有機農産物・市場流通の説明会

2025年3月10日

株式会社　大治
代表取締役社長　本多諭

会社概要

会社名	株式会社大治
本社所在地	東京都大田区東海３丁目２番６号
代表者	代表取締役社長　本多 諭
創業	昭和２４年６月１５日
従業員数	約１３０名
事業内容	青果物仲卸
主要取引先	紀ノ国屋、成城石井などの質販店、食品スーパー、レストランなどの飲食店
関連企業	有限会社 大治商事　一般社団法人 東京野菜普及協会

沿革

昭和24年 6月	神田市場　大治商店設立
昭和42年 4月	法人化により株式会社大治設立
平成元年 5月	大田市場の開場により本社を現所在地に移転
平成15年 3月	大治パッケージセンターを大田市場関連用地に新設
平成15年 7月	大田市場内では初の有機ＪＡＳ小分け業者に認定
平成23年 7月	代表取締役社長就任　本多 諭
平成23年 7月	大田市場北口立体荷捌場内に低温物流センター開設
平成28年 3月	一般社団法人東京野菜普及協会 設立

大治の「2つ」のテーマ、「8つ」の取組み

農産物の健全な出口創出

「千菜一遇農en」
企業価値向上や様々な課題のソリューション

「新たなECにおける販売」
鮮度の高い状態で消費者に有機農産物を届ける仕組み

「有機のカット野菜の開発」
加工品を供給することで販路を拡大

「ECの海外展開」
鮮度の高い日本の青果物を富裕層に提供

継続的に取組むために必要なインフラの整備

「慣行品の海外転送の仕組みづくり」
慣行品の価格安定化を図り全体の市場価格を安定化

「板橋市場との物流連携」
大田市場の渋滞緩和有機の物流の取りまとめ

「新たな物流倉庫の確保」
有機の流通拡大に対応できる体制の構築

「荷主登録」
東京青果・各仲卸と連携し小売店への供給体制を整える

青果物の販路拡大と付加価値向上

物流と市場の最適化

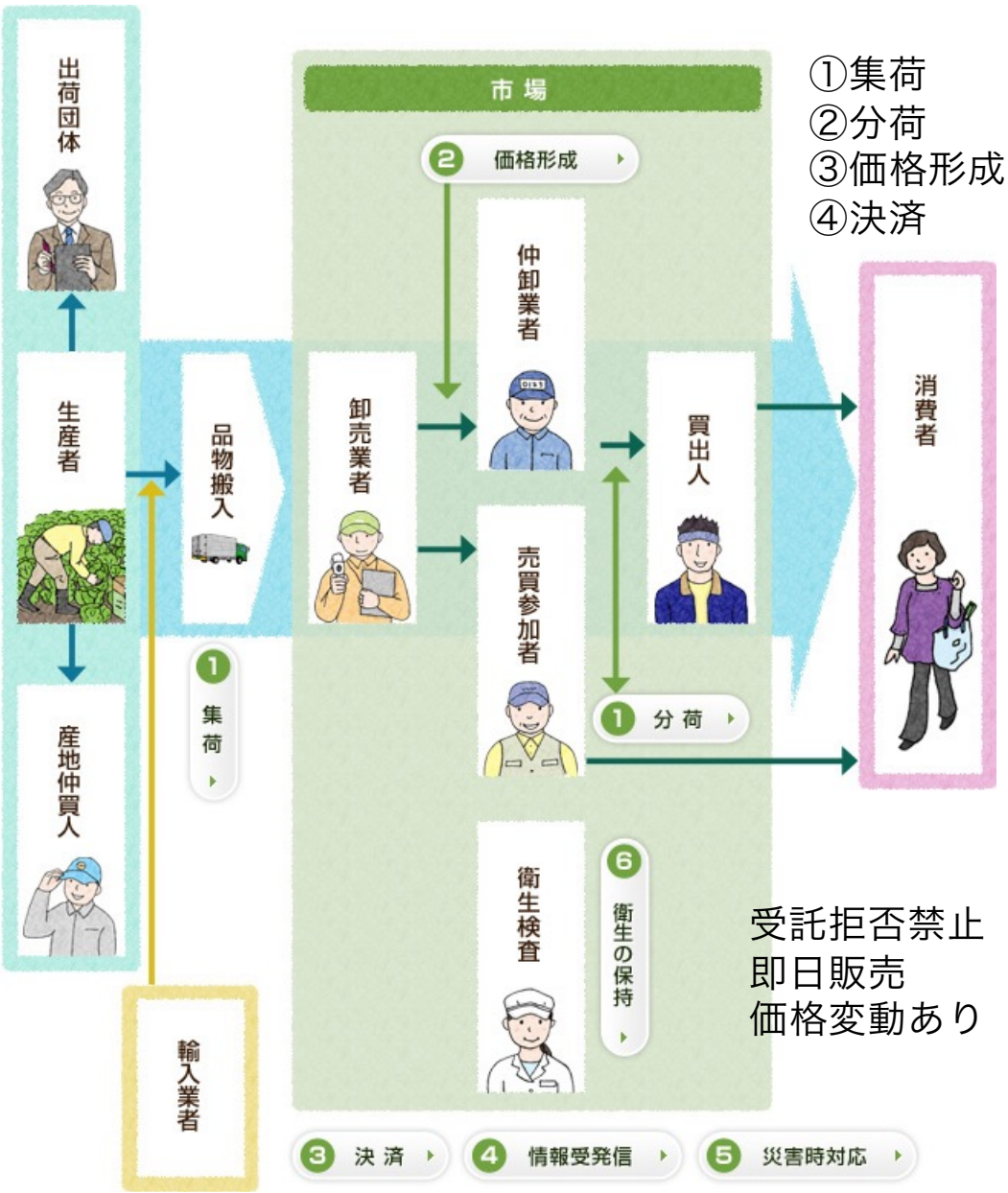
大田市場の物流・流通機能を活用して有機農産物の販売拡大に繋げるプロジェクト

東京都中央卸売市場　大田市場
株式会社　大治

1. はじめに（背景）

- 有機農産物の現状
  - 国内流通量は全体の1％未満
  - 大田市場内の流通も1％未満、もしくはそれ（平均）以下
  - 2050年までに農地の25％を有機にする「みどりの食料システム戦略」がスタート
- 大田市場の役割
  - 株式会社大治は、2003年にJAS有機の小分け認証を取得
  - 大田市場だからこそできる流通支援の可能性

日本中の青果物は、
大田市場に集まる



①集荷
②分荷
③価格形成
④決済

受託拒否禁止
即日販売
価格変動あり

2. 有機農産物の流通の現状と課題

- 物流・商流・価格決定の仕組みに課題
  - 物流コストが高い
  - 一般流通市場への適応が難しい（生産と消費のミスマッチ）
  - 需給バランスの調整が不十分（価格変動が大きい）＝ **農産物全般**

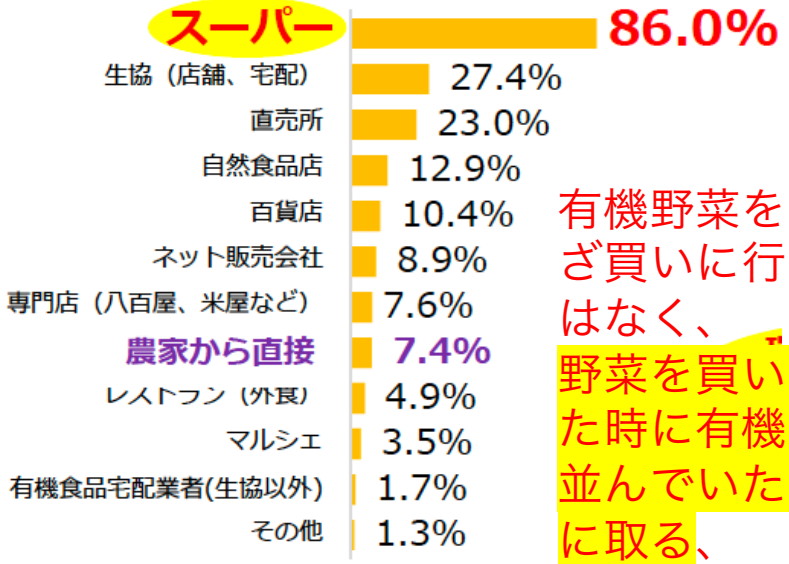
いつもの地元のスーパーに
並んでいれば、買いやすいわ

有機野菜って、
どこに売っているんですか？

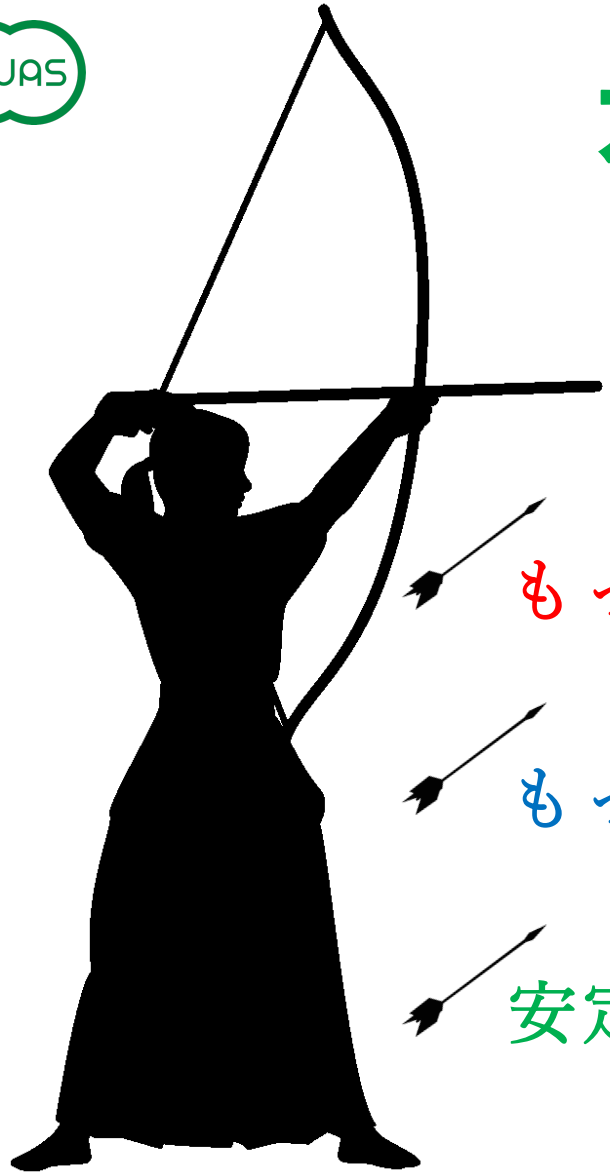
有機野菜が、
身近なスーパーで買えるように

（有機農業をめぐる事情（農林水産省農産局環境対策課）より）

有機食品の購入先（複数回答）



有機野菜をわざわざ買いに行くのではなく、
野菜を買いに行った時に有機野菜が並んでいたから手に取る、
という環境が必要



有機農業発展に、３本の矢を放つ。

もっと身近に有機野菜を毎日の食卓に。

有機農産物の物流改善、大田市場HUB化

もっと大田市場を有効に活用したい。

大田市場活用型有機農産物新流通プロジェクトの発足と活動

安定した有機農業が継続できるように。

企業と農業をつなぐ新たな仕組みづくり

3. 大田市場活用型有機農産物 新流通プロジェクトの発足

- プロジェクト概要
  - 発足時期：2022年秋
  - 取組み：市場便の活用で物流コスト適正化し、慣行品と同じ土俵に
  - 市場内での品評会実施：市場関係者や小売店の方々の目に触れる機会を創出
- 課題
  - 評価は得たが、本格的な流通には至らず

仲卸・大治 初の品評会

有機品バイヤーにPR

東京都中央卸売市場大田市場で営業する青果仲卸の大治は26日、場内で有機農産物の品評会を初めて開いた。市場便への混載など既存物流を活用して全国から集めた国産有機農産物約100点を展示。量販店のバイヤーらが品定めする場を提供し、取り扱いを拡大する狙いだ。27日まで。

有機農産物は生産者から実需者に宅配便などで直送するケースが多く、バイヤーが品評して購入を決める機会が少ない。バイヤーに品質、パッケージ、価格などを評価してもらい、産地にフィードバックする。営業部の山口大樹氏は「作付け依頼にもなり、シーズンごとに実施すればビッグデータとして活用できる」と期待を込める。

同社によると、市場便を利用することで、宅配便に比べて取引価格は2、3割安く抑えられるという。近在の取引産地からはほぼ市場便で仕入れていく。市場機能を活用し、物流の最適化や有機農産物の情報発信をすることで、購入機会を拡大していきたい考えだ。

有機野菜を中心に展示しバイヤーにPRした（26日、東京都大田区で）

日本農業新聞より

4. 農水省「かかりまし補助金」を利用

- 補助金活用の経緯
  - 令和5年度に急遽依頼され利用したが、十分に活用できず
- 課題
  - 取組み期間が短すぎた
  - 川上（生産者）と川下（小売）をしっかり結ぶ計画が不十分
- 学び
  - 販売の出口を明確に、計画的な流通設計が必要
  - 地域ごとの支援体制の構築が必要

掛かり増し経費の具体例

農業者（有機JAS認証農場）

流通・食品事業者

申請は取引を行う農業者・事業者どちらが行ってもOKですが、補助を受けれるのは申請された一方のみとなります。

品目：有機にんじん ⟹ 1kgバラ 150円仕入
市場等の慣行品の平均価格もしくは、実際取引されている見積金額等
品目：慣行にんじん ⟹ 1kgバラ 100円仕入
※見積書等がない場合は、東京中央卸売市場（ALICデータ）を価格参照

差額50円 ÷ 2 = 25円
補助対象金額

※有機農産物取引価格は、有機農産物以外の農産物取引価格の1.5倍の上限の範囲内での支給となります。
※取引金額の差分からの補助金額算出を行う為、補助金を見越して取引価格自体を値下げする事は出来ません。

申請は農業者・事業者どちらでもOKですが・・・
当補助金支援の目的は「有機農産物の販路・取引の拡大」

事業者	有機農産物の仕入れ価格に対して補助を受けて頂き、取引量を積極的に増やして頂きたい。
農業者	既存or新規の取引先に当補助事業を紹介頂き、 新規の取引を増やすきっかけにして頂きたい。

かかりまし支援事業説明資料より

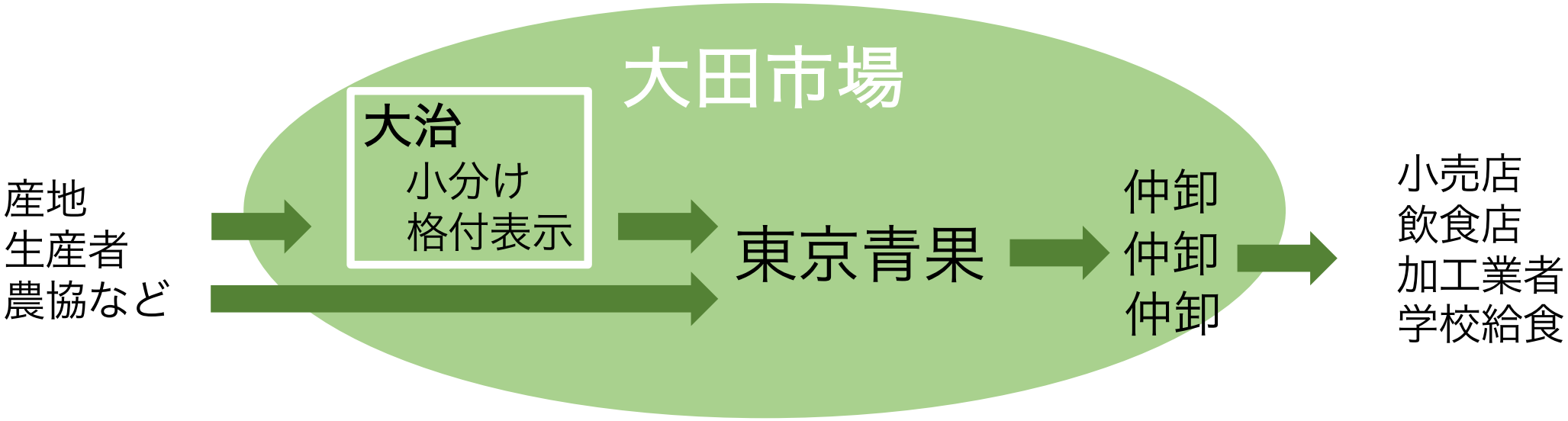
5. 従来の有機農産物流通と市場流通の違い

有機農産物流通 プル型（事前契約・計画出荷）	市場流通（慣行品） プッシュ型（需給で価格決定）
・小売の需要に合わせて出荷 ・供給量が限られ、大きな販売拡大が困難 ・生産者は、注文以上の収穫物を出荷できない	・受託拒否禁止 ・即日販売 ・価格変動あり

6. 今までの取組みの課題を解決するための新たな取組みを準備

- 目的
  - 市場便を活用し、**慣行品と同様**の物流を実現する
  - 小売まで有機農産物を流通させる、**慣行品と同様**の仕組みを構築する
- 方法
  - 市場にある既存の「物流」と「流通システム」を活用

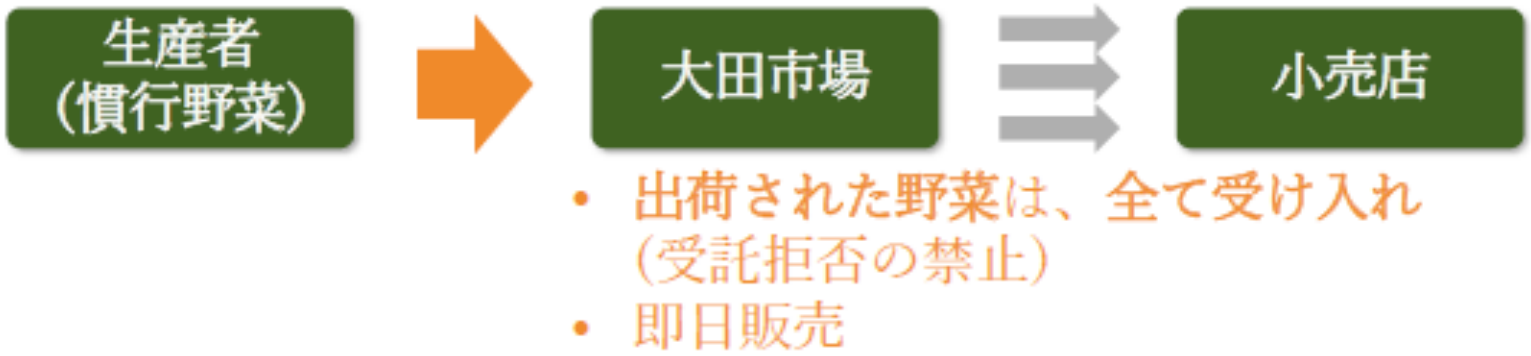
2025年4月、準備として大治は、「新たな低温物流倉庫の確保」をし、「荷主登録」します。



- 産地から仕入れた青果物を小分けやパック詰めを行い、大卸に販売する権利を取得
- これにより、仲卸を通じた市場流通を強化し、全国の青果物を安定供給

7. 有機農産物を「プッシュ型」に近い流通へ

- 狙い
  - **慣行品の流通モデル**に近づける
- 課題
  - 慣行品の価格変動による値崩れリスク
  - 販売先の確保（小売店舗が、まだまだ少ない）



有機農産物流通

プル型

（事前契約・計画出荷）

- 小売の需要に合わせて出荷
- 生産者は、注文以上の収穫物を出荷できない
- 価格は事前に決められている
- 運賃が高い

- **一気に移行はできないので、この「折衷」を工夫する**
- **まずは、大田市場に有機農産物が集まり、流れる環境を作ることが重要**

市場便に混載して出荷する
ロットは気にする必要はない

市場流通（慣行品）

プッシュ型

（需給で価格決定）

- 受託拒否禁止
- 即日販売
- 価格は需給バランスによって決まる、相場の影響が大きい
- 慣行品に混載する

有機農産物として荷受けし、
市場内流通する

8. 出荷側と販売側のリスクを軽減する

- 戦略
  - 流通リスクを軽減し、プッシュ型流通を意図的に構築

相場により価格が下落し、標準価格では取り扱いができなくなった時に、**自治体等の補助金によって差額を補填する仕組み**を作ることをご提案します。

高騰した時は、高値で販売できる仕組みも必要です。

標準価格と希望数量をもとに「**仕入れ・販売計画**」を取り交わします。基本的に、計画に沿って販売をお願いします。

ご希望があれば、オーガニックや有機JAS制度についてセミナーを実施します。

9. 具体的な取組み

1.出荷希望者の募集（自治体・農協・地域単位）

2025年4月から

2.出荷予定の作目・スケジュール・量・荷姿のヒアリング

3.出荷ボリュームに合わせた販売先との事前マッチング

2025年5月から

4.事前に川上⇔川下で販売計画を立案

2025年6～7月からの流通開始を目標

10. 最大の課題：価格調整

- 川上（生産者）と川下（小売）の希望単価の乖離
  - 生産者：130円希望
  - 市場・小売：100円希望

有機農業推進（販路拡大）の目的に、
行政のご協力をいただくことはできないでしょうか

11. 課題の解決策（予算化による補填）

仕組み・運用は「定額補填」が分かりやすく、やりやすい。

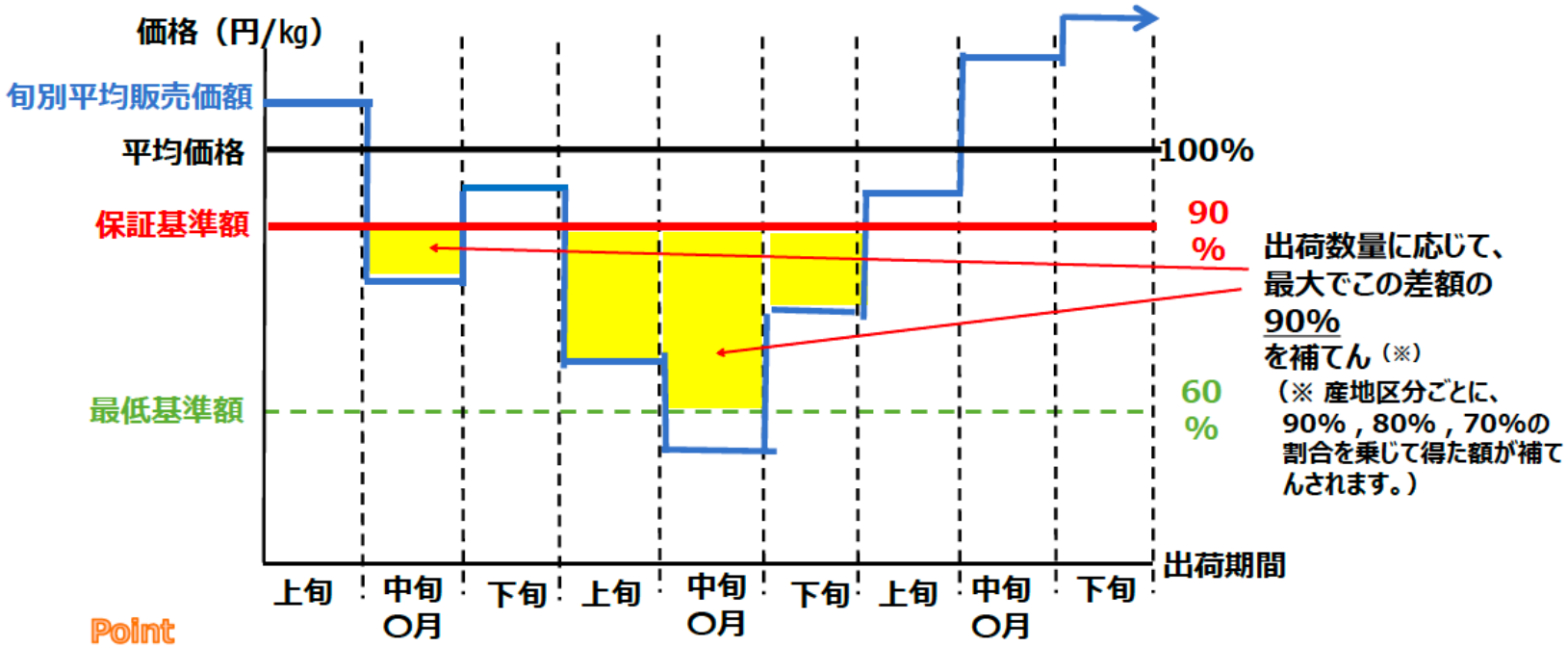
- 自治体で3年間の予算化を検討できませんか？
  - 例）1シーズン（3か月）300万円を補填予算として確保
- 価格補填の仕組み
  - 産地希望価格130円、市場価格100円 → 1パック30円補填
  - 300万円の予算 → 10万パック分補填
  - 3か月（約60営業日） → 1日1,700パック流通可能
- リスク回避策
  - 慣行品の市場価格が160円以上になった場合も生産者への補填を行い離脱を防ぐ
- 小売店との取り決め
  - 事前に定めた数量の80%以上を購入するルール
  - 出荷者もこの取り組みに優先的に出荷

イメージ

【指定野菜価格安定事業の仕組み】

・本事業は、生産者、道府県及び国が積み立てた資金を財源として、販売した野菜の平均販売価額が保証基準額（平均価格の９０％）を下回った場合、保証基準額と平均販売価額との差額を補てんする事業です。

Point ☆1 価格差補給金は上中下旬の旬別にきめ細かく算定します。



Point ☆2 野菜価格の変動に応じた旬別の計算により、生産者を支援します。

☆3 資金の積立てに国60%、県20%の補助、生産者積立金に掛け捨てはありません。

野菜価格安定制度（独立行政法人農畜産業振興機構）の案内資料より

12. この取組みの意義

- **有機農産物の安定供給を実現**
  - 流通がなかった小売店での販売を実現
  - 産地希望価格を維持
  - 小売が継続的に販売可能な仕組みを構築
- **補助金の活用で流通拡大を加速**
  - 計画的な有機農産物の生産拡大につなげる
- **補助金が終了しても流通が継続**
  - 構築した流通が市場に定着
  - 補助金の目的は単なる差額の補填ではない

13. 今後の展開とその他の取組み

- **学校給食への展開（品川区の給食など）**
  - 東京青果の協力のもと、有機農産物を学校給食へ導入
  - 産地・地場野菜がない「東京の学校給食」は、市場経由で調達するのが現実的
- **新たな物流拠点の整備（2025年4月予定）**
  - 市場近接地に低温物流倉庫を開設予定
  - 有機農産物の物流拠点として活用
- **慣行品の海外転送の仕組みづくり**
  - AIを活用した需要予測により、余剰分を海外に転送
  - 慣行品の価格安定化を図り、全体の市場価格を安定化

「農産物の健全な出口創出」

せんざいいちぐう
千菜一遇
NOUEN

企業と生産者をつなぐ法人向け農業体験 “千菜一遇 農en”

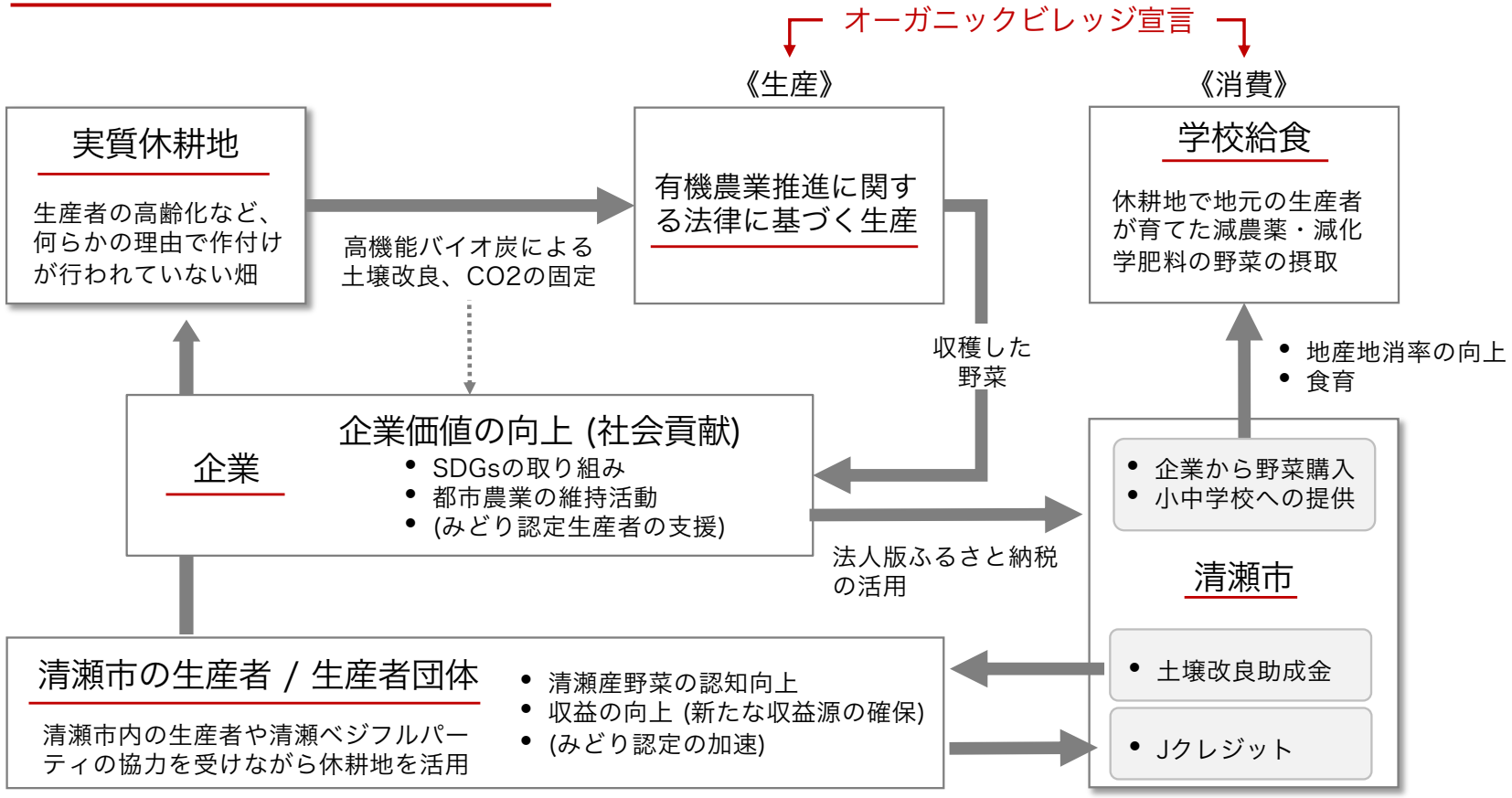
農業体験 → SDGs活動 → 商品化・情報発信

「農産物の健全な出口創出」

せんざいいちぐう
千菜一遇
NOUEN

企業と生産者をつなぐ法人向け農業体験 “千菜一遇 農en”

実質休耕地を活用したスキーム



「農産物の健全な出口創出」

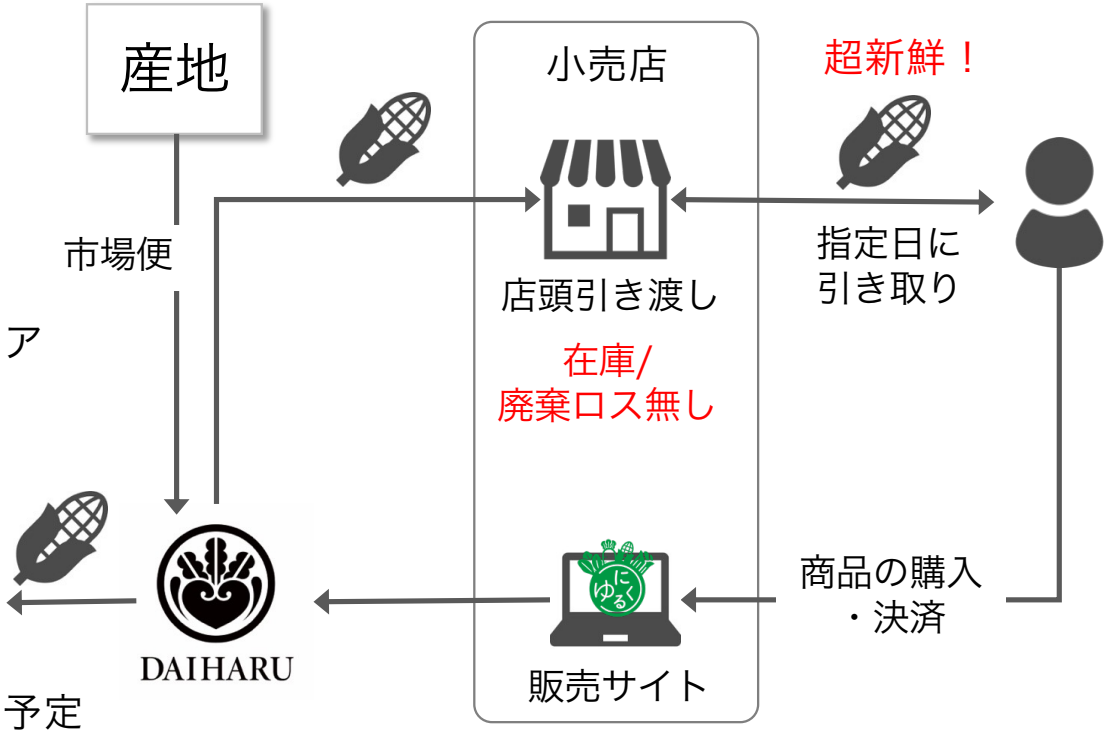
価値提供型EC販売 “ゆにくる” / 海外展開

価値あるものを 価値あるタイミングで

ECの海外展開
- ✓ シンガポールでの実証実験を予定
- ✓ 「ジャパンプレミアムオーガニック」ブランドを活用し、鮮度の高い日本の青果物を富裕層に提供

プラウド日吉のポップアップストア

海外でも展開予定



ご清聴ありがとうございました
大田市場　株式会社大治

付録　エントリー.xlsx

有機農産物　大田市場　出荷計画

年　　月　　日

輸送について	路線便　・　市場便
その他 条件・希望、課題 など	

単価は、相場とは関係なく「希望価格」をご記入ください。

団体名・お名前	

作目	箱、パックなど 規格・出荷形態	税込単価	「週間数量」をご記入ください。											
				1月			2月			3月			4月	