

中小農家を支える農協と地元卸売市場の現況と役割 ～長野県の野菜を事例に～

細尾 誠¹・稲村 肇²・井上 聰史³

¹正会員 鹿島建設株式会社（〒107-0052 東京都港区赤坂6丁目5-11）
E-mail:mjd18308@grips.ac.jp

²名誉会員 政策研究大学院大学客員教授（〒106-8677 東京都港区六本木7丁目22-1）
E-mail:hajime.inamura@gmail.com

³正会員 政策研究大学院大学客員教授（〒106-8677 東京都港区六本木7丁目22-1）
E-mail:s-inoue@grips.ac.jp

日本の農業は自給率低下、高齢化と担い手不足、それに伴う耕作放棄地増加など多くの課題を抱えている。農業従事者の減少抑制と農業生産維持には農家所得の向上と安定が求められる。本研究は長野県の野菜を事例とし、農業の維持と拡大を目的として、生産農家、農協、地方卸売市場の関係について、現状と役割を明らかにすることを目的とする。主たる結論を以下に示す。①長野県の野菜生産量は横ばいだが、生産者と市場の変化に対応して生産品目を変化させている。②農産物の品目転換には広域マーケティングが必要であるが、それを農協と地方卸売業が支えている。③卸売市場は、販売量確保のため、市場を介して農産物に付加価値を与える取組を行い、結果として生産者を支える事につながっている。

Key Words : 卸売市場, 農協, 卸売業者, 量販店, 所得向上

1. はじめに

(1) 背景と目的

国内では、農家の高齢化と担い手不足、農地の利用率の低下、また農業の労働生産性の低さが課題となっている。本研究で対象とする長野県は、野菜と栽培きのこ類を含んだ農産物産出額は全国で10位前後に位置し、農家数は全国1位という特徴を持つ。農業従事者は全体数を減少させながら、農地は集約されていく傾向にあり、大規模農家と零細な農家との二極化が進展している。

生産面では、消費者ニーズが多様多様になり大規模農家や法人が独自の経営で利益を生む中、農業の中心である農業協同組合（以下、農協と称す。）は設立の原点に立ち返った改革を求められている。流通面では、卸売市場経由率の低下が顕著であるが、国産青果物の卸売市場経由率は平成27年でも81.2%と大きなシェアを持ち¹⁾、依然として国内の青果物流通の大部分を担う存在である。

卸売市場に関する研究で一瀬²⁾は、山梨県の青果物流通を事例に、1980年以降の地方都市中央卸売市場は直接集荷により規模拡大する卸売市場と、転送集荷によって取扱量を維持しようとする卸売市場に二分化され、卸売市場の集荷構造は取扱量の多寡に規定されるとしている。

地方都市の地方卸売市場では新潟県、山形県、兵庫県を対象に卸売市場研究が行われている³⁾⁴⁾。農産物集荷が大都市近郊へ集中し、品不足の地方都市の卸売市場の多くが、転送の増加等で経営を悪化させていることを明らかにし、深瀬⁵⁾は、これまでの卸売市場研究を総括し、大都市圏の卸売市場へ農産物が集中し、地方都市の中央卸売市場、地方卸売市場間で格差が生じており、特に、地方卸売市場の存立基盤が大きく揺らいでいるとした。

一方で、藤島⁶⁾は丸勘山形青果市場（山形県）、木村⁷⁾は赤岡青果市場（高知県）を事例とし、巡回集荷や営農支援を卸売業者が個人生産者に直接行う事で売り上げを拡大する地方卸売市場の取組を報告している。

また、中川⁸⁾は長野県産夏はくさいを事例に生鮮野菜価格の空間分布とその規定要因を輸送費と市場規模から分析し、輸送費と同一輸送費圏内におけるはくさいの平均卸売価格に高い相関関係があり、それが県内農協を高度に情報化し、一元化したJA 全農長野の出荷体制に起因していることを明らかにしている。

これらを踏まえ、本研究では長野県における①農家の現状と農協、卸売市場の関係、②県内農協の現状と生産者にとっての役割、③県内地方卸売市場の現状と生産者にとっての役割を明らかにすることを目的とする。

(2) 研究の方法

本研究では、全農長野と卸売業者への聞き取りによって県内野菜の流通状況を明らかにする。また、長野地方卸売市場、松本卸売市場でフィールド調査を実施し、加えて、インタビュー調査から農協と卸売市場が長野県の野菜生産の維持・拡大に果たす役割について考察していく。

2. 長野県の農業の概要と流通状況

2.1 農家の概況

農家数の推移を図-1に示す。総数は20年間で30%減少し、自給的農家の構成比は51%まで上昇している。また、農業生産の中心となる基幹的農業従事者の平均年齢は全国平均より高い年齢で推移している(図-2)。

販売農家の経営耕地面積規模別農家数の推移を図-3示す。2005年からの10年間に於いて2ha未満の農家が大幅に減少し、2ha以上の農家が増加している。特に20ha以上の増加が著しく、農地が集約され、大規模な経営から零細な経営までが多様化していると考えられる。

2.2 野菜生産の概況

(1) 気候と地理的な特徴

長野県の気候は、一般的に気温の年較差・日較差が大きい内陸性気候となっている。南北に長い立地のため、地域により自然条件が異なっているため、野菜、果樹、花き、きのこなどの園芸作物の栽培が盛んであり、販売品目は100種類以上になる¹⁰⁾。また、地理的条件から京浜、中京、京阪神などの大都市圏を市場とすることも農業の盛んな要因の一つで、野菜の県内への出荷は11%、県外出荷では、京浜が31.9%、京阪神中四国29.9%、中京北陸17.4%という比率になっており、多くは県外向けとして出荷されている¹¹⁾(表-1)。

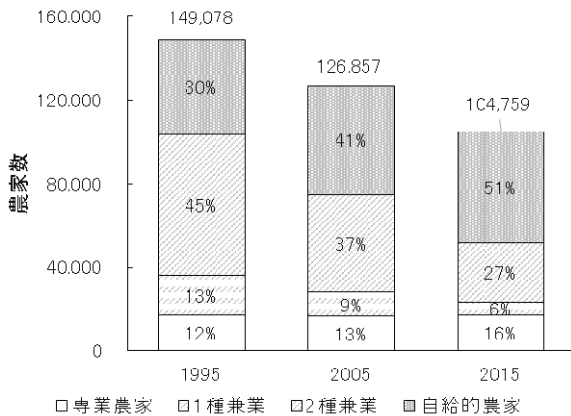


図-1 農家数の推移と内訳

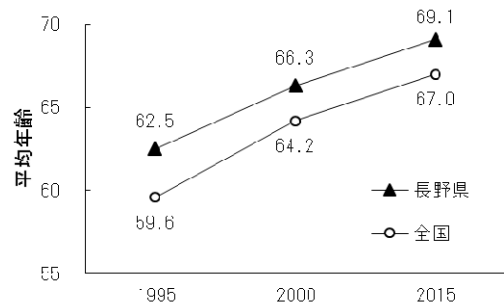


図-2 基幹的農業従事者の平均年齢の推移

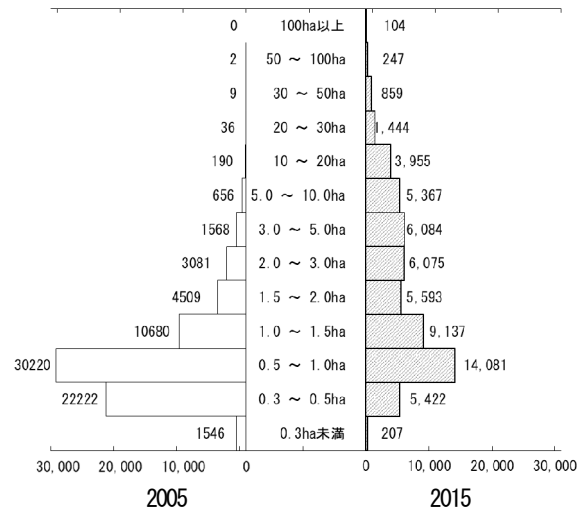


図-3 販売農家の経営耕地面積規模別農家数の比較

(2) 野菜生産の動向

①野菜の産出額

長野県の野菜の産出額と作付面積の推移を図-4に示す。野菜産出額は1990年代において減少を続け、2005年に最低値を記録したのち回復基調にあり、2015年では1990年と同水準になっている。作付面積は8割程度まで減少していることから、土地生産性の向上が推察される。

②野菜生産の特徴

野菜生産の主軸はレタス、はくさいなどの葉茎菜類であり、作付面積の半数以上を葉茎菜類が占める傾向に変化はない。作付面積の合計も2007年以降は一定水準で推移している(図-5)。

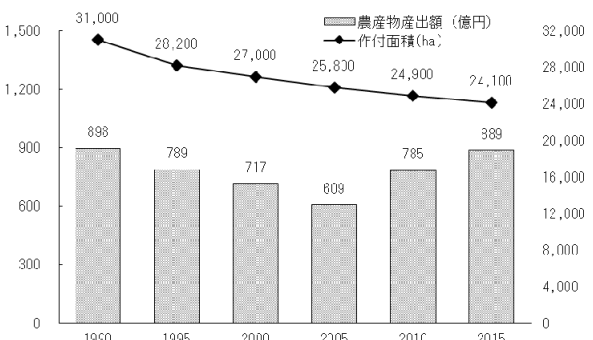
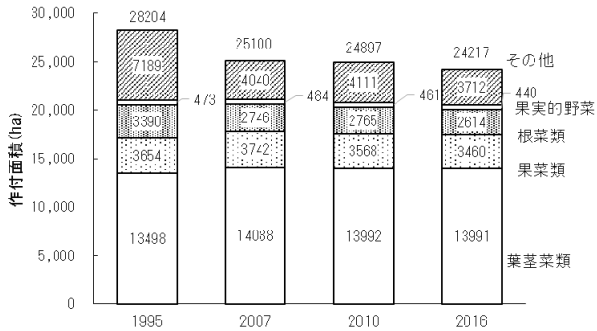


図-4 野菜産出額と作付面積の推移

一方、1995年からの20年間で出荷量を100%以上増加させている野菜も複数存在する(表-1)。葉茎菜類ではブロッコリーとねぎ、その他の野菜ではパプリカとズッキーニである。全国的な需要の高まりと高齢化による軽量作物への転換が主な原因と考えられるが、詳細については後述する農協、卸売市場の取組で考察していく。



※こまつな、ふき、しゅんぎく、アスパラガス、にら、にんにくは、1995年ではその他、2007年以降は葉茎菜類として集計されている。

図-5 野菜の作付面積の推移と内訳

2.3 長野県産野菜の流通状況にみる農協と卸売市場の関係

図-6に長野県産野菜の流通状況の模式図を示す。なお、各流通量は概算値である。

長野県の資料¹²⁾によれば、県内農家で生産される野菜の総量は65.8万トン、きのこ14.7万トンで合わせて約80万トンと推計されている。

全農長野の2015年の実績では、各農協から販売を再委託された野菜が42万トン、きのこが8万トンで合計は約50万トン(2015年実績)である。そのうち少なくとも90%以上は卸売市場へ販売されたとされている。

長野県農協の経済事業における全農の利用率が88%であることを考え合わせれば生産者から農協に販売が委託される数量は約57万トンと推計できる。すなわち、野菜ときのこの生産量の71%程度が農協を経由していることになる。農林水産省の調査によれば¹³⁾長野県の野菜の農業産出額に対する農協取扱額の比率は73%であり、金額ベースでも相違はない。全国の野菜の農業産出額に対する農協取扱額の比率は51.0%(2015年)であ

表-1 主な生産量を増加させている野菜の概要と全国比較

品目	年	長野県			全国			備考
		出荷量(t)	基準年対比	全国順位	総販売量	1位の出荷量	1位の都道府県	
ブロッコリー	1995	1,730	-	12	66,200	9,590	愛知	
	2015	7,690	445%	6	135,500	22,800	北海道	
ねぎ	1995	3,200	-	29	383,100	66,500	千葉	
	2015	7,200	225%	14	406,400	59,000	千葉	
ズッキーニ	2000	353	-	2	1,296	544	宮崎	
	2016	2,209	626%	1	7,966	1,972	宮崎	2位の値
パプリカ	2000	50	-	5	766	240	高知	
	2016	222	444%	4	4,246	1,188	宮城	

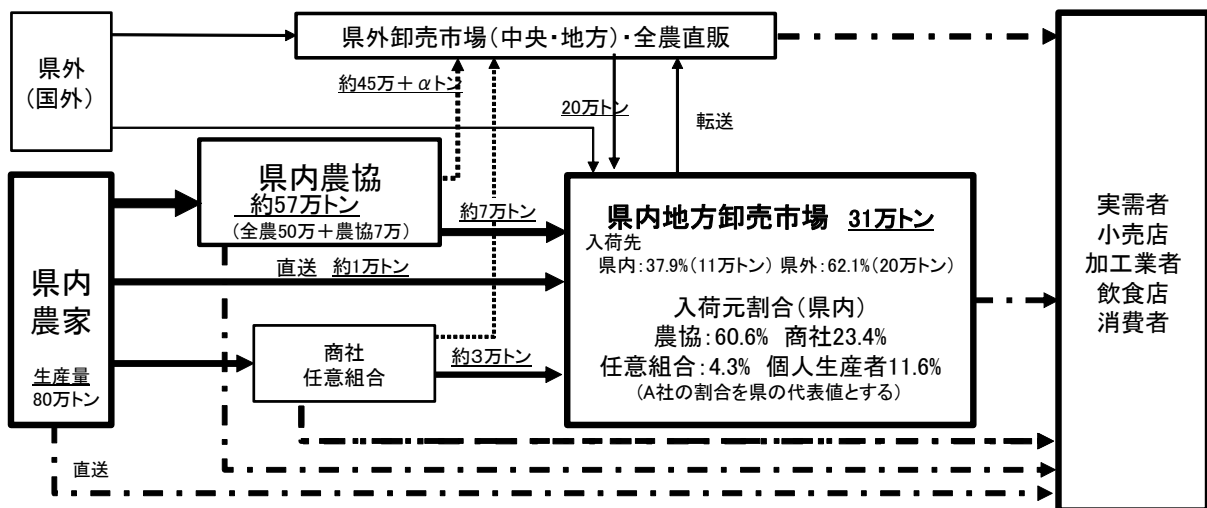


図-6 長野県産野菜の流通状況(聞き取り調査、長野県資料より作成)

り、全国的に直販や小売業で大型量販店の直接集荷が進む中、長野県の農家と農協の結びつきは強いと言える。

県内地方卸売市場全体の流通量は通年で31万トンであり、県内からの入荷は37.9%で約11万トンと推定されている。長野市に本社を置く青果物卸売業者のA社の実績を元に県内入荷元ごとの出荷量を推計すると、農協から県内卸売市場へのお荷量は約7万トンであり、引き受け量の約17%とそれほど高くない。農協によっては販売先として全国で100ヶ所程度の卸売市場を対象にしているとのことで、より高く、より安定的に販売しようという、農協のマーケティングに対する努力が見られる。

また、県内からの入荷のうち農協からの約7万トンを差し引いても、約4万トンは農家からの直送、任意組合、商社から荷受けしており、農家との結びつきもかなり強いことが分かる。

3. 長野県の卸売市場の概要

図-7 に長野県の地方卸売市場全体における青果物取扱金額と青果物取扱市場数の推移を示す。長野県の青果物取扱市場は果実と野菜を合わせて、1,000 億円以上の規模を誇る。1993 年にピークを迎え、2003 年にかけて減少したが、その後は一定規模を維持していることがわかる。長野県は県内に散在する盆地ごとに経済圏として自立性を強く持ってきた背景から¹⁴⁾、卸売市場、卸売業者が多数分立してきたが卸売市場数は24から17に、卸売業者数は18から10に減少しており、卸売市場および卸売業者の集約化が進んでいることが確認できる。卸売市場別、企業別取扱金額の内訳¹⁵⁾¹⁶⁾を図-8 に示す。飯山中央市場は株式会社長印の資本投入があることを加味すると、県内の売上高の9割を株式会社長印と長野県連合青果株式会社の2社の卸売業者が占めている。

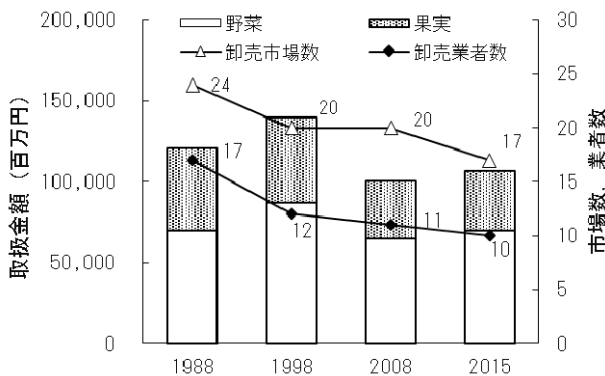


図-7 長野県の地方卸売市場における青果物取扱金額と青果物取扱市場数・卸売業者数の推移（長野県資料より）

4. 農業協同組合と地方卸売市場の現況

4.1 農業協同組合

(1) 概要

長野県の農協は、1994年の第47回JA長野県大会において決議された「16JA 構想」に基づき、県内50余りの農協の合併が各地で進むこととなった¹⁷⁾。

2016年に「JAながの」、「JAちくま」、「JA須高」、「JA志賀高原」、「JA北信州みゆきの」の5つが合併し、当初構想とは異なるが2018年末の段階で16JAとなっている。

また、最近では「JA松本ハイランド」、「JA松本市」、「JA塩尻市」、「JA洗馬」の4農協が2020年9月1日を目標期日に合併協議に入っている¹⁸⁾。

県内合計組合員数は1995年からの20年間で32万人強の水準を維持しており（図-9）、県民の生活に密接に結びついていることがわかる。正組合員率は全国平均の43%（2015年）より15%高い58%であり、農業の盛んな県の特徴を示している。しかしながら、正組合員の比率は1995年と比較して11%低下しており、農業を主とする生産者の減少を見て取ることができる。

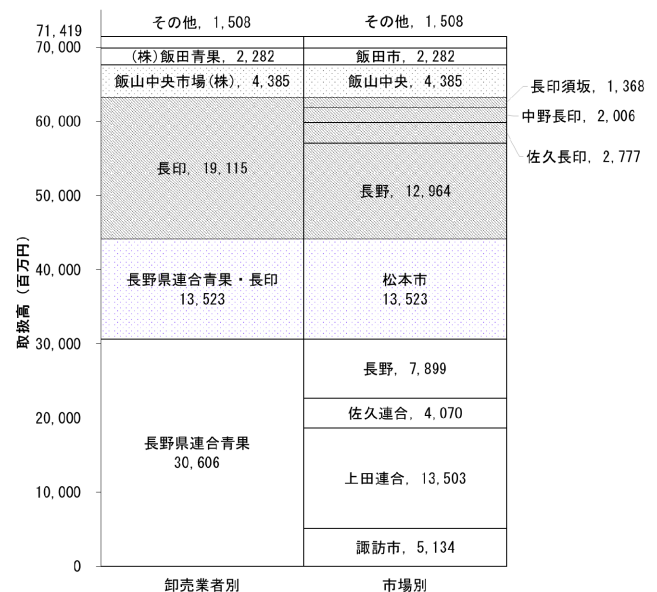


図-8 卸売市場別、企業別取扱金額の内訳（2005）

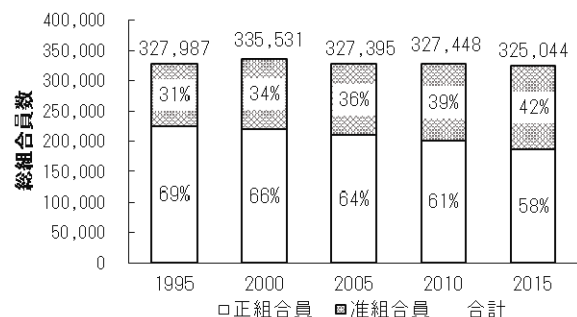


図-9 長野県における農協員の推移

(2) JA松本ハイランドの取組

①概要

JA松本ハイランドは1992年に松本平農協、波田町農協、山形村農協が合併することで誕生し、2000年に川手農協、四賀村農協、筑北農協、2004年に信濃朝日農協との合併を経て、現在は松本市、安曇野市明科地区、山形村、朝日村、筑北村、麻績村、生坂村にまたがる広域農協であり、管内人口は約20万人である¹⁹⁾。

②農産物販売

JA松本ハイランドの資料²⁰⁾によると、農産物販売額は188億円（2017年）であり、2014～2017年の間、主力である野菜は85～100億円の間で推移している。

JA松本ハイランド管内の青果は、松本、山形、筑北、川手の各支所から集荷される農産物を笹賀予冷庫で集約し、朝日地区と2カ所体制で分荷を行っている。それぞれ重点市場に軸足を置きながら短期・長期の卸売単価の動向に合わせて延べ80あまりの卸売市場を対象に出荷を行う事で生産者所得の向上と安定化を図っている。最近では特定品目の生産に注力し、大ロットで出荷することで卸売市場における占有率をあげて価格支配力の向上を画策する農協があるなか²¹⁾、JA松本ハイランドは多くの卸売市場を対象に、野菜、果実を含めた多品目を総合的に供給しようとする販売戦略をとっている。

③高齢化と品目転換

図-10にJA松本ハイランド管内各地区における農業従事者の平均年齢の推移を示す（松本市はデータの都合上、市全体を代表値としている）。1地区を除き、全域で高齢化が進んでいる。図-11にJA松本ハイランド笹賀予冷庫における野菜取扱数の比較を示す。2007年からの10年で県の傾向と同様に、キャベツ、はくさいといった重量野菜からズッキーニ、パプリカ、ブロッコリーといった軽量野菜への転換を図っていることがわかる。

東京中央卸売市場におけるズッキーニ、ブロッコリー、パプリカの平均卸売単価、卸売数量を比較すると（表-2）、平均単価は大きく変わらずに数量が伸びており、需要の大きい野菜である。このことから、高齢化で重量野菜の生産が負担になった農家に対し、軽量で収入の期待できる野菜をマッチングし、品目転換を行ってきたと考えられる。

④ 集落営農との関わり

図-11においてスイートコーンも生産量を伸ばしている。聞き取りによると、これは集落営農組織からの出荷量が影響していることが分かった。

集落営農は、地域農業の維持、存続を図るため、農業集落を単位として農家が共同して取り組む営農であり、2007年の水田・畑作経営安定対策（米、麦、大豆等の5

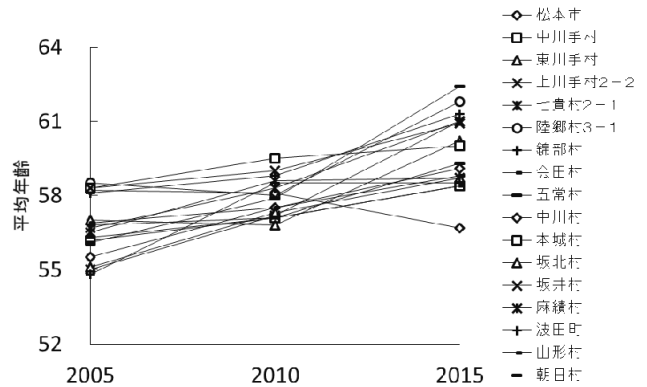


図-10 JA松本ハイランド管内の農業従事者の平均年齢の推移

表-2 東京中央卸売市場における取扱数量・単価の推移

品目	年度	卸売数量 (トン/年)	卸売単価 (年平均)
ブロッコリー	2001	11, 811	288
	2017	27, 490	396
ズッキーニ	2001	806	475
	2017	3, 624	405
パプリカ	2011	443	495
	2017	927	596
スイートコーン	2001	15, 271	197
	2017	15, 059	243

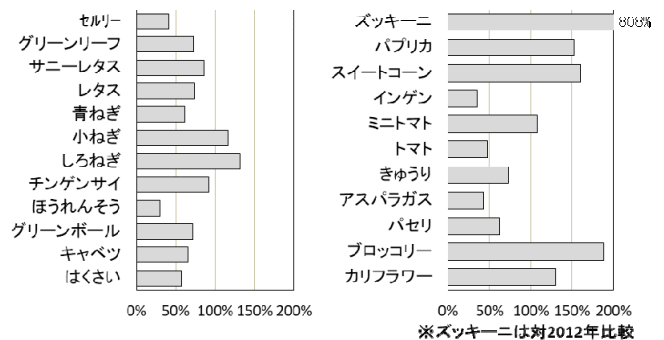


図-11 JA松本ハイランド 2017年の野菜生産量対2007年比較（聞き取り調査より）

品目を対象)を契機に全国的に取り組みが盛んになっている²²⁾。JA松本ハイランド管内においても集落営農法人が農協経由で卸売市場へ出荷しており、それがスイートコーンの生産量増につながっているとの事である。東京中央卸売市場における単価と取引数量（表-2）によれば、スイートコーンの単価と取引数量は10数年で大きな変動はなく根強い。

ここから、集落営農組織が、①生産が容易で水田から転作しやすいスイートコーンを、②夏期の雇用対策として導入し、③農協経由の卸売市場販売と直接販売を組み合わせることで、周年における収入の最大化と安定化の最適化を図っている事が伺える。

表-3 松本市における集落営農数の推移組

市町村	年	現況集積面積	構成農家数	集落営農を構成する農業集落数
松本市	2013	4,016	8,694	253
	2018	1,934	6,019	199

表-3にJA松本ハイランド管内を代表し、松本市の集落営農数の推移を示す。政策の影響で大幅に増えた集落営農であったが、さらなる高齢化等により結果として営農を断念するケースも少なくなく、JA松本ハイランド管内においても2013年から2018年の間では集約規模が小さくなっている。一方で、JA松本ハイランドのスイートコーンの生産量は維持されていることから、農協が集落営農維持を支える存在であることが推察される。

(3) JA松本ハイランドに見る農協の役割

前述の取組は農協と生産者の関係のごく一部ではあるが、従来から農協は地域の多様な農家の特徴を把握して所得最大化のために努力することが求められてきた。高齢化による作物転換は、生産者から集めた農産物を多数の卸売市場へ出荷する過程で、卸売市場のトレンドを吸い上げ、農家の特徴（年齢、技術）にあわせた営農支援へ反映したもので、農家の所得向上のために農協に求められる役割の一つの形である。また、卸売業者に対するマーケティングも、個別の直接販売で発生する営業コストに対し、農協を使うメリットであり、生産者の代弁者である農協に求められる役割であり、これらは今後も生産者支援のためにはもっとも本質的で重要な役割であると言える。

4. 2 地方卸売市場

(1) A社の取組

①A社の概要

A社は1913年創業で、長野県長野市に本社を置く。戦後、リンゴ出荷のシステムを確立し、地元農家との結びつきを強くしたことで北信地域での地位を不動にし、県内全域に事業を拡大した。県内の有力な青果物卸売業者としては、1964年創業で長野県上田市に本社を置くB社があり、この2社がそれぞれ県内青果物卸売業者を統合化・系列化した。それにより、野菜の県内地方卸売市場取扱額のうち2社に関連する取扱額は2005年には県内シェアの95%まで高まっている。

A社は県内全域への展開でB社に遅れをとり、1970年代中盤には売上規模を抜かれて今日に至るが、2000年以降、千葉県で経営不振に陥った青果物卸売業者2社を子会社するなどして売り上げを伸ばし、追従してきた。2015年にはB社と経営統合し、中央卸売市場を含めても、全国有数の取扱金額となるグループを形成している²³⁾。

② グループの拡大とネットワークの強化

A社は、長野市、松本市、中野市、佐久市に位置する4つの地方卸売市場の運営に携わっている。4市場を合計した野菜の産地別入荷割合では、長野県からの割合が27%で最大となっているが、全体では32道府県と4か国からの入荷を行っている。果実を加えればその入荷先はさらに多岐にわたり、幅広い品揃えによって顧客ニーズへ対応する努力を行っている。

また、同一県内で複数の卸売市場を運営するメリットを活かし、規模の大きい長野市の市場を拠点に集荷力を高め、各卸売市場間と連携を強化し、転送など物流の合理化による経営の安定化も図っている。

4つの地方卸売市場における主な県内からの入荷先は、JAであるが、2002年に子会社化した長野県須坂市の地方卸売市場では、果実を中心に個人生産者との結びつきが強い歴史的な背景を活かした集荷を中心とする市場運営を行うなど、運営する卸売市場の規模や地理的条件、歴史的背景、特徴によって機能を分担している。また、前述の千葉県にある子会社化との連携も強化し、県内外の卸売市場のネットワークを活かした販路拡大も試みている。

③仲卸業者との連携強化について

卸売業者にとっての大きな課題の一つは販売先の確保である。収入の中心となる手数料を得るためには多くの入荷が必要であるが、販路が確保されないと集荷につながらず価格形成もされづらい。近年では価格形成に対して量販店の影響力が高まっており、量販店のニーズにえられるかどうか販路確保につながってくる。木村²⁴⁾によると、A社は資本関係にある系列の仲卸業者と連携し、翌週1週間分の品目・規格・産地・価格に関する商談を情報力、交渉力のあるA社が担当し、販売店のニーズに沿った仕分けや配送、パッキングを仲卸が担当することで県内外への量販店への対応力を向上させ、販路を拡大している。

④民間資本による卸売市場設備の増強

公設卸売市場である松本地方卸売市場においては、A社を含む卸売業者2社が自己資本を投入して低温卸売場を建設し、開設者である松本市へ譲渡する計画が進行中である。出荷された野菜の鮮度を維持することで取引される農産物の価値を高め、有利販売につなげるための取組で、計画から実行までが迅速であり、民間の強みを活かした取り組みである。

⑤加工子会社の設立

市場流通減少という懸案に対する取り組みとして、地元JA、佐賀県JAなどと共同出資してカット野菜事業を行う6次産業化事業体の子会社を設立している。地元地方銀行とJAの金融部門によるサブファンドからの出資

も同時に受け、(株)農林漁業成長産業化支援機構(A-FIVE)の出資同意案件にも選ばれている²⁾。

県外JAとも連携することで産地リレー体制を構築し、年間を通した安定的な調達を行っている。早朝に製造したカット野菜を午前中に店頭へ並べられ、鮮度が高く販売可能期間が長いという優位性を実現させると共に、A社の既存販路を活用して、県内のスーパー、コンビニ、業務用販売に特化して販路を拡大している。

事業が軌道に乗れば規格外品の販売増加など、農家所得向上へつながると期待されている。

(2) A社に見る地元卸売業者の役割

卸売業者は市場における農産物の価値を高めるため、仲卸との連携強化や、ハード面の整備を進め、市場を介して生産者サイドでは与える事の出来ない付加価値をプラスする事で販売へつなげる取組を行っている。

他方、従来の卸売市場を中心とした事業展開だけでなく、地域を巻き込んだ加工会社の設立に代表されるように、これまで生産者と消費者を繋いできた実績と信頼の形を変えながら農家を支える存在となっている。

また、県内いくつかの農協への聞き取り調査によると、卸売市場へ出荷する理由としては全量引き取り、代金支払いの迅速さを挙げる声が強し。特に少量多品目生産を行う地域においては輸送コストでメリットのある地元市場へ出荷を行えることが、収入の確保と産地育成へ果たす役割が大きいという。さらに、病害、雹害、凍霜害の際に実際の農産物を見て販売先や単価の提案をできる点も県外卸売業者にない強みであり、地元卸売業者に課された使命であるというのは卸売業者も自負するものであった。

加えて、卸売価格の低迷するときには悩みを共有し、可能な限り生産者の意向に対応する卸売業者の姿勢と、そういった卸売業者に対して集荷面の協力を行う生産者(JA)という関係から、共に産地育成を行っていくという意識を共有していることが浮かびあがった。

5. まとめ

(1) 結論

本研究では、長野県の野菜生産に関わる農家、卸売市場の現状と関係、それぞれの生産者への役割を明らかにすることを目的とした。長野県の農家は全国平均よりも高齢化が進み、生産規模は二極化しつつあるが、近年野菜の生産量は下げ止まり一定量で推移している。その中で生産を伸ばしている品目が存在しているが、農協を中心に、生産から販売までを見据えた取組が行われていた。

農家の規模を問わず、生産された農産物すべての販売先を確保するマーケティングは困難である。

農協は、生産支援と共に、個別農家が単独では実現が難しい、農産物をより高く、効率的に販売する業務を受け持ち、農家が生産に専念する環境を整える役割を持つ。

卸売市場の役割は、県内農家が生産した野菜を県内外に流通する事であり、その過程で生産者サイドには付与できない価値を、卸売市場を介して与えることで、農家の所得確保に貢献している。

農協や卸売市場を経由することが、農家が十分な所得を得られないという論調もあるが、少なくとも長野県の多くの農家は、農協と卸売市場の役割によってその所得を維持できている。

(2) 今後の課題

農協はさらなる広域化の動きもあり、生産者意識の集約するための場の設定が重要になる。

また、農協、卸売市場業者も生産者側と同様に高齢化と担い手不足が顕著である。特に目利きや相場観に関しては経験によるものが大きいため、暗黙知を形式知にする取組や、①卸売単価の情報は依然として電話やFAXを介したものが大宗を占めていること。②転送の増加は卸売業者の経営悪化や消費者にとっても鮮度の低い農産物の高価格購入に繋がること。への対応として需給予測の精度向上による流通の合理化や日常業務の省力化のため、AIやICTといった先端技術の積極的な導入が望まれる。

さらに、加工野菜の事業のように、農業が他産業へ与える波及効果も無視できないため、異業種間における連携が進むことで、多くの1次産業従事者が居住する地方部の活性化への効果も期待したい。

謝辞: 本研究においては政策研究大学院大学農業政策コースディレクターの株田教授より有益なご助言を多数いただきました。また、調査においては長野県農政部農業政策課農産物マーケティング室主事の原良輔様、長野地方卸売市場事務局長の西村常雄様、松本地方卸売市場事務局長の手塚照康様、A社ご担当者様、JA松本ハイランド市場担当者様、JAながの営農部次長 山崎三成様、JA中野市園芸課課長代理の小林哲也様には多くのご協力をいただきました。末筆ではありますが、深く感謝申し上げます。

参考文献

注釈のない図表は農林業センサス及び農林水産省の統計による。

- 1) 農林水産省：平成29年度卸売データ集，2018
- 2) 一瀬 裕一郎：青果物流通をめぐる新展開- 転送集荷の機能と問題点 - 甲府市中央卸売市場を中心として - ，日本農業経済学会論文集，pp.193-199，2004
- 3) 青柳 斉：青果物流通構造の変化と地方卸売市場の対応 - 上越地方卸売市場の場合 - ，新潟大学農学部研究報告，第43号，pp.7-16，1991

- 4) 小野 雅之:青果物流通構造変容下における地方都市小規模卸売市場の機能と特質 -公設庄名青果物地方卸売市場の事例分析-, 山形大学紀要 (農学) 第 11 卷 第 4 号, pp.807-838, 1993
- 5) 辻・小野:地方都市小規模卸売市場における地場産青果物の集荷力強化に向けた事業展開と課題 - 豊岡中央青果地方卸売市場の事業展開を事例として-, 日本農業経済学会論文集, pp.174-181, 2009
- 6) 深瀬 浩三:東京近郊における地方卸売市場の立地と農産物流通, 鹿児島大学教育学部研究紀要. 人文・社会科学編(65), pp.35-59, 2013
- 7) 藤島 廣二:生産者支援を社是とする地方卸売市場:出荷者が 6,000 名にのぼる地方卸売市場丸勘山形青果市場, 野菜情報 108, pp.28-33, 2013
- 8) 木村 彰利:青果物産地集荷市場による生産者支援～(株)赤岡青果市場の取り組みを事例として～, 野菜情報 2019 年 1 月号, 農畜産業振興機構
- 9) 中川 恵理子:独占的大規模産地による広域流通システムの下における生鮮野菜価格の空間分布とその規定要因—長野県産夏はくさいを事例として—, 地理学評論 85-4, pp.397-409, 2012
- 10) ながの食農教育情報プラザ>長野県の農業
<https://www.ijjan.or.jp/shokunounet/tokusan/tokusan01.html>
(2019 年 3 月 1 日最終アクセス)
- 11) 長野県:長野県農業の概要, 2018
- 12) 長野県:長野県第 10 次卸売市場整備計画, 2017
- 13) 農林水産省:生産農業所得統計, 総合農協統計表
- 14) 小野 雅之:長野県における生鮮食料品卸売業者の特質と卸売市場整備, 山形農林学会報 52, pp.1-12, 1995
- 15) 全国卸売市場総覧 2013 年, 食品流通構造改善促進機構, pp.81-83, 2013
- 16) 農林水産省青果物卸売市場調査, 2005
- 17) 成 蒼政:信州地域における地域農業協同組合 (JA) の対応と課題 -TPP の地域農業への影響および組織改革を中心に-, 地域総合研究 16(1), pp.43-55, 2015
- 18) 信濃毎日新聞 2019 年 2 月 9 日
- 19) JA 松本ハイランド夢あわせ大学による人づくりの実践について, 第 21 回「JA 人づくり研究会」, 2014 年 12 月 4 日
- 20) JA 松本ハイランドディスクロージャー
- 21) 栗林 賢:JA による卸売市場の集約化とその背景:JA つがる弘前を事例に, 地理学評論.90(2), pp.137-149, 2017-03
- 22) 農林中金総合研究所:集落営農の現状と今後の展開に関する調査, 総研レポート 30 農金 No.5, 2018
- 23) 日本経済新聞電子版 2018 年 6 月 7 日
- 24) 木村 彰利:卸売業者による系列仲卸業者を介した市場機能強化に関する研究—長野地方卸売市場の A 社を事例として—, 2018 年度日本フードシステム学会大会報告資料
- 25) 金融高度化センター:「アグリファイナンスについて」—農林水産業成長産業化に向けて金融機関に期待される役割—講演要旨, 2015

What are the Roles of Agricultural Cooperatives and Local Wholesalers in Sustaining Vegetable Farmers? : Current Situation in Nagano Prefecture

Makoto HOSOO

This research focuses on the relation between vegetable farmers, agricultural cooperatives and local wholesalers and on the roles in sustaining the number of vegetable farmers and vegetable production level in Nagano prefecture. The major conclusions obtained are as follows. (1)While the volume of vegetables produced in Nagano prefecture is stable, but the production items are changing in response to changes in producers and markets (such as zucchini). (2)Wide area marketing is necessary for changing items of agricultural products, but it is supported by agricultural cooperatives and local wholesale business. (3) In order to maintain its sales volume, the wholesalers have made efforts to provide agricultural products with the value that producers cannot create by themselves through the market, leading the support of producers.

Key Words: Wholesale market, Agricultural Cooperative, Vegetable, Retailer,