

平成20年6月30日  
独立行政法人農畜産業振興機構

## 第4回野菜需給協議会議事概要

### 1 日時

平成20年6月30日（月） 14:00～16:00

### 2 場所

農畜産業振興機構北館6階 大会議室

### 3 出席団体等

別紙のとおり

### 4 議事概要

(1) 事務局から資料1「規約改正について」規約改正の趣旨を説明、改正案が了承された。

名称の変更 「野菜需給調整協議会」→「野菜需給協議会」

事務局の変更 「農林水産省生産局園芸課」→「独立行政法人農畜産業振興機構」

(2) 事務局から資料2-1「最近の指定野菜の需給・価格動向について」平成20年4月から6月中旬における東京都中央卸売市場における卸売数量・卸売価格等について説明。

(3) 会員等からの報告

- ・ 全国農業協同組合連合会から、資料2-2「夏秋野菜の作付面積・出荷計画の概要」に沿って、夏秋野菜の出荷計画、今後の見通しについて説明。
- ・ 夏秋野菜の主要産地であるホクレン、全農群馬県本部、全農長野県本部から、夏だいこん、たまねぎ、秋にんじん、夏秋キャベツ、夏はくさい及び夏秋レタスの生産出荷状況について資料2-3～5に沿って説明。

(4) 消費拡大の取組み

- ・ 5月5日は、イベントに合わせてトマト・きゅうりの丸かじりキャンペーンなどを行った。また、8月31日の「野菜の日」にイベントを行うことを検討している。  
(全国農業協同組合連合会)
- ・ 昨年に引き続き試食宣伝会を開催し、リーフレット、ポスター、親子料理教室などを開催予定。また、食育を通して小学校に野菜の栽培を教えるなどを行い、今後更に強化していきたい。(ホクレン)
- ・ 孀恋のキャベツを中心として、テレビCMやラジオ、各地で野菜フェア、収穫体験、東京メトロのつり革広告などをやっている。(全農群馬県本部)

- ・全農長野の企画で進めている分だけでも、約 1,500 店舗で試食宣伝を行っている。また、8月31日の野菜の日とかけて、7月28日をナッパの日として7/18~8/31まで消費拡大を重点的に行っている。(全農長野県本部)
  - ・青果物健康推進協会から資料2-6「平成20年度「夏野菜プロジェクト」」を説明。「冷房ほどほど クールベジ」を考案した。ターゲットを定めているわけではないが、30代、40代の女性を対象に簡単にでき、量が食べられ、美味しいキャベツ、レタス、にんじんの料理レシピとのぼりを小売店に配布する予定である。
  - ・若い人の消費を拡大する宣伝はないのか？(学識経験者)
  - ・例えば若い世代が見る人気ドラマでキャベツ料理を使ってもらい、トレンドのように流行るなど考えられるが経費がかかりすぎる。(青果物健康推進協会)
  - ・350g野菜を摂った方がいいとなると、若い人はジュースを選択してしまう。料理して食べてもらうためには色々と考えていく必要がある。(学識経験者)
  - ・以前、レンジでできる簡単レシピを作成したことがある。テレビ等マスコミは費用が多額となるので大きな組織でやっていただけたらありがたい。(全農長野県本部)
  - ・消費拡大の効果はあまりあがっていないとお話だったが、効果をあげるには学校給食との連携が必要。(消費科学連合会)
  - ・前年度は全国の小学校で160回の出前授業を実施し、野菜を食べようと、子供でも作れるレンジ料理を紹介し、帰宅後も作ったという報告が来ている。(青果物健康推進協会)
  - ・(消費拡大の)効果の検証は難しい。給食に関して言えば、O-157事件以来過剰なまでの衛生管理がなされ、生で出せない状態である。レタス、キャベツ等家庭では水洗いだけなのに、給食で出すとなると3、4工程が必要となる。これは行政も含めて話し合っていないといけない問題だと思っている。(全国農業協同組合連合会)
- (5) 平成19年度の緊急需給調整の実施状況
- ・事務局から資料3「平成19年度の緊急需給調整の実施状況について」を説明。
  - ・レタスでも特に夏場のレタスは気候に敏感である。特に収穫前1~2週間は天候の影響が大きく、天候によって出荷が集中する。従って機動的に発動できるかが大事である。また、天候によっては急に作柄が変わることもあり、数量が減少した場合には、必要以上に調整をしてしまうことがあるため、発動中止も機動的に行う必要がある。状況によって柔軟に対応していくことが必要である。(全農長野県本部)
  - ・群馬はキャベツが主であるが、夏秋ものは傷みが早い。市場隔離した後の有効利用を図っても、商品価値がなくなり対応できない。コストの面からも土壌還元が最も有効であり、その必要性を分かってもらいたい。もったいないという消費者の気持ちは分かるが、ここに至るまでに生産資材等費用がかかっており、次年度の再生産が成り立たなくなってしまう。更に現在は資材高騰のあおりもあり、産地の崩壊につながりかねない。(全農群馬県本部)

- ・キャベツ、レタスは緊急を要する品目である。金曜日に価格低落が始まったら、土日で価格動向を見て、月曜日の価格次第で発動要請をし、火曜日に全農へ連絡、木曜日には検討が済み、金土日で土壌廃棄を行うスピードだろう。農家が手取りを確保できない、収入のない状態で出荷すること自体が変である。資料にあるだいこんも発動が1月中旬でなされていたら、価格回復はできていただろう。また、廃棄といってもこの時期のキャベツ、レタスはトラクターで潰すのではなく、収穫廃棄である。ダンボールのコストもかかる。消費者に理解していただき早い価格の回復をしてもらいたい。(野菜と文化のフォーラム)
- ・土壌還元でもコストはかかっている。再生産につなげるためには制度的にも迅速に対応してもらいたい。(学識経験者)
- ・野菜の生産、価格が上下することはむりからぬ動向であり、仕方ないと思う。指定野菜のグラフがあるが、平年の実績に沿う年はない。ただ、消費者も野菜が高騰し買うのが大変であった時があり、それを乗り越えてきている。状況は分かるので市場隔離は回数を少なく、期間を短くすることで対応していくしかないと思う。
  - ・消費者にしてみるとキャベツが毎回潰されている映像をみているともったいないという気持ちが掻き立てられやすいので、もっと情報を分かりやすく提供して欲しい。消費拡大は努力するが難しい。もっと再生産が大変だということを情報提供して欲しい。(主婦連合会)
 

(質問)ねぎ、にんじんで輸入減少により価格が上昇しているとのことですが、輸入との関係を教えて欲しい。
- ・生鮮野菜の輸入は2005年の111万トンとピークに減少しており、2007年は72万トンと3割以上の減少をしている。減少した40万トンのうち22万トンは中国産の減少である。この要因として、輸入価格の上昇があげられる。中国のインフレ、また2006年5月29日に発令があったポジティブリストのための検査費用が加わったからである。東京中央卸売市場で見ると輸入品の価格は上昇し、国産に近づいてきている。輸入ものが高くなってくれば国産への要求が高まるのは当然である。しかし、国内の天候で価格が上昇すると輸入が再び増える可能性がある。また、加工品の輸入はあまり減っていない。(学識経験者)
- ・土壌還元について、以前よりは消費者の理解も進んでいると思う。しかし、価格を決めるのはどこか？商品価値としてきれいであること、調整した野菜であることが重要視されているが、消費者もさることながら、小売企業の理解が必要であり、そこに根本的な問題があるのではないか(消費科学連合会)
- ・確かに形のいいものがよいものとなっている。しかし、10年前から加工用の形や色は問題にしないものを生産することを国も行っているが進まない。生産者と消費者の意見をそれぞれ情報交換し共有してやっていくことが必要である。(学識経験者)
- ・聞いていて強く思うのは、情報を早くと確に消費者に理解してもらうように発信す

ることの重要性である。その点、自分自身も反省する必要がある。しかし、理解しようという意識を持っていない人には、仮に理解しやすい情報を提供しても、理解してもらうのは極めて難しいだろう。ただ、そうした人も土壌還元の映像を見ると、もったいないという感情を持つので、消費者団体の方々と協力して繰り返し説明する必要があるかとも思う。また、価格、規格の問題も重要と思うが、価格や規格は生産サイドや流通サイドが決めているのではなく、どちらかといえば消費者が決めている。そう言うと、行きつけのスーパーでは同一品で異なる規格のものは置いてなく、消費者が選択しているのではないと言われるかもしれないが、同じチェーンのスーパーでも地域によって置かれている商品が違う。それぞれの地域の顧客のニーズに合わせて置く商品を換えているのである。(学識経験者)

#### (6) その他

- ・作付計画が適切かどうかは難しい判断と思われるが、適正な作付が実施されているのかについて、もう少し情報提供がある方が望ましい。土壌還元問題について、各消費者団体とも、生産団体のご努力は理解している。不要な土壌還元をなくすためにも、国産の野菜需要の拡大は課題のひとつ。中国冷凍ぎょうぎ事件以来、国産へ回帰しているが、加工を中心として、価格の優位性から、また暫くすれば、中国産へと戻るかもしれない。私たちは、各地で産地消、食育、自給率の向上等めざして具体的に取り組んでおり、農林水産省も総合的に取り組んでいただきたい。(全国地域婦人団体連絡協議会)
- ・生鮮品であり、加工品であれ、産地表示に消費者は関心がある。中国産はできれば手を出したくない。値段を見ると国産だけではやっていけない消費者もいる。日本の表示は信頼があることがポイントなはずである。(主婦連合会)
- ・生産者の立場から言うと、安心して安定した供給を目指している。生鮮、加工でコストがどれくらいかを開示して、肥料代等がどれだけ占めているのか、また産地廃棄もこの価格まで低落したら実行すべきであるとか分かるようにしないと駄目だろう。相互理解が大切である。(全国農業協同組合中央会)
- ・肥料に関して言えば、2～3倍の価格上昇である。今までは積立金を取り崩してやってきたが、今日から大幅に引き上げざるを得なくなった。しかし国内で流通する国産青果物は特に短期的な需給で価格が決まっている。消費者に安定して供給するために努力していることと、コストがストレートに価格に転嫁されていないことを理解してもらいたい。(全国農業協同組合連合会)

次回の協議会については、秋冬野菜の生産出荷動向がある程度判明する11月頃に開催される予定。

(別紙)

野菜需給協議会出席団体等

〔生産者団体〕

全国農業協同組合中央会  
全国農業協同組合連合会

〔消費者団体〕

全国消費者団体連絡会  
消費科学連合会  
主婦連合会  
全国地域婦人団体連絡協議会  
日本生活協同組合連合会

〔食育団体〕

(社) 日本栄養士会  
(財) 食生活情報サービスセンター

〔NPO法人〕

野菜と文化のフォーラム

〔消費拡大団体〕

NPO法人青果物健康推進協会

〔流通団体〕

(社) 全国中央市場青果卸売協会  
全国青果卸売協同組合連合会

〔食品団体〕

(社) 日本冷凍食品協会  
(財) 食品産業センター  
全日本漬物協同組合連合会  
青果物カット事業協議会  
日本スープ協会  
日本凍結乾燥食品工業会  
(社) 全国清涼飲料工業会  
(社) 全国トマト工業会

〔小売団体〕

日本スーパーマーケット協会  
日本チェーンストア協会  
全日食チェーン商業協同組合連合会  
全国青果物商業協同組合連合会

〔外食団体〕

(社) 日本フードサービス協会  
(社) 日本べんとう振興協会

〔需給調整制度関係団体〕

(社) 全国野菜需給調整機構

〔学識経験者等〕

中村靖彦 東京農業大学客員教授 (座長)  
藤島廣二 東京農業大学教授 (座長代理)

〔行政機関〕

農林水産省

〔事務局〕

独立行政法人農畜産業振興機構 (野菜需給部需給推進課)