国内の果実生産量は、輸入果実の増大、食習慣の変化等を背景として、昭和54年の675万トンをピークとして減少に転じ、近年では300万トン前後で推移している。また、品目で見ると、うんしゅうみかんの生産量が大きく減少する一方で、その他の品目では、生産量が増加した品種もあり、品目・品種の多様化が進んでいる。

生産現場の現状を見ると、高齢化が進展する一方、次世代への承継が円滑に進んでいないことから、農地の荒廃が加速し、果樹の栽培面積も減少傾向で推移している。さらに、世界的な肥料需要の増加等により化学肥料等の農業資材費が上昇しており、燃油価格等の高騰による輸送費等の流通経費の上昇も懸念されることから、これらの経費の低減が緊要の課題とされる。

また、農産物は、一般的には食料という必需品であることから価格弾性値が低い品目とされるが、果実の消費は、菓子等との競合や消費者の収入の増減に左右されやすく、他品目への代替が可能な品目と見られているため、供給量が増加した場合には価格が大きく下落する一方で、供給量が減少した場合には価格への影響は少ないといった特性がある。このため、果樹農業全体で見れば、強力な産地間「連携」に基づく適正数量の安定供給が価格安定に有効と考えられる。

このように、果樹産地の生産基盤の脆弱（ぜい）化が見られる中で、他産業に匹敵する所得を確保し、これを向上させ、広く農業・農村の所得向上にもつながる施策を、関係者が一体となって重層的に講じることにより、新たな果樹農業の振興を図ることが急務とされる。

⑵　果実の需給構造

果実の需給構造を見ると、国内需要のうち国産果実は約４割で、果汁等の加工品も含めた輸入果実は約６割となっている。また、国産果実はその約９割が生鮮用果実として消費され、輸入果実はその約６割が果汁等の加工品として消費されている。さらに、果実需要の内訳を見ると、国産果実については、近年、生鮮果実の生産量が減少傾向で推移する一方で、輸入果実については、果汁等の加工品の輸入量が増加傾向で推移している。

このような中で、消費者が求める果物の価値は、世代によっても異なるが、①おいしさ・鮮度、②見栄え・形状、③安全・安心、④品質の安定性及び⑤安定供給が重要視され、更にこれらに次ぐものとして、⑥機能性及び⑦ブランド力が挙げられる。

今後、果樹農業の振興を図る上では、国内市場の縮小が見込まれる中で、簡便性や利便性等を求める消費者ニーズの高まりにどのように対応していくのかを検討する必要がある。例えば、高品質な国産生鮮果実のシェアの維持・拡大、国産果汁等の加工品の生産拡大等について、関係者が一体となって検討していく必要がある。

⑶　果樹農業の振興に向けた基本的考え方

ア　果樹農業の好循環と「連携」の強化

果実は、古くは万葉集に橘（たちばな）、桃等が詠まれ、また、食後に食べる「水菓子」と呼ばれるなど、日本人から身近な食品として親しまれてきた歴史がある。また、栄養面でも各種ビタミン、ミネラル及び食物繊維の摂取源として重要な食品であり、健康の維持・増進に役立つ機能性関与成分も含まれている。

その一方で、果実は、米や野菜等と異なり、必ずしも食生活に欠かせない必需品としては位置付けられておらず、その消費は菓子等との競合や消費者の収入の増減に左右されやすいとされている。したがって、果樹農業の振興のためには、生産現場での課題を解決する視点だけでなく、果実をめぐる生産・流通・加工・販売・消費・輸出等の各分野を含む全体を見渡す視点で、それらの分野ごとに、消費者・実需者のニーズを意識した施策を集中的に講じていく必要がある。

果樹農業者が消費者・実需者のニーズに合った果実を生産し、消費者からそれが高く評価され、所得の向上をもたらす。さらに、規模拡大や次世代への承継が円滑に進み、一層の高品質果実の生産が可能になり、広く農業・農村の所得向上につながっていくという、所得向上に向けた果樹農業の好循環を形成するための施策を講じていく必要がある。

さらに、今後の果樹農業の振興においては、「連携」という視点を明確に取り入れて推進する必要がある。すなわち、次に掲げるような「連携」に係る取組が必要であり、こうした「連携」という視点から新たな施策を講じていくことが重要である。

㋐　ブランド化、規模拡大、労働力の確保等の産地が一体となって取り組む産地内の「連携」の強化

㋑　果実の消費・需要を拡大するための産地と消費地の「連携」の強化

㋒　高品質果実を周年的に安定供給するための産地間競争から産地間「連携」への移行

㋓　生産・流通・加工・販売・消費・輸出等の各分野間の「連携」による、新たなバリューチェーン（付加価値網）やサプライチェーン（供給網）の構築

例えば、産地内の「連携」については、複数の品目を利用して長期間にわたって果実の生産・販売体制を構築していくことや、一定の品質基準に基づく高品質果実のブランド化、担い手の育成、作業受託組織の活用等の労働力確保に向けた取組を検討していく必要がある。

さらに、農地の荒廃の進展、鳥獣被害等により、園地の維持管理が難しくなる中で、園地集積に関する話合い、鳥獣被害対策の講習会、共同活動等の推進を検討する必要がある。

産地と消費地の「連携」については、食の簡便化を反映した消費が進む中で、高品質な生鮮果実のみならず、簡便性の高いカットフルーツ等の果実加工品の需要にどのように対応していくのか、また、需要と供給の食い違いを起こさずに果実の一層の需要拡大をどのように図っていくのか等について検討していく必要がある。

また、産地間競争から産地間「連携」への移行については、産地間競争の結果として供給過剰による価格下落を招くのではなく、産地間「連携」を通じた安定供給をどのように図っていくのかを検討する必要がある。また、輸出促進においても、各産地が個別に輸出に取り組むことによる共倒れを回避するため、産地間「連携」を通じて「ジャパン・ブランド」をどのように形成していくのか等について検討していく必要がある。

さらに、各分野間の「連携」については、各分野で生み出された果実やその加工品の価値・品質を消費者・実需者に伝えていくバリューチェーンを構築することが重要である。また、消費者・実需者の果実やその加工品に対する新たなニーズについて、生産者を始めとした関係者が受け止め、新たなサプライチェーンを構築することが重要である。

以上を踏まえ、果樹農業の好循環を形成し、新たな付加価値の創造につなげ、農業所得を向上させていくため、様々な「連携」を検討する必要がある。

イ　消費を的確に見据えた生産と産地側からの新需要創出の推進

果樹農業の好循環を形成するためには、消費・流通構造の変化に対応した生産を着実に行っていくことが重要である。そのためには、産地側は、幅広い消費者・実需者のニーズに対応した生産やきめ細かく多様な販路の確保を推進していく必要がある。

例えば、うんしゅうみかんについては、昭和54年産では350万トンの生産量があったが、平成25年産の生産量は90万トンにまで減少している。今後も人口減少や消費の多様化等により国内需要の縮小が見込まれる中で、「生産すれば買ってくれるはず」、「良いものは売れるはず」という意識から脱却し、産地側から新需要を創出していくことが重要である。

２　消費面での対策の推進

⑴　消費構造等の変化に対応した施策の推進

果物の摂取量は、生活様式や食生活の多様化、嗜好（しこう）の変化、簡便化・小口化志向等が進展する中で、近年、横ばい傾向で推移している。また、１人当たりの１日摂取量の平均値は、117グラムにとどまっており、果物の摂取推進運動における目標量である200グラムには達しておらず、特に、20～40歳代の摂取量が少ない状況となっている。