

価格高騰への対応討議

業務用野菜にも「指標」を

海外・中食への推進

食品流通構造改善促進機構では、今年度の農水省補助「外食・中食等における国産食材活用促進事業」の一環として、大阪産業創造館（大阪市中央区）で外食・中食業者や中間流通業者を対象に「地場産食材活用のためのシンポジウム」（青果）を行った。業務用野菜の産地づくりや、「業務用野菜にも価格指標を」など、価格高騰への対処法などが検討された。

基調講演は日本経済新聞社編集局調査部次長の白鳥和生氏による「外食・中食における地場産食材の活用事例等について」。白鳥氏はまず、スーパーやコンビニがイトインコーナーを強化するなど、中食と外食のポータビリティが進んでいるこ

求めるのはスベック（機能）ではなくベネフィット（価値）。ストーリー、利用シーン、用途の限定、売る場所などで個性を出してほしいとした。東京聖栄大学健康栄養学部食品学科客員教授の藤島廣二氏をコーディネーターにしたパネルディスカッションでは、奈良県で惣菜製造などを手掛ける三晃・取締役事業部長の藤澤公義氏が「県内の明日香村の生産条件の厳しいエリアで夏場にツルムラサキを栽培しても

とをほしめ、「スーパーは今後外食との戦いを勝ち残るため、加工度を上げてくる」「食品の販売額トップ3企業はセブンイレブン、ファミリーマート、ローソンで、コンビニがいちばん食品を売っている」などと解説。そのうえで「消費者が

地でも夏場にキャベツを栽培してもらっている」など、多くの販路を持つ同社の機能を活かした地場産の導入事例を報告。続いて、鹿児島など九州で業務用野菜産地づくりを行っている、かねやま・取締役部長の杉山義文氏が、「なかなか業務用野菜の産地が安定しないので、3年前から自社で生産部門（農業生産法人ゼロプラス）を立ち

としてメリットも提供したい」とした。給食事業のコーディネイト役を務める丸二食品

（千葉県松戸市）社長の工藤格氏は、「弁当は値頃価格でしか販売できない中、高騰する野菜価格に苦労している。卸売市場でも規格外品を扱ってもらいたい」と要望。意見交換では「業務用野菜の相場が生産・流通側にならないのに、実需者側にはあるため、不作時にも低価格を強要される。指標を作る必要がある」のほか、「実需者が大手になるほど長期一定価格を求められるが、業務用需要が増えているため、品薄時に以前と比べものにならないくらい高騰する。しかし途中から契約価格を上げてもらうことは難しいので、現在、長期の価格契約は断っている」などの意見が。

また展示会では、2011年から山形県でイタリア野菜の生産に取組んでいる企業組合「かほくイタリア野菜研究会（メンバー16人）をはじめ、かねやま、茨城中央園芸農協が出展し、特産品をPR。さらに来場者同士も交流を図った。（同事業の水産シンポジウムを4面に掲載）



（上）活発に行われたパネルディスカッション。左から藤島教授、白鳥氏、藤澤氏、杉山氏、工藤氏（下）かほくイタリア野菜研究会のブース