

平成21年度第4回 加工・業務用野菜産地と実需者との交流会in名古屋
＜マッチング促進セミナー＞

開催日：平成 22年 1 月 29 日（金）

場所：名古屋国際会議場4号館 白鳥ホール

講演者：キューピー株式会社 サラダ・惣菜事業 野菜担当 藤本 幸佳 氏

題名：『キューピー株式会社における国産野菜需要への対応と産地への提言』

皆さまこんにちは。ご紹介にあずかりましたキューピーの藤本でございます。どうぞよろしくお願い申し上げます。

最初に申し上げておきたいことは、手前どもキューピーは、農業は素人でございます。よく分かりません。ですが、少なくとも食品メーカーでございます。原料を生産者の皆さんに頂戴しながら製品に製造するわけです。少なくとも分かっていないとは言えませんので、行政も含めまして、農業の生産者、あるいは現場の皆さんとどうやって会話をさせていただくかということで、できるだけ多角的にものを考えていきたいなと感じております。

今日のお話は、そういった観点から1つのストーリーとしてまとまったお話ができるわけではございません。メーカーとして、どういった方向に多角的に目をやりながら模索しているのか、悩んでいるのかといったお話を、愚痴を含めましてお聞きいただきたいと思っております。

農業にかかわる環境概要としては、全般的なもの、消費者目線、行政の考え方、企業の動き方という部分で見えてまいります。

全般的なものと言いますと、韓国、東南アジア諸国連合(ASEAN)、中国を含めました自由貿易協定(FTA)を見ながら、日本は将来的にどういうふうになっていくのかなという部分があります。それから、食品関連法、特に手前ども食品事業体では、ポジティブリストで、どうしたものかなという課題を持っております。

消費者目線で言いますと、安全性で国産重視ですとか、旬、健康志向でほしい方向性が見えてまいりましたが、一方で、言葉が先行している分、正確な認識、科学的な理解というもので課題があるのかなと感じています。

行政面から言いますと、企業はどうやって農業に参入していけるのかなという部分大きな課題かなと思っております。制度的な部分が大きな課題になっていると思っております。

企業の動き方から言いますと、企業側が生産者の皆さんと連携させていただく場合には、どういったことが必要なのかなといったことを考えつつ、進めております。

手前どもメーカーが原料農産物を考える場合、生産者の皆さんと会話しなければならない、あるいは生産者の皆さん以外の流通・一次加工の皆さんとも気をつけなけれ

ばいけない部分をまとめてみました。テーマとしては3つで、調達と、研究開発と、品質保証という観点からキーワードを取りまとめてみました。

調達の部分については、リスク共有の部分で、売買関係と言うよりは、パートナーシップをどうやってつくっていくかだと思います。物流インフラの部分では、企業が孤軍奮闘して、独自のシステムでございませうと言える時代は終わったと認識しておりますので、こういったインフラの共有をどういうふうに進めていくかが非常に大事だと思います。

研究開発の部分におきましては、やはり何と言っても、用途に適性な品種を、どうやって生産者の皆さんと、お互いに理解しながら作付けしていくということが重要かなと思います。

品質保証については、トレースについてです。トレースは、お互いの必要性に応じて必要最低限でないと、無理がいくと感じています。場合によっては栽培歴を全部提出してほしいみたいな言い方もできなくはないのですが、生産現場の現状が栽培歴を電子化できている段階にはなく、ペーパーベースですので、これを全部集めるのは物理的に困難な部分もあります。ですので、必要最低限というものを自社の定義として持っておきたいと考えております。

次にGAP（適正農業規範）ですが、少なくとも消費者の皆さんの口に入るものを生産していくわけですから、原料段階から最低限のリスク検討は常識的にやっていかなければなりません。GAPは、何かの協会に入らなければならないとか、認証にお金が掛かるといった問題ではないのです。要は、生産者、あるいは加工者として最低限どういったリスク検証をするかが大事です。そういった目線の話をして、生産者さんとさせていただいているということです。

最初に戻りますが、環境要因を1つ1つ考えていく中で、手前ども食品製造業界が一番問題として抱えているポジティブリストに触れてみたいと思います。ポジティブリストは、皆さんよくご存じのとおりなので、細かい話は割愛しますが、大きなポイントは2つです。

残留農薬レベルでは健康被害は起きないということです。けども、違反はいつでも検出されやすい。この2つの側面を持っています。

問題は、ちゃんとしたADI（一日許容摂取量）の概念を理解して、それを消費者の皆さんにもちゃんと説明できているかだと思います。ずっと食べ続けても平気な量の100分の1がADIで、そのさらに1桁、2桁下のところで残留農薬基準は運用されているわけですから、こんなことで健康被害は起きないわけですが、例えば0.01ppmのところでは0.02ppmになったら回収命令が出る。これが果たして合理的かということです。

事故米の例では、ADIの概念を、国として、一般消費者の方を含めて、国内に説明

をして、科学的な検証をした上で健康被害がないのであればよしとする、という結論になったわけです。われわれが、今後こういった農産物を使う事業にかかわらせていただく中でも、同じ議論がなされるべきであろうと感じています。

今の問題点は、例えば都道府県の保健所がサンプルを収去して、分析結果が出るまでに1日、2日であれば問題はないわけです。ところが、現状はマンパワーも不足しておりますので、1週間以上、下手すると3週間以上結果が出るまでにかかってしまう。

3週間たってしまうえば、生鮮農産物ですので、もうすでに食べられてしまった後ですから、「健康被害はありませんでしたね」という結論に落ち着いてしまうわけですが、1週間ですと、残留農薬問題の出た当該産地のものは、加工業者の冷蔵庫を経て、正常な問題のない産地のものとコンタミ（混ざる）して、店頭パックになって並んでいるわけですので、場合によっては、こういったものを数千万円掛けながら回収しなければならないという現状です。

健康被害がないものでこんなことをして、業界として成り立っていくのかという課題を含んでいると感じます。

次に、トレースの課題です。だいぶトレースが進んでまいりましたが、ただ1つだけ、中間事業者さんを介在したときは、よほど中間事業者さんとしっかりしたお話をしておかないと、トレースが確認しづらい現実はあると思います。ですので、結論から申しますと、トレースにかかわる国内農産物の意識改善は、もう丸だろうなと思います。ただ、システム構築はまだまだ過程にあるかなと感じております。この辺も、生産者さんだけではなくて、中間事業者さんも交えて一緒に会話をさせていただいている現状があります。

そんな中で1つの手法ですが、クイックレスポンスコード、2次元バーコードを活用しています。手前どもが、産地から全部いただけているわけではございませんので、「大変恐縮なのですが、うちの分だけで大変申し訳ないけれど試験に付きあっていたきたい」というお願いをさせていただきながら、産地から工場までトレースがひも付けできるような試験中でございます。

次に、消費者の皆さんの考え方に対する対応なのですが、メーカーでございますので、当たり前のことですが、用途に適した原料を使って、おいしくて体によい、魅力的な商品をつくっていききたいと常に願っているわけです。では、そのためには何が必要かということ、世の中というものの、科学というものの、産地というものの、品種というものを多角的に見なければなりません。

例えばばれいしょです。今、ばれいしょ料理を何種類ぐらいイメージできるでしょうか。10本以上イメージできる方がいたら素晴らしいと思うのですが、なかなかそうはならないと思うのです。ところが、アイルランドのような主食国でばれいしょ料

理を見ますと、こんな分厚い 1 冊の本がどんとできるぐらいの料理のバリエーションがあるんです。

こういったことを勉強しながら、国内でどういった料理をつくっていくのか、消費者の皆さんにお届けするのとか。では、この料理に合う品種は何なんだろうなという切り口で、料理、用途、品種の検討を、生産・研究を含めてさせていただくのがいいのかなと思います。1 例でございますが、そんなことを考えながら、商品開発に当たっていきたいと考えております。

それで、用途適性の話をさせていただきましたので、例としてタマネギを挙げさせていただきます。タマネギの場合は、大きく 3 つ、ソテー・フライ・惣菜用、サラダ・生食用、その他・色調や薬味に分けられるかなと思います。

手前どもは惣菜に使うわけですが、ソテー、フライには中晩生種が向きます。低含水量の条件が必要になるわけです。サラダや生食には、甘くてみずみずしい早生種が合います。その他は用途に応じて使っていくわけなのですが、こういう用途によって品種に差が出てくるということがあります。

ついでながら、国内のタマネギ生産量は 150 万トン程度でございますけれども、輸入を生換算しますと、100 万トンを超えてくるのです。こういう部分があって、わざわざ 100 万トンも持ってきているのだったら、これを国産化できないかなという課題があると感じております。

国産化を考えるとときに、もちろん国産化は必要なのですが、隣の国はどうしているか、世界の国は何をやっているのかを知っておく必要があるでしょう。これは FAO（国際連合食糧農業機関）の資料をまとめたものですが、生産量は圧倒的に中国が多いです。ここを見てもみますと、ばれいしょは 25%、2 億 8 千万トンのうち 7 千万トンが中国産で、タマネギも 30%が中国産です。キャベツ、レタスは 50%が中国産です。ハウレンソウにいたっては、8 割強が中国産ということです。いい悪いは別にしまして、中国でこれだけの生産量があることを知っておかなければなりません。

今のをまとめまして、ちょっと覚えやすいように数字をまるめてみたものです。世界の陸地が 130 億ヘクタールあって、耕地がその約 10 分の 1 の 14 億ヘクタールです。中国は 1 億 4 千万ヘクタール、インドが 1 億 6 千万ヘクタール、アメリカ 1 億 7 千万ヘクタールで、結構覚えやすいかなと思うのですが、この中国のボリュームは、世界の野菜生産量 11 億 4 千万トンのうちの 5 億 6 千万トン約 50%、半分は中国産だということです。これを見たときに、避けて通れない国であることは理解できるわけです。いろいろ課題があるのも事実でございます。

こういった隣の現状を踏まえながら、国内の農業参入ですとか、野菜の国産化について考えていきたいと思います。

最近の企業の農業参入事例を 10 年間、ちょっと洗ってみました。これは全部では

ありませんので、主なものですが。(スライドを指して)隣には今話題の植物工場も
ございます。真ん中は、手前どものTSファームで、30年ぐらいやっています。

やはり、企業が農業に参入していく、アプローチしていく上での最大のポイントは、
法制度の整備なのかなと思います。例えば、産地化をしていったときに、指定産地で
ないから適用外になったとか、そういった課題ももろもろありますので、そういうと
ころを制度上から整備していく必要があるなということが1点です。

もう1点は、企業と、農業の地域社会との役割分担をどういうふうに考えていくか
です。平たく言うと、われわれ企業が農業に対して何をさせていただけるかというこ
とだと思います。そうすると技術とか、消費とか、雇用になるのかなと思います。

せっかく植物工場のお話をさせていただいたので、少し勝手なシミュレーションを
してみました。レタス類の国内生産量は、トータルで約55万トンあります。それで、
非結球型、あるいは植物工場で栽培可能なものはどれぐらいあるかということ、非結球
型とトレビスですから、55万トンから球レタスの47万トンを引いた単純に8万トン
程度です。8万トンあるとして、そのうちの加工業務用は6万トン程度ではないかと
推察されています。

仮にここで、1株当たり80から100グラムのレタスを1日に5千株つくる植物工
場を、100カ所につくった場合はどうなるかということ、これは簡単な計算ですが、年
間に約1万5千トンですから、約25%生産できるわけです。そうすると、現状の生
産者の生産量の25%に食い込んでいくことになります。

それで単価を見ますと、植物工場の場合は1キロ当たり1,500円、一方、加工業務
用が平均的に使っているリーフ系レタスは300円前半で、5倍の値差があります。
ですから、この植物工場を運営するにあたって必要なことはまず3つあります。安定
して出荷できる先の確保です。要は5倍の値差をものともせず、使っていける用途
性があるということが前提になります。それから、低コスト化のための技術的な裏づ
けが必要になります。1,500円をどこまで下げられるかということです。それから、
植物工場向けの、今度は高価格で売れる品目の創出ということです。この3つに尽き
ると思っております。

ようやく、農業生産者と食品製造業者の会話の部分に入らせていただきます。農業
生産者は何に困っているのか、何をしたいのか。まず1番目には、経営の安定です。
2番目には、継続的な消費構造、つまり買ってくださいということです。それから3
番目には、加工や品質にかかわる品質管理技術の習得だということです。だから、で
きるだけ近くに実需者がいて、毎日会話をしていきたいと。

一方、食品製造業者は何を考えているかということ、1番目には、野菜の安定調達で
す。それから2番目には情報で、生産状況とか、農業にかかわるその他もろもろの情
報を欲しがっています。それで、3番目には、物流インフラの整備と共有化をしてい

きたいと思っています。と言うことは、とどのつまりは、生産者とよく会話していき
たいんだということです。

では、一緒にコラボレーションしようということです。でしたら、国の事業などか
らお金を貸してもらいつつ、安定的な経済状態の中で「何か組めないかね」というよ
うな会話をさせてもらっています。

例えば、その1例として、先ほど申しました、100万トン輸入しているタマネギを、
何とか国産化できないかということに取り組んでみようと。

手前ども実需者の背景には、輸入依存度が高いということがあります。これはカン
トリーリスクも含んでいます。主要輸出国の中国が変化してきている。安全性確認上
の問題、コストの内外価格差、内需拡大の観点から、中国に長期の期待をすることは
困難と言うよりは、ちょっと難しくなってくるのかなということです。

それから、物流経費が増えている。手前どもでは、小さな事業所が全国に点在して
おりまして、1カ所に納品するものではないものですから、できるだけ各事業所に近
い生産拠点を持っておきたいという部分がありまして、ではタマネギで産地化を
図ってみようかというようなこともトライしてみました。

もちろん想定される課題は、品質問題です。湿潤型の気候ですので、われわれが、
例えばソテータマネギに必要とするような、どちらかと言うと含水量の低いタマネギ
が本当にできるのかということです。北海道がやっぱり安いわけですから、ある時期
は北海道から持ってくるのが一番安いわけですが、府県で貯蔵をかけて使ったときに、
コスト的に合うのかというようなことも一緒に検討していく必要があるんだろうなと
思います。

それで、現状把握に入るわけですが、従来の産地の構成と品種群を並べてみますと、
品種傾向は、どうしても加工調理をやりますので中晩生種を使う。早生の使用量は圧
倒的に少ない。佐賀の方が聞かれたらちょっとがくっとされるかもしれませんが、加
工筋はこんなものなのです。

産地傾向は、やっぱり気候が大事なので、乾燥していて、日照があって、昼夜温較
差が大きいところでタマネギは育ちやすいのです。ですので、北海道ですが、そうい
うところに大型乾燥設備と、貯蔵設備があることが多い。

府県産をしてみますと、本州では、愛知、兵庫、茨城、栃木、群馬、宮城等々で扱
いはありますが、いずれも大産地化がなかなか難しいのです。乾燥と貯蔵の条件から、
出荷期間も短いです。設備がありません。九州も、従来は早生の産地ですので、早
生は非常に素晴らしいものがありますが、最近は加工業務用ということにも目を向け
ていただきまして、「いや、いいよ。冷蔵庫も探すよ。中晩生種もつくるよ」と言っ
てくださる産地も多く、特にこの府県産は近年、期待感が高まっていると感じており
ます。

次に、加工用のタマネギに求められる品質条件をソテー、フライで見ると、多収は当たり前のことです。それから、中国産が多いのは、確かにコストに差はありますが、コストだけの問題ではないのです。どうしてもソテーをするときは、含水量が低い方がいいので、乾燥帯から輸入された原料の方が要求を満たすことが多いものですから、それで中国産も使われているのだという理解が正しいかなと思います。

それから貯蔵性です。安定的な品質を維持するためには、どうしても十分な乾燥というのが必要になりますので、こういった貯蔵性を考える必要がある。歩留まりを考える必要もある。歩留まりに影響するのは、単に品種だけではなくて、保管状況が大きく影響しますので、そういった意味でも、乾燥設備と冷蔵設備がどうしても重要なのだということです。

こういったことで現状把握をしてきたわけですが、国内の農業生産者さんに、われわれが使うタマネギをお願いするときに、どんな設備が必要なのかというと、こんなものです。植え付けから収穫の機械化をするわけだけれども、「自前で買うと高くつくから、中古をどこかから持ってくるか」とか、「乾燥は必要だけど、強制乾燥機を入れるにはお金が掛かってしまうから、プレハブを建てて、中にコンテナを置いて、1、2カ月風乾しておくだけでも、やらないよりはましよ」というように、こうやったらコラボレーションができる、こうやったらお金を使わずにできるんだという話をさせていただく努力をしています。

選果もしなければならぬので、「こんなのも中古で売っているよね」というようなことです。

それから、周辺にタマネギの加工業者があるところです。言ってみればわれわれのことですが、タマネギを使う事業所のそばに産地をつくっていきたいということです。物流費の圧縮です。

最後になりますが、皮付きのまま持ってきてもらっても困ってしまうのです。手前どもは皮むきの設備を持っていないものですから、近くにむき球の事業者さん、あるいは設備があることが条件になってきます。

こういうような条件を話さないで、会話しないで、いきなりトライするとどういうことになるかという事例です。ある県の地域の事例ですが、水田が7千町歩ぐらい、畑が1千200町歩あって、転作1位がタマネギなのです。ところがなぜか、37町歩しかない。転作奨励金は反当たり5万円ぐらい出る。あるチャレンジ精神のある生産者さんが、10町歩に挑戦したのです。それで、10町歩に挑戦したのですけれども、結果は2町歩収穫して約80トン出てきました。それを、根切りと、磨きが手作業なので、後の8町歩の200トン強は、残念ながら収穫できずすき込んだというちょっと残念な話を聞きました。

何と、そこから車で30分もかからないところに、手前どもの1千500トン使って

いる事業所がありました。これは、会話がなかった経緯がとても残念でした。会話がないと、こういうことが各地で発生するのだろうかという事例でございます。

ここをかながみつつ、実際の取り組みをやってみたわけです。「加工用タマネギの国産化」ということなのですが、まず目的は有力産地を確保していきたいということです。それから、トレーサビリティをはっきりさせたい。産地を指定してお願いするわけですから、トレースは確実に取れると思います。できれば欲をかいて、相場影響を軽減させていきたい。つまり、契約栽培ということです。

それで、農協さんにお世話になりました。この場合は、3カ所でトライしてみたのですが、関東の部分を説明させていただきます。栃木県の農協さんに作付けをしていただきまして、埼玉県の手前どもに、むきを委託して、指定原料として入れていただいた。それで、手前どもの東京の事業所に、ほんの数十トンずつではありますが入れさせていただいて、取りあえず安定化の仕組みが1つできたのかなと。できたと言うよりは、実験的にはできたのかなということで、これは2008年ですので、2009年、2010年と継続して、少しずつエリアを増やしている最中でございます。

これは、タマネギのむき球設備なのですが、とある農協さんのむき球設備です。これは日常10トンの皮をむけるのですが、これが遊休設備になっていましたので、お願いいたしまして、近くの手前どもの事業所に年間の供給体制を敷いていただきました。

実は、こちらの農協さんは九州です。年間にタマネギが出てこないだろうというわけですが、別に北海道のタマネギをむいてはいけないということはありませんので、府県産のものが出るときは府県産のもの、ここの産地のものが出るときはそのもの、ないときは北海道からむいてきて、使わせていただいているということです。

タマネギの事例が終わりまして、もう1つの事例です。これは、地域の生産者さんと、その地域の周辺に点在する手前どもの事業所との連携の模索です。

これは宮崎の生産法人さんですが、こういった作物を年間にわたって生産されております。これは生産者さんで、ここに手前どもの事業所が点在しています。今ここでつくっていただいたものを、こちらに共有する仕組みをつくっている最中なのですが、最初からみんなで数量を合わせてお願いすればいいではないかという話ですが、そうではないのです。もともと各社の仕入れが連携していたわけではございませんので、各社それぞれの仕入れで来た経緯があるものですから、せつかくここの生産者さんとお知り合いになれたのでしたら、共有していこうという趣旨です。

では、相互のメリットとは何だろうかという、生産者さんにとってのメリットは、安定的な消費先が確保できることです。それから、技術や人材は、農家さんとしては、違った業態のメーカーであるわれわれと人材育成の質が違いますので、お互いにそういった質を生かしていこうということです。

それから3番目、雇用を含めた地域社会の貢献です。これは、例えば工場を併設していますので、工場をつくることによって、地域に新たな雇用の機会をつくれるということです。「実需者の方のメリットは、トレースは確実になるでしょう。品種選定から、作付けから、加工規格から、オーダーメイドの原料基地が獲得できる」ということです。それで3番目に、ちょっと偉そう書きましたが、社会性が確保できるのではないかなということです。生産者の皆さんには、いつも、いい原料を安く持って来てくれというようなわがままばかりを言っていますので、たまにはお役に立てるのではないかなということです。

この生産者さんのイメージを、言葉だけでは分からないと思うので、少し画面にしてみました。生産コスト削減のために、これはサトイモですが、1枚当たりの畑が2、3町歩から10町歩あります。宮崎ですので、台風対策ということで、自社で育苗庫を持っておられます。1千苗買うと1つ5円ぐらいするんだそうですが、100町歩を超えた段階でペイするのではないかとおっしゃっていました。

これは真空予冷庫ですが、当然のことながら芯温を下げられますので、チルド原料の長距離輸送が可能になるかなということです。平成18年に冷凍工場が併設されました。これによって余剰生産物を冷凍しながら活用できる。雇用も、新たな雇用ができるでしょう。ただ、課題としては、農家さんですから、加工と、品質管理、工場のライン管理などの技術がない。でしたら、実需者が教えるというような関係性が成り立つかなと思います。

これはハウレンソウですが、手収穫から機械収穫に変えることによって約80倍の能率アップになりました。ですが、80倍の能率アップで喜んではおれないわけでして、畑ですので、こういった夾雑物が山ほどあります。これにはカッターが付いていて、根の上数センチのところまで切っているのです。ですから、株元にある泥ですとか、虫ですとか、そういったものは畑に置いてこられるわけですが、こういったものはどうしても畑にありますので、異物は設けた80倍の能率の中で、人手を掛けて、中国と同じに人海戦術で省いてやらなければならない。これが80倍のどのぐらいの割合を使うかが、非常に大きな課題になっています。

そういった苦勞をしながら、ハウレンソウとか、コマツナ、ダイコン、サトイモといったものをつくっておられますので、こういったものを製造いただくときには、当初から、手前どもから規格までオーダーさせていただいて、オーダーメイドにできるのではないかなと思っています。

例えば、ハウレンソウですが、ハウレンソウは周年栽培していいものか、悪いものか、いろいろ議論があります。冬ですと、硝酸態窒素は減りますし、ビタミンはそのまま増えていますので、50センチぐらいに大きく生育させたものは、ビタミンは多いけれども、硝酸態窒素は減ります。これが、冬であればこんな感じです。夏であれ

ばちょっと硝酸態窒素は増えてしまいますので、冬の時期のおいしいホウレンソウ、栄養がある安全でおいしいホウレンソウを冷凍しておいて、夏場に使った方がいいのではないかというようなことも考えつつ、冬の余剰農産物を確保して、夏に回していくという議論が成り立つかなと思っています。

ここで1つ、サトイモの課題です。2009年にサトイモが10町歩、約500数十トン取れたのですが、生産者さんがこれを加工するに当たって一番困ったことは、市場からのオーダーです。これはSのホール、Sの丸を欲しいということです。ところが、Sの丸というのは、収穫量全体の1割に満たないのです。ですので、サトイモの国産化をこれから国内で進めていくのであれば、どうしてもこういった乱切りですとか、大きなものを半割にした規格を、この業界の中で生かしてやる努力が必要だと感じております。

そういったことで、今後、生産者との連携は、より広域なパートナーでやり取りできるような連携に、こういった事業者が外堀を埋めるようなかたちで連携のかたちを模索していきたいと思っています。

どちらさまと組ませていただくかということは、全然議論できておりません。まだまだ自分たちの原料を調達するだけで手いっぱいのごさいまして、そこまではできていないわけですが、少しずつ、こういった関係筋の皆さんと、これから会話を増やしていきたいと願っております。

最後に、直近の国内農産物の新しい表現方法、新しい価値表現について画像を見ながら話をさせていただきたいと思います。

中国、上海です。非常にきれいな都市になってまいりました。オリンピックを境に、発展が著しいと思います。国内総生産(GDP)もニュースになりました。

中国には、チルド流通というものがまだありません。中国で生食文化が定着したというのは言い過ぎだと思います。確かにそういう兆候は見受けられますが、ごくごく中心街の一部の話でして、そこから歩いて10分も離れたら、このありさまです。ちなみにこれは冬ですが、夏も同じです。夏でもハエがたかっています。

ところが、そこからさらに5分歩くと、これは上海の中心街ですが、すでにパックに入っていて、商品情報がここに載っているのです。これは、1パック30元、40元、50元ぐらいで、とても高いです。日本よりはるかに高いです。こういったものを、もう中国の皆さんは召し上がっています。びっくりしたのは、風水丸くて赤くて大きいもの、黄色くて大きいものは縁起がよろしいのだそうですが、リンゴとナシが1玉80元です。1千円超です。そんなものを、皆さんばかばかお買い上げになっているということです。

こういったマーケットがあるのは事実です。実はこの間、中国の方に中国で言われたのですが、「キューピーさん、新しい商品が開発できたらどんどん提案をちょうだ

い」と。私は営業ではございませんので上海の営業のものに申し伝えますと申しましたら、「違うのよ。日本の製品が欲しいの」ということでございまして、ちょっと困ったなと思ったのですが、少なくとも中国に2億人はそういう方がいらっしゃる。

ただ、残りの11億人は、中国国内で生産したものしか召し上がれないわけですので、この辺のバランスが非常によく考えないといけない部分かなと感じております。少なくとも、この日本の国産の野菜、野菜の加工品に寄せる中国の方々の期待値は非常に大きいです。ですから、数年はそういったマーケットが広がるだろうと感じております。

次、もう1つなのですが、ちょっと仕立てのいいきれいなものです。実は食品展示会なのですが、この食品展示会に私が行ったのが土曜日にして、ああ、いいなと思ったものですがから、写メールを撮りまして、家内に送りまして、どうだと申しましたら、「あなた今日は仕事ではなかったの」ととても怒られたのですが、ちょっとそれは置いておきまして、次にいきます。

野菜がふんだんに使われております。とてもおいしそうです。これをどんな方が召し上がるのか。青山辺りのきれいなお嬢さんかなと思いますが、実はこれをわんちゃんが食べるのです。わんちゃんだけではないんです。実は今の日本は、15歳以下のお子さんが1千500万人しかいないのです。一方、イヌ、ネコ合わせてペットが2千700万匹、もうすぐ3千万匹を超えると推定されているそうです。

立場が、家畜からペットになりまして、パートナーになってきたねと。これは、ペットに餌を与えるから、パートナーと一緒に食事をするというふうになりつつあるんだそうです。これは、実際にもう販売されておりまして、ブランド名はCOMIF（コミフ）というらしいのですが、コミュニケーションフードらしいです。要するに、パートナーであるペットと一緒に食べられる。食べてみたのですが、とてもおいしかったです。

ペットですから、塩分と糖分は制限があります。ですから、逆に言うと、そういったものでふくらませられないので、非常にピュアです。これは関係者の皆さんがおられたら失礼ですが、シャーベットでも、通常人間さまが食べるのは果汁が十数%です。ところが、このCOMIFは果汁を数十%含んでいます。ですので、食べたけれど非常においしかった。しかも、ヘルシーなのです。

なので、こういったものを食べていったら、人間の健康にもいいのではないかなと思えるぐらいの仕上がりでした。こういった新しい農産物の価値の在り方というのも、いきなり地方までは無理でしょうけれども、可能性としてはあるのかなと思いました。

以上でございます。とりとめもない話になりましたが、本日のところは、こういった目線で、農業とわれわれ加工メーカーが会話をさせていただいているのかという部分と、最近の食のシーンの移り変わり、新しい価値観が発生しているということの2

つをお話させていただきました。ありがとうございました。