

社団法人農協流通研究所は平成17年3月23日、東京都港区・自転車会館において第11回フードシステム異業種交流会を開催しました。国内の野菜産地と食品産業の連携強化を探るためのもので、第一部の基調講演は株式会社モスフードサービス堀田富雄商品統括本部長がされました。

交流会には、生産、消費、流通、加工関連企業から約110名の参加があり、第二部のパネルディスカッションには、堀田本部長のほかJA新田郡農協顧問御村武、JA全農園芸販売部次長牧口正則、東京青果個性園芸事業部長大竹一平、サミット青果部マネージャー清水弘文、若菜商品部長勝浦泰男、東京農業大学教授藤島廣二氏がそれぞれの立場から意見の発表がありました。(要約版は本ホームページ「原材料通信51号」を参照ください)

第11回フードシステム異業種交流会(社団法人農協流通研究所主催)

基調講演「今、求められる食材の価値は何か～期待される国産野菜の展望と課題」概要

株式会社 モスフードサービス 上席執行役員

商品統括本部長 堀田 富雄

平成17年3月23日

自転車会館

1. 外食の動向とMOSの概要

外食の今後のキーワードは「本物」である。一通りのことを経験した消費者は「話題性」や「目新しさ」には飽きを感じ始めている。外食産業のこれまでのキーワードは、70年代黎明期「外食できるだけで嬉しい」、80年代成長期「とにかく新しい店、話題の店にいきたい」、90年代成熟期「やっぱり早い旨い安いが一番」、2000年代円熟期「安さ第一と高くてもいいものに二極化」。

MOS会社概要

- ・ 基本理念は「食を通じて人の幸せに寄与すること = 社会貢献・人間貢献」、「おいしさ、健康、安全、安心 = 医食同源」
- ・ 創立：昭和47年、店舗数：国内1464店、海外121店
- ・ 差別化戦略「国内産、化学肥料・農薬に出来るだけ頼らない野菜を使用」、7年前から店頭で生産者表示(・・・県・・・市・・・さんのレタス使用)を実施。

2. 野菜の利用状況と自社野菜への取り組み

10年前に「たまねぎが辛くて食べられない」とのクレームからスタート。92年北海道での実験栽培、94年宮城県での自社丸森農場、95年から供給開始、96年北海道で自社十勝農場、特別栽培での生産者委託。

農産物の年間使用量

生鮮野菜は国産野菜を使用。うちレタス3000トン、たまねぎ3000トン、トマト2600トン、キャベツ1100トン、サニーレタス320トン、ピーマン40トン。

フライドポテトは輸入で13000トン。合計約25,000トン。

3. 環境に配慮した取り組み

食品リサイクル法への対応（野菜くずの再資源化） 中略

4. 野菜の調達方針及び国内野菜産地との取り組み

野菜の調達方針

生鮮野菜は国内産のみ、加工品用の原料も原則国内産。

品種、生産時期、調達量、仕入れコストの関係で海外産使用

例、フレンチフライポテト：品種ラセットバーバンク、産地米国・カナダ・オーストラリア（国産にしたいが品種、単価があわない）

オニオンリング：品種スイートスパニッシュ（フットボールの形）、産地米国、カナダ

国内野菜産地との提携状況

現在、全国約2,000生産者（個人、グループ）と契約、レタスは400生産者と契約

農薬・肥料にできるだけたよらない（散布回数、化学肥料の投入量）当社基準の理解と共有。取引価格の設定基準の了解・品質等の規格値の合意がベース

契約は、直接契約、直接契約（取引先経由）、取引先産地斡旋

「産地と顧客接点の場である店」の距離を近づける（MOS店舗勤務者の農業体験、生産者の店舗体験）

* 地産地消の取り組み・・・和歌山県古座川町「平井ゆずドリンク」、北海道「玄米もちおしるこ」、岐阜県東白川町「トマトジュース」など

5. 農協との取り組み

現在13農協の生産部会と契約。うち直接契約4農協。農協との取引は全体の約10%。

（農協取引が多くない理由）

MOSの要望する規格基準が厳しい（ハンバーガーの大きさに併せたトマト等）

「共同選果と仕組み」と「生産者特定を要求する」MOSの方針と馴染まない

MOSが取引している農協の特徴

広域合併していない単協が多い、独立した生産部会（有機部会等）を設置、エコファーマー、特別栽培を推進、組合長・農協理事が協力的、販売・営農指導員に営業力がある（ニーズを聞き入れる）、市場休と連動していない出荷体制

を敷いている、市場重視の品目、品種に囚われない、資材等の購買に融通性がある・積極的に研究。

6. 外食実需者の立場からの産地へのアドバイス

「出来たものを売るという考え方」から「外食に必要な、要求のあるものを作るという考え方へ」転換

- ・店舗メニューに合った品種選択・研究
- ・販売先の多元化（外食・中食・量販店・専門店等）

トレーサビリティへの対応

これは必須事項。生産圃場の登録、圃場台帳の記帳。MOS はマザーというシステムを整備し、どの店は誰のトマトを使っているかが分かるようにしてある。業界でも唯一。

安定供給体制の約束（特に価格変動リスク）

- ・仕入れ価格が変動してもメニュー価格は時価にならない。昨秋は大幅な持ち出しになった。
- ・契約内容（価格）を遵守できる生産者（生産部会）の組織化がいる。

物量と品質

- ・余力を持った作付けでリスク回避（余剰分の販売リスクは・・・）
- ・科学的分析に基づいた天候予測、肥培管理の徹底

営農指導のお願い

- ・農業経営の強化と「売れる野菜づくり」の両立・・・PB商品の生産（売れ残らない）
- ・担い手の育成（販売先との接触を推進）

情報

- ・横串の「生産者及び生産量、品質情報」の確保
- ・組織を超えた生産者相互の協力関係の確立

*最後に、「日本の農業を支えてこられたJAの皆様に敬意を表すと、ともに実需者側として国産野菜の需要拡大に向け活動して参りたいと考えております」とのご挨拶がありました。