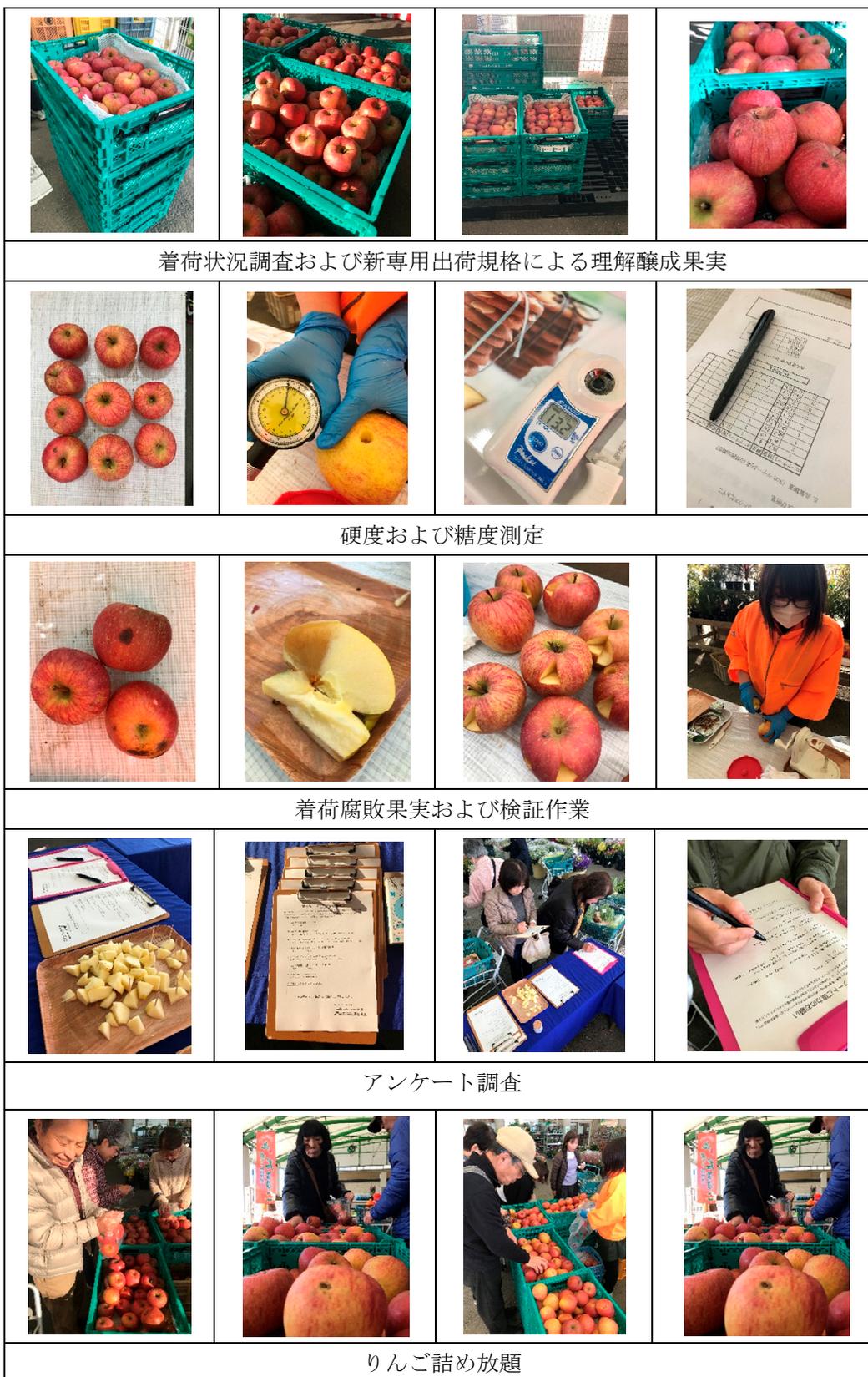


①平成 31 年 1 月 19 日～20 日 岩手県 JAいわて花巻母ちゃんハウスだあすこの実証
 (果実：リンゴ 品種：ふじ 実証場所：JA 紀の里めっけもん広場)



実施状況

実証はリターンブルコンテナを使用。輸送中の痛みやキズも見られず、輸送コンテナの効果は十分であった。加工品については、お客様にきちんとした説明をおこなうことでよく理解して頂き、大いに消費拡大に繋がった。事業の基本である「お客様に寄り添う」ことの大切さを改めて認識させられた実証であった。尚、りんごは詰め放題を行い多くのお客様に喜ばれ、早々に完売した。

商品着荷状況調査表

(めっけもん広場にて理解醸成活動)

- 1.測定日 : 平成31年1月19日(土)
- 2.商品名 : りんご(ふじ)
- 3.FM名 : 母ちゃんハウスだあすこ
- 4.写真及び所見(別紙資料参照)
- 5.品質調査(3コンテナより各10個抽出測定)

コンテナ1	糖度	硬度	コンテナ2	糖度	硬度	コンテナ3	糖度	硬度
1	13.2	6.0	1	11.3	9.0	1	17.2	8.8
2	15.4	10.0	2	12.5	7.1	2	14.2	7.3
3	14.9	8.5	3	12.5	9.5	3	13.0	8.2
4	12.3	6.0	4	14.8	10.3	4	16.6	10.5
5	13.6	7.5	5	13.1	9.5	5	14.3	8.5
6	11.3	9.1	6	12.7	10.0	6	13.9	10.8
7	11.4	10.2	7	15.2	9.5	7	15.7	7.5
8	14.1	10.4	8	12.3	8.5	8	13.3	10.5
9	12.7	7.8	9	11.1	9.0	9	12.2	10.5
10	13.6	8.5	10	12.7	8.5	10	14.8	11.5

総平均糖度 13.53 度

総平均硬度 8.96 度

商品着荷状況(3コンテナ調査結果)

健全果	68	3コンテナ 合計調査個数
腐敗果	3	
不良果実	1	
その他	0	

72個

所見

実証果実はリターンブルコンテナを使用。1コンテナあたり24~28玉として発送した結果、めっけもん広場において着荷状況は大変良好であった。輸送中の痛み、キズ等はほとんど見られず、規格外リンゴの安全輸送コンテナとしての効果は、十分であると立証された。

新規格(リンゴ)商品原価計算表 (母ちゃんハウスだあすこ)

平成31年1月

単位: kg当たり円

	仕入れ価格	平均輸送運賃	選別費	商品原価	だあすこ (利益)	めっけもん広場 (利益)
リンゴ	209	30	0	239	20円	31円
				販売価格	259円	290円
				利益率	7.7%	10.7%

備 考

【1kgあたりの価格】

通常品市場販売生産者手取り …… 210円程度

加工原料価格 …… 21円

本事業の生産者手取り価格 …… 209円

F M間連携取引による「りんご」の新専用出荷規格

選果場において規格外品（市場出荷基準に満たない）と判断されたりんごの中から品質優良品を選別し、コンテナ配送を行う。

【目的】

市場出荷基準に満たないりんごの出荷規格を定め、円滑な取り引きを図るとともに、合理的価格による農家所得の確保に努める。

【出荷】

「りんご」を出荷する場合は、その等級および内容量について定める出荷規格によらなければならない。

【指導員の配置】

園芸販売課長もしくは園芸センター長は、りんごの選果・選別に際し、出荷規格指導員を配置し、果実の選果選別に努めるものとする。また、その結果に基づき必要な事項を指示することができる。

【専用出荷規格】

外観	変色が軽微なもの
病虫害果	軽微なもの
損傷果	刺し傷、打ち傷等がなく、すり傷の損傷が軽微なもの
変形果	極端にひどいもの ・ 極端な小玉を除く
荷詰め	大玉ほか各階級混用とする
その他の欠点	甚だしくないもの
出荷	原則としてリターナブルコンテナによるバラ詰めとする

平成 31 年 2 月 1 日

加工原料安定供給連携体制構築事業

食育ソムリエによるプロモーション活動報告書

(食育ソムリエ 藤田 園江)

1. 目的

「いつでも、だれでも、日々手軽に果物を！」をスローガンとして、中央市場では受け入れられない「選果外りんご」の新規格設定による、提携ファーマーズマーケットへの計画的、契約的、合理的価格の販売実証を行った

2. 実施日

平成 31 年 1 月 19 日 (土)、20 日 (日)

3. 場所

J A 紀の里 めっけもん広場 (和歌山県紀の川市)

4. 活動内容

①紹介説明：品種、構造、選び方、保存方法、栄養分の紹介

②推薦提案：「りんごとミカンのドレッシング」

「雑穀入りりんごごはん」

③調理実演：試飲＝コールドプレス機（低速圧縮搾り）で、りんごの栄養をそのままに、甘くて濃厚なストレートジュースおよび和歌山県産果実を用いたブレンドジュースの試飲を行った。

A：りんごのみ

B：りんご×和歌山県産レモン

C：りんご×和歌山県産みかん

：試食＝「りんごとミカンのドレッシング」は和歌山県産の玉ねぎ(シャルム)にかけて提供。「雑穀入りりんごごはん」は 2 日間で約 40 合を焚いて試食提供した。

5. アンケート調査

規格外リンゴおよび岩手県産リンゴに関するアンケート調査を約 130 人から実施した。

6. 取組内容

J Aいわて花巻のリンゴは、8 月から 12 月までさまざまな品種のリンゴが実り、全国各地へ届けられている中で、今回はリンゴを代表する品種のひとつ「ふじ」を使用した。

リンゴには、胃腸の働きを良くする有機酸を含み、とくに皮にはコレステロールを取り除いたり活性酸素を抑えるポリフェノールが多く含まれていることを説明したほか、リンゴから発生するエチレンガスは果物を追熟する働きがあることから、キウイを早く食べたい場合は一緒においておく追熟を助ける役目があることを説明した。

対面販売で多く聞かれた質問は「おいしいリンゴの選び方」と「家庭での保存方法」であった。

選び方については、赤いリンゴの場合はお尻の方までしっかりと紅くなっている物で軸が干からびていないもの。大玉よりも中玉の方が味もよく、日持ちもいい傾向にあると説明。保存方法については、10度前後の低温の場所で箱に入れたままか新聞紙などで包み保存するか、ジップロック等に入れて野菜室で保管することをお勧めしたが、保存性の高い果物ではあるが鮮度のいいうちに食べていただくことを伝えた。

「リンゴとミカンのドレッシング」と「雑穀入りリンゴごはん」の試食で多く聞かれた声は「リンゴにこんな使い方があるんだね」という言葉で、「リンゴ＝ジャム」という概念を覆す効果的な活動であった。なかでも「雑穀入りリンゴごはん」は、ネーミング的に抵抗があるようだったが、試食すると意外な美味しさが好評でとくに男性のお客様に喜ばれた。2 日間で約 40 合の試食を提供した。

今回の活動において初めて行ったのが、コールドプレス機を活用したジュースの試飲で、はじめはリンゴのみで提供。味は抜群に良いものの酸化酵素により茶色く変色するため、お客様の反応はイマイチ。和歌山県産レモンとの組み合わせも同様だったため、リンゴと和歌山県産みかんを 8 : 2 の割合で調合したところ、見た目はミカンジュース、味はリンゴジュースに仕上がりに、「とってもフレッシュで美味しい」「子供にも飲ませやすい」「健康的で経済的」という声を頂いた。

7. 所見

めっけもん広場において「岩手・花巻のリンゴ」は、創業当時から販売していることから認知度は非常に高く、産地への期待が感じられた。しかしながら生食や加工品としてのイメージが強く、食べ方の知識不足に関する意見が多く感じられた。このため、試食の提供やアンケート調査をするなかで、さまざまな紹介を行ったところ、興味をもって耳を傾けるお客様が多く、その場で直接購入するきっかけにもなった。

このことから、産地のスタッフや食育ソムリエが販売元に出向き、効能や機能性、調理方法などのアイデアと魅力を伝える理解醸成活動は非常に効果的であり有効である。また、品質や味に問題の無いにも関わらず、産地において出荷量の約2～3割の市場流通外リンゴがある中で、規格外品にFM間連携取引の新専用出荷規格を設けることは、流通拡大および生産者所得の向上に繋がる上、販売元においては消費者にメリットある販売が可能になると確信した。

(果実：リンゴ 品種：ふじ 実証場所：JA 紀の里めっけもん広場)



実施状況

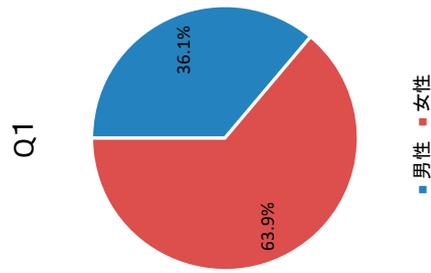
- 1.リンゴの選び方と保存方法などを伝えながら行ったアンケート調査は約 130 人
- 2.規格外品リンゴは詰め放題 1 回 500 円 (約 3kg) で行い完売した。
- 3.食育プロモーション活動では「リンゴとミカンのドレッシング」と「雑穀入りリンゴごはん」の試食を行った。美味しさが好評で約 40 合を提供した。
- 4.コールドプレス機によるジュースの試飲は、特別美味しいと好評であった。

アンケート集計結果

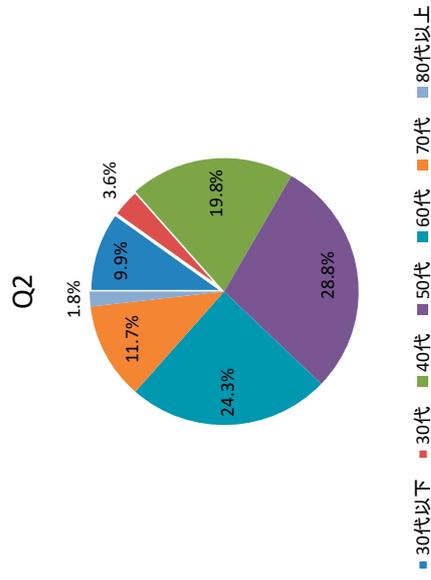
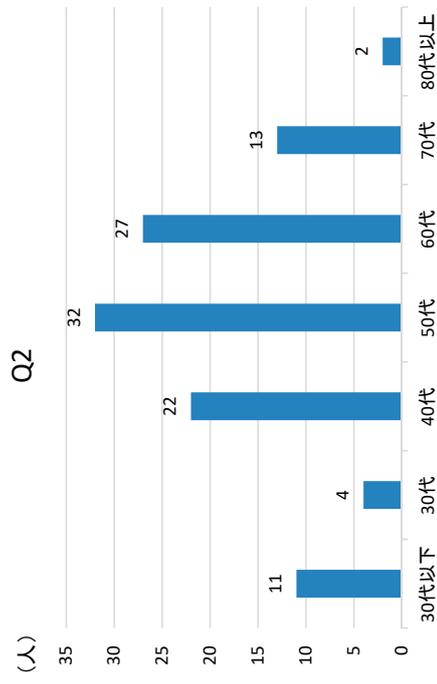
- (1. 豊水 2. ふじりんご 3. シークワサー 4. ラ・フランス)

1. 豊水

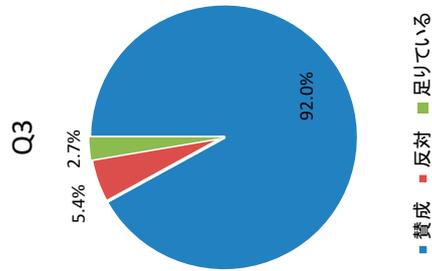
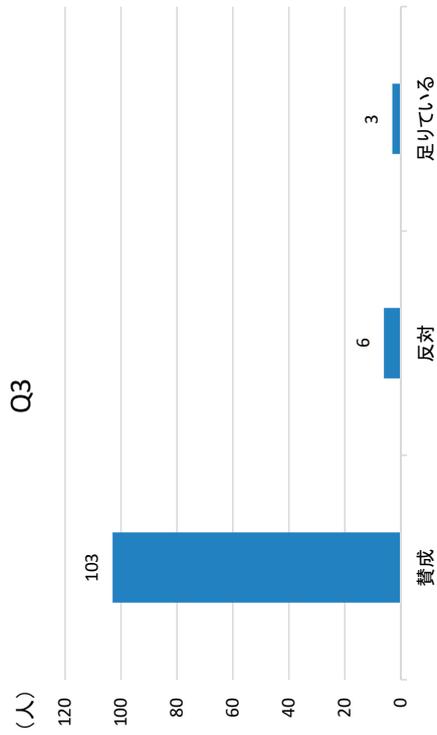
千葉県産の和なしに焦点をあてた。理由として、和歌山県は、他県に比べて和なしの生産量が低い。しかしながら、需要があるためと考えられるからである。



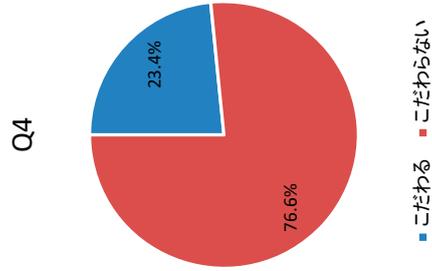
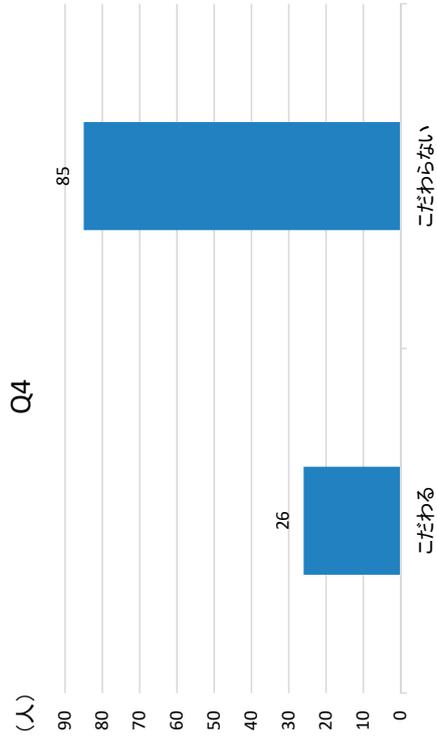
男性と女性では女性のほうが人数の割合が高い。



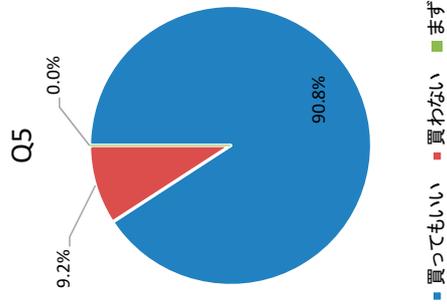
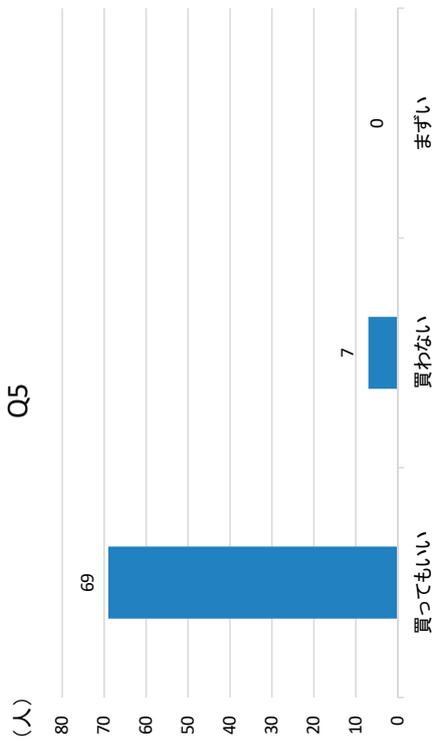
50代の割合が最も高く、次いで60代、40代、70代、30代以下、30代、80代以上の順で割合が小さくなっていく。



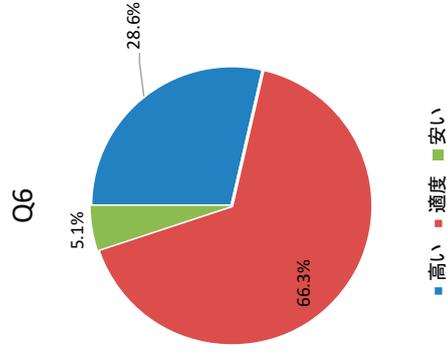
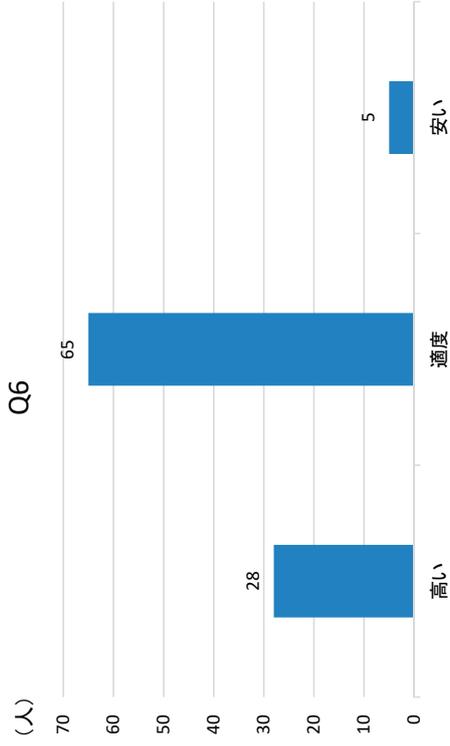
もっと手軽に果物を欲しいという質問に賛成の割合が91.9%と高い。



家庭用としてこだわるといふ意見に賛成の割合は高い。
 和なしそのものは、形状を重視したものである。しかしながら、本補助事業の仮説通り、味
 > 値段 > 形状であるといえる。この点において、本調査と本事業の趣旨が一致している。

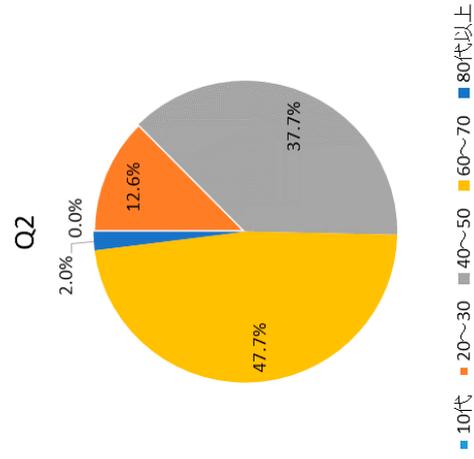
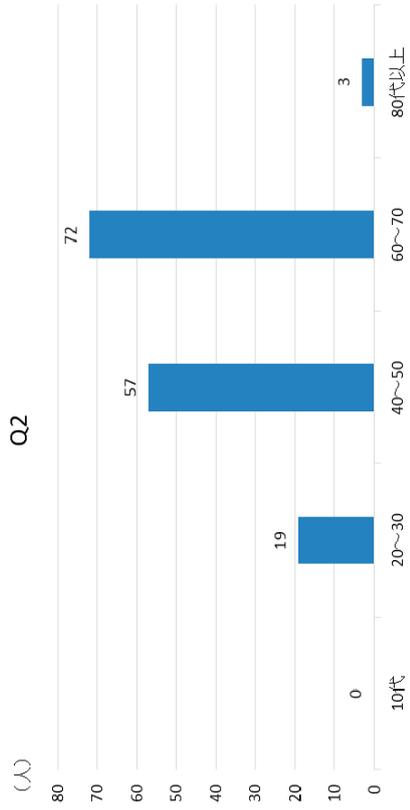
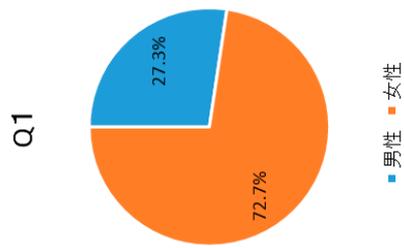
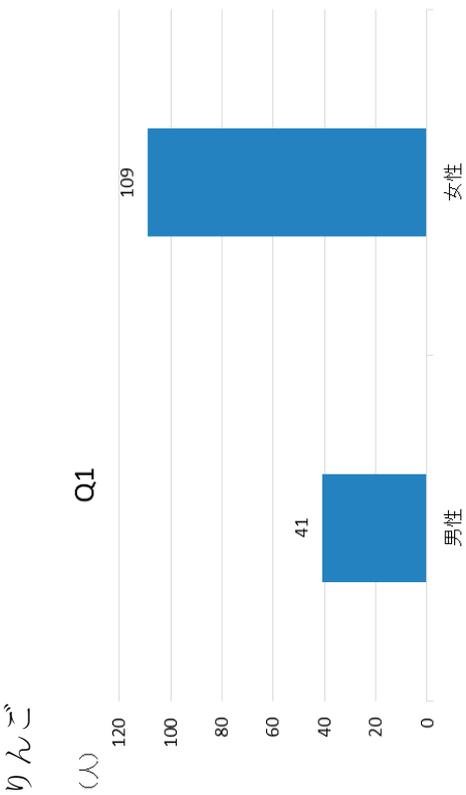


試食の和なしの味について買ってもいいという割合のほうが高い。
 Q4でも述べた通り、「味>値段>形状である」点を本結果からも明らかかにでている。



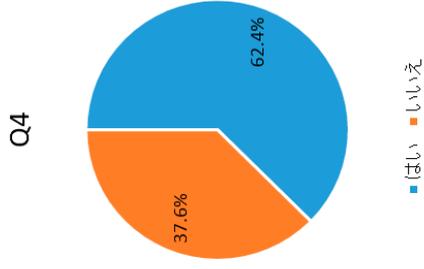
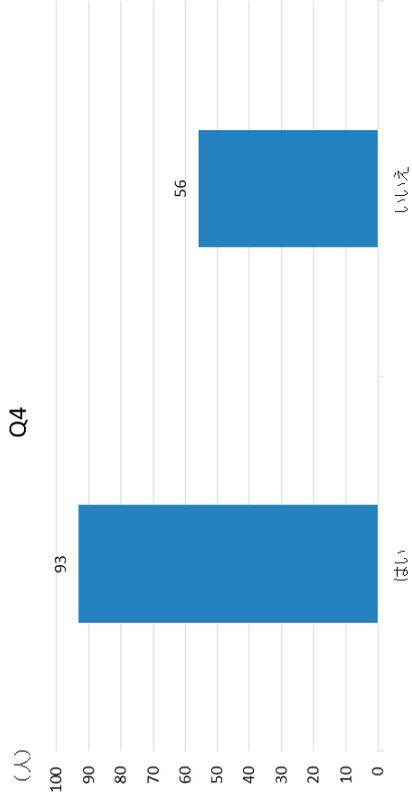
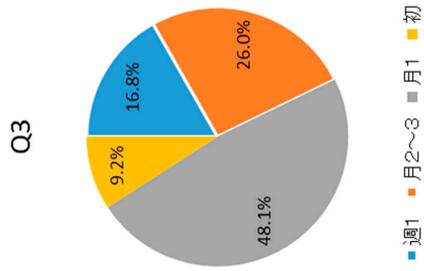
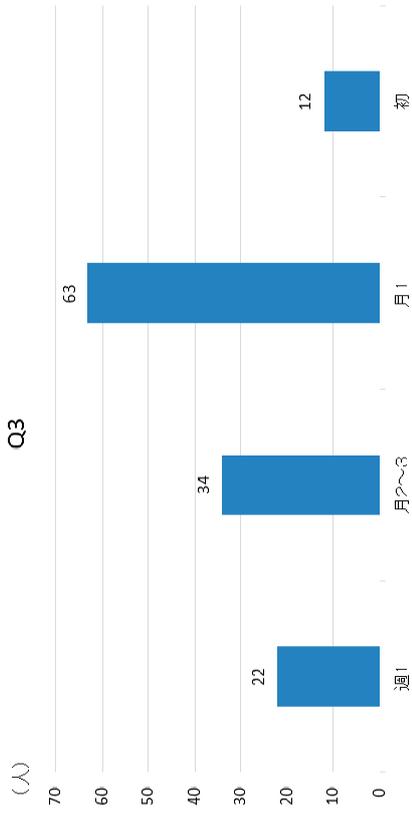
価格について適度と答える割合が高かった。

2. りんご



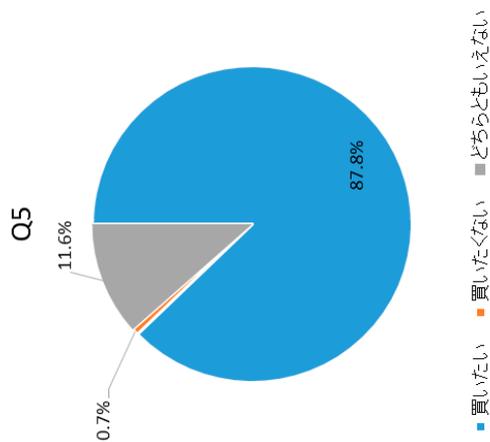
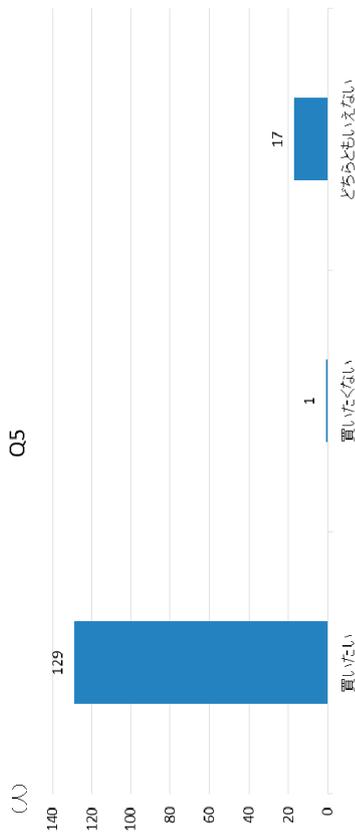
回答者は女性のほうが多い。

回答者は60~70代の方が1番多かった。

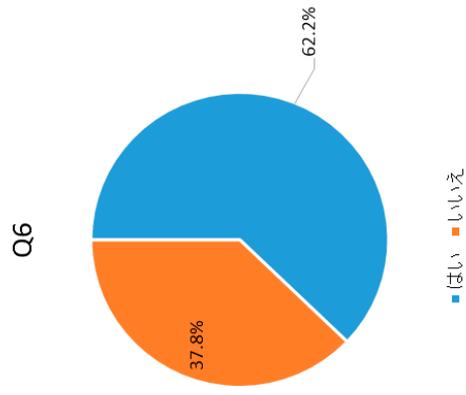
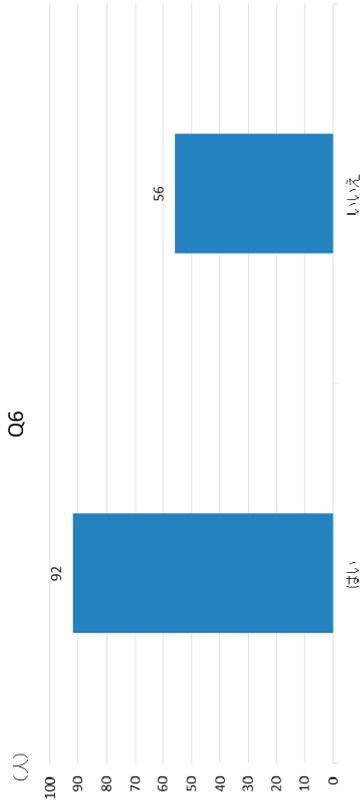


JA 紀の里“めっけもん広場”の利用率は月1が1番多かった。

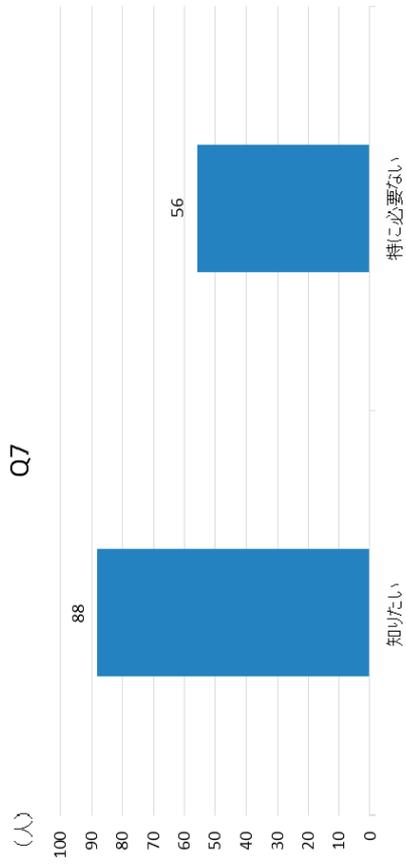
岩手産のリンゴを購入したことの無い人のほうが多かった。青森産に比べて岩手県産は、ややマイナーである点が否めない。今後は、和歌山県と岩手県が手を組んで、りんごの知名度を上げることが望まれる。



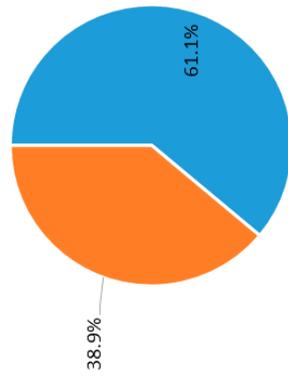
規格外のリンゴを買いいたいと思う人が一番多かった。以上の点から、直売所の消費者は、りんごのもつ成分や機能性に興味を有しているといえる。



リンゴを調理に利用したことがある人のほうが多かった。今後、りんごの消費を上げる場合は、調理レシピ（たとえば、りんご産地でのマル秘メニエーなど）を紹介し、規格外リンゴに接する動機付けをする必要がある。



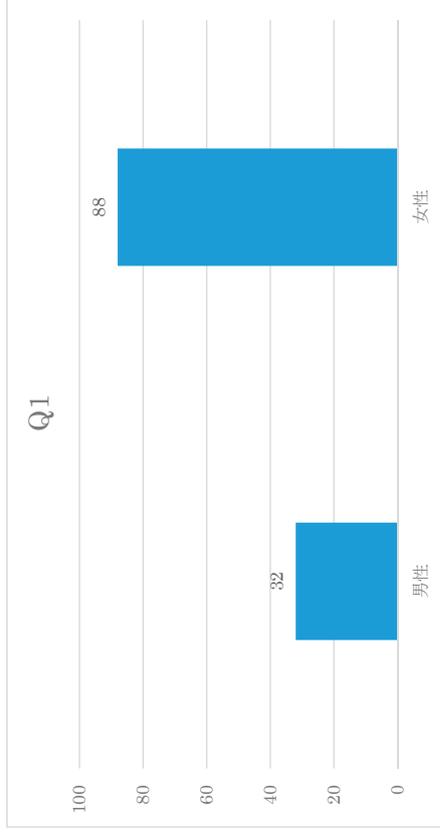
Q7



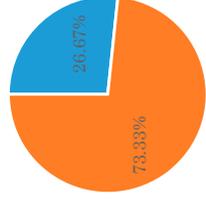
■ 知りたい ■ 特に必要ない

調理に利用する方法について知りたいと思う人のほうが多かった。Q6と共通するが、りんごの消費量を上げるためには、生食以外の場面を紹介することも重要である。(例：北海道のサラダには、必ずりんごのカットしたものが入っているなど)

3. シークワサー

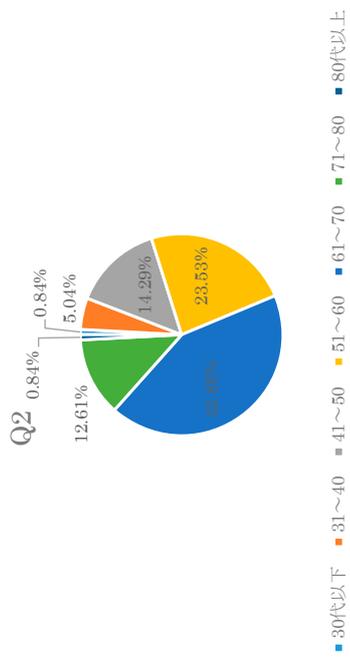
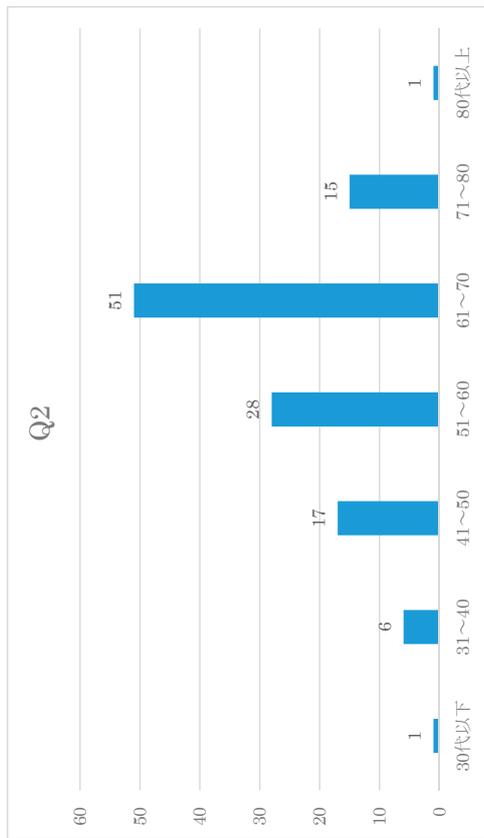


Q1

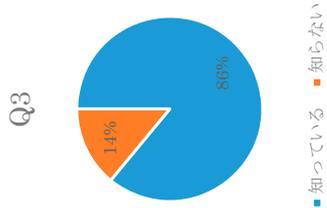
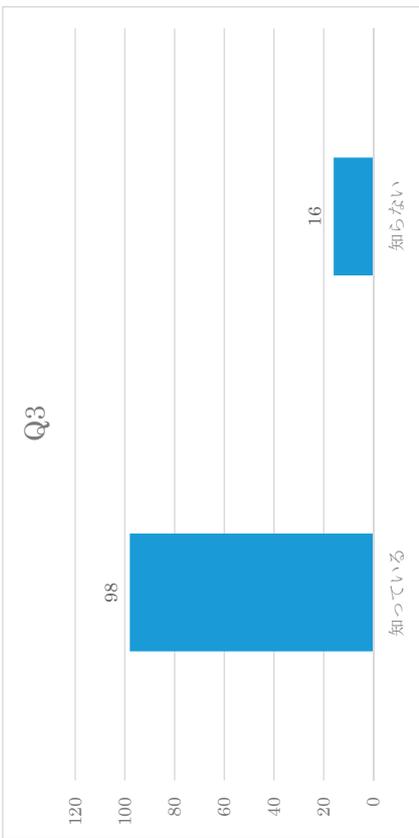


■ 男性 ■ 女性

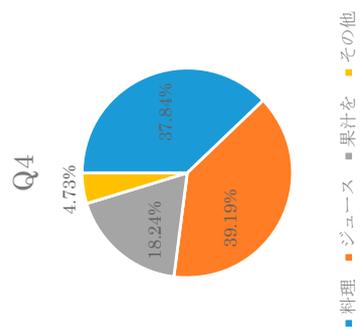
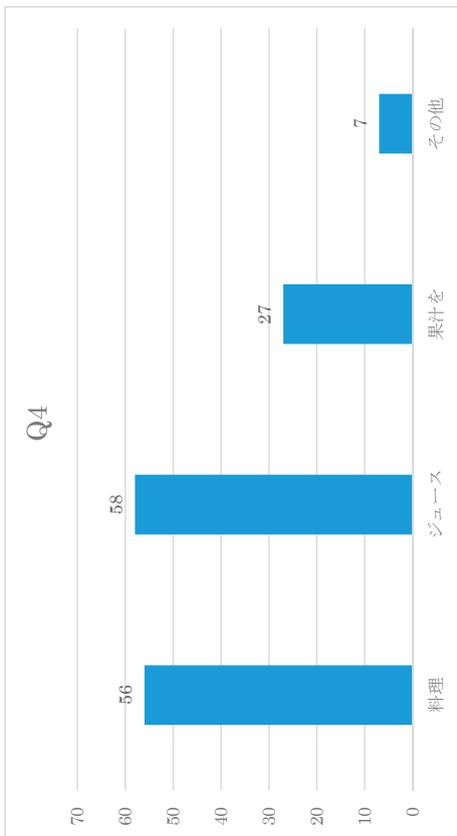
回答者は女性が約7割と、男性よりも多い。



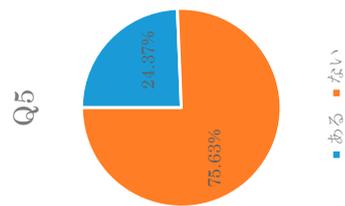
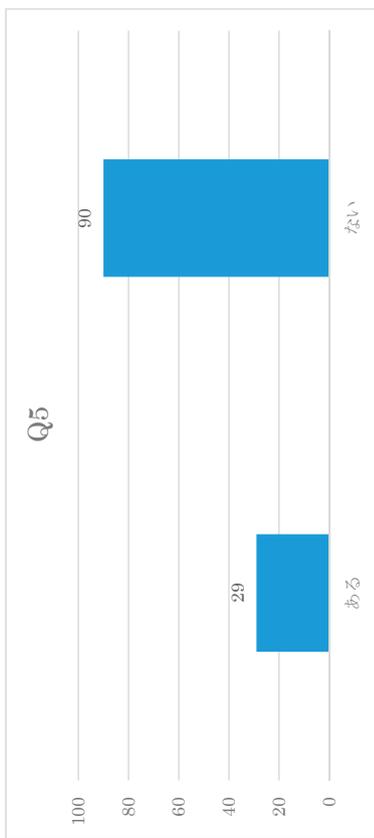
61~70代の方が一番多い。
高齢者の所得減を考えた場合、規格外果実の消費向上は重要であろう。



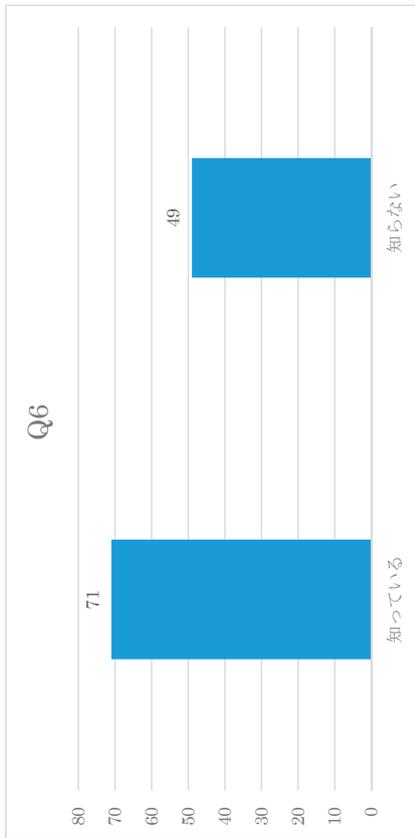
沖縄のシークワサーを知っている人が**86%**と多い。
知名度が高い果実である点が重要である。このことから、今後も継続的に取引をする価値があると考察できる。



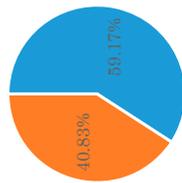
シークワサーの利用法は主に料理とジュースである。
Q5でも同様の点を述べているが、他の調理方法の提案が重要である。



調理に利用したことがない人が約7割5分と多かった。

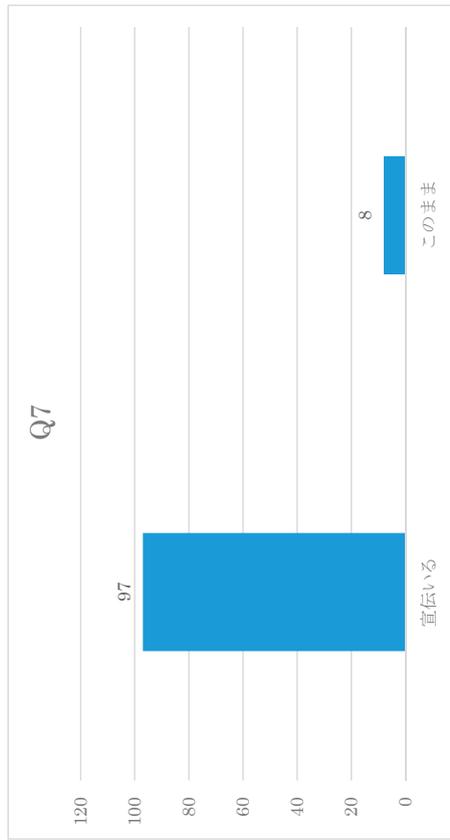


Q6

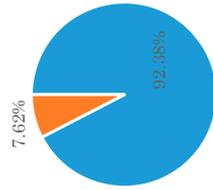


■ 知っている ■ 知らない

シークワサーが沖繩のスーパーフードであることを知っていると答えた人は約 6 割であった。

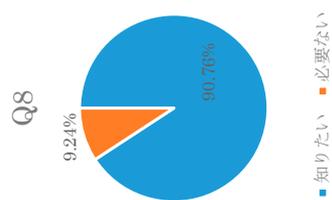
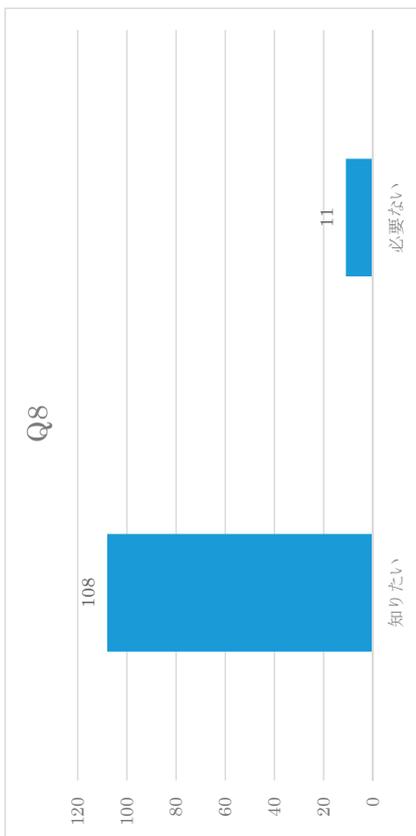


Q7

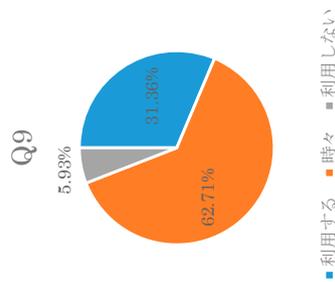
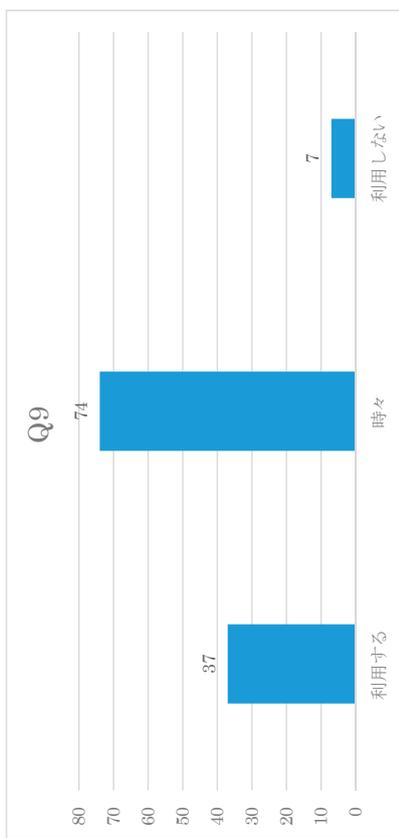


■ 宣伝いる ■ このまま

約 9 割の人がシークワサーと健康との関連性についてのための宣伝がいると答えた。



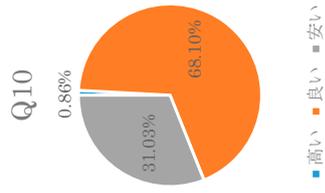
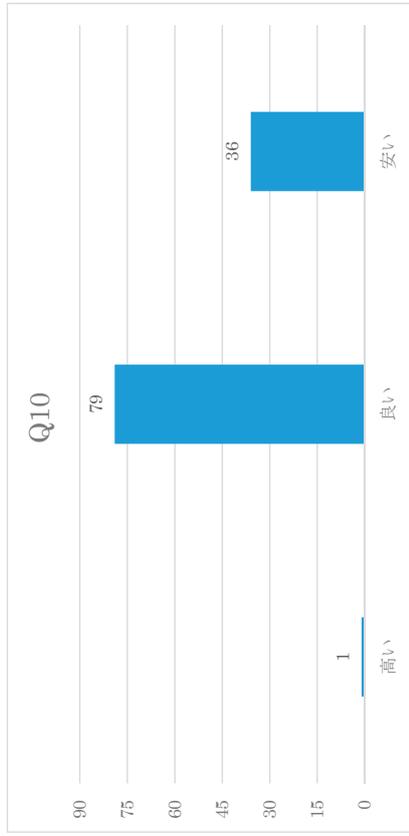
調理に利用する方法を知りたいと答えた人が約9割であった。



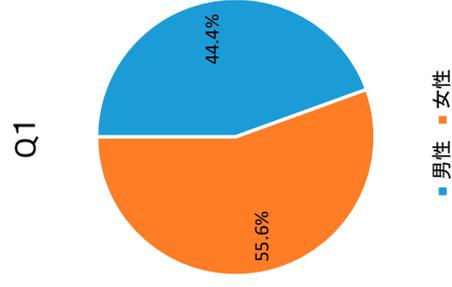
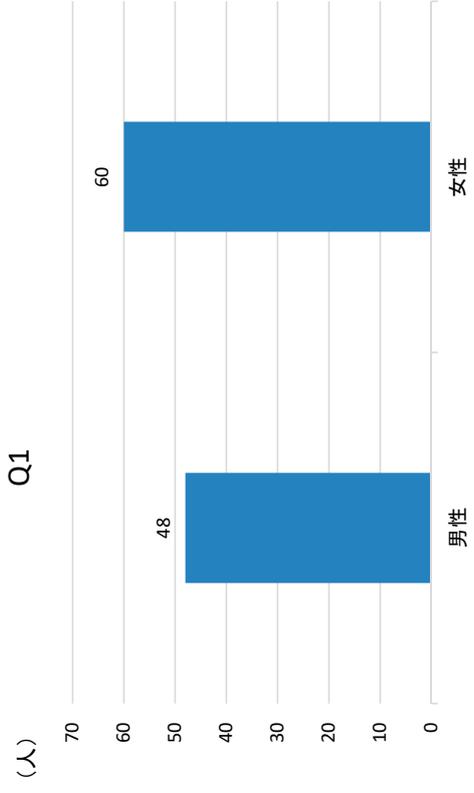
めっけもん広場でシークワサーを販売すればめっけもん広場を利用する人は時々という人が約6割、利用すると答えた人は約3割であった。

3割は、低い数値ではない。このことから、シークワサーは、有効な宣伝資材であると考察できる。

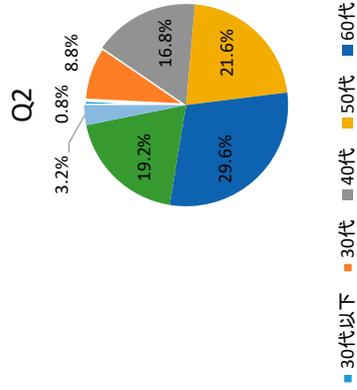
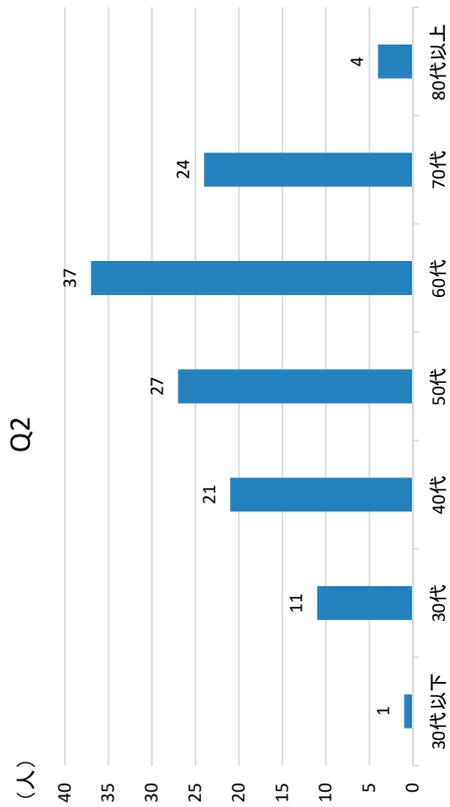
4. ラフランス



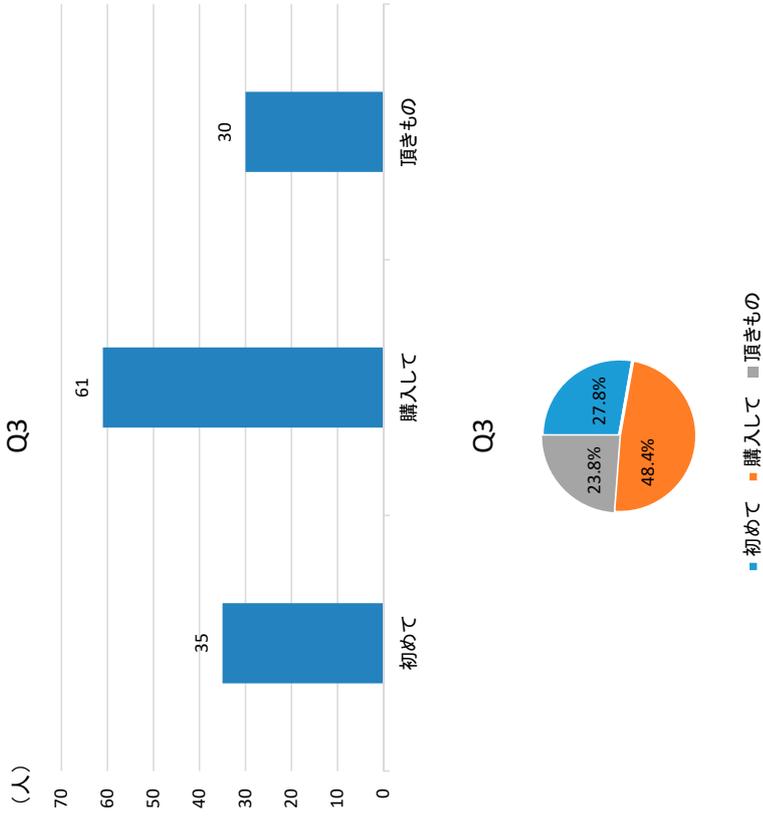
当日の価格はそのままがいいと答えた人が約7割であった。本表証で提示した価格は、適正である。シークワサーは、非常に高価な果実である。しかし、直売所で仮に高価で販売しても売れない可能性もある。安価である点は、重要であろう。



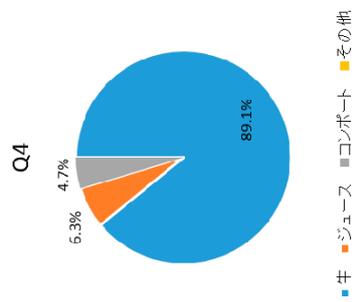
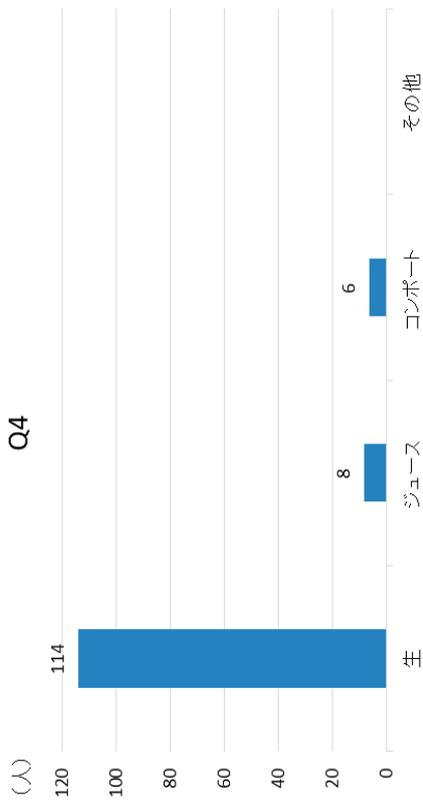
回答者は女性が少し多い。



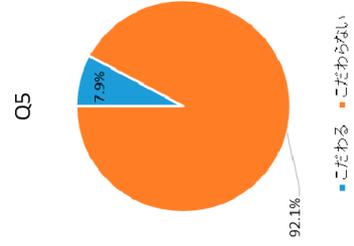
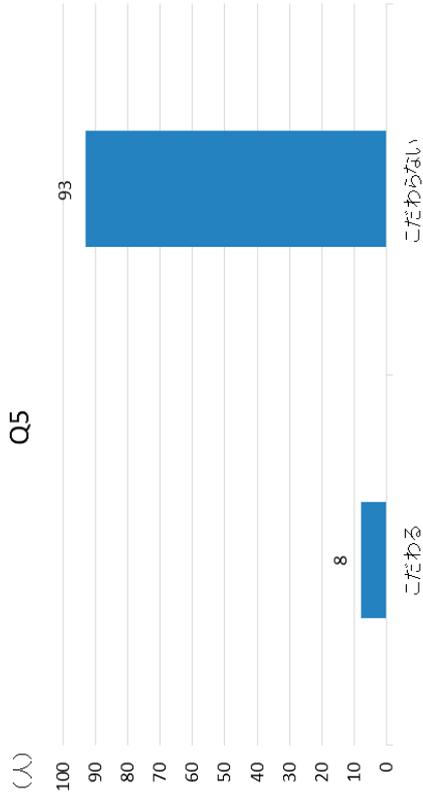
回答者の中で60代が一番多く、30代が一番低い。
回答者は高齢の方が多い。



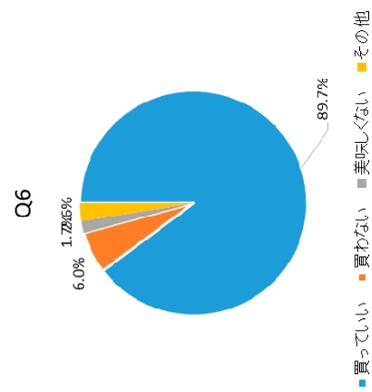
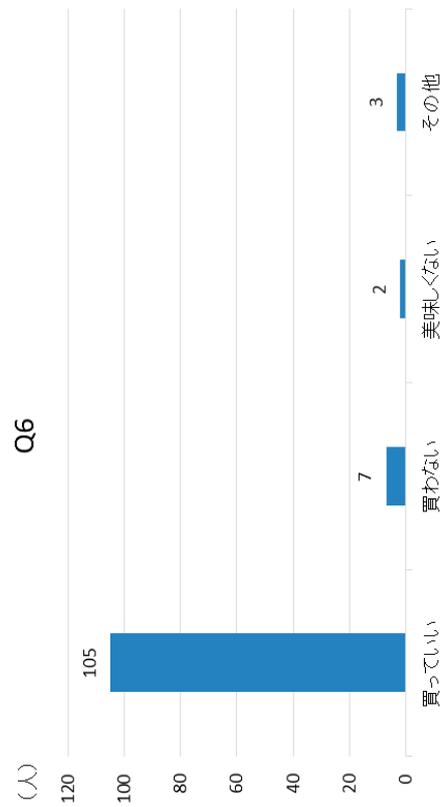
購入して食べる人が一番多い。
フランスの収穫がない和歌山県の知名度は、ややたかめである。いただきものの、はじめの数の多さからすると、今後普及する可能性は、十分にあるといえる。



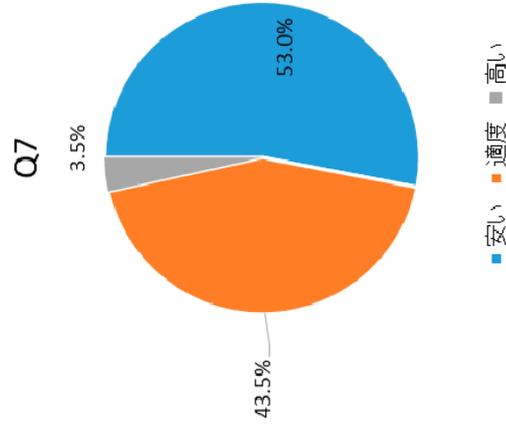
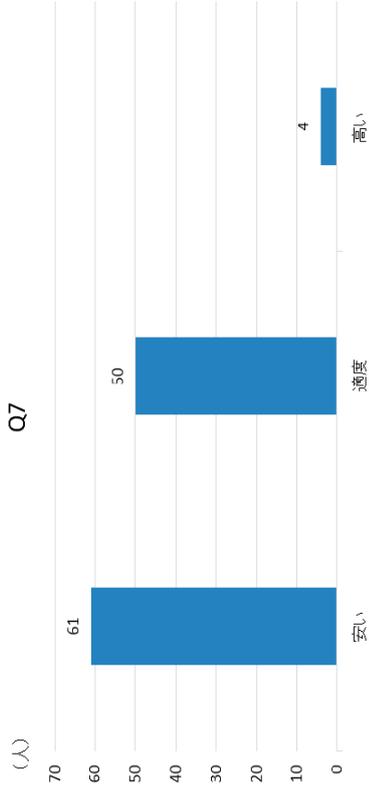
ラフランスを生で食べる人が89.1%と大半であった。



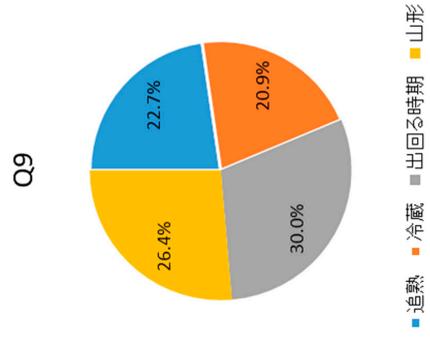
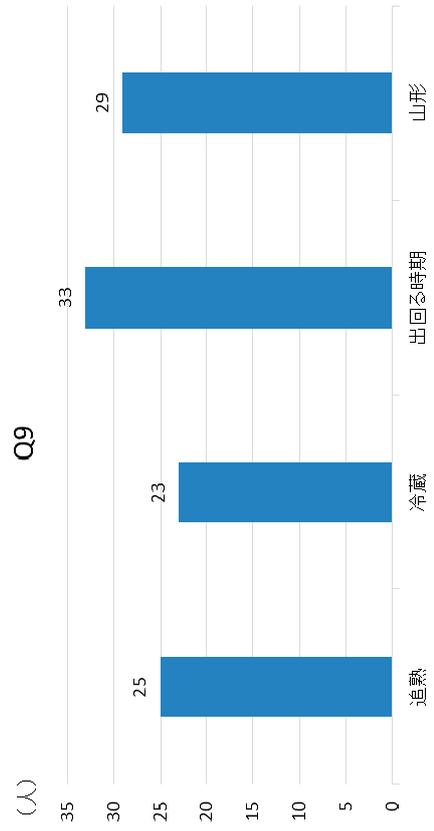
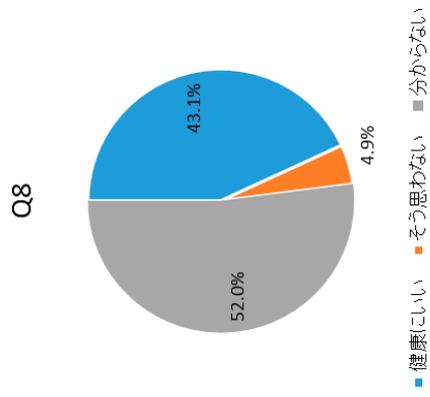
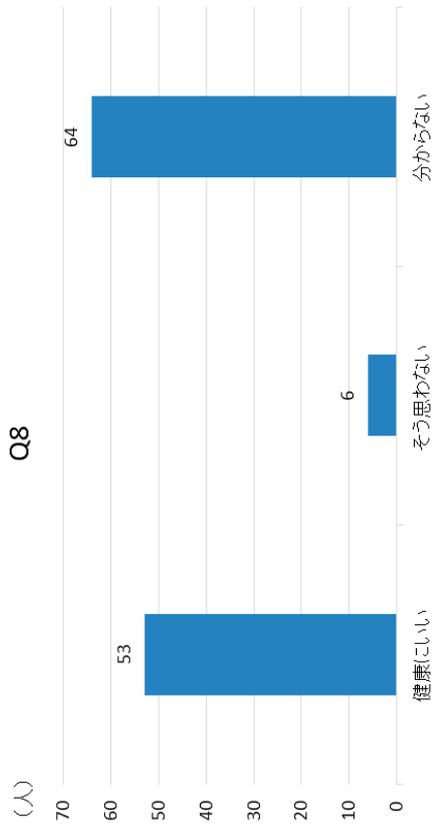
外見にはこだわらない人が約9割を占めている。
味>外見であるといえる。



買ってもいいという人が約9割であった。



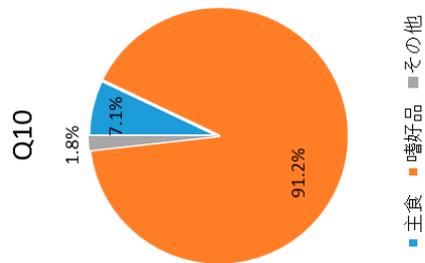
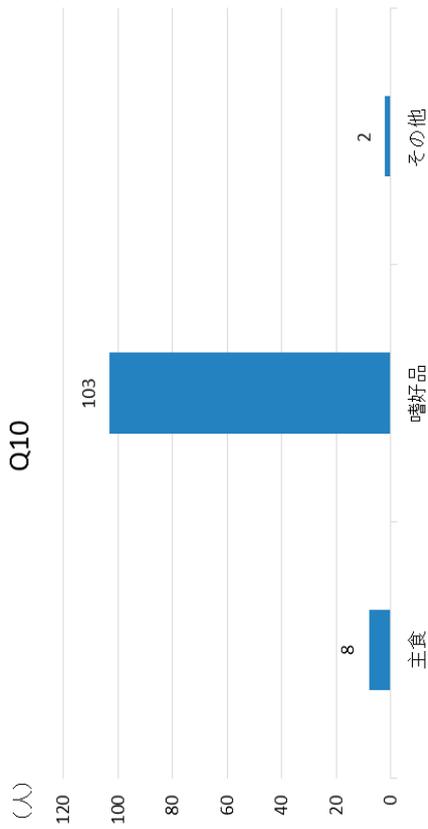
安いと答えた人が約4割、適度と答えた人が約5割であった。
この点から、本実証での価格は、適正であると考察できる。



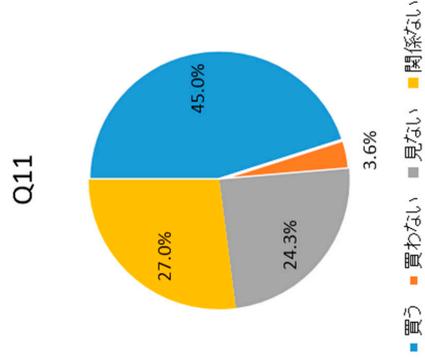
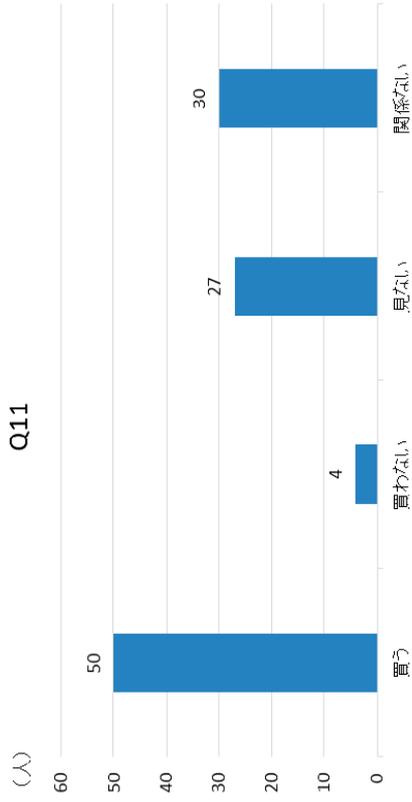
分からないと答えた人が約5割、健康にいいと答えた人が約4割であった。

「わからない層」への健康成分のPRした冊子の作成などを今後行うべきであろう。

4項目すべて大体知られているが、その中でも1番多いのが出回る時期であった。



ラフランスを嗜好品として利用する人が1番多い。



成分表示があったら買うという人が約4.5割と、1番高かった。
Q8「わからない層」への健康成分のPRした冊子の作成などを今後行うべきであろう。

F M 連 携 推 進 協 議 会 会 則

第1条(目的)

この協議会は、JAファーマーズマーケットの販売力の強化及びそれを通じた合理的な価格形成による生産者の再生産価格の確保にむけた運営対策について組織的推進体制を構築することを目的とする。

第2条(名称)

この協議会は「FM連携推進協議会」と称する。

第3条

この協議会は目的達成のため、次の各号に掲げる事業を実施するものとする。

- 1 国産果物の安定供給体制の確立に関する事業
- 2 国産果物の需要の開拓に関する事業
- 3 その他本会の目的達成のために必要な事業

第4条(会員)

この協議会は次に掲げるもので構成する。

- 1 花巻農業協同組合(母ちゃんハウスだあすこ)
- 2 東根市農業協同組合(よってけポポラ)
- 3 千葉みらい農業協同組合(しよいか〜ご千葉店)
- 4 紀の里農業協同組合(めっけもん広場)
- 5 沖縄県農業協同組合(うまんちゅ市場)

第5条(経費)

経費は必要に応じその都度会員が負担するものとする。

- ②補助事業の実施等のために会計手続きを必要とする場合は、経理担当者を置き、補助金を区分経理し、適切な管理(預金口座の管理、会計帳簿への記帳、整理保管等財産の取得及び管理など)を行うこととする。

第6条(加入)

この協議会に加入しようとする者は、加入申込書により、会長に申し込むものとする。

- ②会長は、加入申込書を受理した時は、速やかに会員に周知し周知した日から1ヶ月以内に異論がない場合は加入が認められたものとし、速やかに加入申込者に通知するものとする。

第7条(役員)

この協議会は役員として会長1名を置き、事務局を担当する。

- 1 役員の任期は2年とする。
- 2 役員は、無報酬とする。

第8条(総会)

総会は年1回会長が招集する。

第9条(運営会議)

運営会議は必要に応じ、都度会長が召集し実施するものとする。

第10条(会計年度)

この協議会の会計年度は毎年4月1日より、翌年3月31日とする。

(付則)

この規約は平成30年5月1日より施行する。

FM連携推進協議会構成会員

1	農協名	花巻農業協同組合 (JAいわて花巻)
	代表者	代表理事組合長 阿部 勝昭
	F M名	母ちゃんハウスだあすこ
	所在地	岩手県花巻市野田335-2
	店 長	薄 衣 諭
2	農協名	東根市農業協同組合 (JAさくらんぼひがしね)
	代表者	代表理事組合長 佐藤 勝藏
	F M名	よってけポポラ
	所在地	山形県東根市中央東3-7-16
	店 長	後藤 隼一
3	農協名	千葉みらい農業協同組合 (JA千葉みらい)
	代表者	代表理事専務 小島 英男
	F M名	しよいか〜ご千葉店
	所在地	千葉県千葉市若葉区小倉町871
	店 長	宮崎 亮一
4	農協名	紀の里農業協同組合 (JA紀の里)
	代表者	代表理事組合長 吉田 哲男
	F M名	ファーマーズマーケット めっけもん広場
	所在地	和歌山県紀の川市豊田56番地3
	店 長	山田 秀樹
5	農協名	沖縄県農業協同組合 (JAおきなわ)
	代表者	代表理事理事長 大城 勉
	F M名	うまんちゅ市場
	所在地	沖縄県糸満市西崎町4-20
	店 長	玉城 信佳