

【研究ノート】

国産業務用野菜（主要 6 品目）の取引実態と利用促進の条件

種市 豊*

- | | |
|------------------------------|---------------------------------|
| 1. はじめに | 引（国産利用型） |
| 2. 業務野菜の概況―業務用と青果用の需要の差異― | (3) タイプ 3 カット野菜業者を経由した取引 |
| (1) 6 品目に求められる業務用需要 | (4) タイプ 4 産地との直接取引 輸送 |
| (2) 農協・実需者ヒアリングに基づく業務用野菜の類型化 | 包装削減、産地提携の国産利用型 |
| 3. 業務用野菜の取引タイプ | (5) タイプ 5 カット業者を主体とする |
| (1) タイプ 1 給食業者のケース（国産・輸入併用型） | 総菜業者（国産・輸入併用型） |
| (2) タイプ 2 卸―大手外食産業での取 | 4. 考察―産地の取り組み実態と課題― |
| | 5. むすび―業務用野菜における国産振興の課題と今後のあり方― |

1. はじめに

近年、共稼ぎ世帯の増加、子供の教育などで「個食化」、「外食・中食中心」など食生活のパターンが複雑化している。中食・外食・給食等を中心とした食の外部化は、財団法人外食産業総合調査研究センターの推計によると、昭和58年の34.8%から平成12年の42.7%へ上昇している。これにより業務用野菜の需要が大幅に伸びている。そのような状況下で農林水産省『食料需給表（平成15年度）』によると、野菜の自給率は昭和40年度が100%に対して、平成15年度82%と低下している。以前は、業務用野菜というのは「売れ残り野菜」や「余り物」の放出といったものが主体であった。しかし近年は、「高付加価値化」、「高級食材への追求」の高級品追求型、もしくは「いかにリーズナブルで安価であるか。」、「決まった値段でどれだけの物が提供できるか。」の価格先行型に二分した。「食の安心安

* (社)農協流通研究所（たねいち ゆたか）本学大学院農業経済学専攻 修士課程平成12年3月修了

Key Words：1）加工・業務用野菜、2）商物分離、3）コスト削減

全の追求」や「食の多様化」などがきっかけとなり、業務用野菜の需要は更なる複雑な変化を遂げた。前者は、減農薬・トレーサビリティができるなど高付加価値化された品物が一つの売れ筋商品となりつつある。このカテゴリーに当たる商品は、国産品への需要が非常に高い。後者は、価格重視であり、リーズナブルかつ加工特性が優れたものが重要視される。両者共に、カット・裁断時には機械を利用するため厳密な規格が要求される。また、現在の市場出荷を基調とした流通システムでは流通コストが割高となり、産地への厳しい負担を強いられるため、企業においては取引形態に応じた更なる流通効率の向上が求められる。不況・デフレ傾向が続く現在、低価格取引・定時定量供給が実現可能な国産品もしくは、低価格かつ一定量の供給が約束される輸入品利用中心型となりやすい。格差社会と言われる現社会情勢下においては、価格重視型は高級指向型に比べ未だに強い。本稿ではそれをふまえた上で、たまねぎ、トマト、にんじん、ねぎ、レタス、ブロッコリーの主要6品目について、国産業務用野菜の流通経路、取引手段、価格、産地から消費地までの取引実態と利用促進の条件のパターン化した把握を提示したい。(社)農協流通研究所「青果物流通追跡調査(平成16年度)」のほか国産業務用野菜流通に関する研究業績¹⁾に依拠しているが「パターン化された実態把握」は未だほとんどなされておらず、本稿は新たな貢献を目指そうとするものである。

2. 業務野菜の概況―業務用と青果用の需要の差異―

野菜は、業務用と家庭用とに大別される。その差異は、表1に記載しているとおりである。また、「第3回野菜政策に関する研究会」(平成15年4月23日)配付資料によると実需者からみた青果用と加工・業務用の特性は、「品質については、各用途に対応した内容」、「出荷形態については、ばら詰め、通い容器等」、「取扱形態については、カット等多様な一次加工」、「出荷形態や出荷量については、加工施設の稼働状況や外食・中食メニューの安定提供に対応した定時・定量」とされている。外観・原体重視の家庭用とは大きく異なる²⁾。

(1) 6品目に求められる業務用需要

業務需要への対応で共通していることは、作型、品種、産地、大型サイズ、高い歩留まり率、低価格、簡素な輸送包装等への要求がある。また、産地側でもコスト削減に向けた新技術の導入、施設の改善につとめている。

①たまねぎ

たまねぎは、芯ぬき(天地おとし等の中途加工処理を含む)・皮むきなど多様な形態で

表 1 実需者からみた青果用と加工・業務用の主な特性

	青果用	加工・業務用
品種内容（品種、規格等）	・ 外観等をより重視	・ 用途別に多様 ・ カット・冷凍原料では歩留まりを重視 ・ ジュース原料では製品としての色、食味を重視 ・ 外食・中食等の煮物用では煮くずれしにくい品種等を重視
出荷形態（荷姿等）	・ 個数を重視 ・ 袋詰め、小分け包装 ・ ダンボール	・ 重量を重視 ・ ばら詰め、無包装 ・ 通い容器
取扱形態	・ 原体（ホール）	・ 皮むき、カット、冷凍、ペースト等の一次加工が行われたもの
生産量変動への対応	・ 出荷量に応じた対応	・ 定時・定量（周年安定供給）
価格変動への対応	・ 販売単位（数量）の変更による仕入価格変動への対応	・ 定価（中・長期的安定価格）

出典：「野菜政策に関する研究会」第 3 回（平成15年 4 月23日）配付資料

入荷している。しかし、国産品に関しては原体、輸入品は中途加工された物が主体である。国産品は、未加工の割に価格が輸入より高いため、輸入品が好まれる傾向にある。各産業別に見た仕入概況は、カット業者・給食業者では、たまねぎ専門業者、輸入商社からの仕入が多い。カット野菜業者の中には、中国産の方が品質等の安定があり、歩留まりが良いため加工適性が優れていると答えたところがあった。中食業者、外食業者は、カット野菜業者からの仕入が中心である。国産の産地は、北海道が一番多く、次いで近隣からの産地と答えた業者もあった。輸送包装の大幅な簡素化が進んでおり、低コスト化が可能な品目である。主な産地は、北海道・関東近県。輸入産地は、中国である。

② トマト

トマトは、サラダなどの非加熱利用が大きい品目である。そのため、非加熱は品質、日保ち等加工に適した国産品の利用が強く、加熱物は輸入と使い分けがされている。しかし、用途がサラダ・一部加工用と用途が極めて少なく、カット業者以外は契約取引が難しい。そのため、カット野菜業者より購入もしくは卸売市場経由が主体となっている。国内産の主産地については、関東近県や九州が多い。輸入品は、不足時や端境期の利用が主体である。主な相手国は、米国、ニュージーランド等である。輸入トマトの価格例としては、船便237.5～273円/kg、航空便575円/kgである。

③ にんじん

にんじんは、原体・首おとしのどちらかでの形態の購入が多い。生食からジュースまで

の多種多様な用途がある。ジュース需要に関しては、その時々トレンドもあり完全な国産対応が非常に難しく、小田によると大手野菜ジュースメーカーがアメリカとオーストラリアにジュース工場を保有し、そこで濃縮した加工原料を輸入しているという³⁾。中食業者は、カット業者の利用が多い。カット業者の中には、中国産の品質が安定しており、歩留まりも良いため加工特性が優れていると答えたところもあった。国内産地は、関東（周年）、北海道（春～秋）等であった。輸入の産地は、中国、オーストラリアが多く見られた。輸送包装の大幅な簡素化が可能であり、国内産の最低取引価格は、事例では65円/kg（規格、輸送包装等を大幅に簡素化したもの。C品。平成16年）であった。コンテナ利用が進んでおり、流通の効率化が進んでいる。

④ねぎ

ねぎは、以前は国産品利用が非常に強い品目であった。近年は、中国からの輸入が急増している。輸入品の価格は、国産の半額以下であり、国産に比べ入手も容易である。特に、立ち食いそば屋や外食でのねぎの利用は輸入品のみと答えた業者が多い。外食業者は、少量利用であるため産地との直接取引のメリットは得られない。カット野菜業者のような多数の業者とのやりとりがある時のみで直接取引の効果が現れる。国産の産地は、関東（春、秋）北海道（夏～秋）などである。包装資材面で通いコンテナ等の利用により、輸送コストの低減が図られている。また、2005年3月に農林水産省から発行された野菜政策に関する研究会『野菜政策の基本的方向』によると、ねぎ調整ロボット導入等でねぎの生産費を300円/kg（平成12年）から210円/kg（平成14年）と3割削減させるなど農協側でもコスト削減がもっとも進んでいる品目といえよう。

⑤レタス

レタスは、サラダ用など生食需要が非常に大きい品目である。そのため、鮮度を重視する。利用範囲は狭いが、需要量は非常に大きい。海外産レタス（特にアメリカ産）は、品質も良く安定供給が可能な品目であるが、輸送・検疫・燻煙などで消費者が食する頃には相当味覚が落ちている。そのため、国産→輸入→国産への国産回帰が真っ先に進んだ品目である。カット野菜業者では、大量に発生するゴミの処理問題の関係から、大型（2L、L）で歩留まりの高いものの希望が非常に強い。加工用レタスは3～4割前後がゴミとして捨てられ、芯などは堆肥、その他は養豚業者に処理料金を支払った上で引き取られる。ゴミ削減のため、加工業者は大型レタスを希望する。しかし、産地サイドでは大型レタスの栽培は非常に大量の労力を要する。

⑥ブロッコリー

冷凍技術が確立しているため、輸入品でも品質は国産に限りなく同等である。価格に関

表 2 6 品目の集出荷・販売経費

区分	販売収入		集出荷・販売経費										生産者受取価格
	卸売価額	計	集出荷経費						販売経費				
			小計	包装資材費	選別・荷造労働費	販売管理費	その他	小計	出荷運送料	卸売会社手数料	その他		
青果物平均	100.0	97.7	43.1	25.3	6.7	12.3	2.9	3.3	17.8	8.2	7.6	2.0	67.8
野菜平均	100.0	97.6	46.6	26.7	7.6	12.8	2.7	3.5	19.8	9.7	8.1	2.1	64.8
調査6品目全体	100.0	97.2	45.1	28.1	8.2	14.0	2.3	3.6	17.0	7.3	8.2	1.5	67.5
にんじん	100.0	93.1	51.1	26.4	6.8	12.7	2.6	4.4	24.7	14.0	7.9	2.8	60.5
ねぎ	100.0	98.0	47.0	32.7	7.5	21.1	1.9	2.3	14.3	4.8	8.3	1.2	72.8
トマト	100.0	98.4	34.5	18.7	8.0	3.7	2.1	4.9	15.8	6.1	8.3	1.4	66.5
たまねぎ	100.0	97.2	46.8	20.3	7.0	6.0	2.0	5.2	26.5	16.5	8.1	2.0	55.8
レタス	100.0	98.5	51.7	33.2	9.4	19.1	2.5	2.3	18.5	8.5	7.8	2.1	67.3
ブロッコリー	100.0	95.8	47.4	31.7	9.9	14.4	3.1	4.4	15.6	6.3	8.2	1.1	66.9

出典：農林水産省統計情報部「平成15年度食品流通段階別価格形成調査（青果物調査）」

して輸入品（アメリカ産）は、国産品のおよそ半額程度である。加工需要での利用量が極めて少なく、契約栽培が非常に難しい。表 2 で示すとおり、「包装・荷造・材料費」が全経費の一割近くを占めている。稀に業務用需要が発生するのは、豊作時でスーパー・百貨店で品裁きが出来ないとき、農協が赤字で放出する場合のみである。近年、冷涼な酪農地帯での栽培が可能であることが判明したため、酪農の裏作として栽培実証をし、一部は地元ホテルへ出荷しているところもある。

以上のように、6 品目について集出荷・販売経費を見てみると表 2 で示すとおり、集出荷経費が野菜平均・青果物平均に比べやや高い反面、販売経費が低めであることが分かった。特に、集出荷経費の中で包装資材費や選別荷造労賃が非常に高めである。今後、これらのコストを低減することがキーポイントとなるであろう。

（2）農協・実需者ヒアリングに基づく業務用野菜の類型化

農協・実需者のヒアリング事例から、野菜の利用における考え方をみると、①国産品利用型、②輸入品利用型、③国産品・輸入品併用型に大きく 3 つに分けることができる。

①国産利用型

ア．国産品を利用する理由

国産利用を重視する理由として、契約取引の長年の実績から高品質低価格の商品を優先

的に入手できる。少品種大量型であるため契約取引がしやすい。安心安全や美味しさにこだわっている。産地が、希望するスペックや品質等へ柔軟に対応してくれるなどが挙げられた。以前の国産品の契約栽培は、栽培・契約方法などがアバウトで品質にも心配はあったが、近年は農家そのものの意識が変わりそのような問題もなくなった。

イ. 輸入品を利用する理由

端境期や不作の時は勿論であるが、価格条件が非常に厳しい場合や輸入品を利用するよう指示がある場合輸入品を使用することがある。品物によっては、品質が国産品以上と確認されたものは輸入品シフトになる可能性が高い。

②輸入品利用型

予冷技術が高いため輸入品は国産品同等の品質を維持できる。販売商品が低価格のために国産品の利用が難しい。近年のデフレ傾向、消費税の総額表示等の影響が大きく、コスト低減が余儀なくされているなど価格的条件が主な原因である。輸入品利用型業者が、国産品を使うケースは非加熱用商品が多く鮮度を求められたときである。マイナス面として輸入品は、商社を経由しているケースが通例であるが、自社輸入の場合に害虫等のトラブルでせっかく購入した商品を処分する場合があります、大損する。今後は、近年輸入野菜品質は大幅に向上しており、利用率を上げ、人件費縮小のため海外産地での現地カットや皮むき等を検討している。海外園地限定や国内の農場技術者を海外へ派遣し、産地指導に重点を置くなど国産利用に関して厳しい状況である。輸入品利用型の実需者では、人件費削減・衛生環境、ゴミ処理問題解決のためにカット野菜業者の利用も多くみられた。

③国産品・輸入品併用型

国産品・輸入品を併用して使うこのケースがもっとも増えている。国産の良い面と輸入のプラス面を共に生かせる。また、加熱・非加熱製品を販売している場合に使い分けができ極めて有利な方法である。国産輸入併用型を利用している大きな理由としては消費者の低価格志向が原因で国産品の利用が極めて難しいことなどが挙げられる。輸入から国産品への価格面でのシフト条件は、国産品価格が輸入品価格のプラス2～3割程度までである。

3. 業務用野菜の取引タイプ

(1) タイプ1 給食業者のケース（国産・輸入併用型）

給食業者A社は、大手企業グループB社の福利厚生・給食部門担当を目的とした企業で、数千名の従業員を有した国内トップメーカーの1つである。1日あたりの野菜使用量は大量かつ、カレーライスやラーメン以外は常に日替わりである。たまねぎ・ばれいしょなどは、毎日の利用量が大きくかつ予測しやすいため産地との直接取引が可能である。しかし、

① 卸売市場を経由したケース(メインルート)



② カット野菜業者を経由した場合(サブルート)

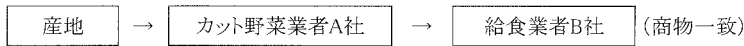


図 1 給食業者の取引パターン

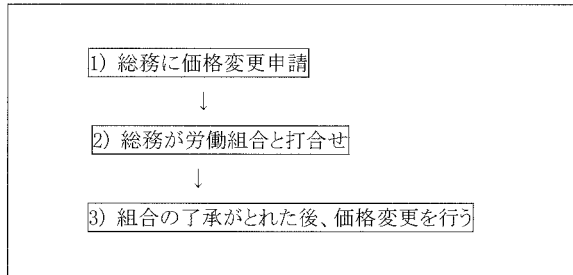


図 2 企業給食の価格変更に関する取り決め方法

注：筆者のA社に対する聞き取り調査を基に作成。

トマト・ブロッコリーなどは日々のメニューに左右され、使用量が予想できないため、図 1 で示すとおり卸売市場との取引が主体となっている。メリットは、安定的に野菜が入手でき、希望通りの品質が入る。急なメニュー変更への対応が可能である。デメリットは、価格が産地との直接取引に比べて、やや高めである。第二ルートとして、緊急時・必要時のみ使うカット野菜業者がある。メリットは、希望通りのスペック等が必ず手に入る。デメリットは、価格が産地との直接取引に比べ、やや高め、希望通りの産地が入手できない場合もある。企業給食は、図 2 で示すとおり価格を値上げする場合労働組合からの了解を得なければならない、非常に厳しい。1 食当たりの利潤は、数十円程度である⁴⁾。

(2) タイプ 2 卸—大手外食産業での取引（国産利用型）

外食会社D社は、メニュー数が少なくかつ一日あたりの販売数が大きい会社である。メニュー変更も少ないため特定の品目を大量に扱うことが可能である。そのため、産地と連携の取れた効率的な取引が可能である。ここでは、レタスについて概説する。

D社は、産地から卸売会社C社を経由し取引をする。産地開拓・指導については、D社が担当。その補佐および決済機能をE社が担っている（D社とC社の取引であるが、大量に扱う品目に関しては市場手数料が 5 %。少量のものは 8.5 %）。D社は出来る限り産地に有利になるような内容で契約を行っている。①kg単位での正味重量の契約、②取引価格は通常の契約取引よりやや高めで推移する。③天候不調などにより契約産地が崩壊した場合、D

社からの一部補填金がある。④簡素な荷姿で経費削減に努めることなどが挙げられる。この取引を長年実施してきたことにより、昨年度のような天候不調でレタスが高騰した場合でも、産地が通常の価格で出荷した。また、長年取引実績があり実績のある農家・産地には特例として、契約書等の複雑な事務作業を簡略化するなど、産地の信頼強化に努めている。D社に産地担当バイヤーは、施肥・農薬・栽培・使用品種等に関する技術を契約農家に提案し、契約農家もそれにより収量を大幅にアップさせている。

1社あたりの取扱量が非常に大きく、一定品目の利用と大量の食数をこなすため、加工作業は自社で行う。本年度中に、カット工場を水道水依存の都市から浄水の井戸水の利用が可能な郊外へと移動し、高品質かつ低コスト商品提供に努める。

(3) タイプ3 カット野菜業者を経由した取引

カット野菜業者F社は、親会社である仲卸会社E社によって1970年に売れ残り野菜の効率利用を目的に創設された。主な担当エリアは、西日本全域に及ぶ。F社の野菜の納入パターンは実に多様で数パターンに分けられる。

①産地と直接取引

仲卸会社E社の長年の人脈をもとに産地開拓を行ってきた。特に、クライアントから大量注文が発生するレタス・ニンジン・トマト・タマネギは、全国に多数の産地を有し、仕入担当者が産地訪問している。近年、カット野菜は一日あたりのカット数が大量に増加している。そのため、機械化を余儀なくされている。以前のように売れ残り野菜の処分では、形状・サイズ等の制限が厳しいカット機械が利用できない。そのため人手による作業が発生し、人件費コストの高騰が起こる。規格厳守による、完全な機械化を求めている。取引パターンは、図3で示すとおり系列企業であるG社を経由する商物分離（サブルート）のパターンである。メリットは、希望通りの品質・スペックが手に入る。価格も極めてリー

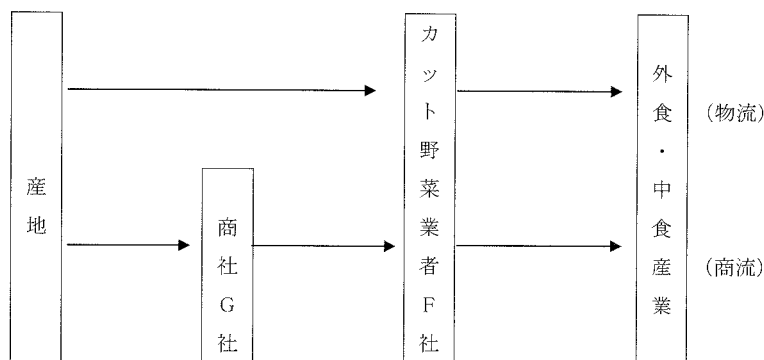


図3 カット野菜業者F社の産地との直接取引

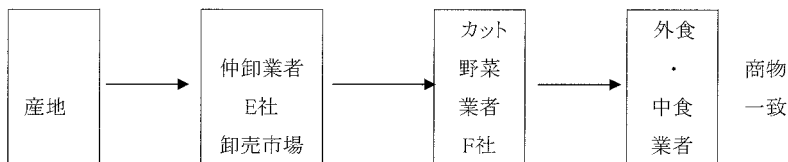


図 4 カット野菜業者F社の卸売市場を経由するケース（全品目・全産地）

ズナブルであることの 2 点があげられる。デメリットは、良い品質を維持するためにバイヤーが全国各地に頻繁に出張しなくてはならないなどの労力面である。

②卸売会社を経由するケース

図 4 は、卸売市場を経由するケースを示している。仲卸会社E社は、荒天などによる契約産地の不作時や少量のみを用いる品目を中心に扱っている。F社からの発注は前日 17時に行われる。希望通りの品物が入手できるが、品質等条件が厳しい場合には仕入れが困難なこともある。

③I農協との特別な取引

F社は、I農協のエリア内にあり、家庭用野菜を中心に扱っている。近年は、ブロッコリーの需要が近隣のスーパーから非常に高く、重要品目の一つとなっている。しかし、何年かに一度豊作になり大量の余剰が発生する。一度に販売すると価格の暴落がおり、量の調整が必要となる。そのため、長年の取引実績のあるF社に特別価格（通常価格のおよそ半額程度）で販売をする。国産ブロッコリーが業務用で使われる極めて稀なケースである。取引パターンは、商物一致・商物分離の 2 パターンである。

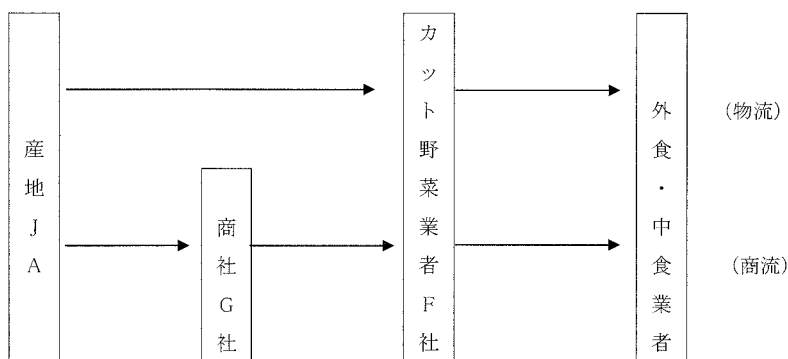


図 5 カット野菜業者F社の産地JAとの直接取引（ブロッコリー）

(4) タイプ4 産地との直接取引 輸送包装削減、産地提携の国産利用型

カット野菜業者J社は、全国に展開し、野菜カットから調味料販売まで多数の業務を手がける大型業者である。特に関東圏では、取引量が極めて大きい。国産利用を推進するためには、輸送コストの節約こそが重要な鍵であると考えている。そのため、近隣のK農協と契約栽培を行っている。K農協は、関東圏内に位置し、さまざまな野菜について栽培品種や利用方法の拡充などで産地開発を長年行ってきた農協である。K農協は、以前は大型共販による市場流通主体であったが、農家の経営安定につながらず、特に専業農家の担い手から農協の販売体制への不満が続出した。そこで農協が量販店や業務需要などの実需者との直接販売を模索した。業務用需要に関しては、規格・等級を大幅に簡素化している。取引価格は、ニンジンのkgあたり単価が65円（C品）と輸入品を下回る。ここ数年は、65円で安定的出荷を可能としている。野菜の輸送包装費の節減については、J社とK農協との距離は至近であるため、運送時間や積み降し回数などが極めて少なく、輸送包装などは最低限でよいと考えている。ネギに関しては一番安価な段ボール（一箱36円程度）、ニンジンはネット（およそ5円）、他品目に関しては農家が捨ててゆく黒色コンテナ（資材等を入れていた容器）を再利用している。

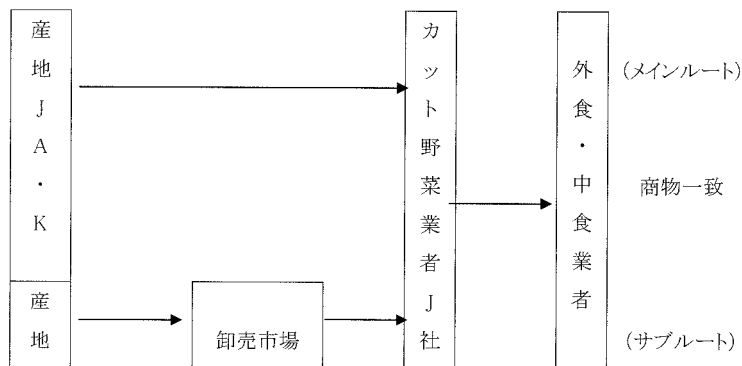


図6 農協—カット野菜業者—外食中食業者の取引

(5) タイプ5 カット業者を主体とする総菜業者（国産・輸入併用型）

総菜業者L社は、都市郊外や大手有力スーパーに総菜店チェーンを持つ業者である。近年の中食化の進展に伴い大きく発展を遂げた。しかし、昨年4月に施行された消費税総額表示実施に伴い、従来の「200円消費税10円」としたものが「210円」と表示しなくてはならず、消費者に値上げイメージを与えかねない。そのため、消費税相当額分の値下げを余儀なくされた。従来の経営方式から大幅なコスト削減が求められた。コスト削減の実施は、

業務用野菜のカット作業等の外部委託化に始まり、納入方法に至るまで全てを厳密に管理することである。納入は、極力コンテナ利用を条件とし、産地コンテナは衛生上心配があるためカット会社で一度L社指定のコンテナに積み替え、納入する。段ボールはピンなし、木製パレットでの納入は厳禁。ルールを守らない業者は即契約解除である。近年は、海外産野菜を現地カット冷凍し、納入するケースが増えている。それにより大幅なコスト削減が可能となる。このように、低価格総菜の国産野菜の利用は非常に厳しい状況となっている。

4. 考察―産地の取り組み実態と課題―

以上を踏まえ、国産業務用野菜（主要 6 品目）の取引実態と利用促進の条件の課題について考察を行うと次のとおりである。

コスト削減が厳しく叫ばれる中、徳田によると流通過程の様々な工程でのコスト削減が必要としている⁵⁾。これらは、産地段階にとどまらず、調整・選別・輸送まで幅広い。

当報告書で実施したアンケートの中に産地の以下のような努力が見られる。「低コスト化」の取り組みは、ねぎ（44.1%）、トマト（30.5%）で高く見られた。段階別に見ると、包装資材費では「通いコンテナの導入」（40.7%）、仕分・加工費は「出荷規格の簡素化」（32.2%）、保管費は「保管場所の集約化」（25.4%）、輸送費では「出荷先の集約化」（33.9%）、販売促進費では「販促方法の改善」（30.5%）が最も多くあげられた。業務用野菜は、粗選別であるが取引単位が極めて大きいため、現在ある中小の選果場ではコスト高になる。そのため、今後は近隣産地や他の農協との選別施設の集約化・共同利用などが求められる。資材に関しては、使い捨てから再利用可能なものへ、包装資材の大幅簡素化が進んでいる。しかしながら、調査時点では 3 割程度で今後その割合が進んだ際更なるコスト削減への貢献に期待したい。

また、契約取引の問題点として「必ずしも希望価格で販売できない」（42.9%）、「契約数量の確保が難しい」（42.9%）⁶⁾ が非常に高く、今後は取引企業と産地との調和の取れた契約取引が望まれる。ハンバーガー用トマトを例に取ると、1 産地では契約数量が確保できないこと、納入条件が厳しいため断念したケースがあった。近隣産地との協力体制や産地の大型化も今後の課題ではないか。

仲野によると、円滑な取引の重要な鍵は「契約数量の確保」、「契約単価交渉」、「出荷規格」、「精算サイト」、「取引先情報の機密厳守」を挙げている⁷⁾。今後は、取引のビジネスモデル化や加工業務用野菜の規格・取引のガイドライン等の作成が緊急の課題であるといえる。これらの問題点の提起は、むすびの章へゆずる。

5. むすび―業務用野菜における国産振興の課題と今後のあり方―

中食・外食化による「食の外部化」が進展している下、業務用野菜は大きく発展してきた。特に、ここ10年で食の簡素化と安全安心志向のたかまりで、家庭の台所にもカット野菜が入り、今後もシェアを大きく伸ばす勢いである。

加工業務用野菜の流通ルートは多岐に渡る。しかし、価格競争でどの業態も非常に厳しい状況にあることに相違ない。しかし、食の安全性思考から国産品を求める傾向にある。外食会社D社は、一定品目を大量取引すること、バイヤーが主体となり、D社が求める野菜を産地にきめ細かく指導することにより、国産品をメインにすることに成功している。カット野菜業者F社は、全国の産地にカットが求める野菜とは何かについて指導している。ここから下記の事項が業務用野菜における国産振興の課題として提示したい。

- 1) 現段階で、加工業務用野菜を行っている農協・農家は必ずしも多いとはいえる段階ではない。加工業務用野菜を開始したいが、家計消費用との差異がわからず、スタート以前といった農協も多々ある。また、農協・全農県本部・経済連・農家毎に理解に大きな温度差があり、全国的に見てもまだ第一段階を踏み始めたところであろう。今後、農協・県本部・経済連が主体となる指導体系が求められる。
- 2) 食品産業は、急騰する廃棄物処理手数料の削減として、ゴミの発生量が減少し、カット等加工を行う際の利便性を望んでいる。従来市場流通用の等階級から脱した新たな加工業務用の規格の厳格化産地へ提示している。また新規に加工業務用に取り組む産地は、加工業務用野菜向けのガイドライン等の作成を契約企業や行政に、家計消費用の厳密な栽培等の違いについての情報提供を各所に望んでいる。国・行政サイドからも加工業務用野菜の提案が望まれる。
- 3) 産地は、種苗メーカーに歩留まりがよく使いやすい品種への育種改良を強く要望している。しかし、業務規格に適合した品種の栽培技術は、業務用大型規格の雪ノ下キャベツを例にとると一作すると土壌管理のため翌々年まで休耕しなくてはならないなど極めて難しい。品種と栽培時の問題点等の話し合いも今後の最大の課題になるといえよう。
- 4) 産地は、最新の技術や契約・農業経営・出荷搬送方法の日々の改善によって業務用野菜の国産回帰に最大限の努力をしている。今後は、集出荷経費の大幅な改善、輸送包装資材では通い容器の利用・回収システム化⁸⁾や資源の有効利用が求められるであろう。また、輸送方法において、いかにして積載率を上げるために企業、卸・加工企業、産地とのより深い協力体制が求められる⁹⁾。
- 5) たまねぎは、北海道などの大産地での生産がメインである。数ヶ月ほどの端境期があ

るため、その間を輸入品利用で補っている企業がある。他県との産地リレーができる体制が強く望まれる。惣菜業者L社によると、北海道以外での大型ロットの取引はきわめて難しく輸入品を利用せざるを得ないとの声がある。

- 6) 契約・産地形成における生産者団体・農協等の役割の重要性がある。国産業務用原料食材の取引は低価格化が進行すると共に厳しい状況である。しかし、農協の努力によっては企業との継続的な契約、加工業務用生産への産地形成に成功したケースもある¹⁰⁾。需要者、生産を担う産地や農協、卸が一体となり流通コスト削減を目指した業務野菜の概要や全体を包括した取引システム化¹¹⁾の話し合い、業務用に向けた農協・農事組合法人における産地開発・販売戦略の努力如何によってはシェア奪還が可能な状況にあるといえる。今後は、加工業務用野菜を主体とした国内自給率向上を目指した食と農の連携が重要な鍵となるであろう。

注

- 1) 近年、加工業務用野菜を対象とした重要な文献を挙げるとつぎのとおりである。安部〔16〕は、漬物製造の流通システムを生産者から消費者までの流れ、産地と企業との価格決定方法。小田〔5〕は、外食・中食産業における野菜調達をめぐる取引システムを多数の事例などをを用い分析している。仲野〔9〕は、農協サイドからみた食品産業との取引の実際と問題点。清水〔17〕は、漬物メーカーを事例とした契約取引の変遷。小林〔18〕は加工・業務用野菜の基本特性と家計消費費用との違いについて。鴻巣〔19〕は実需を起点としたサプライチェーンの形成。生産から消費に至る各段階での業務野菜の供給体制の整備、契約出荷に対応した生産者組織の育成の必要性を述べている。
- 2) 小林〔4〕によると、実需者ニーズに即した生産・供給体制の総体的な整備として、①用途別ニーズに対応した品種、規格等の低コスト生産供給、②数量および価格面における安定供給を述べている。
- 3) 小田勝己「にんじん生産・輸入等の動向に関わる実態調査」（独）農畜産業振興機構『野菜情報』2005年。
- 4) 給食業界は、昨今の状況下で非常に厳しい仕入れ環境にある。A社は、以前は落札など多種多様な仕入れ方法を行ってきた。今後も、仕入れ方法に大きな変化があるが、本稿からは割愛する。
- 5) アンケートは、農林水産省の産地改革計画を策定した産地等に送付した。調査内容は、産地改革計画の策定率、産地改革計画の「低コスト化」への取り組み、契約取引推進への取り組み、高付加価値化への取り組みの4点である。
- 6) 青果物の流通コスト全体の中では、産地段階での取り組みのみで削減できるものは大きくない。流通コストの中で、物流コストの比重も高いが、取引コスト（販売促進・取引交渉）も無視できないとしている。各コスト別に削減すべきものを挙げると調整・選別コストでは、①出荷規格の簡素化、②調整・選別作業の機械。包装・箱詰めでは、ダンボールの茶箱化や通いコンテナの普及促進を挙げているが、現状では様々な問題がある。予冷・貯蔵では、施設の汎用性の向上、農協間の共同利用、稼動

期間の延長。仕分けは、作業スケジュール・施設レイアウトの改善。輸送は、近隣農協や輸送業者との協力・連携による積載効率の向上や帰り荷の有効利用等がある。

- 7) 仲野〔9〕によると、取引は企業、卸・加工企業とJAの3者で協議する。また、企業が生産者に求める条件として「生産コスト削減」を提示している。
- 8) 通い容器管理の現状の問題点として、回収保管の手間の増大、滞留、追跡遡及するコスト高などがあげられる。
- 9) 仲野〔9〕によると、卸・加工企業の輸入取扱量増加や既存取引数の減少により、車輛1台での取引に至っていない。産地としては、可能であるが問題は卸・加工企業の営業力にあるとしている。
- 10) 茨城中央園芸農協は、大手7社の外食チェーンにキャベツ、レタスを供給している。加工業務用と市場出荷用との取扱比は7:3である。加工業務用の品種は、契約企業の意向と技術力の高い農家、種苗メーカーの3者で決める。生産者価格は、生産コストを踏まえてほぼ年間一定。開始当初は、農家からの不満もあったが、現在は価格の安定が経営の安定につながるため不満はほとんどない。筆者は、この専門農協の調査、記事の執筆も行った。
- 11) 加工業務用野菜取引の問題点は、契約内容を如何に守れるかである。ユーザー側からは産地が加工業務用の規格、契約期日等を守れるか（定時定量供給が可能か）。生産者側からは、支払いサイトの厳守や万一企業倒産などの際の債務保証などが挙げられる。

引用文献

- 〔1〕野菜政策に関する研究会『野菜政策の基本的方向』2005年3月。
- 〔2〕生源寺真一「食料自給と国民国家」『現代農業政策の経済分析』東京大学出版会、1998年。
- 〔3〕(社)農協流通研究所『食品流通経費・流通効率化実態調査報告書』2002年。
- 〔4〕小林茂典「野菜の加工・業務用需要の動向と今後の対応課題」『農業および園芸第80巻』2005年、pp.1049～1057。
- 〔5〕小田勝己『外食産業の経営展開と食材調達』農林統計協会、2004年。
- 〔6〕小田勝己「にんじん生産・輸入等の動向に関わる実態調査」（独）農畜産業振興機構『野菜情報』2005年4～5月号。
- 〔7〕美土路知之「膨張する食品産業」吉田忠・今村奈良臣・松浦利明編『食糧・農業の関連産業』農文協、1990年、pp.122～137
- 〔8〕徳田博美「多様化する野菜需要の下での流通コスト削減の課題と方向」（施設園芸セミナー資料）2004年、pp.23～28。
- 〔9〕仲野隆三「食品産業との提携と販売チャネル」齊藤修編『青果物フードシステムの革新を考える』農林統計協会、2005年、pp.72～79。
- 〔10〕農林水産省総合食料局『食料需給表（平成15年）』2004年12月、p.25。
- 〔11〕(社)日本施設園芸協会『青果物流通追跡調査（平成16年）』2005年3月。
- 〔12〕(社)農協流通研究所『通い容器規格標準化推進事業（平成16年）』2005年3月、pp.72～80。
- 〔13〕農林水産省統計情報部「平成15年度食品流通段階別価格形成調査（青果物調査）」。

- [14] (社)農協流通研究所「産地探訪～農家の経営安定は契約生産で守る 業務・加工野菜に重点をおいた専門農協としての事業展開」『原材料通信』53号、2006年3月。
- [15] 香月敏孝『野菜作農業の展開過程 産地形成から再編へ』農文協、2005年3月。
- [16] 安部新一「加工農産物の流通システム」『新版 現在の農産物流通』(社)全国農業改良普及協会2003年4月、pp.96～109。
- [17] 清水みゆき「原料野菜の契約取引の変遷と今後の展望―漬物メーカーを事例として―」『食品経済研究』第29号、2001年3月、pp.81～92。
- [18] 小林茂典「野菜の用途別需要の動向と国内産地の対応課題」『農林水産政策研究』NO.11、農林水産省 農林水産政策研究所、2006年7月、pp.1～27。
- [19] 鴻巣正「実需を起点とした野菜供給の課題―野菜の業務用需要への対応―」『農林金融』2004年3月、pp.136～147。
- [20] (財)外食産業総合調査研究センター『外食産業統計資料集（2006年版）』pp.50～51。

謝辞：今回の調査でご助言をいただいた三重大学生物資源科学部助教授徳田博美先生、(社)日本施設園芸協会業務部長酒井利夫様に深くお礼申し上げます。