

加工・業務用野菜産地と実需者との交流会 交流促進マッチングセミナー

日時：平成 20 年 7 月 3 日（木）

場所：東京都立産業貿易センター浜松町館 3 階展示室

「野菜の用途別需要の動向と課題」

農林水産省農林水産政策研究所企画広報室企画科長 小林茂典氏

おはようございます。ただいま御紹介をいただきました農林水産政策研究所の小林でございます。本日は、こちらにございますように野菜の用途別需要の動向と課題というタイトルで御報告させていただきます。

野菜の輸入動向につきましては、先ほどオープニングセレモニーのときにもお話がありましたように、今年の 1 月に発覚いたしました中国産冷凍ギョウザの事件を契機として中国産の食品に対する不安感が高まっているということもありまして、輸入量が減少するという新たな動きが進行しております。

ただし、本日の報告ではそうした直近の動きということではなく、用途別需要の推計を行いました 1990 年度から 2005 年度にかけての大きな流れを中心に検討いたしまして、そこから国内産地の加工・業務用需要対応に向けての課題について考えていきたいと思っております。

報告の大きな柱は三つございます。まず野菜の用途別需要の動向と大きく関係いたします食の外部化の進展状況につきまして、その背景も含めて考えてみたいということが一つ目の柱です。

二つ目の柱は、主要野菜の用途別需要の動向と特徴はどのようになっているのか、この点を明らかにすることです。

三つ目の柱は、用途別需要の動向と特徴を踏まえた場合、国内産地の基本的な対応課題はどのようなものなのか、この点を探っていくということでございます。

それでは報告に入らせていただきます。

野菜の用途別需要の動向を考える際に、まずその背景となる食料の消費、あるいは食生活の動向や変化といったものの基本的な側面をとらえておく必要があると考えます。特にその中で重要なのは、こちらにございますように、我が国の食料消費、食生活は、高度経済成長期以降大きく変化したわけですが、そのキーワードとしてよく使われるのが

食料消費の洋風化、あるいは多様化ということでございます。

その中身といたしましては、こちらにございますように肉類、牛乳、乳製品等の畜産物や油脂類の消費増と米の消費減に代表される消費品目の変化、多様化といったものがございます。この間、野菜の消費量につきましては、90年代以降、やや減少傾向といった形で推移しております。

そして、さらに重要な点は、こうした多様化する食料品目の消費形態、あるいは食生活の側面であり、その大きな特徴として食の外部化の進展を挙げることができます。

この報告では食の外部化に焦点を当てて、野菜の用途別需要の動向の背景を簡単に見ていきたいと思っております。

まず食の外部化につきまして、これは皆様既に御承知のことではございますが、いくつか確認させていただきたいと思っております。こちらにございますように、食料消費の形態は、どこで作るのかという調理する場所、誰が作るのかという調理する主体、どこで食べるのかという消費する場所の組み合わせの違いにより、内食、外食、中食の三つに分類されます。

このうち、内食は、素材等を小売店等で購入して、それを家庭で調理して家庭で食べるものであり、調理する場所、主体、消費する場所、いずれの項目も家庭内で行われるものを指しています。逆にこれらすべての項目が家庭外で行われるのが外食と呼ばれています。一方、中食は、調理する場所、調理する主体は家庭外ですが、消費する場所が家庭内となっているものであり、持ち帰り弁当や総菜、あるいは冷凍調理食品等を指しています。

食の外部化は、調理の外部化とも呼ばれており、調理する場所や調理する主体が家庭外であるものを指しています。したがって、食の外部化には外食と中食の二つが含まれることになり、食の外部化が進展しているというのは、飲食料支出に占める外食や中食の割合が増えていくことを表しています。

また、食の外部化の進展は、食品加工企業の加工原料や外食・中食企業の業務用食材といった迂回路を経て消費される食料の増大を意味しており、加工・業務用需要の増加と表裏一体の関係にあります。

これは外食産業総合調査研究センターの推計した食の外部化率を示したものです。これを見ますと、一番左側の1980年では食の外部化率、すなわち飲食料支出に占める外食費と中食費の合計は33%でした。それが90年には41%に上昇し、その後、42%前後で余り大きな動きはありませんでしたが、2005年には43%へ上昇しております。

したがって、食の外部化率が一直線に上昇しているわけではありませんが、注目すべきはこの緑の線の動きです。この緑の線というのは外食の割合、つまり、食の外部化率の中の外食の割合を示したものです。そして、この緑の線と赤い線の差が中食の割合ということになります。この差は、1980年では1%でしたが、その後、どんどん開いてきており、2005年になりますと8%になります。つまり、食の外部化を構成する外食と中食のうち、外食の比重が相対的に低下し、中食のウエイトが高まっているということです。

構成割合の点から見ますと、食の外部化に占める割合としては外食の方が高いわけですが、近年の食の外部化を牽引しているのは、むしろ中食であるといえます。

次に、この食の外部化の進展の背景について簡単にみていきたいと思います。これにつきましては需要側の要因と供給側の要因の双方があるわけですが、まず需要側の要因として二つ挙げております。一つは世帯構成の変化、もう一つは生活スタイルの変化・多様化ということです。まず世帯構成の変化ですけれども、これは後ほど見ますように、特に単身世帯、共稼ぎ世帯、高齢者世帯等が増加しているということと、少子化、核家族化に伴って1世帯当たりの人員が減少しているということです。

また、生活スタイルの変化、多様化につきましては、世帯構成の変化とも大きく関係するわけですが、例えば単身世帯の場合、食材を購入して1人分の調理を行う手間や割高感を考えますと、手軽に利用できる外食や中食への依存度が高まることになり、また、女性の社会進出や共稼ぎ世帯の増加に伴い、調理時間の短縮を図るため、調理済み食品の利用等が増加し、さらに高齢者世帯においても、中食の利用が増加する傾向が見られます。

こうした動きは、簡便化志向の高まりとして把握することができ、食の外部化を押し進める要因となっています。

こうした需要側の要因に加えて重要な点は、供給側の要因として、需要側の簡便化志向に対応し、あるいはそれを促進させるような利便性提供型の食料供給システムが展開されているということです。その代表的なものとして、24時間営業の外食・中食企業、ファストフード、コンビニ、さらには冷凍調理食品やカット野菜等を挙げることができます。

食の外部化は、これらの需給要因が重なり合いながら進展しているものと考えられます。

需給要因のうち、ここでは、特に世帯構成の変化に注目して、各世帯タイプの食料消費の特徴を確認したいと思います。

この表は、世帯構成が1985年から2005年の20年間にどのように変化しているのかを

示したものです。黄色く示してありますのが増加した部分、緑は減少した部分です。この間、総世帯数は1.3倍に増加していますが、その中で、単身世帯は1.7倍、夫婦のみ世帯は1.9倍に増加し、逆に、4人以上世帯や3世代世帯といった世帯人員が多い世帯は0.8倍と減少しています。

また、高齢化の進展に伴い、高齢者世帯が3.8倍へと大きく増加し、女性の社会進出の増加等を反映して、共稼ぎ世帯が1.4倍に増加し、逆に専業主婦世帯は0.9倍で若干減少しております。

こうした世帯類型の変化と実際の食料消費がどのように結びついているのかを示したものがこの表です。これは家計調査から取り出したものでございます。先ほどの外食産業総合調査研究センターの食の外部化率には法人の支出等も含まれておりますが、この表はあくまでも家計支出の側面だけに注目したものです。

この表の項目の中で調理食品といいますのが中食にあたるもので、中食と外食を合わせた食の外部化の割合をそれぞれ世帯類型別に示したものです。全世帯平均とは、農林漁家を除く2人以上世帯ですが、これを見ますと、食の外部化率は1985年の21%から2005年の29%へ、ほぼ一直線に上昇していることがわかります。

一方、専業主婦世帯と共稼ぎ世帯を比べてみますと、共稼ぎ世帯の37%に対して専業主婦世帯では31%となっており、食の外部化の割合は共稼ぎ世帯の方が上回っているということがわかります。

また、単身世帯を見ますと、外食だけで飲食料支出のほぼ4割を占めており、これに中食を加えますと51%と過半に達しています。

なお、夫婦高齢者世帯とは夫婦ともに65歳以上ということですが、調理食品につきましては他の世帯とほぼ同じ割合となっておりますが、外食の割合が低いということがわかります。

この表は2005年の飲食料支出の項目別の金額を示したものです。この紫色になっているところが先ほどの調理食品と外食です。これを見ますと、単身世帯の外食費が、全世帯平均の3693円に対して1万4805円で突出して多いということを改めて確認できます。さらに重要な点は、夫婦高齢者世帯の場合で、外食費は他の世帯に比べて少ないのですが、注目すべきは調理食品の支出額です。夫婦高齢者世帯の調理食品の支出額は3331円で、これは全世帯平均を上回り、単身世帯に次ぐ多さとなっております。夫婦高齢者世帯の場合、もともと飲食料支出額が多いということもあり、中食について、支出割合から見ますと他

の世帯と同じような値ですが、支出金額という点から見ますと、中食マーケットにとって大きな位置を占めるということがわかります。

それでは、こうした世帯類型別の食料消費の特徴を踏まえながら、今後の食の外部化の見通しについて簡単にみておきたいと思います。重要な点は、食の外部化に依存する世帯の範囲がますます広がってきているということです。

ここに時子山氏の指摘とありますが、総菜、弁当等の中食の利用については、最初は若い層、あるいは共稼ぎ世帯から始まったわけですが、今やすべての世帯に普及し、しかも普及のスピードは高齢層ほど大きくなっているということです。これは、先ほど見ました支出金額が高齢者で多いということとも一致しております。これについては、平成 12 年版の食料・農業・農村白書でも指摘されております。

そして、このことは、単身世帯や共稼ぎ世帯の食の外部化率の高さに、高齢者世帯における中食の普及が加わることによって、食の外部化に依存する世帯の範囲がより広がってきているということを意味しています。

そして、今後の見通しを考えてみますと、世帯構成の将来予測によりますと、例えば 2005 年から 2025 年にかけて、単身世帯が 29%から 35%へ、高齢者世帯も 27%から 37%へ、それぞれ大きく増加すると予測されています。

こうした世帯構成の将来予測と、これまで見てきました世帯類型別の食料費支出の特徴とを考え合わせますと、中食のウエイトの高まりといった変化を含みながらも、食の外部化は今後も継続する可能性が高いものと考えます。つまり、食の外部化の進展は、一時的・経過的なものではなく、世帯構成の変化、それと大きく関連する生活スタイルの変化・多様化、特に簡便化志向の高まりといった需要側の要因や、これに対応した利便性提供型の食料供給システムの展開といった供給側の要因を主な背景とする構造的なものとしてとらえる必要があると考えます。

次に、食の外部化の進展との関係で、主要野菜の用途別需要の動向と特徴について見ていきたいと思います。

まず、用途別需要の推計方法についてごく簡単に説明させていただきます。推計の対象は、パレイショを除いた指定野菜 13 品目で、品目毎の用途別需要量を、国産・輸入品別に粗食料ベースで推計しております。粗食料とは、国内生産量に輸入量を加えたものから輸出量を差し引いた国内消費仕向量から水分蒸発分などの減耗量を差し引いたもので、輸入加工品につきましては、生鮮換算した値、すなわち、生鮮野菜であったらどのような量

なのかという値に換算しております。

推計の対象期間は 1990 年度、2000 年度、2005 年度で、用途別需要の区分については、家計消費需要と加工・業務用需要の 2 区分となっており、加工・業務用需要には、食品加工企業の加工原料需要と外食・中食企業の業務用食材需要が含まれます。

家計消費需要につきましては、家計調査等をもとに推計し、加工・業務用需要につきましては、食品加工企業や外食・中食企業を対象として行ったアンケート調査やヒアリング調査等をもとに推計しております。

この図は、用途別需要の基本的な考え方を示したのですが、左側にありますように国内生産量と輸入量を合わせた国内供給量のうち、カット野菜、冷凍野菜、漬物などの加工原料として使用されるものを加工原料需要、外食・中食企業の食材として使用されるものを業務用需要として捉えています。この中で、例えば、カット野菜として加工されたものが外食・中食等の業務用として使われるものもあるわけですが、こうしたダブルカウントは差し引いた上で推計を行いました。

用途別需要の推計結果を見る前に、その前提となる国内生産量と輸入量の推移について確認しておきたいと思います。左側が国内生産量、右側が輸入量です。まず、国内生産量については、主要野菜 13 品目全体では、1990 年度の 1127 万トンから 2000 年度の 1013 万トン、2005 年度の 913 万トンへ 214 万トンの減少となっており、特にダイコン、ハクサイといった重量野菜の生産量の減少が大きくなっています。

これに対して輸入量は、13 品目全体で 1990 年度の 78 万トンから 2000 年度の 176 万トン、2005 年度の 208 万トンへ 130 万トン増加しております。特に、タマネギ、ネギ、ニンジン、トマト等の輸入量が大きく増加しておりますが、このうち、トマト、ニンジンではペーストなど、タマネギ、ネギでは生鮮品等を中心とした輸入となっております。

それでは、用途別需要の推計結果に入りたいと思います。

この図は、用途別需要の推計結果のうち、1990 年度、2000 年度、2005 年度の加工・業務用需要の割合を示したものです。

これを見ますと、13 品目全体の加工・業務用需要割合は、1990 年度で既に 51%で過半を占めていたわけですが、2000 年度には 54%に高まり、2005 年度にはさらに 1 ポイント増加して 55%となっております。この 15 年間で、野菜の加工原料化、業務用食材化傾向がより強まっているということです。

これを主な品目別に見ますと、2005 年度の加工・業務用需要割合は、ニンジン、トマ

ト、ネギでは6割を超え、タマネギ、ダイコン、サトイモ、レタスにおいても6割近くを占めています。

この割合を90年度と比べますと、13品目の中で最も伸び率が高いのはニンジンで、90年度から2005年度にかけて22ポイントも上昇しています。その増加要因として最も大きく影響しているのは、野菜および果実混合ジュース等の原料需要が大きく増加し、ペーストが大幅に使用されるようになったことです。ペーストの場合、生鮮換算しますと約6倍の量になります。さらに、カット野菜等の加工原料需要の増加が加わることによって、ニンジンの加工・業務用需要割合は大幅な伸びを示しています。

トマトについては、ジュース、ケチャップ用等の加工原料、これは主としてペーストですが、この加工原料としてのペーストの多さを反映したものであり、これに、業務筋におけるホールトマト缶詰の利用増が加わることによって、90年度から2005年度にかけて加工・業務用需要がさらに上昇しております。

タマネギ、ネギ、キャベツ、レタスについては、外食・中食企業の基本的食材として広く使用されていることに加え、カット野菜等の加工原料需要の増加が、90年度から2005年度にかけての加工・業務用需要の増加に大きく影響しているといえます。

なお、ハウレンソウの2005年度の加工・業務用需要割合は、90年度に比べれば高いものの、2000年度と比較すると若干低下しております。これにつきましては、後に見ますように、外食・中食企業等で広く使用されている冷凍ハウレンソウの輸入量の減少に伴うものです。

ここで、加工・業務用需要を加工原料用と外食・中食等の業務用とに分けて、その特徴を見ておきたいと思います。

先に見ましたように、2000年度の加工・業務用需要は54%、2005年度のこの割合は55%でしたが、その内訳は変化しております。すなわち、2000年度では加工原料用と業務用がともに27%ずつでしたが、2005年度では、加工原料用が30%に増加し、業務用が25%へと若干減少しています。ここに示してありますキャベツ、レタス、タマネギ、ネギを見ていただきますと、例えば、キャベツの場合、2000年度と2005年度の加工・業務用割合は48%で同じですが、加工原料用と業務用の比率が逆転し、加工原料用の方が高くなっています。これは、レタスについても同じことが言えますし、傾向としては、タマネギも同じです。また、ネギの場合、加工原料用、業務用ともに増加していますが、その増加割合は加工原料用の方が高くなっています。

ただし、こうした動きは業務用需要の減少を意味するのではなく、外食・中食企業の野菜の仕入において、ホール形態での仕入からカット等の一次加工された形態へ転換する傾向が強まり、これに伴うカット野菜需要の増加を反映したものと考えます。

次に、加工・業務用需要と輸入品との関係について見ることにしたいと思います。

この図は、加工・業務用需要を 100 とした場合の輸入品の割合を示したのですが、このグラフを見る前に、次の点を確認しておきたいと思います。

これは加工・業務用だけではなく、家計消費も含めた輸入の割合を示したものです。家計消費も含めた野菜需要全体に占める輸入割合は、13 品目全体で 1990 年度の 6% から 2000 年度の 15%、2005 年度の 19%へ 13 ポイント上昇しておりますが、家計消費だけの輸入割合を取り出してみますと、0.5%から 2%へわずかな上昇にとどまっています。これに対して、加工・業務用需要における輸入割合は、90 年度の 12%から 2000 年度の 26%、2005 年度の 32%へと大きく上昇しているわけです。先程見ましたように、1990 年度から 2005 年度にかけて、輸入量は約 130 万トン増加しておりますが、この輸入増加は、加工・業務用需要における輸入品利用の増加と結びつきながら進行していることは明らかであるといえます。

先程のグラフに戻っていただきまして、加工・業務用需要における輸入割合を品目別に見ますと、トマトでは、ジュースやケチャップ用等の原料として使用される輸入ペーストのほか、輸入ホールトマト缶詰の利用により、輸入割合が高くなっています。ニンジンにおける輸入割合の大きな上昇は、野菜および果実混合ジュース等の原料となる輸入ペーストのほか、カット野菜原料等として使用される輸入生鮮品の利用増大を反映したものです。サトイモについては、外食・中食企業等における輸入冷凍品等の利用増が、タマネギ、ネギについては、カット野菜原料や業務用食材等として使用される輸入生鮮品等の利用増が、ピーマンについては、業務用食材等として使用される輸入生鮮パプリカの利用増が、それぞれ輸入割合の上昇の背景となっております。

なお、ハウレンソウの場合、2000 年度から 2005 年度にかけて、加工・業務用需要における輸入割合が低下しておりますが、これは 2002 年に中国産冷凍ハウレンソウから基準値を超える残留農薬が検出されたことを契機に輸入量が減少し、外食、中食企業における輸入冷凍品の使用量が減少したことによります。

以上、用途別需要の動向と特徴をまとめてみますと、まず、主要野菜においては、加工・業務用需要が過半を占め、しかもその割合が増加しているということです。これは、

野菜の加工原料化、業務用食材化傾向がより強まっていることを意味しています。さらに重要な点は、この加工・業務用需要の増加は、輸入品利用の増加と結びついて進行しているということです。このことは、加工・業務用需要への国内対応が遅れるならば、加工・業務用需要と輸入品との結びつきがますます強まり、国産野菜の販路縮小につながる可能性が高いということを意味しています。

冒頭に申しましたように、今年の1月に発覚した中国産冷凍ギョウザに起因する中毒事件により、中国産輸入食品の安全性に対する不安が高まり、国産志向がより強まることによって輸入量は減少しております。加工・業務用需要におきましても、国産利用への追い風が吹いている状況の中で、国内産地が加工・業務用需要にしっかり対応できるか否かが今こそ問われているといえます。

そこで、次に、3つ目の柱であります加工・業務用需要対応における国内産地の基本的課題について若干検討したいと思います。

国内産地の加工・業務用需要対応を考えていく上で重要な点は、我が国の野菜産地の多くは、これまで家計消費野菜の生産・供給を中心に行ってきたということです。しかし、家計消費用と加工・業務用とは、実需者から求められる基本的特性が異なっており、従来型の家計消費用を前提とした生産・供給体制の延長では、加工・業務用需要への対応としては不十分な面があるということです。

そこで、ここでは、類型別視点、生産・供給体制のあり方に関する視点、品目別視点の3つの視点から、加工・業務用需要への対応方向を検討したいと思います。類型別視点とは、家計消費用とは異なる加工・業務用需要の基本的特性を把握し、これを念頭に置いた対応が必要であるということです。生産・供給体制のあり方に関する視点とは、この加工・業務用需要の基本的特性を踏まえた産地サイドの整備の方向等を明らかにすることです。また、品目別視点とは、加工・業務用需要が輸入品との結びつきを強めながら増加していることから、輸入品への対抗という観点が必要であり、ターゲットとする品目毎の輸入増加の要因や特徴等を踏まえた対応方策を考えていく必要があるということです。

この表は、実需者からみた家計消費用と加工・業務用における基本的特性の主な相違点を簡単にまとめたものです。緑の部分が家計消費用、赤い方が加工・業務用です。ここでは、加工・業務用として一括りになっていますが、もちろん、その中身は多様であり、加工用といいましても、カット野菜用、冷凍用、ジュース用、漬物用などで異なりますし、業務用といっても、外食と中食に分かれ、ファストフードを含め、多種多様な業態があり

ます。したがって、ここでは家計消費用とは異なる特性という広い意味で捉えたものとしてご理解いただければと思います。

まず、品種、規格等の品質内容につきましては、家計消費用では外観が特に重視されますが、加工・業務用の場合、求められる特性は用途に応じて多様です。例えば、カット野菜や冷凍野菜の原料では、加工歩留まりを高めるために大型規格が必要とされますし、加熱調理用では水分含有率が低い品種が重視されます。

また、出荷の際の内容量につきましては、家計消費用では小売段階における1個当たりの原価計算をしやすくするため1ケース当たりの個数が重視されますが、加工・業務用の場合、歩留まり計算を行いやすくするため、1ケース当たりの重量が重視されます。

さらに、数量や仕入価格に関する特徴およびこれらの変動に対する対応等をみますと、家計消費用においては、不作等で出荷量が少なく価格が高めで推移している時などは、2分の1カット、4分の1カット等の販売単位の変更による弾力的な対応が可能ですが、加工・業務用の場合、外食・中食メニューの短期間での変更は困難であること、加工場の稼働率を一定に保つ必要があること等により、その仕入行動は、量販店等の小売店に比べて非弾力的であり、周年安定供給や、月間、シーズン、年間1本価格等の中・長期的な安定価格に対する要求が強いという特徴があります。

これらの点も踏まえながら、産地体制の整備の方向として重要なのは、国内産地の多くは、これまで家計消費用野菜の卸売市場流通を中心とした生産・出荷体制を進めてきており、末端実需者のニーズ等を見据えたマーケティング活動が必ずしも十分ではなかったということです。

もちろん、卸売市場の活用は、これからも大切であると考えますが、卸売市場への委託出荷で、卸売市場から先の流通や実需者、誰がどのように使っているのか、といったことがわからないということでは、加工・業務用対応としては不十分であり、例えば、卸売市場から先の実需者が誰であり、その野菜をどのような用途で使うのかという点を産地がしっかり把握することが必要であると考えます。

このことを言い換えれば、作ってから売るという考えではなく、事前に販売先を確保してから作るという考えが大切であり、契約取引、あるいは契約的な取引が重要であるということです。

契約取引の推進という点とも関連して、加工・業務用需要に対応するためには、まず、加工・業務用野菜供給に対する産地側の意識改革が必要であると考えます。

特に、産地側がコスト意識を明確に持つことが重要であり、実需者との価格交渉を進める上でも、生産コストの把握を欠かすことはできません。また、加工・業務用対応では、家計消費野菜の余剰生産物や規格外品等で対応できる性格のものではないということであり、産地戦略における加工・業務用対応の位置づけを明確にする必要があります。

このため、営業・販売力の強化が必要であり、マーケティング担当者の育成や専門部署の設置を行い、そこを窓口とした、実需者ニーズのきめ細かな把握、交渉力、販売力の強化を図る必要があります。また、実需者の加工・調理現場の視察を行い、なぜこうした品質のこうした大きさが求められているのかなどを実際の作業内容に即して確認することも重要な取組となります。

また、実需者ニーズに機動的に対応できる産地体制づくりが必要であり、商談の機会を逃さない迅速な意思決定、さらには、実需者毎に多様な品質、規格、契約内容等への対応が求められますので、それに対応できる生産者の育成、これは基本的に手挙げ方式がいいかと思いますが、さらにはそのグループ化、特に小グループ化による機動的な対応が重要であり、これに関連して、農協の部会につきましても、実需者別部会への再編が必要であると考えます。また、家計消費用とは異なる品種、規格、栽培技術等の生産指導も欠かすことができません。

先程、作ってから売るのでなく、事前に販売先を確保してから作るという考えが必要である、ということをお話ししましたが、これは、それに関連した内容であり、契約取引等による播種前の販売先確保ということです。

つまり、実需者の用途別ニーズを把握した上で、播種前に品質内容、規格、数量、価格、出荷時期等を事前に決定し、売り先を確保した上で、計画的な生産・出荷を行うということであり、これまで、さまざまな産地でみられたような、数年に一度等の高値期待という考えから脱却し、相場の動きに左右されない経営の安定化を目指すということです。これは、営業・販売力の強化にも関連するわけですが、ある産地の場合には、積極的な営業展開により、播種前に出荷予定量の約7割の販売先を確保し、出荷予定日、予定量から逆算した綿密な生産・出荷計画を作成しています。出荷予定量に占める契約取引割合をどの程度にするかは、それぞれの産地戦略であり、3割程度のところが多いのではないかと思います。7割でも可能などころもあるということです。

こうした取組を進める上で、コーディネーターとの連携も重要となります。コーディネーターの担い手としては、産地サイドでは農協が中心であり、流通の川中段階では、卸売

市場の卸売業者や仲卸業者等を位置づけることができ、カット野菜企業の方々もコーディネーターの中に含まれてくると思います。コーディネーターは、産地と実需者を結び、さまざまな調整等を行う上で重要な役割を担っており、特に、周年安定供給という観点からは産地間リレーの円滑な調整が大切であり、川上・川中・川下の各段階におけるリスク分担とその調整も重要な機能として求められます。

産地体制の整備に当たっては、このコーディネーターとの連携を含めて実需者ニーズをしっかりと把握することが重要であり、それをつかんだ上で、用途別ニーズに対応した品種、規格等の低コスト生産が必要となります。

これにつきましては、用途別特性に適合した品種、規格での多収生産技術の確立・普及が特に重要であり、家計消費用よりも大型規格の栽培による単収の向上を図り低コスト化を実現していくことが重要な対応方向となります。加工・業務用野菜は、家計消費用に比べて一般に、取引単価は安価であり、家計消費用と同じ作り方をしていたのでは、産地側のメリットは必ずしも多くありません。しかし、家計消費用よりも大型規格の栽培による単収の向上を図り、単価の安さを単収の増大でカバーできるならば、粗収益の点で十分なメリットを見込むことができると考えます。

そのためには、用途別ニーズに適合した品種、規格での多収生産技術、例えば、在圃性の高い品種の選定、株間の取り方や施肥設計等の栽培方法、技術指導といったものが大切になってくると思います。

また、数量および価格面における安定供給対応として、リレー出荷体制の構築による周年安定供給の仕組みづくりが重要となります。輸入品の入り込む余地をなくすよう、コーディネーターとの連携も図りながら、産地間連携、リレー出荷体制を構築していくことが大切になります。

さらに、不作時や豊作時の生産・出荷対応も念頭に置いた取り組みが、安定供給はもとより産地側のリスク軽減という観点からも必要となります。例えば、加工・業務用実需者への契約出荷数量を総出荷予定量の一定割合以下に抑えるとともに、余裕作付を行うことにより、不作時においても、その契約出荷数量を確保できるような生産・出荷計画の策定等を実施していく必要があります。

また、不作時、豊作時におけるリスクを軽減させる手法として、契約野菜安定供給制度の活用も極めて重要な手法であるといえます。これは、2002年の野菜生産出荷安定法の改正により創設されたもので、生産者と実需者、重要なのは最終実需者だけではなく中間

流通業者との契約も含むわけですが、そこでの契約取引を行う際のリスクを軽減して契約取引を推進するというものでございます。

これは例えば、不作時に契約出荷量の確保が困難となった際に、他産地や市場等から購入して契約数量の確保を図ろうとする場合、一定の条件の下で、これに要する掛増し経費への補てんが行われます。また、産地は契約数量の確保を図るため、契約数量の3割増程度に余裕作付を行うことが多いわけですが、この余剰分の出荷調整に際しましても、一定の条件の下で、出荷調整経費の補てんが行われます。

繰り返しになりますが、産地と中間流通業者の方との契約取引も対象になりますので、ぜひ、リスク軽減手法として契約野菜安定供給制度をご活用いただければと思います。

次に、主要品目別の対応課題について検討したいと思います。時間の関係もありますので2品目だけ見ていきたいと思いますが、例えばハウレンソウの場合、主な輸入形態は冷凍品であり、外食・中食企業の食材等として使用されています。従来、中国産冷凍ハウレンソウが100%近くを占めていました。2003年以降は、ベトナムやインドネシア等、輸入先が多角化しておりますが、それでもピーク時の輸入量にはまだまだ届かない状況にあり、国産冷凍ハウレンソウに対する需要は大きなものがあります。もちろん、輸入品との価格差等の問題はありますが、国産品が対応できる要素は十分にあると考えます。

ハウレンソウについては、家計消費用の場合、通常25センチ程度で出荷するわけですが、冷凍原料用等の場合、40センチ程度の大型規格が求められます。こうした大型規格のものを作って単収を増加させることにより、単価の安さをカバーすることが可能となります。また、家計消費用と異なり小袋詰めもなくなるので、選別調整作業が省力化でき、その分を規模拡大につなげていくことも可能となります。

次に、キャベツの場合、生鮮形態での輸入が中心ですが、タマネギ等の品目と異なって、国産品と輸入品が直接競合する度合いは今のところ少ない状況にあり、輸入品が入ってくる時期は、特に4月から5月の国産寒玉系キャベツが足りない時期となっています。ただし、これにつきましては、さまざまな技術改善等が進み、この時期の国内産供給の見込みがついてきております。品目別の輸入の特徴を踏まえながら一つ一つ考えていくことが大切であり、この場合も、国産の寒玉系キャベツの大型規格での供給が重要な取組事項となります。

以上、駆け足で見てきましたが、最後にこれまでのところをまとめてみますと、重要な点は、加工・業務用対応においては、家計消費用とは異なった供給対応が必要だということ

とです。特に、赤い字で三つありますように、品種、規格等の質的な側面、周年安定供給等の量的な側面、さらに、再生産可能な低コスト供給という価格的な側面への対応が求められております。ただし、低価格性だけを考えていきますと、産地にとって余りにも無理がかかりますので、質的側面と安定供給を重視した総合的な取組の中に価格戦略を位置づけていく必要があると考えます。

この中で、再生産可能な低コスト供給につきましては、次の四点が重要な取組内容であると考えます。一つは、加工歩留まりの高い大型規格の高単収栽培等による生産コストの低減、二つ目が、出荷規格の簡素化による選別・調整コストの低減、三つ目が、通い容器等の利用による流通コストの低減、四つ目が、多様な等階級品の販路の確保による商品化率の向上です。

この商品化率の向上につきましては、商品化率が低い場合、産地は反当たりの目標販売額水準の確保に向けて、程度の差はあれ、販売できない分も上乗せした単価設定を行わざるを得ないことが多いわけですが、商品化率を向上させることにより、単位当たりの販売価格を相対的に低く設定することが可能になると考えます。

ただし、この点につきましては、個々の実需者との取引だけでは限界があり、さまざまな産地や実需者の方々が参加し、多様な等階級品をむだなく利活用できるような加工原料・業務用食材の共同利用機動的な仕組みづくりが必要であると考えます。加工・業務用野菜の生産・加工・流通といった一連の過程の中で、共同利用できる部分については積極的に共同化・共有化を図り、生産者の安定経営を確保し、加工・業務用野菜の全体的・総体的な低コスト生産・供給を可能とするような共同インフラの整備にも今後取り組んでいく必要があると考えます。

最後に、経営の安定化を図っていくためには、さまざまなリスク軽減手法の活用が必要となります。契約取引や多様な販路の確保等が重要となりますが、契約取引の中でもさまざまなリスクが発生します。特に気象変動による影響やメニュー変更等に伴うリスクというものがあります。

気象変動に関わる数量変動につきましては、まず、出荷予定量に占める契約数量をどのくらいに位置づけるのかということが基本になるわけですが、不作時においても契約数量を確保できるような余裕作付の実施、また、これとも関連して、気象変動等の影響を緩和させるための作付圃場の分散化等が必要となります。また、産地間リレーの円滑な実施等を含め、コーディネーターとの連携が重要になりますし、契約野菜安定供給制度の活用も

不作時・豊作時のリスク軽減を図るための重要な手法として位置づけることができます。

また、商品化率の向上を図るための多様な販路の確保につきましては、コーディネーターの需給調整機能の活用、先程の共同利用機関の利用を含む、さまざまな規格等を必要とする多様な業種・業態の実需者の確保が重要であり、さらに、加工・業務用、量販店等の家計消費用、出荷規格等が緩やかな直売所等の多様な販売ルートを組み合わせることにより、需給調整機能を産地内部でも確保していくことが必要であると考えます。

駆け足でございましたが、私の報告は以上でございます。ありがとうございました。