

ゆず加工の高付加価値化と村の売り出し戦略

高知県馬路村

調査第二部 副部長 渡部喜智

1 林業立村からゆず（柚子）の里へ

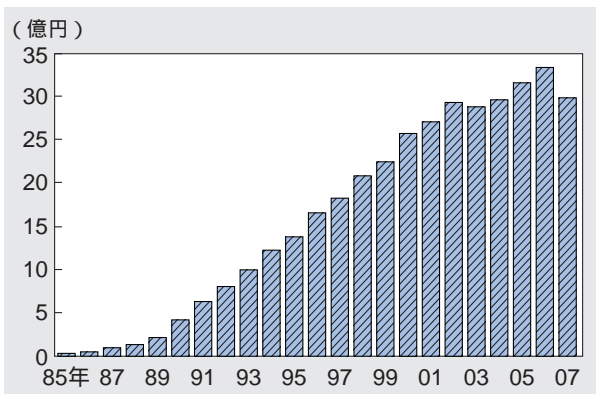
高知県東部に位置する馬路村は、黒潮打ち寄せる土佐湾を海沿いに走った後、清流・安田川沿いをさかのぼること約20km、徳島県と山岳で県境を接する人口1,100人の村である。当村の96%を山林が占め、豊かな山の恵みを有する。かつて村内の馬路地区、魚梁瀬地区に各々営林署があり、林業とそれに関する雇用が村の暮らしを支えた。しかし、全国の多くの林業地がそうであったように、材価の長期低迷は村の経済基盤を一変させた。とはいえ、耕地が狭い本村では耕種農業の振興にも限界があった。

そこでJA馬路村が目をつけたのが、古くから自家栽培されてきた「ゆず」であった。現在、様々なゆず加工品の売上げは30億円にものぼり全国的にも著名な「ゆずの里」として知られるようになった。しかし、ここまでの道のりには、現JA組合長である東谷望史氏とうたにもちあきを中心とした人々の労苦と工夫、JAと村が一体となった取組みがあった。

2 ゆず加工品を売り出す苦労と工夫

70年代に村内のゆず生産が増え、80年にはJAにゆずの集出荷・搾汁・貯蔵施設が完成した。ゆず果汁100%の「ゆず酢」のほか、「ゆず佃煮」「ゆずみそ」などの加工が始まった。大手メーカーの柑橘果汁入り醤油調味料が全国の食卓に定着するなか、86年には最大の売れ筋商品である「ポン酢しょうゆ・ゆずの村」も発売された。とはいえ、販売先の当てがあつての加工事業ではなく、販売促進が急務となった。それを託されたのが東谷氏であった。

第1図 JA馬路村のゆず加工品販売額の推移



資料 JA馬路村資料より作成

東谷氏は、百貨店などの催事に自ら荷を造り夜中に車を走らせ現地に行った。到着すると荷を解き売り場を作り、声を囁かし連日立ち尽くして売り子をした。そして1週間ほどの催事が終われば荷をまとめ帰るとい日々が年間80日以上に及ぶことが長年続いた。ただ、重労働にもかかわらず、初めは販売が伸びず経費倒れになることも多かったという。しかし、京阪神から首都圏にも催事出店先を広げ、地道な販売活動を積み上げたことが功を奏し、売上げは増え始めた。催事の大量購入者を足がかりに郵便や電話での注文による通販も始めた。ゆず加工品をギフトとしてもらった人がファンになり通販での注文が増えるという好循環も出来始めた。

そして、88年にJA馬路村は大きな飛躍の年を迎えた。「ポン酢しょうゆ・ゆずの村」が「101村物産展」で大賞を受賞するとともに、第二段ロケットというべき人気商品となった、ゆず果汁飲料「ごっくん馬路村」が商品開発の試行錯誤の末に誕生した。また、今や全村を挙げて使われている田上泰昭氏の手になるユニークなイラストが登場し、売上げ



ゆず畑で剪定の話をする久保生産部会長(右側)と林さん

が1億円を突破した年でもあった。その後、JAと村行政の連携した「村を売り出す」戦略が浸透し馬路村のゆず加工品は全国ブランドの道を駆け上がっていく。通販の利用者リストは現在35万人に達し、商品の良さを知るリピーターが売上げの中心となっている。

3 安全性を重視したゆず生産の推進

出荷価格の高い生食用のゆずには、形の良さや傷の少ないことが求められる。そのためには害虫防除は必須である。また、地力の低い土地には施肥が重要だ。このためには化学合成による農薬・除草剤や肥料を使う手があるが、JA馬路村では、「ゆずは生食用、加工原料用を問わず中身だけでなく皮まで丸ごと1個が人の口に食されるものであり、安全性が何より重要」という発想から、天然由来の農薬・肥料しか使用を認めていない。そのため、形の良いゆずが出来る比率は下がるが、安全性こそがJAのゆず加工品への消費者からの信頼性を高めるといった考えが組合員にも理解・徹底され、暑い夏場の草刈りを8~9回こなしながら、約150名の生産部会会員を中心にゆず生産が行われている。

4 次代に生産力と販売力を引き継ぐ努力

ゆずはJAの全量買取制で買取単価も高く設定されてきた。この結果、村のゆず畑面積



加工・梱包・営業が一体化した施設「ゆずの森」

は15年程度の間10ha以上増加し50ha近くになった。しかし、1戸当たり25アール程度の栽培にとどまり、兼業がほとんどで主な従事者の高齢化も進んでいる。このため、07年は需要に原料供給が追いつかず売上げ減少につながった。JAはゆず畑を造成する事業の音頭をとり、その土地での栽培を意欲ある組合員に任せる構想も進展しているが、組合員の高齢化が進行するなか、安全性の高いゆず原料の供給基盤を固めていくことは以前にも増して重要になっている。

03年の新・搾汁施設に続き、06年には加工・梱包と研究開発、販売営業などの部署が入った施設である「ゆずの森」も完成し、JAのゆず関係事業の職員・従業員は70人近くに増え、村最大の雇用の場となっている。しかし、多くはJAが上昇気流に乗ってから就職した人々であり、厳しい苦難の「創業」時代を知る人は少なくなっている。産地間競争も厳しさを増すなか、安全性をベースにした商品価値に裏打ちされたブランド力を一層高め、販売を向上させていく、いわば第二の創業の意気込みを持ち、前進をはかる人材を育てることは重要な課題だ。全村一体の協力のきずなのもとで、一層の発展を期待したい。

(わたなべ のぶとも)