

第 6 回野菜需給協議会

1 日時：平成 21 年 3 月 16 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) 20 年産秋冬野菜の需給・価格状況について

事務局から、資料 1-1「20 年度における野菜の需給・価格をめぐる主な動き」により、20 年産野菜の需給・価格をめぐる主な動きを説明。20 年度は 2 度緊急需給調整(8 月のだいこん、9 月のキャベツ)の実施に至った夏場の価格下落が大きな特徴であり、その際、野菜需給協議会で幹事会を開催して、会員から各方面へ消費拡大への取り組みを働きかけていただいたことにより一定の成果が出たと報告。資料 1-2「20 年産秋冬野菜の需給・価格の実績について」により、秋冬野菜の需給・価格の見通しと実績の比較及び要因を説明。入荷量について、夏場の豪雨の影響などにより、冬キャベツ、秋冬だいこん、秋冬はくさいの 3 品目全てで平年を下回ったと報告。価格については、キャベツやはくさいが平年を上回ったのは、予想以上に入荷量が少なかったこと、一方、だいこんが平年を下回ったのは需要が期待以上に伸びなかったことが主な要因と考えられると報告した。

(2) 21 年産春野菜の見通しについて

ア) 事務局から、資料 2-1「21 年産春野菜の需給・価格動向について」より、2 月 27 日に開催した第 3 回野菜需給・価格情報委員会を踏まえた、春野菜(春キャベツ、たまねぎ)の需給・価格の見通しを説明。生育は順調であるが消費全体の低迷により安値基調と報告。資料 2-2「第 3 回野菜需給・価格情報委員会における主な意見」により、最近の野菜の生産・流通・消費をめぐる状況についての委員の主な意見を報告。

イ) 全国農業協同組合連合会から、資料 2-3「21 年産春野菜の生産・出荷状況について」により、春野菜の作付面積・出荷計画の概要及び春はくさい、春レタスの生産出荷状況を説明。続いて、全農千葉県本部、全農徳島県本部、佐賀県農協から、春キャベツ、春だいこん、春夏にんじん、たまねぎの生産出荷状況を説明。

・春野菜の出荷計画は 3 月末にとりまとめることとなっている。このため、本日は各品目とも、播種前にとりまとめたいわゆる「当初計画」の数値となっている。

- ・春キャベツについて、出荷量は前年比 109%だが、昨年は春先の天候不順などにより特に少なかった（12.9 万 t）ので、これらと比べると今年も平年並。【全農】
- ・春だいこんについて、出荷量は対前年比 99%だが、昨年がここ最近に比べると多かったため、今年も平年より多くなると見込む。【全農】
- ・春はくさいについて、長野の出荷量は対前年比 107%だが、昨年が少なかったため、今年もほぼ平年並。【全農】
- ・春はくさいは生産が難しいため茨城では出荷の当初計画ではかための数字を出していたが、今のところ生育が順調であるため「対前年比 93%」はもう少し増える見込む。【全農】
- ・春レタスについて、長野は対前年比 92%だが、これは昨年 6 月以降出荷されるべきものが前倒しで出荷された影響。全体の出荷量は対前年比 104%だが、昨年が少なかったため、むしろ平年を下回ると見込む。【全農】
- ・春キャベツについて、昨年 2 月は低温、天候不順だったため、今年は前年に比べて生育も前進、出荷もやや早まる見込み。【全農千葉県本部】
- ・春だいこんの販売対策は、産地（銚子）の農協と連携して消費拡大や品質向上に努めていきたい。【全農千葉県本部】
- ・春夏にんじんについて、これまで主流だった『向陽』から、3 月から出荷ができる早出し品種へシフトする動きが昨年からあり（『あやほまれ』等）、これらが作付けの 75%を占めている。【全農徳島県本部】
- ・昨年は平均単価 203 円/kg で 83 億円という近年にない売上げを残した。今年は不況の影響で 175 円/kg を目標にしている厳しい状況。【全農徳島県本部】
- ・徳島のにんじんはビニール栽培なので資材高騰の影響も受けたがやや落ち着いてきた。
- ・にんじんジュースの試飲をスーパーの店頭等で行い、量販店等の協力を得ながら徳島の新にんじんの甘さを広めたい。【全農徳島県本部】
- ・たまねぎについて、出荷量は対前年比 104%だが、H19 に大暴落、H20 に生産が大幅に減少したため、今年何とか平年に戻った。【佐賀県農協】
- ・極早生の収穫がもうじき始まるが、早生品種は貯蔵が効かないため、天候によっては順調な出荷ができなくなってしまう。また、4 月は北海道産残量、輸入たまねぎの動向等不透明な要因があるができるだけ安定的な出荷に努めたい。【佐賀県農協】

ウ) 意見交換

- ①佐賀以外の産地はみな前進ということによいか。【学識経験者】
 - 前進傾向は暖冬の影響を受けている。ただし今後（収穫期）の天候によっても大きく変わってくる。【全農】
- ②我々の業界ではここ 3~4 年の期間に契約栽培が進みつつある。販売チャンネルは 2 つあり、ひとつは農協の介在、もうひとつは地区のコーディネータ或いは卸売会社に間に入ってもらう方法。いずれにしても出荷の手間隙や資材が少なくて済み、農家の経営安定もすると聞いている。こういう場でも農産物の価格と農家の経営の 2 つの視点について関心を持ってもらいたいのではないかと考える。【日本べんとう振興協会】
- ③国産品がある時期に輸入ものが入ってくることに違和感。輸入野菜の時期を調整できな

いものか。

「1/2 カットや 1/3 カット売り」は、消費者にとっては便利だと感じるため、売る側、買う側でかなり切り口が違っていると感じた。消費拡大のために1本売りと言うならば、冷蔵庫にも収納できるよう野菜が小型化したらよいと思う。

生産者の苦勞が報われるため、規格外品の野菜が売れるのは良いこと。

家庭消費においては国産野菜を選ぶよう教育ができるが、それができない中食産業に国産野菜を使って欲しい。

青森の鶴田町では週5日の学校給食をすべて米飯にしたところ、野菜を使ったおかずが増えた。野菜は地元のものを使い、地産地消が実現している。また、生産者の子供達が直接学校にりんごをひとかご持ち込み、給食のデザートにする「ひとかご運動」という取組もある。こうした町ぐるみでの中食産業への国産品利用のプッシュの事例もある。

【日本食生活協会】

→とにかく丸ごと売れば良いというわけではなく、1/2、1/3 カットでもたくさん食べてもらえるよう努めたい。【全農】

→国内で消費される野菜のうち、加工・業務用 55%（うち国産は 70%弱、輸入が 30%）、生食の家庭消費が 45%でこれはほぼ国産。輸入には端境期で入ってくるものと、労賃の安い中国等で加工されたものとの2つある。自給率向上という観点から、加工・業務用野菜に占める輸入部分を国産で対応しようと今農水省でも取り組んでいるところ。【事務局】

（3）最近の野菜の生産・流通・消費各段階を巡る特徴的な動き

- ア）話題提供として、『別冊すてきな奥さん（株主婦と生活社）』編集長西片尚樹氏より、最近の主婦の野菜に関する購買傾向を紹介。
- ・ 昨今、主婦の間では、食への興味や健康志向から、野菜に関する関心が高い。野菜に関する実用書が大変なベストセラーになっているのが象徴的。
 - ・ 旬の野菜や伝統的な食のスタイルを取り入れやすい和食がブームとなっている。
 - ・ 不景気の影響で「うち食」（＝家庭で食べる食事）の傾向が高まり、考え方が変わってきている。
 - ・ 主婦にとって、「安心・安全」に加えて「節約・使いきり」も大きなテーマで、これには大変な反響がある。特に、だいこん、白菜、キャベツは使いきりのアイデアで最も関心のある食材。
 - ・ 今年は大変な鍋ブームで鍋本が売れている（5～6年前までは鍋の本は売れなかった）。まさに今の「うち食」「節約」「野菜たっぷり」「簡単」といった志向にぴったりはまったようだ。
 - ・ 色々なレシピの提案が消費拡大につながるポイント。【以上全て西片編集長】

イ）昨年秋以降景気が悪化し、衣料品の売上げは二桁の沈み。一方、食料品の売上げは「うち食」の動きに乗ってこの4ヶ月プラス。だが、2月以降野菜の動きが良くない。

2/13 に発表された日本政策金融公庫の食品の消費動向調査によると、食料品について

「安心・安全重視」との答えが5月の調査から7ポイント下がり、「経済性重視」との答えがトップになった。ナショナルブランドより2~3割安いPBが売れているのは、食料品にも経済性を求める消費者動向の顕著な現われ。低価格化、節約の波が、食料品にも及ぶのを懸念している。

また、一人世帯、或いは二人世帯が多く、大家族が少ないため、使いきりの観点からも1/2や1/3カット野菜でないと売りにくい。【日本チェーンストア協会】

ウ) 旬の野菜と旬でない時期の野菜とでは栄養価も異なると聞いている（ほうれん草などは特に）。また、コストも異なるのではないかと？旬でない野菜を流通させるのは、消費者のためなのか、或いは生産者のためなのか？【消費科学連合会】

→技術の進歩により野菜は全国の産地を転々として周年供給を実現している。また、本当に旬の野菜は栄養価が高い。【農水省】

→生産コストが上がっても生産者の収入が上がるとは限らない。【全農】

エ) 高齢者向けにアンケートを行ったところ、使い切れずに捨ててしまうので野菜は1個売りを増やして欲しいとの声があった。高齢者が増えることを考えると、また、若い人も少ない方を好むことを考えると、使いきれぬ量での販売が望ましい。【主婦連合会】

オ) 消費者は安いものに走りがちで生産者のことを考えていないと言われがちだが、野菜に関する実用書が売れているというのは消費者が野菜のことに関心がある証。

1/2カットでの販売もトータルで見れば廃棄を出さないということだから良いこと。

春キャベツはやわらかくて一年のうちでも特に美味しいキャベツであるため、春キャベツや春のたまねぎだからこそそのレシピを考えてほしい。【全国消費者団体連絡会】

カ) 1/2カットで販売されることは生産者には不本意か？【学識経験者】

→たまねぎの場合は通常3~4個の袋入りで販売されている。1個売りでは売れる量が伸びない。生産者も自信を持って作ったものなので、無駄にせず、たくさん食べて欲しい。生産者、販売者、消費者の全てが喜ぶような策があるといい。【佐賀県農協】

キ) 安心・安全志向と低価格化の「消費者の二極化」の話があったが、「消費者」とひとくくりにはしているのでピンポイントの施策が打てていないのではないかと。総論だけでは生産者にマーケットを示せない。もっときめ細かな消費者ニーズに関するデータ調査を、今この不況時にこそとるべき。【学識経験者】

ク) 当会では「野菜を食べようキャンペーン」を行っている。メニューコンクールを開催したり、高齢者施設、学校等、施設別の特性に応じたメニューを提供している。国民に対する栄養問題には責任を持ってやっていく所存であり、いつかそんな話もさせてもらえればと考える。【日本栄養士会】

ケ) 昨年の鍋プロジェクトはファミリーを対象とした取り組みだった。実施数百店舗のうち、効果検証を行った都内のM社（スーパー）100店舗において、12/4~1/19の期間、のぼり5本とリーフレット400部ずつを設置。結果、鍋野菜の売上げは全店合計で対前年比110.3%、販売数量は同111.5%で大変な伸びであった。特にはくさい、菊菜、えのき、まいたけ、大根が売れた。

また、春キャベツのキャンペーンを今週からスタートさせる。産地である愛知、神奈川の三浦、千葉の銚子に取材に行き、消費者に産地を思い浮かべながら食べてもらえるような仕掛けにしようと考えている。夏には、20~30代の女性をターゲットに人気モデルを使って夏野菜キャンペーンをする予定。【NPO 青果物健康推進協会】

コ) 野菜を無駄なく使うのに冷凍食品は好適。調理も簡単。

中国餃子事件を機に国産回帰の動きがあったが、冷凍食品には手作りで生産しているものがあり、それらは生産コストを下げるためにどうしても中国での加工になる。国内には手作りで生産できる工場がなかなかないため、すぐに国内に切り替えることは難しい。一方、生協を中心にいんげん等国産品に切り替える業者もある。北海道の中札内農協では冷食用国産枝豆の生産を伸ばしている事例もある。

産地の高齢化により、加工に向けるまとまったロットの安定的な野菜生産ができない。また、生産者には国産回帰もいつまで続くのかという不安もある。メーカー側も先を見通せず新たな投資はしにくい。

中国産餃子事件も、業務用ユーザーには影響が少なかった。外食産業も国産品を使ってメニュー価格を抑えるのは難しい。家庭用も、事件直後はスーパーでの冷食売上げが30%程度落ち込んだが、徐々に回復し、ここへきて対前年比90%ぐらいにまで回復している。

冷凍食品業界としては国産回帰の動きもあるが、中国での品質管理体制をしっかりとさせ信頼回復に努めていく。【日本冷凍食品協会】

サ) 大変活発な議論だった。この協議会はこの場で何か結論を出すことが目的ではなく、現況の説明或いは情報の共有をし、これからの消費拡大に役立てることが目的の会議。今日の議論を参考に、今後それぞれの分野で消費拡大に向け活動していただきたい。【学識経験者】