

果 実 流 通 及 び 加 工 の 課 題

(果樹部会、第2回小委員会資料から整理)

1 果実の流通

(1) 果実の流通

ア 最近の流通動向

- 果実の流通の太宗は卸売市場を経由するものであるが、その割合は年々減少しており、全農、生協等において市場を通さない独自の取引やカタログ販売等の宅配やインターネット上での販売など、果実の流通は多様化している。

また、産地においても商品特性を活かした「ブランド品」や「こだわり商品」への取組も進んできている。

イ 流通改善の方向性

- 卸売市場法の改正により、買付集荷や直荷引き等の取引が可能となることから、これまでのような委託販売ではなく、ブランド品を中心とした販売先の開拓が必要である。さらに、「ブランド品」としての販売の場合、気象条件や出荷時期等により品質にバラツキがない商品を販売する品質管理が重要である。
- また、卸売市場と産地の間では、青果物のベジフルシステムが整備され、売立・仕切情報等が電子化されているが、今後多様な流通ルートを用いた販売が推進されることに伴い、取引に伴う様々な情報を電子化し、コンピュータ・ネットワークを用いてその情報を交互に交換することにより、物流の効率化を図ることが重要である。
- ばら売り等消費者の購買行動の変化に合わせ、生鮮JANコード利用による果実1個単位での品種、サイズ、栽培方法による価格設定への対応が必要である。

ウ 流通の多様化のための方策

- 流通の多様化等流通システムが転換されるなか、産地においても、従来のような卸売市場に出荷すれば、市場で販売されるというような受け身の販売対応ではなく、販売戦略を持って、多様な流通ルートを用いて、消費者ニーズ、小売店等のニーズに対応した販売に積極的に取り組む必要がある。
- 宅配やインターネット取引の場合、購入する果物を直接見ての取引でないことから、消費者に分かりやすく、買いたいと思われるような商品説明・情報提供が重要であり、また、商品を届けられた後の消費者からのクレーム等に対する適切な対応が必要である。

- 樹上完熟、減農薬栽培等のいわゆる「こだわり商品」やトレーサビリティシステムの導入による販売の場合、栽培基準や栽培履歴等消費者との信頼関係が大切であり、産地と消費者との交流等生産者個人の名前や顔の見える販売への取組が必要である。
- 農産物産地直売施設は、地場産の農産物が手軽に購入できる、生産者がわかる、新鮮な農産物が低価格で購入できる等から、増加しており、産地直売所間の競争も激化している。今後、品揃えや品質・鮮度はもちろんのこと、効率的経営が求められる。

(2) 果実の流通コスト

果実の流通コストは、みかん、りんごで小売価格に対して6割が流通段階での経費となっている。また、集出荷販売経費を見ると、荷造り材料費、選別・荷造り労働費、出荷運送料で集出荷販売経費のコスト全体の4～6割を占めており、これら経費の低減のため、次の取り組みが必要である。

- 果実の出荷規格は、全国標準規格のほかに選果場やJA独自にさらに細かな規格を定めている事例もあり、今後、野菜における取組を念頭において、国内産地の連携と出荷規格を含めた生産流通面でのコスト低減、輸出振興等国際競争に対応した、全国標準規格の廃止を含めた生産者団体による規格の共同化・簡素化を図る必要がある。
- 果実の流通はダンボール箱のシェアが相当部分を占めているが、ダンボール箱の組み立て、処理に要する労力、検品や陳列作業に要する労力等の面から通いコンテナ利用のメリットが大きいものの、通いコンテナレンタル料とダンボール箱との価格差、積載効率等課題もあり、通いコンテナによる流通システムの確立に向けた検討が必要である。

(3) 生鮮果実の輸出入

- 生鮮果実の輸入については、円高やマスメディアを活用した積極的な消費宣伝に加え、高品質品種への転換等により輸入量が増加傾向にある。国産生鮮果実需要を拡大するため、輸入品に対し、品質面で優位性を発揮できる国産果実の生産、流通体制の確立と積極的な消費拡大を図る必要がある。
- 生鮮果実の輸出については、アジア諸国の経済発展に伴う所得向上や台湾のWTO加盟に伴う果実の輸入緩和、カナダ向けなしの輸出再開等により輸出環境が好転しており、国産果実の幅広い需要を確保し、安定的な輸出を促進するため、我が国の高品質果実の輸出拡大に向けた取組を推進することが必要である。
 - ・ 国においても、農林水産物の輸出促進の総合的支援体制確立に努めているが、果実においても、輸出志向のある生産者団体のみならず、都道府県やJETRO等関係機関とも幅広く連携し、相手国の貿易制度、植物検疫・残留農薬等の安全性に関する基準、消費動向、流通条件等輸出に必要な情報の効率的な収集及び共有化を図るとともに、販売促進活動による日本産ブランドイメージの確保等の取組を推進することが必要である。

- ・ また、産地間で輸出志向が共通する品目について、関係県で横断的に連携し、我が国の高品質果実を継続的かつ安定的に輸出することで、海外における我が国果実の評価を高め、一定の市場を確保することが可能となることから、全国的な視野から見た戦略的な輸出促進体制を確立するための環境整備が重要である。
- ・ 国産果実の需要が拡大し、国内の需給調整機能が向上されるよう、安定的な輸出を継続することが必要である。
- ・ さらに、海外市場のニーズや輸出条件等を踏まえ、輸出向け高品質果実を継続的かつ安定的に供給しうる産地の育成を図るため、輸出用果実の園地条件の整備や貯蔵・流通システムの構築等についての取組を推進することが必要である。

2 果実の加工

- 今後とも生食用に向かない規格外品を中心に加工へ仕向け、高品質で安全・安心な果実加工製品の安定的な供給を図ることが必要であるが、果実の生産量の減少や果汁の需給状況により搾汁量が減少している工場では、工場の再編整備も視野に入れながら、製造コストの低減、高品質果汁生産へのシフト等の合理化を一層推進することが必要である。
- 輸入果汁と競合する濃縮果汁中心の生産から、高品質で付加価値を付けられるストレート果汁の生産に移行するため、高品質な原料果実の確保や搾汁、果汁の保管における高度管理が必要である。
- ストレート果汁は、輸入果汁にはないフレーバーやフレッシュ感があるものの、消費者に対してその品質が十分に評価されておらず、ストレート果汁を利用した飲料を消費者に提供する機会を増やすことが必要である。
- 地場産の果実の良さを活かした加工品が多数あり、地産地消への取組の気運が高まる中で、国産果実の良さを宣伝しつつ需要を拡大するとともに、果実が持つ機能性成分に着目した新たな商品の開発を進め、健康志向に合った需要を開拓することが必要である。
- HACCP手法の導入等による衛生管理の徹底や高度な品質管理及び環境への負荷軽減を図る仕組みを積極的に導入し、安全・安心な果実加工製品の提供と環境に優しい産業を目指す取組を推進することが必要である。