

あいち農産物生産流通レポート

平成19年11月号

情報サロン		
・ 本県における品目横断的経営安定対策の実施状況について	-----	1
	(園芸農産課)	
地域トピックス		
・ J A あいち海部エコ部会の取り組みについて	-----	2
	(海部農林水産事務所)	
東日本情報		
・ 東京市場におけるハウスみかんの動向	-----	3
	(東京事務所)	
西日本情報		
・ 平成19年度せり人研修会について	-----	5
	(食育推進課)	
フラワーページ		
・ 豊明花きグループの挑戦	-----	7
	(愛知豊明花き流通協同組合 早川利之)	
青 果		
・ 愛知産青果物の動向(名古屋・東京市場)	-----	8
・ 名古屋・東京市場における青果物の11月の見通し	-----	9
花 き		
・ 切花・鉢花の11月の見通し(県内市場)	-----	21
輸出入		
・ 主要農産物の輸出入実績(2007年8月)	-----	25
関連指数	-----	26

本書の内容についての問い合わせ先

愛知県東京事務所総務課物産情報グループ

(03)-5492-5400

愛知県農林水産部食育推進課

(052)-954-6417

本県における品目横断的経営安定対策の実施状況について

品目横断的経営安定対策は、18年度までの全生産者を対象とした品目毎の価格政策から、支援対象を一定経営規模以上の担い手に限定し、その担い手の経営全体に着目した所得政策として、19年度から新たに実施されています。

対象者の要件は、原則として4ha以上の経営規模を有する認定農業者、20ha以上の経営規模を有し一定の条件を備えている集落営農組織とされています。

対策の内容は、①諸外国との生産条件格差是正対策（対象品目：麦、大豆、てん菜、でん粉原料用ばれいしょ）と、②収入の変動による影響緩和対策（対象品目：①の品目、米）の2つの対策からなっています。

1 申請状況

本県での申請経営体数は380経営体（認定農業者372、集落営農組織8）で、1経営体当たり平均経営面積は27.4ha（全国平均15.5ha）と都道府県別にみて全国1位です。

表1 申請経営体数

区分	経営体数		
		認定農業者	集落営農組織
愛知県	380(100%)	372(97.9%)	8(2.1%)
全国	72,431(100%)	67,045(92.6%)	5,386(7.4%)

表2 申請経営面積

区分	経営面積計(a)				経営体数 (b)	1経営体当たり 平均経営面積(a/b)
	田	畑	受託地			
愛知県	10,419ha	6,631ha	167ha	3,621ha	380	27.4ha
全国	1,122,942ha	663,422ha	380,950ha	78,570ha	72,431	15.5ha

2 品目別の状況

品目別にみると、本県では麦と米と大豆が対象であり、麦5,277ha、米4,651ha、大豆3,924haとなっています。都道府県別の順位では、麦は全国第11位、大豆も第11位となっています。麦、大豆については県内作付面積の9割以上を申請経営体が作付しています。

表3 品目別作付計画面積

品目	麦	米	大豆
本県	5,277ha	4,651ha	3,924ha
全国	253,860ha	436,869ha	110,073ha

ＪＡあいち海部エコ部会の取り組みについて

ＪＡあいち海部エコ部会（以下「エコ部会」という。部会員１７人）は、食品残さ等資源の有効利用（食品リサイクル）を図ることによって、地域内で資源循環型社会を形成することを目的として、平成１８年１２月１２日に設立しました。

部会員は、ユニー（株）の食品残さと家畜糞から生産された堆肥（商品名：エコグリーン）を使用した作物の栽培を基本としており、その農産物はユニー（株）等で販売されています。

この食品残さを肥料として農業者が農畜産物を生産し、それを再び販売するというリサイクル・ループは、平成１３年の食品リサイクル法^{注）}施行後に、ＪＡあいち経済連、ユニー（株）及びヒラテ産業（有）が協力して進めたものです。

平成１６年に旧ＪＡ海部（現ＪＡあいち海部）が組合員と協力して、食品残さから生産した堆肥を使用して、ダイコン、にんじん、トマト等を生産し、アピタ稲沢店において実験販売を行いました。この時の農業者が、現在のエコ部会の部会員となっています。

平成１９年１月２６日には、食品廃棄物を排出する事業者（ユニー（株））、再生利用事業者（ヒラテ産業（有））、農林漁業者（ＪＡあいち経済連）の３者がリサイクルの環を構築し、再生資源を有効に活用する計画として、食品リサイクル法に基づく「再生利用事業計画」に国内で初めて認定されました。



佐藤部会長による収穫体験指導

エコ部会は、ＪＡあいち海部、ＪＡあいち経済連、ユニー（株）と協力し、消費者との交流会を積極的に開催するなど、食品リサイクルや地産地消に対する消費者の理解を深める取り組みを行っています。また、ユニー（株）の新任者研修の一環として収穫体験研修を行うなど、販売する側の知識を深める取り組みにも協力しています。今後も、農業の振興と管内農産物の社会的地位の向上のために、環境にやさしい農産物の生産・販売の拡大を目指します。

^{注）}食品リサイクル法：食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律。同法第３条に規定する基本方針の中で、食品関連事業者は、食品循環資源の再生利用等の実施率を平成１８年度までに２０％に向上させることを目標とする。

東京市場におけるハウスみかんの動向

平成 17 年以降、燃料の高騰により加温を必要とする農作物の作型が変化している。なかでも燃消費量の大きいハウスみかんは大きく変化している。そこで、東京市場におけるハウスみかんとは加温温度を下げて栽培しているグリーンハウスみかんのそれぞれの動向を調べた。

ハウスみかん

11 年頃から景気の低迷や生産過剰の影響等から単価安が続き、入荷量が年々減少し、ここ数年は、燃料の高騰によりさらに減少傾向が続いている。こうした状況の中、品質を十分に確保できない産地・生産者は淘汰され、品質の高いものが残ったため、単価は回復傾向にある。(図 1)

東京都中央卸売市場のハウスみかんの入荷量は、17 年(4～9月)には 6 千 t あったものが、19 年(4～9月)は 5 千 t 弱と 2 割ほど減少しており、燃料の高騰が大きく影響していると考えられる。月別では、9 月が最も減少し、次いで 6、7 月となっている。逆に 4 月は増加しており、単価のより高い作型に移行しているものと考えられる。(表)

なお、平均価格については、入荷量の減少につれて高くなっている。

ハウスみかんは、お中元や新盆、旧盆のギフト商材としての需要が高い。しかし、ギフトの需要期以外は、単価の上昇につれて一般向けのパッケージでは売りづらいという仲卸の声もある。

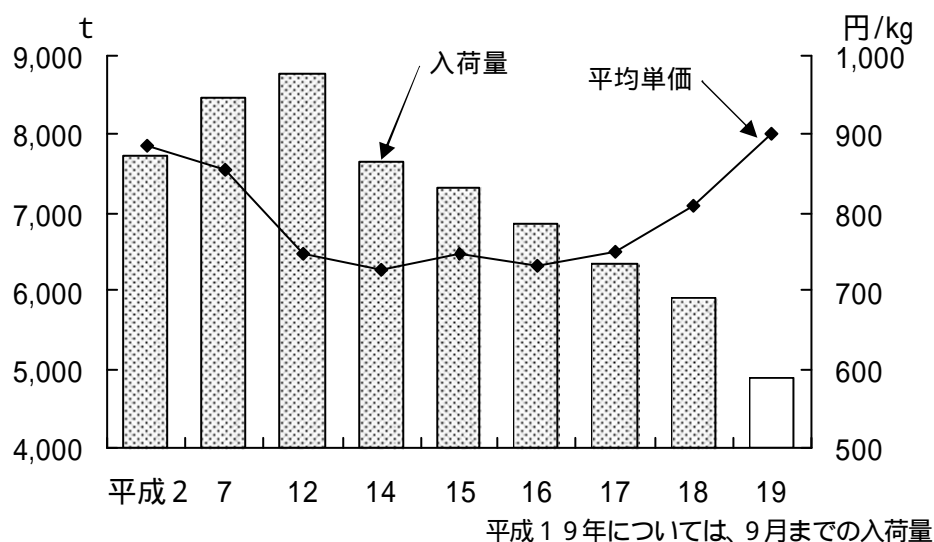


図 1 ハウスみかんの東京都中央卸売市場への入荷状況

表 ハウスみかんの平成19年東京都中央卸売市場への入荷状況 (単位:t.%,円/kg)

項目		4月	5月	6月	7月	8月	9月	合計
全入荷量	入荷量	37	320	791	1,211	1,338	1,188	4,885
	(H17対比)	(120)	(100)	(71)	(74)	(79)	(56)	(73)
	平均単価	2,104	1,338	1,039	943	825	694	900
佐賀	入荷量	0.6	195	404	574	692	694	2,559
	(H17対比)	(149)	(128)	(74)	(94)	(91)	(65)	(85)
	平均単価	2,422	1,321	1,067	952	828	633	892
愛知	入荷量	12	36	118	247	225	110	748
	(H17対比)	(90)	(123)	(93)	(71)	(91)	(27)	(77)
	平均単価	2,361	1,507	1,170	1,043	923	855	1,043
愛媛	入荷量	0.3	11	32	69	104	213	429
	(H17対比)	(50)	(39)	(33)	(37)	(38)	(51)	(45)
	平均単価	1,828	1,249	954	961	905	833	892
大分	入荷量	18	54	116	117	75	24	405
	(H17対比)	(130)	(69)	(88)	(96)	(81)	(83)	(88)
	平均単価	2,140	1,332	950	935	897	838	1,034

グリーンハウスみかん

通常のハウスみかんより加温温度を下げた「省加温栽培」により生育を早めたみかんである。出荷形態は産地によって多少異なり、着色は3～7分、酸味が少なく、糖度は11度前後である。6～9月に入荷し、入荷のピークは8月下旬から9月である。

東京青果では、入荷するハウスみかんの数量の1/3を占める。東京青果の入荷動向をみると、18年は15年の1,112tから2割減り882tとなった。今年はさらに減少し、746tの見込みである。(図2、図3)

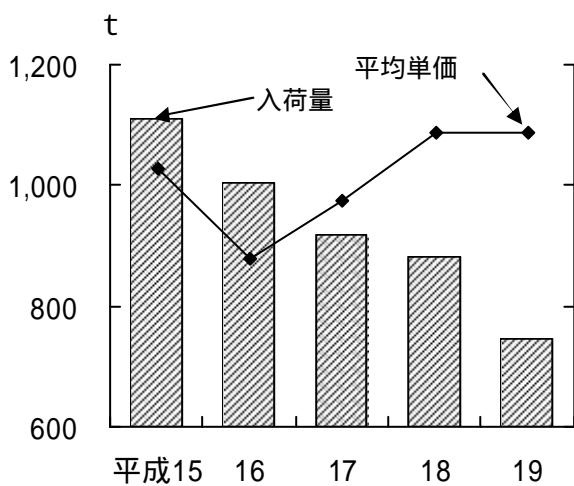


図2 グリーンハウスみかんの年次別入荷量(東京青果)

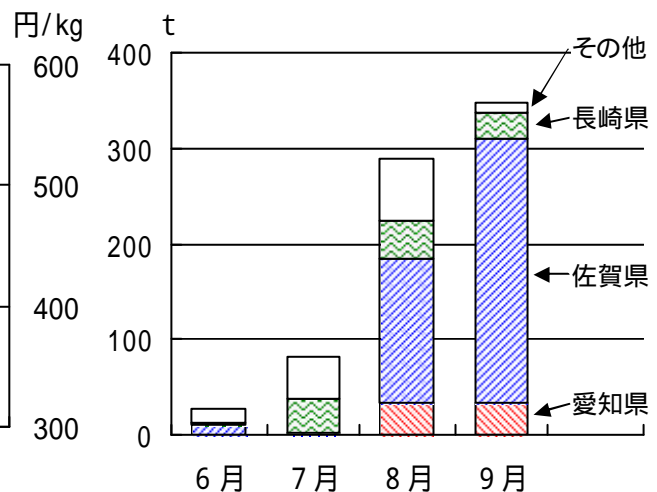


図3 グリーンハウスみかんの19年月別入荷量(東京青果)

<グリーンハウスの評価>

- 贈答用の商材ではなく、基本的には家庭消費用であり、高単価にしづらい。(果実専門店)
- 愛知産は他の産地と比べ食味は良好で、レギュラーと同様、高く評価されている。しかし、今年度は、着色の進みすぎたものが多く、販売に苦慮した。(仲卸)

平成19年度せり人研修会について

地方卸売市場の公正な取引の推進と販売の実務を担当するせり人の資質向上のため、せり人研修会を10月17日に県自治センターで開催しました。

研修会では、東海農政局生産経営流通部食品課流通指導官の北川威氏による「卸売市場取引における公正性」と、丸協青果㈱取締役営業部長の森川晃秀氏による「卸売市場の活性化のためにせり人ができること（元気を出そう！せり人諸君！）」と題する2つの講演を行いました。

このうち、森川晃秀氏の講演を紹介します（以下、レジュメを基とした講演要旨）。

1 市場を取り巻く環境の変化と現状

市場を取り巻く環境は昔と比べ大きく変化しているが、市場の実際業務は旧態依然のまま、このままではいけないと憂慮している。

<変化の事例>

仕入環境： JAは、合併により出荷ロットが大きくなり、発言力を増した。

JAは、出荷先の卸売会社を選別し、集約し始めている。

JA自らが販売を考え始めた（契約出荷、直売施設）。

販売環境： 内食から外食へ、更に中食（総菜）へと、食を提供する業種の変遷がめまぐるしい。

上記の食スタイルの変化により名古屋市中央卸売市場本場の買参人は1/3に減った。

2 卸売市場の今後の展望

平成20年1月に東京都は中央卸売市場における手数料決定方法について方針を示すとしており、この方針が全国の卸売市場に影響を与えることとなる。

<今後の展開方向>

手数料・・・上げるという
選択肢はない。



講演する森川晃秀氏

出荷奨励金・・・系統組織は出荷先卸売会社の更なる選別にあたり、上げ要請を強める。

完納奨励金・・・買参人組織の弱体化により、見直しする（下げる）卸売会社も出てくる。

3 セリ人からセールスマン、コンサルタントたれ！

我々は食材を売っている（右から左へと品物を動かす）だけの商売ではあるが、今後は、それだけでは展望はない。

卸売会社の合併が急速に進んでおり、関東の事例では規模が大きくなった卸売会社が多い。しかし、規模が問題ではなく、顧客サービスの強化がより重要である。

卸売会社に現在最も求められている顧客サービスは、『商品提案力』である。

< 商品提案力の必要性 >

昔は産地に「どんどん作れ。どんどん売ってやる。」と言えたが、今は「どんなに安くても買ってくれない（売れない）。」

産地も売ることに敏感になってきており「誰が売って、誰が食べて、どういう評価だったか？」を産地に説明することが必要になってきている。

量販店のバイヤーは「買う人」であり、売ることはあまり知らない。したがって、売り方の提案をすることで、パートナーとなり得る。

4 「夢」を持ちましょう、皆さんの「夢」は？

今の若い市場人はもっと外に出て欲しい。顧客（農家やバイヤー）と直接会って話をするべきである。こうした話の中から商売のヒントが見えてくる。外を歩けば商売のタネはそこら中に落ちている。

< 商売のタネ = 売れ筋商品の共通項 >

簡単な発想 トренд 爆発的な広がり

成功事例としては、岐阜の「乾燥カットねぎ」、愛媛の「いよかんゼリー」がある。どちらの事例の仕掛人も安定消費が目的であったが、「ねぎ」はカップ麺というトレンドにはまったこと、「ゼリー」は特定量販店による独占販売契約というオリジナル性があったことが成功の要因であった。

< 地方卸売市場へのヒント >

中央は人員が豊富で担当者は狭い品目しか知らないが、地方は幅広い品目の情報を持っており、顧客に対して総合的な商談が可能である。

私が思う今のトレンド商品は「地産地消」「伝統野菜」である。量販店は個性化商品の扱いを望んでおり、こうした観点でタネを探してもらいたい。

豊明花きグループの挑戦

日本の中でも名古屋が元気だとよく言われていますが、花き業界では、とてもそんな状況にあるとは思えません。

これまで日本の鉢物流通の先達として、様々な改革に取り組んできた愛知豊明花き市場でも、他市場と同様に、取扱額がピーク時に比べて相当落ち込んできていますが、決して手をこまねているわけではありません。生産者も卸も買参人もそれぞれが手を尽くして頑張ってきててもこのような状況なのです。

そんな中で、規制緩和の一つとして卸売市場手数料の自由化が、いよいよ平成21年4月に迫ってきました。市場にとっては、まさに死活問題ともいわれています。

しかし、規制緩和の大きな流れは、今後も一段と進み、金融やデパート業界の大再編が進んだように、花き流通業界にもこうした再編の動きが出てくるのは、ごく自然な動きともいえます。

青果市場では、すでに資本提携などの動きが伝えられておりますが、花き市場でも他市場の卸売会社や仲卸との業務提携などが今後加速してくるものと思われれます。

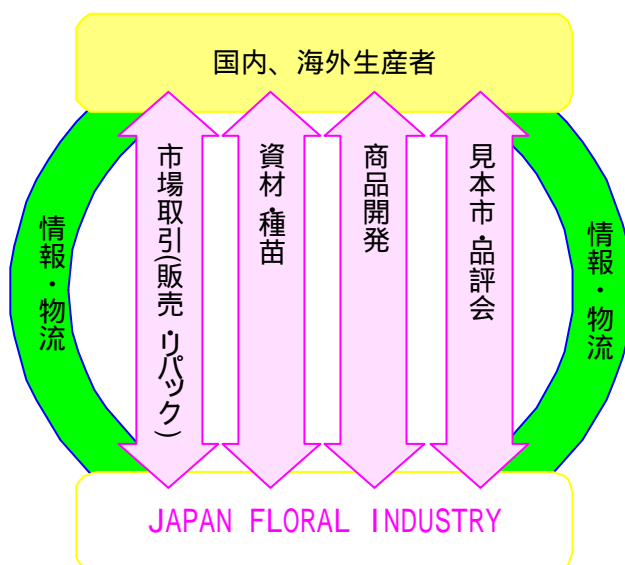
豊明花き(株)と東京大田市場の(株)FAJは、すでに業務提携を発表し、両者と関連会社を含めた10社で、新たにJFI(ジャパン フローラル インダストリー)グループを結成し、日本最大の花き流通グループとして活動を始めています。先頃、幕張メッセで開催された国際フラワーEXPOでも、JFIグループとして出展しています。

このグループは、大きく分けて取引、種苗・資材、貿易・パテント管理、分荷・加工、輸送の各部門から成り、海外との積極的な技術・情報交流を行い、IT技術などを早くから取り入れ、様々な取引を行っています。豊富なデータベースを活用し、IT取引やきめ細かな顧客対応を図ることにより、より効率的な流通を目指しています。

さらには、産地とのコラボレーションによるブランド商品の開発、農家育成品種の販売やパテント管理、見本市や品評会の開催など将来を見据えた事業展開を図ろうとしています。

一方、物流では、産地から市場へ、市場から店舗へとそのシステムは、全国を網羅しています。また、切花のバケツ輸送や空調施設を完備したトラックにより、低温及び定温輸送で鮮度・品質保持は常識とした物流を目指しています。

ここでは、グループ企業の業務提携により、これからの時代・マーケットに合わせた柔軟な対応を目指す豊明花きグループの取り組み例を紹介しましたが、今後、全国各地で生き残りをかけて熾烈な競争が繰り広げられるものと思われれます。



愛知産青果物の動向

青果物の見通し」及び「花きの見通し」ページにおいて使用する『変動の幅を表す用語』につきましては、下記の基準で記載しております。

わずか : ± 2 % 台以内
 や や : ± 3 ~ 5 % 台
 かなり : ± 6 ~ 15 % 台
 大 幅 : ± 1 6 % 以上

名古屋市中央卸売市場(品目:水菜)

	入 荷 量 (t)	卸 売 価 格 (円/kg)		前年の主な他産地 (上位3産地)
		うち愛知産	うち愛知産	
18年実績	89	32 (35%)	254	茨城 (35%) 岐阜 (12%) 福岡 (9%)
19年見通し	95	30	250	
入荷量及び卸売価格の概要と見通し			卸売市場から産地への要望・提言等	
<p>愛知は、従来、露地で漬物用の水菜を栽培しており、生育状況は今後の気温に左右される。 作付は、採算性の面で減少しており、入荷量は前年を下回るであろう。価格は前年並みの見込み。</p>			<p>茨城などの他産地では、3年ほど前から、サラダや鍋に使う、あくが少なくやわらかい品種が急増しており、主力となっている。価格は愛知の水菜の倍近くであるが、消費者の需要はこちらの品種が高いので、愛知は厳しい展開となるであろう。</p>	

東京都中央卸売市場(品目:カリフラワー)

	入 荷 量 (t)	卸 売 価 格 (円/kg)		前年の主な他産地 (上位3産地)
		うち愛知産	うち愛知産	
18年実績	649	48 (7%)	105	茨城 (28%) 埼玉 (18%) 東京 (14%)
19年見通し	600	-	130	
入荷量及び卸売価格の概要と見通し			卸売市場から産地への要望・提言等	
<p>新潟、長野に加え、茨城、埼玉など関東産の入荷が徐々に増えてくる。 各産地とも作付面積は減少傾向のなか、茨城はわずかに増えているが、猛暑により定植が遅れ生育に影響がでている。 入荷量は前年をかなり下回り、価格は安かった前年を大幅に上回る見込み。</p>			<p>ブロッコリーの消費拡大の影響もあり、全国的に作付面積の減少傾向が続いている。 愛知産は品質も良く評価されているので、安定供給が出来ればシーズンを通じて量販店や業務筋で取り扱ってもらえる。高品質の維持はもちろんのこと、作付面積の維持と安定出荷をお願いしたい。</p>	

関 連 指 数

項目 年月		消費者物価指数				
		総合	生鮮野菜	生鮮果物	肉類	魚介類
		全 国 平成17年 = 100 愛知県 平成17年 = 100				
全 国	18年平均	100.3	105.8	104.0	100.8	102.2
	19年 5月	100.4	103.2	109.9	102.1	104.8
	6月	100.2	95.5	115.5	102.3	102.0
	7月	100.1	100.4	103.5	102.3	102.1
	8月	100.6	108.8	112.8	102.5	103.5
愛 知 県	18年平均	100.2	103.9	102.5	99.8	103.9
	19年 5月	100.6	100.6	112.8	101.3	105.0
	6月	100.5	95.5	115.3	102.1	103.2
	7月	100.4	98.5	106.3	100.8	103.2
	8月	100.8	108.3	114.1	100.3	102.8

項目 年月		農業物価指数 (平成17年 = 100)				
		農産物総合	米	野菜	果実	畜産物
全 国	18年平均	102.9	97.8	108.2	120.6	99.0
	19年 4月	98.0	96.4	93.3	107.0	97.9
	5月	95.0	96.5	92.3	90.4	98.1
	6月	90.2	96.4	92.4	95.4	99.4
	7月	93.7	96.1	99.7	114.7	100.6
8月	97.4	95.6	100.6	121.8	100.4	

資料 農林水産省大臣官房統計部「農業物価指数」

資料 全 国・総務省統計局「消費者物価指数月報」
愛知県・愛知県県民生活部「名古屋市消費者物価指数」

名 古 屋 市 小 売 価 格 (円)													
品目 単位 年月	うるち	キ	は	ね	レ	ば	だ	に	た	き	ト	生	り
	米 (単一品種、 「コシカ 」以外)	ャ ベ ツ	く さ い	ね ぎ	タ ス	れ い し よ	い こ ん	ん じ ん	ま ね ぎ	ゅう り	マ ト	しい た け	ん(ご ふ じ)
	5 kg	1 kg										100g	1kg
17年平均	2,293	170	165	586	397	304	151	340	217	522	636	178	521
18年平均	2,256	174	184	606	426	278	161	359	217	538	630	193	502
19年 5月	2,251	204	168	494	477	300	146	357	204	439	544	201	557
6月	2,226	136	171	593	353	278	147	320	187	406	483	197	586
7月	2,226	179	154	609	353	253	150	308	184	496	543	200	623
8月	2,226	198	189	725	507	276	150	299	200	525	577	206	-
品目 単位 年月	み	グ	オ	い	バ	キ	緑(せ	カ	き	バ	豚(口	牛(口	ま
	かん	レフ ル プ ツ	レン ジ	いち ご	ナ ナ	ウフ イル ツ	茶ん 茶)	ネシ ヨ ン	く	ラ	肉 ス)	肉 ス)	ぐる
	1 kg	100g	1 kg	100g	1 本	100g	1 本	100g	1 本	100g	100g	100g	
17年平均	548	291	362	156	240	723	618	155	171	306	234	792	480
18年平均	546	354	404	153	245	686	609	159	168	312	233	793	497
19年 5月	-	337	552	139	268	754	608	177	163	315	222	783	489
6月	-	336	542	-	262	741	598	162	157	292	223	793	497
7月	-	343	525	-	261	708	627	154	158	301	221	757	505
8月	-	351	513	-	268	654	608	161	175	303	224	801	515

資料 総務省統計局「小売物価統計調査報告」



あいち農産物生産流通レポート 413
平成19年11月発行
農林水産部食育推進課
〒460-8501
名古屋市中区三の丸三丁目1番2号
電話 (052) 954-6417