

食料・農業・農村政策審議会生産分科会果
樹部会
第4回需給小委員会

平成16年10月7日

農 林 水 産 省
午後1時00分 開会

徳田小委員長

定刻には少し時間がありますが、委員の皆様が全員お揃いですので、ただいまから、食料・農業・農村政策審議会生産分科会果樹部会第4回需給小委員会を開催させていただきます。

委員の皆様におかれましては、ご多忙中にもかかわらず、ご出席いただきまして誠にありがとうございます。

まずは、お手元の配付資料一覧をご覧ください、資料の確認をお願いいたします。資料は1から8まで、それから参考資料が1から5までございます。

よろしいでしょうか。それでは、事務局を代表しまして、果樹花き課長よりご挨拶いただきます。

竹原課長

需給小委員会の委員の先生方におかれましては、大変ご多忙の中、ご出席いただき誠にありがとうございます。特に徳田先生におかれましては、引き続き取りまとめの労をお執りいただき感謝申し上げます。

本日は、量販店からお話しを伺うということで、(株)イトーヨーカドー青果部チーフバイヤーの山藤様

にご出席いただいております。また、果汁業界の展開方向をお聞きするということで、山口県の日本果実工業株式会社常務取締役の村岡様にもご出席いただいております。お二方ともご多忙中、誠にありがとうございます。

本日は、第4回ということで、8月の「中間論点整理」を踏まえました、後半の議論のスタートということになります。今後のスケジュールにつきましては、後ほどご説明をさせていただきます。

なお、予めお断りさせていただきたいと思っておりますが、果樹部会も企画部会と連動した議論が必要です。従いまして、場合によりましては、スケジュールの変更等もあり得るということで、委員の先生方には大変ご迷惑をおかけすることがあるかもしれませんが、ご了解下さいますようお願いいたします。

本日の議題は、大きく二つございます。

この小委員会では、果実の需要見通し、果実の生産数量の目標、果樹の栽培面積の目標について議論いただくことになっております。生産に関する目標は産地・経営小委員会でも、この小委員会の検討結果をお示しし、議論していただくよう考えております。

本日は、これらの目標、あるいは見通しの基幹となります需要見通しにつきまして、4年前に策定いたしましたものを踏まえて、最近の需要動向をご検討いただきますとともに、今後事務局で作成することとしております需給見通し案の推計方式について、ご議論いただき方針を固めていただきたいと思いますと考えております。

なお、この件につきましても、企画部会でも議論されました自給率の議論と連動していくことになりますので、今後の具体的な数値目標の決定につきましては、企画部会での議論を見つつ進めていくことについて、予めご了承いただければと考えております。

次に、前回の宿題でありました点につきまして、先程ご紹介させていただきましたお二人の専門家からのご意見をお伺いし、小委員会の先生方にご議論いただきたいと思いますと考えております。

ひとつは、スーパーの関係ということですが、近年非常にそのシェアが増している中で、需給や消費拡大に重要な位置づけを占めております。次に、加工、特に果汁の拡大につきましても、新たな展開が必要ではないかということで、先程ご紹介いたしましたお二方から、ご意見を伺いたいと考えております。また、産地の需要拡大の取り組みということで、この小委員会のメンバーである日園連部長の浅沼委員から、お話を伺うこととしております。

以上、今回の小委員会について、ご説明させていただきました。

委員の皆様におかれましては、本日も、前向きで

活発な議論をお願い申し上げまして、挨拶とさせていただきます。

徳田小委員長

ありがとうございました。それでは、本日の議題でございますが、まずはおさらいとしまして、7月、8月に議論した中間論点整理の取りまとめの経緯として、7月12日の第3回小委員会及び8月3日の第2回果樹部会における議論の概要を説明いただきます。その後、今後の検討内容及びスケジュールについての確認を行っていただきます。

その後、本日の議題であります「果実の需給の長期見通し」、「主要果実の需要動向」について議論し、その後に本日は量販店のバイヤー、果汁工場の関係者にもお越しいただいておりますので、ご説明いただき、ご議論いただくということになっております。

それでは、今後のスケジュールについては、後程事務局から補足説明をいただきますが、今後の小委員会の議論を進める上で、果樹部会及び小委員会としては、食料・農業・農村政策審議会企画部会における基本計画の議論から先走らぬよう、更に企画部会における全体の議論を踏まえた上での議論が必要になってきます。また、年末までの論点整理に向けて、果樹部会及び2つの小委員会における連携を図っていく必要があることなどについて、留意しながら進めていく必要がございます。

なお、本日の小委員会では、後半に量販店等からのヒアリングを予定しておりますが、十分な時間が取れないかもしれませんが、これまで同様、委員の皆様からの積極的なご発言により実りのあるものとなりますよう、よろしくお願いいたします。

それでは、事務局より説明いただく前に、前回の小委員会において委員の皆様からいただいたご意見については、私の方から意見のポイントを要約した上で、議論を進めさせていただいておりますが、資料3「第3回小委員会及び第2回果樹部会の概要」については、すでに事務局より委員の皆様にご周知していただいていると思いますので、今日は、ここで読み上げることは割愛させていただきたいと考えております。

それでは、資料4、5について事務局より説明をお願いいたします。

大出課長補佐

それでは、資料4をお開けいただきたいと思います。まず、「果樹部会における今後の検討内容」ということでございますけれども、左から2列目の需給小委員会の欄をご覧くださいと思います。ブルーに着色されている部分がございますが、これらは夏までにご議論いただいたところでございまして、消費

拡大、流通、加工といった内容につきましてご議論いただき中間取りまとめを行ったところでございます。今後の検討ということで、課長の挨拶の中でもありましたとおり、流通、加工、消費につきましては、特に消費者ニーズを踏まえた関連産業との連携の構築が必要ということで、中間論点整理においても整理されているところでございますので、本日ヒアリング等を行うということとしております。更に、次回になりますけれども、消費拡大の今後の方向についてご議論をいただくということになっております。

需給小委員会のピンクの欄にあります、需要・生産の実態を踏まえた的確な需給見通しについて、今後の検討の中に新たに入ってくるということでございまして、これについては再三挨拶等の中でもあったように、企画部会における議論を踏まえ、今回からご議論いただくということになっております。

次に、具体的日程について、資料5をよろしくお願いいたします。果樹部会の欄をご覧ください。8月3日の果樹部会において、小委員会においてとりまとめた中間論点整理について小委員長から報告のうえ、果樹部会においてご議論いただき、8月11日に修正公表したといったところでございます。また一方で、右の方に食料・農業・農村基本計画の欄がございますけれども、本審議会においても8月10日に中間論点整理がとりまとめられたところでございます。その後、9月28日に産地・経営小委員会が始まりまして、本日、10月7日に需給小委員会が再スタートしたところでございます。本日の内容につきましては、先程の挨拶にもありましたとおり、需要の関係をまず、ご議論いただき、その後、懸案となっておりました関係者とのヒアリング、以降、11月に消費拡大の今後の方向、本日は需要ということでしたけれども、11月に生産の面を含めた形でご議論いただきたいと考えております。以上、このような方向で進めさせていただきたいと思っております。なお、挨拶の中でもありましたが、企画部会との関連でスケジュール的な変更もあり得るということでございますので、よろしくお願いいたします。

最後に補足する点がございまして、先程来、企画部会との関連を申しておりますが、今後の議論が円滑に行われるよう、企画部会の議事録及び配布資料については、その都度、事務局より郵送させていただくとともに、果樹部会及び小委員会における議論と関係の深いものについては、必要に応じて事務局より委員の皆様にご説明させていただければと考えておりますので、よろしくお願いいたします。

また、部会と小委員会との連携の点でございしますが、今後の議論を見ながら部会長と小委員長と相談させていただきませんが、前回の中間論点整理では小

委員長から部会への報告という形をとりましたが、そこに至るまでの経緯として、小委員会での議論について、報告だけでは不足したのではないかと反省もあり、できれば小委員会における議論については、これまでもその都度果樹部会の部会長をはじめ、部会の委員の皆様にも資料の送付をいたしておりましたが、今後必要に応じ事務局より委員の皆様にも説明させていただくことにより、対応したいと考えております。以上でございます。

徳田小委員長

ただいまご説明いただきました、今後の検討内容及び今後のスケジュールについて、ご質問・ご意見がございましたら、お願いいたします。

特にないようですので、続きまして、本日の主要議題である「果実の需要の長期見通し等について」を、事務局より資料６に基づいて説明いただき、その後にご議論いただきたいと思います。

大出課長補佐

それでは、資料６の「果実の需要の長期見通し等について」をお開けいただきたいと思います。

１ページ目でございますけれども、ここでは果樹農業振興基本方針と食料・農業・農村基本計画の関係を示しております。果樹農業振興特別措置法の概要がございますが、ここでは農林水産大臣は果樹農業振興基本方針を定めることとされております。その中で、主要な果実について、果実の需要の長期見通しに即した栽培面積その他果実の生産の目標を定めることとされております。

現行の果樹農業振興基本方針でどのようなになっているかということでございますが、「果実の需要の長期見通しに即した栽培面積その他果実の生産の目標」については、「食料・農業・農村基本計画」における食料自給率の目標及びそれを達成するための「望ましい食料消費の姿」及び「品目別の生産努力目標」との整合性を図りつつ、果実の需要見通し、果実の生産数量の目標、果樹の栽培面積の目標について、右の表のとおり定めているところでございます。

次のページにおきましては、食料・農業・農村基本計画の概要について示しておりますが、その中で、果実については、消費はほぼ横ばいとなると見込まれる中、輸入品に対し品質面で優位性を発揮できる果実の生産・流通体制を確立し、需要に対応した国産果実の生産の振興を図ることが課題とされておりまして、この生産面での努力目標としまして四角の囲みの中にあります、担い手の生産規模の拡大とか、生産の省力化、低コスト化の実現、栽培が容易で品質の優れた品種の導入、選果の高度化というような４点ほど課題への取組みを通じて、需要に対

応した国産果実の生産の振興を図るとされており
ます。右の方に食料消費の姿、その下に生産努力目標
というようにお示ししております、1ページの需
要の長期見通しと連動したような形で示しており
ます。

次のページをお願いします。この資料は、今年2
月の果樹部会でお示した資料を一部リニューアル
しまして、15年のデータを追加してお示しして
おります。まず、需要動向でございます。総需要量は
800～900万トンで推移しており、総需要量の
うち約6割が生鮮用となっており、このうち国産品
は約7割となっている状況でございます、総需要
量のうち、国内生産量は、担い手の減少、高齢化や
果実製品等の輸入増加の影響から減少傾向で推移し
てきており、近年400万トン前後で推移している
状況でございます。

次のページをお願いします。生産動向でございま
すが、国産果実の生産量は、平成元年まで500万
トンを超えていましたが、近年は400万トン前後
で推移、品目別に見ると、みかんが最も生産量が
多く、次いでりんご、日本なしと続き、生産量上位6
品目で全体の約8割を占めている状況ございま
す。なお、みかん以外の品目も含めたかんきつ類全
体では、果樹全体の約4割を占めております。ま
た、品目別の生産量の増減を見ると、総じて減少又
は横ばいで推移しているものの、近年、不知火、西
洋なし、おうとう等は増加傾向にある状況ござい
ます。

次のページをお願いします。輸入の動向でござい
ます。果実加工品の輸入量は、増加傾向、輸入生鮮
果実についても、近年、わずかに増加傾向で推移し
ているといった状況でございます。

輸出の動向についてですが、昭和50年代後半、
5万トンを超える水準まで拡大しておりましたが、
その後は円高、他の輸出国との競合等により減少
し、最近では1万トン台で推移しておりましたが、台
湾のWTO加盟等を契機として、平成14年以降
りんごの輸出が急増しており、平成15年の生鮮果実
全体の輸出量は2万6千トンとなっております。

次のページをお願いします。6頁でございます。
自給率の推移ということで、国内生産量が400万
トン前後でとどまっている中、果汁を中心とする輸
入加工品の増加により低下傾向にあったが、最近
は44%程度にとどまっております。なお、生鮮果実
については、近年、自給率がほぼ横ばいという状況
となっております。

次のページをお願いします。果実全体における平
成22年度目標と現状の比較についてございま
す。まず、生鮮果実についてですが、国産の生鮮果
実の消費量は減少傾向で推移しているのに対し、価
格が低位で安定しているバナナを中心とする輸入生

鮮果実は増加傾向で推移しており、国産生鮮果実については、平成22年度目標を下回って推移しているのに対し、輸入生鮮果実は平成22年度目標をわずかに上回って推移しているといった状況になっております。

果実加工品につきましては、ご覧のとおり増加傾向で推移しているのに対し、国産の果実加工品の消費量は輸入品の増加により減少傾向で推移というようなことで、生鮮果実と同様に国産果実加工品については、目標を下回って推移しているのに対し、輸入果実加工品は目標を上回って推移しているといった状況でございます。

次のページをお願いします。8ページは、生産努力目標との関係でございます。国産果実の生産については、高齢化の進展、後継者不足等に加え、品目によっては需要の減退や価格の低下が大きく、生産意欲が減退していることから、近年、栽培面積が減少し、これに伴い全体としては生産量が減少傾向で推移し、この結果、国産果実の生産量については、平成22年度目標を下回って推移しているというような状況でございます。今後10年先を議論していくわけでございますが、需要量がどのように想定されるかについて、ご意見いただければありがたいと考えております。

最後に、9ページ以降は、企画部会における資料を3枚程度付けさせていただいております。企画部会での自給率の検討状況というような意味合いで付けさせていただきましたが、まず入り口の議論として食料自給率の位置付けや自給率目標の策定の考え方、策定に当たっての検討方向について、9月16日に企画部会が開催されておりますが、企画部会では基本的な入り口の議論で終了しているといった状況でございます。

簡単ではございますが、資料の説明は以上でございます。

徳田小委員長

それでは議論に入っていきたいと思いますが、果実の需要の長期見通しが今回、次回の主要議題になってきますので、長期見通しや果樹農業振興基本方針等について、制度なり内容についてご質問がありましたら、まず出していただいた上で、その後で意見をいただきたいと思いますと思いますが、いかがでしょうか。

よろしいでしょうか。では、ご意見をお願いしたいと思いますが、いかがでしょうか。消費動向ということで、消費に関わる委員の方、もし何かご意見ありましたらお願いいたします。

よろしいでしょうか。それでは、この次の「主要果実の需要動向について」の議論とも関連してきますので、何かありましたらそこで併せてご議論いた

だくということで進めさせていただきたいと思います。

続きまして、事務局より資料７「主要果実の需要動向について」をご説明いただきたいと思います。

大出課長補佐

それでは、資料７の「主要果実の需要動向等について」を説明させていただきます。

１ページ目をよろしくお願いします。うんしゅうみかんでございますけれども、生鮮果実の国内消費仕向量は、隔年結果性による表年と裏年の変動が大きいものの減少傾向にあり、平成２２年度目標を下回って推移しており、また、平成１３年度から需給調整・経営安定対策を実施しており、今後とも、毎年度の需要量を検討の上、適正な生産出荷量とすることが必要であるといったことでございます。

うんしゅうみかんの果実加工品の国内消費仕向量は、平成４年のオレンジ果汁輸入自由化以降、大きく減少しており、また、平成１３年度から需給調整対策として、摘果等による生産調整を実施していることもあり、結果として平成２２年度目標を下回って推移という状況でございます。今後、うんしゅうみかんに含まれる健康機能性成分、例えば－クリプトキサンチン等の解明が進んでいるとともに、消費者の本物志向に応えたストレートジュースに一定の需要が見込まれるのではないかと考えられます。

２ページ目をお願いします。その他のかんきつということでございまして、なつみかん、いよかん、はっさく、ネーブルオレンジの四晩かんの生鮮果実の国内消費仕向量は、平成２２年度目標を下回って減少傾向が続いておりますが、不知火、せとか等高糖系で皮の剥きやすい晩かん類が四晩かんから転換されているといった状況もございます。また、中間論点整理においても触れられておりましたが、国産果実の端境期に出荷できる晩かん類の新品種への転換を進めることを検討している状況でございます。

次に、その他かんきつの果実加工品でございますが、国内消費仕向量は、平成９年産、１１年産、１２年産と平成２２年度目標を達成した年もありましたが、近年は平成２２年度目標を下回って推移しております。その他のかんきつについては、品目毎に独特の風味があるゆずやシークァシャーージュースの加工品が出てきておりますので、多様な特産かんきつの果実加工品が開発されているというような一面もございます。

３ページ目をよろしくお願いします。りんごでございます。りんごの生鮮果実の国内消費仕向量は、景気の低迷、食の簡便化志向の進展等により、平成２２年度目標を下回って推移しております。また、みかんと同様に平成１３年度から需給調整・経営安定対策を実施しており、毎年度の需要量を検討の

上、適正な生産出荷量とすることが必要であるということでございますけれども、また、りんごにおいては、シナノゴールド、シナノスイート等有力中生種の出荷量が増えつつあり、さらに、あおり9号、昂林等新たな品種が各県で開発されているような状況でございますので、結果として、将来的に需要としては横ばい傾向での推移が考えられるところでございます。

果汁を中心とするりんごの輸入加工品の国内消費仕向量は、健康志向を背景にミックスジュースが増加した平成13年を除き、近年はほぼ横ばいで、平成22年度目標を上回って推移しております。一方、国産加工品の国内消費仕向量は、近年減少傾向にあり、平成22年度目標を下回って推移しております。国産果実加工品については、混濁りんごジュース等、輸入加工品については、ミックスジュース等の需要があるような状況でございます。

次の4ページ、ぶどうの状況でございます。国産ぶどうの生鮮果実の国内消費仕向量は、近年、横ばいで推移しつつも、平成22年度目標をわずかに下回って推移しておりますが、デラウェアに代わりニューピオーネ等大粒無核品種や安芸クイーン等大粒系品種も出荷されているような状況でございます。

果汁を中心とするぶどうの輸入加工品の国内消費仕向量は、近年増加傾向にあり、平成22年度目標を上回って推移しており、一方、国産加工品の国内消費仕向量は、近年減少傾向にあり、平成22年度目標を下回って推移している状況でございます。

5ページをよろしく申し上げます。日本なしの生鮮果実の国内消費仕向量は、近年、横ばいで推移しつつも、二十世紀なしの減少等により平成22年度目標を下回って推移しております。なしについては、ゴールド二十世紀等新たな青なし品種への転換や南水等新たな品種も出荷されている状況でございます。

6ページをお願いします。西洋なしの生鮮果実の国内消費仕向量は、堅調な需要に支えられ増加傾向で推移しており、今後とも需要が堅調に推移するところと思われる状況でございます。

西洋なしの国産加工品の国内消費仕向量は、一定量が加工に仕向けられていることから、ほぼ横ばいで推移し、平成22年度目標とほぼ同水準となっております。また、輸入加工品の国内消費仕向量は、近年1万トン前後でわずかに減少傾向となっており、平成22年度目標と同水準となっている状況でございます。

7ページをよろしく申し上げます。ももの生鮮果実の国内消費仕向量は、平成15年産が冷夏による落果、品質低下等から出荷量が減少したものの、平成12～14年においては、平成22年度目標を超過するなど堅調に推移しております。平成16年6

月に実施いたしました消費者アンケート調査によると、「味にばらつきが多い」と消費者が感じる品目であるものの、今後増やしたい品目の一つとなっているとともに、光センサー選果等の取組みが進んでいるところであり、需要は堅調に推移すると思われる。

ももの国産加工品の国内消費仕向量は、平成22年度目標を下回りつつ、近年、2万トン前後でわずかに減少傾向で推移しており、輸入加工品の国内消費仕向量は、平成7年の106千トンをピークに減少傾向で推移しております。

8ページをお願いいたします。国産おうとうの生鮮果実の国内消費仕向量は、平成22年度目標に沿って増加傾向で推移しております。一方、輸入生鮮果実の国内消費仕向量については、平成22年度目標を上回って推移している状況でございます。今後、引き続き堅調に推移するものと思われます。

おうとうの国産加工品の国内消費仕向量は、生鮮果実の需要が堅調であることから、近年減少傾向にあり、平成22年度目標を下回って推移しております。輸入加工品の国内消費仕向量は、5千トン前後で横ばいであり、平成22年度目標を下回って推移している状況でございます。

以下、委員の皆様には事前に目を通していただいていると思いますので、若干説明を省略させていただき、次にかきについて少し触れさせていただきたいと思います。

10ページをお願いします。かきの生鮮果実の国内消費仕向量は、近年ほぼ横ばいですが、平成22年度目標を下回り25万トン前後で推移している状況でございます。今後、ハウス栽培から冷蔵柿までの長期出荷への取組に加え、太秋等の高品質新品種が開発されているところであり、今後も堅調に推移するのではないかと考えるところでございます。

かきの国産加工品の国内消費仕向量は、地域特産品である干し柿として根強い需要があることから、平成22年度目標を上回って推移しており、輸入加工品の国内消費仕向量は、12千トン前後で平成22年度目標を下回って推移している状況でございます。

以下、くり、うめ、すもも等がございましたが、同様な形で国産については平成22年度目標を下回る形での推移といった状況でございます。

次に、輸入果実の動向といたしまして、16ページをお願いします。バナナの生鮮果実の国内消費仕向量は、近年の簡便化志向等にマッチしていること等により増加傾向にあり、平成22年度目標を上回って推移している状況でございます。

以下、グレープフルーツ、レモンについても、同様な状況でございます。

ただし、１７ページのオレンジにつきましては、生鮮果実の国内消費仕向量は、皮が剥きにくいこと等の理由により、近年減少傾向にあり、平成２２年度目標を下回って推移している状況でございます。

以上、説明がいたらないところもございましたが、先程の全体の需要動向等、今回の個別品目の需要動向等をご覧になりまして、１０年後どのような形になるのか等についてご意見をいただければありがたいところでございます。

それでは最後に、２１ページの「現行基本方針における２２年度すう勢値の推計方法について」という部分に入らせていただきたいと思います。すう勢値ということですので、政策効果を考えず現状の状況でどのように推移しどのような値になるのかというようなことでございまして、現行の基本計画を策定した時の推計方法でございしますが、普通最小二乗法により需要関数を求め、重回帰分析により平成２２年度における需要量を推計というようなことになっております。需要関数の推計に用いるデータとして、人口、１人当たり消費量、民間最終消費支出、品目別価格、消費者物価指数の６年間のデータを用いて需要関数を推計し、重回帰分析を行っております。具体的には、参考としてお示しさせていただいております式を基本形といたしまして、この式に品目別価格と民間最終消費支出のデータを代入し、１人当たり消費量を求めるというようなことでございます。少し乱暴な言い方になりますが簡単に言えば、需要量を民間最終消費支出と品目毎の価格との関係で導き出すということでございます。そして、この推計方法の特徴といたしましては、需要量を価格と民間最終消費支出から算出できるため、数量の年次変動が大きい果実について推計するのに適しているというような面がございます。また一方で、目標年度の品目別価格や民間最終消費支出を適切に見込んで代入することが困難であったり、過去の数量と価格の関係が継続することを前提として推計することから、今後の経済動向の変化により、数量と価格の関係が変化した場合に推計値が実績値からかい離することが懸念されるというようなことが特徴とされております。

近年、所得などが思うように過去のように順調に伸びないような状況で、経済動向の先行きが不透明な中でどうなのかというようなことでございます。

なお、他の品目の推計方法を見ますと、過去の実績値に基づくトレンドにより、１人当たりの純食料等を求めておりまして、実績に基づいて算出しているというようなものでございます。現行では、最小二乗法というようなことで算出しているわけですが、今後の経済動向がどのようなになるのか分からないというようなこともあり、果実についても実績値のトレンドから求めた方がより実績に近いものが推

計されるのではないかということもあり、今後のすう勢値は、トレンドにより直線回帰式、対数回帰式等を用いて、すう勢値を求めてまいりたいと考えているところでございます。

次の２２ページをよろしく申し上げます。果実加工品についてでございますが、輸入自由化が平成元年度以降実施され、過去のトレンドによる推計が困難であったため、原則として過去６年の平均値を基準値として推計しておりました。なお、現時点では自由化から１０年以上経過しており、トレンドによる推計が可能といった状況でございます。

最後に輸出でございますが、平成２２年目標の時には、過去における最大輸出量等を踏まえて算定というようなことになっておりまして、今回の平成２７年の目標値を求める際にも、実績等を勘案して固めていきたいというように考えております。

説明につきましては、以上でございます。

徳田小委員長

それでは、議論に入っていきたいと思いますが、資料７では主要品目の動向と、後ろの２枚になりますが推計値と推計方法、中身が違いますので分けて議論させていただきたいと思います。

最初に主要品目の動向について、ご意見、ご質問をいただきたいと思いますけれども、ちょっと私の方からお伺いしたいと思うのですが、資料６に戻って恐縮なんですけれども、果実の消費全体について、望ましい食料消費の姿なんです、国産と輸入に分けていると思うんですが、国産と輸入を併せた全体についてどうなっているのかという気がするんですけども、果実全体の望ましい食料の姿に比べて見た感じ、生鮮果実は少し下回っている気がしますし、加工については少し目標より上回っているのかと、全体では、生鮮・加工全部合わせるとどうかなっている感じですが、それがもし分かればお示しいただきたい。

大出課長補佐

国産の生鮮、加工合わせて目標と比べてどうかということでしょうか。２月の果樹部会の資料でお示ししておりますけれども、平成１４年の値になりますが、８７７万トンでございまして、目標は８４２万トンです。輸入が増えている一方で、国産は減っていると、トータルとして２２年の目標の８４２万という数字を上回っているような状況でございます。

徳田小委員長

ありがとうございます。全体としては上回っている状況であると。それではご意見をいただきたいと思いますけれども、生産・流通・消費に係わる問題

ですので、どなたでも結構ですけれども。いかがでしょうか。

小杉委員

資料の中で、消費についてグラフでお示しいただいて、傾向についてはこういう感じでいいのかなと思うんですけれども、品目の中で「おうとう」が出てくると思うんですけれども、これは「さくらんぼ」のことでございますよね。それで、農水省さんで、ずっと品目でとっているときには「おうとう」というかたちでとっていると思うんですが、一般的には、我々では「もも」、「白桃」、「黄桃」というかたちでこういう順番でくるもんですから、その辺の呼び名というのが例えば「さくらんぼ」と書くのか、あるいは漢字で「桜」の「桃」と書くのか、何とかしないと分かりづらいと感じたものですから、その辺はいかがなものでしょうか。

竹原果樹花き課長

これは極めて役所的なお答えで申し訳なく思いますが、果樹農業振興特別措置法の中で振興すべき品目を上げているんですけれども、その書きぶりが「おうとう」ということになっておりまして、おっしゃるとおり分かりづらいということでもありますので、以降、()書きで、「さくらんぼ」というような形で検討したいと思います。

内藤委員

今年の嵐で、大部りんごが落ちてまして、今年の生産量が落ちるのかなという気がするのですが、あるスーパーさんが落果りんごを安く売られ、それを買ったんですが、鋏で切った軸がついた小さなりんごが入ってました。悪く言えば、この際、売れないものをそういうようなかたちで売ったというようなことがありますと、今後、生産者は自分の首を絞めることになるのではないかと思います、生産農家も少し考えていただかなければと思っております。今、流通の方がおりますので、どういうかたちでそういうものを流通させたのか分からないのですが、たまたま私が買ったのがそういうものなのか、今年はかなりいいという話を私は聞いていたんですけれども、品質が悪いものなのに、結構高いお値段で落果りんごというふうに売られていましたので、今年のりんごの生産量がどうなっているか、お伺いしたいと思います。

竹原果樹花き課長

今は、最終的な生産量がどれくらいになるかの集計をしていない状況で、例えば青森県では20%落果したというようなことは聞いております。他の県も、日本海側で被害が大きかったということでござ

いますので、今年については、相当な生産の減というような形になるのかなと思っております。今後、推計ということに関しては、他の品目も恐らくそのような形をとっていると思いますけど、異常年につきましては外していくというようなかたちになると思います。それと、先程ご指摘の小さなりんごというのは、まさに言語道断の話で、委員ご指摘の話は確実にホームページに載りますし、機会を捉えて生産者へ伝えていきたいと思います。

徳田小委員長

それでは、生産の側から需要動向について何かコメントございましたら。

浅沼委員

現在の方針が22年目標ということで、大多数の品目で22年目標を下回っている状況にあります。その原因がどこにあるかと申しますと生産者の高齢化なり後継者不足、それによって生産者の離農が進み、面積が減少する。これに近年の価格低迷が拍車をかけているという状況ではないかと思っております。今後もこの情勢が大きく変化することとはなかなか見えてこないという感じですけど、また、一方ではF T Aの関係で今後、輸入が更に増加する可能性があるとなりますと、自給率については現状を維持もしくは向上させるということは、今のままではとても不可能だと思います。それではどうすべきかということなんですけれど、少なくとも価格の安定が図られなければ生産者は現状の維持、拡大を図れない。何とかこれを打破するためには消費拡大対策を何らかの形でもって強化していく、もしくは生産費なり流通経費を厳しいとは思いますが削減していく対策をしなければなかなか難しいと思います。

徳田小委員長

ありがとうございました。高齢化、生産基盤の弱体化ということではないかと、また価格の問題があると。今後、輸入との関わりで、F T A等によって更に輸入されるのでは、ということが懸念されるということでございます。続いて、品目間で違いがあると思いますので、その辺、流通の全体をみられている三原委員、何かございましたら、お願いします。

三原委員

品目ごとに見ていけば、どちらかというと国産品は生産減の方向にいつているのかなという気がします。だけど、私が消費者だったらということを考えたのですが、日本の果物は高すぎるのかと。非常に価格に敏感な部分があるので、輸入品は消費が伸び

ているんですよね。だけど、国産品は消費が下がっているということを見ると、実際に、平成14年の目標値が842万トンであったにもかかわらず、実績が877万トンということで30万トンもオーバーしているという現実を見ますと、国産減、輸入増というのはますますそのようになっていってしまうと、そうなると、浅沼委員が言ったようにこれ以上、安くなったら国内産果物を作る人はどんどん減ってしまうのではないかという気がします。特にみかん、りんごの大型品目については毎年減っている状況です。価格については、我々としてはもちろん上がって欲しいと思いますが、一般消費者を見ると「これ以上高かったら買わないぞ」という気がします。消費者として、国産果物は高いとみているのか、安いとみているのか、どうなのでしょう。

内藤委員

表をみせていただいて、外国産の果物と競合するものはそんなにないわけでありまして、では、日本のものよりも外国産のものが食べやすいかということなんですが、例えば、ぶどうは最近では大型で種のないものが食べやすいという状況、剥きにくいものは食べたくないというそういう若い人たちの志向が非常に影響していると思います。カット野菜が結構売れているというのはそのまま食べられるという、またそれほど高くない。一時、りんごなど非常に大きくて、高級果物屋さんでは結構そういうものがありますけど、今はスーパーさん、量販店さんはそんなに高く、大きいものでなく、品質的には結構良いものが出てまして、決して消費者は外国産を望んでいるわけではないんですよ。それから値段もそんなに安くしろと望んでいるわけでもありませんし、味と価格とのバランスをどうするか、味というのはそれぞれで違いまして、要するに品種それぞれで味があるわけですよね。そうしますと、全体的にみると結構売れていると私は見ておりまして、この間、消費者の部屋へ行きましたら200グラム運動が出ておりまして、また、栄養の成分表が出ていますからこれに従ってどんどんやってもらえれば、外国品の果物と日本の果物との内容といいいますか、成分ですかそういう面で差別化といいいますか、そのもっている機能性をこれからは出していった方がいいんじゃないかとそういうふうに思っております。値段についてはけっして高いと思ってませんし、安くしろとも思いません。私ちょっと気になったのは、どこかの研究所が調べたものによりますと、「安いもの、安ければ安いほど良い」と、果物だけでなくいろんなものについてそういう答えが出たという話が出てました。しかし、何度も申し上げますが、私たちはもっと安くしろというものはないです。それは

分かってもらいたいと思います。

徳田小委員長

ありがとうございました。内藤委員からは必ずしも日本の果物は高いということではないことでございますけれども、三原委員にお伺いしたいんですけど、小売店、仲卸の取引で特にここ5、6年日本経済全体が不況という中で価格に対する仲卸、小売からの圧力があるのかどうか、その辺お伺いしたいんですけども。

三原委員

いや、圧力ということではないんですが、価格は4年間右肩下がり、品目によって若干の上下はあるんですが、果物の総体では価格は下がっているということがいえるんじゃないかという気がしますし、圧力ということで下がっているということは私はないような気がします。

徳田小委員長

圧力という言葉は強すぎましたが、価格の問題についてはこの後、量販店の方に来ていただいているので、もしその時にコメントがあれば伺いたいと思います。あと、消費動向ということで栄養面も関わってくると思いますが、川端委員、何かコメントがございましたらお願いします。

川端委員

この資料をたいへん興味深く見させていただいたんですけども、やはり加工品の伸びが大きい印象がありますので、栄養面についてはある程度、消費者は理解しているんだけど、やはり食べやすさとか保存のしやすさ、そこら辺が非常に大きく影響しているんじゃないかという印象を持ちました。それから、加工品に関しては市場のしのぎあいというか、輸入が増加し、国産が下がるという果物が多いんですけども、その背景は、価格なのかあるいは内容的なもので消費者のニーズに違いがあるのかということについては、果物の種類ごとに全部検討していかないといけない問題ではないかと思っております。

徳田小委員長

ありがとうございます。あと、需給や消費について梶川委員、何かありましたらお願いします。

梶川委員

果物全体の価格の話が先程出ておりましたけれども、この後、モデルの検討ということで提示されていますが、価格の反応というのを簡単に計測してみますと、今は価格が下がったから消費者が大きく購

入を増やすといったような傾向値はほとんどみられない。１０年前と比べると価格に対する反応が鈍っている。それは価格全体が下がっているということに対し、特にりんごとかみかんは非常に量的に多いという飽和状態にあるものに関しては価格に対する反応は非常に小さくなっています。逆に、さくらんぼとかもものように出荷期間が短くて集中して出ているものについては価格に対して弾力的になっているという推計結果が出ておりますので、品目ごとに果物の価格に対する消費者の感覚というのは異なっているだろうと。将来的に消費の傾向などを品目ごとに考えていかなければならないと思っています。日本の消費の中心はみかんでありりんごであり、主要な品目自体が低迷し消費が落ちているということに自給率に関わる点で問題が大きいのかと思います。

徳田小委員長

ありがとうございました。あと、他に需給動向について何かご意見ございますでしょうか。なければ今、梶川委員から推計モデル、今回もまた何らかの推計値を出すということになると思いますけど、モデルについての議論に入りたいと思います。先程、事務局の方から説明がありました資料２１頁の下にございますこれが前回、推計に使用しました計算式ですけど、これについて何かご質問等ございましたらお願いします。

浅沼委員

先程の説明の中で、２１頁の下に書いてある計算式は使わないということで理解してよろしいのでしょうか。他の品目と同じようにトレンドで出すのでしょうか。

大出課長補佐

そこはみなさんに議論していただいて、決めていただければと思っています。

浅沼委員

私の方でも毎年、みかんの価格を計算式を使って計測しているのですが、年々、計測値と実績とのかい離が大きくなってきているというのが実態でございまして、今まで使っていた関数は使えないということで何らかの新たなものを作らなければと、いろいろ調整しているがなかなかうまくいのがみつからず非常に苦慮しているところです。前回と同じような式を使うということになりますと、価格をどういうふうに設定していくのかということが大きい問題になろうかと思いますし、これが安い価格で設定して計測したのではなかなか産地の方がついていけないとことがありますので、その辺、十分にご検討いた

だきたいと思います。トレンドだけで見ていくとなりますと当然、国内の供給量は減っていくということになりますから、そうしますと輸入品が現状と同じような状況であるということになりますと自給率は益々減少するということになりかねませんので、広く関係者のご意見を聞いていただいて数字の取りまとめをしていただきたいと思います。

竹原果樹花き課長

推計方式につきましては、基本的には2つの方式があるということ、そのうちどちらをとりましょうかということをご議論していただきたいと思います。当然のことながら、予測をする場合には単にトレンドがこうだからということではなく、施策性を加味するというのは当然のことだと思っております。施策性自身が妥当かどうかということについても議論になるかと思っておりますけれども、いずれにしてもこれにつきましては次回、事務局の方として案をお示しし、議論をしていただくというかたちをとりたいと思っております。

徳田小委員長

他の委員の方、いかがでしょうか。

林委員

数値の見方については、私も梶川委員のおっしゃることに対して全く同じような感覚を持っております。果物について考えていただくことに、贈答品として扱う部分と、要するに商品と日常品、生活必需品的なものときちんと分けて議論していただくことをお願いしたいと思います。りんごとかみかんはもちろん一部贈答品もございますが、ほとんどは生活必需品的なものとしてみていただくことをお願いしたいと思います。それから買い手の圧力というのは全くございまして、消費者の購買意欲がそのまま値段が高くなったりすることで、極端なことを言いますと、ハウスメロンとか岡山の上等のアレキサンドリアは、私は今、ここに数字を持っておりませんが私の感覚で言いますと、景気動向が悪いということで相当に値段が下がっております。下がっておりますけれども、お客様に日常食べていただくところの値段までは下がっていない。アレキサンドリアもそうです。それから、私は感覚でものを言っただけですが、どれを食べても安心して食べられるような信頼感のある種類というのは漸増するだろうと思いますが、おいしいものとまずいものは非常に極端に伸びがうすいものと私は思っております。

徳田小委員長

ありがとうございました。推計値に関しては梶川委員が若干触れられておりましたけれど、品目によ

って需給に影響する部分も変わってくるので考慮すべきであろうと。議論を整理させていただきますが、前回のものは価格と所得水準に基づいて推計しているという形になります。推計する場合には将来の価格と所得がどうなるかということがまず確定されていないと難しいということがございます。これに対してはトレンドによる推計となりますと、今後、どういう状況で変化するというのを全く考慮しないというかたちになります。その結果として、恐らくトレンドをとるということになりますと過去何年ぐらいとるかということが影響してきますが、恐らく前回のものに比べて全体的にここ数年、特に国産果実の場合は国内消費仕向量が減少しているものが多いので、全体的に相当低いすう勢値が出るだろうということが予想されます。こういうふうに理解していいんだろうと思います。この点については改めて梶川委員にコメントしていただきたいと思います。

梶川委員

トレンドで傾向を予測するのは、需給とか予測モデルというのは目的に応じて変数等は考えていけばよろしいので、例えば価格は現状のまま、所得水準はほぼ変わらないとなりますとこのモデル自体がトレンドだけを反映したかたちで将来を予測することになりますので、具体的に価格、所得水準が大きく変わらないという傾向であれば過去の消費仕向量のすう勢値から推計したものとあまり変わらない。両方で照らし合わせて推計してもほぼ同じような傾向値が出ると思います、統計的にみると。前回は4年から9年という短い形ですが、消費を説明するような変数がたくさんありましたので、短い期間の係数結果でありましたけれども、今回のトレンドということになりますと、とてもこの期間ではかなり不安定なモデルになりますので、傾向を長く、例えば自由化以降のデータをとるとか説明量の多いデータに変換しないと、この前の同じようなデータ量では多分推計は難しいんじゃないかと。特に生食用におきましては消費量につきましては月別のデータが手にはいるかと思いますが加工用につきましては年別データになるのではないかと、そのデータをとっても説明量は10しかないとなりますと、かなりトレンドで引いても極端な値になりかねませんので、推計をいろいろなかたちで計測して将来的に望ましいかたちの推計量が出るように事務局として分析していただければと思います。そうしますと、多分27年度には0というような単純に引っ張ってしまうと0となるような品目も出て参りますので、この辺はモデルの変更には注意が必要かと思います。

徳田小委員長

今のご意見で、トレンドをとる場合にはデータそのものがもう少し細かいものが必要ではないかということと、このまま引いてしまった場合にはものによっては0になるものがあるということですが、それに、それに関して事務局の方からご回答いただきたいという点で、すう勢値と目標値は連動するものなのか、目標値は恐らく政策的なものがいろいろ加味されて作られていくものだと思いますけれども、その辺がどういう関係にあるのかによってすう勢値の考え方が違ってくるものだと思いますのでその辺を併せてお願いします。

竹原果樹花き課長

小委員長のご質問から先にお答えしますと、資料6の11頁の下の方でございすけど、極めてラフに書いてはございすけれども、計算式の問題は全く触れてはございせんが、要は現在の基本計画における目標値を検証した上で、新たな目標値を作ると。検証に当たってはこういう点に留意しましょうという、こういう考え方です。ですからこの中に今後の施策が、今までこうだったがこういうふうに変換すべきではないかということも含まれた上で決まってくるのではないかと考えております。次回はこういうふう考えたかということも併せてご呈示したいと思っておりますけれども、梶川先生からのお話のとおりトレンドだけでもいろいろなやり方があるかと思ひます。場合によっては品目ごとにトレンドを単純な直線で結ぶのか、あるいは対数にするのか、いろいろなやり方がありますが、また、何年間のデータを用いるのか等この辺も、特に梶川先生にご相談させていただきながら、これから事務局として対応させていただきたいと思ひます。なお、林委員からご指摘がありました、全くその通りかと思ひます。一つだけですが、贈答品かどうかということで需要を見極める、これはなかなか正直申しましてなかなか難しい、むしろこれは品目ごとに出しますので、品目によってそういうような特性がずいぶん現れてくると思ひますので、品目ごとに次回、ご議論できればと思ひます。

徳田小委員長

あと、いかがでしょうか。次回に具体的な推計式について事務局からご提案があると思ひますので、その推計式で特に留意していただきたい点がございましたら、出していただきたいと思ひますけども。

内藤委員

こういう形で価格が決まっているとは知りませんでした。需要と供給という関係の元に価格は決まっていたのかと思ひていましたが、大変な作業だとつ

くづく思いました。私たちも買うときに品物を見てから買うということが多いですが、先程、梶川先生がおっしゃいましたように、ももとかさくらんぼというのは高くともその時期しか買えないというそういう感覚の元で買いますから、かなり高くても買う人たちが多いと思います。時期が長いみかんにしろりんごにしろ、今、かなりりんごなどの貯蔵方法がいいもんですからその時々で買う人が多くなったり少なくなったりしますけども、みかんにつきましても今は、大きなものは好まれないようでして、中から小の方に移っている。そういうような消費者の傾向もよく見ていかないと大きければ良いとか味の部分で最近、糖度を図って見せたりしていますけれども、結構価格と自分が買いたいものとを前から決めるのではなく、顔を見て買うという消費者が非常に多いと思いますので、自分が望むものがないとなかなか買わないと、そういうものがこの中に入れていただければよろしいんですが、こういう数字は初めてみました。また、こういうふうに決められていたのかなということを初めて知りました。

徳田小委員長

ありがとうございます。今のご意見についても事務局で推計式を作る際に考慮していただきたいと思います。あと、いかがでしょうか。

竹原果樹花き課長

今の点につきましても、算定の際に考慮させていただきたいと思っておりますが、私、先程申し上げた点でちょっと誤解があったかもしれませんので訂正をさせていただきますが、次回、11月の小委員会で数字をお示するというのではなく、次回ではなくもっと先になるかと思えます。といいますのは、農業全体の自給率の目標を検討する中で果樹をどのように位置付けるかという、こういう議論を踏まえたかたちでやらないとまずいというのが正直なところでありますので、恐らくそれは年が明けてからというかたちでお示しし、ご検討いただくというかたちになるかと思えますので、訂正させていただきます。

徳田小委員長

あと、他の委員よろしいでしょうか。

江郷委員

この推計値の計算方法についてはコメントはありませんが、今日の資料を見せていただいて浅沼委員と同感なんです、数字については実感として少なくなっていると思っております。それは高齢化なり後継者不足なりいろいろな理由があるかと思えます。基本的には農家の手取りが確保できていないと

いうことであります。産地、消費者、それから流通への対策を打っていく、課長のおっしゃったように施策を打っていくことによって変わっていくと思います。ということで、単純に推計にないことを考慮していただきたいと思います。

徳田小委員長

ありがとうございました。単に数式ということだけではなくて、施策の反映ということであると思います。あと、特によろしいでしょうか。

それでは、つづきまして本日の議題の3つ目になります、量販店等からのヒアリングに入りたいと思います。資料8について関係者ヒアリング資料がございます。この資料についてご報告いただきますが、出席者について、事務局の方から補足的に説明がありますようですので、まず事務局からお願いします。

来島課長補佐

それでは、ヒアリングの趣旨と出席者の紹介をさせていただきますと思います。本日のヒアリングでございますけれども、中間論点整理の取りまとめの際に「流通・加工・消費については、特に消費者ニーズを踏まえ、関連産業との連携策を構築することが必要ではないか」とこういった点を踏まえまして、今後の小委員会での議論に資するとこういった観点で販売動向、あるいは消費ニーズに対応した取組について量販店、あるいは果実工場の方からお話を伺うこととしたわけでございます。合わせて、本日は産地における他産業との連携ということで浅沼委員からお話を伺うと、こういうことでございます。

本日でございますが、量販店から株式会社イトーヨーカ堂で青果を担当していらっしゃいます、食品事業部の山藤哲之チーフバイヤー、果汁工場から山口県においてストレート果汁の生産に取り組んでおられる日本果実工業の村岡啓次常務に出席をいただいているところです。合わせて量販店からはイオン株式会社から出席をいただくことを予定していたわけですが、突発的な事情により、急きょご欠席という報告がございましたので、事前に資料を作成いただいております。そういうことから、事務局の方からご紹介をさせていただきたいと思います。なお、イオンの関係資料に関しましてご質問等いただいた場合には、また照会の上、次回の小委員会でご報告させていただきます。

徳田小委員長

いま、事務局の方から説明がありましたとおり、イオン株式会社の方からは急用でご欠席ということですので。今回のヒアリングにつきましては3名の方に

順次ご説明いただいて、その後、合わせてそれぞれについての質疑をさせていただきたいと思っておりますのでよろしくお願いいたします。お忙しいなかお越しいただきました、お二人の方どうもありがとうございます。それでは、イトーヨーカ堂チーフバイヤー山藤哲之さんの方からご説明をお願いします。

山藤氏

イトーヨーカ堂の山藤と申します。よろしくお願いいたします。まず、こちらにある資料で説明させていただきたいと思っております。1、販売における国産生鮮果実の位置づけということでございますが、ここに書いてありますように基本的には味を最優先していきたいというスタンスであり、食べておいしい見て鮮度が良い悪い、野菜と比較して非常に味と鮮度をはっきりさせやすい商品ではないかと考えております。その面で差別化をPRできる商品では無いかと考えております。また非常に、旬ということで他の商品にはない部分がありますので、そこは季節感を出せるということで、打ち出しによっては食品全体のイメージを出せる他の食品にない、お店の顔になる部分だと考えています。

生鮮果実の販売割合の推移は、表をご覧くださいなのですが数字通りの推移で、先程から出ておりますように年々、その前に、私どもの方はいちご、メロン、すいかは果物に入っておりますが、トレンド的に見ますと伸びておりますのが、いちご、バナナ、グレープフルーツ。逆トレンドになっているのが、メロン、すいか、りんご、みかん。いろんな理由があるわけですが、一つは、おそらく他社様よりも輸入のウェイトが若干多いのかなという気がしております。いろいろ理由がございますが、ひとつはグレープフルーツのフロリダ産にしましても糖度センサーを入れた糖度の高いもののウェイトが高くなったり、キウイフルーツですとゴールデンキウイのウェイトが高くなったりしています。上位品目の割合の方は後で見させていただきたいと思っております。ここは、年によって国産果実のみかん、いちごが変更になる感じで、あとはだいたい同じです。

商品の仕入れルートとその割合については、この図の通りなんですけど、産地からJA、荷受、仲卸又はJA、荷受、若しくはJAのみを通して売り場までくる場合が約70%、産地から直接が約30%となっています。

価格設定の仕組みについては、いわゆる市場を通った商品に関しましては日々の相場をもとに、店着価格、販売価格を決めています。日々、価格変更ができる仕組みでやっております。ここにありますように、特に果物等は、はしりの時期はお客様の手の届かない価格になりがちなので、私どもとしては、我々の利幅の方を若干押さえるような傾向にあります。

す。逆に後半の部分は私どもの利益を若干確保したいとこのようにございまして、産地直送の部分に関しましては、中間コストのダウン分は、産地と当方の両者に配分しながらいただくと基本的な考えでやっております。

3、コスト低減に向けた取組の現状と課題で、今後の方向については、通いコンテナによる流通システムの改善について現在拡大中でございます、約2割から3割がコンテナを使用しているといった状況でございます。今後の方向性としましてはいわゆる、産地、私どものお店、配送センターと全てのポジションで作業、品質、鮮度に関わる部分、あとゴミの問題、販売形態が、小さいパイになっている中で、りんごとみかん、この辺も1個売りというウェイトが高くなっているんですけれども、その辺がコンテナの物を出せないかとそういう形でコンテナ化は進んでおります。2の規格の見直しについて、先ほど申しましたようにお客様の視点でこの形態、規格はどうなのか見直しております。たとえば、本当にさくらんぼが今のフードパックでいいんだろうか、そういう部分だとか、今はそういう部分が少なくなると申ししましても、例えば等階級が秀優良の比較で収まっているとこれにもう少し意味を付けていかなければいけないのではないかと考えております。

4、消費者ニーズに対応した販売の取組の現状と課題ですが、今後の方向については1、マーケティングに関しまして外部の会社に委託して調査いたします。今後の方向ということで、例えば先程もありましたけれどもぶどうの種に関してどう思うか、ということについて店頭でマネキンさんが販売時点でいろんな意見を聞いたりして項目を絞ってアンケート調査をやっていく。もう一つはその結果を産地に呼びかけて情報交換をしていく部分が足りていないのかなと反省はしております。非常に販売形態を小さくしております、例えばブドウを400gでなくてもいいんじゃないかというところで実験的に量を変えてやってみた。このウェイトはますますアップさせていきたいと考えております。その部分で販売JANコード、書いてありますけれどもこれを店で貼るとなると非常に大変な作業になりまして、例えばりんごですと、仕入れは産地ごとの切り替えができるように考えておりまして、その部分で、JANコードの添付というのが課題になっている状況です。規格の簡素化とかそういう部分でいきますと最終的には米国等で出されているようでございますけれども、いわゆる100gいくらだとか、そういう販売の形態になっていくのかなとも考えております。ただし、味の部分も同じであるというのが条件になると思います。3、産地ブランド品の取り扱いに関しては、ほとんど私どもの方では実施しており

ません。味を切り口として自社のPB化をウェイトアップしていきたいと考えております。現在、果物のこだわった商品には「日だまり育ち」という冠をつけて私の方で販売しております。もう一つは、安心をPRしていく顔が見えるという2本の柱でやっていきたい。ただし、行政のアプローチもあり、県産のフェアは積極的にやらさせていただきます。品質管理の面ですけれど、これは産地から店まで温度管理を中心に品質管理を現状以上に強化していかなければならない。もう一つ大事なのが味、鮮度のチェック機能を各部門でチェックしていく仕組みをなんとか作っていかないといけない。お取引様にご迷惑をかけたら、食味のチェックを私ども配送センターでのチェック、店でのチェック、産地、流通段階で明確になっていないんですけれどもチェックしていかなければならないと思っています。消費者への情報の提供の現状については、食べ方、メニュー提案のPRにとどまっているような感じなんですけれども、一つは安心、安全、機能性、どうしておいしんだろう、あと品種の特性、例えばりんごはりんごで特徴が出せなくて、お客様にPRできていないということがありますので、りんご、もも、これらの品種の特性をうまくお客様にPRしていくような活動をしていきたいと考えております。簡単ですけれども以上でございます。

徳田小委員長

ありがとうございました。ご質問、ご意見は後でまとめて承ります。続きまして、日本果実工業株式会社常務取締役の村岡さんよりお話を伺いたいと思います。それではよろしくお願いします。

村岡氏

よろしくお願いします。お手元の資料の10頁に日本果実工業の概要の添付をしてあります、ちょっとご覧になっていただきたいのですが、そこに書いてあるとおり、私どもは旧山口県経済連、いま全農山口と言っておりますけれども、その子会社でございます。昭和35年に農協系としては非常に、早くから立ち上げたわけですが、この理由は農協法で活動の制約がございまして立ち上げたということでございます。もう一つには、果汁、私どもは会社のあるところは萩でございますけれども、武士の換金のために夏ミカンを植えさせた名残がありまして、夏みかんは冬になるとぼろぼろ寒波で落ちるとその果実をなんとかないだろうかということで、絞って果汁にしようとして国産の果汁を初めて開発したところだと、そういういわれのあるところでございまして、現在では、果汁及び缶詰を含めて清涼飲料の充填をOEMでやらしていただいているのが実態でございます。本論でございますけれど

も、資料に整理させていただいております。ご案内のようにうんしゅうみかんについて先程から議論いただいているように、数量もかつての4分の1に近い数量になっておりまして、かつては40万とか30万とか絞ってございましたけれども今では、多くて15万トン少ないときには7、8万トンというような形になっております。特にオレンジの完全自由化からは、非常に国産の果汁が価格補償されることがないということと生産が不安定でなかなか需要に応えられないということでございます。よって今までは、需給調整機能というか、そういうような役割があったんですが近年では逆に量が少なくなったということで、安全、安心、やはり顔の見えるというか、そういうことの側面が原産地表示をするという立場からの役割も大きくなったという感じがします。私どものところでは、可能な限り原料トレースをしてこれを加工するという形をとっております。ストレートの果汁がハイグレードというのもおかしい話ですが、ストレートの果汁が今までは市場の商品として供給できなかった。これは、流通上の問題もありますが、価格的な問題、コストも問題もあります。今までは評価が少なかったという実態がありますけれども、近年、見直されつつあります。私どものやっている実態の数値でございますが、例えば15年のところで1,824klはストレートで、下の約900klは濃縮をしております。現状と今後の課題ということでございますけれども、こういうふうに量が少なくなった中で消費者の方へどのように認知していただくかということになると、輸入物と国産物というのは違うんだということを理解をしていただく運動、PRが必要ではないかと思えます。それによって棲み分け的な需要が生まれるのではないかと。小杉さんは専門家でございますが、缶詰が今、そのような棲み分け的なことが芽生えつつあるように伺っております。平成2年に、私のところですけど、チルドで300トンのタンクが8本あるのですが、原料みかんの皮をむきまして絞りまして、そのままの状態でタンクに押し込んでおります。空気に触れさせないように空中から窒素を取り出しまして、タンクの下から果汁をいれまして果汁が減るとまた窒素で押さえるということになります。それを製品にしております。残念ながら、製品にするときに加熱殺菌をせざるを得ない、このところがちょっと課題なんです。そうは言いながら、濃縮の1リットルとストレートの300ミリリットルで同じ価格で流通させていただくことが10年かかって行うことができたのが実態でございます。セブンイレブンさんに300ミリリットルで260円でおかしていただいておりますが、それでもきちんと理解して買っていただいている消費者の方が生まれてきた。今までは1リットルが220～2

30円、それよりも高いけれども買っていてという現象が生まれてきた。ただストレートもこれに向く規格のものが、ブリックスでだいたい11～12度でないと規格に合いません。ということになると11月20日以降に集められるものでないと規格に合わない、早生みかんはストレートの規格に合わないでございます。今は、みかん栽培の中では早生みかんの方が6割くらい、残りが4割と逆になっておりますので残念ながらこの量は、今後ますます少なくなっていくのではないかとこの傾向にあると思っております。消費者ニーズの把握ということについてですが、ここでは完全に価格というものと質で評価するものと二極化になるものと思えます。右側にいきますと今後の方向とありますが、これは先ほども述べましたとおり、きちんと原産地表示をして棲み分け販売やっていきたい。次にストレート果汁の生産でございますけども、やはりストレートということになると大変なコストが多くかかります。濃縮の場合だと5分の1、6分の1濃縮して圧縮してドラム缶に、250kgのドラム缶に入れておけば、使うときには、水を加えて伸ばすわけですから安くあがります。ストレートは1kgのみかんを絞りますと約500gの果汁が生まれるとそれをそのまま保管するわけですからやはりコスト高になります。消費者の方がその価値を認めていただかないと出来ないわけであります。また、タンクですから装備も必要になってきます。また、右側にちょっとだけ書きましたけれどもうんしゅうみかんの中でも最近では青島うんしゅうなどかなり糖度の高い品種が増えてきてますから、これは我々にとっては良いことだなと思っております。それから新規加工用途の開発というところでございますけれども、現状はさておきまして、右側のところで、本当に絞ったままのものを消費者に届ける加熱殺菌しないでそのまま、なんとか流通させることができないだろうか、というふうにいま思っております。これは容器の開発と流通の工夫のいるところかなと思っており、かつまたコストのかかることですから更に味が良くなる、良い物を届けられるということになります。それともう1点は、食べるというかアイスの形でやりたいと思っております。その他のところでは、先ほどから話に出ておりますけれどもうんしゅうみかんには、外国のオレンジ、バレンシアであるとかネーブルにはないーカロチン、ークリプトサンチン、これは最近よく報道されてきておりますが、がん抑制作用あるいは骨粗鬆症などに対する調査がなされておりますが、これの大半は果汁ではなくてみかんの袋、内皮に多く含まれているそうです。今は、ほとんど捨てております。一部えさ等に利用しておりますが、機能性成分が多く入っているところは、ほとんどは廃棄をしているというのが実態でございます。

して、これをなんとかうまく抽出して他のものへ追加していくことをやっていきたいなと考えております。以上でございます。

徳田小委員長

ありがとうございました。それでは続きまして日園連の指導部長であります浅沼委員からお話を伺いたいと思います。よろしくお願いします。

浅沼委員

資料の最後の頁、11頁でございます。産地と他産業との連携の事例ということで、どこか紹介して欲しいという要請がございまして、産地と申しまして農協と他産業との連携という事例を3つほど紹介したいと思います。

1つは宅配便との連携ということで山形県のJAさがえ西村山の事例でございます。ここは山形県のほぼ中央に位置しておりまして、さくらんぼ、りんご、西洋なし、ぶどうを生産している産地でございます。JAでは、生鮮果実と加工品、この2つを事業として展開しておりまして、特にこのテーマにつきましては、宅配便、生産者の顔写真をいれた品物を宅配業者と提携をし、産地直販便として全国配送をおこなっている。そういう事例でございます。宅配便の他にもテレビショッピングやカタログ販売、これにつきましても代理店を加えて行っていると、取扱件数は年間で約1万件で販売額は約1億円となっております。宅配業者との連携だけではなかなか量が伸びなかったわけですが、テレビショッピングやカタログ販売、これによってかなり伸びてきたという事例でございます。やはり1個ずつ発送するという作業が楽になったのがメリットでございます。

つづいてコンビニエンスストアとの連携ということで愛媛JA西宇和でございます。西宇和につきましては愛媛の西南部に位置しておりまして、自然環境にも恵まれた、かんきつ栽培に適した環境で「日の丸」等のブランドで京浜市場に出荷している産地でございます。コンビニエンスストアでは、やはり生鮮のみかんが取り扱われていない、ということで、そこを主に利用します若年層や単身生活者、こういった方々にも食べていただきたいということで2年前から取り組んでいるということでございます。まず、おいしい「小玉みかん」の位置づけの向上ということと、量販店やコンビニエンスストアにおける若者、単身者等の新規需要の開拓というものを目指しまして、S玉あるいは2S玉を柔らかいプラスチック容器に3個入れまして「ポケットサイズみかん」として商品化し販売をしている。現在は、コンビニの店を拡大していきなり、キオスクにも入っていきたいと思っているようでございます。ただ、これバック詰めにかかなり費用がかかりまして割高な商

品になるというのが課題でございまして、またゴミについても食べたものをパックに入れてお客様に捨てられるとゴミの分別ができないというところが課題となっているようです。

3番目が、観光協会との連携と言うことで、観光果樹園ということで山梨県のＪＡこま野でございます。山梨県西部に位置し、もも、すもも、さくらんぼ、ぶどう等が古くから栽培されている産地でございます。観光協会と連携ということでございますけれども、一番最初に始めたのが観光協会が単独ではじめたことでございます。これが大きくなるにしたがって現在では農協が中心となってやっているということでございます。観光協会と連携し、観光さくらんぼ狩りを6月上旬から7月中旬にかけて定期的実施しております、標高差がかなりございまして4市町村でリレー栽培することによって、ある程度長期間のさくらんぼ狩りが可能となっている。協力していただいている農家は451戸で実施面積は92ha、来園者数は131千人となっております。今後は、このさくらんぼだけではなく、他の品目へ拡大しまして、ある程度年間をとおして観光できるようにしていきたいということでございます。

現在、流通の合理化ということで、市場外取引もある程度進めていかなければならないといわれているわけでございますけれども、現実的には少なくとも系統での出荷品につきましては、9割近くは市場を通じて販売を行っているというのが実態でございます。確かにゆうパックなり宅配業者との連携なり、インターネットでの販売というのがありますけれども自ら荷造りし、宅配ルートで出荷するということになりますと、かなり市場流通よりも割高に成る可能性があります。りんごやなし、みかん等のキロ単価が300円なり500円以下の品物につきましては、現状よりもかなり割高な流通経費になってしまいますので、そんなに大きく伸びる可能性はないと私は思っております。それから観光果樹園なりファーマーズマーケットにつきましては、大都市近郊の農協がかなり大規模に店舗を展開している事例がありまして、こういうのは徐々に数量は増えつつあるのかなと思っております。和歌山県のＪＡ紀の里、ここがめっけもん広場という直営店を持っております、昨年度の取扱高が23億円、レジを利用してくれた来店客数が83万人でございまして、都市近郊の農協のファーマーズマーケットというものは今後、拡大していくものと思われれます。以上です。

徳田小委員長

ありがとうございました。3名の方からご報告いただきました。事務局の方からイオンのことについ

て説明をお願いします。

来島課長補佐

それでは、イオンの方が、ご欠席ということでございまして、資料の方で説明させていただきます。資料の1頁、販売における国産生鮮果実の位置付けでございます。イオンの方では、果実は入り口のトップの位置に陳列されている、お客様が鮮度と味についてお店のイメージを決める大事な場所ですので、非常に重要視しているということでございます。ポイントのところでございますけれども、一つは季節感を表す商品であるということ、売り場作りで差別化できる商品ということでございます。それから、おいしさを表現できる商品、競争他社との差別化商品という位置づけの商品ということでございます。

販売の割合が下の方の表でございます。15年度では青果物全体のうち、果実でございますけれども、35%でございます。うち国産が78%、輸入が22%と、こういう状況でございます。また果実に占める品目の割合は右の方に示してあります。1位いちご、みかん、りんご、ぶどうと国産はこういう状況でございます。一方、輸入はバナナ、グレープフルーツとこういった割合でございます。続きまして生鮮果実の価格設定の仕組みについてですが、商品の仕入れルートとその割合について上の方で示しております。厳密に計算をしてということではないということをご理解願います。産地から地域ブロックごとのセンターを経て店舗にくる産地集約型商品が40%、産地から市場、センターを経由するものが58%、朝取りといったような産地から直接店舗にくるものが2%程度あるとこういうことでございます。

それから、価格設定の仕組みということでございます。価格設定の仕組みにつきましては、産地集約型の商品につきましては、再生産価格を基本にするが生産状況も考慮した価格の設定とこういうことでございます。それと市場商品につきましては週間値決めとこういうご報告をいただいております。価格を設定する際に特に考慮する要因は、品質はサイズ・等級、日持ちは出初めと終盤期に配慮した価格の設定ということでございます。そのほか、良い物をつくれれば良い値がつくというコメントをいただいております。その他、コスト低減に向けた取組の現状と課題、今後の方向については、1点目として通いコンテナ等の流通システムの改善の関係がございまして、すべて通いコンテナ化とする計画であるということでございます。産地での選果ラインに通いコンテナのラインが少ないのが大きな課題ということでございます。今後の方向については、通いコンテナの流通については、日本全体として通い

コンテナが簡単に流通できる全体のシステムづくりが今後必要という報告をいただいております。15年は約200万ケースのコンテナ流通があったとご報告をいただいております。2番目、規格の見直しでございます。規格は、お客様側からの視点を考慮した規格が必要とこういったことでございます。今後お客様にとってその規格が必要なのかどうかということでもあります。また、いちごやみかんといった例示もされておりますが、いちごについては現行300gの規格でございますが、200～250gの規格が適当ではないか、みかんについては現行10kgの規格でございますが、5kg程度の規格に見直す必要があるのではとの意見もいただいております。その他の取組については、 から でございますけれども選果コストの低減、あるいは通いコンテナによるコストの低減、それから納品回数の見直しこういった取組によって今後コストの低減が可能とこういった意見をいただいております。めくっていただきまして、消費ニーズに対応した販売の取組についてです。消費者ニーズの把握の関係でございます。これにつきましては、資料として家計消費データ、T I 値分析等を参考に消費者ニーズをとらえているとこういうことでございます。それから販売形態の多様化についてでございますが、需要の変化ということで2個、あるいは3個ということで単位の見直しをおこなっているとこういうことでございます。産地のブランド化でございますけれども、全国的に名前が売れている商品については、産地の名称を使用して販売とこういうことでございます。それから生産者個人につきましては、フードアルチサン商品として販売しているとこういうことでございます。それから品質管理の取組については産地、流通、センターでの品質管理体制をとっているとこういうことでございます。消費者への情報提供については、販売物、糖度表示等を使用しております。その他の取組としては消費拡大キャンペーンとして10年前から 5 A D A Y運動を展開しているとこういうことでございます。以上でございます。

徳田小委員長

ありがとうございました。それではここからご意見ご質問をいただきたいと思います。それぞれ順次、イトーヨーカ堂の山藤チーフバイヤー、続きまして日園連の浅沼委員、最後に日本果実工業の村岡常務のご報告に対してご質問、ご意見をいただきたいと思います。まずイトーヨーカ堂の山藤チーフバイヤーのご報告に対してご質問、ご意見がございましたら、どなたからでもかまいませんのでご自由にどうぞお願いします。内藤委員お願いします。

内藤委員

6 頁の、産直のところで中間コストのダウン分は両者での配分が基本的な考えとありまして消費者への還元というのではないのでしょうか。

山藤氏
もちろんあります。

内藤委員
この部分で見ますと、生産者と流通さんでとられるという形に読めますけども。それと7 頁の品質管理の、温度管理の実施というのは、お店では確かに温度管理されていますけれども、りんごなど買われた方がどんな温度管理をされるかによってかなりの食味など変わりますので、そういうところも情報提供なされているのでしょうか。お願いします。それと先ほどの最初の時にグレープとありますけどグレープフルーツですね。

山藤氏
そうです。品質管理の方は、もちろんお客様にもわかりやすくように情報を提供したいと思っております。基本的には、法改正もあるようですが、ちょっとがった言い方になりますけれども、良い物を作っていて、良い物をお客様に提供する中で、努力していただかないところには金を払いたくないということです。あと、りんごの件ですけども内藤委員おっしゃるとおりで去年、失敗した1 例がですね、貯蔵の後半のりんごがございますね、あれを引き続き常温の方で販売して、非常にお客様からクレームがあったということがあります。それからもう一つが逆に始めの早生種ですね、このあたりの温度管理が悪く、お客様に迷惑をかけておりますので、そのあたりの情報も含めて店舗のサポートチームがありますので、フォローしていきたいと思えます。

林委員
コンテナで輸送費の軽減という理念は、私も賛成なんです、現実の問題として空き箱を生産者に戻すコストというのが大変掛かると思っております。売り場でもそうですし、輸送するのに空箱での運賃が特別にかかる。ヨーグルトはビンで回収して洗うという、捨てちゃう方がビンを持ってきた洗うよりも経費が非常に安かったというのがあって、ワンウェイの容器で乳酸菌を売っていると承知しております。果物も産地がやたらに印刷したり、段ボールをカラフルにしたり、アルミのものをはったりしているが、厳しく計算してみないといけないんだけど、安い段ボールに必要最小限の印刷、また、一方通行にしたほうがいいと、私もやってみたいと考えている。趣旨は賛成なんです、そこらあたりの実感を

教えて欲しい。

山藤氏

私どもも、みかんの産地からパッケージについては、ややもすると全部段ボールを捨ててしまうんですよね。捨てるのにもお金がかかりますし、今、100箱になっている。それでも箱では昨今売れない時代になってきて、先ほどのお話のとおり各産地あざやかなデザインで段ボール箱を作ってもらっていますが、非常に心が痛い、その辺にメスが入ればということなので、コンテナその辺、余分なところのコストなのかなと、お客様も望まないところではないかと私どもも思っております。

浅沼委員

7頁の小売り等販売形態の多様化の中で、100g当たりで単価を設定して販売というお話、非常におもしろいなと思ったんですが何か具体的に検討されているような品目はあるのでしょうか。

山藤氏

実際にはやっていませんが、例えば全国で光センサーが各地で入っている中で、今まではどうしても糖度自体は低いんじゃないかとか、逆に小玉なら糖度はありますといったことがあったわけですが、きちっとした糖度であれば、2Lも3Sも、100g当たりの価格、同じで売れるのではないかとそういう趣旨です。

浅沼委員

いくらでも、私どもの方で対応しますのでよろしくお願いします。

小杉委員

価格設定の仕組みというところで、ダメージとかが出てくる中でロス率みたいなものはどの程度でみているのでしょうか。

山藤氏

基本的に、ロスは出るものではありませんので、それに乗っけて売価にしていることはないです。しかし、やはりロスは出ます。

小杉委員

それは、除いてというかたちですね。

山藤氏

そうです。

小杉委員

それと店頭での定番と特売での比率というのがあるかと思うんですけども、参考までにどれくらいのかたちでいわれているのか。

山藤氏

特売の実績を算出しますと金額で青果で10%です。

内藤委員

年間の取扱量というのは、全体的ではどれくらいなんですか。それといま、定番と特売の話がありましたが、定番と特売で商品が変わったりするんですか。

山藤氏

取扱量は、データがございません。戻ってまた調べたいと思います。これは金額のウェイトになっています。それと特売と定番でも品物は変わります。

内藤委員

それでは、正常に売っている物の、今の話だと10%くらい安くということですか。

山藤氏

全体の売り上げの10%の比率になるということです。結果の数字が。

内藤委員

例えば、いま定番の商品に比べて価格は安くなっていますよね。私たちはよく見るのは、正常の商品ではなくて特売用の商品が出るのを見るんですが、イトーヨーカ堂さんはそんなことしないで、定番の商品を安く売っているのでしょうか。

山藤氏

そういうことです。

内藤委員

どのくらい安くなっているんですか。

山藤氏

非常に安いです。基本的にチラシに載せているものは、他の店には負けないと、それがものさしになります。

竹原果樹花き課長

もう、時間がありませんので、できましたらこちらの方から今日大変貴重な意見をお聞かせいただきまして、加えてご質問したいこともございますの

で、また、ご連絡をとらせていただいて、お話を伺えればと思っております。正直申しまして、産地をいろいろ歩いておりますとやはりスーパーの扱い量、シェアというのが非常に高くなっている状況がありまして、スーパーが価格を設定しているのではないかという声が聞こえてくるものですから、これは定性的なお答えになろうかと思いますが、そのような点ですとか、あるいは産地ブランドというものをつくって努力をしているところもありますけれどもそのようなものに関しての扱いということに対してどうお考えなのか、あるいは非常に正直な話を申し上げまして、イトーヨーカ堂さんも果樹の産地の近くにお店を持っていच्छるかと思いますが、生産者の方もイトーヨーカ堂さんのいろいろな商品の買い手であるということも考えて、そういう意味から果物に対する価格ということに対して生産者が生活できるような価格が必要だと、そういう声も聞くものですからまた、ご意見をお聞かせ願えればと思います。

徳田小委員長

次の報告についてのご意見ご質問に移りたいと思います。次は日園連の浅沼委員の報告について、ご意見ご質問がありましたらお願いします。

林委員

独り言ですが、私は産地直送をする場合、それを集める人のコスト、値段を設定する人のコスト、お金を払う人のコスト、それが分化されていて市場、仲卸を通して機能している場合は中間手数料は変わらないと私は思っております。私は、その考えで林フルーツの人間が産地に行って品物を集めて、その値段を、市場流通の専門家、全国的なシェアで値段を決める方が合理的だと私は思っております。そういうような考えにおいてやってもらうことを私はご報告申し上げます。

徳田小委員長

私の方から、1つ。浅沼委員からの報告の中で、宅配、コンビニ部分がそうなのですが流通コストの部分がどうしても割高になると、これは私もいくつかの産地に行ってもそのとおりだと思うんですが、そういう意味でそのコストをいかに抑えるかということに対しての工夫、あるいは取組ということで、なにかもしあればご紹介いただきたいのですが、いかがでしょうか。

浅沼委員

あの、いずれにしても宅配の業務改革をやらなくてはいけないわけですが、これを宅配業者に任すか、もしくは宅配料金を期間なり数量を契約的に

やることによって一般の物よりは割安にしていたかどうか、そういうことはあるんですけどもやはりみかん、りんご、かき当たりの10kg箱でもって運賃比較をするとやはり高めになってしまう。さくらんぼとか高級ぶどうとかそういった物であれば手数料が率で持ってくる部分がかなりありましてどうしても価格の安い物については割高になってしまうというのが現状ではないかと思っております。

内藤委員

山梨県のJAこま野のお話ですが、観光協会、これ観光農園ですよね。よく言われますのは、消費者のマナーが非常に悪くて、樹を荒らされるとかそういうことを言われるんです。出荷して出すのと観光農園で出すのと、利益の部分と、樹を荒らされるといことで消費者に対してどんなことが望まれているのか。お伺いしたいのですが。

浅沼委員

こま野の方では、むしろ樹を荒らされるということよりも生産者が立ち会って、こうやって採ってくださいと指導するわけですが、その指導の仕方が悪い園主がいるということで、生産者の方を指導しなくてはいかんということになっております。手取りは、その辺の農家の手取りよりはるかに良いです。しかも収穫作業が一番大変な作業ですから、その部分が必要なくなるわけです。

内藤委員

りんごとかみかんとか主力の商品については、行われていないんでしょうか。

浅沼委員

もちろんやっておられます。特に大都市近郊の産地については、ほとんどの産地でやっていると考えてもらって結構でございます。ただ、シェアとしては、全体の1割いってるか、業界としてはごくわずかです。

徳田小委員長

最後に日本果実工業株式会社の村岡常務の報告につきまして、ご質問ご意見ありましたら、よろしくお願いします。

内藤委員

県別でジュースを絞っているとおっしゃいましたが、県別で絞るほど各県のみかんの生産量があるんでしょうか。

村岡氏

原産地表示の問題で、私のところで言えば、山口県産という表示をしてくれと、自分のところで消費するものは、表示しろということで、責任持つと言いますか。それとわたしどもの県は非常に生産量が少ないもんですから各県から集荷してきましてやるわけですけど、品質的に県によって、11月中旬に絞った物であるならば県によってそんなに差があるわけではない。あと商品化する際に、納入先が生活協同組合さんへの納入が多かったわけです。というのはそれだけのコストがかかるからそのことを納得の上で買っていただくことになりますので、そうしても、可能な限り県ごとに表示することが望ましいかなと考えております。どうしてもタンクを県別にするとまたコストがかかるわけですから、全てのものが良いというわけではございませんがそういうことも手がけていかなければならないのかなと考えております。

内藤委員

消費者の方は国産でいいと思うんですが。

村岡氏

一般的には、国内産でいいと思うんですが、ただディスクロ - ズされている生協さんであるとか、そういうところは更に踏み込んで自分の県のみかんであるということに意識があります。

徳田小委員長

それでは、ヒアリングについては、これで終わらせていただきます。イオンの資料については、ご質問があれば事務局の方で問い合わせるということでございますから、そのようにお願いします。

本日は、お忙しい中わざわざおいでいただきましてお二人の方、小委員会としてあらためてお礼申し上げます。どうもありがとうございました。

次回の開催日程について事務局から説明をお願いします。

三宅総括課長補佐

次回の第5回需給小委員会につきましては、現在11月の委員の皆様のご都合についてお聞きしておりますので、会場の都合も考慮の上、早めにご相談の上決定させていただければと考えております。よろしくをお願いします。

徳田小委員長

それでは、本日ご用意いただいた事項につきまして、終了いたしましたので事務局から特にあればお願いします。

大出班長

本日は長い時間にわたりご議論、誠にありがとうございます。本日の前半に話のありました「企画部会における全体の議論との整合」や「果樹部会との連携」については、事務局としても適宜対応したいと考えておりますので、今後ともご指導の程、よろしくお願い致します。

なお、本日の小委員会の概要は、小委員長にご確認いただいた上で、農林水産省のホームページにおいて提示していく予定にしております。

また、詳細な議事録については、前回同様、後日、委員の皆様にご確認いただいた上で、農林水産省のホームページに掲載したいと考えておりますので、よろしくお願い致します。

本日は、ご多忙の中、ご出席いただきありがとうございました。

午後３時４０分 閉会