

生種を振り返る

25億55万7375円

王林	4,982円	3,532円
ジョナG	5,668円	4,694円
シナノG	4,825円	3,918円
飛馬ふじ	8,436円	6,145円



晩生種は販売堅調

年明け以降、月を追うごとに右肩上がりの単価で推移した

平成29年産の販売面については、当初から数量減の単価高で推移し、晩生種については産地市場における取引で小玉傾向による全体の生産量減との見通しから上位等級品を中心に高騰した。また、例年以上に贈答や海外需要が活発となり、競合果実が品薄傾向で流通量が少ないことから販売環境も良好で、堅調な取引となった。

輸出については、春節向けの大玉系の割合が極端に少なかったにもかかわらず、春節が遅かったことやベトナム向けの開始、スマートフレッシュ活用の効果による台湾以外の需要が伸びたことにより、当JAでは輸出向け全体で1,540トンの過去最高実績となった。

単価高の要因

年明けは、全国量販店で小玉果の企画販売に取り組んだことで順調に販売された

1月～2月にかけては、青森県産リンゴの競合果実としてイチゴ

品質面が良好であった

平成29年産リンゴは、6月の低温や7月の猛暑に加え、8月以降の低温や少雨が影響したところから小玉傾向となったものの、全般的に着色・糖度・食味等は良好な仕上りとなり、入庫数量は690,063箱（前年比88%）の実績となった。



専務理事
大場 勉



平成29年産晩

晩生種総販売金額

品 種	最高価格	大小込価格
ふ じ	7,681円	6,228円
サンふじ	5,909円	4,448円
む つ	9,154円	7,187円

や中晩柑（ミカン・デコポンなど）がある。イチゴについては2月がトレンドであるものの、少しでも寒かったり日照量が少ないといったことがあると出荷数量が大幅に減少し、入荷日や単価についても前日まで分からない果実であることから、販売店舗にとっては不安を隠せない品目である。

一方、青森県産サンふじや王林については、当JAを含む青森県の各組織が販売店へ出荷数量や単価などを明確に打ち出し、企画力を活かした販売によって売り場を計画的に確保している。袋詰めやキャンペーンといった企画販売で売り場の棚が取れていることが単価高に結び付いている。販売店としても、安定供給が見込まれる青森県産サンふじや王林の企画販売は、安心して入荷に加え、売り場の棚を充実させて販売できるポイントである。

時代の流れは系統共販

防除や指導が徹底され、信頼のあるリンゴ生産により支持率が高いのはJA

系統共販とは、農協が行う販売事業の一つである共同販売のこと

販売環境も良く、単価高で推移

平成29年産は、果実全般に品薄傾向で販売環境が良好な中、リンゴについては小玉傾向の影響で大幅な減収となったことから、終了まで数量減の単価高で推移し、本年の総販売金額は37億9千万円（前年比95%）で終了することとなった。



代表理事組合長
三上 道廣

JAは全てにおいて情報が豊富であり 高品質生産と信頼を生み出している



東一東京青果 株式会社
果実部副部長 渡邊 勝俊 氏

を示す。系統共販が注目される要因として、農産物を農協がとりまとめて卸売市場に出荷することは

基より、防除・指導関係が徹底さ

れていることが挙げられる。近年、

黒星病の発生が深刻化している中

で、黒星病を含む様々な病害虫防

除に対する情報を多く持っている

のはJAである。JAは生産者へ

の情報発信についても早く、生産

から販売まで一体となって取組む姿勢が現在の販売に大きく貢献している。

どれだけ良い品種であっても、適期適作が重要であり、情報が豊富なのはJA

JAは市場関係者と常に情報を繋ぎ、品種に対する販売事情をしっかりと把握している。新品種の導

入については、販売先及び消費者ニーズを考慮することが重要であり、たとえ良い品種であったとしても、マーケット事情も視野に入れたリンゴ生産が大切だ。生産者は、これから導入する新品種に対しても

JAと相談し、販売面における適期適作を重視していく必要がある。新品種の導入は、有利販売に

JAは巡回講座などで生産者と最新情報を共有し、防除・指導が徹底されている





年明けは企画力を活かした販売で売場を充実させたことが高値の要因として大きかった

向けて計画的に進めることで所得向上に結び付くと言っても過言ではない。

労働力を対価に考えると、JAに出荷した方が価格が高い

生産者の高齢化や後継者不足が深刻化している中で、JAの存在は大きい。それは生産面だけに限らず、荷造り作業から出荷までの

労働力も関係している。

現在、リンゴの市場経由率が高いとされているなかで、他県の一部地域では市場経由率が約30%と非常に低い地域がある。その地域はサンふじが多く、個人で贈答品などをネット販売していることが市場経由率低下に結び付いている。個人販売は、日常の農作業後に夜遅くまで梱包や発送といった作業

を手掛け、長時間に及ぶ労働を余儀なくされている。また、一般企業に比べて労働時間が長いことを考えると、後継者も減少する要因に繋がっていると云えよう。さらに、労働力を対価に考えると、JAに出荷した方がリンゴの価格が高く推移しているのだ。働き方改革の見直しも重要であり、少しでも多くのリンゴをJAに出荷して

貯蔵技術を活かしたJAの有利販売が 単価高の大きな要因に結び付いている



大果大阪青果 株式会社
果実部取締役部長 荒巻 万寿夫 氏

スマートフレッシュで製品化率を上げ 品質を見極めた良い販売を行なった

頂きたい。

貯蔵技術で販売有利

組織の計画的な販売に向けて生産者も早期入庫に取り組みることが大切である

貯蔵施設を持ったJAの有利販売が高値販売に繋がっている。当JAにおいては、スマートフレッシュにより製品化率を上げ、全般的に小玉傾向と下位等級品も多かった中で品質を見極めた良い販売を行なった。また、JAは売り先が明確であることから、スマートフレッシュの効果は大きかった。

現在、製品在庫としてあるジョナGもスマートフレッシュを施したものである。品質・鮮度などは平成30年産のつがるに比べても同等なくらい良い状態を保てると言われている。スマートフレッシュは、1箱あたり2000円程掛かり、

JAとしてはリスクが伴うものの、貯蔵中の加工発生率が減少することから、生産者にとっても1箱あたりのムレ率が良く、精算金額にも反映していることが伺える。

平成29年産については、サンジョナ・ジョナG・シナノG、むつ・王林・世界一・ふじ等にスマートフレッシュを実施。平成30年産は、スマートフレッシュの活用を今以上に拡大する見通しだ。

JAだから出来ること

スマートフレッシュは、限られた時間内に実施しなければ効果を発揮しないことから、収穫後の早期入庫が重要である

基本的に青森県はCA貯蔵技術を活かし、入庫する際に長期販売するものと即売するものを明確にしている。特に、JAは入庫の時点で品種や販売時期ごとに分けて各

冷蔵庫に貯蔵しており、この部屋割が計画的な販売に向けて大きな力を発揮している。また、スマートフレッシュについては、収穫後にいち早く冷蔵庫で実施しなければ鮮度維持効果が現れないことから、生産者もスマートフレッシュを考慮した早期入庫に取組まなければならぬ。他県では、失敗事例も見えていることから、品質低



下を防ぐためにも生産から販売まで一体となった取組が大切となってくる。これはJAだからこそ出来ることである。

ひと手間が高値に導く

食味が良く、省力化として注目を集める葉とらず栽培は、着色管理にひと手間掛けるだけで単価に差が生まれる

近年、「こだわりリンゴ」の肩書を持つ葉とらず栽培が注目を集めている。低コスト・省力化が期待されるイメージが強い一方で、本来の「こだわりリンゴ」としての考え方を見つめ直す必要があることが伺える状況だ。葉とらず栽培は、着色管理である葉摘みを行わないことが食味の向上に繋がっている。しかし、葉とらず栽培の取組にあたっては、単なる葉摘みの手抜きではなく、十分に味を乗

せるために適正な整枝剪定等により、樹勢及び受光態勢の適正化を図らなくてはならない。低コスト・省力化という訳ではなく、「こだわりリンゴ」という特徴を安定して発揮できるように工夫した栽培管理がカギを握る。やはり、リンゴというのは外観も大切であり、着色は消費者の購買意欲と高値販売に大きく反映しているのが現状だ。葉とらず栽培だからといって全く手を掛けないという訳ではないのだ。シルバーを敷くことや1回でもツル回しを行うことで、1箱あたりの精算単価は、おのずと上がってくる。



リンゴを取り巻く環境は、年々、厳しさを増しているものの、高品質りんご生産と企画販売や貯蔵技術を最大限に活かした販売戦略に

よって高値に結び付いている。平成29年産晩生種は、前年に比べて生産量が少ない中、JAと生産者が一体となった取組が功を奏した。当JAは今後も飛馬ブランドの維持・発展を図るため、組織の総合力を結集し、高品質栽培に向けた栽培管理など生産基盤の維持・拡充を図るとともに販売強化に努めて参ります。

特集1
平成29年産晩生種を
振り返る



生産者も早期入庫に取組むことが大切 貯蔵技術を最大限に活かすために