平成25年7月
第14号

中央果実協会ニュースレター

特集:
・農林水産物の輸出について　p1

果樹をめぐる動き:
・「農業新技術 2013」に選定した「「不知火」等の主要中晩柑の夏季出荷技術」の紹介　p3
・「平成 25 年産うんしゅうみかん及びりんごの適正生産出荷見通し」について　p5

中央果実協会からのお知らせ:
・最近の果樹経営支援関係事業について　p5
・平成 24 年度果樹経営構造動向調査のうち「果樹経営分析等調査報告書」の概要（その 2）　p7
・平成 24 年度果物の消費に関するアンケート調査報告書（資料要旨）（その 2）　p9

コラム
・「健康日本 21」第二次推進計画が始まる　p10

業務日誌:　p12
お知らせ:　p12

特集

農林水産物の輸出について

農林水産省食料産業局輸出促進グループ

輸出の現状

農林水産物・食品の輸出額は 2004 年から順調に拡大し、2007 年には 5,160 億円でピークとなりましたが、その後、急激な円高やリーマンショックを契機とした世界的な経済不況により、2009 年には 4,454 億円まで落ち込みました。その後、一旦は持ち直したものの、2011 年3月の東日本大震災の影響等により再度落ち込み、2012 年の輸出額は前年比 0.3%減の 4,497 億円となっています。

2012 年の輸出額の内訳を輸出先国・地域別で見てみると、香港、台湾、韓国、中国をはじめとするアジアが約 73%、北米が約 17%を占めており、この2地域で全体の 90%を占めています。また、輸出額の内訳を品目別に見てみると、水産物・水産調製品が約 38%、加工食品が約 29%を占めており、青果物の輸出額は約 80 億で 2%弱となっています。

施策の展開方向

我が国では、少子高齢化等により農林水産物・食品市場が縮小傾向にあります。一方で、ある民間企業は、世界の食市場規模が 2009 年の 340 兆円から、2020 年には 680 兆円へと倍増する、特に中国・インドを含むアジア全体を考えると市場規模は 82 兆円から 229 兆円へと約3倍に拡大すると推計するところもあります（注：市場規模に日本は含まない）。

このため、我が国の農林水産業・食品産業の発展に向けた施策の展開方向としては、アジアをはじめとする世界の経済成長を取り込むべく、日本の食文化の普及に取組みつつ、世界の料理界での日本食材の活用（Made FROM Japan）、日本の「食文化・食産業」の海外展開（Made BY Japan）、日本の農林水産物・食品の輸出（Made IN Japan）を有機的に連携しながら推進して行くこととしています。

国別・品目別輸出戦略案

このような中、本年1月、安倍総理から林農林水産大臣に対し、農産品の輸出拡大策を強化するようにとの指示があり、これを受け、農林水産省では 1 月 29 日に林農林水産大臣を本部長とする「攻めの農林水産業推進本部」を設置し、その下部組織である戦略的対応推進委員会において、国別・品目別輸出戦略検討チームを立ち上げ、農林水産物・食品の輸出戦略を検討することとなりました。そして、厚生労働省、国税庁、ジェトロなどの関係省庁・機関の参画を得ながら作成した国別・品目別輸出戦略案について、全国9つのブロックで意見交換会を実施し、7月末日現在、こうした現場の意見を踏まえてブラッシュアップを行っているところです。

国別・品目別輸出戦略案においては、現在 4,500 億円前後で推移している農林水産物・食品の輸出額を 2020 年までに 1 兆円水準にするという目標の達成に向けて、日本食を特徴付けるコンテンツである①水産物、②加工食品、③コメ・コメ加工品、④林産物、⑤花き、⑥青果物、⑦牛肉、⑧茶の8つの重点品目と、食市場の拡大が見込まれる重点国・地域を設定し、現状の把握、分析、目標の設定を行っており、それぞれについて、輸出環境の整備や商流の確立、2020 年までの目標金額と、目標達成に向けた具体的な戦略を定めています。（別添1）

青果物の輸出戦略案

具体的な事例として、青果物の輸出戦略案においては、現在の主要な輸出先である台湾に加え、成長の著しい東南アジア等に着目し、富裕層だけでなく人口の多い中

間層もターゲットにして戦略的に市場を開拓するとともに、産地間連携、卸売市場の活用等により、りんごをメインにした多品目の周年供給体制及びジャパン・ブランドを確立することで、2012 年時点で約 80 億円の青果物輸出額を、2020 年までに約 3 倍の 250 億円にするという目標を設定しています。(別添2)

支援策

これまで農林水産省では、農林漁業者などに輸出の機会を提供することを目的として、輸出先国や輸出品目を問わず国内外での商談会の実施や、国際見本市への出展などの事業者の取組に対する支援を行ってきました。これまでの施策により輸出に取組む事業者の裾野が広がりましたが、一方で、①担い手が国内販売同様に産地主体となり、②輸出先は、将来性ではなく、香港など輸出しやすい地域に集中し、③輸出時期も周年ではなく、需要が集中する春節前などに偏るといった事態が生じました。この結果、限られたバイヤーに多数の産地の品が集中することにより、値引き合戦などの弊害も発生するようになりました。

このような事を改めるため、輸出戦略の策定にあたり、国の役割は、輸出にあたっての様々な障害を除去するなど、政府間交渉を通じた輸出環境の整備を行うことに集中していくこととし、商談会や国際見本市への参加など、川上から川下に至る総合的なビジネスサポートについては、補助事業(輸出総合サポートプロジェクト)を通してジェトロに実施して頂くこととしました。一方、事業者の団体等が実施する輸出の取組についても、日本の食を広げるプロジェクト事業のうち輸出に取組む事業者向け対策事業において、これまでの産地ごとの取組への支援に加え、ジャパン・ブランドの確立に向けた取組みへの支援や品目別輸出新興体制の整備を図る取組への支援などを実施し、また、輸出戦略の内容に沿った取組を重点的に支援対象としていくことにより、オールジャパンでの農林水産物・食品の輸出拡大策を積極的に進めていくこととしています。

(別添1)

農林水産物・食品の輸出促進のための具体的戦略

共通戦略

＜FBIのコラボ＞

- Made From Japan
  日本食材が世界を席巻
  ※世界中のシェフが日本のゆずをメニュー化
  ※中華料理の高級食材として輸出されるホタテ
- Made By Japan
  日本の「食文化・食産業」の海外展開
- Made In Japan
  国別・品目別輸出戦略を策定し、日本食を特徴づけるコンテンツの輸出による輸出拡大。

＜3つのE＞

1. Enter・・・原発事故の影響への対応、相手国が求める基準・認証への対応等の輸出環境の整備
2. Establish・・・マーケティングなど商流の確立支援
3. Expand・・・A-FIVEの活用など商流拡大支援

国別・品目別戦略(案)のポイント 【日本の農林水産物・食品の輸出 (Made In Japan)】

	2012年	＜特徴的戦略＞	＜重点品目＞	＜重点国・地域＞	2020年
水産物	1,700億円	● 日本の魚のブランディング ● 品質管理体制の確立 ● 迅速な衛生証明書発給体制の構築	①資源に余裕があり、輸入国で一定の食習慣があるもの (例:ブリ、サバ等) ②国際競争力のある水産加工品 (例:第二のかにかま、ファストフィッシュ) ③国際商材 (例:ホタテ、サケ)	①水産物の消費量が多く、日本産が評価されている地域 (例:東アジア、EU 等) ②所得が拡大しており、魚の需要増加が見込める地域 (例:東南アジア、アフリカ)	3,500億円
加工食品	1,300億円	● made by の取組に伴う日本からの原料調達の増加、輸出環境整備、食文化発信により、「出せる市場に出す」から「出したい市場に出す」へ	日本の「食」を特徴づけるコンテンツであるみそ・しょうゆ等の調味料、菓子類・清涼飲料水、健康食品、レトルト食品	EU、ロシア、シンガポール、タイ、ベトナム、インド等	5,000億円
コメ・コメ加工品	130億円	● 現地での精米の取組や炊飯ロボットと合わせた外食への販売 ● 日本酒等コメ加工品にも重点	コメ、米菓 パックご飯、日本酒	香港、シンガポール、豪州、EU 米国、インド、ブラジル 等	600億円
青果物	80億円	● 台湾に加え、東南アジア等新規市場の戦略的な開拓 ● 市場の活用等周年供給の確立	りんご、柑橘類、いちご、ながいも、かんしょ	台湾 東南アジア(タイ、インドネシア、ベトナム等)	250億円
牛肉	50億円	● マーケットの大きい欧米における重点的なプロモーション ● 多様な部位の販売促進 ● 焼肉等の日本の食文化と一体的なプロモーション		米国、EU、香港、シンガポール 【輸出解禁に向けた衛生協議】 ロシア、台湾、中国等と協議中	250億円

2020年までに輸出額一兆円目標を実現

※ この戦略案については、地域ブロック毎に意見交換を実施し、現場とのコミュニケーションを取りつつ、ブラッシュアップを行う。

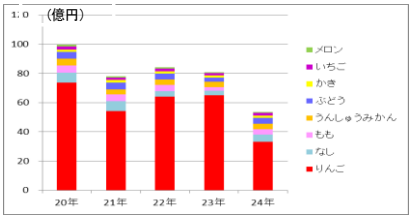
(別添2)

青果物の輸出戦略

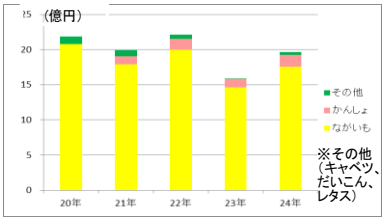
輸出等の現状

○ 野菜・果実等の輸出は、円高や世界的不況等により、平成19年をピークに減少傾向（H24 約80億円）。

【果実】
主要な果実の輸出額のうち、約6割を「りんご」が占める。
輸出先は、台湾・香港で全体の約9割。



【生鮮野菜】
主要な生鮮野菜の輸出額（H24）のうち、約9割を「ながいも」が占める。
輸出先は、台湾・香港で全体の約7割。



分析

○ 現在の主要輸出先である台湾に加え、成長の著しい東南アジア等に着目した戦略的な市場開拓が重要。

○ 青果物をジャパン・ブランドとして確立するためには、マーケティングと品揃え、周年供給の確保が重要。

○ 一方で、原発事故に伴う規制によって、主要取引先である台湾・香港で、一部地域からの輸入を停止中。
（具体例）
いちご・・・栃木県
なし・・・・・福島県、栃木県
もも・・・・・福島県

2020年目標と対応方向

○ 輸出額目標：250億円。

○ 重点国：
台湾、東南アジア（タイ、インドネシア、ベトナム）等

○ 方向性：
①重点国における富裕層に加え、人口の多い中間層をターゲットとし、マーケティングやビジネスサポートの強化により市場開拓
②産地間連携、卸売市場の活用等により、りんごをメインに他の品目を組み合せ、日本産青果物が海外の店舗に常時並ぶ供給体制を整備

○ 輸出環境整備：
①原発事故による輸入停止の解消
②検疫等の制限に対する戦略的な働きかけ

果樹をめぐる動き

「農業新技術 2013」に選定した「「不知火」等の主要中晩柑の夏季出荷技術」の紹介

農林水産省農林水産技術会議事務局研究推進課　課長補佐（推進班）　吉田めぐみ

農林水産省では、近年の農業関係の試験研究機関による研究成果のうち、早急に農業生産現場へ普及すべき重要な技術を「農業新技術 200X」として毎年選定し、行政部局、普及組織及び研究機関等が連携して生産現場への迅速な普及に向けて取組むこととしています。今年は「農業新技術 2013」として、5つの技術を選定し、4 月 5 日に公表しました。そのうち、果実関係の技術として、「「不知火」等の主要中晩柑の夏季出荷技術 」を選定しましたのでご紹介します。（なお本技術は、愛媛県農林水産研究所果樹研究センターみかん研究所と熊本県農業研究センター果樹研究所でそれぞれ開発された技術を併せて紹介したものです。）

柑橘類の産地では、主要品目であるウンシュウミカンの販売価格が低迷していることから、「不知火」等の高品質中晩柑への転換が進んでいます。しかしながら、中晩柑の出荷期間が主として 2～5 月に限定されるため、増産による値崩れの発生が懸念されます。このため、従来は鮮度低下や腐敗等により出荷が困難であった 6 月以降の時期まで中晩柑を出荷できる技術が求められていました。

そのような中、開発されたのが、鮮度保持資材（「MA 包装資材」や「カ

（図 1）

ワラヨモギ抽出物製剤」）の利用と貯蔵温度管理により、中晩柑を 6～8 月まで鮮度よく保存し出荷できる技術です（図1）。

「MA 包装資材」は、フィルム上の微細孔によりガス透過量を制御し、包装内の空気を「低酸素、高二酸化炭素」の状態にし、果実の呼吸を抑えることにより鮮度保持できる資材です。また「カワラヨモギ抽出物製剤」は、貯蔵中の柑橘果実の腐敗や果皮障害を抑制するなどの効果がある植物成分由来の食品添加物（保存料）製剤で、愛媛県の試験では、本剤の塗布により MA 包装資材のみ使用した場合より、中晩柑の鮮度保持期間が更に 1 ヶ月程度延びるデータが得られています。

これらの技術により、熊本県では「不知火」について、収穫果実を MA 包装資材で包装し、20℃以下で管理することにより6～7 月上旬までの出荷を可能としており、愛媛県では、収穫果実をカワラヨモギ抽出物製剤の塗布後にMA包装資材で包装し温度管理することで、「清見」・「不知火」は 8 月まで、「河内晩柑」は 7 月上旬までの出荷を可能としています。（なお保存に適する温度は品種や貯蔵期間により異なります。）両県では既に生産現場での技術の利用が拡がりつつあります。

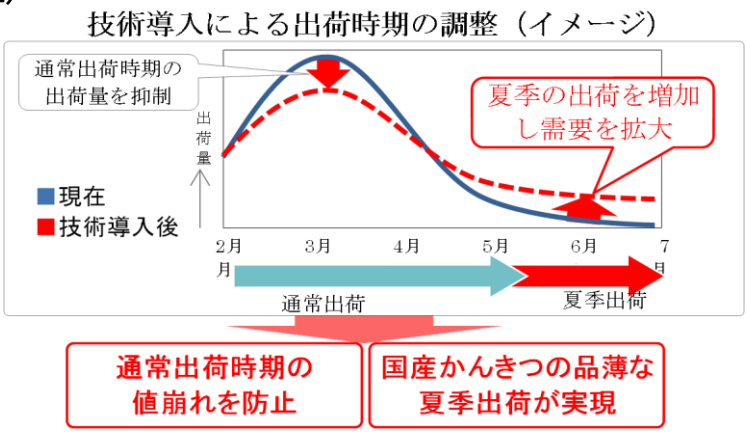
本技術の利用により、中晩柑の通常出荷時期の出荷量を抑制し値崩れを防止することが可能になるとともに、国産かんきつが品薄な夏季出荷による高単価販売が期待されることから、柑橘生産における経営安定と所得向上に役立つことが期待されます（図2）。

本技術を含む「農業新技術 2013」については、次の URL で紹介しています。

「農業新技術 200X」
http://www.s.affrc.go.jp/docs/new_technology.htm

技術に関するお問い合わせ先（開発機関窓口）は上記 HP に掲載している「本編（冊子）」の 8 頁に、また資材の入手先等の情報については同 HP に「補足情報」として暫定的に掲載しています。また、今後 8 月上旬を目処に、個別技術の内容をわかりやすく解説した「農業新技術 2013 解説編」を HP に掲載する予定としていますので、併せてご活用ください。また同 HP では、これまでに「農業新技術 200X」として選定した果実関係の技術として、「貯蔵用・樹上完熟用ウンシュウミカンの浮皮軽減技術」（農業新技術 2011）、「落葉果樹の溶液受粉技術」（農業新技術 2009）等も紹介していますので、ご活用ください。

（図 2）



「平成 25 年産うんしゅうみかん及びりんごの適正生産出荷見通し」について

農林水産省は、5 月 31 日、うんしゅうみかん及びりんごについて需要に即した生産と計画的な出荷を図るため、適正生産出荷見通しを右記のとおり策定しました。詳しくは農林水産省の HP（http://www.maff.go.jp/j/press/seisan/ryutu/130531.html）にてご確認ください。

【みかん】

(1) 予想生産量　93 万 t
(2) 適正生産量　93 万 t
(3) 適正出荷量　83 万 t
　ア　生食用　73.5 万 t
　イ　加工原料用　9.5 万 t
　　うち果汁用　7 万 t
　　うち缶詰用　2.5 万 t

【りんご】

(1) 予想生産量　80 万 t
(2) 適正生産量　80 万 t
(3) 適正出荷量　71.1 万 t
　ア 生食用　60.2 万 t
　イ 加工原料用　10.9 万 t
　　うち果汁用　10 万 t

中央果実協会からのお知らせ

最近の果樹経営支援関係事業について

1. 果樹経営支援対策事業について

(1)　果樹経営支援対策事業は、果樹産地自らが策定する果樹産地構造改革計画（以下「産地計画」という。）に基づき当該産地の担い手を支援対象者として、優良な品目又は品種への転換、小規模園地整備その他の経営基盤を強化する取組に必要な経費を補助するものです。本事業は、平成 19 年度から 22 年度までの第1期に続き、平成 23 年度から 26 年度までの予定で第2期の事業が実施されています。

(2)　産地計画は、平成 16 年に定められた農林水産省生産局長通知に基づき策定されるもので、対象となる産地は、集出荷施設を核として一体的に生産及び出荷を行っている生産出荷組織又は同一の地域で共通する主産品目を生産する地縁的な集団の範囲となっています。計画では、目指すべき産地の姿として、担い手の考え方、担い手の数の目標、農地利用計画（維持する園地及び廃園する園地の明確化等を含む。）、生産を振興する品目・品種、品目・品種別の生産目標、計画等を具体的に記載することが求められています。計画の対象期間は、原則として 5 年間で、10 年後の「目指すべき産地の姿」を念頭に、3 年後及び 5 年後の目標値を設定することとされています。計画主体は、産地をカバーする生産出荷団体、市町村、生産者の代表者、普及指導センター、農業委員会、農業共済組合等による協議会（「産地協議会」）となっています。

(3)　平成 23 年度からは、これまでの経営支援対策事業における改植事業に加え、改植後、経済樹齢に達するまでの期間の育成資材費等を補助する果樹未収益期間支援事業が新たに開始されました。これに伴い平成 23 年度においては、産地における優良品目・品種への改植の意欲が高まり、事業要望額が当初予算額を上回ったため、農林水産省のご理解を得て、他の予算科目から流用する予算の変更手続きをとって対応しました。

また、平成 24 年度においては、23 年度と同じ枠組みで事業を実施し、予算についても 23 年度と同様に変更手続きを行って対応しました。25 年度においても、24 年度と同様の内容で、事業を実施しているところです。

2. 平成24年度事業実施状況について

(1)　事業実施計画の概要

平成 24 年度の事業計画承認状況については、補助金の総額は 43 億 66 百万円であり、その内訳は、整備事業が 25 億 61 百万円、推進事業が 50 百万円、推進事務費が 51 百万円、未収益期間支援事業が 17 億 04 百万円となっています。

整備事業をみると、改植・高接ぎが 18 億 42 百万円で全体の 72%、園内道路や用水・かん水施設等その他の整備事業が 7 億 19 百万円で全体の 28%を占めています。前年度と比較すると、整備事業の補助金額 25 億 61 百万円（前年度 25 億 42 百万円）、改植・高接 18 億 42 百万円（同 18 億 02 百万円）、その他の整備事業 7 億 19 百万円（同 7 億 40 百万円）のいずれも、ほぼ同額となっています。

また、推進事業をみると、大苗育苗（青森・長野・埼玉・広島・福岡・佐賀県）が 95%を占め、新技術の導入支援（群馬・三重・長崎県）が 4%、販路開拓の推進強化（鹿児島県）が 1%となっています。

さらに、補助金の総額を都道府県別に見ると、青森県が 7 億 80 百万円と最も多く、次いで、和歌山県、熊本県、愛媛県、長野県、静岡県の順となっており、いわゆる果樹の主産県を中心として、産地の生産体質をより強化するための積極的な事業の展開が図られています。

(2) 改植事業及び未収益期間支援事業の概要

品目別の改植事業、未収益期間支援事業の計画承認ベースの推移を別表に示します。

平成 24 年度の改植事業面積で最も多かった品目はうんしゅうみかんの 292ha（前年度 263ha）、次いでりんごの 241ha（前年度 280ha）、その他かんきつの 134ha（同 126ha）となっており、ぶどう 39ha（同 23ha）、うめ 36ha（同 21ha）、くり 32ha（同 26ha）、かき 22ha（同 13ha）などが前年度より増加した一方で、もも 21ha（同 26ha）のように前年度より減少したものもあります。

未収益期間支援事業については、改植事業を実施した園地で併せて利用されていることから、全体としては、改植事業面積の増加に対応して、未収益期間支援事業面積も増加している状況にあります。

3. 平成25年度事業の推進について

(1) 平成 24 年度に事業実施計画承認を受けた事業規模が平成 23 年度とほぼ同様となっている中で、平成 25 年度の第 1 次計画承認申請（平成 25 年 4 月末締切）においては、事業要望額が平成 24 年度の同時期に比べ2割程度減少しています。

(2) これは、今後、予算要望枠を確保していく上で、憂慮すべき状況であり、以下を中心に平成 25 年度事業の推進を図っているところです。

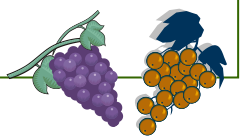
① 来年度以降実施を予定している事業の前倒しの検討

② 豪雪や凍霜害の被害を受けた産地における改植事業等の実施への誘導

③ 改植事業（定額補助分）における年度内確認・補助金支払の実施

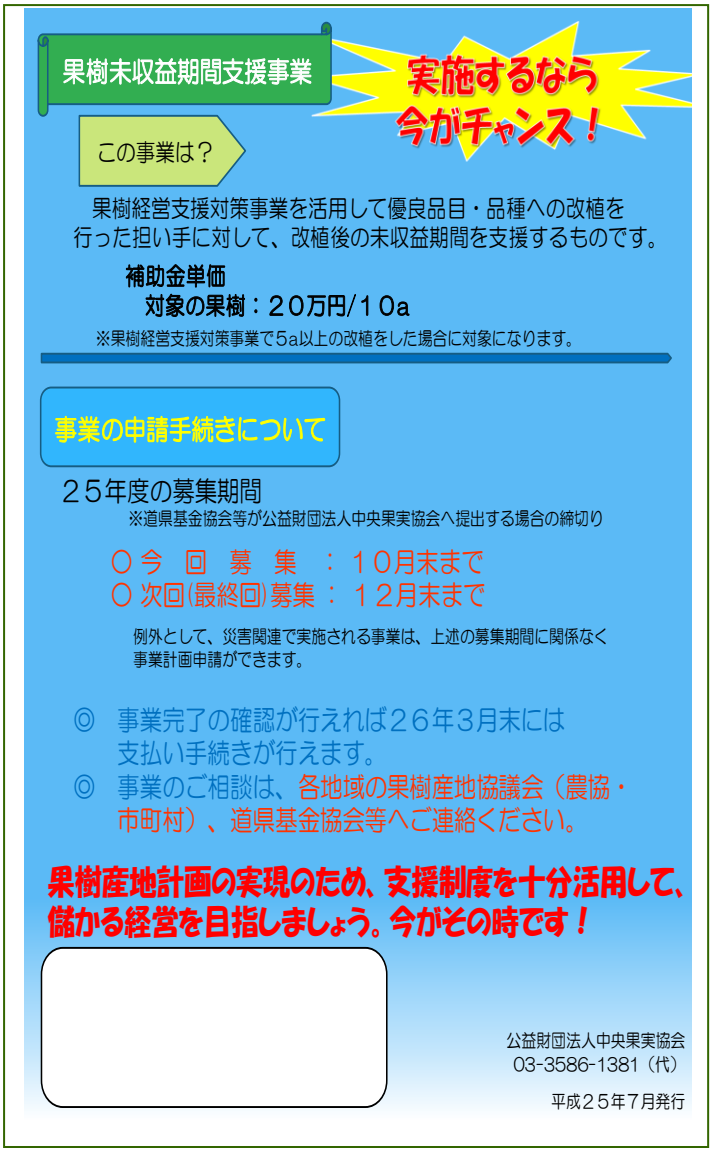
(3) 当協会においては、7 月～8 月に全国 4 か所で果樹経営支援対策事業の推進に関する会議を開催することとしていますが、道県基金協会をはじめとする関係者におかれましても、事業の一層の掘り起こしをお願いいたします。

なお、今後の計画承認申請の受付は、当初予定の 10 月末日に加えて 12 月末日の締切を設定することとしています。（平成 25 年冬季の雪害に対応した対策としてりんごの改植等の事業を行う場合など、災害関連での事業実施の場合は、事業実施計画の申請を随時受け付けることとしています。）



平成22～24年度果樹経営支援対策事業計画承認（改植・未収益）

品目	22年度改植			23年度改植			23年度未収益			24年度改植			24年度未収益		
	園地数	面積(㎡)	補助金額(千円)	園地数	面積(㎡)	補助金額(千円)	園地数	面積(㎡)	補助金額(千円)	園地数	面積(㎡)	補助金額(千円)	園地数	面積(㎡)	補助金額(千円)
うんしゅうみかん	2,447	3,085,504	678,748	2,132	2,628,957	575,620	2,064	2,598,871	519,774	2,307	2,919,809	639,431	2,212	2,877,834	575,327
かんきつ	1,078	1,098,641	234,201	1,158	1,263,758	268,941	1,114	1,250,429	250,086	1,240	1,335,111	284,904	1,195	1,340,625	267,534
りんご	1,489	1,896,176	568,438	1,994	2,803,561	797,092	1,976	2,842,995	568,599	1,943	2,411,106	697,229	1,893	2,427,370	485,138
ぶどう	40	81,786	9,481	151	225,858	20,873	147	223,370	44,674	244	390,208	32,645	243	389,908	76,472
なし	45	56,557	11,266	75	113,371	19,361	80	118,078	23,616	87	116,730	23,494	92	128,625	25,557
もも	55	64,872	7,409	226	264,202	20,125	221	264,486	52,897	202	208,371	13,872	200	206,724	41,097
おうとう	10	9,760	811	24	25,801	2,939	22	25,192	5,038	26	38,101	6,055	25	37,851	7,410
びわ	27	22,297	4,059	15	10,022	1,255	12	9,332	1,866	10	9,786	1,364	9	9,439	1,888
かき	37	69,520	12,961	79	130,253	21,812	77	126,447	25,289	155	219,007	35,131	155	219,007	43,661
くり	11	30,039	5,630	108	264,183	11,465	108	264,183	52,837	120	319,346	17,489	117	317,363	63,186
うめ	48	59,553	12,511	136	211,082	24,716	136	211,082	42,216	228	362,196	42,686	226	362,428	72,436
すもも	18	14,622	1,713	18	21,454	2,776	17	20,998	4,200	27	47,547	7,444	26	47,347	9,294
キウイフルーツ	28	32,856	5,577	41	62,490	10,376	40	62,275	12,455	44	55,191	8,344	43	54,696	10,939
その他	70	98,350	20,309	85	138,116	22,200	77	129,717	25,943	162	259,892	29,820	74	120,175	24,021
計	5,403	6,620,533	1,573,115	6,242	8,163,108	1,799,550	6,091	8,147,455	1,629,491	6,795	8,692,401	1,839,907	6,510	8,539,392	1,703,959



平成 24 年度果樹経営構造動向調査のうち「果樹経営分析等調査報告書」の概要（その 2）

前号では「1.販売農家・果樹作の経営等の分析」について、分析結果のポイントをご紹介しましたが、今号では、担い手果樹作経営の経営動向として、りんご作・みかん作の大規模経営の経営分析を紹介します。

果樹を代表するりんご作及びみかん作の「大規模果樹経営（当該品目植栽面積 3.0ha 以上）」について、より高い部門所得を得ている経営の特徴・要因は何なのかを、10a 当たり部門所得が平均値より低いグループ（以下、「低収益グループ」）という。）、平均値より高いグループ（以下、「高収益グループ」という。）の二つに分けて集計し、比較分析を行いました。

1. 分析結果

りんご作及びみかん作とも共通して言えることは、高収益グループは、低収益グループに比べて部門経営費は比較的差が少ないものの、部門粗収益は 4～6 割多く、その結果、粗収益と経営費の差額である部門所得は 3～6 倍弱も多いという結果となりました。

2. りんご作経営（平成 20～22 年平均値）

りんご植栽面積は、低収益グループに比べて高収益グループは 9 割程度の水準とやや少ない。

部門所得(3ha 以上経営平均 421.8 万円)は、低収益グループが 136.4 万円、高収益グループが 677.2 万円となっている。

このように高収益グループが低収益グループに比べて、部門所得については約 5 倍（金額差は 540.8 万円）の格差があるのは、高収益グル

「りんご作経営 3ha 以上経営」の「低収益ｸﾞﾙｰﾌﾟ・高収益ｸﾞﾙｰﾌﾟ」の比較 （平成 20～22 年平均）

区分			3.0ha以上平均	低収益ｸﾞﾙｰﾌﾟ	高収益ｸﾞﾙｰﾌﾟ	対比（%）	対差
			a	b	c	c/b×100	c－b
集計経営体数			16	7	9	135	2
経営全体	農業所得	千円	4,559	1,431	7,338	513	5,907
	農業粗収益	〃	14,414	11,896	16,809	141	4,913
	農業経営費	〃	9,855	10,465	9,471	91	？994
	農業所得率	%	31.6	12.0	43.7	364	32
	月平均農業経営関与者数	人	3.25	3.44	3.10	90	？0
	経営耕地面積	a	628	720	532	74	？188
	果樹植栽面積	a	414	465	369	79	？96
りんご部門	**りんご植栽面積**	〃	**380**	**401**	**362**	**90**	**？39**
	りんご生産量	Kg	81,892	73,040	90,699	124	17,659
	部門労働時間	時間	7,581	8,099	7,165	88	？935
	部門所得	千円	**4,218**	**1,364**	**6,772**	**496**	**5,408**
	部門粗収益	〃	12,622	10,204	14,965	147	4,761
	部門経営費	〃	8,404	8,839	8,193	93	？646
	農業雇用労賃	〃	1,772	2,142	1,426	67	？716
	種苗・苗木	〃	1,129	1,253	1,000	80	？253
	農業薬剤	〃	1,196	1,133	1,274	112	141
	農機具費	〃	682	656	815	124	159
	包装荷造・運搬等料金	〃	985	1,074	959	89	？115
りんご部門10a当たり	**部門労働時間**	時間	199	202	198	98	？4
	整枝・せん定	〃	25	29	21	74	？8
	授粉・摘果	〃	50	51	49	97	？2
	管理・袋掛け・除袋	〃	56	55	57	104	2
	収穫・調製	〃	35	35	35	100	？0
	包装・荷造・搬出・出荷	〃	19	19	19	99	？0
	部門所得	千円	**111**	**34**	**187**	**550**	**153**
	部門粗収益	千円	**332**	**254**	**413**	**162**	**159**
	りんご生産量	kg	2,153	1,821	2,505	138	684
	りんご販売価格(1kg当たり)	円	153	139	164	118	25
	部門経営費	千円	**221**	**220**	**226**	**103**	**6**
	農業雇用労賃	〃	47	53	39	74	？14
	種苗・苗木	〃	30	31	28	88	？4
	農業薬剤	〃	31	28	35	125	7
	農機具費	〃	18	16	23	138	6
	包装荷造・運搬等料金	〃	26	27	26	99	？0
部門所得率		%	33.4	13.4	45.3	338	32
家族農業労働1時間当たり部門所得		円	790	168	1,312	781	1,144

「みかん作経営 3ha 以上経営」の「低収益ｸﾞﾙｰﾌﾟ・高収益ｸﾞﾙｰﾌﾟ」の比較（平成 20～22 年平均）

区分			3.0ha以上平均	低収益ｸﾞﾙｰﾌﾟ	高収益ｸﾞﾙｰﾌﾟ	対比（%）	対差
			a	b	c	c/b×100	c－b
集計経営体数			18	8	10	121	
経営全体	農業所得	千円	4,586	3,101	6,707	216	3,606
	農業粗収益	〃	15,022	13,530	17,176	127	3,645
	農業経営費	〃	10,437	10,429	10,469	100	40
	農業所得率	%	30.5	22.7	38.9	171	16.2
	月平均農業経営関与者数	人	3.41	3.38	3.50	104	0.12
	経営耕地面積	a	483.2	497.1	466.9	94	？30.2
	果樹植栽面積	a	446.5	459.0	433.3	94	？25.7
みかん部門	**みかん植栽面積**	〃	**393**	**402**	**386**	**96**	**-16**
	みかん生産量	Kg	86,368	80,174	95,707	119	15,533
	部門労働時間	時間	6,292	5,968	6,830	114	861
	部門所得	千円	**3,939**	**2,192**	**6,437**	**294**	**4,245**
	部門粗収益	〃	12,628	10,818	15,268	141	4,450
	部門経営費	〃	8,690	8,626	8,832	102	205
	農業雇用労賃	〃	1,445	1,485	1,410	95	？75
	種苗・苗木	〃	1,147	1,134	1,168	103	34
	農業薬剤	〃	1,143	1,043	1,289	124	246
	農機具費	〃	442	476	489	103	13
	包装荷造・運搬等料金	〃	791	786	822	105	36
10a当たり	**部門労働時間**	時間	160	149	177	119	28
	整枝・せん定	〃	22	22	22	98	？1
	授粉・摘果	〃	23	20	28	137	7
	管理・袋掛け・除袋	〃	11	8	16	185	7
	収穫・調製	〃	51	48	55	116	7
	包装・荷造・搬出・出荷	〃	26	25	28	113	3
10a当たり	**部門所得**	千円	**100**	**55**	**167**	**306**	**112**
	部門粗収益	千円	**321**	**269**	**396**	**147**	**126**
	みかん生産量	kg	2,201	2,001	2,465	123	464
	みかん販売価格（1kg当たり）	円	142	132	154	117	22
	部門経営費	千円	**221**	**215**	**229**	**107**	**14**
	農業雇用労賃	〃	37	37	37	99	？0
	種苗・苗木	〃	29	28	30	107	2
	農業薬剤	〃	29	26	33	129	7
	農機具費	〃	11	12	13	107	1
	包装荷造・運搬等料金	〃	20	20	21	109	2
部門所得率		%	31.1	19.6	42.0	214.5	22.4
家族農業労働1時間当たり部門所得		円	795	455	1,205	265	751

ープは低収益グループに比べて、部門粗収益が5割弱多い一方、農業経営費が 1 割弱少ないことによるものです。部門粗収益の格差については、高収益グループは低収益グループに比べて、10a 当たり収量は 38%、販売単価は 18%高いことが主な要因となっています。

3. みかん作経営 （平成 20～22 年平均値）

みかん植栽面積は、低収益グループに比べて高収益グループは 96%の水準とやや少なくなっています。

部門所得(3ha 以上経営平均 393.3 万円)は、低収益グループが 219.2 万円、高収益グループが 643.7 万円となっています。この両グループの部門所得をみると、部門経営費は差が比較的少ないのに対して、部門粗収益が大きく違うことが分かります。

この部門粗収益の違いを、みかんの 10a 当たり収量と販売単価に分けてみると、高収益グループは低収益グループに比べて、10a 当たり収量は 23%、販売単価は 9%高いことが要因となっています。

平成 24 年度果物の消費に関するアンケート調査報告書(資料要旨)(その 2)

3 調査のまとめの概要(注:以下(p)は報告書該当ページを示します。

【消費者へのアプローチ方法】

国が、「食事バランスガイド」で健康増進のために果物を毎日2つ(概ね200g)摂ることを勧めていることを知っているかという設問では、「知らなかった」(46.6%) が「知っている」(18.2%)を大きく上回っている(p88)ように、果物摂取量が一日当たり 200g必要であることは、あまり知られていない。果物摂取増進を図るためには、果物への認識を、消費者の中で「嗜好品」から「食生活必需品」に変えていくことが必要である。

このため、果物への認識を、

「野菜は必需品。実は、果物も。」

－1日に必要な野菜は350g・果物は200gです。知っていましたか？－

などのスローガンを消費者に投げかけていくことが重要である。

また、今回の調査では、年齢層別での分析軸で各項目それぞれに特徴が現れており、若年層と高年層では果物への接し方が大きく違うことが分かった。 世代が異なれば、食事の場面や摂取の仕方も全く異なっている。全ての消費者に同じ投げかけをするのではなく、それぞれの年齢層に合った投げかけが必要である。

(1)若年層(20代)に対して

＜若年層(20代)の特徴＞

・果物摂取を特に意識はしていない/摂れていない。(50.8% :全体＋7.7ポイント)(注)全体に比べて若年層(20代)のかい離を表わしている。以下各年齢層において同じことを表している。(p24)

・今後、果物の摂取を増やしたい。(60.1%:全体＋10.6ポイント)(p50)

・果物は値段が高いので、たくさん摂取できない。(33.1%:全体＋5.8 ポイント)(p23)

・果物は皮をむくなど手間がかかるので、摂取できない。(14.1%:全体＋6.4ポイント)(p23)

・購入(摂取)場所は、スーパーマーケットに次いでコンビニエンスストアが多い。(生鮮果実 21.9%:全体＋10.1ポイント、果物加工品 45.3%:全体＋15.1ポイント(p38)

・果物の摂取機会はおやつ時。(24.1%:全体＋5.3ポイント)(p17)

＜ポイント＞

摂取量は少ないものの、「果物は摂らなくてはいけない」と思っている。だが、「値段」や「手間」などが障壁となり、普段からなかなか食べる機会を作ることができていない。

＜アプローチ方法＞

―果物は意外と摂りやすい―

若年層には、いきなり「果物を1日200g摂るべきである」というアプローチではなく、身の回りにあるドリンク、お菓子、ヨーグルト等の果物加工品から摂り入れていくようアプローチすることも肝要である。

＜コンセプト＞

果物を選ぼう！！

果物を「食べよう！！」ではなく、「選ぼう！！」。お菓子やドリンクを選ぶ際、果物の入ったものを、自身の身体のため、身近なところから積極的に選ぶよう促していく。

(2)中年層(30～50代)に対して

＜中年層(30～50代)の特徴＞

・果物の摂取を特に意識はしていない/摂れていない。(42.9%:全体－0.2ポイント)(p106)

・今後、果物摂取量を「増やしたい」と「特に変えようと思わない」は同程度。(それぞれ、51.4%、48.3%)(p109)

・果物は値段が高く食費に余裕がない。(30.0%:全体＋2.7 ポイント)(p105)

・果物を摂る理由は「おいしく好きだから」(41.4%:全体－1.8 ポイント)。次いで、「健康に良いから」(25.4%:全体＋1.4ポイント)。(p104)

・果物はおいしい。(78.6%:全体－1.5%)(p107)

・生鮮果物の購入(摂取)場所はスーパーマーケット。(91.6%:全体±0.0 ポイント)(p108)

・果物の摂取機会は朝食時。(39.1%:全体－0.3ポイント)(p103)

いずれの結果も全体のスコアと大差なく、20 代と 60 代の中間に位置し、中年層全体でみると、大きな特徴は捉えにくい。

＜ポイント＞

若年層と高年層の両方へのアプローチが必要であろう。また、果物を摂る理由として「健康に良いから」をあげる割合が他の年齢層よりも高い（p104）ことから、高年層への過渡期である中年層には将来顕在化してくる生活習慣病への予防として、果物を訴求していきたい。

＜アプローチ方法＞

健康面からのアプローチが効果的

健康に不安を感じ始めて、自身の健康を意識し始める中年層には、健康改善・増進へのきっかけとして「果物の摂取」という方法があることを、気付きとして与えていく。

＜コンセプト＞

毎日の果物がメタボを防ぐ

体型などの外見にも影響し、中年層に特に関心が高いと考えられるメタボリック症候群からのアプローチが最も効果的であると思われる。

（3）高年層（60代）に対して

＜高年層（60代）の特徴＞

・果物摂取は意識していて、摂れている（40.0% ：全体＋15.7 ポイント ）（p24）であるが、1日摂取量「200g以上」層は 25.9%、「100g～200g未満」層は 50.5 %。（p20）

・今後、果物の摂取量は特に変えようとは思わない。（63.3%：全体＋13.3ポイント）（p50）

・果物の摂取は習慣になっている。（8.3%：全体＋2.7 ポイント）（p18）

・果物はなるべく毎日食べたい。（49.5%：全体＋6.6 ポイント）（p30）

・生鮮果物の購入（摂取）場所はスーパーマーケット。（94.4%：全体＋2.8ポイント）（p37）

・果物の摂取機会は朝食時。（44.7%：全体＋5.3 ポイント）（p17）

＜ポイント＞

果物は「摂取した方がよい」と思っており、実際に自分は摂れていると考えているため、これ以上果物は摂取しなくても現状で十分という認識を持っている。また、果物を摂取することがある程度習慣化されているが、実際は1日 200gまであと少し足りていない。

＜アプローチ方法＞

果物200gのイメージ化

高年層は「毎日くだもの200g」達成に近いところにいるが、「現状の摂取量で充分摂れている」という認識があるため、「あと少し足りていない」ということを気付かせる必要がある。果物200gが具体的にどの程度の量なのか、肌感覚での理解に至るよう、店頭での本物の「200gの果物」の提示や、分かりやすい映像化で「健康まであともう一歩」をアピールすることが肝要である。

＜コンセプト＞

＋50gプロジェクト

現状の摂取量にあと少し付け加えて果物を摂れば、生活習慣病の予防や健康的な生活、家族の健康につながるとしてアプローチしていく。果物摂取が習慣化されているため、継続的に＋50gを摂取してもらえると推察できる。また、習慣化により同居している若年層にも果物摂取の影響を与えられると考えることができる。

コラム

「健康日本21」第二次推進計画が始まる

独立行政法人　農業・食品産業技術総合研究機構果樹研究所　専門員　　田中　敬一

1. はじめに

「健康日本21」とは、新しい考え方による国民健康づくり運動です。この運動は、自らの健康観に基づく一人ひとりの取り組みを支援し、健康を実現することを理念としています。

この理念に基づいて、疾病に対する生活習慣など健康に関わる具体的な目標を設定し、十分な情報提供を行い、自己選択に基づいた生活習慣の改善により、一人ひとりが稔り豊かで満足できる人生を全うできるようにし、併せて持続可能な社会の実現を図るものです。2013年4月より「健康日本21」の第二次推進計画が始まりました。

2. 公衆衛生の重要性

治療技術は時代とともに進歩し、様々な新しい治療法が開発されてきました。しかし、一方で、医療費の増加による負担の問題や、集団全体に対する治療効果への疑問が生じてきました。

1974年にカナダのラロンド保健大臣は、公衆衛生の活動を、それまでの単純な疾病予防から、国民全体の健康増進活動へ重点を移しました。疾病の原因も単一な特定病因論から、長期にわたる多数のリスク要因に基づく原因論に再構築する画期的な理論でした。

1979年、ラロンド報告の基本概念に基づいて、アメリカ厚生省はヘルシーピープル（Healthy People）という新たな国民的健康政策を打ち出しました。

疾病発生に関与する因子を解析したところ、医療システムが10%であったのに対して、生活習慣は50%と大きく関与していることが分かりました（表1）。このことは、国民の健康を守るためには一人ひとりの生活習慣の改善が、きわめて重要であることを示しています。

そのため、ヘルシーピープルでは、こうした科学的に立証された根拠をもとに、数値目標を年代別に設定し、国民運動としてその数値目標を達成する運動を進めています。

表1 '疾病の発生に関与する４つの因子

因子	寄与度
不適合医療システム因子	10%
不健康な生活習慣因子	50%
社会環境因子	20%
遺伝因子	20%

(アメリカ・ヘルシーピープル、1979)

3. 我が国の健康増進施策と目標

1)第一次推進計画の評価

2000年から始まった「健康日本21」(第一次)の評価が行われ、35項目、約6割に改善が見られた一方で、9項目、約15%が悪化していました。

果物は、ガン予防の中で 、「1日の食事において、果物類を摂取している人の割合を成人で60パーセント以上」と目標値が設定されていました。しかし、評価委員会は、「果物を摂取していない人の割合が増加」しており、開始時より悪化していると判定しました。

こうした「健康日本21」の第一次の評価結果から今後の課題として、高血圧有病率の改善がみられるものの、高齢者を中心に依然として高く、国民全体での予防対策の強化が必要であるとしました。また今後、肥満の増加に伴う血圧上昇も懸念されることから、肥満対策が重要であると述べています。食塩摂取量は目標に達していないため、継続した減塩対策も必要であるとしています。

さらに、カリウム摂取量は低下傾向にあり、血圧上昇への影響が懸念されるため、果物・野菜の摂取増加等の対策が必要であるなど、次期推進計画のための課題を示しました。

2)第二次推進計画

第二次推進計画の「栄養・食生活」では、次の3つが目標とされています。1)健康寿命の延伸・健康格差の縮小、2)生活の質の向上、3)社会環境の質の向上、です。

その中で、食品では、果物・野菜の摂取量の増加を上げるとともに、食塩の削減を目標としています(表2)。

その科学的根拠は以下の通りです。果物・野菜の摂取量の増加は、体重コントロールに重要な役割があること、循環器疾患、2型糖尿病の一次予防に効果があることが報告され、日本でも、果物摂取と循環器疾患との関連が確認されています。また、果物・野菜は、消化器系のガン、果物は肺がんに予防的に働くことが報告され、日本でも、食道ガン、胃ガンとの関連が示され、不足しないことが推奨されています。

さらに、国内外の研究で家族との共食頻度が低い児童生徒で肥満・過体重が多いことが分かりました。日本人について、孤食頻度が高い中学生は、自覚的症状の訴えが多いこと、共食頻度が高い者は、果物・野菜・ご飯を「よく食べる」者が多いなど食物摂取状況が良好な傾向にあることが報告されています。ちなみに、欧米では、共食頻度が高い児童・生徒ほど、果物・野菜摂取量が多く、清涼飲料水の摂取量は低く、ビタミン、ミネラルの摂取量が多いことが知られています。

第二次目標で果物は、1日に摂取量が100g未満の人の割合を現状の61.4% (2010年)から30%(2022年度)への半減です。果物100gは握り拳1個分ですが、この量を食べていない人が6割にも達しています。

一方、食塩の摂取量を現状の10.6g(2010年)から8g(2022年度)に減らすとしています。カリウムの摂取量を増やし、食塩の摂取量を減らす観点からも果物は、野菜などよりも優れています。このように果物は、高血圧など生活習慣病予防に最適な食品です。

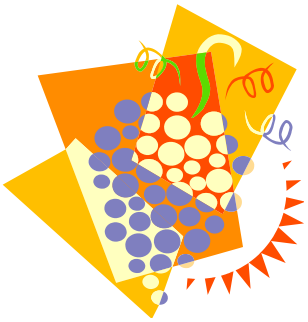
4. まとめ

「健康日本21」の第一次では、医師なども果物を誤解していましたが、200グラム運動などにより専門家の間では、果物に対する誤解は減少傾向にあります。しかし、消費者の「果物は甘いから太る」、「果物で中性脂肪が増える」、「果物は糖尿病に悪い」などの誤解は払拭されていません。

そのため、果物に対する科学的に信頼できる正確な情報を、あらゆる機関・組織を通じて消費者に伝え、第二次推進計画における果物の数値目標を達成する必要があります。そのため、「毎日くだもの200グラム」運動の推進が強く求められています。

表2 栄養・食生活改善における果物・野菜、食塩の摂取目標

項 目	現 状	目 標
野菜と果物の摂取量の増加	野菜摂取量の平均値 282g	野菜摂取量の平均値 350g
	果物摂取量 100g未満の人の割合 61.4% (平成 22 年)	果物摂取量 100g未満の人の割合 30% (平成 34 年度)
食塩摂取量の減少	10.6g (平成 22 年)	8g (平成 34 年度)



（公財）中央果実協会

編集・発行所

公益財団法人　中央果実協会

〒107-0052
東京都港区赤坂 1-9-13
三会堂ビル 2F

電 話：03-3586-1381
FAX：03-5570-1852

編集・発行人

中山 尊裕

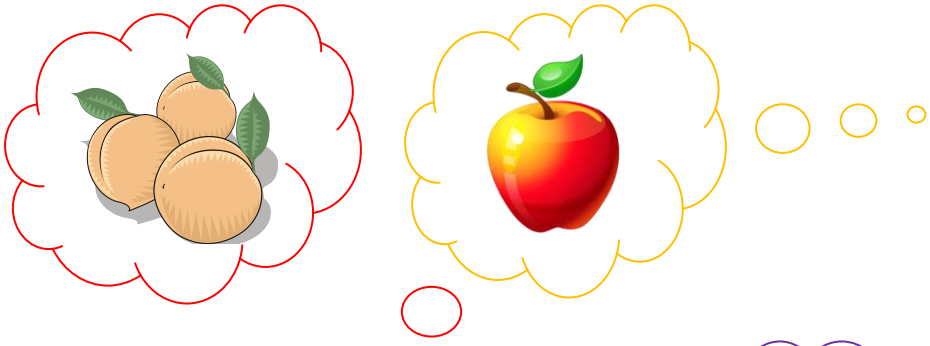
印刷・製本

（株）丸井工文社

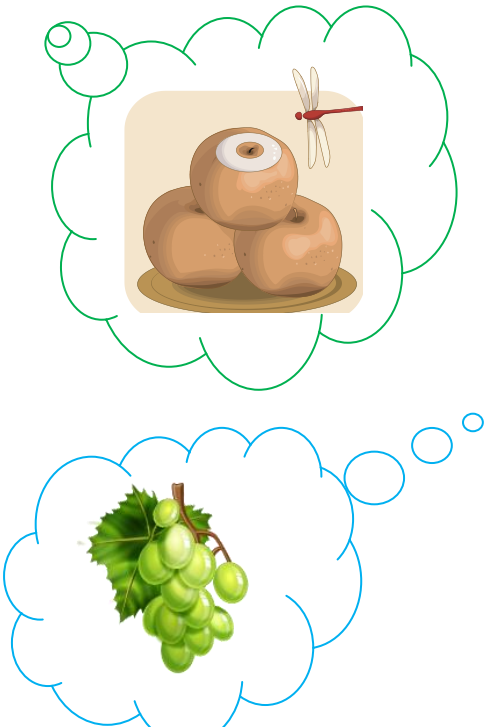
当協会 Web サイト
URL:
www.kudamono200.or.jp

業務日誌

25.6.4	全国果実生産出荷安定協議会第2回かんきつ部会（於　大田市場）
25.6.4	平成 24 年度決算監事監査（於　協会会議室）
25.6.6	中央果実協会　平成 25 年度第 1 回理事会（於 三会堂ビル）
25.6.12	平成 25 年度中央果実協会事業第 3 回公募（7 月 3 日締め切り）
25.6.19	平成 25 年度全国果実生産出荷安定協議会第 2 回りんご委員会(於JAビル)
25.6.21	中央果実協会　平成 25 年度定時評議員会（於 三会堂ビル）
25.6.28	全国果実生産出荷安定協議会総会・部会（於 JAビル）
25.6.28	全国果実輸出振興対策協議会総会・部会（於 JAビル）
25.7.9	中央果実協会公募事業第 2 回審査委員会(於三会堂ビル)
25.7.12	平成 25 年度全国果実生産出荷安定協議会第 1 回なし委員会(於 大田市場)



お知らせ

第 15 回全国果樹技術・経営コンクールの募集が 6 月 15 日から始まりました。ふるってのご応募お待ちしております(応募〆切は 9 月 13 日です)。

詳細は当協会ホームページ（http://www.kudamono200.or.jp/JFF/）のトップページにある「新着情報」の「本年度の全国果樹技術・経営コンクールの募集始まる」をクリックしてください。