

**平成29年度  
外食・中食等における  
国産食材活用促進事業  
報 告 書**

**平成30年3月**

**公益財団法人 食品流通構造改善促進機構**

## ま え が き

近年、外食・中食産業の市場規模が拡大してきており、そうした中で、外食・中食事業者においては、国内外旅行者需要の取込や付加価値向上、商品差別化に向け、地域の食文化を背景とした地場産食材の活用に関心が高まっている。一方、農林漁業者等の生産者サイドにおいても、地場産食材のブランド化・高付加価値化取引のため、直接販売等による効率的な取引や、地場産食材の販売先の開拓が求められている。

そのため、本事業では地場産食材や外食・中食事業に知見を有する学識経験者や情報システムの専門家等をメンバーとする事業推進会議を設置し、外食・中食産業における地場産食材の活用促進を図る上での課題の検討を行うとともに、外食・中食事業者等の参加による地場産食材の生産現場の視察や生産者との懇談・マッチングの実施、生産現場と外食・中食事業者との情報共有体制の整備等を通じて、外食・中食産業と生産者との間の新たな商流の形成につながる場を設定することにより、地場産食材の外食・中食での活用促進に努めた。

末筆ながら、本事業に多大なご指導とご協力をいただいた事業推進会議委員及び関係各位に厚く御礼申し上げます。

平成30年3月

公益財団法人 食品流通構造改善促進機構

## 目 次

|       |                                      |    |
|-------|--------------------------------------|----|
| 1     | 事業概要 .....                           | 4  |
| 1.1   | 事業の背景および目的 .....                     | 4  |
| 1.2   | 事業実施体制 .....                         | 4  |
| 1.3   | 事業推進会議 .....                         | 5  |
| 1.3.1 | 事業推進会議 委員名簿 .....                    | 5  |
| 1.3.2 | 事務局名簿 .....                          | 5  |
| 1.3.3 | 事業推進会議の開催状況 .....                    | 5  |
| 1.4   | 事業実施概況 .....                         | 6  |
| 2     | 産地懇談会 .....                          | 7  |
| 2.1   | 産地懇談会の開催状況 .....                     | 7  |
| 2.1.1 | 三重県漁業協同組合連合会 .....                   | 7  |
| 2.1.2 | 大分県漁業協同組合 .....                      | 9  |
| 2.1.3 | 香川県漁業協同組合連合会 .....                   | 10 |
| 2.1.4 | 鹿児島市中央卸売市場 .....                     | 11 |
| 2.1.5 | 茨城中央園芸農業協同組合 .....                   | 12 |
| 2.2   | 産地懇談会に関するアンケート結果 .....               | 14 |
| 2.2.1 | 三重県漁業協同組合連合会 .....                   | 14 |
| 2.2.2 | 大分県漁業協同組合 .....                      | 15 |
| 2.2.3 | 香川県漁業協同組合連合会 .....                   | 16 |
| 2.2.4 | 鹿児島市中央卸売市場 .....                     | 17 |
| 2.2.5 | 茨城中央園芸農業協同組合 .....                   | 18 |
| 3     | シンポジウム .....                         | 19 |
| 3.1   | シンポジウムの開催状況 .....                    | 19 |
| 3.1.1 | 開催地及び開催日時等 .....                     | 19 |
| 3.1.2 | プログラム .....                          | 19 |
| 3.1.3 | パネルディスカッションにおけるコーディネーター及びパネリスト ..... | 20 |
| 3.1.4 | 展示ブース出展者 .....                       | 20 |
| 3.1.5 | シンポジウムの模様（スナップ） .....                | 21 |
| 3.2   | シンポジウムに関するアンケート結果 .....              | 24 |
| 3.2.1 | 東京会場 .....                           | 24 |
| 3.2.2 | 大阪会場 .....                           | 25 |

|       |                              |    |
|-------|------------------------------|----|
| 4     | 地場産食材に関する情報受発信.....          | 26 |
| 4.1   | 産地懇談会に関する事前調整.....           | 26 |
| 4.1.1 | 訪問先.....                     | 26 |
| 4.1.2 | ヒアリング結果.....                 | 26 |
| 4.2   | 食流機構の機関紙（OFSI）への掲載.....      | 30 |
| 4.3   | 農経新聞への掲載.....                | 32 |
| 4.4   | 地場産食材活用のためのシンポジウムの動画リンク..... | 35 |
| 4.5   | 青果ネットカタログ（SEICA）の活用.....     | 36 |
| 5     | おわりに.....                    | 37 |

# 1 事業概要

## 1.1 事業の背景および目的

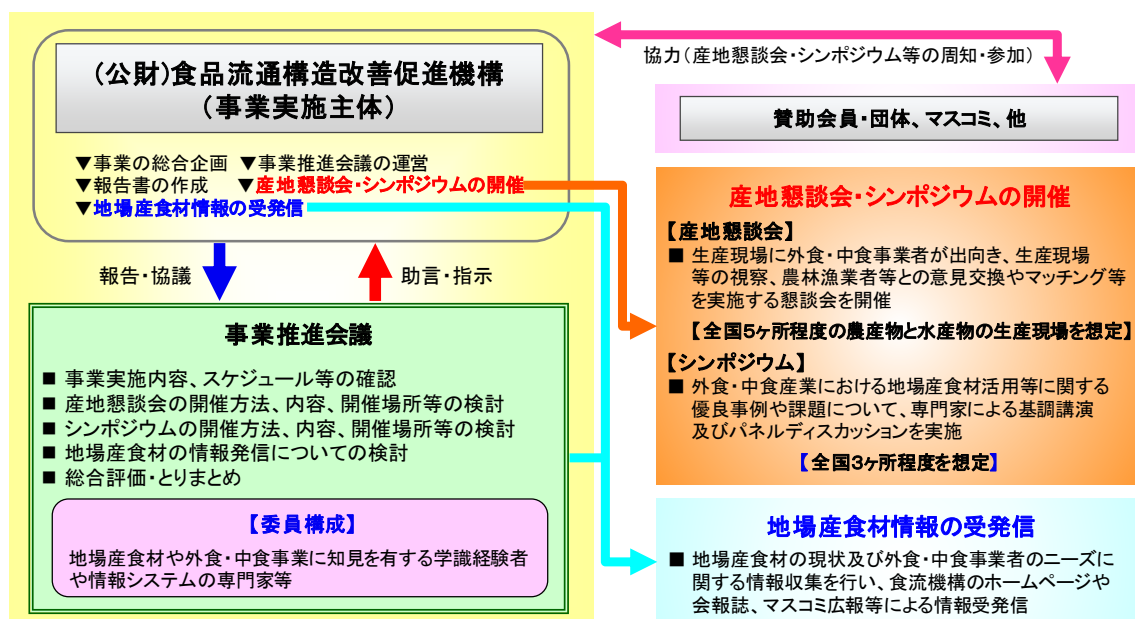
外食・中食事業者においては、国内外旅行者需要の取込や付加価値向上、商品差別化に向け、地域の食文化を背景とした地場産品食材の活用に関心が高まっている。一方、農林漁業者等の生産者サイドにおいても、地場産食材のブランド化・高付加価値化取引のため、直接販売等による効率的な取引や地場産食材の販売先の開拓が求められている。

そのため、外食・中食事業者の現地視察、農林漁業者との懇談会・マッチングの実施、シンポジウムの開催、生産現場と外食・中食事業者との情報共有体制の整備等を通じて、新たな商流の形成につながる場を設定することにより、外食・中食事業者の活性化及び地域農林水産業の振興に資することを目的とした。

## 1.2 事業実施体制

本事業は、公益財団法人食品流通構造改善促進機構（以下「食流機構」という。）が事業実施主体となって実施した。

食流機構は、事業事業実計画を策定し、産地懇談会及びシンポジウムの開催方法、内容、開催場所等について企画し、ホームページや機関紙等により地場産食材の情報発信等に取り組んだ。その際、地場産食材や外食・中食事業に知見を有する学識経験者や情報システムの専門家等をメンバーとする「事業推進会議」を設置して、諸課題を検討するとともに総合評価を行った。



事業実施体制図

### 1.3 事業推進会議

本事業では、地場産食材や外食・中食事業に知見を有する学識経験者や情報システムの専門家等をメンバーとする事業推進会議を設置した。

#### 1.3.1 事業推進会議 委員名簿

| 氏 名   | 団体・会社名および所属・役職            | 備 考 |
|-------|---------------------------|-----|
| 白鳥 和生 | 日本経済新聞社 編集局調査部 次長         |     |
| 杉山 純一 | 一般社団法人 米ゲル技術研究所 所長        |     |
| 藤島 廣二 | 東京聖栄大学 健康栄養学部 食品学科 客員教授   | 委員長 |
| 三浦 秀樹 | 全国漁業協同組合連合会 輸出・直販拡大事業部 部長 |     |
| 宮澤 信一 | 株式会社 農経新聞社 代表取締役社長        |     |

(五十音順、敬称略)

#### 1.3.2 事務局名簿

| 氏 名   | 団体・会社名および所属・役職             | 備 考 |
|-------|----------------------------|-----|
| 織田 哲雄 | 公益財団法人 食品流通構造改善促進機構 専務理事   |     |
| 前田 清  | 公益財団法人 食品流通構造改善促進機構 業務部 部長 |     |
| 田中 成児 | 公益財団法人 食品流通構造改善促進機構 業務部 課長 |     |

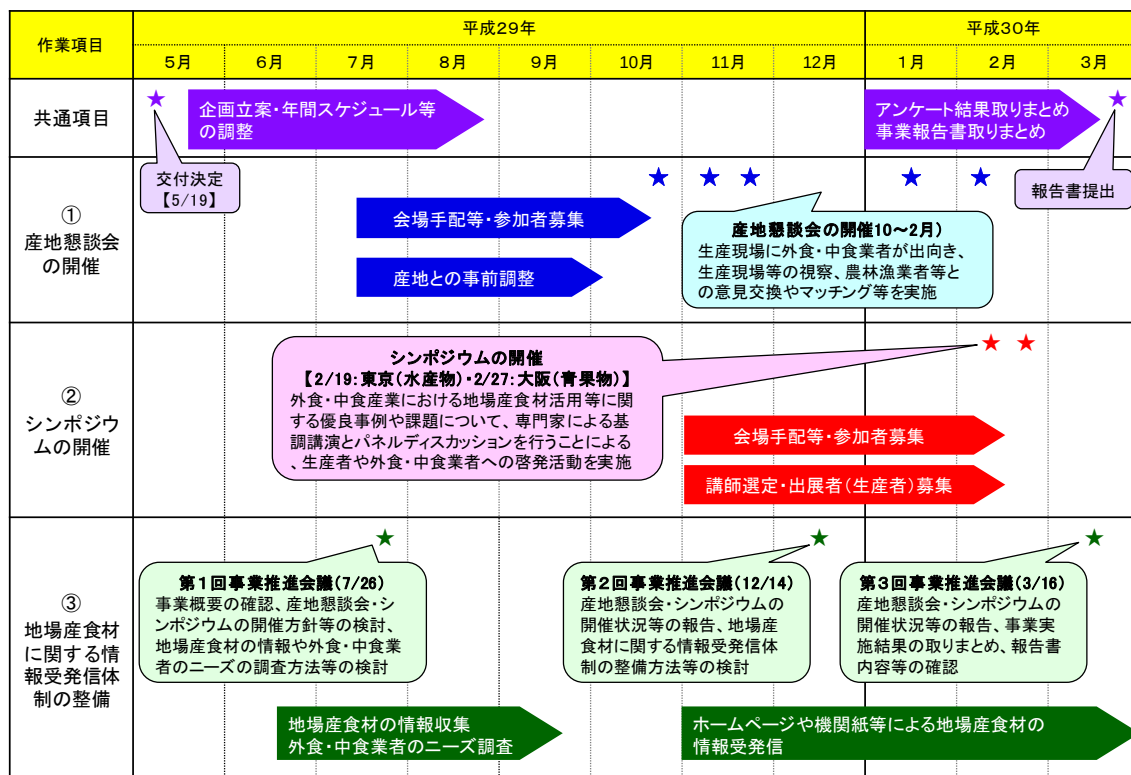
#### 1.3.3 事業推進会議の開催状況

事業推進会議は、以下のとおり3回開催し、諸課題の検討を行った。

|     | 開催日時                         | 主要検討議題                                                                                                                             |
|-----|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 第1回 | 平成29年<br>7月26日(水)<br>14:00～  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業概要について</li> <li>・産地懇談会及びシンポジウムの開催方針について</li> <li>・地場産食材に関する情報受発信について</li> </ul>          |
| 第2回 | 平成29年<br>12月14日(木)<br>14:00～ | <ul style="list-style-type: none"> <li>・産地懇談会の開催状況について</li> <li>・シンポジウムの開催内容について</li> <li>・地場産食材に関する情報受発信について</li> </ul>           |
| 第3回 | 平成30年<br>3月16日(金)<br>10:30～  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・産地懇談会の開催状況について</li> <li>・シンポジウムの開催状況について</li> <li>・事業成果の報告</li> <li>・事業報告書内容の検討</li> </ul> |

## 1.4 事業実施概況

事業実施概況は下図のとおり。



事業実施概況

## 2 産地懇談会

### 2.1 産地懇談会の開催状況

産地懇談会は、事業推進会議委員の推薦等により、外食・中食向けに特色ある地場産品（水産物及び農産物）が提供可能な5地区（三重、大分、香川、鹿児島、茨城）の産地において、以下のとおり開催した。

#### 2.1.1 三重県漁業協同組合連合会

三重県漁業協同組合連合会（三重漁連）が神奈川県に所有する三浦活魚流通センターで産地懇談会を開催した。

三浦活魚流通センターは、大消費地である首都圏への好アクセスを武器に鮮度の良い養殖魚を安定供給できる体制が整っており、HACCPにも対応しており、防菌・防塵など衛生管理面についても配慮されている。

当日は三重漁連から事業概要及び取扱商品の特徴等の説明を受けた後、水産加工現場と三重県から活魚船で運ばれた養殖魚を一時保管するための生簀と見学し、その後に試食・懇談会を行った。

| 開催日                  | 開催地             | 取扱商品                           | 参加者  |
|----------------------|-----------------|--------------------------------|------|
| 平成 29 年<br>10 月 27 日 | 三浦活魚流通センター（三浦市） | 養殖ブリ、養殖カンパチ、養殖真鯛、養殖シマアジ、青さのり、他 | 16 名 |



事業概要及び取扱商品等の説明





加工場の見学



生簀の見学



試食・懇談会

### 2.1.2 大分県漁業協同組合

大分県漁業協同組合（大分漁協）の水産加工処理施設で産地懇談会を開催した。

水産加工処理施設の衛生管理体制は万全で、加工作業前の防除や防塵はもちろんのこと、作業終了後の清掃も徹底されている。取扱商品は養殖魚以外にも天然物が豊富で魚種も多く、フィレやサイコロカット、中落ちなど様々な加工にも対応している。

当日は加工施設を見学した後、大分漁協から事業概要及び取扱商品の特徴の説明を受け、試食・懇談会を行った。その後、国東市にある武蔵港に移動して、天然真鯛の水揚げについて担当者から話を聞いた。

| 開催日                 | 開催地               | 取扱商品                           | 参加者 |
|---------------------|-------------------|--------------------------------|-----|
| 平成 29 年<br>11 月 7 日 | 水産加工処理施設<br>(佐伯市) | 大分ヒラマサ、かぼすブリ、かぼすヒラメ、<br>天然真鯛、他 | 8 名 |



水産加工処理施設の見学



事業概要及び取扱商品等の説明



試食・懇談会



武蔵港の天然真鯛の生簀



### 2.1.3 香川県漁業協同組合連合会

香川県漁業協同組合連合会（香川漁連）の引田水産加工センター及び漁連会館で産地懇談会を開催した。

引田水産加工センターは瀬戸内海に面した HACCP 認定加工場で、最新の機器により様々なフィレ加工等にも対応している。

当日は水産加工センターを見学した後、日本で初めてハマチの養殖が行われた安戸池を見学し、漁連会館に移動してから試食・懇談会を行った。

| 開催日                  | 開催地                            | 取扱商品                                                | 参加者  |
|----------------------|--------------------------------|-----------------------------------------------------|------|
| 平成 29 年<br>11 月 28 日 | 引田水産加工センター（東かがわ市）<br>漁連会館（高松市） | 引田ブリ、オリーブハマチ、直島ハマチ、讃岐さーもん、讃岐だこ、伊吹いりこ、オリーブいりこ、ちりめん、他 | 33 名 |



水産加工センター



安戸池の生簀見学



試食・懇談会

#### 2.1.4 鹿児島市中央卸売市場

鹿児島市中央卸売市場の青果市場で産地懇談会を開催した。

当日はまず、いちき串木野市のレタス生産者である(株)ゼロプラスの圃場を見学した。ゼロプラスは加工向けレタスの栽培を種苗育成から手掛けており、年々収量を増やしている。その後、青果市場に移動して、ゼロプラスと仲卸業者の(有)かねやまから取扱商品の特徴等について説明を受け、試食・懇談会を行った。

| 開催日                 | 開催地                                     | 取扱商品                               | 参加者  |
|---------------------|-----------------------------------------|------------------------------------|------|
| 平成 30 年<br>1 月 17 日 | (株)ゼロプラス (いちき串木野市)<br>鹿児島市中央卸売市場 (鹿児島市) | 加工業務向け野菜 (レタス、キャベツ、オクラ、他)、一次加工野菜、他 | 15 名 |

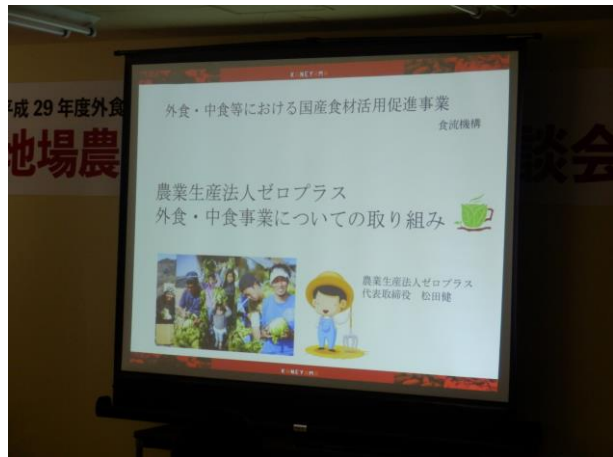


レタスの圃場見学 (株)ゼロプラス)



レタスの種苗育成施設 (株)ゼロプラス)





事業概要及び取扱商品等の説明（鹿児島市中央卸売市場）



試食・懇談会（鹿児島市中央卸売市場）

### 2.1.5 茨城中央園芸農業協同組合

茨城中央園芸農業協同組合（茨城中央園芸）で産地懇談会を開催した。

当日は茨城中央園芸から事業概要及び取扱商品の特徴等の説明を受け、試食・懇談会を行った。その後、近隣の圃場に移動して、協力生産者から栽培品種等についての説明を受けた。

| 開催日                | 開催地                | 取扱商品                                                                                          | 参加者  |
|--------------------|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 平成 30 年<br>2 月 9 日 | 茨城中央園芸農業協同組合（東茨城郡） | 小松菜・ほうれん草・キャベツ・レタス・グリーンリーフ・サニーレタス・サツマイモ・大根・人参・白菜・ごぼう・レンコン・ミニトマト・チンゲン菜・水菜・ネギ・ニラ・菜の花・サンチュ・メロン、他 | 12 名 |



事業概要及び取扱商品等の説明



取扱商品の展示



試食・懇談会



圃場見学

## 2.2 産地懇談会に関するアンケート結果

### 2.2.1 三重県漁業協同組合連合会

◆開催日：平成 29 年 10 月 27 日（金）【N=15】

| 質問事項             |    | 集計結果                                                                                                                                                                             |            |
|------------------|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 1. 参加目的          |    | ・ゴルフ場のレストランの原材料を求めて。<br>・法人営業としてビジネスマッチング情報の入手のため。<br>・取引業者の代理として参加。<br>・外食向け食材の研究開発のため。<br>・営業先への情報提供のため。<br>・食材の研究（関東のサプライヤーとの比較）。<br>・施設の体制を実際に見学したかったため。                     |            |
| 2. 地場産食材に求めるポイント |    | ↓ 一番重視しているポイント                                                                                                                                                                   |            |
| a. 品質・鮮度         | 14 | 6                                                                                                                                                                                | 他の食材との差別化。 |
| b. 価格            | 9  |                                                                                                                                                                                  |            |
| c. 供給体制          | 5  |                                                                                                                                                                                  |            |
| d. ブランド力         | 5  | 1                                                                                                                                                                                |            |
| e. その他           | 1  | 1                                                                                                                                                                                |            |
| 3. 情報の入手について     |    |                                                                                                                                                                                  |            |
| a. 業界関係者         | 6  | ・日経新聞。                                                                                                                                                                           |            |
| b. インターネット       | 2  |                                                                                                                                                                                  |            |
| c. 業界紙・専門誌       |    |                                                                                                                                                                                  |            |
| d. 一般紙           | 7  |                                                                                                                                                                                  |            |
| 4. 利用したい食材       |    | ・マハタ、ヒラメ<br>・伊勢マダイ（さらなるブランド力の強化が課題）<br>・マグロ（価格次第で利用したい）                                                                                                                          |            |
| 5. また参加したいか      |    |                                                                                                                                                                                  |            |
| a. 参加したい         | 14 |                                                                                                                                                                                  |            |
| b. 参加したくない       |    |                                                                                                                                                                                  |            |
| c. その他           | 1  |                                                                                                                                                                                  |            |
| 6. 参考になったか       |    |                                                                                                                                                                                  |            |
| a. 参考になった        | 15 | ・実際の衛生管理設備等を見学して、管理体制の充実を感じた。<br>・当方の取引業者にも説明できる分かり易い内容であり、質問にも分かり易く説明してもらい参考になった。<br>・分かり易く説明してもらい参考になった。<br>・三重の養殖について、どういった魚を扱っているか分かった。味をしっかりと伝える。<br>・品質や鮮度を保つ工程が見学できてよかった。 |            |
| b. ふつう           |    |                                                                                                                                                                                  |            |
| c. 参考にならなかった     |    |                                                                                                                                                                                  |            |



## 2.2.2 大分県漁業協同組合

◆ 開催日：平成 29 年 11 月 7 日（火）【N=8】

| 質問事項             |   | 集計結果                                                                                                                                                  |  |
|------------------|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 1. 参加目的          |   | ・加工場見学のため。<br>・地元水産加工業を学ぶため。<br>・水産業界の知識の習得のため。<br>・水産業界について詳しく知るため。<br>・新しい食材を求めて。<br>・量販弁当のための食材を検討するため。<br>・鮮魚加工工場設備及びHACCPについて学ぶため。<br>・水産加工場の見学。 |  |
| 2. 地場産食材に求めるポイント |   | ↓ 一番重視しているポイント                                                                                                                                        |  |
| a. 品質・鮮度         | 6 | 1                                                                                                                                                     |  |
| b. 価格            | 4 | 1                                                                                                                                                     |  |
| c. 供給体制          | 6 |                                                                                                                                                       |  |
| d. ブランド力         | 2 |                                                                                                                                                       |  |
| e. その他           |   |                                                                                                                                                       |  |
| 3. 情報の入手について     |   |                                                                                                                                                       |  |
| a. 業界関係者         | 2 | ・Wikipedia。<br>・週刊ダイヤモンド<br>・週刊東洋経済。<br>・楽天<br>・Amazon。                                                                                               |  |
| b. インターネット       | 2 |                                                                                                                                                       |  |
| c. 業界紙・専門誌       | 1 |                                                                                                                                                       |  |
| d. 一般紙           | 2 |                                                                                                                                                       |  |
| e. その他           | 1 |                                                                                                                                                       |  |
| 4. 利用したい食材       |   | ・かぼすプリを紹介していきたい。<br>・かぼすプリ。課題は価格と付加価値のバランス。<br>・ヒラマサまたはカンパチ。<br>・かぼすプリ。課題は流通。<br>・かぼすプリの香りをもう少し感じられると良いと思った。<br>・フィレ加工食材。                             |  |
| 5. また参加したいか      |   |                                                                                                                                                       |  |
| a. 参加したい         | 8 |                                                                                                                                                       |  |
| b. 参加したくない       |   |                                                                                                                                                       |  |
| c. その他           |   |                                                                                                                                                       |  |
| 6. 参考になったか       |   |                                                                                                                                                       |  |
| a. 参考になった        | 8 | ・浜値の考え方が参考になった。<br>・衛生的に加工されていることを知ることができて良かった。<br>・現場の実態が分かり有意義だった。<br>・新しい食材を味わうことができて大変参考になった。<br>・大変良い内容だった。<br>・加工場の衛生管理体制に驚いた。                  |  |
| b. ふつう           |   |                                                                                                                                                       |  |
| c. 参考にならなかった     |   |                                                                                                                                                       |  |



## 2.2.3 香川県漁業協同組合連合会

◆ 開催日：平成 29 年 11 月 28 日（火）【N=27】

| 質問事項             |              | 集計結果                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. 参加目的          |              | <ul style="list-style-type: none"> <li>・香川県産の食材をもっと知りたかったため。</li> <li>・日頃はなかなか産地を見る機会がないため。個別訪問では産地の方に迷惑かと思い、この機会に参加した。</li> <li>・新規での取引先開拓、新商品の発掘のため。</li> <li>・商品を実際に見るため。</li> <li>・給食用食材を見つけるため。</li> <li>・引田ブリやオリーブハマチがどのように育てられているのか気になり、讃岐の食材をもっと知りたかったため。</li> <li>・レストランなどで使う食材を探すため。</li> <li>・地元の食材について詳しく知りたかったから。</li> <li>・地元食材の再発見がないか期待して。</li> <li>・食材の研究のため。</li> <li>・水産物についてもっと知りたかった。</li> <li>・香川県産の水産物をさらに関東で広げたいと考えているため。</li> <li>・香川県の養殖魚に興味があったため。</li> <li>・消費者の魚離れを回復したかったため。</li> <li>・自社のネット販売の食材探しのため。</li> <li>・ホテルの商品に使用できないか検討するため。</li> <li>・新メニュー開発のため。</li> <li>・事業の掘り起こしのため。</li> <li>・今後のメニュー開発のため。</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 2. 地場産食材に求めるポイント |              | ↓ 一番重視しているポイント                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                  | a. 品質・鮮度     | 24                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 7                                                                                                                                                                                                                                                               |
|                  | b. 価格        | 19                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 5                                                                                                                                                                                                                                                               |
|                  | c. 供給体制      | 9                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 1                                                                                                                                                                                                                                                               |
|                  | d. ブランド力     | 8                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                  | e. その他       | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 3. 情報の入手について     |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                  | a. 業界関係者     | 25                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ・「専門料理」。                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                  | b. インターネット   | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ・口コミ                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                  | c. 業界紙・専門誌   | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                  | d. 一般紙       | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                  | e. その他       | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 4. 利用したい食材       |              | <ul style="list-style-type: none"> <li>・オリーブハマチ、讃岐さーもん。</li> <li>・現在扱っている商材もあり、新たには特になし。</li> <li>・伊吹いりこ、フグ。</li> <li>・直島ハマチ。</li> <li>・引田ブリ。</li> <li>・仕入れルートの確立。（課題）</li> <li>・ブリ、味噌漬け。</li> <li>・讃岐だこ、いりこ、ちりめん釜揚げをさらに売り込む。</li> <li>・鯛の漬焼き（丸千商店）、ハマチ三兄弟。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 5. また参加したいか      |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                  | a. 参加したい     | 26                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                  | b. 参加したくない   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                  | c. その他       | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 6. 参考になったか       |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                  | a. 参考になった    | 23                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・製造段階から色々と分かった。加工品など知らなかった点が多々あった。</li> <li>・産地を実際に見ることは貴重な体験になった。天然物やレア物は魅力的に感じる。</li> <li>・まだまだ自分の知らないことを勉強できた。</li> <li>・産地の努力がわ分かった。</li> <li>・ハマチの食べ比べはどれも美味しく、やはりオリーブハマチは美味いと思った。また米豚にも出会えて、とても良い一日だった。</li> </ul> |
|                  | b. ふつう       | 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>・食べ比べによって食材の違いが分かり易かった。</li> <li>・魚の処理・加工のやり方を直接見ることで勉強になった。</li> <li>・色々な食材の試食ができて参考になった。</li> <li>・各食材の特色が出ていてよかった。</li> </ul>                                                                                         |
|                  | c. 参考にならなかった |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・さらに香川県産の水産物を売って、関東で認知させたい！</li> <li>・少しざっくばらんな感じがした。</li> <li>・一般消費者も参加出来れば良いかと思う。</li> </ul>                                                                                                                           |

## 2.2.4 鹿児島市中央卸売市場

◆ 開催日：平成 30 年 1 月 17 日（水）【N=14】

| 質問事項             |    | 集計結果                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  |
|------------------|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 1. 参加目的          |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・かねやまの事業内容について理解を深めるため。</li> <li>・外食・中食の取組について、現場の状況を把握するため。</li> <li>・大阪・東京へ販売する期日の長い野菜を提供できる農業法人等を探すため。</li> <li>・新事業を始めるため、市場の動向が知りたかった。</li> <li>・付加価値の高い青果物を探しているため。</li> <li>・これからの時代に必要になってくる流通の形になる取組で興味があったから。</li> <li>・現状の農業の取組（新事業）に興味があり、販路拡大のため。</li> <li>・これからの青果物の流通を勉強したかったため。</li> <li>・外食・中食における地域食材の可能性を知るため。</li> <li>・案内があったため。</li> <li>・国産食材活用に興味があったため。</li> <li>・各地域、地域によってどんな取組をしているのか。また、違いがあるのか。新しい発見を期待して参加した。</li> <li>・生産圃場や卸売市場の現場を見て勉強するため。</li> </ul> |  |
| 2. 地場産食材に求めるポイント |    | ↓ 一番重視しているポイント                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |
| a. 品質・鮮度         | 0  | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |  |
| b. 価格            | 9  | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |  |
| c. 供給体制          | 9  | 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |  |
| d. 有機・無農薬        | 2  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
| e. GAP           | 2  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
| f. ブランド力         | 3  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
| g. その他           |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
| 3. 情報の入手について     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
| a. 業界関係者         | 10 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・食品商業</li> <li>・日経MJ新聞。</li> <li>・販売所・店舗に視察に行く。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |  |
| b. インターネット       | 2  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
| c. 業界紙・専門誌       | 3  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
| d. 一般紙           | 1  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
| e. 催事            | 2  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
| f. その他           | 2  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
| 4. 利用したい食材       |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ダビデオクラ。</li> <li>・米・玄米・精米を販売している生産者がいれば紹介してほしい。</li> <li>・カット野菜。</li> <li>・人材不足もあり、すべての食材に可能性があると思う。</li> <li>・葉菜（カット野菜）。6～9月は長野、10月～は大分・長崎からレタス等を調達しているが、11～5月出荷のいちき串木野市（ゼロプラス）産を期待している。</li> <li>・カット野菜コーナーで良い商品があった。</li> <li>・葉菜類、スナッペンなど。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                               |  |
| 5. また参加したいか      |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
| a. 参加したい         | 10 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・生産者をもっと紹介してもらえれば。</li> <li>・日程が合えば参加したい。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |
| b. 参加したくない       |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
| c. その他           | 4  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
| 6. 参考になったか       |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
| a. 参考になった        | 11 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・圃場見学に始まり試食会に至るまで、目的だった企業理解の参考になった。試食品が美味しく素晴らしかった。</li> <li>・生産者と販売の連携が取れていて、生産者の生産意欲の向上、販売者の品質安定等は今後の農業の姿ではないかと思う。</li> <li>・良く考えた事業だなと思った。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
| b. ふつう           | 3  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
| c. 参考にならなかった     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |

## 2.2.5 茨城中央園芸農業協同組合

◆ 開催日：平成 30 年 2 月 9 日（金）【N＝4】

| 質問事項             |   | 集計結果                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
|------------------|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 1. 参加目的          |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・業務内容の理解のため。</li> <li>・全日本食品から案内があったため。地場野菜や冷凍野菜の製造工程及び流通状態（小売店へ）に興味があったため。</li> <li>・地場農産物生産者の供給体制や生産工程等を確認するため。</li> <li>・地場農産物生産者や食品流通に関わる方々との交流のため。</li> </ul>                                            |  |
| 2. 地場産食材に求めるポイント |   | ↓ 一番重視しているポイント                                                                                                                                                                                                                                       |  |
| a. 品質・鮮度         | 4 | 1                                                                                                                                                                                                                                                    |  |
| b. 価格            | 2 |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| c. 供給体制          | 2 |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| d. 有機・無農薬        | 1 |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| e. GAP           |   |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| f. ブランド力         |   |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| g. その他           |   |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| 3. 情報の入手について     |   |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| a. 業界関係者         | 1 |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| b. インターネット       | 3 |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| c. 業界紙・専門誌       |   |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| d. 一般紙           |   |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| e. 催事            |   |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| f. その他           |   |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| 4. 利用したい食材       |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・たくさんあった。冷凍野菜はもちろん、「ヤマダイ」の商品も是非取り入れたいと考えている。</li> </ul>                                                                                                                                                       |  |
| 5. また参加したいか      |   |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| a. 参加したい         | 4 |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| b. 参加したくない       |   |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| c. その他           |   |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| 6. 参考になったか       |   |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| a. 参考になった        | 4 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・このような趣旨の催しに参加するのは初めてだったが、想像以上に面白く、大変勉強になった。このような機会を頂けたことを感謝します。</li> <li>・試食した惣菜は非常に美味しく、冷凍とは思えなかった。デパートやホテル、飲食店で出しても満足してもらえると思う。</li> <li>・このような食品加工の現場を見学する機会がなかったが、一つ一つ丁寧な手作業でなりたっていることが確認できた。</li> </ul> |  |
| b. ふつう           |   |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| c. 参考にならなかった     |   |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |

### 3 シンポジウム

#### 3.1 シンポジウムの開催状況

外食・中食産業における地場産食材活用等に関するシンポジウムを東京と大阪で開催し、専門家による基調講演及びパネルディスカッションを実施した。

その際、会場には地場産食材の生産者を招いた商談・展示ブースを設け、生産者自身による食材の説明、サンプル品の配布や試食、そして生産者とのダイレクトな意見交換の場を用意した。

なお、パネルディスカッションにおける議論を深めるため、東京会場は「水産物」、また大阪会場は「農産物」について取り上げ、会場毎に品目を分けて開催した。

##### 3.1.1 開催地及び開催日時等

| 開催地           | 開催日時                                     | 会 場                                | 参加者  |
|---------------|------------------------------------------|------------------------------------|------|
| 東京会場<br>【水産物】 | 平成 30 年<br>2 月 19 日 (月)<br>13:00 ～ 16:30 | 御茶ノ水ソラシティカンファレンスセンター<br>1 階 Room C | 21 名 |
| 大阪会場<br>【農産物】 | 平成 30 年<br>2 月 27 日 (火)<br>13:00 ～ 16:30 | 大阪産業創造館 3 階 マーケットプラザ               | 16 名 |

##### 3.1.2 プログラム

| 時 間         | 講 演 内 容                                                                                         |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 12:00～      | ◎ 開場・受付                                                                                         |
| 13:00～13:05 | ◆ 主催者挨拶                                                                                         |
| 13:05～14:00 | 基調講演:「外食・中食における地場産食材の活用事例等について」<br>講 師:【東京会場】上田 勝彦 氏 (㈱ウエカツ水産 代表)<br>【大阪会場】白鳥 和生 氏 (日本経済新聞社 次長) |
| 14:00～14:10 | ● 質疑応答                                                                                          |
| 14:10～14:30 | ◆ 休 憩                                                                                           |
| 14:30～15:20 | ■ パネルディスカッション:<br>「外食・中食事業者、生産者から見た、地場産食材の活用に関する<br>課題や成功事例について」                                |
| 15:20～15:30 | ● 質疑応答                                                                                          |
| 15:30～16:30 | ■ 商談・展示ブースでの商談および見学                                                                             |
| 16:30       | ◆ 閉 会                                                                                           |



### 3.1.3 パネルディスカッションにおけるコーディネーター及びパネリスト

#### ◆ 東京会場

コーディネーター：上田 勝彦 氏（㈱ウエカツ水産 代表）

パネリスト：池田 忠弘 氏（三重県漁業協同組合連合 常務理事）

仲野 彰芳 氏（㈱仲野水産 代表取締役専務）

石上 貴久 氏（チムニー㈱ 商品部 仕入グループ 水産担当課長）

工藤 格 氏（㈱丸二食品 代表取締役社長）

#### ◆ 大阪会場

コーディネーター：藤島 廣二 氏（東京聖栄大学 客員教授）

パネリスト：白鳥 和生 氏（日本経済新聞社 編集局 調査部 次長）

藤澤 公義 氏（㈱三晃 取締役 事業部長）

杉山 義文 氏（㈱かねやま 取締役部長）

工藤 格 氏（㈱丸二食品 代表取締役社長）

### 3.1.4 展示ブース出展者

| 開催地  | 出展企業         | 展示品                                                                                       |
|------|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| 東京会場 | 三重県漁業協同組合連合会 | ハマチフィーレ、シマアジ丸、シマアジフィーレ、タイ鱗付フィーレ、タイロイン、タイスキンレスフィーレ、タイ活〆、ヒラメ、ヒラメスキンレスフィーレ、マハタ丸、マハタスキンレスフィーレ |
|      | ㈱丸二食品        | 各地地場産水産物、加工品                                                                              |
|      | 地球ファクトリー㈱    | 各地地場産水産物、加工品                                                                              |
| 大阪会場 | 茨城中央園芸農業協同組合 | 冷凍脱水小松菜、冷凍脱水ホウレン草、冷凍脱水チンゲン菜、冷凍ゴボウ（千切り・ササガキ）、冷凍ネギ、冷凍ニラ、冷凍脱水菜花、                             |
|      | ㈱かねやま        | パネル展示                                                                                     |
|      | かほくイタリア野菜研究会 | トレヴィーゾ・タルディーボ、ミラノカブ、サラダセット、ルタバカ、紫からし菜、ワサビ菜、ルーコラロケット、冷凍剥き豆（秘伝豆）                            |

### 3.1.5 シンポジウムの模様（スナップ）

#### ◆ 東京会場



主催者挨拶



上田勝彦氏による基調講演



パネルディスカッション



展示ブース（三重県漁業協同組合連合会）



展示ブース（丸二食品・地球ファクトリー）

# ◆ 大阪会場



白鳥和生氏による基調講演



パネルディスカッション





展示ブース（茨城中央園芸農業協同組合）



展示ブース（(有)かねやま）



展示ブース（かほくイタリア野菜研究会）



展示ブース（かほくかほくイタリア野菜研究会）

## 3.2 シンポジウムに関するアンケート結果

### 3.2.1 東京会場

◆ 開催日：平成30年2月19日（月）【N=15】

| 質問事項              |    | 集計結果                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |
|-------------------|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 1. 基調講演の感想        |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |
| a. 参考になった         | 13 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・多様化している食生活や流通を一つの「良い」文化にまとめる仕事は、日本人の味覚の回復だけでなく、外国からのインバウンドにも役立つと感じた。「お客様を育てる仕掛けをする」ことは、対顧客の仕事に共通する大切なことであり、勉強になった。</li> <li>・人口の推移と魚業界の現状がとても分かり易くリンクしていた。魚業界について理解することができた。</li> <li>・魚を食べる人が減少している理由を複合的にとても分かり易く説明してもらえて良かった。</li> </ul>                                                                                                                                                                              |  |
| b. ふつう            | 2  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・水産業界の実態、課題が分かり易かった。</li> <li>・魚文化が薄まっている状況を構造的に示すことで、現状把握とその対策を考えるヒントが得られた。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |
| c. 参考にならなかった      |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・食は日本の文化の一つでもあるのに、消費者側が変わってしまうと文化も衰退してしまう、ということに危機感を覚えた。良い商売をするのに「お客様を育てること」が最も大切である、ということはどの商売にも通じると思った。</li> <li>・水産業と、それに関わる流通・消費が大きく変わっていく中で、いかに消費を増やしていくかが具体的な例を用いて話してもらえて分かり易かった。我々が対応できる問題と環境等の対応が難しい問題を明確化し、それに対して行動することの大切さが分かった。</li> </ul>                                                                                                                                                                     |  |
| d. その他            |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・佃煮と米の関係。袋入り1kgの砂糖が売れない時代、液糖や味の素などに頼って、調理をしない(できない)若者世代が中心になり、文化崩壊に向かう危機感を覚えた。</li> <li>・分かり易い説明で良かった。消費者と実需者との信頼関係をいかに築いていくかが、魚食普及のポイントであると理解した。</li> <li>・魚食が微減傾向→原因:30～60代の外食・中食消費。食べ方(習慣)の継承が困難→打開策はあるか? 三定(温・量・価)は漁獲量の減少傾向からして論ずることが困難。</li> </ul>                                                                                                                                                                   |  |
| 2. パネルディスカッションの感想 |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |
| a. 参考になった         | 5  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・鮮度の重要性。生ホタルイカ、生シラス、生サクラエビが東京で食べられる今日でも、イワシは課題が多いことが興味深かった。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |  |
| b. ふつう            |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・魚食普及は、販売する人をいかに育てるかがポイントだと思った。販売の仕掛け方が重要だと感じた。イベントは一過性ではダメである。効果がすぐになくても続けることが重要。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |
| c. 参考にならなかった      |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |
| d. その他            | 15 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |
| 3. 展示ブースで気に入った食材  |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・金目鯛。</li> <li>・ホンビノス貝。食べ方のバリエーションは不明。</li> <li>・三重県産の鮮魚。</li> <li>・ホンビノス貝は外来生物の有効利用例として興味深い。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |
| 4. 地場産食材のメリット・課題  |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・メリット:文化の継承、地域活性、健康改善。課題は流通が一部に偏ること。</li> <li>・地場産食材は、魚の消費を増やすために大きな役割を担っている一方、家庭での消費、食べ方の伝承のためには不十分な側面がある。</li> <li>・地元は和歌山だが、農業・漁業ともに環境の変化や高齢化が深刻化している。なかなか力になれることは少ないが、その地の食材を取り扱うことで、その土地の活性化につながると思う。</li> <li>・課題は産地経済との連携と繁栄及び持続。家庭の味の継承。</li> <li>・調理方法や旬の時期の食べ方がわからないこと。</li> <li>・少品種の大量供給が近年増えつつある中で、多品種少量供給、魚種(地場産食材)の多様な加工事業が採算面で成立するか疑問。原料を国内にこだわらず、外国産(少品種・大量)を活用することが課題。消費者にとって魅力的なメニューの開拓も課題。</li> </ul> |  |
| 5. 記入者            |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |
| a. 外食・中食業者        |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |
| b. 生産者            |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |
| c. 卸・仲卸業者         | 2  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |
| d. 業界団体           |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |
| e. 官公庁            |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |
| f. その他            | 13 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |



### 3.2.2 大阪会場

◆ 開催日：平成 30 年 2 月 27 日（火）【N＝9】

| 質問事項              |   | 集計結果                                                                                                                                                                                                                  |  |
|-------------------|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 1. 基調講演の感想        |   |                                                                                                                                                                                                                       |  |
| a. 参考になった         | 9 | <ul style="list-style-type: none"><li>・生産者も小売も課題は共通していると思った。</li><li>・特徴がある商品を持つこと。ストーリーがあり、誰のために作ったか、食べてもらいたいかを考えて、絞り込むことが大切なことが分かった。</li><li>・最近の野菜の消費動向がよく分かった。</li><li>・後半からのマーケティングの理想論(ドラッカー)が参考になった。</li></ul> |  |
| b. ふつう            |   |                                                                                                                                                                                                                       |  |
| c. 参考にならなかった      |   |                                                                                                                                                                                                                       |  |
| d. その他            |   |                                                                                                                                                                                                                       |  |
| 2. パネルディスカッションの感想 |   |                                                                                                                                                                                                                       |  |
| a. 参考になった         | 8 | <ul style="list-style-type: none"><li>・4人のパネラーの方々の一言一言が本音であり、感じることも多かった。</li><li>・消費者の輸入品に対する認識、価格に対する認識が問題。</li><li>・生産者、作り手のこだわりと流通関係者との信頼が必要だと感じた。</li></ul>                                                       |  |
| b. ふつう            |   |                                                                                                                                                                                                                       |  |
| c. 参考にならなかった      | 1 |                                                                                                                                                                                                                       |  |
| d. その他            | 1 |                                                                                                                                                                                                                       |  |
| 3. 展示ブースで気に入った食材  |   | <ul style="list-style-type: none"><li>・冷凍小松菜。</li><li>・冷凍豆。</li><li>・イタリア野菜(小売での販売は難しいと思うが)。</li></ul>                                                                                                                |  |
| 4. 地場産食材のメリット・課題  |   | <ul style="list-style-type: none"><li>・課題は安定供給。</li><li>・価格がやはり重要だと思う。</li></ul>                                                                                                                                      |  |
| 5. 記入者            |   |                                                                                                                                                                                                                       |  |
| a. 外食・中食業者        |   |                                                                                                                                                                                                                       |  |
| b. 生産者            | 5 |                                                                                                                                                                                                                       |  |
| c. 卸・仲卸業者         | 3 |                                                                                                                                                                                                                       |  |
| d. 業界団体           |   |                                                                                                                                                                                                                       |  |
| e. 官公庁            |   |                                                                                                                                                                                                                       |  |
| f. その他            | 1 |                                                                                                                                                                                                                       |  |

## 4 地場産食材に関する情報受発信

### 4.1 産地懇談会に関する事前調整

産地懇談会の開催にあたっては、以下のとおり事前に開催地に赴き、開催内容等の確認及び日程調整を行うとともに、提供可能な地場産食材の特徴や生産管理体制等について、ヒアリング調査を実施した。

#### 4.1.1 訪問先

| 実施日                     | 訪問先                                                  | 調査員              |
|-------------------------|------------------------------------------------------|------------------|
| 平成 29 年<br>9 月 1 日 (金)  | ㈱ゼロプラス (鹿児島県いちき串木野市)、松原園芸組合 (南九州市)、鹿児島市中央卸売市場 (鹿児島市) | 宮澤委員<br>事務局: 田中  |
| 平成 29 年<br>9 月 8 日 (金)  | 三重県漁業協同組合連合会 (三重県津市)                                 | 三浦委員<br>事務局: 田中  |
| 平成 29 年<br>9 月 11 日 (月) | 大分県漁業協同組合 (大分市)<br>水産加工処理施設 (佐伯市)                    | 三浦委員<br>事務局: 田中  |
| 平成 29 年<br>9 月 13 日 (水) | 茨城中央園芸農業協同組合 (東茨城郡)<br>J A 茨城県本部 園芸部 VF 課 (東茨城郡)     | 藤島委員長<br>事務局: 田中 |
| 平成 29 年<br>9 月 27・28 日  | 香川県漁業協同組合連合会 (高松市)<br>引田水産加工センター (東かがわ市)             | 三浦委員<br>事務局: 田中  |

#### 4.1.2 ヒアリング結果

##### (1) ㈱ゼロプラス

##### ① 提供可能な地場産食材及びその特徴 (セールスポイント) :

レタス、グリーンリーフ、サニーレタス、春キャベツ (以上 11 月～5 月)、オクラ (7～9 月)。栽培面積: 2016 年=14ha、2017 年=24ha、2018 年 (予定) =27ha。

##### ② 提供するに当たっての条件 :

数量や価格より「品質」を大事にしている。業務加工用ではあるものの、顧客が使用する際の歩留まり率は 70%と、高い水準を目指している。そのため、コストをかけても外葉をとってから納入して歩留まりを高めたり、また長距離輸送に耐えるように外葉をある程度残すなど、顧客の要望に合わせて話し合いながら、最適な納入スタイルを取る。

目先の単価より、長いスパンで取組みたい。

##### ③ 生産管理体制等について :

代表取締役の松田健氏は 2008 年に JGAP 指導員の資格を取得するなど、生産管理体制が整っている。年々栽培面積を増やすことで効率化を進めている。

(2) 松原園芸組合

① 提供可能な地場産食材及びその特徴（セールスポイント）：

九州最南端の露地産地で、キャベツ、レッドキャベツを中心に、11月下旬～翌5月まで栽培供給している。この地域はもともとサトイモの産地だったが、20年程前から業務用キャベツに転換した。

親族6人のグループで計4haの耕地を有しており、ほぼ全量が外食向け業務用契約栽培となっている。

② 提供するに当たっての条件：

「10トﾝ車1台、鉄コン」（大ロット）で受け入れてくれる業者が希望。

③ 生産管理体制等について：

低農薬栽培で有機肥料を使用している。トレーサビリティにも対応。主力品目のキャベツは4月にとう立ち（抽苔）し易く、食味が落ちる点が課題。キャベツだけでなく、ハクサイやキュウリも栽培しており、トータルで利益を計算できる。

(3) 三重県漁業協同組合連合会

① 提供可能な地場産食材及びその特徴（セールスポイント）：

伊勢真鯛（飼料にミカンやお茶を加えて肥育、規格は1.5kg）は20万尾出荷（2016年実績）。養殖物では、マハタ、ヒラメ、シマアジ、カンパチ、ブリも供給可能。

青のりの生産量は日本一（シェア6割）で、生産量は年間500トﾝあり、収穫期は10月～5月。

② 提供するに当たっての条件：

価格・ロットについても柔軟に対応可能である。

③ 生産管理体制等について：

同漁連の三浦活魚流通センター（神奈川県三浦市三崎町城ケ島）は、首都圏を中心に東北、北海道の卸やスーパー、外食などに三重県産水産物を供給する加工施設（2004年新設）で、東日本大震災後（2011年）に一旦稼働停止している。2016年から再稼働したが、以前の取引先はまだ戻らず生産余力は大きい。養殖の生産記録（飼料、抗菌薬）も厳密に管理している。

(4) 大分県漁業協同組合

① 提供可能な地場産食材及びその特徴（セールスポイント）：

ヒラマサ、ブリ、カンパチ、ヒラメ等、養殖の他、関サバ、関アジ等の様々な鮮魚も提供可能。飼料に大分名産のかぼすを配合して、そのポリフェノールの作用で加工後の色変わりを抑えると同時に、風味付けにもなっている。販売先は市場出荷がメインで、一部直販も手掛けている。

ヒラメは生産量が日本一で、寄生虫（クドア）検査も徹底している。骨切りハモ（天然物の２フローズン）もオーダー出荷している。

② 提供するに当たっての条件：

スポットではなく安定的な取引を希望。

③ 生産管理体制等について：

佐伯市にある水産加工処理施設は 2011 年竣工で、HACCP 認定も受けている。当初は年間 22 万尾の加工処理を計画していたが、2016 年度にはすでに 57 万尾と倍増しており、作業場が手狭になりつつある。しかし、敷地には拡張余地がなく、加工機械導入等による作業効率化で対応している。

(5) 茨城中央園芸農業協同組合

① 提供可能な地場産食材及びその特徴（セールスポイント）：

小松菜、ほうれん草、サツマイモ、ネギ、ニラ、菜の花、等を生鮮または冷凍加工（賞味期限は約 2 年）して出荷。最近では「かき菜」を介護食向けに出荷している。味付け加工も行っており、総菜の注文も年々増えている。

生産履歴（ペーパー）を具備しており、トレーサビリティにも対応。

② 提供するに当たっての条件：

基本の取扱単位は 10 ケースロットだが、小口にも対応できる。ただし、価格は幾分か高くなる。長期スパンでの取引が理想。メニュー変更等によって契約していた注文数量を急に変えられるケースがあるが、これに対応するのは難しい。冷凍野菜を生産するため、生産計画の段階、遅くとも圃場での作付け段階から調整作業が始まっている。そのため、短期間に生産量を変更することはできない。

③ 生産管理体制等について：

加工施設は県認定の HACCP を取得している。JGAP を一時取得したが、維持費用が高いことから現在更新はしていない。

冷凍保管庫がない（一時保管庫しかない）ので長期保管はできない。

(6) 全国農業協同組合連合会 茨城県本部

① 提供可能な地場産食材及びその特徴（セールスポイント）：

レタス、白菜、キャベツ、甘藷、他、多品種を取り扱っている。市場向け出荷が約 8 割で、2016 年度の取扱高は約 204 億円（約 11 万ト）。

多品目を提供することが可能（各 JA からの提供も可能である）。甘藷はマレーシアやカナダ等にも輸出している。

② 提供するに当たっての条件：

販売の際は基本売買契約の締結が前提条件になる。そのため、取引の話が来ても、実際に開始するまでには 1 ヶ月程かかる。



既に 20 年以上も外食・中食企業への食材提供に取り組んできたので、相手の要望に対応できるノウハウを積み上げており、新たな取引先についても柔軟に対応可能である。

③ 生産管理体制等について：

JGAP に取組中（費用は各 JA が負担）。特に生協は GAP を重視するので、GAP に取り組むことは重要と考えている。

(7) 香川県漁業協同組合連合会

① 提供可能な地場産食材及びその特徴（セールスポイント）：

養殖物では、オリーブハマチ、讃岐さーもん、カンパチ、タイ、ヒラマサ、スズキ、メバル、赤貝、他。天然物では、シリヤケイカ、ハリイカ、マナガツオ、ナシフグ、シラス、アジ、真鯛、鰯、小エビ、まだこ、ハモ、等。加工品は、伊吹産いりこ、他。

オリーブハマチは、香川県産のオリーブの葉を主原料とした粉末を添加したエサを与えて肥育しており、酸化・変色しにくい肉質で、さっぱりとした味わいがある。

② 提供するに当たっての条件：

価格により小ロットからでも対応可能。

③ 生産管理体制等について：

ハマチ養殖発祥の地である引田の水産加工センター（平成 2004 年竣工）は HACCP 認定工場で、延床面積 1,162 m<sup>2</sup>、4 t 水槽 2 基・10 t 水槽 3 基、冷凍庫（-20℃）・冷蔵庫（2℃）・急速凍結機、及び各種加工機器を完備しており、養殖ハマチ、ブリ、カンパチなどを高鮮度でフィレ加工している。

ハラル認証（イスラーム法において合法）についても検討中。

## 4.2 食流機構の機関紙（OFSI）への掲載

産地懇談会の開催状況等を食流機構の機関紙（OFSI）に掲載した。

### 平成29年度外食・中食等における国産食材活用促進事業

## 地場水産物生産者との産地懇談会について 三重県漁業協同組合連合会「三浦活魚流通センター」

今年度、当機構では農林水産省補助事業「外食・中食等における国産食材活用促進事業」を実施しています。本事業の目的は、外食・中食事業者等の現地視察、農林漁業者との懇談・マッチングの実施、生産現場と外食・中食事業者との情報共有体制の整備等を通じて、新たな商流の形成につながる場を設定することで地場産食材の外食・中食での活用を促進し、高付加価値化、競争力の強化、新たな潮流の形成等により、外食・中食事業者等の活性化及び地域農林水産業の振興に資することにあります。

そこで今般、三重県漁業協同組合連合会（三重漁連）にご協力いただき、神奈川三浦市にある同漁連の三浦活魚流通センターで産地懇談会を開催しました。その概要について以下にご紹介します。

（開催日：平成29年10月27日（金）13：00～15：00、参加人数：19名）

### ◆「三浦活魚流通センター」について

三重漁連は昭和59年から三崎地区に自前の加工施設を設け、産地から搬入した養殖のタイやブリ、カンパチ等をフィレやロインに加工して、首都圏を中心に東北、北海道の卸やスーパー、外食向けに出荷しています。産地から消費地に近い同センターまで活魚船で生きたまま搬送された養殖魚は、一旦、海上生簀に移され出荷直前に活け締めされるので、産地や漁港で食べるような高鮮度を維持したまま消費地に届けられます。

#### <概要>

|        |                                                                                                                                                                                                                               |        |                |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|----------------|
| 所在地    | 神奈川県三浦市三崎町城ヶ島字西山658-7                                                                                                                                                                                                         |        |                |
| 竣工     | 平成16年6月                                                                                                                                                                                                                       | 敷地面積   | 4,368㎡（1,321坪） |
| 延べ床面積  | 2,917㎡（882坪）                                                                                                                                                                                                                  | 製氷設備   | 15t／日・貯氷25t    |
| 海水冷却設備 | 20t／日                                                                                                                                                                                                                         | 室内設定温度 | 18℃            |
| 特色     | <div>①食品の安全確保</div> <div>◇ HACCP 対策施設</div> <div>◇ 室内温度常時 18℃ 設定</div> <div>◇ 品質管理室の設置</div> <div>◇ 一次、二次サニタリー設置</div> <div>②高鮮度流通の確保</div> <div>◇ 加工ストレート2ラインによる迅速処理</div> <div>◇ 高度処理加工機器の設置</div> <div>◇ 活魚一時保管水槽の設置</div> |        |                |

### ◆加工施設及び海上生簀の見学

当日は三重県の養殖漁業及び加工施設の概要説明と三重漁連の取扱商品の説明を受けたあと、加工施設内の作業と養殖魚の一時保管生簀の現場を見学させていただきました。特に加工施設は広いスペースに種々様々な加工機器が整然と配置されて効率的に作業が進められており、HACCP 対応施設だけあって防菌・防塵など衛生管理も徹底されていました。



<受講風景>

### ◆取扱商品に関する問い合わせ先

三重県漁業協同組合連合会 鮮魚加工部（TEL：059-228-1241）  
三浦活魚流通センター（TEL：046-887-0320）

OFSI（2017年12月号）



<加工施設内の作業状況の見学>



<一次保管生簀（ここでは一切給餌は行いません）>

#### ◆試食及び懇談会

三重漁連の取扱商品は、安定供給が可能な養殖魚では、ブリ、カンパチ、マダイ、シマアジ、マハタ、スズキ、マグロ、といった多くの魚種があることに加えて、ドレス、ロイン、フィレ、スキンスレスなど様々な加工（前処理）にも対応しています。また、天然魚やカキ、しじみ、そして全国生産量の約6割を占める青さのりなどレパートリーも豊富に揃っています。今回は最後に懇談会を行い、実際に、マハタ、マダイ、ブリ、ヒラメ、シマアジの刺身としじみの味噌汁、青さのりの味噌汁や佃煮を試食して味を確かめました。準備の関係から刺身は前日に締めたそうですが、それでも鮮度を感じる美味しさでした。



<試食懇談会の模様>

#### ◆産地懇談会を終えて

前述のとおり、三浦活魚流通センターは大消費地である首都圏への好アクセスを武器に、鮮度の良い養殖魚を安定供給できる体制が整っていることを実感しました。また、今回の参加者が最も重視していたのが「品質及び鮮度」であったことから、顧客ニーズにマッチしていると思われます。近年、外食・中食には輸入食材の利用が増えておりますが、外食・中食事業者の方には今一度、地場産食材のメリットを是非ご検討していただきたいと思います。

OFSI（2017年12月号）



#### 4.3 農経新聞への掲載

産地懇談会及びシンポジウムの開催状況等について、宮澤委員が発行する農経新聞に掲載していただいた。

## 外食・中食 国産食材導入を推進 産地懇談会 かねやまの取組等研修

食流通構造改善促進機構では、今年度の農水省補助「外食・中食等における国産食材活用促進事業」の一環として、外食・中食業者や中間流通業者を対象に「産地産食材に関する産地懇談会」を鹿児島県で行った。業務用野菜納入などを手掛けるかねやま（杉山誠実社長、本社・鹿児島市）のグループ会社で農業生産法人のゼロプラス（いちき串木野市）の加工業務向けレタスの産地等を視察。さらに鹿児島市中央卸売市場青果市場では商品展示やレタスの試食などが行われ、参加者の注目を集めた。



(上)ゼロプラス・松田健社長の説明を聞く参加者  
(下)鹿児島県産青果物を材料にしたメニューの試食

かねやまが買い取る。いちき串木野市には大掛かりな露地栽培が行われておらず、高齢農家から農地を借り受けることで、昨年の同社の栽培面積は17畧、独立して連携する若手農家の11畧と合わせれば28畧。さらに水田の専作を将来的に50畧増やすため、苗の植付け時期に合わせ、出荷時期から逆算して「出口に合わせた栽培」に徹する。時期や場所によって異なる成育を意味するため、苗の植付け時期に合わせるという。

一方、かねやまは業務用野菜納品の強化に伴い、売上高は07年の5億円から12年は16億円、17年は20億円と急成長。安定価格・安定納入だけでなく、レタスやキャベツなどの外葉を調整して歩留まり率を高めるなど、あらゆる課題にも対応する。

産地の魅力引出すメニュー試食も好評

鹿児島市では、かねやま、ゼロプラスのフレッシュセンターとともに、かねやまの製造するカット野菜商品の展示、さらに「さつまものク

はやみちがあるが、結果として狙った時期に出荷できる体制とする。例年8月には、年内で翌5月のきめ細かな出荷計画を立てるので、人手の確保や資材の手配も計画的に行われる。

また、離島部の青果局から特産品の展示も、とくに小麦や大豆を使用せずソラマメから製造される「そら豆しょうゆ」をはじめ、コマやミカンのドレッシングは参加者から好評だった。

なお食流通機構では、同様の産地懇談会を9月9日に茨城でも実施する（視察先：茨城中央農芸農業協同組合のセンター、園地）。また、2月27日には大阪でシンポジウムおよび展示会も行う。現在、参加者および展示会の出展者を募集中（出展無料、交通費等補助あり）。詳細は<http://www.ofst.or.jp/>を参照。

農経新聞（2018年1月29日号）

# 国産食材導入を推進

## 食流機構の茨城中央園芸で研修 産地懇談会

食流機構は、今年度の農水省補助「外食・中食等における国産食材活用促進事業」の一環として、外食・中食業者や中間流通業者を対象に「地場産食材に関する産地懇談会」を行った。今回は茨城県茨城町の専門農協である茨城中央園芸農業協同組合（久信田清人代表理事、組合員102人）を視察、とくに冷凍野菜製造への取り組みが注目された。

同事業は、外食・中食、産地の振興を図るもの。事業者の生産地視察、同事業推進会議の委員長・農林漁業者との懇談・は藤島廣一（東京農業大学マツチング、生産現場と学健康栄養学部食品学科）外食・中食事業者との情報共有体制の整備などを通じて、新たな潮流につなげる場を設定し、外食・中食事業者の活性化をおよぼすのが国産食材導入の目的。近頃はメロン、ゴボウ、ナガイモ、ニンジン

の産地で、ファミリーストアなどの外食が地方都市に展開する。同時に、原料野菜の供給も依頼されるようになった。販路は市場出荷メインから、徐々に給食納入、冷凍野菜製造にも着手。その過程で業務用原料野菜には前向きに取組んできた。とくに2017年度から4年行われた、国産野菜の業務加工利用を推進する「国産野菜の生産・利用拡大優良事業者表彰」では、第2回（農産物振興機構）を徹底している。一方、取引先のメー

の産地で、ファミリーストアなどの外食が地方都市に展開する。同時に、原料野菜の供給も依頼されるようになった。販路は市場出荷メインから、徐々に給食納入、冷凍野菜製造にも着手。その過程で業務用原料野菜には前向きに取組んできた。とくに2017年度から4年行われた、国産野菜の業務加工利用を推進する「国産野菜の生産・利用拡大優良事業者表彰」では、第2回（農産物振興機構）を徹底している。一方、取引先のメー



らっている。今月27日に大阪でシンポジウムと展示。なお食流機構では、今月27日午後1時～4時30分、大阪産業創造館（大阪市中央区）で「地場産食材活用のための農産シンポジウム」を行う。日本経済新聞社編集局調査部次長の白鳥和生氏による基調講演「外食・中食における地場産食材の活用事例等について」のほか、東京聖栄大学健康栄養学部食品学科客員教授の藤島廣二氏をコーディネーターに、杉山義文氏（かねやま取締役部長、藤澤公義氏（三晃取締役事業部長）をパネリストに迎えたディスカッションも。さらに山形県・かねやまによる展示も行われる。参加無料。詳細は日本食流機構（http://www.ofai.or.jp）で。



# 価格高騰への対応討議 業務用野菜にも「指標」を

外食・中食への  
国産導入推進

食品流通構造改善促進機構では、今年度の農水省補助「外食・中食等における国産食材活用促進事業」の一環として、大阪産業創造館（大阪市中央区）で外食・中食業者や中間流通業者を対象に「地場産食材活用のためのシンポジウム（青果）」を行った。業務用野菜の産地づくりや、「業務用野菜にも価格指標を」など、価格高騰への対応方法などが検討された。

基調講演は日本経済新聞社をはじめ、農水省農産部次長、白鳥和生氏による外食・中食における地場産食材の活用事例等について。白鳥氏はまず、スーパーやコンビニがイトイン、コーナを強化するなど、中食と外食のボーダーレス化が進んでいると解説。

そのうえで「消費者が求めるのはスパック（機械）の産地で夏場にキャベツを栽培してもらっている」と、多くの販路を持つ同社の機能を活かした定、亦る場所など個性を出してほしいと述べた。

基調講演は日本経済新聞社をはじめ、農水省農産部次長、白鳥和生氏による外食・中食における地場産食材の活用事例等について。白鳥氏はまず、スーパーやコンビニがイトイン、コーナを強化するなど、中食と外食のボーダーレス化が進んでいると解説。

そのうえで「消費者が求めるのはスパック（機械）の産地で夏場にキャベツを栽培してもらっている」と、多くの販路を持つ同社の機能を活かした定、亦る場所など個性を出してほしいと述べた。



（上）活発に行われたパネルディスカッション。左から藤島教授、白鳥氏、藤澤氏、杉山氏、工藤氏（下）かほくイタリア野菜研究会のブース

給食事業のコーディネート役を務める丸二食品（千葉県松戸市）社長は「指標を作る必要がある」とのほか、「実需者が大手になるほど長期一定価格を求められるが、業務用需要が増えているため、品薄時に以前と比べものにならないくらい高騰する。しかし途中から契約価格を上げてもらうことは難しいので、現在、長も交流を図った。

# 魚消費減少へ対応

## 外食・中食に導入促進

### 食流機構

食品流通構造改善促進機構では、今年度の農水省補助「外食・中食等における国産食材活用促進事業」の一環として、東京都千代田区の御茶ノ水ソラシテで、外食・中食業者や中間流通業者を対象に「地場産食材活用のためのシンポジウム」(水産)を行った。消費が減少している魚だが、地元市場で水揚げされている魚を臨機応変にメニューに取入れている事例なども紹介された。基調講演は東京海洋大学客員教授(ウエカツ水産代表)の上田勝彦氏に。そのうえで消費拡大には「良が不可欠。(魚を食べるといふ)習慣の積み重ねが食文化となる」とした。

量も減少も深刻で、乱獲も減っている。加工業者は、定質・定量・定価の三定を維持するのが厳しいと分析。

居酒屋チェーンを展開するチムニーでは、「グラインドメニュー用の食材以外に、地元の漁協や仲卸から、鮮度のよい魚をおた。



30歳代は核家族化が進み、外食では魚を食べるものの、家庭で子供に食べ方を継承しない。また、子供たちの食べる魚の種類は少ない「漁獲が。また、「まぐろ解体シヨ」などを行う「さかなや道場」など複数の

農経新聞 (2018 年 3 月 5 日号)

#### 4.4 地場産食材活用のためのシンポジウムの動画リンク

東京と大阪で開催した地場産食材活用のためのシンポジウムについて、当日来場できなかった者のために、各会場で行った基調講演及びパネルディスカッションの様態を動画サイトに掲載し、食流機構のホームページ※にリンクした。

※ URL : <http://www.ofsi.or.jp/domestic-food-supply/symposium/>

## 4.5 青果ネットカタログ（SEICA）の活用

食流機構は、インターネットを利用して青果物の栽培方法や作付計画、使用肥料・農薬、生産者の素顔など様々な情報を登録・閲覧できる青果ネットカタログ（SEICA）を公開しており（平成30年3月末現在の登録カタログ数：約16,000件）、SEICAにより地場産農産物の情報発信も可能となっている。なお、SEICAは2018年度中に農業データ連携基盤※への移管を予定している。



＜現状の掲載項目例＞

- ・品目
- ・品種名
- ・栽培作業計画
- ・病虫害防除
- ・栽培特徴 など

SEICA ネットカタログのイメージ

※ 農業の担い手がデータを使って生産性の向上や経営の改善に挑戦できる環境を生み出すためのデータプラットフォームで、以下の機能を持つ。

- ① データ連携機能：農業 ICT ベンダーや農機メーカー等の壁を越えて、様々な農業 ICT、農業機械やセンサー等 の間のデータ連携を可能にする。
- ② データ共有機能：一定のルールの下でのデータの共有が可能になり、データの比較や生産性の向上に繋がる サービスの提供を可能にする。
- ③ データ提供機能：土壌、気象、市況など、様々な公的データ等のオープンデータ、民間企業による有償データ 等の蓄積を図り、無償・有償での農家に役立つ情報の提供を可能にする。
- ④ サービス連携機能：1 kmメッシュ気象予報、地図等、既に提供されている民間の有償サービスとの連携を図り、プラットフォームを介し、個々の農業者が目的や時期に合わせてこれらサービスの利活用によりエビデンスベース農業の実現を図る。

## 5 おわりに

我が国社会の核家族化や高齢化に伴う食の外部化が進行し、外食・中食の需要が急増している昨今、外食・中食事業者においては、さらに国内外旅行者需要の取込や付加価値向上、商品差別化に向け、地域の食文化を背景とした地場産品食材の活用に関心が高まっている。一方、農林漁業者等の生産者サイドにおいても、地場産食材のブランド化・高付加価値化取引のため、直接販売等による効率的な取引や地場産食材の販売先の開拓が求められている。

本事業は、外食・中食事業者と地場産食材の生産者との間で、直接販売等の新たな商流の形成に資することを目的として実施した。

産地懇談会のアンケート結果によると、9割以上の参加者が「また参加したい」と回答し、「参考になった」という意見も同じく9割以上だった。その結果、三浦活魚流通センターで行った三重漁連の産地懇談会により、同漁連と水産物流通業者3社との間で、今後の取引について現在商談が進行中となっている。大分漁協についても、現在中堅スーパー2社との間で商談が進行中であり、その他の産地についても食流機構が仲介して商談を促している。

シンポジウムについては、想定よりも参加者は少なかったが、アンケート結果によると基調講演及びパネルディスカッションともに好意的な意見が寄せられた。また、大阪会場のシンポジウムに出展した山形県の「かほくイタリア野菜研究会」は、これを機に大阪の青果物流通業者と具体的な商談が始まっている。

地場産食材に関する情報受発信については、諸般の事情により、当初計画していた青果ネットカタログ（SEICA）の活用は進まなかったが、食流機構の機関紙（OFSI）や農経新聞などのメディアを通して情報提供を図ることができた。加えて、シンポジウムの基調講演及びパネルディスカッションの模様を動画サイト（ユーチューブ）にアップして、食流機構のホームページにリンクした。

このように本事業の実施により、あらたな取引関係の構築に向けた動きが出てきており、外食・中食事業者や地場産食材の生産者の本事業に対する期待の大きさも窺えた。したがって、今後も外食・中食事業者と生産者とのマッチングの機会を設定し、また、双方に向けて情報発信することにより、本事業年度に生じた萌芽を着実に育て、外食・中食産業にとっては地場産食材のより一層の活用による商品の差別化・高付加価値化に、農林漁業者等の生産者にとっては地場産食材の効率的な取引や販売先の開拓・拡大に結び付けることが必要であると考えられる。



平成 29 年度 農林水産省補助事業

平成29年度  
**外食・中食等における  
国産食材活用促進事業  
報 告 書**

平成30年3月

**公益財団法人 食品流通構造改善促進機構**

〒101-0032  
東京都千代田区岩本町 3-4-5 第 1 東ビル 6F