

産直白書 2025年版



農業に
情熱を

Passion for Agriculture



株式会社農業総合研究所
Nousouken Corporation

目次

- ご挨拶
- 冬季（25年1月～25年2月）
 - じゃがいも（1月） 「北海道十勝産じゃがいも」は小玉傾向
 - ほうれん草（2月） ほうれん草の市場価格、この冬は昨年比およそ3割上昇
- 春季（3月～5月）
 - ミニトマト（5月） 野菜高騰でも“おいしさ”で選ばれるミニトマトが躍進
- 夏季（6月～8月）
 - なす（6月） ナスの価格は2年で16%上昇
 - とうもろこし（7月） とうもろこしの収穫が最盛期
 - いちじく（8月） 夏のイチジク、少雨で甘味濃厚 品質良好で“当たり年”
- 秋季（9月～11月）
 - しいたけ（10月） 秋の生しいたけ、まもなく旬入り 価格は安定
 - りんご（10月） 国産りんご、例年並みの作柄で安定
 - 深谷ねぎ（12月） 深谷ねぎ、猛暑・干ばつ影響下でも価格は安定
- 番外編
 - 日本の野菜市場2.3兆円の中で進む“ブランド化”（8月）
「できればシリーズ」が関東エリアで拡大中 直近1年間の累計販売額は約1億円に成長
- 調査に協力いただいた生産者の皆様

※「産直白書 2025年版」は、過去に発行したプレスリリースをもとに、読み物として再編集したものです。時制などは基本的に当時のままとしています。

ご挨拶

拝啓 時下ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

本年も「産直白書」2025年版をお手にとっていただき、誠にありがとうございます。昨年に続き、独自の視点で旬の農産物をまとめた総集編としてお届けするにあたり、2025年の農業を取り巻く環境と、私たちが考える2026年以降の展望について、ご紹介させていただきます。

猛暑・生育不良・価格高騰……。厳しい環境の中に見えた変化

まず2025年を振り返ると、まずは、生産面から。生産現場では「命に関わる暑さ」と言われるほど、例年に増して記録的な猛暑となりました。

高温障害によるトマト、たまねぎの不作、にんじんの不良品率の上昇など、主要な野菜への影響は甚大でした。台風が少なく、降雨量も平年に比べて劇的に少なかったことから、生産者の皆様にとっては暑さだけでなく乾燥という2つの課題への対応が求められました。生産の難しさがより高まった1年だったといえると思います。

野菜の価格高騰も、社会の大きな関心事でした。その代表格は、備蓄米の放出も行われた「令和の米不足」ですが、年初から野菜の相場が軒並み高止まりし、需給の難しさが改めて浮き彫りになりました。価格は夏を超えてその後落ち着きつつありますが、事態の根本的な收拾には程遠く、農業全体を取り巻く不確実性はむしろ高まっています。生活者にとって日々の暮らしの根幹である食料に対する危機意識は、依然として高いままです。

農産品の価格は、当社は他業界に比べて安定性、そしてコストを織り込んだ価格上昇がまだまだ不十分だと考えています。本格的なインフレ時代を迎えるなか、農業にとって納得度の高い「適正価格」をどう設定し、どう消費者と合意形成するかは、社会にとっても当社にとっても大きなテーマであるといえます。

生産者と向き合い、「寄り添う」を形にした一年

当社が2025年に力を入れたのが、生産者の方々と直接向き合う場づくりです。千葉・長野・和歌山・兵庫で開催した「生産者大会」では、現場の課題や不安、挑戦の声を直接伺いました。数字だけでは見えない現場の実感に触れ、「生産者に寄り添う」という私たちの原点を再確認した一年でもあります。

株主還元や優待制度の創設を通じて、マーケットからの期待がこれまで以上に高まったことも印象的でした。とりわけ、優待品として和歌山のみかんを採用したことには大きな反響がありました。このみかん生産者は、当社がまだ創業前で及川が青果店の経営をしていた頃から支えてくださった、生産者との原点ともいえる存在です。

地域に根ざした生産者の挑戦を、株主の皆さまとともに未来へつなぐ。その象徴としての優待であり、私たちが目指す「生産者に寄り添う」「持続可能な農業」の姿を示す取り組みでもあります。

農家の減少や跡継ぎの問題は、もはや全国的な構造課題です。一方で、規模拡大や企業との協業など、前向きな動きも増えています。農地の集積や、元気な生産者・若手が挑戦できる環境づくりは、持続可能な農業の未来に欠かせません。

当社は、生産・流通・販売・消費を一体で捉え、"生産者が公平に競争できる環境"をプラットフォームとして整えていきます。

「AI需要予測」と「レベニューシェア方式」の展開

2025年は、事業面の基盤整備が大きく進展した一年でもありました。NTTアグリテクノロジー社・クボタ社との連携が前進し、AI需要予測の実証では、現場の長年の経験や勘に依存していた需給調整を「再現性のあるロジック」へと一歩進めることができました。実店舗でのトライアルを通じ、需給最適化の手応えが明確に得られています。

同時に、レベニューシェア方式（産直委託モデル）は小売・市場・JAをはじめとした既存プレイヤーからの期待も高まり、2026年に向けていよいよ"新しい流通モデル"として本格的に動き始めています。

私たちが掲げる「豊作貧乏をなくしたい」という想いを実現するためには、需給の見える化と適正価格の形成が不可欠です。これらの取り組みはその基盤となるものです。

「豊作貧乏」をなくすために。中期経営計画2年目へ

2026年は中期経営計画の2年目にあたり、「農業を産業化・構造改革・流通革命を実践する」という当社の原点であるテーマにさらに踏み込みます。

生産者が自由に出荷できる「農家の直売所」事業の拡大、AI需要予測の実装範囲拡大、レベニューシェアモデルへの本格移行など、需給バランスの改善と安定価格の実現に向けた取り組みを強化します。

農産物は生活を支えるインフラです。気候変動が進み、不確実性が増す中でも、生産者が未来へ挑戦できる持続可能な農業を実現すること。そのために、私たちはこれからも生産者・市場・小売とともに、最適な流通の形をつくっていきたいと考えています。

皆様のご健勝とご発展を心よりお祈り申し上げ、挨拶とさせていただきます。

敬具

株式会社農業総合研究所

代表取締役会長CEO 及川 智正

代表取締役社長 堀内 寛



冬季（1月～2月）

じゃがいも

2025年1月



今年10月の北海道産じゃがいもの取扱量を調べたところ、前年比66.5%と、3分の2近くに減少しています。ただし北海道産じゃがいもの価格は、前年比96.8%とほとんど変化していませんでした。また、じゃがいもは例年に比べ小玉となっています。

このように秋は、収穫量が減少したものの、価格は安定していたのですが、全国的に価格は上昇し12月は昨年より10.9%価格が上昇しています。

北海道産取扱量の減少の理由

北海道産じゃがいもの取扱量が大幅に減少した原因は、生育期にあたる6、7月の降雨量の減少によって、土壌の水分が不足。根が十分に水を吸収できなく、じゃがいものサイズが小さくなったため、北海道産じゃがいもの取扱量が大幅に減少しました。北海道産じゃがいもの主要産地である十勝地方の降水量は、気象庁の発表によりますと、6月が前年比57.0%、7月も85.8%に留まりました。この干ばつ状況によって、じゃがいもが育ちにくなり、結果、小玉傾向となってしまったのです。

この間、価格は変わっておらず、収穫量が減少しています。つまり、肥料や人件費などの費用の値上がりも続くなかで、北海道のじゃがいも生産者が厳しい状況に置かれていることが改めて浮き彫りとなった格好です。

こうした状況にあっても、ブランディングによって、じゃがいもの付加価値を高め、売上を伸ばしている生産者もいます。それが今回の調査に協力いただいた、十勝平野にある芽室町の生産者集団・なまら十勝野です。

じゃがいも ブランディング紹介

「できればシリーズ」は、農業総合研究所が生産者に取材した情報を元に、「煮る」「揚げる」「蒸す」といったじゃがいもの調理法を鍋などのイラストと共に楽しく伝えるシリーズです。

生活者がスーパーでじゃがいもを選ぶ時に悩んでいることは「じゃがいもの品種名だけ書いてあってもどんな料理におすすめなのかわからない」という点です。この悩みを解決するため、「できればシリーズ」は生まれました。

これまでの「できればシリーズ」を「できればシリーズ：ベーシック」に、なまら十勝野が生産している希少品種や特徴ある品種（越冬など）のアップパーラインを「できればシリーズ：プレミアム」として新登場しました。

生活者におすすめの調理法にプラスして品種の特徴を伝え、お悩み解決と共に『知って、選ぶ楽しさ』を提供します。

天候や悪条件に左右されずに売上を伸ばしていく なまら十勝野の取り組みは、北海道生産者のひとつのロールモデルとなっています。



調査期間：2024年10月1日～2024年12月31日
調査方法：当社が全国2,000店舗以上のスーパーマーケットで展開する「農家の直売所」、及び産直卸でのじゃがいもの販売データ、及び、スーパーマーケット担当者や生産者への当社の担当者が直接のヒアリングを基に導出

ほうれん草

2025年2月



ほうれん草の1月の価格は、昨年と比べて26.5%上昇しました。直近の値動きは落ち着きつつありますが、依然として高値が続いています。

背景には、供給量の減少があります。この理由を、埼玉県嵐山町のほうれん草農家・愛澤健雄さんに聞きました。

愛澤さんによれば、この供給量の減少の原因には、資材費の高騰と、ほうれん草農家の減少があるといます。化成肥料の価格が急激に上昇し、数年前と比較し2倍以上に上昇しました。ビニールハウスのフィルムは、数年前は1枚7~8万円でしたが、これも現在は2倍以上へと高騰しました。

こうした資材費高騰に伴う採算性の変化を受け、愛澤さんの周囲では大規模に生産していたほうれん草農家の撤退が相次ぎました。

2025年1月は例年と比べ強い寒気が流れ込み、雪が降るなど厳しい寒さの地域が多く、日照時間が短いこともあり、ほうれん草の生育が鈍くなり出荷量が減少しました。

2月後半以降は日差しが回復し、気温も上がっていくため、これまで耐えていたほうれん草が一気に育つ状況下となり、冬のほうれん草は、2月後半から3月にかけて収穫・出荷のピークを迎えます。市場価格は徐々に落ち着いていく見通しです。

ほうれん草は地域ごとに栽培条件が異なり、味も異なります。ほうれん草は寒さにさらされると、凍結を防ぐために糖分を蓄積する仕組みがあることから、糖度が増し、甘みが強くなります。特に標高の高い地域で収穫されたほうれん草は甘みが強い傾向が高まる見込みです。



愛澤健雄氏（埼玉県比企郡嵐山町）

調査期間：2024年12月1日～2025年1月31日

調査方法：当社が全国2,000店舗以上のスーパーマーケットで展開する「農家の直売所」、及び産直卸でのほうれん草の販売データ、及び、スーパーマーケット担当者や生産者への当社の担当者が直接のヒアリングを基に導出

春季（3月～5月）

ミニトマト

2025年5月



長引く物価高の影響で、この冬は野菜価格の高騰が社会的な関心事となりました。特に露地栽培中心の葉物野菜は、寒暖差や天候不順による供給不安と物流コストの上昇が重なり、値上がりが顕著です。

価格の安定性が比較的高いミニトマトも例外ではなく、「農家の直売所」のデータによるとミニトマトの出荷平均額は2024年1～2月の約198円に対し、2025年は約230円と、前年同期比で約15%上昇しています。

味で選ばれる時代の、和歌山産「こくつよ みにとまと」

そんな中、濃厚な旨みで勝負するブランドミニトマトが登場しています。

ブランド名は、「こくつよ みにとまと」。

名前の通り、「コクが強い」味わいが最大の特徴。ゼリー質が少なく果肉がしっかりしていて、噛んだ瞬間に口の中いっぱいに濃厚なうまみが広がります。皮も薄く、子どもがパクパク食べるという声が多いのも納得です。

2024年の販売開始以来、関西圏のデパートを中心に人気が広がっています。

この「こくつよ みにとまと」を生産しているのは、和歌山県の榎本勇一さん（榎本農園／ミニトマト生産歴25年）と原出幸典さん（農園ひだか／同20年）。二人とも長年ミニトマトの生産に携わってきたベテランです。和歌山という土地の気候や日照時間を活かして、味にこだわったトマトを育て続けています。

「こくつよ みにとまと」の付加価値

農業総合研究所の出荷データによると、一般的なミニトマトの販売価格と比較し、「こくつよ みにとまと」は、1.3から1.7倍程度の金額で販売されています。この価格帯でありながら、リピーターが増えていることから、味の満足度やブランドへの信頼感が消費者に浸透していることがうかがえます。

「こくつよ みにとまと」の出荷期間は、基本的に10月から翌年6月までですが、夏作がうまくいけば通年で出荷も可能、という特性をもちます。人件費や資材費の高騰が続く中、通年出荷が実現すれば、設備や人材を年間を通して効率的に活用できることから、収益機会の安定化につながるとして期待が高まっています。

さらに、近年の健康志向や「本当においしいものを少しでも食べたい」という消費者ニーズの変化は、「こくつよ みにとまと」のようなブランドミニトマトにとって追い風でもあります。

ミニトマトに限らず、多くの商品が高付加価値化を目指す時代へと進む中で、その象徴といえる存在です。



左：原出 幸典氏（農園ひだか） 右：榎本 勇一氏（榎本農園）

調査期間：2024年1月1日～2025年2月28日

調査方法：当社が全国2,000店舗以上のスーパーマーケットで展開する「農家の直売所」、及び産直卸での販売データ、及び、スーパーマーケット担当者や生産者への当社の担当者が直接のヒアリングを基に導出

夏季（6月～8月）

ナス

2025年6月



ナスの価格は昨年比で約 6%、一昨年比で約 16% アップ

「農家の直売所」販売データによると、2025 年のナスの平均出荷価格は、1 月から 3 月にかけて 250 円超と過去最高値水準を維持しました。2025 年 5 月の平均出荷価格（211 円）は、2024 年 5 月（200 円）比で約 6%、2023 年 5 月（181 円）比では約 16% の上昇となっています。

この背景を、愛知県豊橋市で三代続くナス農家「小清水農園」のオーナー、小清水光さんは「猛暑による収量の減少や資材価格の高騰が、価格の上昇に影響している」と語ります。

今年のナスの見通しは例年通り。暑さ対策とコスト高騰への対応がカギ

日本気象協会の予測では、観測史上 1 位タイの高温となった 2024 年に続き、2025 年の夏も全国的な猛暑が見込まれています。生産者によれば今年のナスの生育状況や収量はおおむね例年並みの予測ですが、日中のビニールハウス内の温度は 45 度を超えることもあり、高温への対策は例年以上に力を入れるといいます。高温環境下では野菜の成長は止まり、実が変色したり実の締まりが悪くなるといった品質低下、樹勢が弱く秋の収量が減少、といった悪影響があるといいます。

高温対策として、ハウス内の温度を抑えるため、日光を遮蔽する「遮光材」を導入する生産者も。こうした資材費や、光熱費、肥料代、人件費といった各コストは数年前と比較し 2~4 倍にのぼります。これらのコストは上昇分を十分に吸収できているとは言い難い状況です。

こうした厳しい情勢の中で、前出の小清水農園は高品質による差別化で、経営の安定を図っています。主力商品は、黒ナスの「とげなし輝楽」と、白ナスの「とろ〜り旨なす®」2 種類。

とげなし輝楽は、他の黒ナスと比べて甘みが強く、皮がやわらかく、つやはりが非常によいのが特徴。「一般家庭だけでなく、特にプロの料理人にも好まれている」と小清水さんは語ります。

一方、とろ〜り旨なす®は肉厚でとろりとした食感が他のナスとは異なると人気で、調理の幅が広がることが特徴。2 種類ともに地元の東海地方だけでなく、百貨店をはじめとした首都圏での取り扱いも広がっています。

※「とろ〜り旨なす」は、有限会社トキタマネジメントサービスの商標です。

小清水農園では味のこだわりに加え、収穫から輸送までスポンジ付きのコンテナを使用し傷がつかないよう見た目にもこだわります。

独自の工夫を通じて商品価値を高めることで、猛暑とコスト高騰へ対応する農家の工夫が実を結び始めています。



小清水農園の皆様（愛知県豊橋市）

調査期間：2023年4月1日～2025年5月31日

調査方法：当社が全国2,000店舗以上のスーパーマーケットで展開する「農家の直売所」、及び産直卸での販売データ、及び、スーパーマーケット担当者や生産者への当社の担当者が直接のヒアリングを基に導出

とうもろこし

2025年7月



「朝採れ」が美味しさの決め手。夜に蓄えた糖を、日中に消費される前に収穫

埼玉県深谷市でとうもろこしを中心に生産する「ファーム 326」の岡田満さんは、甘みの強い品種「ミルフィーユ」を主力に生産しています。

とうもろこしにはさまざまな甘味系品種が存在します。ファーム 326 が生産するミルフィーユ以外にも、「味来（みらい）」「ゴールドラッシュ」などが近年人気のある品種です。

味来は皮がやわらかく、生で食べられる甘味系品種として人気がありますが、日持ちが短く、収穫後の流通・販売タイミングに制約があります。ゴールドラッシュは粒の揃いが良く栽培もしやすいものの、1株あたりの収穫本数は1本に限られるため、収量を重視する生産者にとっては物足りなさもあります。

これに対してミルフィーユは、高い糖度で甘さにコクがあり、フルーティな香りをもつ、黄色と白色の粒のコントラストが美しい、おいしさと見た目の特徴のある人気品種です。ひと房が比較的大きく、1株から2本の収穫も可能です。

そうしたミルフィーユの特徴を最大限に活かすため、「ファーム 326」の岡田満さんのとうもろこしの収穫は、朝3時に始まります。その理由は明快で「朝のとうもろこしが、いちばん甘い」からです。

とうもろこしは日中の光合成で得たエネルギーを、夜間に糖（主にショ糖）へと変え、実のなかに蓄えます。朝の段階では、これらの糖がまだ消費されておらず、最も甘みが強い状態にあります。日が昇り気温が上がると、とうもろこし自身が糖を消費しはじめ、甘みが減ってしまうのです。

さらに、とうもろこしに多く含まれるデンプンは、収穫後も酵素の働きで糖に変わったり、逆に糖がデンプンに戻ったりするため、収穫のタイミングと保存環境が味を左右します。近年は猛暑で、「収穫後に車に積んでいると、収穫後間もない午前中でも高温で傷んでしまう」（岡田さん）ため、収穫から出荷までの時間を極力短く保つ工夫も欠かしません。

全国的に人気が高まる「朝採れ」とうもろこし。その中でも、味と見た目を兼ね備えたミルフィーユは、本格シーズンを迎え、今年も注目の一品になりそうです。

価格は2023年比で20%超の上昇

全国の「農家の直売所」での販売データによると、2025年のとうもろこしの平均出荷価格（6月時点）は333円となり、前年同月比で約10%、2023年比では約21%の上昇となりました。

2023年：276円

2024年：303円（前年比+9.7%）

2025年：333円（前年比+10%、2023年比+20.6%）

※1袋あたり2～3本

価格上昇の背景には、資材価格の高騰に加え、春先の乾燥による発芽率の低下といった気象の影響がありました。しかし、直近生育状況は順調で、供給も潤沢です。



ファーム 326 岡田満氏（埼玉県深谷市）

調査期間：2023年4月1日～2025年5月31日

調査方法：当社が全国2,000店舗以上のスーパーマーケットで展開する「農家の直売所」、及び産直卸での販売データ、及び、スーパーマーケット担当者や生産者への当社の担当者が直接のヒアリングを基に導出

いちじく

2025年8月



少雨で味が凝縮、価格は2年で2割近く上昇し過去最高水準

2025年は西日本を中心に少雨傾向が続き、イチジクの実割れや病気のリスクが抑えられました。和歌山県紀の川市の生産者・林大輔さんは「水分過多にならず、味がしっかりとのった実が採れている」と話します。

販売データでは、平均単価は2023年8月：411円→2024年8月：442円→2025年8月：489円と、この3年間で着実に上昇。2年間でほぼ2割近い上昇となり、過去最高水準を記録しました。

広く生産される代表的品種「柘井ドーフィン」

林さんが生産するのは、国内で広く栽培され流通量も多い代表的な品種「柘井ドーフィン」。栽培方法が確立され、安定した品質と収量が見込めることから、産地や市場にとっても重要な存在です。ビオレソリエスやビオレドーフィンなど高糖度品種の人気もあるなかで、林さんは「安定した供給ができる柘井ドーフィン一本に絞り、生活者に毎年同じ品質を届けたい」と語ります。

安定供給を支える日々の仕事

林さんの農園では、200本の木を家族で管理し、早朝に収穫、午前中には出荷を完了します。適切な肥料と水やりで樹勢を維持し、猛暑や乾燥に対応しています。輸送費や資材費はこの10年で約1.5倍に増加し、コスト負担は重くなっていますが、それでも工夫を重ね、安定した品質を消費者に届け続けています。

今年は“当たり年”のイチジクに

和歌山では出荷が本格化し、今年は甘味の濃いイチジクが豊作予想。2025年のイチジクは、産地・市場・生活者それぞれにとって満足度の高い“当たり年”となりそうです。柘井ドーフィンを中心とした安定供給体制に加え、輸送や資材コストの高騰を吸収しつつ品質を守る生産努力が、イチジクを日常の果物として支えています。



よけそ農園 林 大輔 氏（和歌山県紀の川市）

調査期間：2023 年 6 月 1 日～2025 年 8 月 10 日

調査方法：当社が全国 2,000 店舗以上のスーパーマーケットで展開する「農家の直売所」、及び産直卸での販売データ、及び、スーパーマーケット担当者や生産者への当社の担当者が直接のヒアリングを基に導出

秋季（9月～11月）

しいたけ

2025年10月



生しいたけは春と秋が旬とされ、なかでも秋は「秋子」と呼ばれ、肉厚で香りが高いのが特徴です。鍋物需要も重なるこの時期は、年間でもっとも消費が伸びる季節です。

生しいたけの人気と価格は安定

当社の販売データによると、直近 2025 年 9 月の生しいたけ（菌床栽培）の平均価格は 223 円と、同月比で 2024 年（240 円）からは約 7% 減少、2023 年（219 円）からは約 2% 上昇しました。猛暑や物流・資材など各種コスト高の影響で、キャベツ、にんじん、ブロッコリーなどの主要な野菜価格が前年比で 10～20% 超の急騰を経験したのとは対照的に、価格変動が小さいのが特徴です。これは菌床栽培による周年供給体制や、ギフト需要や近年の「肉厚・大玉志向」の定着で底堅い消費に支えられている結果と考えられます。

生産者数・生産量は減少も、特色あるブランドは増加

国内の食用きのこ生産量は 2011 年を境に減少傾向にあり、2023 年は前年比 5.1% 減の約 43.6 万トン。生しいたけも同 6.5% 減の約 6 万 3 千トンにとどまりました。生産者数も 2000 年の 8.6 万戸から 2022 年には 2.3 万戸まで減少し、そのうち原木しいたけ農家は 1.2 万戸にまで縮小しています。

（※）

そんななか、しいたけは近年、単なる煮物やだし用途を超え、ステーキ、バーガー、丼もので「メインディッシュ」として楽しむ新しい食べ方が注目されています。

和歌山・龍神村に拠点を置く龍神マッシュは、2008 年創業。現在 24 棟のハウスで菌床栽培を行い、年間約 5,000 キロの生しいたけを出荷しています。10～15 センチに達する大型の生しいたけは、消費者の「肉厚・大玉志向」とマッチし、ギフト需要や専門店、道の駅などで高い需要があります。

この肉厚しいたけは、地域の名物として定着しています。肉厚で旨味が凝縮し、まるで柔らかいお肉のようだと評されることから、バターで焼き上げたステーキ、しいたけフライを挟んだバーガー、しいたけ丼など、多くの新メニューが開発されています。

特色ある肉厚しいたけを核にした取り組みは、全国的にも広がりを見せています。徳島県神山町の「神山しいたけ」、新潟県南魚沼市の「八色しいたけ」は地域ブランドとして定着しています。

※日経 COMPASS https://www.nikkei.com/compass/industry_s/0311

これらのブランドはいずれも、縮小傾向にあるしいたけ市場のなかで確かな存在感を築いている点で共通しています。地域発の肉厚しいたけの存在感が、市場の縮小を補う形で確実に広がっています。

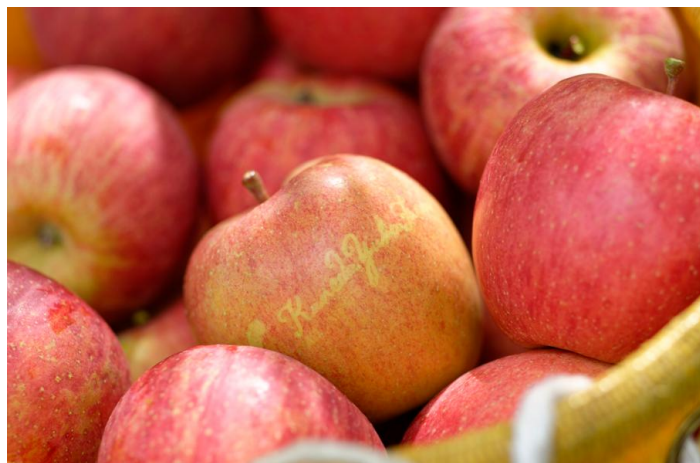


調査期間：2023年6月～2025年9月

調査方法：当社が全国2,000店舗以上のスーパーマーケットで展開する「農家の直売所」、及び産直卸での販売データ、及び、スーパーマーケット担当者や生産者への当社の担当者が直接のヒアリングを基に導出

りんご

2025年10月



2025 年のりんご市場は、例年通り 8 月頃から徐々に出荷が本格化しつつあり、猛暑や資材価格の高騰といった逆風が続くなかでも、堅調な推移を見せています。

国産りんごの平均単価※は、2023 年：387 円 → 2025 年：531 円へと約 37% 上昇

当社のデータによると、「農家の直売所」での8月から12月にかけての出荷数量は、2023年の約 16.8 万件から 2024 年には約 18.0 万件へと増加しました。出荷額合計も 6,600 万円から 8,600 万円へと伸び、数量・金額とも拡大傾向にあります。さらに平均単価は 2023 年の 387 円から 2024 年には 453 円へと上昇し、直近の 2025 年データでは 531 円（9 月 30 日時点）と、2023 年比で約 37%、2024 年比でも 17% の伸びを示しました。

※商品 1 単位（袋・個など）あたりの平均販売価格

一方で、輸入りんごの存在感も年々高まっています。2025 年は米国やニュージーランドなどからの輸入量が過去最高を更新し、7 月時点で初めて 1 万トンを突破しました。通年で安定供給できること、価格が比較的手頃であることから、低価格帯を輸入りんごが支える構図が定着しつつあります。

国産りんごが旬の秋冬中心であるのに対し、輸入りんごは春夏にも安定して流通するため、年間を通じてりんごを購入できる市場環境が整ってきました。こうした動きは、国産りんごにとって競合であると同時に、消費拡大の一端を担う存在でもあります。

そのなかで、国産りんごは「なぜ選ばれるのか」を改めて伝える段階に入っています。品質や味わいに加え、生産者の思いや地域の特徴を通じて価値をきちんと届けることが求められています。

福島県会津地方の「あいづ農園（かねだ）」と「かねだゆか農園」は、そうした流れを体現する生産者のひとつです。会津は昼夜の寒暖差が大きく、りんごの味わいに深みを与える土地柄として知られます。今年も大きさ・色づきともに例年並みの安定した作柄で、品質は高水準を維持しました。

特徴的なのは販売のあり方で、首都圏のマルシェに年5～6回出店し、消費者に直接語りかける姿勢を大切にしている点です。品質管理の都合上、生の国産りんごの販売機会は限られていますが、そこで商品を手にした人がファンとなり、その後も継続的に注文につながる関係づくりにつながっていることが強みとなっています。ジュースやジャムといった加工品も、生の国産りんごを知ってもらう入口として位置づけられています。

こうした個々の取り組みは、全国的に広がるブランド化の潮流の一端でもあります。青森の「葉とらずりんご」は食味を重視した栽培法として浸透し、福島・郡山の「郡山ブランド野菜」は地域名を前面に打ち出して高付加価値化を進めています。いずれの事例も「なぜこの産地を選ぶのか」を伝える工夫が成果につながっており、国産りんごにおいても避けて通れないテーマとなりつつあります。



あいづ農園／かねだゆか農園 金田 佑加 氏（福島県大沼郡会津美里町）

調査期間：2023年8月～2025年9月

調査方法：当社が全国2,000店舗以上のスーパーマーケットで展開する「農家の直売所」、及び産直卸での販売データ、及び、スーパーマーケット担当者や生産者への当社の担当者が直接のヒアリングを基に導出

深谷ねぎ

2025年12月



白ねぎの平均価格は安定推移、出荷件数はやや減少も需要は安定

当社のデータによると、「農家の直売所」での白ねぎの11月の平均価格は

- ・2024年11月：192.55円

- ・2025年11月：189.91円

とほぼ横ばいで推移しています。

8月～11月の期間では、2022年から2025年にかけて平均価格が170円台から190円台へと緩やかに上昇傾向にあり、安定した需要が続いています。年末の鍋シーズンに向け、例年並みの価格帯で店頭に並ぶ見通しです。

出荷件数で見ると、2022年8月～11月の合計約230万件から、2024年同期には約201万件、2025年同期（11月18日まで）は約206万件と推移。

猛暑や干ばつの影響で生育が遅れたこともあってか、出荷件数はやや減少傾向で推移していますが、価格面では需要の安定が確認できます。

2025年は記録的な猛暑と干ばつで生育に影響

2025年の深谷ねぎは、記録的な猛暑と干ばつに見舞われました。特に7月～9月はほとんど雨が降らず、高温が続いたため、多くの生産地で生育が遅れる結果となりました。

一方で、雨が少なかったことで過湿による「根の酸欠（根坊主）」が抑えられました。「根が残った」ことがその後の苗の調子を回復させ、例年よりも肥料や水分を吸収できる期間が長くなるという副次的な効果も見られました。

深谷ねぎは畑に霜が降りることで甘みが増すため、12月にかけての気温の下がり方が食味向上のポイントになります。

深谷ねぎの生産現場では、国際情勢の影響による肥料価格の高騰（最大250%増）や、出荷工程に人手が多く必要なことから、人件費が全体コストの7割を占めるなど、経営環境は年々厳しさを増しています。

こうしたコスト増の時代に、株式会社NOKA代表 村岡さんが新たに力を入れているのが「気象会社 から中長期予報を購入する」という「情報投資」です。

「漁師が海の天気を買うのと同じ発想です。従来のような天候任せの農業では品質を守れない時代になりました。コストは増えても、正確な天気の情報を買うことで、対応判断を遅らせず、結果的にムダを減らせるんです」（村岡さん）

村岡さんは、極端な猛暑の時期を避けて植え付け時期を前後にずらす工夫をしていますが、早く植えても強い雨や雹の影響でネギが傷んだり、逆に遅く植えると出荷したいサイズに成長が追いつかない懸念があると言います。

「現在は天候が荒れており、昔は容易に作れた太いサイズのネギを、今作ることは非常に大変です」（村岡さん）

植え付け時期の調整、冠水作業のタイミング、収穫時期の見極めなど、天気を予測して先回りする管理は、猛暑・少雨が常態化する近年の作況下で「品質を守るための必要経費」になりつつあります。

「肥料や資材が高騰する中でも、品質のために天気を買う」という判断は、深谷ねぎ農家の姿勢を象徴する動きとなっています。

こうした厳しい環境下で経営を安定させるため、村岡さんは10年前にNOKAを法人化し、当社を含む取引先を自ら開拓。市場外取引による適正価格の実現と、気象データを活用した品質管理の両輪で、持続可能な生産体制を構築しています。



株式会社 NOKA 代表 村岡 輝明氏（埼玉県深谷市）

調査期間：2022年8月～2025年11月

調査方法：当社が全国2,000店舗以上のスーパーマーケットで展開する「農家の直売所」、及び産直卸での販売データ、及び、生産者へのヒアリングを基に導出

番外編

日本の野菜市場 2.3 兆円の中で進む “ブランド化”

2025年8月

日本の野菜市場は約 2.3 兆円、高付加価値化が進展

農林水産省「令和 6 年度 食料・農業・農村白書」によれば、2023 年の日本の農業総産出額は約 9.5 兆円で、そのうち野菜は約 2.3 兆円（24.5%）を占めています(※1)。こうした巨大市場において、高付加価値化・ブランド化が大きな潮流となっています。

地域ブランドや地理的表示（GI）制度を活用した農産物は、一般品と比べて大きな価格差を実現しています。夕張メロン（一般品と比較し173%高値）、関あじ（同、941%高値）といった事例は、ブランド化がもたらす経済効果を象徴しています。また、ブランド化を導入した地域では新規就農者の定着率が全国平均を大きく上回るなど、収益性向上と持続可能性の両面で成果が確認されています。（※2）

農業総合研究所がプロデュースするブランディング野菜「できればシリーズ」

こうした社会的背景のもと、当社がプロデュースするブランディング野菜の代表例が、じゃがいもを対象とした「できればシリーズ」です。

本シリーズは、生産者に取材した情報をもとに、「煮る」「揚げる」「蒸す」といった調理法をパッケージでわかりやすく伝え、消費者に「知って、選ぶ楽しさ」を提供するブランドです。

2020 年に北海道の「なまら十勝野」とともにスタートし、2022 年には「できればシリーズ」として刷新。その後、長崎・鹿児島、さらに千葉などへと産地を拡大し、関東エリアのスーパーマーケットで展開しています。ラインナップは「ベーシック」「プレミアム」「熟成」と幅広く、このような継続的なブランド育成は全国的にもまだ珍しいことから、当社を象徴する取り組みのひとつとなっています。

販売実績

「できればシリーズ」の直近1年間の売上総額は、およそ1億円。月間平均でも800万円を超える水準を維持しています。年間を通じて最も取扱が多い品目は北海道を産地とする「男爵」であり、シリーズの中核を担っています。

月間流通総額は過去最高、アライアンスも加速

さらに当社では、ブランディング野菜の拡大にとどまらず、「農家の直売所事業」にて取り扱う農産物の月間流通総額は直近（2025年7月）過去最高の13.4億円に達したほか、株式会社クボタとの連携協定や、株式会社NTTアグリテクノロジーとの共同開発商品の販売、株主優待制度の新設、人材マッチングサービス「やさいジョブ」の本格稼働など、新たな事業展開も進んでいます。

11月にはビジネスレポート Vol.10 が公開予定

レポートでは、株式上場以来約10年間の成長の軌跡を振り返るとともに、中長期計画の進捗、そして未来に向けた新たな挑戦について、代表取締役によるメッセージを中心にお届けします。

今後も事業活動を通じて社会課題の解決に貢献し、全てのステークホルダーの皆様とともに持続可能な農産物の発展を目指してまいります。本レポートの公開は当社ホームページでお知らせしますのでぜひご覧ください。

※1 農林水産省 令和6年度 食料・農業・農村白書

https://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/r6/index.html

※2 内閣府 地域課題分析レポート

<https://www5.cao.go.jp/keizai3/whitepaper.html#chiiki>



調査に協力いただいた生産者の皆様

- 株式会社なまら十勝野 谷口農場 谷口 智則氏（北海道河西郡芽室町）
- 愛澤 健雄氏（埼玉県比企郡嵐山町）
- 農園ひだか 原出 幸典氏（和歌山県御坊市）
- 榎本農園 榎本 勇一氏（和歌山県日高郡印南町）
- 小清水農園の皆様（愛知県豊橋市）
- ファーム 326 岡田満氏（埼玉県深谷市）
- よけそ農園 林 大輔 氏（和歌山県紀の川市）
- 株式会社龍神マッシュ 伊藤 委代子 氏（和歌山県田辺市龍神村）
- あいづ農園／かねだゆか農園 金田 佑加 氏（福島県大沼郡会津美里町）
- 株式会社 NOKA 代表 村岡 輝明氏（埼玉県深谷市）



株式会社農業総合研究所
Nousouken Corporation