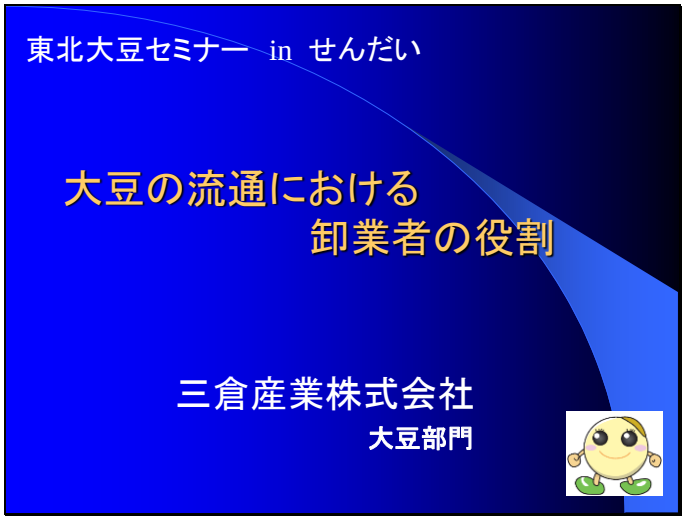
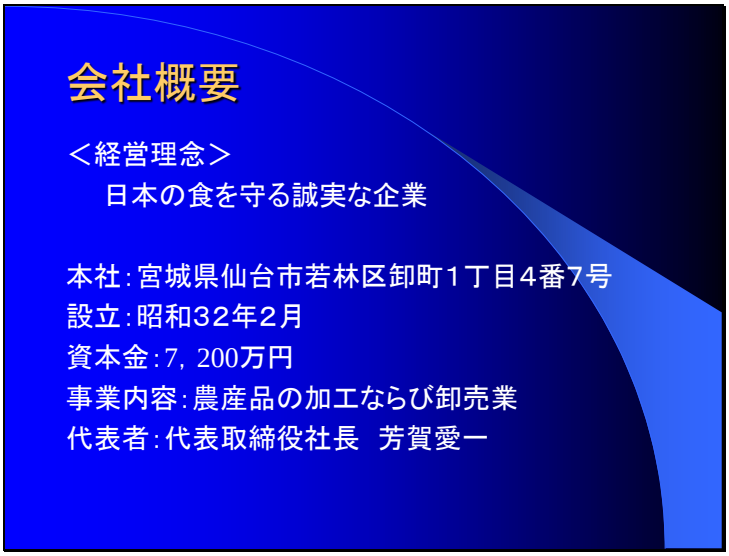
（2）大豆の流通における卸業者の役割

三倉産業株式会社　常務取締役　大豆部門長　浅利　直　氏



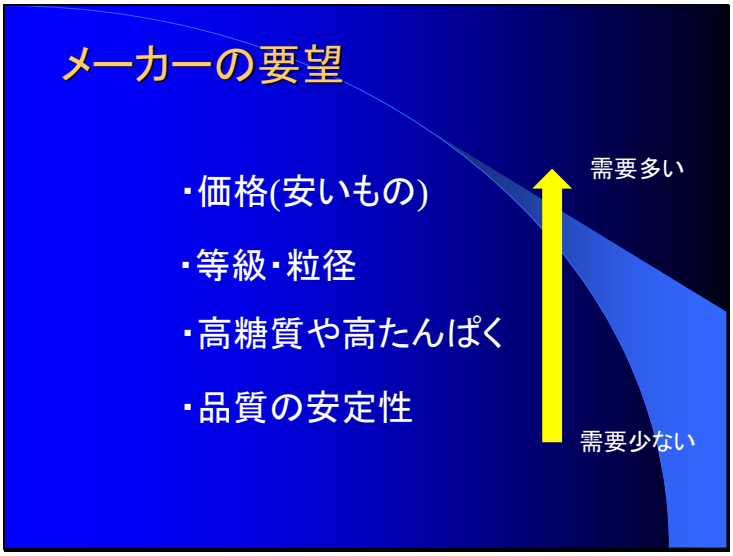


私どもの会社は、大豆とでん粉の販売を２本柱で行っており、売上も約半々となっています。大豆の販売割合は、輸入が約６割、国産が約４割となっていますが、特にここ数年力を入れているのが、国産大豆を通しての産地とメーカーのブランド化です。

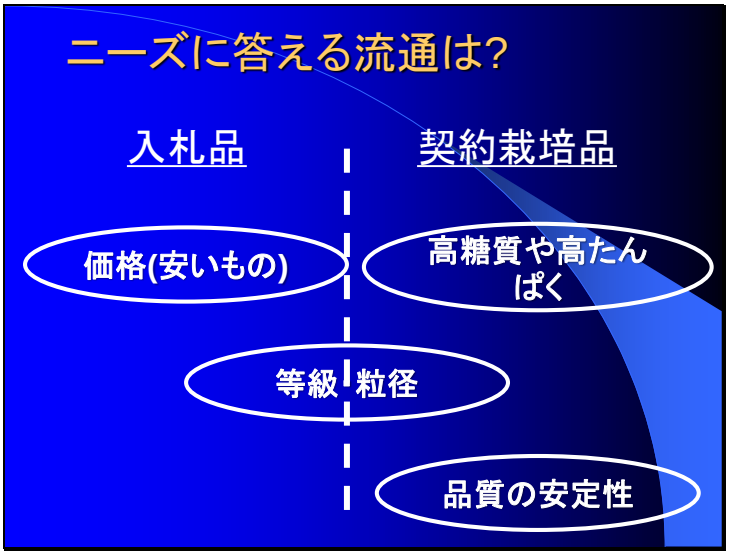
国産大豆については、東北を中心に、地図にあります各 JA さんとの契約栽培で品揃えをさせていただいており、これを豆腐、納豆、みそメーカーへ販売しております。

本日の講演は、問屋の役割ということで依頼を受けましたが、メーカー側にどんな需要があるのかということを最初にお話しし、その後に私どもの会社のちょっと変わった取り組みをお話しさせていただこうかと思っております。

なお、本日の資料は、以前、関西の豆腐組合青年部の合同研修会で講演をしたときに使用したものを元にしております。私どもからメーカーさんへお話する視点で作成したものですので、その辺りをくみ取っていただきながら、見ていただければと思います。

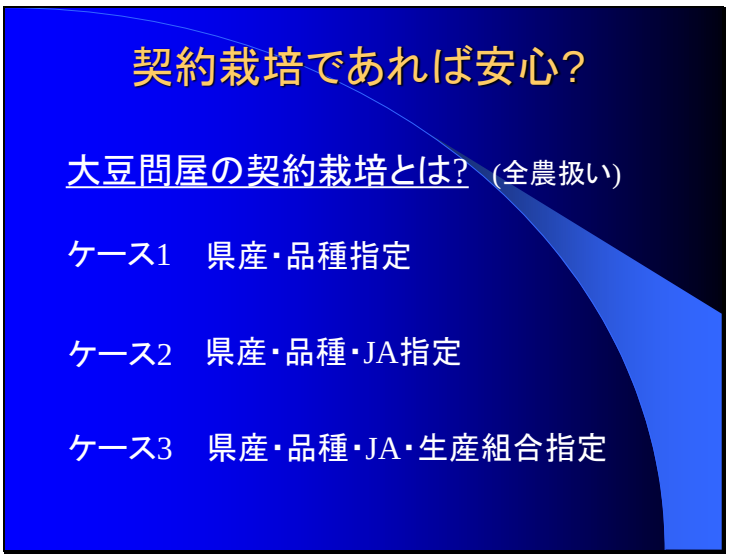


メーカーサイドの需要としましては、大きく分けて４つあります。１つ目には価格、２つ目には等級・粒径、３つ目には高糖質や高たんぱく、４つ目には品質の安定性というところです。最も需要が多いのは、価格であり、安いものが欲しいというものです。需要が少ないところでは高糖質や高たんぱく、品質の安定性というものが求められています。

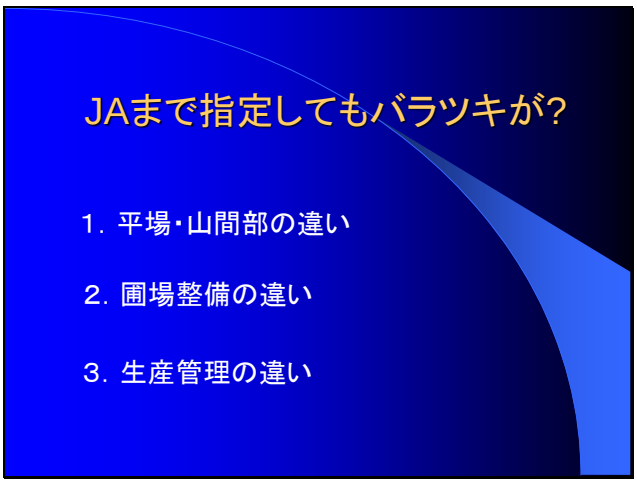


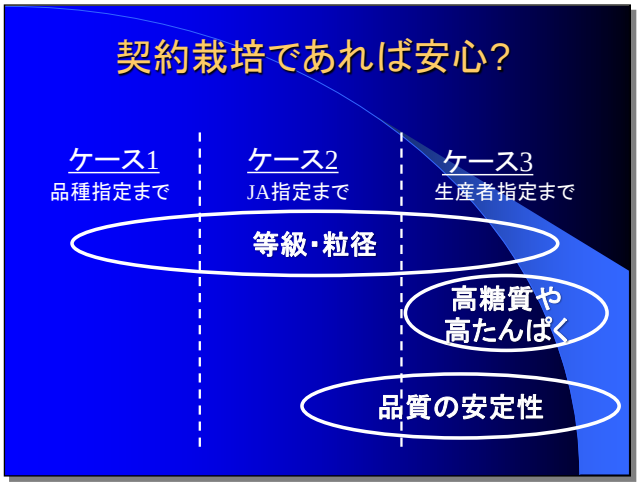
皆さんがお作りになった国産大豆を私どもが入手する方法としては、入札取引、契約栽培、相対取引という取引方法があります。入札取引は、一番安く値段を抑えて買うということが通常です。等級・粒径というニーズには、入札取引でも契約栽培でも応えられます。契約栽培の中でしか応えられないのは、高糖質や高たんぱく、品質の安定性であり、つま

り生産地域を限定したり、生産農家を限定したりというような契約栽培で可能となります。メーカー側からは、契約栽培であれば常にいいものが買えるのかというようなことを聞かれますが、そう簡単な話でもありません。



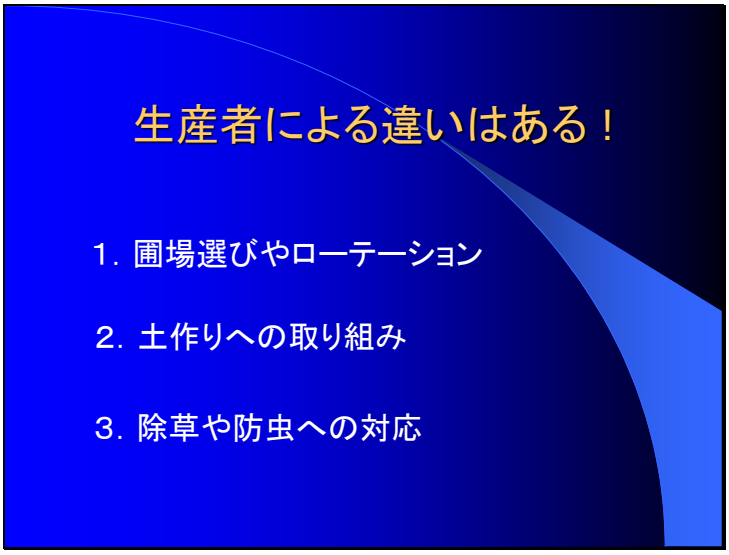
我々、中間流通業者が取り扱っている契約栽培にも種類に幅があります。ケース１は県産・品種まで指定した契約栽培、ケース２は県産・品種・JA まで指定した契約栽培、ケース３は県産・品種・JA・生産組合まで指定した契約栽培、と大きく３つに分かれます。



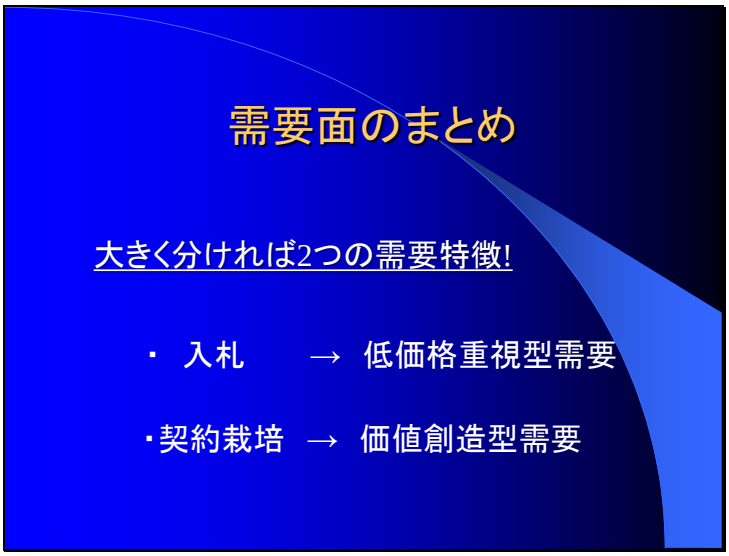


JA を指定しても、品質の安定性や高糖質や高たんぱくというものを 100%保証することはできません。というのは、同じ JA の中でも、ほ場に平場・山間部の違いがあり、圃場整備の違いがあり、生産管理の違いがありますので、こういったいろいろな事情がある中では、全く同じ品質のものを作ることは不可能だからです。

ですから、よりよいもの、安定したもの、高たんぱくや高糖質というようなものについては契約栽培の中でもケース３、生産者まで指定しなければ無理ですよ、ということをメーカー側には説明しております。

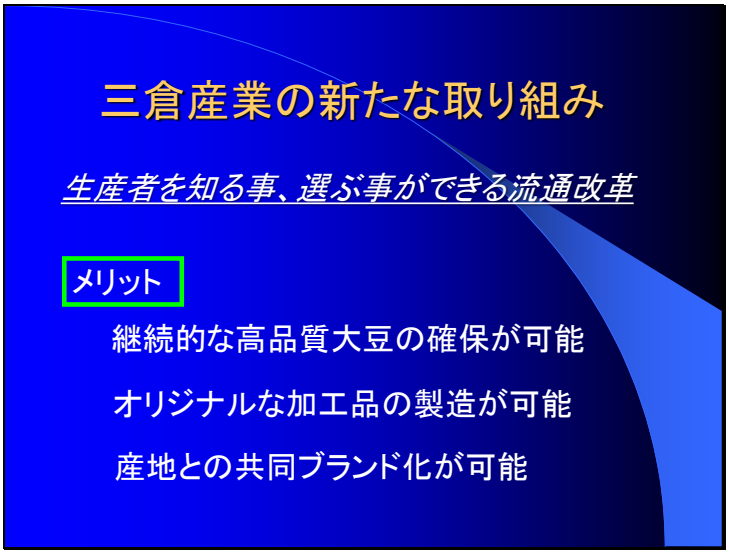


また、生産者によって圃場選びやローテーション、土づくりの取り組み、除草や防虫への対応といった生産管理の状況が違いますので、より熱心な生産者の方たちの作る大豆は、やはり安定していいものになります。そういった方たちと取り組むことによって、それを使う豆腐、みそメーカー側の品質をしっかりとサポートできますよというところも、先ほど触れました関西の講演ではお話いたしました。



需要面のまとめとしては、大きく分ければ２つの需要特徴があり、入札取引で購入できるものというのは低価格重視型需要、契約栽培の方につきましては価値創造型需要、と分析できるのではないかと思います。特に契約栽培においては、よい大豆を作るため生産管理などに熱心に取り組んでいただければ、それを価値あるものとして購入するメーカーと結びつくことができるので、生産現場では励みになるのかなと思います。

この契約栽培というところで、私ども問屋の一番大きな役割は、熱心に良いものを作っている生産者と、良い商品を作っていこうとしているメーカーを結びつける橋渡しであると考えています。



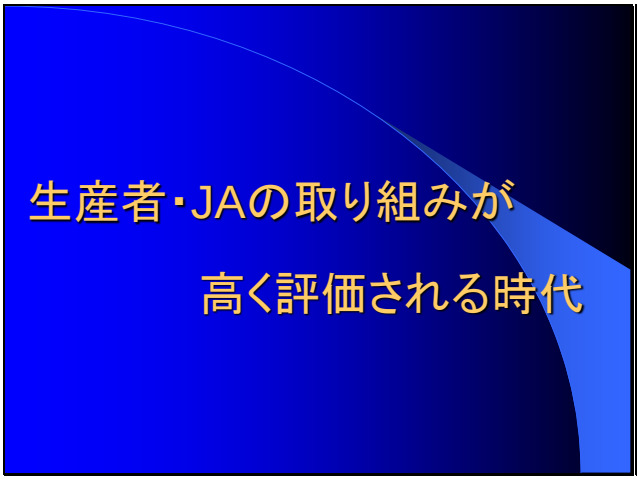
「生産者を知ること、選ぶことができる流通改革」とありますが、メーカー側へ説明しているメリットは、１つ目に継続的に高品質な大豆の確保が可能であること、２つ目にオリジナルな加工品の製造が可能であること、３つ目に産地との共同ブランド化が可能であること、です。

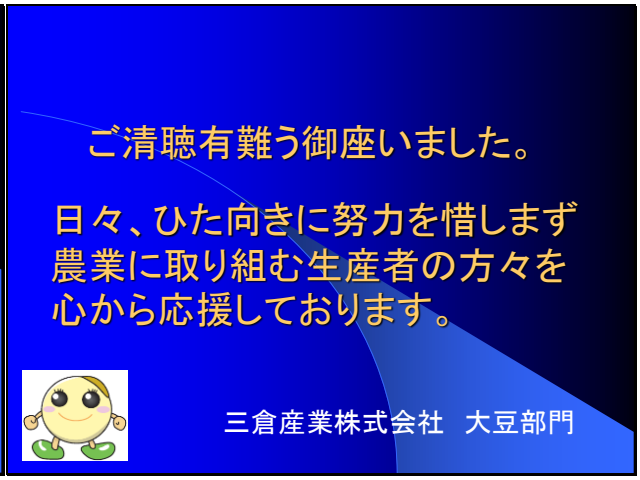
この取り組みの一環として、当社ではクロップツアーというものを開設しています。これは、メーカー側が産地視察をするのとあわせて生産者と意見交換をする、というもので、産地との共同ブランド化のため、産地と協力してどうやって販売力の高い商品を作っていくか戦略を練ることを目的として実施しています。また、生産現場のことをよく知らないメーカー側に、生産者の取組をしっかりと勉強していただき、その大変さを知ってもらうということもこのツアーの目的の一つです。結果的にメーカー側は生産現場に対して難しい要求をすることがなくなり、大事に大豆を使っていこうという気持ちが芽生えるようです。また、生産者側はメーカー側の事情や大変さを知らない現状もありますので、意見交換を通じて、お互いのことを理解し合い、お互いにできる範囲の中で協力していこうという関係が作られることを期待して実施しています。（資料中の QR コードからはクロップツアーの動画が見られます。）

その他、クロップツアー以外にも、産地から大豆の生育経過写真などの情報を提供いただくので、それを私どものほうで加工処理しまして、メーカーの販売に役立てていただいています。「産地情報の実用例」になりますが、ちょうど商品を指差している写真があると思います。これは QR コードを指差していまして、この QR コードを読み込むと、生産者の方たちの取り組みの動画が流れるようになっており、メーカーが PR したい生産技術などと合わせて 2～3 分ぐらいの短い時間で紹介しております。これは、言葉で「安全です」と言ってもなかなか伝わらないものも、ビジュアルでダイレクトに消費者へ伝えてしまおうという取り組みで、生産者の頑張りを商品の高付加価値化やブランド化に結びつけることを目指しています。

また、「仙台茶豆プロジェクト」というものに携わっております。大豆のことをもっとよく知ろう、生産者の苦労を知ろう、いいものを作ってブランド化をしていこうという思いが発端となって立ち上げられたプロジェクトで、発起人の宮城県豆腐組合の青年部の方々の他、仙台農協さん、泉生産組合さん、豆腐マイスターさん、そして当社の 5 者で活動しているところです。まだ商品としては出ていませんが、仙台といったら仙台茶豆だ、と言われるようなブランド化を目指しています。国産大豆の商品が市場にあふれている中で、価格が高くても特定のお客さんがつくような、そういった商品作りにチャレンジしてもよ

いのではないか、極端かもしれませんが、単収を上げなくても適正な価格で買い取ってもらい、商売が成り立つ事例があってもよいのではないかという思いもあり、活動しています。





生産現場に寄り添いたいという思いをもった加工メーカーをあちこちで見ていますので、生産現場の方たちが活躍できる機会が本当にこの時代に訪れているというのは肌で感じています。そういったチャンスを生かせるような場を作るのが我々流通なのではないかと思っております。

＜質疑＞

【質問者】

青森県で大豆をつくっている生産組合です。私どもでは、出荷用の紙袋１袋ごとに大粒、中粒、小粒に分けて、通し番号をつけており、何年産の大粒の何番と言ってもらえれば、生産者や薬剤散布の履歴などが分かるような仕組みを作っています。卸売業者さんの立場から見て、この取組はニーズに合ったものでしょうか。

【回答】

トレース管理を行っていらっしゃるということで、安全性を保証するという意味で、信用度が非常に高い取り組みをされていると思います。マーケットには、本当に様々なニーズがありますので、その取組が評価されないということはないはずです。課題は、そういったニーズをうまく探し出せるかどうかだと考えます。生産現場の情報を、農協さん、全農さん、そして我々まできちんと届け、見合ったニーズを探し出すといった作業をする必要があると思います。情報が途中で途切れてしまっていては、いつまでたっても評価はされませんので、是非、情報を販売先に届ける取り組みを行ってください。

【質問】

数多くの品種がある中で、今後、加工業者からニーズが高い品種を生産し、提供することで利益を求めていきたいと考えています。もし、今、注目している品種などがあれば、教えてください。

【回答】

私どもが販売している中で結果が出ているものの例としては、宮城県のミヤギシロメがあります。しかしながら、宮城県のミヤギシロメといっても、すべてが同じ評価をさ

れているわけではありません。産地や生産組合により違いがあると評価されています。県内のある生産組合ですが、牛ふん堆肥、鶏ふん堆肥を使った土づくりに取り組んでいることや、地域柄ということもあるかもしれませんが、「そこで作られたミヤギシロメはおいしい」という評価がされています。具体的には豆腐品評会関西ブロックの地区予選結果ですが、一昨年前はその特定の大豆を使用した豆腐の８割方が、昨年は５割方が入賞いたしました。また、昨年宮城県内で行われた豆腐品評会でも、私どものほうから提供させていただいたそのおいしいミヤギシロメを使用した豆腐の５～６割方が入賞した次第です。当然大豆の品質だけではなく、それを加工する豆腐の作り手も上手なので、あわせて入賞につながっているわけですが、それだけ味に違いが出るということだと思います。他県で広く取り組まれている品種でも、誰かが作ったものと比べておいしい、誰かが作ったものと比べてちょっと味が落ちるというような評価がおそらく存在します。これを実際に把握するのは非常に難しいと思いますが、自分の作っている大豆の特徴を知るということは大事ではないかと思います。

　もう一つ加えますと、今、豆腐業界ではおいしい大豆を購入したいという機運が非常に高まっています。その中で、在来種にはおいしいものが非常に多いという評価があります。奨励品種などと比べますと単収が低くなることも多いので交付金は少なくなりますが、販売単価を高く設定するなどしてより収入が得られるよう取り組むことも可能だと思います。大量生産というわけにはいかないでしょうけれども、そういった高付加価値化を武器として、安定生産・安定供給に合わせて取り組んでいただくことで商売にしていくことができると考えます。