

生鮮流通の現場的課題と JA・JA グループへの期待

[報告 1 量販店]

中村純 (株)イトーヨーカ堂青果部 アリオゾーン担当



消費の動向が生鮮素材から外食・中食に移っており、パイが小さくなっている。その中でどのような行動をとって消費を拡大するかに注力している。実際には高齢層の生鮮素材に対する支出は根強い。少子高齢化により野菜・果物

に支出する高齢層が厚くなってくるので、生鮮素材のマーケットが拡大する可能性もある。

今後に向けて JA 富里市と取り組んでいるのは、生鮮素材から脱却した商品開発である。中食に対応したすぐ食べられる食べきりサイズ、買う気持ちにさせる付加価値をどうつけるかということに取り組んでいる。

第 1 に消費の減少や中食・外食への消費の流出という課題に対し、イベント的な取り組みによって消費を刺激し、1 点でも多く買っていただけるように取り組んでいる。第 2 に流通消費面では、競合との同質化で価格のみでの競争に巻き込まれている。それに対して、PB や地産地消の強化により顔の見える野菜、果物による差別化を図っている。また産地との商品の共同開発を行い、どう販売して差別化するかということに注力している。第 3 に消費者の野菜、果物離れに対して、産地収穫体験ツアーやメニュー提案などを行っている。

イベント的な取り組みによる消費の刺激

JA 富里市の軽トラックを借り、「JA 富里市トラック市」を行った。イベントで販売を伸ばすということよりも、イベントをきっかけに 1 点でも富里の商品を買っていただきたいという意図で実施している。イベントをしていると若いお客さんも興味を示してくれる。そこで 1 点買ってもらい、日常的に買

ってもらうようにして消費を拡大したいと考えている。

またスイカの時期には、JA 富里市のスイカの着ぐるみを店頭と呼んで販促イベントを行っている。果物のライバルはお菓子類だが、面倒くさいと思わずに果物を食べてみたいとお子様に言っていただき、試食をして食べていただく、さらには買っていただくというような仕掛けをしている。

商品開発

昨年夏場に JA 富里市と「雪化粧かぼちゃ」を作っている。カボチャは価格ではなく味で差別化ができる。お互いに規格などをクリアにし、2 年目は作付けも拡大し、好調に販売している。今年度は JA 山武郡市でも生産し、産地リレーをしている。カボチャは依頼して作り全量買取している。競合店には全く並ばないので、価格のリーダーシップは産地と我々が握っている。このような、農家のキロ単価を落とさずに、販売力のある商品をどれだけ開発できるかということに取り組んでいる。

市場外流通の本当の意味は、中間流通コストをはずすことではない。「袋入りにしてほしい」、「こんな量目にしてほしい」、「こんな新しい商品を作ってほしい」などというような話し合いができる、消費者と産地が会話のできる体制を作ること、他にない商品をどのように開発できるかということが市場外流通の本当の意味だと思う。

食育

産地収穫体験ツアーを JA 館林市で実施し、きゅうりやイチゴの収穫体験を行った。その昼食の時間には群馬の食材を使った料理を出し、収穫体験をする食材からどんな料理ができるのかを説明し、そのつながりを理解してもらった。参加者にも非常に好

評で、楽しく実施することができた。お子さんにも楽しいという感覚を持ってほしいということで取り組んでいる。

我々としても単に売り上げを伸ばすということだけでなく、青果物の消費が落ち込んでいく中で社会的責任を果たしたい、という考えで取り組んでいる。

最後に産地に期待することは、1 つ目は消費の面では、生産者や JA に現場に出向いていただき、生

の声を聞いていただきたい。売り先は市場ではなく、末端の消費者であるということ意識していただき、意識を改革していただきたい。2 つ目は、産地と商品開発を行うことによって競合のない新しい商品を開発することだ。いいものをつくり、価値を伝え、あるべき価格で商品を消費者に提供していくかということを考えていきたい。

[報告 2 量販店]

石塚邦彦 (シントウアフレッシュ株式会社 営業部長)

JA 富里市、(株)ちばとみさととは約 5 年前から取引し、量販店、外食、加工向け等の契約栽培が基本である。商品的には、量販店向けの筒菜、豆類、ミョウガ、カボチャ、ミニカリフラワー、外食向けの小松菜、ハウレンソウ、ナス、パレイショを取り扱っている。これらは全て作付け前から数量目安や価格を打ち合わせしている。

まず、購買の変化については、購入先は一般小売店からスーパーへと移行している。また消費者の購買行動は、1 つは女性の社会進出により、中・外食に依存する割合が増加している。2 つはごみ問題も影響している。生ごみの回収日は週 2 回程度なので、余計なものは買いたくないという意識がある。統計で見てもから家計の消費支出は減少している。野菜や果実の購入量も落ち込んできている。

JA や JA グループへの期待は、1 つは新規商品の産地化である。基本的に、気候条件、種、圃場、生産者がそろえば商品はできる。銘柄産地よりも消費者に支持されるものを作る産地と取引を行い、商品を作り上げている。

第 2 に売れる量だけの作付け体系の指導を行っていただきたいと考えている。相場の高騰や下落は、販売する側も消費者もメリットがない。需要と供給のバランスを保つために、JA グループ内での情報の共有化を図る必要もある。

第 3 に安定化基金等の補助金の使い方について、相場下落時の価格補填的な使い方をしていないと、相場が上がらないし、市場外流通をしているような有

力生産者への打撃が大きい。個人的考えだが、逆に高騰したときに補助金を使用すれば、消費者保護にもつながるし、輸入農産物も減少し、国内農産物の需要を確保することができるのではないかと。



第 4 に作物の状況把握ができておらず、生産者任せの JA が非常に多いと感じている。今後グローバルが進み、個々の納入先はますます大きくなっていく。販売先が大きくなるほど事前の計画が必要になり、出荷前 1 週間以内の変更は難しくなる。そういった約束事に対応できる JA や生産組織の重要性が増してくるだろう。

第 5 は生産者の育成の充実である。産地を回っていると生産者の高齢化が進行していることを実感し、非常に危惧している。またバイオエネルギーに伴う食料構成の変化、国際食料消費国の変化により、食料供給が逼迫する。日本に輸出しようという国が少なくなってくるという事態が、すぐにでもやってくるのではないかと思う。そういう状況をふまえて、5 年後、10 年後を見据えた生産者の育成を行っていく必要がある。

[報告 3 生協関係]

佐藤和男 (生活協同組合連合会コープネット事業連合 農産部次長)

コープネット事業連合について

2006 年度の加盟生協合計組合員は約 320 万人、加盟生協合計事業高は約 4,900 億になっている。このうち農産物は 520 億円、このうち共同購入が約 6 割、残りが店舗販売となっている。

農産事業における当面の基本課題

我々は、農産事業における当面の基本課題について、これまで次のように取り組んできている。1 つは「組合員に支持され競争に競り勝つ商品開発」、つまり売れる商品の開発である。これは組合員の基本要望・要望・ニーズをくみとることが基本原則になる。産地開発については、商品の過不足が生じる事態に備え、店舗と共同購入とで業態別に開発を進めている。また生活に密着した品目と無駄を少なくした商品開発ということで、主力である野菜と果物の 32 品目については、年間計画の中で産地や規格を決定している。その中で、不揃い商品の開発、品種にこだわった商品、適量品目、適切な価格ということを重視して取り組んできた。

2 つ目は、「安全・安心と鮮度・品質・食味へのこだわり」ということである。このうち原産地表示については、産地パック商品の場合は JA 名のみでは産地が分からない場合がある。「〇〇県 JA△△」といったような表記だと分かりやすくなるので、このような表記をお願いしたい。

3 つ目は「バイイング力量の強化と、物流とワールドチェーンシステムづくり」である。物流施設は、共同購入については 5 つの青果集品センターから分荷している。店舗については基本的に JA 全農東京センターに集荷して各店舗に配送しているが、取引先から直接店舗へ配送する場合もある。物流施設は「集中と分散」が特徴といえる。具体的には、集品センターに原料を持ってきて、そこで加工するという取り組みにできた。そのことで検品から組合員までのお届け時間を短縮し、極力鮮度の良いもの

を組合員にお届けしている。そのことで鮮度クレームが極端に減るという効果があった。

産地、生産者と協力して実現させる基本課題

1 つは「商品としての安心と安全の確保」であるが、農薬の残留規制へのポジティブリスト制度が導入され、JA が商品を自主回収する事態が何度かあった。その場合に困ったのは、どの程度の商品までが対象となるのかということである。卸売市場の在庫品のことなのか、小売店までなのか、消費者に販売されたものも含むのか、不明確な場合が多い。このあたりの危機管理や手法ができていないので、確立する必要がある。



また JA では、生産履歴の記帳運動など行っているが、あまり活用されていないようだ。商品を自主回収するような事態を防ぐため、履歴を集約して活用し、そこに事前検査も含めたような仕組みができたらいいと思う。

また JA では、生産履歴の記帳運動など行っているが、あまり活用されていないようだ。商品を自主回収するような事態を防ぐため、履歴を集約して活用し、そこに事前検査も含めたような仕組みができたらいいと思う。

さらに我々は生産段階の適正農業規範だけでなく、農産物物流規範、農産物販売規範の準備にも取りかかっている。物流や販売段階もトレーサビリティの対象にしていく。これが取引の絶対条件となるわけではないが、このようなことを通して、我々と産地や取引先とがお互いに高め合い、いいものを組合員にお届けしたいと考えている。

2 つ目は「適正価格の実現と品質・食味の確保」、「環境問題での協力体制」についてである。具体的には、エココンテナを使用しているが、これは荷痛みや労働災害事故を防ぐことができる。しかし、コンテナの業界では、統一された規格やルールが確立されていないため、コンテナの分別作業など不要な作業が発生する。この点も協力して改善していきたい。