

農学における情報利用・レポート課題

「食の流通現場見学に参加して」

今回は、食の流通現場見学として、JA 全農青果センター株式会社にお邪魔した。JA 全農青果センターへ移動する前に、まずは溝口先生と東京工科大学の江原研究員による事前講義があった。

溝口先生は、農業 ICT 技術による食料流通工学について講義して下さった。ICT 技術とは、情報通信技術の事で、例えばインターネットなどが挙げられる。これを積極的に農業分野にも導入して、世界の食料生産や地球環境保全のために役立てようと言うのである。更に、農業も ICT も分かる「バイリンガル」の人材育成が重要であるという話や、近代的なハイテクとその土地に合ったローテクな農業をうまく融合させた農業を目指したいと言う話もされていた。

江原研究員は、日本の農業は流通面に大きな問題があり、ロット管理を青果物の出荷の際にも厳密に行うべきであると主張されていた。それから、日本の高級柑橘類のデコボンが韓国に渡り、濟州島で栽培されているものである、ハルラボンの話も興味深かった。

その後、埼玉県戸田市の JA 全農青果センターに移動した。JA 全農青果センターではまず、JA 全農センターの概要や、仕事内容の紹介があった。今まで農協と全農の違いが良く分からなかったが、話の中で農協は農家がお金を出し合って作った協同組合で、全農は農協が出資して作った組織であると分かった。仕事内容は、農協から青果を仕入れて、スーパーなどに成果を卸す事で、青果物の卸売企業では東京青果に次いで 2 番目の会社であると言う。又、一旦農家から青果を仕入れて卸すのは、供給が不安定な青果物の供給量をうまく調整するためと言う事だった。

この話の中で特に印象に残った話は二つある。一つは、パック詰めも農家にとっては神経を使う事なので、農家には生産に専念してもらうために JA 全農青果センター側がパック詰めを行っていると言う話である。私自身は、テレビで農家自身がパック詰めしているシーンを見た記憶があり、農家がパック詰めしているものだと思っていたため、意外に感じた。もう一つは、最近量販店側で独自に規格を作っているが、どうしても農産物の生産には農薬を使う必要があるため、統一の規格(食品安全 GAP)を作りたいと言う事だった。自分で野菜を作った事があるので、農産物の生産には農薬を使う必要があると言う話は、よく理解出来た。

その後、青果センターの内部を見学させて頂いた。トラックで運ばれて来た青果物はまず、入庫バースで降ろされる。この入庫バースは、夜十時ごろに一番混雑すると言う事だった。これは、新鮮な青果を朝のスーパーの店頭に並べられるように、主に夜作業を行うためだと言う。又、入庫バースは冷房がきいていない。本当は入庫バースに直接トラックが入れるようにすれば、より完全なコールドチェーンが作れると思うが、トラックの排気ガスで段ボール箱や青果物が汚れる恐れがあるので、仕方ない所だろう。次に、保管冷蔵庫に行った。保管冷蔵庫は、気温が 5 に設定されているエリアと 10 に設定されているエリアがあり、エチレングスを除去する仕組み

のあるエリアもあった。気温が2種類に設定されている部屋があるのは、青果物ごとに保存に適している温度が異なるからである。又、中は立体的で非常に多くの青果物が保存できる構造をとっていた。尚、保管冷蔵庫での保存期間はだいたい2日間と言う事だった。保管冷蔵庫から取り出された青果物は、2階の包装加工場に運ばれる。包装加工場では、店舗に卸すためにパック詰めが行われていた。作業時間は午前9時から午後3時までで、私達が見学したころにはちょうど作業が終わろうかという所だった。ここで印象に残ったのは、これらのパック詰め作業が最終的には手作業で行われていると言う事だった。本当は機械化できれば労力がかからなくてよいが、青果物の見かけなども考慮してパック詰めする必要があるので、どうしても最終的には手作業でパック詰めしなければならないと言う事だった。それから、パックに貼るシールの保管庫にも入った。全国のような青果物のブランドのシールが棚に置かれていた。シールも一元管理されていると言う。昨今では、シールの貼り間違えでも産地偽装と言われるので、どのシールを貼るかも凄く神経を使うだろうと感じた。そして、パック詰めされた青果物は、出庫バースでトラックに積み、全国の小売店に届けられるのである。

その後、再びJA全農青果センターに関するお話を伺った。その中で印象に残った話は、提案型営業を行っているという話である。提案型営業とは、小売店側に青果物が収穫される前にこういう形で売るのはどうかと提案する営業の形で、例えば、小売店側にミョウガとショウガのセットを提案した事があると言う話をされていた。営業は、ただ商品を買ってもらうように働きかけるだけの仕事だと思っていたが、提案型営業は店側にもメリットがあつていい考え方だと感じた。

参考：

- ・グリーンジャパン(http://www.greenjapan.co.jp/nose_gap.htm)(9/19)
- ・野菜と文化のフォーラム(http://www.yasaitobunka.or.jp/others/100216_ja_report.html)(9/19)