

**(5) 農林漁業者の安定収入の確保に資する国産品の調達
(契約栽培等)**

「ピュアセレクト マヨネーズ」～とれて3日以内の国産新鮮たまご使用～ 【味の素株式会社】

（１）事業概要

味の素(株)では、1996年、原料となる卵・酢・油に徹底的にこだわったマヨネーズとして「ピュアセレクト マヨネーズ」を発売。

1998年には「とれて3日以内の国産新鮮たまご」のみを使用することでコンセプトを更に強化し、他社との差別化を図った。

（２）取り組みのきっかけ

マヨネーズは卵・酢・油を混ぜ合わせ、非加熱で作るいわば「生もの」。原料の品質と鮮度にこだわるのが重要と考えた。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

1998年以前、当社のマヨネーズが製品化されるまでは、最大で採卵後7日間かかっていた。これを3日以内に短縮するために、養鶏業者、液卵業者、当社工場、各所における”時間の無駄”を省くため、それぞれに細かくルールを策定した。

受発注のタイミングや、液卵の出荷時間・受入時間等をルール化することで、原料を受け入れてすぐに製造工程をスタートできるよう管理している。

（４）取り組みの成果

「とれて3日以内の国産新鮮たまご」のみを使用した「ピュアセレクト マヨネーズ」は、原料にこだわった新鮮なマヨネーズとして消費者に認識された。

結果、2009年の当社マヨネーズシェアは、「ピュアセレクト マヨネーズ」発売前(1995年)に比べ1.5倍に拡大している。

(シェアはレギュラーマヨネーズカテゴリーにおける容量シェア (当社調べ))

（５）今後の展開

現在では単に「とれたて3日以内」にとどまらず、ニワトリの餌にまでこだわってより品質のよい卵作りに取り組んでいる。

今後も養鶏業者、液卵業者との協同関係を深め、卵の品質向上を通じた、より良いマヨネーズ作りに努めたい。

【本件の連絡先】 味の素株式会社 加工食品部

TEL: 03-5250-8375 FAX: 03-5250-8338

E-mail: yoshiharu_kawasaki@ajinomoto.com

※連絡先メールアドレスの@ (全角)は@(半角)に変換して下さい。

北海道産スイートコーンの契約栽培による国内農業雇用への貢献と当社原料コーンの安定確保【味の素株式会社】

(1) 事業概要

味の素(株)の製品「クノールカップスープ」は洋風インスタントスープ市場(300億円規模)でシェア7割を占める。その基幹原料「スイートコーン」について、当社は年間約1万2千トン北海道にて調達している。

近年「食」のグローバル化に伴い「国内農業の衰退」が危惧される中、当社は契約農場からの原料コーン確保を製品バリューチェーンの最上流に位置付けている。安心・安全な原料コーンが、継続的な国内農業雇用との価値交換によりもたらされていることは、当社社業が国内農業雇用と相補的關係にあることを示している。

(2) 取り組みのきっかけ

高品質の「スイートコーン」を安定確保し続けるためには、生産者とのパートナーシップによる共存・共栄が必要であった。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

北海道地区における契約農家数は約300。それぞれの農家が保有する農法技術は十人十色であり、トレーサビリティ確保に関する知識にも個人差がある。

そこで当社は生産者会議という名のもと、当社の試験農場で得られたノウハウ(優良品種、播種方法、圃場管理方法等)について、生産者への情報提供の場を定期的に設けることで、生産者視点での生産効率向上と、当社視点での安定品質確保を両立させている。

(4) 取り組みの成果

1969年以降、契約農場面積は当社の社業とともに拡大し、昨年(2010年)実績において地域の農家に対する経済貢献は3億9千万円。

また、トレーサビリティ価値訴求の一環として、2009年から弊社HPにて「顔の見える生産者」を展開中。製品名と賞味期限を入力するだけで、その製品に使用しているコーンの農家の顔を見ることができるようになった。

消費者視点において農家との距離感を縮めることが製品ロイヤリティ、しいては原料コーンの安定需要の創出へと繋がっていると考える。

(5) 今後の展開

今後も社業の成功を「スイートコーンの安定需要」という形で地域の農業へ還元し、当社と生産者間の信頼関係の発展の中で社業の成長を図りたい。

【本件の連絡先】 味の素株式会社 加工食品部

TEL: 03-5250-8375 FAX: 03-5250-8338

E-mail: keiji_yamaguchi@ajinomoto.com

※連絡先メールアドレスの@ (全角)は@(半角)に変換して下さい。

耕・畜連携による休耕田を活用した飼料用米への取組【伊藤忠商事株式会社】

(1) 事業概要

伊藤忠商事のグループ会社である伊藤忠飼料では、2008年度より東北地域を中心に休耕田を活用した飼料用米の取組みを開始し、3年目の2010年度は450haの作付けを契約した。栽培にあたっては、鶏糞を肥料として活用し、耕・畜双方にメリットのある循環型農業を進めるとともに、収穫された飼料用米は飼料原料として活用して、自社農場にて鶏卵や豚肉を生産して消費者に供給している。

(2) 取組みのきっかけ

自社養鶏農場近隣で、鶏糞を活用した水田栽培を進めていたが、2008年度の新規需要米による水田利活用事業をきっかけに取組発展。

(3) 取組みにあたっての課題と対応策

本取組みは、転作奨励の政策がベースとなっており、飼料用米の生産者と需要者のマッチングを通じた行政の役割は大きく、地方自治体との連携を重視してきた。栽培の低コスト化には、公的研究機関の支援も得ながら技術普及を進めている。

一番の課題は、産地から飼料工場までの供給にかかる費用で、デリバリーの効率化などの自社努力を進めてきたが、今後、全国的な普及が進んでゆく過程ではインフラ整備が必要と思料する。

(4) 取組みの成果

飼料用米を活用して生産した畜産物は、2009年度より「稲穂の恵み」というブランドネームにて販売を開始し、自給率向上や環境保全に意欲的な流通や外食産業に供給している。

また、地域においては、産地や地方自治体と連携して、物産展への積極的参加や、学校給食等への「稲穂の恵み」提供を通じて、地産地消を含めた取組みの啓蒙活動を進めている。

(5) 今後の展開

「稲穂の恵み」の普及を図ることで、飼料用米の需要拡大に努めるとともに、産地における飼料用米の栽培方法や飼料工場までの供給システムのハンドリングの検討を進め、飼料原料としての実用性の改善を図る。

【本件の連絡先】 伊藤忠商事株式会社 食糧戦略室

TEL: 03-3497-6786 FAX: 03-3497-3514

E-mail: sawanoi-m@itochu.co.jp

※連絡先メールアドレスの@ (全角)は@(半角)に変換して下さい。

地元産「メロン(タカミメロン)」を産地直送で全国へ 【JXホールディングス株式会社】

(1) 事業概要

JXグループのセバックでは、1988年よりお中元商材として、グループ製油所が立地する神栖市で、地元産（神栖市旧波崎地域）のメロンを販売。

その価格・品質の高さから、約1カ月の販売期間で1万ケース（1ケースは2玉換算）前後の販売を続けている。

現在の契約農家は11軒で、農家の安定収入に繋がっている。

(2) 取り組みのきっかけ

仕入先の安定確保（セバック）と、安定価格での供給先を模索（生産者側）という、双方の要望が一致したことによる。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

第一の課題である、仕入価格については、市場価格に左右されず、双方いずれかが不利益を負わない事を前提に、価格設定を行う事とした。

第二の課題の品質面では、特に甘さの基準となる糖度管理は、出荷・受け入れの際に双方で、糖度計にて糖度検査を行う事で対応。

(4) 取り組みの成果

契約農家も当初の3軒から11軒に増え、仕入れ量の安定に繋がり、生産者側は収入安定に繋がっており相乗効果が出ている。

販売面では、経済状況の厳しさから販売数量は微減ではあるが、糖度管理の徹底により、品質面では高評価をいただいている。

また、規格外品の販売では、「わけあり商品」としてネット販売することで、販売量の落ち込みをカバーしている。

(5) 今後の展開

生産者の高齢化問題が顕著になってきていることから、生産者のネットワークを活用し連携を深め、後継者育成に向け取り組んでいきたい。

また、将来的にはメロン以外の特産物を開発・販売することにより、地場農業発展の一翼を担えればと考えている。

【本件の連絡先】 セバック株式会社

TEL: 0299-97-3712 FAX: 0299-96-3277

E-mail: ueta@sebuc.co.jp

※連絡先メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

サラダ・惣菜等に使用する業務用水菜の契約栽培 【株式会社 セブン-イレブン・ジャパン】

(1) 事業概要

水菜は、関西で鍋物等に使用されているが、関東ではメジャーな野菜ではない。市場で大量に手配すると価格が高騰するため、セブン-イレブン・ジャパンでは荷受である横浜丸中青果に入っていただき、全農さいたまと契約栽培に取り組んだ。生産者と製造者の双方にとってメリットのある業務用向けの規格・荷姿を開発し、年間を通じて同一産地にての安定生産と出荷を実現した。

(2) 取り組みのきっかけ

水菜は、野菜の名前、形、食感等が良かったため、セブン-イレブンで初めてサラダのトッピング具材として使用。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

市場出荷のものは、サイズ別に5規格に分別後、FG袋に入れられ、コストアップになり、サラダ製造工場では袋から出す作業の手間がかかり、袋のゴミ処理も必要になる。このため、無選別でバラで出荷してもらうことで、生産者にとっても実需者にとっても作業軽減とコストダウンが図れた。

(4) 取り組みの成果

2001年から使用以来、販売は好調に推移し、2002年116トンだったものが、年により増減はあるものの、2010年には263トンに増加。

セブンイレブンではサラダ分類の売上増加、定番商品への寄与、生産者に対しては、契約栽培による固定価格で、毎年継続した安定生産に寄与した。

実績が国にも認められ、第2回国産野菜の生産・利用拡大優良事業者として、農畜産業振興機構理事長賞を受賞。

(5) 今後の展開

今後も継続した取り組みを実施し、関東だけでなく、全国的に水菜を契約栽培できる生産基地を広げていきたい。

【本件の連絡先】 株式会社 セブン-イレブン・ジャパン
代表 TEL: 03-6238-3711

※連絡先メールアドレスの@ (全角)は@(半角)に変換して下さい。

レタスの契約栽培による品質及び調達数の安定化【株式会社ファミリーマート】

(1) 事業概要

ファミリーマートでは、調理パン用のレタスについて、生産者・卸業者と共同で調理パンに合うレタスの研究を実施し、農業生産法人や農家の方々と産地契約により、一定水準以上のレタスを年間契約で調達している。

2010年度(2010年3月～2011年2月)は関東・中部地区を中心に約650tを調達する見込みである。

(2) 取り組みのきっかけ

生鮮野菜を使用した商品については、産地、卸業者一体となった、流通体制の構築が商品の更なる価値向上に繋がると考えた。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

課題…

コンビニエンスストアのスペックに合致する食材を供給できる生産者の開拓。

対応策…

卸業者に産地コーディネーター機能を設定し、定期的な産地調査及び開拓実務を実施頂いている。

(4) 取り組みの成果

産地との直接的な取組みを通じて、上記以外の生産者の方々と関係も構築する事が、以前よりも容易に実施できるようになり、「加茂なす」や「万願寺唐辛子」等の京野菜においても、こういった生産者との取組みを元に展開することができた。

(5) 今後の展開

更なる取組みとして、産地・加工・製造工場をコールドチェーンで繋ぎ、更なる品質の向上を図っていきたい。

【本件の連絡先】 株式会社ファミリーマート

TEL: 03-3989-7319 FAX: 03-5396-1815

※連絡先メールアドレスの@ (全角)は@(半角)に変換して下さい。

岩手県葛巻町森林組合等への間伐費用補填の支援【株式会社フジクラ】

(1) 事業概要

フジクラは、2005年から環境NPO「オフィス町内会」が取り組みを開始した「森の町内会」活動に参加し、岩手県葛巻町等の間伐に寄与した紙をCSR報告書を作成する時などに購入という形で森林組合の安定した活動への支援をしている。

「森の町内会」活動に参加している企業は約150社。年一回行われる間伐材伐採状況の視察にも参加し地元の皆さんとのコミュニケーションを行っている。

(2) 取り組みのきっかけ

東京電力殿からの参加要請があったことで参加するきっかけになった。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

課題といえるものはないが、参加するに当って、具体的な活動が見えないので支援の現実感がなかった。

それで年一回行われる現地視察会に毎年参加するようになった。

(4) 取り組みの成果

年間500kgほどの間伐材の紙を購入しているに過ぎないが、社内にイントラ等で紹介することで社員の日本の山林の現状認識の普及とグループ会社への同活動への参加を促している。

(5) 今後の展開

当社の間伐の紙の使用量増やすことも大事であるが、グループ会社のうちの一社でも多くがこの活動に参加することで、わが国の山林の実態の認識とその対策に役立ち、貢献活動が広がっていけるようにしていきたい。

【本件の連絡先】 株式会社フジクラ

TEL: 03-5606-1024 FAX: 03-5606-1501

E-mail: takimoto@fujikura.co.jp

※連絡先メールアドレスの@ (全角)は@(半角)に変換して下さい。

産地と中・外食業を結ぶ、全国対応の青果物の調達・販売【三菱商事株式会社】

(1) 事業概要

三菱商事の100%子会社であるMCプロデュースは、産地との契約栽培を中心とした「市場外流通」により国内青果物を仕入れ、大手外食チェーン、全国の中食事業者などに供給。

(2) 取り組みのきっかけ

MCプロデュースは、1999年から取り組んできた三菱商事の国内青果物部門を機能分社するかたちで、2005年に設立。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

あらゆる青果物ニーズに対応することを目指して、輸入品を含めた約150品目におよぶ青果物を365日取り扱う。

中心となる国産野菜は、全国の全農・経済連と非JA系の生産団体、産地卸等との直契約で買い付け、季節ごとに産地を移していく産地リレーと産地の分散化に取り組み、トレーサビリティとコールドチェーンを確立することで、量・質・価格ともに安定した供給を実現。

(4) 取り組みの成果

自社センターのほか、地方に於いては提携先と連携して北海道から沖縄まで同じ目線で全国的な商品供給を実現。産地との契約は、事前に取り決める再生産価格（生産コストに見合った、生産者が引き続き再生産できる価格）が前提。

産地にも納得してもらいながら、連携を深め、顔の見える安心・安全な国産野菜を安定的に買い付けることで、国内農業の活性化にも貢献。

(5) 今後の展開

実需家との直接商談により、より効率的な商流・物流体制を構築し、青果物流通の全体最適を実現していく。

【本件の連絡先】 三菱商事(株) 国際戦略研究所 渉外企画チーム
TEL: 03-3210-7542 FAX: 03-3210-8493
E-mail: yasutaka.kurihara@mitsubishicorp.com

※連絡先メールアドレスの@ (全角)は@(半角)に変換して下さい。