

### 3 消費地からのホットニュース、トピックス

#### ・おいしい山形産青果物が東京都中央卸売市場で善戦 ～高橋県知事のトップセールスが奏功、14年上半期は際だつ伸長～

東京都中央卸売市場公表

単位：トン、千円、( )は前年比

	野 菜		果 実		合 計	
	数 量	金 額	数 量	金 額	数 量	金 額
総 数	(99.7%) 862,445	(90.1%) 166,953,205	(102.9%) 287,965	(91.5%) 86,571,065	(100.5%) 1,150,410	(90.6%) 253,524,270
うち山形県	(109.4%) 2,380	(115.2%) 1,278,638	(104.0%) 2,018	(103.7%) 2,319,987	(106.9%) 4,398	(107.5%) 3,598,625

#### 1. 野菜類

東京都中央卸売市場における平成14年1～6月上半期の入荷量は総数86万2千トン余りで前年同期と比べ99.7%と前年並みであった。このうち山形県産は2,380トンと前年比109.4%と健闘した。

一方、取扱金額は総額1,669億5千万円で、前年同期と比べ約9.9%の減となった。山形県産は12億8千万円と、シェアは小さいながらも前年比115.2%の大幅増となった

山形県産野菜の伸長の背景には、主力のトマト、きゅうりが入荷量の増、単価高になったこと、なめこの入荷量増と前年並みの価格水準が維持されたこと、にらの価格が前年を上回ったことが主な要因として挙げられる。なお、山菜類については、最盛期の4～5月に入荷量が増加した反面、價格的に苦戦が続いた。

#### 2. 果実類

果実の総入荷量は約28万8千トンと前年に比べ3%の増加となった。このうち山形県産は20万トン余りで前年比104%の増加となった。

取扱金額は、総額865億7千万円で前年比8.5%の減少。このうち山形県産は23億2千万円余りで前年比103.7%の増となり善戦している。

売り上げ増の要因としては、主力のサクランボが4月以降の出荷開始以来一貫して前年を上回る入荷となったことがあげられる。なお、6月スタートのメロンは、6月期としては入荷量が半減状態で価格が2割弱上回る展開となったが、7月以降は入荷の集中や高温による消費の減少で苦しい状況となった。

#### 3. 後半戦への対策

計画出荷、安定供給を基本に取引先への的確な情報伝達

鮮度やおいしさ、安全性などに気を配り、品質、選果の高位平準化を心がける

JA部会を中心とする出荷体制を強化し、他産地JAとの協調、連携を密にする

## ・色の豊かさと日本の食文化

去る3月20日、東京南青山会館で(社)農林水産技術情報協会の主催により、「色の農産物を科学する」というテーマでシンポジウムが開催され、元北海道中央農業試験場長で、現拓大北海道短大教授相馬暁氏の基調講演が行われた。

消費者ニーズの多様化が進むなか、農産物の色の持つ意味について興味ある話題が提供されたので要約する。

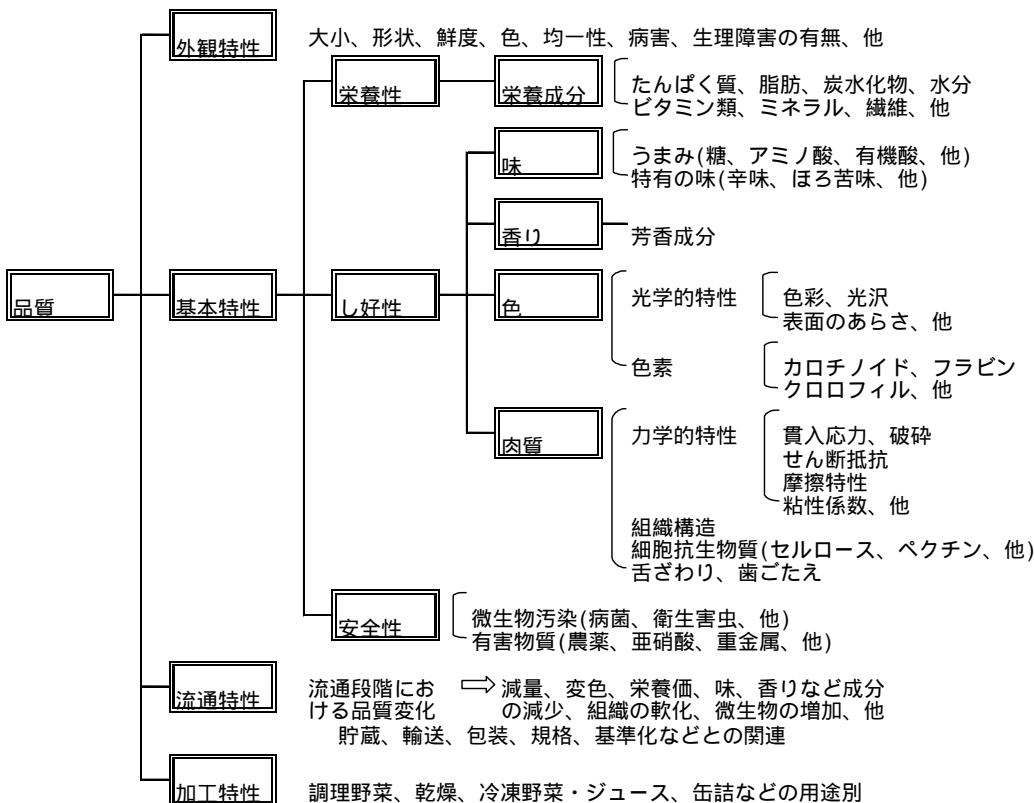
### 1 農産物の色の持つ意味

#### 評価と品質基準

日本人は食物を、まず目で食べて、ついで歯ざわり、舌ざわりを楽しみ、そして味を賞味する。ものによっては喉ごしの食感や風味を大切にす。これを称して、日本料理は目で食べ、西洋料理は鼻で食べ、中華料理は舌で食べると言う人もいる。目で食べる日本人の食生活において、見栄え・外観は重要な評価のポイントであり、そのための素材としての農産物にも見栄え・外観のよさが求められる。

さて、農産物、特に野菜の品質構成要素は、図1のとおり、外観特性(見栄え)、基本特性、流通特性、加工特性の四要素からなり、外観特性には、大小、形状、鮮度、色などが品質基準として含まれ、基本特性には嗜好性(味、香り、色など)、栄養性、安全性が流通特性には輸送耐性、貯蔵性などが、加工特性には製品歩どまり、加工の難易度などが、品質基準として含まれる。

(図1 野菜の品質構成要素)



## 消費者ニーズは基本特性

一般消費者の願いはシンプルである。食べて、美味しく(し好性)、身体・健康に良く(栄養性)、安全な農産物(安全性)を求めている。これらは基本特性に含まれ、さらに近年、農産物の持っている健康維持、生体調整機能を機能性と名付けて、栄養性に並べて基本特性に含めるようになった。

基本特性の第一、し好性は、色つや、香り、味、風味など感覚に訴える要因が主であるのに対し、第2の栄養性は、栄養成分の多少とそのバランスからなり、心身の機能の維持・向上に貢献する。そして第3の安全性は、付着、含有する有害物質(例えば農薬残留、硝酸態窒素)の有無、その多少に起因する。そして第4の機能性は農産物に含まれる人間の生理を調整し、健康を増進し、生活習慣病などの予防に貢献する機能である。近年、多くの機能性を有する成分が農産物から検出されており、その中には色(色素)も多く含まれている。そのような意味では、農産物の色は嗜好性に結びつき、まず、目で食べる段階で作用し、次いでは体内で機能性を発揮し、健康維持に貢献しているといえる。

## 2 日常生活での色の果たす役割

### 農産物の持つ色の機能性

緑の色素・葉緑素(クロロフィル)は、古くから口臭、汗の臭いを消すとして、例えばギリシア、ローマ時代にはパセリが歯磨きに使われていたし、クロロフィル入りの歯磨き粉が出回った時期もある。また、汚れた血液をさらさらに変えるものとして、青菜が食べられてきた。

黄色から橙色のカロチンはカボチャ、ニンジンに含まれ発ガン抑制力を持ち、免疫力を増強する。一方、トマトや金時ニンジンの赤色はリコピンに起因し、リコピンはカロチン以上の発ガン抑制力を有するとされている。一方、タマネギや大豆などに含まれる褐色から黄色の色素、フラボノイドも身近な色素であり、心臓病の予防やガン抑制効果を持つといわれているし、小豆やぶどう、ブルーベリーなどに含まれる紫色の色素、アントシアニンは目の疲れを癒し、血管障害に効果を示すといわれている。これらの関係を整理すると(表1)のとおり。

(表1 農産物の色素と効用)

色	農産物	色素	効用
赤色	トマト 赤ピーマン 金時ニンジン	カロチノイド ・リコピン ・カプサンチンなど	ガン予防 動脈硬化予防
黄色	ニンジン カボチャ	カロチノイド ・カロチン ・カロチン	ガン予防 免疫増強
緑色	ハウレンソウ 緑ピーマン	ポリフィリン ・クロロフィルなど	ガン予防 抗アレルギー
褐色 黄褐色	タマネギ ニンニク 大豆	フラボノイド ・ケルセチン ・イソフラボンなど	ガン予防 心臓病予防
赤紫色	赤キャベツ 赤シソ 小豆、インゲン豆	アントシアニン ・ルプロブラシンなど	視覚機能障害 抗アレルギー

### 3 東洋、五色の理論

色が人間の食欲や心理に及ぼす影響は経験的には頷けるが、色が生命現象に及ぼす直接的な影響も、古来の東洋医学では「五色の理論」として明確に示されている。つまりは、赤は心臓、小腸、青は肝臓、黄は脾臓、白は胚臓、黒は腎臓であり、それぞれの色が各臓器の機能を高め、活性化するという考え方である。この考えは、何千年にもわたる臨床経験の中から生まれたものだけに重みがある。

このように考えるならば、唐辛子やトマト、イチゴの鮮やかな赤、カボチャや黄色のピーマン、大豆の黄、黒豆やナスの黒、黒紫、カリフラワーや大根、蕪の白、ホウレンソウや青梗菜、ブロッコリーの緑、これらの色の機能性が次々と解明されてきた。これら赤、黒をはじめとする色を上手に使いこなすことが、新しい日本型食生活の再生、健康な長寿をもたらす食生活再建の手始めになるものと期待している。

#### ・日本農業のトップランナーたち

##### ～第31回日本農業賞に輝いた人々の紹介 その2～

「日本農業のトップランナーたち」は、NHK、JA全中が編集、JA全中がこの7月に発行した小冊子で、第31回日本農業賞大賞と特別賞に輝いた農家や営農集団を詳しく紹介している。トピックスでは、このなかから4事例を抜粋、掲載する。

「受賞者の方々は、消費者の信頼を得るためにさまざまな努力をし、輸入農産物との競争の中で、壁を打ち破り創意と工夫で新しい農業の道筋を見出した。農業を通して地域社会を活性化させ、消費者の心を揺り動かした人たちの記録で、農業版“プロジェクトX”がここにある…」

#### 第31回日本農業賞特別賞受賞(集団組織の部)

「なすの一大産地へ 広域JAの活動一本化で共選共販を推進」

栃木県真岡市JAはが野 なす部会 部会長賀川邦男

#### 賀川部会長談

##### 1 広域合併と農家の技術平準化に成功

JAはが野なす部会は、平成11年3月、2年前に合併した6JAの部会を統一して設立、会員数350人の大所帯となりました。

夏秋ナスは、栃木県内で3割、京浜市場で1割のトップシェアを獲得しています。合併当初は、生産者200人を抱える真岡地区と、30人～10人程度の他地区との間に技術格差がありました。しかし、差があったため地区間で衝突することもなく、真岡地区が他地区を引っ張る形でレベルアップを図った結果、広域合併を産地の規模拡大に結びつけることができました。

夏秋ナスは、やわらかい食感で、煮ても漬けても焼いてもおいしいと評価の高い「千両2号」を栽培しています。市場では、安定した品質と出荷量の多さが高く評価されています。

##### 2 栽培技術の高位平準化はどのように進めたのか

誰もが、反収10トンの目標を掲げています。

全体の技術レベルの向上には、平成12年に整備されたJAの広域指導員体制が大きな役割を果たしています。広域指導員は1～2品目を専門として、管内の全生産者を対象に営農指導にあたります。皆が同様の指導を受けられるので技術差が出ず、収量・品質面ともに効果を上げてます。

栽培の基本となる土づくりの場合は、部会員全員が毎年12月に畑の土壌分析を受けて、指導員はその結果も考慮しながらナス栽培に適した土地や肥料の選び方などを指導します。例えば、PH(ペーハー)は土壌が酸性かアルカリ性を示す数値で、適正範囲は6.0～6.5。この基準値以上でも以下でも、養分が十分に吸収されません。そこでPH値を適正にするため、石灰質資材などの施し方を増減します。こうした指導を受けた結果、10アールあたり5トン未満だった収量を7トンに伸ばした会員もいます。

個別指導のほか、定期的講習会と現地検討会、年末には反省会や座談会で悩みを話してアドバイスを受け、これもよい結果に結びつけています。

### 土壌診断結果

### JA はが野芳賀農業振興事務所

結果項目	判断内容	基準値	対策
PH	土壌が酸性・中性・アルカリ性かを知る。酸性やアルカリ性が強い土では、養分吸収が阻害される(土壌中に十分量があっても欠乏症発生)等の障害がおこる。	適正範囲 6.0～6.5	基準値より低い場合 石灰質資材を施用 基準値より高い場合 石灰、苦土が基準値より低くても石灰資材は施用しない
EC	土壌中に含まれる塩類濃度(肥料成分)の指標。残存窒素の目安とはなるが、他の塩分が残り、EC値が高くなっている場合がある。		EC値が高い場合は元肥窒素肥料を減らす 〔減肥割合〕 EC値 沖積土 黒ぼく土 0.5以下 基準施肥 基準施肥 0.5～0.8 根付き肥不使用 根付き肥不使用 0.8～1.4 30%減肥 20%減肥
燐酸吸収係数	土壌が燐酸を固定(吸着)する力。土壌の持つ性質(黒ぼく土の方が高い)		
有効態燐酸	作物に利用されやすい形の燐酸	適正範囲 20～60mg	測定値が20mg以下の場合には不足分を燐酸資材で補う。 PHが基準値以下 ようりん PHが基準値以上 重焼りん(弱アルカリ性)
CEC	土壌の保肥力(肥料を蓄えられる力)。大きいほど保肥力がある。		
交換性石灰 交換性苦土 交換性加里	土壌に含まれる石灰、苦土、加里のうち作物に吸収されやすい形のもの		
塩基飽和度	CECの何パーセントかが塩基(石灰、苦土、加里等)で満たされているかを示したもの		
石灰苦土比 苦土加里比	塩基のバランス。バランスが崩れると土壌に養分があっても欠乏症を起こすことがある。例)加里過剰条件で苦土欠乏症が発生		

土壌分析の結果に基づき、資材や肥料の入れ方の指導を受ける

### 3 共選共販体制とコンテナ出荷の導入

平成11年6月からは、集荷・販売・会計を一本化する一元集荷・共同販売・共同計算体制を開始しました。量がまとまると量販店との契約販売や新たな取り組みがしやすく、高齢化で生産者が減り出荷量が落ち込んでいるのをカバーする効果もあります。

また、田植えなどが重なり忙しい育苗時期のセル苗(すぐに定植できる成型苗)利用、出荷規格の簡素化、コンテナ出荷の導入などで、省力化に努めています。規格は、サイズが2LからSまでの4段階、等級がA品からD品と、規格外品の5段階で全20種類あったものを、L、M、Sの

3段階と A から規格外品の4段階の全12種類にし、選果の手間を軽減しました。コンテナは畑へ持ち込み、収穫後そのまま出荷できるので、作業効率は箱詰め約2倍。重ねても箱のように押しつぶされることがないためナスの痛みが少なく、最近増えているばら売りのニーズにも合うので、コンテナ出荷は伸びが期待できます。

(平成14年は7月15日から大手スーパーと通いコンテナを使った契約販売を開始。10月までの3ヶ月間で5万ケース(1ケースは60本詰めと80本詰め)を計画。このメリットは、産地側にとって選別作業の簡素化などは前記のとおりだが、スーパー側にとっても 段ボール箱処分の省力化、新鮮さのアピール、コンテナをそのまま店頭へ並べて販売するので省力化できる、消費者は欲しい本数だけ購入できる利便性に人気が集まる、と話している。)

#### 4 周年出荷体系の確立と消費 PR の推進

平成13年のナスの販売高は13億円。別図のように7月～10月の夏秋ナスに加え、9月～6月のハウス栽培を拡大して周年出荷体制を整えながら、平成17年までに26億円の産地を目標としています。

また、量販店を中心に販路を確保して「はが野ブランド」をぜひ確立したい。有利販売のために、コンテナ出荷や減農薬栽培を進める一方で、店頭では ナスの鉢物を展示して、どのようなになっているのかと、はが野の PR、生産者が考えたナス料理のレシピ配布、生産者の店頭販促などを考えています。

(別図) 周年出荷体系図

##### ハウスナス

作 型	主な作業			プラグ苗仮植			トンネル		定植		収穫・出荷	
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
促成ロックウール栽培	■						—		■			
促成土耕栽培	■						—		■			

##### 夏秋ナス

作 型	主な作業			プラグ苗仮植			トンネル		定植		収穫・出荷		
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
早熟トンネル	接木 x			■						—		—	
普通	x			■						—		—	

#### 参考

概要:[ナス / 350戸]

芳賀地方は栃木県の東南部、首都圏から100キロメートルの位置にあり、真岡市、二宮町など1市5町からなる。気象条件はほぼ均一で、真岡市の年平均気温12.6度、年間降水量は1272.2ミリ。西部は中心とした平坦部と、北東部の八溝山系に分けられ、平坦部には鬼怒川、五行川、小貝川の一級河川が南北に走る。各支流域によって灌漑され、水利に恵まれている。農業の粗生産額のうち、いちご、ナスなどの園芸作物は全体の3分の1を占める。

## ・りんごの新しい健康効果発見 ～一日1個で医者いらず～

りんごがおいしい時期となっている。このほど独立行政法人の農業技術研究機構果樹研究所(所在:茨城県つくば市)で、りんごの新しい効果における研究成果が発表された。

それによると、毎日りんごを食べると肥満や動脈硬化のもとになる中性脂肪値が低下。また、血液中のビタミンCの含有量については食べる前に比べ増加し、摂取を中止すると減少することがわかった。

りんごにはビタミンCは少ないが、ビタミンCを効率よく体内に取り込む成分が含まれていると考えられる。また、整腸作用のあるビフィズス菌の割合も増加する。日本人の果物の消費量は1日1人あたり129gで先進各国の半分程度。そこで、同研究所では「りんごの摂取量は腸内菌叢が改善され、生活習慣病を予防、健康増進に役立つ」と説明している。

さて、りんごは昔から「1日1個のりんごは医者を選ばない」ということわざがあった。そして次のような様々な働きも認められているようである。

胃腸にやさしい働き 胃腸の整酸性に高い効果を示す。

高血圧予防のはたらき 血管内の老廃物を取り除く

疲労回復に 赤血球の働きを促し量を増やす効果がある

太りすぎの予防と美容に 血液を弱アルカリ性に保ち老廃物を運び出す。

最後に栄養満点、簡単料理をひとつ

りんごヨーグルト ヨーグルトにりんごを入れるだけのお手軽デザート

りんごの持つペクチンは善玉菌を増やし、直接悪玉菌を退治する力がある。それにヨーグルトの持つ善玉菌(ビフィズス菌・乳酸菌など)が加わることでパワーが倍増する。

## ・環境保全型農業推進コンクール全国大会から ～茨城県 JA つくば市産直部会の紹介～

### (1)活動の経過

茨城県JAつくば市の産直部会は、昨年11月環境保全型農業推進コンクール全国大会で優秀賞を受賞した。

同部会は、昭和59年に当時のJA青年部31名でスタートを切り、松代団地での住民との連携による青空市を皮切りに、60年には首都圏コープ事業連への供給を開始している。その後63年には産直管理センター、加工施設、予冷施設、平成5、11年には直売所、9～11年には大型予冷施設と、「安全で新鮮な野菜の供給」という消費者ニーズに応えるべく、施設を整備しながら生産の拡大を図っている。

現在では、部会員64名により菌茸類、果菜類、葉菜類、根菜類の4部会を構成し、その下に37品目ごとの栽培責任者を設け、無農薬や減農薬栽培に取り組んで、平成12年には栽培面積60ha、年間出荷量6,000t、売上が10億円を超える状況となった。

### (2)環境保全型農業への取り組み

#### 土づくり

部会では、トラクター3台、トレンチャー1台、深耕ロータリー1台、マニアスプレッダー3台を所有し土づくりに取り組んだ。土づくりの基本である堆肥を安定して供給するため、牛糞とおがくずを主原料とする堆肥を部会員である肥育牛農家が生産し、散布を請け負っており、部会員は10aあたり3tの施用が義務づけられている。

コブトリソウやソルゴー、エン麦などを導入し休耕期間を設けて輪作を実施するとともに、大根やピーマン、ナス、メロンなどの作付圃場は冬場に深耕している。

#### 安全性の追求

生協との取り決めの中で、ホルモン攪乱性・発がん性の疑いが強い農薬として優先排除農薬20種及び問題農薬14種を指定し、使用しないとする独自の農薬使用基準を作物ごとに定めて実施している。また、初期防除に心がけ使用回数を軽減するとともに、講習会なども積極的に開催している。

農薬の使用状況は実績表へ記載し、そのチェックは作物ごとの栽培責任者と農協担当者が巡回するとともに残留農薬検査を実施。取り決めに対して不実行の場合、部会規約により出荷停止や除名といった、厳しい罰則規定を設け実効性を高めている。

#### 環境保全型資材の活用

コマツナにおける防虫ネット、ピーマンにおけるフェロモントラップ、線虫対策に対抗植物の栽培や太陽熱消毒、サツマイモにおける非病原性フザリウム菌の活用など、作物ごとに積極的に環境保全型防除に取り組んでいる。なかでもピーマンの防除対策では、普及センターの協力のもと、フェロモントラップによるタバコガの発生消長を定期的に調査し、発生パターンを予測し初期防除を実施し効果を高めている。また、トウモロコシ、サトイモ、モロヘイヤにおける微生物分解性マルチの利用、水稻での紙マルチによる雑草防除など環境にやさしい資材の利用を進めている。

### (3) 今後の取り組みに思う

輸入農産物などの影響から野菜価格が全体的に低迷している中で、安全性だけでなく、低価格化を求めてきている。このため取り組み内容のPRや消費者との交流など販売促進は欠かせない。NHKのテレビ小説「ほんまもん」では、競争相手の店が半値といった価格で、当初はお客を集めるが、多くの人たちは、次第に鮮度や風味・食感を大切にされた料理に魅力を感じてくれるようになる場面があった。

これに「地域個性品」が加わると、輸入物に対する競争力は大きく、強くなっていくのではないだろうか。例えば、京都伝統野菜とか加賀野菜、泉州水なすといった「地域個性品」はいわゆる「本場もの」であるから、消費者の間に特別な価値観が生まれるであろう。「モノが違う」、という訳で一連の価格競争とは別の場で消費者をつかむこともできると思われる。

鮮度、風味・食感の話に戻るが、生産者の中には、地元でやっている直売所に、ひと工夫した売台を使用している事例もある。ステンレスカースをつくり、そこに氷を敷きつめて透明のビニール袋をかぶせ、その上にレタスやグリーンアスパラを陳列するといったもの。朝採りで新鮮なうえに、きっちりと鮮度を守る「しかけ」をするなど、これからは生産者側でこういった工夫をしていくことも重要になると思われる。

いずれにしても、これからは生産者が積極的、かつ主体的に「売るための情報発信」をする必要がある。このような取り組みが実現、拡大するならば、国産農産物の展望も開けていくのではないだろうか。

#### **・果物品質食味検査1500回に**

#### **～東京大田市場 東京果物商業協同組合大田支所～**

東京中央卸売市場大田市場内にある東京果物商業協同組合が実施している「品質食味検査」は、1958年(昭和33年)から44年に渡り続いている。

市場の出回り果物全般について糖度を定期的に検査し、発表することで買出し人の仕入れの参考にして欲しいという目的で始まり、やがて糖度と酸度があいなすコクなどを調べるために、食味の検査も行われるようになった。

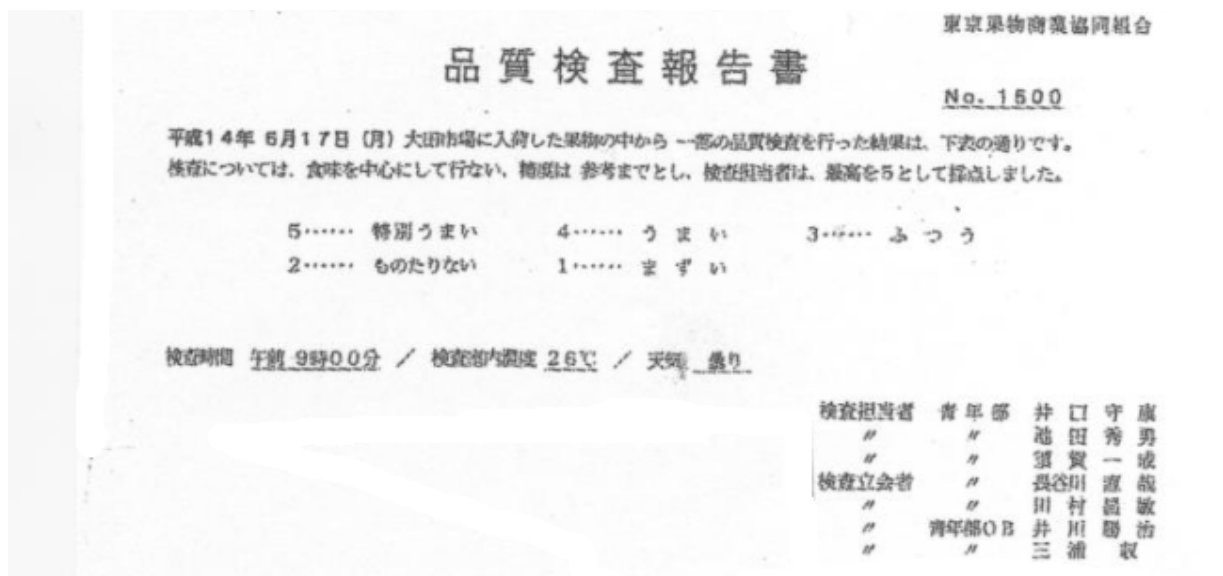
毎月5の日には、東京青果(株)、全農大田青果市場、東京荏原青果(株)、など卸売会社3社の協力を得て提供された旬の果物について、組合青年部が組合役員・青年部OBの立会いのもと、検査を担当し、その結果を公表してきた。

検査を担当してきた立場から、井口守康大田支所常任委員は、「品質食味検査では糖度のほか、食味にも点を付けているが、農家の方々が作ったものに点を付けるのは大変申し訳なく思っている。しかし、食べることにより、過熟なのか、若もぎなのか、糖度があるのに酸味があるとか渋みがある、糖度はそれほどないが、酸味とのバランスがよくてうまい、などいろいろなことが分かる。みかんの当たり年だった数年前には、ある産地から食味が最高点でないのはおかしいとお叱りを受けた。食味検査は、あくまでも全体で比べた場合の評価としてとらえてくれればありがたいと思う」と、苦労話を交えながら語った。

そして、月に3回新聞に公表される結果について、各産地がよく見て活用し、「評価4(うまい)」、「評価5(特別うまい)」の評価がされるよう努力していくことが消費拡大やブランド確立の鍵になっていくのではないだろうか。

最近の品質食味検査の結果を見ると次のとおり

様式



最近の結果(東京青果(株)寺田課長提供)

検査月日	種類	品種	県名	産地	食味	糖度
6.17	もも	ちよひめ	山梨	春日居	3.5	15.5
				豊栄	4.0	21.5
	さくらんぼ	佐藤錦	山形	東郷	4.0	19.5
				蔵増	3.5	18.5
				村山	3.0	17.0
6.24	さくらんぼ	佐藤錦	山形	戸沢	3.5	19.0
				東郷	3.0	17.0
				寒河江	4.5	24.0
8.26	もも	川中島	山形	天童	3.0	10.8

(註)検査結果は山形産果実を軸に抽出したものの。

**・平成13年の家計調査に見る食生活の変化(農林水産省速報)**

**～消費支出は9年連続の実質減少、一人当たり消費支出は2年ぶり減少～**

平成13年の全国全世帯(平均世帯人員3.22人、世帯平均年齢53.4歳)の消費支出は1世帯当たり1ヶ月308,692円で、前年に比べ名目2.7%の減少となった。

また、消費者物価指数が下落(0.9%)したことから、実質では1.8%の減少となり、平成5年以降は9年連続の実質減少となっている。

< 1 世帯当たり年間の品目別支出金額、購入数量及び平均価格(全世帯・勤労世帯) >

全世帯(農林漁家世帯を除く)

年度	世帯人員	消費支出		米			パン	
		金額	金額	金額	金額	数量	金額	数量
昭和55年計	3.82	2,766,812	867,393	111,379	70,043	171.92	20,789	42,187
昭和60年	3.71	3,277,373	957,528	121,720	75,302	154.51	23,499	39,545
平成2年	3.56	3,734,084	1,030,125	112,090	62,553	125.78	26,122	39,157
平成10年	3.31	3,938,235	1,027,293	98,103	45,475	103.53	28,372	38,287
平成11年	3.30	3,876,091	1,005,973	96,084	43,611	101.99	28,651	39,246
平成12年	3.24	3,805,600	972,424	91,367	40,846	100.40	27,501	38,480
平成13年速報値	3.22	3,704,298	943,313	87,454	38,612	97.83	26,332	37,554

年度	めん類		即席めん		魚介類	生鮮魚介類		鮮魚	
	金額	数量	金額	数量	金額	金額	数量	金額	数量
昭和55年計	15,714	37,036	5,526	8,119	121,515	72,324	55,938	66,726	50,483
昭和60年	18,120	36,099	5,479	7,013	130,100	75,481	52,564	68,873	46,658
平成2年	18,793	32,890	5,770	6,302	134,482	77,979	47,304	71,270	41,893
平成10年	19,570	34,956	5,296	6,229	120,569	72,940	45,107	66,257	39,801
平成11年	19,358	34,963	5,365	6,346	115,032	70,120	44,109	63,444	38,713
平成12年	18,689	34,722	5,143	6,372	110,147	67,367	43,634	61,000	38,440
平成13年速報値	18,253	34,753	5,184	6,458	106,101	64,339	42,508	58,223	37,515

年度	肉類	生鮮肉		牛肉		豚肉		鶏肉	
	金額	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量
昭和55年計	92,108	74,840	46,721	28,313	9,153	28,630	20,867	14,375	14,505
昭和60年	96,771	78,321	46,247	31,324	9,818	27,296	18,421	14,242	14,504
平成2年	96,119	77,198	44,403	35,570	10,816	24,421	17,287	12,221	12,971
平成10年	86,190	67,434	41,632	28,897	10,543	22,597	15,883	11,142	11,625
平成11年	84,171	65,738	41,859	27,643	10,399	22,350	16,193	11,044	11,660
平成12年	80,775	62,892	41,367	26,140	10,099	21,546	16,040	10,605	11,591
平成13年速報値	74,872	58,026	39,362	21,128	8,205	22,133	16,341	10,805	11,644

年度	牛乳		卵		生鮮野菜		生鮮果実		果物加工品
	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
昭和55年計	22,036	95.01	14,654	41,815	68,275	242,828	43,778	159,049	2,023
昭和60年	22,023	100.74	13,019	41,986	71,131	231,191	50,354	135,075	2,001
平成2年	24,039	112.91	10,569	38,554	80,103	207,491	51,070	120,454	2,237
平成10年	23,173	111.65	8,850	34,691	81,462	191,743	43,758	102,586	2,200
平成11年	22,597	109.50	9,038	34,486	74,045	191,732	44,004	101,942	2,208
平成12年	21,644	107.03	8,931	33,880	68,350	190,839	42,519	102,699	2,106
平成13年速報値	20,378	101.20	8,493	33,701	67,046	184,905	41,932	102,439	2,081

年度	菓子類	調理食品	主査的調理食品	弁当・すし おにぎり	調理パン	他の調理食品	サラダ	天ぷら・フライ	冷凍調理食品
	金額	金額	金額	金額	金額	金額	金額	金額	金額
昭和55年計	63,925	48,361	9,366	7,243	1,357	38,995	1,120	5,413	1,808
昭和60年	71,299	59,949	13,766	10,579	1,914	46,183	1,288	6,742	2,544
平成2年	82,961	79,719	22,949	16,305	2,885	56,770	1,778	9,273	2,908
平成10年	81,523	99,118	37,259	25,255	3,035	61,858	2,589	8,565	4,240
平成11年	80,279	99,724	37,929	26,327	3,015	61,795	2,662	8,279	4,300
平成12年	78,136	99,280	38,539	26,822	3,137	60,741	2,665	8,188	4,500
平成13年速報値	77,584	100,611	39,560	27,695	3,011	61,051	2,756	8,363	4,575

年度	そうざいセット	他の調理食品	飲料	茶類	酒類	外食	一般外食
	金額	金額	金額	金額	金額	金額	金額
昭和55年計	4,163	17,792	33,216	7,668	42,722	119,984	105,463
昭和60年	4,109	22,130	34,429	7,892	48,141	144,387	127,441
平成2年	4,909	21,888	39,112	7,169	53,832	168,630	153,644
平成10年	5,389	24,413	44,833	12,782	52,696	179,998	167,103
平成11年	5,549	24,732	47,083	13,123	50,978	178,266	165,100
平成12年	5,043	24,646	46,043	13,299	49,577	174,465	161,736
平成13年速報値	4,810	25,401	45,594	13,377	47,808	167,352	154,762

コメント

鮮魚、生鮮肉が減少、とくに BSE(牛海綿状脳症)発生により、牛肉が大幅減少。  
 前年比較では、豚肉、鶏肉が増加したが、ともに牛肉の代替需要が見られたと考えられる。  
 生鮮野菜及び果実は減少傾向  
 引き続き調理食品類が増加。惣菜、外食は伸び悩み。

# ラ・フランス試食宣伝販売会開催量販店巡回調査結果概要

## 1 調査内容

10月26～27日にかけて、山形県青果物基金が主体となり、各卸売業者の紹介により選定した首都圏の量販店66店舗で、ラ・フランス試食宣伝販売会を実施した。当事務所が、うち24店舗を対象として消費者からの評価等について調査した。

## 2 調査結果概要

山形県産ラ・フランスの売上は前年と比べて感触はどうか。

よ い	変わらない	悪 い	合 計
12店	10店	2店	24店
50.0%	41.7%	8.3%	100.0%

ラ・フランスの売上に無登録農薬問題の影響はありますか。

あ る	な い	わ かり ない	合 計
5店	16店	3店	24店
20.8%	66.7%	12.5%	100.0%

ラ・フランス以外でこの時期に最も売れる果実はありますか(複数回答)。

み か ん	柿	り ん ご	不 明	合 計
22店	10店	14店	2店	24店
91.7%	41.7%	58.3%	8.3%	100.0%

山形県産ラ・フランスに対するお客様の評価はいかがですか。

よ い	普 通	悪 い	わ かり ない	不 明	合 計
14店	4店	1店	4店	1店	24店
58.3%	16.7%	4.2%	16.7%	4.2%	100.0%

他産地のラ・フランスと比較して山形産のものはいかがですか。

山形産がよい	変わらない	他県産がよい	合 計
18店	6店	0店	24店
75.0%	25.0%	0.0%	100.0%

過去に山形産ラ・フランスへのクレームはありましたか。

な い	あ る	合 計
9店	15店	24店
37.5%	62.5%	100.0%

【主な内容】  
 ・食べごろがわからない  
 ・固い、甘くない  
 ・なかなか熟さない  
 ・芯黒、褐変、腐れ

今後の販促キャンペーンで要望したい点はありますか。

な い	あ る	合 計
10店	14店	24店
41.7%	58.3%	100.0%

【主な内容】  
 ・マスコミでのPR  
 ・生産者の直接販売  
 ・生産工程のパネル展示  
 ・高級品の需要もあるので対応を  
 ・試食キャンペーンの回数増  
 ・販促資材の充実(ハッピー・ポスター)  
 ・連絡調整が十分でない

### 特記事項

【主な内容】  
 ・一度に多品種の洋ナシが売れるようアイテム数が欲しい  
 ・販促ポスターのムーミンが大きすぎ(ラフを前面に)  
 ・バックに木目を印刷するなど高級感を出す工夫してほしい  
 ・ラフの軸が長く、太く陳列しにくい(自前で切断している店舗有り)  
 ・5年後ぐらいにはりんご並みのメジャーな果実にするため販促を  
 ・商材として大いに期待  
 ・ムーミンのイメージはよい  
 ・ラフの産地選定は、値ごろ感が一番の問題  
 ・芯黒が出ると販売をやめる(出なければもっと売る)  
 ・農薬問題は落ち着いてきた  
 ・ギフト向けもまあまあ動いている  
 ・年1回以上試食会をして欲しい(かなり売れている)