

低コスト農業の実現に向けて、三菱の新しいトラクタシリーズ登場。

ASUMA
フォーラム

農業の競争力を高めるために、あらゆる面でコストの削減が求められています。国の施策として最先端のスマート農業による効率化、固定費削減などが叫ばれる中、低コスト農機は高い関心を集めています。三菱マヒンドラ農機は生産コスト削減に向け、機能を限定した低価格商品の開発にも邁進。今回、50馬力クラスに低価格トラクタを新たに投入するほか、大規模経営化の流れを受けて、世界生産台数トップ※を誇るマヒンドラ&マヒンドラ社より、低価格大型トラクタも日本国内初投入します。

※2010年にマヒンドラ&マヒンドラ社は世界で1番販売したトラクタメーカーになりました。



2 低価格帯の大型トラクタ

バリュープライスで農業経営をバックアップ
大地を力強く駆けるビッグパートナー

M-Star75

- 環境に適した高出力エンジン
- 大径タイヤ
- 耐久ボディー
- ロングホイールベース



居住性の高いキャビン室内

エンジン性能・作業性 ここがメリット

- 再生作業のための作業中断ロスがなく、再生動作による燃費の悪化もなし
- 高度な燃料噴射制御のコモンレールエンジンを搭載し、燃焼効率を最適化
- Tier4排ガス規制※対応のクリーンエンジン、DPFを使わずDOCのみで排ガス規制に適合

※Tier4:EPA(Environmental Protection Agency:米国連邦政府環境保護庁が適用している第4排ガス規制)

出力 **72 PS**

排気量 **2,648 cc**



パワフルな作業性の フロントローダー(別売)

- ローダー用ジョイスティックを標準装備

各種作業機にマッチした 油圧昇降機能

- 外部油圧取り出しは、2連サブバルブを標準装備
- テレスコピックロアリンクで、作業機の取り付けがスムーズ

最大油圧揚力 **2,200 kgf**



多段変速&スムーズ前後進切替

- 主変速5段×副変速3弾の15段変速
- 前後進の切替えはシャトルレバーでクラッチ操作不要



安心のサポート体制

部品供給・メンテナンスの面も安心

ASUMA 保険サービスに対応

M-Star75は世界生産台数トップを誇るマヒンドラ&マヒンドラ社の日本国内初の販売機。部品供給・メンテナンスに関しては、三菱マヒンドラ農機が充実の国内サービス網でバックアップします。



快適キャビン

- 天候に左右されることなく快適作業

1 50馬力クラスの低価格モデル

簡単操作で低価格、誰でも安心して使える
時代のニーズに応じて生まれた新型トラクタ

GM501ET

充実のオート機能

- 耕深制御で均平、水平制御で最適な整地

大排気量エンジン搭載

- DPFを使わず国内特自4次排ガス規制をクリア
- エンジン内での燃焼性能がアップ
- DOC式エンジンでタイムロスのない作業が可能

排気量 **2,216cc** で **49.5馬力**



1,900kgfを誇る油圧揚力

- GMシリーズの油圧揚力を継承
- 大油圧揚力で、多連播種機、プラウなど、大型作業機に対応し、作業の幅が広がる

16段トランスミッション

- 主変速4段/副変速4段
- 低速作業から高速移動まで、場面に合わせて細かな設定が可能

各種旋回アシスト機能

- 旋回アップ
- 倍速旋回
- クイックアップレバー
- バックアップ

便利な装備が満載

■主変速/副変速レバー



■右側集中配置パネル



■フロント作業灯



■正転3段 逆転1段 PTO

■シャトルレバー

■ハイマウントテールランプ

■コンビネーション 灯火器スイッチ

■ワンタッチ2駆/4駆切替

■片ブレーキ防止装置

■自動4WD ブレーキ

■ステップ下燃料タンク

■鍵付き給油口

■燃料満タンお知らせブザー

■個別キー

■低速車マーク

ASUMAとは
安全作業(Anezen)をサポートし、安心品質(Anshin)をサポート、明日(Asu)の農業をサポートするという意味が込められています。安心・安全・明日を追求する三菱マヒンドラ製品のペットネームです。



ASUMA 新製品情報



宮崎県小林市をお訪ねしました。

近頃の森から切り出した木材を使って畜舎の増築も手掛けるという三反田悟さん

昨日生まれたばかりという子牛と母牛



三反田家が繁殖の仕事を始めたのは最近のこと。父親悟さんが20年前に始めたのがきっかけでした。

「なんの知識もない状態から始めたので苦勞の連続でもアイデアはあったし、チャレンジのしがいがありました。高齢で離農する農家から妊

結果80頭までふやした繁殖農家 たった1頭からスタート、試行錯誤の結果

宮崎県は古くから畜産で知られていますが、県南西部にある小林市は特に牛の生産地として有名。この地で繁殖農家として右肩あがりの成長を遂げているのが今回ご紹介する三反田さんです。

USER VOICE

宮崎県小林市
三反田悟 (65才)、
和也 (28才) さん、久子さん



面積 飼料米: 1 ha
デントコーン: 1.2 ha (2期作)
保有機械 トラクター: GV87, GX511, CaseCX80
ローダー: CAT902C2, CAT901B



広々とした畜舎でのびのび育てる

高齡化による先細りが伝えられている日本の農業ですが、小林市の畜産農家は別で、後継者の和也さんからも、もっとと頭数をふやしたいと景気のいい言葉しか出てきません。

将来は200頭くらいまでふやきたいと豪語する和也さんですが、できるだけ借金ほしがないという堅実な一面もあります。

「設備投資はしたいけど負債はかかえたくないんです。牛も買わない。自分のところで生まれた子牛を育てて母牛をふやしています。母牛からは3、4頭が生まれるから、自然にふえますからね」

有名ブランド宮崎牛に賭ける

ただし機械は別。「牛の飼料を作るためには機械が欠かせないし、規模拡大をするためには大型の農機がどうしても必要なんです」と和也さん。でも、国の補助もあるし、後継者がいる農家には余分に補助金も出してくれますから、それを積極的に活用していくつもりです。

水田で飼料米を栽培して補助金をもらう

牛を育てること自体は手間がかかりませんが、大変なのは飼料を作ること。三反田さんは



牧場作業にも詳しい和也さん

防疫体制も万全な小林市

平成22年に宮崎県で口蹄疫が発生。県内の家畜の4分の1が犠牲になりました。以来、宮崎県は防疫体制の充実に取り組み、小林市も翌年から畜舎の巡回消毒サービスを行うなど、さまざまな対策に取り組んできました。行政と農家が一体となり、堅固な防疫体制を確立したのです。

「ここはどことよりまきびしい体制を敷いているので安心です。もう口蹄疫など起こらないと自信を持っていますね」と和也さん。

宮崎県全体が防疫の壁を作っているからこそ宮崎牛というブランドも成長したのかもしれない。



子牛専用畜舎で大切に飼われている

宮崎牛

今や国内のみならず世界的にも有名になった宮崎牛。ブランド作りを始めたのは86年のこと。県内で生産肥育された黒毛和牛の中から選ばれた種雄牛を父とし、日本食肉格付協会が定める格付け基準の4等級以上のものだけを宮崎牛と呼ぶことが正式に定義された。現在、県内で生産される黒毛和牛のうち8割が宮崎牛として出荷されている。5年に一度の全国和牛能力共進会では07年と12年に連続して宮崎牛が優勝、世界でも宮崎牛の名が高まっている。

三反田さんには随分長く取組んでいた。三反田さんは何事もご自身で工夫して仕事を進められています。その熱心さにも感心しています。良い後継者にも恵まれましたし、優秀な繁殖農家としてこの辺で期待を待たせています。私も精一杯サポートさせていただきたいと思っています。



担当セールス
三菱農機販売小林営業所
八重尾所長



セリでものを言うのが実績

繁殖農家が気をつかうのはセリ。ほぼ毎月1回のペースでセリが開かれますが、そこでどう評価されるかが気がかりなのです。

「セリでは体重や体つきを見られますが、同時にこれまでの実績も評価の対象となります。この農家はこういう牛を出荷してきたかということが重要なんです。うちはまずまずの実績があるのでセリのときにはそういうことが加味されているいい値がつくんです」

28歳と若い和也さんの未来は大きく広がっています。あれをしよう、こうしたいと夢は広がるばかりです。彼を見れば日本の畜産農家は明るいと思えます。

USER VOICE

千葉県白井市平塚
谷嶋和幸 (70才) さん (右)
健一 (46才) さん (左)
(宮農組合平塚ライスセンター)



谷嶋家は300年も前から千葉県北部、手賀沼の周辺で農業を営んできた歴史ある農家。この地は水利が良く、肥沃な土地柄で、古くから干拓が進みました。ここで先進的な農業を進めてきた谷嶋さんの農業経営を紹介しします。

面積 谷嶋さん: 水稲2ha・キュウリトマト
1ha・イチゴ3.5a (委託, 2.5ha)
保有機械 谷嶋さん: トラクター1台 (コンバイン
4台・乾燥機: 6台)
カッコ内はセンター分



宮農組合平塚ライスセンターの乾燥機

谷嶋和幸さんが組合長をつとめる宮農集団(宮農組合平塚ライスセンター)は、コメ作りにおける経営環境の変化と機械化の進展に対応するため、付近の農家と連携して設立されました。

「昭和64年ころ、コメ作りに転機がきました。そんなとき、先代の大野農機社長から、これからは集団の力を結集しなければ、農業経営は



自慢のキュウリをかせぐ谷嶋和幸さん



平塚ライスセンターの面々と販社担当者 敬称略
左より木賀・坂野・岩崎・谷嶋(健)・谷嶋(和)・須藤・大野

谷嶋和幸さんはコメだけでなく野菜作りにも力を入れています。和幸さんが若い頃はコメ本でやっていましたが、将来を見据えて野菜作りにも乗り出したのです。

「基本は米づくりですが、自分の代で何か新しいことを始めてみて、野菜づくりに取り組むことにしました。温室ハウスも建て、キュウリやトマトなども手がけています。作物は大量販園も堅実な伸びが期待されます。」



イチゴ苗の管理する健一さん

野菜作りにも積極的に進出

谷嶋さんはコメだけでなく野菜作りにも力を入れています。和幸さんが若い頃はコメ本でやっていましたが、将来を見据えて野菜作りにも乗り出したのです。

「基本は米づくりですが、自分の代で何か新しいことを始めてみて、野菜づくりに取り組むことにしました。温室ハウスも建て、キュウリやトマトなども手がけています。作物は大量販園も堅実な伸びが期待されます。」

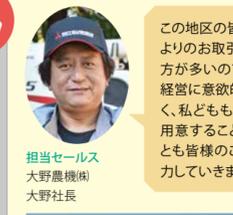
谷嶋いちご農園のホームページは
<http://www.shiroi.net/~noyen/>

「栽培品種は、とちおとめ、かおり、女峰、チーバベリー等があり、それぞれ甘味や粒に特徴があります。顧客のニーズに合わせて作っていますが、今後楽しみなのは千葉県産のオリジナル品種「チーバベリー」ですね。県のバックアップにも期待しています」

イチゴは12月から3月が最盛期。繁忙期は自営の直売所で販売したり、宅配便で納めるなど大忙しです。ケーキ屋向けや贈答品の需要も好調だということです。

ライフスタイルの変化もあり、イチゴはすっきり家庭の食卓にも馴染んできたようです。谷嶋さんのイチゴ農園も堅実な伸びが期待されます。

「今、うちのイチゴをふるさと納税の返礼品目に入れてもらうように働きかけていますし、ほかに自作イチゴの種から育苗し、苗床を工夫するなどの試みもしています。今後は人手不足を見越して水耕栽培にもチャレンジしようと思っています」と語る健一さんにはイチゴ農家としての風格があらわれていました。



担当セールス
大野農機(株)
大野社長

この地区の皆さんには先代の頃よりのお取引をいただいている方が多いのですが、新しい農業経営に意欲的に取り組む方も多く、私どもも常に新しい提案を用意することが必要です。今後とも皆様のご期待に添うよう努力していきます。

谷嶋家はかつてなく、センターのメンバーも積極的な農業経営に取り組んでいるようです。今後の活躍がたのしみです。

収穫の共同管理でおいしいお米作りに取り組む宮農集団。野菜作りやイチゴの生産・販売も好成績。

成り立たないと勧められ、付近の農家に声をかけたのです。メンバーの規模や保有機械、補助事業なども考慮して、収穫中心の共同管理事業として集団化を進めました」

メンバーは現在6人。コシヒカリを中心に米づくりをしています。コシヒカリは一般栽培が難しいといわれ、春先から気を抜かせませんが終盤の収穫管理も大切。収穫・乾燥調製のタイミングを逃したくないし、メンバーの意向も尊重し、ライスセンターのコンバインの台数や乾燥機もふやしていきたいです。

「おかげで、うちのおコメはおいしいと評判をいただいています。ほとんどが固定した消費者に直売しています」と谷嶋さんも自信満々です。

店に卸しており、安定した販売先を確保しています」と和幸さん。

「息子にも、若い時は失敗を恐れず、新しいものに挑戦した方がよいと言っています。これからは息子とともに時代に合った農業経営をしていこうと思っています」と眼を細める和幸さんです。

息子さんの健一さんはイチゴ栽培歴20年以上というキャリアの持ち主で、イチゴの生産ばかりでなく、販売面でも力をふるっています。

「うちはいちご農園でいちご狩りもしています。生食なので手間はかかりますが、有機栽培で化学肥料使わず、無農薬栽培を売りにしているので、お客さんにも好評です」と健一さんは胸を張りしています。

「栽培品種は、とちおとめ、かおり、女峰、チーバベリー等があり、それぞれ甘味や粒に特徴があります。顧客のニーズに合わせて作っていますが、今後楽しみなのは千葉県産のオリジナル品種「チーバベリー」ですね。県のバックアップにも期待しています」

イチゴは12月から3月が最盛期。繁忙期は自営の直売所で販売したり、宅配便で納めるなど大忙しです。ケーキ屋向けや贈答品の需要も好調だということです。

ライフスタイルの変化もあり、イチゴはすっきり家庭の食卓にも馴染んできたようです。谷嶋さんのイチゴ農園も堅実な伸びが期待されます。

「今、うちのイチゴをふるさと納税の返礼品目に入れてもらうように働きかけていますし、ほかに自作イチゴの種から育苗し、苗床を工夫するなどの試みもしています。今後は人手不足を見越して水耕栽培にもチャレンジしようと思っています」と語る健一さんにはイチゴ農家としての風格があらわれていました。

宮農組合のメンバーも独自に作物づくり

メンバーのひとり須藤高志さん(53)は自然薯の生産に取り組んでいます。

「20センチほどの種芋を仕入れ、3年かけて70センチほどに育てて出荷します。苗のうち病気が出たり、成長が遅れたり栽培が難しいですが、マルチで砂地を覆った苗床に種芋を植えて丁寧に成長させています。うちでは16アールの規模で年間16000本出荷しています。今年で6年目になりますが粘りの強い自然薯だと評判をいただいています。今後規模拡大していこうと思っています」と須藤さん。

契約栽培で安定経営をめざす



近年、日本では高齢者世帯や共働き世帯の増加から、外食や中食がふえる傾向にあり、野菜などの加工・業務用需要が拡大しています。これに対応するため、海外からの輸入が増えています。消費者の安全・安心志向は高く、国内産農産物へのニーズは強まっています。しかし、生産農家が減少し続けているため、十分に供給できない状態が続いています。ここで注目されているのが契約栽培。これはJAや中間業者が生産者をまとめ、メーカーなどに国産野菜を供給するシステムです。今回は、長年にわたって有機農産物の流通や地産地消、産直などの研究をされてきた東京農工大学の野見山敏雄教授に、契約栽培の課題と展望についてお話を伺いすることにしました。

■食の外部化が契約栽培をつながす

Q 先生は30年も前から産直や地産地消の研究をされてこられたそうですが、契約栽培に眼を向けるようになったのはなぜですか？

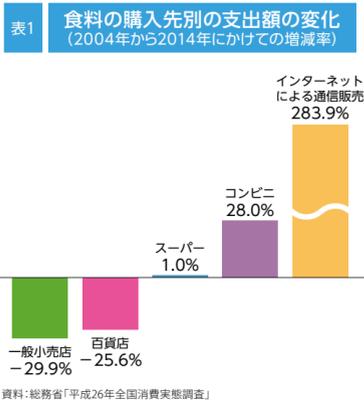
A その背景には「食の外部化」という現象があります。食は大別して外食、中食、内食と分けられます。外食は文字通りレストランなどで食べることで、中食はスーパーなどで加工したものを買って家で食べる。この内食は家で作って食べる。最近増えているのが中食と外食です。中食は家で食べますが、ほとんど外で作ったものから、実態としては外食です。つまり、食そのものが外部に移行しているのです（**図1**参照）。このような傾向を「食の外部化」と呼んでいます。

Q 大家族で食卓を囲むというケースが少なくなりましたね。

A 最近ではコンビニで弁当を買ったり、総菜を買って帰る人がふえているようです。インターネットで買い物をする人もふえましたね（**表1**参照）。ネットで家まで運んでもらう。これは究極の「食の外部化」ですね。こうして食が外部化すると、当然ですが使用する野菜もふえます。しかし、常に大量の野菜を確保するのは簡単なことではありません。

Q そこで輸入するようになったわけですね。

A 1962年にトマト調製品が自由化され、72年にはビュレやペーストが自由化されました。その結果加工トマトの輸入が急増しました。70年にはペーストの輸入量は3000トンだったのが、2013年には14万トン以上と44倍にふえています。トマト



Q 契約栽培にはどのような作物が向いていますか？

A 加工しやすいキャベツやトマトなどが多いですね。トマトはジュースやケチャップにするなど契約栽培の場合はほとんどが加工用です。大豆も味噌や醤油に加工されます。野菜だけでなく、米、麦、大豆などもふえています。

Q 最近では生産者が加工して販売するケースがふえていますか？

A 6次産業化ですね。生産と加工、販売を括して行い、地域の活性化をはかるといっても、農水省も強く支援しています。たとえば、その土地でれた果物からジャムを作り、それを道の駅などで売ったり、これにグリーンツーリズムを組み合わせるといってもふえています。酒米を契約栽培で作ってもらっている蔵元もあります。福島県郡山市にある仁井田本家という日本酒の蔵元は6ヘクタールも水田を持ち、自分たちで自然農法による酒米を栽培して日本酒を作っています。ほかにも農家に呼びかけて契約栽培もしています。米作りから醸造、販売まで自前です。それから、6次産業化のモデルケースとも言えます。地域の農家と連携しますから、地産地消にもつながります。地域全体にもプラスになります。仁井田本家は2025年までに集落の水田60ヘクタールをすべて自然農法の水田にするという計画を持っています。こういう先進的なケースがふえています。

ジュースも8倍になっています。この間、生産者は減り続け、国内産の生産量は約10分の1にまで減っているのです（**図2**参照）。ところが、中国の農産物野菜など輸入物のスケャンダルが頻発し、消費者の眼は一転して国内産のほうを向くようになりました。農水省も食の安全のために規制をきびしくし、輸入食品については高い安全性を求めるようになりました。2017年からはずすまでの加工品に原料産地表示を義務づけるなどして消費者の信頼を確保しようとしています。そこで企業もできるだけ国内産をふやしていくこととしたのですが、うまくいきませんでした。国内では生産者が減っていて、思うように供給できなくなっていたのです。そこで企業は契約栽培という手法に眼をつけました。農家と契約して生産してもらうことにより、一定の量を安定的に確保しようとしたのです。

■企業にとってもリスクヘッジに

Q 契約栽培とはどういう仕組みになっているのですか？

A 長崎ちゃんぽん社で有名なR社では、ちゃんぽんを作るために大量のキャベツを使用します。そのため全国からキャベツを確保しています。天候不順でキャベツが手に入らなければちゃんぽんは作れず、店は開店休業状態になります。そのため、同社では全国の農家と契約しています。台風などが西日本を直撃したときは東日本からキャベツを調達します。もちろん逆の場合もあります。こうして全国に調達先をひろげておくことによりリスクヘッジをしているのです。調達したキャベツは静岡にある同社の工場加工し、全国の店舗へ配送します。これがR社のシステムなのです。

Q 価格や数量などの契約はどのようにするのですか？

A 企業が個々の農家と契約することはありませんが、例外もあります。ほとんどはJAや中間業者が間に入っています。JAなどの担当者が、毎年定植前に入ってくる量をいくらで売買する、という交渉を生産者で行います。植え付ける前に、すでにどれだけの量をいくらで買ってくれるということが確定するのですから、農家にとっては経営計画を立てやすいというメリットがあります。具体的に説明しましょう。R社の場合、生産者はJAの指示に基づいて播種などの作業計画を立て、指示された時期の出荷をめざします。途中、JAから指導員が視察にきて、生産状況を確認します。出荷時期がくると、毎週打ち合わせをして、生産者とJAとの間で出荷

■今後もふえ続ける国内産野菜の需要

Q JAや中間業者の存在は無視できませんか？

A 消費者のニーズも変化しています。共働きや単身世帯がふえればスーパーなどではカット野菜のニーズがふえます。半加工した調理キットも人気が高まっているようです。しかし、生産者が消費者のためにそこまで加工することはできません。その隙間を埋めるために存在感を増してきているのがJAや中間業者です。生産者から納入された野菜を加工してスーパーなどに出荷する。そういうビジネスが、これからふえていくことでしょう。

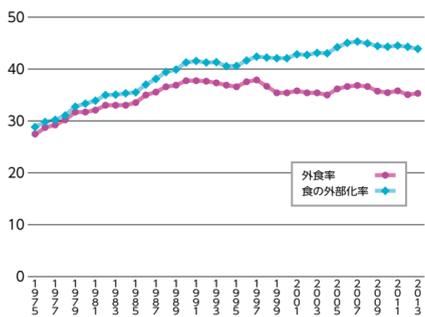
Q 国産野菜の需要は今後もふえるのでしょうか？

A 消費者も企業も、できれば国産を使いたいです。国産は輸入物に比べれば値段も高くなりますが、それでも消費者は納得して国産を食べようとしています。健康志向が高まれば高まるほど国産が求められるのです。しかし高い需要に対して供給量が追いついていないのが現状です。国内の産地が対応しきれないのです。この傾向は顕著になるばかりです。今後も国産の需要が低下し、輸入物に人気が出てくるとは考えられません。したがって契約栽培がこれからふえていくことは確実だと思います。

Q 契約栽培の未来は明るいように見えますか？

A 大家族でいっしょに食事をすることもなくなってきましたから、ますます中食、外食がふえるでしょう。そのため企業も野菜の安定確保に努めています。こうした活動はこれまで専門農協が担ってききましたが、これからは中間業者もこの分野に乗り出してくるでしょう。契約栽培という手法も、ますます盛んになるでしょう。色々な企業も進出してくることでしょうから、生産者も情報を仕入れて好条件の契約栽培に取り組んでいただきたいですね。

図1 食の外部化率の推移



出所：(公益財団)食の安全・安心財団HPより作成

量と時期を決めます。こうすることで、毎週ほぼ一定の量を確保することができます。もし豊作になったときでも、農家は全量を買取り取ってもらえますし、不作のときは出荷する必要はないのです。したがって、契約栽培は農家にとっても悪い条件ではないのです。

■農家はどの交渉すればいいの？

Q 農家にとってはいいことへの契約だと思われませんか？

A 農家にとっては安定して出荷できるのだから、契約栽培がいいことはわかっているのですが、農家個人では買い手を見つけるのが難しい。たとえ見つけたとしても価格交渉がうまくいきません。そのため、契約栽培はなかなかふえなかったのです。企業にとっては、安定的に量と品質を確保するのは容易ではありません。外食チェーンなどでは毎日同じ品質の野菜を入荷しなければならぬので、あまり高圧的に出ると生産者も供給しなくなり、企業も営業ができません。ですから、企業とJAなど供給先は常にウィンウィンの関係を保っています。そうしなければビジネスも成立しないのです。

Q 企業から注文をつけられるのやりがいいのですか？

A 企業にとって大切なのは品質が安定していることです。一定の品質の作物を安定して出荷してもらいたいと思うのは当然でしょう。そのために企業は

JAなどに介在してもらっています。R社のようにJAの指導員が生産者を指導してもらい、品質にはらつきが出ないようにしているのです。中には自社内に指導員をかかえ、直接生産者に指導することもあります。トマトなどは鮮度や熟度が重要ですから、企業も細かく注文をつけてきます。しかし、それは仕方のないことです。

Q 契約するときは口頭でもよいのですか？

A JAや中間業者がメーカーなどと契約するときには書面にしてますが、生産者が書面で契約することとはあまりありません。JAなどが間に入るときはほとんどが口頭契約です。それには理由があります。作物は天候に左右されますから、状況を見て出荷量を決めます。そのとき、書面で契約していれば融通がきかなくなります。しかし、口頭契約だと幅がもたせられますから、状況がよいときは出荷を減らしてもらったり、逆に悪いときはふやして出荷したりできます。企業にとっても都合がいいし、農家にとっても対応しやすいのです。いすれにせよ、農家が企業などと直接契約することは稀です。気心の知れたJAの職員と口頭で契約するというパターンが圧倒的に多いし、それが一番無難でしょうね。

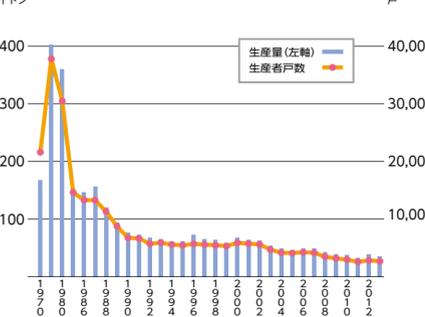
■6次産業化の一環としても注目される

Q 産地間で協業して供給することはできないのですか？

A 今後はそういうことも求められますね。全農などが取り組めばいいのしょうが、なかなか手が回らないようです。今は中間業者が供給体制の構築に取り組んでいるようです。キャベツなどは産地によって出荷できる時期が限られていますから、それをリレー方式でつなげていくことにより、いつでも供給できる体制を作っているわけです。北海道から九州まで産地を確保しておけば、一年中供給できるのです。そういうことを中間業者がやっています。

R社では契約農家とR社の間にM社という中間業者が介在しています。M社はJAから供給された野菜をR社へ送ります。M社は巨大な冷蔵庫を所有していますので、キャベツを一時的に保管し、R社から発注があったときに出荷していくのです。キャベツは1週間程度もちますから、少々の天候異常があってもここで調整できるのです。

図2 加工用トマトの生産量



出所：農林水産省生産局「加工原料用トマト関係資料」(2014年10月)より作成



の み や ま と し お
野見山敏雄さん
東京農工大学大学院 農学研究院教授
1956年福岡市生まれ。佐賀大学農学部農学科卒業、福岡県嘉穂農業改良普及所、福岡県農業総合試験場勤務を経て92年東京農工大学助手に。97年助教授、2007年には准教授となり2008年に教授。「加工・業務用青果物における生産と流通の展開と課題」(筑波書房、共編著)などがある。