



日本園芸農業協同組合連合会（略称 日園連）

1. 組織概要

（令和3年4月現在）

- ・ 創 立：昭和23（1948）年11月5日
- ・ 会 員：正会員 12 [全国連1（県本部10）、県連合会5、県農協3、単協3]
准会員 8
- ・ 代表理事会長：川田 洋次郎
- ・ 役 員 構 成：理事 9名 監事 3名
- ・ 所 在 地：東京都大田区東海三丁目2番1号（本所）
東京都中央卸売市場 大田市場内





2. 沿革

本会は、昭和23年11月、戦争で荒廃した果樹園の復興を願う果樹生産者有志の結集によって、わが国果樹農業の発展を使命とする唯一の果樹専門全国農協連として発足しました。

以来70年余を経過しましたが、この間、国に「果樹農業振興特別措置法」（昭和36年）の制定及び改正や農林省（当時）へ園芸局の創設を働きかけその実現を図るとともに、国会には果樹農業に理解のある議員で構成する「果樹農業振興議員連盟」の結成を働きかけました。

一方、自らはわが国初の果実の出荷規格と呼称の統一及び段ボール包装規格（全国標準規格の基礎となる）を設定し、青果物の出荷容器の段ボール化を図り、また、果実の需給調整事業を確立するなど、生産・流通の合理化に積極的に対応してきました。

さらに、果実の輸出についても本会の前身である日本果実協会が昭和22年にみかんの北米輸出を再開して以来、国産果実を世界各国に向けて輸出するなど業界のパイオニアとして高い実績をあげてきました。

また、平成元年度から稼働させた「果実総合情報システム」については、平成9年からはインターネットを利用した情報提供を開始するとともに、内容充実を図るなど果樹関連の生産・販売関連情報の発信に努めております。

平成11年6月には、果汁に関する事業を主体とした日本果汁農業協同組合連合会と合併し、従来の生果を主体とした事業展開から果樹に関する総合的な事業を展開しております。

3. 事業概要

(1)指導事業

①生産・販売対策

- ・ 果樹農業の振興と生産基盤の強化
- ・ 指導推進体制の充実
- ・ 高品質果実の安定生産の推進
- ・ 出荷安定対策の推進
- ・ 果実輸送効率改善に向けた取組み
- ・ 生産出荷情報の提供
- ・ 消費者ニーズ等に対応したGAPへの取組みの推進
- ・ 指定卸売会社との連携強化やデコポン®ブランド強化による販売対策の推進

②消費拡大対策

- ・ 「毎日くだもの200グラム運動」、
「デスクd e みかん」・「デスクd e くだもの」運動等、食育活動の推進
- ・ 国産果実の持つ栄養・効能やβ-クリプトキサンチンやGABAなど機能性の普及・推進



③加工対策

- ・加工仕向け原料に関する対応
- ・広報紙「加工情報」をはじめとした果汁関係情報の収集・提供
- ・β-クリプトキサンチンなどの機能性食品等の開発を支援

④情報対策

- ・情報提供機能（「果実総合情報」「果実販売詳細情報」「会員専用情報」）の充実
- ・産地と卸売市場を結ぶ情報システムの推進
- ・「果樹統計」「販売年報」等、定期刊行物の提供

⑤農政対策

- ・果樹政策推進のための関係機関との連携
- ・新たな「果樹農業振興基本方針」の下で実施される果樹対策に対し、より活用し易い事業となるよう会員の意見・要望を反映させた要請活動



(2)販売事業

①海外販売

- ・かんきつ類の安定的輸出の推進
- ・落葉果実等の輸出拡大
- ・海外での販売促進活動等

②国内販売

- ・国内販売斡旋の推進
- ・通信販売等を活用した取り組み

(3)出版事業

①月刊誌『果実日本』、単行本「見直そう！

くだもののちから（改訂版）」、広報紙「日
園連情報」などの発行

②会員の編集部門との連携強化

(4)購買事業

①果樹生産資材及び果実の包装資材など農業資材の安定供給と高品質果実生産・出荷に連動した本会オリジナル資材の開発と提供

②生産現場のニーズに対応した高品質果実生産のための生産出荷資材、生産現場での労力軽減資材、コスト低減や環境問題に対応した資材等の開発

③パレット輸送に対応した段ボール箱の規格の推進



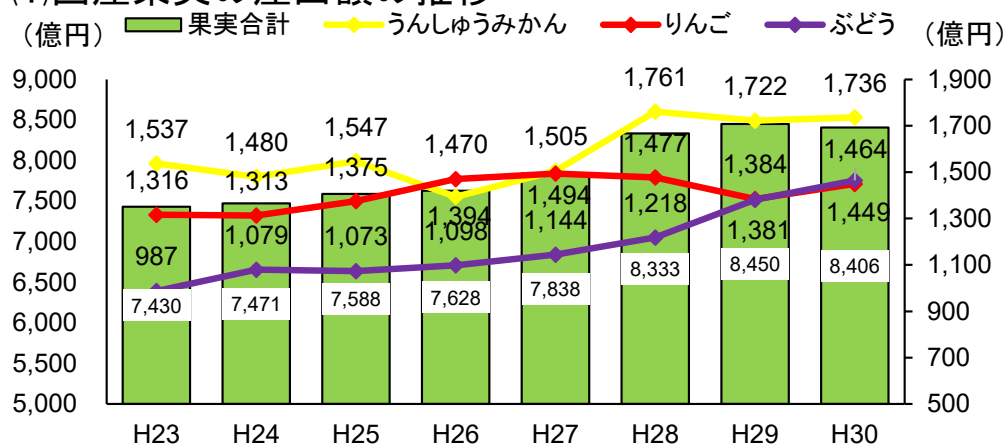
1. 国産果実の生産動向

果実の生産量は、昭和54年にピークに迎えた後、現在に至るまで減少を続けいている。果実の国内需要のうちで、国産品は約4割、輸入品は約6割を占めている。

果実の産出額が平成24年から6年連続増加しているが、卸売数量は減少傾向にある。これは、優良品種・品目への転換等により、消費者ニーズにあった高品質な国産果実が生産されるようになったことに加えて、人口減少等による需要の減少以上に、生産量が減少していることが理由として考えられる。

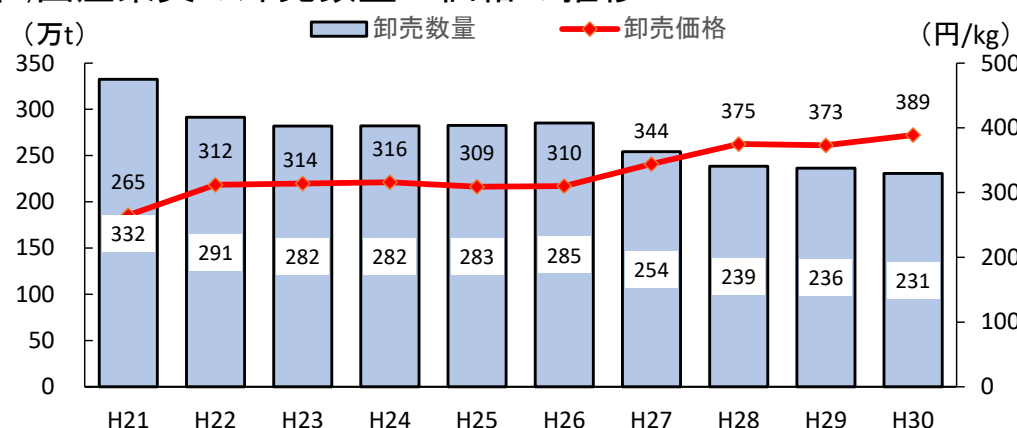
果樹の栽培面積は、昭和55年に全体で40万haあったが、令和元年には21万haにまで減少し、面積の減少に伴い果樹の生産量も昭和55年に620万tであったが、令和元年には270万tに減少している。

(1) 国産果実の産出額の推移



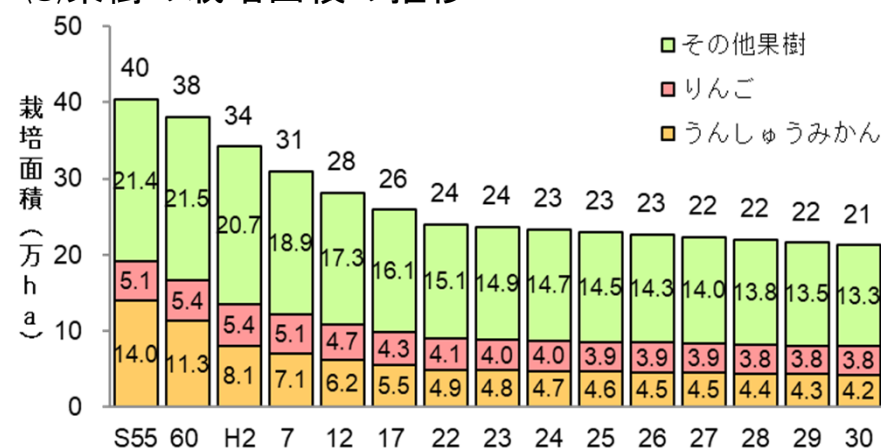
資料：農林水産省「果樹をめぐる情勢」（令和3年8月）

(2) 国産果実の卸売数量・価格の推移



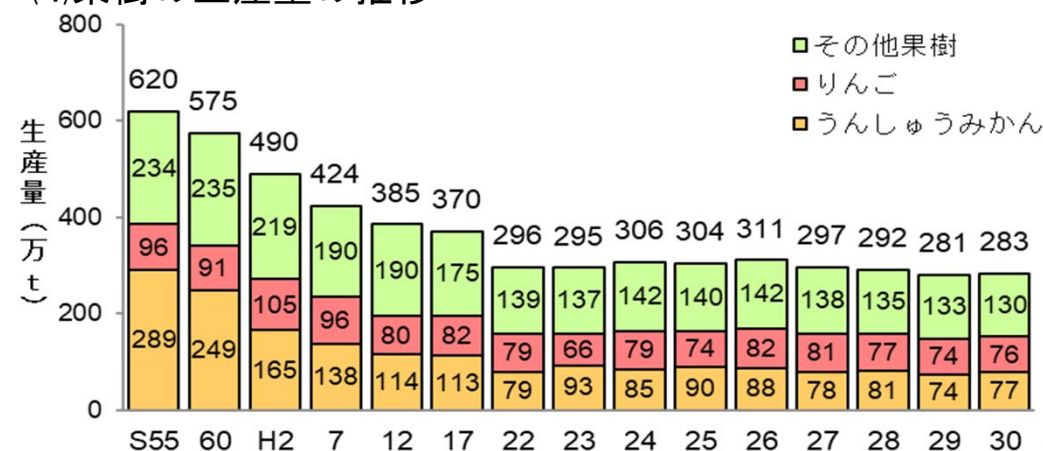
資料：農林水産省「青果物卸売市場調査報告」

(3) 果樹の栽培面積の推移



資料：農林水産省「果樹をめぐる情勢」（令和3年8月）

(4) 果樹の生産量の推移



資料：農林水産省「果樹をめぐる情勢」（令和3年8月）

2. 国産果実の消費動向

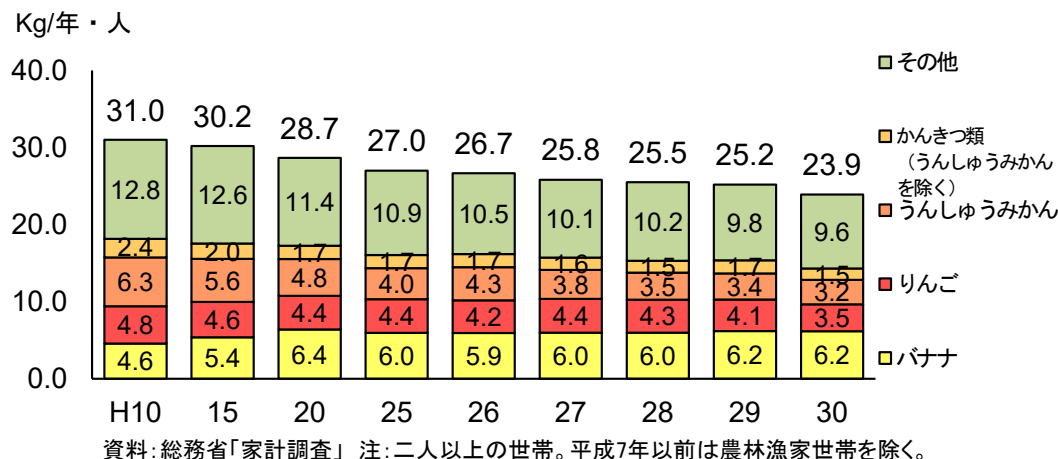
果実の消費は、生鮮果実ではうんしゅうみかん、りんご等の国産果実の購入数量が減少する一方で、バナナの購入数量が増加傾向にある。

1人当たりの果実摂取量は、全ての世代で減少しており、令和元年で99g/日で、世代別では、20～40歳代で摂取量が少ない状況にあり、10年前と比較すると50歳代の落ち込みが特に大きくなっている。

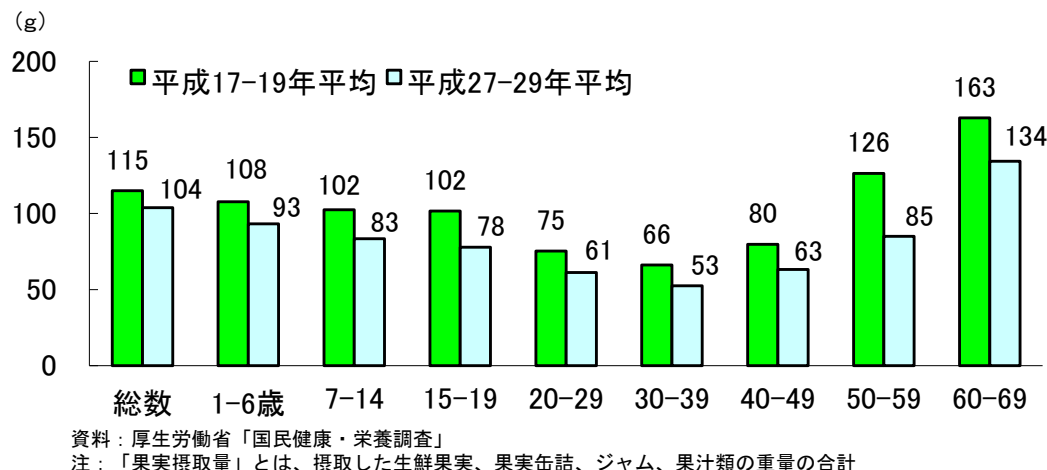
消費者が生鮮果実を毎日食べない理由として、価格や買い置きできないこと、手間のほか、食べる食品が他にあることをあげている。食料支出に占める支出割合は、果物は減少傾向にあるが、菓子類や飲料は増加傾向にある。

消費者は、①手頃な価格、②食べやすい、③機能性が高い果実の提供を特に求めており、販売方法では、食べ頃・旬の表示やバラ売り、おいしい果実の見分け方や試食販売、栄養素の表示へのニーズが高い傾向になっている。

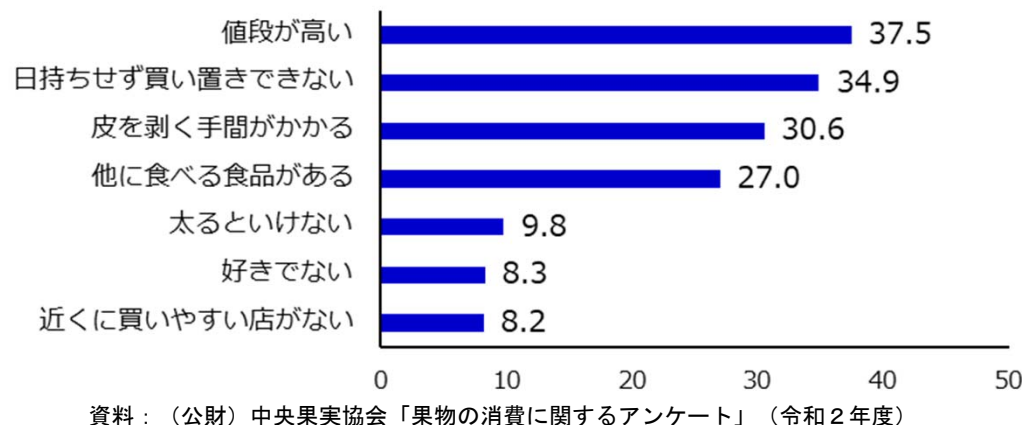
(1) 生鮮果実 1人1年当たりの購入数量



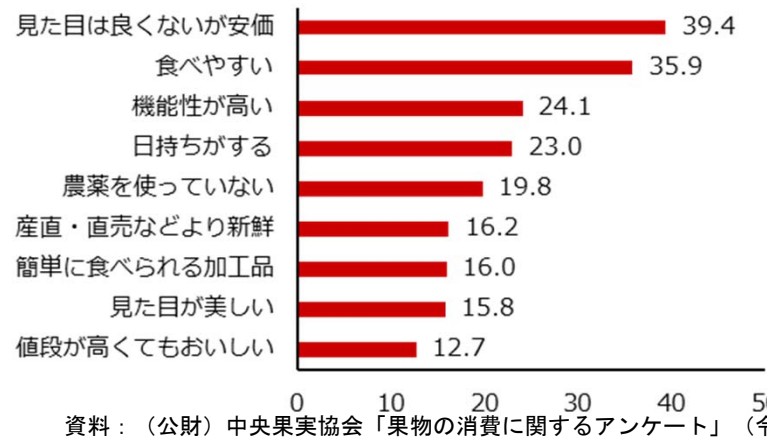
(2) 世代別果実摂取量（現在と10年前の比較）



(3) 生鮮果実を毎日摂らない理由



(4) 消費者に聞いた果物の消費量を増やすための提供方法



3. 国産果実の消費拡大対策



日本園芸農業協同組合連合会

全国段階における消費拡大対策は、「食生活指針」や「食事バランスガイド」に基づいた「日本型食生活」の実践の推進と、その中での果実摂取（「毎日くだもの200グラム運動」）の重要性の訴求による普及・推進、安全・安心な国産果実全体のイメージアップや話題性の醸成・提供、果物の持つ栄養・効能、機能性の周知等、全国の果樹産地が一体となった取組を行うことで、果物が毎日の食生活に欠かせない品目であることを定着させ、国産果実全体の需要拡大を図る。

※事業実施主体：全国落葉果樹消費拡大協議会、全国柑橘消費拡大協議会（事務局：日園連）



国産果実消費拡大対策（毎日くだもの200グラム運動等の推進）

社会人（企業）等を
対象とした普及・推進

小学生を対象とした
普及・推進

雑誌やラジオ番組等を
活用した広報活動

国産果実の
機能性成分の広報活動

一般企業や大学等と 連携した取組

- 新たな価値観（みかんを食べるメリット等）、新たな喫食シーンの提案する「デスクdeくだもの」運動、「デスクdeみかん」運動を展開。
- 次期社会人である大学生に対しても、大学版「デスクdeみかん」運動を展開。

子どもや果実摂取の 少ない世代への取組

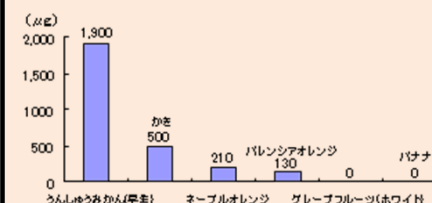
- 小学校5・6年生向けに、副読本「みんな大好き！日本のくだもの」を活用し、大都市圏の小中学校を中心に、社会科・総合的学習時間等において、出前授業を実施し、授業で学んだ果物に関する作文・新聞コンクールを実施。
- 「子ども食堂」に対して、国産みかんを提供し、みかんの美味しさと栄養・効能等の機能性を保護者等に発信し、家庭での消費拡大を目指す。

国産果実の栄養・効能等 の広報活動

- 主婦向け専門雑誌等を活用し、幼稚園児の保護者やトレンドに敏感な主婦向けに広告掲載等の実施。
- WEB等での情報発信。
- 民放ラジオ番組を活用し、みかんの季節に栄養・効能等の情報を紹介すると共に、番組Twitterにおいても、広く情報発信。

国産果実の機能性成分の 研究成果の広報活動

- 一般消費者を対象に、みかんセミナーを開催し、その内容を全国紙に掲載、デジタル版広告特集ページを作成し、みかんに多く含まれるβ-クリプトキサンチンの周知を重点に「毎日くだもの200グラム」運動を訴求。



新たな消費スタイルや意識して食生活に果物を取り入れる方の割合向上＝農家所得の向上・経営の安定