

平成20年9月9日
独立行政法人農畜産業振興機構

野菜需給協議会幹事会概要

1. 日時 平成20年9月9日（火） 10:30～11:30
2. 場所 農畜産業振興機構北館6階 大会議室
3. 出席者 別紙の通り
4. 概要
 - 座長より挨拶
 - ・ 本日は、野菜需給協議会の規約に基づき、緊急時の対応として幹事会を開催する。
 - ・ 現在はキャベツなどの価格が低迷しており、産地においては最近の諸々の経費増大も重なり、極めて厳しい状況におかれているものと承知している。
 - ・ 当協議会は、設立趣旨にあるとおり、国民に対する野菜の需給状況の周知を図る場であり、関係する団体が関係者に対して、産地の状況や取組を詳しく説明する、いわば説明責任を果たすという意義は極めて大きいと考えている。
 - ・ また、野菜の需給状況の周知という意味では、緊急需給調整を実施した後の状況を分析・評価することも関係者の利益に繋がるのではないかと思う。この点で、本年8月にだいこんの市場隔離が行われたので、そのあたりのことにつきましてもご説明願いたい。
 - 事務局より資料1-1により最近の野菜の需給・価格動向について説明。
 - ・ 6月から8月は梅雨入り、その後猛暑等もあったが、入荷量は概ね平年並みに、価格は7月前半までは平年を上回り、その後は下回って推移している。
 - ・ 特徴的な品目の動きとして、キャベツの入荷量は7月後半から8月上旬にかけて平年を下回っていたが、8月に入り遅れていた生育が回復し盆前後に入荷が集中し8月中旬は前年より700トン増加、下旬は前年より600トン増加している。このため、7月以来平年を下回って推移してきた価格水準が回復しないまま今日に至っている。12ページにお示ししているが、9月に入り入荷量が若干減少しているにもかかわらず、価格低下が更に深刻化している。
 - 事務局より資料1-2に基づき主な産地である北海道、岩手県、群馬県、長

野県及び消費地である東京の6月～8月の気温、日照時間、降水量の動向について前年と対比しつつ説明。

- ・ 消費地である東京の平均気温は、産地と同様の動きをしている。特に8月の降水量が昨年とは様変わりが多く、消費減退の原因のひとつには雨の影響があると考えられる旨説明。
- 全農より資料1－3に基づき夏野菜の生産・出荷状況と今後の見通しについて説明。
- ・ 8月中旬までの入荷量は前年並みだったが、価格は前年より2～3割程安くなった。下旬以降は、冷え込みとまとまった降雨などの天候不順により入荷量が減少し、相対的に価格は上昇した。しかし、キャベツについては、他の野菜が天候不順の影響で入荷量が減少した中、逆に降雨により生育が順調に進んだことから価格は低迷したまま推移した。
 - ・ だいこんについては、8月上旬に緊急需給調整を実施、その後、価格は回復基調にあったが、その後再び価格は低迷した。今後は、7月中旬播種の北海道、青森県産が、降雨の影響により生育が芳しくなかったことから、今後は出荷ペースが鈍くなり、価格が上向くと予想される。
 - ・ はくさいについては、長野県産が降雨の影響を受けていることから、大幅な増量にはならないと予想される。8月下旬は消費地である東京の気温が下がったことから一定の需要があったものの、9月に入り再び暑くなったために消費が低迷してきた。今後の天候が冷え込めば、再び需要も活発になると思われる。
 - ・ キャベツについては、作付面積については前年並みで、8月上旬までは例年通りの小玉傾向であったが、下旬の降雨により肥大が促進されて大玉傾向に転じた。これにより2L比率が高まり、出荷ケース数が増加した。結果として、他の野菜のように品薄にならず、潤沢になったことから価格は低迷した。現在の価格は6玉入りの2Lで500～700円／1箱である。
 - ・ レタスについては、8月下旬の降雨、9月上旬の高温により病害虫の発生もあり、正品化率が低下して出荷量が減少した。結果として、現在2,600～2,800円／1箱で取引されており、量販店店頭では258～298円／1玉と価格は高騰し、キャベツと比べて大きな価格差が生じている。今後の出荷についても少なめで推移する見込みである。
 - ・ このように、今年の夏野菜が出荷量が少ない中で価格が安いのは、消費の低迷が大きな要因であると考えられる。本幹事会において、是非とも消費拡大について協議願いたい。
- 全農より資料1－4に基づき夏だいこんの緊急需給調整（市場隔離）の実施状況を説明。

- ・ 8月上旬より、夏だいこんについて緊急需給調整が発動された。最終的にはホクレンで88 t、全農あおもりで210 tの市場隔離が行われた。計298 tの市場隔離のうち、有効利用されたのは22 t程であった。市場隔離が実施された結果、その後の入荷量は若干減少し価格も上昇した。
- ・ 有効利用については、農林水産省のリストに基づいて実需者に打診を行い、更に独自に加工仕向け販売を行うとともに、福祉施設向けの寄付も行った。有効利用の課題としては、加工用途については、実需者にも既存の取引ルートがあることから、突発的に打診しても受け入れてもらいにくい状況であること、新規取引先については、代金決済上の不安が残ること、学校給食については、計画的仕入れであることから、新たな納入が難しいことなどが挙げられる。

○ 質疑

- ・ だいこんの有効利用における実需者への打診はどのように行ったのか。

【全 農】

- ・ 収穫については生産者にて行う。その後は圃場若しくはJA集選果場での引き渡しとする。実需者は既存の購入ルートを持っているので、なかなか応じてくれる業者がなかった。また、購入を希望した業者については、代金決済で支払いサイトを付けることを希望してきたため、債権管理上難しいと判断し、取引には至らなかった。

【木下理事長】

- ・ 市場隔離実施後、8月18日以降に出荷量が増加している。これでは市場隔離の意味をなさないのでは。また、このことに対する反省点は。

【全 農】

- ・ 出荷が増加した8月18日は盆休み明けであり、各産地では盆明けの集中出荷となっしまい、18日の入荷量が大きく増加したものである。今後は必要な出荷調整を図っていきたい。

【JA 孺恋村】

- ・ 補足であるが、連休期間中は市場からの要請により、産地は休日出荷を行い、消費地への野菜供給がストップすることを防止している。連休対応出荷については、市場が休みのため電算処理ができないことから、伝票上開市日にまとめて出荷した処理になってしまう。

【日本生協連】

- ・ 入荷量が少ないのに、価格が低迷した理由は何か。また、雨が降ると量販店への来客数が減るというデータについて説明してほしい。

【全 農】

- ・ 入荷量が少ないのに、価格が低迷した理由について、仮説ではあるが次の

内容が考えられる。第1に様々な商品価格が上昇する中で、消費者の購買意欲が減退したこと、第2に野菜のカット売りが多くなってきたことにより、実際の購入点数が増えないこと、第3に郊外型量販店への自動車での来客数が減少、これにより買いだめをする消費者が減ったこと、第4に郊外のロードサイド型レストランへの来客数が減少し、外食需要が減ったこと、第5に気温が暑かったことにより、消費者が買い物に出なくなったこと、第6に直売所へ量販店の客層が流れたこと、第7に家計防衛のために始めた家庭菜園において豊作となり、野菜を買わなかった、といったことが複合的に作用したと思われる。

【事務局】

- ・ 降雨日に量販店への来客数が減るということについては、東海地方の量販店でのケーススタディで、天候、曜日、競合店舗のあるなし等と来客数及びとの関係を調べた研究結果がある。これによれば、雨と来客数は逆相関となる。
- 事務局より資料2-1に基づき20年産夏秋野菜の消費拡大の取組について説明。
 - ・ 前回の幹事会の結果については、HPで報告したほか、機構の機関誌である「野菜情報」に、幹事会で議論していただいた「幹事会からの呼びかけ」の内容も含めて詳細な報告記事を掲載した。
 - ・ 8月19日に野菜需給協議会の会員の皆様に宛てて「野菜緊急消費拡大キャンペーン」に関するお知らせと協力要請を行った。
 - ・ そのなかで、8/22のキャベツの無償配布、8/30～31の告知を行うとともに、野菜の消費拡大のパンフレットの作成・提供(1,000部)
 - ・ 全農への「やさいの日」イベント用パンフレットの作成費への助成(10万部)
 - 8/31のイベントへの人的支援(お台場でパンフレット等の配布)を行った。
 - ・ 消費科学連合会が8月に発行された「消費の道しるべ」に夏野菜の消費拡大にご協力をというタイトルでPR記事を掲載した。
- 農林水産省より資料2-2に基づき20年産夏秋野菜の消費拡大の取組について(農林水産省)を説明。
 - ・ 農林水産省としては8月19日に野菜の消費拡大緊急キャンペーン「もりもり食べて、しっかり支える,日本の野菜」というキャッチを用い記者レクも行った結果、今回は多くの新聞、テレビにも取り上げられかなりの効果があった。
 - ・ 最近における野菜価格の低迷を打開するため広く国民に野菜の効能等を訴えるこのキャンペーンは農畜産業振興機構と連携を図りつつJAグループ消

費拡大キャンペーンに協賛、協力した。具体的には、8月22日にJA 嬭恋村が東京都内で行ったキャベツのプレゼントには農水省としても応援を出した。また、7月からクールベジキャンペーンも行い、レシピ、幟の作成、配布を行った。

- ・ 今後、更に秋冬野菜の消費キャンペーンを計画しているので、本協議会の場でも検討いただければと思っている。
- 全農より資料2-3に基づき20年産夏秋野菜の消費拡大の取組について説明。
 - ・ 8月31日を起点に全国一斉に「やさいの日」の取り組みを実施した。その中で、ただ生産者のことだけを言っても理解されないのが、生産者のかかえている問題は消費者の問題でもあるという問題提起を目的にシンポジウムや、生産者のアピールといったソフトムードで実施した。とりわけ東京駅のオアゾをメイン会場として東京都内で小イベントを展開し、消費者に理解を求めた。その他大手量販店のキッチンスタジアムを借りて「キャベツをメインに丸ごと食べきろう」というコンセプトで調理とトークショーを行った。
 - ・ 全県で8月31日を中心に、様々な創意工夫による消費拡大の取り組みを展開した。
 - ・ これが初めての取り組みで、今後、次回11月に秋冬野菜の取り組みを行いたいと考えている。また、毎月29日の「肉の日」に、食肉と連携して野菜についていろいろなところでキャンペーンを行いたい。
 - ・ 最後に、JA 嬭恋村の取り組みであるが、JA 嬭恋村は7月から自らパブリシティを使った取り組みとして、テレビ、ラジオ、交通広告、店舗販売、イベントやキャンペーンなど取り組んでいる。更に高原野菜フェアは、ほとんど毎週末に全国量販店で販促を行っている。
- JA 嬭恋村より産地の状況及び取組について説明。
 - ・ 今年は、7月10日から出荷が本格化し7月の出荷量では前年比86%であるのに価格が底に張り付いたままであり、農家にしてみればキャベツを出荷するときその箱の中にお金を入れて出荷しているといった完全な赤字である。現状も日量20~23万ケースの出荷であり平年並みであるが、消費地の荷動きが良くなく、価格浮上につながらないのが実態。販促キャンペーンに積極的に参加しているが、ものが動かない。これからも販促に力を入れていくのでご協力をお願いしたい。
- 全国消費者団体連絡会より資料2-4に基づき消費拡大のアピールへの取組について説明。
 - ・ 先日の幹事会で野菜が買われていない状況をお聞きして、生産者だけでなく消費者サイドからも何かできることがあるのではと思います、需給協議会から

アピールが出されるのと同じタイミングで、アピールを本会のホームページに掲載した。また、協議会の内容を機関誌でも紹介している。今回も需給協議会からアピールが出されるが、そのタイミングでホームページに掲載していきたいと思っている。

- 事務局より「野菜の消費拡大活動の推進について」（案）について。
 - ・ 前回の幹事会と同様、野菜協議会の会員各位に向け、それぞれの特色を生かしてそれぞれのルートで野菜の消費拡大を呼びかけることとし、本日の幹事会の結果のプレスリリースとして報道機関に周知するとともに、機構ホームページに掲載したい旨説明し了承。
- 事務局より資料3に基づき本幹事会は需給状況の周知や消費拡大の協議の場であることに加え産地等生産者団体が、需給状況や消費拡大の取り組みを関係者に説明し理解得る場としての役割もあり、今後とも緊急時において可能な限り開催していくこととしたい旨説明し了承。