

持続可能なフードシステムにおける民間セクターの役割と食育

誌名	農業および園芸 = Agriculture and horticulture
ISSN	03695247
著者	加納, 壱子
巻/号	82巻1号
掲載ページ	p. 93-101
発行年月	2007年1月

農林水産省 農林水産技術会議事務局筑波産学連携支援センター
Tsukuba Business-Academia Cooperation Support Center, Agriculture, Forestry and Fisheries Research Council
Secretariat



持続可能なフードシステムにおける民間セクターの役割と食育

— 日英の流通施策レポート比較に基づく環境、社会面のコスト要因の検討 —

加納 壱子 *

〔キーワード〕：生鮮品流通業、持続可能、地場流通、食育、環境、社会

1. はじめに

農林水産省は 2006 年前半、農産物の生産や流通の経費を 5 年間で 2 割減らすため、「食料供給コスト」を検証する委員会を開いた。「消費者ニーズに対応した、安くて質の高い食料」を「将来にわたって安定的に供給していく」ことを目的に、国内農業の体質強化を図ること、具体的には生産・流通にかかるコストを減らすことを求めた。検討結果は、「食料供給コスト縮減アクションプラン」報告書^{注1)} (以下、報告書) として公表された。

生産者や流通業者は全般に、1990 年台以来にわたる長期のデフレの間、小売りや消費者による値下げの要請を受け続けてきた。生産者は高齢化が進んで深刻な担い手不足に陥っているし、流通業者の経営の疲弊も明らかで、農産物を扱う仲卸や卸の廃業が増えている^{注2)}。

2006 年の日本経済は景気回復の基調が確かなものとなり、一部の外食・中食や食品メーカーが活気づいている。しかしその一方で、生産者や流通業者は、景気回復の波から取り残されているという指摘も少なくない^{注3)}。

農水省の委員会報告が求める 2 割という大幅なコスト削減の目標と、それに向けた新たな取り組みの提言に対し、生産者と流通業者に十分対応できる体力があるだろうか。「安くて質の高い食料」を供給する食品産業の基盤となる生産者らが経営を続けられなければ、「将来にわたって安定的に供給していく」フードシステムそのものを保つことが難しく

なる。

一方、農水省の委員会が食料供給コスト削減の検証をしているのと同じ時期、英国では「食品産業の持続的な発展を進めること」を目的に取り組み課題を提言した「持続可能な食品産業のための戦略」^{注4)}

(以下レポート) が出された。目標は「経済」ではなく「社会・環境のコスト」を「5 年間で 2 割減らす」ことである。

農水省の報告書の検討範囲が「経済」コストであるのに対し、英国のレポートは「社会」と「環境」のコストも検討しているのが大きな特徴である。レポートでは「経済」面においても、さらなる技術革新の追求や労働者の技術力アップをめざすことでコストの縮減を図ろうとしている。しかし、持続可能な発展のためには、経済、社会、環境の各分野が発展できるようバランスを取ることが重要だという視点で検討されている。

農水省と英国の報告書において、冒頭で同じように指摘しているが、農と食をめぐる世界の情勢は、環境面における不安材料が増えている。水などの資源の枯渇や地球温暖化などの気候変動、開発途上国の食料不足、原油価格の高騰による代替エネルギー・農産物価格の上昇・資材類の値上げなどがあげられる。食料自給率が 40% の日本と、60% 強の英国は、程度の差はあれ、海外の輸入相手国の変動による影響を受けやすく、こうした環境面のリスクを軽視できないだろう。

また、英国のレポートでは「社会」問題として消費者の健康問題も、持続可能なフードシステムと無関係ではないとしている。農水省も同じように目標としている「将来にわたって安定的に供給してい

注 1) 農水省「食料供給コスト削減アクションプラン」, 「(別添) 重点的に取り組むべき課題に係る取組」(2006. 9)

注 2) 日本農業新聞「05 年度青果卸売上高・9 割超が前年度割れ」, 「論説・青果卸の売上高低下/難しさ増す経営舵取り」(2006. 5. 10)

注 3) 日本農業新聞「激変・卸売市場改正法・施行から 2 年」連載企画記事 (2006. 7. 6-12)

注 4) 英国環境・食料・農村地域省 (defra) 「持続可能な食品産業の (ための) 戦略 (Food Industry Sustainability Strategy)」(2006. 4)

く」システムが持続するためには、健康的で「質の高い食料」を選択する消費者が継続的に育たなくてはならないと述べる。しかし、現実には青果物の摂取量は1日に必要なレベルに届かず、脂肪分の多い外食や広告宣伝に多額を投じた加工食品の消費が増えるなどの影響で、肥満になったり生活習慣病にかかったりする人が増えている。2005年7月に施行した食育基本法にすでにあるように、こうした「社会」の問題に対応するには、生産、流通分野の主體的な教育・啓発への取り組みも必要になってくる。

このように「将来にわたって安定的に供給していく」ことができる持続可能なフードシステムには、国内外において経済、社会、環境各面でのリスクが存在するのが現実である。持続可能なシステムを考える場合、長期的、包括的な視野でこれらに対応することが求められているのではないか。

本稿では、フードシステムの持続可能な発展のため、今後取り組むべき分野と具体的な方策を、これら日英の流通施策のレポートからより具体的に分析し、流通業者である青果卸を事例として具体的に取り組むべき重要分野を検討したい。

2. 目的

青果物流通業者が、持続可能な発展をするため、取り組むべき分野と具体的な方策を経済面だけでなく、社会面、環境面も含めた包括的な視野から検討する。

3. 方法

(1)日英の流通施策レポートの比較により流通業者の新たな重要分野を検討する

農水省「食料供給コスト削減アクションプラン」報告書(2006)と英国の環境・食料・農村地域省「持続可能な食品産業のための戦略」レポート(2006)を比較する。

両レポートの相違点を比較し、ともに同様な指摘・提案がされている部分を重要分野として検討したうえで、異なる点、とくに農水省の報告書では今回検討範囲に入らず、英国の報告書では指摘されている「社会」、「環境」面での検討事項については、新たな重要分野として検討する。

(2)青果卸を事例に、(1)の重要分野の具体的な方策を検討する

(1)で検討した「社会」、「環境」面での新たな重要分野において、現在あるいは近い将来に取り組み可能な具体的な方策と優先事項を検討する。

3. 本論

(1)日英の流通施策レポート比較にみる青果卸の新たな重要分野の検討

1)農水省「食料供給コスト削減アクションプラン」報告書

①経過

2005年の食料・農業・農村基本計画と06年の21世紀新農政2006に基づき、国内農業の体質強化策として、食料供給コスト削減に向けた強力な取り組みが必要とされた。これにより06年6月に学者や消費者9人からなる「食料供給コスト削減検証委員会」を発足させた。4回の委員会を経て9月に「食料供給コスト削減プラン」、「重点的に取り組むべき課題に係る取組」を公表した。

食料消費の全80兆円を視野に入れたが、今回の取り組みは「農政上、重要な課題となっている生鮮(加工用原料も含む)段階の15兆円に限られ、水産物も今後別途追加するとして対象から外されている。

②報告書の構成(表1)

報告書では、コスト削減のため「重点的に取り組むべき課題」として「生産面」と「流通面」の双方から重点課題を定めている。

生産面では「低価格資材の供給や効率利用等」としてJA全農による低価格な輸入肥料やジェネリック農薬の普及の拡大、低コスト施設の導入、農業機械の効率利用などについて詳しく述べている。

③報告書におけるアクションプランの考え方と効果(表2)

アクションプランでは考え方として、食料コストの削減と同時に消費者ニーズに対応した質の高い食料の供給とのバランスを取って実現することを示している。具体的には、生産者や食品産業の事業者は、販売価格を引き下げることによって需要を増やすことが可能となること、また、増えた利潤を付加価値向上のための投資に振り向け、新たな販路が拡大できるとしている。これにより消費者は、小売価格の低下とともに、多様なニーズに対応した付加価値の

表1 農水省『食料供給コスト削減アクションプラン』報告書 構成

タイトル	食料供給コスト削減アクションプラン	
1 はじめに		
2 食料供給コスト削減の考え方	(加工食品・外食は今後の取組へ)	
3 食料供給コスト削減による効果		
4 重点的に取り組むべき課題	(1) 低価格資材の供給や効率利用等	(生産コスト)
	(2) 経営規模拡大, 技術開発等	(生産コスト)
	(3) 卸売市場改革や物流効率化等	(流通コスト)
	(4) 品質や形状等に関する消費者ニーズ等への効率的な対応	
	(5) 農協の経済事業改革の推進	(生産・流通コスト)
5 今後, 情報収集・現状分析等を進めるべきその他の事項		
6 食料供給コスト削減の取組の実施状況等の検証		
7 検証に当たって留意すべき事項		

表2 農水省『食料供給コスト削減アクションプラン』における削減の考え方と効果

2005年に示された『食料・農業・農村基本計画』で示された「生産努力目標(目標年次2015年)」に即して取り組み, 可能な限り目標達成の加速化を図る。
生産コストの削減のうち, 経営規模拡大による効率化, 技術開発による省力化は「21世紀新農政2006」でも別途検討している。
まず, 農政の推進上, 重要な課題となっている生鮮(加工用原料を含む)段階について具体的な取組を推進する。
加工食品の製造・流通段階や外食段階は今後取組を推進する。
水産物は, 水産基本計画の見直しの検討結果を踏まえて別途追加する。
・食料供給コストの削減と消費者ニーズに対応した質の高い食料の供給とをバランスよく実現していく。
・品目ごとの特製を踏まえた多様できめ細かな取組を推進していく。
・食料供給ルート全体の体質が強化され, 消費者の利益増大等につながっていくことが期待される。
・具体的には
① 生産者, 食品産業事業者は, 販売価格を引き下げ価格競争力の強化を通じ, 需要の拡大を図ることが可能となる。
利潤の増加を, 付加価値向上のための投資に振り向けることで, 消費者ニーズに対応した様々な経営展開, 輸出等を含めた新たな販路の拡大を図ることが可能となる。
② 消費者は, 小売価格の低下による利益を享受する。多様なニーズに対応した付加価値の高い商品の提供が受けられる。

高い商品を提供されるという効果を示している。

2) 英国「持続可能な食品産業のための戦略」レポート

① 経過

2002年に出された「持続可能な農と食のための戦略」で, 農業と食品産業双方の戦略を示した。この戦略の目的は, 農業および農産物の加工業が利潤を増やし, 国際的な競争力を得ることであったが, 同時に, よりよい環境と人々の生活, 地域社会の実現も両立させることを重視した。これに基づき, 2005年7月には, 食品輸送による環境負荷を示す指標として「フード・マイルズ」(Food Miles)が妥当であるのかどうかについて調査結果を発表^{注5, 注6)}。国

内外の生産者から消費者間のサプライチェーンを網羅した食品輸送に関する過去20~30年のデータをもとに, 食品輸送の経済および環境・社会面への影響を分析した。その後, 食品各業界団体を主なメンバーとし, フード・マイルズのほかにもどのような要因を考慮して, 環境への負荷を減らし, 社会的にも負担の少ない戦略に取り組むべきかを検討してきた。

② レポートの構成 (表3)

レポートではまず, 同戦略において持続可能な生産と消費のために重要となる優先事項, 戦略の取り組み方, 国内・EU各国, 世界の同様の課題との深いかかわりについて述べたあと, 企業に求める社会

注5) 英国環境・食料・農村地域省 (defra) 「持続可能な(食品産業の)発展の指標としてのフードマイルズの妥当性 (The Validity of Food Miles as an Indicator of Sustainable Development)」(2005.7)

注6) JETRO ロンドンセンター・小坂伸行・奥田芽衣子「英国, 『フード・マイルズ』に関する調査結果を発表」(2005.8.10)

表3 英国『持続可能な食品産業のための戦略』レポート 構成

タイトル	持続可能な食品産業のための戦略
要約	
1 はじめに	(1) 目的 (2) 持続可能な農と食のための戦略における原則 (3) 戦略における優先事項 (4) 戦略の取り組み方 (5) 国内, EU, および世界の課題との関わり(Cross cutting considerations)
2 持続可能な生産と消費	
3 企業の社会的責任	
4 環境面	(1) エネルギー利用と気候変動, (2) 廃棄物, (3) 水
5 社会面	(1) 栄養と健康, (2) 食品安全, (3) 雇用機会の平等, (4) 職場の衛生と安全, (5) 倫理的な取引
6 経済面	(1) 科学に基づくイノベーション, (2) 労働者の技術向上, (3) 法令順守
7 望ましい規制緩和事例研究(12社)	

的責任のあり方について検討している。

これに続く本論で、環境、社会、経済の各面における重要な検討項目を上げ、それについての現状、課題と対策をそれぞれ述べている。これらの多くは食品企業の自助努力によって実現する項目であるが、最後には政府・行政の役割と規制のあり方についても説明している。

③ 戦略における主な原則 (表4)

レポートでは「主な原則 (key principles)」として、持続可能な食品産業がめざすべき方向性を示している。

基本は、生産者が市場のニーズに基づいた安全で健康によい食品を生産することであり、消費者がこれら食品についての正しい情報を得、体のためになる食べ物を得られること、としている。さらに生産

者については、市場からの利益とともに直接支払いの収入を得ることで生計を立てられることを明記している。また、農業生産や多面的機能のために、農地を放棄せず、利用可能な状態に保つことを定めている。

戦略の主体は、食品業界、行政、消費者であり、三者がともに努力することが、目標実現の鍵であるとしている。

3) 日英の両流通施策レポート比較 (表5)

① 担当省と検討委員、策定期期

日本の食料供給コスト削減アクションプランは農林水産省が担当し、学者、消費者代表などが検討委員となって2006年9月に策定した。

英国の持続可能な食品産業のための戦略は、環境・食料・農村地域省が担当し、有識者のほかに食

表4 英国『持続可能な食品産業のための戦略』における「主な原則(key principles)」

2002年に出された『持続可能な農と食のための戦略』において、英国政府は、先に農業と食品産業双方の戦略を示した。

ここでは、よりよい環境と人々の健康、地域社会を守りながら、いかにして農業および農産物加工業が、利潤を増やし、国際的な競争力を得るかを示した。

そして、以下のように持続可能な食品流通のための主な原則を定めた。

- ・ 市場のニーズに基づいた安全で健康によい食品を生産し、すべての消費者が食品についての正しい情報を得、体によい食べ物を得られるようにする。
- ・ 地方や郊外の経済・地域社会における多様性、可能性をサポートする。
- ・ 持続可能な農業(land management)のため、市場からの収益とpublic benefit支払いの両方の収入で従事者が生計を立てられるようにする。
- ・ 生物や資源が枯渇しない範囲で事業を行う。とくに、土壌、水資源、生物多様性に配慮する。
- ・ できるだけ再利用可能なエネルギーを使い、原則としてエネルギー利用を減らし、資材の投入を最小限に抑えることで、環境の力を高く保つ。
- ・ 食品流通業に従事するすべての従業員において、質の高い福利厚生と教育訓練の機会、安全で衛生的な職場を確保する。
- ・ 動物の福祉と健康を保つ。
- ・ 社会の要請でやむを得ない場合をのぞき、農業生産やpublic benefitのために農地を利用可能な状態に保つ。

表5 農水省『食料供給コスト削減アクションプラン』と英国『持続可能な食品産業のための戦略』の比較

担当省	農林水産省	英国 環境・食料・農村地域省
タイトル	食料供給コスト削減アクションプラン	持続可能な食品産業のための戦略
検討委員	消費者代表、有識者、農業・農産物加工業代表者	有識者、農業、食品各分野の代表者
基本計画	2005年 食料・農業・農村基本計画 2006年 21世紀新農政2006	2002年 持続可能な農と食のための戦略 2005年 持続可能な発展のための戦略
策定日	2006年 9月	2006年 4月
背景 (世界の状況分析)	水資源の不足、砂漠化、地球温暖化 開発途上国を中心とした食料不足 原油価格の世界的高騰 石油代替エネルギー源としての農産物需要の高まり 中長期的に食料需給に多くの不安定要因	気候変動、資源の枯渇、汚染の限界 開発途上国の食料消費の拡大
(国内の状況分析)	食料の6割を海外に依存 特定国への輸入依存度が高い 輸入先国の作柄や作付け等の変動による影響を受けやすい 消費者から農業生産や食品流通の実態が見えにくいとの声 食品ロスが多い	食料の4割を海外に依存 (環境) 全産業のエネルギー消費量のうち14%を食品産業が利用 (社会) 青果物より脂肪・塩分・糖分の多い食品が多く流通し、肥満が増えている (社会) 食品由来の食中毒などの深刻化 (社会) 食品産業の従事者は、少数民族、障害者、高齢者の比率が高い (社会) 職場での病気やけがが他産業より多い (経済) 技術革新の研究開発費が多くない (経済) 教育水準が高くなく訓練の機会も少ない
目標	5年間で食料供給コストを2割削減	2012年までに食品輸送に伴う環境・社会面へのコストを20%削減
目的	消費者ニーズに対応した質の高い食料を将来にわたって安定的に供給していくために、生産から流通・消費に至る国内の食料供給をめぐる諸問題を解決し、国内農業の体質強化を図る	世界の人々が後世まで、生活の基本的なニーズを満たし、より質の高い生活を送るため、食品産業の従事者においては、人々の生活や環境を犠牲にせず発展できるよう、経済的な活動を最適化する。また、消費者の選択行動と消費構造をより適切に変化させる。
対象	農業、農産物加工業 (加工食品の製造・流通段階、外食段階は今後の取組、水産物も除く)	農産物加工業、加工食品、外食
重点分野	経済面	環境面、社会面、経済面 各面の持続的な発展を重視

品・農業各業界団体がメンバーとなって 2006 年 4 月に策定した。

② 背景と目標・目的

農水省の報告書は 2005 年の食料・農業・農村基本計画などを背景に、5 年間で食料供給コストを 2 割削減することを目標に定め、消費者ニーズに対応した質の高い食料を安定的に供給していくため、国内農業の体質強化を図ることを目的とした。

英国のレポートは 2002 年の持続可能な農と食のための戦略などを背景に、2012 年までの 5 年間に、食品輸送などにもなる環境・社会面のコストを 20%削減することを目標に定めた。目的は、人々がより質の高い生活を送るため、食品産業が、人々の生活や環境を犠牲にせずに発展できるよう、経済活動を最適化することとした。

③ 対象と重点分野

農水省の報告書は、農業、農産物加工業を対象とし、加工食品の製造・流通段階、外食段階は今後の取り組みとした。また、水産物についても今後の取り組み課題とした。重点分野は経済面に限定し、経済的なコスト削減について検討した。

英国のレポートは、農産物加工業、加工食品、外食など食品産業全体を対象とした。重点分野は、経済面だけでなく、社会、環境面におけるコストを検討し、各面がバランスを取り持続的に発展することを重視して検討した。

4) 日英の流通施策レポート比較にみる青果物流通業の新たな重要分野の検討

① 環境面「エネルギー利用」

英国のレポートでは、環境面における検討項目として、エネルギー利用と気候変動の関係、水と廃棄物の問題を取り上げ、食品輸送が環境に及ぼす影響について重点的にまとめている。地球温暖化の原因となる二酸化炭素の排出量を、輸送距離とともに輸送手段別に示し、より排出量の少ない輸送方法に切り替えるよう勧めている。

② 社会面「栄養と健康」、「食品安全」

英国のレポートでは、社会面における検討項目として、「栄養と健康」、「食品安全」を食品について留意すべき項目としてあげている。

「栄養と健康」では国内の肥満問題を取り上げて、食生活との関わりを示すとともに、より栄養価の高い生鮮青果物を、消費者が食べられるような体制づくりの重要性を説明している。子どもをターゲットにした食品のコマーシャルが及ぼす悪影響についても指摘している。「食品安全」においては、食中毒など食品由来の事故の問題をあげ、より衛生管理のしやすい生産体制の重要性を示している。

③ 経済面の捉え方

英国のレポートでは、国内の食品産業関連の事例を巻末にまとめている。取り上げた会社は、レストラン、ホテル、スナック菓子メーカー、マーガリンメーカー、地ビールメーカー、乳製品メーカー、冷凍食品メーカーなど12社に上る。さまざまな分野で規模の異なる会社を例に取った。主に、持続可能な資源や原料を確保する取り組みに焦点をあて、その取り組みによって、いかに経済コストを削減できたかを強調している。

取り上げられた12社のうち、中間流通業者として青果物を扱うサラダメーカー1社の事例があり、次のように紹介されている。

英国のサラダメーカー「ボーンサラダ」は、「ギースト社」に1989年に買収され、1997年に新たに建てたサラダ工場を運営している。従業員は550人だが、葉ものサラダの需要が大幅に増えているため、規模を大幅に拡大しつつある。

さらにここでは、新工場が2003年に導入した水再利用システムとその効果を説明している。同システムにより、まず水の使用量が45%減った。これにより浮いたコストはさらなる設備投資に回した。また水管理のメンテナンス作業が減った分、ほかの機械の保全作業が進み、工場内の衛生管理の向上につ

ながったと指摘している。

レポートでは、同社のエンジニアリングマネジャーのコメントとして「水資源を無駄にしないという取り組みで、社のほかの主要な問題を解決することにつながった」と記し、資源の有効利用が、経済コストの削減にもつながることをアピールしている。また最後に、この取り組みにより、同社は年間25万3,000ポンド(約5,000万円強)の経費削減を実現したことを強調している。

農水省の報告書は、環境面での取り組みが、供給コストの増加につながるとして留意すべき点として指摘している。英国の事例研究は、「環境面での取り組み」がコストの減少につながった例を示し、環境面での取り組みが、必ずしも経済面のコスト増につながらない点を指摘している。

たとえば、環境面から地場流通を進めた場合、他産地の商品と比べて流通コストがかからない可能性が高い。これを適切な利幅に乗せて有利販売することで、卸と生産者の両者の取り分が増えることにもつながりうる。このように、「環境」コスト削減の取り組みと「経済」コストの削減を両立させることは十分可能である。

(2) 青果卸を事例にした新たな重要分野の検討～大阪市中央卸売市場のT社を事例として

1) 大阪市中央卸売市場T社の概要

T社は、大阪市中央卸売市場東部市場の青果卸売会社である。1964年の同市場開設以来40年あまりにわたり、西日本首位級の青果流通拠点として青果物の安定供給に従事してきた。資本金は1億円、従業員は200人弱、2005年度の取扱高は400億円を超え、全国トップ10に入る。

2) 大阪市中央卸売市場T社の特徴

全国の主要産地と取引するほか、大阪では唯一、地場産品を専門に扱う「近郷部」を持つのが大きな特徴である。全国の卸に先駆け1989年に近郷野菜のシステムID化、2000年に同自動支払いシステムを開始するなど流通システムの強化に力を入れてきた。その結果府内市場の地場野菜(大阪・奈良産)のシェアは、小松菜、水菜、菊菜など主要品目で全体の7割強(金額ベース)を占め、大阪の地場流通を支えていると評価されている^{注7, 注8)}。

表6 青果卸T社の取り組み 商品・企画開発の分類

分類	重点項目
1 産地	産地/地場産/フードマイル
2 品目	バラエティ/産地リレー
3 形状	ミニ/規格など
4 料理	
5 生産方法	有機・減農薬など
6 食味	糖度/熟度/歯ざわり
7 栄養素	特殊品目・品種
8 トレーサビリティ	
9 鮮度維持/物流/省力化	朝取り/コンテナ利用
10 エンターテイメント	行事/期間限定品
11 環境	
12 加工	

3) 大阪市中央卸売市場 T 社の課題 (表 6)

2002 年には小売・中食・外食業者に、産地の魅力や商品価値を消費者に伝える方法をトータルに提案する「IT・マーケティンググループ」を新設した。卸業務の枠組みを超え、生産・流通・小売をつなぐ売り場・イベント提案にこれまで4年間取り組んできた。マーケティングに重要な取り組み 12 分野として表 6 のようなカテゴリーを掲げ、総合的な商品づくりに取り組む。

主な取引先である、イオングループ、イトーヨーカドー、オークワなど主要スーパーマーケット、近鉄百貨店など主要百貨店、いずみ市民生協、ロイヤルホストなど外食チェーン、ロックフィールドなど中食業者を対象に、自社がコストを負担して事業提案を行ってきた。

こうしたスーパーの売り場および外食レストラン店内において、近郷部の取り組みを生かした地場産野菜の魅力を伝えたが、来店者の継続的な旬野菜の購買にはつながらなかったという。消費者により接近した提案・学習の機会づくりが課題となっていた。

4) 大阪市中央卸売市場 T 社における地場流通の位置づけと重要性

大阪府では都市化が進み、農業の担い手が減っていることから、農地面積は 1990 年前後から大幅に落ち込んでいる。しかし、「春菊」、「フキ」、「大阪ナス」、「デラウェア」など全国上位 5 位以内に入る主要青果物も少なくなく、こうした品目は「なにわ特産品」として産地育成に取り組まれてきた。

ここ数年では、農薬と化学肥料を慣行栽培より 5 割以上減らした「大阪エコ農産物」や「なにわの伝統野菜」の認証制度が府によって始められ、大阪産青果物の生産が振興されている。主に地元・大阪府民を対象に販売を進めている。

地場の農産物を、安全性や鮮度、価格、環境保全など各面から見直す動きが広がる中で、JA や自治体などが運営する大型農産物直売所も設置が進んでいるが、まだ数は多くない。利用者の 50~70% が 50 代以上の中高主婦という調査結果もあり、他世帯の利用は中高年世帯と比較して進んでいないのが現状である。

また、農産物直売所は、農家と顔の見える関係が築け、消費者による農業の理解を深めるなどの効果があるが、販売量からみた場合には限界があり、地元の優良な外食・中食業者などとの契約販売には安定供給面での課題が残る。

より安定的に、より多くの地場産農産物を、地元の市場で売するため、地元卸の集荷・分荷機能、情報収集機能を活用する余地は大いにある。

直売所とならぶ地元農産物流通の拠点として、とくに大手量販店、外食、中食業者を相手とした取引を進めることは、重要である。

5) 大阪市中央卸売市場 T 社における地場流通振興に関わる取組と食育事業

大阪府下では高品質な認証品などの地場産野菜の生産・流通量が増えている中、消費者の認知度や利用は、産地など関係者の期待ほどは伸びていない面がある。直売所はもちろんのこと、スーパーの店頭などで日常的に地元・大阪産野菜に供給する体制を強化するとともに、消費者においても大阪産野菜に対する意識を高め、生鮮野菜を日常的に家族の食卓で食べられるような学習の場やサポート体制・適切な食情報が不足していると考えられる。

5. 結論および考察

(1) 食品産業の新たな課題について

1) 消費者に対する姿勢

農水省の報告では経済コストを減らすため、「消

注 7) 藤田武弘「第 2 章 大阪府における青果物流通構造の特徴」、「第 5 章 中央卸売市場における地場流通の位置と特徴」『地場流通と卸売市場』(農林統計協会 2000)

注 8) 東果大阪「中央卸売市場のしくみと東果大阪の概要」(2006)

費者ニーズ」に対応することをもっとも重視している。消費者に変化を求めるより、消費者の求めるものに対応する姿勢である。

英国のレポートは、「消費者行動を変える」ことを重視している。行政機関が率先して「環境に配慮した」、「持続可能な」製品を購入することで、消費者を啓蒙することも提案している。

日本の場合、総理府が2000年7月に行った調査では、「消費者が国産品を選択した基準」は「安全性」がトップで82%であり、次に「新鮮さ」(58%)、「品質」(42%)、「おいしさ」(28%)と続き、「価格」は11%である。

英国の場合、「消費者の選択基準」(2005年調査結果)では、「価格」が72%でトップ、「おいしさ」(55%)がこれに続き、「鮮度」(52%)、「ブランド」(42%)、「健康的」(41%)、「外観」(37%)、「簡便性」(17%)、「添加物がない」(13%)、「原産国」(11%)、「品質保証のマーク」(10%)、「有機」(9%)と続く。「価格」(が安いこと)がトップにくる結果だが、英国はこれに対して、現状ではわずか9%しかない「有機」(であること)や、「フェアトレード品であること」という社会・環境面の要因に重視し、これを伸ばそうとしている。

消費者に対しては、「ニーズに対応する」と同時に「選択を変えるよう働きかける」姿勢も重要ではないか。消費者ニーズに対応するだけでなく、社会面、環境面でリスクの少ない選択基準が重視され、社会に広がるように業界全体で後押ししていくことを期待する。

2) 生産者に対する姿勢

英国のレポートは、生産者に還元される収益を重視し、Public benefitを得ることで、経済的な衰退から生産者を守るという包括的な施策にも言及している。

また、生産者が農薬、化学肥料、飼料、電気などのエネルギー、トラクターなどの農業機械に対して負担するコストを減らすよう求めているが、その代わりに、コストを必要としない天然の資材や社会資源をうまく利用するように勧めている。

農水省の報告は、経済コスト減の対象として、同じように農薬、化学肥料やその他の資材、農業機械などに着目し、これらに支払う経済コストを減らすための減農薬、減化学肥料栽培などを進めているが、

天然の資材や社会資源の積極的利用にはとくに言及していない。その代わりに、安価な輸入資材や機械の購入を勧めている。こうした海外からの資材や機械類は、価格は安いかもしれないが、「環境」面で持続可能でなかったり、原油高騰によるコスト高や供給不安などのリスクを同時に負っている。

「環境」「社会面」も考慮してより長期的な視野で持続可能性を検討すると、必ずしも安価な資材が適切とはいえない状況もあり、代替する天然資源の利用を進めることも見逃せない点となる。食品産業の関係者は、こうした生産方法で生産された原材料を利用することも今後重要になるだろう。

3) リスクに対する姿勢

英国のレポートは、大規模で経済的に効率のよいフードシステムが最適であるという見方に対し、「持続可能」かどうかというキーワードで分析することで疑問を呈した。経済面では、すぐれた職場環境と設備、技術革新のための投資は、中長期視野から重要であり、短期的なコスト削減は産業が持続するためにはかえってマイナスであると述べている。

農水省の報告は、評価の範囲を経済面に限定している。報告書では、「今後、情報収集・現状分析等を進めるべきその他の事項」、「検証に当たって留意すべき事項」の中で、食べ残しや食品の廃棄など環境保全等への対応や、加工食品の製造・流通段階や外食段階における、産地との連携に触れているほか、生産資材の原材料や原油価格の高騰など経済情勢の変化のリスクに言及している。

たとえば経済コストを削減するために生産規模を拡大することは、生産者の労働環境のリスク、食料の安全性のリスク、消費者との距離が離れるリスクなど、英国の報告書で指摘する「社会」のコストが発生する可能性が高くなる。

本稿の冒頭で指摘したように、食と農をめぐる世界情勢は「環境」、「社会」のリスクを増大させている。「経済」面だけで持続可能性を検討することは、こうした「環境」、「社会」のリスクを考慮しないことであり、真に生産者や流通業者が持続可能な取り組みにつながるかどうか大いに疑問が残る。

これに関しては、省庁の担当のあり方も影響している。英国の担当省は、「環境・食料・農村地域省」であり、日本の環境省と農水省の担当を統合したような省庁である。実際、この報告書を担当したのは

「環境省」に当たる部署になる。しかし、報告書の出所はあくまで「環境・食料・農村地域省」であり、この報告書は、食品業界の関係者、生産者団体の注目を集めた。

また、農水省の報告書では、食品加工と外食は含まれず、農産物と生鮮品加工のみが「コスト削減」の実質的な対象となったが、英国のレポートはあくまで食品産業全般を検討の対象にした。日本の場合、野菜を例にみても、消費支出の半分以上は外食と中食が占める。検討を先に延ばした外食や中食、食品製造の分野こそ、食品産業全体の持続可能性を検討するにはより重要な分野であり、今後の有効な施策の提示が求められる。

(2) 青果卸の新たな重要分野について

青果卸の持続的な経営という視点で見た場合、経済コストだけでなく、社会、環境コストを配慮することが、可能性が検討されるべきである。

1) 地場流通について

「環境」面の取り組みとして、生鮮品の輸送で排出する二酸化炭素の量を削減することは、持続可能な産業という視点から今後より強く求められる可能性は高い。余計な輸送を取り除くことで、生産から消費までの距離を縮めること、生産者と消費者の間に信頼感を構築する支援を行い、より多くの売り上げが、農家と消費者の双方に還元されることをめざすことで、フードシステムにおける流通業の持続可能性が高まるといえる。

生産地から消費地までの距離を縮めるとして、近年は直売所の役割が注目され、その数も増えてきて

いる。しかし、ある程度の規模を備えた中規模農家にとっては、大きな、あるいは新たな販路とはなりにくいし、加工業者や小売業者との契約販売につながる可能性も低い。青果卸は、農業生産の難しさ、生産の不安定さをカバーしながら、安定的に地場産品を地元市場に流通させる重要な役割を担える。

2) 食育事業について

「社会」面の取り組みとして、よりよい食品を消費者に届けるとともに、こうした食品を選ぶよう消費者に働きかける取り組みも重要である。取引先の小売・スーパーの顧客という消費者グループを特定し、直接的に近い結びつきを得る場となり得る。同社は2006年度、農水省の「民間における食育活動促進支援事業」の助成を受け、大阪産野菜の消費を進めるための食育事業をモデル的に展開している。食育の専門家、関西に拠点を置く食品スーパー、JAと連携し、大阪産の野菜とともに、野菜の情報についても産地と小売を仲立ちし、消費者に伝える活動を始めたところである^{注9、注10}。

食料の安全や健康、環境問題など、社会、環境面でのテーマをどう織り込むのか。経済面と同時に、社会、環境面のリスクを考慮して構築された持続できるフードシステムこそ、その価値は高まる。短期的にみると経営面では負担増となると考えられる部分は、英国政府のように、ある程度の政府の役割を示し、率先して社会面、環境面の施策に取り組むことによって、食品製造、流通に関わる経済界を持続可能な方向に先導することを期待する。

注9) 東果大阪「食育活動促進支援事業概要」(2006)

注10) 東果大阪「青果卸の旬情報を活用した大阪の子育て世代・家族の食卓実践支援」(2006年度農水省・民間における食育活動促進支援事業)