

カゴメ(株)常務執行役員 平岡泰樹

# 農業変革の今、トマト加工食品 メーカーが描く未来図

トマトを中心とした野菜加工食品メーカーであるカゴメ(株)。

健康ブームを追い風に、日本国内における野菜関連飲料の売り上げが好調であるのみならず、企業買収を含めた積極的な海外事業を展開し、マーケットシェアを広げていっている。その一方で直面している

課題としては、世界的な食料高騰下における原材料をいかに安定して調達するかということがある。解決策として考えているのは、

「トマトの加工品を売らない」と平岡泰樹・常務執行役員は話す。

## 生産者の高度な信頼を得る ための方策を模索

昆吉則(本誌編集長) 随分とご無沙汰しております。

平岡泰樹(カゴメ(株)常務執行役員) お互いに年を取ったものです(笑)。

昆 ええ、本当に(笑)。カゴメさんからはご支援をいただき、ニンジンなどをはじめとする加工用野菜原料の調達パートナーとして本誌読者

を紹介させていただくなど、様々な形で関係を築かせていただいております。日本の農業を取り巻く環境が一変した中で、世界に冠たるトマト加工食品メーカーである御社が今、日本そして世界の農業、あるいは食について何を考え、未来をどのようにとらえているか、改めてお聞かせ願えないかと思つた次第です。さて、平岡さんは昨年4月、日経BP社のホームページ「セーフティ・ジャパン」でのインタビュー

(<http://www.nikkeippc.jp/sj/2/special/295/>)で、主に原料調達に関する発言をなさっておりますね。

平岡 インタビューを受けた当時は、バイオエネルギーの開発やBRICS諸国が台頭する状況下において、当社はいかに原料を安定調達すべきか、まさにそこそが至上命題なのではないかと考えておりました。しかしながら、時間が経つにつれ、その観点だけから見ていることによつて、チャンスを逸してしまうのではないかと、とも思うようになったのです。

昆 といいますと?

平岡 安定調達できないということ、当社が競争相手に買い負けするということですね。これがどうして起こるかといえば、農家が競争相手の方が支払い能力で上回る、高く買

つてくれると判断したからです。ですから当社の支払能力を高くすればいいわけですが、その方法論として何かるのではないかと。たとえば、同じトマトを原材料にしながらも、異なる付加価値を持つ商品を開発しているといったように、カゴメが世界のトマト加工メーカーとの差異を構築できていけば、結果的に支払い能力は高いと判断されるのではないかと考えるに至りました。「食品メーカーは農業生産の価値をもっともっと高めていく」という視点が必要であり、それこそが農業との共生の原点ではないかと、思うようになったのです。

昆 現在、平岡さんがかかわっていらっしゃるプロジェクトも、そういったコンセプトを掲げていらっしゃるそうですね。



平岡 ええ。「農業共生プロジェクト」と技術開発を行なっている「HITプロジェクト」を担当しています。昆 それぞれのプロジェクトを教えてくださいませんか？

平岡 国内で当社の野菜原材料加工を行なっている工場は長野県・富士見工場と栃木県・那須工場の2工場だけです。当然工場の稼働率は高いに越したことはありません。いろいろな野菜が工場に入ってくれば稼働率は上がります。特に富士見工場は海抜約1000mありますから、高低差を利用して季節ごとにいるんな作物を活用する考え方がありました。しかし、そうなると同じ農家と1年間お付き合いすることが難しくなってしまう。

昆 無理に工場を1年中稼働させようとすると、理念を共有しえない農家が出てくるということにつながってしまうことにもなりかねない。

平岡 そうなんです。やはり「この農家さんから12カ月買いたい」という気持ちはありますので。また、それが実現できれば、調達が安定し、相互信頼を築けますし。また、トレーサビリティや品質保証の度合いを必ず高められます。その実現のための方策を、話し合っているのがこのプロジェクトです。

### マーケットが望み始めた “トマト”にはなごトマト

昆 もうひとつの「HITプロジェクト」というのは？

平岡 これは先ほど申し上げましたが、端的に言うと、トマトの技術開発のプロジェクトですね。

昆 このプロジェクトの示す技術開発の内容はどのようなものですか。

平岡 トマトをトマトとして利用しないという考え方で、研究開発を進めています。つまり、トマトそのものとは異なる用途、機能性を追求するといった内容です。

昆 興味深い話ですね。

平岡 なぜ機能性を追求するようになったかということなのですが、当



## 平岡泰樹

■プロフィール (ひらおか・やすき)

1944年福岡県生まれ。68年九州大学農学部卒業後、同年カゴメ(株)入社。92年商品企画部長、96年取締役を歴任。業務用ビジネス・ユニット・ディレクターなどを経て2001年常務取締役に就任。東京支社長、総合研究所所長を務めた後、現在は常務執行役員プロジェクト担当する。

社は、トマトを私たちが普段目に見える、味わうトマトとしての研究はやったのではないかと自負があります。当社は、南米・北米・ヨーロッパ・中国・トルコなど、当社のトマトの調達先は世界各国にまたがっています。その土地土地でトマトの味、香りといった特徴は異なってくるわけですが、お客様のご要望に応じるためには、当然研究分析も進めておるわけです。

**昆** 栃木県那須塩原市にある御社の総合研究所には、7500種類ものトマトの種があり、世界有数の保有量ということをお聞きしたことがあります。

**平岡** 当社は自社で製造するだけでなく、食品メーカーや大手コンビニのベンダー、あるいは外食業ともお付き合いがあります。その会社のニーズに応じて、求めるトマトをご用意できる状況にはなっていると言っています。

しかし、「当社がトマトの価値をもっと高めていくにはほかに必要なものがあるんじゃないか？」というのが、この「HITプロジェクト」の根底にあるのです。ですから、トマトであってトマトでないものを研究しているのです。

**昆** ニーズはあるのでしょうか？

**平岡** ありますよ。食品メーカーは

もちろん、食品以外の製造業でも様々な要望があります。後者でいいますと、たとえば化粧品も、それこそ世界的に有名な化粧品メーカーは、トマトの成分が入ったものが開発されていますし、当社にもそういった話がきていますね。

**昆** それは面白い。

**平岡** 食品でいうと、トマトの酸味はいらない、色素も植物繊維もいらなけれど、うま味だけは欲しいというケースもあります。トマトは、甘み、酸味に加えてうま味成分が含まれていますので、非常に価値が高いのです。当社も昨年、トマトのうま味をベースにした調味料「トマ味噌」「トマぽん」(ポン酢)「トマつゆ」を発売しましたが、トマト自体が調味料になってしまっただけですね。

**昆** マーケットの求める新たな価値について、ブランドと実績をすでにお持ちの御社がイノベーションし続けている姿がよくわかりました。

### 食と農、生産者と生活者のギャップを超える未来を

**昆** ところで、お聞きしたいのが、御社はこれまでお話しされてきたように、優れた技術力をお持ちです。

にもかかわらず、2001年の遺伝子組み換え食品反対キャンペーンを

受けて、商品化を断念されました。皮肉を申し上げるわけではないんですが、その点が私どもからすると残念に思うのですが。

**平岡** 遺伝子組み換えでトマトの品種改良をやらないということについては、企業決定があつたまままで修正は現在しておりません。ただ、ブランドを持つて商売をやっているウエイトが高い、当社のような食品メーカーは、民意に逆らうのが難しいという現実があるということをご理解いただきたいと思います。

ただ、遺伝子メーカーは品種改良にも有効に使えるということは、はっきりしており、トマトの遺伝子メーカーに関する研究は続いています。

**昆** カゴメさんは、広告を通じていわゆるスローフード運動を提案されました。その後、社会にそのコンセプトが一定程度根付きましたね。私自身はこの種の言葉があまり好きじゃないんですけどね(笑)。それはさておき、社会から評価を受けられるようになって、平岡さんが今思われることは何ですか？

**平岡** 日本は、食を囲む環境のバランスが悪いと思いますね。生活者も理屈ばかりで、実行が伴っていないと思います。その理由は、食と農業が離れすぎているからです。都会には農業が身近にないことで、店

頭でしか野菜が並んでいない環境になってしまつて、自然と環境と調和するとか、親しみを覚えるとかいうことができなくなりました。日本は先進国と言われています。だけど、食育基本法という、世界のどの国にもない、変わった法律を作っているほどですからね。しかし、法律によって食をめぐる環境が解決できるわけではないんじゃないですか。やはりこの問題を解決するには、食と農、消費者と生産者を近づけ、相互理解ができるようにしていくべきです。そういう状況が整う中で、遺伝子組み換えの是非や農業が多様な機能的側面を持つことを、生活者に感情論を排して理解してもらおうということが、社会を挙げてやらなければいけないことなのではないかと思っています。

**昆** 農業界には農地法などの問題が確かにありますが、事業者が理想を追い、さらに現実が後追いつる形が変わってきています。御社の掲げる共生とは、農業経営者と食品メーカーとが目線を揃えるということでもあり、本誌が一貫して主張してきたことです。その意味でも、今後も本誌および本誌読者とのさらなる強い関係を築き上げていきたいと思っております。本日はありがとうございます。