

視 点

農産物の生産と販売を結びつける取り組み

加工・業務用野菜の
生産と販売のマッチング

～加工・業務用における国産野菜のシェア拡大に向けて～

わが国では、生活様式の変化によって食の外部化が進んでおり、食料消費の用途別支出割合でみると、外食・調理食品の需要が増加している（図－1）。また、野菜の需要も、家計消費から加工・業務用に変化し、最近では全体の過半を加工・業務用が占めている（図－2）。

しかし、野菜の加工・業務用への需要が増大するなかで、輸入野菜との価格差や実需者ニーズへの対応の遅れなどにより、加工・業務用の国産野菜の使用割合は減少している（図－3）。平成17年の加工・業務用野菜の内訳をみると、輸入生鮮品は80万tであり、輸入生鮮野菜（100万t）の8割が加工・業務用として使用されているということになる（図－4）。

また、平成19年以降は、中国製食品の安全性への危機

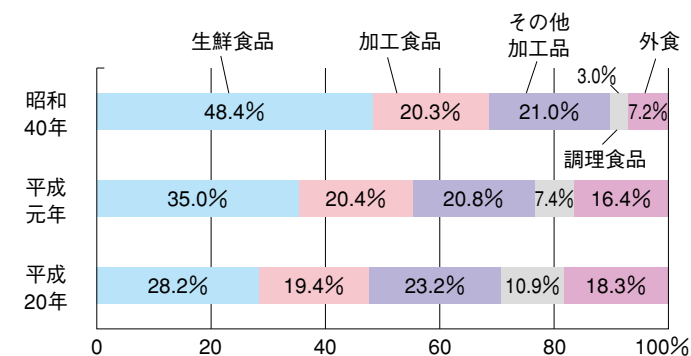
などから輸入野菜の数量が減少し、国産農産物の販売を拡大する好機であったが取り組みが進まず、平成22年には猛暑の影響で生産量が減少し、野菜の輸入量は265万tで、生鮮野菜も82万t輸入された（表－1）。

農林水産省が実施した国産野菜の使用割合を増やすアン

表－1 平成22年の野菜の輸入数量 (単位：万t)

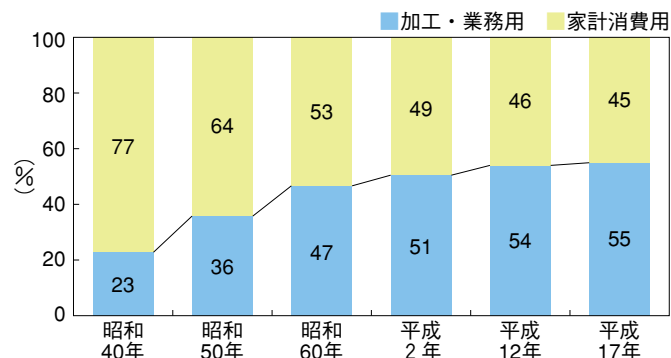
輸入野菜	うち輸入生鮮品						小計
	たまねぎ	にんじん・かぶ	ねぎ	キャベツ	ばれいしょ	その他	
265.4	33.9	6.5	5.0	2.3	0.2	34.1	82.1

資料：財務省「貿易統計」のデータ引用



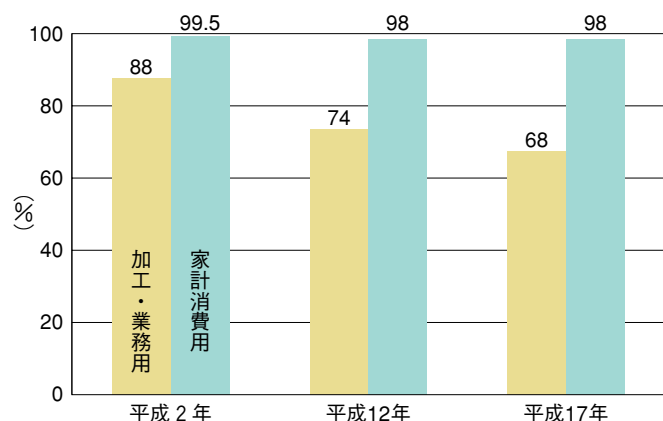
図－1 食料消費の用途別支出割合

資料：総務省「家計調査」



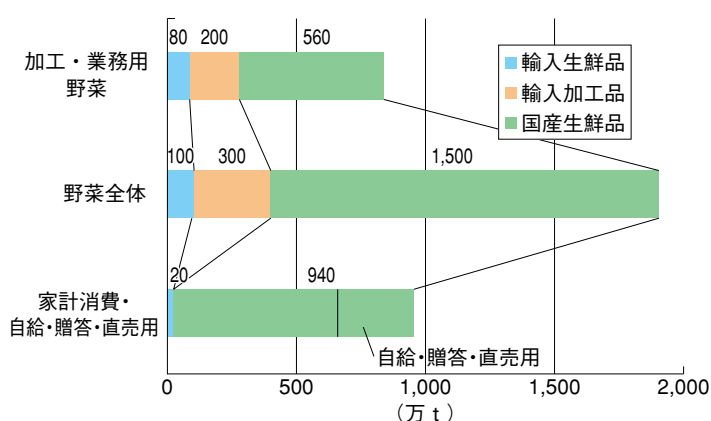
図－2 野菜の加工・業務用需要の推移

資料：農林水産政策研究所（昭和40年～60年は生産流通振興課推計）



図－3 主要野菜における国産の割合

資料：農林水産政策研究所



図－4 野菜の用途別数量（平成17年）

資料：「業務・加工用野菜（農文協）」データを加工
※国産生鮮品300万tは自給・贈答・直売分

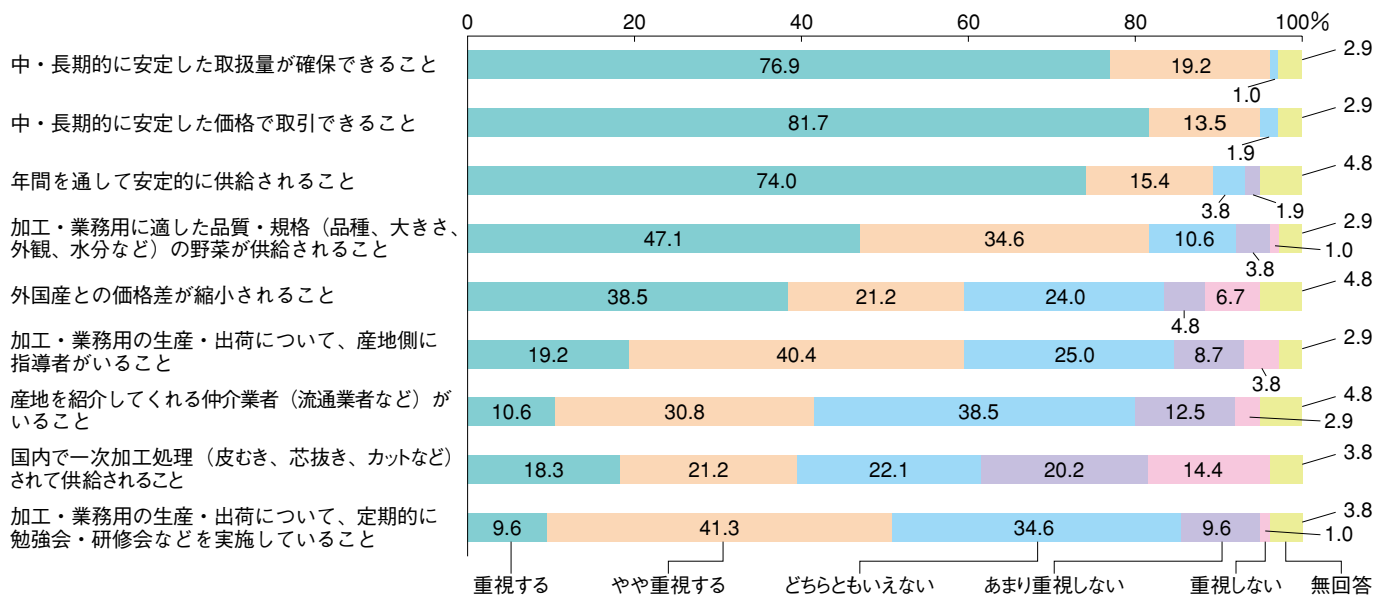


図-5 国産野菜の使用割合を増やすうえで国内産地に求める条件 (食品製造業)

資料：農林水産省「平成20年度 加工・業務用野菜の取扱いに関する意識・意向調査結果」

ケート調査によると、9割が「中・長期的に安定した取扱量が確保できること」「中・長期的に安定した価格で取引できること」「年間を通して安定的に供給されること」を「重視する」または「やや重視する」と回答しており、実需者ニーズへの適切な対応が必要であることがわかる (図-5)。

全農では、加工・業務用野菜の国産農産物の割合を増加させ国産農産物の販売強化につなげるために、県連、全農県本部と一体となって公的研究機関、取引先と連携しながら、生産と販売のマッチングにより国産農産物の販売拡大を実践する (図-6)。

た農産物供給および商品提案 (共同開発含む) を行う。

低コスト生産体系の生産現場への提案

新品種、新技術の導入と機械化一貫体系による肥料、農薬、園芸資材、農業機械などのパッケージ化による低コスト生産体系を生産現場へ提案する。全農との契約栽培に基づく生産物の集荷を行うことにより、生産者の農業所得の維持・向上につなげる。

販売

全農の販売部門が窓口となり、実需者と連携した加工・業務用野菜の年間リレー出荷による周年供給体制を構築する。

重点品目

重点品目は、たまねぎ、キャベツ、じゃがいも、にんじん、長ねぎの5品目とする。

生産者

契約栽培に取り組む生産者は、①野菜の機械化一貫体系による省力低コスト生産に柔軟に対応できる水稲複合経営を行う組織的な農業生産法人②加工・業務用野菜に柔軟に対応できる野菜栽培の個別経営を主体とした農業生産法人とする。



以上のように、全農は外食・調理食品の需要と輸入生鮮品の割合の高い加工・業務用野菜をターゲットとし、生産現場と実需者間のマッチングを行うことにより、国産農産物の販売拡大につなげていく。

【全農 営農販売企画部 事業企画課】

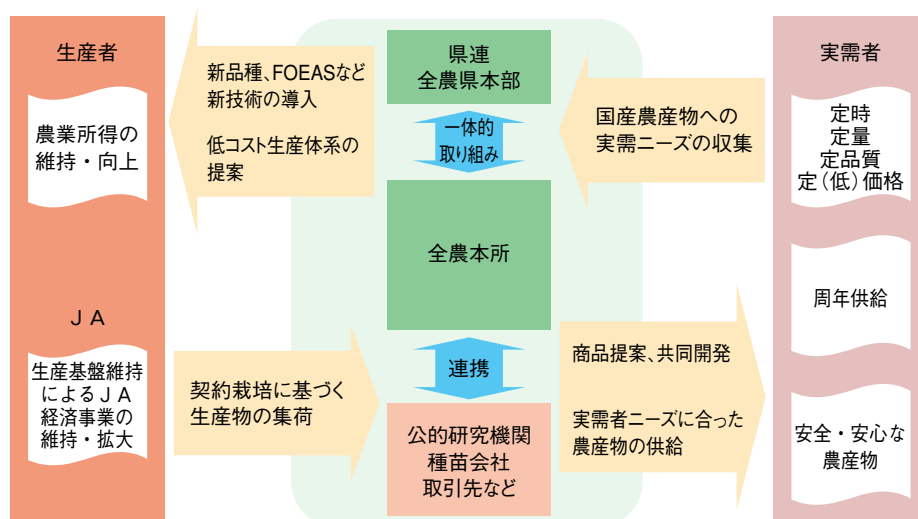


図-6 生産と販売のマッチングによる国産農産物の販売拡大

具体的には、次のように取り組む。

実需者ニーズの収集と商品提案

作物別に「定時・定量・定品質・定(低)価格」「周年供給」「安全・安心な農産物」などの国産農産物へのニーズを収集し、具体的な取引先別、作物別の品質・量・価格・出荷時期などの目標を設定し、実需者ニーズに合