

あいち農産物生産流通レポート

2025年5月号

ページ

◎ マンスリーレポート

- ・「いいともあいち運動」の取組について (食育消費流通課) 1

◎ 地域トピックス

- ・ 知多地域の4市町がオーガニックビレッジ宣言をしています (知多農林水産事務所) 3
- ・ 手摘みの自園茶葉を使った高付加価値化の取組について (豊田加茂農林水産事務所) 4

◎ 東京レポート

- ・ お米の未来を考える展示会が開催されました (東京事務所) 5

- ◎ 東京都中央卸売市場における5月の主要な愛知産青果物の動向 (東京事務所) 6

◎ 花 き

- ・ 切花・鉢花の5月の見通し(県内市場) (食育消費流通課) 10

内容についての問合せ先

愛知県農業水産局農政部食育消費流通課

(052)-954-6434

愛知県東京事務所行政課農産物プロモーショングループ

(03)-5492-5400

「いいともあいち運動」の取組について

食育消費流通課

1 いいともあいち運動とは

「いいともあいち運動」は、県民の皆さんに農林水産業の大切さを理解いただき、「愛知県農林水産業の応援団」になることにより、消費者と生産者が一緒になって本県の農林水産業を支えていこうという取組です。

また、県民の方々に愛知県産農林水産物をもっと食べていただきたい（利用していただきたい）という、「愛知県版地産地消の取組」でもあります。

（１）いいともあいちネットワーク会員

いいともあいち運動の趣旨に賛同いただける事業者・団体等（生産者、流通関係者、消費者団体等）を「いいともあいちネットワーク会員」として募集しています。

いいともあいち運動の趣旨に賛同いただける事業者・団体等であれば、どなたでも無料で会員登録できます。

（２）いいともあいち推進店

本県産の農林水産物やその加工品を、積極的に販売している販売店や食材として利用している飲食店を「いいともあいち推進店」として募集しています。

ネットワーク会員でない方は推進店への申請に併せて、ネットワーク会員の登録が必要です。

（３）いいともあいちサポーター

県産品を食べて、使って、本県の農林水産業を応援していただける方々を「いいともあいちサポーター」として募集しています。

サポーターには、県産農林水産物に関するイベントや、お得な情報をメールマガジンで配信します。登録は無料で、お名前、住所等も不要です。

2 いいともあいち運動の主な取組内容

（１）運動の輪を広げ、県産農林水産物の認知度を高める

ア いいともあいちネットワーク等の拡大

- ・生産者団体を始めスーパー、飲食店といった流通関係者、消費者団体等のネットワーク会員あてに「いいともあいちだより」を配信
- ・県ホームページ「いいともあいち情報広場」やSNS（Instagram、X、Facebook）等で、会員の取組や新商品、店舗、イベント等の情報を広く紹介
- ・本県の農林水産業を応援していただける「いいともあいちサポーター」を募集し、メールマガジン「あいまる通信」を配信



シンボルマーク「あいまる」



いいともあいちフェアの様子

イ キャンペーン月間（11 月）の取組の強化

- ・大手量販店における「いいともあいちフェア」の開催

ウ 県産農林水産物を使った商品へのシンボルマークの表示

- ・運動の認知度向上のため、県産農林水産物及びその加工商品へのシンボルマーク「あいまる」の表示を推進

（2）県産農林水産物の利用拡大

ア いいともあいち推進店の登録推進

- ・県産農林水産物や加工食品等の販売や利用に力を入れる販売店や飲食店を「いいともあいち推進店」として登録

イ 「愛知のふるさと食品コンテスト」の開催

- ・県内で生産された農林水産物を主な原材料に用いて製品化された加工食品を対象にコンテストを開催



2024 年度愛知のふるさと
食品コンテスト最優秀賞
「岡崎おうはん焼鳥缶
（しょうゆだれ味）」

3 いいともあいちネットワーク会員、推進店、サポーターの募集について

「いいともあいちネットワーク会員」、「いいともあいち推進店」、「いいともあいちサポーター」は随時募集しています。

詳細や申し込み方法等は、いいともあいち運動情報広場
(<https://www.pref.aichi.jp/shokuiku/iitomoaichi/>) に掲載しておりますので、ご確認ください。



（いいともあいち運動情報広場）

4 2025 年度の取組方向

SDGs や環境負荷低減の達成に対する社会的関心が高まる中、その一手法として「地産地消」の取組についても県民の関心が高まりつつあることを踏まえ、特に県内に向けて「地産地消」の実践を促すため、「地産地消あいち SDGs 推進キャンペーン」を一層推進します。今年度は、量販店のデジタルサイネージを活用したデジタルプロモーションの取組や、地産地消を行う店舗を巡るデジタルスタンプラリー、社員食堂・学生食堂での県産農林水産物を使用したメニューフェアに加え、県産農林水産物を使用したレシピを SNS に投稿する地産地消レシピコンテストなどの体感型プロモーションにも取り組む予定です。

また、首都圏において知事や県内農業団体の代表者によるトップセールスやフラワーバレンタイン運動の啓発を実施するほか、「愛知県茶会」の開催などを通じて、あいちの農林水産物のイメージアップを図ります。

加えて、名古屋コーチン、みかわ牛[®]、葵うなぎや本県が開発したかんきつ「夕焼け姫」やなし「あいみずき」、いちご「愛きらり」などの PR を行い、これらのブランド力強化を図ります。

なお、これらの取組は、庁内関係各課や関係機関とともに実施することで、より一層の波及効果、相乗効果が得られるよう進めていきます。

知多地域の4市町がオーガニックビレッジ*宣言をしています

知多農林水産事務所

1 概要

本県では、有機農業を「環境と安全に配慮した農業」の特徴的な取組の一つに位置づけ、「愛知県有機農業推進計画」に基づき推進しています。

知多地域は産地直売や観光農園に加え、有機農業も盛んに取り組まれている地域です。

2 取組の内容・効果

大府市、南知多町、美浜町および武豊町では、有機農業を推進しています。大府市等は、令和6年度、有機農業を拡大するため、みどりの食料システム戦略推進交付金等を活用して有機農業実施計画を作成しました。計画に基づき、学校給食での提供拡大、農作物のブランド化、有機農業の拠点づくり等に取り組んでいます。

大府市は令和6年11月22日、南知多町は令和5年3月27日、美浜町と武豊町は令和7年3月8日にオーガニックビレッジ宣言を行い、有機農業実施計画を周知するとともに、有機農業の取組を加速することを誓いました。オーガニックビレッジは2024年度までに全国で131市町村が取り組んでおり、本県の6市町のうち知多管内では4市町が宣言しています。

これらの取組は、地域農業を活性化するとともに、給食への有機農産物導入促進等を通じて食育推進にも貢献しています。



大府市オーガニックビレッジ宣言式



美浜武豊オーガニックビレッジ宣言式

3 今後の予定

知多農林水産事務所は、引き続き、市町、農業者等と連携し、事業等を有効に活用しながら、有機農業の拡大に向けた取組を支援していきます。

*オーガニックビレッジとは、地域ぐるみで有機農業の生産から消費までの一貫した取組を行う地区をいう。

手摘みの自園茶葉を使った高付加価値化の取組について

豊田加茂農林水産事務所

豊田市内で江戸時代から茶農家を営む「高香園」は、美味しい茶づくりのため、自然仕立て、手摘み栽培にこだわり、栽培から加工、販売まで、すべて自園で行っています。

また、ブランド化や新商品の開発に取り組み、抹茶やほうじ茶の焼き菓子、ほうじ茶オレなどの販売を通して、自園茶葉の高付加価値化に取り組んでいます。

1 取組のきっかけ

茶葉の消費量が落ち込む中、茶の産地として知名度の低い豊田市で経営を続けるためには、他社商品との差別化や、新しい販売方法、商品開発による茶葉の高付加価値化が必要と考えました。



こだわりの「手摘み抹茶の焼き菓子」

2 取組内容と成果

商品開発では、自園の茶の味が前面に出る商品にするため、茶以外の材料にもこだわり、委託製造先と試行錯誤しました。

また、全国で手土産やお歳暮などに選ばれるブランドにすることを意識して、ロゴマークは昔からの包装紙のお茶壺の意匠をもとにリデザインし、リーフレットや袋なども一目で高香園の商品と分かるように改めました。

他にも、茶葉加工の工場見学やお茶摘み体験を積極的に実施し、多くの方に「高香園」の魅力を実際に見て知ってもらう機会をつくり、コアなファンになってもらえるよう工夫しました。

取組の結果、自園での直売に加え、百貨店等の店頭やインターネットでの販売など、販路が拡大しました。認知度が上がり、茶葉の高付加価値化に繋がりました。

3 今後の展望

顧客を増やすための取組や、こだわりである自然仕立ての栽培方法を、近年の気候変動の中で維持するための取組を行う予定です。



リデザインしたロゴマークと
開発商品パッケージ

お米の未来を考える展示会が開催されました

東京事務所行政課農産物プロモーショングループ

令和7年は前年に続き米の供給不足等に伴う価格高騰が生じており、今後の需給は不透明な見通しとなっています。こうした中、「米消費拡大に向け米産業のイノベーションによる新たな需要創造を目指す」をテーマとした『お米未来展』が令和7年4月15日(火)～17日(木)に東京ビッグサイト（東京都江東区）で開催されました。

1 会場内は米粉を使用した加工品を中心に展示

『お米未来展』は、米に関わる様々な分野の企業が出展する国内唯一の米専門展示会で、今回が4回目の開催となります。会場には42の企業・団体がブースを設け、米消費拡大に向けた新たな需要創出の機会を提供するために、パックご飯や冷凍ご飯、米粉を使用した加工品、製粉機、製菓機、分析機器、米袋など多岐に渡る展示が行われました。

展示は米粉を使用した加工品が多く、会場内にはこれらを1つのエリアにまとめた「米粉パビリオン」が設けられていました。内容としては、消費者の認知度が高い米粉パンのほか、新たな需要を狙った商品として発芽玄米全粒粉、玄米粉を使用した乳不使用の「玄米ヨーグルト」や「玄米シュレッド」（短冊形に細かく刻んだチーズ）、米粉使用・グルテンフリーのスイーツ（どら焼き、チュロスなど）などの展示や試食が行われていました。



「米粉パビリオン」には計22ブースが集結

2 米消費拡大に関するセミナーも連日開催

本展示会では会期3日間で計14のセミナーも開催され、米に関する様々な業界の第一人者が講師として登壇し、米消費拡大に関する取組や提案が紹介されました。

4月16日(水)に取材した「消費者の行動につなげるコメと健康のマーケティング」（講師：公益財団法人流通経済研究所 折笠俊輔氏）では、以下の内容が紹介されました。

- ・近年の米不足により需給バランスが崩れ、産地と品種銘柄の価格差がなくなった。米は基本的ニーズなので、需給が逼迫すると、消費者は産地や品種にこだわらなくなる。
- ・消費拡大を図るために「お米を食べて健康に」と言っても具体性がなく、消費者の心には響かない。「このままだと病気になる」のような『脅し』、「よりお肌が綺麗になる」のような『増進』、「これ1本で1日の〇〇が摂れる」のような『手軽さ』、有名人や著名人が勧める『推奨』、があると訴求力が高い。
- ・手間やコストはかけたくないが、健康への漠然とした不安を持つ消費者は多い。コストパフォーマンスやタイムパフォーマンスを考えた健康訴求が大切である（例：手間や時間が省ける無洗米やパックご飯、玄米の栄養価を保持して白米のように食べられる加工玄米など）。



折笠氏の講演

米の供給不足と価格高騰は収束の兆しが見えていませんが、農林水産省によると米の消費量は一貫して減少傾向となっています。直面する米不足の解消に向けて必要な取組を行う一方で、本展示会のように未来を見据えた米消費拡大のための様々な取組を進めることも大切であると感じました。

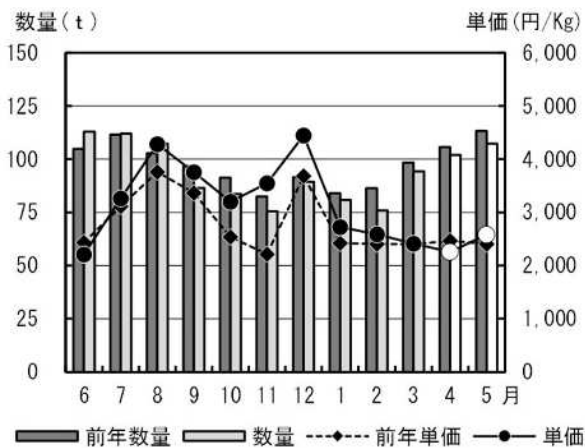
東京都中央卸売市場における5月の主要な愛知産青果物の動向

1 5月の見通し

品目名 おおば

実績等	区分	入荷量 (t)	卸売価格 (円/kg)	前年上位3産地(%)		市場からの提言等
実績	2020年	127	1,556	愛知	86%	試食宣伝会などを積極的に取り入れ、消費拡大に繋がる対応をお願いしたい。また、市場と産地が連携して、日々の売り込み、スポット販売、契約販売の増量に向けての取組を行うなど、少しでも高値で多く販売できるように協力をお願いしたい。
	2021年	111	2,165	茨城	12%	
	2022年	108	2,945	大分	1%	
	2023年	124	2,295			
	2024年	132	2,423			
	5ヵ年平均	120	2,277			
	2025年見通し	125	2,600			

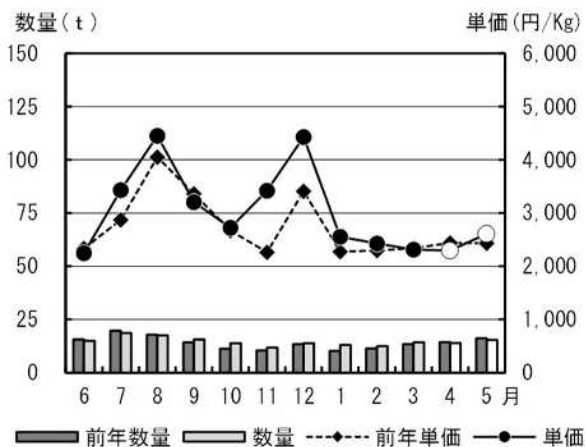
愛知産の動き



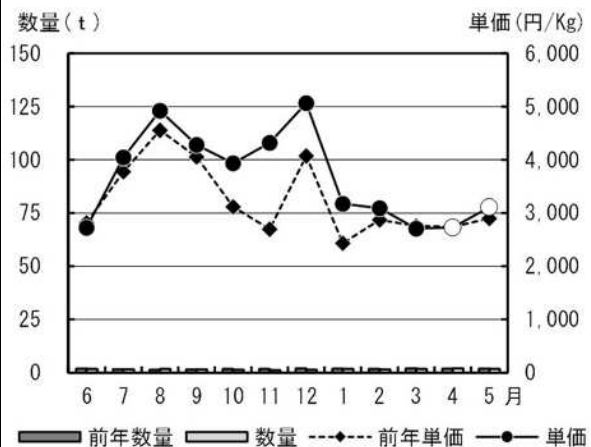
産地概況

本県の作付面積は前年並、競合産地の茨城及び大分の作付面積は微減～前年並であり、各産地とも生育は概ね順調である。
 全体の入荷量としては、各産地の面積に大きな変動はなく、生育に問題はないため、安定した出回りが見込まれる。

競合産地の動き（茨城）



競合産地の動き（大分）



2 入荷量・価格の動き

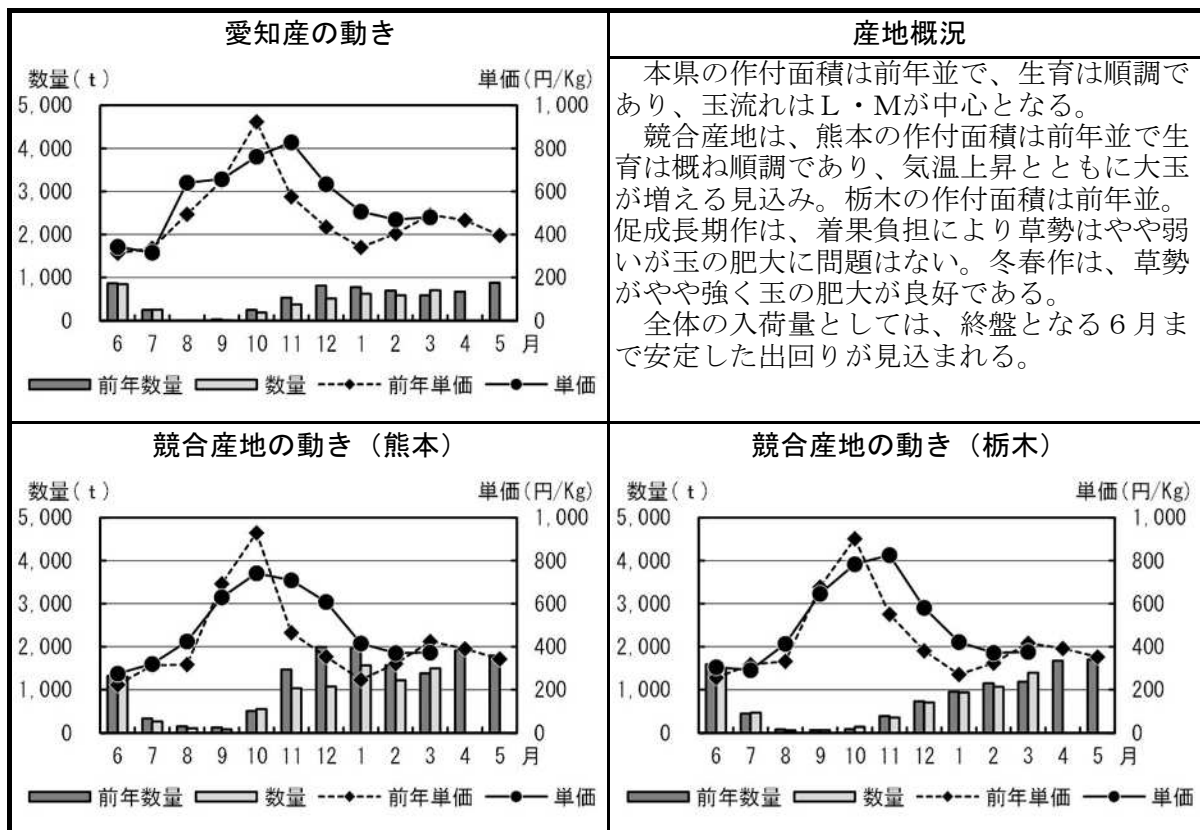
品目名 トマト

前年上位3産地(%)

熊本 26%

栃木 25%

愛知 13%



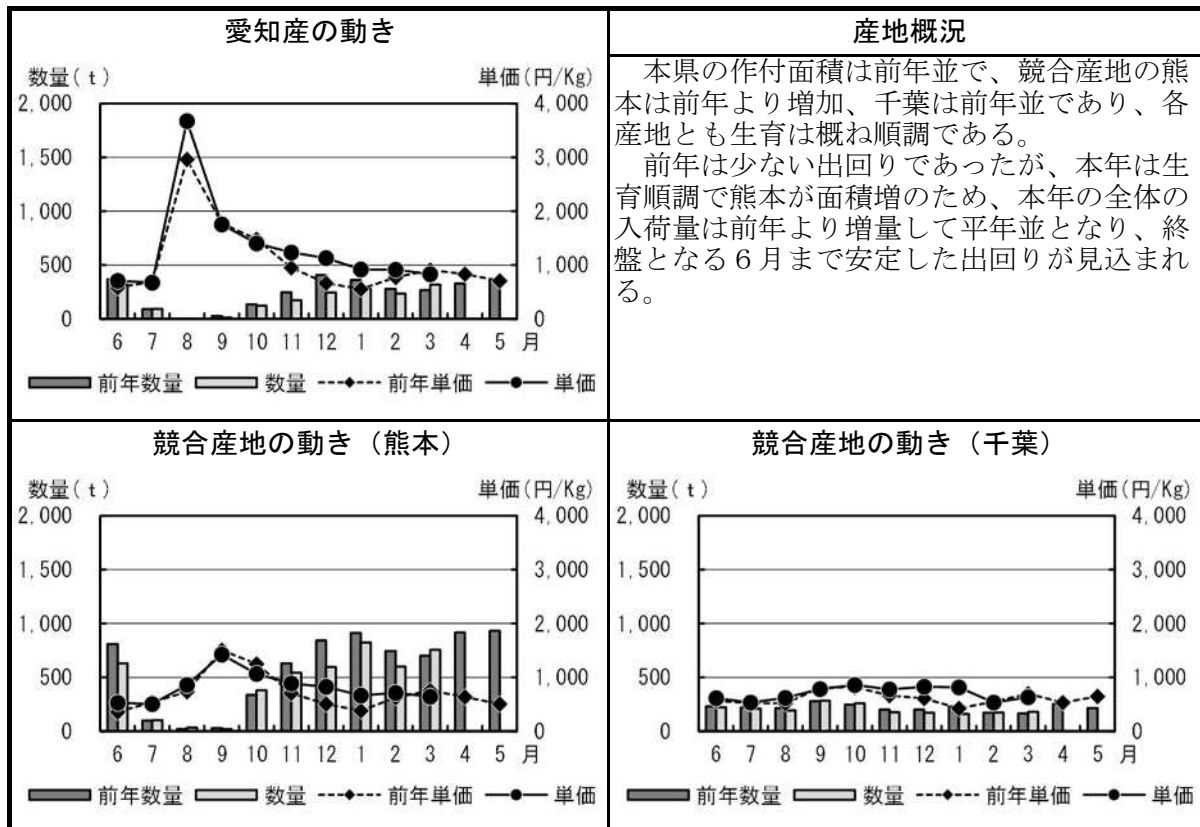
品目名 ミニトマト

前年上位3産地(%)

熊本 43%

愛知 17%

千葉 10%



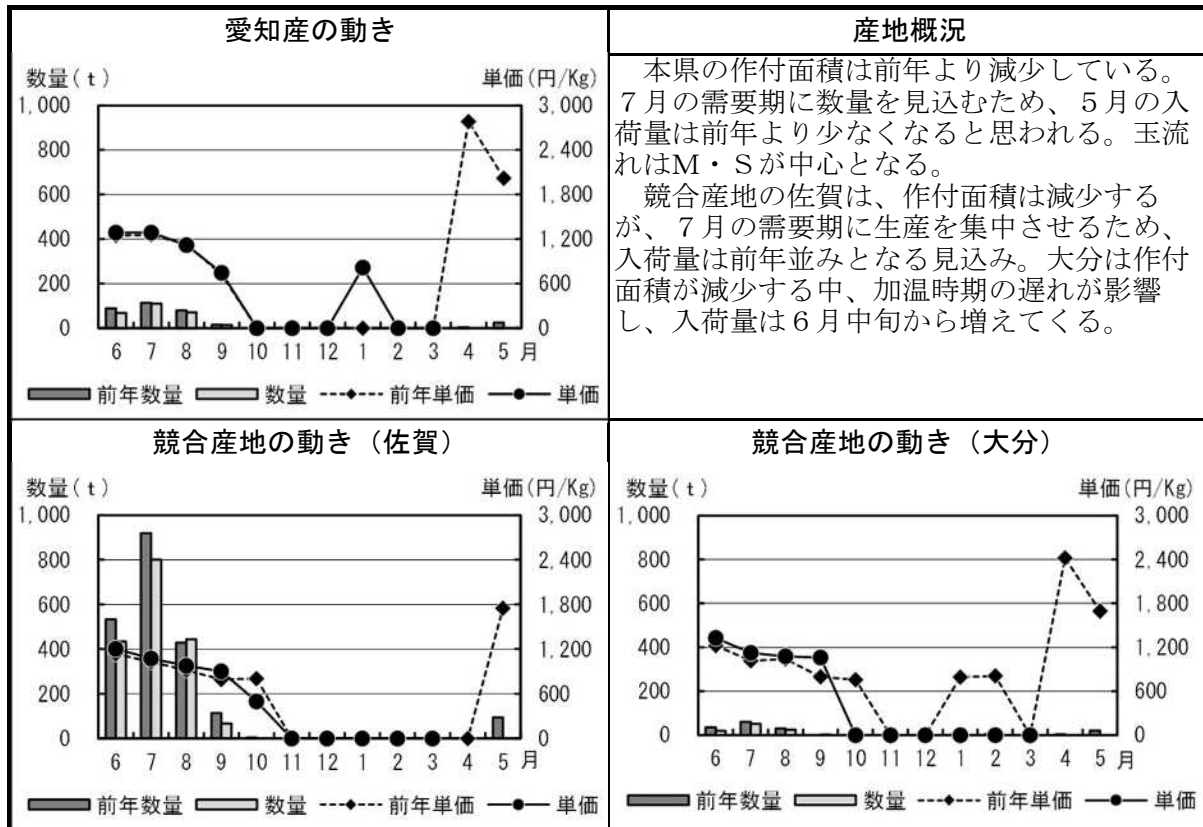
品目名 ハウスみかん

前年上位3産地(%)

佐賀 70%

大分 15%

愛知 14%



切花・鉢花の5月の見通し

切花（愛知名港花き地方卸売市場 5月1日現在）

単位：千本、円／本

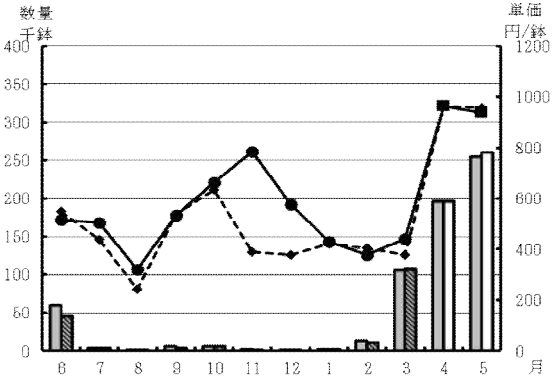
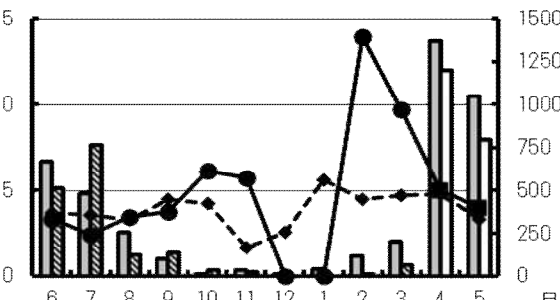
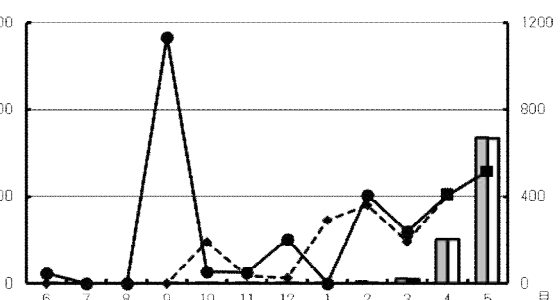
品目	区分		入荷量	卸売価格	前年及び本年の入荷量・価格の動き
	実績等				
輪 ぎ く	実績	2020年	1, 1 2 3	4 0	
		2021年	1, 3 8 3	2 6	
		2022年	1, 0 4 4	6 9	
		2023年	1, 3 4 3	4 1	
		2024年	1, 0 4 1	6 7	
	5ヵ年平均		1, 1 8 7	4 7	
	2025年見通し		1, 1 0 0	4 5	
概要	愛知中心の入荷。上旬は母の日参り需要が期待される。中旬頃からは夏系品種への切り替えも始まり、一時的に品種が交じり、販売も苦戦しそうだが、下旬にかけては数量も安定する見込み。				
小 ぎ く	実績	2020年	9 9 7	2 6	
		2021年	8 3 6	2 0	
		2022年	8 1 1	4 4	
		2023年	8 1 3	2 5	
		2024年	6 6 2	4 4	
	5ヵ年平均		8 2 4	3 1	
	2025年見通し		7 0 0	4 0	
概要	沖縄、愛知からの入荷。上旬は母の日参り需要が期待される。中旬以降は愛知産の施設物の出荷も始まるが、数量的には少ない見込み。全体量が減ることにより、下旬にかけて価格は安定する見込み。				
カー ネー シ ョ ン	実績	2020年	1, 4 1 0	4 7	
		2021年	1, 4 4 3	4 4	
		2022年	1, 4 1 8	5 3	
		2023年	1, 5 4 7	5 4	
		2024年	1, 6 2 2	5 6	
	5ヵ年平均		1, 4 8 8	5 1	
	2025年見通し		1, 5 0 0	5 0	
概要	冬期の燃油高の影響もあり、遅れていた状況も4月上旬以降の暖かさから国内産地の出荷は順調となっている。母の日の輸入は前年の9割ほどの見込み。				
か す み そ う	実績	2020年	1 7 8	5 9	
		2021年	1 8 3	8 1	
		2022年	2 2 1	7 6	
		2023年	2 5 0	7 4	
		2024年	2 0 5	9 2	
	5ヵ年平均		2 0 7	7 7	
	2025年見通し		2 1 0	8 0	
概要	和歌山、高知、熊本からの入荷となる。4月は上旬の気温が低めに推移したため、出荷量が抑制された。5月上旬は不作であった昨年より数量多い見込み。母の日以降は緩やかに減少していく。				

単位：千本、円／本

品目	区分		入荷量	卸売価格	前年及び本年の入荷量・価格の動き
	実績等				
ゆり	実績	2020年	2 6 6	1 1 4	
		2021年	2 5 0	1 4 8	
		2022年	2 3 7	1 6 8	
		2023年	2 6 0	1 5 8	
		2024年	2 7 6	1 5 8	
	5 ヲ年平均		2 5 8	1 4 9	
	2025年見通し		2 6 0	1 5 0	
	概要	オリエンタルは高知、宮崎、埼玉、新潟中心の入荷となる。母の日用の作付をしているところもあるが、限定的で多くの数量は見込めない。LAは埼玉、鉄砲は高知中心に前年並みの入荷が見込まれる。			
洋らん	実績	2020年	2 1 2	9 2	
		2021年	2 7 2	8 6	
		2022年	2 6 3	1 1 6	
		2023年	2 5 2	1 0 1	
		2024年	2 5 4	1 1 3	
	5 ヲ年平均		2 5 1	1 0 2	
	2025年見通し		2 5 0	1 1 0	
	概要	愛知、鹿児島、静岡、徳島などの国産及び輸入品が入荷する。デンファレはアンナと白が減少し、ソニア中心の入荷見込み。オンシジウムはGWで通関の乱れ等で入荷不安定。シンピジウムは国産は徐々に終了し、輸入待ちの状況。コチョウランは国産中心に入荷は増えてくる。カトレアは愛知産中心に入荷見込み。			
ばら	実績	2020年	6 1 6	6 9	
		2021年	7 4 0	7 8	
		2022年	8 5 5	8 9	
		2023年	8 9 5	8 1	
		2024年	8 7 5	8 4	
	5 ヲ年平均		7 9 6	8 1	
	2025年見通し		8 2 0	8 0	
	概要	愛知、岐阜、三重、長野、山形からの入荷。母の日商戦では輸入の出荷があるが、例年並みを予定している。4月の暖かい気温で推移し、順調な経過となっている。			
枝もの	実績	2020年	9 2 4	5 3	
		2021年	1, 0 9 7	5 6	
		2022年	1, 2 0 9	6 4	
		2023年	1, 2 0 4	6 4	
		2024年	1, 1 4 1	6 7	
	5 ヲ年平均		1, 1 1 5	6 1	
	2025年見通し		1, 1 5 0	6 0	
	概要	節旬需要の香りショウブは順調だが、花ショウブが生産者減少に加え疫病のため、出荷量は少なめ。スモークツリーなども中旬頃から出荷が始まり、徐々に夏物に変わっていく。			

品目	区分	実績等	入荷量	卸売価格	前年及び本年の入荷量・価格の動き
カラ	実績	2020年	20,587	648	
		2021年	20,402	813	
		2022年	25,109	688	
		2023年	33,708	789	
		2024年	22,817	796	
	5ヵ年平均		24,525	747	
	2025年見通し		23,350	765	
イ	概要	入荷量は前年並か。例年通り5号鉢主体となるが、4号鉢以下の小鉢の出荷も増える見込み。 母の日需要の高まる5月上旬が出荷のピークとなり、最も引き合いが強くなる。 例年通り、発色の良いピンク・黄色系に人気が集まる見込み。 前年5月の主要県の入荷実績は、金額ベースのシェアで1位愛知（74.2%）、2位埼玉（14.0%）、3位三重（8.1%）となっている。			
	要				
フアレノプシ	実績	2020年	28,625	2,364	
		2021年	28,365	3,412	
		2022年	38,053	2,570	
		2023年	40,114	3,157	
		2024年	36,354	2,628	
	5ヵ年平均		34,302	2,826	
	2025年見通し		35,500	2,620	
概要	概要	入荷量は前年より減少か。円安の影響もあり苗の輸入量が減っている。 ミディーの出荷は5月上旬に纏まっており、下旬は減る見込み。 大輪は5月を通して前年並の出荷量の見込み。 前年5月の主要県の入荷実績は、金額ベースのシェアで1位愛知（57.5%）、2位宮崎（8.7%）、3位静岡（6.8%）となっている。			
	要				
バラ及びミニバラ	実績	2020年	70,262	265	
		2021年	67,373	302	
		2022年	70,214	284	
		2023年	73,746	306	
		2024年	68,260	283	
	5ヵ年平均		69,971	288	
	2025年見通し		68,000	279	
概要	概要	入荷量は前年並か。例年通り5号以下の小鉢中心の動きになり、前半は中値安定との見込み。 母の日は温度変化等もあり軟調相場になる見込み。 2～3月の低温・低日照の影響で生育遅れが一部発生している。温度変化が激しくなる時期なので、咲き前と水管理に注意した出荷をお願いしたい。 前年5月の主要県の入荷実績は、金額ベースのシェアで1位岐阜（45.3%）、2位愛知（25.3%）、3位愛媛（13.2%）となっている。			
	要				

単位：鉢、円／鉢

品目	区分		入荷量	卸売価格	前年及び本年の入荷量・価格の動き
	実績等				
ハイ ド ラ ン ジ ア	実績	2020年	2 3 1, 3 1 0	8 1 6	
		2021年	2 3 4, 9 3 4	9 5 8	
		2022年	2 4 6, 5 4 2	9 4 7	
		2023年	3 3 9, 4 9 9	1, 0 1 2	
		2024年	2 5 4, 8 0 5	9 5 6	
	5ヵ年平均		2 6 1, 4 1 8	9 3 8	
	2025年見通し		2 6 0, 0 0 0	9 3 8	
	概要	入荷量は前年より増加か。今年は2～3月の寒さと日照不足などで開花遅れがあるのに加え、前年は生産ロスが多かったが、現状はそこまで無く、母の日以降の下旬には前年より入荷増の見込み。 5月中心の取扱いで褐色系の玉アジサイ・額アジサイと八重系の品種は引き合いが強い。多品種小ロット生産がより一層増えてきている。相場は前年同様で厳しい予想である。 前年5月の主要県の入荷実績は、金額ベースのシェアで1位愛知（68.0%）、2位千葉（5.9%）、3位群馬（5.3%）となっている。			
ス パ テ ィ フ ィ ラ ム	実績	2020年	1 7, 5 9 2	3 1 1	
		2021年	1 6, 2 1 7	3 4 4	
		2022年	1 3, 9 8 1	4 2 8	
		2023年	1 3, 5 6 1	3 2 5	
		2024年	1 0, 4 8 9	3 3 6	
	5ヵ年平均		1 4, 3 6 8	3 4 9	
	2025年見通し		8, 0 0 0	4 0 0	
	概要	入荷量は前年より減少か。3号ポットでの生産は減少しており、出荷は4号から6号が中心になる見込み。 単価は入荷量の減少に伴い安定が見込まれ、ポットものが減る分、平均単価が上昇すると予測する。 前年5月の主要県の入荷実績は、金額ベースのシェアで1位三重（53.6%）、2位愛知（18.5%）、3位岐阜（16.1%）となっている。			
カ ー ネ ー シ ヨ ン	実績	2020年	2 1 5, 5 6 2	5 0 2	
		2021年	2 3 7, 3 6 6	5 4 8	
		2022年	2 5 9, 7 0 9	5 4 2	
		2023年	4 0 6, 4 7 4	5 3 4	
		2024年	3 3 4, 7 3 3	5 1 1	
	5ヵ年平均		2 9 0, 7 6 9	5 2 7	
	2025年見通し		3 3 4, 0 0 0	5 1 2	
	概要	入荷量は作付け減少が要因で前年より減少か。入荷減少となるものの、順調だった通販も陰りが見え始めた事や、量販店の計画販売に採用されなかった物等は競売での販売に苦戦が強いられると思われる。 前年5月の主要県の入荷実績は、金額ベースのシェアで埼玉が100%となっている。			



いいともあいち運動って知ってる??

- 県内の消費者と生産者が今まで以上にいい友関係になる
- Eat more Aichi products (イート モア アイチ プロダクツ)

＝もっと愛知県産品を食べよう（利用しよう）

愛知県の農林水産業の振興や農山漁村の活性化を通じて県民全体の暮らしの向上を図るため、県民の方々に「愛知県農林水産業の応援団」になってもらい、消費者と生産者が一緒になって愛知県の農林水産業を支えていくという「運動」です。

県民の方々に愛知県産農林水産物をもっと利用していただきたいという、「愛知県版地産地消の取組」でもあります。

あいち農産物生産流通レポート No.623
2025年5月発行
農業水産局農政部食育消費流通課
〒460-8501
名古屋市中区三の丸三丁目1番2号
電話 (052) 954-6434