

# 目 次

はしがき v

## 第1章 有機農産物の取扱いに関する実需者アンケート調査

I はじめに 2

II 実需者アンケート調査の目的と方法 4

III 有機農産物の取扱い状況 6

1. 生鮮野菜・生鮮果物・米の取扱い 6
2. 有機農産物の販売形態 10
3. 取扱い実績のある有機農産物 13
4. 有機「野菜」の売上高構成比（過去1年間）について 16
5. 外国産有機農産物の取扱いについて 18

IV 有機農産物の「生鮮野菜」の売上げ動向 19

1. 有機農産物の「野菜」売上げの5～6年前との比較 19
2. 有機農産物「野菜」を取り扱う理由 20
3. 売り場における有機農産物「野菜」の情報提供について 21
4. 有機農産物「野菜」の仕入れ先について 22
5. 有機農産物「野菜」の最も主要な仕入れ形態について 24
6. 有機農産物「野菜」の仕入れ・販売上の問題点 24
7. 有機農産物「野菜」の仕入れ先を決定する際の優先事項 26
8. 有機農産物「野菜」の販売価格について 27
9. 有機農産物「野菜」を取り扱わない理由 28

V 今後の有機農産物の取扱いの意向 29

1. 今後「有機農産物」の取扱い・販売を増やすために必要なこと 29
2. 有機「野菜」の適正な販売価格とは 31
3. 今後の「有機農産物」取扱いの意向 32
4. 家族農的有機農業への支援の可能性 33

VI 要望と自由意見 38

1. 有機に関する行政・生産者への要望 38

2. 有機農産物や有機農業への要望意見 40

## Ⅶ 会社のコンセプト 42

1. 目指しているビジネスの姿について 42

## Ⅷ 考察 45

# 第2章 有機農産物の取扱いに関する実需者のヒアリング調査

## I 生産者 51

1. Aさん（朝市・宅配型） 51
2. 有限会社B社（有機中間流通経由有機農産物流通事業体販売型） 54
3. 有限会社C社（有機中間流通経由スーパーマーケット販売型） 58

## II スーパーマーケット 62

1. スーパーD 62
2. スーパーE 63
3. スーパーF 65

## III 中間流通業 68

1. 埼玉県戸田市のG社（有機農産物宅配事業者から中間流通業へ） 68
2. 千葉県富里市のH社（生産者から中間流通業へ） 71

## IV 考察 75

1. 生産者の課題と方向性 75
2. スーパーの課題と方向性 76
3. 有機農産物専門流通事業体の課題と方向性 77
4. 事例にみる有機農産物のスーパーマーケットでの取扱いの課題 78

# 第3章 有機農業者からみた流通業者と消費者の意識

## I はじめに 82

## II ヒアリング対象 82

1. 生産している有機農産物 82
2. 生産者組合員の概況 82

3. 有機農業に取り組んだ動機 83

### Ⅲ 有機野菜の販売先 83

1. 販売先から求められる事象 83
2. 最終購買者（店頭購買者、生協組合員）からの要望把握 85
3. 販売先業者からのニーズ 86

### Ⅳ まとめ 86

## 第4章 有機米生産組合からみた実需者・消費者との関係

### I はじめに 88

### Ⅱ ヒアリング対象と事例の特徴 90

- 1 ヒアリング対象 90
- 2 事例の特徴 90

### Ⅲ ヒアリング内容 91

- 1 A組合の発足の経過と理念 91
- 2 Cショップ（スーパーマーケット）への出荷 91
- 3 価格のしくみ 92
- 4 価格の動向と食味コンクール 93
- 5 卸売業者との関係 93
- 6 作る上でのこだわり 94
- 7 有機JAS認証とエコファーマー認証 94
- 8 消費者との交流 94
- 9 2011年の作柄 95
- 10 豊凶と価格の動向 95

### Ⅳ まとめ 96

## 資料 アンケート票・集計表

### 有機農産物の流通拡大に関するアンケート・質問表

#### I 有機農産物の生鮮野菜・生鮮果物・米の取扱い状況について 102

Ⅱ 有機農産物の「生鮮野菜」の売上げの傾向 105

Ⅲ 今後の取扱い意向 109

Ⅳ 有機に関する行政への要望 111

Ⅴ 御社について 112

**実需者調査集計表** 113