

平成21年度 胆振・日高地域農水産品物流支援調査 概要版

—目次—

I. 調査の概要	1
II. 管内の食に関する現状把握	4
III. 管内産品の聞き取り調査	31
IV. 特産品の比較調査	45
V. まとめ	53

平成22年3月
北海道開発局 室蘭開発建設部
地域振興対策室

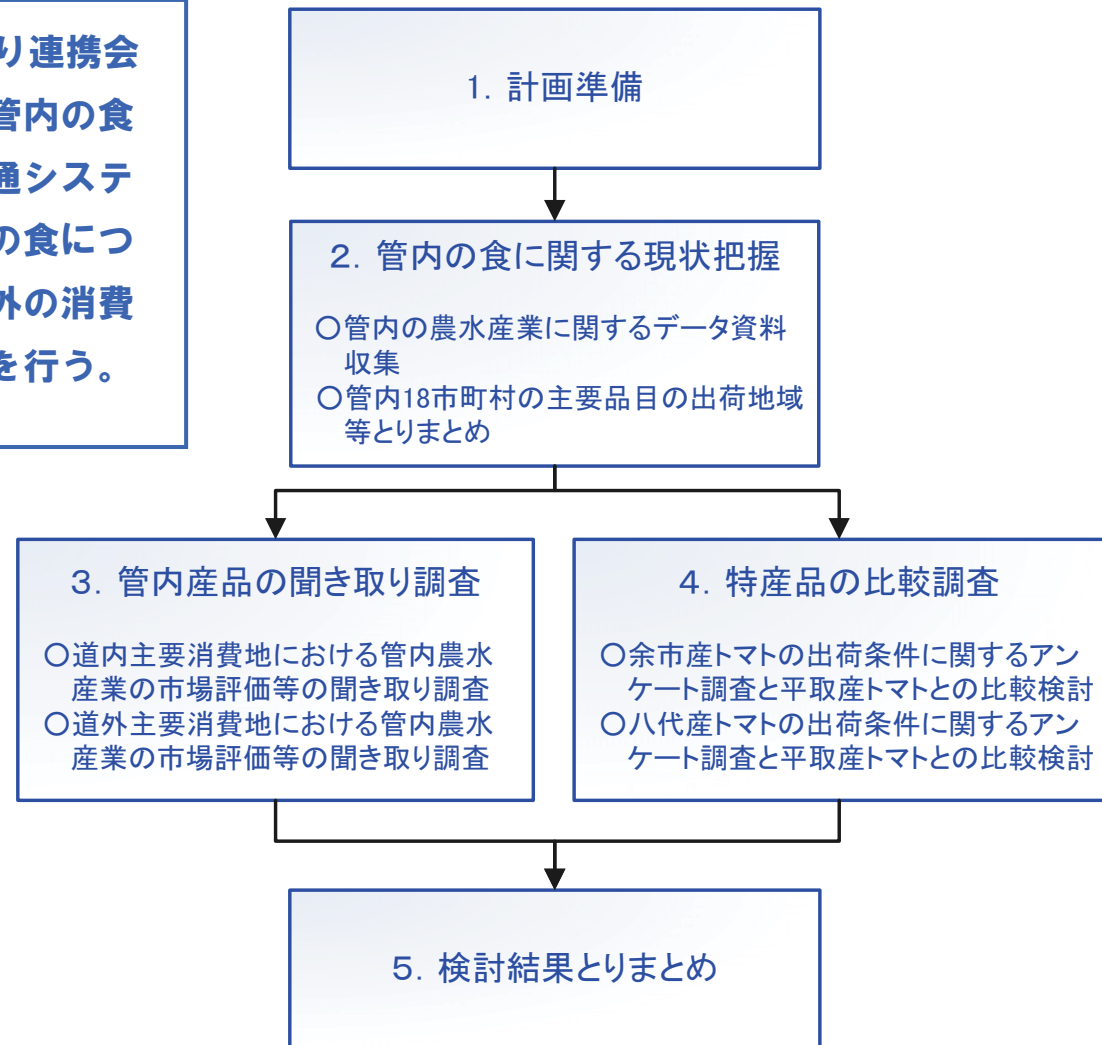
I .調査の概要

調査の概要

●調査の目的

◎本調査は、今年度開催された地域づくり連携会議での意見を踏まえ、室蘭開発建設部管内の食の供給力強化と農水産業の安定的な流通システムを実現することを目的として、管内の食についての現状を把握するとともに、道内外の消費地における出荷製品の位置づけの調査を行う。

▼調査フロー



調査の概要

●調査内容

①管内の食に関する現状把握

- 管内農協・漁協に生産・出荷状況に関するアンケート調査実施（※統計資料、他調査結果等整理）
 - ⇒管内農協、8漁協の品目別生産量・生産高を把握
 - ⇒管内13農協・8漁協の品目別出荷状況を把握

②管内産品の聞き取り調査

- 道内外の市場関係者に管内産品の価格、用途、評価に関するアンケート調査を実施
 - ⇒管内1市町村1品目以上の特産品について市場での価格、用途、評価等を把握
 - ⇒他の有力産地の同品目の評価等を比較検証
- 大阪・名古屋の中央卸売市場の卸売業者等を訪問し、聞き取り調査を実施

③特産品の比較調査

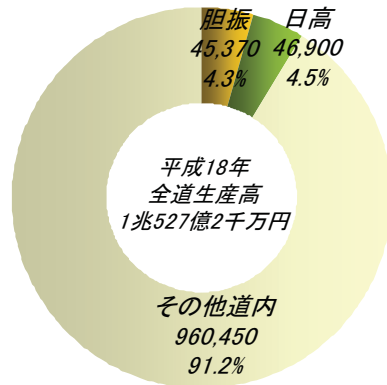
- 平取産トマトと余市産トマト、熊本県八代産の出荷条件、市場評価等について調査実施
 - ⇒出荷条件（輸送手段、流通経路、流通時間、価格、生産量）を比較検証
 - ⇒②の調査とあわせて道内外の市場関係者に評価等に関するアンケート調査を実施、比較検証

Ⅱ.管内の食に関する現状把握

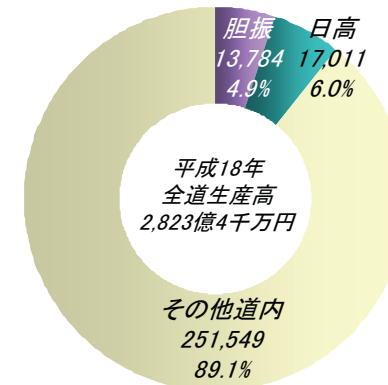
胆振・日高地域の農水産業の生産額

- 平成18年の胆振・日高地域の農業生産額は約923億円で全道シェア8.8%、漁業生産額は約308億円で全道シェア10.9%となっている。
- 経年推移についてみると、年毎の変動がみられるが、胆振・日高ともに、近年、漁業生産額が増加傾向にある。

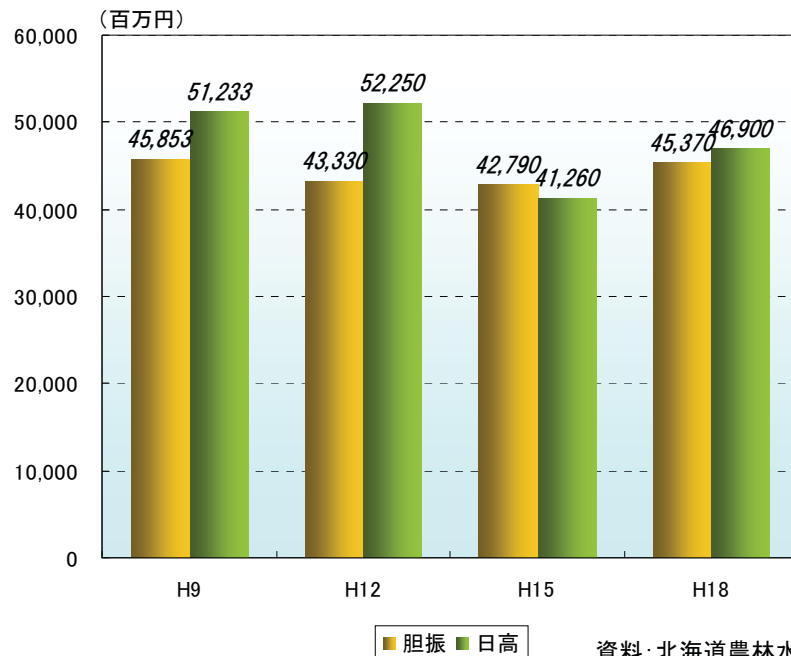
▼胆振・日高地域の農業生産額の道内シェア



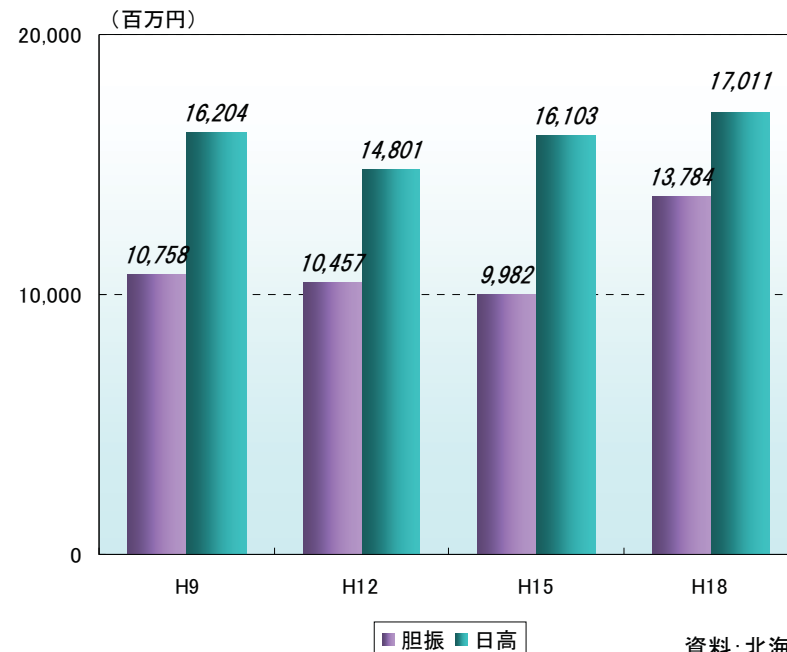
▼胆振・日高地域の漁業生産額の道内シェア



▼胆振・日高地域の農業生産額の推移



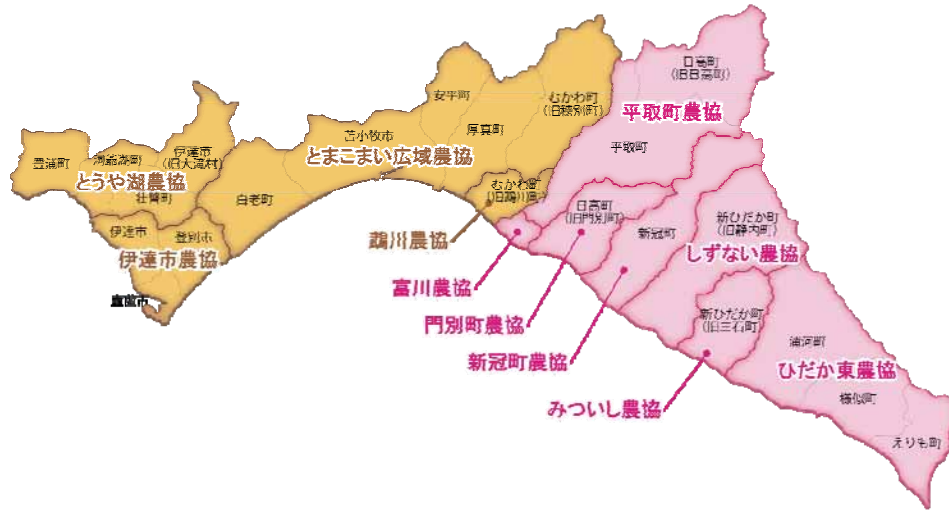
▼胆振・日高地域の漁業生産額の推移



胆振・日高の漁協・農協の分布

- 胆振・日高管内には、13農協（内軽種馬農協2）・8漁協があり、各市町村は下図のように分担されている。
- 次頁以降に、これらの農協・漁協カバーエリアごとに、管内の各地域の農水産品に関する現状を整理した。

▼管内農協カバーエリア



▼管内軽種馬農協カバーエリア



▼管内漁協カバーエリア



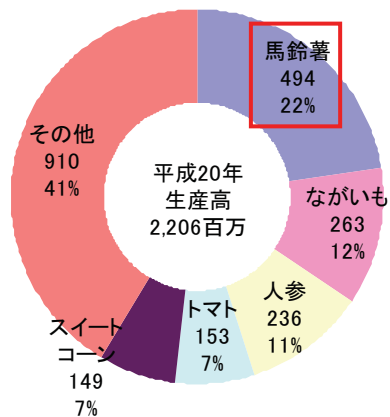
Ⅱ. 管内の食に関する現状把握 ～農産物～



とうや湖農協(豊浦町、洞爺湖町、壮瞥町、旧大滝村)

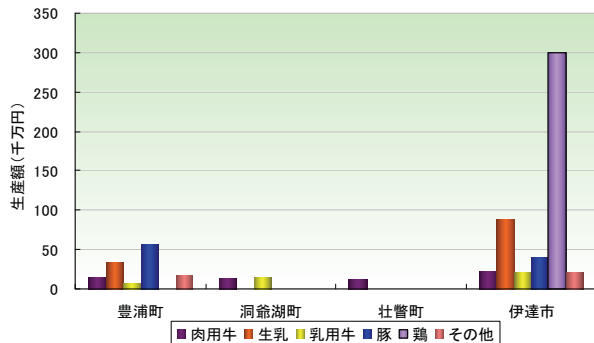
- とうや湖農協では馬鈴薯、ながいも、人参、トマト、スイートコーンの生産が盛んである。
- 近年は馬鈴薯の生産高が伸びており、馬鈴薯は洞爺湖町の生産量が多くなっている。
- 馬鈴薯は、JR貨物で東京、名古屋、大阪にも出荷されている。また、スイートコーンは福岡まで出荷されているなど、道外への広い範囲への出荷量も多い。

▼品目別生産高と割合

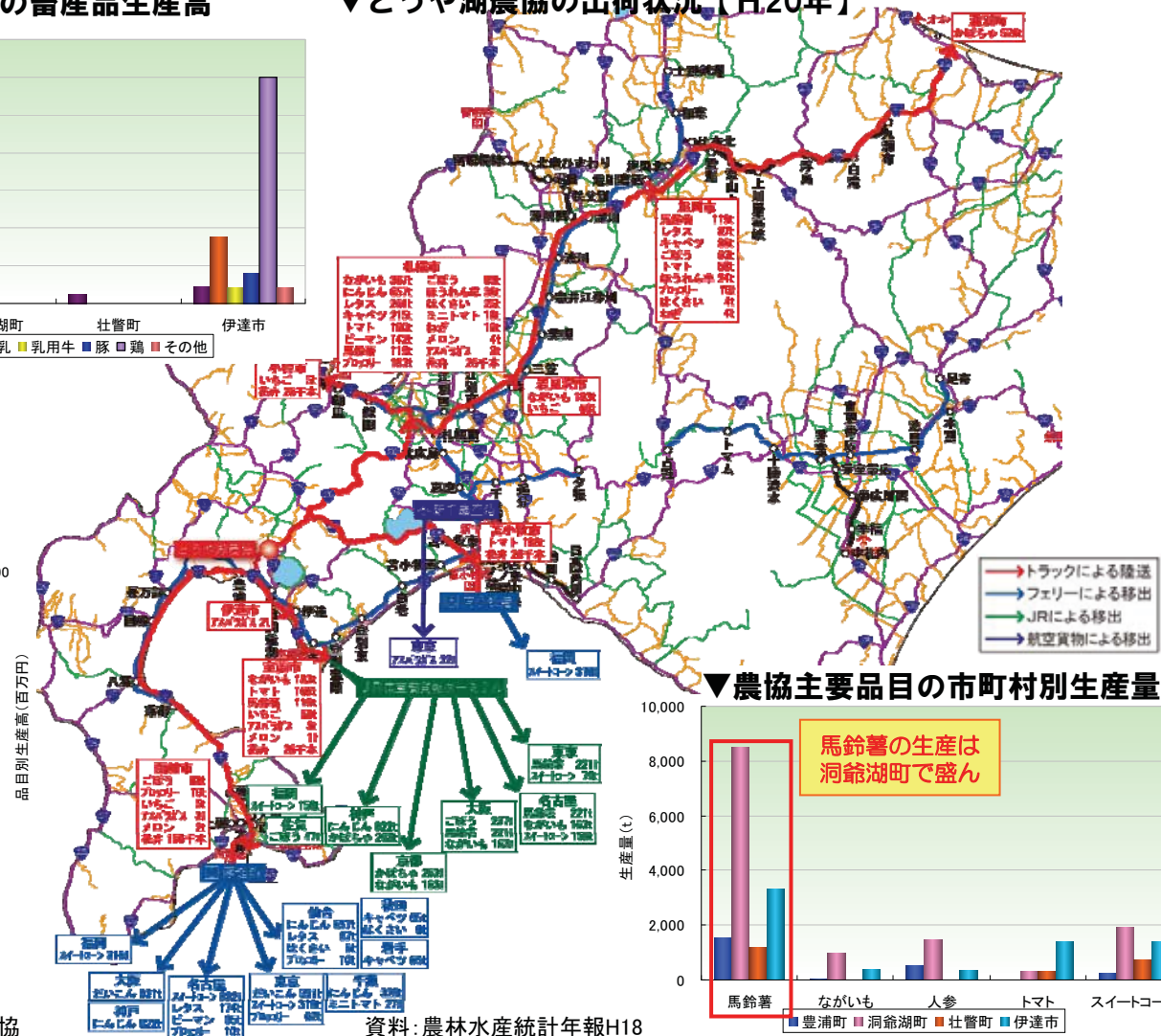


資料:とうや湖農協

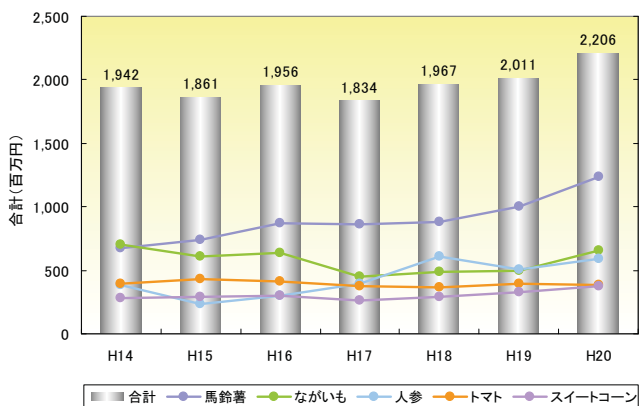
▼当該市町村の畜産品生産高



▼とうや湖農協の出荷状況【H20年】



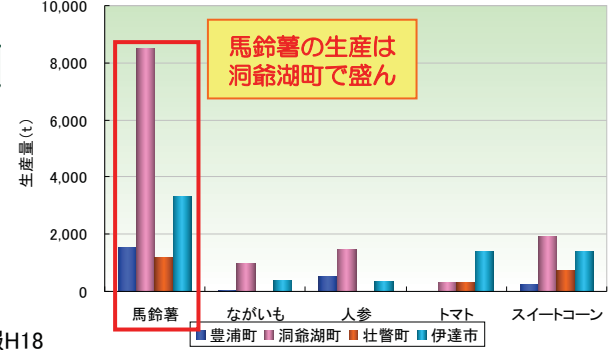
▼品目別生産高の推移【H14～H20】



資料:とうや湖農協

資料:農林水産統計年報H18

▼農協主要品目の市町村別生産量



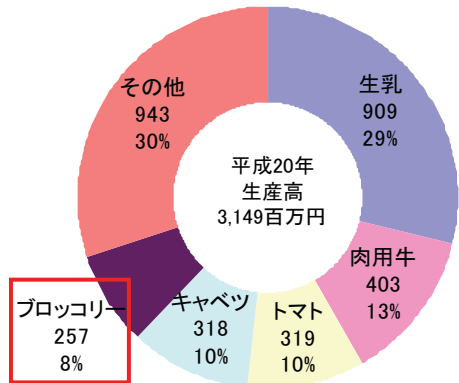
Ⅱ. 管内の食に関する現状把握 ～農産物～

伊達市農協(伊達市、室蘭市、登別市)



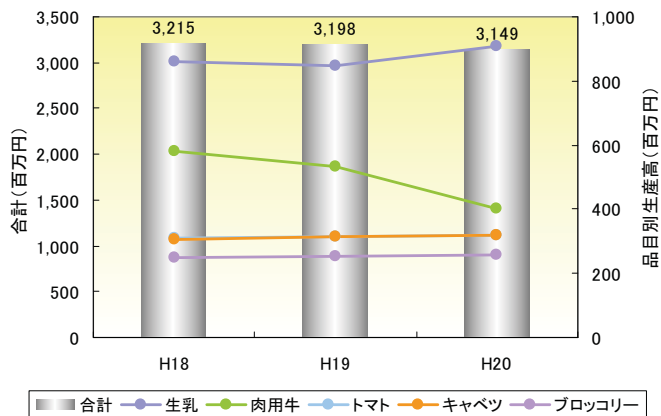
- 伊達市農協では、生乳、肉用牛、トマト、キャベツ、ブロッコリーの生産が盛んである。
- 特に伊達市のブロッコリーは、全道生産量第4位の特産品となっている。
- ブロッコリーは5割以上が道外に出荷されており、東京や仙台にJRで輸送されている。

▼品目別生産高と割合【H20年】



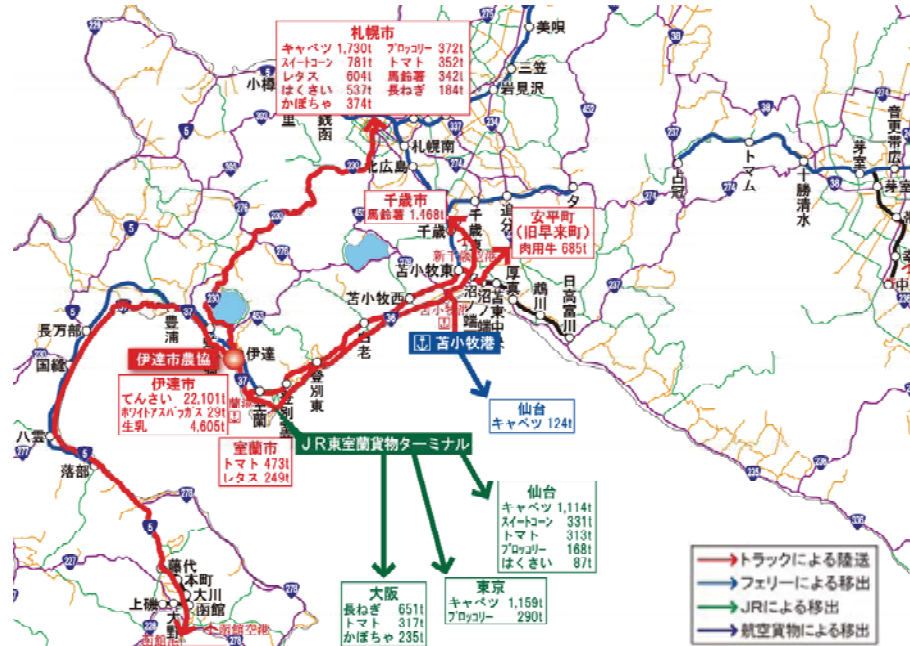
資料: 伊達市農協

▼品目別生産高の推移【H18～H20】

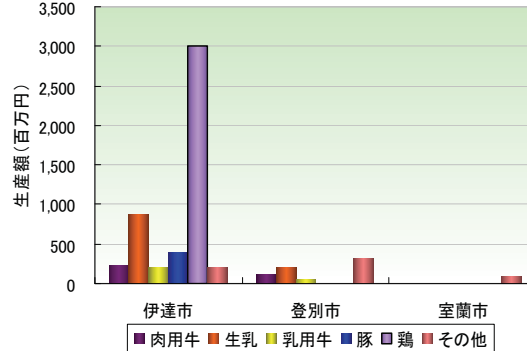


資料: 伊達市農協

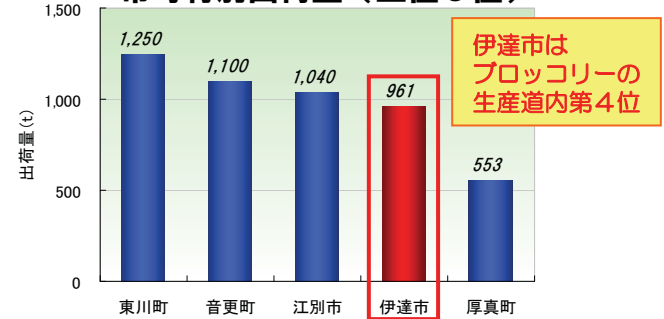
▼伊達市農協の出荷状況【H20年】



▼当該市町村の畜産品生産高



▼道内におけるブロッコリーの市町村別出荷量(上位5位)



伊達市はブロッコリーの生産道内第4位

資料: 農林水産統計年報H18

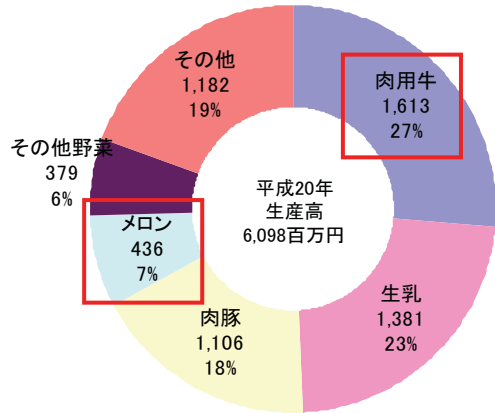
II. 管内の食に関する現状把握 ～農産物～

とまこまい広域農協(白老町、苫小牧市、安平町、厚真町、むかわ町)



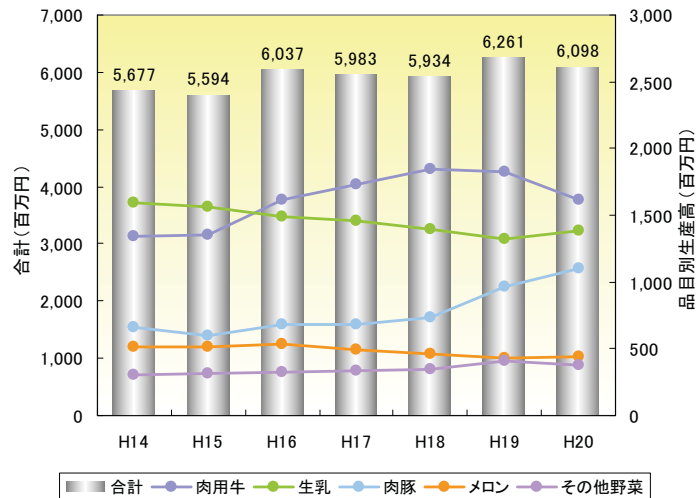
- とまこまい広域農協では、畜産物の生産を主力として、メロン、かぼちゃ、ながいも、ほうれん草の生産が盛んである。
- 肉用牛は白老町等の生産が盛んで、メロンは安平町・むかわ町、かぼちゃは安平町・厚真町・むかわ町の生産量が多い。
- 厚真本所の出荷状況を見ると、かぼちゃは大阪・名古屋に出荷されており、ほうれん草や花卉は空輸で道外へ出荷されている。

▼品目別生産高と割合【H20年】



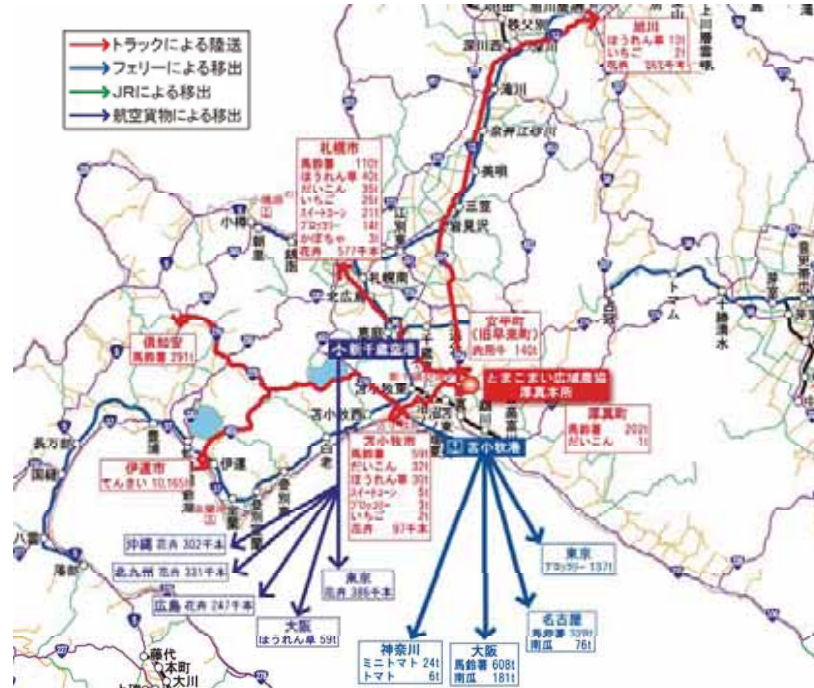
資料:とまこまい広域農協

▼品目別生産高の推移【H14～H20】

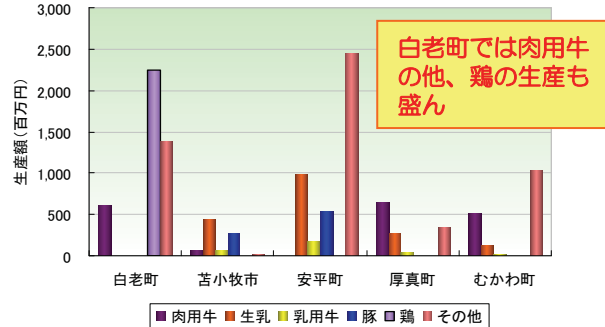


資料:とまこまい広域農協

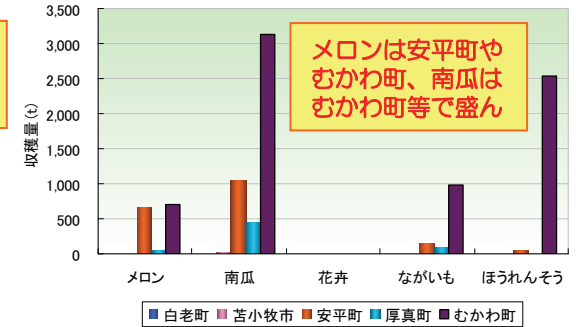
▼とまこまい広域農協厚真本所の出荷状況【H20年】



▼当該市町村の畜産品生産高



▼農協主要品目の市町村別生産量



資料:農林水産統計年報H18

Ⅱ. 管内の食に関する現状把握 ～農産物～

とまこまい広域農協(白老町、苫小牧市、安平町、厚真町、むかわ町)



●とまこまい広域農協の支所別の出荷状況では、穂別支所や早来支所からは野菜などの道外出荷も多く、特にかぼちゃは岡山や香川など、道外各地に出荷されている。

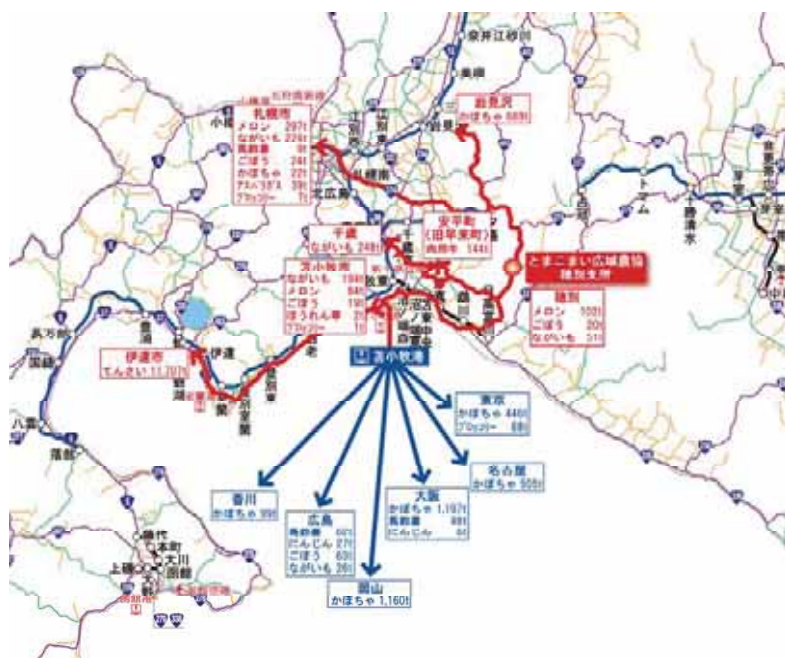
▼苫小牧支所の出荷状況【H20年】



▼早来支所の出荷状況【H20年】



▼穂別支所の出荷状況【H20年】



▼追分支所の出荷状況【H20年】



→トラックによる陸送
→フェリーによる移出
→JRによる移出
→航空貨物による移出

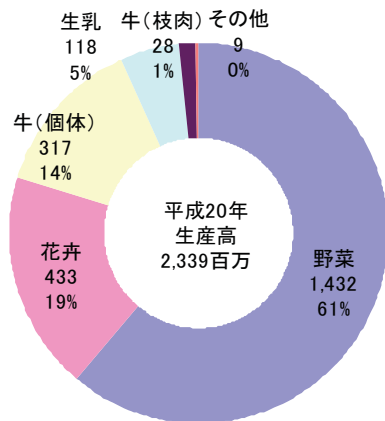
Ⅱ. 管内の食に関する現状把握 ～農産物～

むかわ農協(むかわ町)



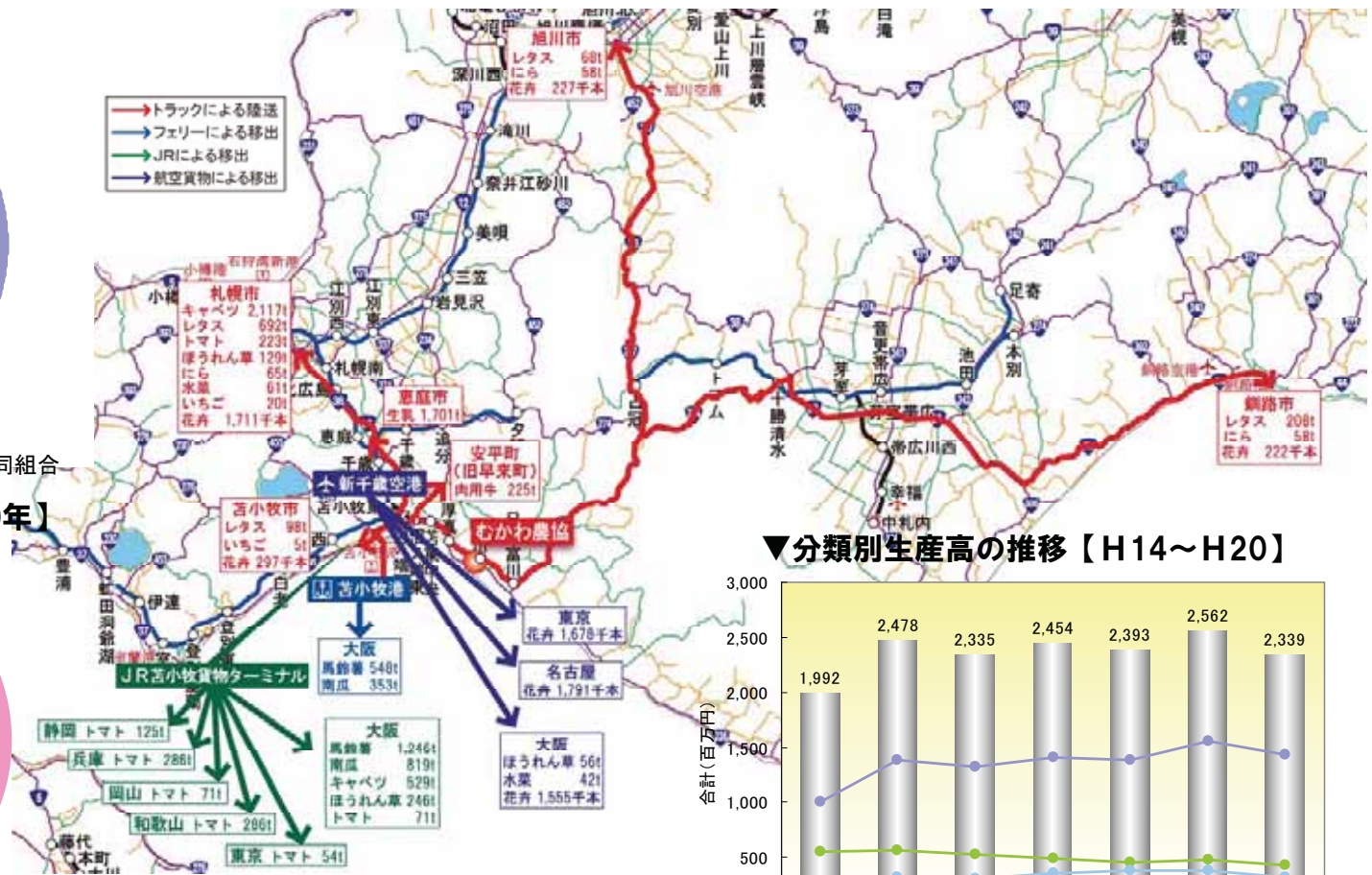
- むかわ農協では、花卉、トマト、肉用牛、ほうれん草などが、主要農産品となっている。
- キャベツやレタスは道内向けの出荷が多いが、トマトやほうれん草、花卉などは道外への出荷割合が高い。
- ほうれん草、水菜、花卉は空輸による道外出荷も行われている。

▼分類別生産高と割合【H20年】

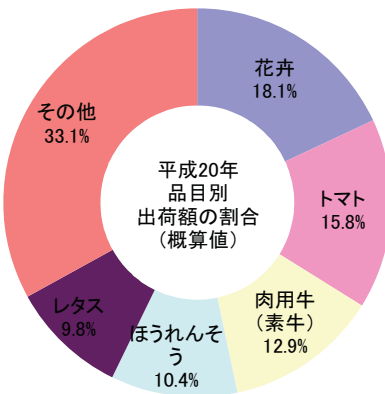


資料:むかわ農業協同組合

▼むかわ農協の出荷状況【H20年】

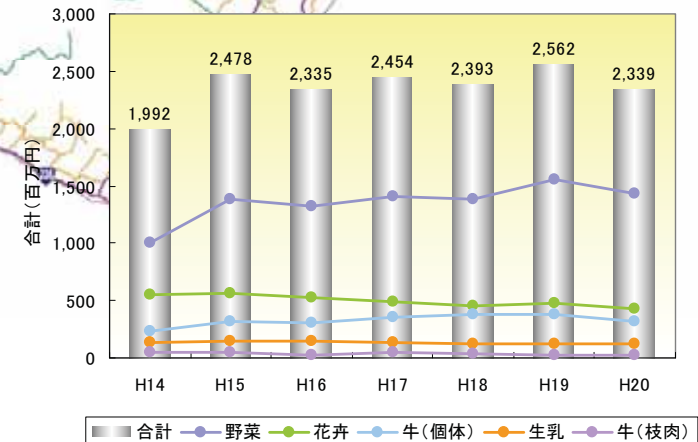


▼品目別出荷額の割合【H20年】



資料:むかわ農業協同組合
 ※品目別出荷額不明のため、上記の割合は生産量の伸び率、当該地域の品目単価等により概算した値
 ※水菜は単価不明のため除く

▼分類別生産高の推移【H14～H20】



資料:むかわ農業協同組合

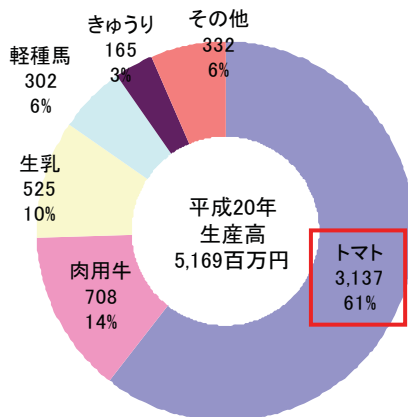
Ⅱ. 管内の食に関する現状把握 ～農産物～

平取町農協(平取町、日高町)



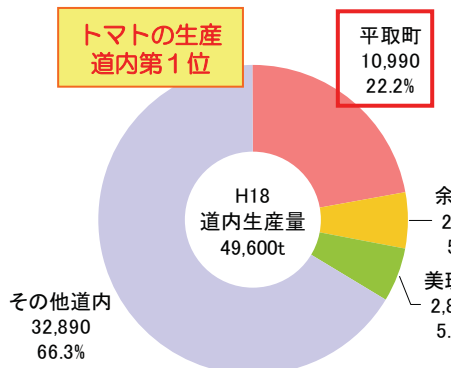
- 平取町農協では、生産高の約6割をトマトが占め、特に平取町は全道第1位の産地であり、生産高も増加傾向にある。
- トマトの他は、肉用牛、生乳、軽種馬が盛んであり、日高町は軽種馬(畜産品その他)の生産が盛んである。
- トマトの出荷状況は、道内が約25%(札幌市約17%)、関東が約20%、関西が約55%と、関西への出荷が特に多い。

▼品目別生産高と割合【H20年】



資料:平取町農協

▼道内におけるトマトの市町村別生産量【H18】

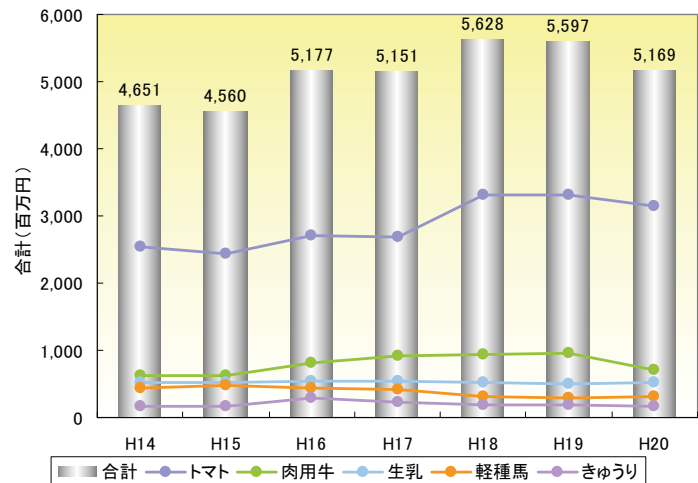


資料:農林水産統計年報H18

▼平取町農協の出荷状況【H20年】

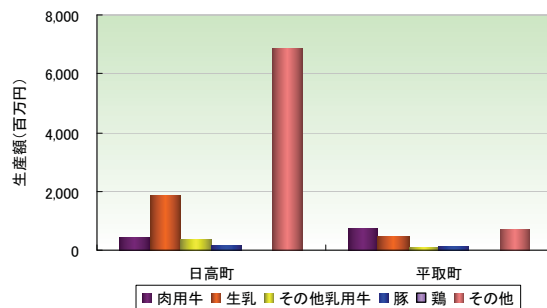


▼品目別生産高の推移【H14～H20】

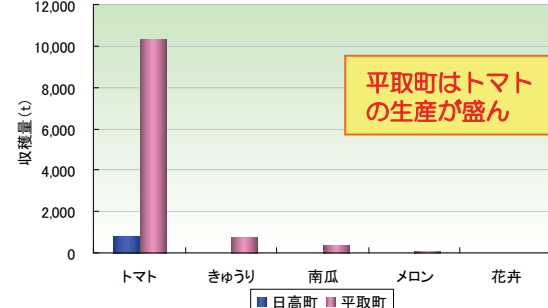


資料:平取町農協

▼当該市町村の畜産品生産高



▼農協主要品目の市町村別生産量



資料:農林水産統計年報H18

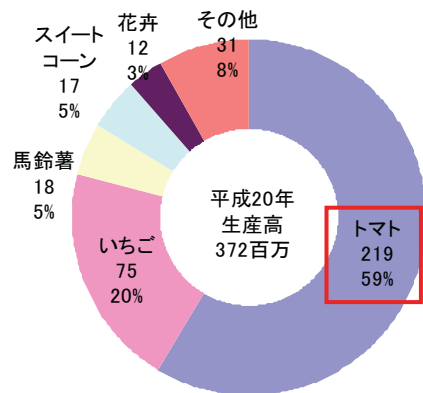
Ⅱ. 管内の食に関する現状把握 ～農産物～

富川農協(日高町)



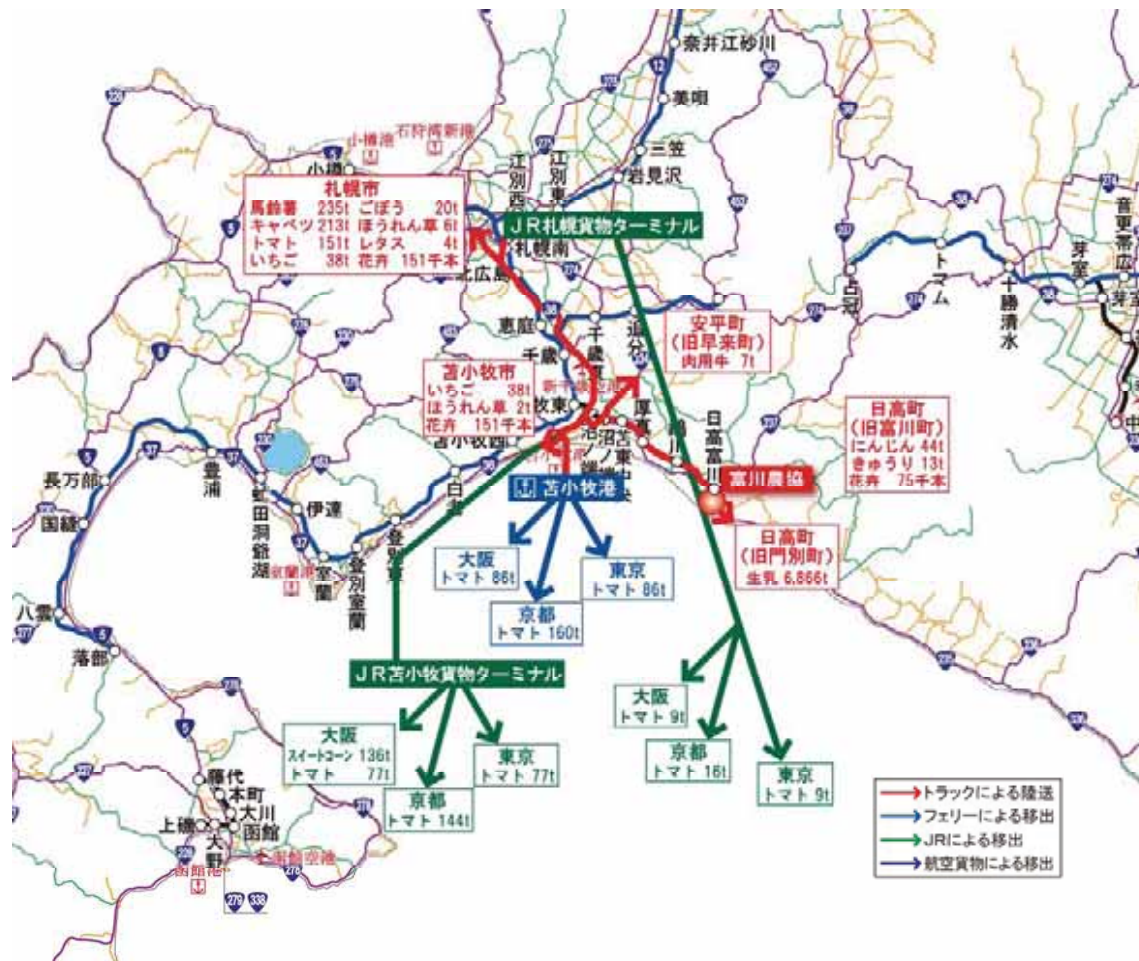
- 富川農協では、トマトの生産高が全体の約6割を占める主力作物で、次いでいちご、馬鈴薯、スイートコーンとなっている。
- トマトは道外への出荷も多く、東京よりも大阪、京都等の関西に多く出荷されており、その他の品目は主に道内の近郊地域へ出荷されている。

▼品目別生産高と割合【H20年】

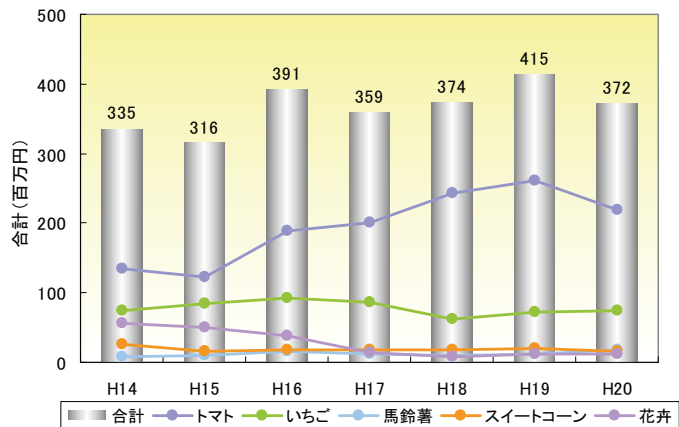


資料: 富川農協

▼富川農協の出荷状況【H20年】



▼品目別生産高の推移【H14～H20】



資料: 富川農協

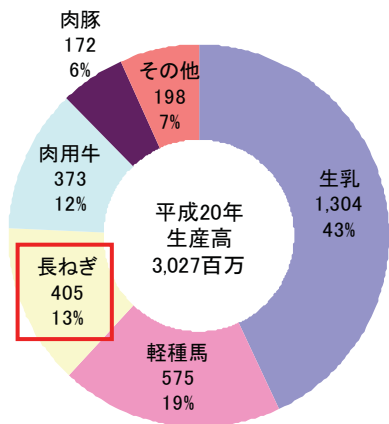
Ⅱ. 管内の食に関する現状把握 ～農産物～

門別町農協(日高町)



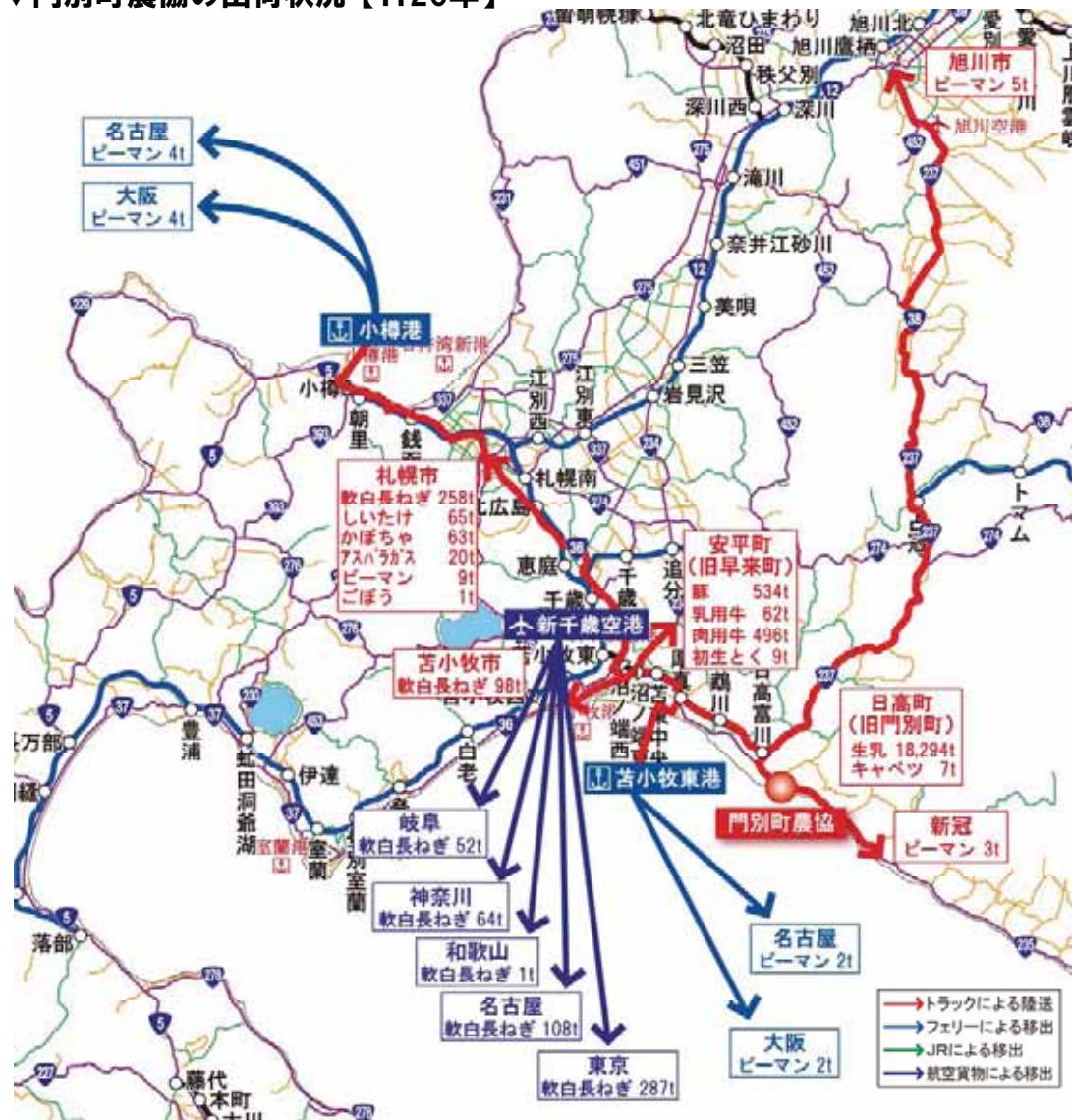
- 門別町農協では、野菜では軟白長ねぎの生産が盛んで、その他は生乳、軽種馬、肉用牛等の畜産物の生産高が大きい。
- 軟白長ねぎは、札幌市他、東京・名古屋等の道外への出荷量も多い。

▼品目別生産高と割合【H20年】

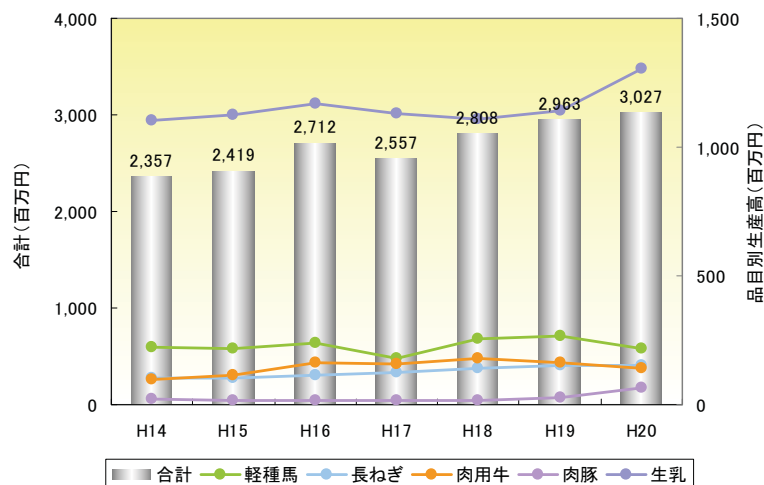


資料: 門別町農協

▼門別町農協の出荷状況【H20年】



▼品目別生産高の推移【H14～H20】



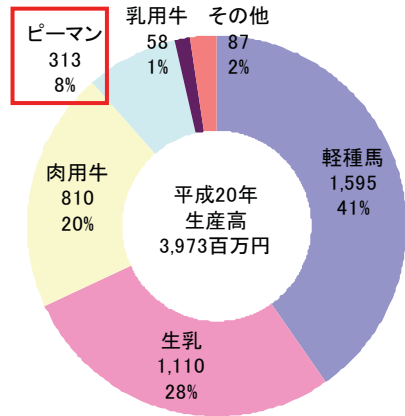
資料: 門別町農協

新冠町農協(新冠町)



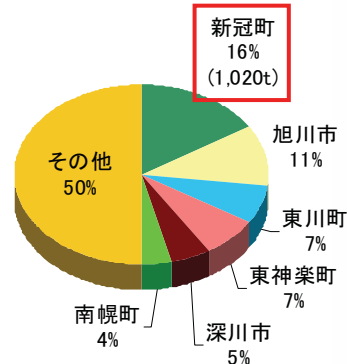
- 新冠町農協では、畜産物の他、青果物ではピーマンの生産が盛んで、新冠町のピーマンの生産量は全道第1位である。
- ピーマンは、道内では札幌市や旭川市、道外では大阪や名古屋などへ苫小牧港や小樽港から多く出荷されている。

▼品目別生産高と割合【H20年】



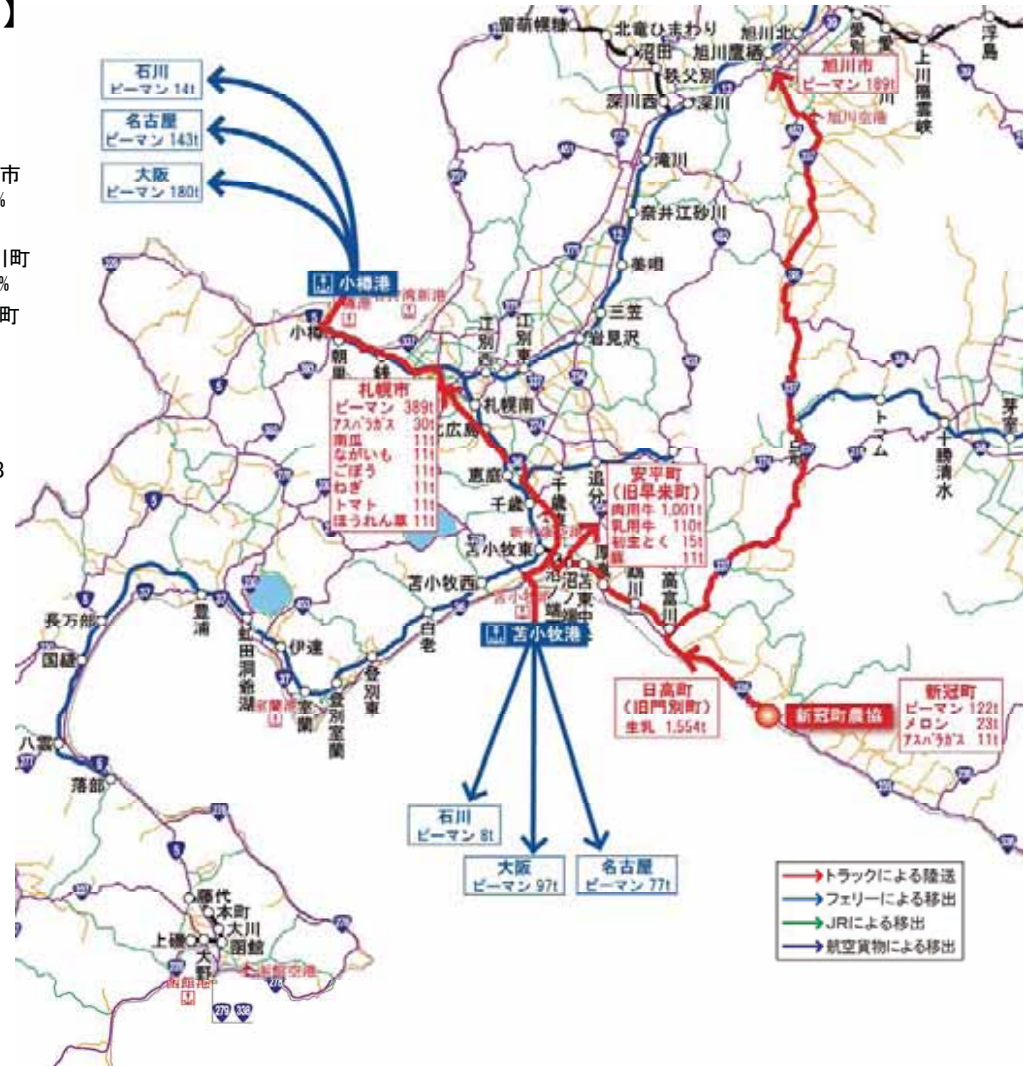
資料:新冠町農協

▼道内におけるピーマンの市町村別生産量【H18】

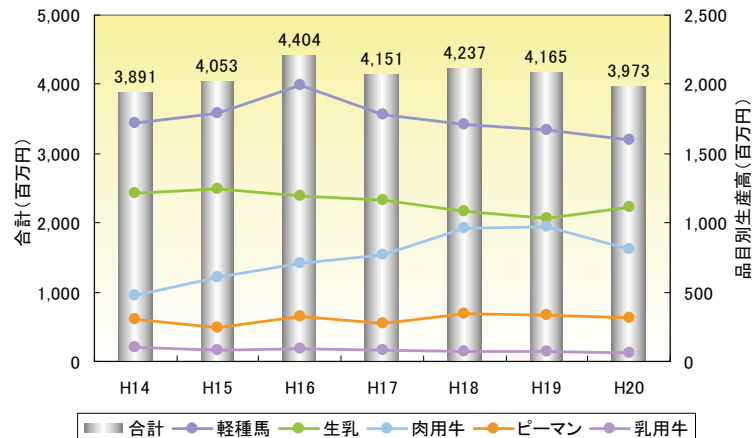


資料:農林水産統計年報H18

▼新冠町農協の出荷状況【H20年】



▼品目別生産高の推移【H14～H20】



資料:新冠町農協

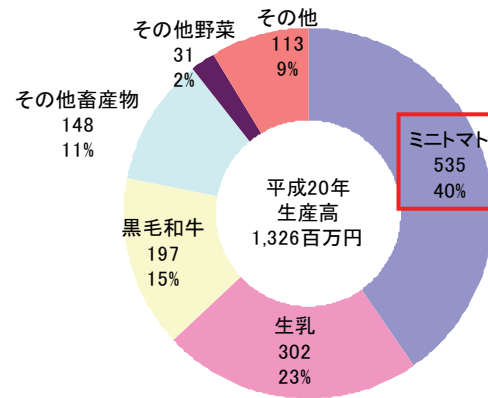
II. 管内の食に関する現状把握 ～農産物～

しずない農協(新ひだか町)



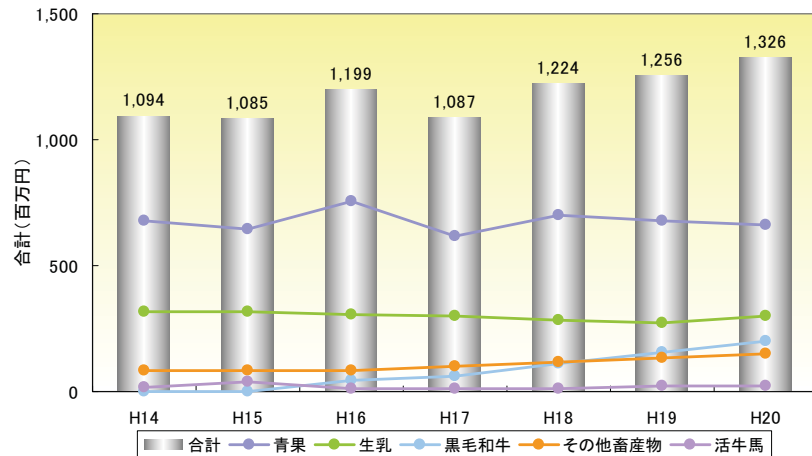
- しずない農協ではミニトマト（太陽の瞳）が生産高の4割を占め、その他は生乳、黒毛和牛等の畜産物が主力となっている。
- ミニトマトは、道外への出荷量も多く、東京よりも東海や関西への出荷量が多くなっている。

▼品目別生産高と割合【H20年】



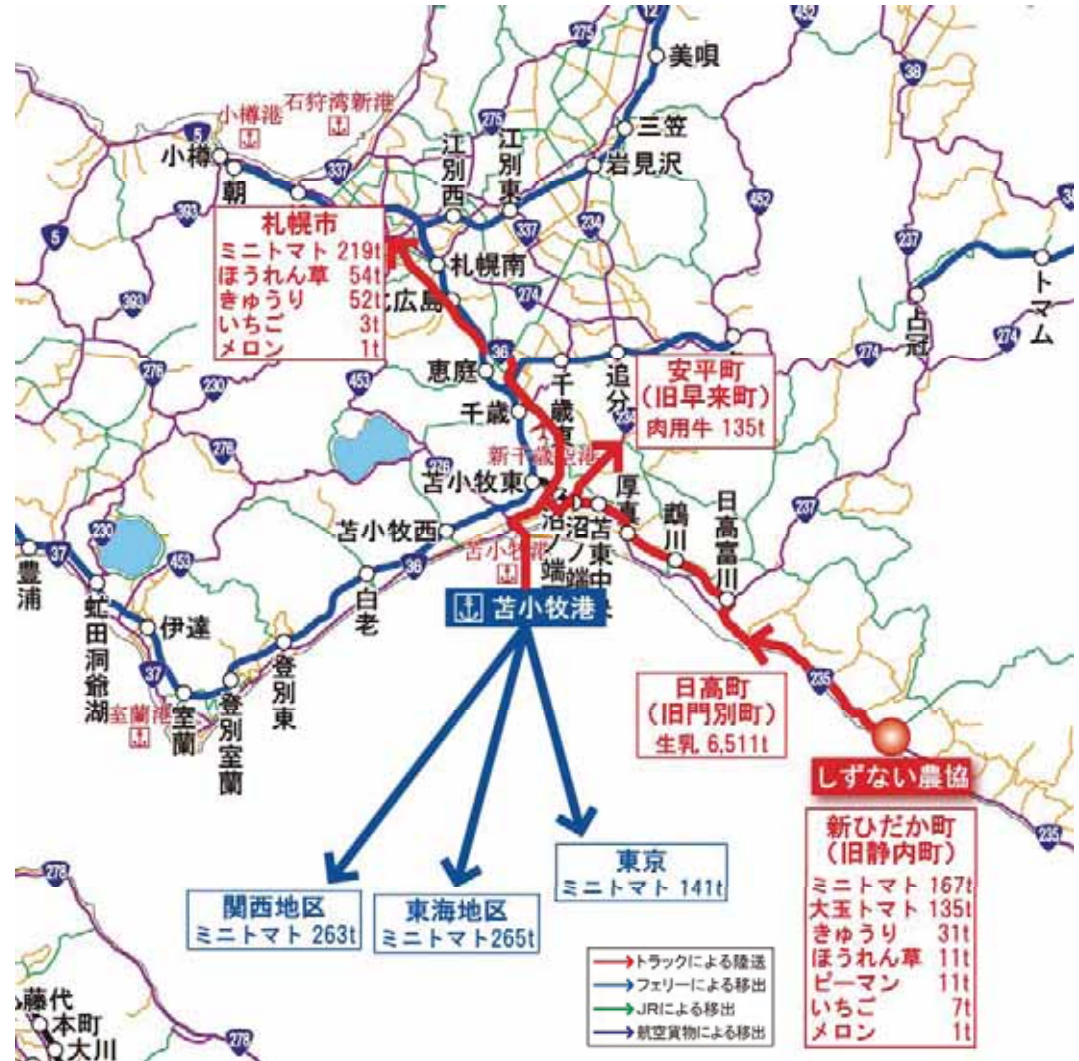
資料:しずない農協

▼品目別生産高の推移【H14～H20】



資料:しずない農協

▼しずない農協の出荷状況【H20年】



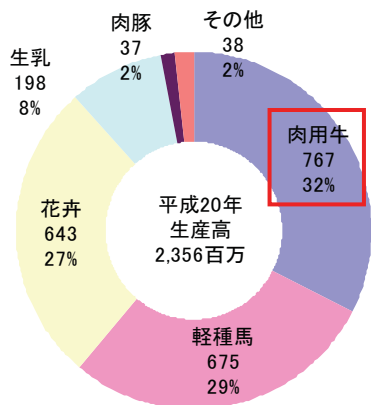
Ⅱ. 管内の食に関する現状把握 ～農産物～

みついし農協(新ひだか町)



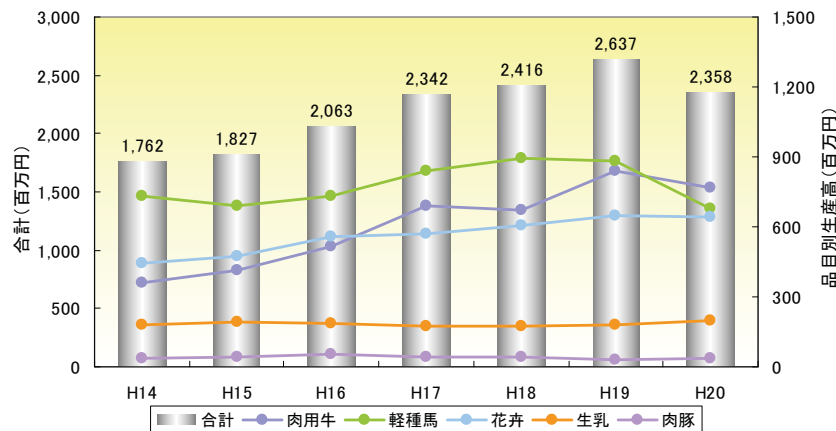
- みついし農協では、肉用牛、軽種馬、花卉、生乳の生産が主力となっており、肉用牛や花卉の生産が増加傾向にある。
- 肉用牛は東京へも出荷されており、花卉については札幌市他、新千歳空港からの空輸等により東京・大阪へ出荷されている。
- 東京に出荷された肉用牛は、料亭などでも食されている。

▼品目別生産高と割合【H20年】



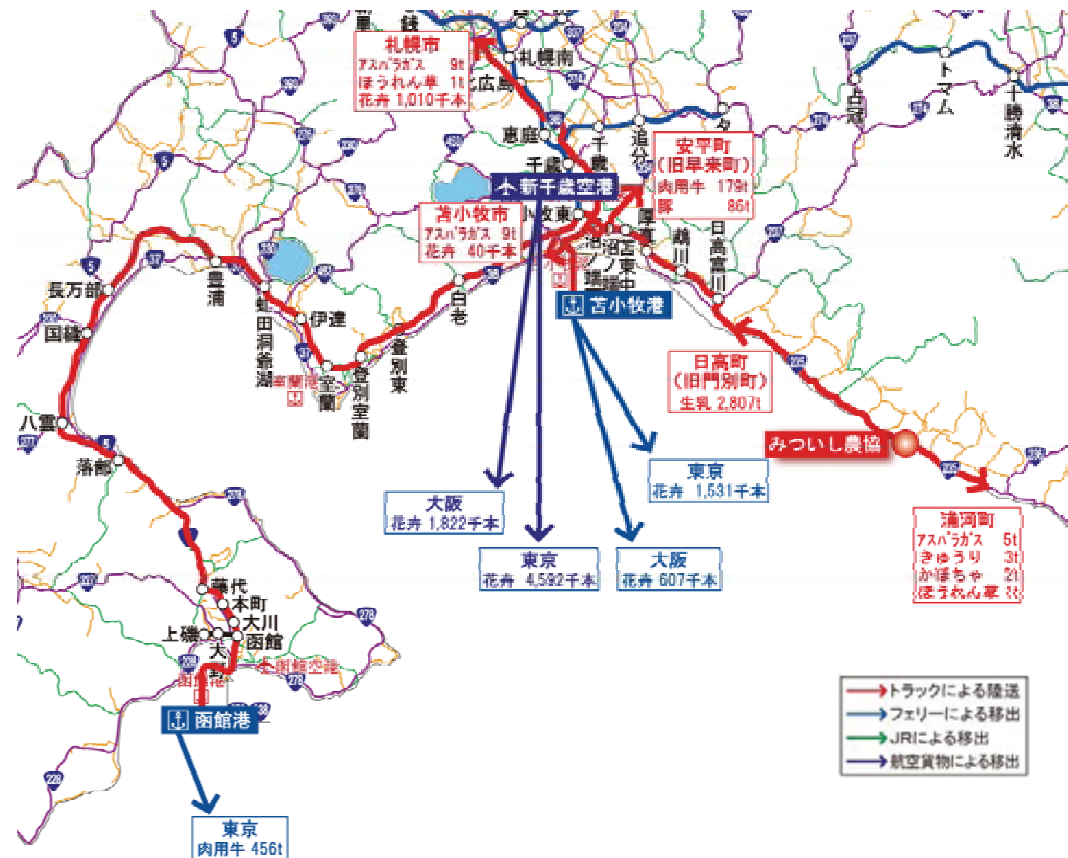
資料:みついし農協

▼品目別生産高の推移【H14～H20】



資料:みついし農協

▼みついし農協の出荷状況【H20年】



→トラックによる陸送
 →フェリーによる移出
 →JRによる移出
 →航空貨物による移出

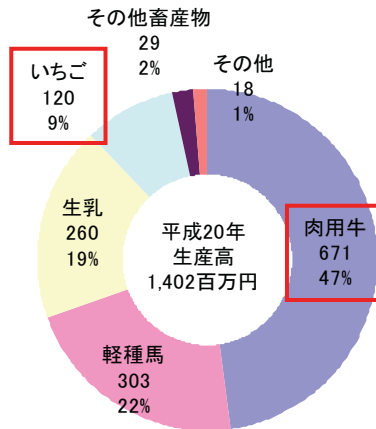
II. 管内の食に関する現状把握 ～農産物～

ひだか東農協(浦河町、様似町、えりも町)



- ひだか東農協では、平成20年は肉用牛、軽種馬、生乳、いちごの生産高が多くなっており、近年は軽種馬の生産高の減少が顕著である。また、いちごの生産高が平成15年と比較して平成20年は2倍以上に増加してきている。
- いちごは札幌市他、東京・大阪へも出荷されており、ケーキ用などに使用されている。

▼品目別生産高と割合【H20年】

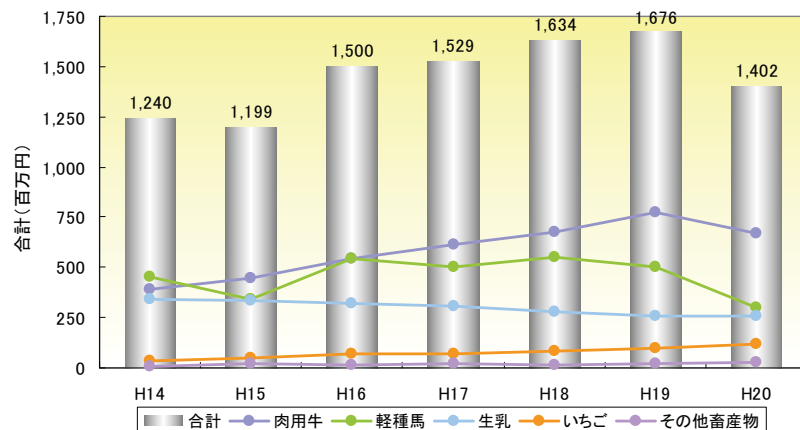


資料:ひだか東農協

▼ひだか東農協の出荷状況【H20年】

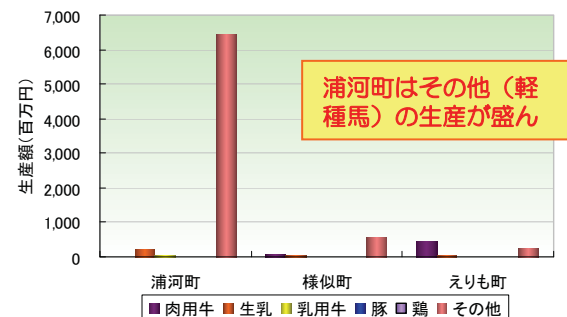


▼品目別生産高の推移【H14～H20】



資料:ひだか東農協

▼当該市町村の畜産品生産高



資料:農林水産統計年報H18

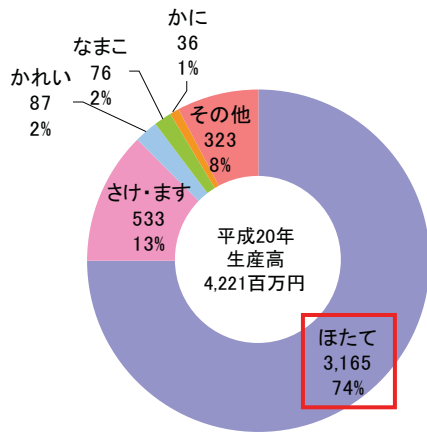
II. 管内の食に関する現状把握 ～水産物～

いぶり噴火湾漁協(豊浦町、洞爺湖町、伊達市)



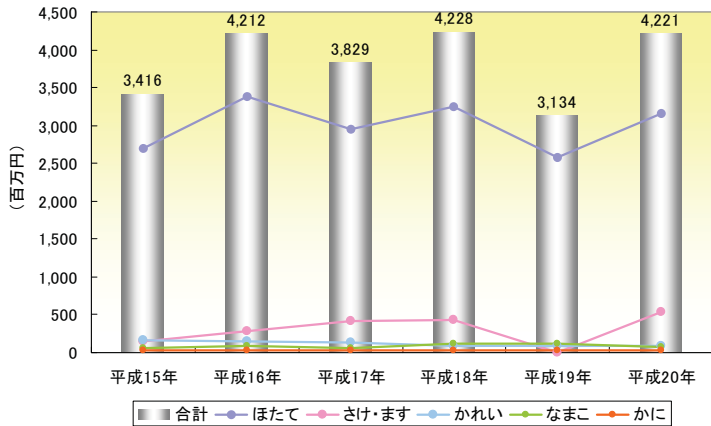
- いぶり噴火湾漁協では、ほたての生産高が全体の7割以上を占め、次いでさけ・ますの生産高が多くなっている。
- 豊浦町、洞爺湖町、伊達市のいずれもほたてが主要水産物であり、道南・洞爺湖町等へ出荷されている。

▼品目別生産高と割合【H20年】



資料:いぶり噴火湾漁協

▼品目別生産高の推移【H14～H20】

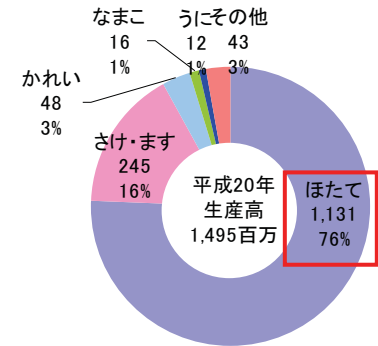


資料:いぶり噴火湾漁協

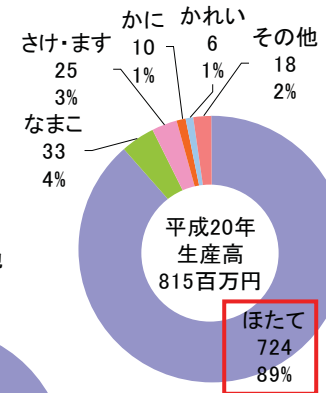
▼いぶり噴火湾漁協の出荷状況【H20年】



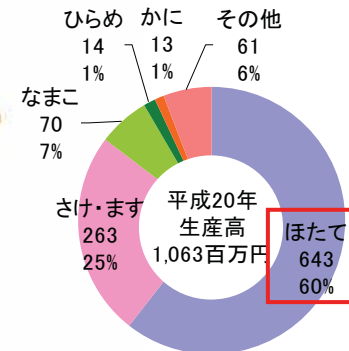
▼当該市町村の品目別生産高【豊浦町】



【洞爺湖町】



【伊達市】



資料:北海道水産現勢H20

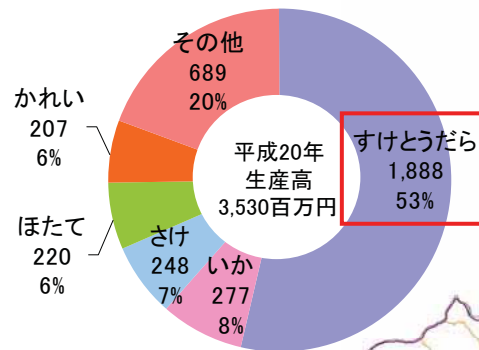
Ⅱ. 管内の食に関する現状把握 ～水産物～

室蘭漁協(室蘭市)



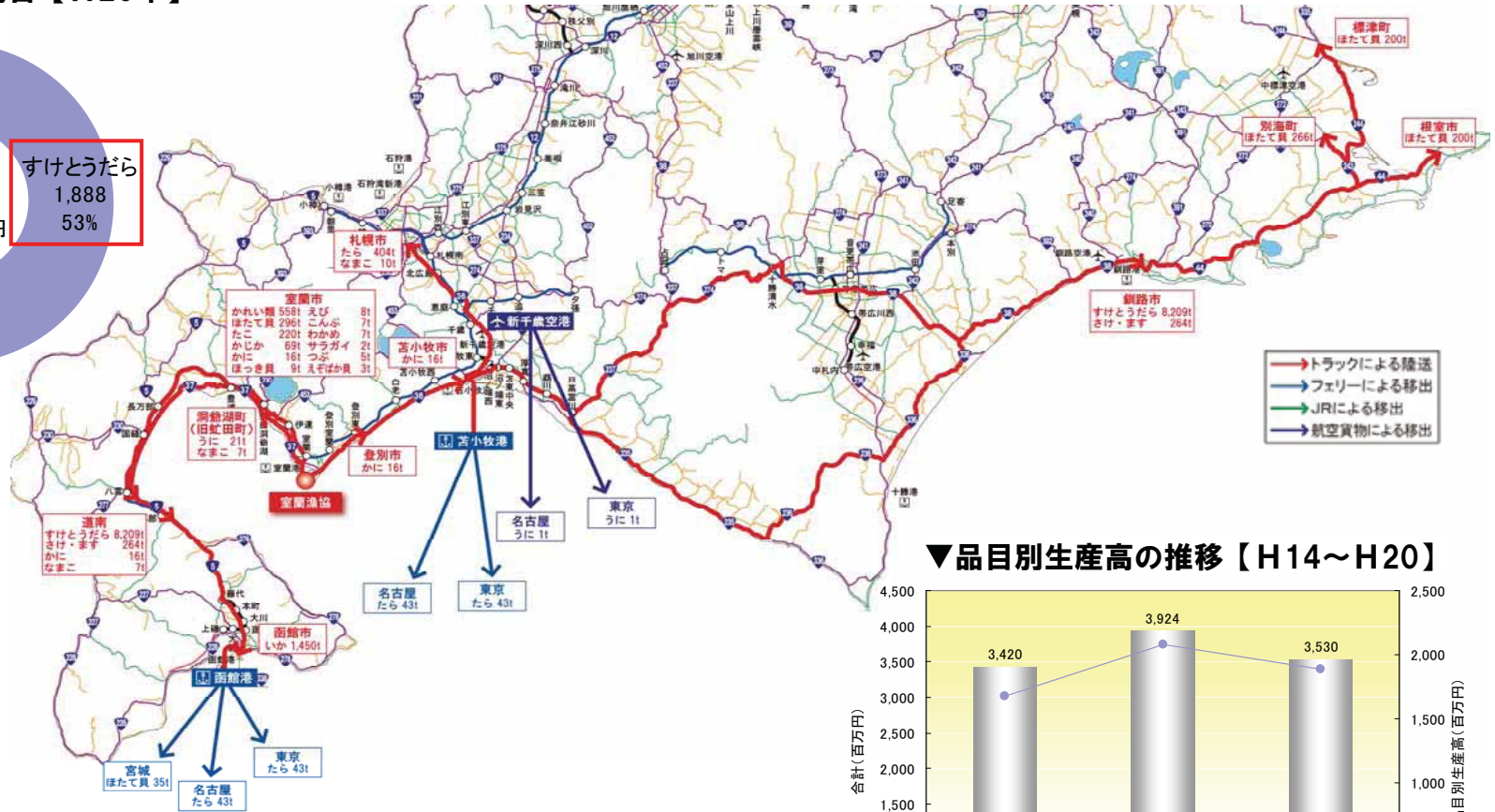
- 室蘭漁協では、すけとうだらの生産高が約20億円と最も多く、次いで、いか、さけ、ほたての生産高が多い。
- すけとうだらは、道南や釧路市(加工業者等)へ出荷され、たらやうには、東京や名古屋など道外へ出荷されている。

▼品目別生産高と割合【H20年】

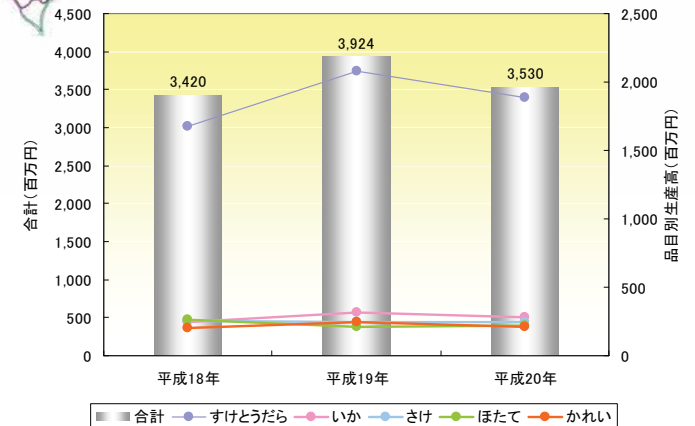


資料:室蘭漁協

▼室蘭漁協の出荷状況【H20年】



▼品目別生産高の推移【H14～H20】



資料:室蘭漁協

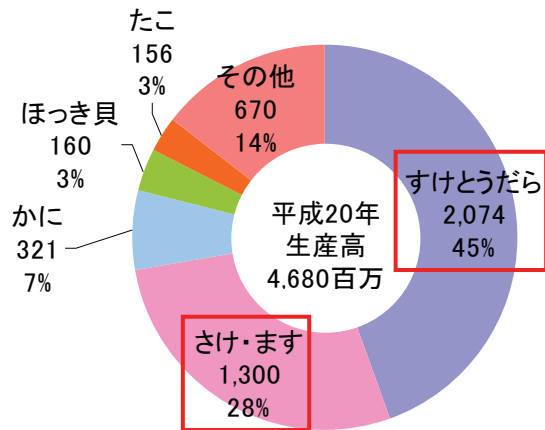
II. 管内の食に関する現状把握 ～水産物～

いぶり中央漁協(登別市、白老町)



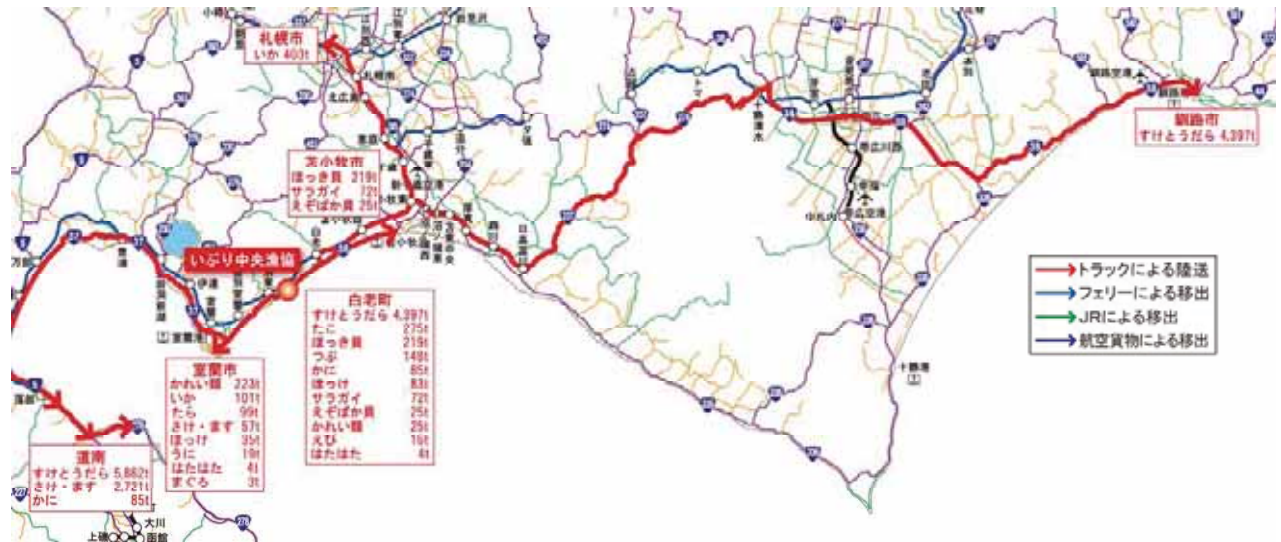
- いぶり中央漁協では、すけとうだら、さけの生産が盛んで、いずれも近年生産高が増加傾向にある。
- すけとうだらの多くは、地元白老町や道南地域、釧路市へ出荷されており、加工業者への出荷が大半を占めると想定される。

▼品目別生産高と割合【H20年】

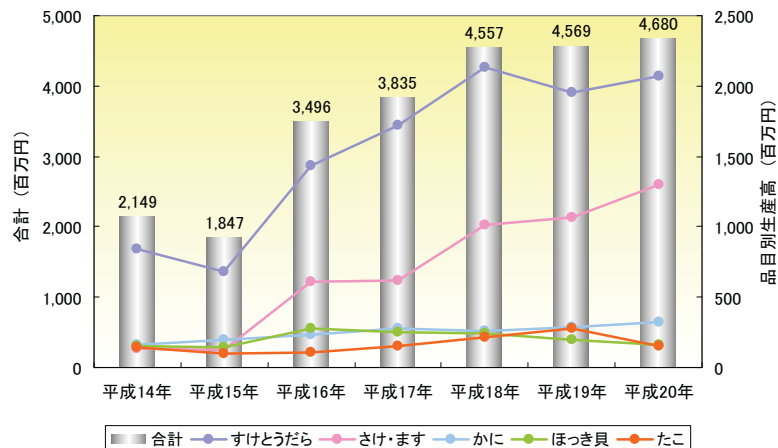


資料:いぶり中央漁協

▼いぶり中央漁協の出荷状況【H20年】

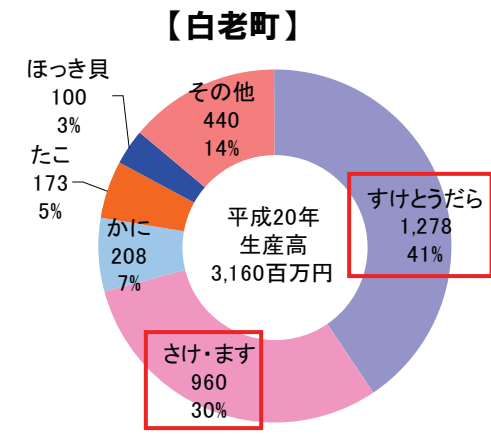
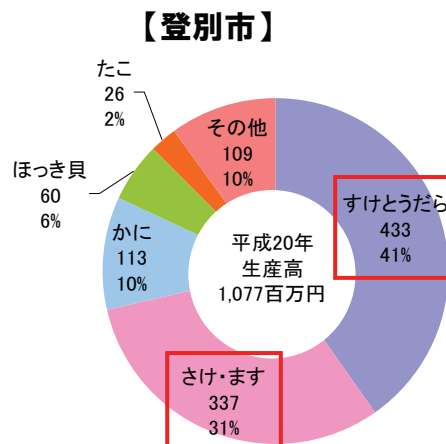


▼品目別生産高の推移【H14～H20】



資料:いぶり中央漁協

▼当該市町村の品目別生産高



資料:北海道水産現勢H20

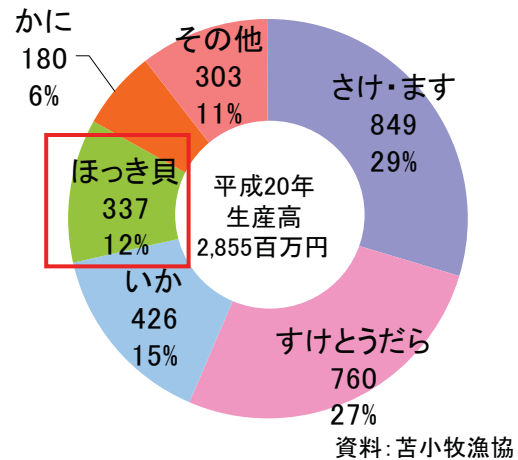
Ⅱ. 管内の食に関する現状把握 ～水産物～

苫小牧漁協(苫小牧市)



- 苫小牧漁協では、さけ、すけとうだら、するめいか、ほっき貝の生産が盛んで、近年は、さけやすけとうだらの生産が伸びてきている。
- 苫小牧市のほっき貝は、全国水揚げ第1位で、札幌・函館・釧路・苫小牧・室蘭や道外の東京や仙台へも出荷されている。

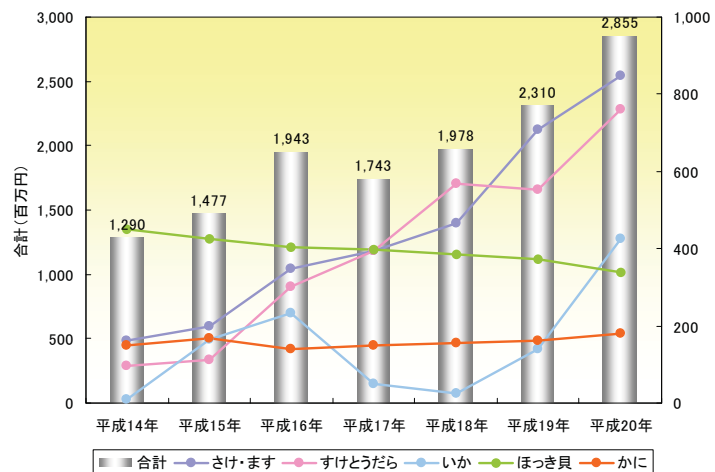
▼品目別生産高と割合【H20年】



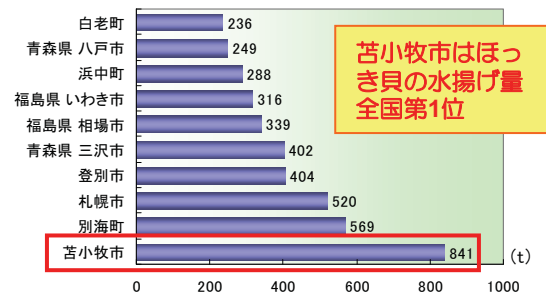
▼苫小牧漁協の出荷状況【H20年】



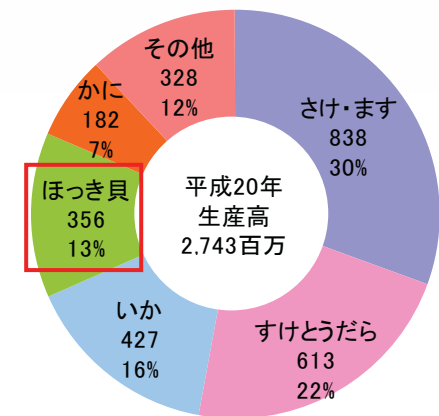
▼品目別生産高の推移【H14～H20】



▼全国におけるほっき貝の生産量上位市町村【H18年】



▼苫小牧市の品目別生産高



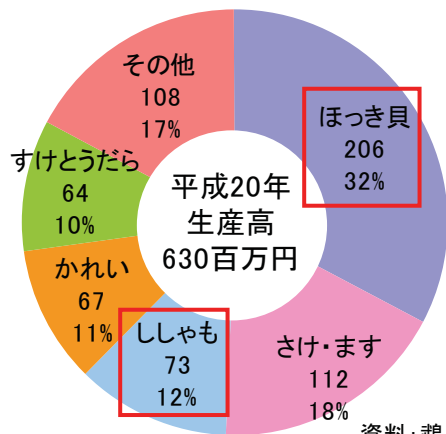
II. 管内の食に関する現状把握 ～水産物～

鵜川漁協(厚真町、むかわ町)



- 鵜川漁協では、ほっき貝、さけ・ます、ししゃも、かれいの生産高が多くなっている。
- 近年、ししゃもの生産高はやや減少傾向で、ほっき貝やさけ・ます、すけとうだらの生産高が増加傾向にある。
- ほっき貝は、札幌市のほか、東京、福島等の道外へも多く出荷されている。

▼品目別生産高と割合【H20年】

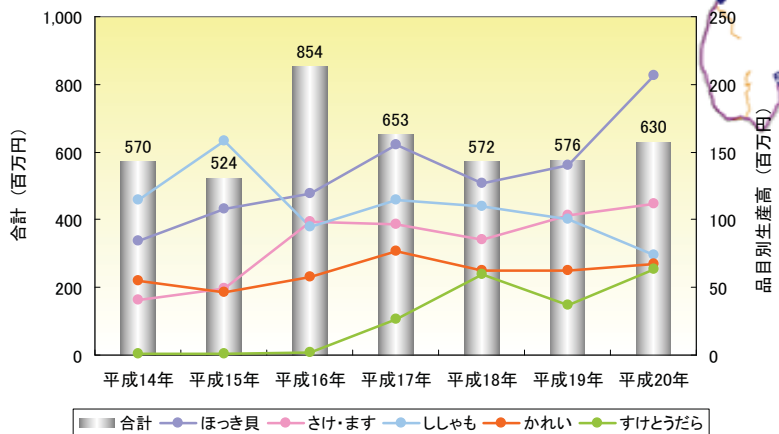


資料: 鵜川漁協

▼鵜川漁協の出荷状況【H20年】

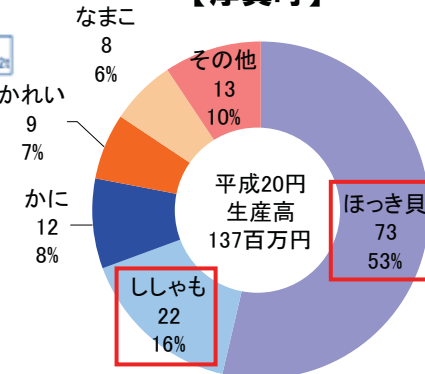


▼品目別生産高の推移【H14～H20】

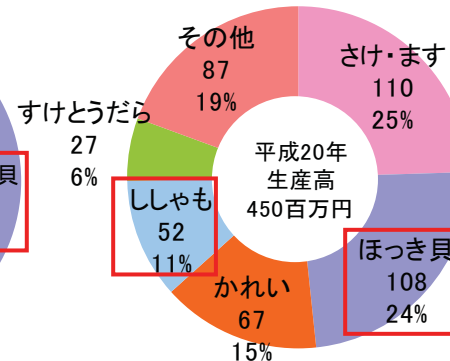


資料: 鵜川漁協

▼当該市町村の品目別生産高【厚真町】



【むかわ町】



資料: 北海道水産現勢H20

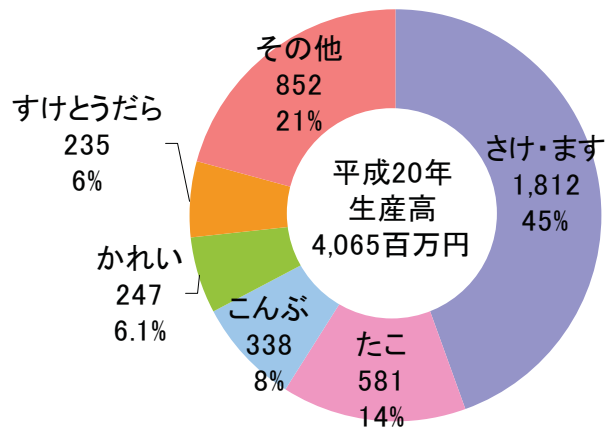
Ⅱ. 管内の食に関する現状把握 ～水産物～

ひだか漁協(日高町、新冠町、新ひだか町)



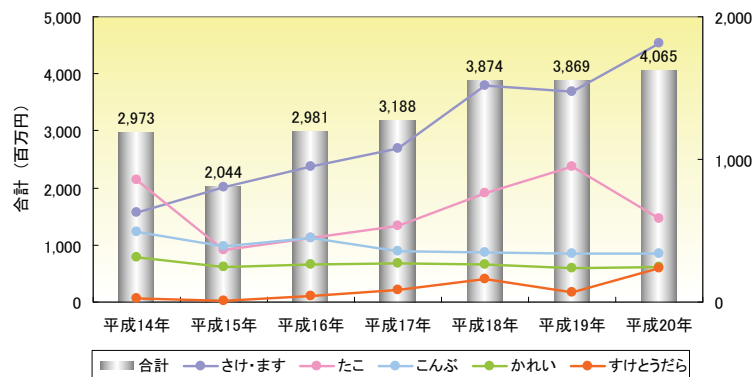
- ひだか漁協では、さけ、たこ、こんぶ、かれい等の生産が盛んで、近年はさけやすけとうだらの生産高が増加している。
- さけの多くは札幌や釧路に出荷されており、こんぶは大阪、神戸などに多く出荷されている。

▼品目別生産高と割合【H20年】



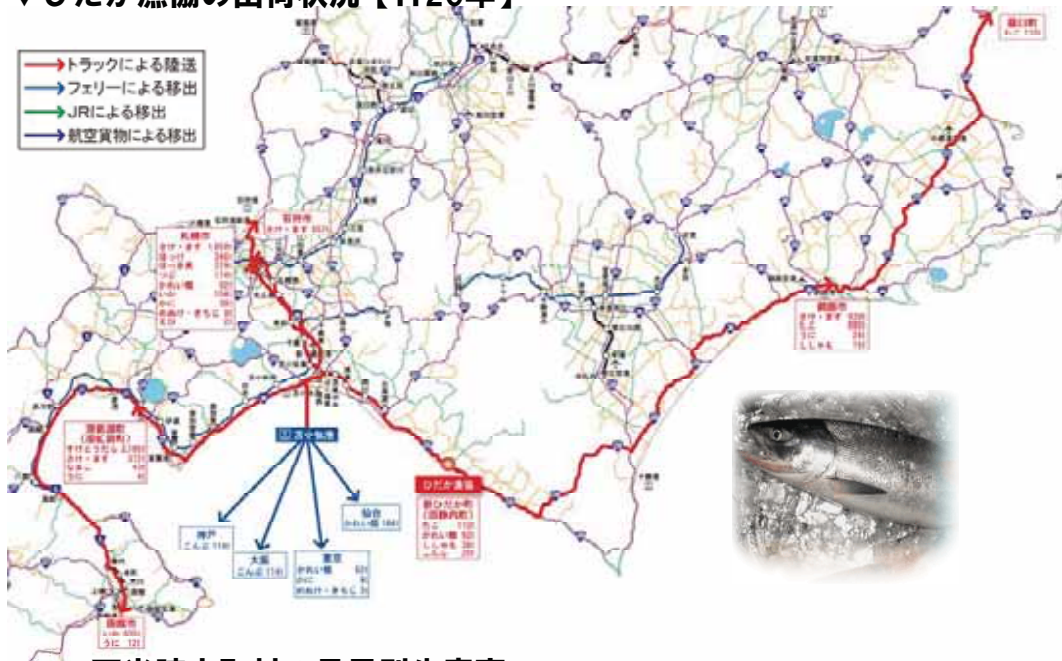
資料:ひだか漁協

▼品目別生産高の推移【H14～H20】

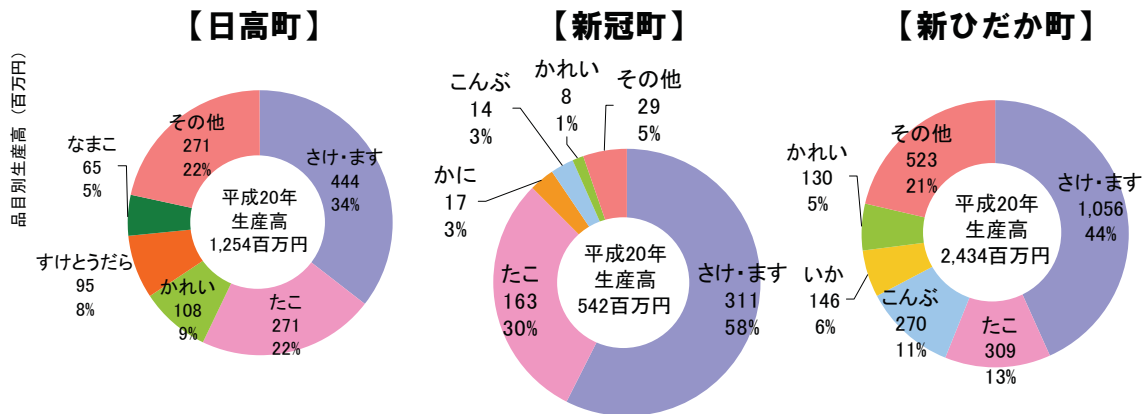


資料:ひだか漁協

▼ひだか漁協の出荷状況【H20年】



▼当該市町村の品目別生産高



資料:北海道水産現勢H20

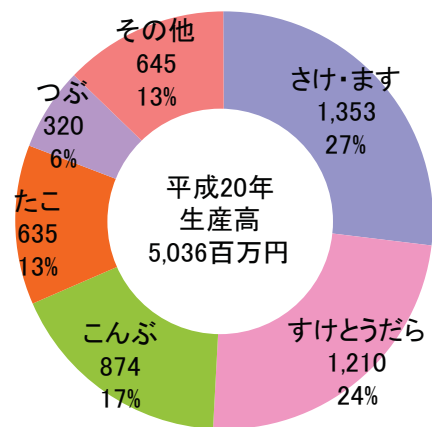
II. 管内の食に関する現状把握 ～水産物～

日高中央漁協(浦河町、様似町)



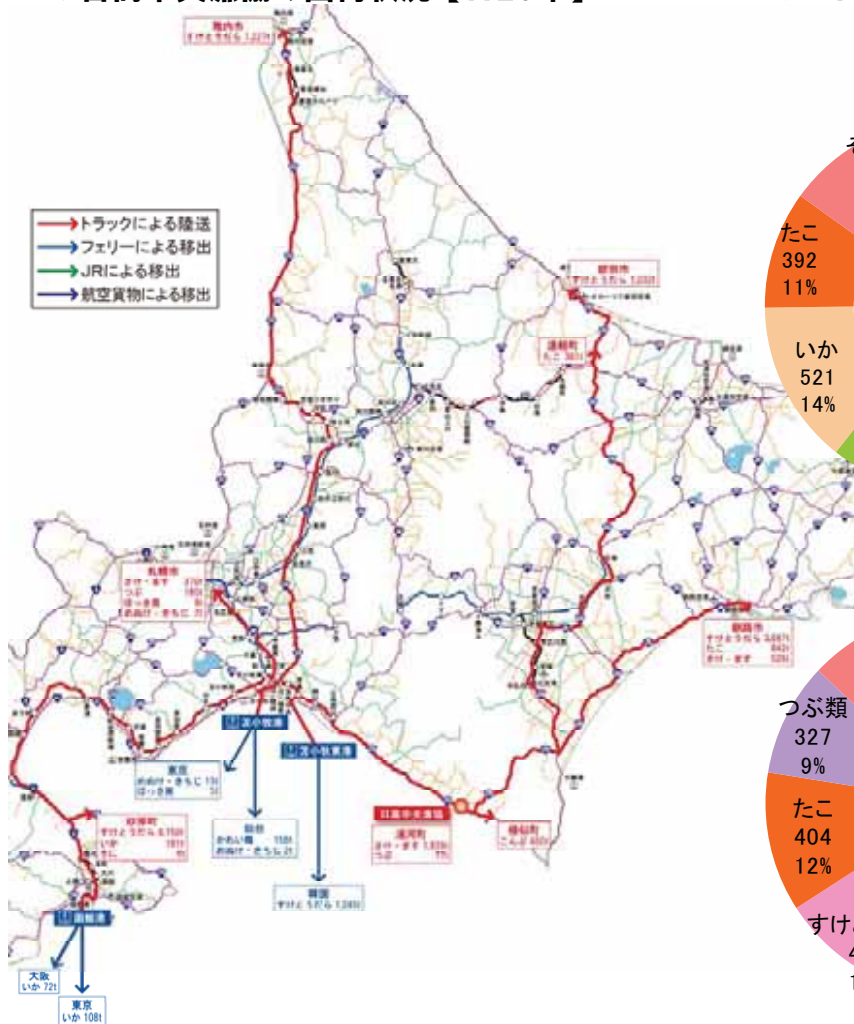
- 日高中央漁協では、さけ、すけとうだら、昆布、たこ、つぶが主要水産物であり、浦河町と様似町の主要3品目は同じである。
- すけとうだらは釧路市や紋別市、稚内市等の他、韓国へも輸出されている。

▼品目別生産高と割合【H20年】



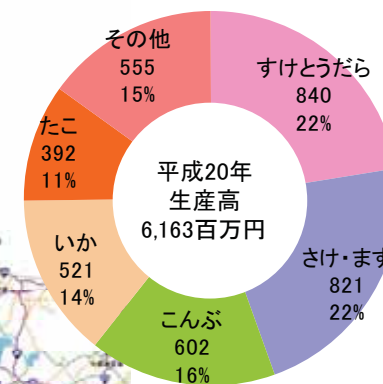
資料: 日高中央漁協

▼日高中央漁協の出荷状況【H20年】

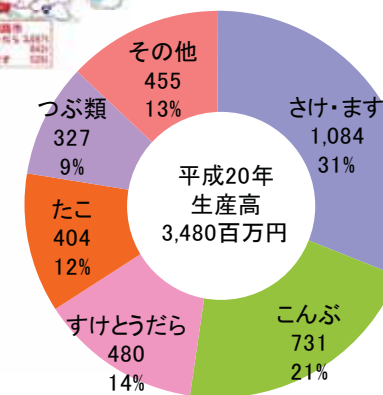


▼当該市町村の品目別生産高

【浦河町】

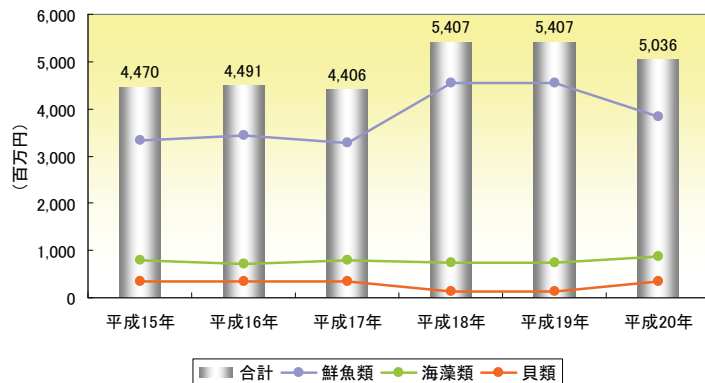


【様似町】



資料: 北海道水産現勢H20

▼品目別生産高の推移【H14～H20】



資料: 日高中央漁協

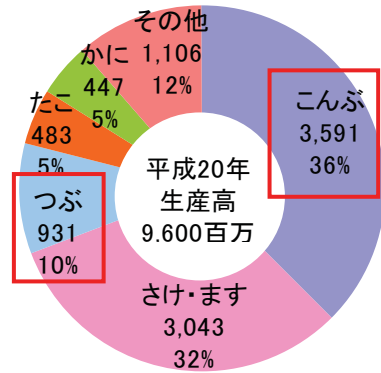
II. 管内の食に関する現状把握 ～水産物～

えりも漁協(えりも町)



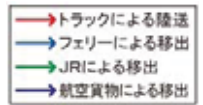
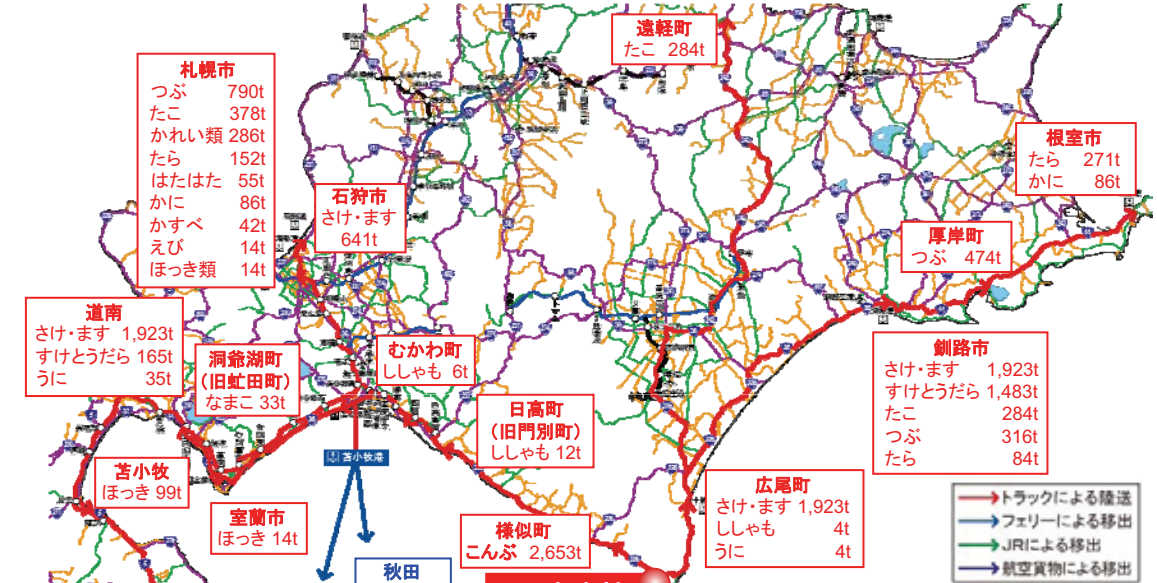
- えりも漁協では、昆布、さけ、ます、つぶ貝、たこ、かにが主力産品となっており、つぶ貝は全道水揚第1位である。
- 近年、全体的な生産高は増加傾向にあり、昆布、さけ・ます、つぶ貝など主力産品のいずれも生産高が増加している。
- 水産物の多くは道内の札幌市や道南地域、釧路市など各地に出荷されており、昆布は全て様似町に出荷されている。

▼えりも漁協の品目別生産高【H20年】

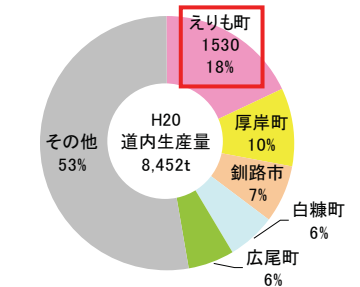


資料: えりも漁協

▼えりも漁協の出荷状況【H20年】



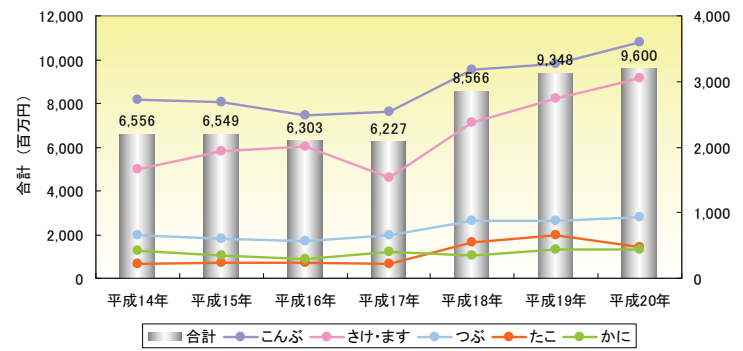
▼道内におけるつぶの市町村別生産量



昆布とさけ・ます・つぶの水揚げが盛ん。特につぶは全道水揚第1位

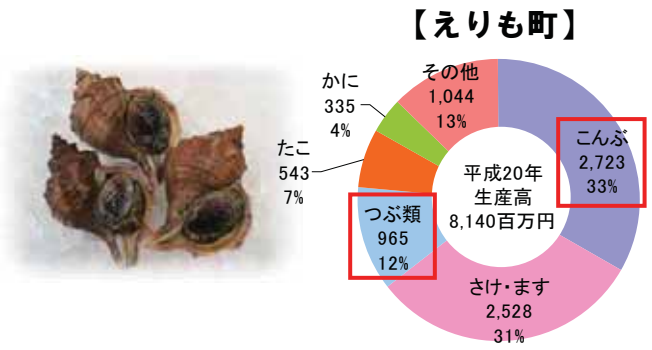
資料: 北海道水産現勢H20

▼品目別生産高の推移



資料: えりも漁協

▼当該市町村の品目別生産高【えりも町】

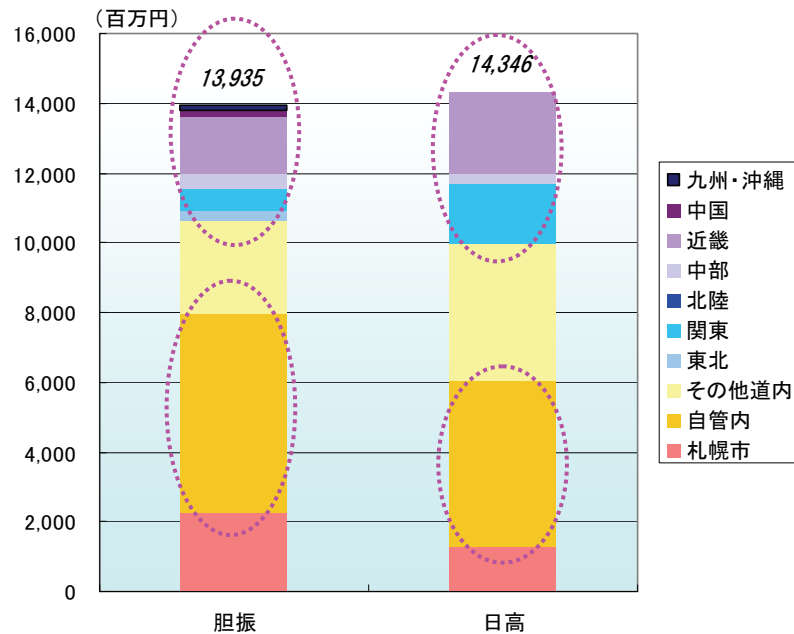


Ⅱ. 管内の食に関する現状把握

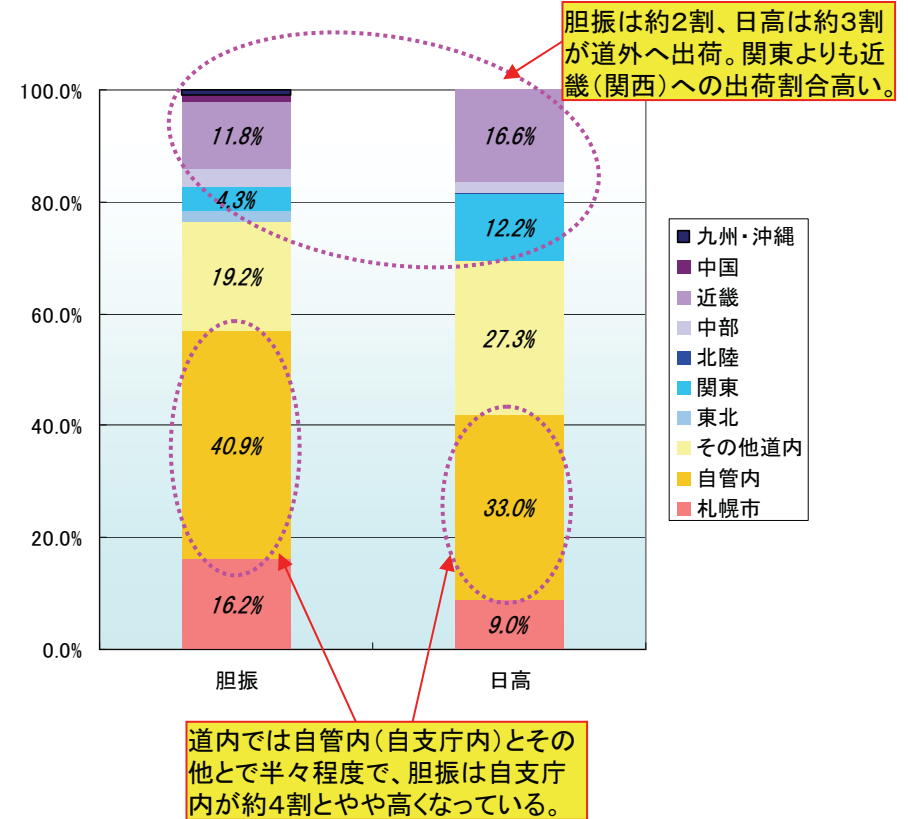
農産品の出荷動向まとめ① －管内農協の地域別出荷額と出荷割合－

- 管内の農協全体の出荷状況についてみると、胆振は約2割、日高は出荷額の約3割が道外への出荷で、関東よりも近畿（関西）への出荷額が大きくなっている。
- 道内では、自管内への割合が全体の3割～4割程度を占め高くなっており、自管内とその他道内とで半々程度となっている。

▼管内農協の出荷地域別出荷額【H20年】



▼管内農協の出荷地域別出荷額の割合【H20年】

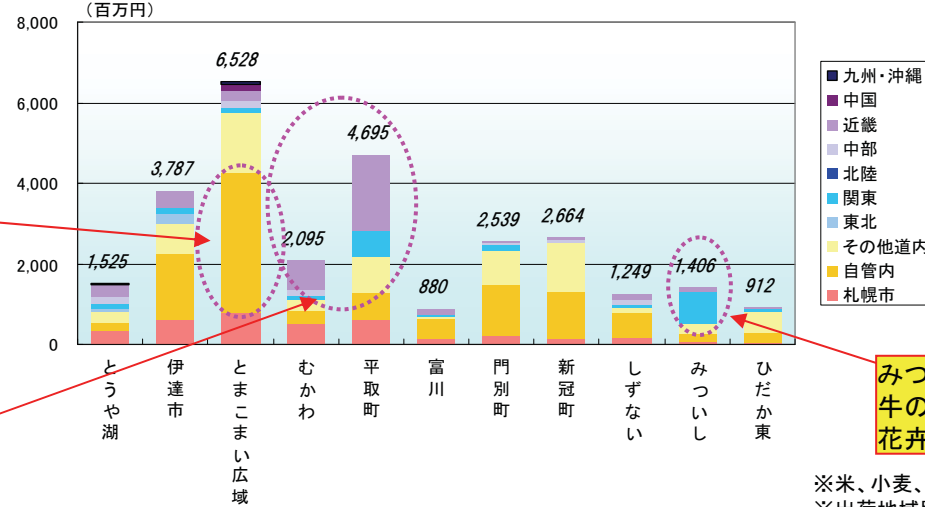


※米、小麦、豆等の穀物系農作物は含まない
 ※出荷地域別出荷量に品目毎の支庁別平均単価を乗じた概算額

農産品の出荷動向まとめ② －管内農協の地域別出荷額と出荷割合－

- 道外出荷額の割合が高いのは、みついし農協（約65%）、平取町農協（約54%）、むかわ農協（約48%）となっている。
- みついし農協は花卉や肉用牛を関東に出荷しており、平取町農協はトマトが大半を占めており（特に近畿の関西方面）、特定の品目に力を入れている（安定した供給力がある）農協において道外出荷が多くなっていることがわかる。

▼農協別の出荷地域別出荷額【H20年】



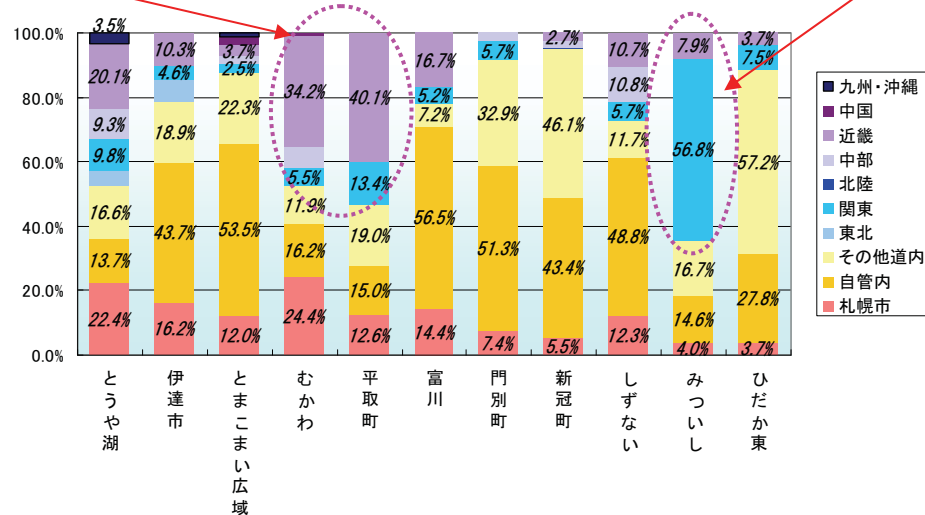
とまこまい広域農協では畜産物（肉用牛、生乳等）の胆振管内への出荷額が大きい。

平取町農協はトマト、むかわ農協はほうれん草、トマト、花卉などを道外に出荷（関西が多い）。

みついし農協では花卉と肉用牛の関東への出荷割合高い。花卉は関西にも出荷している。

※米、小麦、豆等の穀物系農作物は含まない
※出荷地域別出荷量に品目毎の支庁別平均単価を乗じた概算額

▼農協別の出荷地域別出荷額の割合【H20年】



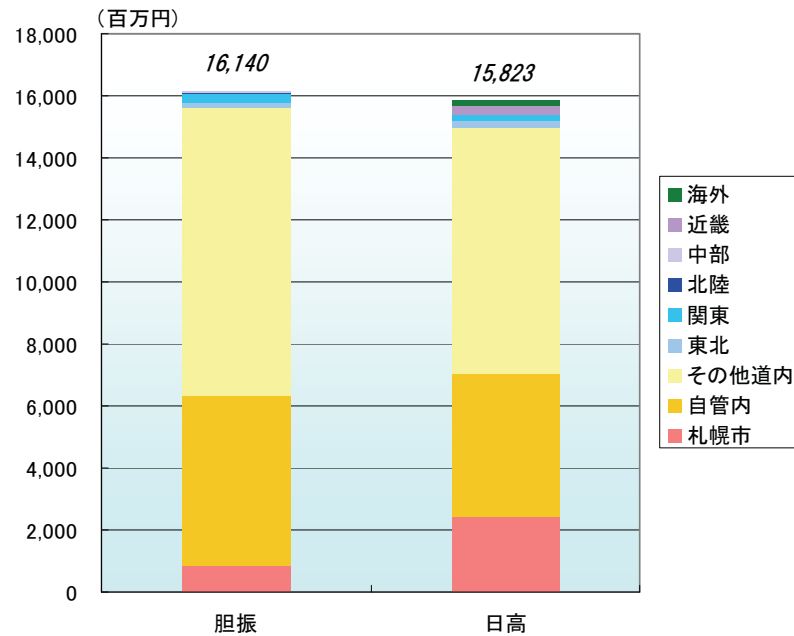
Ⅱ. 管内の食に関する現状把握

水産品の出荷動向まとめ①

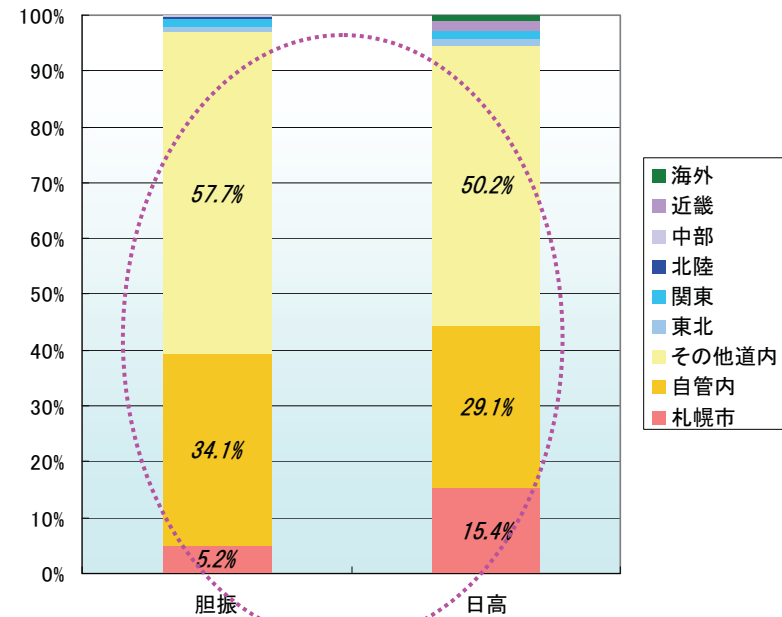
－管内漁協の地域別出荷額と出荷割合－

●胆振・日高ともに道内への出荷割合が9割以上となっており、加工業者等への出荷も多く、そこからさらに道外へ出荷されているものも多いと考えられる。

▼管内漁協の出荷地域別出荷額【H20年】



▼管内漁協の出荷地域別出荷額の割合【H20年】



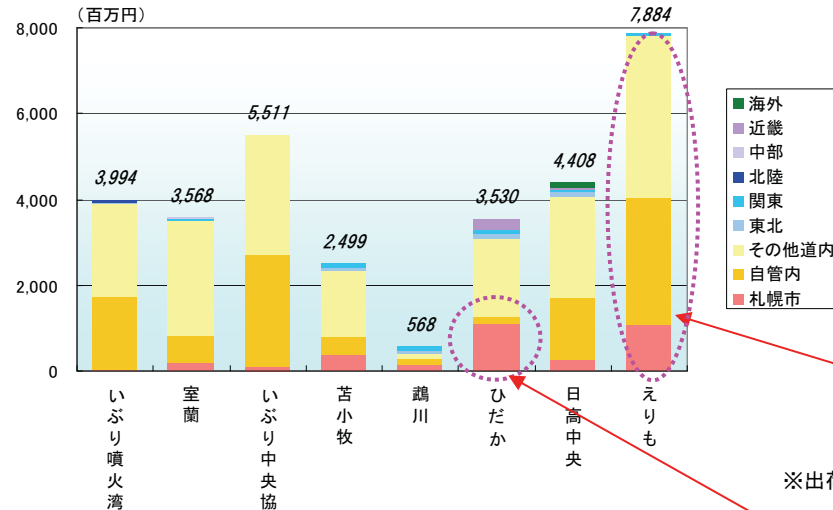
※米、小麦、豆等の穀物系農作物は含まない
 ※出荷地域別出荷量に品目毎の支庁別平均単価を乗じた概算額

胆振・日高ともに道内への出荷割合が9割以上、加工業者等を通じて出荷されているものも多いと想定される。

水産品の出荷動向まとめ② —管内漁協の地域別出荷額と出荷割合—

- 出荷額が大きいえりも漁協では、主力のこんぶが日高管内に多く出荷されているほか、さけ・ます、つぶなどは札幌をはじめとして、道内各地に出荷されている。
- ひだか漁協からは、札幌市への出荷額の割合が高く、そのうち、さけ・ますが大半を占めている。

▼漁協別の出荷地域別出荷額【H20年】

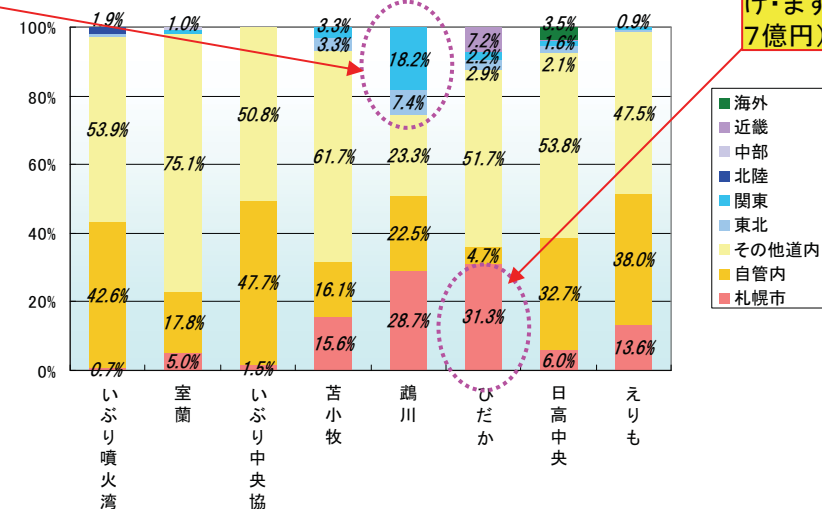


えりも漁協では、こんぶの日高管内への出荷、札幌など道内各地へのさけ・ます、つぶの出荷が多い。

※出荷地域別出荷量に品目毎の支庁別平均単価を乗じた概算額

鶴川漁協では、ほっきの道外出荷がみられる。

▼漁協別の出荷地域別出荷額の割合【H20年】



ひだか漁協から、札幌市へはさけ・ますの出荷額が大きい(約7億円)。

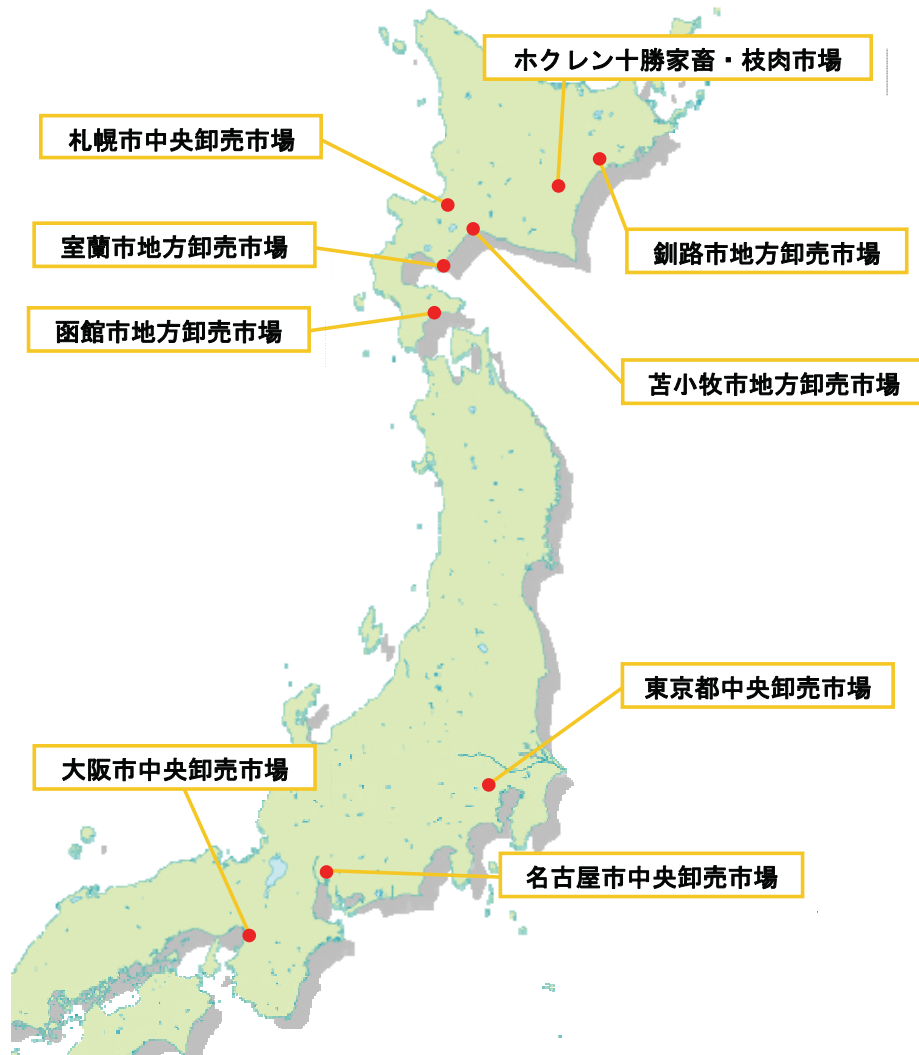
Ⅲ.管内産品の聞き取り調査

Ⅲ. 管内産品の聞き取り調査

調査対象の市場と産品

- 道内外の主要消費地（札幌、函館、釧路、室蘭、苫小牧、東京、名古屋、大阪）における卸売市場を調査対象として、管内産品の価格、用途、評価等に関するアンケート調査を実施した。
- 調査対象産品は、管内1市町村1品目以上の農水産品とし、生産量の道内順位が高いことや、地域ブランド化され出荷が促進されている品目を選定した。

▼調査対象の卸売市場



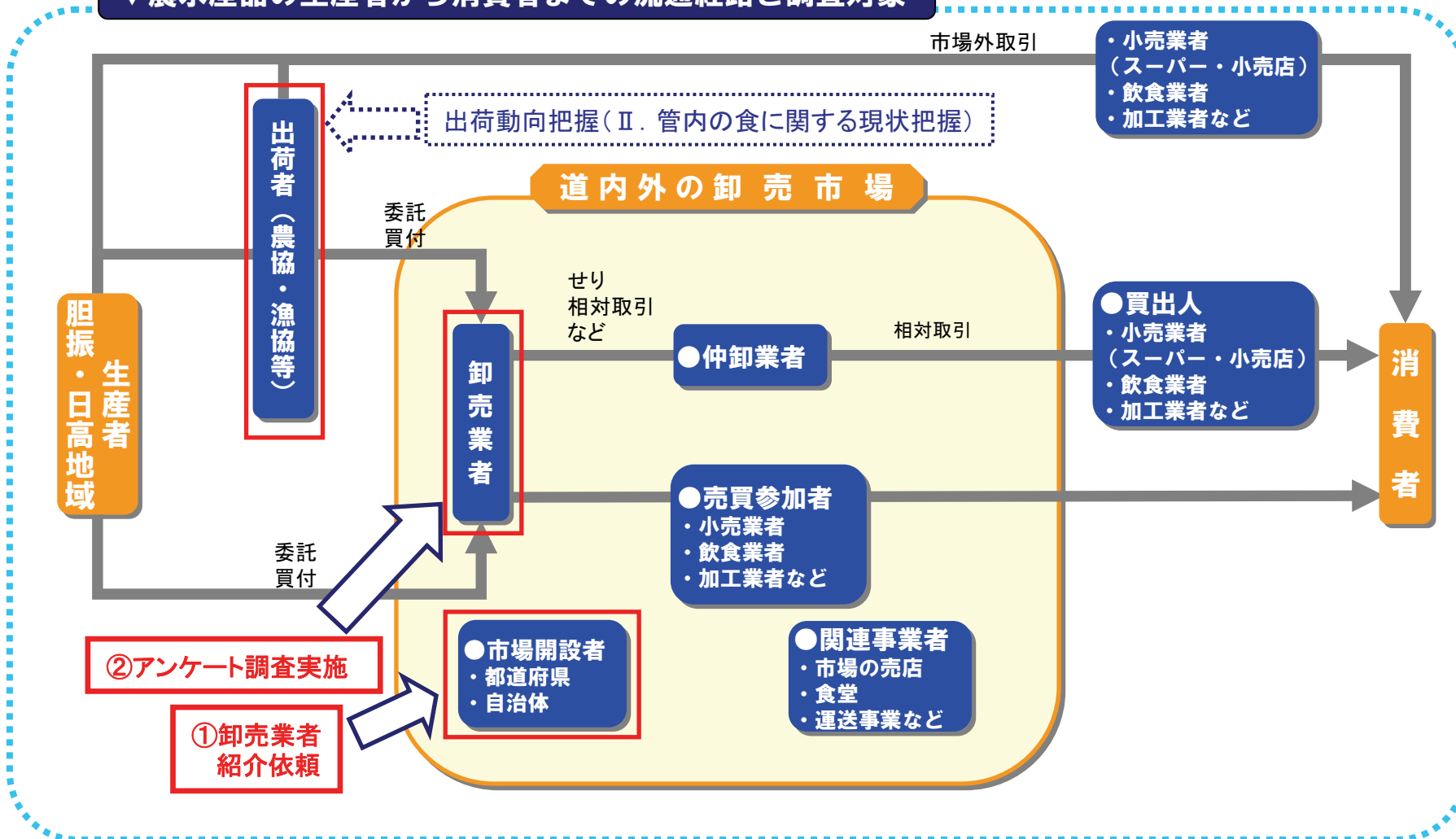
▼調査対象とした管内産品

市町村名	対象品目	特色
室蘭市	うずら	全道生産量第1位（道内唯一の生産地）
苫小牧市	ほっき	全国水揚第1位
登別市	たらこ （登別前浜産）	地域団体商標に登録済み、 ブランド化を推進 （虎杖浜たらこ）
伊達市	ブロッコリー	全道生産量第3位
豊浦町	いちご	全道生産量第1位
壮瞥町	高級菜豆	全道生産量第1位
白老町	白老牛	地域団体商標に登録済、 ブランド化を推進
厚真町	かぼちゃ	近年とまこまい広域農協において、 生産量が増加
洞爺湖町	雪蔵じゃがいも	洞爺湖サミットとあわせ雪蔵施設を建設、 エゴを売りに出荷
	ほたて	オホーツク沿岸と並び一大水揚地
安平町	アサヒメロン	全道生産量第6位
むかわ町	ししゃも	地域団体商標に登録済、 ブランド化を推進
日高町	軟白長ねぎ	「美味ねぎ君」と商標登録し、 販売を拡大
平取町	トマト	全道生産量第1位
新冠町	ピーマン	全道生産量第1位
浦河町	いちご	軽種馬に依存した地域経営からの脱却を 目的として 生産に力を入れている品目
様似町	冬島日高昆布	様似町含む日高沿岸でとれる こんぶは 日高こんぶとして有名
えりも町	つぶ	全道水揚第1位
新ひだか町	日高みついし 昆布	ブランド化を推進
	みついし和牛	ブランド化を推進

流通経路と調査対象業者

●アンケート調査は、各市場の関係機関（市場開設者）の協力を得て、農水産品の取引状況に精通している卸売業者等を紹介してもらい、調査を実施した。

▼農水産品の生産者から消費者までの流通経路と調査対象



※平成18年度の全国の卸売市場経由率は、青果:64.6%、水産物:62.1%、食肉:10.1%で経由率は年々低下している。資料:平成20年度卸売市場データ集 農林水産省総合食料局流通課平成21年4月

調査項目の検討

- 調査項目は、取引の有無、取引価格、出荷先・用途、市場での評価とした。
- 市場の評価は、「①味・おいしさ」、「②品質（鮮度・見た目）」、「③安全性の信頼」、「④ブランドイメージ」、「⑤消費者の認知度」、「⑥地域の売り込み」について7段階評価で聞き、市場の立場からの多角的な評価を把握することで、管内産品の現状を捉えるようにした。
- また、各市場において高く評価されている産地のものについてもあわせて回答してもらい、他産地のものと比較することで、各産品の課題（弱点）を把握できるようにした。
- 特徴的な結果が得られた品目の調査結果を次頁以降に示す。

年間平均取引価格を把握

出荷先・用途を把握

6つの視点「①味、おいしさ・②品質・③安全性・④ブランドイメージ・⑤消費者認知度・⑥地域の売り込み」について7段階評価

市場評価の高い産地のものについても同じ質問、比較を検討

▼卸売業者等へのアンケート調査票（品目毎に1枚）

品目							
Q1. 市場での入荷（取引）の有無		《取引がない理由》					
<input type="checkbox"/> 取引がある <input type="checkbox"/> 取引がない（右に理由をお書きください）		取引ない場合は理由を把握					
※取引がない場合、以下の質問にお答えいただく必要はありません。							
Q2. 市場での取引時期と平均取引価格		《時期別で取引価格の変動がある場合の理由》					
取引時期： _____ 月 ~ _____ 月							
平均取引価格： _____ 円/kg（年間）							
Q3. 主な出荷先 例) 加工工場約●割、大手スーパー約●割程度で加工工場への販売が多い など							
Q4. 主な用途 例) 生鮮品のまま消費者に食されている、品質上加工品とされていることが多い など							
Q5. 上記品目の市場での評価ならびにその理由を教えてください（該当するもの1つに☑をつけてください）。							
味・おいしさ	<input type="checkbox"/> 非常に高い	<input type="checkbox"/> 高い	<input type="checkbox"/> やや高い	<input type="checkbox"/> 平均的	<input type="checkbox"/> やや低い	<input type="checkbox"/> 低い	<input type="checkbox"/> 非常に低い
品質（鮮度・見た目）	<input type="checkbox"/> 非常に高い	<input type="checkbox"/> 高い	<input type="checkbox"/> やや高い	<input type="checkbox"/> 平均的	<input type="checkbox"/> やや低い	<input type="checkbox"/> 低い	<input type="checkbox"/> 非常に低い
安全性の信頼	<input type="checkbox"/> 非常に高い	<input type="checkbox"/> 高い	<input type="checkbox"/> やや高い	<input type="checkbox"/> 平均的	<input type="checkbox"/> やや低い	<input type="checkbox"/> 低い	<input type="checkbox"/> 非常に低い
ブランドイメージ	<input type="checkbox"/> 非常に高い	<input type="checkbox"/> 高い	<input type="checkbox"/> やや高い	<input type="checkbox"/> 平均的	<input type="checkbox"/> やや低い	<input type="checkbox"/> 低い	<input type="checkbox"/> 非常に低い
消費者の認知度	<input type="checkbox"/> 非常に高い	<input type="checkbox"/> 高い	<input type="checkbox"/> やや高い	<input type="checkbox"/> 平均的	<input type="checkbox"/> やや低い	<input type="checkbox"/> 低い	<input type="checkbox"/> 非常に低い
地域の売り込み	<input type="checkbox"/> 非常に高い	<input type="checkbox"/> 高い	<input type="checkbox"/> やや高い	<input type="checkbox"/> 平均的	<input type="checkbox"/> やや低い	<input type="checkbox"/> 低い	<input type="checkbox"/> 非常に低い
《評価理由》							
Q6. 産地が異なる上記品目のなかで、特に市場評価の高いものについて教えてください。							
産地		取引時期	_____ 月 ~ _____ 月				
		平均取引価格	_____ 円/kg（年間）				
主な出荷先							
主な用途							
味	<input type="checkbox"/> 非常に高い	<input type="checkbox"/> 高い	<input type="checkbox"/> やや高い	<input type="checkbox"/> 平均的	<input type="checkbox"/> やや低い	<input type="checkbox"/> 低い	<input type="checkbox"/> 非常に低い
品質（鮮度・見た目）	<input type="checkbox"/> 非常に高い	<input type="checkbox"/> 高い	<input type="checkbox"/> やや高い	<input type="checkbox"/> 平均的	<input type="checkbox"/> やや低い	<input type="checkbox"/> 低い	<input type="checkbox"/> 非常に低い
安全性の信頼	<input type="checkbox"/> 非常に高い	<input type="checkbox"/> 高い	<input type="checkbox"/> やや高い	<input type="checkbox"/> 平均的	<input type="checkbox"/> やや低い	<input type="checkbox"/> 低い	<input type="checkbox"/> 非常に低い
ブランドイメージ	<input type="checkbox"/> 非常に高い	<input type="checkbox"/> 高い	<input type="checkbox"/> やや高い	<input type="checkbox"/> 平均的	<input type="checkbox"/> やや低い	<input type="checkbox"/> 低い	<input type="checkbox"/> 非常に低い
消費者の認知度	<input type="checkbox"/> 非常に高い	<input type="checkbox"/> 高い	<input type="checkbox"/> やや高い	<input type="checkbox"/> 平均的	<input type="checkbox"/> やや低い	<input type="checkbox"/> 低い	<input type="checkbox"/> 非常に低い
地域の売り込み	<input type="checkbox"/> 非常に高い	<input type="checkbox"/> 高い	<input type="checkbox"/> やや高い	<input type="checkbox"/> 平均的	<input type="checkbox"/> やや低い	<input type="checkbox"/> 低い	<input type="checkbox"/> 非常に低い

アンケート調査の回答状況

- 調査の結果、市場評価の回答が得られた産品（取引あり）を下表に示す。
- 農産品では、大阪市場において、多くの産品が取引されていることが確認できた。水産物についても、東京、大阪市場において多くの産品が取引されており、苫小牧産ほっき、えりも産つぶは、道内外の全ての調査対象市場で回答が得られた。
- 特徴的な結果が得られた品目別の調査結果を、次頁以降に示す。

▼市場評価の回答が得られた調査対象産品（取引が確認できた産品） ○印:回答あり 斜線:取引対象外の品目

調査対象産品 調査対象市場		農畜産品													水産品					調査回答状況 ○:回答受領 ×:回答不可					
		伊達市産 ブロッコリー	平取町産 トマト	余市町産 トマト	八代市産 トマト	新冠町産 ピーマン	厚真町産 かぼちゃ	洞爺湖町産 じゃがいも	日高町産 長ねぎ	壮瞥町産 菜豆	豊浦町産 イチゴ	浦河町産 イチゴ	安平町産 メロン	室蘭市産 うずら	白老牛	みついし 和牛	苫小牧市産 ほっき	むかわ町産 ししゃも	洞爺湖町産 ほたて		えりも町産 つぶ	様似町産 昆布	新ひだか町産 昆布	登別市産 たらこ	
道内	札幌市中央卸売市場	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	青果○ 水産○
	室蘭市地方卸売市場	○					○			○						○	○	○					○		青果○ 水産○
	苫小牧市地方卸売市場	○	○				○	○				○				○	○		○						青果○ 水産○
	函館市地方卸売市場	○		○	○	○						○	○			○			○						青果○ 水産○
	釧路市地方卸売市場			○	○			○								○		○	○				○	○	青果○ 水産○
	ホクレン家畜・枝肉市場	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	○	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線
関東	東京都中央卸売市場	築地市場	○		○											○	○		○	○					青果○ 水産○
		食肉市場	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	○	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線
関西	大阪市中央卸売市場	本場			○	○	○					○	○			○	○	○	○				○		青果○ 水産○
		南港市場	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線
名古屋	名古屋市中央卸売市場	本場					○	○																	青果○ 水産×
		南部市場	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線	斜線

※各市場（卸売会社）において回答がなかった産品でも、調査回答頂いた卸売会社とは別の卸売会社や同じ都市内の他の市場において流通している可能性がある。

厚真町産 かぼちゃ (とまこまい広域農協において生産量が増加)

- 夏から秋に出荷が限定される産品であるため、道内市場で評価が比較的高い和寒産と出荷時期が同じとなる。ただし、大阪市場では、市場評価の高い鹿児島県産と取扱時期が異なるため、市場ニーズは高いものとなり、安全信頼性やブランドイメージ、認知度などで大阪市場の評価が比較的高い。
- 札幌市場では、地域の売込みで高い評価を得ているが、道外市場（名古屋市場）では、認知度やブランドイメージも含め評価が低くなっているほか、管内の苫小牧市場でも認知度・売り込みの評価が低くなっている。

▼市場別取引時期

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
札幌市場	厚真産												
	和寒産												
函館市場	森産												
苫小牧市場	厚真産												
	和寒産												
名古屋市場	厚真産												
大阪市場	厚真産												
	鹿児島県産												

▼主な出荷先・用途

【出荷先】

札幌市場: 全量仲卸への販売。
 苫小牧市場: 同業仲卸への販売。
 名古屋市場: スーパー量販店が主体。
 大阪市場: 大手スーパー7割、小売業2割他。

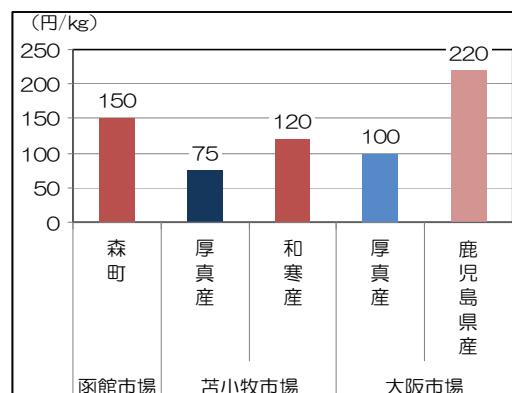
【主な用途】

札幌市場: 生鮮品のまま消費者へ。一部加工品もあり。
 苫小牧市場: 生鮮品のまま消費者へ。
 名古屋市場: スーパー量販店で生鮮のまま切り売り。
 大阪市場: 生鮮青果物として販売。

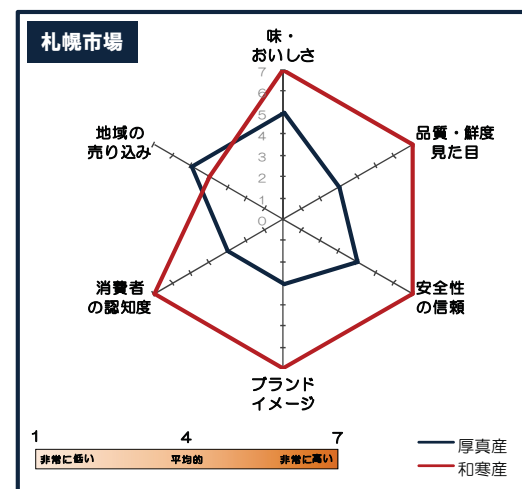
厚真産の市場評価

- 近郊個人生産者の持ち込み多く、出番少なく、仲卸を通して、道外への販売が主で、**地域に出回り少ない**。【苫小牧市場】
- 広域連で出荷されているため、**消費者は厚真町産であることを全く知らない**。出荷期間を延長し11月いっぱい販売できると更に**有利販売できる可能性**はある。【名古屋市場】
- 近年、**広域化を推進される中、ロット、計画性共に十分に量販対応できる産地になっている**と思います。【大阪市場】

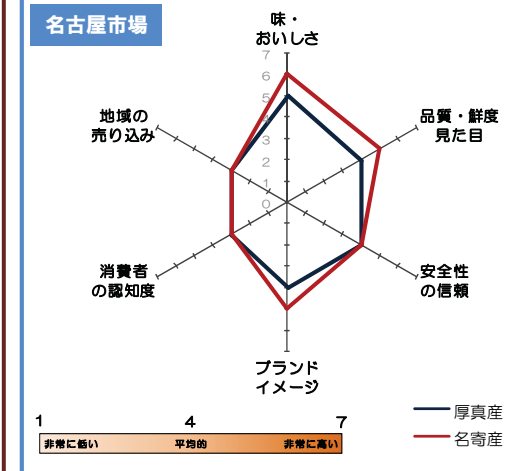
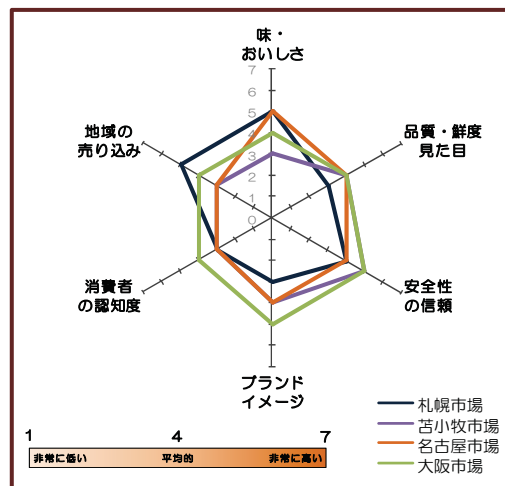
▼市場の単価比較 (円/kg)



▼各市場での比較評価



▼取扱市場別の評価



日高町産 軟白長ネギ

（「美味ねぎ君」で商品登録。ブランド化を推進）

- 道内産では市場評価が高い今金産や富良野産と比べ出荷時期が比較的限定されている。
- 取引単価は、釧路市場で最も高くなっている一方、味や認知度に対する評価が低い。
- 各市場ともに、全体として、品質や安全信頼性などで比較的高い評価をしているが、消費者の認知度や地域の売込みで低い評価となっており、販路拡大に向けては、PR活動などを通じた認知度向上が道内・道外ともに必要となる。

▼市場別取引時期

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
札幌市場	日高産												
	今金産												
	富良野産												
函館市場	今金産												
	日高産												
釧路市場	日高産												
	富良野産												
苫小牧市場	日高産												
	今金産												
名古屋市場	日高産												
	女満別産												

▼主な出荷先・用途

【出荷先】

札幌市場：仲卸を介して量販店、加工業者に販売。

苫小牧市場：仲卸、市内量販店に販売。

釧路市場：大手スーパーや地元小売店。

名古屋市場：加工業者1割、スーパー9割。

【主な用途】

札幌市場：生鮮品のまま消費者へ。

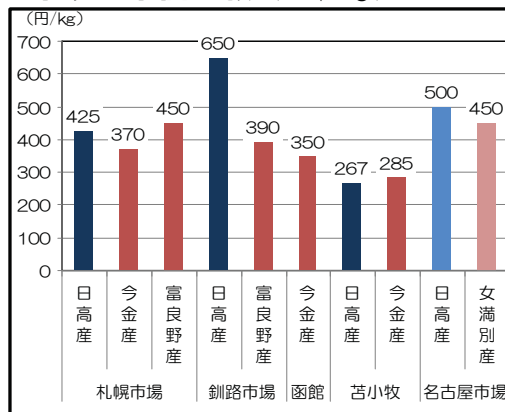
苫小牧市場：生鮮品として消費者へ。

名古屋市場：生食または加熱。

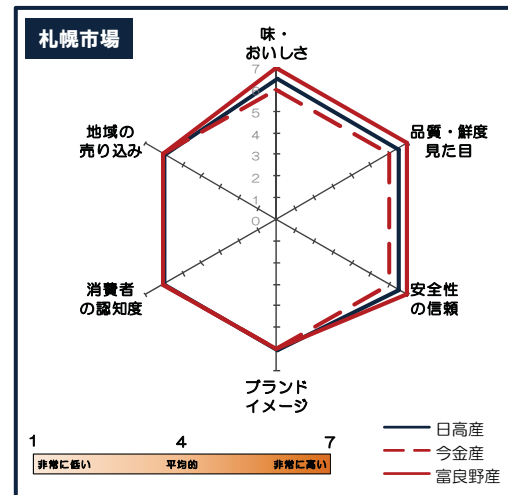
日高産の市場評価

- 1年を通して、適期収穫出荷をしている為、抽苔(ちゅうたい：花をつけた茎が伸び出すこと)等品質劣化も少ない。**ブランドイメージ維持のため組合員の意識も高い。【札幌市場】**
- 門別産軟白葱は、20数年の販売実績があり、道内は札幌・苫小牧の生産者のばらつきが多いも、**一定の品質を保っていて、柔らかく、甘みがあり、市内量販店で拡販されている。【苫小牧市場】**
- 出荷期間の品質と食味はよい**と思われる。**【名古屋市場】**

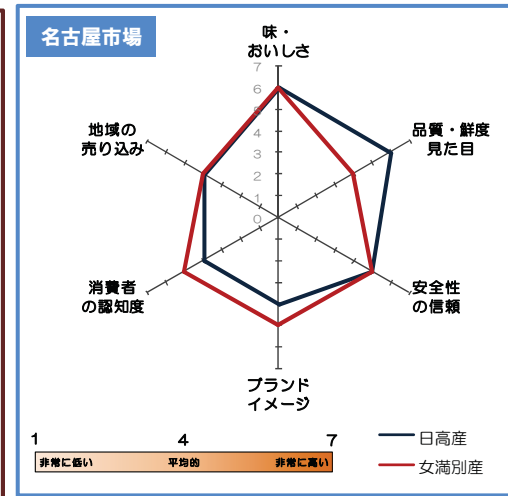
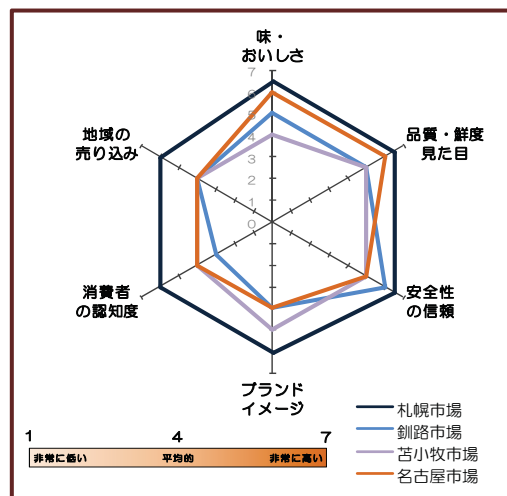
▼市場の単価比較 (円/kg)



▼各市場での比較評価



▼取扱市場別の評価



平取町産トマト (全道生産量第1位)

- 平取産トマトの取引時期は5～11月までとなっており、地元苫小牧市場を除き各市場での取引金額に大きな差はない(300円)。
- 各市場ともに、比較的高い評価をしているが、全評価項目で均一的な評価となっている。
- 札幌市場では管内の洞爺湖産トマトの品質や安全信頼性の評価が平取産と比べ高いが、ブランドイメージや認知度、地域の売込みでは平取産の方が評価が高くなっている。

▼市場別取引時期

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
札幌市場	平取産		■	■	■	■	■	■	■				
	洞爺湖産			■	■	■	■	■	■				
苫小牧市場	平取産				■	■	■	■	■				
東京市場	平取産		■	■	■	■	■	■	■				
大阪市場	平取産			■	■	■	■	■	■				
	飛騨産					■	■	■	■				

▼主な出荷先・用途

【出荷先】

札幌市場: 仲卸への販売で、7割が量販店。

苫小牧市場: 同業仲卸、量販店向け。

東京市場: 生鮮スーパー向け100%。

【主な用途】

札幌市場: 生鮮品のまま消費者へ。

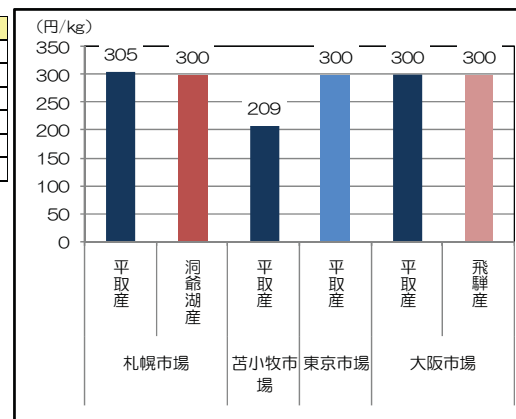
苫小牧市場: 生鮮品として消費者へ。

東京市場: 生食用。

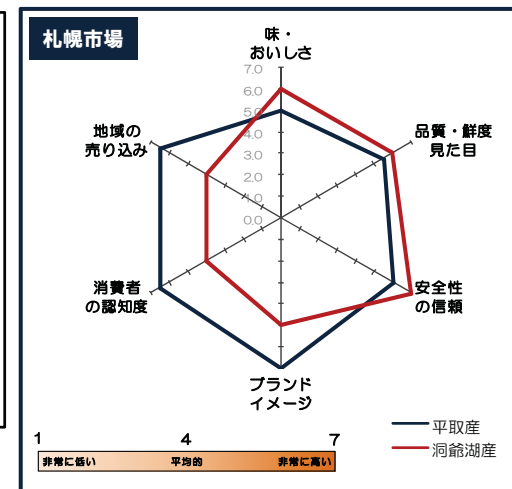
平取産の市場評価

- 食味・品質が安定しており、ロットもまとまっているので量販店に対応しやすい。【札幌市場】
- 全道トップブランド品として、全国に発信され、展開している。生協、量販店を中心に拡販され、トマト=平取の地域ブランドになっている。【苫小牧市場】
- ブランド品としての位置づけを長きに渡り確立されている(品質、供給量、金額とも)。【東京市場】

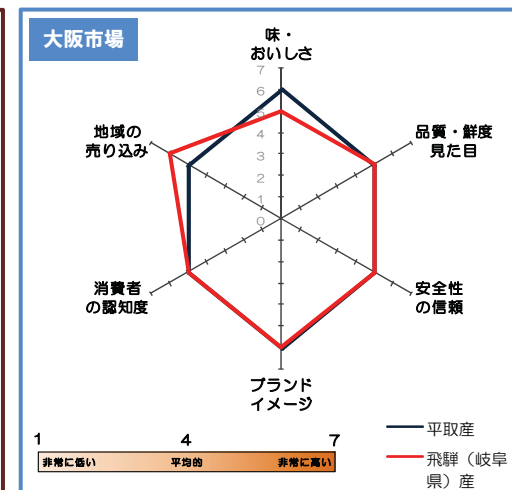
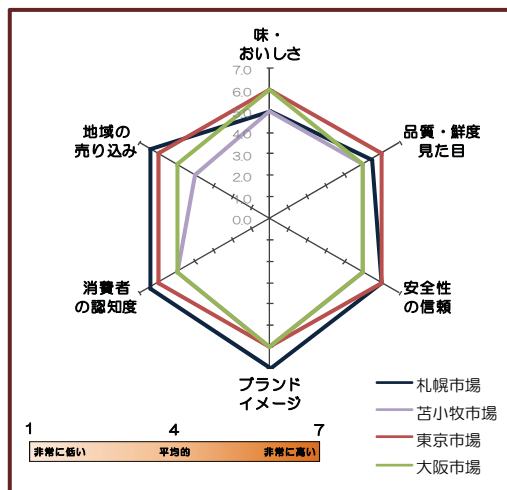
▼市場の単価比較 (円/kg)



▼各市場での比較評価



▼取扱市場別の評価



苫小牧市産 ほっき (全国水場第1位)

- 釧路市場や大阪市場では、年間を通じて取引のある産地があるが、苫小牧産は各市場で取引されていない期間がある。
- 大阪市場での平均単価は、道内各市場に比べて高いが、各市場関係者の評価は道内に比べて低い傾向がみられる。
- 各市場、全体として高い評価を得ており、特に品質（鮮度・見た目）での評価が高い。ただし、札幌市場と大阪市場で比べた場合、道内での認知度や安全信頼性は高い評価を得ている一方で、大阪市場では平均的な評価となっている。

▼市場別取引時期

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
札幌市場	苫小牧産												
	標津・野付産												
苫小牧市場	苫小牧産												
釧路市場	苫小牧産												
	釧路・白糠産												
函館市場	苫小牧産												
室蘭市場	苫小牧産												
東京市場	苫小牧産												
大阪市場	苫小牧産												
	福島県産												

▼主な出荷先・用途

【出荷先】

札幌市場：大手スーパー3割、小売店3割、**業務筋4割**。
 苫小牧市場：仲買人(出荷業者)9割。スーパー・小売1割。
 大阪市場：**8割方料理屋等の業務筋**。一部スーパー等、品揃えの良いスーパーでは販売。
 東京市場：生鮮量販店、大手スーパー、料理店。

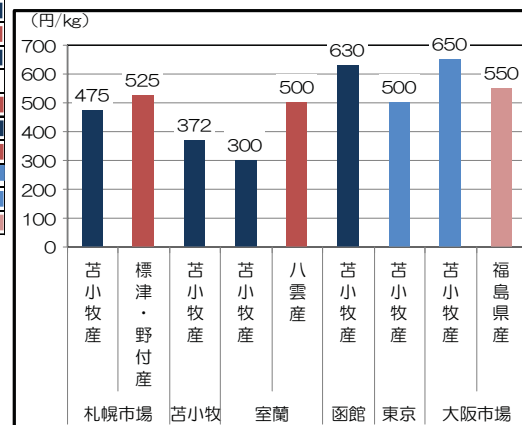
【主な用途】

札幌市場：生鮮、寿司などが多い。
 苫小牧市場：生鮮品。
 大阪市場：スーパーではほとんど原具のまま売場に置いてある。ただし、店に頼めばむき身にしてくれる。加熱しないと身色が黒っぽいので刺身パックにはあまりしていない。

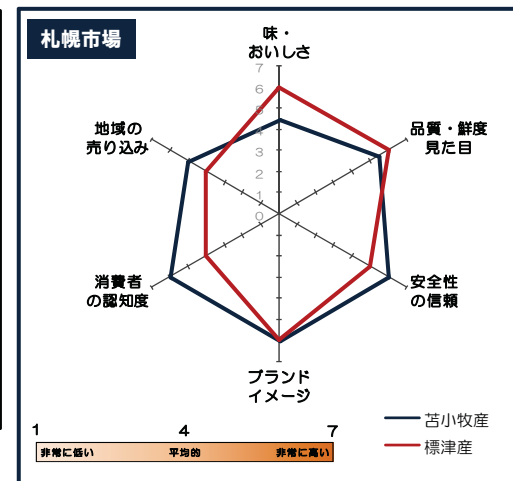
苫小牧産の市場評価

- 品質（鮮度）は、**産地での処理時間が早い（入札時間、箱渡し時間）**。安全性も産地での意識が高い。ブランドイメージも自治体ぐるみで取り組んでいる。よって認知度も高い。【札幌市場】
- 苫小牧のホッキは貝殻の色が黒く（黒は茶色より身入、味がよい）**人気があり、品質も良い**。業界では「ホッキならば苫小牧」とのブランドイメージが定着している。消費者はたぶんほとんど知らない。【大阪市場】
- 苫小牧、鶴川のほっきは水場、品質ともに日本一だと思っています。【東京市場】

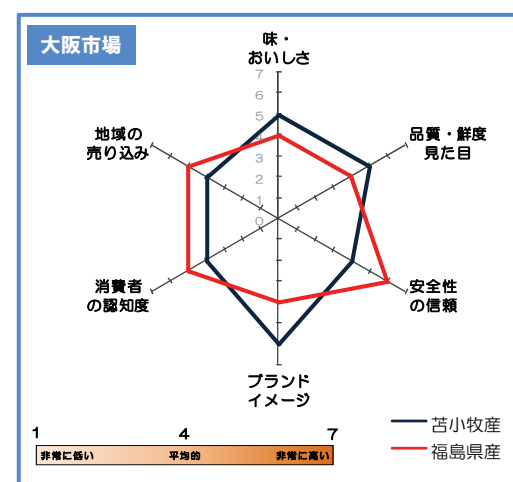
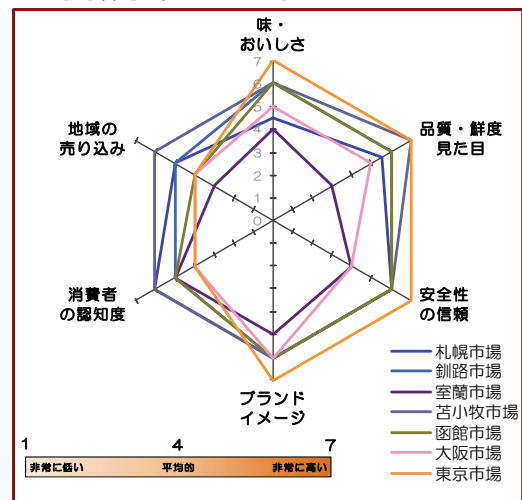
▼市場の単価比較（円/kg）



▼各市場での比較評価



▼取扱市場別の評価



むかわ町産 ししゃも (地域団体商標に登録済。ブランド化を推進)

- 道内市場では年間を通じて取引されているが、道外市場（大阪市場）では、輸入品が年間を通じて取引されているのに対し、5～9月までは取引されていない。
- 道内市場では、ブランドイメージや認知度が高い一方、味や品質に関しては広尾・大樹産に比べ低い。逆に道外では、品質等は高い評価が得られており、特に業界内における位置づけは高い（ただし、むかわ産は価格が高いため、百貨店などへ流通している高級品となっており、道外消費者の認知度は低いと評価されている）。

▼市場別取引時期

市場	産地	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
札幌市場	むかわ産	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	広尾・大樹産	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
苫小牧市場	むかわ産	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	カナダ産等輸入	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
大阪市場	むかわ産												
	カナダ産等輸入												
東京市場	むかわ産												
	釧路産												

▼主な出荷先・用途

【出荷先】

札幌市場：仲卸を介して、約半分は納品加工、半分は量販店向け。
 苫小牧市場：仲卸業者を通じて、大手スーパーや地元小売店へ。
 名古屋市場：スーパー量販店が主体。
 大阪市場：百貨店がメイン、小サイズはスーパーなど。
 東京市場：百貨店、高級スーパー、高級居酒屋。

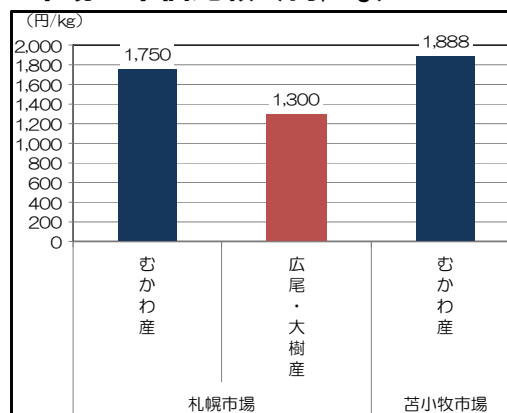
【主な用途】

札幌市場：一夜干し加工製品の扱い多く、焼き物用。
 室蘭市場：大きいものについては刺身。大半は焼き物用。
 大阪市場：一夜干製品。
 東京市場：主に焼魚、他に唐揚げ、天ぷら。

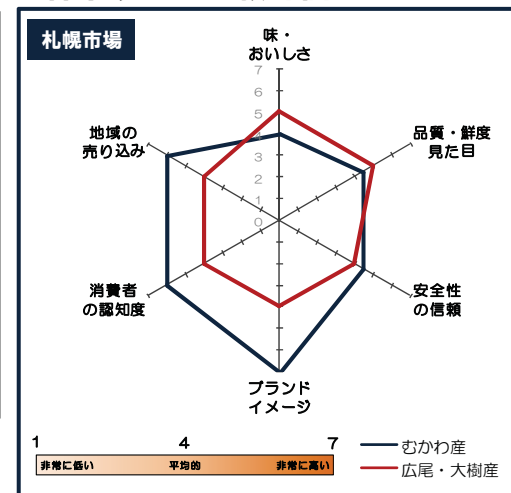
むかわ産の市場評価

- 知名度は非常に高い。複数の料理本にも登場している。【苫小牧市場】
- むかわ町のししゃもは業界内では名が通っていてブランド力がある。消費者まではたぶん無理。ただ、他産地と比べ、品質、価格(原料の)ともあまり差がないように思われる。北海道産のししゃもは価格が高く、主要販売先は、百貨店。小サイズの安価なものはスーパーへの販売もある。【大阪市場】
- 北海道、道東地区でしか水揚げされず、漁期も2ヵ月弱と非常に短い為希少価値が高い。また、輸入物に比べて美味。しかし単価は輸入物に比較すると高く、一般受けしにくい。【東京市場】

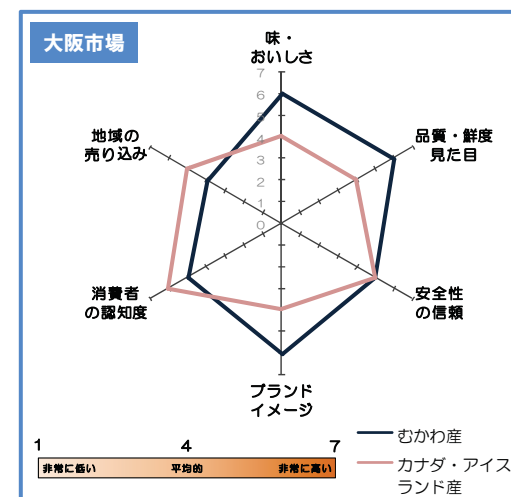
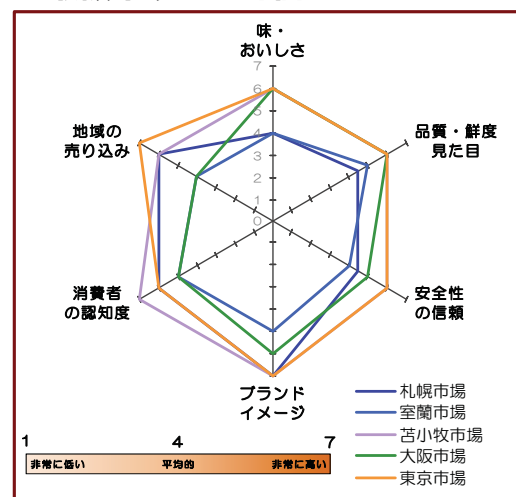
▼市場の単価比較 (円/kg)



▼各市場での比較評価



▼取扱市場別の評価



えりも町産 つぶ (全道水揚第1位)

- 札幌市場や苫小牧市場、道外の大阪市場では年間を通じて取引されている。釧路市場では、釧路・白糖産が年間を通じて取引されているため、えりも産の取引は秋期から冬期に限定されている。
- 市場からの出荷先では、地元では、スーパーなどでの販売が多いが、大阪では料理屋等の業務筋に多く出荷されている。
- 道外市場も含め、全体として、品質に対する評価は高い傾向がある。また、室蘭市場では、認知度が著しく低くなっている。
- えりも産よりも、管内の様似産の方が、道内での市場評価は認知度やブランドイメージなどで高い傾向がみられる。

▼市場別取引時期

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
札幌市場	えりも産												
	様似産												
釧路市場	えりも産												
	釧路・白糖産												
苫小牧市場	えりも産												
函館市場	えりも産												
東京市場	えりも産												
	様似産												
大阪市場	えりも産												

▼主な出荷先・用途

【出荷先】

札幌市場: 大手スーパー約7割、その他小売業者へ。

釧路市場: 小売店。

苫小牧市場: スーパーや小売店。

大阪市場: 80%は料理屋等の業務系。小型はスーパーでの販売。

東京市場: 料理屋関係、デパート。

【主な用途】

札幌市場: 生鮮品のまま、刺身用。

室蘭市場: 刺身用が大半、小サイズはオードブルのパーツなど。

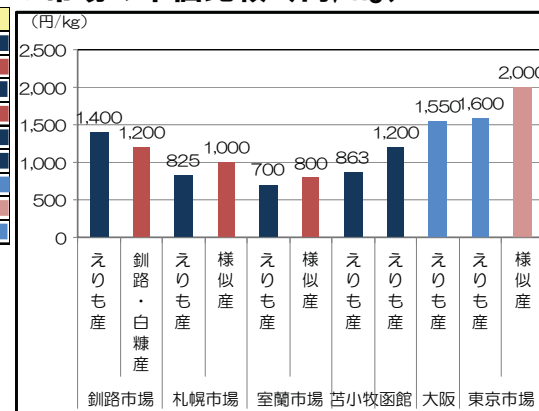
東京市場: 刺身用。

大阪市場: 殻付き、刺身用。

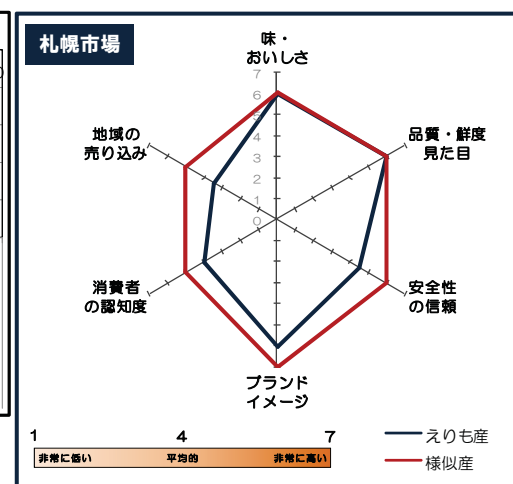
えりも産の市場評価

- 各メーカーの工場が港に近く、鮮度を落とすことなく箱詰めしている。【札幌市場】
- えりも町自体のPRが少ない。【室蘭市場】
- 関西では「北海道産つぶ」といった一括りのイメージで、特にこの産地が良い、悪いはない。また、甘みが有り、美味である。【大阪市場】

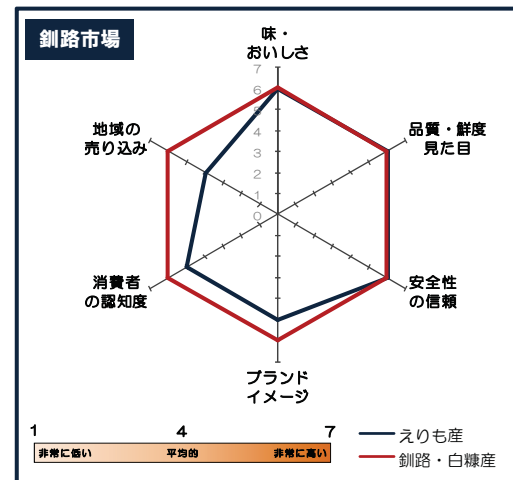
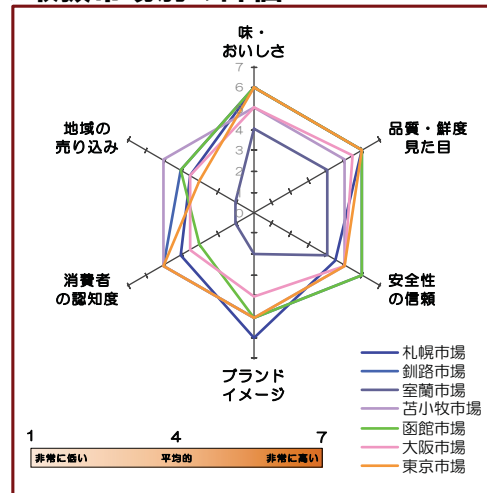
▼市場の単価比較 (円/kg)



▼各市場での比較評価



▼取扱市場別の評価



新ひだか町産 みついし和牛

- 東京の食肉市場における単価では、道内の白老牛や十勝和牛よりもやや高い価格となっている。
- 東京市場の評価をみると、味・おいしさ、品質、安全性の信頼では比較的高く評価されているが、地域の売り込みや消費者の認知度の評価は低く、青森や新潟産の和牛と大きく差をつけられている。
- 定期定量の出荷となっていないことが、スーパー等への販路拡大の課題として挙げられている。

▼主な出荷先・用途

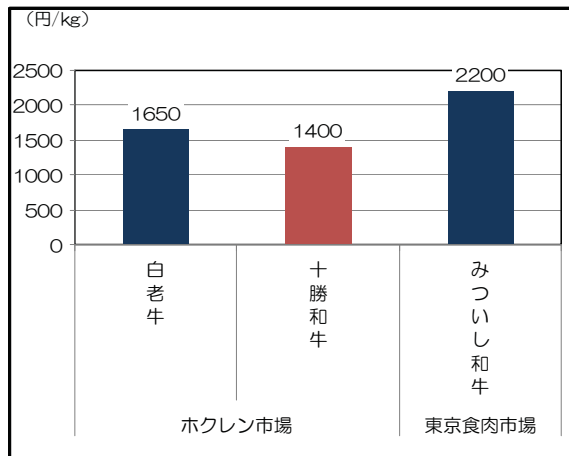
【出荷先】

東京食肉市場：スーパーが主です。

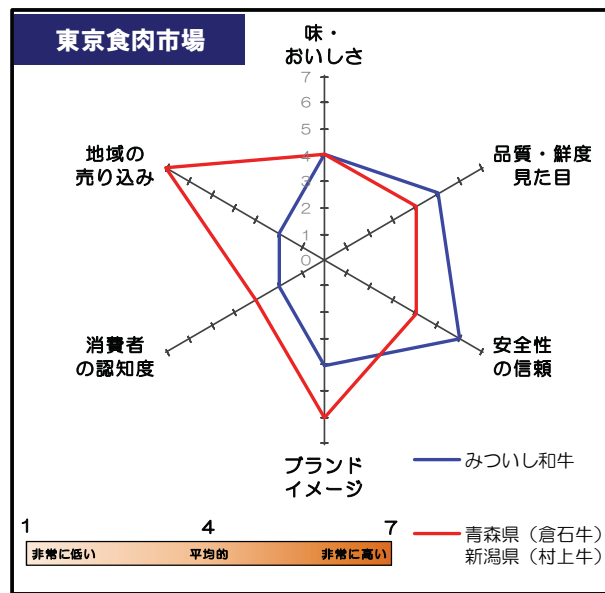
【主な用途】

東京食肉市場：スーパー納品で一般消費者の家庭へ。
焼肉、すき焼用。

▼市場の単価比較（円/kg）



▼東京食肉市場の評価



写真：みついし農業協同組合HP

みついし和牛の市場評価

- スーパーに定期的に納品するためには定期定量が最も肝腎かと思いますが、みついし和牛の場合、11月末、12月が全体出荷量の4割位になるのではと思います。上場のない月もあります。これではスーパーに定期的にみついし和牛として、納品できません。【東京食肉市場】

聞き取り調査～大阪市中央卸売市場・名古屋市中央卸売市場～

●道外の主要消費地である大阪市中央卸売市場、および名古屋市中央卸売市場を訪問し、卸売業者等の市場関係者に聞き取り調査を実施した。



Photo:大阪市中央卸売市場の様子

聞き取り調査結果より～大阪市中央卸売市場・名古屋市中央卸売市場～

大阪市中央卸売市場、名古屋市中央卸売市場の聞き取り調査の結果より、主なポイントと示唆される課題を以下に示す。

ポイント① 産地構造（外部環境）の変化

【温暖化、高齢化】

- ⇒これまで依存してきた産地に頼れない
- ⇒胆振・日高地域には夏場の野菜の期待大など

ポイント② 価格の決定要素

- ①品質
- ②どれ位のロット(まとまった量)があるか
- ③安定的供給があるか
- ④特徴あるブランド品か

ポイント③ 産地と輸送上の課題

【産地の課題】

- ⇒胆振・日高でも生産体制の維持の問題
- ⇒産地にお願いしても出荷してもらえない品目あり

【輸送上の課題】

- ⇒ニーズはあるが2泊3日要するため取引できない品目あり(品質低下速い軟弱野菜)

ポイント④ 流通促進に必要なもの

【商品力と宣伝力】

- ⇒確かな商品力を積極的にPRすることが重要
- ★愛知県蒲郡のみかん「箱入娘」の例
- ⇒「箱入娘」は、生産工程～出荷時期まで戦略的に展開、PRにより消費者の認知度もアップ、はずれのないおいしさで通常の2倍以上の値段が付くブランド産品

ポイント⑤ 有効な産品のPR方法とは

【現状】

- ⇒北海道産、せいぜい十勝産等のイメージ
- ⇒生産者が足を運んだPRが不足(北海道)
- 【誰に・どのように】
- ⇒卸売業者と消費者へのPRが効果的
- ⇒他産地との優位点をわかりやすくPRが効果的
- ⇒トップセールスが近年増加
- ★一番巧かったのは3年程前の宮崎県知事
- ⇒卸業者、消費者の両面にPR展開し効果絶大

示唆される課題

資料：大阪市中央卸売市場・名古屋市中央卸売市場
卸売業者・市場関係者への聞き取り調査結果H22.3

- 胆振・日高地域の生産体制(後継者不足等)の課題を把握するとともに、支援策検討の必要性
- 胆振・日高地域に優位性があり、地域特性に適した農水産品目の把握と生産拡大の必要性
- 道外市場との関係強化、産地PRや情報交換機会増加の検討の必要性
- PRでは、地域・ブランド名の売り出し方の検討、胆振・日高地域のPR戦略検討の必要性 など

IV. 特産品の比較調査

①各特産トマト生産の特性

- 平取産トマト：わずか0.6畝でのトマト栽培が30年前にはじまり、今では全道一の出荷量を誇るまでに成長している。
- 余市産トマト：最近では、手間のかかるが単価の高いミニトマトの栽培に力をいれている。
- 八代産トマト：日本一の生産量を誇っているほか、希少価値の高い『塩トマト』を栽培している。

平取町産トマト

平取町産トマトは、全道一の出荷量を誇っており、桃太郎の種類でびらとりトマト『ニシパの恋人』として出荷している。

平取町は、比較的温暖で昼夜の寒暖の差が大きな気候と、肥沃な土地、清らかな水に恵まれたトマトづくりに適した環境であるが、トマトづくりが本格化したのは約30年前であり、コメの転作用作物として栽培がスタートしている。

作付面積は、わずか0.6ヘクタールの作付面積から始まり、今では栽培農家が約160戸、作付面積は80ヘクタールにまで広がっている。

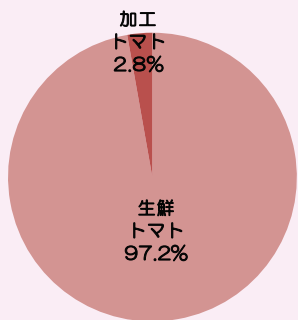


出典：平取町HP

《生鮮・加工トマト割合》

【トマト加工品】

- トマトジュース
- トマトピューレ
- トマトケチャップ
- トマトゼリー
- トマトアイス など



資料：平取町農業協同組合

余市町産トマト

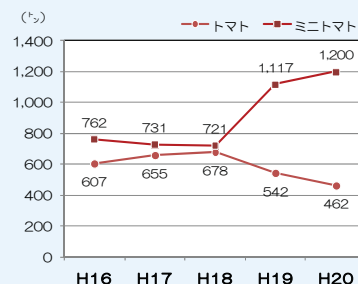
余市町では、大玉・中玉・ミニトマトの3種類を栽培している。

特に、手間がかかるが単価が高いミニトマトの栽培が盛んであり、過去3年間の出荷量は大きく増加している。また、最近はいちご型で甘いトマトベリー栽培にも力を入れている。



出典：JAよいちHP

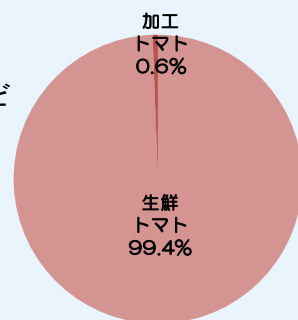
《トマト・ミニトマト出荷量》



《生鮮・加工トマト割合》

【トマト加工品】

- トマトジュース など



資料：余市町農業協同組合

熊本・八代市産トマト

熊本県八代平野一帯は、日本一の冬トマト産地であり、「八代平野」の「八」と「平」を組み合わせた『はちべえ』という名でトマトを出荷している。

また、八代地域では土壌塩分濃度が高い干拓地において特別栽培している『塩トマト』があり、果物なみに甘く、フルーツトマトの元祖となっており、希少価値があり超高級品として贈答用などにも使われる。

さらに、規格外のトマトは、ドライトマトやトマトピューレなどとして出荷されている。

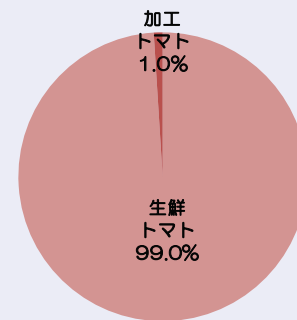


出典：JAやつしろHP

《生鮮・加工トマト割合》

【トマト加工品】

- トマトピューレ
- トマトケチャップ
- ドライトマト
- トマト焼酎
- トマト石鹼 など

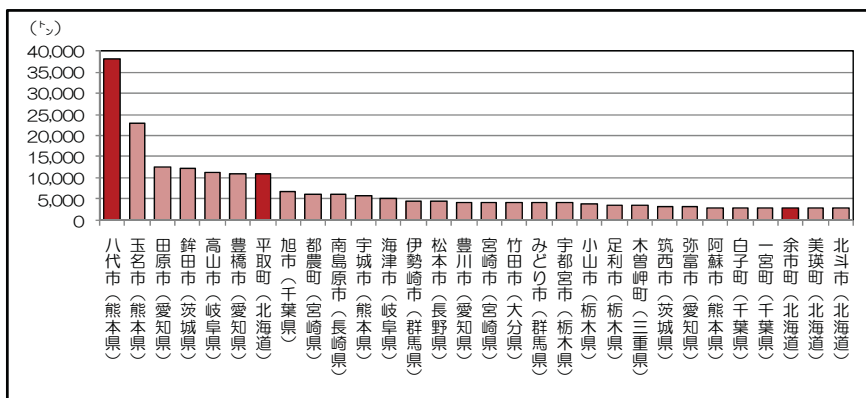


資料：八代地域農業協同組合

②出荷量の比較

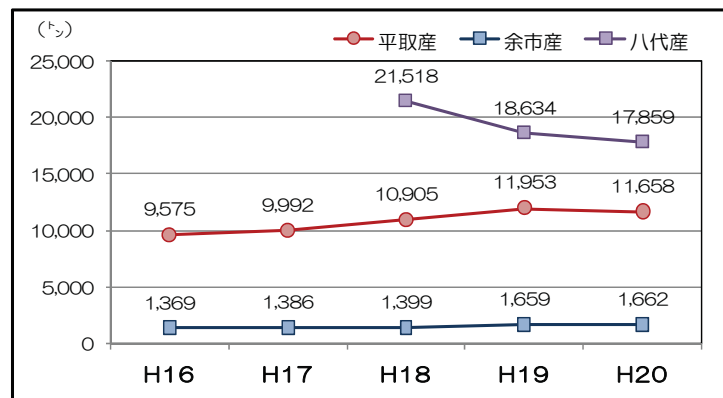
- 平取産トマトの出荷量は、平成19年度の実績で全国第7位（余市産：28位、八代産：第1位）となっている。
- 熊本・八代産が減少傾向のなか、平取・余市産は増加傾向（特に、余市産の増加はミニトマトの出荷が大幅に増加）にある。
- 平取産・余市産の出荷は夏場でピークを迎え、八代産は冬場でピークとなり、出荷時期が異なるトマト栽培となっている。

▼全国市町村のトマトの出荷量順位（上位30市町村）



資料：農林水産統計年報

▼生鮮トマトの経年的な出荷量推移の比較

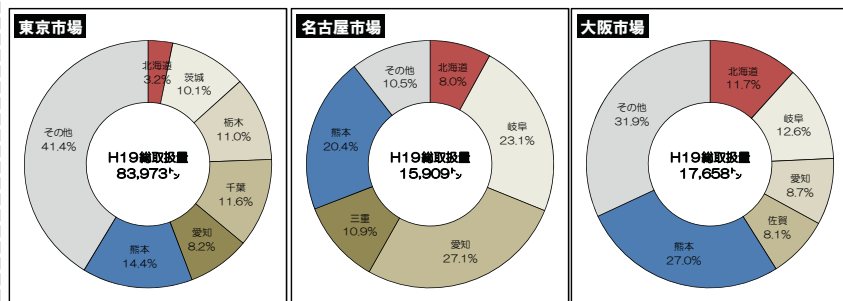


資料：各農業協同組合

※八代産は過去3年間(10月~2月)のデータのみ

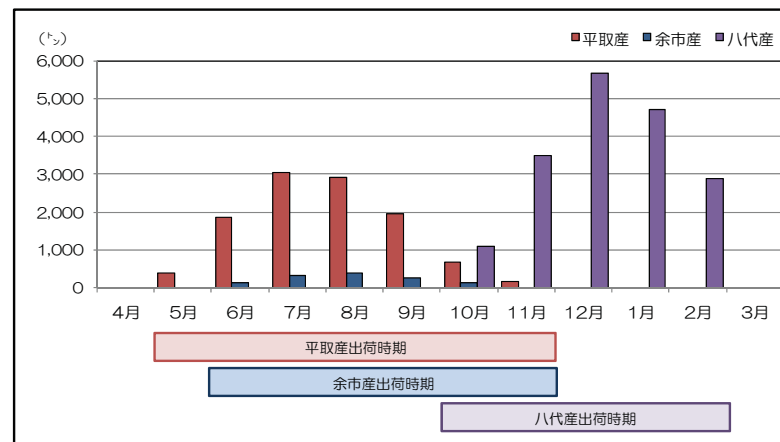
▼3大都市圏市場における都道府県別取扱量

- 北海道産のシェアは、熊本産と同じく、東京市場よりも名古屋・大阪市場で高く、特に3市場のなかでは、大阪市場でのシェアが最も高くなっている。



資料：市場市況統計年報

▼生鮮トマトの月別出荷量の比較【H20年】

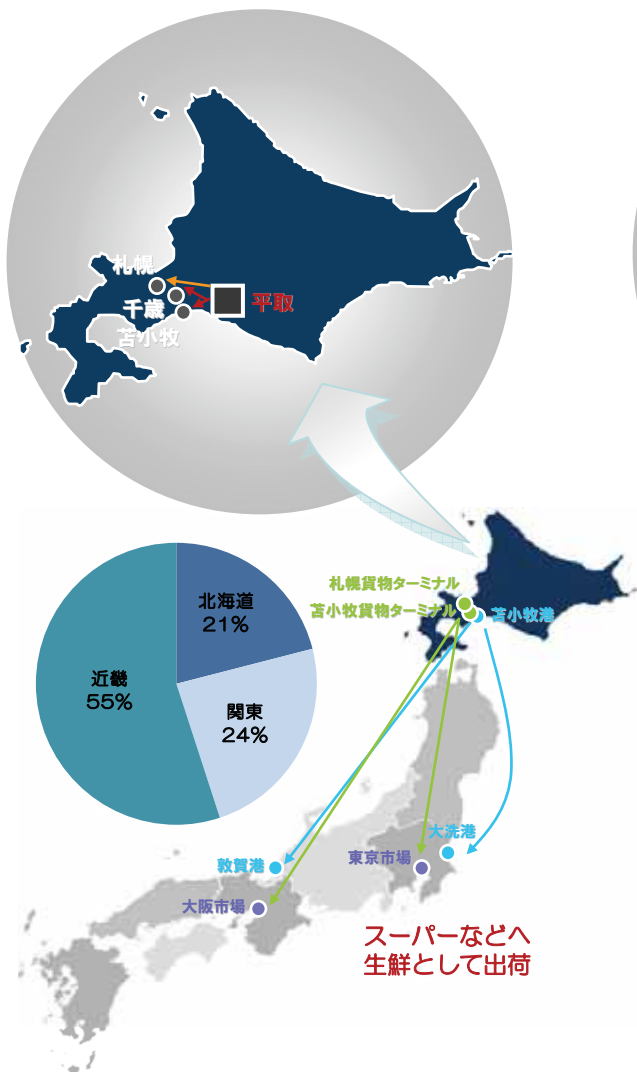


資料：各農業協同組合

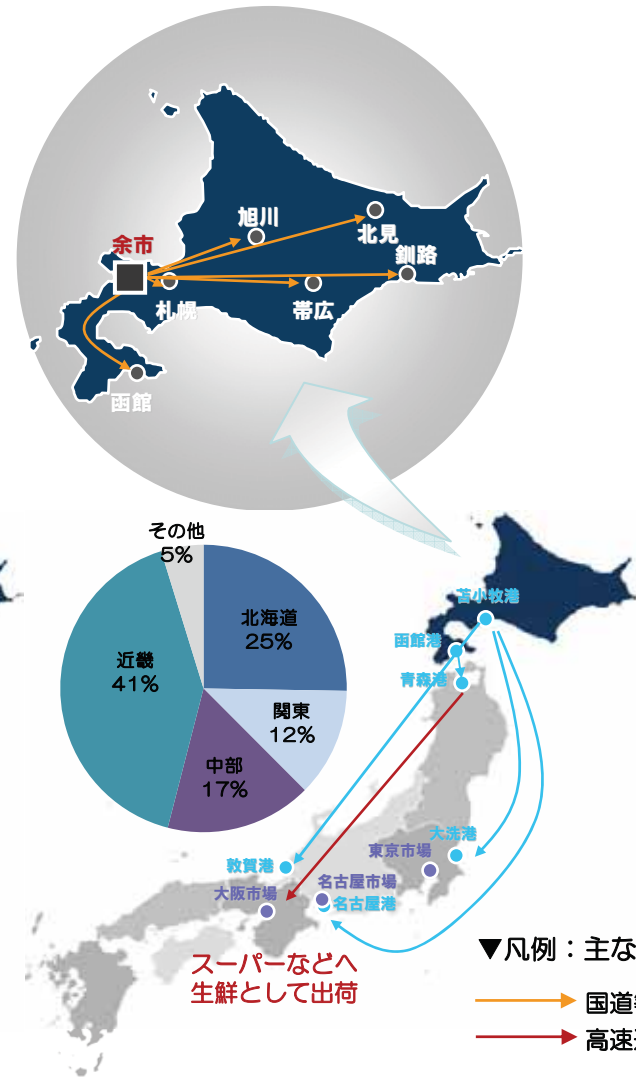
③出荷状況(輸送手段と流通経路)の比較

- 平取産：JRコンテナや苫小牧港からフェリーで道外へ出荷。近畿方面への出荷が全体の5割以上を占める。
- 余市産：道内は国道経由での出荷。道外へは主に苫小牧港からフェリーで出荷。近畿方面への出荷が全体の4割と高い。
- 八代産：関東への出荷が全体の5割を占め、京都以東はJRコンテナや高速道路経由で出荷となっている。

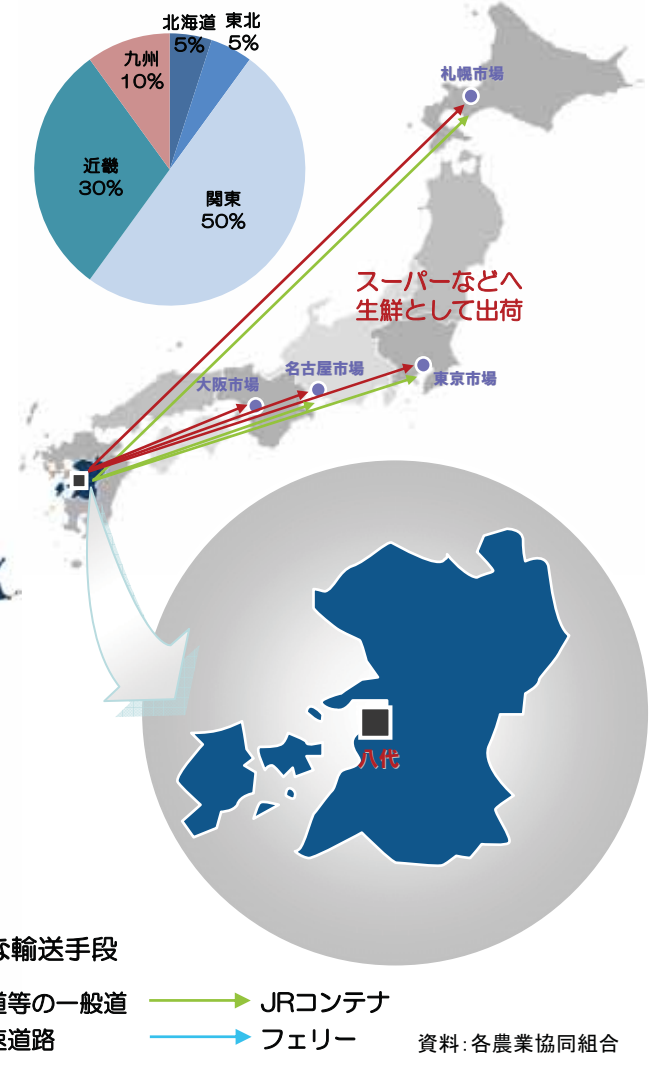
▼平取産生鮮トマトの出荷状況



▼余市産生鮮トマトの出荷状況



▼八代産生鮮トマトの出荷状況



▼凡例：主な輸送手段

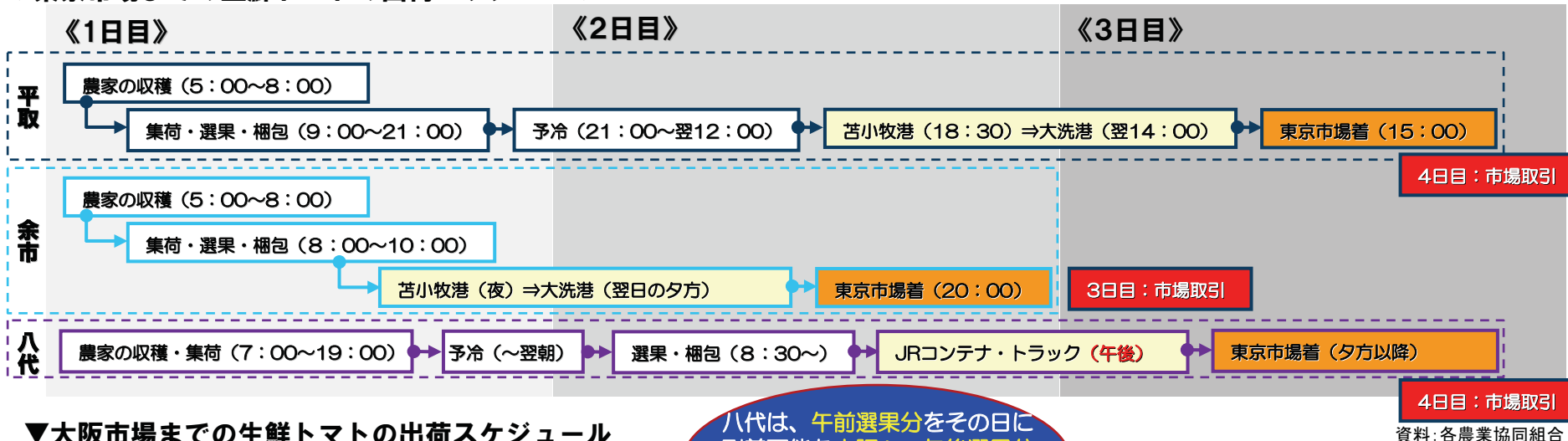
- 国道等の一般道
- 高速道路
- JRコンテナ
- フェリー

資料：各農業協同組合

④流通時間の比較～収穫から東京・大阪市場までの比較～

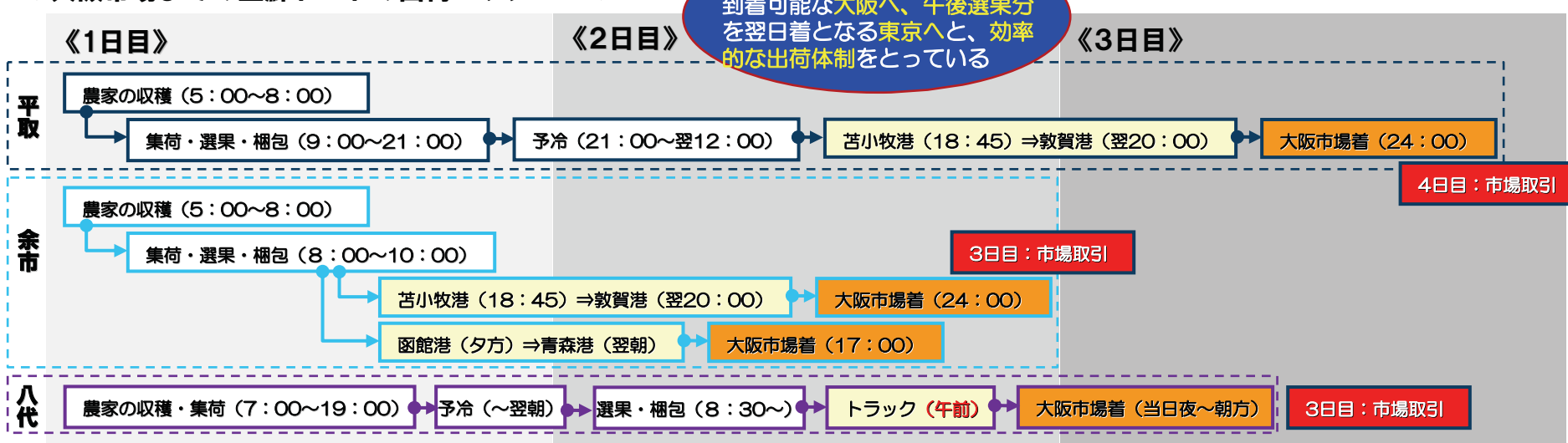
- 熊本八代産トマトは、大阪市場へは出荷当日に到着でき、前日に収穫したトマトを午前選果した分は大阪へ出荷し、午後選果した分は翌日の到着となる東京へと、効率的な出荷工程をとっている。
- 熊本八代産トマトや平取産トマトは、収穫してから一晩予冷し出荷しており、3地域とも、保冷車等で輸送を行っている。

▼東京市場までの生鮮トマトの出荷スケジュール



資料: 各農業協同組合

▼大阪市場までの生鮮トマトの出荷スケジュール



八代は、午前選果分をその日に到着可能な大阪へ、午後選果分を翌日着となる東京へと、効率的な出荷体制をとっている

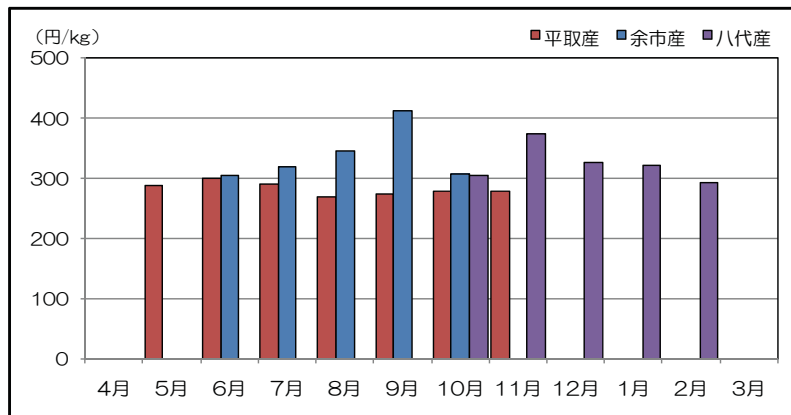
※予冷: 野菜や果物の鮮度を保つため、出荷や貯蔵に先立ち、摂氏3~5度にまで冷却すること。

資料: 各農業協同組合

⑤ 価格の比較

- 平取産トマトは、関東・関西市場ともに月別で大きな変化はないが、余市産・八代産トマトは月別での単価に変動がある。
- 余市産・八代産に比べて、平取産トマトの市場取引価格は低く、全体として、関東の取引価格が関西よりも低い傾向がある。
- 平取・余市・八代産トマトの取引市場での価格比較では、余市産トマトが3地域の中で最も高く取引されている。

▼関東市場：生鮮トマトの月別平均単価（円/kg）比較

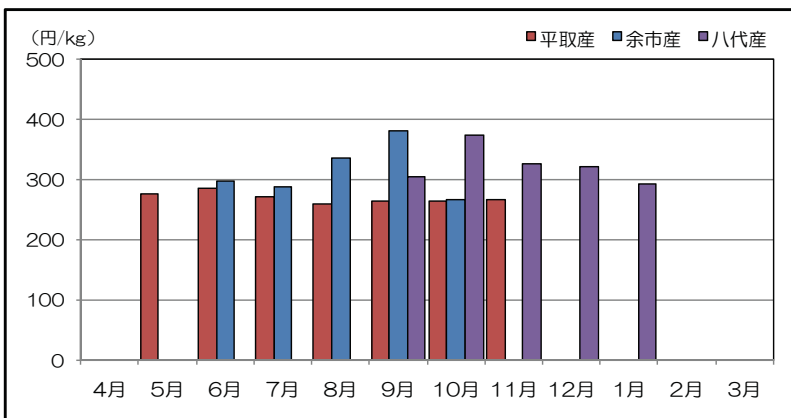


※東京市場や横浜市場などを含む

※余市産：主要品目の「レイカ」のみ。ミニトマトは除く

資料：各農業協同組合

▼関西市場：生鮮トマトの月別平均単価（円/kg）比較

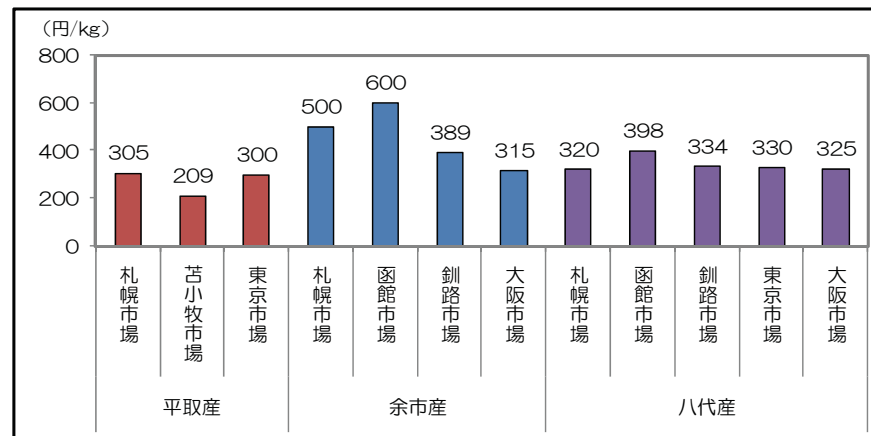


※大阪市場や京都市場などを含む

※余市産：主要品目の「レイカ」のみ。ミニトマトは除く

資料：各農業協同組合

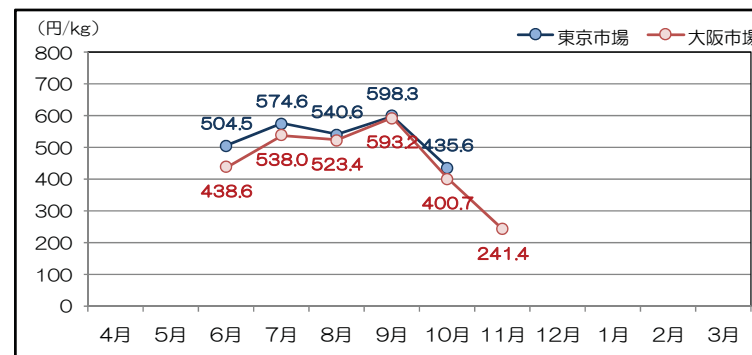
▼生鮮トマトの各取引市場の年間平均取引価格の比較



資料：各市場アンケート調査結果※余市産はミニトマト含む

▼余市産ミニトマト『よいちゃん』の市場取引価格

- JAよいちが力を入れているミニトマトの東京・大阪市場での取引価格は、夏場で最も高くなっている。

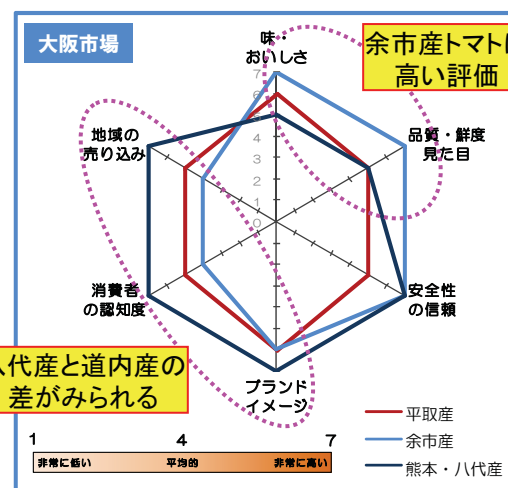
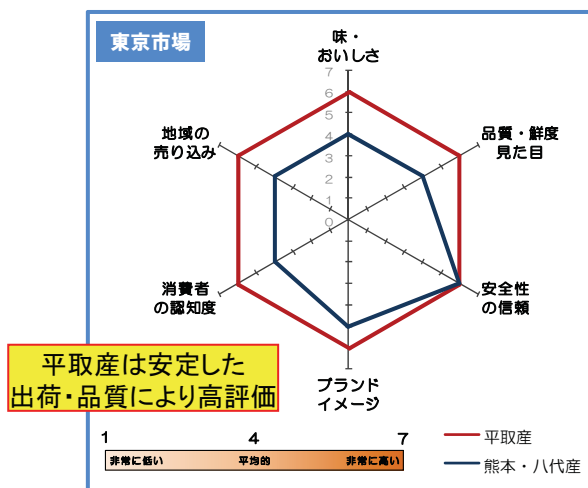
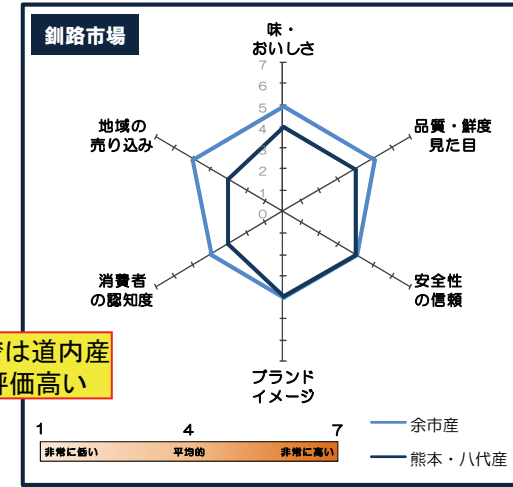
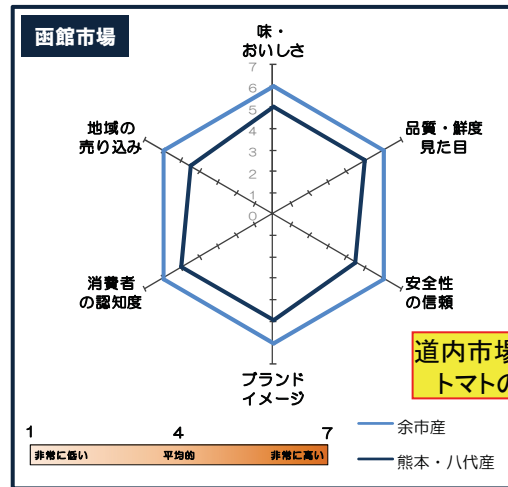
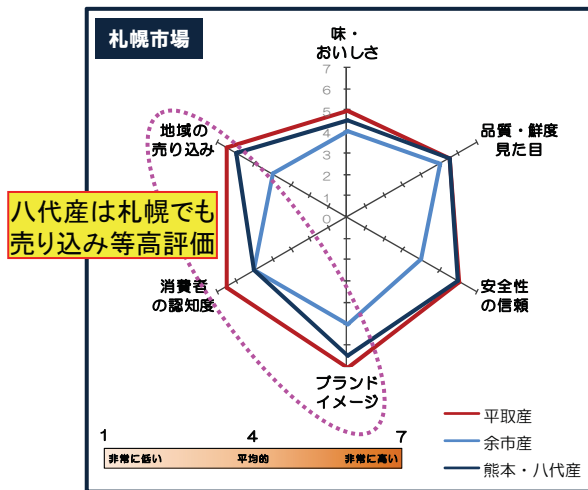


資料：JAよいち農業協同組合

⑥市場評価の比較

- 道内市場では、道内産トマトの評価が高く、特に札幌市場では、平取産は余市産と比べ「ブランド力」「認知度」等で高い評価を受けている。
- 東京市場では、熊本・八代産よりも平取産の評価が品質も含め高いが、大阪市場では全評価項目で均一的な評価（余市産は味・品質・安全性で特化。熊本・八代産はブランドイメージや認知度、地域の売込みで特化）となっている。

▼各市場での比較評価



市場の評価

『平取産』

- 食味・品質が安定し、ロットもまとまっているので量販店に対応しやすい【札幌市場】
- ブランド品としての位置づけを長きに渡り確立されている（品質、供給量、金額とも）【東京市場】

『余市産』

- ミニトマト主体の産地であり、長年の販売により、品質・数量ともに評価【札幌市場】
- 品質はよいが、数量が少ない【大阪市場】

『八代産』

- 郡築支所のトマトは食味も良く、年に一度試食販売もしており、産地として積極的【札幌市場】
- 全国的な平均値はクリアしている【東京市場】

⑥ブランド力向上・販路拡大に向けた八代産トマトの取り組み

- 全国ではじめて産地が一体となった減農薬によるトマト栽培を実施した（オオタバコガ対策としての黄色蛍光灯の使用など）。
- 規格外トマト等の有効活用で新たな特産品（ドライトマトなど）の創出やコンビニとの共同による商品開発を実施している。
- 地元から首都圏まで多様なPR活動の展開している。

- トマトの大害虫であるオオタバコガなどのヤガ類対策として、ヤガ類の夜行性の性質を逆手にとり、黄色蛍光灯を導入、ヤガ類防除の効果に加えて、農薬の使用回数が1/3～1/2に減る大きな成果を上げている。これにより減農薬栽培という付加価値が付きブランド化が確立。
- 近年は生産量の増加に加え、外観が美しいものを望む消費者の嗜好を配慮した厳しい選果が行われている。そのため、味は良くても規格外品で出荷できないトマトが増加しており、地域経済の視点からも有効活用が課題となっていたため、ドライトマトなどの加工品の特産化に向けた取組みが活発化している。
- 特に、生鮮トマトは出荷時期が限定されるが、加工品は年間を通して販売可能というメリットがあり、『はちべえトマト』のブランド名をいれることでは通年の消費者へのPRとなっている。
- また、消費者全般へのPR活動として、車両を「はちべえ」トマトのポスター・チラシで埋めるといったPRを行っているほか、10年前より東京や名古屋、大阪などで店頭による八代トマトのPR活動を行っている。
- また、減農薬で安心・安全な食材として、コンビニとの共同開発により『はちべえトマト』を使用した九州地区限定の商品が売りだされているほか、地元飲食店やお菓子屋でトマトを使った商品を提案してもらうなど地元の消費者拡大も図っている。



資料：平成22年3月10日熊本日日新聞

生産者側が考える 地域ブランド力向上に向けた重要要素

- 平取町農協ならびに余市町農協は「生産力と生産体制の確保」を最も重視している。全農協共通で「味・おいしさ」は上位に見ている。
- 一方、道内の各農協は「品質」、八代地域農協は「ブランドイメージ」が上位と異なる視点をしている。

《ブランド力向上のための上位3要素》

	平取町農協	余市町農協	八代地域農協
1位	生産力と生産体制の確保	生産力と生産体制の確保	味・おいしさ
2位	味・おいしさ	味・おいしさ	ブランドイメージ
3位	品質（鮮度・見た目）	品質（鮮度・見た目）	生産力と生産体制の確保



資料：八代農業改良普及センター



資料：ファミリーマートHP

V.まとめ

まとめ～管内農水産品物流に関する課題～

本調査の結果から、今後、胆振・日高地域の食の供給力強化と農水産品の安定的な流通システム実現の検討に向けて、次の課題が挙げられる。

課題①市場の需要と胆振・日高地域の農水産品の生産・出荷バランスを整合させていく必要

- 流通促進のためには、「商品力」と「宣伝力」が必要で、商品力としては「品質」、「ロット(まとまった量)」、「安定的供給」が必要【②聞き取り調査結果より】
- 現状でも、特定の品目に力を入れている(安定した供給力のある)農協で道外出荷が多い【①食に関する現状把握】
- 道外市場の管内産品への需要増加⇒①温暖化等で本州の野菜産地が変化しており、胆振・日高地域への期待大、②大阪では道産水産物は生鮮・加工ともに第1位、青果も第1位のシェアで必要不可欠、③名古屋では年々道産青果物の取引増加しニーズ大(ニラ、小ねぎ、ブロッコリー、アスパラ、軟白長ねぎ、ほうれん草、トマト、ピーマン等)【②聞き取り調査結果より】
- 名古屋で新冠町のピーマンなど、欲しい産品を仕入れられない状況が発生【②聞き取り調査結果より】
- 一方で、生産者側は生産力と生産体制の確保を重視しており、限りある生産資源で、より生産効率(利益)の高い品目の生産に力を入れていく必要【①食に関する現状把握、②聞き取り調査、③特産品の比較調査結果より】

課題②道外市場ではPR活動について低い評価、消費者への認知度も低い

- 特に道外では、地域の売り込み、消費者の認知度、ブランドイメージが弱い傾向【②聞き取り調査結果より】
- 道外では知事や市長等のトップセールスが增加、北海道は少ない【②聞き取り調査結果より】
- 取引を決める卸売業者とニーズを決める消費者へのPRによる需要掘り起こしが重要【②聞き取り調査結果より】
- 産地イメージは、消費者にはせいぜい北海道産、せいぜい十勝産といったイメージ【②聞き取り調査結果より】
- 八代地域農協は、①本州の各主要消費地で「はちべえトマト」の試食宣伝会を年数回実施、②東京銀座での大規模PR会、③ブランド名の入った加工品の開発・販売による通年の消費者へのPR、④北海道でもPR実施など、積極的なブランドPR戦略を展開、道内産地との差が大きい【②聞き取り調査結果、③特産品の比較調査結果より】

課題③生産力の確保や生産体制、交通システム面等における課題

- 道外市場において、ニーズはあるが、2泊3日を要するため取引できない品目がある(品質低下速いほうれん草等の軟弱野菜など)【②聞き取り調査結果より】
- 地域ブランド力向上に向けて、道内の産地では、「生産力の確保や生産体制」が重視されている(生産者が暮らしやすい地域づくり、移住の促進などの必要性)【③特産品の比較調査結果より】

まとめ～農水産品の販路拡大・ブランド力向上に向けた地域戦略～

本調査結果や管内農水産品物流に関する課題、社会ニーズ等をもとにしたSWOT分析(※)結果から、胆振・日高産農水産品の販路拡大やブランド化(ブランド力向上)に向けた地域戦略を以下に提案する。

内部環境

【強み】

- ・産地で生産・販売する鮮度とコストの優位性(道内での優位性)
- ・市場関係者の知名度やニーズの高い胆振・日高産品も存在
- ・他地域産品に勝る恵まれた自然環境
- ・苫小牧港や新千歳空港など道内の物流拠点が近くに存在
- ・全国的にも有名な観光資源が点在

【弱み】

- ・人材育成を含め生産力・生産体制の欠如(安定供給が困難)
- ・道外市場までの輸送時間
- ・新たな商品開発力の弱さ
- ・道外での知名度の低さ(消費者の認知度やブランドイメージの低さ)
- ・観光入込数は減少傾向
- ・積雪寒冷地による通年供給の困難さ

外部環境

【機会】

- ・温暖化・高齢化による産地構造(出荷時期等)の変化(名古屋市場など)
- ・大阪市場など品目により競合相手が比較的少ない(時期的な競合相手も含む)
- ・物流革命(宅配サービスや梱包技術など向上)
- ・食品に対する安全・安心・健康ニーズの高まり
- ・産地消への関心の高まり
- ・ロハス・スローフードなど癒しを求める都市住民が増加(都市・農村交流)
- ・インターネット・通販利用者の増加

■積極的攻勢

- ・胆振・日高地域(地元)での販売・PRの促進(熊本県・八代産トマトの事例)
- ・潜在的ニーズの高い品目の積極的な市場への売り込み(大阪・名古屋市場など)
- ・自然観光資源やインターネットと連携した商品の売り込み(販売チャンネルの開拓と積極的なPR活動)
- ・無農薬等健康志向をターゲットにしたPR活動など

■段階的施策

- ・通年供給できる生産力・生産方法の開拓(雪を活用した保存など)
- ・加工することで、一次産品としてより、長期間で販売が可能
- ・都市・農村交流を活かした生産体制・生産力の強化(移住による生産力の確保など)
- ・新たな商品開発による付加価値化⇒第一次産業と第三次産業をつなぐ、第二次産業の“柱”の確立

【脅威】

- ・首都圏市場周辺産地のブランド力の向上(産地消)
- ・他地域産品の地域ブランド化の活発化(全国的な動き)
- ・農水産品の価格低下(輸入品の増加、ハウス・養殖技術の向上および冷凍加工技術による通年供給など供給力向上)
- ・インターネット販売や通販による競合産品の台頭
- ・米金融危機からはじまった景気後退

■差別化戦略

- ・他地域産の差別化(本州産とは異なる要素を前面に押し出したPR活動)
- ・市場関係者と連携した特化産品の開発(市場との連携強化)
- ・観光資源を含む地域住民参画型の産業振興の展開(地域住民も地域産品の宣伝マン!)
- ・地域基準による品質保証制度などの導入(地域の知名度も向上!)

■防衛または撤退

- ・市場ニーズのある産品の継続的な生産・出荷(生産力の確保・向上)
- ・(道外市場では競合が多い産品は)近隣地域をターゲットにした販路の拡大⇒消費者の認知度アップ!

※主に企業戦略立案で使われる定性的な分析のフレームワークで、組織の内部要因である強み(Strength)、弱み(Weakness)、組織の外部環境要因である機会(Opportunity)、脅威(Threat)の4つの面から評価する手法。

まとめ～供給力強化と安定的な流通システムの実現に向けた提案～

課題の改善、地域戦略を実現していくための具体策として、以下の検討事項を提案する。

①管内地域間の生産者等の連携強化

- 胆振・日高地域の生産者(農協・漁協等)の地域間連携の促進
- 産地毎の課題共有
- 地域製品の供給力強化のための検討
- 情報交換・共有、産地PR戦略の検討・実施
- 地域観光との連携
- 生産・出荷拡大に向けたハード的課題抽出
- 市場のニーズ把握・情報共有
- 地域における農水産物の生産の方向性検討 など

【行政の役割】

- ・連携強化の必要性の提言
- ・各調査結果のフィードバック
- ・国の地域支援プログラム等活用検討
- ・連携会議等の開催検討、調整支援
- ・課題を社会基盤整備検討に反映

②市場ニーズの詳細な調査と分析により「伸びる」産品を検討

- 市場(消費者)のニーズと出荷状況(今後の計画含め)の調査・分析を行い、生産拡大余地の大きい品目特定、生産拡大に向けた取り組みを展開
- 生産者の連携組織等によるグループヒアリングなども想定

行政の役割:調査・分析とフィードバック

▼市場の需要と出荷バランスの検討・分析の深度化が必要

本州で需要高い産品		地域別出荷割合(%)			
		北海道内	関東	中部	関西
新冠町農協	ピーマン	49.6%	0.0%	23.5%	26.9%
平取町農協	トマト	25.4%	19.4%	0.0%	55.3%
むかわ農協	ほうれん草	29.9%	0.0%	0.0%	70.1%

今後、夏場の青果物需要が高まると期待される中部地域は、現状の出荷割合低く、販路拡大の余地が大きい等

③生産者側の現状と課題の把握

- 市場のニーズがある一方で、産地においては後継者不足、気候・産地資源の変化など、生産力・生産体制を維持・拡大するための課題を把握した上で、今後の展開を検討していくことが重要

行政の役割:調査・課題把握とフィードバック

④胆振・日高地域産品の地域ブランド力向上・PR活動の促進

- 道外市場ではトップセールスや消費者へのPR活動を積極的に展開している地域も多く、胆振・日高地域としてのブランド戦略の検討と実施により、全国的に胆振・日高ブランドの認知度を向上し、需要拡大を図る

行政の役割:調整役、先進事例調査

⑤胆振・日高地域産品の生産・出荷の課題把握と改善

行政の役割:調査・分析とフィードバック

- 道外出荷では陸上輸送だけでなく、フェリー、空輸等の流通システム上の現状の限界圏域やボトルネックを調査、改善策の検討、生産支援の社会基盤整備検討