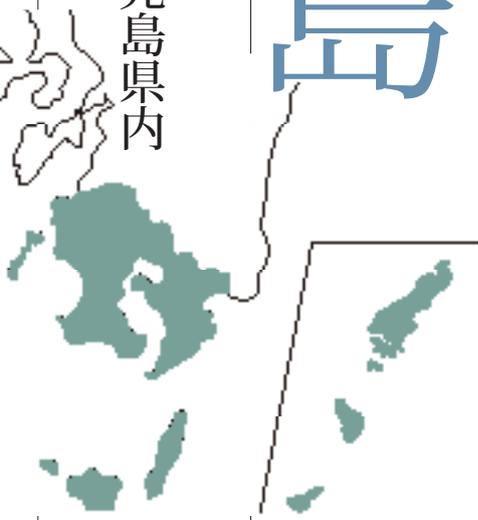


黒牛 鹿児島

鹿児島県内



新しいフェーズに入った海外の和牛市場でも、GI登録は大きな強み

鹿児島黒牛はGI登録を契機に、より一層、輸出へ力を入れています。今回は、鹿児島黒牛の海外展開を中心にGI申請への経緯と効果について、鹿児島県肉用牛振興協議会窓口である鹿児島県畜産課の松野さん、輸出担当の古殿さん、JA鹿児島県経済連流通・販売担当の下永吉さんにお話を伺いました。

飼育頭数も、品質も日本一。
次は、海外での認知度向上

松野：鹿児島県は、黒毛和種の飼育頭数が日本一で、2017年に宮城県で開催された「第11回全国和牛能力共

生産者と業者の連携が
いっそうブランド力を
高めました

鹿児島県
肉用牛振興協議会
GI事務局担当
松野愛子さん



海外では豊かな自然環境も
独自性になることに
気付かされました

鹿児島県 輸出担当
古殿誠さん



世界を舞台に Part 1
産地を笑顔に

進会」において「和牛日本一」の称号を獲得しました。「鹿児島黒牛」は、先人達が長い年月をかけて改良を重ね、その肉質は、きめ細かく柔らかく、霜降りのバランスがよいのが特徴です。

GIの登録団体である「鹿児島県肉用牛振興協議会」は、県内の行政機関、畜産関係団体からなる組織で、統一的な指導体制のもと、飼養管理技術の向上や肉用牛の改良を図ってきました。

その中で、国内外における認知度の向上と、海外市場における模倣品の排除を目的にGIに申請することとなりました。

申請にあたっては、協議会の総会においてGI制度の説明を行い、会員である県内の関係機関、団体の皆さまの御理解をいただきました。

もともと「鹿児島黒牛」でブランドとしての定義は、しっかり取り決めていたので、申請段階で困ったことはありませんでした。GIを取得することで、商品の出口である国内外市場での認知度が上がり、安定した取引が行われれば、生産者の皆さんにとってもメリットがあります。2015年頃に県内の輸出認定施設からの輸出量が増えていたことも申請の後押しになりました。



JA鹿児島県経済連
流通・販売担当
下永吉功一さん

卸の方に、小売りに方に、GIマークの表示法などを細かく伝えました



写真上 JA鹿児島県経済連で、GI制度を説明するための資料を作成。各業者の元に赴いて、営業担当の方のために勉強会を開いた
写真右 鹿児島県が和牛の飼養頭数だけでなく、品質でも日本一になったことを祝した大型パネル。県庁入り口付近に掲げられた



GI制度について知識を深めることが理解を広めること

下永吉：「鹿児島黒牛」は、多くのお取引先さまにご愛顧いただき、全国各地で取り扱われております。GIへの登録が決まったことで、これらのお取引先さまに対し「鹿児島黒牛」がGI登録産品となった旨を周知することから始めました。すると、次第にお取引先さまからも「我々の営業担当にもGI制度について勉強させて欲しい」といった依頼をいただくようになりました。そこで、私たちが各業者にお伺いしてGI制度の説明会や勉強会を開催する体制を取りました。そのために、我々JA鹿児島県経済連で作成したのがこの資料です。(写真上)

勉強会はGI制度の説明から始まり、卸の方には段ボールへどのようにGIマークを表示するか、シールはどう貼っていただきたいか細かく要望を伝えました。小売店の店頭ではパック自体に4cm角のGIマークが入ったシールを添付しますが、このようなシールは発送先と枚数の在庫管理を行っています。シール対応できないところでは、店頭へA4サイズのポップ(写真上)の使用をお願いしています。

松野：今まで他の独自の名前で輸出を行っていた業者さんも、GI制度の登録を機に「KAGOSHIMA WAGYU」と名称を統一して出荷してくれるようになりました。産地だけでなく、業者さんとも連携してブランドを強めるために、非常にいい取り組みだと思っています。

海外での産地間競争を GI制度の活用でリードしていきたい

古殿：鹿児島県では2018年3月に「鹿児島県農林水産物輸出促進ビジョン」を策定しまして、目標年度の2025年度の県産農林水産物の輸出額を基準年度(2016年度)の2倍となる300億円に設定しています。

牛肉については、2016年度の本県からの輸出量は約870 tとなっており、約1,740 tの目標に対して、現在(2019年度)約1,390 tまで伸びています。

主要な輸出先であるアジアや米国をはじめ、世界の多くの国々で和食ブームが起こり、その中で和牛は、高級食材として人気が高まっています。海外では、和牛と言えば、「神戸ビーフ」が有名ですが、「鹿児島和牛」は「和牛日本一」の称号を前面に打ち出し、輸出国における食品展示会等でのPR活動を通じて、その認知度も少しずつ向上しています。今後は、さらに産地間競争が激化することが予想されますが、GIの相互保護を行っているEU等の新たな輸出国へ向けた販路を拡大しながら、輸出目標の達成に向けて取り組んでいきたいと考えています。

松野：鹿児島県からの牛肉輸出量が生産量に占める割合はまだまだ僅かですが、すでに香港や台湾、米国、シンガポール等を中心に輸出されており、とくに香港向けの日本産牛肉輸出の約75%、台湾向けの約40%、米国向けの約40%が鹿児島県から輸出されています(2019年度；鹿児島県推計)。また、GI制度の相互保護が始まったEUについては、2014年に輸出を開始し、2017年度94 t、2018年度127 tと順調に伸びています。

古殿：さらに他産地との差別化を図るため、ベトナムとタイのGI制度への申請にも取り組んでいます。海外でのGI制度への申請を通して、我々があまり意識していなかった点に気付かされます。鹿児島県は、年間を通して温暖で気候が安定しています。その結果、天然の草資源が年間を通じて豊富に確保できる。海外の方からすると、年間を通じて天然の牧草を与えられることは十分、魅力になるということです。これまで、牛の血統管理や肉質の改良、トレーサビリティといった点が注目されてきましたが、鹿児島の豊かな自然環境という切り口で鹿児島の独自性や優位性が説明できること、日本のGI産品として登録された「鹿児島黒牛」の強みについて改めて気づかされました。

このほか、販路拡大に向けて取り組んでいることが、海外における販売指定店制度です。年間の「鹿児島黒牛(海外では「鹿児島和牛」)」の取引量が一定量以上の販売店や料理店を販売指定店として認定し、屋久杉で作っ

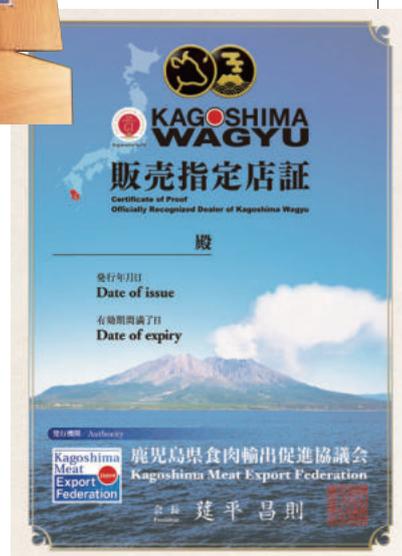
た指定店看板と指定店証を交付して店頭飾っていただいています。指定店看板は鹿児島のシンボルである桜島をイメージした形になっていて、「鹿児島という地域で育まれた和牛なんです」と説明してもらえる導線づくりを仕掛けています。

日本のカット技術と一緒に 各部位の調理法を提案、普及へ

古殿：輸出する部位はロース、フィレなどの高級部位がほとんどを占めます。そのため、バラやモモなどの多様な部位を国内流通向けにバランス良く流通させる必要があります。なので、輸出相手国で開催される食品展示会等で商談を行った後に、そのフォローアップ活動の一環として、牛肉のカット技術者や調理人を取引先等に派遣して、カット技術や調理方法の普及に努め、高級部位以外の多様な部位の活用促進を推進しています。

焼き肉やすき焼き、しゃぶしゃぶといった日本の食文化が浸透していない海外では、牛肉を薄くスライスして切り分ける文化がありません。単に肉を売るばかりでなく、日本の食文化を海外の消費者にPRし、焼き肉やしゃぶ

認定された海外の販売業者に渡される販売指定店証。さらに、一定の条件を満たした海外の販売指定店には、鹿児島和牛のプロモーションツールとして活用できる屋久杉製の指定店看板が贈られる



しゃぶなど、セルフで調理して食べるジャパニーズスタイルがもっと普及すれば、多様な部位も含めた販路拡大が図られると期待しています。

古殿：海外の展示会等で一般の消費者に売り込むことに注力する一方、食の提案や定着などには長い道のりがあります。そんな中、有力なPR対象の一つに考えているのはインバウンドで鹿児島を訪れる海外の旅行者です。鹿児島県には中国、香港、台湾を結ぶ直行便が就航しており、先日、新たに鹿児島ベトナム間の直行便も就航し、さらに多くの方が訪れやすい環境が整ってきています。現代は、情報が時間差なく、個人から個人へ届く時代です。日本でも、とくに鹿児島に興味がある方々に向けて情報を発信し、「鹿児島には、美

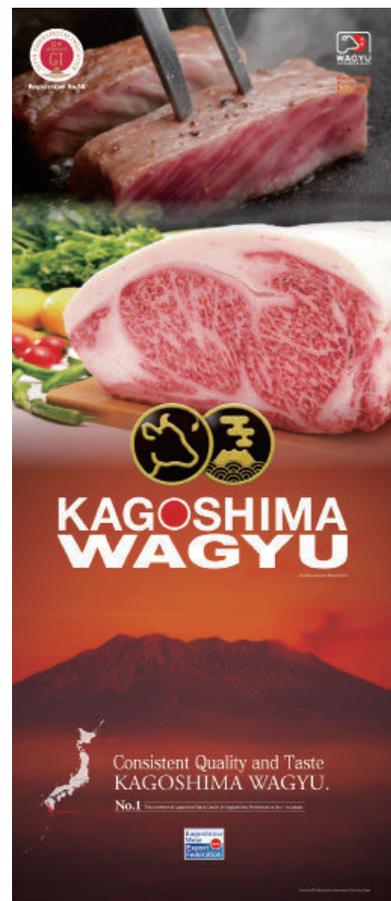
味しい和牛があるんだ」「こういう風土なんだ」と理解していただき、鹿児島の情報を現地に持ち帰って周囲の知り合いに発信していただくような流れをつくるのが非常に効果が高いのではないのでしょうか。現在、我々もインバウンド向けのチラシ作成など、訴求手段を検討中です。たとえば、宿泊されたホテルで「『鹿児島和牛』がどこで食べられるのか」などの情報に触れてもらう機会を増やしていきたいですし、インバウンドのお客様の力は今後、大きな波を作り出すのではないかと考えています。

また、海外向けの牛肉の新たな売り込み方として、取引先の皆様を鹿児島へ招へいして鹿児島の風土とともに「鹿児島和牛」を知ってもらう機会を設ける「バイヤー招へい」を行っています。とくに海外のレストランシェフの方々は、「どこの誰が育てているのか、どんなこだわりがあるのか」といったストーリー性に関心が高く、とても反響があります。

そして何より、PR面や商業的な機会からみても、GI制度そのものの認知度を国内外で等しく底上げする必要性を感じています。GI制度のないアメリカの市場でも、地域の独自性を認められたマークだと認識されており、売り込みをかける際は、「日本のGI 産品である和牛です」とGI 産品であることがPRの一つの入り口となっていますので、いずれ海外バイヤーの方からGIマークのついた商品なら取引したいと言われるようになることが一番の理想です。今後GI制度の認知度を上げるために、関係者が一体となって取り組んでいく必要があると思います。



海外展開用の販売促進ツールでは、KAGOSHIMA WAGYU の名称を前面に押し出し、日本国内の他産地との差別化を図った。また、これまで輸出する部位はロイン系やロース、フィレがほとんどだったが、最近の展示会では肩に近い部分やサシが入っているモモ部分の試食も積極的に提供。海外産の品種の同じ部位に比べ、大きく味が違うことを伝えるようにしている



さくらんぼ

東根

山形県東根市
及び隣接市町の一部

輸出の重点市場はタイ。
GIマークに農家の豊かな未来をのせて

2017年4月にGI登録された「東根さくらんぼ」は、どのような目的でGIを申請したのか、その申請までの道のりと登録後の品質確保や海外輸出を中心とした活動の様子について、登録団体である果樹王国ひがしね6次産業化推進協議会の市の担当である東根市ブランド戦略推進課の渋谷さん、JAさくらんぼひがしねの笹原さん、生産者の岡崎さんにお話を伺いました。

生産量日本一だけでなく、
品質でも産地を代表する存在に

渋谷：東根市は高級品種として知られる佐藤錦の発祥の地です。約100年前に佐藤錦が東根で誕生して以来、地域内では試行錯誤を繰り返しながら栽培技術を確立してきました。GI申請を検討するまで、東根市は「さくらんぼ生産量日本一」という点をPRしてきました。しかし、今後は先人達から続く高い生産技術に裏打ちされた「高品質



あえてハードルを上げることで
高い基準を維持できると
考えました

おかざき農園 代表
岡崎貴嗣さん



東根市農業共同組合
営農販売園芸部 園芸企画課課長
笹原浩一さん



「東根さくらんぼ」なら
間違いなく「おいしい」という
図式を作りたくて

世界を舞台に Part 2
産地を笑顔に

なさくらんぼ」であることを、これまで以上に発信するため、東根ブランドの確立、農家の所得向上を目指してGIの申請に取り組みました。

笹原：東根産のさくらんぼについていえば、品質向上への取組みを各農家さんで積極的に行っている傾向にありました。その事から、GI制度へ取り組むハードルもそこまで高くなかったのではないのでしょうか。そしてなにより秀のL(着色面積70%・直径22mm)以上を規格と定め、その維持を目指していくことで生産者と行政、JAが地域一体となってGIへまとまる仕組み作りの部分がGI申請の意義でした。

10年先を見据えて。GI制度は東根ブランドを育む足がかり

笹原：申請するにあたって、JAでは市内4か所で約300人にGI制度の説明会を開きました。制度の申請に対して反対はありませんでしたが、その取組みが価格にどう反映されるのかという質問を多く受けました。ですから、JAでは「東根さくらんぼ」という名前のさくらんぼであれば、確実においしいんだということを徹底する方が重要であって、登録してすぐに価格に結び付くわけではなく、長い年月をかけて「東根さくらんぼ」というブランドを育むための足がかりがこのGI制度なんだと丁寧に説明しました。あくまで短期では無く、GIの効果を実感するには10年ほどの期間を見据えていました。



品質の高いものを作れば、東根さくらんぼにGIマークを冠した商品として出荷できる

渋谷：そこからさらに協議会でもGI制度に関する勉強会を開きました。夕張メロン、青森カシスの生産者の方には東根市へ講演にお越しいただいたこともありました。これらを通して生産者がGIに向けてまとまった気がします。

生産者の目標となる基準設定で高い品質の確立を

岡崎：申請の準備段階では、市と生産者で徹底して品質や規格の議論を行いました。最終的には味や品質において上位等級である「秀のL以上」を「東根さくらんぼ」として区切ることにしました。ただし、これは容易な基準ではありません。東根のさくらんぼ生産者は勉強熱心で、東根の各地域には20~40代を中心に栽培技術の向上を目的とした研究会があり、地区ごとに技術を磨いています。さらに各地区合同で東根市果樹研究連合会を組織しており、その組織内では栽培技術の講習会や技術に関する意見交換会、品質の審査会、行政やJAとの連携を深める取組みがあり、東根全体においても生産者同士が研鑽を積んできました。そんな熱心な生産者でも、豊作と不作の年で秀のL以上の割合は大きく変化し、秀のL以上の比率を維持することは難しい面が多いです。

こうした難しさがありながらも、産地としての品質をより確立するため、品質を区切ることにしました。2019年に入って、最近徐々にですがさくらんぼの価格に反映されてきているように実感しています。今後、20代や30代の生産者が頑張って品質の高いものを作れば、商品にGIマークと「東根さくらんぼ」の名前を付けて出荷できるという仕組みがうまく生きてくるようになると嬉しいです。



さくらんぼ生産の歴史と誇りを「品質」で表現したい

東根市経済部ブランド戦略推進課
渋谷知秀さん

GI登録のあとに必要なのは、 消費者にその魅力を伝える努力

笹原：2017年4月に登録を受け、さくらんぼの旬の時期である6月までの準備期間が限られた中、6月中旬には重点市場11社のうち5社に絞って協議を進め、GIマーク入りのパッケージに箱詰めしたさくらんぼの販売に協力してもらえ小売店を募りました。市場関係者からはGI制度とは何か、「東根さくらんぼ」のどんな要素が評価されて登録に至ったのかなど、多くの質問が寄せられました。それらにもできるだけ丁寧に対応し、消費者の隅々まで魅力が届くよう努めました。

岡崎：実際の作業では、GIマークのシールを貼るなど行程に一手間加えることになりましたが、登録前後で生産方法はほとんど変わっていません。ただ、秀のL以上という規格を設けたことで豊作の年に実がなりすぎて小粒の果実が出ないように摘果を積極的に行う農家が増えたように思います。

こういった積み重ねを経ることで申請前に比べ、求められた品質に対して自信を持ってGIマークと一緒に「こういう栽培方法や出荷規格を守ったさくらんぼなんですよ」という訴求ができるようになったと思います。

官民一体で品質管理を実施。 PRとして「ふるさと納税」も活用

渋谷：人員は限られていますが、市と農協が協力しながらシーズン中に出荷状況の検査に伺います。大きさやカラージャッジが正確に行われているかどうかを確認しています。シーズンオフには、圃場を廻って生産地のチェックも怠りません。それが品質の向上につながり、産地としてのブランド確立や所得の向上へ、そして生産者のモチベーションへ、さらに東根の盛り上がりを生み出します。好循環を生み出すために官民一体になって、みんなでやっていくという姿勢を貫いています。

市主体のPRとしては、ふるさと納税を活用しています。品質を重視しながら出しているの、量は大きくは伸びませんが、2019年は天候不順で不作だった中、お客様からは「申し込んでも外れがない」と評価をいただいております。リピート率は高いようです。

トライアンドエラーで学んだ 国内市場と海外市場の違い

渋谷：2014年に在日タイ王国大使館の公使が東根にいらして、東根市長と会談の機会が設けられました。それをきっかけに2015年、輸出に関する協議会を立ち上げ、タイのバンコクを中心に市場調査を兼ねた輸出が始まりま

登録前後で生産方法はほとんど変わっていないが、ブランド確立のために、あえて秀のL以上という規格を設けた



秀のLという規格を設けたことで、豊作の年に実がなりすぎて小粒にならないよう、摘果を積極的に行う農家が増えた



した。現状では週に何便も出荷できないので毎年、プロモーションのタイミングで訪問団としてタイに伺い、その際に空輸します。何度か試したことで佐藤錦と比較して耐久性の観点から輸出向きと考えられる紅秀峰にウェイトを切り替え、2019年はGIの規格に合った紅秀峰を200kg出荷しました。

タイの人々の好みを把握し、空輸に適した品種を選定。現地の制度や基準にもいち早く適合させることで、タイ市場での東根さくらんぼの優位性を広げる



輸出のノウハウを国内流通での鮮度維持に役立てる

笹原：輸出の課題は、時間と衝撃によって品質保持が困難なことです。山形から名古屋までの陸路に加え、タイの現地は30度を超える猛暑。また、現地到着時は問題ないのに店舗に届く頃には品質が大きく低下する問題が多発していました。そのせいで2018年は全体の5割ほどロスがありました。この教訓から、東根を出発して現地の店頭に並ぶまでの物流を徹底的にチェックし、店頭に並ぶまで一貫して低温で流通できるよう設計を見直しました。加えて、パッケージを何種類か試作し、箱のふたの隙間にエアキャップを取り付けてさくらんぼが浮き上がり痛まないように改良しました。

渋谷：2019年は改良した箱で紅秀峰を送りましたが、ほとんどロスがなく、現地での評判も高く手応えを感じています。さらに嬉しいことに、海外への輸送に耐えられるよう物流設計を見直したことで、そのノウハウを国内向け輸送にも反映させ、これまで以上に鮮度を保った状態で国内の消費者の元へ東根さくらんぼを届けられるようになりました。

タイでは、「東根さくらんぼ」が優位に立ち回れる武器

がそろいつつあります。2019年2月、タイ国内のGI制度へ申請を行いました。いずれ、日本とタイの間でGIの相互保護の措置が取られればタイ国内でも日本のGI産品は保護対象とされる場合もありますが、それに先行するかたちで申請を行いました。現在、タイ政府からの補正指示が届いているので対応している段階です。登録されればタイでのさらなる存在感が向上されるだろうと期待しています。さらに2019年からタイ向け青果物の輸出にはタイ王国保健省の定めた検疫基準に適合している選果・梱包施設を経た産品でないと輸出できない仕組みに変わりました。登録されている施設は日本国内に7施設しかなく、その1つにJAさくらんぼひがしねの施設が登録されています。今後、メイドインジャパンの高品質なフルーツという点での訴求を行いつつ、GIのさくらんぼという点で普及していくつもりです。

GI産品であること。それは、市場開拓の大きな強み。

渋谷：タイの百貨店などをみるとタイのGI産品だけを集めたコーナーが設けてあり、消費者の認知度が高いように感じました。加えて、2019年のタイでの物販で現地の輸入業者から日本のGI産品である「東根さくらんぼ」を取引したいと相談をいただきました。現地ではGIが一部の流通業者の方にも認知されており、一定の強みとして評価されているようです。

笹原：他には、香港へも輸出をしております。香港は自由な貿易ができるので輸出事業の第一歩として一番入りやすい印象があるかもしれませんが、なかなか軌道に乗りません。一昨年からギフト販売を行う大手ギフト店と取引を始めました。しかし、すでに日本産の果物が多く輸入されているせいか、価格的なメリットが得にくく、マーケット層や食文化の差もつかみきれていません。現在、戦略の練り直しを図っています。

香港以外だと近隣市町村も台湾へさくらんぼを輸出しています。桃やぶどうなどのフルーツに比べ、さくらんぼは輸出量が多くありません。ですから、現地の輸入業者や消費者の認識の中に産地間でのブランド差異が少なく、現時点では高品質な日本のフルーツという訴求だけで注目を集めることができます。今後、「高品質な日本産」というポイント以上に細分化した特徴が求められた際、「東根さくらんぼ」がGI産品であることが生きてくるのではないのでしょうか。これらの点から、タイや台湾では後発の我々でも輸出のメリットが強く、マーケットを伸ばせる余地があると考えています。とくに、タイに対しては今後も重点市場として位置づけ、認知度向上のためにPRし、一層の市場開拓を推進していくつもりです。

わがまち GI物語

思わぬ効果は、
地元で愛される産品に
なったこと。そして、
若者が目標をもてる
農業に変わったこと

先人が守ってきた歴史を、行政が守る

「南郷トマト」は1962年に生産が始まり、以来50年以上の歴史があります。その間、先人達が南会津地域の中心産業として守ってきました産品です。

私がGI制度を知ったのは2016年でした。当時、生産者の約3割を1ターン者がしめ、生産農家数は大きく減少せず横ばいで推移していました。収益も順調でした。しかし、この流れがいつまでも続くと安易に考えるわけにはいきませんでした。

特にその頃、「南郷トマト」の名を騙った偽物が生産地域外で出回ることが増え、頭を悩ませていました。これまで産地が一体となって守り抜いてきた消費者からの信頼を失いかねずリスクを感じていました。そんな時に県の農業普及員の方からGI制度を紹介いただき、GI制度は行政が偽物の取締りをしてくれることを知りました。そこで、地域を担う産業である「南郷トマト」を地域の財産として保護し、次世代へ繋いでいくため、GIの申請に取り組みました。



写真右 南郷トマト生産者の3割が1ターン。南郷トマト作りを地域の産業として次世代へと繋いでいくためにGI登録を推進。多くの若手生産者が南郷トマト作りに取り組んでいる

今回、「南郷トマト」のお話しを伺った南郷トマト生産組合 事務局の渡部裕紀さん

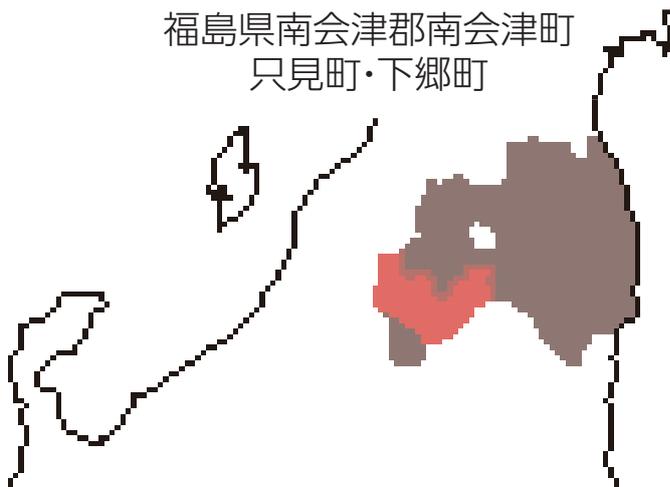


Part 1

「南郷トマト」

登録生産者団体
南郷トマト生産組合

生産地
福島県南会津郡南会津町
只見町・下郷町



南郷トマトジュースは、減塩でしっかりとした甘みとコクがあり、トマトジュースが苦手な人にも受け入れられている



写真右 近年、輸送コストが上昇し、災害時には遠方への流通が止まるリスクがあるため、県内向けの出荷比率を大きくしていきたい



バラつきがあった栽培方法が、整理された

申請にあたっての課題は、特性や地域との結びつきなどを客観的に説明するための裏付けデータの不足でした。当時、社会的な評価を裏付けるデータが少なく、急遽これまでの約半世紀分の単価や市場価格を調べ、さらに「何が市場から評価されたのか」の裏付けとして40年以上にわたり年間2,000トンを超える生産量を継続してきた実績のデータを集めました。記録がない部分は昔を知る生産者から話を聞いたり、県の農業指導員にデータを依頼したりして、まとめました。集められたデータを見てみると、客観的に産地がどのように歩んできたのかが一目でわかり、改めてデータを管理することの重要性を実感しました。

そのほか申請書の内容で整理に奔走したのは生産行程管理業務規程です。これまで生産組合には長年かけて先輩トマト農家が練り上げてきた技術を集め、整理した

「南郷トマト栽培暦」というものがあり、これを元に各農家が栽培技術の向上を図ってきました。

ただ、長年かけて多くの情報が追加された結果、「何が品質を保持するために重要な生産方法なのか」の整理が十分とは言えませんでした。GI申請にあたって生産行程管理と向き合い、議論を重ねた結果、たとえば苗を直接植える方法などの品質保持に必要な生産方法が全体で共有されるようになりました。また同時に、「南郷トマト」の特徴に直接の関係が無い生産方法が省かれ、全体の行程が必要十分なレベルにスリム化し、結果として作業負担が減りました。おかげで産地全体の栽培技術レベルの底上げや効率的な生産行程管理業務の運用に繋がったと感じています。

メディアで取り上げられ、地元企業も協力

2018年の8月にGI登録され、その後は大きく分けて2つの効果がありました。1つ目は私たちが申請時に効果を期待していた模倣品対策です。GI登録前は模倣品が並んでいるのをよく見かけ、幾度か直接的に注意して改善しなかったものが、GI登録後はめっきり見かけなくなりました。私たちに代わって行政が規制してくれているお陰だと思います。加えて、GI登録時に福島県では初のGI登録ということもあり、新聞やテレビで大々的に報じられました。それにより、消費者の間で「南郷トマト」やGI制度自体の認知も上がったので、模倣品が出回りにくい環境が整ってきているのではないかと思います。

二つ目の効果は我々も予想していませんでしたが、「南郷トマト」が地域で愛されるようになったことです。「南郷トマト」は登録以前、地元住民からは「関東に出荷していて地元には出回らないトマト」というイメージで、いまいち地場産品としての認識が薄く、愛されていなかったように思います。それが、県内メディアにおいて「GI制度という地域の財産として、『南郷トマト』が登録を受けた」という報道が増加し、報道に呼応するように地元スーパーが独自にGI登録記念ブースを作ってPRしてくれたり、本物を求め、わざわざ南郷の直売所に訪ねて来るお客さんが増加したりなど、さまざまな動きがありました。結果、県内の消費者や流通業者が「『南郷トマト』は普通のトマトと何が違うのか」を理解し、地域の財産として受け入れてくれるように感じます。

近年、輸送コストが驚くように上昇し、災害時には遠方への流通が止まるリスクも増えています。そのため、県内向けの出荷比率を多くしていきたいのでうれしい限りです。まだ県内の主要スーパーに対して、量的なニーズに応え切れていない部分があり、今後の伸び代と課題を感じています。

Part 2 「江戸崎 かぼちゃ」

登録生産者団体
稲敷農業協同組合

生産地
茨城県稲敷市
及び牛久市桂町



GIマークが、本物かどうか見極める指標に

「江戸崎かぼちゃ」は、着果後55日以上の完熟した状態での収穫を徹底しているかぼちゃで、ホクホクした食感と甘みが特徴です。「江戸崎かぼちゃ」をGIに申請したのは、偽物が地域内外で多く出回っていたことがきっかけでした。例えば、私たちと取引がない直売所や小売店で偽物の「江戸崎かぼちゃ」を購入したお客さまから「以前買った『江戸崎かぼちゃ』よりおいしくない」といったクレーム電話がJA稲敷江戸崎南瓜部会（以下、部会）に対して頻繁に掛かってきていました。JA職員がお客さまから購入場所を聞いて現場に見に行くと、偽物である上に一般に流通しているかぼちゃの価格よりは高く、本物の「江戸崎かぼちゃ」よりは安価という絶妙な価格帯で販売されていました。私たちは「江戸崎かぼちゃ」を誇りを持って生産し、日本一のかぼちゃと謳っているのです、とても悔しく思っていました。そんな時に見つけたのがGI制度です。この制度なら国が模倣品の取締りをしてくれるので、その効果に期待しました。

申請を容易にした、伝統の品質管理体制

その後、GI登録に向けて申請書の作成に取り掛かりましたが、申請で苦労した部分はほとんどありませんでした。というのも昭和の頃から生産方法を確立していたからです。部会では規約で年3~4回ほどの着果調査を定

今回、「江戸崎かぼちゃ」のお話しを伺ったJA稲敷 江戸崎南瓜部会担当の高谷朋幸さん



加工食品需要に 支えられ 収入の安定化に つながっています

めてかぼちゃの品質を厳しく保っています。最初の収穫の頃には「試し割り」といって実を半分に分けて間違いなく完熟していることを確認し、その後の出荷は形がしっかり丸く、焼けや黄色い斑点の一切ないものを一つ一つ目で確認して出荷しています。こうした厳しい検査を通ったものだけが「江戸崎かぼちゃ」を名乗れるんです。そういった品質管理の取組を今の80代の生産者が若かった頃からずっと続けてきました。申請の際には、今まで行ってきたことを書きました。

模倣品は、行政がすぐに対応

登録後の効果としては、模倣品がぐっと減りました。今



写真上 2019年のゴールデンウィークには、部会の新たな取り組みとしてファミリー層を対象に江戸崎かぼちゃの植え付け体験を開催。10組ほどの家族が参加し、盛況を博した

写真右 江戸崎かぼちゃは2018年8月にポタージュとなってセブン-イレブンの店頭へ。女性部門売上1位を記録

写真左 実を割って完熟ぐあい確かめ、形がしっかり丸く、焼けや黄色い斑点が一切ないことを目で確認。こうした収穫から出荷まで行われる厳格な品質管理は、昔からの取組



※画像は2018年に発売した「江戸崎かぼちゃのポタージュ」
※現在は販売しておりません。※毎年期間限定で発売予定です。

でも模倣品はありますが、それでも登録以前に比べたらずいぶん減ったと思います。関東農政局の窓口で模倣品の情報を通報するとすぐに対応し、指導していただけているので、模倣品について部会が心配することは少なくなりました。

広がり加工品へ、周辺地域へ

登録後の大きな出来事といえば、2018年の8月に茨城県内のセブン-イレブン全店で「江戸崎かぼちゃのポタージュ」が販売されたことです。商品開発の話はGI登録直後くらいにあったのですが、それから株式会社セブン&アイ・ホールディングスと部会とで試行錯誤を重ねました。というのも、加工品であるポタージュにGI産品を入れるにあたり、「江戸崎かぼちゃ」の特性のほくほくとした食感と甘味をいかに残すか、原料に「江戸崎かぼちゃ」をどれくらい入れないといけないかなど、解決すべき点がありました。それらを努力で乗り切り、ついに2018年8月に「江戸崎かぼちゃのポタージュ」として店頭へ並びました。販売した結果、

なんと女性部門売上1位を記録するほど大好評でした。このポタージュの好評をきっかけに「『江戸崎かぼちゃ』ってこんなに美味しいかぼちゃなんだ」という認識が周辺地域で広まり、その結果、地域のお菓子屋さんや小売店などから「うちの店でも『江戸崎かぼちゃ』を使いたい!」という声を多くいただくことになりました。

例えば、「久月」という地元のお菓子屋さんからは「江戸崎かぼちゃスフレ」が販売され、2019年の茨城国体で天皇陛下がご購入くださったことをきっかけに茨城県内で人気商品となりました。その後、地元の量販店や小売店からも「うちでも惣菜として扱いたい」とお話を頂いたり、小学校からは「給食で使いたい」という話もありました。そういう呼び水が連続して現在、「江戸崎かぼちゃ」には良い勢いがついています。

生鮮の「江戸崎かぼちゃ」の取引価格としては5月の初出荷の時が最高値で、あとは緩やかに下降していきます。2019年の平均だと1kgあたり300円程度です。一方で、加工用は一定の価格で買い取ってもらえ、その値段は1kgあたり250円で安定しています。もちろんGIの基準に沿ったものを加工品として出しているのでも、量に限りはありませんが、加工用のかぼちゃの価格が安定していることにより、かぼちゃ全体の価格が安定し、生産者の収入の安定につながっています。おかげで生産者が以前より安心してかぼちゃの生産ができる環境が整ってきたように思います。

触れて、学んで、愛される農産物に

模倣品への心配が減って、加工品需要によって下支えができ、最近ようやく部会内に余裕ができて、労力を地域内へのPRや担い手の対策に費やせるようになってきています。こういった動きに伴い近年、部会内の販促活動は変化を見せています。今まではスーパーの売り場での試食販売などで地道に「江戸崎かぼちゃ」の良さをPRしてきましたが、地域内で様々な加工品が出回り、「江戸崎かぼちゃ」が地域で受け入れられるようになった今、地域に対して「江戸崎かぼちゃ」により一層愛着を持ってもらうための広報活動や普及活動へ費用をかけるように方向性を変えてきています。

例えば、2019年のゴールデンウィークに、部会の新たな取組として青年部が中心になって「江戸崎かぼちゃ」の植え付け体験を開催しました。ファミリー層を対象に参加者を募り、10組ほどの家族が参加し、大盛況でした。2020年に入り部会内では「今年は『江戸崎かぼちゃ』がより地域に密着するよう小学校を回ったらどうか」など、生産者同士で新しいアイデアを出し合っているところです。今後は、いま部会内に吹いている良い風を生かし、より「江戸崎かぼちゃ」の価値を高めて行ければと思います。

Part 3

「香川 小原紅早生 みかん」

登録生産者団体
香川県農業協同組合

生産地
香川県



名称を守りたい気持ちが、私たちの出発点

「香川小原紅早生みかん」は、濃い紅色の見た目と糖度と酸度のバランスがとれ、食味が良いことが特徴の温州みかんです。GI制度への登録を目指したのは、香川のご当地品種である小原紅早生の育成者権の存続期間が切れ権利が消滅したことがきっかけでした。

この品種は1993年10月13日に、香川県のオリジナル品種として農林水産省へ品種登録を行い、18年間は香川県のみで作ることができるみかんでした。ところが、その育成者権の権利が2011年10月14日に消滅しこの日以降は、どこの県でも小原紅早生を作れるようになりました。そういった中で香川県のオリジナル品種であった「小原紅早生」の名称だけでも香川の財産としてなんとか保護できないかという話になり、GI制度への登録を目指すことになりました。

県全体の財産という意識で、スムーズに合意

GI制度への申請を目指すにあたり、はじめに香川県のかんきつ部会に対して、GI制度への登録を目指す旨を報



2019年、高松市内にある市中央卸売市場で「香川小原紅早生みかん」の初競りがあった。1ケースの最高値は過去最高の250万円(24個入り、2.5キロ)を記録。競り落としたのは五色青果の山下賢也常務だった



告しました。動き出した当初、GI保護制度と言っても、生産者も含めて誰も知らない状態でした。ですから、こういう制度で香川の地域性を強調して販売できる点や、香川県以外で栽培された「香川県産小原紅早生」などの名称で販売される物について排除することができるという点を丁寧に説明しました。説明に対して部会内からは反対もなく、すんなり承認されました。

生産者団体内の合意形成がスムーズだった要因は、「香川小原紅早生みかん」の共選がほぼ100%だった点、機械共選がメインで単一農協だったという点が挙げられます。情報伝達がスムーズに行われ、申請団体としてまとまりやすい環境でした。

加えて、申請書の作成もスムーズに進みました。というのも、「香川小原紅早生みかん」は枝変わりの突然変異なので、他の雑柑類や、中晩柑といった交雑が比較的容易なものとは異なります。生産方法や品種をどう管理するかといった点が整理しやすく、GI制度への申請のハードルは高くなかったように感じます。生産地を県全体としたのは、「香川小原紅早生みかん」が香川県全体の財産であり、県全体で取り組まないと意味がないという考えを貫いた結果です。



メディア露出が増えて知名度が上がると、隔年結果の裏年に当たるときでも、価格が大きく崩れることはなくなった

今回、「香川小原紅早生みかん」のお話を伺った香川県農業協同組合事務局の上原佑介さん



育成者権の消滅後も、市場での優位性を維持しています

メディア活用は、スピードとタイミング

登録後は、迅速で丁寧な情報発信を心がけました。2017年12月、ちょうど最盛期に登録となり、GIマークと「香川小原紅早生みかん」の名称が入った販促ポップを大急ぎで作成しました。完成したポップを市場や仲卸に渡して、「箱から出して小分け包装をするときにこのポップを1枚ずつ入れてください!」とお願いして回りました。ポップの作成を急いだ理由は、登録発表のタイミングが最もメディア露出が増えるので、熱が冷めないうちにマークも名称も消費者の目に触れて手にとってもらう流れを作り出すことが一番効果的だと考えたからです。

GI登録の際は、報道各社にプレスリリースを出しました。もちろん、プレスを出さなくても来てくれるところはありません。併せて、メディアには徹底して地理的表示の説明を入れるようお願いしました。その効果もあってか、登録時は大変な騒ぎでした。登録後の1週間はメディア対応で仕事にならず大変でした。嬉しい悲鳴です。2018年、2019年の初競りでも徹底してメディア向けのプレスを出しました。初セリでは2018年100万円、2019年は250万円の値が付き、注目を集めることができました。

品質アップが、収益向上につながる生産体系

「香川小原紅早生みかん」は、糖度によって3つのランクに分かれており、上から「さぬき紅」、「金時紅」、「小原紅」です。GI登録をきっかけに引き合いが増え、今年は「さぬき紅」1kgあたり550円、「金時紅」が1kgあたり450~500円と高値が続いています。「小原紅」が1kgあたり200円ほどですから、生産者が品質を上げることで、収益の向上を目指す生産体系が作られています。我々JAも生産者さんが、より上のグレードが出せるよう、技術的な支援と指導に取り組んでいます。

また、GI登録をきっかけにメディア露出が増えたことで、登録以前に比べて格段に知名度が上がり、一般的なみかんよりも価格が安定しました。2019年は、柑橘の特徴である隔年結果の裏年に当たり、加えて秋のぬるい雨で、なかなか糖度が上がらずに低いランクのものが多い年でした。しかし、それでも価格が大きく落ちることはなく、下げ止まりがあったように感じました。

今後は、輸出と国内需要の両輪で

「香川小原紅早生みかん」は現在、台湾とカナダへ輸出しています。4~5年前から台湾へ輸出を始めました。台湾では旧正月のギフトとして人気です。カナダには、2018年のGI登録のタイミングで船舶輸送でのテスト輸出を始めました。現在は、この輸送方法でどの程度、腐敗やロスが出るのか見極めているところです。全体的な輸出量は10t前後で推移しています。ただ、海外では厳しい農薬基準が設けられています。現地に到着しても、農薬基準に引っ掛かれば全て廃棄処分です。ですから、輸出専用3~4軒の農家さんに依頼して、それぞれの国の農薬基準に沿った栽培方法で生産していただいています。なので輸出量はあまり増やせないのが実情です。

今はありがたいことに国内の引き合いが強く、その需要に応え切れていない部分があります。今後は「香川小原紅早生みかん」の生産を徐々に拡大しながら国内需要を十分に満たせるよう取り組んでいく方針です。