

平成30年7月4日

田辺市議会議長 小川浩樹様

会派名 紀新会

代表者名 尾花 功

## 出張（研修及び調査研究）報告書

下記のとおり出張（調査研究、要請・陳情活動）いたしましたので、その結果をご報告いたします。

### 記

参加議員	尾花 功、宮井 章、市橋 宗行
期 間	平成30年6月4日 ～ 平成30年6月6日
実施場所 （研修会場、視察先、 相手方等）	・大田市場 ・東京青果株式会社 ・上賀茂神社、下鴨神社
活動の目的・内容 及び結果等	・梅の日記念行事「今日は梅の日 和歌山の梅フェア」への参加 ・近年における農産物の販売物流について ・「紀州 梅道中」京都賀茂神社（上賀茂・下鴨）への梅奉納

報告書は別添のとおり

平成 30 年 6 月 5 日 (火)

1. 訪問先 東京都大田区大田市場

2. 目的 「今日は梅の日和歌山の梅フェア」への参加

3. 活動内容

東京の大田市場において、6月5日に開催された、梅の日 記念行事「今日は梅の日 和歌山の梅フェア」へ参加し、紀州梅の会のトップセールスをサポートしながら、様々の梅関連商品の試食・試飲を勧める中、紀州梅の展示と世界農業遺産「みなべ・田辺の梅システム」を背景とした紀州梅産業の営みについて、関連資料を配布するなどしながら多くの来場者に紹介した。



平成 30 年 6 月 5 日（火）

1. 訪問先 東京青果株式会社 事務棟

2. 目的 近年における農産物の販売流通について

3. 活動内容

東京青果株式会社事務棟において、果実第 4 事業部の石倉部長様より、近年における農産物の販売流通について、最前線からの貴重な話を聞くことが出来た。

その主な内容及び所見は以下のとおりである。

東京青果株式会社の果実事業部は、主要果実から特産果実まで幅広い品目とグレードの果物を取り扱っており、日本一と自負する品揃えの豊富さが特徴である。

また、全国から出荷された選りすぐりの果物を新鮮な状態でお客様に提供するため、低温流通体系の推進にも努めているとの事であった。

研修を受ける中、これからの考え方について、消費者ニーズは圧倒的に東京市場にあるという事から、消費者側・購入側の意見聴取が大いに必要であるという事を認識し、産地側の考えと買い手側の思いに整合性はあるか、今一度十分な研究と議論が必要ではないかと感じた。

とにかく、市場の意見を聞くことを意識しながら、生産者は個人プレーに走ることなく、地域一体となり横のつながりを大切にして行かないと、その生産地は衰退していくとの話があったが、この事は昨年視察地である中津川市(菓子祭りとう栗きんとん)の成功事例でも強調されていた事を思い出した。

また、時には産地の既成概念を取り払うことも重要である。

八朔を例にとれば、市場売り上げの 1 億 5 千万円の内、1 億 1 千万円が和歌山県産であるが、まだまだ引き出せる潜在的需要が多くある。

「一度食べてもらわなければ、その味を知ることはない。」

「いま食べてもらわなければ、一生食べられることがない」をキーワードとし、「食べさせ方」の研究が必要不可欠である。

特にミカン類は「皮を剥く」という行為が「手間」となっている為、例えば八朔に関して言えば、外果皮を剥き、瓢囊(じょうのう)を取り去り、おしゃれな器にデコレートすれば高級デザートとして客足を止める。更に、それが試食であればすぐさま手に取って、口に運んでいただける商品となる、そして新しいニーズが生まれ、市場価値の向上に繋がっていく。

また、生絞りジュースとして飲ませてみたところ、生絞りジュースの販売価格が(現在は生ジューススタンドを 3000 店舗を展開している) 1 杯が 500 円であっても飛ぶように売れたことから、今後は大手飲料メーカーとのコラボも視野に入ってくるかと

新たな展開が見えてくると言う。

人気品目の変化に目を向けると、イチゴの生産と売り上げが伸びており、ミカンとリンゴの対比ではミカンが減少し、リンゴが追い上げを見せている。

その他、紀州南高梅に続いて、スモモ類「大石」はブランドが定着しているとの事と、「シンジョウ」をもう少し売り込んでみてはどうかとの意見を頂いた。

あと最近では、新たに輸出部が新設されており、主に台湾や香港への輸出に力を入れている(その他にはマレーシア・ベトナム・ドバイへの輸出)ということで、輸出品目ではリンゴが70%を占める中、その他に桃・ブドウ・ミカンがある。

特に香港では富裕層が2/3を占めているため、その取引金額は大きく非常に魅力的なマーケットである。

香港には農業が無いことから植物検疫は緩く、種子・苗以外は日本での輸出検査を受けずに輸出できる利点もある。

ただし、輸出取り引きのリスクとして気を付けておきたいのが、その継続性と安定性に大きな不安があるとのことだった。

その他、開発第2事業部では加工・業務向け需要が拡大する中、外食、中食、食品製造企業など市場外の顧客に対して「契約取引の推進」「鮮度の高い情報提供」など様々な営業活動を行っており、圃場や調理現場の視察を定期的に行い、生産者と実需者をつなぐコーディネート役として活躍している。

現在、小規模店舗への売り込みを展開しており、今まで手の付けなかった分野への販売に注力し、営業する事で成果を上げてきている。(売り上げとして90億円の成果)

その一例として、回転ずし店のレジ横に果物を陳列する事を始めた結果、個々の店舗での売り上げは決して多くはないが、小規模店舗は数多く多岐にわたって存在することから、営業努力を重ねるうちに、多くの売り上げアップに繋がっていったとの話であった。

今回の研修では、青果市場サイドからの考察である為か、消費者の意見とニーズを優先重視するマーケットインが強調されていたように感じたところであるが、その一方で攻めの農業が提唱されている現在、生産者技術の向上と確固たる産地ブランドの確立と産地側の価値観とそこに込められた想いを明確に伝えることが非常に重要であり、今後は更に地域一体となった戦略的な商品の売り込みが必要であると思われる。

紀新会・農業研究クラブとしては、今以上に地域と一体になり田辺力の向上に努めながら、より良い農業施策の推進と、大きく希望溢れる旗印を掲げられるよう日々研鑽していきたい。



平成 30 年 6 月 6 日（水）

1. 訪問先 上賀茂神社(京都市北区上賀茂本山 339)  
下鴨神社 (京都府京都市左京区下鴨泉川町 59)
2. 目的 「紀州 梅道中」京都賀茂神社(下鴨・上賀茂)への梅奉納
3. 活動内容等

平成18年に「梅の日」が制定されてから、今年で13回目の記念行事開催を迎えた。

自治体や生産者らでつくる「紀州梅の会」の主催により、毎年6月6日には京都市の上賀茂神社と下鴨神社に青梅と梅干しを奉納している。

今年は文字通り「梅雨」の雨が降る中での奉納行事となり、例年より人出は少ないようであったが、熱心な参拝者と関係者で賑わった。

私たち紀新会は、紀州南高梅が奉納される神事に参加し拝礼低頭する中、益々の豊作を心から祈願するとともに、参列者の皆様方へ一粒々梅干しを手渡ししながら、その願いを込めて田辺市と紀州南高梅のPR活動に励んだ。

