

**基調講演・事例発表**

- 宮城大学 三石教授
  - ・ 食料・農業・農村政策審議会果樹部会での主な論点と果樹農業振興基本方針のポイントを説明。
  - ・ 将来を見据えたインフラへの先行投資や後継者の育成などバリューチェーン全体で果樹生産者の潜在力を最大に発揮させることが必要。
  
- 女子栄養大学 林専任講師
  - ・ 果物摂取量を増やすには食教育介入や食環境整備からのアプローチが必要。
  - ・ 産地と消費地をつなぐ健康的な「食物へのアクセス」の整備が必要。
  - ・ 加工度が高いものよりも生果の方が摂取時の健康に対する効果が高い。
  
- タムラファーム(株) 田村代表取締役
  - ・ 30歳時に勤めていた弘果・弘前中央青果を退職し、新規就農。就職を経たことにより視野が広がった。規模拡大を進める過程で、台風や降雹といった自然災害を受け、ジュースやアップルパイ等の加工品製造へ経営の多角化展開を図った。
  - ・ りんご加工品の製造販売を充実し、りんごを安定生産することで、規模拡大を図ることが目標。
  
- 佳豊庵 太田氏
  - ・ 妊娠を機に岡山県でピオーネ栽培を開始。就農以前に取り組んでいた果実加工のノウハウを生かし、加工品の販売や果物をアートに見せるフルーツカッティングにも取り組んでいる。
  - ・ 農業者は栽培者ではなく、経営者、価値創造提供者。加工によるリスクヘッジや新品種・新商品開発などアンテナを張り、新しい可能性の模索することが重要。
  
- 千疋屋総本店 大島常務
  - ・ 消費傾向として、皮ごと食べられるシャインマスカットの消費が伸びていることからわかるように手軽な果実の人気の高い。糖度と酸度のバランスが重要だが、糖度が高いものが好まれている。
  - ・ 本当に消費者が求めるものを作れば、高い値段でも買ってくれる市場は確実にあると感じている。
  - ・ 輸出では、一回のトップセールスで終わってしまう状態になっているので、継続的な取組が必要。また、輸出先で過度に冷えた冷蔵庫で保存された果物もあるので、保存方法や食べ頃、食べ方まで輸出することが必要。
  
- (株)弘法屋 片岡代表
  - ・ 「フルーツを生活必需品に」をコンセプトにフルーツ加工品専門ショップを開店。カットフルーツを健康維持のため必要な量の1日200g分をパックし、そのままの販売(テイクアウト)や生搾りジュースとしてその場で提供するという形態での店舗を作った。
  - ・ 販売方法の多様化や供給方法のバリエーションにより、フルーツの使い方や食べられ方に変化が生まれる。

## パネルディスカッション

### ○ 女子栄養大学 林専任講師

- ・ 果物の消費拡大の訴求相手として、果物をあまり摂取していない層へのアプローチの仕方を考える必要がある。
- ・ フードシステムの向上により全ての消費者において果物の入手可能性が高まることが望ましい。

### ○ タムラファーム(株) 田村代表取締役

- ・ りんごは災害に弱いため、被害を受けた就農初期に精神的に鍛えられ、リスクヘッジと経営安定のため加工を取り入れた。
- ・ 再生産できる収益を確保することが何より重要。

### ○ 佳豊庵 太田氏

- ・ 初期のうちから加工ありきで収益を上げる体制にしたおかげで、これまでやってこれた。
- ・ これまで地域の人々との関わりの中でやってこられたと実感しているところだが、これからの私たちの農業のあり方を考えていくことが重要と感じる。

### ○ 千疋屋総本店 大島常務

- ・ ホテルの朝食に国産果物があまり出ていない。オリンピックもあるので、こういった場で外国人に対し、国産果実を食べさせることから始めるべき。
- ・ キウイフルーツやバナナは有名人がCMをして効果的に宣伝している一方、国産果実は、初競りの様子くらいしか出てこない。もっと効果的なPRが必要。

### ○ (株)弘法屋 片岡代表

- ・ 例えば、パインアップルの部位によるカットフルーツとジュースの使い分けや切り方によるドリップの違い、切り方によるたべやすさの違いなどカットフルーツにも技術・ノウハウが必要。果物の消費拡大に向けては、カットフルーツ等のように食べやすさも訴求する必要。
- ・ 機能性成分が重要視されているが、マイナスの情報が出回ったり、特定の成分のみが取りだたされてサプリメントに取って代わられたりしてしまっている。機能性成分については、ポジティブな情報を出して欲しい。

### ○ 農林水産省生産局園芸作物課 菱沼課長

- ・ 宣伝不足だとの指摘については、国は食育や健康面からのアプローチとなるので、農協だけでなく、市場が一緒になって宣伝をできないかと感じた。
- ・ 事例発表の4名に共通しているのは「価値の創造」。今後は付加価値を高めつつ、果物を食べる機会に恵まれない層に対してどのようにアプローチをしていくのかを考えることが必要。

### ○ 宮城大学 三石教授

- ・ 大学ではどうやったら新規就農を増やせるかといったことを議論しているが、太田さんのように就農前に加工技術を学ぶことは新規就農後の経営を安定させ、定着する上で重要だと考える。
- ・ 本日は各々の立場から多角的に食べる方法や見せる方法など切り込んで頂い

た。今後は、果樹全体からそれぞれのサブセクションの中で議論を深めて、果樹全体の価値を高める必要がある。

※ 会場からの質問・意見。

・ カットフルーツにはメロン、すいか、パイナップル等が多く入っている。我々の観点からするとこれらは野菜や輸入品である。

→ パイナップル等、ほとんどが輸入品のものも多く含まれているが、これらが入っていないと手にとっていただけないこともあり、果物の消費拡大のためには、購入機会が増えるよう一体的にやっていかないといけない。(園芸作物課 菱沼)

・ 大学で日本のみかん消費を増やす活動をしているが、今の大学生は全然フルーツを食べない。所得が少ない大学生に対する果物の消費拡大について、何か取り組まれていることや、方策があれば教えて頂きたい。

→特に大学生向けというアプローチはしていないが、生果実なら1個1万円でもジュースなら400~500円を出している。(千疋屋総本店 大島常務)

→若い人の消費が増えるようりんごを食べる事についてファッション化できないか検討している。(タムラファーム 田村氏)

・ 消費者目線からすると本日は特別なお話だった。消費拡大のためには、高級品ばかりでなく、訳あり品など安価なものもたくさん提供して欲しい。

—以 上—