

## 野菜需給協議会現地協議会の概要

野菜需給協議会（座長：中村靖彦、事務局：農畜産業振興機構野菜需給部）は、平成29年10月10日（火）、会員（消費者団体、流通・小売団体など）を対象に、野菜の生産現場への理解を深めるため、群馬県のJA邑楽館林管内で現地協議会を開催し、富士食品工業㈱の野菜カット工場等の視察や、生産者団体と意見交換会を行った。

視察や意見交換会の概要は、以下の通りである。

### 1. 富士食品工業㈱のカット野菜工場の視察

- ・ 同社は、もやし、カット野菜などの製造販売を行っている企業である。「水」と「土」には特にこだわっており、日光の清らかな水を使用できる場所にもよしの生産工場を建設している。また、カット野菜の原料となる野菜については、土壌分析から始まる健全な土づくりを基に生産を行っている。
- ・ 土づくりは、日光工場内に処理プラント「命を守る土づくりセンター」を設置し、もやしカスなどの排出物を完熟堆肥に生まれ変わらせる資源循環システムを促進しており、自社農場や契約農家において、野菜の栽培に役立てている。
- ・ 理学博士・中嶋常允先生が提唱した理論に基づく、ミネラル農法への取り組みを行っており、野菜の食味向上や作物の健全な生育を図っている。
- ・ 現在は、邑楽・館林地区に40haの農地が点在しており、これを集積し100haにして、キャベツ、レタスの一大産地を形成してモデル地区にする予定である。
- ・ 日本農業の担い手の育成に向けて、農業高校及び農業大学の学生に、同社に一旦就職してもらい、同社の契約生産者が作った生産法人で一定期間就農してもらった後に、同社の社員として継続するか、生産者として独立してもらうかを選択してもらう取り組みを行っている。



本社工場



同社製造のカットサラダ

## 2. きゅうりの圃場の視察

- JA 邑楽館林管内のきゅうり生産者は、1戸あたりの平均的な経営面積は0.165ha（500坪）。
- きゅうりの作型は2作あり、今回視察するのは抑制型。8月5日に播種、同月12日にカボチャの台木にきゅうりを接ぎ木、同月20日に定植。9月13日頃から11月まで収穫する。

もう一つの作型は促成型であり、12月下旬に定植、1月下旬から6月まで収穫。
- 今年は、8月の盆時期が長雨になり軟弱徒長になったが、幸いにしてミナミキイロアザミウマ、アブラムシの発生が低く病気が少なかったため、歩留まりが高まり出荷数量が増加した。
- カボチャにきゅうりを接ぎ木すると、根張りがよくなり耐病性も高まる。9割の生産者が接ぎ木した苗を購入して植えている。
- 接ぎ木しないきゅうりは「ブルームきゅうり」という。きゅうりの果粉（ブルーム）である白い粉が表面に付いているので、ブルームきゅうりと呼ばれている。棚持ちはしないが皮は柔らかく本来のきゅうりの味がする。

一方、接ぎ木したきゅうりは、「ブルームレスきゅうり」といい、現在はこれが主流になっている。表面がツルツル、ツヤツヤとしており、ブルームきゅうりに比べて皮が固く歯ごたえがあるのが特徴。
- きゅうりの表面のイボイボのところに雑菌が入る可能性があるため、イボイボをなくした加工業務用のフリーダムという品種があるが、収量は通常の品種に比べて若干落ちる。



きゅうりの施設前で説明を受ける会員



施設内できゅうりの説明を受ける会員

## 3. 農産物直売所「ぼんぽこ」の視察

- 農産物直売所「ぼんぽこ」は、JA 邑楽館林の直売所。11月で9周年を迎え、売上高は年間で10億円を超える。

- 地元の鮮度の高い農産物を中心に品揃えすることで、競合店と差別化している。
- 朝7：30からバックヤードに生産者が荷物を運んでくる。荷物を持ち込む生産者は1日当たり100～150名。
- 市場出荷する野菜は規格で決まっており、規格外の野菜を含めて直売所に出荷されている。生産者によっては生産コストを度外視して安売りをしようとする者もいるが、近隣の競合店舗の価格を参考にして、直売所のバックヤードに大袋、小袋の荷姿毎に目安となる最低販売単価を表示している。
- 直売所の取組としては、生産者が荷物を持ち込む時間帯に演歌を流したり、開店時間以降は1970年代の音楽を流して消費者も楽しめる店舗にするよう工夫している。また、1日4回、生産者に追加の出荷をしてもらうために販売状況をメール配信しており、その効果もあって夕方まで品物が陳列されるようになっている。店内では職員がお客さんに食べ方をアピールしたりコミュニケーションをとるように心掛けている。



直売所のバックヤードで説明を受ける会員

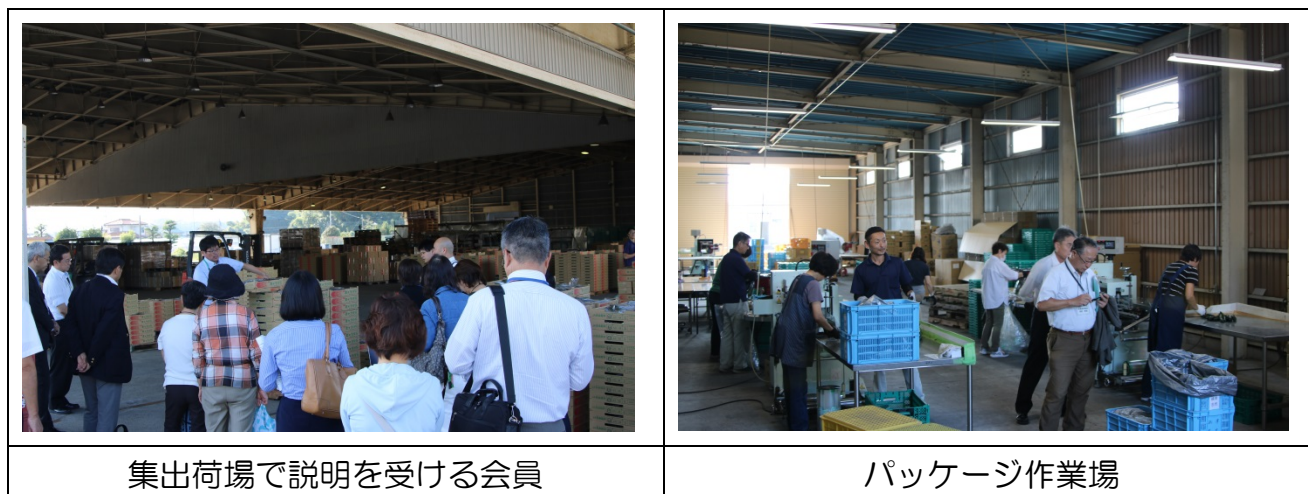


店内風景

#### 4. 集出荷場等の視察

- 群馬県は温暖な気候と日照時間に恵まれていることもあり、きゅうりの生産量は全国2位。JA邑楽館林管内は県内一の生産量を誇り、県内出荷量の半数以上を占めている。
- 卸売市場に出荷できるきゅうりの出荷規格は7つ。生産者は「長さ」「重量」「曲がり」等を基に選別・箱詰めを行い、12～14時頃に集出荷場に搬入させている。
- 生産者が出荷した翌々日には、生産者の口座に代金を振り込んでいる。卸売市場から代金が振り込まれる前に、JAが立替払いを行っている。
- JA邑楽館林管内のきゅうりの生産者数は現在581戸。他の産地と同様に高齢化が進んでおり、生産者の負担軽減を図るため、コンテナにバラ詰め状態で出荷してもらい、その後、JA職員が1袋に4本詰め等のパッケージを行って出荷している。

- ・ 葉物野菜は、棚持ちするために真空予冷した後に冷蔵保管し、順次保冷トラックで出荷。



## 5. 意見交換会の概要

### (1) JA 全農ぐんまから「群馬県の園芸」について説明

- ・ 群馬県産の農産物のうち、生産量が全国5位以内に入るのが、こんにゃく、キャベツ、きゅうり、レタス等15品目。
- ・ 平成27年の群馬県の農業算出額は全国5位。
- ・ 群馬県は、標高10～1400mに耕地が広がり、標高差を利用して様々な野菜を年間通じて生産している。利根沼田・吾妻地域の中山間地・高冷地では、夏の冷涼な気候を活かしたキャベツ等の生産が盛ん。中部・西部・東部地域の平坦地では、果菜類等の露地栽培に加え、冬場の施設栽培も盛んである。

### (2) JA 邑楽館林から「JA 邑楽館林の青果物」について説明

- ・ JA 邑楽館林の販売高は、きゅうりが半分を占めており、次いでくさい、なすが続く。
- ・ 北海道から大阪までの54の卸売市場に出荷。市場外流通は12社。
- ・ 重点市場、パートナー店を定めて、販売戦略の共有、積極的な企画提案、活動促進により価格形成機能を強化。
- ・ 加工業務筋を中心とした市場外流通（直販）や市場経由の相対販売等により販売先を明確にし、計画的な安定販売。
- ・ 商品力、提案力が不可欠であり、ご当地アイドル「Menkoi ガールズ・サラダ」による消費宣伝イベントを開催。

### (3) 主な質疑応答

Q 他県のきゅうりの生産地では、規格の選別がオートメーション化されていたが、当農協で導入しない理由。

A JA 邑楽館林管内のきゅうりの生産者は581名おり、581名を受け入れるだけの大規模施設を作ることがコスト面で難しいと判断した。今後は生産者の高齢化が進むと、3割の生産者が離農する可能性がある一方で、160名の生産者が機械選果を望んでおり、現在機械選果の導入に向けて検討している。

Q 今後3割の生産者が離農する可能性があるとのことだが、生産減少を補うためのきゅうりの集約化を図ることは可能か。

A きゅうりの栽培は、成長を促すため、木姿を見ながら、芽や葉を摘み取る摘心・摘葉して実を肥大させており、状況に応じた作業となるため機械化は困難。また、作業の効率化は、7つの出荷規格をさらに簡素化して労働コストを削減する方法や、商流は卸売市場にするものの、物流は実需に直送する量を拡大することで物流コストの削減を図ることも検討。

Q 野菜の消費宣伝は重要であるが、どのような消費宣伝を行っているのか。

A 店頭でマネキンを導入して新鮮なきゅうりの試食宣伝を行う。マネキンはコストが掛かるため瞬間での利益は度外視しており、小売で物が動かないときに産地主導で動かす際の手法として重要視している。その際にJAとしては、消費者が「どのような時にきゅうりを買って」「どのような時にきゅうりを食べるか」を聞きたい。

Q 消費宣伝の1つの方法として、等階級毎の食べ方・メニュー提案は必要ではないか。

A 参考にしたい。

Q 卸売市場への出荷から、契約野菜へシフトしてきているのか。

A 契約野菜に係る野菜販売の所得は安定するものの、契約野菜は欠品することができないので余剰作付けが生じてしまうため、その分の販売力をつけることが課題。



意見交換会風景①



意見交換会風景②

