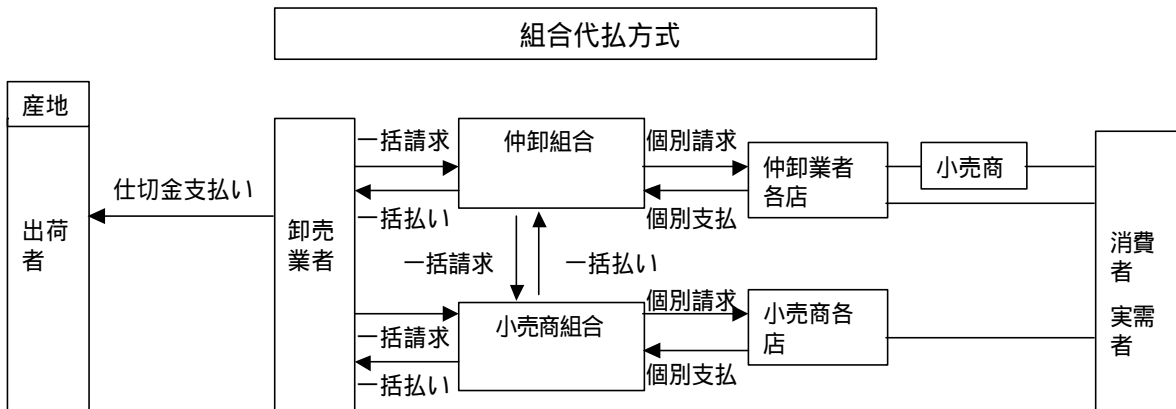
a 組合代払方式

卸売業者と買受人組合（仲卸組合、小売商組合）とが取引協約を結び、組合が買受人（仲卸業者、小売商）の卸売業者への代金支払の代行をし、責任をもって買受人から代金を回収する方式で、仲卸組合及び小売商組合が代金回収リスクを負う。現在の中央卸売市場での代金回収リスク軽減のための中心となっている仕組みである。

なお組合の代払金が不足した場合には、仲卸業者、小売商に共同負担を求めるケースがあり、その場合には仲卸業者、小売商もリスクを負うことになる（図表 - 2）。

仲卸組合 E 組合への聞き取り調査では、仲卸業者から仲卸組合への入金がない場合に備え、仲卸組合が仲卸業者から 組合員である仲卸業者の買受額に応じた代払保証金（買受金の数日分（組合によってその日数は異なる）を組合の当座預金に置く）と 卸売業者から仲卸組合へ支払われる完納奨励金の一部（組合が保管している組合員名義の預金通帳への積立、東京都中央卸売市場の場合、完納奨励金は卸売業者の総取扱額の 1000 分の 10 以内）を徴収し、代金回収リスクに備えていた。

図表 - 2 組合代払制度の仕組み



資料 聞き取り調査より作成

b 精算会社方式

卸売業者と買受人の取引当事者以外の第三者機関として、業者間における売買代金の精算業務を行う独立した精算会社を設立し、それに代金決済業務（卸売業者に対する支払いと買受人からの代金回収）を委託する方式。精算会社の出資者は、市場関係者（卸売業者、買受人又はその所属組合、開設者、金融機関その他）が関与するが、運営は第三者が責任を負う。代金回収リスクは契約により精算会社が持つ場合と、買受人又は買受人組合、卸売業者が持つ場合がある（参考資料：（社）食品需給研究センター「卸売市場運営円滑化対策調査報告書」89年3月）。

組合代払方式、精算会社方式では、完納奨励金を収入の一部としている組合及び会社が多く、その仕組みを維持する上で、この卸売業者からの完納奨励金の支払いが重要な役割を果たしている。なお、組合代払方式や精算会社方式以外の取引の場合（例えば卸売業者と買受人（仲卸業者と売買参加者）が個別に取引契約を結び、卸売業者に代金を支払う個人契約支払方式）代金回収リスクは卸売業者が負うことになる。聞き取り調査によれば、そうしたケースで卸売業者は、信用調査や連帯保証人により代金回収リスクの軽減に努めている。

（2）委託者と卸売業者間の代金回収リスク軽減のための方式について

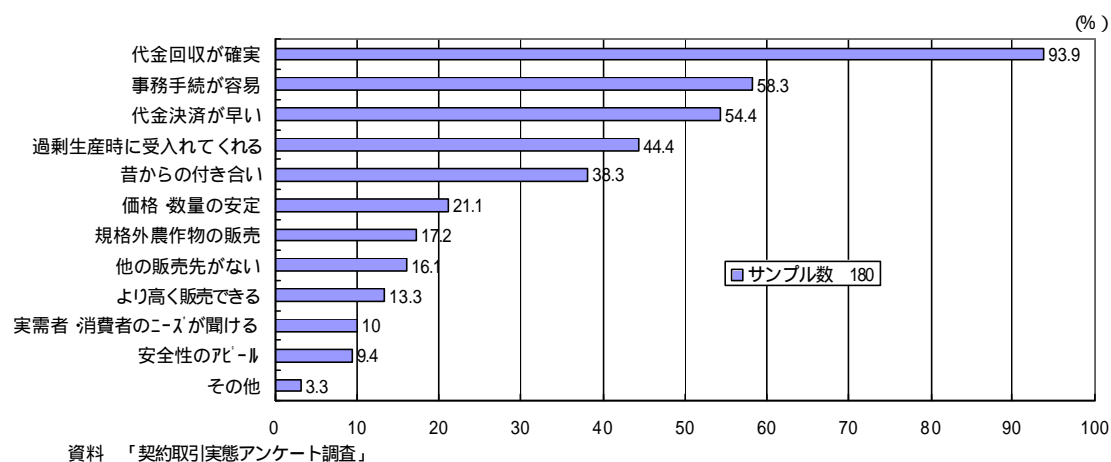
卸売市場の代金回収リスクは、多くの場合前述のような組合代払方式もしくは精算会社方式によって、基本的には非常に低いものになっているが、出荷者においても代金回収リスク軽減のための取組みが行われているケースがある。農協系統においては、市場出荷品の販売代金の損失を補填する取引信用保険として、青果物・花き市場取引信用補償制度があり、また日園連でも青果物取引信用保険を取り扱っている。

(3) 卸売市場の代金決済機能を利用するメリット

a 販売代金回収の確実性

前述のような販売代金回収リスク軽減のための制度・方式等により、卸売市場における代金回収リスクは現在のところ非常に小さく、このことが農協が卸売市場へ販売する最も大きな理由となっている(図表 - 3)。

図表 - 3 農協が卸売市場へ販売する理由(複数回答)



b 代金決済サイトの短期化

出荷者にとって、代金決済の確実性に次ぐ、卸売市場の代金決済機能を利用するメリットとしては、その決済サイトの短さがあげられる。買受代金の代金回収システムが前述のように整備されているため、卸売業者の出荷者に対する販売代金の支払い期間は3日程度となっている。

東京都中央卸売市場条例では、買受人からの卸売業者及び仲卸業者への支払いは即日、卸売業者の委託者への支払いは翌日までとなっているが(第85条「買受人は、卸売業者又は仲卸業者から買い受けた物品の引渡しを受けると同時に買い受けた物品の代金(中略)を支払わなければならない。」、第80条「卸売業者は、受託物品の卸売をしたときは、委託者に対してその卸売をした日の翌日までに、(中略)を記載した売買仕切書及び売買仕切金を送付しなければならない。」)支払い猶予特約を結ぶことで、その期日を変更できる(第85条「卸売業者又は仲卸業者が予め知事の承認を受けて買受人と支払猶予の特約をしたときは、この限りでない。」、第80条「受託契約約款で特別の定めをした場合は、この限りでない。」)。

しかし支払い猶予特約により即日決済でない場合にも、前述の組合代払制度や精算会社方式が整備されているため、仲卸業者から卸売業者への決済サイトは非常に短くなっており、それにより卸売業者から出荷者への決済サイトの短期化も図られている。

聞き取り調査によれば、東京都中央卸売市場大田市場の卸売業者から経済連・全農県本

部への支払い期日は売立日の3日後となっている。これは組合代払制度があり、仲卸組合から卸売業者への入金が行われるために成立しているといえる。

またこの決済サイトの短期化は、卸売業者、委託者の代金回収リスクを小さくすることにも役立っていると同時に、農協が農家に出荷代金の精算を行う上でもメリットがある。全農H県本部への聞き取り調査によれば、全農H県本部が販売代金を1週間以内に農協へ送金することで、農協が農家に出荷代金の精算を出荷後1週間以内で行うことが可能になっている。

(4) 契約取引(予約相対取引)において卸売市場を経由するメリット

このように、代金決済の確実性と決済サイトの短期化という点で大きなメリットが現在の卸売市場にはあるが、契約取引に取り組む出荷者も、取引を卸売市場経由とすることでそうしたメリットを利用している。

聞き取り調査によれば、全農H県本部では、卸売市場の予約相対取引を、契約取引に積極的に活用している。具体的には、全農H県本部が県下の農協と実需者との調整を行って両者の商談をまとめた契約取引に、帳合い先として卸売業者と仲卸業者を入れ、卸売市場を通す予約相対取引としている。

これにより、当然前述のような代金回収リスクの軽減及び決済サイトの短期化を図ることができる。特に農協への代金支払いサイトの短期化は、農家への精算の短期化を図るために大きなメリットとなる。聞き取り調査によれば、農家が農協を通じて、通常の市場出荷と契約取引を行う場合、出荷段階で両者を明確に分けることが難しいケースがあるが、その場合に農協は、農家への精算を市場出荷に合わせるケースが多く、県本部から農協への契約取引の代金決済だけ遅れると、農協が農家へ代払いのような方式を採る必要が生ずるなど事務処理が煩雑になる。そのため、全農H県本部としても、契約取引と卸売市場出荷の農協への支払いサイトを同じにすることで、農協の負担を減らすことを図っている。

また予約相対取引を利用することで、その取引は全農H県本部と卸売業者との取引となり、実需者との間で契約書を結ぶ必要性は小さくなる。正式な契約書の締結を実需者との間で行うと、多数の取引を短期間で行っている全農H県本部にとって契約締結のための事務処理が膨大となるが、卸売市場を経由する取引にすることで、事務処理コストの低減を図ることも可能になる。

(5) 卸売市場における代金決済機能が抱える問題

前述のように、出荷者から高い信頼を受けている卸売市場の代金決済機能だが、経営が悪化する卸売業者や仲卸業者が増加し、その機能の維持が困難になるケースが生じている。特に組合代払方式は非常に厳しい状況になりつつある。

これは、デフレによる農産物価格の下落、スーパー等大手量販店との取引増による決済サイトの長期化(図表 - 4)(その一方で、仲卸組合と仲卸業者間の決済サイトを長

くすることは仲卸組合の経営が悪化するため難しい) 金融機関の慎重な融資姿勢により仲卸業者の資金繰りが従来よりも厳しくなったこと等により、仲卸業者の経営の悪化と経営格差の拡大が生じていることが背景にある(図表 - 5)。

仲卸業者の規模や経営状況の格差が拡大していく中では、全ての加入者が組合員として一つにまとまって代金回収リスクの負担を連帯してカバーする組合代払方式のような仕組みは、その維持が非常に困難になってきている。そのため、比較的規模の大きい優良な仲卸業者がこれまで加入していた組合を脱退し、それらの仲卸業者だけで、仲卸組合を設立する動きも出ている。

図表 4 仲卸業者の販売代金の平均回収状況、中央卸売市場の各段階の平均決済期間(青果)

仲卸業者の販売代金の平均回収状況 (単位:日)			平均決済期間(99年度) (単位:日)	
年度	仲卸業者の販売先		出荷者	卸売業者
	一般小売店	大規模小売店		
81	13.7	21.6	3.2	8.4
91	14.5	21.5	仲卸業者	19.1
2000	15.8	22.8	買出人	

資料 全国中央卸売市場協会『仲卸業者の経営状況調査に関する報告書』、農林水産省流通課調べ

図表 - 5 卸売業者及び仲卸業者の経営構造(青果)

卸売業者の1業者当たりの経営構造 (%)				仲卸業者の1業者当たりの経営構造 (%)				
		1970年度	2000年度			1980年度	2000年度	
		卸売業者	出荷奨励金			10.7	11.4	仲卸業者
完納奨励金	13.0		13.2	販売管理費	その他(店舗使用料及び配送保管料等)	39.0	43.4	
人件費	37.7		41.9					
市場使用料	4.2		6.8	営業利益	7.9	1.5		
集荷販売費	12.4		6.4					
その他	9.2		16.7					
営業利益	12.8		3.5					

資料 農林水産省総合食料局『卸売市場流通の現状と課題』2002年11月

また精算会社方式においても、水産物取引の事例ではあるが、卸売業者と仲卸業者との決済を代行している精算会社が、不況による仲卸業者の連続倒産によって倒産したケースもあり、仲卸業者の経営悪化が進めば、精算会社のリスクも高まることになる。

このように、卸売市場における代金決済機能については、仲卸業者の経営が悪化しかつ業者間の経営内容の格差が拡大する中で、今後も現行のまま継続できるかが大きな課題となりつつある。

2 卸売市場改革の方向と契約取引のニーズとの対応について

(1) 現在の卸売市場機能と契約取引のニーズとの対応について

先にみたように、卸売市場における代金決済機能は、出荷者からの信頼が非常に高い。また契約取引においても予約相対取引など市場を利用するケースが多い。ただし必ずしも卸売市場の持つ機能が全て契約取引のニーズに的確に対応しているのではなく、販売先として現在の卸売市場が抱える問題も前述のように数多くある。そのため、代金決済が保証されるならば市場外で契約取引に取り組みたいとする出荷者のニーズも大きいとみられる。

ここでは、現在の卸売市場機能と契約取引などの多様化する流通ニーズとの対応を検討するとともに、そうした状況に今後の卸売市場改革がもたらす影響についても検討してみたい。

まず現在の卸売市場の持つ主な機能については、農林水産省「食品流通の効率化等に関する研究会」(2002年12月)の論点整理を参考にすれば、以下の6つの機能、基幹的な流通機構機能、品揃え機能、集分荷機能、価格形成機能、代金決済機能、全量引取り機能があげられる。また同論点整理では、現在の卸売市場を「国民の食生活に欠くことのできない生鮮食料品等の流通において、安定的な供給や公正な価格形成等の機能を有し、基幹的な流通機構としての役割を果たしている」と一定の評価をするとともに、それぞれの機能が持つ課題について整理している(図表 - 6)。

図表 - 6 卸売市場機能の評価と課題

	基幹的な流通機構機能	品揃え機能	集分荷機能	価格形成機能	代金決済機能	全量引取り機能
評価	生鮮食料品等の流通において、安定的な供給や公正な価格形成等の機能を有し、基幹的な流通機構としての役割。	優れたワンストップショッピング性を発揮することによって、我が国の食文化に適合した生鮮食料品の効率的な流通システムとして機能。	大量かつ多品目で多様な生鮮食料品等について、流通関係者が一つの場所に一堂に会することによって、極めて短時間のうちに確実に集分荷を行う効率的なシステム。	中央卸売市場が全国的な指標として機能。	期日内の確実な代金決済を保証するシステムとして、国内農水産業にとって重要な販路を提供。	全量引取りを保証するシステムとして、国内農水産業にとって重要な販路を提供。
課題	情報化の進展に加え、流通技術の発達により、消費者、実需者のニーズや商品特性に応じて、多様な流通経路が展開される中で、卸売市場の経由率が低下。	卸売業者と仲卸業者との役割分担の下で情報の共有化が不十分。差別化商品の供給や、量、価格、品質面での安定的な商品の供給において、消費者や実需者のニーズへの対応が不十分。	原則として卸売市場内に全品を搬入して取引することが、市場の狭隘化と、物流技術の進展、大規模小売店の郊外展開等への柔軟な対応の遅れを招く。	多様な流通ルートが形成される中で、サービスやルートの違いによる多様な価格形成への対応が不十分。	-	全量受託システムは、優位な産地の健全な発展・育成に悪影響。食品の安全性確保への対応を充実強化することが必要。
参考：市場 経由契約 取引(予約 相対取引)	卸売市場の流通機能を利用可能。多様な流通対応には制約。	卸売市場の品揃え機能を利用可能。ただし、量、価格、品質的には不安定、消費者や実需者のニーズへの対応は不十分。	卸売市場の集分荷機能を利用可能。ただし、商物一致の制約。	価格は取引ごとに形成。	卸売市場の代金決済機能が利用可能。	取引量は契約により一定(全量引取りの制約なし)。
参考：市場 外取引	拡大基調。多様な流通に対応。	差別化商品、こだわり商品等については卸売市場よりも優位。量、価格、品質的には安定的な供給が可能。	商物分離が可能。生産者と実需者の直接取引により、物流技術の進展、実需者ニーズへの即応が可能。	価格は取引ごとに形成。一定価格が可能。品質、生産方法等による差別化が可能。	代金決済の方法は取引ごとに異なり一般に卸売市場よりもリスク大。	取引量は契約により一定(全量引取りの制約なし)。

資料 農林水産省「食品流通の効率化等に関する研究会」論点整理(卸売市場流通システムの評価)を参考に筆者作成。表中の参考部分は追加作成。なお代金決済機能と全量引取り機能は、筆者が分離。

その課題とは、 基幹的な流通機構としての機能については、多元的な流通経路への対応が不十分で卸売市場の経由率が低下していること、 品揃え機能については、差別化商品の供給や、量、価格、品質面での安定的な商品の供給において、消費者や実需者のニーズへの対応が不十分であること、 集分荷機能については、卸売市場内に全品を搬入して取引することが、市場の狭隘化と、物流技術の進展や大規模小売店の郊外展開等への対応の遅れを招いていること、 価格形成機能については、サービスやルートの違いによる多様な価格形成への対応が不十分であること、 全量引取り機能については、全量受託システムが、優位な産地の健全な発展・育成に悪影響を与えていること等があげられている。

次に、ここであげられた現在の卸売市場機能の課題が、農協・農業生産法人及び実需者が契約取引を行う理由やねらいとどのように対応しているかをみたい。図表 - 7、図表 - 8 は、農協・農業生産法人が契約取引を利用する理由及び実需者（加工業者、外食企業、量販店等）の契約取引のねらいをみたものである。

そこでは、契約取引の当事者が契約取引を行う理由やねらいの上位に、農協・農業生産法人側では、「価格が安定」「組合法人による価格決定がある程度可能」「実需者・消費者のニーズの把握が可能」「数量が安定」等があげられ（図表 - 7）、また実需者側では、「鮮度や食味、サイズ等の品質の高い青果物の確保」「産地・生産者、仕入ルートを明確にし、安全性の高い青果物の確保」「自社の考え方を生産者に依頼できる」「安定的な仕入の確立」「仕入価格変動リスクの回避」等があげられている（図表 - 8）。

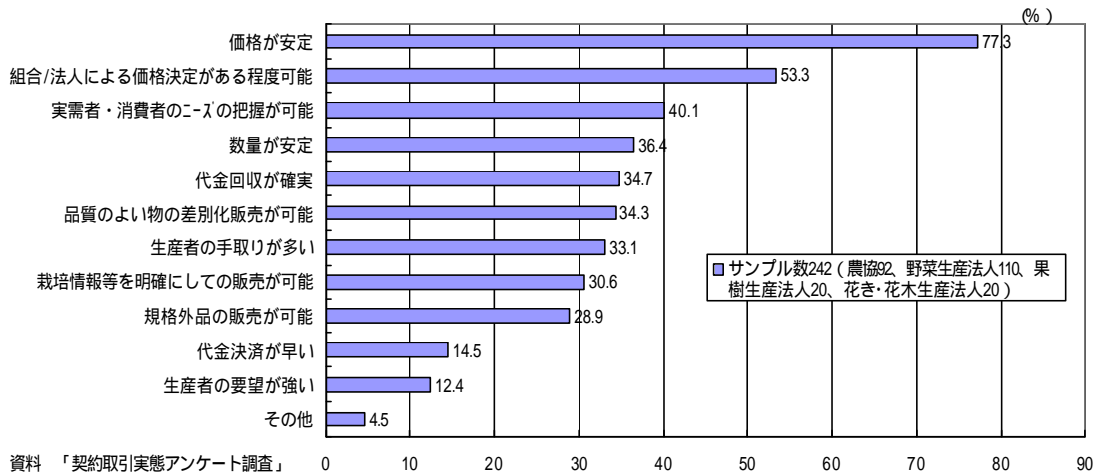
ここでこれらの契約取引のニーズと、前述の論点整理の中で「卸売市場の課題」としてあげられている事項との対応について考えてみたい。

まず 品揃え機能については、前述のように現在の卸売市場では差別化商品の供給や、量、価格、品質面での安定的な商品の供給において、消費者や実需者ニーズへの対応が不十分としているが、これは契約取引を利用する理由として農協・農業生産法人があげる「消費者・実需者のニーズの把握が可能」「数量が安定」「品質のよい物の差別化販売が可能」や実需者がねらいとしてあげる「鮮度や食味、サイズ等の品質の高い青果物の確保」「産地・生産者、仕入ルートを明確にし、安全性が高い青果物の確保」「自社の考え方を生産者に依頼できる」「安定的な仕入の確立」等への対応が現行の卸売市場では難しいことが示されている。

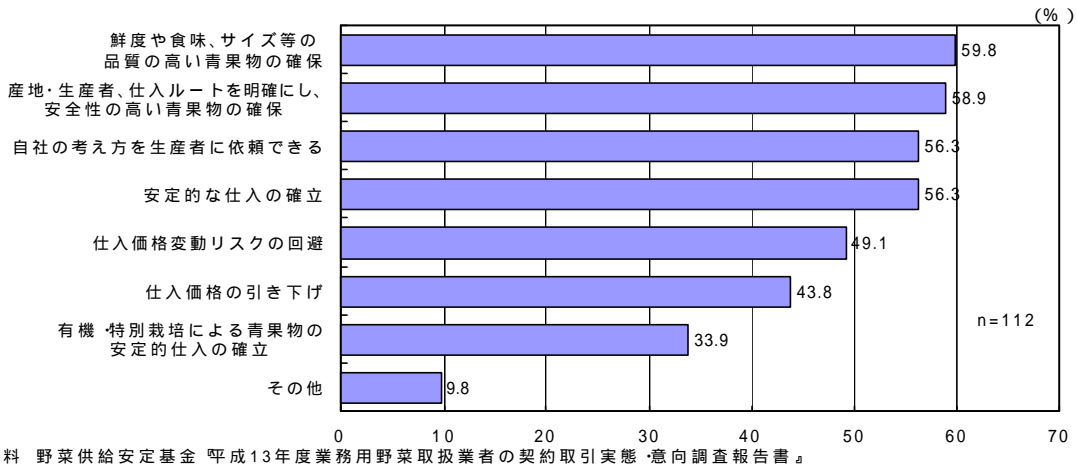
また 価格形成機能では、サービスやルートの違いによる多様な価格形成への対応が不十分としているが、これは農協・農業生産法人があげる「価格が安定」「組合法人による価格決定がある程度可能」や実需者があげる「仕入価格変動リスクの回避」等が難しいことが示されている。

このように、現在の卸売市場の機能は、契約取引のニーズに対応する上で多くの課題を抱えている。逆にいえばこのような多様化する流通に対応ができなかったため、 基幹的な流通機構としての機能の課題にあるように「卸売市場の経由率が低下」してきたという見方もできる。

図表 - 7 農協・農業生産法人が契約取引を利用する理由（複数回答）



図表 8 実需者の契約取引のねらい（複数回答）



なお、契約取引のニーズと卸売市場の機能が必ずしも対応していないにもかかわらず、先にみたように卸売市場の代金決済機能を利用するために契約取引において卸売市場を経由させる事例があり、また聞き取り調査によれば、電子商取引において電子商取引所運営者が卸売市場の買参人の資格を取得して、取引参加者に卸売市場の品揃え機能を利用させるという事例もみられた。現在の卸売市場の機能を個々にみた場合には、契約取引や市場外流通の取引参加者にとっても、必要性が高い機能があることに留意する必要がある。

(2) 「卸売市場流通の効率化等の方向」と契約取引のニーズとの対応について

前述のように、現在の卸売市場の機能は契約取引のニーズに即応したものとはいえず、卸売市場を通じた契約取引である予約相対取引についても、許可申請等事務処理の煩雑さや商物一致の原則等の制約があり、拡大させることは難しい状況である。また出荷者の評

価の高い代金決済機能についても卸売業者や仲卸業者の経営が悪化する中、その機能を維持する上で、困難な状況に置かれている。

しかし、現在、以下のように卸売市場の新たな改革の方向が打ち出されおり、その方向は契約取引を含む流通ルートが多様化に積極的に対応していくものとなっている。そこで、ここでは、その改革の方向を示した農林水産省「食品流通の効率化等に関する研究会」による論点整理の中の「3 卸売市場流通の効率化等の方向」を基に、契約取引のニーズとの対応等について検討してみたい。

「卸売市場流通の効率化等の方向」では、効率化の方向として7点をあげている。それは卸売業者、仲卸業者の連携強化、物流面での効率化、卸売市場の効率的な整備・運営、卸売手数料の弾力化、市場関係事業者の体質強化、取引の情報開示、食の安全・安心の確保への対応、である（図表 - 9）。

図表 - 9 卸売市場流通の効率化等の方向

効率化の方向	卸売業者、仲卸業者の連携強化	物流面での効率化	卸売市場の効率的な整備・運営	卸売手数料の弾力化	市場関係事業者の体質強化	取引の情報開示	食の安全・安心の確保への対応
内容	卸売業者と仲卸業者とが産地、実需者等と連携し、消費情報や商品情報の提供、商品開発等の機能を充実強化。	ITや物流技術の進展等を積極的に活用した効率的な流通システムを形成するため、商物分離取引の拡大等市場取引に関する規制の緩和を進めること。 単に一つの市場で卸売機能を行うだけでなく、複数の卸売市場が連携し、機能分担を進めることが必要であり、このための市場取引等に関する規制の緩和を図ること。	整備手法の多様化や関係事業者が自主的な整備を行うなど民間活力の活用等による市場整備・運営の多様化を図ること。 大規模小売店、外食等の広域チェーン展開、首都圏等の交通混雑等に対応して、今後、卸売市場の配置等についても見直すこと。	卸売業者が、出荷者や買受者のニーズに応じて、取引内容やサービスの多様化に即応し、柔軟な収益構造を実現するとともに、流通実態に即応し、卸売市場流通が魅力ある発展を図るためには、機能サービスに見合った手数料を弾力的に徴収できるようにすること。 なお、その対応に当たっては、卸売業者が手数料収入に大きく依存している実態等を踏まえ、一定期間をかけて進めることを検討する必要。また、あわせて、業務等に関する規制の緩和、卸売業者の合併等の経営対策を検討する必要。	卸売業者については、財務基準に基づく自己責任による一層の経営改善。仲卸業者についても経営の自己管理と改善を促す必要。 卸売業者、仲卸業者間について、業者間の合併・統合を進めるとともに、業務内容の拡充・多角化等企業活動の自由度を高めるような規制の見直しを図ること。	卸売市場の役割と市場関係事業者の民間企業としての活動との関係も踏まえつつ、取引の情報開示のあり方について検討すること。	卸売市場段階における食品の安全性確保の一層の徹底・強化が重要。 取扱商品にふさわしいトレーサビリティへの的確な対応。

資料 農林水産省「食品流通の効率化等に関する研究会」論点整理(3「卸売市場流通の効率化等の方向」)より筆者作成。

まず卸売業者、仲卸業者の連携強化については、具体的には、産地、実需者等と連携し、消費情報や商品情報の提供、商品開発等の機能を充実強化するとしているが、これは契約取引を利用する理由として農協・農業生産法人があげた「実需者・消費者のニーズの把握が可能」や実需者がねらいとしてあげた「自社の考え方を生産者に依頼できる」に対応するものである。また農産物の安全性や素性へのニーズに対応し、食の安全・安心の確保への対応として、食品の安全性確保の一層の徹底・強化やトレーサビリティへの的確な対応が打ち出されている。

さらに、多様化する流通ルートへの対応として、物流面での効率化では、商物分離取引の拡大等市場取引等に関する規制の緩和が打ち出されており、また大型化する実需者への対応としては卸売市場の効率的な整備・運営で、大規模小売店、外食等の広域チェー

ン展開、首都圏等の交通混雑等に対応した卸売市場の配置等の見直しも打ち出されている。これは、契約取引のねらいとして実需者があげた「産地・生産者、仕入ルートを明確にし、安全性の高い青果物の確保」にも対応するものとみられる。

このように、「卸売市場流通の効率化等の方向」は、前述の農協・農業生産法人及び実需者の契約取引のニーズに対応するものとなっており、同方向の中に示された事項が実現するならば、これまで市場が対応することが困難だった契約取引においても、市場流通を利用する可能性も考えられる。既にこれらの改革の方向を先取りしたかたちで、卸売業者や仲卸業者自らが、契約取引等新たな市場外流通の取組みに乗り出しているケースもある。聞き取り調査によれば、卸売業者と仲卸業者が提携して契約取引への取組みを検討している事例（卸売業者がマーケティングコーディネーターとして販売代行を行い、かつ仲卸業者はマーチャンダイジングコーディネーターとして仕入代行を行う取引を試行）や仲卸業者がスーパー・外食・中食対応機能としてパッケージ機能を備えた農産加工センターを設立し、原料仕入れにおいて産地との契約取引を活用するといった動きがみられた。

ただしここで注意が必要なのは、今回の「卸売市場流通の効率化等の方向」の中では、自由化・規制緩和の一環として、手数料率の弾力化等卸売業者及び仲卸業者の経営に大きな影響が出るとみられる事項も含まれていることである。

例えば、現在の卸売市場の代金決済機能を維持するために重要な卸売業者及び仲卸業者の経営に対しては、市場関係事業者の体質強化として、自己責任による一層の経営改善に加え、業者間の合併・統合を進め、また企業活動の自由度を高めるための規制緩和を進めるとしている。また代金決済機能と密接な関係にある卸売手数料制度についても、卸売手数料の弾力化において、機能・サービスに見合った手数料を弾力的に徴収できるようにするとし、経営における自由化・規制緩和の方向が示されている。

これらの自由化・規制緩和の方向で効率化が進めば、卸売業者及び仲卸業者の経営格差がさらに広がると予想され、また手数料の自由化が進めば完納奨励金の変化を通じ組合代払方式等への影響も考えられるため、これまでのような卸売市場の確実な代金決済機能が確保されるかどうかは予測が難しく、むしろ代金回収リスクが高まる可能性もある。

また卸売市場における「自主的な整備を行うなど民間活力の活用」とともに、公的な関与の縮小や、卸売市場の課題で取り上げられた全量受託システムの見直し等が行われれば、出荷者にとって、卸売市場での販売リスクが高まる事態も予想される。

このように、「卸売市場流通の効率化等の方向」は、契約取引を含め多様化する流通ニーズに積極的に対応していこうとするものであるが、その方向は、基本的には自由化・規制緩和による効率化であり、卸売業者及び仲卸業者の経営格差の拡大や生産物の選別を通じた出荷者への影響も予想される。そのため、従来ほとんど意識する必要のなかった卸売市場取引における代金回収リスクや全量受託システムが見直された場合の販売リスク等様々なリスクを、出荷者が意識せざるを得ない状況となる可能性がある。またその一方で、卸売業者及び仲卸業者も、現在の卸売市場では対応が難しい流通形態に積極的に取り組んで

いくことが予想される。以上のように、「卸売市場流通の効率化等の方向」には、出荷者にとってメリット、デメリット両面あるとみられるが、具体的な方策としてはまだ不明な部分が多く、特に従来卸売市場流通に備えられてきた様々なリスク回避のための仕組みが、今後も維持されるかどうかは、予測が難しい状況にある。

一方、出荷者においても、市場外流通を含む多元化する流通形態への対応が今後より一層必要になるとみられるが、その際には、従来の市場取引に比べ高くなると想定される代金回収リスクをいかに軽減するかが重要な課題となつてこよう。

代金回収リスクの軽減と決済サイトの短期化について

1 代金回収リスクの軽減について

(1) 農協や野菜生産法人の販売代金回収リスクへの対応の現状とニーズ

卸売市場を通じた出荷の場合には、前述のとおり、決済サイトが短いこと、代払制度等の存在によって、農協や野菜生産法人など市場への出荷者にとって販売代金回収リスクは極めて小さくなっている。

また、農協が経済連・全農県本部を経由して卸売市場に出荷すれば、委託販売により代金回収リスクは経済連・全農県本部が負うこととなり、さらに、「青果物・花き市場取引信用補償制度」に加入している多くの経済連・全農県本部が卸売市場を通じて出荷する場合の代金回収リスクは外部に移転されている。

しかし、農協や野菜生産法人が市場を経由せずに契約取引を行う場合には、こうした代金回収リスクの軽減措置を利用することができないため、次のような取引先の信用リスクに応じた適切な対応を行うことが一層必要となる。

取引先の信用情報を入手する。

信用情報に基づいて、取引の可否や取引限度額を決定する。

リスクを外部に移転する。

販売先を分散し、リスクを分散する。

債権管理を行う。

こうした対応については、農協や野菜生産法人自らが行う場合もあり、損保等により提供されている様々なサービスを利用することもできる。

農協や野菜生産法人自らによる代金回収リスクの軽減方法としては、「契約取引実態アンケート調査」によれば、次のようなことが行われている（図表 - 1）。

（取引先信用情報の入手）に対応するものとして、「信頼できる人に取引先の紹介を依頼」（農協での実施割合 21.5%、野菜生産法人での実施割合 27.7%、以下同様）。

、（信用情報に基づいた取引の可否・取引限度額の決定）に対応するものとして、「信用調査会社の格付けを基に販売先を選定」（27.8%、8.9%）。

（信用情報に基づいた取引の可否・取引限度額の決定）に対応するものとして、「販売先ごとに取引限度額を設定」（11.4%、5.0%）。

（リスクの外部移転）に対応するものとして、「保証人」（3.8%、1.0%）、「供託金（保証金）」（15.2%、5.0%）。

（販売先分散によるリスク分散）に対応するものとして、「販売先を分散」（6.3%、41.6%）。

（債権管理）に対応するものとして、「売買契約書を締結」（50.6%、18.8%）している。

また「債権管理規定を作成」（農協 33.9%、農協のみの設問）も行われている（前掲図表 - 36）。

リスクの軽減方法について「とくにない」と回答した農協は 21.5%、野菜生産法人は 30.7%である。

図表 - 1 代金回収リスクの軽減方法（複数回答）

(単位 件、%)

		サンプル数	の信頼できる人に取引先の紹介を依頼	信用調査先を格付けを基に販売先を選定	販売先ごとに取引限度額を設定	売買契約書の締結	供託金（保証金）	保証人	て保険料・保証料を払って保険等に加入	販売先を分散	その他	とくにない
	今後	57	14.0	19.3	15.8	40.4	28.1	3.5	8.8	7.0	10.5	28.1
野菜生産法人	現在	101	27.7	8.9	5.0	18.8	5.0	1.0	4.0	41.6	6.9	30.7
	今後	82	20.7	14.6	8.5	30.5	6.1	4.9	9.8	25.6	1.2	32.9
生産者	現在	274	30.3	3.6	6.2	9.9	2.2	0.7	6.9	12.8	2.6	49.3
	今後	206	17.0	8.7	8.7	15.0	5.3	2.4	8.3	10.7	3.4	55.3

資料 契約取引実態アンケート調査

(注) 網掛けは、各行の上位3位（「とくにない」を除く）の割合を示す。

一方、～ との一部については、損保等による金融サービスを利用することも可能である。

図表 - 2からは、農協や野菜生産法人が外部のサービスの利用に対してある程度のニーズをもっていることが読み取れる。契約取引を実施または予定・検討している農協の80.6%、野菜生産法人の71.1%がリスクの移転（代金回収事故時の損失引受の代行）を希望している。

図表 - 2 契約取引において代行が必要な業務（「必要」と回答した割合）（複数回答）

(単位 %)

	ニーズの収集伝達	販売先探し	販売先との交渉	選別	パック(箱)詰め	出荷直前の数量調整	代金決済事務	代金回収事故時の損失引受け	クレーム対応
農協	76.5	80.0	66.0	17.2	34.0	36.6	68.6	80.6	56.0
野菜生産法人	52.7	58.9	37.1	20.5	22.7	23.3	42.3	71.1	35.6
生産者	34.0	42.2	65.8	13.3	8.1	21.6	31.5	21.6	26.7

資料 契約取引実態アンケート調査

(注) 網掛けは、各経営体の上位2位の割合を示す。

そのうち代金回収リスク軽減のために何らかの支出をしてもよいとしている割合は、農協で73.4%、野菜生産法人では86.9%である（後掲、図表 - 10）。

また、契約取引を行っていない理由として、農協の43.8%が「代金回収に不安」をあげており、このことが契約取引を実施する際の1つのネックとなっていることがわかる（図表 - 3）。

図表 - 3 契約取引を行っている場合の契約取引の問題点と契約取引を行っていない理由として「代金回収に不安」「決済期日までが長い」をあげる割合

(単位 件、%)

	農協		野菜生産法人	
	契約取引の問題点	契約取引を行っていない理由	契約取引の問題点	契約取引を行っていない理由
サンプル数	88	89	100	52
代金回収に不安	30.7	43.8	11.0	23.1
決済期日までが長い	21.6	11.2	16.0	11.5

資料「契約取引実態アンケート調査」

(2) 代金回収リスク軽減のための金融サービス

a 金融サービスの概要

取引先の信用リスクへの対応を支援するために、損保等は様々なサービスを提供している。前述の3つの対応（～）に関するサービスとしては、次のようなものがあげられる。

取引先の信用情報を入手する 企業信用調査会社等による信用情報提供サービス。

信用情報に基づいて、取引の可否や取引限度額を決定する 自動審査システム。

リスクを外部に移転する 保険、保証、立替払い等。

これらのサービスは、単独で提供されるだけでなく、いくつかの機能を組み合わせて提供されている場合もある。

販売代金回収リスクについてのリスクの外部への移転機能を持つ金融サービスの代表として、取引信用保険とファクタリング（保証、買取）があげられる。これらのサービスは、リスクの移転という機能に加えて、取引先ごとの保険・保証引き受けの可否や支払限度額（保証限度額）の設定等によって、取引先の信用情報をサービスの利用者に提供している。また、保証履行等と同時に売上債権を損保・ファクタリング会社等に譲渡することになるので、支払不能先については債権管理の必要もなくなる。

また、企業間電子商取引向けの金融サービスでは、リスクの外部への移転に関して保険、ファクタリングといった1つのサービスのみが提供される例もあるが、電子商取引所において決済と売上債権の保証と与信管理等複合的なサービスが提供される例もあり、また、これらは必要に応じて機能やサービスの選択が可能となっている。このように、様々なサ

ービスが提供されている背景には、企業間電子商取引では、新規取引先の開拓が比較的容易というメリットと裏腹に、対面取引により築かれる信頼関係が成立しないため、販売先の企業信用情報の把握、審査、取引判断、リスクの移転が、従来の取引以上に必要とされ、かつリアルタイムに必要とされていることがあると思われる。

b 金融サービスの具体例

以下、聞き取り調査に基づいて、リスクの移転に関するサービスを中心に具体的な金融サービスの例を紹介するが、これらのサービスはオーダーメイドの商品であることが多く、信用リスク、決済サイト、サービス提供会社等によって、手数料率等の条件は異なることが多い。以下に記述する手数料等の条件は例示であることに留意されたい。

また、サービス利用に当たっては、具体的な信用リスク、決済サイト等の内容に応じた金融サービスの条件を確認することが必要であり、また金融サービス同士の比較に当たっても、信用リスクや決済サイト等を同じ内容として比較することが必要である。

さらに、リスクの移転についてのサービスを利用した場合、サービス提供機関の経営悪化の場合には、契約どおり保険金や保証等が受けられない可能性もある。つまりリスクの移転先であるサービス提供機関の経営リスクを引受けることになる。したがって、行政の監督の有無等も含めて、サービス提供機関の経営の信頼性にも留意する必要がある。

(a) 取引信用保険

取引信用保険とは、商品の継続的な売買契約に関し、買い手の代金支払債務の不履行によって、売り手が被る損害に対して保険金を支払うものである。

<特徴>

原則として、保険対象に対して行う販売の全てを包括的に付保する。

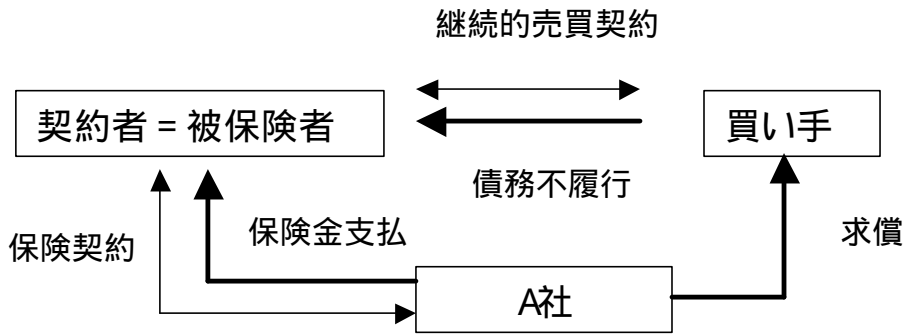
保険料率は販売先業種の倒産率や過去の貸し倒れの状況等によって個別に設定される。保険料率の設定方法には売上高ベースと支払限度額ベースとがある（損害保険会社A社への聞き取り調査によれば、売上高比0.2～0.3%）。

保険金は正味損害額（損害額－回収額）に一定の割合（縮小率）をかけた金額。

オーダーメイドの商品であるところからも、保険会社は一定以上の売上高、債務者数を商品提供の条件とすることが多いようである。

継続的売買契約を対象とする。

図表 - 4 損害保険会社 A 社の取引信用保険



資料 聞き取り調査及び調査先資料による

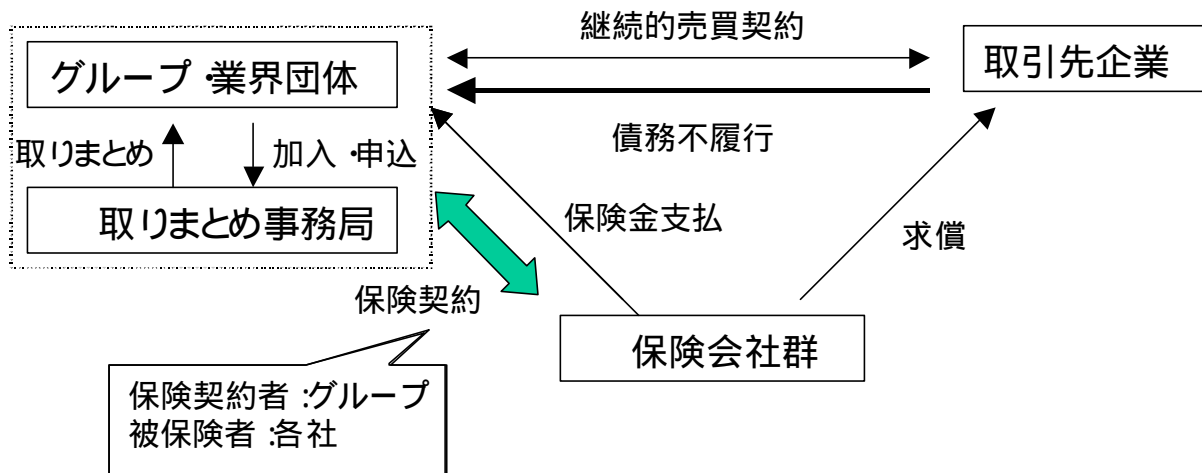
また、取引信用保険において、被保険者を複数として取りまとめ一契約とする例もある。これにより、次のようなことが可能となる。

取引信用保険に個別には加入できない規模の小さな企業も加入可能となる。

個別企業ごとには、小額の保険料で加入可能であり、取引金額の下限も低くすることができる。

図表 - 5 は、複数の被保険者を取りまとめ一契約とし、また引受保険会社も複数とした取引信用保険の例である。

図表 - 5 保険代理業 B 社の取引信用保険
(複数の被保険者を取りまとめ一契約とした例)



資料 聞き取り調査及び調査先資料による

(b) ファクタリング保証

ファクタリング保証には、根保証と手形保証（個別保証）がある。根保証は、依頼された販売先1社ごとに保証限度額の範囲内で、ファクタリング会社が売掛金、受取手形の決済を保証。手形保証は、保証限度額の範囲内で、受取手形の写し（コピー）に基づいてその受取手形の決済を保証。

<特徴>

利用者が希望する販売先のみを選択して、保証を申し込むことができる。

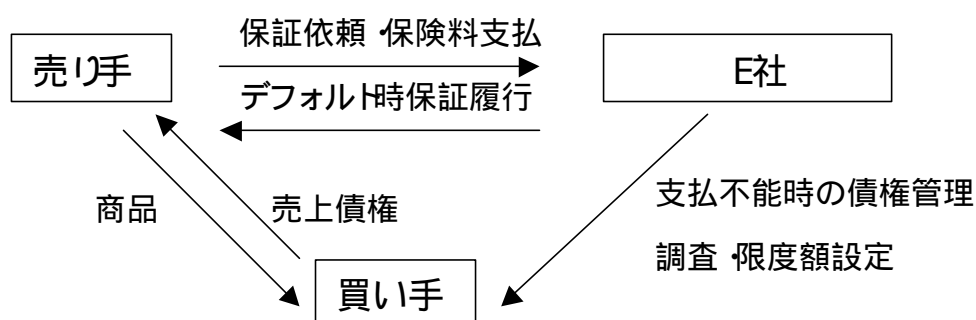
保証料は保証限度額に対して設定される。

保証料は、取引信用保険の保険料同様、債務者の信用リスク等に応じて決められる。料率に一定の基準を設けているところも、個別の信用リスクにより水準を決定するところもある。（聞き取り調査によれば、銀行系ファクタリング会社D社の場合は保証限度額比年6%が基準となっており、銀行系ファクタリング会社E社の場合は個別の信用リスクによる判断の結果として保証限度額比平均年4%程度。）

取引先数に下限が設けられている場合がある（D社、E社ともに10社以上）。

オーダーメイドの商品であるところからも年間保証料が一定程度必要である（聞き取り調査によれば、年間保証料は最低200～300万円程度という例もあった）。

図表 - 6 ファクタリング会社E社のファクタリング保証



資料 聞き取り調査及び調査先資料による

(c) 買取ファクタリング

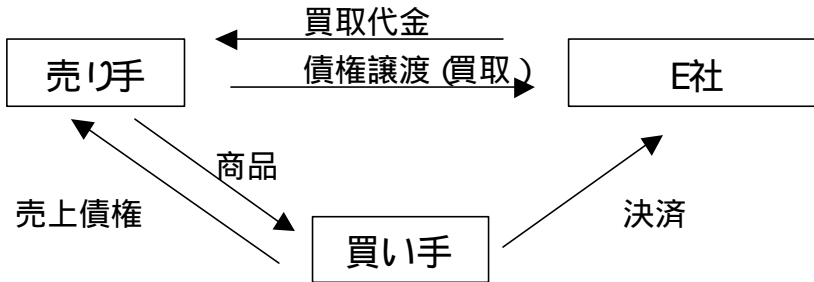
企業の有する売上債権をファクタリング会社が買戻請求権なしで買い取るもの。（ファクタリングには、買戻請求権（売上債権の支払先が不渡りや不払いとなった場合に、金融機関がファクタリングした売上債権を買い戻すよう請求できる権利）のあるタイプもある。）

<特徴>

売上債権が資金化し、キャッシュフローが向上する。

ファクタリング会社により販売先のリスクに応じた手数料が差し引かれる。

図表 - 7 ファクタリング会社E社の買取ファクタリング



資料 聞き取り調査及び調査先資料による

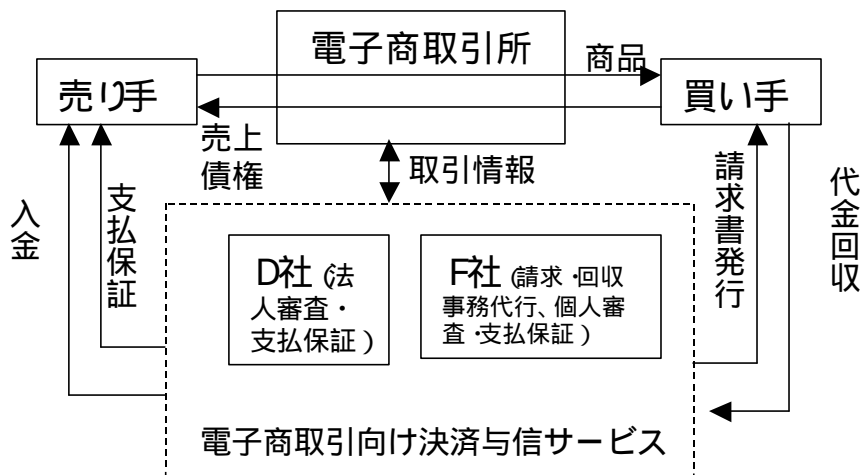
(d) 電子商取引向け決済与信サービス

前述のとおり、企業間電子商取引向けの金融サービスでは、リスクの移転に関して 取引信用保険、 ファクタリングといった 1 つのサービスが提供される例もあるが、決済と売上債権の保証と与信管理等複合的なサービスが提供される例もある。

また、電子商取引所運営者が仲介のみを行う場合と、購入及び販売の当事者となっている場合があり、後者の場合には電子商取引所向けサービスの契約当事者は電子商取引所運営者となる。この場合は、電子商取引所運営者の代金回収リスクが保険会社等に移転するのであって、出荷者(売手)のリスクが保険会社等に移転するわけではない。

図表 - 8 は、電子商取引向けに保証だけでなく決済機能も提供し、決済サイトの短期化も可能としているサービスである。信販会社が決済と個人企業の保証、ファクタリング会社が法人の保証を行っている。

図表 - 8 ファクタリングD社、信販F社の電子商取引向け決済与信サービス



資料 聞き取り調査及び調査先資料による

<特徴>

代金請求・回収事務代行（a）、支払保証（b）、期日前入金（c）の3つの機能を持ち、この組み合わせで、資金化サービス（a + b + c）、支払保証サービス（a + b）及び回収代行サービス（a）の3種類のサービスを提供。

手数料は与信限度額に対して3%前後（販売先企業のリスクによって異なる）。

与信限度額1億円が目処（下限はない）。

決済サイトは月末締め翌月末支払い等。資金化サービスは買い手の商品検品後、最短で2営業日後に入金。

買い手が法人の場合も、個人企業の場合もサービスを提供。

（e）取引先与信管理サービス

インターネットを通じた与信判断機能の提供サービス

<特徴>

ASPサービス（ASP = Application Service Provider を利用するサービスのことで、プロバイダーが保有するサーバーのアプリケーションを顧客がインターネット経由で利用するもの）として提供（バッチ方式による社内システムへの取り込みも可能）。

WEB上で、取引先の与信判断、取引先の信用状況の変化、企業の財務情報等のサービスを提供。

このサービスを核として、取引先与信管理サービス会社I社は、取引信用保険、電子商取引向け取引信用保険、電子商取引向け資金決済サービスなどのリスクの移転に係るサービスを提供。

（f）企業信用情報提供サービス

企業信用調査会社が、企業概要、企業財務データ、現地調査による企業信用調査報告書等の企業信用情報を、文書情報やインターネット等の電子媒体等により提供している。

（3）野菜の契約取引における金融サービスの利用について

a 農協、野菜生産法人側の状況

野菜の契約取引において、農協や野菜生産法人等が前述の各種金融サービスを利用する場合に考慮すべき点としては次のようなものが考えられる。

金融サービスの必要性

金融サービスの手数料率（保険料、保証料等）

取引規模（販売金額、取引社数）

販売先の形態（株式会社、有限会社、個人企業等）

取引確定の資料（契約書、請求書、注文書等）の有無

電子商取引利用の可能性

(a) 金融サービスの必要性

契約取引において、金融サービスを使う目的はいくつか考えられる。

第1は、契約取引拡大に当たっての代金回収リスクの軽減である。全く新たに契約取引に取り組む、新規の取引先を開拓する、あるいは、既往の取引先との取引量を拡大することを希望する場合に、農協や野菜生産法人に取引先についての信用情報が不足したりリスク審査能力が不足していると、代金回収リスクがネックとなって踏み切れない場合もある。そうした場合に、金融サービスの利用によってリスクを軽減し取引拡大が可能になれば、新たな利益が生まれることになる。

第2は、既往の取引先との取引における代金回収リスクの軽減である。経済情勢の変化等により相手先の経営が変化している場合もあろうし、また経営体のリスク管理強化に基づく場合もあろう。

アンケート結果からは、取引拡大を目的として金融サービスの利用を希望する農協や野菜生産法人が比較的多いことが読み取れる。図表 - 9 のとおり、契約取引を「現状維持で今後も続ける」という場合より、「今後は品目・時期・数量を拡大する」、「これから始める計画がある」という場合の方が、代金回収事故時の損失引受けの代行希望割合は高い。

図表 - 9 契約取引の今後の意向と代金回収事故時の損失引受けの代行希望

(単位 件、%)

	農協			野菜生産法人		
	サンプル数	代行は不必要	代行が必要	サンプル数	代行は不必要	代行が必要
これから始める計画がある	6	16.7	83.3	5	20.0	80.0
実施を内部で検討中	21	14.3	85.7	-	-	-
予定はないが関心はある	-	-	-	29	27.6	72.4
現状維持で今後も続ける	24	37.5	62.5	48	31.3	68.8
今後は品目・時期・数量を拡大する	42	11.9	88.1	39	28.2	71.8
今後は品目・時期・数量を縮小して続ける	1	0.0	100.0	1	100.0	0.0

資料 「契約取引実態アンケート調査」

(注) 契約取引を継続または予定・検討している農協、野菜生産法人のみ。

(b) 金融サービスの手数料率

図表 - 10 にみられるとおり、農協や野菜生産法人が代金回収リスク軽減のために支出してもよい費用は、農協では販売高対比で0.1~0.5%が35.4%、0.5~1%が22.8%、1~3%が8.9%となっており、3%以上の回答は1割に満たない。また、野菜生産法人では0.1~0.5%が26.4%、0.5~1%が21.4%、1~3%が29.8%となっており、3%以上は9.6%である。

図表 - 10 代金回収リスク軽減のために支出してもよい費用（単数回答）

（単位 件、％）

	サンプル数	支出しない	支出する	販売高の0.1～0.5%未満	販売高の0.5～1%未満	販売高の1～3%未満	販売高の3～5%未満	販売高の5～8%未満	販売高の8%以上でも支出
				合計	198	18.7	81.3	30.3	23.7
農協	79	26.6	73.4	35.4	22.8	8.9	2.5	2.5	1.3
野菜生産法人	84	13.1	86.9	26.2	21.4	29.8	4.8	2.4	2.4
果樹生産法人	14	14.3	85.7	21.4	50.0	7.1	7.1	0.0	0.0
花き・花木生産法人	21	14.3	85.7	33.3	19.0	28.6	0.0	0.0	4.8

資料 契約取引実態アンケート調査

（注）網掛けは「支出する」の内訳中最も高い割合を示す。

許容できるサービス料率の水準を考えるに当たって重要なことは、前項でまとめた契約取引における販売先の信用リスクの移転を何の目的に使うかという点である。

リスクを移転することで、新規の取引先や新規の業界と契約取引が可能となる、または、既往取引先との取引量の拡大が可能となれば、それによって新たに生まれる利益がサービス料率との比較の対象となる。

一方、既往の取引先に現状の取引量を前提として、そのリスク移転を行うのであれば、それによって新たに利益が生まれるわけではない。したがって、農協であれば、現在の販売手数料との比較が検討されよう。農協の野菜の販売手数料率（販売手数料（買取販売による販売利益を含む）/当期販売・取扱高、農林水産省「平成12年度総合農協統計表」による）は平均2.2%である。野菜生産法人でも（農協にも共通するが）既往取引先については取引先の情報を把握している場合が多いとみられ、かつ前述のとおり、自ら信用リスク軽減策を行っている場合が多く、それらを勘案すれば許容できるサービス料率は低い水準となろう。

また、卸売市場を經由していた取引がそのまま市場外の取引に移り、移行前後で利益は変わらないという場合には、卸売市場手数料に含まれていた市場の代金決済の確実性を支える機能の部分との比較となろう。青果物の委託販売手数料は販売高比8.5%であり、出荷奨励金が最大1.7%程度戻るのでそれを差し引くと実質7%程度となる。この水準には市場に備わっている他の機能（品揃え機能や集分荷機能等）についての費用が加味されていることを考慮した上で、市場外の取引における金融サービスの手数料について負担可能かどうかを検討する1つの目安となろう。

(c) 取引規模

販売金額及び必要与信限度額

契約取引実態アンケート調査を基に試算した農協及び野菜生産法人の契約取引における販売金額（野菜販売金額に契約取引割合を乗じて試算）と必要与信限度額（必要与信限度額 = 回収不能額とし、月末締翌月末払で販売先の倒産等による回収不能月数を2ヶ月と仮定して、契約取引における販売金額に12分の2をかけて試算）による組合数の分布は図表-11、12のとおりである。

参考までに、聞き取り調査に基づく一例として、取引信用保険については売上高10億円以上、ファクタリングについては支払限度額2,000万円以上、取引信用保険で複数の被保険者を取りまとめ一契約とした場合については支払限度額300万円以上について、農協及び野菜生産法人の分布に対応させた。

なお、電子商取引所利用の場合には、売り手の加入条件に取引規模はなく、それによる制限はない。

図表 - 11 農協の野菜の契約取引での販売金額と必要与信限度額（回収不能額）試算

	サンプル数	平均	180万円未満	180万円以上	500万円以上	1.2億円以上	3億円以上	10億円以上	50億円以上
回答組合数累積構成比 (%)	90	3.7億円	8.9	91.1	82.2	57.8	28.9	6.7	1.1
販売金額下限 (万円) (a)			0	1,800	5,000	12,000	30,000	100,000	500,000
回収不能月数(月) (b)			2	2	2	2	2	2	2
必要与信限度額下限 = 回収不能額下限(万円) (c)			0	300	833	2,000	5,000	16,667	83,333

取引信用保険(複数の被保険者を取りまとめ一契約とした場合)

ファクタリング

取引信用保険

資料 「契約取引実態アンケート調査」

(注) $c = a \times b \div 12$

図表 - 12 野菜生産法人の野菜の契約取引での販売金額と必要与信限度額

(回収不能額) 試算

	サンプル数	平均	100万円未満	100万円以上	180万円以上	300万円以上
回答組合数累積構成比 (%)	107	200万円	47.2	52.8	43.0	29.9
販売金額下限 (万円) (a)			0	1,000	1,800	3,000
回収不能月数(月) (b)			2	2	2	2
必要与信限度額下限 = 回収不能額下限(万円) (c)			0	167	300	500

資料 「契約取引実態アンケート調査」

(注) $c = a \times b \div 12$

取引信用保険(複数の被保険者を取りまとめ一契約とした場合)

取引社数

農協では平均 6.2 社・団体（以下、社と略す）、野菜生産法人は 8.8 社である。販売先数別の分布をみると、1～4 社が農協では 52.3%、野菜生産法人では 64.4%と 5～6 割を占め、5～9 社が農協で 25.0%、野菜生産法人で 15.8%、10 社以上は農協で 22.8%、野菜生産法人で 19.7%である（図表 - 13）。

参考までに、聞き取り調査では、取引信用保険では数十社以上、取引信用保険において複数の被保険者を取りまとめ一契約とした場合は 30 社以上、ファクタリングでは 10 社以上を、取引社数の下限とするという事例があった。実際の取引社数と合わせてみると、各サービスを利用できる農協、野菜生産法人の範囲は限られたものになる。

一方、電子商取引向けの金融サービスの場合には、原則、売り手の加入条件として取引社数はない。

なお、取引金額、取引社数ともに、今後契約取引の拡大に伴って増大すれば、利用可能な金融サービスの範囲も拡大することになる。

図表 - 13 2001 年度に契約取引を行った販売先数

	サンプル数	(単位 件、%)							
		1～4 社・団体	5～9	10～ 19	20～ 29	30～ 49	50以 上	10以 上	30以 上
農協	88	52.3	25.0	12.5	5.7	2.3	2.3	22.8	4.6
野菜生産法人	101	64.4	15.8	5.9	5.9	2.0	5.9	19.7	7.9

資料「契約取引実態アンケート調査」

(d) 販売先の形態

契約取引の販売先は仲介者（経済連・全農県本部、全農集配センター、近隣生産者、出荷組織、集荷業者、卸売業者、仲卸業者、商社、インターネットでの農産物取引会社等）実需者（スーパー、生協、カット野菜企業、漬物メーカー、外食企業、弁当・惣菜企業等）とも様々であり、その形態も株式会社だけでなく、有限会社、個人企業等も含まれると思われる。

金融サービスを利用する際の条件としての販売先の形態は、聞き取り先の金融機関によって、株式会社に限定、法人に限定、企業信用調査会社のデータが必要、個人企業でもよいと様々である。

また、電子商取引に係る金融サービスでは、株式会社はファクタリング会社、株式会社以外の会社や個人は信販会社やクレジットカード会社が、それぞれ審査や保証を分担している例があった。

したがって、販売先が個人企業である場合にも、リスク移転等に係る金融サービスが利用できないというわけではない。

(e) 取引確定のための資料

金融サービスを利用する場合には、継続的な取引であることを確認するための資料や取引が確かに行われたことを示す資料が必要な場合がある。

聞き取り調査によれば、 売買基本契約書が必要、 契約書は必要ないが、取引が確定できるものとして、請求書、注文書、台帳、納品書、運送業者の配達記録が必要など、調査先の金融機関あるいは金融サービスによって、取引確定のために必要な資料は異なっている。

一方、電子商取引向けの金融サービスでは、買い手の注文や保証依頼が運営会社のサーバーに記録されるため、契約書等の書類は取引確定のために必要ではない。

農協や野菜生産法人の状況を見ると、図表 - 14 のとおり、契約書を全ての取引先と締結している割合は農協で 30.8%、野菜生産法人で 14.5%であり、特に野菜生産法人では割合が低く、口頭での契約が中心である。ただし、今後について、「契約書の締結は難しい」との回答は農協で 4.4%、野菜生産法人で 13.6%にとどまっている。

図表 - 14 契約書の締結状況

(単位 件数、%)

	サンプル数	全締結の取引先と	一部締結の取引先と	全く締結していない				
				で現 き状 るで も締 結	締 結件 でが 整え るば	は契 約書 の締 結	無 回 答	
農協	91	30.8	34.1	35.2	11.0	17.6	4.4	2.2
野菜生産法人	110	14.5	43.6	41.8	16.4	11.8	13.6	0.0

資料 「契約取引実態アンケート調査」

基本契約書については、継続的取引についての基本契約を行った割合は農協で 71.4%、野菜生産法人で 71.3%であり、基本契約を行ったもののうち、基本契約書を締結している割合は農協で 58.6%、野菜生産法人で 57.9%であった。

また、取引確定の資料として、注文書や請求書の有無を質問したところ、農協では注文書を受け取った割合は 45.2%、請求書を発行した割合は 45.3%、野菜生産法人では注文書を受け取った割合は 68.3%、請求書を発行した割合は 74.0%であった。

(f) 電子商取引の利用可能性

電子商取引所を利用し、そこに金融サービスが付随している場合には、 比較的取引の規模（取引額、取引先数）が小さい場合についても、保険、保証、立替払いといったリスクの移転に係るサービスや取引審査情報の提供、自動審査システムなどの金融サービスが利用可能であり、また 契約書等の書類は取引確定のためには必要でない。こうした点からみて、農協や野菜生産法人にとっては、電子商取引に係る金融サービスは比較的使用し

やすいものといえよう。

ポイントは、売り手側の農協や野菜生産法人と買い手側の実需者が、今後電子商取引を本格的に利用するか否かである。

図表 - 15 によれば、インターネットで提供されるサービスを現在利用している割合は、農協で 33.0%、野菜生産法人で 27.2%であり、その中でも、生産情報の提供、販売先の需要情報の入手、農産物販売の受注の割合が高く、信用リスクに係るサービスの利用の割合は大変低い。

しかし、今後の意向については、全体としてインターネット提供サービスを利用したいという割合は農協で 58.9%、野菜生産法人で 57.2%と、現在の利用割合のそれぞれ約 2 倍となる。また、「販売先の信用情報の入手」、「取引信用保険・ファクタリング等による代金回収リスクの軽減」などの信用リスクに係るインターネットサービスの利用意向も、現在の利用割合に比べ拡大する。

また、食品専門の電子商取引所への聞き取り調査によれば、同取引所の利用会員数は売り手、買い手とも増加しており、またその中でも決済代行サービスの利用量は急増している。売り手だけでなく、買い手である実需者側の利用も拡大する傾向にあることがわかる。

こうしたことからみて、電子商取引所の利用及びそれに係る金融サービスを利用する農協や野菜生産法人の割合は、今後高まる可能性があると考えられる。

図表 - 15 インターネット提供サービスの利用について

(単位 件、%)

	現在利用しているサービス		今後利用したいサービス	
	農協	野菜生産法人	農協	野菜生産法人
サンプル数	185	173	185	173
組合の生産情報の提供	23.2	21.4	33.0	32.9
販売先の需要情報の入手	11.9	11.0	41.1	34.7
農産物販売の受注	8.6	11.6	24.3	28.9
販売先の信用情報の入手	3.8	4.6	31.4	19.7
決済(クレジットカード等による)	0.0	2.9	7.6	6.9
取引信用保険・ファクタリング等による代金回収リスクの軽減	0.0	1.7	12.4	8.7
上記のどれかを利用	33.0	27.2	58.9	57.2
無回答	67.0	72.8	41.1	42.8

資料 「契約取引実態アンケート調査」

(注) 網掛けは信用リスクにかかるサービス。

b 金融サービス利用の条件、可能性

本調査によるアンケート調査及び聞き取り調査結果によれば、各金融サービスの利用のための条件や可能性については以下のようにまとめることができよう。

なお、繰り返しになるが、サービスを利用する場合に、各種サービスの比較に当たって

は同じサービス内容での比較が必須である。またサービス提供機関の経営の信頼性に留意することが重要である。

(a) 取引信用保険

取引規模が比較的大きく、売買契約書や債権管理などの体制が整備している一部の農協では利用可能。既にいくつかの農協で利用実績がある。

また、グループとして、農協、野菜生産法人を一定規模以上に取りまとめ、一契約とすることができれば、各加入者の取引規模が比較的小さい場合にも、取引信用保険は利用可能である。ただし、グループの取りまとめに係る事務コストが別途必要になる。加入手続き等の取りまとめ事務は、取りまとめ機関が行ってもよいが、保険会社に事務委託をすることも可能である。グループと取りまとめ機関は、既存のものでも、取引信用保険を利用するために新たに作ったものでもよい。グループ内の他加入者のリスクも合わせて平準化し、各加入者が保険料として負担することを許容できることが必要である。

(b) ファクタリング

保証先を選択できるため保証料水準は高めとなるが、取引規模がある程度大きく、請求書等の取引を確定できるデータがある等必要な条件を満たせば、利用可能である。

(c) 電子商取引向け金融サービス

現在のところ、野菜の契約取引に占める電子商取引の割合は低いが、将来的には拡大する方向にあるとみられる。

料率は高めであるが、電子商取引所の加入条件として、原則として取引規模等の制限はない場合が多く、取引規模の小さい農協や野菜生産法人でもリスク移転等の金融サービスは比較的に利用しやすい。また、取引先が個人の場合にも対応可能なサービスがある。

2 決済サイトの短期化について

(1) 決済サイト短期化のニーズ

前掲図表 - 3 にみたように、契約取引の問題点及び契約取引を実施していない理由として「決済期日までが長い」ことをあげる割合は、契約取引を実施している場合には農協 21.6%、野菜生産法人 16.0%、契約取引を実施していない場合には農協 11.2%、野菜生産法人 11.5%であった。

聞き取り調査によれば、契約取引主体の野菜生産法人では、支払いサイトが比較的長い（肥料 60 日、種 30 日、野菜生産法人に出荷している生産者への支払は 3 ヶ月ごと）ため、決済サイトを市場のように短くする必要を感じていない。また他の野菜生産法人では、振込手数料が売り手の負担となるため、決済サイトがあまり頻繁では困るということであった。

一方、同じく聞き取り調査によれば、農協は農家に対する代金精算について、契約取引分と市場出荷分を合わせてプール計算としているため、契約取引分の実需者との決済サイトが長い場合には、農協が仮払いしている事例もある。また、ある野菜生産法人では、近隣の生産者から買取販売をしているが、生産者への支払いサイトを月3回締め5日後払いで一定としているため、実需者から野菜生産法人への決済サイトが長い場合には、資金繰りが大変であるとのことだった。

このように、特に、農協や野菜生産法人が、出荷元の生産者に対して、市場と同様もしくは比較的短期の決済サイトで支払を行っている場合には、契約取引における決済サイトの短期化のニーズが強いと考えられる。

(2) 決済サイト短期化のための金融サービス

a 金融サービスの現状

アンケート調査では、契約取引の場合の決済サイトは「月末締め翌月末払い」が最も多い。

これよりも決済サイトを短期化する金融サービスとしては、買取ファクタリングと電子商取引向け決済与信サービスでの期日前入金サービスがあげられる。

、とも、決済サイトの短期化という機能だけでなく、リスクの移転機能がセットになったサービスである。

b 金融サービス利用の条件、可能性

前述のとおり、買取ファクタリングの場合には、取引規模が一定以上である必要があり、また企業信用情報機関のデータに契約取引の取引先データが該当する必要がある場合もある。

電子商取引所向け期日前入金サービスの場合にはそうした条件はない。

3 まとめ

以上、アンケート調査と聞き取り調査の結果を中心に、野菜の契約取引における販売代金回収リスク軽減措置と決済サイトの短期化について、どのようなニーズがあり、また損保等による金融サービスが利用可能かについて検討した。

これまでのところ、野菜の契約取引において、農協や野菜生産法人が代金回収リスク軽減や決済サイト短期化に係る金融サービスを利用している例は少ないが、今後契約取引の必要性が高まれば、農協や野菜生産法人が契約取引において販路拡大や量的拡大の際に必要な機能として、それらの金融サービスへのニーズはより拡大するものとみられる。

また、代金回収リスク軽減や決済サイト短期化について損保等から提供されているサービスには様々なものがあり、サービスごとに利用するに当たっての必要な条件はあるものの、農協や野菜生産法人は、それらの条件を満たせば利用可能であり、現に一部の農協や

野菜生産法人はそれらの条件をクリアしている。さらに、今後契約取引の規模が拡大すれば、より利用できる農協や野菜生産法人の範囲は拡大する。また、電子商取引所を利用すれば、比較的簡便に販売代金回収リスク軽減機能を利用することも可能である。

今年度の調査は、野菜の契約取引に焦点を当てたものであった。しかし、米をはじめ農産物全体で考えれば、卸売市場外での取引規模はより大きく、リスク軽減のためのニーズも高いものと思われる。野菜の契約取引だけでなく、農協や野菜生産法人が販売する農産物全体の代金回収リスクを軽減する仕組みを検討することで、利用可能な金融サービスの範囲が拡大する可能性もあり、今後の課題であろう。

アンケート調査票
(GT表)

(注) nは回答数を、選択肢の後の数字は回答割合(単位は%)を示す。

農協の野菜販売に関するアンケート調査

総合農協(GT表)

農協の野菜販売に関するアンケート調査の実施についてお願い

農業協同組合 御中

野菜供給安定基金
㈱農林中金総合研究所

本年度当研究所は、野菜供給安定基金より、契約取引を含めた野菜販売の実態に関する調査の委託を受けました。この調査の一環として、野菜販売方法の現状や販売に対するニーズを把握するために、全国の総合農協に対してアンケート調査を実施いたします。お忙しいところまことに恐縮ですが、何とぞご協力のほどよろしくお願い申し上げます。

(ご記入にあたってご注意いただきたいことについて)

1. 調査の対象期間

とくに断らない限り、平成13事業年度の実績をご記入下さい。

2. 調査票の記入の仕方

貴組合の販売事業担当部署の方が記入してください。

3. 調査票中の用語の定義等

実需者とは、流通の最終段階に位置する事業者(外食業者、加工業者、小売店等)です。

4. 提出先

同封の封筒により(株)農林中金総合研究所宛て、11月11日(月)までにご投函下さい。切手を貼る必要はございません。

5. 謝礼

ご協力いただきました組合には、全国集計・分析結果の報告書をお送りいたします。

6. 本調査の内容に関するお問い合わせ先

農林中金総合研究所 調査第一部 尾高、斎藤

(TEL:03 - 3243 - 7347、7346 FAX:03 - 3270 - 2233 E-mail:odaka@nochuri.co.jp)

〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-8-3

整理番号		分類番号				(総研記入欄)
------	--	------	--	--	--	---------

ふりがな	農業	都道
組合名	協同組合	府県

記入担当者の所属・氏名

所属部・課・係名	氏名(ふりがな)	電話()	-
		FAX()	-

貴組合の概要

問1 平成13年度末の組合員数、販売農家数および職員数の状況をご記入ください。

組合員戸数		管内の販売農家戸数		管内の主業的農家戸数	管内の認定農業者数	職員数	
	うち正組合員戸数		うち野菜			計	うち販売事業
n=148 9,727人	n=184 5,365人	n=144 3,461人	n=141 772人	n=132 1,143人	n=136 200人	n=175 296人	n=161 26人

問2 平成13年度の決算の概況をご記入ください。

(単位:百万円、赤字は 印、単位未満は小数点以下第一位を四捨五入)

事業 総利益計	うち					事業 利益	経常 利益	税引前 当期利益
	信用	共済	購買	販売	その他			
n=166 2,945	n=169 1,018	n=169 774	n=169 884	n=169 183	n=160 197	n=166 171	n=165 202	n=168 205

問3 平成13年(公表されていない場合には平成12年)の管内の農産物の粗生産額をご記入ください。

(単位:百万円、単位未満は小数点以下第一位を四捨五入)

管内生産額 合計	うち 米	野菜	果実	工芸農作物 (茶、イ草等)	花き類	畜産	その他
n=142 11,071	n=138 2,761	n=143 3,212	n=123 1,111	n=78 592	n=117 602	n=135 2,830	n=124 929

販売事業について

以下の問4~9では、貴組合が行っている販売事業の概況等についておうかがいします。

問4 平成13年度の貴組合の農産物の販売・取扱高(卸売市場手数料を除く)、および系統利用高をご記入ください。(単位:百万円、単位未満は小数点以下第一位を四捨五入)

	販売・取扱高							
	合計	うち 米	野菜	果実	工芸農作物	花き類	畜産	その他
販売・取扱高	n=176 5,476	n=169 1,350	n=182 1,753	n=135 846	n=73 411	n=136 314	n=165 991	n=145 386
うち 系統利用高	n=146 5,047	n=144 1,230	n=161 1,608	n=109 936	n=58 359	n=109 278	n=134 918	n=114 331

問5 貴組合には、野菜のパッケージ・センターはありますか(いずれか1つに) n=169

- 1.ある 8.9 2.建設中または計画中 1.2 3.ない 89.9

問6 貴組合で平成13事業年度に販売した野菜の販売方法等についてお聞きします。

(1)貴組合の平成13事業年度の野菜の販売・取扱高(受託、買取の両方を含む)、その販売先ごとの内訳、および先数をご記入ください。なお、販売先には、卸売市場や全農や経済連へのへの出荷を含みます(以下、同じ)。(単位未満は小数点以下第一位を四捨五入)

	野菜販売高							
	うち卸売市場	全農集配センター	スーパー	生協	食品加工メーカー	外食企業	その他	
金額 n=142	1,924百万円	9.0割	0.6割	0.0割	0.1割	0.1割	0.1割	0.2割
うち、経済連・全農県本部経由	1,844百万円	8.8割	0.5割	0.0割	0.0割	0.1割	0.0割	0.1割
先数	n=141 23市場	n=65 2か所	n=18 2社	n=26 2組合	n=24 3社	n=10 2社	n=27 3社	

(2)上記の販売先に、販売している理由は何ですか(当てはまるものすべてに)	卸売市場 n=180	全農集配センター n=78	スーパー n=20	生協 n=32	食品加工メーカー n=28	外食企業 n=10	その他 n=37
1 代金決済が早いから	54.4	55.1	10.0	9.4	7.1	10.0	5.4
2 代金回収が確実だから	93.9	87.2	15.0	21.9	21.4	10.0	10.8
3 事務手続きが容易だから	58.3	51.3	5.0	3.1	3.6	0.0	5.4
4 より高く販売できるから	13.3	17.9	45.0	37.5	21.4	50.0	43.2
5 価格や数量が安定しているから	21.1	34.6	50.0	46.9	60.7	60.0	24.3
6 規格外の農産物も販売できるから	17.2	14.1	10.0	6.3	50.0	30.0	29.7
7 実需者・消費者のニーズが直接きけるから	10.0	7.7	55.0	56.3	7.1	10.0	29.7
8 安全性をアピールできるから	9.4	11.5	25.0	56.3	3.6	10.0	27.0
9 昔からの付き合いだから	38.3	16.7	10.0	9.4	10.7	10.0	18.9
10 過剰生産時に受け入れてくれるから	44.4	25.6	5.0	3.1	3.6	0.0	2.7
11 他に販売先がないから	16.1	7.7	0.0	0.0	10.7	0.0	2.7
12 その他(具体的に:)	3.3	0.0	5.0	6.3	3.6	0.0	13.5

(3)販売先への販売金額の割合は3年前と比較して、おおよそどのように変化しましたか。(それぞれの販売先ごとに、1.~3.のいずれか1つに)	卸売市場 n=180	全農集配センター n=75	スーパー n=20	生協 n=33	食品加工メーカー n=29	外食企業 n=9	その他 n=34
1 3年前に比べて増えた	11.1	21.3	50.0	48.5	48.3	66.7	47.1
2 3年前に比べて減った	52.2	26.7	5.0	18.2	20.7	0.0	14.7
3 3年前と変わらない	36.7	52.0	45.0	33.3	31.0	33.3	38.2

(4)販売先の問題点は何ですか。(それぞれの販売先について当てはまるもの全てに)	卸売市場 n=176	全農集配センター n=70	スーパー n=25	生協 n=36	食品加工メーカー n=32	外食企業 n=19	その他 n=32
1 価格が安い	35.8	32.9	16.0	11.1	21.9	10.5	6.3
2 価格が不安定	59.7	35.7	4.0	5.6	3.1	5.3	3.1
3 取引数量が少ない	7.4	7.1	44.0	33.3	25.0	26.3	25.0
4 品質のよいものを差別化して販売できない	19.9	17.1	8.0	2.8	6.3	5.3	0.0
5 手数料が高い	33.0	31.4	8.0	8.3	3.1	5.3	3.1
6 農薬等の栽培基準への要求が厳しい	8.0	18.6	36.0	58.3	12.5	26.3	15.6
7 代金回収に不安がある	0.6	1.4	36.0	11.1	56.3	47.4	40.6
8 決済期日までが長い	2.3	1.4	32.0	22.2	31.3	31.6	37.5
9 欠品が出た時のペナルティ(罰則)が厳しい	1.7	4.3	32.0	33.3	12.5	10.5	9.4
10 上位等級や特定等級だけを要求される	5.7	5.7	48.0	22.2	15.6	31.6	21.9
11 輸送コストが高い	22.7	18.6	8.0	5.6	9.4	26.3	15.6
12 事務手続きが煩雑	0.0	1.4	20.0	13.9	9.4	21.1	18.8
13 とくにない	10.8	15.7	16.0	8.3	15.6	10.5	18.8
14 その他(具体的に:)	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3	0.0

問7 野菜について、貴組合が生産者から受託販売している割合、買取販売しているの割合、および受託販売の手数料率をご記入ください

1. 受託販売 (97.4) % 2. 買取販売 (2.6) % n=162
↓
生産者からの受託販売の手数料率 2.2 % n=179

問8 貴組合には、販売事業に関する債権管理のための規定はありますか(いずれか1つに) n=171

1. ある 33.9 2. ない 66.1

(次の問9では、問8で「1.ある」と回答した組合に伺います)

問9 債権管理のための規定ではどのようなことを定めていますか(当てはまるものすべてに) n=57

1.取引先の選定方法(信用調査等)57.9 2.1社(団体)当たりの取引限度額 14.0
3. 契約書締結の義務付け 77.2 4. 債権管理責任者の設置 10.5 5. その他 12.3

以下の問10~30では、貴組合で行っている野菜の契約取引についておうかがいします。

ここでの契約取引とは、貴組合が販売先と、販売する野菜の価格、数量、規格(品質)等について、予め一定の契約(約束)を行い、それに基づいて行う取引のことです。契約には、口頭による約束も含まれます。

契約取引の販売先等について

問10 貴組合では、野菜を販売する際に契約取引を行っていますか。また行っている場合には何年前頃から行っていますか(いずれか1つに 。行っている方は何年前から行っているか数字もご記入ください)

n=184 1. 行っている 50.5 n=82 9.8 年前頃から 2. 行っていない 49.5
↓ ↓ ↓
7ページの問31にお進みください

(次の問11~30では、問10で「1.行っている」と回答した方にうかがいます)

問11 昨年度、(1)契約取引を行った野菜の品目(トマト、大根など、販売金額上位5位まで)と、(2)契約取引に参加した部会数と農家戸数をご記入ください n=92

(1) 契約取引を行った品目: トマト 34.8 きゅうり 23.9 キャベツ 21.7 だいこん 20.7 たまねぎ 18.5

(2) 契約取引に参加した部会数と農家戸数: n=72 4 部会 農家戸数合計 n=79 229 戸

問12 契約取引の際に、貴組合が(1)販売した先(販売代金を受取る先であり、経済連や卸売業者等への出荷も含む)はどこですか。また(2)その先の実需者はどこですか(当てはまるものすべてに)

(1)貴組合が野菜を直接に販売した先(当てはまるものすべての数字に) n=92	(2) 貴組合が販売した野菜の実需者 (それぞれの販売先について当てはまるものすべてに)								
	スーパー	生協	カット野菜企業	漬物メーカー	弁当・惣菜企業	外食企業	その他	わからない	
1 実需者に直接	26.7	26.7	26.7	53.3	6.7	16.7	26.7	0.0	n=30
2 経済連(全農県本部)	61.0	40.7	32.2	20.3	8.5	20.3	16.9	3.4	n=59
3 全農集配センター	82.6	73.9	8.7	8.7	4.3	13.0	13.0	4.3	n=23
4 卸売業者	63.3	40.0	40.0	16.7	10.0	36.7	16.7	13.3	n=30
5 仲卸業者	64.7	17.6	23.5	17.6	11.8	41.2	0.0	5.9	n=17
6 商社	30.0	0.0	0.0	20.0	0.0	10.0	30.0	10.0	n=10
7 インターネットでの農産物販売会社	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	n=1
8 その他	22.2	22.2	11.1	0.0	11.1	11.1	66.7	0.0	n=9

問 13 昨年度、貴組合が契約取引を行った販売先は全部でいくつですか（数字をご記入ください）n=88

販売先(代金を受け取る先)：合計 9 社・団体

問 14 貴組合の昨年度の野菜販売金額に占める契約取引の割合はどのくらいですか(いずれか1つに)n=92

1.20%未満79.3 2.20～40%未満14.1 3.40～60%未満4.3 4.60～80%未満0.0 5.80～100%2.2

問 15 昨年度の貴組合の契約取引にかかる次のア～ケの業務を誰が行いましたか。(当てはまるもの全てに)

	1 生産者	2 生産 部会	3 貴組 合	4 経済連 ・全農 県本 部	5 全農 集配 セン ター	6 卸売 業者	7 仲卸 業者	8 商社	9 イン ター ネッ トで の農 産物 取引 会社	10 実需 者	11 そ の 他	12 とく に 行っ て い ない	13 わ か ら ない
ア 実需者・消費者ニーズの 収集・伝達n=89	2.2	22.5	68.5	46.1	15.7	20.2	7.9	3.4	0.0	4.5	2.2	3.4	1.1
イ 販売先探しn=86	1.2	11.6	67.4	51.2	17.4	23.3	8.1	3.5	0.0	2.3	1.2	2.3	0.0
ウ 販売先との価格・数量 の交渉n=91	1.1	16.5	85.7	49.5	14.3	19.8	8.8	2.2	0.0	3.3	2.2	1.1	0.0
エ 選果n=88	52.3	13.6	70.5	4.5	2.3	4.5	1.1	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	1.1
オ パック詰めn=78	43.6	12.8	39.7	3.8	7.7	9.0	7.7	3.8	0.0	2.6	0.0	12.8	1.3
カ 出荷直前の数量調整 n=86	8.1	14.0	94.2	23.3	4.7	9.3	0.0	2.3	0.0	4.7	0.0	1.2	0.0
キ 代金決済事務n=91	1.1	1.1	81.3	50.5	7.7	9.9	3.3	1.1	0.0	2.2	1.1	0.0	0.0
ク 代金回収事故時の損失 引受n=80	2.5	11.3	63.8	41.3	3.8	8.8	3.8	2.5	0.0	2.5	1.3	6.3	2.5
ケ 販売先や実需者からの クレーム対応n=89	16.9	18.0	94.4	38.2	10.1	13.5	6.7	2.2	1.1	2.2	0.0	1.1	0.0

問 16 貴組合が契約取引を行う理由は何ですか（当てはまるものすべてに)n=92

1. 生産者の要望が強い 32.6
2. 生産者の手取りが多い 35.9
3. 価格が安定している 84.8
4. 組合が価格をある程度決められることができる 38.0
5. 数量が安定している 26.1
6. 代金決済が早い 3.3
7. 代金回収が確実 15.2
8. 規格外品も販売できる 20.7
9. 栽培情報等を明確にして販売できる 15.2
10. 品質のよいものを差別化して販売できる 21.7
11. 実需者・消費者のニーズを把握できる 25.0
12. その他 5.4

契約形態について

問 17 昨年度、貴組合の契約取引において、契約書を締結しましたか(いずれか1つに)n=91

1. 全ての取引先と締結した 30.8
2. 一部の取引先と締結した 34.1
3. 全く締結しなかった 35.2

(次の問18では、問17で「3. 全く締結しなかった」と回答された方にうかがいます)

問 18 今後、契約書の締結は可能ですか(いずれか1つに)n=30

1. 現状でも締結できる 33.3
2. 条件が整えば締結できる 53.3
3. 契約書の締結は難しい 13.3

問 19 昨年度、契約取引を行った販売先のうち、販売金額が最も多い販売先は次のうちどれですか(全農県本部や卸売業者等への出荷を含む) (いずれか1つに) n=92

1. 経済連・全農県本部 34.8
2. 全農集配センター 5.4
3. 卸売業者(卸売市場) 27.2
4. 仲卸業者 2.2
5. 商社 2.2
6. スーパー 4.3
7. 生協 5.4
8. カット野菜企業 6.5
9. 漬物メーカー 6.5
10. 弁当・惣菜企業 0.0
11. 外食企業 0.0
12. インターネットでの農産物取引会社 0.0
13. その他 5.4

(次の問20～23では、問19でお答えいただいた販売金額が最も多い販売先との契約について伺います)

問20 貴組合では、(1)継続的取引についての基本契約を行いましたか。行った場合には、(2)契約当事者は誰ですか。(いずれか1つに)

(1) 1.基本契約を行った 71.4 2.基本契約は行わなかった 28.6 n=91

(2) 1.貴組合と仲介者 2.貴組合と仲介者と実需者 3.貴組合と実需者 4.貴組合と生産者と実需者
5.仲介者と実需者 6.生産者と実需者 7.その他(具体的に:)

(以下の(3)と(4)では、(2)で、1.～4.に回答した組合に伺います)

(3)その契約は、口頭ですか、契約書ですか(当てはまるものすべてに)。(4)契約ではどのようなこと
を取り決めましたか(口頭、契約書それぞれについて当てはまるものすべてを下欄から番号を選択)

(3) 1.口頭による (4) _____
2.契約書による (4) _____

- | | | | | | |
|-------------------|---------------|----------|---------|-------------|--------|
| 1.栽培するほ場 | 2.生産者 | 3.栽培面積 | 4.栽培品種 | 5.栽培方法 | 6.契約期間 |
| 7.確定した数量 | 8.供給期間 | 9.確定した価格 | 10.等級 | 11.規格(サイズ) | |
| 12.荷姿 | 13.代金決済方法 | 14.配送方法 | 15.納入時刻 | 16.天候不順時の対応 | |
| 17.契約不履行時の対応(欠品等) | 18.市場価格変動時の対応 | 19.その他 | | | |

(注) 価格や数量などについて、確定されたもののみを選択してください。

問21 貴組合では、(1)播種前もしくは毎年の取決めを行いましたか。行った場合には、(2)取決めてい
る当事者は誰ですか。(いずれか1つに)

(1) 1.取決めを行った 61.4 2.取決めは行わなかった 38.6 n=83

(2) 1.貴組合と仲介者 2.貴組合と仲介者と実需者 3.貴組合と実需者 4.貴組合と生産者と実需者
5.仲介者と実需者 6.生産者と実需者 7.その他(具体的に:)

(以下の(3)と(4)では、(2)で、1.～4.に回答した組合に伺います)

(3)その取決めは、口頭ですか、契約書ですか(当てはまるもの全てに)。(4)取決めではどのようなこ
とを取り決めましたか(口頭、契約書それぞれについて当てはまるもの全てを上欄から番号を選択)。

(3) 1.口頭による (4) _____
2.契約書による (4) _____

問22 貴組合では、(1)出荷直前の取決めを行いましたか。行った場合には、(2)取決めてい
る当事者は誰ですか。(いずれか1つに)

(1) 1.取決めを行った 59.5 2.取決めは行わなかった 40.5 n=79

(2) 1.貴組合と仲介者 2.貴組合と仲介者と実需者 3.貴組合と実需者 4.貴組合と生産者と実需者
5.仲介者と実需者 6.生産者と実需者 7.その他(具体的に:)

(以下の(3)と(4)では、(2)で、1.～4.に回答した組合に伺います)

(3)その取決めは、口頭ですか、契約書ですか(当てはまるもの全てに)。(4)取決めではどのようなこ
とを取り決めましたか(口頭、契約書それぞれについて当てはまるもの全てを上欄から番号を選択)。

(3) 1.口頭による (4) _____
2.契約書による (4) _____

問 23 販売金額が最も多い販売先との値決め期間はどのように設定しましたか(いずれか 1 つに)n=91

1. 週間値決め 36.3 2. 旬値決め 4.4 3. 月間値決め 3.3 4. シーズン(年間)値決め 52.3
5. その他 3.3

代金決済について

問 24 昨年度の契約取引において、貴組合が最も多く用いた決済サイトはどれですか。(いずれか 1 つに) n=89

1. 週末締め翌週末払い 14.6 2. 15日締め月末払い・月末締め 15日払い(月 2 回) 13.5
3. 月末締め翌月末払い 33.7 4. その他 38.2

問 25 昨年度の契約取引において、取引先 1 社(団体)の 1 回の支払期間の決済金額は平均でどのくらいですか(いずれか 1 つに) n=85

1. 50 万円未満 24.7 2. 50 ~ 100 万円未満 20.0 3. 100 ~ 500 万円未満 35.3 4. 500 ~ 1000 万円 12.9
5. 1000 万円以上 7.1

問 26 昨年度の契約取引において、(1)出荷前に注文書を受け取ったり、(2)出荷後に請求書を発行しましたか。((1)と(2)のそれぞれについて、いずれか 1 つに)

- (1)注文書 n=84 : 1. 受け取った 45.2 2. 受け取らなかった 54.8
(2)請求書 n=86 : 1. 発行した 45.3 2. 発行しなかった 54.7

問 27 貴組合では、契約取引の代金回収リスクを軽減するために、(1)現在どのようなことを行っていますか。また、(2)今後どのようなことを行いたいですか((1)と(2)のそれぞれについて当てはまるものすべてに)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	信頼できる人取引先の紹介を依頼	信用調査会社の格付けを元に販売先を選定	販売先ごとに取引限度額を設定	売買契約書の締結	供託金(保証金)	保証人	保険料や保証料を払って保険等に入る	販売先を分散	その他	とくにない
(1)現在行っているn=79	21.5	27.8	11.4	50.6	15.2	3.8	2.5	6.3	12.7	21.5
(2)今後行いたいn=57	14.0	19.3	15.8	40.4	28.1	3.5	8.8	7.0	10.5	28.1

問 28 貴組合は契約取引で過去 5 年間に代金の未回収事故を経験したことはありますか(いずれか 1 つに)n=90

1. 1~5 件ある 6.0 2. 6~10 件ある 0.0 3. 10 件以上ある 0.0 4. 1 度もない 93.3

(次の問 29、30 は、問 28 で「1. 1~5 件ある」「2. 6~10 件ある」「3. 10 件以上ある」と回答した組合に伺います)

→ 問 29 どのような販売先ですか(当てはまるものすべてに) n=5

1. スーパー 0.0 2. 生協 0.0 3. カット野菜企業 0.0 4. 漬物メーカー 20.0 5. 弁当・惣菜企業 0.0
6. 外食企業 0.0 7. 商社 60.0 8. 卸売業者 0.0 9. 仲卸業者 0.0 10. その他 20.0

→ 問 30 1 件当たり平均の未回収金額はどのくらいですか(いずれか 1 つに) n=5

1. 50 万円未満 60.0 2. 50 ~ 100 万円未満 0.0 3. 100 ~ 500 万円未満 40.0
4. 500 ~ 1,000 万円未満 0.0 5. 1,000 万円以上 0.0

以下問 31～35 では、野菜の契約取引を行っている組合と行っていない組合の両方に、おうかがいします。

問 31 野菜の契約取引について、今後どのような意向をお持ちですか（いずれか1つに__）n=169

- 1.これから始める計画がある 4.1 2.実施を内部で検討中 15.4 3.現状維持で今後も続ける 19.5
 4.今後は品目・時期・数量を拡大する 27.8 5.今後は品目・時期・数量を縮小して続ける 1.2
 6. 近くやめる予定 0.6 7. 行う予定はない 31.4 8 ページ問 34 にお進みください

（次の問 32～33 は、問 31 で 1.～5. に回答した組合にうかがいます）

問 32 契約取引を行う際の次のア～ケの業務は、貴組合で対応可能であり代行は不必要ですか、あるいは代行が必要ですか（現在代行されている業務を含む）。代行が必要な業務については、誰に代行してほしいですか（ア～ケのそれぞれについて、当てはまるものすべてに__）

	1 代行は 必要	2 代行が 必要	代行してほしい団体等											誰に？
			1 経済 連・全 農県 本部	2 全農 集配 センタ-	3 卸 売業 者	4 仲 卸業 者	5 商 社	6 インテ- ネット での農 産物取 引会社	7 実 需者	8 金融機 関(銀 行・保 険 会社)	9 行政等 の公的 機関	10 そ の 他	11 わ か ら な い	
ア 実需者・消費者ニーズの収集・伝達n=102	23.5	76.5	85.5	23.7	32.9	13.2	2.6	2.6	14.5	0.0	6.6	0.0	0.0	n=76
イ 販売先探しn=105	20.0	80.0	91.6	18.1	30.1	12.0	3.6	3.6	2.4	0.0	3.6	1.2	0.0	n=83
ウ 販売先との価格・数量等の交渉n=103	34.0	66.0	94.1	16.2	27.9	8.8	2.9	0.0	2.9	0.0	1.5	0.0	0.0	n=68
エ 選果n=99	82.8	17.2	52.9	29.4	29.4	0.0	5.9	0.0	5.9	0.0	0.0	5.9	0.0	n=17
オ パック詰めn=94	66.0	34.0	53.1	31.3	25.0	18.8	6.3	0.0	3.1	0.0	0.0	6.3	0.0	n=32
カ 出荷直前の数量調整n=101	63.4	36.6	81.1	10.8	29.7	13.5	5.4	0.0	5.4	0.0	2.7	2.7	0.0	n=37
キ 代金決済事務n=105	31.4	68.6	91.4	15.7	22.9	4.3	4.3	0.0	1.4	4.3	1.4	0.0	0.0	n=70
ク 代金回収事故時の損失引受n=103	19.4	80.6	83.3	11.5	23.1	6.4	2.6	0.0	2.6	6.4	5.1	0.0	0.0	n=78
ケ 販売先や実需者からのクレーム対応n=100	44.0	56.0	90.9	21.8	38.2	9.1	3.6	0.0	3.6	1.8	1.8	1.8	0.0	n=55

（次の問 33 では、問 32 で「ク. 代金回収事故時の損失引受」の代行が必要と回答した組合にうかがいます）

問 33 貴組合では、契約取引にかかる代金回収リスクを回避するための費用（保険料など）として、どの程度ならば支出しますか（いずれか1つに__）n=79

1. 販売高の 0.1～0.5%未満 35.4 2. 販売高の 0.5～1%未満 22.8 3. 販売高の 1～3%未満 8.9
 4. 販売高の 3～5%未満 2.5 5. 販売高の 5～8%未満 2.5 6. 販売高の 8%以上でも支出 1.3
 7. 支出しない 26.6

(問 34 以降では、契約取引を行っている組合、行っていない組合の両方にうかがいます)

問 34 貴組合が契約取引を行う上での問題点、または貴組合が契約取引を行わない理由は何ですか(当てはまるものすべてに_) n=177

1. 天候不順等による供給不足 62.1
2. 過剰生産時の出荷先に困る 32.8
3. 取引数量が少ない 31.1
4. 市場価格と契約価格との差が大きい 14.1
5. 契約価格が再生産価格に満たない 9.0
6. 栽培基準の要求水準が高い 14.7
7. 上位等級や特定等級だけを要求される 38.4
8. 信頼できる取引相手探しが難しい 23.7
9. 代金回収に不安 37.3
10. 決済期日までが長い 16.4
11. 取引の継続性に不安 27.1
12. 出荷前日の数量変更への対応が難しい 25.4
13. 事務手続きが煩雑 14.1
14. 卸売市場との関係維持 33.3
15. 生産者の労働力不足 13.6
16. 生産者の高齢化 32.8
17. その他 4.5

問 35 インターネットで提供される次のサービスについて、貴組合の農産物販売において、(1)現在利用しているものは何ですか。また(2)今後利用したいものは何ですか((1)と(2)のそれぞれについて当てはまるものものすべてに_)

	1 貴組合の 生産情報 の提供	2 販売先の 需要情報 の入手	3 農産物販 売の受注	4 販売先の 信用情報 の入手	5 決済(クレ ジットカード 等による)	6 取引信用保険・ファクタ リング等による代金回収 リスクの軽減
(1)現在利用しているn=61	70.5	36.1	26.2	11.5	0.0	0.0
(2)今後利用したいn=109	56.0	69.7	41.3	53.2	12.8	21.1

問 36 今回の野菜生産出荷安定法の改正に伴い創設された「契約野菜安定供給制度」をご存知ですか(いずれか1つに_) n=176

1. 制度の内容を知っている 47.2
2. 名称のみ知っている 32.4
3. 知らない 20.5

以下問 37~38 では、**貴組合管内の野菜の販売農家の動向をおうかがいします。**

問 37 貴組合管内の野菜の販売農家のうち、貴組合に出荷していない農家は推定何戸くらいですか(全く出荷していない生産者、一部を出荷していない生産者のそれぞれについておおよその数字をご記入ください)

- (1) 貴組合に全く出荷していない販売農家戸数： 約 152 戸 n=133
- (2) 一部を貴組合に出荷していない販売農家戸数： 約 188 戸 n=128

問 38 その人数は、3年前と比べてどのように変化しましたか(いずれか1つに_)

- (1) 全く出荷していない販売農家戸数 n=160 1. 増えた 18.1 2. 減った 23.8 3. 変化なし 41.8 4. わからない 16.3
- (2) 一部を出荷していない販売農家戸数 n=160 1. 増えた 23.1 2. 減った 20.6 3. 変化なし 39.4 4. わからない 16.9

自由意見欄(農産物流通について、ご意見・ご要望などがございましたら下の欄にお書きください)

ご協力ありがとうございました

アンケートへのご協力をお願い

拝啓 みなさま、ますますご健勝のこととお慶び申し上げます。

私ども（株）農林中金総合研究所は、J A（農協）が行う信用事業の全国団体である農林中央金庫の調査・研究機関です。

今年度、当研究所は、野菜供給安定基金から、野菜取引に関する実態調査の委託を受けました。このアンケート調査は、上記の調査の一環として、生産者のみなさまの野菜販売に対するお考えなどをお聞きするものです。

アンケートの結果は、当総研で統計的に処理をさせていただき、今後、生産者の皆様のお役に立つための基礎資料とさせていただきますが、当然、個人の情報は一切もれません。

ご多忙のところ、まことに恐縮ではございますが、趣旨をご理解いただき、何とぞご協力下さいますようお願い申し上げます。

敬具

記入の際にご注意いただきたいこと

1. 原則として貴法人の代表者がお答えください。
2. この調査では、主として、貴法人の野菜の販売について、販売先やあなたのお考え等についてお聞きいたします。
3. とくに断らない限り、調査の対象期間は昨年度です。
4. 調査票の中にある「実需者」とは、流通の最終段階に位置する事業者（外食業者、加工業者、小売店等）です。
5. ご記入が終わりましたら、調査票を返信用封筒（茶色の封筒）に入れて11月11日（月）までにご投函ください。なお、返信用封筒には切手を貼る必要はございません。
6. 本調査の内容に関するお問い合わせ先
農林中金総合研究所 調査第一部 尾高、斎藤
(TEL:03 - 3243 - 7347、7346 FAX:03 - 3270 - 2233 E-mail:odaka@nochuri.co.jp)
〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-8-3

以上



野菜の販売に関する生産法人アンケート
農林中金総合研究所（平成14年10月実施）

当てはまる答えを選び、その番号を（ ）内に示されている数だけ で囲んでください。

以下問1では、貴法人の野菜の販売先等についてお答えください。

問1 貴法人が昨年度に販売した野菜とその販売先についてお聞きします。

(1) 貴法人で、昨年度に販売した野菜のうち、**販売金額が最も多い作物**は何ですか。
四角内に品目名をご記入ください。

トマト41.1%、ねぎ5.9%、レタス5.9%

(記入例) トマト、キュウリ、ねぎ、など

n=170

(2) (1)で記入した野菜について、**貴法人が直接に販売した先(上位3位まで)**を、
の中から番号を選んで、販売先別の販売金額の割合をご記入ください
(販売先には、農協・出荷組織・卸売業者への出荷も含みます)。

	販売金額が最も多い野菜について					
	第1位の販売先		第2位の販売先		第3位の販売先	
(2)-1 販売先	総合農協		卸売業者		スーパー	
(2)-2 販売金額の割合 (小数点以下四捨五入、上位3位まで)	約 2.2	割	約 2.0	割	約 1.0	割
(記入例) (2)-1販売先						
(2)-2販売金額の割合	約 8	割	約 1	割	約 1	割

<販売先>

総合農協 専門農協 近隣の生産者 農協以外の出荷組織 集荷業者(産地商人)
卸売業者(卸売市場) 仲卸業者 商社 スーパー 生協
カット野菜企業 漬物メーカー 弁当・惣菜企業 外食企業
インターネットでの農産物取引会社 直売所で直接販売 宅配で消費者へ直接販売 その他

以下の(3)~(7)では、(2)で選択した **販売金額が最も多い野菜の販売先**についてお答えください。

(3) そのように販売している理由は何ですか。(それぞれの販売先について、当てはまるもの全てに)	n=170	n=137	n=94
	第1位の販売先	第2位の販売先	第3位の販売先
1 縁故関係があるから	2.9	4.4	4.3
2 昔からの付き合い	21.2	17.5	9.6
3 代金決済が早いから	25.9	16.8	17.0
4 代金回収が確実だから	53.5	35.8	29.8
5 事務手続きが容易だから	17.1	8.8	7.4
6 より高く販売できるから	25.9	33.6	35.1
7 手取りが多いから	24.7	25.5	27.7
8 価格や数量が安定しているから	37.1	27.0	29.8
9 規格外の農産物も販売できるから	17.1	26.3	22.3
10 実需者や消費者のニーズが直接きけるから	24.1	27.0	37.2
11 安全性をアピールできるから	26.5	21.9	31.9
12 農業生産資材を買っているから	5.3	3.6	1.1
13 集出荷施設を利用しているから	12.4	5.8	2.1
14 資金の借入れを利用しているから	6.5	0.7	0.0
15 適切な営農指導が受けられるから	3.5	2.2	1.1
16 過剰生産時に受け入れてくれるから	15.3	14.6	10.6
17 他に販売先がないから	7.1	6.6	5.3
18 その他(具体的に:)	8.2	2.9	4.3

(4)販売金額第1位の野菜について、(2)で回答した販売先への販売金額の割合は3年前と比較して、おおよそどのように変化しましたか。(それぞれの販売先について、いずれか1つに)	第1位の販売先 n=169	第2位の販売先 n=133	第3位の販売先 n=90
	1 3年前に比べて増えた	44.4	51.1
2 3年前に比べて減った	34.9	25.6	22.2
3 3年前と変わらない	20.7	23.3	36.7

(5) (2)で回答した販売先の問題点は何ですか。(それぞれの販売先について当てはまるもの全てに)	第1位の販売先 n=169	第2位の販売先 n=133	第3位の販売先 n=93
	1 価格が安い	27.2	18.0
2 価格が不安定	21.9	17.3	17.2
3 取引数量が少ない	8.3	20.3	33.3
4 品質のよいものを差別化して販売できない	17.2	12.8	7.5
5 手数料が高い	22.5	13.5	7.5
6 農薬等の栽培基準への要求が厳しい	8.3	8.3	7.5
7 代金回収に不安がある	2.4	7.5	8.6
8 決済期日までが長い	7.1	12.8	16.1
9 欠品が出た時のペナルティ(罰則)が厳しい	7.1	5.3	2.2
10 上位等級や特定等級だけを要求される	9.5	6.0	5.4
11 輸送コストが高い	16.0	17.3	8.6
12 事務手続きが煩雑	4.1	5.3	4.3
13 とくにない	27.8	22.6	20.4
14 その他(具体的に:)	3.6	5.3	4.3

(6)販売金額第1位の野菜の販売にかかる以下のア～クの業務について、貴法人が行いましたか、あるいは販売先が行いましたか。また、行っていない業務は何ですか。販売金額第1位の販売先について、お答えください。(当てはまるもの全てに)	販売金額第1位の販売先		
	1 貴法人が行っている	2 販売先が行っている	3 とくに行っていない
ア 実需者・消費者ニーズの収集・伝達 n=149	38.9	59.1	16.8
イ 取引開始のアプローチ n=149	47.0	48.3	16.1
ウ 数量・価格の交渉 n=157	59.2	45.2	8.9
エ 選果 n=151	88.1	13.9	3.3
オ パック詰め n=142	73.2	17.6	12.0
カ 代金決済事務 n=142	39.4	64.8	3.5
キ 代金回収事故時の損失引受け n=129	38.0	39.5	27.1
ク 市場・実需者からのクレーム対応 n=151	60.3	48.3	4.6

(7) (1)で回答した野菜について、今後、販売金額の割合を増やしたい販売先はどこですか。(当てはまるもの全てに) n=171

1. 総合農協9.9 2. 専門農協0.6 3. 近隣の生産者0.0 4. 農協以外の出荷組織4.1
5. 集荷業者(産地商人)4.1 6. 卸売業者(卸売市場)11.7 7. 仲卸業者12.3 8. 商社9.9
9. スーパー37.4 10. 生協24.6 11. カット野菜企業19.3 12. 漬物メーカー4.7
13. 弁当・惣菜企業14.6 14. 外食企業24.6 15. インターネットでの農産物販売会社9.9
16. 直売所で直接販売38.6 17. 宅配で消費者へ直接販売25.7 18. その他8.2

以下の問 2～23 では、貴法人で行っている野菜の契約取引についておうかがいします。

この調査での契約取引とは、貴法人が販売先と、販売する野菜の価格、数量、規格（品質）等について、予め一定（ある程度）の契約（約束）を行い、それに基づいて行う取引のことです。契約には、口頭による約束も含まれます。

契約取引の販売先等について

問 2 貴法人は、野菜の販売において契約取引を行っていますか。また行っている場合には何年前頃から行っていますか(いずれか 1 つに 。行っている方は何年前から行っているか数字もご記入ください) n=170

1. 契約取引を行っている 65.9 n=105 8.5 年前頃から 2. 契約取引は行っていない 34.1



→8ページの間 24 にお進みください

(次の問 3～21 では「1. 契約取引を行っている」と回答した方にうかがいます)

問 3 昨年度、貴法人が契約取引で販売した野菜の品目(トマト、大根など)は何ですか (販売金額の大きいものから順に 5 品目まで、品目名をご記入ください) n=110

契約取引を行った品目 : トマト 21.8 キャベツ 17.3 だいこん 14.5 こまつな 13.6 レタス 12.7

問 4 昨年度、貴法人が契約取引で販売した野菜 (当てはまるものすべてに) n=109

1. 貴法人で栽培した野菜 100.0 2. 貴法人と同一市町村にある生産者が栽培した野菜 32.1
3. 貴法人と同一市町村外にある生産者が栽培した野菜 27.5

問 5 昨年度、貴法人が契約取引で、(1) 販売した先(代金を受け取る先であり、農協や卸売業者への出荷も含む)はどこですか。また、(2) その先の実需者はどこですか (当てはまるものすべてに)

(1) 貴法人が野菜を販売した先 (当てはまるものすべてに)	
n=109	
1. 実需者に直接	50.5
2. 総合農協・専門農協	26.6
3. 近隣の生産者	0.9
4. 農協以外の出荷組織	13.8
5. 集荷業者(産地商人)	11.0
6. 卸売業者	32.1
7. 仲卸業者	29.4
8. 会社	24.8
9. インターネットでの農産物取引会社	8.3
10. その他	10.1

(2) 貴法人が販売した野菜の実需者 (それぞれの販売先について当てはまるものすべてに)								
ア スーパー	イ 生協	ウ 加工野菜 企業	エ 漬物 メーカー	オ 弁当・惣菜 企業	カ 外食企 業	キ その 他	ク わから ない	
57.4	24.1	24.1	13.0	11.1	37.0	25.9	0.0	n=54
48.1	33.3	11.1	3.7	11.1	7.4	18.5	18.5	n=27
0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	n=1
66.7	26.7	26.7	13.3	6.7	20.0	13.3	0.0	n=15
36.4	27.3	36.4	27.3	0.0	36.4	18.2	9.1	n=11
80.0	22.9	22.9	2.9	14.3	25.7	17.1	11.4	n=35
77.4	25.8	22.6	3.2	16.1	35.5	19.4	3.2	n=31
51.9	11.1	33.3	3.7	14.8	59.3	18.5	0.0	n=27
33.3	11.1	11.1	22.2	11.1	55.6	44.4	0.0	n=9
45.5	36.4	18.2	9.1	0.0	18.2	54.5	0.0	n=11

問 6 昨年度、貴法人が契約取引を行った販売先は全部でいくつですか (数字をご記入ください) n=101

販売先(代金を受け取っている先) : 合計 88 社・団体

問7 貴法人の昨年度の野菜の販売金額に占める契約取引の割合はどのくらいですか(いずれか1つに)n=110

1.20%未満 11.8 2.20～40%未満 14.5 3.40～60%未満 10.9 4.60～80%未満 20.9 5.80～100% 41.8

問8 昨年度、契約取引にかかる次のア～ケの業務を、貴法人自身が行いましたか、あるいは販売先等が行いましたか。(ア～ケのそれぞれについて、当てはまるものすべてに)

	1 貴法人	2 生産 部会	3 総合農 協・ 専門農 協	4 近隣 の生 産者	5 出荷 組織	6 集荷業 者(産地 商人)	7 卸売業 者	8 仲卸業 者	9 商社	10 インター ネット での農 産物取 引会社	11 実需者	12 その他	13 とくに 行って いない	14 わか らない
ア 実需者・消費者ニーズの 収集・伝達 n=95	55.8	2.1	11.6	0.0	6.3	6.3	13.7	18.9	16.8	3.2	22.1	5.3	6.3	1.1
イ 販売先探し n=89	65.2	0.0	11.2	1.1	6.7	4.5	20.2	14.6	15.7	3.4	6.7	4.5	4.5	0.0
ウ 販売先との価格・数量の 交渉 n=97	77.3	1.0	9.3	3.1	9.3	4.1	15.5	13.4	15.5	1.0	12.4	4.1	1.0	0.0
エ 選果 n=95	95.8	2.1	5.3	1.1	3.2	0.0	2.1	3.2	0.0	0.0	2.1	2.1	0.0	0.0
オ パック詰め n=89	83.1	1.1	3.4	1.1	5.6	0.0	2.2	5.6	2.2	0.0	6.7	2.2	4.5	1.1
カ 出荷直前の数量調整n=92	82.6	2.2	8.7	3.3	9.8	2.2	4.3	7.6	10.9	1.1	9.8	2.2	4.3	0.0
キ 代金決済事務 n=96	63.5	0.0	15.6	0.0	7.3	2.1	14.6	13.5	12.5	2.1	11.5	3.1	0.0	0.0
ク 代金回収事故時の損失引 受け n=84	51.2	0.0	9.5	0.0	7.1	1.2	4.8	8.3	11.9	0.0	6.0	4.8	14.3	2.4
ケ 販売先や実需者からのク レーム対応 n=97	81.4	1.0	9.3	2.1	11.3	5.2	10.3	11.3	13.4	2.1	10.3	3.1	2.1	2.1

問9 貴法人が契約取引を行う理由は何ですか(当てはまるものすべてに) n=110

1. 手取りが多い 31.8
2. 価格が安定している 73.6
3. 自分で価格をある程度決めることができる 63.6
4. 数量が安定している 45.5
5. 代金決済が早い 19.1
6. 代金回収が確実 44.5
7. 規格外品も販売できる 33.6
8. 栽培情報等を明確にして販売できる 39.1
9. 品質のよいものを差別化して販売できる 38.2
10. 消費者や実需者のニーズを把握できる 47.3
11. その他 2.7

契約形態について

問10 昨年度の貴法人の契約取引において、契約書を締結しましたか(いずれか1つに) n=110

1. 全ての取引先と締結した 14.5
2. 一部の取引先と締結した 43.6
3. 全く締結していない 41.8

(次の問11では、問10で「3. 全く締結していない」と回答された方にうかがいます)

問11 今後、契約書の締結は可能ですか(いずれか1つに) n=46

1. 現状でも締結できる 39.1
2. 条件が整えば締結できる 28.3
3. 契約書の締結は難しい 32.6

問12 昨年度の契約取引で販売金額が最も多い販売先は次のうちどれですか(いずれか1つに) n=106

1. 総合農協 11.3
2. 専門農協 0.9
3. 近隣の生産者 0.0
4. 農協以外の出荷組織 3.8
5. 集荷業者(産地商人) 5.7
6. 卸売業者(卸売市場) 4.7
7. 仲卸業者 14.2
8. 商社 11.3
9. スーパー 18.9
10. 生協 7.5
11. カット野菜企業 4.7
12. 漬物メーカー 4.7
13. 弁当・惣菜企業 0.0
14. 外食企業 4.7
15. インターネットでの農産物取引会社 0.9
16. その他 6.6

(次の問13～16では、問12で回答した販売金額が最も多い販売先との昨年度の契約について伺います)

問13 貴法人では、(1)継続的取引についての基本契約を行いましたか。行った場合には、(2)契約当事者は誰ですか。(いずれか1つに) 「生産者」とは、貴法人を通して販売している生産者です。

(1) 1.基本契約を行った 71.3 2.基本契約は行わなかった 28.7 n=108

(2) 1.貴法人と仲介者 2.貴法人と仲介者と実需者 3.貴法人と実需者 4.貴法人と生産者()と実需者
5.仲介者と実需者 6.生産者()と実需者 7.その他(具体的に:)

(以下の(3)と(4)では、(2)で、1.～4.のいずれかに回答した法人に伺います)

(3)その契約は、口頭ですか、契約書ですか(当てはまるもの全てに)。(4)契約ではどのようなことを取り決めましたか(口頭、契約書それぞれについて当てはまるものすべてを下欄から番号を選択)。

(3) 1.口頭による (4) _____
2.契約書による (4) _____

- | | | | | | |
|-------------------|---------------|----------|---------|-------------|--------|
| 1.栽培するほ場 | 2.生産者 | 3.栽培面積 | 4.栽培品種 | 5.栽培方法 | 6.契約期間 |
| 7.確定した数量 | 8.供給期間 | 9.確定した価格 | 10.等級 | 11.規格(サイズ) | |
| 12.荷姿 | 13.代金決済方法 | 14.配送方法 | 15.納入時刻 | 16.天候不順時の対応 | |
| 17.契約不履行時の対応(欠品等) | 18.市場価格変動時の対応 | 19.その他 | | | |

(注) 価格や数量などについて、確定されたもののみを選択してください。

問14 貴法人では、(1)播種前もしくは毎年^の取決めを行いましたか。行った場合には、(2)取決めている当事者は誰ですか。(いずれか1つに) 「生産者」とは、貴法人を通して販売している生産者です。

(1) 1.取決めを行った 64.7 2.取決めは行わなかった 35.3 n=102

(2) 1.貴法人と仲介者 2.貴法人と仲介者と実需者 3.貴法人と実需者 4.貴法人と生産者()と実需者
5.仲介者と実需者 6.生産者()と実需者 7.その他(具体的に:)

(以下の(3)と(4)では、(2)で、1.～4.のいずれかに回答した法人に伺います)

(3)その取決めは、口頭ですか、契約書ですか(当てはまるもの全てに)。(4)取決めではどのようなことを取り決めましたか(口頭、契約書それぞれについて当てはまるもの全てを上欄から番号を選択)。

(3) 1.口頭による (4) _____
2.契約書による (4) _____

問15 貴法人では、(1)出荷直前の取決めを行いましたか。行った場合には、(2)取決めている当事者は誰ですか。(いずれか1つに) 「生産者」とは、貴法人を通して販売している生産者です。

(1) 1.取決めを行った 60.7 2.取決めは行わなかった 39.3 n=89

(2) 1.貴法人と仲介者 2.貴法人と仲介者と実需者 3.貴法人と実需者 4.貴法人と生産者()と実需者
5.仲介者と実需者 6.生産者()と実需者 7.その他(具体的に:)

(以下の(3)と(4)では、(2)で、1.～4.のいずれかに回答した法人に伺います)

(3)その取決めは、口頭ですか、契約書ですか(当てはまるもの全てに)。(4)取決めではどのようなことを取り決めましたか(口頭、契約書それぞれについて当てはまるもの全てを上欄から番号を選択)。

(3) 1.口頭による (4) _____
2.契約書による (4) _____

問 16 昨年度の契約取引において、販売金額が最も多い販売先との値決め期間はどのように設定しましたか(いずれか1つに) n=103

1. 週間値決め 12.6 2. 旬値決め 9.7 3. 月間値決め 10.7 4. シーズン(年間)値決め 58.3
5. その他 8.7

代金決済について

問 17 昨年度の契約取引において、最も多く用いた決済サイトはどれですか。(いずれか1つに)n=107

1. 週末締め翌週末払い 14.0 2. 15日締め月末払い・月末締め15日払い(月2回)15.9
3. 月末締め翌月末払い 51.4 4. その他 18.7

問 18 昨年度の契約取引において、販売先1社当たり1回の決済期間の決済金額は平均でどのくらいですか(いずれか1つに) n=106

1. 50万円未満 27.4 2. 50~100万円未満 21.7 3. 100~500万円未満 31.1
4. 500~1000万円 12.3 5. 1,000万円以上 7.5

問 19 昨年度の契約取引において、(1)出荷前に注文書を受け取ったり、(2)出荷後に請求書を発行しましたか((1)と(2)のそれぞれについて、いずれか1つに)

- (1)注文書 n=104: 1. 受け取った 68.3 2. 受け取らなかった 31.7
(2)請求書 n=104: 1. 発行した 74.0 2. 発行しなかった 26.0

問 20 貴法人では、契約取引の代金回収リスクを軽減するために、(1)現在どのようなことを行っていますか。また、(2)今後どのようなことを行いたいですか((1)と(2)のそれぞれについて当てはまるもの全てに)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	信頼できる人取引先の紹介を依頼	信用調査会社の格付けを元に販売先を選定	販売先ごとに取引限度額を設定	売買契約書の締結	供託金(保証金)	保証人	保険料や保証料を払って保険等に参加する	販売先を分散	その他	とくにない
(1)現在行っているn=101	27.7	8.9	5.0	18.8	5.0	1.0	4.0	41.6	6.9	30.7
(2)今後行いたいn=82	20.7	14.6	8.5	30.5	6.1	4.9	9.8	25.6	1.2	32.9

問 21 貴法人では、過去5年間に代金の未回収事故を経験したことはありますか(いずれか1つに) n=105

1. 1~5件ある 29.5 2. 6~10件ある 2.9 3. 10件以上ある 1.0 4. 1度もない 66.7

(次の問 22~23 は、問 21 で「1.1~5件ある」「2.6~10件ある」「3.10件以上ある」に回答した法人に伺います)

→ 問 22 どのような販売先ですか(当てはまるものすべてに) n=33

1. 近隣の生産者 15.2 2. 農協以外の出荷組織 0.0 3. 集荷業者(産地商人)15.2
4. 卸売業者(卸売市場)3.0 5. 仲卸業者 18.2 6. 商社 15.2 7. スーパー 9.1 8. 生協 0.0
9. カット野菜企業 6.1 10. 漬物メーカー 6.1 11. 弁当・惣菜企業 0.0 12. 外食企業 9.1
13. インターネットでの農産物取引会社 0.0 14. その他 30.3

→ 問 23 1件当たり平均の未回収金額はどのくらいですか(いずれか1つに) n=33

1. 50万円未満 57.6 2. 50~100万円未満 27.3 3. 100~500万円未満 12.1
4. 500~1,000万円未満 0.0 5. 1,000万円以上 3.0

問 24 以降は、野菜の契約取引を行っている法人と行っていない法人の両方に、あなたご自身のご意見をおうかがいします。

問 24 野菜の契約取引について、今後のご意向として、当てはまるもの 1つに をつけてください。n=161

1. これから始める予定 3.7 2. 予定はないが関心はある 21.1 3. 現状維持で今後も続ける 36.0
 4. 今後は品目・期間・数量を拡大する 29.2 5. 今後は品目・期間・数量を縮小して続ける 1.2
 6. 近くやめる予定 0.6 7. 予定も関心もない 8.1 9 ページ問 27 にお進みください→

(問 25 ~ 26 では、問 24 で 1. ~ 5. のいずれかに回答した法人に伺います)

問 25 契約取引を行う際の次のア ~ ケの業務は、貴法人で対応可能であり代行は不必要ですか、あるいは代行が必要ですか (現在代行されている業務を含む)。代行が必要な業務について、誰に代行してほしいですか (ア ~ ケのそれぞれについて、当てはまるものすべてに)

	1 代行は 不必要	2 代行が 必要	代行してほしい人・団体等														
			1 総合農 協・専 門農協	2 経済 連・県 本部	3 全農 集配 センター	4 近隣 の生 産者	5 出 荷 組 織	6 集荷業 者(産 地商 人)	7 卸 売 業 者	8 仲 卸 業 者	9 商 社	10 イター ネット での 農産物 取引会 社	11 金融機 関(銀 行・保 険会 社)	12 行政 等の 公的 機関	13 そ の 他	14 わ か ら な い	
実需者・消費者 ニーズの収集 伝達n=129	47.3	52.7	45.5	12.1	7.6	0.0	9.1	6.1	24.2	21.2	19.7	12.1	3.0	12.1	1.5	4.5	n=66
イ 販売先探し n=129	41.1	58.9	37.0	13.7	4.1	1.4	8.2	5.5	27.4	24.7	17.8	12.3	4.1	9.6	5.5	2.7	n=73
ウ 販売先との価 格・数量等の交 渉n=132	62.9	37.1	48.9	19.1	6.4	2.1	10.6	4.3	21.3	17.0	14.9	4.3	0.0	0.0	4.3	0.0	n=47
エ 選果n=127	79.5	20.5	39.1	13.0	8.7	13.0	21.7	4.3	13.0	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	4.3	4.3	n=23
オ パック詰め n=128	77.3	22.7	23.1	15.4	7.7	15.4	23.1	0.0	15.4	19.2	11.5	0.0	0.0	0.0	3.8	7.7	n=26
カ 出荷直前の数 量調整n=129	76.7	23.3	48.3	17.2	6.9	3.4	13.8	3.4	27.6	20.7	10.3	0.0	0.0	0.0	0.0	3.4	n=29
キ 代金決済事務 n=130	57.7	42.3	50.0	7.7	3.8	0.0	9.6	5.8	23.1	15.4	9.6	1.9	3.8	1.9	1.9	3.8	n=52
ク 代金回収事故 時の損失引受 n=128	28.9	71.1	37.8	13.5	2.7	0.0	8.1	4.1	17.6	14.9	8.1	1.4	10.8	12.2	6.8	6.8	n=74
ケ 販売先からのク レーム対応 n=132	64.4	35.6	46.7	13.3	4.4	4.4	17.8	4.4	26.7	15.6	13.3	4.4	0.0	2.2	4.4	2.2	n=45

(次の問 26 では、問 24 で「ク・代金回収事故時の損失引受」の代行が必要と回答した法人に伺います)

問 26 貴法人では、契約取引の代金回収リスクを回避するための費用(保険料等)として、どの程度ならば支出しますか (いずれか 1つに) n=84

1. 販売高の 0.1 ~ 0.5% 未満 26.2 2. 販売高の 0.5 ~ 1% 未満 21.4 3. 販売高の 1 ~ 3% 未満 29.8
 4. 販売高の 3 ~ 5% 未満 4.8 5. 販売高の 5 ~ 8% 未満 2.4 6. 販売高の 8% 以上でも支出 2.4
 7. 支出しない 13.1

(問 27 以降は、契約取引を行っている法人、行っていない法人の両方にうかがいます)

問 27 貴法人が野菜の契約取引を行う上での現状の問題点、または貴法人が契約取引を行わない理由は何ですか(当てはまるものすべてに) n=154

1. 天候不順等による供給不足 59.1
2. 過剰生産時の出荷先に困る 41.6
3. 取引数量が少ない 17.5
4. 市場価格と契約価格との差が大きい 20.1
5. 契約価格が再生産価格に満たない 10.4
6. 栽培基準の要求水準が高い 10.4
7. 上位等級や特定等級だけを要求される 22.7
8. 信頼できる取引相手探しが難しい 23.4
9. 代金回収に不安 15.6
10. 決済期日までが長い 14.9
11. 取引の継続性 18.8
12. 出荷前日の数量変更への対応が難しい 20.1
13. 事務作業が煩雑 5.2
14. 労働力不足 17.5
15. 労働力の高齢化 8.4
16. その他 7.8

問 28 インターネットで提供される次のサービスについて、貴法人の農産物販売において、(1)現在利用しているものは何ですか。また(2)今後利用したいものは何ですか(当てはまるものすべてに)

	1 貴法人の 生産情報 の提供	2 販売先の 需要情報 の入手	3 農産物販 売の受注	4 販売先の 信用情報 の入手	5 決済(クレ ジットカード 等による)	6 取引信用保険・ファクタ リング等による代金回収 リスクの軽減
(1)現在利用しているn=47	78.7	40.4	42.6	17.0	10.6	6.4
(2)今後利用したいn=99	57.6	60.6	50.5	34.3	12.1	15.2

問 29 今回の野菜生産出荷安定法の改正に伴い創設された「契約野菜安定供給制度」をご存知ですか(いずれか1つに) n=167

1. 制度の内容を知っている 20.4
2. 名称のみ知っている 41.3
3. 知らない 38.3

以下問 30~32 では、JA(農協)の販売事業等について、あなたご自身のご意見をおうかがいします。

問 30 あなたは、現在のJA(農協)への出荷について、JA以外への販売に比べてどのような印象をお持ちですか。(1)~(4)のそれぞれについて、いずれか1つに)

- (1)手取り n=163
 1. JAの方がよい 16.7
 2. JA以外の方がよい 56.4
 3. どちらともいえない 36.8
- (2)価格の安定性 n=161
 1. JAの方がよい 11.8
 2. JA以外の方がよい 45.3
 3. どちらともいえない 42.9
- (3)代金回収の確実性 n=162
 1. JAの方がよい 48.8
 2. JA以外の方がよい 13.6
 3. どちらともいえない 37.7
- (4)決済期日までの短さ n=162
 1. JAの方がよい 29.6
 2. JA以外の方がよい 29.0
 3. どちらともいえない 41.4

問 31 あなたは、JA(農協)の経済事業や営農事業などについてどのような点を強化してほしいですか。(当てはまるものすべてに) n=165

1. 農地などの基盤整備の支援 21.8
2. 農作業の受委託のあっせん 20.0
3. 農地のあっせん 26.1
4. 集荷施設などの共同利用施設の整備・運営 17.6
5. 農産物販売の強化 47.3
6. 営農計画作成の補助 12.1
7. 営農技術指導の充実 33.9
8. 有機・減農薬栽培への取組み 36.4
9. 農機具・生産資材の価格引き下げ 61.2
10. 生産資材店舗の土日の営業 23.6
11. 税務申告・経営診断などの経営指導 14.5
12. 中長期の地域農業計画の作成 14.5
13. 生産部会活動の充実 12.1
14. 販売先・消費者への農産物生産方法の情報提供 38.2
15. 実需者・消費者ニーズ等の情報の収集・伝達 38.8
16. その他 9.7
17. 特になし 11.5

問 32 あなたは、JA（農協）のどのようなサービスを利用していますか（当てはまるもの全てに）

- | | | |
|---------------------------|------------------------------|--------------|
| 1. 貯金や借入などの金融サービス 78.1 | 2. 生命共済や建物更正共済などの共済サービス 81.5 | |
| 3. 農産物の販売事業 53.0 | 4. 肥料や農薬などの生産資材の購入 63.6 | 5. 営農相談 26.5 |
| 6. 相続や税務、資産管理などの相談業務 10.6 | 7. その他 4.6 | |

以下 問 33～34 では、貴法人の代表者についておうかがいします。

問 33 代表者の年齢（いずれか1つに）n=165

- | | | | |
|----------------|----------------|---------------|----------------|
| 1. 20歳未満 0.0 | 2. 20～29歳 0.6 | 3. 30～39歳 7.3 | 4. 40～49歳 27.9 |
| 5. 50～59歳 46.7 | 6. 60～69歳 12.7 | 7. 70～79歳 4.8 | 8. 80歳以上 0.0 |

問 34 代表者は農家出身ですか（いずれか1つに）n=165

- | | |
|--------------|-----------------|
| 1. 農家出身 86.1 | 2. 農家以外の出身 13.9 |
|--------------|-----------------|

以下 問 35～46 では、貴法人の農業経営等についておうかがいします。

問 35 貴法人の所在する都道府県名をご記入ください

都・道・府・県

問 36 貴法人には、JA（農協）の組合員はいますか（いずれか1つに）n=162

- | | | |
|---------------------|-------------------------|----------------|
| 1. 貴法人が正組合員である 55.6 | 2. 貴法人の構成員が正組合員である 41.4 | 3. 組合員ではない 8.0 |
|---------------------|-------------------------|----------------|

問 37 貴法人の農業経営の労働力数（常時雇用・パート雇用を含む）（数字を記入してください）n=161

28.4 人

問 38 貴法人には、後継者はいますか（いずれか1つに）n=154

- | | | |
|-----------------|---------------------|------------------|
| 1. 自分が後継者 20.1 | 2. 子や孫など親族が後継者 42.2 | 3. 親族以外の後継者 17.5 |
| 4. 後継者はいない 20.1 | | |

問 39 貴法人に認定農業者はいますか（いずれか1つに）n=163

- | | |
|------------|-------------|
| 1. いる 84.0 | 2. いない 16.0 |
|------------|-------------|

問 40 昨年度の貴法人の作付面積（借入地を含む）はどのくらいですか。（数字をご記入ください）

作付面積計 19.0 ヘクタール n=153

うち野菜 8.1 ヘクタール n=151

問 41 貴法人では、今後、経営規模を拡大するつもりはありますか（いずれか1つに）n=164

- | | | | |
|----------------|--------------|---------------|--------------|
| 1. 拡大する予定 62.2 | 2. 現状維持 28.7 | 3. 縮小する予定 4.9 | 4. わからない 4.3 |
|----------------|--------------|---------------|--------------|

問 42 貴法人では、農業についての決算書を作成していますか（いずれか1つに） n=164

1. 貴法人で作成している 58.5 2. 他の人に作成してもらっている 40.9 3. 作成していない 0.6

問 43 昨年度、貴法人で販売した野菜の年間売上高の合計はどのくらいですか。（いずれか1つに） n=165

1. 50万円未満 1.8 2. 50～200万円未満 8.5 3. 200～500万円未満 7.9
 4. 500～1,000万円未満 8.5 5. 1,000～1,500万円未満 6.7 6. 1,500～2,000万円未満 4.2
 7. 2,000～3,000万円未満 10.9 8. 3,000万円～5,000万円未満 14.5 9. 5,000万円以上 37.0

問 44 昨年度、貴法人で販売した農産物（当てはまるものすべてに） n=165

1. 米麦・豆類 47.9 2. 野菜 94.5 3. 果樹 12.1 4. 畜産 5.5 5. 花き・花木 8.5
 6. 工芸農作物 6.1 7. その他 19.4

問 45 貴法人は次の形態のうちどれに当てはまりますか（いずれか1つに） n=165

1. 農事組合法人（1号法人、2号法人） 22.4 2. 有限会社 66.7 3. 株式会社 5.5
 4. 合名・合資会社 0.0 5. 1～4以外の協業経営体 1.2 6. その他 4.2

問 46 貴法人で生産している野菜のうち、1ヘクタール以上栽培している野菜の品目と作付面積等をご記入ください。

品目名	主な出荷期間	作付面積	土地所有関係	指定産地
	月～ 月	露地 ha、施設 ha	1. 法人所有 2. 借地	1. 内 2. 外
	月～ 月	露地 ha、施設 ha	1. 法人所有 2. 借地	1. 内 2. 外
	月～ 月	露地 ha、施設 ha	1. 法人所有 2. 借地	1. 内 2. 外
	月～ 月	露地 ha、施設 ha	1. 法人所有 2. 借地	1. 内 2. 外
	月～ 月	露地 ha、施設 ha	1. 法人所有 2. 借地	1. 内 2. 外
	月～ 月	露地 ha、施設 ha	1. 法人所有 2. 借地	1. 内 2. 外
全品目合計		露地 ha、施設 ha		

注(1). 1品目で土地所有が法人所有と借地がある場合には、それぞれに区分して記入してください。

(2). 指定産地とは、野菜生産出荷安定法に定める指定産地をいいます。

品目の記入例：キャベツ、たまねぎ、だいこん、はくさい、きゅうり、さといも、トマト、なす、にんじん、ねぎ、なす、ばれいしょ、ピーマン、ほうれんそう、レタス、アスパラガス、いちご、えだまめ、かぶ、かぼちゃ、カリフラワー、かんしょ、グリーンピース、ごぼう、こまつな、さやいんげん、さやえんどう、しゅんぎく、しょうが、すいか、スイートコーン、セルリー、そらまめ、ちんげんさい、生しいたけ、にら、にんにく、ふき、ブロッコリー、みつば、メロン、やまのいも、れんこん、ししとうがらし、らっきょう、わけぎ

自由意見欄（契約取引を含む農産物流通や農協の販売事業等についてご意見・ご要望などがございましたら下の欄にお書きください）

ご協力ありがとうございました