

丹波篠山市における有機黒枝豆の 効果的な産地形成へ向けた取り組みの検討

①取り組みの背景

- 丹波篠山市：有機黒枝豆の主産地
令和5年にオーガニックビレッジ宣言を行い、
有機農業の普及に取り組む
(兵庫県での有機JAS認証取得農家数第6位：9件)
→丹波篠山ワクワク農都づくり協議会を立ち上げ、
市と有機農家、関係団体が連携し、
有機農業の効率的な生産体系の確立、販路拡大を検討
- 特に、黒枝豆と米の有機栽培に力を入れており、
有機黒枝豆の販路拡大が、検討課題の一つ

②取り組み課題

- 2024年4月-2025年1月にかけて、丹波篠山市と連携しながら、有機JAS取得農家8軒、農家2軒、地域商社2社、黒豆問屋1社、農協、丹波篠山市、明石市、兵庫県、有機JAS認証団体2団体、生協1団体にて対面調査を実施し、下記の課題に取り組む
- (1) 丹波篠山市における有機黒枝豆を対象に、
販路の実態を整理する
- (2) 多様であることが想定される有機農家の
個々の経営概況や、
有機黒枝豆の販路選択の動機を整理する
- (3) 上記2点を踏まえて、
有機黒枝豆の共同出荷の実現可能性を検討する

③有機JAS農家の有機黒枝豆販路選択状況

農家	卸・量販店	EC	産消提携	ふるさと納税	直売	飲食店	備考
A	○	○		○		○	
B			○				
C	○	○			○		
D			○				共同出荷による産消提携
E			○				共同出荷による産消提携
F	○	○		○			ECサイトとは契約を結ぶ
G	○		○				個人出荷による産消提携
合意	口頭での合意/契約	スポット取引/契約	口頭での合意	スポット取引	スポット取引	口頭での合意	卸売業者は自ら集荷に何う

○有機農家の例

農家E

- 有機黒枝豆栽培面積:10a
- 農家歴:54年
- 労働力:2人
- 他栽培品目:多品目
- 備考:50年前から続く丹波有機農業実践会を通じて産消提携に取り組む。また、オーガニックグループ「丹波篠山自然派」で環境に優しい農法を行う農家等との共同出荷や情報交換を行う

出荷先 (出荷割合)		産消提携
出荷量を多くさばける		100%
出荷先の選択理由	出荷量を柔軟に調整できる(多くても少なくても良い)	3.4%
	販売価格が高い	13.8%
	出荷までの工程(取引条件の交渉、出荷作業等)に手間がかからない	6.7%
	買い手の人柄が好き	16.6%
	買い手との取引を信頼できる	19.8%
	取引の約束を守る	19.8%
	農産物の品質についてコミュニケーションを取れる	3.3%
美味しいと言ってもらえるのが嬉しい		16.6%

- ・買い手の信頼や美味しいと言ってもらえる点、出荷に手間がかからない点から産消提携を選択

農家F

- 有機黒枝豆栽培面積:4ha
- 農家歴:27年目
- 労働力:1人
- 他栽培品目:スナップエンドウ
- 備考:有機黒枝豆に特化した経営。機械化を進めている。オーガニックグループ「丹波篠山自然派」へ参加

出荷先 (出荷割合)		卸	EC	ふるさと納税
出荷量を多くさばける		33.3%	33.3%	33.3%
出荷先の選択理由	出荷量を柔軟に調整できる(多くても少なくても良い)	10.0%	21.4%	5.0%
	販売価格が高い	10.0%	5.9%	20.4%
	出荷までの工程(取引条件の交渉、出荷作業等)に手間がかからない	10.0%	8.6%	10.8%
	買い手の人柄が好き	3.8%	2.7%	2.8%
	買い手との取引を信頼できる	26.3%	18.7%	19.7%
	取引の約束を守る	26.3%	18.7%	31.4%
	農産物の品質についてコミュニケーションを取れる	3.8%	2.7%	4.5%
美味しいと言ってもらえるのが嬉しい				

- ・共通して、「取引の約束を守る」と「品質の良さを理解してもらえる」点を重視
- ・ECは量をさばける点や量を柔軟に調整できる点、ふるさと納税は販売価格が高い点に優位性がある

神戸大学大学院農学研究科 八木浩平

(Mail: kohei_yagi0731@people.kobe-u.ac.jp)

ご連絡いただければ、より詳しい
取りまとめ資料をご送付します。



④有機黒枝豆の産地形成へ向けて

○共同出荷の利点

- 個々の農家の買い手との交渉や販路開拓の手間(取引費用)の節減
- 数量の確保による有利な条件での販売
- 上記による、新規就農者の確保

○共同出荷の課題

- ①各農家の個性の喪失 ②選別基準の統一
- ③出荷量の確保 ④誰が窓口となるか
- ⑤規格外品の取り扱い

→個々の農家のこだわりが伴う有機産品は、
規格の統一が難しく、共同出荷のための
同一品質の有機黒枝豆の量の確保が困難

○産地形成へ向けた提言

- ・情報共有の機会の増加
より緩やかな連携により出荷先等の情報共有を強化(市のトップダウンによるメーリスの作成等)
 - ・各自の名義で共同出荷する機会の創出
個々の名義で同じところに販売することは可能
例: 大手量販店のコーナー、JA直売所 等
 - ・同一品質での共同出荷を希望する農家の増加
既存の慣行農家の有機への転換も要検討
- 今後、特にこの点を重点的に検討していきたい
※上記を、市へ提言。

補論、有機野菜の学校給食向け供給拡大

農家から要望のあった学校給食向けの販路拡大の課題も検討

○学校給食向け有機野菜供給の課題

- 給食センターで短時間で調理するため、画一的な規格が求められる。そのため、市場流通の少ない有機野菜の給食に合う規格の大量調達が困難

○給食向け供給の拡大に向けて

- 有機野菜カット工場の利用or設立
- 各園で調理する保育園・幼稚園向け供給の取組