

新人・若手園芸担当者は必読！ 青果物営業のコツとノウハウ

第2回

市場流通の全体像を
捉える！

ほん だ しげる
本田 茂

農業経営診断士 6次産業化プランナー



1. はじめに

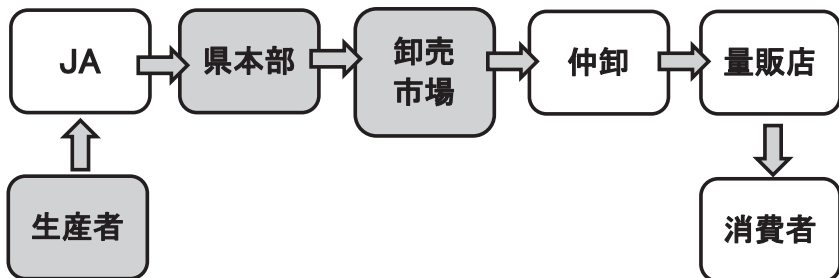
JA からみた市場流通は、わかっているようでブラックボックス（外から見えない内部の仕組み）になっています。おそらく、きちんとした説明や全体像を把握することなく販売しているのが実態ではないでしょうか？

今回は、市場流通の全体像や各段階の役割と攻略法まで解説しま

す。

2. 市場流通の全体像を捉える

下図は、皆さんお馴染みの市場流通の全体図ですね。こうした商流や物流はわかっていながらも、JA の皆さんが日頃意識しているのは、隣接している生産者（生産部会）、県本部、卸売市場くらいではないでしょうか？



新人、若手の皆様は、全体の流れを正確に掴んでこれからの販売に臨んで欲しいのです。理由は下記のとおりです。

- ① 市場相場は卸売市場だけが作っているわけではない。全体の動き、各段階の心理から形成されているため。
- ② 卸売市場担当者の背後にある仲卸、量販店の動きを知ること、卸売市場担当者との信頼関係を築き、時には交渉力を増すため。
- ③ 今後の青果物流通は、JAが直接仲卸、量販店と商談することが想定されるため。
- ④ 契約販売を成功するために全体の流れを把握しておく必要があるため。
- ⑤ 全体像を掴むことで、長期的な販売戦略が立てられるようになる。

「木を見て森を見ず」という言葉があるとおり、森を俯瞰する感覚を日常の業務に取り入れていくことが、皆さんのスキルアップにつながっていくと思います。それでは、森を把握するためにも、個々

の段階を見ていきましょう。

3. JAの立場から各段階との付き合い方を考える

次頁の表に市場流通の各段階とそれぞれの役割等をまとめてみました。まず、各段階の役割を俯瞰して気がつくことはありませんか？ それは、皆さんが普段気にしている数量や価格は、あくまで全体の中の一部の機能であることです。各段階にそれぞれの役割を果たしてもらえるように、JA担当の立場から彼らの役割を意識する感覚が必要です。

表の左欄には一歩踏み込んだ付き合い方を記載しています。全体に言えることは、相手に対して期待することです。人は頼られるとがんばろうと思うものです。そしてJAが各段階とうまく接することで市場流通の機能がより活性化するのです。

生産者部会が一番JAに期待しているのは、豊作時の価格底上げです。ここを頑張ることで、品薄の時に生産者から協力を得られやすくなります。そうすれば、卸、仲卸に品薄時に少しでも数量確保の協力ができ、好循環を生み出せ

項目	役割	手数料率	短期的なリスク	JAの立場から一歩踏み込んだ付き合い方
生産者部会	生産		天候リスク 価格リスク	卸売市場の先の流通を説明する 豊作時の価格底上げに全力を尽くす
JA	集荷・代金精算・配送・分荷・栽培指導・部会運営事務	3%	—	
県本部	代金精算・情報・分荷・市場への牽制・販促・販路開拓	1～1.5%	—	役割を期待していろいろと相談や依頼をする
卸売市場	相場形成・数量調整・小分け販売	8.5%	価格リスク	暴落時の牽制と品薄時の数量確保 一緒に仲卸・量販店に売り込む気持ちで接する
仲卸	数量調整・価格調整・小分け販売・袋加工	10～15%	数量リスク 価格リスク	品薄時の数量確保に少しでも協力する 一緒に量販店に売り込む気持ちで接する
量販店	小売・売場形成	30～35%	競合店との価格競争	部会のこだわりを紹介する 契約栽培や量販店のPB商品化

ます。

「ない時こそ、少しでも集荷する努力」を卸や仲卸は見ています。JAの役割に集荷があるのは、集荷をコントロールする事でもあるのです。

また、県本部の機能は、思っている以上に多い事に気がついて欲しいのです。市場への牽制や新規販売先開拓、情報など、普段JAの方が利用していない機能があります。ぜひ積極的に相談や依頼をしてみましょう。彼らにとっては、JAに期待されることが一番のモ

チベーションになるのです。

4. 全体最適を目指す

生産者が見ているのは、シーズンが終わった時点の販売単価です。JAに一番期待しているのは、豊作時の価格を少しでも上げて欲しいという事です。そのためには、数量が少ない時に卸、仲卸にどれだけ産地の恩を売れるかです。卸、仲卸とお互い様の関係を作るためには、その先の量販店、消費者の立場も考慮することが必要になってきます。

難しい点ですが、その時の相場に左右されずに、シーズン通して一番高く売るためには、各段階の特性を意識して、今より一步踏み込んで付き合い、全体最適の状態を目指すことです。

5. 最後に

園芸の販売で大切な事は、各段階の立場やどのようなやり取りで今の荷物が動いているのかを、なるべく具体的にイメージできるか

どうかなのです。イメージする事ができれば、相手の立場がわかり接し方が変わってきます。そのためには、日頃から電話や直接会って会話する姿勢が必要です。

今回は市場の全体像を捉えることで得られるメリットを解説しました。今後は相場の泳ぎ方、契約販売の手法、量販店との付き合いなどを解説していきます。

執筆者紹介



本田 茂……農業経営診断士。宮城県在住。農家や農業法人に対する経営支援をおこなうため平成24年10月独立。宮城県農業法人協会賛助会員、6次産業化プランナー。17年間 JA 全農で青果物流通の現場にいた。主な担当品目は、菌茸類、豆類、土物全般、筍、梅、きゅうりなど。平成22年経済産業省登録中小企業診断士となる。(社)コミュニケーション教育協会理事。農業業界、青果物流通現場にコミュニケーション力導入の活動もおこなう。

～ 園芸担当者向け研修講師承ります ～

・研修講師実績

農業関係者（普及所、認定農業者）向け「一から分かる6次産業化」「6次産業化と農業経営戦略」「農業者への支援の方法」

流通関係者（青森県地方市場）向け「今後の青果物流通の動向」「これからの地方流通の強み分析と方向性」など

・テーマ……要望に合わせた研修をカスタマイズいたします。

「農業者や市場担当者の心を掴むコミュニケーション術」

「量販店バイヤーへの企画提案書作成・模擬商談」

「青果物流通の現状と今後の方向性」

「担当者から取り組むこれからのJAの方向性」

「農業財務・財務分析」など

・お申込・相談は……JA 経営実務まで担当栗野 awano@zenkyou.com;