

食料産業クラスターとの連携による生産サイドへの波及効果（宮崎県）

～ J A 日向のへべす（へべ酢）生産向上に向けた取組み～

1 地域特産品の「へべ酢」と認知向上の取組み

1.1. へべ酢生産の課題

へべ酢の一般的な利用方法は、スダチやカボスのように果汁を絞り、食材に清涼感と酸味を加えるものである。出荷時期は6月～10月でスダチやカボスと重なる。

出荷早期の生鮮品（生果）は、化粧箱に入れ高値で宮崎県内や福岡県などの市場出荷され、露地ものは1キロあたり1,500円、ハウスものは2,500円で販売されるが、出荷時期が過ぎるにつれ販売価格は下がり、平均は1キロあたり800円程度といったところだ。

また、出荷の規格毎の価格は、県内に出回るもので1キロあたり300円～400円、加工向けは100円と低いが、同地域の主要果実であるみかんに比べ高いことから、生産規模を増やすことで、地域生産者の収益向上に寄与すると期待されている。

しかしながら、へべ酢の面積は小規模で点在しており、年間の生産量は平均100トン前後となっている。

このように、へべ酢の生産においては、収益性の高さが見込まれる半面、認知度の低さが、生産者数の規模拡大を阻害し、生産量が伸びないなどの課題が見られる。

また、加工向けのへべ酢は、主にJ A日向において果汁として販売してきたが、認知度の低さは、果汁の販売量にも影響を及ぼし、販売に仕向けられず保管された在庫の積上げが、J A日向における課題になっていた。

J A日向は冷蔵倉庫を有しておらず、在庫保管は契約の倉庫を利用し、その経費負担は非常に大きかったという。

1.2. へべ酢ビッグプロジェクト

地域生産者にとっては大きな収益性が期待される果実ではあるものの、認知度の低さ、出荷早期以外の価格の低さなどから、へべ酢を対象作物とする専従農家も見られない状況であった。

日向市では、J A日向やその他関係組織と連携し、宮崎県の支援も併せ、平成17年度より、へべ酢ブランドの確立、栽培面積の拡大・産地化を目的とした「へべ酢ビッグプロジェクト」を展開してきた。

プロジェクトでは、宮崎県食品開発センターによるへべ酢の機能性検討、貯蔵期間の向上、株式会社響と連携した加工商品の開発等が進められた。



化粧箱入りへべ酢の集出荷



ネット入りで出荷されるへべ酢
化粧箱のへべ酢に比べ出荷規格は落ち、価格も安い

2 食料産業クラスターの有効活用

J A日向と連携し、へべ酢加工品の開発を担当した株式会社響は、平成17年度より農林水産省が実施した「食料産業クラスター事業」により、日向夏の加工食品を開発、また加工食品群としてのラインナップ構築や販路拡大に取組み、地域食品製造業者等と連携した成果を有していた。この経験を踏まえ、平成18年度に「へべ酢ビッグプロジェクト」において、へべ酢を対象とした同様の商品開発及び販売戦略が検討された。

これまでへべ酢の加工品は、J A日向が取組んできた果汁だけであり、認知度も向上せず、また商品としての魅力も乏しいものであった。今回の取組みでは、この果汁を中心に、果肉、果皮等も利用した多種の商品をラインナップすることで、小売での販売時に「へべ酢加工品の棚」を構成する戦略を検討することとなった。



商品化されたへべ酢加工品群

日向市内のグリーントップ（アイ SHOP JA 日向店）にて撮影

商品開発によりラインナップされたものは、「ドレッシング」、「へべ酢こしょう」、「100%しぼり果汁」、「ジャム」、「サイダー」など複数に及び、これらの商品は、株式会社響のプロデュースにより、県内の Coop、スーパー、百貨店、空港、JA 日向の直売所などで販売されることとなった。

3 新商品販売のための戦略

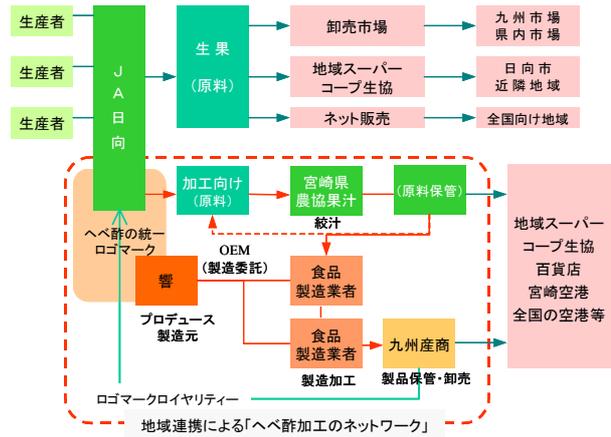
3.1. 新規開発商品の流通フロー

へべ酢の加工品原料は日向市及び門川町の生産者から JA 日向に持ち込まれる。原料は宮崎県農協果汁株式会社（宮崎県児湯郡川南町大字川南 20016-3）が絞汁し冷凍保存される。宮崎県農協果汁株式会社では、商品ラインナップのうち、へべ酢ジュースの製造を担当している。

JA 日向では保管されている原料を他の加工品向けに農協果汁から買い戻している。このことにより、これまで JA 日向で課題となっていた保管経費の軽減が可能となり、各発注に対し、適時・適量の原料供給も可能となった。

ジュース以外の加工品の製造はプロデューサーである株式会社響が担当している。実際の製造は、響から委託された県内の食品製造業者が行う。加工された商品の流通・保管は、日向市内で観光物産品の企画・販売を行う九州産商株式会社（宮崎県日向市大字日知屋 16674-5）が担当している。

そもそも、JA 日向では、多くの需要に対応するような流通段階でのストック機能を有していない。これまででは、そのリスクを負うことが経費面での負担となってきた。今回の戦略では、絞汁された加工原料や加工された商品の管理・保管は、農協果汁や九州産商が請け負う仕組みとし、JA における保管リスクを軽減することで、原料となるへべ酢の集荷と原料提供に専従することができるようになった。



新たに構築された「へべ酢加工品」の流通フロー

3.2. ロゴマークの作成と生産者への有効利用

今回のプロジェクトで開発された全ての商品には、へべ酢ロゴマークを使用し、統一ブランド化が図られている。ロゴマークは JA 日向と株式会社響の共同開発商品として商標化され、販売担当である九州産商は、製品 1 個あたり 10 円のロイヤリティーを JA 日向に支払うこととしている。

JA 日向の担当者である営農部 幸森 澄人（こうもりすみと）主任の話では、「平成 18 年度のロイヤリティー収入は 31 万円となった。ロイヤリティー収入については、講習会など農家育成を目的とした指導事業に充てたい」と話す。

4 新商品戦略による生産者サイドへの波及効果

4.1. 生産者の期待

今回の取組みについて、JA 日向のへべ酢部会長である黒木 和之さんにお話を聞いた。

「当該地域では、これまでへべ酢の生産者が少なく、主にはみかんを栽培してきた。へべ酢は、みかんに比べ平均価格が安定しており単価も高い。生産者も、へべ酢の生産価値を見直し、栽培面積を増やす農家や新たにへべ酢栽培に取り組んでみたいという人もいるようだ。ただ、新たな生産者については、新規就農者ではなく、地域の高齢者（定年退職者）が老後の余暇を利用して、自分の農地に新たにへべ酢を植える人がいるといったところである」という。

同様に新規就農について JA 日向の幸森さんに質問したところ、「今回の取組みにより、生産者は生産面積の拡大を模索するようになった。また新たに平成 20 年度からハウス栽培に着手する人も 3~4 名いる」とのお話である。

いずれにせよ、へべ酢ビッグプロジェクトや食料産業クラスターの取組みが、地域の生産者増、栽培面積の増加に寄与することとなったわけだ。



へべ酢の取組みに期待を寄せる黒木和之へべ酢部会長

取材当日には宮城テレビ放送のクルーが黒木さんの園地を取材していた。へべ酢は秋のサンマにかけて食べると非常に美味しく、宮城県でも注目とのこと。

4.2. 食料産業クラスターの波及効果

今回の取組みについては、宮崎県の食料産業クラスターのコーディネーターでもある、株式会社響の岩切社長の経験によるプロデュースが功を奏した形だ。

そこで、JA日向の幸森さんに、生産サイドの取組みと、食料産業クラスターの効果について、再びお話を聞いた。

「今回のへべ酢ビッグプロジェクトのツールとして食料産業クラスターの考え方を導入したことは、へべ酢の新商品開発において“気付き”を与えてくれた」という。

「加工品を複数開発し、商品群として市場に投入することで、商品としてのインパクトも見え、消費者から“へべ酢って何？”との問い合わせも増えるようになった。これまでは、生果としての認知度向上を目指してきたが、加工品は生果の認知度をアップさせる戦略ツールになることを教えてもらった。また、岩切社長との連携によりへべ酢だけではなく、日向夏、マンゴーとも組み合わせたクロスマーチャンドライジングも、現在の宮崎ブームとあいまって相乗効果になっている」と、今後に対する期待を大いに感じているようだ。

「生産者にとっては、自分たちがつくったへべ酢が、地域の小売店などで加工品として最終製品の形で見えるのも熱意を持つきっかけになっているようだ。しかし、生産サイドから見れば、収益性は加工品に比べ、生果の方が高い。JAとしては加工品のコマーシャル効果で生果の需要が増えるといった生鮮と加工の両輪を展開し、生産者及び栽培面積の向上が図られることが最終目標だ」と話す。

「ただ、今回の取組みを通して、まだまだ、少ないものの生産者の増加は確実となっている。食料産業クラスターの考えを組み入れたことで、当該地域における良好な食と農の連携ができた」という。



JA日向 営農部 幸森澄人（こうもりすみと）主任

担当者の笑顔が、今回のプロジェクトの成功と今後のへべ酢に対する期待の大きさを表しているようだ。

5 まとめ

平成 17 年度より始まった「食料産業クラスター」の取組みは、各地で地域素材を利活用した新商品化が進んでいる。

商品化に当たっては、地域の研究機関、自治体関係者、食品製造業者等が中心となり、「物づくりのための小さな単位（サブグループ）」を構成し、連携のもと開発に着手している。

宮崎県においては、食料産業クラスター協議会のコーディネーターを事業の現場に携わる卸売会社や製造会社が兼ねている。今回のへべ酢の取組みについては、コーディネーターである卸売会社（株式会社響）が、食料産業クラスターの取組みで得た「地域連携による物づくり」のノウハウを駆使して、新たな地域活性化の取組みに寄与したケースとなっている。

一般に新規商品開発においては、食品製造業者が主となる製造サイドの取組みが中心であるが、今回のへべ酢においては、生産サイドの課題を解決するための地域連携が展開され、食料産業クラスターをきっかけにした生産性向上のための新規加工食品開発といえる。

現状のところ、取組みの成果は加工食品を通して原料となる生鮮果実の認知向上といったものではあるが、食料産業クラスターの取組みによる生産者サイドへの波及効果を見ることができる。地域における食農連携として今後の発展が大いに期待されるところだ。

【お問い合わせ】

JA日向 営農部販売課

〒883-0033 宮崎県日向市大字塩見 11974-1

TEL 0982-52-6217 FAX 0982-53-2320

（文：社団法人食品需給研究センター 長谷川 潤一）