

## 平成24年度第1回野菜需給協議会の概要

1 日時：平成24年7月19日（木）16：00～18：00

2 場所：独立行政法人農畜産業振興機構 北館6階大会議室

### 3 議事概要

#### (1) 野菜需給協議会規約の変更について

事務局から、資料1に基づき野菜需給協議会規約の変更（会員の異動）案について説明。

座長から、この変更案の了承を問う発言があり、一同異議なしとなり、了承となった。

#### (2) 平成24年産春野菜の需給・価格の状況について

事務局から、資料2に基づき報告。

#### (3) 平成24年産夏秋野菜の需給・価格の見通しについて

##### ア 今後の気象見通し

日本気象株式会社から、資料3-1に基づき説明。

##### イ 夏秋野菜の生産・出荷状況

全国農業協同組合連合会から、資料3-2に基づき、生産地の動向等について説明。

##### ウ 夏秋野菜の需給・価格の見通し

藤島委員から、資料3-2に基づき、野菜需給・価格情報委員会での需給・価格の見通しについて報告。

##### エ 主な意見等

###### 【主婦連合会】

- ・量販店においてカット野菜の売行きが好調とのことだが、カット野菜は包丁を使わなくてもいいし、時間の節約になるため、若い人だけでなく、高齢者の中でもこうした商品を使うことに抵抗感がなくなってきている人も多く、自立して食卓を整えるためには必要となってきている。今後、高齢者が好むカット野菜が必要になるのではないか。また、高齢者への食育の必要性が問われているが、こういった野菜が好

まれるのかさらに調査し、商品化していく必要がある。

- ・ユニバーサルデザインフードが注目されているが、野菜についてどのように取り組まれているのか。ペースト状の野菜等色々な野菜がケアフードで入っており、今後の需要がどのように見込まれるのかをこうした場で皆さんからお話を聞きたい。
- ・学校給食で福島産の野菜が使われているかどうか不安なため、弁当を買って持たせる親がいるとも聞くが、却ってどこ産のものが入っているのか分からないと思う。福島産の野菜を応援していかなければいけないと考えている。

#### 【日本スープ協会】

- ・高齢者だけではないが、レトルト関係では野菜の商品に人気があり、スープにおいてはトマトが中心となっているが、最近ではカボチャ等の新しい商品も作られている。
- ・レトルトとペーストがあるが、野菜についてはペースト、いわゆる介護食品として販売できるかどうか難しいところ。
- ・協会としてはこれまでは乾燥スープ中心だったが、レトルト、缶詰も扱っており、レトルト関係が伸びている。

#### 【主婦連】

- ・福島産の水産物については、築地市場で福島産のカツオの価格が非常に安くなっている中で、イオンが全量買い取りをしているので、産地ではイオンの評判が上がっているとのニュースがあった。

#### 【青果物健康推進協会】

- ・昨年から東北への支援を行っているが、やはり子供のいる世代はどうしても気になる様子。いわゆる風評被害であり、放射能に対して正しい理解がされていない。こうしたことから、当会では消費者の不安が少しでも解消するよう、放射性物質について、わかりやすい説明をした冊子を作成中。消費者団体等で希望があれば、配布したい。

#### 【食と文化のフォーラム】

- ・野菜の需給・価格の見通しの資料について、7月上旬までの状況は理解できたが、7月中旬の価格動向は違うように思う。今年に関東産の出荷が遅れて高冷地のものと出荷が重複したため、値が下がっているのが6月下旬の状況。その後高冷地のものが順調に出荷され、7月中旬には価格が下がってきているのではないか。
- ・一方で、たまねぎが高騰している状況であるが、生産者団体は、高値対策を打たないのか。高値対策をちゃんと行わないと、低落時の需給調整対策も打てなくなってしまう。

【全国農業協同組合連合会】

- ・できる対策からしっかり行っていくしかない。夏の野菜は天候により大きく変化するが、事前にできることを精一杯やっていきたい。

【時事通信社 清水氏】

- ・たまねぎの資料については、九州について連日の大雨による被害の影響は折り込まれているのか。

【全国農業協同組合連合会】

- ・九州は既に収穫済み。状況は、現在確認中であるが、復旧作業優先であるため、まだ十分に確認できていない。また、雨の後に気温が上がったため消毒をしたいが断水しており現地も混乱している状態。状況把握に努めている最中である。

(4) 野菜の消費拡大活動等について

ア 野菜需給協議会としての取組み

野菜需給協議会としての今後の野菜の需要拡大に向けた取組みについて、事務局から説明（資料4-1）。

○「野菜シンポジウム～野菜をおいしくたべる～」の開催

- ・「野菜シンポジウム～野菜をおいしくたべる～」の開催については、7月13日にプレスリリースをしたところ。野菜の日である8月31日の14時から18時まで、イイノビル4階のイイノカンファレンスセンターにて実施する。
- ・野菜の摂取量については、成人の全階層において目標値を下回っている状況であり、特に若年層の摂取量が少ないことから、今回は子供の食生活を担っている栄養教諭や学校栄養職員、働く世代の食生活を担っている管理栄養士及び栄養士、若い世代・子供の親世代を主な対象として開催する。
- ・内容については、3本立てとなっている。まず基調講演の1として、学習院女子大学講師の宮島則子氏から「野菜好きを育てる食育の実践」について講演いただく。次に基調講演の2として、国立がん研究センターの津金昌一郎氏から「野菜の摂取と発がん予防」について講演いただく。その後、「野菜をおいしく食べる」と題して、コーディネーターに中村座長、パネラーとして有馬まゆ氏、内山理勝氏、津留崎弘美氏、西坂文秀氏の4名になっていただき、パネルディスカッションを行う予定。
- ・募集人員は200名。参加費は無料となっているので、会員の関係者にも奮ってご参加いただきたい。申込みは事務局である当機構需給推

進課までお願いしたい。

#### ○リーフレットの作成

- ・キャベツ、だいこん、たまねぎ、にんにく、はくさい及びレタスの6品目についてそれぞれリーフレットを作成。表面には、各品目の歴史、栄養・機能性、作付面積、生産量と東京都中央卸売市場における産地の動向を記載。裏面には、独身者でも簡単にできるレシピ、買い物ときの選び方や家庭での保存方法を簡単に記載している。
- ・今後、印刷をしてイベント等で配布していくが、会員におかれても利用のご希望があれば、事務局にご連絡いただきたい。

#### イ 会員団体の取組み

平成24年度の今後の野菜の消費拡大に向けた取組みについて、各会員団体から以下のとおり報告（資料4-2）。

##### 【全国農業協同組合連合会】

- ・「やさいの日」の取組みとして、日本ラグビー協会との共催による選手の野菜摂取に関するトークショー及び各県の特産野菜の即売会、野菜の収穫体験等のイベントを実施。
- ・ラジオ局と連携して、ラジオでの旬の青果物に関する情報発信や、リスナーと生産者との交流イベントと青果物の販促イベントを実施。
- ・大学と連携して食育セミナーを開催予定。

##### 【全国地域婦人団体連絡協議会】

- ・千葉県連合婦人会では、地産地消と健康をテーマに料理講座を実施しており、平成24年度は、特に一人暮らしの高齢者の生活習慣病予防に焦点を当て、栄養面だけでなく、作りやすさを考慮して実施。

##### 【社団法人日本栄養士会】

- ・健康日本21（第2次）計画では、引き続き野菜の摂取量目標（1日350グラム）が設定されているが、行動まで移行させる環境づくりを考えた普及を実施。
- ・8月31日に、野菜の摂取量が全国最少の香川県の高松市にて、講演会、栄養相談等のイベントを開催。
- ・ここ1～2年で人での介入実験による科学的根拠が揃ってきたファイトケミカルによる抗酸化機能等野菜の機能性の普及を実施。

##### 【野菜と文化のフォーラム】

- ・「カボチャ」をテーマに、品種の違いによる調理特性研究会を10月4日に開催。

- ・「中玉トマト」をテーマに、様々な視点からの食べ比べを通して品種特性を明らかにする有名野菜品種特性研修会を12月4日に開催。
- ・地域野菜を調理・試食する「野菜の学校」を毎月第1土曜日に開催。

#### 【NPO法人青果物健康推進協会】

- ・産地と連携して、パート従業員等の販売促進研修会を実施。
- ・小学校での出前授業や企業の健保組合と連携した研修会等を実施することで、食育の効果を家庭へも普及することを目指している。
- ・風評被害を防ぐために放射性物質の正しい知識を普及するバイブルの製作・配布を行う。
- ・「野菜がおいしゅうございます認定」等、外食認定、社員食堂認定及びスーパーマーケット認定を実施中。
- ・「おしゃれ感」等を価値基準とした国産農産物の認定事業を実施中。

#### 【全国青果物商業協同組合連合会】

- ・秋口に毎年、全国の中央卸売市場等で市場祭りを中心とした各種イベントを開催。東京では10～11月に開催予定で、今年は福島産を応援することとしているが、一部の消費者には受け入れてもらえない状況もあり、現場では危惧しているところ。

#### 【農林水産省】

- ・7～9月に夏ベジプロジェクトを実施し、参加企業・団体の協力の下、のぼり等の展示を行うとともに、フードアクション・ニッポン公式サイトでの夏野菜の記事、イベント情報等の掲載。
- ・被災地応援の取組みとして、6～10月に農林水産省内食堂・売店にて、被災産地の野菜を活用した応援フェアを実施。

### ウ 主な意見等

#### 【時事通信社 清水氏】

- ・青果物健康推進協会の説明の中にあつた、「セルフ○○」はよく聞き取れなかったので教えて欲しい。

#### 【NPO法人青果物健康推進協会】

- ・心理学にある「セルフエフィカシー（自己効力感）」である。野菜の摂取目標は1日350グラムであるが、目標が高いとあきらめてしまうが、目標を低く設定することで取り組みがやりやすくなる。小学校の出前授業の中で、宿題をやってきた子供達に野菜博士の認定書を出しており、当協会と提携しているファミリーレストランに認定書をもっていくと1割引になる。このようなことで子供達のモチベーションが高まる。「できた」ということを体験させることでやる気が高くなってく

る。これがセルフエフィカシーである。機構が発行している「野菜情報」の昨年12月号にも掲載されている。

【時事通信社 清水氏】

- ・5月に発行された水産白書では、魚介類の消費が減少している中、ブリだけ消費が伸びているが、しゃぶしゃぶ等新しい食べ方を提案したことに消費者がついてきたようである。野菜単品ではなく、こうした消費が伸びている他の農林水産物と連携することによって消費拡大をする方法もあるのではないか。

【中村座長】

- ・農林水産省の取組みにおいて、庁舎内の食堂での被災地応援フェアとあるが、職員以外の一般の方が出入りできないのではないか。

【事務局】

- ・農林水産省も他省庁同様セキュリティが厳しくなっているが、セキュリティ強化の際に「消費者の部屋」とメインの食堂についてはセキュリティの外に配置し、一般消費者の方が自由に利用できるようになっている。

【藤島委員】

- ・消費拡大のためには、地道な活動が必要であると思うが、これまでも継続して活動が行われてきたにもかかわらず、野菜の消費量は減ってきている。効果を検証することは困難であると思うが、今後の取組みにおいてはどのような効果があるのかを何らかの形で明らかにすることができないか。効果が明らかにできれば効果の高い手法に集中して、より効率的な消費拡大に繋がれると思う。

(5) 野菜の需要動向について

ア 漬物業界における需要動向

全国漬物協同組合連合会から、以下のとおり説明（資料5-1）。

- ・野菜本来の持ち味や栄養素を損なわずに食べられる方法が漬物であるが、現状は、若者の漬物離れもあり、長期的に伸び悩んでいる。併せて景気低迷から会員数も減少しており、平成元年には2,000社あったものが、現在1,100社となっている。唯一寡占化されていない食品業界と思っているが、少しずつ寡占化の方向に向かっている。
- ・漬物の生産量は平成3年の120万トンがピークで、平成4～6年は減少し、平成7年から徐々に持ち直したが、平成14年から再び減少し、平成17年には100万トンを割り、平成23年では78万トン、前年比10.7%減、ピーク時からは35%減となっている。

- ・平成4～5年に生産量が減少したとき、会員からPR予算を別途集めて、「つけまるくん」というマスコットを作ったり、毎月21日は漬物の日にしたりとPR活動に力を入れたことから一度は需要が回復したが、今はそうしたお金を集めることもできず、PR活動ができないこともあり、こうした生産状況になっている。
- ・出荷金額では、平成10年の5千5百億円がピークで、平成22年で3千5百億円、ピーク時から約2千億円減となっている。
- ・最近の国内原料野菜の状況については、農家の減少・高齢化や異常気象、それらに伴う野菜価格の高騰や品質の劣化等の問題がある。例えばはくさいは冷凍庫に入れると通常は1～2ヶ月持つものが、品質が悪いため痛みが早く長持ちしないといったことがある。さらに昨年原発事故のときには、原料野菜の汚染状況にも気を配り、数量確保や製品の品質保持のために相当苦労した。
- ・海外からの輸入原料は、国内産を補完する上で、統計的なものではないが、全体の3～3.5割となっていると思われる。一昨年はらっきょう、しょうが、にんにくが高騰し大変であったが、昨年は高値ではあるものの安定していた。今後は、人件費が上がってきた中国からの原料確保が困難になっており、他国からの輸入も検討していることから、タイ、ミャンマーを視察したところ。
- ・できるだけ国産を使いたい、らっきょう、しょうが、にんにくについては、国内生産量ではどうしても足りない、輸入原料を使用することについてはご理解をいただきたい。
- ・漬物の塩分は現在2～3%であり、高塩分食品のイメージを払拭しようとしている。また、漬物にはビタミン、ミネラル、有機酸が豊富に含まれていることから、コレステロールを減少させ、また食物繊維が豊富で、発がん抑制効果もあるといった機能性もアピールしていきたい。単に売るのではなく、消費者ニーズにあった商品をつくっていけば、現在の縮小傾向を打開する望みはあると考えている。
- ・漬物需要拡大の起爆剤として、昨年、民間企業が企画したT1グランプリという漬物の日本一を決める大会を開いており、今年も11～12月に地方ブロック大会、来年1月に東京で本大会を開催する予定。

#### イ 量販店業界における需要動向について

- 日本スーパーマーケット協会から、以下のとおり説明（資料5-2）。
- ・食品スーパー（食品の売上げが50%以上を占めるスーパー）3団体

合同で毎月売上げを発表している。これを部門別に見ると、農産部門の構成比率が12.8%となっており、農産、畜産、水産の3部門を比較しても、農産は非常に大きな割合を占めている。

- ・ 野菜は相場によって乱高下するため、これが毎月の売上げに大きく影響しており、いつも頭を悩ませている。
- ・ 傾向としては、生鮮の素材販売から惣菜の販売に移行してきている。また、単に素材を売るだけでなく、カット野菜等加工度を上げた商品が伸びている。
- ・ トマトについては、抗酸化作用が注目されてよく売れており、売場も広がっている。野菜全体の売上の13~15%を占める主力商品となっている。
- ・ カット野菜については、売上高としてはそれ程大きくないが、伸び率が非常に高いと言われている。価格が相場に影響されず、スーパーにも消費者にとってもうれしいが、納めるメーカー側がその分苦労されていると思っている。今後も伸びていくと思われる。また、単身世帯においては、無駄が出ないということが一番良いところではないかと思われる。
- ・ 惣菜については、レギュラーサイズも昔より小さくなり、ハーフサイズ、1人用もどんどん小さくなっている。よってパッケージも小さくなってきており、こうした動きに対応していかないと消費者に支持されない。
- ・ 近年、個食鍋や1人用の鍋セットが売られるようになり、季節になると棚の上から下まで並ぶぐらいの規模になっている。
- ・ 魚離れのなかで魚をどう売るかという課題に魚惣菜を展開している。
- ・ 業界では、買物弱者への支援等が今後のスーパーマーケットに求められる姿であろうということで、10年後を見据えて色々と研究している。

以上