

野菜シンポジウム ～魅力ある野菜を届けるために～

「やさいの日」（8月31日）にちなんで、野菜の生産・流通の現場の取組みを紹介し、関係者による消費拡大を促す観点から、イイノカンファレンスセンター（東京都千代田区内幸町）において、野菜需給協議会（野菜に関係する生産者団体や流通団体、消費者団体等で構成）及び（独）農畜産業振興機構の共催で、「野菜シンポジウム～魅力ある野菜を届けるために～」を開催した。（写真1）

当日は、170名を超える方々にご参加いただき、榎本房枝氏（写真2）から女性農業者としてお客様にどのようにして野菜の魅力を伝えているかについて、また、藤村亮太郎氏（写真9）から美味しい野菜を楽しんでいただくため、生産者団体と食品メーカーがタッグを組んだカット野菜企業が、どのような取組みを行っているかについて、それぞれ御講演をいただいた。

また、全国農業協同組合連合会とキューピー株式会社の御協力により、参加者の皆様に生鮮野菜や調味料などをお持ち帰りいただいた。

講演の概要については、以下のとおり（敬称省略）。



写真1：理事長の挨拶で始まった野菜シンポジウム

講演 1

【講演者】榎本 房枝（榎本農園）

〈演目〉 農業女子的野菜の魅力を伝え方

～小さい農家の情報発信と提案方法～



写真1：榎本様の講演の様子

【プロフィール】

- ✓ 400年続く榎本農園の娘として生まれ、高校時代より食に興味があり、卒業後はホテルの料理人となる。
- ✓ ホテルのレストランサービスやフロントスタッフとしても働き8年前に実家に戻り就農。その後、父が他界したため、弟と2人で榎本農園を引き継ぐことに。
- ✓ 40年前から無農薬で野菜を栽培。
- ✓ 現在、ハウスでは20種類ほどのミニトマトを栽培。ほぼすべての販路開拓を担当。
- ✓ 調理師、野菜ソムリエ、ベジフルティーチャーの資格を持つほか、農林水産省農業女子プロジェクトメンバーとして多数のイベントやメディアに出演し、農業をベースに情報発信している。

【海外での経験を活かして】

さいたま市のトマト農家の長女として生まれ、県内の農業高校を卒業後は、レストランに料理人として就職しました。しかし、周りの料理人の野菜の扱い方や料理方法などに疑問を抱いたこともあり、単身、ヨーロッパ20か国500都市を巡り、ファーマーズマーケットで日本に流通していない野菜を見たり、

一般のご家庭でその土地の郷土料理を食べたりしながら海外の食や食文化の勉強をしました。

帰国後は、海外での経験を踏まえて、お客様にお皿の上の料理をどのように表現すれば喜ばれるのかを勉強するために那須高原のホテル（写真3）のサービススタッフとして働くこととしました。（写真4）



写真3：那須高原のホテル（全景）



写真4：ホテルで提供された料理

【榎本農園での取組み】

さいたま市の実家では、父親が大玉トマトを中心とした農業を行っていましたが、父親が他界し弟と2人で農園を引き継ぎました。しかし、これまで契約していた業者から契約解除を言い渡されました。そこで、小さい農家としてどう生き残るかを考え、これまでの自分の経験から、今後、レストランなどに供給するには、ミニトマトづくりしかないと考えました。

当時は、400坪のハウスで20種類ほどのミニトマトを生産（写真5）していました。この規模は、埼玉県内ではありませんでした。また、12月に収穫するトマトは、他の産地とあまりかち合うことがなく、レストランからの需要が見込めると思い、様々なレストランにトマトを持ち込み、気に入れば使っていただく営業スタイルをとりました。

それは、自分の経験から料理人と取引のある農家との関係も理解しているので、他の人の市場を荒らすことはしなくなかったからです。

その中で、他の農家がない独自性を出すため、皮が非常に薄く市場流通が困難なトマト（品種：プチぷよ）を生産することを考えました。そこで、宮城県の種子会社に相談したところ、「栽培が非常に難しいので、こちらに来て栽培の勉強をしないと種子の提供はできない」とのことだったので、生産担当の弟に栽培技術の習得を託し、約2年前から種子を提供してもらうこととなりました。

昨年2月の大雪で倒壊したハウスの再建も進み、新しい農法にも取り組むこととしています。



写真5：榎本農園内のビニールハウスで栽培されているミニトマト（右絵：プチぷよ）

【シンガポールへの進出】

「プチぷよ」を生産していく中で、農園に訪れた方の中にシンガポールなど万の料理長になられる方が

おり、シンガポールのシャングリラホテルなど方に赴任後にその方が日本の料理を知ってもらおう内容の企画書を当ホテルに提出したところ、この企画が採用されて、今年の4月から榎本農園フェアと称したメニュー提案（写真6）を行ったり、料理教室を開催しました。

開催に当たり「プチぷよ」などの野菜をどのようにしてシンガポールまで輸送すれば良いのか考えていたところ、料理長が全て段取りして頂いたため、段ボールに自分で生産した野菜を詰めて築地の市場に運ぶだけでした。現在でも、毎週シンガポールへ輸出しています。

1週間のフェアでは、榎本農園で生産したトマトを中心に料理長とも相談しながら料理を提供しました。1万円からのランチメニューや、2万円からのディナーメニューなど高額な設定でしたが、中には毎日来られる富裕層の方がおられ、値段のことや毎日同じ様なメニューであきないかと質問したところ、「この料理は、1週間しか食べられず病気になるくらいなら、安心して安全な料理を食べる方が良いので高いとは思わない」とのことでした。

また、現地駐在の日本人やシンガポール人の方を対象に料理教室を開催しました。そこで、シンガポールの方から、なぜ日本の野菜は高いのかなどコスト重視の質問を多くいただきましたが、「飛行機便での輸送」や、「安心安全に生産する」ためのコストがかかることを説明して理解を求めました。

さらに、日本では、まだまだ新聞やテレビでの宣伝効果が大きいですが、シンガポールではブログやYouTubeなどのSNSの効果が大きくホテル側も大事にしていることが印象的でした。（写真7）



写真6：榎本農園フェアでのメニュー提案



写真7：ブログ用の写真撮影

【農業の魅力を伝えるための様々な活動】

私は、これまでの経験などから、自家販売や直売所での販売、レストラン、大量に使用する結婚式場など、提供先の違いに応じて、野菜の品種を考えて定番野菜や新しい品種、伝統野菜を生産し販売しています。

また、野菜の生産以外にも、野菜を練りこんだ田舎饅頭を作りJA直売所などで販売し、シンガポールのなだ万以外にもフレンチ店などとの連携や、農家レストランの経営を行うなど、今言われている6次産業化の取組みも以前より行っています。

さらに、農林水産省の農業女子プロジェクトのメンバーとして、農業を行っている女性の活性化につなげていきたいと考え、企業と一緒に女性が農業を楽しく行うために様々な活動（写真8）に参加しています。例えば、井関農機とはトラクターを、シャープとは洗濯機を、丸山製作所とは草刈り機など様々な開発を行っています。

また、サカタのタネからは、新しい種子を提供していただき、全国の農業女子が地域ごとの栽培や販売方法などを検討しています。

周りに民家が並ぶ都市近郊の1ヘクタールしかない小さな農家として、生き残るためには何が必要か常に考えています。重要なことはたくさんありますが、その中で一番重要なことは情報発信と考えています。現在でも、ブログなどのSNSで毎日新しい情報を発信し、全国から情報を必要としている方がたくさんいる

ことを知りました。これからも、自らがやらなければならないことの実現に向け頑張っていきたいと思いません。

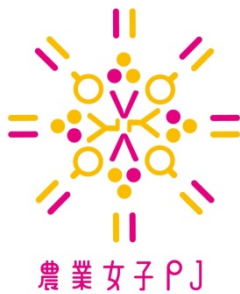


写真8：農業女子プロジェクトでの活動状況

【主な質疑応答】

Q：プチぷよを段ボールで輸出する際には、検疫等の問題はなかったか。

A：毎年輸出しているが、これまで特に問題はない。

Q：プチぷよは、輸送の衝撃で傷みやすいが、海外への輸出方法は。

A：プチぷよは、2～3日で傷むので通常は直売所等でしか販売できない。そのため、輸出時は、特殊な一個入れのイチゴパックに入れるか、若しくは個別にティッシュ等に個包装してパッキングしている。

講演 2

【講演者】藤村 亮太郎（株式会社グリーンメッセージ）

《演目》 おいしい野菜を楽しんでいただくために
～サラダ野菜メーカーの取組み～



写真9：藤村様の講演の様子

【プロフィール】

- ▶ 2001年にキューピー（株）に入社後、家庭向けパッケージサラダ「（株）サラダクラブ」の商品開発や鮮度保持のための包材の研究などに取り組む。
- ▶ 野菜の「おいしさ」、「簡便性」、「機能」を引き出し、野菜の魅力を消費者へお届けするため、原料・処理・流通方法等の研究に取り組む。
- ▶ 現在は、JA全農とキューピー（株）による合弁会社である、業務用サラダ野菜メーカーの「（株）グリーンメッセージ」において営業開発に取り組む。
- ▶ 野菜を愛し、野菜の気持ちになって、アイデアを創出している。

【（株）グリーンメッセージの成り立ち】

野菜の消費量は、食生活の多様化や食の外部位化、子供の野菜嫌いなど様々な要因により減少傾向で推移しています。このままでは、農業の衰退や食への関心の低下、生活習慣病の増加などで、ますます野菜の消費量が減少する負のスパイラルに陥ります。また、我々野菜メーカーを取り巻く環境を見てみると、異常気象

などにより野菜の価格の乱高下が顕著になっています。

一方、野菜の売り場を見るとカット野菜は、女性の社会進出や高齢化、核家族化を背景に、すぐに料理ができる手軽さなどから販売面積が大きくなっています。(写真10)

しかし、カット野菜を使っている中食や外食業界では、人手不足の問題があると思われます。特に、外食の現場では、野菜を切る技術、手間、時間などが問題となっています。

このため、食の外部化やライフスタイルと社会構造の変化を踏まえて、原料調達に強いJA全農とサラダ製造に秀でたキューピー(株)の合併により(株)グリーンメッセージが設立され、5月から工場(神奈川県大和市)を稼働しました。(写真11)

社名は、消費者の想いをつなぐ野菜工場になりたいと考え、野菜のグリーンと想いを伝えるメッセージを組み合わせるグリーンメッセージと命名しました。また、ロゴについては、色々な種類の野菜がハートのマークとして想いをつなげるという意味です。(写真12)

(株)グリーンメッセージでは、サラダ用の生野菜を中心として、品質レベルが高く求められるアイテムの分野で活躍したいと考えています。特に、中食、外食で需要が多いネギの安定供給や、コンビニエンスストアなどへ野菜を多く使用したサンドウィッチやサラダのメニュー提案など行っていきます。

【こだわりの取組み】

(株)グリーンメッセージの特徴は3点あります。一つ目が、JA全農による安定した原料調達です。二つ目が、キューピー(株)がこれまで培ってきた生産技術です。三つ目が、安定した原料調達としっかりとした生産技術による、野菜本来の味を提供することです。

一つ目の原料調達ですが、国産野菜に限って言えば、国内最強の集荷能力を持つJA全農の原料調達により、得意先に安定した供給ができることが特徴です。

調達については、一般的には段ボール(15kg)での輸送が主流ですが、当社では、鉄コン(350kg)を使用することにより、段ボール代の削減や、産地での段ボールへの箱詰めの手間や、当社の段ボールからの搬出の手間を省くことにより、様々な無駄を排除してお客様にフィードバックしていきたいと考えています。

しかし、鉄コンはキャベツ等の硬い野菜でしか実現できず、現在は、キャベツでテスト的に実施(写真13)しており、今後、様々な品目に広げていきたいと考えています。

二つ目が、これまで培ってきた生産技術による、温度管理と品質管理にこだわった安全と安心の担保です。

主力である、レタスやキャベツは、産地での収穫後に真空予冷して



写真10：カット売場の状況



写真11：会社の概要



写真12：会社のロゴマーク



写真13：キャベツを鉄コンで輸送



チルドのトラックで配送されてきます。

しかし、工場の屋外で荷卸しすると、コールドチェーンが途切れてしまいます。当社としては、少しでも温度のぶれがないよう、工場内に10トン車でも荷卸しできるスペースを確保しています。(写真14) 写真14：屋内で荷卸しの状況

また、工場内の衛生エリアでも、エリア内の移動を制限して安全・安心を担保しています。例えば、衛生エリアの低い部屋から高い部屋への移動のドアには取っ手がなく(写真15) 物理的に移動ができなくなっており、一度入室準備室に戻り再度消毒を受けなければいけないシステムとなっています。

さらに、工場内には異なる色のホースが3本あり、青色のホースは常温の水で清掃用とし、白色のホースは5度以下の冷水とし、緑色のホースが5度以下の殺菌水とするなど、野菜の殺菌や器具の消毒など工場全体の衛生管理を行っています。(写真16)

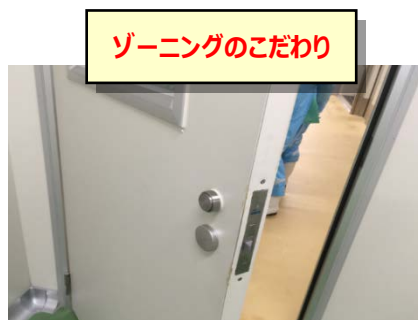


写真15：取っ手のないドア



写真16：色分けして用途は明確

三つ目が、野菜の特性を理解した必要最低限の洗浄や野菜の細胞を壊さないようにカット方法にも工夫を行いながら野菜のおいしさをお客様にお届けしています。

カット野菜は、洗浄などでダメージを受けやすいので、野菜の特性を理解した上で、しっかりとした製造方法により安心安全を担保しておいしい野菜を提供することが重要です。

カット野菜の工程において、原料の入荷や、カット、洗浄など様々な工程の中で品質に影響を与える因子(写真17)はたくさんありますが、今回は、カット工程に着目してご説明します。

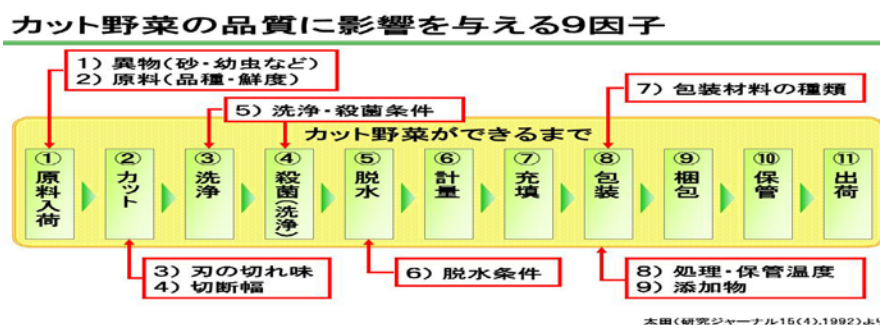
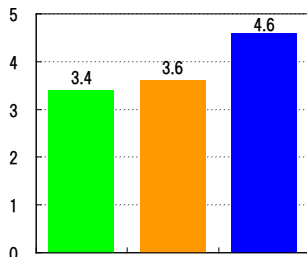


写真17：カット野菜の製造工程で品質に影響を与える9因子

野菜をカットする際、手ちぎり、鋭利な刃、余り鋭利でない刃によって保存後のカットレタスの変色に違いがあります。キューピー(株)で行ったレタスを対象とした実験結果では、鋭利な刃で切ったものが最も変色が妨げられる結果となりました。また、第三者が行った、レタスを様々な方法にカットした場合の経時変化を見ても、鋭利な刃で切った方が日持ちする結果となり、手ちぎりが一番日持ちしない結果となりました。(写真18)

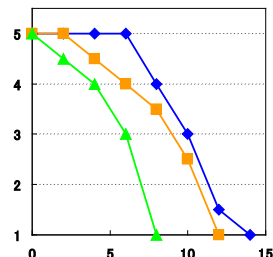
このポイントは、いかに野菜の細胞を傷つけないでカットすることができるかだと思います。



※試験条件: 10℃×96h

※対象野菜: レタス

出展: キューピー(株)社内報告書



経過期間(day)

※保管温度: 5℃

※対象野菜: レタス

太田: 研究ジャーナル 15(4), 1992 より



野菜本来の風味、食感、外観
をそのままお届けします

写真18: カット方法の違いによる野菜への影響の調査結果とボリューム感のあるキャベツの様子

【立派な建物ではなくパートナーさん】

従業員を大切にされたキューピー(株)の創業者の遺志を引き継ぎ、当工場では、従業員をパートナーさんと呼んで、会社の想いを共有して一緒に働いています。例えば、働く場所は10度以下のため、休憩所などでは、暖の取れる場所等にこだわって作っています。また、家族見学会において、会社のことを知ってもらうため試食会を開催するなど、家族の方にもファンになってもらうよう取り組みを行っております。

【ロメインレタスの展開】

キューピーグループとして、これまで、水菜やゴーヤ、ズッキーニなどの魅力を紹介してきましたが、今年からはロメインレタスの魅力をお伝えする取り組みを行っていきます。

ロメインレタスは、生食用ではシーザーサラダが代表的ですが、加熱してもボリューム感もある美味しい野菜です。

今年から7月4日をシーザーサラダの日(写真19)として、今後とも、メニューの提案をさせていただきます。

それ以外にも、全農のアンジェレというトマトなど、あまり知られていない食材のメニュー提案を行い、野菜の魅力を最大限引き出して、お客様の豊かな生活に貢献し、農業と野菜の魅力を引き出し、離れているお客様と野菜の距離を近づけるため、おいしいサラダ野菜を提供していきたいと思っています。

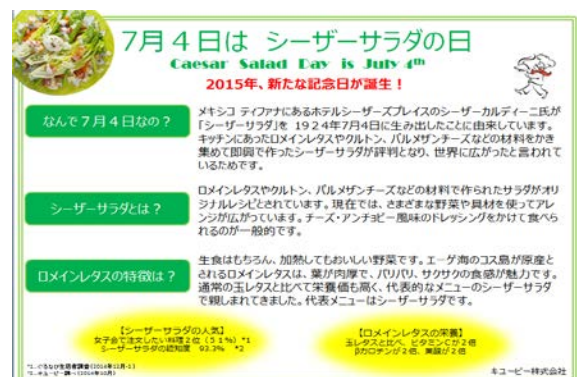


写真19: 新たな記念日の誕生

【主な質疑応答】

Q: メニュー提案や商品開発に取り組む際の判断基準はあるか、市場調査の結果なのか。

A: 専門的な調査スタッフはいないので、一例としては、調味料との相性を考え、多少認知度があるがこれまで食べ方の提案がなかった食材を中心に検討する。

Q：野菜には市況変化があるが、元気で健康な産地づくりへの貢献という企業理念の具体策としてどのような取り組みがあるのか。

A：市況には高低があるが、産地と契約取引を行うことで、生産者には安定的な収入が見込め、メーカーには安定的な供給ができると考えている。

Q：カット野菜の消費期限を長くする取り組みで、鋭利な刃物でカットすることや、コールドチェーンを紹介いただいたが、他に何か参考となる取り組みはあるか。

A：たくさんの取り組みがある。切れ目ない温度管理や、良い原料を使うことも重要。魔法のような特別な決め手はなく、産地からお客様までのトータルで基本に忠実が大事である。これだけやれば大丈夫という事柄はない。