

需給調整・経営安定対策の課題と今後の方向

平成13・14年度(Ⅰ期)	平成15・16年度(Ⅱ期)	平成17・18年度(Ⅲ期)	平成19年度以降
対策の発足 ○需給調整の的確な実施が前提 ・国が全国の生産出荷見通しを公表 ・生産者団体が生産者別に目標配分 ○需給調整をしても価格が低下した場合に経営安定対策で補てん金を交付 ○農業者個人の経営を安定	制度の見直し ○組織単位での契約を可能にした ○時期別の需給調整対策の導入 ○緊急出荷調整(生果価格下落時の生果を加工仕向け)を行う仕組みの整備(全果協) ○補てん基準価格の見直し[全国平均] ・みかん 175円/kg→160円/kg ・りんご 235円/kg→225円/kg 〔果樹共済(災害収入共済方式)は、16年度から地域指定を廃止〕	【現行制度の見直し(案)】 ○需給調整の一層の強化 ・時期別の出荷調整の的確な実施を制度に位置づけ ・緊急出荷調整の具体的実施手法の整備 ○高品質果実を生産する担い手の生産拡大を促進するため ・生産出荷目標の配分に販売単価や改植等の取組実績を加味 ・低価格果実を補てん対象から除外 ※更に検討 〔果樹共済(災害収入共済方式)の利点のPRで加入を一層促進〕 ○長期的な視点から需給動向を的確に見直し、需給調整のあり方を更に検討 ○19年度以降導入する対策について、担い手の定義を明確にするとともに、経営支援対策については引き続き検討	【今後の対策(案)】 ☆早生みかんを優良品種へ転換、条件不利地は園地転換により需給を改善 ☆需給調整に当たっては、生産者団体が中心となった体制整備が必要 ☆需給調整を的確に行う環境整備を前提に、他品目の対策を検証し効果的な経営支援対策を検討 ☆加入契約者等を対象にアンケート調査を実施し、制度見直しに活用 ☆現行の経営安定対策、果樹共済等の検証を踏まえ、担い手に対する効果的な経営支援対策を検討

○需給調整・経営安定対策は、平成13年度から18年度までの対策として位置づけ
〔※6年間で192億円の国庫負担額(予定)のうち15年産までで約130億円の支出を予定〕

制度の評価

- 生産調整には一定の成果(隔年結果の是正)
- 担い手の経営安定には一定の評価
- 出荷調整には各方面から問題指摘(一律的な目標配分、流通コストを下回る低価格果実の出荷等)
- 卸売価格は引き続き低迷傾向(特定時期の出荷集中、品質問題、みかんは3年連続価格低迷)

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

- ★関係機関による情報の共有化、輸出を一体的に推進する体制の整備
- ★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の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等への導入、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

