

地場の食品産業と連携した取組事例調査

石川県におけるラーメン用キャベツの地産地消事例

農林中金総合研究所

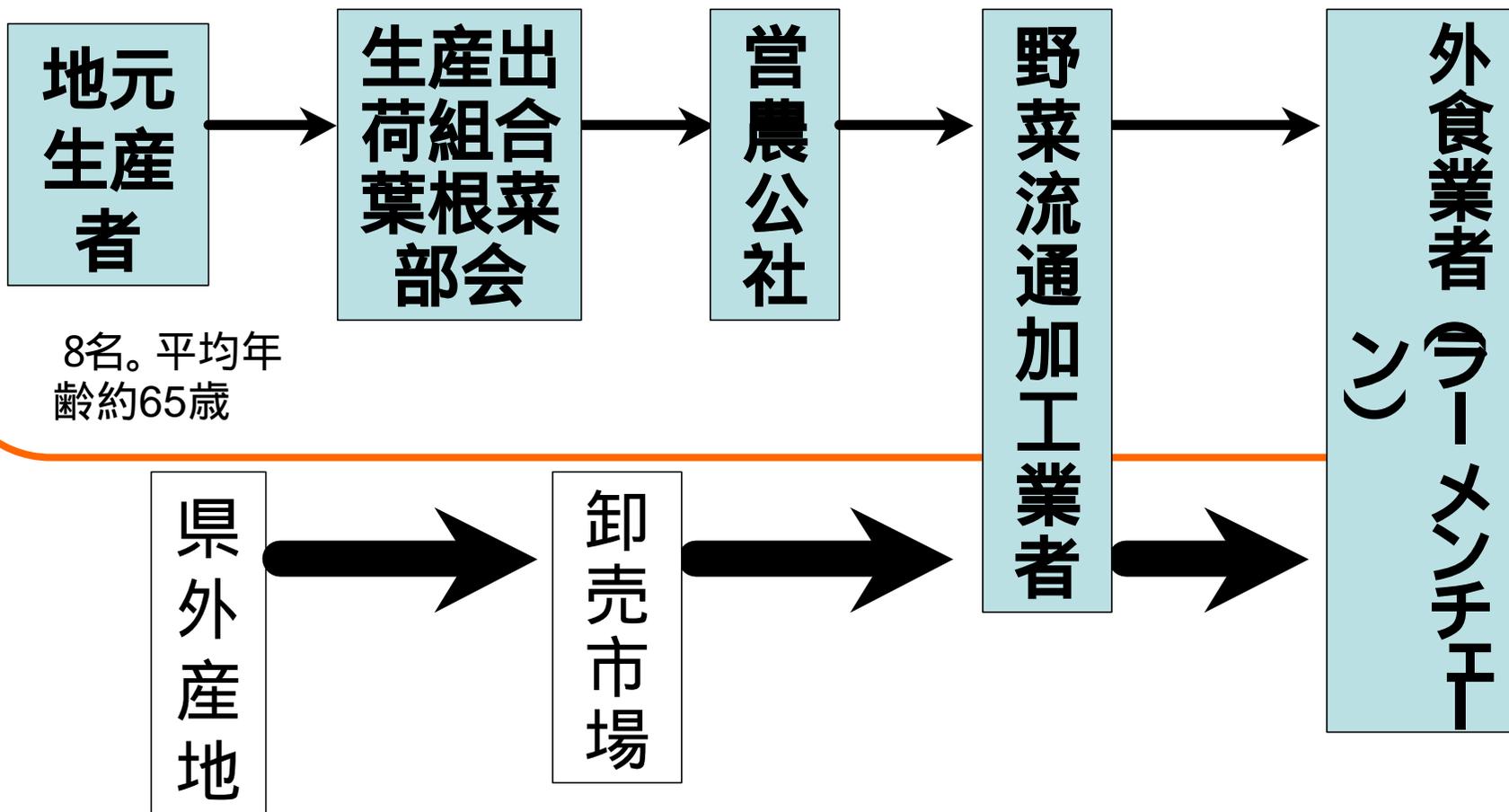


1. ラーメン店におけるキャベツ調達の概要

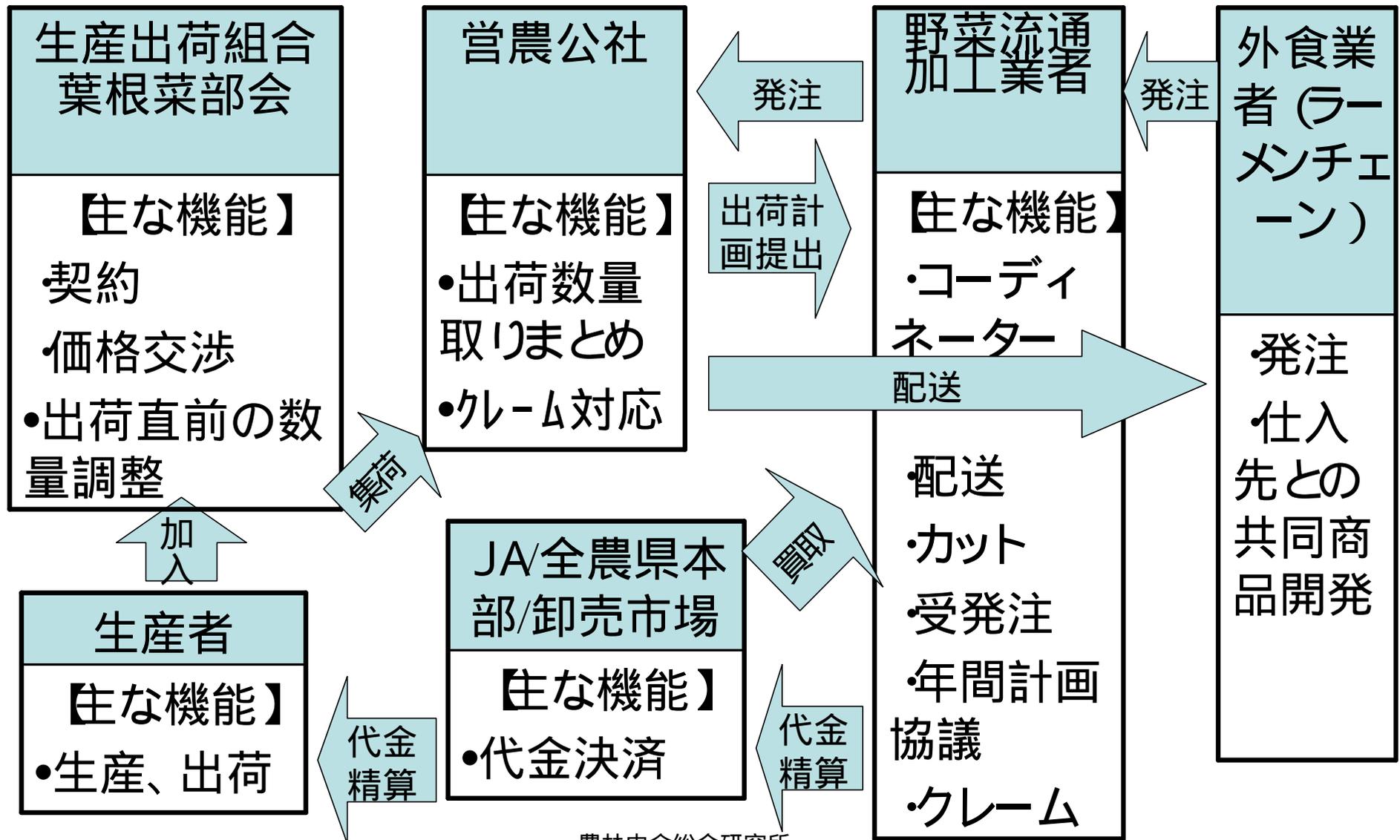
本事例調査の対象

平成15年度にテスト生産、16年度から本格取引開始。
大型産地の端境期である10-3月期にキャベツを出荷。

地元生産者の出荷割合一割未満



2.取引の流れ



3.導入までの経緯

13年12月	外食業者、野菜流通加工業者の連名で県知事へ県産ラーメン用キャベツの栽培研究要望
13年12月～	共同研究開始（研究母体 県試験研究機関）
14年中	検討会（外食業者、流通加工業者、生産組織、県） 試食検討会－県産キャベツの適性評価 物流規格に関する課題の検討 等
15年8月	河北潟キャベツのテスト生産開始（15年11月出荷）
15年中	物流（通いコンテナ）栽培方法（エコ農法）等の実証実験
16年8月	河北潟キャベツの本格導入（16年10月出荷）

4. 地場産利用によるメリット

外食業者 (ラーメン チェーン)	<ul style="list-style-type: none">・地産地消によるイメージアップ 地元野菜使用を店舗でPR:「本日のキャベツ農家」(農家の顔写真と一言)をプロジェクターやチラシで消費者に知らせる・大型産地の端境期である10～3月における高品質のキャベツ確保
野菜流通 加工業者	<ul style="list-style-type: none">・商品開発から取組む新たなビジネスモデルの開発
県	<ul style="list-style-type: none">・県産野菜の需要拡大
生産者	<ul style="list-style-type: none">・価格の安定(シーズン値決め)・市場並みの価格 コンテナ流通、加工業者による配送、市場で安価な大玉出荷中心等による・冬場の収入確保

5.取引実現のポイント(1)

取引開始に必要な条件

実需者のリーダーシップ

キャベツの品種選定

栽培方法の確立

プロジェクト(県、外食業者、流通加工業者、生産者組織)による課題解決への取り組み

外食業者の地場かつ高品質な野菜使用へのこだわり
栽培方法から関与する流通加工業者のノウハウ活用
県試験所でのテスト栽培、農林事務所より生産者へ情報伝達
関係者が共同で品種選定

本事例での対応

5.取引実現のポイント(2)

取引に必要な仕組み

出荷量の調整

値決め

代金精算

野菜流通加工業者がコーディネータとして
生産者組織と交渉

営農公社 :出荷計画
取りまとめ
生産出荷組合 :直前の
出荷調整

生産出荷組合で決定
シーズン固定

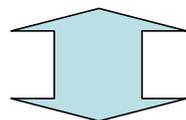
JA,全農県本部,
卸売市場を經由

本事例での対応

6. 課題

数量の確保、拡大

外食業者は現在は県内52店舗中25店舗のみの導入だが、将来的には10～3月には全店で導入したい意向



一方、生産者は生産拡大の意欲に乏しい

高齡化 (平均65歳前後) で冬場の労働がきつい

後継者の確保が難しく、かつ稲作及び他の野菜生産も行なっているため後継者がいても対応できない

収入面での魅力に乏しい

部会全体の年間売上高200～300万円程度と少額

加工用のため価格水準に期待できない