



農家と学ぶ勉強会

“View from Table”

農産物の収穫その後 ～マーケティング、流通、機能性などの視点から～

講演要旨集

令和3年3月13日（土）13:00-17:15【オンライン開催】

IoPプロジェクト 研究推進部会 高付加価値化プロジェクトチーム

講演①

「農家目線の」マーケティング

東京農業大学国際食料情報学部国際バイオビジネス学科 准教授 半杭真一

農家は、農産物を生産して販売しています。作り手と売り手の関係は、実は、ずっと昔から続いていたもの。それをどうやってやるのが「マーケティング」。特別なことではない、誰でも関係することです。

ここでは、農家がマーケティングという道具をどうやって使い、経営に活かしていくことができるのか、また、農産物を対象とした消費者の調査結果をもとに、どのようにしてマーケティングを考えていけばよいのか、お話しします。

マーケティングとは、一言でいうと「商売のやり方」のこと。政府管理のもとでは、コメの売り先は国だけでした。その後、コメの売り先は大きく広がっています。どこにどのように売ればいいのか。メリット・デメリットはどういうものがあるのか。農家経営で日常的に行われているマーケティングを振り返ります。

講演②

激変する流通の中で生き残る

東京農業大学 客員教授／(株)ベスト 代表取締役 本間 惇

序説 高知県が誇る日本を代表する先達 勝海舟と坂本竜馬の若き獅子の勇断で日本が開国した明治維新（1868）から 153 年が経ちました。島国日本が世界大戦で敗れ、現代への再スタートをして早や 75 年です。世界に類を見ない復興と経済大国になったものの、国土の荒廃とその陰に犠牲になった農林水産業を取り巻く環境と実態は大きな憂いとなっています。

健康 100 年時代が叫ばれる一方、今の若者が迎える世紀末は果たしてどんな世界が待ち受けるかを考えた時、地球存続のためにも農業者として今なせることを実行してください。特に、激動化する流通に大きく影響する問題として、迫りくる地球温暖化と少子高齢化問題にメスを入れ、対処方法を検討します。

55 年前に 1 年間派米農業実習生として農業大国米国の農業を学び、その後も農業に生涯関係することが天命と信じ、仲卸業を成功させ、「宝の山農業」をコーディネートして至福の人生ですが、その周辺を参考にして欲しいものです。

「IoP」プロジェクトを成功させるには、参加者全員が米沢藩主上杉鷹山公の「なせばなる、なさねば成らぬ、何事も 成らぬは人の なさぬなりけり」精神で現状を直視して、先進的合理化を進めることです。

- A. 地球温暖化問題・・・①近年荒れ狂う豪雨・干ばつ・高温・寒波の繰り返しは温暖化が終息するまでは世界各地で引き起こります。②1℃上昇で、動植物の 30%の種が絶滅します。③世紀末には世界平均 3.6℃上昇予想、現在の高知県 17.0℃が亜熱帯の沖縄になります。
- B. 少子高齢化問題・・・①1868 年（明治維新）：3,330 万人、2008 年：1 億 2,808 万人がピーク、2060 年：8,670 万人の 35%が 65 歳以上、2100 年：5,000 万人
②小さくなる胃袋の数と労働力不足に嘆くのではなく対応で勝ち組に。
- C. 激変する流通業界の今後・・・①流通業界の主役は猫の目のように変わります。虎の子農産物を何処に預けますか ②消費者行動の変化と売れる農産物は。
- D. 仲卸業 40 年の(株)ベストフーズの成功事例・・・①平成元年に「健康・安全・安心+安定」を社是に掲げ、1 億円の赤字会社を 3 年で黒字会社にしたこだわり商品の開発、価格決定、在庫を持たない産直、少数精鋭社員、資金繰りなどの秘策 ②こだわり農産物を目玉に有力量販店（成城石井・ハローズ）と繋がれた秘策は ③台頭する業務筋の要請をつかみ、宅配業者（ヨシケイ・）と惣菜メーカー（わらべや日洋）に納品。④物量をこなす産業給食（シダックス）へ一元物流システムを提言⇒国分(株)に会社を全面譲渡した。

講演③ 農産物の機能性研究とその効果～高知県野菜への応用を目指して～

中村学園大学栄養科学部 名誉教授 太田英明 (名誉フードスペシャリスト)

人生 100 年と言われる時代が到来した。2019 年世界の平均寿命のトップは男女とも香港だが、日本は男性で世界第 3 位の 81.41 歳、女性で第 2 位の 87.45 歳に延伸した。一方、出生者数は 2020 年で 872,683 人と 2 年続きで 90 万人を割り込み、少子化に歯止めがかかっていない。医療費は 2018 年には 42 兆 6000 億円に達し、なお伸び続けている。政府は、2013 年日本再興戦略を打ち出し、介護を要しない健康寿命をできるだけ延伸し医療費高騰の抑制を目指している。他方、死因の第 1 位は依然、悪性新生物（ガン）であり、今や国民の半分がガンに罹患し、その半分は死亡に繋がると予想されている。

1997 年（2007 年改訂）、著名なガン疫学の研究者が集まり、4500 報もの医学的論文に基づき、世界ガン研究基金から報告書「食品、栄養とガン予防：世界的展望」が著され、ガン予防 14 か条+禁煙が、国際発信された。その報告書では、現在のガンの発症を 40%は減少できるとされている。その要点の第 1、4、5 位に、野菜、果実、精製度の低い穀類（玄米）のような植物性食品を、毎日合計で 1000～1600g 摂取することが強調されている。厚生労働省は野菜 350g/日、これに加えて農林水産省は果実 200g/日の摂取を推奨している。しかしながら、野菜の平均摂取量は 280g/日で、20～40 代の男女で低い。果実の摂取量も 109g/日で先進国中最低の水準である。今後どのようにして、国民の意識を改善し、どのように地域産業の活性化に繋げるか、大きな課題である。

筆者らは、沖縄本島北部の山間に自生状態で栽培されていた日本在来の小型カンキツ、シークワシャーに着目し、その生理機能成分の研究を行ってきた。このような研究の流れは全国に広がり、地域農産物の付加価値向上に貢献している。2013 年食品表示法の制定により、機能性や効能を表示できる保健機能食品の範疇に、特定保健用食品（トクホ）と栄養機能食品に加えて、健常者を対象にした研究をベースに、開発経費を抑制でき、企業の責任で機能性を表示できる届出制の機能性表示食品が認められた。これらの機能性表示は国民の意識改革と地域農産物のブランド化に役立つと期待されている。しかしながら、野菜・果実などの生鮮食品の機能性表示食品は極めて少ない。その理由に、①生鮮食品中の機能性関与成分の濃度はバラツキが大きく、加工品のように濃度調整ができない。②多くの試料を分析して、当該成分の下限を設定する必要がある、その分析方法の開発も行わなければならない。③生鮮食品で、健常者を対象にした研究報告は少ない、ことなどが挙げられる。

このような困難な中であるが、ナスに高濃度含まれる神経伝達物質コリンエステルが血圧や気分を改善することが報告され、ナス農家の所得向上が期待されている。また、野菜・果実の色素研究から生まれた成果として、 β -クリプトキサンチン、リコペンがある。すでに、機能性表示が行われている GABA（ γ -アミノ酪酸）による血圧やストレス改善、ルテインによる目の機能改善、ルテオリンによる血糖値上昇抑制などは活用すべきと思われる。

講演④ 高知県の流通の現状と課題、今後の取り組み

高知県農業振興部農産物マーケティング戦略課 主幹 植野康佑

高知県は冬場の温暖な気候と豊富な日射量を活かし、古くから施設園芸をはじめとした農業が盛んである。農業生産額 1,170 億円（平成 30 年）のうち園芸品の生産額は 932 億円（全国 15 位）で、ナス、ニラ、ミョウガ、ショウガ等全国一位の生産量を誇る品目も多い県である。

高知県産園芸品の主な出荷販売の流れとして、JA 高知県を通じた大規模流通が挙げられる。高知県は関東や関西等の大消費地からも遠く、地域によって品目毎の生産量がバラバラで品目自体も多いという問題がある。このような問題点を解決するために、JA 高知県を通じた「一元集出荷体制」が敷かれている。これは県内各地域で生産される多くの園芸品を、JA 高知県の園芸流通センターを通じて全国の卸売市場へ出荷・販売するシステムである。これにより、高知県全域から一箇所に園芸品を集めて、消費地に出荷することが出来、出荷量の大型化と販売力の強化、輸送コストの低減等に繋がる。

また、もう一つ特徴的なシステムとして「共同計算方式」という仕組みがある。きゅうり、ピーマン、ししとう、高知なす等の 9 品目について、県下統一のシステムで選果選別し、同一品目、同一作型、同一包装形態、同一等階級を出荷日単位毎に、販売額・輸送運賃等をプール計算（共同計算）して精算する仕組みで、同じ品目で同じ品質・規格であれば、どこで作ってもどこに売っても同じ単価で精算されるということになる。これにより、品質の平準化による戦略的な販売やリスク分散と販売メリット分配等に繋がる。

この二つの仕組みにより、全ての品目を県域 1 本の高知ブランドとして販売することができるようになっている。消費地から遠い高知県にとって、卸売市場を通じて確実に販売するこの仕組みは、生産者にとってメリットの大きい販売方法と言える。流通も多様化しているが、県産園芸品の約 3 分の 2 が JA 高知県を通じて販売されており、高知県のベースの流通販売である。

しかし、大部分が卸売市場を通じた販売であるため、その先の実需者や消費者の情報を得づらいこと、最終的にどのように販売されているかわからないこと等が課題であると言える。新型コロナウイルス感染症拡大前と後では、実需者や消費者のニーズも変化しているが、果たして現在の流通の仕組みのみでニーズの変化に対応できるものになっているのだろうか。少しずつでも新たな流通・販売に取り組んでいく必要があると思われる。

現在、高知県では JA 高知県と協力し、機能性表示食品「高知なす」の販売拡大やニラの栄養機能の販売への活用、一般消費者向け HP の開設等を行っている。今後、実需者や消費者のニーズに応えるような新たな流通・販売に生産者の皆さんとともに取り組んでいきたい。

パネルディスカッション 『高知農業の将来に向けて』

講師＋IoPプロジェクトメンバー

中村学園大学栄養科学部 名誉教授 太田英明
東京農業大学 客員教授 (株)ベスト 代表取締役 本間 惇
東京農業大学国際食料情報学部国際バイオビジネス学科 准教授 半杭真一
高知県農業振興部農産物マーケティング戦略課 主幹 植野康佑
高知県立大学健康栄養学部 教授 渡邊浩幸
高知大学農林海洋科学部 特任教授 内野昌孝
(東京農業大学生命科学部 教授)
高知大学農林海洋科学部 教授 島村智子

高知県は一次産業のひとつである農業が盛んな地域ですが、一方で、二次産業、三次産業による収入は他県と比べて少ない状況です。この部分を伸ばすことも重要ですが、SDGs、ESG、DX などの取り組みに見られるように、産業を超えての革新が起こりつつある今、将来の姿を見据えて異業種に関する知識を身につけることは必須であり、また、それは最先端企業だけが考える時代ではないように思います。

農業においては、個人経営だけでなく各種団体など大規模化、効率化が進み、流通ルールの合理化や高度化も進んでいます。加えて、少子高齢化時代に突入して、農産物の消費量の減少による販売の競争激化が懸念されます。そのため、消費者目線での生産がより重要になり、また、輸出もひとつの重要な選択肢になると考えます。

今回のパネルディスカッションでは、『高知農業の将来』に向けて、流通と高付加価値化に焦点をあて、各専門家のお考えを皆様にお伝えしたいと考えています。既に、参加申し込み時に、質問などを多数頂いておりますので、その内容を中心に議論を進める予定です。

また、パネルディスカッションの最後では、登壇者全員から、『高知農業の将来』について、それぞれの視点からコメントをいただきます。

今回の試みが皆様の知識の糧となり、農業のさらなる発展に寄与できれば幸いです。

主催者一同

IoP プロジェクト

高付加価値化プロジェクトチーム