

9. 産地におけるとまとプリパック包装の経済性について

1 背景と特徴

産地では従来の卸売市場段階を対象とした輸送荷役単位の荷姿形態のほか、最近では消費者購買単位の小口包装（プリパッケージ）が行われている。小口包装出荷の特徴は次のとおりである。

- ① 小口包装出荷はスーパー方式の小売店が労力不足に対応した販売促進の手段として実施してきたものを、産地でも行うようになった。
- ② 消費者購買行動や小売店の販売方法にマッチした製品の包装計画が産地マーケティング機能として必要であり、卸売価格形成の要点になっている。
- ③ とまとの場合、価格形成が不利なS以下の小玉規格に価値を高めて、有利な市場販売を目的にした選果施設運営の一環となっている。

ここでは、とまとプリパック包装（以下パック包装）の卸売価格形成要因と経済性を明らかにしたので指導上の参考にしたい。

1) 卸売価格形成の特徴

調査対象農協が東京足立中央卸売市場へ出荷販売した実績から、箱詰バラ出荷と比較したパック包装価格形成の特徴をあげると、以下のとおりである（図-1）。

- ① 箱詰1ケース（4kg）当り卸値が800円以上のときは、パック包装（4kg換算=75パック）の箱詰より相当高い価格差で売れている。
- ② 箱詰1ケース当り単価が400円以下になれば、パック包装と箱詰の価格差は消滅する。
- ③ 8月下旬以後は両者のあいだに価格差がないか、または箱詰の方が高いときもある。

2) 価格形成の要因

このような価格を形成するわけについて市場荷役関係者は、とまと市況とパック需要との関連をあげ、次のように説明している。

- ① パック包装が小売店で最もよく売れる価格には一定の範囲がある。
即ち、小売値で1パック150円位、4kg箱詰卸値換算640～960円位が最も売れやすく、それ以上高すぎても安すぎてもパックの売れゆきが鈍り、メリットが出にくい^(注)。
- ② 9月に入って本県から出荷するとまとは裂果や過熟、着色不揃いなど収穫後期の品質低下がめだち、これをパックするのが安値の原因となっている。箱詰バラ売りはケースの中に着色不良果がまじっていても、消費者はそれを買うが、2～4個入りパックに1個でも着色不揃いがあれば売れ残ってしまう。このような包装のやり方は消費者の購買行動から

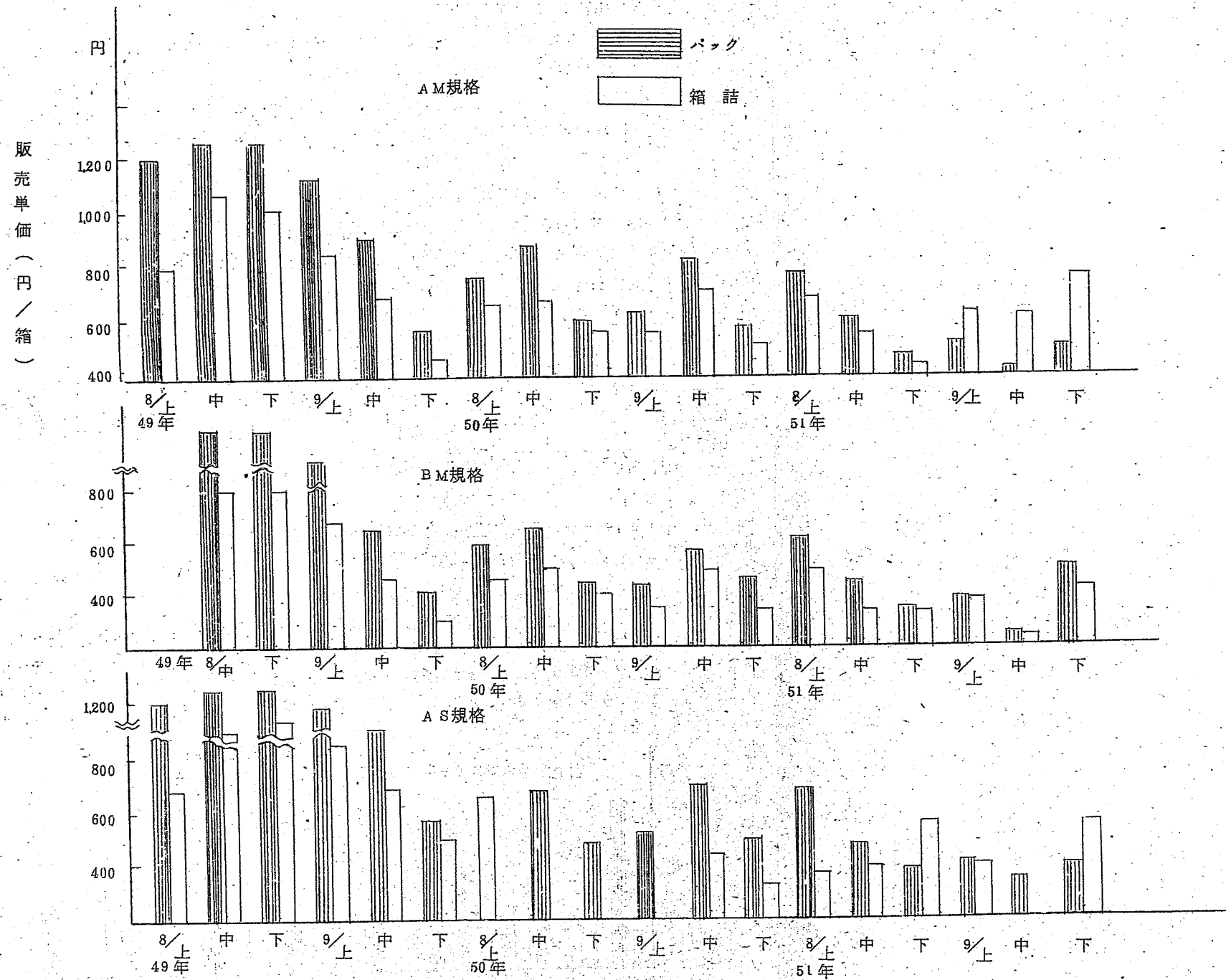


図-1 パック包装と箱詰の卸売単価比較(1箱重量4kg):東京足立市場

みてマイナス要因となる。

(注) 箱詰1ケース24玉入りM規格の卸値が1500円以上となれば、1パック3玉入りの小売値が260円に相当する。これでは消費者が買い控える値段となり、小売店は1個売りするためパックは買わない。一方、箱詰卸値が400円以下に安くなれば、小売店は山(皿盛)売りに販売方法をきりかえるから、これもまたパックの必要がなくなってしまう。

5) プリパック包装の経済性

パックするのに要した追加包装費用箱詰換算1ケース(4kg=75パック)当たり116円以上の価格差がひらいて、パックが箱詰よりも経済的に有利性を示した時期は表-1の各句であった。(図-1参照)。

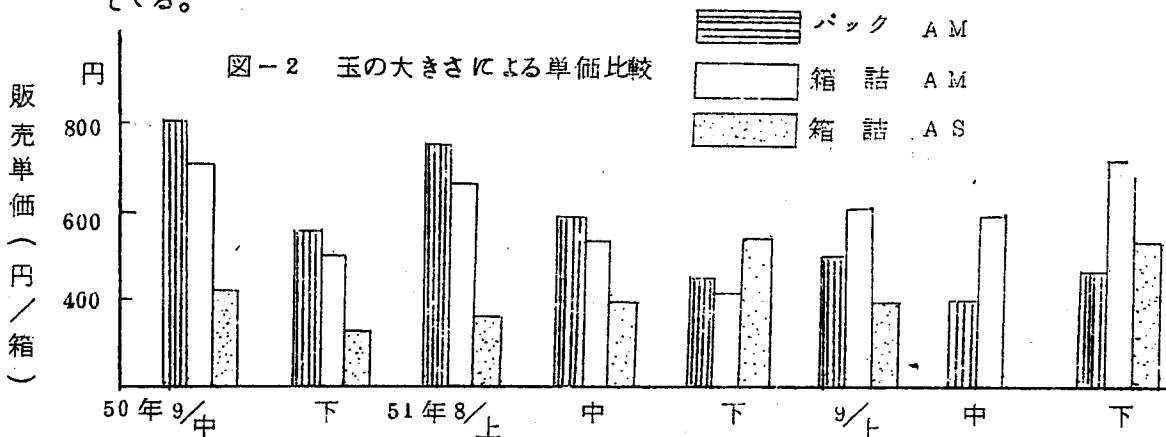
表-1 パック包装が経済的に有利であった時期

年次	規格	A M	B M	A S
49年		8/上, 中, 下, 9/上 中	8/上, 中, 下, 9/上 中	8/上, 中, 下, 9/上, 中
50年		8/上 中, 9/中	8/上 中 9/下	9/中, 下 (8/上~9/上対応するデータなし)
51年			8/上	8/上

(注) 49年は対応する同じ表示規格のデータを欠くため、パックSと箱詰M規格の比較によった。

51年は市況全体が低迷しAMは概ね600円以下、BMとASは400円以下と安かったため、2)-①②などの理由によってパックが経済性をあらわすのに至らなかった。(とくに冷害気象による着色不良の影響が大きい。)

パック包装AM規格(箱詰4kg換算約30玉)は玉の大きさからみて箱詰AS規格(25~28玉)に相当している(注)。この点を考慮して玉別大きさを基準とした比較をすれば、図-2のようにパックと箱詰の実質的な価格差はさらに広がる(50年9月中・下旬51年8月上旬)か、またはあらたに経済性がうまれてくる(51年8月中旬)場合も出てくる。



(注) パックに箱詰(標準規格)より小玉を詰めること理由は、パックトレイ(皿)にのせた玉数のバランスを、外観よく配列するためである。

表-2 調査対象農協の包装形態別市場出荷量

単位：箱・%

年次	規格	足立市場		その他市場		合計		
		箱詰	バック	箱詰	バック	箱詰	バック	
49年	2 L	8,085	52	2,116		10,151	52	10,203
	L	16,963	94	5,204		22,167	94	22,261
	M	11,402	1,298	3,301	96	14,703	1,394	16,097
	S	1,053	7,131	149	356	1,212	7,487	8,699
	2 S	280	966	50	122	330	1,088	1,418
	計	37,743	9,541	10,820	574	48,563	10,115	58,678
	(割合)	(64.0)	(16.3)	(18.7)	(1.0)	(82.7)	(17.3)	(100)
50年	2 L	11,089		3,874		14,963		14,963
	L	26,136		9,713		35,899		35,899
	M	19,668	8,872	3,720	3,112	28,388	11,984	40,372
	S	2,033	5,343	337	1,556	2,370	6,904	9,247
	2 S	2,367		152		2,519		2,519
	計	61,343	14,220	22,796	4,663	84,139	18,888	103,027
	(割合)	(59.5)	(13.8)	(22.2)	(4.5)	(81.7)	(18.3)	(100)
51年	2 L	10,077		3,897		13,974		13,974
	L	24,628		16,488		41,116		41,116
	M	17,418	6,322	9,947	3,372	27,267	9,694	37,061
	S	1,854	2,168	419	1,016	2,273	3,184	5,457
	2 S	437		110		547		547
	計	54,414	3,490	30,863	4,388	85,277	12,878	98,155
	(割合)	(55.5)	(8.6)	(31.4)	(4.5)	(86.9)	(13.1)	(100)

注) バック包装の1箱容量は箱詰と同じ4kgに換算した。

表-3 とまと選果・パック包装費用(50年)

単位:円、箱

費目	選果部門	パック包装部門	選果・パック計	備 考
労働費	3,203,884	741,736	3,945,670	男 106人 8時間労賃 ^(a) 3,300円 女 983 ^(a) 2,300円
光熱動力費	62,870	31,420	94,290	
修理費	10,850	—	10,850	
償却費	498,616	137,250	635,896	
諸材料	132,100	1,124,940	1,257,040	フィルム、トレイ他
借入金利子	116,741	70,945	187,686	
費用合計	4,025,061	2,166,381	6,191,442	
処理箱数	箱詰 81,938 パック 18,749 計 100,687	— 18,749 18,749		選果料 1箱 45円 パック包装料 1箱 120円
1箱当り費用	89.89	115.55		

注) 調査対象農協における補助圧縮計算である。

3 普及上の留意点

- ① パック包装は選果場運営の一環として実施し、包装機は選別機と連結稼働することが効率的な方法である。
- ② パック包装製品の需要には限度があり、パック卸売価格を維持するためには、日別出荷総量の20%以内に止める。
- ③ 卸売市場を経由するパック製品の需要は、おもに地方都市の中小スーパー店が中心となっている^(注)。したがって出荷するときは都内中央卸売市場であれば仲買人の販売先に地方業者が多い市場を選ぶか、周辺都市の市場を対象を選ぶ。
^(注) パック需要の主流をなす都内大手スーパー店は、市況(仕入値段)に応じてパックに詰める玉数を変えて消費者への販売を促進している。こうした臨機応変な対応は産地へ期待できないため、消費地の包装業者へパック詰作業を委託している。

4 試験成績の概要

(1) 試験課題名 野菜の産地育成に関する経営的研究

(2) 試験年次・場所

昭和51~53年 農業試験場経営部

(3) 試験方法

- ① 調査対象農協の市場出荷販売資料分析および生産・出荷に関する聞きとり調査
- ② 同農協出荷先市場荷受機関からの流通と価格形成に関する聞きとり調査。

(4) 試験結果

パック包装の卸売市場価格形成とその要因について生産、小売店における販売対応、消費者の購買行動などの点から検討するとともに、パック包装出荷することによる経済性を明らかにした。

(5) 主要成果の具体的データ

省 絡

(6) 参考資料

「産地パッケージの価格形成と市場対応」岩手農試資料51-1624