
[成果情報名] イチゴパッケージセンター利用による個別経営の規模拡大効果

[要約] イチゴパッケージセンターを利用した場合の個別経営の規模拡大効果を試算すると、現行の 19.8a から 31.5a へ約 12a の規模拡大が可能になる。所得は 3,808 千円で 703 千円程度増加する。さらに、多様な商品形態に対応できるため、販売面において農協直販の比率を高める効果がある。

[キーワード] パッケージセンター、調製作業、労働時間、規模拡大、所得

[担当部署] 福岡農総試・食品流通部・経営マーケティングチーム

[連絡先] 092-924-2972

[対象作物] 野菜

[専門項目] 経営

[成果分類] 経営

[背景・ねらい]

イチゴパッケージセンターは、イチゴの生産の中で最も労働時間を要する「パック詰め作業」を代行することで、生産者の労力を大幅に軽減し、規模拡大による所得向上や多様な商品対応による販売面での効果が期待されている。しかし、パッケージセンター利用に関しては、農家の委託料負担に伴う所得の減少が課題となっている。

本課題ではパッケージセンター利用による販売面での効果および労働時間の軽減による規模拡大効果を明らかにした。分析は、県南部の広域流通産地である A 農協管内のイチゴパッケージセンターを対象に行った。A 農協では販売事業の基本方針として農協直販の拡大を掲げている。

(要望機関名 : 八女普 (H14))

[成果の内容・特徴]

1 . 福岡県の平均作付面積の 19.8a を素材に試算すると、パッケージセンターを利用した場合の労働時間は 3,648 時間から 2,288 時間に 37 % 減少し、所得は 3,106 千円から 2,389 千円に 23 % 減少する。利用しない場合と同等の労働時間を基準に規模拡大効果を試算すると、現行の 19.8a から 31.5a へ拡大し、約 12a の規模拡大が可能になる。所得は 3,808 千円で、利用しない場合よりも 702 千円 (23 %) 増加する。家族労働 1 時間当たり所得は 7 % 増加し、所得率は 8 % 程度低下する (表 1) 。

2 . 現行規模でパッケージセンターを利用した場合、調製作業時間の削減により収穫期の労働ピークが緩和される。31.5a へ作付規模を拡大しても、3 月から 4 月にかけての収穫最盛期の労働時間は利用しない場合よりも減少する (図 1) 。

3 . A 農協は、量販店や生協等との直接取引を増加させ、農協直販の比率を高めてきた。パッケージセンターは、従来の 300g パック以外に少量パックや業務用、ギフト用化粧箱といった荷姿や 17 種におよぶ容量の規格等、取引先の多様な要求に的確に対応する役割を果たし、その導入以降、農協直販の比率がさらに高まった (図 2) 。

[成果の活用面・留意点]

1 . パッケージセンターを導入する際の基礎資料として活用できる。

2 . パッケージセンターを利用して雇用を導入しないことを前提に 31.5a に規模拡大した場合でも、育苗や定植作業等の時期に一定の雇用確保が必要な場合がある。

[具体的データ]

表 1 パッケージセンター利用による個別農家の収支、作付面積の変化

パッケージセンターの利用・非利用		非利用 1)	利用	利用
項目	作付面積	19.8a	19.8a	31.5a 3)
収量	kg/10a	4,009	4,009	4,009
単価	円/kg	1,079	1,079	1,079
粗収益	千円	8,558	8,558	13,642
経営費	千円	5,452	6,169	9,834
うち雇用労賃 2)	千円	317	0	0
うち出荷販売経費	千円	1,754	1,504	2,397
うちパッケージセンター委託料	千円	0	1,284	2,046
農業所得	千円	3,106	2,389	3,808
所得率	%	36.3	27.9	27.9
家族労働1時間当たり所得	円/hr	980	1,044	1,044
総労働時間	hr	3,648	2,288	3,648

注) 1. 試算には県農政部資料「平成16年度経営ハンドブック(イチゴ作)」を適用した。パッケージセンター委託料は粗収益の15%であり、出荷販売経費とともにA農協の数値を適用した。
 2. 雇用労働時間は全て調製作業とした。
 3. 試算は総労働時間(3,648時間)が等しくなる作付面積で行った。

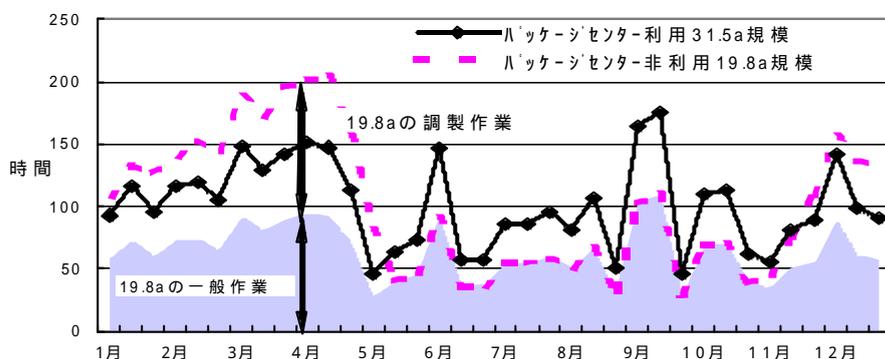


図 1 パッケージセンター利用による労働時間の変化

農協直販開始

平成 8年
販売数量
5900トン

農協共販 (100%)				
販売方法	市場出荷 (96.5%)			農協直販 (3.5%)
出荷先取引先	京浜	京阪神他	福岡	全農
数量割合 (%)	71	22	7	-

農協直販 4年目

平成 11年
販売数量
6400トン

市場出荷 (95.7%)			
出荷市場	京浜	京阪神他	福岡
数量割合 (%)	72	23	5

農協直販 (14.3%)				
取引先	全農	量販店	生協	業者他
数量割合 (%)	63	14	6	17
取引先数	6	3	3	18

農協直販 9年目
パッケージセンター稼働 5年目

平成 16年
販売数量
5200トン

市場出荷 (79.1%)			
出荷市場	京浜	京阪神他	福岡
数量割合 (%)	58	34	8
荷姿・規格数	7		

農協直販 (20.9%)						
パッケージセンター (53.2%)					パッケージセンター以外 (46.8%)	
取引先	全農	量販店	生協	業者他	全農	その他
数量割合 (%)	37	28	23	12	26	74
取引先数	5	5	4	30	3	-
荷姿・規格数	17				5	

図 2 農協共販における直販の推移とパッケージセンターの役割 (A農協)

[その他]

研究課題名：広域流通産地における販売方法に対応した生産・集出荷・流通方策

予算区分：経常

研究期間：平成 14 ~ 16年

研究担当者：北島敬也・佐伯孝浩