

岩手県における「わい化葉取らずふじ」の販売方策

葉取らずふじは、ふじを基幹とする大規模経営体において、自家労力の軽減が必要な場合に導入します。導入の際、単収及び生食向け製品率が低下するので、隙間の販路開拓（ニッチャー戦略）を行い、試食や小売販売で消費者の認知度向上を図る等の販売方策が必要です。

経営体の位置づけ及び販売方策の必要性

項目	生産段階	流通段階
メリット	着色管理作業が軽減（10a当 47時間）	高糖度の出現率が高い（15度以上が60%）
デメリット	好適樹相が弱樹相のため、単収・生食向け製品率が低下（通常ふじの80%程度）	通常ふじより見た目が劣る（葉陰有り）



導入経営体の位置づけ

ふじを基幹とする大規模経営体において、自家労力の軽減が必要な場合に導入

販売方策の必要性

高糖度を生かした差別化販売が可能で、産地ブランドの確保
・維持に効果有
見た目の悪さ、経営体の販売量低下を極力補う方策が必要

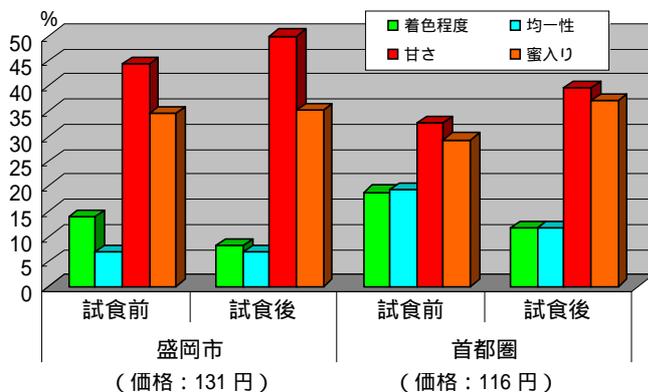
販売方策

表 小売店における県内産葉取らずふじの販売状況

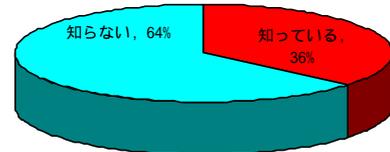
葉取らずふじの販売実績のない小売店の探索 = ニッチャー戦略が必要

小売店	県内2社	県外2社
産地		
販売用途	ギフト	ギフト、小売(ギフトの残り物)
販売基準	・糖度：通常品より1度高い ・着色：赤色の濃い物 ・均一性：こだわらない	・糖度、蜜入り、着色：同左 ・均一性：ムラ1.5cm以内（15年産から厳しく設定）
取扱数量(15年産)	約38,000kg	約20,000kg
産地のふじの出荷量に対する割合	4%	3.2%
販売単価(15年産)	377円/kg（産地のレギュラーふじ平均421円/kg）	263円/kg（産地のレギュラーふじ201円/kg）
レギュラー品との価格差	過去5年間ほぼ一定	過去5年間どんどん小さくなっている
ふじのPB商品（同出荷時期）	葉取らず以外のPB商品はなし。以前、産地の葉取らずふじを取り扱っていたが、産地との品質の違いが生じ、その理由を消費者に説明できなかったため、現在は産地の物だけ取り扱っている	葉取らずふじの他、同産地の見た目にも味にもこだわりの商品を取り扱っている *葉取らず以外のPB商品：数量約27,000kg、単価約590円 価格差は過去5年ほぼ一定

消費者の求める重要度と希望購買価格



消費者の認知度



消費者の購買用途

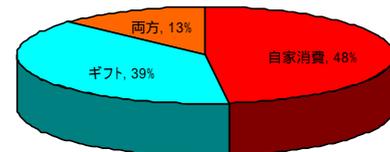


図 葉取らずふじに関する消費者評価

盛岡市近郊は消費拡大が期待できる（リンゴ消費量の多い他地域も配慮）

試食PRが効果的

認知度向上のため、自家消費に対応した小売販売も必要