

99年大予測!

今年はどうなる農と食産業、 そして私・我社はどうする

'99年大予測！アンケート項目

Q1 99年業界予測。私達の業界はこうなる

Q2 99年事業目標。今年、私達 貴社・貴事業者・貴生産者はこんな事業展開を行う。

Q3 貴社・貴事業者の事業内容（生産者の方）は作目・作付面積を含む事業内容。

農業においても、食産業においても大きな変化が始まっている。98年は、悪天候に災いされましたが、農業と食産業の間に戦後築かれてきた壁は、その足取りを止めることなく確実に崩れつつある。また、農業機資材、農産物物流、外食、小売の各業界でも生き残りを賭けた大きな改革が始まろうとしている。99年は、その農業・食産業界がどのように動き、何が起こるであろうか。誰もが知りたいところである。そこで本誌では、99年はどのような年となり、それに対しても各々が何をされようとしているのか、各業界の方々に緊急アンケートを行つた。以下に、川上・川中・川下の順に紹介する。

生産者 (農)黄金崎農場 木村 慎一氏

〒038-2327
青森県西津軽郡深浦町大字舩作字堰根155
TEL0173-75-2122
FAX0173-75-2226

①全面的な契約栽培から1~2割程度だが市場流通（ある程度値段したもの）も手がける。

より一層効率的作業体系の構築。

③小麦のあと作として大豆の栽培（30ha）

④遊休農地の集積と一層の規模拡大。

B 経営としての方向性

①契約栽培を引き続き行なながら、新しい販売方向を研究実践していく。

②福祉と農業、教育と農業等、農業の持つている多様性を単なる生産だけでなく、二、三次、三次、六次産業として出来ないか挑戦してみる。

③従業員、組合員の一層の所得向上を計る。

Q3 耕地面積 450 ha（内借地 200 ha）

大根漬物用 40 ha、大根生食用 10 ha、大

豆 72 ha、種バレイシヨ 50 ha、加工バレイシヨ 40 ha、小麦 120 ha、長いも 5 ha。

契約栽培が中心となつていて、売上は少しだけ余ると契約から離れることがある。できちんとした契約が必要である。面積的にはあまり増えない。

Q2 A 生産販売面について



新年号特別企画

99年大予割!

今年はどうなる農と食産業、そして私・我社はどうする

20%減の見込み、天候不順による収量の減と景気悪化の為価格が下がっている。

することが出来る。但し、この場合の問題として、次のことが考えられる。

(1)白熱電灯の代替

生産者
小久保 恒一氏
〒441-3627
愛知県渥美郡渥美町大字堀切字瀬古畠3
TEL05313-4-2016
FAX05313-4-2017

Q1花卉(輪菊) 業界のゆくえ 生産者サイドから

A 養液栽培の増加と普及が進む

①点滴タイプ 主にイスラエル

頭上灌水タイプ 主に南アフリカ、オランダ

③点滴、頭上の併用タイプ 主にブラジル、日本の場合 各ハウスが点々とあるため、コスト的に割高になり、急速な普及は望めないが、今後、企業等が大規模に行う場合や圃場整備が行なわれている地方での普及が予想される。

何故、オランダ人が世界各國で花生産で成功することが出来たか。それは、栽培マニュアルを数字に変える一人の技術者を養成することによって大規模栽培を可能にしたからだ。

B ナトリウム灯(自然光の普及が進む

近年、異常気象が続いている渥美でも昨年の11月、今年の10月は日照不足によるボリューム減となつてきている。これはナトリウム灯の使用によってある程度カバーを

日本では50・60haと地区によりあり、同じナトリウム灯を使つても波長がちがつてくる。数々の問題はあるが、代替であれば12~15坪に1灯で良く、伸長については、日影部分も良く伸びる。この場合400Wタイプで使用し3hの電照。

(2)補光(太陽光)を利用の場合

昨年までは26000ルックスぐらいにする

ると良いとされていたが、今年オランダのNTV展では、40000ルックスは必要といっていた。またオランダの農家では、7000ルックスあつた方が良いと言つていた。また、600Wが主流で、日本の電気料金では、コスト面で問題が大きい。それとは別に、光の量を増やせばそれと比例してCO₂の濃度は、800~1200ppm必要とされるし、肥料及び水の量も増量が必要。

Q2生産者組織

J Aの合併により、農協が大きな組織になるが、企業として育つてくれればよし、悪くすると官僚組織となる方向が強く、自立心の強い農家のJ A離れが進むのではない

と考える。その中で一農家が強大になれば良いが、日本の農政の中ではそれも無理。となれば、各品目別の農協を作るべきだと考える。私達であれば小回りが利く花卉専門農協を個々の力を集めて作る。そして、農家のための農協を一度再生する行動をするつもりである。その中で同じ方向であれば地区にこだわる必要はないと考えている。

Q3輪菊2350坪(80万本)、年3.1作

生産者
(有)山西牧場 代表 倉持 信之氏

〒306-0515
茨城県猿島郡猿島町沓掛乙585-1
TEL0297-44-2195
FAX0297-44-2732

Q1山西牧場は肉豚生産を主に液状コンポストを利用して、地域の野菜生産農家とタイアップして肉豚と野菜の販売をしている。99年予測との事だが、私は豚肉に

ナダ産の輸入量が増加すると思う。したがつて、99年も豚価はきびしい予想。野菜は99年度も乱高下の年のように推測する。但し、安価よりも高価の予測はしにくい。

いざれにせよ、有機の文字の中に安全性を求めるのだろうが、99年はなぜ、国産豚肉なのか、なぜ、有機野菜なのか、そしてそこに何を求めるのかを消費者の皆様に考えていただき、日本人らしい食文化を掘り起こしてほしい。

Q2私達は、豚肉は「山西牧場」、野菜

は「牧場の野菜たち」の名の下に対面販売し、生産者の責任と商品に自信を持った生産販売をしている。99年は、日本農業の見直し、ハイリスク・ハイリターンと言つた農業を考え直し、市場が安価であつても耐え得る農業も、重要なよう気がする。従つて、養豚の最新のシステム設備も魅力だが、地形や、その場所の気象状況に合つた動物の生態に沿つた畜舎造りも、一考したい。野菜においても施設の近代化の傾向にあるが、作物の長期安価を考えると、農業も、資本投資率の問題になるような気がする。

そこで、私達は、日本最古の老舗集団の自覚を持つて、不变的に永続できるよう事業展開を目指したいと思う。

Q3養豚母豚数650頭一貫経営、年間1万4000頭の肉豚販売

生産者
(株)愛鷄園
齋藤 大天氏

〒369-0214
埼玉県大里郡岡部町本郷368
TEL0485-85-3381
FAX0485-85-0853
E-MAIL: KYK02211
@niftyserve.ne.jp

Q198年は、採卵業界にとつても大変

厳しい年となりました。卵価格は過去最低に落ち込み、99年も消費は不景気のあおりを受け、一般・加工とも全体として低迷が続くと思われます。

新しい大きな変化があります。『卵の賞味期限表示』が法制化されます。以前は青果物同様、日付表示ではなく、一部のスーパー等のみでした。しかし、これからは、日付表示・生産者名・取扱方法等明記することになります。今まで荷の調整を担つてきた市場での流通も大きく変わり、生産者はさらに自分達の作る食物に責任を持つことが要求されます。

Q2 食の安全・消費・生産・流通・調整・價格、とまさに正念場の年といえます。

Q2 『たまご』とえさ』にしほって話しをします。

『たまご』たまごを生で食べる食文化を守りたい!をモットーに、農場を食品工場と位置づけ、さらに衛生管理を徹底していく。また、相場に左右されない分野を一部作りたいと考えます。

『えさ』私達が現在使用している飼料原料のほとんどが、外国からの輸入です。一方、日本では食品工場などから出でてくる副産物は、たくさんのお金をかけて処分されています。私達は毎月約5千トンの飼料を使用しますから、仮にその5%をそういう副産物で補えば、毎月約250トンが活用できます。使用原料・使用量・使用方法、ひとつづつ吟味し、確実に広げていこうと

考えます。

Q3 事業内容 採卵養鶏業
鶏卵・鶏肉・肥料の生産販売

採卵羽数…120万羽

基本方針

『良いヒナ・良いえさ・良い管理』です。良いヒナ・育雛・育成一貫体制。健康に安全にしつかり育てます。『良いえさ』原 料から吟味します。抗生素・抗菌物質は一切使用しません。『良い管理』農場常駐の獣医指導のもと、衛生管理まで徹底します。

Q3 生産品目…モンサントマッピー早生
型F1

圃場面積…30ha(つくば、千葉、福島、新潟、静岡、香川、熊本、福岡、鹿児島)

従業員…本社10名、契約栽培農家準社員200名

生産者
モンサンミッシェル株
米丸 明氏
〒238-0031
神奈川県横須賀市
衣笠栄町2-33
TEL0468-53-7371
FAX0468-53-7377

Q1 私共は、トマローを東北から九州にかけての約200戸の農家と契約して

栽培して頂いている。当社はその全量を買取り、取り引き先企業に販売している。1998年、商社や企業が農業生産法人などを対象に野菜栽培の契約を結びスーパー やコンビニに販売するという状況が活発化しました。多くは流通販路を持つており、自社の種苗を提供し、栽培マニュアル等の

井物産、日本IBM等が有機野菜生産団体と契約している。1999年は農業に様々 な異業種参入が多くなり、ブーム化していくといつても過言ではないだろう。

Q2 98年度は30ha、1戸当たりの平均生産面積が15aであったが、99年度はもっと広げ50ha、350戸の生産農家と契約栽培し需要に答える。

Q3 生産品目…モンサントマッピー早生 型F1

圃場面積…30ha(つくば、千葉、福島、新潟、静岡、香川、熊本、福岡、鹿児島)

従業員…本社10名、契約栽培農家準社員200名

通産省北海道通産局
北海道通商産業局
産業部政策課 食関連産業政策室
辻 純朗氏
札幌市北区北8条西2丁目
札幌第一合同庁舎
TEL011-709-2311(内2555)
FAX011-707-5324
E-mail: tsaa4758@miti.go.jp
URL: http://www.hkd.miti.go.jp/

Q1 北海道経済は、引き続き厳しい状況が続くと思われるが、一方で、この状況

みが具体的な成果をあげつつある。特に、学の取り組みが違っている。「ベンチャー」「ブーム」なるものが過去にも何度もあったが、その際は、「学」の機能が十分に發揮されていなかつた。今、大学は実際の産業に積極的に関わろうとしている。産業界も、自ら北海道の産業戦略を編み出そうとしている。行政においても、「官依存体质」を作り出してしまった自らの方向性を変えようとしている。誰かに頼り切るのではなく、お互いの得意な分野を活かし、互いに競い、助けあう中から、将来の北海道が夢あるものになると期待している。

Q2 「食」に関する「機械」と「技術」に着目していく予定。まずは食品加工機械に関する調査事業を実施する。視点がぼやけてしまうことを避けるため「ナチュラルチーズ」に関して掘り下げる予定。全国のナチュラルチーズ生産の9割以上が北海道で作られ、道内各地に小規模ながら個々のチーズを生産する「工房」も増えつつある。これらを支える機械設備を地元の機械メーカーが製造していくためのキックオフを作ろうと思う。画面を渡して「はい、お願いね」というのではなく、生産者と機械を作る人達が、互いに協力しながら作業を進め「良い食品を作る」という目標を達成されるような事例を作っていく。

Q3 道内の食関連産業の振興には、農水産業の「川上」、加工等を行う「川中」、小売・外食等の「川下」の3者の連携が必



要との考え方を機会ある毎に訴えてきた。最近では、例えば食品包装の品質管理にラップフィルムの製造管理技術が応用できるなどと聞き、他の産業との関係も重要な認識を新たにしている。

回りに目を転じてみると、意外なところに問題解決への糸口が見つかることがあるようである。

農協
沢田農業協同組合
東京営業所 所長
鈴木 秀樹氏
〒114-0023
東京都北区滝野川7-30-9
TEL03-5974-4833
FAX03-5974-4833

消費者のニーズが多様化し、その中でより多くのマーケティングチャンスが生まれているのも事実です。

新しい商品開発は一つの手段ですが、年齢層や購買層をセグメントし、これらの消費者が最も必要とする商品を供給していくことを考えています。今のような厳しい状況下では、商品や販売方法を特化し、特徴のある事業展開が業績を伸ばすのに有効であると思われます。

Q1 「食品は景気に左右されない」とは過去の話で、今や食品業界にも長びく不況の影響が重くのしかかっています。さらに農産物の自由化、各方面の規制緩和が拍車をかけ新年度も厳しい状況は続くものと推測します。

デフレ傾向の強い昨今の経済局面では、生産者(農家)も巻き込んだ価格競争が益々激化するものと考えています。

大手スーパーの5%還元セールが注目を集めたのは記憶に新しいところですが、なりふりかまわぬ販売戦闘に関心を寄せる一方で、この現状をしつかり受け止めいかなければならぬのも事実です。薄利多線を構築するのか、この選択に迫られる年

になりそうです。

Q2 不況の現状は前述のとおりですが、消費者のニーズが多様化し、その中でより多くのマーケティングチャンスが生まれているのも事実です。

に合理化することを目的にして、集荷拠点と販売先を含めて消費者にも生産者にも利益を産む流通システム作りに取り組んできました。

商社
伊藤忠商事(株)
食料部門長補佐
(兼生鮮流通部長)
松丸 正明氏
東京都港区北青山2-5-1
TEL03-3497-6255
FAX03-3497-6267

今年の早い時期にはよりダイナミックにその成果を皆様に役立てていただけるような小売段階での体制も整いました。

Q1～3 農業】もそうですが、我々が取り組む「青果物流通」でも大変な競争の時代が始まります。ただし、それは「強者」が勝ち残るという競争ではないのです。ただ単に強い者や大きな資本を持つ者が勝つのではなく、社会に対して役割を果せる者が「適者」として残っていくのだと思いません。

市場や顧客の期待に応えられる者が勝ち残ります。例えば現在の金融の世界を見てみれば解る通り、野菜の国内流通を外資が行うということだって有り得ないことはないのです。

現在は、明治維新に匹敵する100年に一度の大きな歴史の転換点なのです。勝ち負けは最終的には問題ではなく、勝った者が社会のために責任を取つていかねばならないのです。だからこそ、野菜の中間流通においてその勝者たりえる者は、何よりもお客様のために役割を果さねばならないし、また、お客様を自覚した生産者のために役立ついかねばならないと考えています。

そのためにも、本誌が主張している農業者が「農業経営者」として成長していくことを前提に、資本や組織の大小ではなく、農業経営者と我々中間流通業者などが、支配や従属の関係ではない対等なパートナーシップの中で協力しながら、よりお客様に選ばれる未来を作つて行かなければならぬのでしよう。

Q3 私どもJA沢田では、地元農家(組合員)との契約栽培によって集まつた農作物を農協の加工工場で製品化し、直売店を中心販売しています。

中間手数料を極力削減し、生産から販売までの一貫システムを実践しています。漬物を中心に百種類以上に及ぶ加工品は「沢田の味」ブランドとして定着しつつあります。

平成8年にオープンした日本一の規模を誇る薬草農業公園「薬王園」は当農協直営の施設であり、園内の薬草加工工場では各種健康食品を製造しており、中でもメグスリノキ製品は特に有名です。

新年号特別企画

「農業は景気に左右されない」とは過去の話で、今や農業業界にも長びく不況の影響が重くのしかかっています。さらに農産物の自由化、各方面の規制緩和が拍車をかけ新年度も厳しい状況は続くものと推測します。

デフレ傾向の強い昨今の経済局面では、生産者(農家)も巻き込んだ価格競争が益々激化するものと考えています。

大手スーパーの5%還元セールが注目を集めたのは記憶に新しいところですが、なりふりかまわぬ販売戦闘に関心を寄せる一方で、この現状をしつかり受け止めいかなければならないのも事実です。薄利多線を構築するのか、この選択に迫られる年

になりそうです。

伊藤忠では青果物の国内流通をトータル

に合理化することを目的にして、集荷拠点と販売先を含めて消費者にも生産者にも利益を産む流通システム作りに取り組んできました。

商社

三井物産アグロビジネス株

緑化農産部主任
鯉沼 真里氏

〒103-0027
東京都中央区日本橋石町
3-3-5日本橋トーキビル7階
TEL03-5200-3813
FAX03-5200-3805

Q1 産業としての農業が変わっていくのであれば、それは、小売業や外食業などの売り場からではなく、産地からと私共は考えております。生産物の品質管理及び受発注に関わる数量管理の観点からも、これからは産地に求められる機能がより重要な役割になつていいのではないか。

また、現在の日本の野菜農家が抱えている問題点として、(a)規格が過剰な程厳しい、(b)包装の手間が生産性の低下を招いている、(c)市況が乱高下し収入が不安定である、(d)有機栽培への期待と品質・収量面の不安とのギャップ、などが挙げられると思います。

Q2 私共は、三井物産肥料部国内販売部門から得た情報を通じて、水田転作、重量野菜からの転作をされる方々や、新規作物の導入を考えられている方々とお話しをさせて頂き、甘さ、柔らかさ、栄養価が、耐寒性等、ユーザーの求める品種や栽培方法を踏まえて商品企画・提案を致しております。前記問題点を解決する方策として私共では、(a)規格を緩やかにして正品率を

向上させ、選果作業を省力化する、(b)プラスティックコンテナーの使用で出荷の手間を軽減する、(c)安定供給を前提としたユーザーとの価格取り決めによって収入の安定化をする、(d)野菜購入者の意見を聴取し、産地視察会等の勉強会を設ける等、を行つております。

今後の展開として、全国240の肥料特約店網等を用い、農業生産法人を組織化し、ユーザーの求める野菜を適地適作で生産する体制を作り、適正価格での周年供給を目指します。また、野菜の前処理／一次加工と配達機能を併せ持つセンターを創設し、各地での展開を図ると共に、加工時に発生する食材クズのリサイクル化を推進していきます。

私共は、生産者の求める「農業」と、消費者の求める「食品」の橋渡し役に徹し、農産物の生産、流通、加工、販売、消費の統合（インテグレーション）の実現を目指していきます。

制度を原点とした変動相場性価格形成の最先端となっています。今年9月の台風は全国各地の生産者の庭先を直撃し、農産物価格は暴騰、高値安定は長期化の様相を示しております。生産者も流通業者も消費者も誰も利益無し、卸売会社のみが130%。

一方この事態は外食産業等に納入している業者が原価保証の為大損大打撃を受けており、分散型の仕入体制とより安定化された

産地形成に動く事は間違ひありません。99年は生産者の方々も夢よもう一度と作付けを増やし万全の対策を考えておられるでしようが、供給過剰で大暴落も予想されます。しかしあくまで天候次第、くれぐれも注意が肝心と言えましょう。

Q2 専門店、量販店、外食産業、生協の情報産業はいかに脆いものであるかを思い知らされました。被害にあつた生産者は参りましたが、今年の台風の影響で農産物の情報産業はいかに脆弱であるかを思いました。ただ黙々と次の作付けの準備に入らざるを得なかつた訳ですし、また毎日取引を願つておられる先様には迷惑のかけっぱなしでした。安定した納品を継続する為に当社は、

新食糧法になつて、売りも買も原則自由。さあどうぞ自らの裁量で商売をして下さいとなつたが、永い間「食管丸」という守られた舟の中にいたので、どうしていいかわからない。

米穀卸、小売りも一部の勝ち組とほとんどどの負け組になつてしまつた。今年は更に二極分化が進むのではないかでしょうか。大半は一般消費者が品選びする第一順位「安い」米に流されている。

益々儲からない業界になつていく。

Q2 今年は3つの取組みを推進します。
①農業技術通信社、大日精化工業と組んで、「液体マルチ」を使い、無農薬米づくりに参加。販売面並びにマーケティングを担当します。

Q1 私達の業界は市場を中心とした青果物の流通を担う役割を果しており、セリ

Q3 (株)松源グループは新しい時代の新しい中卸を目指しております。農産物の流通に関するあらゆる分野の対応チャネルを持ち、24時間体制での農産物の流通を通じて地域社会に貢献して参ります。

仲卸
いちかわライスピジネス株
社長 稔氏
〒243-0432
神奈川県海老名市
中央2-1-16
TEL0462-34-2082
FAX0462-34-1992



新年号特別企画

99年大予測!

今年はどうなる農と食産業、そして私・我社はどうする

ア精米」の推進。弊社が開発したインストア精米機「こめつきシリーズ」を用い売り場提案を推進。

③米穀専門店支援

生産者(作り手)を前面に打ち出した、玄米をその場で精米する。米穀専門店を開拓し、本物のコメを販売する店を支援しています。

Q3 コメリジネスの企画提案企業

安全とおいしいをキーワードにして、生産者と販売業者を支援していきます。

- ①こだわりの玄米の買入、販売
- ②直営店舗の運営
- ③自社開発の精米機の全国販売
- ④関連する業務一切
- ⑤コンサルティング

仲卸

ひかり農産

代表

根岸 俊光氏

〒379-2221

群馬県佐波郡東村

国定1100

TEL0270-63-0020

FAX0270-63-0020

トマト。当社と取引のある篤農家の協力のもと、就農希望者を受け入れ、2年位篤農家の研修を行い、その後、農地、施設等を転換し、篤農家と連携し就農ができるシステムを造る。

Q3 トマト・インゲン・青ジソ・シモ

トマトは、脆桃太郎で新しい品種にチャレンジ中。調理用、サンマルツアーノ等も行っている。

仲卸

田中商事
常務取締役

藤村 憲二氏

〒259-0142

神奈川県足柄上郡

中井町久所422-4

TEL0465-81-3744

FAX0465-81-3754

事業として、共生を図っていく必要性がある。農産物(生産・流通)における環境設定を推進すべく、出来るところから実行する。

Q2

歩しない。

事業として、共生を図っていく必要性がある。農産物(生産・流通)における環境設定を推進すべく、出来るところから実行する。

Q2

宅配業では、「こだわり野菜」を「ごく普通の家庭へお届けする。②新野菜」「トマト」「パウダー(粉末化)」を利用しての、加工

食品分野の市場開発及び商品化 野菜チップス、飴、パン、アイスクリーム、豆腐等の家庭へお届けする。②新野菜」「トマト」「パウダー(粉末化)」を利用しての、加工

③インターネット活用による、新規顧客開拓。④「こだわり野菜」における、産地開発オリジナリティ作りを図る。⑤業務委託(アウトソーシング)によって、相互の特化した部門をより効率的に補完しながら、営業促進を行う。

ソフト..いつ収穫したか(収穫月日)、材質感とは(品種、他)、栄養価(標準的なエネルギー表示)とは。

ハード..何を使用しているか(農薬類、添加物他)、露地・ハウス・水耕などの作付け方法、栽培期間(何日間で収穫できるか期間を指す)

業務用向けてとしては、商品情報(地域性、特色、生産者からのメッセージ等)と段階的オーブン価格情報の開示。毎年起きる天候不順による異常相場への歯止めをする

Q3 有機野菜というレベルを越えて、青果物をマーケットへ提供する。

小売

(株)福田屋百貨店
松本 幸治氏〒321-0962
栃木県宇都宮市今泉町237
TEL028-623-5213
FAX028-623-5202

改善策を、生産者・流通業者・ユーチューバーと協議し、適正な価格を維持する。今までの研修を行い、その後、農地、施設等を益々地球規模における気候変動が生じやすいので、特に影響を受けやすい農業が、相変わらずの変動相場制をやつていては進められない。

Q1

最近、特別栽培農産物の商品が各企業各店にコーナー化されていますが、私は問題があると思います。この3~4年急に多く販売されています。ガイドラインが出来たからと言つても、生産が急にふえる事は無いと思っています。表示すれば良く売れたり、高く売れたりする訳ではないと思います。

Q2

農産物は、日本人の体に合うものを、国内で生産する事が大切です。販売側もそうです。売れば何でも良いのではなく、それを表示だけで「品質」「香り」「味」の事を言わないので、安全、安心と語るだけであれば、沢山食べてと言つても食欲は出ません。

食べてみて、感動する味覚のある農産物が必要です。

日本の農産物は「命の基」です。

Q2 うまくて、沢山食べて健康になれば、その商品に見合った代価は支払われるでしょう。

医者の薬より良い農産物の方が安くとうまい。このことを消費者にアピールできる商品がこれから農産物です。自己満足だけの商品では、人は感動しません。

Q1 野菜の成分表示の時代が来る。ただ有機・無農薬のではなく人の体に本当に良い野菜とは何かと考えた時、それは野菜に含まれる成分量(ビタミン、鉄分、ミネラル、等)である。その成分量を、数値化し表示していく時代ではないか、硝酸態培が理解されるのではないか。栽培方法も大切だが野菜の中身で勝負する時である。

Q2 篤農家集団のシステムづくりがテ

業務用向けてとしては、商品情報(地域性、特色、生産者からのメッセージ等)と段階的オーブン価格情報の開示。毎年起きる天候不順による異常相場への歯止めをする

Q3 有機野菜というレベルを越えて、青果物をマーケットへ提供する。

Q2 うまくて、沢山食べて健康になれば、その商品に見合った代価は支払われるでしょう。

外食

社団法人日本フードサービス協会

会長

大河原 毅氏

東京都港区浜松町1-29-6

浜松町セントラルビル10F

TEL03-5403-1060

FAX03-5403-1070

Q1～3

昨年は長引く消費低迷の影響を受け、残念ながら私ども外食産業も今までにない厳しい年であります。外食産業全体では、活発な新規出店により市場規模を拡大しておりますが、既存店ベースで見ると、客数の減少に加え客単価も下がるという状況で売上は前年を3～4%下回りました。

こうした中で外食各社はテイクアウト部門やデリバリー分野への進出・拡充、店舗のスクラップアンドビルト、ショッピングセンター等施設への出店などの政策を進めるとともに、クーポン割引券の配布やポイント制度の導入など、来店客数を増すための施策も盛んに行っております。一方、厳しい環境下でも增收増益を確保する大変元気のいい企業や利益構造を改善したり、リストラが功を奏して売上が減つても利益を伸ばしているところもあります。特に外食産業が他の産業に比べ勝っているのは、出店意欲が大変旺盛で、積極的な雇用を創出している点であります。

昨年の協会としての取り組みでは、健康によい食材調達ということで、有機等農産物ついての基準づくりを進め、「おいしさ」と「健康・安全」に配慮したJF独自の基準を5月に策定・提案しました。また、税制改正や経済対策等への要望活動も活発に行い、パートの非課税限度額の引き上げ等を要望した署名活動では短期間に16万を超える署名を集めました。

2年に一度の外食の祭典「ジャパンフードサービスショーア」の開催年でもありますたが、パシフィコ横浜を会場に12万人を超える来場者で大盛況を博しました。

さらに協会事業として、教育関連の各種セミナーはじめ会員にとって有益な様々な事業を開催してきましたが、なかでも注目したいのはリスクに対応した情報ネットワークの充実が図られましたことです。

今年も依然として経済環境は厳しさが続き、外食産業を取り巻く状況はそう大きく変わらないと思います。不況はもはや普況と捉え、自分たちの力で頑張るほかありません。

私も外食産業が対象とするのは食生活という普遍的なものであり、常に新しい切り口やコンセプト等をもっており、出店意欲や雇用意欲とも旺盛な元気産業であるといえます。このことを踏まえたうえで、協会の使命は、業界の代表として各企業の現状や要望を汲み上げ、政府や行政に対しても要望を提出したり、外食経営にプラスによるような情報や施策を提供していくことです。一方で農業者との連携や支援・育成に

も努めたいと思います。また、これ

に関連して今年は健康・安全・環境問題にさらに積極的に取り組み、JF基準野菜の共同購入や生ゴミリサイクルの事業等を精力的に進めたいと考えています。

の幕あけの年と思われる。

Q2 98年ほど、野菜に対し、価格、品質、量が求められた年はなかった。逆に

言うと消費者にとって迷惑な年に結果的にしました。弊社においてもお客様に多く迷惑をかけてしまった。このこと

より99年は、本来私共がかかるべき

安心・安全・安定」に更に真剣になつて取り組む必要にせまる。具体的には、①露

路栽培から施設栽培へ②カット野菜への参入③野菜が主役の新商品開発④顔が見える野菜のマーケティングの強化の4点を事業展開案としている。

Q3 97年7月より「さらにおいしく、

さらに健康に」をテーマにかかげ、これを新価値宣言とし、美味しいと言つて頂けるハンバーガーを提供している。その為に減農薬、減化学肥料で栽培された野菜を使用し、地域の方々に喜んで頂ける店作りに精進しているチエーンである。

「こだわりの食材」と思われる。

外食

(株)モスフードサービス

アグリ事業部 部長

後藤 政利氏

〒162-0833

東京都新宿区篠崎町22番地

TEL03-3266-7161

FAX03-3266-0710

Q1

外食
日本シェーキーズ(株)
商品開発チーム チームリーダー
大塚 伸央氏
〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂1-10-5 DPM道玄坂4階
TEL03-3476-2721 FAX03-3476-2753

外食産業全体で考へると中食市場との競合を積極的に推進していくグループ

であるだろう。そういう意味からも、食材、と、高付加価値が見込めるこだわりのあるとりわけ野菜には「本物」が求められる時



今年はどうなる農と食産業、そして私・我社はどうする

従来の広範囲な客層をターゲットに、利用動機を明確に絞り込まない飲食店は、更に衰退していくだろう。

原料、食材に対する要求もオーガニックや有機製法、減農薬、自然農法等のより安全で健康的であること、コンベンションナル製品に対する、より安く安定価格での供給が並列して起る。

Q2 当社が98年から取り組んでいることは、お客様に、安全で健康に良い素材を安心して召し上がっていたしたこと。その為に、国内外にこだわらずに产地開発を推し進めていくこと、素材の良さを生かすために、調理機具を含めた調理方法の見直しを行っている。

レストラン店舗においては、小売り市場において高級感のある食材をメニューとして、値段感のある価格で提供する。その素材が一番おいしい時期に合わせるので、無理に通年販売は行わないし、等外品の活用をはかる。

Q3 クリスピーピザにフライドポテト、フライドチキン、サラダ＆サラダバーをメインとした「シェーキーズ・ピザストラーン」、クリスピーピザとパンタイプピザの2種類の生地をお届けするピザ宅配専門の「シェーキーズ・ダイヤルレストラン」の2業態を、全国展開中。

新たに、98年12月からオーガニック食材や素材のはつきりしている(産地、生産者、製法、農法)食材と鮮度にこだわった

料理を提供するニューコンセプトの「AH P(アメリカン ピザハウス)」を出店。

農業機資材

イシグロ農材(株)

情報センター
西野 克志氏

〒441-8123
愛知県豊橋市若松町字若松146
TEL0532-25-5711
FAX0532-25-5574

おいしい農産物生産、および環境保全型農業のための技術として注目を集めており、周辺技術としてのコンピューターコンピューター技術などを併せて普及・拡販につとめたい。

Q3 温室の設計・建設、施設栽培関連資材の販売。点滴養液栽培システムの開発・販売。別会社の株式会社石黒製薬所で農薬(含生物農薬・天敵関連資材)・肥料

ズにあつた農産物を供給できる産地・生産者を求める傾向が強まっており、品質(安全性とおいしさ)・供給能力(量と安定性)

を基準にした産地・生産者の選別がさらに進むと思われる。私たちのような農業資材を供給する側にもこうした技術を提案できる能力が求められていくだろう。一方、異業種の参入も進み、農業者との共生という問題が起きてくると思われる。

Q2 国内外を問わず、実績がありかつ優れたものであれば積極的に取り入れ、日本の農業に適した施設に改良し、生産者の低コスト志向に対応した商品として機能性と低価格を追求していきたい。また、温室・資材を「部分」として販売するのではなく、温室・栽培システムなどのハード、肥培管理・防除技術などのソフトを組み合

おいていくことができると思います。

Q2 99年当社は、点滴チューブを中心にして、システム、ハウス等全体をセットにした形の品揃えを強力に押し進めて参ります。ハウスに関しては、イスラエル製のビニールハウスを日本に輸入し、各県に3ヶ所ずつ建てていきたいと考えております。

各国の点滴かん水システムのシェアは10~30%となっています。それに比して、日本ではまだそのシェアは高くはありませんが、来年は「点滴元年」と位置付け、10%を目指しておられます。

98年の日本は、雨が多く経済状況の厳しい年でしたが、そのような中でも、私共はお客様で順調に伸びることができ、前年比30%程の躍進をとげることができました。点滴の需要は確実に伸びておられます。

農業機資材

ネタフィムジャパン(株)

社長 石川 義治氏

〒103-0008
東京都中央区日本橋中洲5-10第16シ
東橋日本橋ビル
TEL03-3663-6510
FAX03-3663-6320

農業機資材

新コスモ・リグーション・システム

社長 倉澤 利男氏

〒321-0904
栃木県宇都宮市陽東2-10-1-206
TEL0286-89-6614
FAX0286-89-6624

の要請を受け、増加傾向にあります。特に、イチゴ、トマトのファーティゲーション化がより進んでいくのではないでしょうか。イチゴ栽培は高床式に変わりつつあります。そのためには、ベッド方式で追肥を行っていい必要性があり、それは点滴チューブに適した栽培システムと言えます。そのような観点からも、今後もお客様のニーズに

応えていくことができると思います。

Q1 私共は、平成元年より養液土耕を専門として事業を展開している会社です。現在、養液土耕栽培が普及しつつあります。しかし、養液土耕の資材にも栽培品目に適

産者もあれば、失敗した生産者もあるのです。まず、生産者の方々には養液土耕に関する基礎知識を持つて頂き、資材を見る目を養って頂きたいと感じております。また、この不景気に便乗する業者も出てきているようです。今は、養液土耕とは言い難いような資材も出回っております。

養液土耕に関しては、99年は、キチッとした概念とマニュアルを持った所が生き残つていく年になつて欲しいと思います。

また、今年は雨が多く野菜などは高騰もしましたが、今後は基本的には輸入が増加していくと思います。花卉も同様で、今まで100円で作つていれば売れたものが60円で作らないとなならない時代がやってきます。しかし、60円の生産ベースで作る事ができる生産者にとっては、逆にチャンスの時であると言えるのではないでしょうか。

Q2 生産者の方々が、業者の餌食になつてはいけないと考えます。99年は、その辺りを見分ける情報を提供していく年としたいと思っております。また、生産者の方々に養液土耕について知つて頂くために、分かりやすい「目で見る養液土耕」等のマンガも作つていきます。

Q3 平成元年より養液土耕を専門に展開し、ファーティゲーションとは違う本当の養液土耕を行つてゐる会社です。できるだけ安価で、生産者に負担の掛からない機材・資材を提供しております。

Q1 農機業界の需要は、稲作機械を中心とし、2ヶタ台の大軸減となつたが、今年の総需要も「良くて横ばい」程度であろうと厳しく受けとめている。

本年は、転作関連機械が必要の牽引車になるものと期待している。

農業機資材 大起理化工業(株)

営業

真下 尚人氏
〒116-0011
東京都荒川区西尾
久7-60-3
TEL03-3810-2181
FAX03-3810-2185

Q1 生産物の低価格化・高品質化(有機作物)・生産性の向上が要求され、これと伴い品質管理が必要となる。

Q2 Fメータ・ミズトール・養分分析器の必要性と、その使用方法・効果(経済性・経験値の数値化・環境問題)を認知させ、普及に努める。また、生産者が必要とする機器の製作。

Q3 作物栽培に欠かすことのできない「土と水と植物」に関する測定器の製作・販売。

Q2 大規模稻作関連機械や、野菜関連機械の品揃えがほぼ完成したので、今年はこれらの高性能機械を活用した「新しい営農展開」を積極的に提案して行く。プロ農家の皆さんのお恵をお借りしながら、21世紀の国際化の荒波に立ち向かえる「足腰の強い日本農業の構築」の一翼を担いたいと考えている。

重点課題として次の4点を挙げる。

①水田農業の「トータル営農」を提案してゆく。転作への積極的な対応として、如何に水稻・麦・大豆のブロックローテイションを最も効率良く機械化するかといったテーマに積極的に取組む。「儲かる農業」の提案をして行きたい。

②地域特産物の機械化をはかる。畑作や野菜関連の機械化にはまだ検討課題が山積している。省力化機械の開発・導入に意欲的に取組んでゆく。

③プロ農家の皆さんと話合えるプロセール

スの養成。機械知識は豊富でも営農にどう生かすかの視点が不足していた。優秀なセールス担当者を再教育して、皆さんの相談役になれる人材の育成に努めたい。

④インターネットを活用した情報交換。先進的な農家の皆さんにインターネットを利用した情報提供を行つてゆきたい。農家の皆さんの声を本社や開発部門が直接聞ける体制を作りたい。

⑤環境関連機械・施設の推進。地域環境の問題が注視されているが、当社も「クリー

ン・セーブ・リサイクル」という3つの視点から環境システムエンジニアリングを進めてゆく。有機農業の推進に役立つ堆肥化プランなどを積極的に推進したい。

農業機資材

スガノ農機(株)

営業担当常務取締役
中山 豊一氏
〒300-0405
茨城県稻敷郡美浦村大字間野字天神台300
TEL0298-86-0031
FAX0298-86-0030

Q1

農産物の希望小売価格支持政策の廃止、市場原理による価格政策への転換など農家経済の低迷、扱い手不足、高齢化など農業を取り巻く環境悪化現象は数多くある。当然、農家戸数は激減し農業機械が

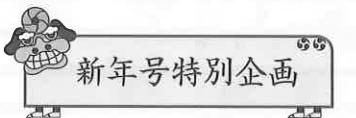
数多く売れる時代は終つたと言える。非常に厳しい99年になることは覚悟している。

Q2 A. プラソイラーの展開で、「心土の時代」を切り拓く。

過作、連作、有機物施用量の減少、農薬・化学肥料・除草剤の永年の多量投入などが、地力の減退や連作障害など農地の疲弊をもたらし、土壤消毒などに頼らなければ生産基盤の存続は困難となつていている。特に、施設園芸や露地野菜の集約的な栽培条件下においては、作土層に養分過剰をはじめとした様々なアンバランスが生じている。

他方、作物根の健全な伸長や気象災害回

避(冷害、湿害、旱魃害の回避)、連作障害軽減などに関与する土壤物理性改善対策



新年号特別企画

99年大予測!

今年はどうなる農と食産業、そして私・我社はどうする

が、小馬力トラクターで可能となる商品開発が、農業経営者から切望されながら、なされていなかつた。

我が社としては3年前より「心土の時代」と銘打つて湿害・旱魃害を回避し、かつ、心土を筋状に表層に上げ、作土層の養分過剰やアンバランスを是正できぬかと「プラソイラー」という商品をモニター販売してきた。

3年間の実績は、初年度は年度末販売開始もあつて9台、2年目195台、3年目12月10日現在で500台を突破した。農業経営者が土壤に対し危機意識を持っておりそれに応える製品開発、普及販売が、今いかに必要なか実証できた気持ちである。

B 農業土木請負事業の展開

不練レーザー耕法は、田を乾かし、表面均平と作土層の物理性均一化を通じ、結果として稻姿を揃える耕法であり、全国的に普及拡大してきた。

この耕法をベースに、全く新しい農業土木工法として「反転均平工法」を開発し、北海道、岡山県、新潟県、茨城県、千葉県を中心して認知されつつある。

99年は、農業土木請負事業部門を立ち上げ、本格的に基盤整備事業に新規参入する。乾かしたい時に乾き、水管理のしやすく、米、麦、大豆、野菜作を中心とした水田の高度利用が可能な汎用圃場を造成し農業経営者に提供する。

更に、当事業部では、農家が機械購入は即刻出来ないが、乾田直播や転作大豆、人參などに取り組みたいという要望に対しても、圃場造りから播種作業までの請負をも実施する。

Q3 農業機械の製造販売、農業土木、農作業の請負

研究・メディア
(株)地域事業研究所 所長 山代 勤二氏
〒169-0072 東京都新宿区大久保2-1-8
TEL03-5272-1735 FAX03-5272-1736

が意識され競われるだろう。

Q2 食と農をつなげるカギは「物流」にある。物流はものとエネルギーの自然な流れを意味する。その実際的研究を行う。

消費者ニーズの根底を探ると行き着く先は身土不二である。食と農をつなげることと食と医をつなげることが重なる。この間に事業機会がある。たとえば畑はフル操業して多様な作物を生産し全部売る。全部売れば土地の生産性は上がる。カギは農産物の加工にありそうだ。しかしすそものを出さない、出来たものを無駄にしないことが最も大切である。

(株)地域事業研究所は特定地域を対象として「物流」の問題点の解析と内発型の事業機関の消費スタイルの変化が進んでいくだろう。併せて食の消費に一定の慎ましさが出てくるだろう。また食品や調理の「多様化」がさらに強まるだろう。一方で環境問題で食品包装に難題が生じる懸念がある。いずれにせよ、新しい食文化・食形式の形成を示唆する形が強まるだろう。大量生産型の商品系(アメリカ型?)から、多品種・少量生産・手作り型の商品系(ヨーロッパ型?)へのシフト。これは加工形態や売り方、店頭形式の多様化をもともなうものとなろう。

これは小企業、零細企業が活躍する機会を創り出すだろう。「個性的で品物が良ければ行列しても」という消費マインドに応えられる店舗展開や商品情報の伝達技術

が意識され競われるだろう。

Q1 青果物流通業界は、99年、卸売市場法の改正を経験する。これにより「市場外流通」との提携が比較的スムーズに実現され得ることから、卸売市場の機能を有効活用しながら実質的な「産直」を行う、「市場産直」的な概念の流通が増えるだろう。

また、「有機」農産物に関する認定制度の法制化の方向が示され、既存の「有機団体」による主導権争いや融合離散、「第3認定システム」を打ち出す動きなど、新秩序を生むための「前夜」状態が展開される。野菜の世界では、「地場野菜」がテーマになる。地場生産→地場流通システムや、野菜の世界では、「地場野菜」がテーマとなる。今後は一社の自己完結事業や排他的な垂直統合などの縦型対応では多様化ーション。今後は一社の自己完結事業や排他的な垂直統合などの縦型対応では多様化二

の共同事業(実験)で行う。

Q3 農の現場(農村)と食の現場(都市)を結ぶ多様な事業及び商品のブランディング。今後は一社の自己完結事業や排他的な垂直統合などの縦型対応では多様化二

の共同事業(実験)で行う。

Q1 青果物流通業界は、99年、卸売市場法の改正を経験する。これにより「市場外流通」との提携が比較的スムーズに実現され得ることから、卸売市場の機能を有効活用しながら実質的な「産直」を行う、「市場産直」的な概念の流通が増えるだろう。

Q2 昨年発刊した、オピニオン情報紙『新感性』Think&Say』を利用した「世論」作りと「辯説」的な全国行脚をしたい。テーマは「農業振興」と連結した青果物流通システム的なもの。

これは小企業、零細企業が活躍する機会を行なう。関連して、バイオガス発生機、M

Cバイオウォーター、生ゴミ・廃プラ処理機などのハード製品も研究をさらに進め

Q3 青果物流通分野を起点とした執筆、講演活動、調査・企画事業。情報紙編集発行、その他委託編集。青果物流通分野におけるコーディネート、コンサルタント。