

イチジクの首都圏出荷の取り組み

要約

- 県のチャレンジ品目のイチジクについて、新たな販路の開拓と取り引き単価の引き上げが課題。
- 新しい取り組みとして、近郊市場よりも高価格での取り引きが見込める首都圏へ出荷を開始。
- 首都圏市場（大田市場）へ728kgを出荷した。取り引き単価は、奈良市場では横ばいであったものの、大田市場では9月以降に大幅に上昇した。

現状(背景)と課題

- 出荷先確保が必要
- 取り引き単価が低調
- 首都圏市場への出荷実績無し
- 日持ち性が短い
- 果実が柔らかく傷みやすい
- 近郊市場以外での知名度不足



目標

- 新たな販路の開拓
- 取り引き単価の引き上げ
- 首都圏市場へ1 t 出荷
- 長距離輸送向け出荷規格の策定
- 高品質果実の安定出荷
- 「奈良のいちじく」の知名度向上

活動内容（対象：西方無花果出荷組合）

- 円滑な出荷体制の構築にむけて打ち合わせを重ね、県事業（輸送費補助）を有効的に活用した。
- 出荷組合およびJAと連携して出荷果実の目揃え会や出荷時の検品を実施し、果実品質の高位平準化に努めた。
- 市場調査や市場担当者との意見交換会を実施し、関係者間で情報共有を行うことで、市場ニーズに沿った果実の出荷を実践した。

成果

- 8/12～10/7 までシーズンを通して継続出荷できた（H27:0kg → H28:728kg）。
- 奈良市場では横ばいで推移した取引単価について、大田市場では9月以降に大幅に上昇した。（参考）パックあたり、約190円（8月中）→約260円（9月上旬）→約360円（9月下旬）
- 大田市場から果実品質に対するクレームは一切無く、次年度以降の出荷量の増加を要望された。



出荷組合・JAとの検討会



首都圏出荷用のイチジク



販売店舗の一例

北部農林振興事務所 農林普及課
担当：農産物ブランド推進第一係 辻 章宏

普及活動のポイント

- ・関係機関（JA ならけん片桐支店、農業水産振興課、マーケティング課）と連携し、それぞれの役割分担を明確にするとともに情報共有を密にすることで、首都圏出荷に取り組む出荷組合に対して、支援を効率的に行った。
- ・出荷組合と首都圏市場の卸売担当者の橋渡し役として、それぞれの要望や問題点を速やかに伝達し改善することで、円滑な出荷体制の構築を図った。
- ・出荷数量目標（1 t）を設定し、関係者が目標達成に向けて一丸となって取り組んだ。

対象の変化

- ・首都圏出荷という新たな取り組みを始めたことで、出荷組合全体の雰囲気は良くなっている。
- ・日本一の農産物取扱規模をほこる大田市場にむけて出荷を継続できたことが、生産者の自信につながっている。
- ・出荷果実の品質が首都圏市場で高評価を得られていることに加え、出荷後半の取り引き価格が大幅に上昇したことから、生産者の生産意欲が高まっている。

対象者からのコメント

- ・「次年度も首都圏出荷の取り組みを継続したい」
- ・「次年度は、今年度の出荷量を上回る果実を大田市場にむけて出荷したい」
- ・「今後、さらなる取り引き価格の引き上げを目指したい」

これからの活動ビジョン

- ・本課題においては、次年度から新たに3年間の普及活動重点課題として設定した。今後もイチジク生産者および出荷組合に対して、継続して技術指導および情報発信を行う。出荷量の増加と取り引き価格の引き上げにむけて、関係機関（JA ならけん片桐支店、農業水産振興課、マーケティング課）と連携しながら支援していく。

活動体制

