

平成24年度第3回野菜需給協議会の概要

- 1 日時：平成25年3月19日（火）13：30～15：30
- 2 場所：独立行政法人農畜産業振興機構 北館6階大会議室
- 3 議事概要
 - (1) 平成24年産秋冬野菜の需給・価格の状況について
事務局から、資料1に基づき報告。
 - (2) 平成25年産春野菜の需給・価格の見通しについて
 - ア 今後の気象見通し
日本気象株式会社から、資料2-1に基づき説明。
 - イ 春野菜の生産・出荷状況
全国農業協同組合連合会から、資料2-2に基づき、生産地の動向等について説明。
 - ウ 春野菜の需給・価格の見通し
藤島委員から、資料2-2に基づき、野菜需給・価格情報委員会で議論した需給・価格の見通しについて報告。
- エ 主な意見等
 - 【時事通信社 清水氏】
 - ・下ゆでした野菜の販売が伸びているとのことだが、こういう傾向は続いているのか。
 - 【藤島委員】
 - ・下ゆでした野菜は、カット野菜やサラダと同様、高齢者や若い夫婦での利用が増えており、具体的な数字はないが、ここ10～15年ぐらいで大きく伸びてきており、今後は介護で忙しい方の利用も増えていくと見ている。
 - 【財団法人消費科学センター】
 - ・下ゆでした野菜はどこで売られているのか。カット野菜やサラダは売られていると感じているが、あまり下ゆでした野菜が売られているとは感じていなかった。
 - 【藤島委員】

- ・野菜需給・価格情報委員会での量販店の方の意見であるが、スーパー等で売られているはず。

【日本生活協同組合連合会】

- ・当方はコープで販売もしているが、さといもを下ゆでしてパックしたものや、ごぼうを千切やささがきにしたもの等一手間加工して使いやすくなっている商品を随分前から扱っている。

【財団法人消費科学センター】

- ・下ゆでした野菜は便利だと思うが、あまりおいしく料理できないような実感がある。

【日本生活協同組合連合会】

- ・今年の冬は、商品によって若干の違いはあるが、冬場にはくさい等が買えなくなると厳しいと思っていたところ、価格の変動はあっても安定して店頭で購入できたので、あまり困らなかった。

(3) 野菜の消費拡大活動等について

ア 野菜需給協議会としての今後の取組み

事務局から、資料3-1及び資料3-2に基づき、野菜需給協議会の取組みとして、野菜シンポジウムの開催及びベジシャスの発行について説明し、了承。

イ 一般社団法人ファイブ・ア・デイ協会における消費拡大活動の取組み
一般社団法人ファイブ・ア・デイ協会から、以下のように説明。

- ・国が定める成人1人当たりの1日の野菜摂取基準は350グラムだが、「5 A DAY」は、計測しなくても概ねの量が分かるように、野菜が小皿1皿70グラム（握り拳で1個分）として、1日5皿食べることで必要量を摂取しようというコンセプト。
- ・子ども達への食育、食をとりまく企業との連携、働く大人への食育といったよう、にターゲットを明確に分けて活動している。
- ・スーパーと連携した食育体験ツアーは、スーパー自らが近隣の幼稚園や小学校へ提案し、これを受けて園児・児童がスーパーを訪問して行うもので、協会が講師を派遣し、かつ、講師料等も負担している。講師は栄養士会等の17団体と提携して、統一した教育システムでトレーニングを受けてもらい、全国どこでもスタンダードな内容を講演できるようにしている。体験した子供達は食育体験をしたスーパーの店名を覚え、来店が増えるといった効果があった。
- ・会員のスーパー等では、企業の広報活動、販売資材や商品パッケージに

- 、協会が作成したロゴマークやオリジナルキャラクターを自費で活用している。
- ・昨年、「ポーション・インジケーター」という名称の野菜摂取目安を表すマークをカット野菜等に表示する活動を始めている。このマークを見れば、製品に含まれる野菜が何皿分に相当するかが一目でわかるようになっている。
- ・また、成人男女約3万人を対象としたアンケート調査を実施したが、1日に食べている野菜の量は「1～2皿」と回答した者が最も多い。「1～2皿」と回答した者のうち、半数の者が「1～2皿」で適量だと“誤認”していることが分かった。
- ・さらに、調査結果から野菜の摂取量が不足している理由を分析したところ、「家の食卓に出てこない、食べることを進められていない」といった習慣を理由に不足しているのは、30代～50代の男性に多く、「食べ方を知らない・面倒、分量が多い」といった面倒や時間を理由に不足しているのは、それぞれ20代の男女、20代～30代の男女に多く、「家族が好きではない・価格が高い・分量が少ない、近くにお店がない」といった環境要因を理由に不足しているのは、40代以下の女性に多かった。
- ・今後は、こうした男女別や、年齢階層別の特徴に対応して販売状況を変えていく必要があり、ポーション・インジケーターによって消費者自身がどれだけ食べているかが分かる目安を示すことで、消費拡大に資すればと考えている。

ウ 主な意見等

【一般社団法人全国トマト工業会】

- ・野菜ジュースはどのように扱われているのか。

【一般社団法人ファイブ・ア・デイ協会】

- ・食事バランスガイドでは、野菜100%のジュースについては、摂取した量の1/2を野菜摂取量とすると定義されている。また、協会としては、野菜がどうしても不足しがちな時に、補完するものとして使いましょうと指導している。

【公益社団法人日本栄養士会】

- ・食事バランスガイドでの扱いはそのとおりだが、一つ補足したいのは、食べ物をよく噛んで時間をかけることで、また噛む行為そのものによって満足感・満腹感が得られる。このことで食事の総量を抑制するという効果があるので、野菜そのものを食べるという行為は非常に重

要である。野菜ジュースでは噛む効果はまったく得られないが、宴会続き等でまったく野菜が食べられないような状態の中で、野菜ジュースを飲むことは有効である。

【時事通信社 清水氏】

- ・団体の運営費は会費のみで賄っているのか。また、大人向けの食育活動は子供向けと同様のものか。

【一般社団法人ファイブ・ア・デイ協会】

- ・協会の運営は、かつては国から補助金をもらっていたが、現在は会員企業からの会費のみである。

大人向けの食育活動については、大人向けのプログラムを開発し、会員企業中心に、実費で社員研修の一環として活用してもらっている。子供向けと同じように、ツール、指導マニュアルや講師をまとめて提供できる形をとっている。

(4) 野菜需給協議会現地協議会について

事務局から、資料4に基づき、2月14日に茨城県下で開催された野菜需給協議会現地協議会について報告。

(5) 平成29年度の指定野菜の需要及び供給の見通し等について

農林水産省から、資料5に基づき、3月15日に公表された「平成29年度の指定野菜の需要及び供給の見通し」及び「需要の変化に対応した野菜の生産・流通方針」について、説明。

(6) 野菜の需要動向について

ア カット野菜の需要動向等について

農畜産業振興機構野菜需給部から、資料6に基づき、以下のとおり説明。

- ・野菜の需要のうち、加工・業務用の割合は増加してきており、約半分を占めるまでになっているが、カット野菜については、過去の野菜需給協議会の場合でも、これまでは野菜が高値の時に売れていたものが、消費者の簡便化志向等もあり、野菜が安値でも売れるようになっており、今後、需要が伸びるとの意見があった。
- ・こうした状況を踏まえ、実態がよく分かっていないカット野菜の需要構造を把握するため、いくつかの調査を実施した。
- ・一つは、全国のカット野菜製造業者に対するアンケート調査で、カット野菜を製造・販売する110社から回答を得た。
- ・その結果、カット野菜製造を兼業で実施している社が半数を占めてお

- り、また、7割が事業を拡大したいとの回答があった。
- ・原料野菜の使用比率は、キャベツが最も多く、次いでたまねぎ、だいこん、レタスが続いた。
 - ・原料調達先は、仲卸や卸が多く、次いで生産者個人・任意グループ等、農業生産法人、農協・経済連と幅広く調達していた。
 - ・原料野菜の取引方法は、調達額ベースで、契約取引が半数、市場取引が4割を占めていた。
 - ・輸入原料野菜は、たまねぎが最も多く、次いでしょうが、にんじん、レタス、ねぎと続いた。
 - ・カット野菜製品の販売先は、外食事業者が最も多く、次いで量販店・スーパー、弁当・惣菜事業者、給食事業者、コンビニエンスストアと続いた。
 - ・もう一つの調査は、全国の消費者1,500人に対するインターネットを使ったアンケート調査で、カット野菜の購入利用実態を調査した。
 - ・アンケートの結果、袋入りサラダといった簡便野菜は、男性の独身者・単身者、共働き女性の購入頻度が高く、また60代～70代では、購入したことがない人の割合が高い一方で、週に3～4回程度購入している人の割合が高かった。
 - ・鍋物セットは、購入頻度が全体的に低く、全体の半数以上が「購入したことがない」又は「わからない・覚えていない」と回答した。
 - ・野菜カップサラダは、男女ともに独身者・単身者での購入頻度が高かった。
 - ・ポテトサラダは、男性の独身者・単身者と共働き世帯の購入頻度が高く、女性の独身者・単身者と専業主婦の購入頻度が低かった。
 - ・簡便野菜を購入する際の1品当たりの価格は、100円未満が2割、100～200円未満が半数であった。
 - ・カット野菜を利用する理由は、「家庭での調理時間を節約できるから」が最も割合が高く、次いでポテトサラダを除き、「生鮮品を使用して調理すると1回で使い切れないから」が続いた。
 - ・簡便野菜の今後の利用回数は、「変わらない」という意向が大半を占める中、男性の独身者・単身赴任者は、「減らしたい」と考えている人より、「増やしたい」と考えている人の割合が高かった。
 - ・カット野菜製造業者へのアンケート結果及び実需者への聞き取り調査並びに商業動態統計調査を利用して、カット野菜の市場規模を推計した結果、カット野菜原料の市場規模は約600億円、カット野菜製造業の市場規模は約1,330億円、カット野菜販売の市場規模は約1,

900億円と推計された。

イ 主な意見等

【中村座長】

- ・カット野菜の輸入原料についての分析はどうか。

【野菜需給部】

- ・回答のあった110社の原料野菜は約22万トンで、輸入原料はたまねぎが約半分となっているが、全体で約3万8千トンであることから、輸入原料の割合は16%程度となっている。

【一般社団法人ファイブ・ア・デイ協会】

- ・今回の調査はスーパーも対象としているのか。ポーション・インジケータの取組みに関連して、スーパーでの売上規模に興味がある。

【野菜需給部】

- ・最初に説明したアンケート調査は、カット野菜の製造事業者を対象にしており、スーパーは調査対象となっていない。なお、最後に説明した市場規模の推計に当たってスーパーでのカット野菜の売上比率の数字を用いているが、これは大手量販店からの聞き取り調査の結果を用いている。

(7) その他

事務局から、資料7に基づき、各種統計等における野菜の定義の違いについて説明。

以上