

五郎島金時の商品化に向けたクラスター化

～有限会社かわにの取組み～

1 「五郎島金時」の概要

石川県金沢市に五郎島地区と呼ばれる土地がある。五郎島地区は海岸線に近い砂丘地で、スイカ、大根、サツマイモが生産されている。ここには五郎島生産組合（約50生産者）があり、彼らが生産するサツマイモは昭和59年に「五郎島金時」という名称でブランド化され、全てJA金沢で集荷後、全国に出荷されている。

有限会社かわには五郎島生産者組合の組合員であるが、平成7年から五郎島金時の規格外品の加工に取り組み、焼き芋と菓子原材料としての芋ペーストの製造を始めた。農家である河二社長は、五郎島金時が規格外でも同じようにおいしいのに、市場では安い値段で取引されているのが絶えがたいという思いから、なんとか無駄にならないように加工品の製造を始めたということであった。



さつまいも畑と有限会社かわにの河二社長

1.1. ブランド化への取組み

「五郎島金時」は地域ブランドとして確立した農作物の一つであり、栽培面積は102ha、1年間の生産量はおおよそ2,000tである。また、他の地区のサツマイモに比べて1.5倍の価格で取引され、首都圏などにも出荷し取引されるようになっていた。ここまで至るのには課題も多かったようだ。

まず、昭和60年、安定した品質の芋を生産するために、メリクロン苗の開発を石川県立大学の附属機関である生物資源工学研究所と一緒に取組み、現在ではすべての苗はメリクロン苗になっている。また、市場開拓

のために東京方面の一流百貨店へ頻繁に通い、五郎島のサツマイモのおいしさを知ってもらおうと無償で配ったりもした。五郎島のサツマイモは従来金沢で作っていたサツマイモより糖度が高く、特に焼き芋にした場合甘味が増した。理由は良くわかっていないが、海岸に近い砂丘地の土壌に関係しているのではないかと推測されている。(有)かわには五郎島生産者の中で苗のメリクロン化や中央への積極的な販売活動の先導的な役割を果たしてきた。

このような長年の努力により、五郎島金時芋のブランドが確立でき、生産者の収入も安定してきた。しかし、生産者の中にはブランド化だけでは満足できず、さらに計数管理を農業経営に取り入れ事業の近代化と時代のニーズにあった商品開発を進めなければ、いずれ苦しい経営を迫られる時が来るという危機感を持っている者もいた。彼らは自主的に勉強会を開き、農業経営や商品開発の専門家に教を請い知識とスキルをあげていった。また、彼らの熱意に共鳴し、専門家たちも手弁当で彼らの指導に当たった者がいた点は注目に値する。

1.2. 加工事業への取組み

危機感を強く抱いていた中の一人である河二社長は自分の畑で生産している芋の高付加価値化と規格外品の有効利用を考えていた。そして、勉強会などを通じて焼き芋を商品化できないか取り組むようになっていた。

生芋と違って一度焼成した芋は日持ちがしないので、長期間常温で保管（流通）しても品質に問題がないようにしなければならなかった。また、五郎島金時のブランドイメージを落さないためにも、調理（焼成）方法に工



焼き芋生産機（遠赤外線式）

夫こらし、連続式ではない小ロットバッチ式の焼成機を採用し、焼き具合をこまめに調整した。これが功を奏し、商品立ち上げ時から現在まで順調に生産を伸ばしている。

次に取り組んだのは、五郎島金時の規格外品の有効利用だった。焼き芋として販売しにくい規格外品をペーストにすることで、菓子などの原材料として無駄にすることがなくなると考えていた。

この規格外品の芋ペースト化は生産者組合の他のメンバーにとっても朗報であった。芋としては味が同じなのに、見た目や形が悪いというだけで取引金額が低くなり、生産者としては納得いかない面があった。しかし、ペースト化してしまえば、五郎島金時としての価値は維持される。

このような取組みにより河二社長のもとに五郎島地区の規格外品が集約されることになり、五郎島金時ペーストとして流通させることができるようになった。

2 安心安全への取組み

五郎島金時（焼き芋、ペースト）の商品化が進み、売り上げが伸びてくると、それにもなつて品質管理の必要性を感じるようになってきた。異物のクレームや見た目と味に対する消費者からの要望が増えた。特に食品に対する産地偽装などで特色ある食品原材料の信頼をいかに確立するかが課題となってきた。取引先からは「本当に五郎島金時なの？」と心外な言葉を投げかけられることもあった。

2.1. 安全性への取組み

食品の安全性確保は絶対条件であるが、一般的に生産者の衛生感覚は流通が求める衛生レベルとずれていることが多い。(有)かわには石川県産業創出支援機構(通称 ISICO)の専門家派遣支援事業を利用し、定期的な指導を受けた。これにより、衛生管理の手順書と品質管理の管理基準を標準化し、対外的な信用を上げていった。

2.2. 安心への取組み

食品の安心とは顧客の求める付加価値(産地、機能成分、おいしさ、栄養価など)が間違いなく享受できることを確信できたときに成立する。しかし、消費者は直接工場を訪れたりできないので、企業から提示される安心情報をよりどころに判断せざるを得ない。したがって、どれだけ、安心に関する情報を消費者に提供できるかがポイントとなってくる。河二社長はこのことをしっかり理解するとともに、その取組み手順についても五郎島生産者組合と関係する企業を巻き込んだフードチェーンでの活動でなければならないことを強調している。

具体的な取組みとして、五郎島金時というブランドをトレーサビリティシステム構築で担保できると考えて、システム開発を進めた。もちろん、自社だけでは人材面や資金面および技術面で難しいため、これに対する協力

者を探して、取組みを進めた。技術面では鳥取大学の小林教授(鳥取大学副学長)らが開発した、「一筆圃場管理システム」を応用して「五郎島金時」のトレーサビリティ管理システムに利用することで低コストの開発が可能となった。技術的な課題としては、インプットする情報として①農薬肥料および収穫量等の作暦情報、②地番整備用のデジタル化された地図である。

加工する芋にはすべて LOT 番号が付けられて倉庫管理されるため、LOT 番号をシステムに入力すれば、畑の場所や生産者名および作暦と残留農薬等の安全確認ができるようになる。つまり、(有)かわにて生産された商品は原料ペーストも含めて顧客先が保有するトレーサビリティシステム上の情報にリンクし利用できるようになる。これにより、「五郎島金時」のブランドが担保されるようになり、消費者の求める安心に応えることができるようになった。

3 クラスターの構築

(有)かわにとクラスターを構築する機関は次のようになっている。

表1に示すような機関とクラスターを構築し、自社の技術を伸ばしていった。

表1 有限会社かわにが構築するクラスター

機 関 名	役 割
(有)かわに	製造
生物資源工学研究所	リクンの技術開発(H3~7)
鳥取大学	トレーサビリティシステム(H18~19)
ISICO	衛生技術指導(H18~19)
JA 金沢	販売支援(H8~)
菓子メーカー(㈱わら他)	商品共同開発(H15~20)

4 メーカーとしての課題

(有)かわにの商品は焼き芋と芋ペーストであり、いわば農産物の1次加工品の領域を出ていない感がある。食品の素材を活かした商品はそれだけでも付加価値があるが、より加工度を高めるか、新たな販売方法を開発しなければいづれ先細りするかもしれない。

今後の展開をどうするかについても常に考えている。販売量が伸びてくると、生産性や衛生面での限界を感じるようになってきた。次に新しい工場建設について検討段階にきており、実際に ISICO に対する相談内容も技術相談から経営相談へと変わってきた。

(有)かわには生産者からメーカーへの脱皮を図る時に、外部の協力をうまく得ながらやってきた。自社にメーカーとしての力が不足している時は力のある人たちに支えられながら成長することも可能である良い事例であるように思える。河二社長を支える人たちの立場はそれ

ぞれ異なるかもしれないが、河二社長の農業を愛するひたむきさに共鳴していることは間違いないようである。農業をこよなく愛し、ともに働く五郎島の生産者の生活を守りたいという情熱は取材を通じて強く伝わってきた。今後も農業を大切にす気持ちを持ち続け、企業として農産加工品の発展に尽力されることを期待したい。

（文：有限会社食品環境研究センター 新蔵 登喜男）

*社団法人食品需給研究センター 客員研究員

