

あいち農産物生産流通レポート

平成19年12月号

情報サロン		
・「ふるさと農林水産フェア・秋」が開催されました	-----	1
(食育推進課)		
地域トピックス		
・JA豊橋の安全・安心ななすづくりの取り組みについて	-----	2
(食育推進課)		
東日本情報		
・農林水産祭「実りのフェスティバル」で県産農産物をPR	-----	3
(東京事務所)		
西日本情報		
・花き生販連携促進交流大会2007名古屋が開催されました	-----	5
(園芸農産課)		
フラワーページ		
・私の「花育」への取り組み	-----	7
(株)フラワーオークションジャパン 藤澤俊三)		
青果		
・愛知産青果物の動向(名古屋・東京市場)	-----	8
・名古屋・東京市場における青果物の12月の見通し	-----	9
花き		
・切花・鉢花の12月の見通し(県内市場)	-----	21
輸出入		
・主要農産物の輸出入実績(2007年9月)	-----	25
関連指数	-----	26

本書の内容についての問い合わせ先

愛知県東京事務所総務課物産情報グループ

(03)-5492-5400

愛知県農林水産部食育推進課

(052)-954-6417

「ふるさと農林水産フェア・秋」が開催されました

平成19年10月5日(金)から7日(日)にかけて、名古屋市の吹上ホールで「ふるさと農林水産フェア・秋～おいしい自然の恵み、菜発見～」が開催され、3日間で30,253人の来場者で賑わいました。



買い物客で賑わうブース

今回で2回目の開催となったこのフェアは、消費者の農林水産物に対する安心・安全志向の高まりや、多様化する農林水産物とその販売の取り組みを受けて、消費者と生産者を結びつける場を設ける場づくりとして、愛知県、名古屋市、中日新聞社及び東海テレビ放送で構成する「ふるさと農林水産フェア・秋実行委員会」が開催したものです。

今年は、愛知県体育館で開催した昨年よりも規模が大きく、74団体が188ブースを出展しました。食のイベントにふさわしく地産地消や食育をテーマとした物販や展示が数多くみられました。

特に「ふるさと愛知」ゾーンでは、JAを主体として県内各地域の特色のある農林水産物や加工品が販売され、人気を集めていましたし、「食の国際交流」ゾーンには、名古屋コーチンなどの本県特産品、銘産品や中国、韓国のほかウガンダ、エクアドルのお国自慢の料理などの出店もありました。

また、愛知県も、今年は県の施策や農林水産業を紹介するだけでなく、実際に体験したり触れ合うことのできる7ブースで、県民のみなさんに施策や本県特産物をアピールしました。

会期中の主な内容は以下のとおりです。

出展

74団体、188ブース(主催者含む)

主催者展示

スポーツ選手の勝負飯：中日ドラゴンズ川上選手、アイススケート浅田真央選手、大相撲琴光喜関ら9人のインタビューと勝負飯の紹介

ステージイベント

- ・イケメン料理人コウケンテツの愛知県特産品を使った簡単クッキング
- ・プライナスの「やさいのうた」とちびっ子ダンス
- ・作家島田雅彦トークショー など

愛知県の出展

体験ゾーン：てん茶の石臼挽き、うなぎに触ろう、木工細工

教室ゾーン：「卵の不思議」を始め6教室、園芸講座

展示ゾーン：とげなしナス、アルビノリュウキンなど農業総合試験場、水産試験場、林業センターの研究成果の展示



プライナスの歌に合わせて踊る幼稚園児



てん茶の石臼挽き体験の様子

JA豊橋の安全・安心ななすづくりの取り組みについて

JA豊橋なす部会全員（66名）が、農薬や化学肥料を従来より減らして生産するエコファーマーの認定を受けています。部会は、出荷物からの抜き取りによる残留農薬分析の実施、部会員全員による全ほ場の生産履歴の記帳など、「安全・安心」ななすづくりに取り組んでいます。

こうした安全・安心な農産物を流通過程でも管理できるよう、トレーサビリティシステムを備えた集出荷選別施設を平成19年10月に強い農業づくり事業で整備しましたので、その概要を紹介します。



施設の概要

(1) 特徴

- ・ 選果日時の情報を出荷箱ごとに印字し、生産履歴情報と結びつけ、トレーサビリティに対応
- ・ 選果時にオゾン水を使用して洗浄し、なすの色あせを防ぐなどの鮮度保持
- ・ 上面モノクロカメラによる色・傷の選別及び目視による精度の高い選別を実現し、安定した品質を維持

(2) 主な施設内容

荷受ストレージ、オゾン水散布装置、選果コンベヤー、手詰めコンベヤー、電子計数装置、トレーサビリティシステム 等

(3) 処理能力

15,397Kg/日

(4) 事業費

256,022,550円



荷受ストレージ



洗浄整列装置オゾン水散布



選果日時の情報印字するプリンター

新たな選果機を活用することにより、「安全・安心」な産地として、今まで以上に消費者から信頼される産地づくりを目指しています。

- 農林水産祭「実りのフェスティバル」で県産農産物をPR -

農林水産業や農林水産物、農山漁村について国民に理解を深めてもらうため、農林水産省及び(財)日本農林漁業振興会が毎年行っている「実りのフェスティバル」が、今年も11月2日(金)と3日(土)の2日間、東京都江東区の東京国際展示場「東京ビッグサイト」で開催されました。

このフェスティバルは、11月23日の勤労感謝の日に行われる優秀な農林水産業者に「天皇杯」、「内閣総理大臣賞」などを授与する「農林水産祭式典」と併せて、農林水産祭の大きな柱の行事となっており、会場は2日間で44,000人の入場者があり大変多くの人で賑わいました。

また開催初日には、秋篠宮殿下、同妃殿下が来場され、政府展示と愛知県を含む会場内の6道県のブースをご覧になりながら、説明に熱心に耳を傾けておられました。

1 フェスティバルの概要

農林水産業や食の安全・安心などに関する理解を深めるための「農林水産業啓発展」と、各地域における農林水産技術や特産物を紹介する「地域農林水産展」の2つで構成され、それぞれのゾーンでは、農林水産省を始めとした各都道府県や農林水産関係団体などが、それぞれ特色のある出展を行いました。

天皇杯コーナーでは、「農産」・「園芸」・「畜産」・「蚕糸・地域特産」・「林産」・「水産」・「むらづくり」の7部門で天皇杯を受賞された農林水産業者とその業績を紹介するパネルが展示されたほか、「命を支える農林水産業・農山漁村」をテーマにした政府特別展示コーナーや、JAひろば、JRAによる競走馬やポニーの乗馬体験コーナーが設置されるなど、農林水産業に関連した各方面からの展示がありました。



愛知県ブースの様子

2 愛知県の出展内容

愛知県は「キャベツ」、「トマト」、「ミニトマト」、「大葉」、「ふき」、「ぎんなん」、「次郎柿」、「シクラメン」などのいわゆる“定番品”のほか、今年は「イエロートマト」、「イエローミニトマト」、「エディブルフラワー」、「ハーブ類」、「ポインセチア」などを加え、品揃えと彩りを賑やかにして、愛知県産農産物のPR（展示・即売・試食）を行いました。

試食として、「ふきの煮びたし」のほか、「生キャベツのごま油あえ」、「大葉ジュース」、トマト、ミニトマト、次郎柿を多くの来場者に試食として提供しました。試食した消費者には県産品の質の高さを認識して頂き、即売にも繋がりました。

また、県立渥美農業高校の開発した「カクメロ」の実物とパネルを、秋篠宮殿下、同妃殿下にご覧頂いたのを始め、多くの来場者にも足を止め興味深く見ていただきました。



カクメロの展示

3 都道府県の技術経営普及展

今年は全国で24都府県が参加し、愛知県は「愛知の伝統野菜」のパネルと伝統野菜の実物大模型の展示と、パンフレットの配布を行いました。

愛知県出店品目（全23品目）

品 目	産 地	品 目	産 地
<青果物>		冬瓜	J A 豊橋
キャベツ	J A 豊橋	ブロッコリー	J A 愛知みなみ
	J A 愛知みなみ	ぎんなん	J A 愛知西
丸トマト	J A ひまわり	次郎柿	J A 豊橋
ミディトマト	J A 愛知みなみ	<加工品>	
ミニトマト	J A 豊橋	千切りだいこん	J A 愛知みなみ
イエロートマト	J A 豊橋	ミニトマトジュース	J A ひまわり
イエローミニトマト	J A 豊橋	しそジュース	J A ひまわり
おおば	豊橋温室	大葉味噌	J A ひまわり
エディブルフラワー	豊橋温室	<花 き>	
ハーブ類（4種類）	東三河温室	シクラメン	J A ひまわり
ふき	J A あいち知多	ポインセチア	J A 愛知みなみ

花き生販連携促進交流大会2007名古屋が開催されました

この大会は、生産者、卸売業者、小売業者、花束加工会社等が一堂に会し、消費者ニーズに的確に対応した販売・商品づくりなどの情報や意見交換などを通じて相互の連携を強化することを目的として開催されました。

1 大会の概要

日時：平成19年11月6日(火)

会場：日本ガイシフォーラム「レセプションホール」

主催：農林水産省東海農政局、東海地域花き普及・振興協議会、(財)日本花普及センター

行事内容：生産者、小売業者による講演会や交流会の開催とブース出展

- ・ 講演会（東海地域花き普及・振興協議会との共同開催）
有限会社セントラル・ローズ代表取締役 大西 隆 氏
株式会社フラワーみずり代表取締役 藤田正晴 氏
- ・ 交流会：ブース出展者と参加者との自由交流、メーカーのプレゼンテーション、フラワーアレンジメント、リボンフラワー・ギフトラッピング実演
- ・ 参加者：302名（生産出荷団体関係92名、卸売市場関係33名、販売関係41名、花き関係業者等82名、試験研究関係11名、行政関係43名）
- ・ ブース出展：41団体

2 講演会要旨

(1) (有)セントラルローズ代表取締役 大西隆氏（岐阜県本巣市）：「バラの方向性を探る」

- ・ 15年間ばら苗を生産していたが、体調を崩したのを機にミニバラの鉢物生産に経営を転換した。
- ・ 今では、年間200万鉢、1週間に5万鉢を出荷できるようになったが、商品の幅を広げるため、いろいろな形、大きさの商品を開発している。
- ・ 重油が高く、とても資金繰りが厳しい。ついに来るべきものが来てしまった感がある。現在の経営形態が良いとは思っていないが、状況変化が激しいのでどう対応したらよいかを模索している。
- ・ 生産者、流通業界、小売業界それぞれがばらばらで、消費者へのフォローアップをせず、売りっぱなしのつけが今になって来た感じがある。
- ・ これからは、花の業界が消費者へのフォローアップに取り組むべきで、販売店には花のケアができる「プランツドクター」を設置して欲しい。

(2) (株)フラワーみずり代表取締役 藤田正晴氏（岐阜市）：「花き小売業の現状とこれから」

- ・ 脱サラで花業界に入り、当社は創業30年、法人化して18期を迎え、現在、社員50名、売上6億5千万円である。
- ・ 現在の花き小売業のうち、業務用の大半を大企業が占め、中小のいわゆる「お花屋さん」は店頭小売中心となっている。花小売店舗数をみると、大都市圏では起業して微増しているが、地方では逆に半減している。小売店は家族経営で零細なところが多く、大企業のような資本がない。しかし、社長たるもの夢を追わないと社員教育ができない。
- ・ 小売店にできることは、徹底した顧客管理と社員教育である。

- 顧客管理の例としては、どこに住んでいる人がいつ何を買ったかを詳細に分析した結果をもとに、ダイレクトメールを送るなどである。フラワーみずりでは、購買者の25%が売上の75%を占める状況にある。

3 愛知県内からの出展状況

出展41団体のうち愛知県内から15団体がブースを出展しました。

(1) 県内の出展団体

試験研究：1団体（愛知県農業総合試験場東三河農業研究所）

生産者団体：9団体（ARF（アイチローズファクトリー）、春日井市花き連合会、P-S知多、知多花き組合連合会、ひまわり農協花き連合会、豊橋花き園芸振興協議会、JA愛知みなみ、JA愛知みなみ花き連絡協議会、JAあいち経済連）

市場：2団体（愛知豊明花き流通協同組合、愛知名港花き卸売事業協同組合）

業者等：3団体（トヨタケアグリ(株)、福花園種苗(株)、(社)日本フラワーデザイナー協会愛知県支部）



会場内の様子



出展ブース（JA愛知みなみ）

(2) 県育成品種の展示

東三河農業研究所は県育成品種を展示しました。白の輪ぎく「白粋」やスプレーぎく5品種を展示しました。また、「白粋」を染色したものは、来場者の注目を集めました。



東三河農業研究所出展ブース



輪ぎく「白粋」



県育成スプレー菊



染色した「白粋」

(株)フラワーオークションジャパン
常務取締役営業本部長 藤澤俊三

私の「花育」への取り組み

～ 「藤澤さん、それ、『花育』だよ」～

5年くらい前、横浜の自宅前をとる国道沿いが雑草とゴミで汚くなっているの
ので、雑草を刈り、花を植え始めた。当時は
体力もあったので、道の反対側へも拡大し
ていった。その先に息子たちも通った幼稚園
があり、その周りの雑草を刈っているとき
に不意に思いついた。その時の「園児た
ちへ花をもっていこう」が今思えばこれが
私の「花育」の始まりだった。



藤澤常務が管理する国道沿いの法面

1 花を家庭に入れる

園長に頼み込み、子どもへ花を配ることになり、そのとき「幼稚園に植えるの
ではなく自宅へ持ち帰ってもらおう」と思った。今は家庭に当たり前に花のあった時代
とは違い、家庭で花を飾る習慣がない。園児をとおして家庭に花を持ち込み、園児の両
親ともども花のある暮らしを改めて知ってもらい、ホームユース(家庭需要)を育てよ
うと。同時に花業界の我々は売ることだけに専念し、こうしたホームユースを拡大を行
ってこなかったと反省もした。その頃は「花育」という言葉は知らなかったが、愛知県
の関係者にこうした話をしていたとき、まさに「花育」でないかと言われ初めてその言
葉を知った。

2 原点に立ち返り花の文化を伝える

小売のお客に「あなたの店の購買層は何歳ですか？」とよく聞いてみるのだが、50
～60代、場合によっては70代というお客もいる。花産業自体が老人向きの商売になっ
てきており、このままでは先がないと感じた。こうした世代は自分で花を生けるなど花
に対する理解があった。しかし、若い人には花がなくてもいいという人が多数いる。こ
うした花にまつわる文化・習慣がなくなれば、花業界自体がなくなってしまうと心配し
ている。

3 「花育」への第一歩

需要拡大などを目的としたイベントは東京、大阪などの大都市に限られている。しか
し、私は常々生産地の地元でやって欲しい。「花育」へ第一歩は、草の根運動で地域に
密着したもの。これを大切にしていかななくてはならないと考えている。

企業なら企業で、団体なら団体でいろいろなやり方があると思うが、こうした「花育」
(=需要の創造)は個々の取り組みでは、小さすぎ、非効率的でなので業界全体での取
り組みが必要ではないか。

子どもたちへは、まじめなものを持っていかなければならない。付け加えれば自分が
勝手に思っているだけかもしれないが、子どもに贈るなら、1輪の花がよい。原点は1
輪、一枝、一葉、一本だと。

愛 知 産 青 果 物 の 動 向

青果物の見通し」及び「花きの見通し」ページにおいて使用する『変動の幅を表す用語』につきましては、下記の基準で記載しております。

わずか : ± 2 % 台以内
 や や : ± 3 ~ 5 % 台
 かなり : ± 6 ~ 15 % 台
 大 幅 : ± 1 6 % 以上

名 古 屋 市 中 央 卸 売 市 場 (品 目 : れ ん こ ん)

	入 荷 量 (t)	卸 売 価 格 (円 / kg)		前年の主な他産地 (上位 3 産地)	
		うち愛知産	うち愛知産		
1 8 年実績	4 8 3	3 4 9 (7 2 %)	3 5 0	3 4 9	茨城 (2 7 %)
1 9 年見通し	4 5 0	3 3 0	3 5 0		
入荷量及び卸売価格の概要と見通し			卸売市場から産地への要望・提言等		
<p>生育は順調だが、例年に比べ高温が続いたことから、玉肥大がやや良くない。他産地でも平年並みかやや不作気味であり、全体として入荷は少ないであろう。 入荷量は前年をかなり下回る見込みである。価格は、ほぼ前年並みに推移するであろう。</p>			<p>品種は「備中」中心の傾向が続いており、消費者の嗜好にも大きな変化は見られない。現在は7割以上が愛知産となっているが、茨城など、関東の他県産が増加傾向にある。愛知産をもっとアピールする取り組みを行うなどしてシェアの維持に努めてほしい。</p>		

東 京 都 中 央 卸 売 市 場 (品 目 : サ ニ ー レ タ ス)

	入 荷 量 (t)	卸 売 価 格 (円 / kg)		前年の主な他産地 (上位 3 産地)	
		うち愛知産	うち愛知産		
1 8 年実績	6 7 9	1 8 2 (2 7 %)	1 9 8	1 9 8	茨城 (2 1 %) 福岡 (1 9 %)
1 9 年見通し	6 7 0	-	2 0 0	-	
入荷量及び卸売価格の概要と見通し			卸売市場から産地への要望・提言等		
<p>茨城の秋作は終盤を迎え、本県と福岡、静岡からの入荷が増加してくる。近年は千葉からの入荷が増加している。 夏以降の暑さで全体的に肥大化傾向が見られるものの、順調な入荷が見込まれる。 入荷量は前年並みで、価格も前年並みの見込み。</p>			<p>冬場は産地が多いものの業務需要のウェイトが高く、生産量の確保をお願いしたい。 また、肥大化傾向により、箱の中で「葉折れ」を起こす場合がある。鮮度保持や色づけと合わせ、十分注意して収穫し出荷して欲しい。</p>		

関 連 指 数

項目 年月		消費者物価指数				
		愛知県 平成17年 = 100				
		総合	生鮮野菜	生鮮果物	肉類	魚介類
全 国	18年平均	100.3	105.8	104.0	100.8	102.2
	19年 6月	100.2	95.5	115.5	102.3	102.0
	7月	100.1	100.4	103.5	102.3	102.1
	8月	100.6	108.8	112.8	102.5	103.5
	9月	100.6	110.3	115.7	103.3	102.6
愛 知 県	18年平均	100.2	103.9	102.5	99.8	103.9
	19年 6月	100.5	95.5	115.3	102.1	103.2
	7月	100.4	98.5	106.3	100.8	103.2
	8月	100.8	108.3	114.1	100.3	102.8
	9月	100.9	107.6	120.2	101.8	102.3

項目 年月		農業物価指数 (平成17年 = 100)				
		農産物総合	米	野菜	果実	畜産物
18年平均	18年平均	102.9	97.8	108.2	120.6	99.0
	19年 5月	95.0	96.5	92.3	90.4	98.1
	6月	90.2	96.4	92.4	95.4	99.4
	7月	93.7	96.1	99.7	114.7	100.6
	8月	97.4	95.6	100.6	121.8	100.4
9月	99.9	94.0	107.6	102.3	101.2	

資料 農林水産省大臣官房統計部「農業物価指数」

資料 全 国・総務省統計局「消費者物価指数月報」
愛知県・愛知県民生活部「名古屋市消費者物価指数」

名 古 屋 市 小 売 価 格 (円)													
品目 単位 年月	うるち米 (単一産、 「コヒカリ」 以外)	キャベツ	はくさい	ねぎ	レタス	ばれいしょ	だいこん	にんじん	たまねぎ	きゅうり	トマト	生しいたけ	りんご(ふじ)
	5 kg	1 kg										100g	1kg
17年平均	2,293	170	165	586	397	304	151	340	217	522	636	178	521
18年平均	2,256	174	184	606	426	278	161	359	217	538	630	193	502
19年 6月	2,226	136	171	593	353	278	147	320	187	406	483	197	586
7月	2,226	179	154	609	353	253	150	308	184	496	543	200	623
8月	2,226	198	189	725	507	276	150	299	200	525	577	206	-
9月	2,251	146	211	684	442	260	158	290	210	527	639	217	-
品目 単位 年月	みかん	グレフ 1ル プ ツ	オレ ン ジ	いちご	バナ ナ	キ ウフ イル ツ	緑(せ 茶ん 茶)	カ ー ネシ ョ ン	き く	パ ラ	豚(口 肉 ス)	牛(口 肉 ス)	ま ぐ ろ
	1 kg	100g	1 kg	100g	1 kg	100g	1 本	100g					
17年平均	548	291	362	156	240	723	618	155	171	306	234	792	480
18年平均	546	354	404	153	245	686	609	159	168	312	233	793	497
19年 6月	-	336	542	-	262	741	598	162	157	292	223	793	497
7月	-	343	525	-	261	708	627	154	158	301	221	757	505
8月	-	351	513	-	268	654	608	161	175	303	224	801	515
9月	1,200	342	475	-	246	677	608	158	183	315	220	798	501

資料 総務省統計局「小売物価統計調査報告」



あいち農産物生産流通レポート 414
平成19年12月発行
農林水産部食育推進課
〒460-8501
名古屋市中区三の丸三丁目1番2号
電話 (052) 954-6417