

果実流通・輸出、果実加工品の課題と今後の方向

現 状

流 通

- 小売価格に占める生産者手取りは4割程度で、流通段階での経費が6割程度
- 流通の各段階で取引の電子化が進展中

輸 出

- 過去5万トン程度あった果実の輸出は平成13年までは1万トン程度で推移
- 台湾のWTO加盟等により輸出が増加し、平成15年は2万6千トン

加工品

- 輸入自由化を契機に、加工品生産量は大幅に減少
- 果汁飲料の原料原産地表示制度は、未確定
- 加工品は生食用果実の需給調整機能に一定の役割

課 題

- ◆規格の簡素化や流通システム合理化に向けた取組
- ◆取引の電子化による物流の効率化

- ◆海外市場における幅広い需要の確保とブランドイメージの確立
- ◆高品質果実の継続的かつ安定的な輸出体制整備
- ◆輸出阻害要因への対応

- ◆輸入品と対抗できる高品質果汁生産への取組
- ◆消費者に国産のよさをPRする取組
- ◆加工業への原料用果実の安定的供給

今後の方向

- ★現行の全国標準規格の廃止と生産出荷団体による規格の簡素化（内部品質も加味する必要）
- ★通いコンテナ等の流通システムの導入の促進と利用コストの縮減
- ★取引の電子化の一層推進と取引EDIや無線ICタグ等を活用した取引情報と物流の効率化の推進

- ★関係機関の連携による情報の共有化
- ★新たな海外市場の開拓、統一した出荷表示等の推進
- ★輸出に適した集出荷・貯蔵体制の整備
- ★輸出環境改善（輸出できない国への輸出解禁要請等）の努力を一層の強化

- ★国産ストレート果汁等の高品質加工品の生産拡大
- ★果汁工場ではコスト低減等の合理化を推進
- ★義務表示対象化を引き続き検討するとともに、関係業者が一体となった強調表示を推進
- ★長期取引契約を引き続き推進

果実消費の課題と今後の方向

現 状

食生活の変化及び「食」に対する意識の変化

- 1日当たり摂取量は、目標150gに対して現状124g
- 若年層の果実摂取量が少ない
- 食生活の乱れが懸念
- 食の外部化、簡便化志向が進展
- 安全・安心等に対する関心の高まり

販売・流通形態の変化

- 量販店の販売シェアが拡大、宅配、コンビニ等、流通が多様化
- 市場流通は8割を占めるが減少傾向
- 少量化、ばら売り等、販売形態も多様化
- 「ブランド品」や「こだわり商品」の取組も進展

品目の多様化

- 多様な果実が輸入
- 国産が少ないときに輸入が増大
- 果汁飲料の消費は伸び悩み

食育

- ファストフード世代が子育て
- 「食」の重要性の的確な伝達が懸念
- 学校給食への国産果実の導入は単発的な導入

課 題

- ◆的確な情報提供による果実を摂取することの重要性の再認識
- ◆外部化、簡便化志向に対応した果実の提供
- ◆消費者・実需者ニーズへのきめ細かな対応
- ◆安全・安心等に対する的確な情報提供

- ◆対面販売の減少により的確な情報提供が必要
- ◆流通の多様化、販売形態の多様化への対応
- ◆消費者との信頼関係を構築の上、販売戦略を策定し、安定した品質での商品提供が必要

- ◆「旬」や「品質」等、国産果実の優位性の発揮
- ◆健康機能性のPRによるストレート果汁等の消費拡大
- ◆地場産果実加工品の需要の拡大

- ◆果実を題材にした食育の推進、幼少期からの果実摂取の習慣化
- ◆学校給食への国産果実等の導入・定着化

今後の方向

- ★毎日くだもの200g運動の推進により、年代別、目的別に健康機能性等を効果的にPR
- ★国産果実のカットフルーツへの導入、コンビニ等での販売の推進
- ★「食べ易さ」に着目した品種の育成・普及
- ★情報シールの添付等、安全・安心に関する産地側からの的確な情報提供を推進

- ★消費者の情報入手機会の減少に対処し、「品質」、「食べ頃」、「保存方法」等をアドバイス
- ★デパートや量販店等、販売形態に合わせて品質や出荷形態を検討する等の対応を推進
- ★多様な流通ルートを用いた積極的な売り込み及び「顔の見える販売」による品質管理体制の強化

- ★品目や品種の見直しを通じた需要に見合った生産構造への転換
- ★「旬」や「品質の良さ」等を活かした産地ブランドを確立し、高品質果実を安定供給
- ★国産果実加工品に含まれる健康機能性成分のPR
- ★特産果実等の地産地消の推進

- ★「総合的な学習の時間」を活用した果実の健康機能性等の理解の促進
- ★関係者との連携による学校給食への導入を通じ、国産果実の定着化を推進



果物のある健康で豊かな食生活

