

2012年4月11日発行ラインナップ

- ・農産物は「新鮮」「低価格」「地元産」
- ・コメの消費動向、購入先の推移
- ・山菜の毒に注意！

# 農産物は「新鮮」・「低価格」・「地元産」

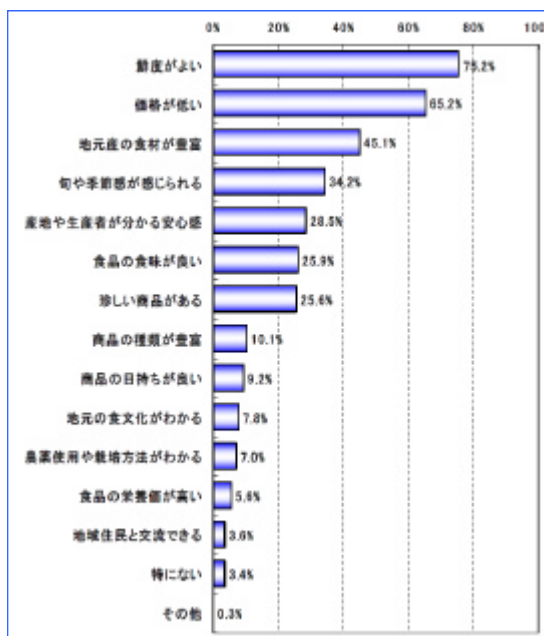
## 農産物直売所に関する消費者意識調査

都市近郊の農産物直売所の駐車場は土日になると車の行列が途切れず、駐車場周辺は大渋滞になる。最近よく見かける風景である。都市部に位置する直売所や、中山間地域型直売所（農村・漁村・山村のように人口が比較的少ない地域にある直売所）も大賑いと聞く。日本公庫が農産物直売所に関する消費者意識調査結果を発表しているが、農産物直売所の魅力は、鮮度がよい 価格が低い 地元産の食材が豊富 旬や季節感が感じられる 産地や生産者が分かる安心感 食品の食味が良い 珍しい商品があるなどである。

本調査では農産物直売所を「複数農家が施設に農産物を出荷して組織的に共同で売る施設」と定義し、具体的には「周辺の農家あるいは農業生産者組織・市町村・農協・公社・第3セクター・地域活性化組織などが設置した、地元の農産物を中心に販売する有人かつ周年常設の施設」を対象としている。

調査結果のポイントは、約6割がスーパー等の他店舗と比べた割安感を求める一方、約4割が価格以外を評価していることだ。スーパー等の他店舗の商品価格と比較して、農産物直売所の商品を買うかどうかの分かれ目となる価格について、「安ければ買う」との回答が全体の6割近くを占めている。そのうち、「1割程度以上安ければ買う」との回答が25.8%、「2割程度以上安ければ買う」が22.7%を占め、1～2割程度の安さを期待している消費者が多いという結果が出ている。しかし、4割近くが同等か、高くても買うという消費者もいて、価格以外の評価をしていることが窺える。

消費者の6割強が直売所を利用したことがあり、男性より女性、若年層より高齢層の利用が目立つ。課題は、品揃えについて、都市型直売所では慢性的な商品の種類の品不足が生じていることだ。時間帯や時期により商品の種類、量の不足を指摘している。品揃えの工夫が課題となっている。地場では手に入らない農産物は、市場からの仕入が一般的だろうが、他産地との連携で品揃えをしているところもある。生産者の顔が見える農産物は、産地間の連携が必要で今後益々増えることだろう。



## コメの消費動向・購入先の推移

社団法人 米穀安定供給確保支援機構（米穀機構）から米の消費動向調査結果（平成24年2月分）が3月21日に発表された。2月の調査結果は、1人1カ月当たりの精米消費量は4,649 kg（前月比0.3%）。このうち家庭内の消費が3,166 kg（同+2.3%）と増加したが、中・外食用消費は1,483 kg（同5.4%）と落ち込みを見せている。また精米購入時の重視点としては「価格」をあげる人の割合が79.0%（同+1.9%）とトップ、続いて「産地」が51.0（同 2.7%）、「品種」が49.2%（同 2.0%）となっている。このほか精米購入・入手経路については、「スーパーマーケット」がトップで47.0%、「家族・知人などから無償で入手」が20.5%で2位、続いて「生協」が8.6%、「インターネットショップ」が8.4%となっている。（次ページ下段へ続く）

(前ページより続く)

今号では精米購入・入手経路の過去のデータを振り返ってみる。農水省は従来から調査を行っており、途中中断したり調査形式を若干変えながらも米穀機構の現在の調査に続いている。過去の調査結果を平成9年より隔年で並べ表に提示した。平成23年度は調査結果の存在する期間(6-2月)の平均を取っている。これを見ると米穀専門店が割合を減らすなかで、スーパーマーケットが一貫して割合を伸ばし、現在首位のシェアを占めているのが分かる。他にも家族などからの無償譲渡は近年減少傾向にあったものの、平成23年度では大きくシェアをあげている。震災直後、都市部の店頭で精米が払底したことが影響している。また、「その他」項目が年を追って増えているが、23年度から分類して集計されるようになった「ドラッグストア」や「インターネットショップ」などの新しい購入先が厚みを増し、消費者の購入先が多様化していることによる。

	平成9年度	平成11年度	平成13年度	平成15年度	平成17年度	平成19年度	平成21年度	平成23年度 (6-2月平均)
スーパーマーケット	24%	24%	27%	32%	32%	37%	43%	41%
農家直売	17%	19%	21%	22%	19%	17%	15%	9%
産地直売所	-	-	-	-	-	-	3%	1%
生協	13%	10%	11%	12%	12%	11%	9%	9%
米穀専門店	19%	13%	11%	7%	8%	7%	6%	3%
農協	6%	5%	5%	2%	3%	3%	2%	1%
ディスカウントストア	0%	2%	2%	3%	3%	2%	4%	4%
コンビニエンスストア	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
デパート	0%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
親兄弟から無償でもらっている	17%	24%	18%	13%	16%	14%	11%	22%
その他	2%	2%	4%	7%	7%	7%	8%	2%
ドラッグストア	-	-	-	-	-	-	-	2%
インターネットショップ	-	-	-	-	-	-	-	6%

元データ：米穀機構HP公表データ転記加工した。  
 データ出典：「食糧モニター調査」(H9-H13)、農水省「食料品消費モニター調査」(H15-H19)、「米の消費動向調査結果」(H21)  
 (9)インターネット「多様な流通における米の取引動向調査」(H21)  
 注1) 出典が異なる年裏面のデータの振幅はないが、調査形式が大きく異なるため参考として比較可能なもの並べて提示した。  
 注2) 平成9・23年度は回答方法が複数回答であるため、全体が100%になるように集計している。  
 注3) ラウンドの単位で合計と内訳が一致しない場合がある。

## 山菜の毒に注意！

テレビで山菜による食中毒事件が報道される季節になった。山菜摘みを楽しみにしていたハイカーが、春の訪れと共に豊かな自然の恵みをいただこうと山に入り事故にあう。数年前当紙でも紹介したが、山菜を摘むときは、有毒なものを見分ける知識を身につけ、明らかに食べられると確認できる食材のみを採取しよう。



トリカブトは茎に葉が交互(互生)につく。ニリンソウは地上部の茎の一方所から葉が出ている。トリカブトは、他にモミジガサ(シドケ)、ゲンノショウコ、ヨモギなどとも間違えることがあるので注意。ニリンソウも食用にするには湯がいて、プロトアネモニンという毒を抜く必要がある。チョウセンアサガオ(毒成分：アトロピン、スコポラミン)とゴボウも似ている。チョウセンアサガオの葉は互生し、葉の切れ込みがゴボウより大きい。チョウセンアサガオの根は側根と鬚根がたくさんつく。バイケイソウ(毒成分：ペラトルムアルカロイド)とオオバギボウシ：バイケイソウは葉脈が浮き出ており、並行で交わることはない。オオバギボウシの葉脈は主脈から側脈が出る。スイセン(毒成分：リコリン)には臭いはないが、ニラにはニラ臭がある。ヨウシュヤマゴボウ(毒成分：フィトラクトキシン)はモリアザミ(通称ヤマゴボウ)より根や葉が大きく、茎が太く柔らかい。ドクゼリ(毒成分：チクトキシン)はワサビに似た太い根で、節があるのに対し、セリは糸のような細い根である。ハシリドコロ(毒成分：アトロピン等)はごつごつした太い根であるが、フキノトウは白い根が横にのびている。スズラン(毒)の葉は厚めで光沢がある。ギョウジャニンニクはニンニク臭がある。ヒガンバナ(毒)は、ニラ臭はないが、ノビルはニラ臭がある。(山形県衛生研究所の資料より)

東京の桜は満開を迎え、いよいよ桜吹雪が始まる頃になりました。日本人は本当に桜が好きですね。「花は桜木、人は武士」という言葉が表す様に、“潔い散り際”が日本人の心を掴むんだと思います。散りゆく桜を見て、春が過ぎるのを寂しく思いますか？来る初夏を楽しみに思いますか？

編集局長：小田原次洋 アシスタント：助川

電話：03-5275-5511/E-mail：macjournal@mcagri.co.jp URL http://www.mcagri.jp