

和歌山県新農林水産業戦略プロジェクトについて
(平成24年3月)



和歌山県農林水産部

和歌山県は、温暖な気候と陽光に恵まれた条件を活かした農林水産物が豊富で、これらを生み出す農林水産業が基幹産業となっています。

そこで農林漁業者の所得向上を図るために、農林水産物を核とした生産・加工・流通・販売対策の総合的な取組として、平成 21 年度から「新農林水産業戦略プロジェクト」を推進してきたところ、17 プロジェクトが県内各地で実施されてきました。

本冊子では、JA や農業法人、農林漁業者グループが主体となって取り組んできた当プロジェクトについてとりまとめます。

また、当プロジェクトでは、農林漁業者の所得向上を図る手法として、地域素材を活かした新たな商品開発や地域のブランド農林水産物育成等に取り組まれた。本冊子では、その取組のポイントを紹介します。

さらに、今後進展していく「農山漁村の6次産業化」の核となる加工品開発について、その支援策を紹介します。

「新農林水産業戦略プロジェクト」は、「農山漁村の6次産業化」と共通する要素を含んでいます。

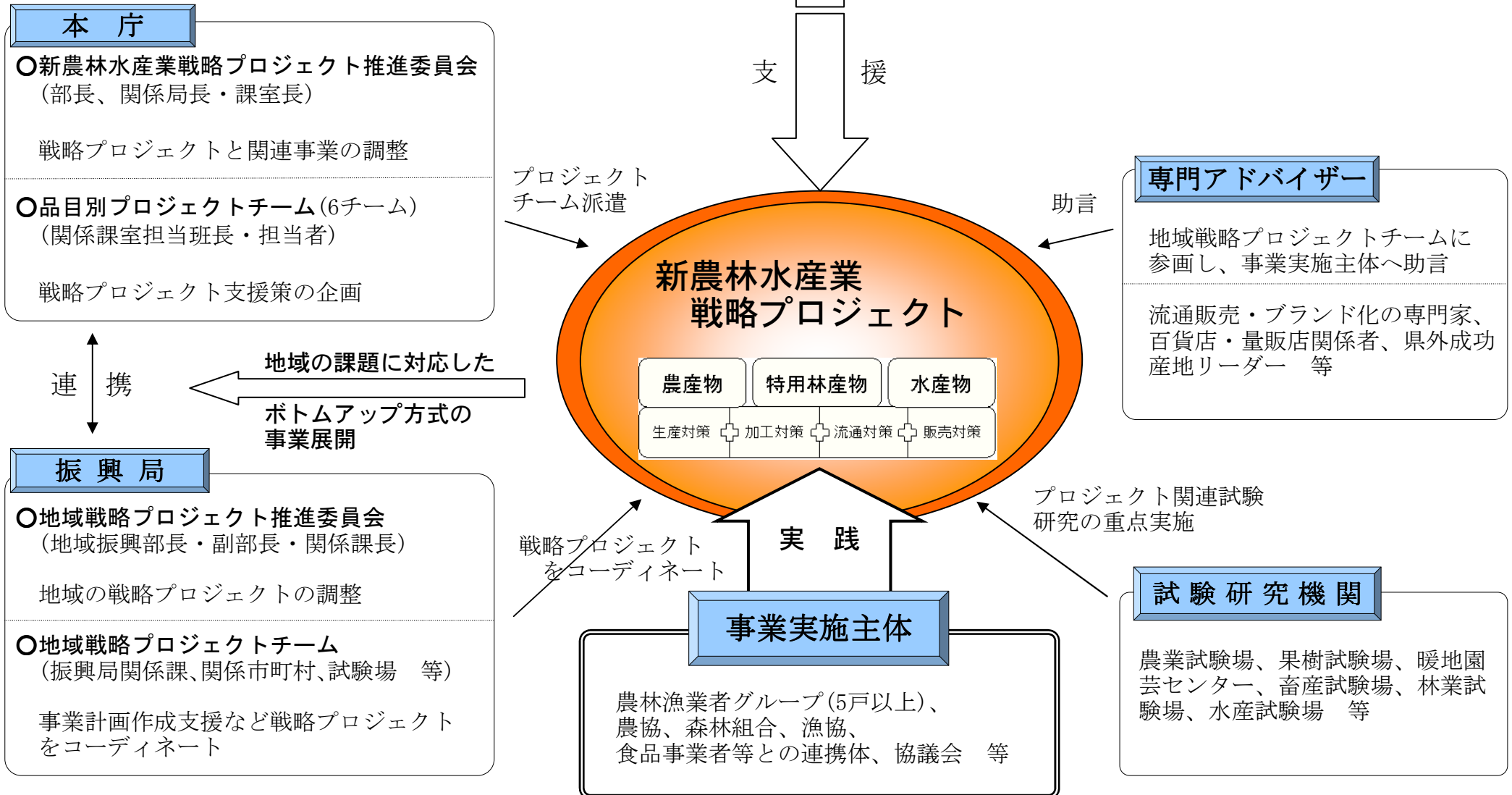
本冊子が当プロジェクトの総括に加え、各地域で進展する6次産業化への取り組みにあたる上での参考資料として、広く活用されることを期待しています。

目次

1. 新農林水産業戦略プロジェクト	
(1) 推進スキーム	3
(2) 各事業の概要	4～20
2. 新農林水産業戦略プロジェクトにおける加工品開発及びブランド農水産物の育成等	
(1) 地域の素材を活かした加工品開発	21～29
(2) 地域のブランド農林水産物育成	30～31
(3) 地域の特徴ある農産物の振興	32～33
3. 和歌山県の農山漁村における加工品開発支援について	34～43

新農林水産業戦略プロジェクトの推進スキーム

【新農林水産業戦略プロジェクト推進事業】 ・実施期間：3カ年以内/1プロジェクト ・補助限度額：7,500千円/1プロジェクト ・補助率：2分の1以内	【関連事業】 ○県単小規模土地改良 ○住みよい山村集落総合対策 ○強い養殖業づくり 等
---	---



ハイメック方式による超高糖度トマトの生産拡大と販路開拓

事業主体: JA紀北かわかみ

概要

○超高糖度トマトの生産拡大、県内外の高級スーパー等への販売促進活動を通じた販路開拓により、柿に特化した産地での新たな農家所得の向上をめざす。

→ハイメック方式による栽培拡大の困難化のため土耕栽培の超高糖度トマトの生産拡大を図る

新農林水産業戦略プロジェクト推進事業

生産対策

○糖度センサー付き非破壊選果機の導入による品質保証 (H21~23)

○高糖度トマト生産資材の購入による生産拡大 (H23)

販売対策

○首都圏への販路開拓 (H21~23)
(高級スーパーやフルーツ専門店等)

○展示会(アグリフードEXPO東京など)での出展PR (H22~23)

これまでの取組

○超高糖度トマト「紀の川ジュレア」及び「高野ジュレア」の生産

※「紀の川ジュレア」「高野ジュレア」:前者はハイメック方式、後者は土耕栽培により栽培。光センサーで糖度を測る選果機で選別し、糖度8度以上の品質を保証(通常のトマト4~5度)



○首都圏への販路開拓



・県内外の高級スーパーやフルーツ専門店と商談による取引を開始

○展示会での出展PR



・アグリフードEXPO東京等への出展によるPR活動を実施

主な成果

・「ジュレア」ブランド確立による販路の確保

販売面では、首都圏のデパートやフルーツ専門店と、また県内高級スーパー等との取引を開始。販売単価も「紀の川ジュレア」1,033円/kg、「高野ジュレア」918円/kgとレギュラー品より高値で販売。(平成23年12月末現在)

消費者からも高い評価を受け、伊都地方にて「ジュレア」ブランドを確立しつつある。

今後の取組

・「ジュレア」ブランドの生産拡大及び販路拡大活動を継続

しもつみかん(貯蔵みかん)高品質生産及び加工品開発

事業主体: JAながみね

概要

- 貯蔵みかんの高品質生産をはじめ、新たな加工品を開発するとともに、本格輸出のための商談活動や首都圏での販促活動により、農家所得の向上をめざす。

新農林水産業戦略プロジェクト推進事業

生産対策

- 高品質実果生産のための栽培管理マニュアルの作成(H21~23)
- 土壌診断器の導入(H21)

加工対策

- 加工品(貯蔵みかんジュース、ゼリー)の開発(H21~22)

販売対策

- 台湾等への本格輸出のための商談活動(H21~23)
- 首都圏での販促フェアの開催(H21~23)

これまでの取組

○栽培園地及び貯蔵環境調査



・園地及び貯蔵庫で栽培及び温湿度等管理状況を調査



・高品質栽培「マニュアル」作成

○首都圏・海外への販路開拓



・商談を重ね販路開拓小売現場での試食キャンペーン実施

○貯蔵みかんを利用した加工品開発



・ジュース「和みの味」

「蔵出しみかん」の美味しさを1年中味わらせる商品



・ゼリー「蔵出しみかんゼリー」

「蔵出しみかん」の美味しさを大人から子供まで味わってもらえる商品

主な成果

- ・「高品質貯蔵みかん」生産のための「マニュアル」作成
果樹試験場、振興局と連携し管内125園地及び18貯蔵庫で栽培及び温湿度等管理状況を調査→「高品質貯蔵みかん」生産における要因を分析しマニュアル作成→産地全体への配布と活用
- ・首都圏・海外の新規販売量増加
首都圏: 卸との商談により「蔵出しみかん」を中心に812トン出荷(平成22年度)
海外: 香港26トン、台湾15トン、シンガポール2トンをそれぞれ輸出(平成22年度)
- ・貯蔵みかんを利用した新たな加工品の販売
「和みの味」10,000本販売、「蔵出しみかんゼリー」3,000個販売(平成23年12月末現在)

今後の取組

- ・有利販売を目指し、首都圏・海外への販路開拓と拡大への取り組みを継続
- ・生産者の所得向上を目指し、管内農産物を用いた新たな加工品開発継続

県オリジナル品種「ゆら早生」のブランド確立と販売促進

事業主体：ゆら早生ブランド確立協議会

概要

○「ゆら早生」の新たな県内統一出荷基準の設定をはじめ、高品質化を目的とした個性化商品試作や都市圏を中心とした量販店等への販売促進活動に加えて、「ゆら早生」を親とする新品種「YN26」の産地化を推進し、「ゆらブランド」力の強化をめざす。

新農林水産業戦略プロジェクト推進事業

生産対策

- i) 「ゆら早生」のブランド力強化
 - 出荷基準の見直しや「ゆら早生」栽培マニュアルの作成 (H21)
 - 個性化商品試作にかかる果実分析調査 (H21～23)
- ii) 極早生優良品種「YN26」の産地導入
 - 「YN26」栽培マニュアルの作成 (H23)
 - 「YN26」試験圃設置による適地性等調査 (H21～23)

販売対策

- iii) ゆらブランドのPR
 - 大手量販店等における店頭販売を柱とした販売促進 (H21～23)
 - 品等査定会への出展PR (H21～23)

これまでの取組及び成果

○「ゆら早生」の出荷基準の見直し

旧基準	新基準
『味ーゆら』 糖度11度以上	『味ーゆら』 登録圃地で 糖度12度以上
『ゆら早生』 糖度10度以上 11度未満	『ゆら早生』 糖度10度以上

・見直しにより「味ーゆら」とレギュラーとの味の違いが明確化され、かつ味のバラツキが減少

○大手量販店での販売促進活動



・販促員による店頭での試食販売により消費者の認知度が向上

○「YN26」試験圃での適地性調査



・県内9JAに設置した試験圃にて品質調査を行い、適地性を判断し早期産地化につなげる

○東京市場での試食PR



・首都圏市場でのPR活動を重点的に進め取扱量販店を効率的に拡大

主な成果

- ・「ゆら早生」の新規販路拡大
「味ーゆら」の商品評価が上がり、高級フルーツ専門店等での取扱を開始
都市圏市場を経由した販促活動により新規取引先として大型量販店30社以上を開拓
- ・「YN26」栽培マニュアル完成
適地性の検証や生産者向け栽培マニュアル完成により平成24年度からの普及体制が整う

今後の取組

- ・「ゆら早生」について今後も都市圏市場を中心に販路開拓及び消費者へのPR活動を継続
- ・「YN26」について苗木提供の開始に伴う改植推奨により早期産地化拡大に取り組む

柿酢を活用した新商品開発と販路拡大

事業主体:しんおか農産加工組合

概要

○伊都地方の特産加工品である柿酢を活用した飲みやすい柿酢ドリンクの開発とともに、首都圏を中心とした量販店等への販路開拓により、農家所得の向上及び地域の活性化をめざす。

新農林水産業戦略プロジェクト推進事業

加工対策

- 加工施設及び器具の整備(H21)
- 有望新商品の機能性成分、栄養吸収効率等に関する調査試験委託(H22)
- 柿酢新ドリンク(希釈タイプ)の栄養成分分析(H23)

流通対策

- 商品ロゴ・商品ラベルの作成(H22)

販売対策

- 量販店等のバイヤーに対する販売可能性調査(H21)
- 首都圏等での商談活動(試飲によるPR)(H22~23)

これまでの取組

○飲みやすい柿酢ドリンクの開発



・ブレンドするジュースの種類や柿酢の含有量等について、組合内での試飲や改良そして試飲会でのアンケート調査結果を参考に3タイプを開発

※写真 左:はちみつミックス
写真中央:りんごJミックス(柿酢8%入)
写真 右:りんごJミックス(柿酢4%入)

○首都圏等での商談活動



・首都圏のスーパーや自然食販売業者等と商談による取引を開始

○展示会での出展PR



・アグリフードEXPO東京等への出展によるPR活動を実施

主な成果

- ・柿酢ドリンク3タイプの開発及び新規販路の開拓
新たな柿酢ドリンク開発のための施設を整備し、ももやりんご、人参とのブレンドによる飲みやすいドリンクを検討。改良を重ねた結果、青森県りんご加工業者及び長野県はちみつ加工業者とのコラボにより3タイプを開発
また商談活動を実施した結果、関東では大手デパート(カタログ販売)や自然食販売業者と、そして関西ではハイウェイオアシスや道の駅等新たに取引先を確保した

今後の取組

- ・現在の取引先に加え、引き続き東京や大阪等大都市圏での商談活動を行い販路拡大を継続

有田みかん早和ブランドの生産拡大・販売促進

事業主体:(株)早和果樹園

概要

- 高品質みかんの加工品開発をはじめ、マルチ栽培による高品質生産とともに、見本市への出展や商談活動などの販促活動により、法人及び周辺農家の所得向上をめざす。

新農林水産業戦略プロジェクト推進事業

生産対策

- 生産部門の省力化のための園内道整備(H21)
- 製函機の導入(H21)

加工対策

- 新商品(みかンドレッシング、みかんポン酢等)の開発(H21~22)
- 自動ラベル貼付機の導入(H22)
- ハサップ認証取得のための衛生管理指導・研修(H21~22)

販売対策

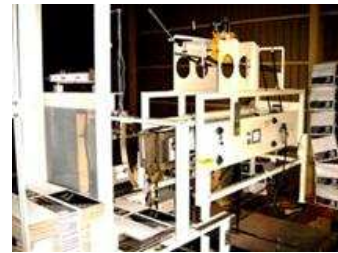
- 直売所整備(H22)
- 百貨店、高級スーパーへの個別商談(H21~22)

これまでの取組

○園内道の整備と製函機の導入



- ・園内道の整備により労働時間を1割削減



- ・製函機の導入により出荷作業人員を削減

○みかんにこだわった新商品の開発



- ・有田みかんを使用したポン酢「みかポン」完成

○直売所の整備と自らの売り込み



- ・自家製品の直売所完成



- ・見本市、百貨店などへの出展による売り込み

主な成果

- ・生産効率改善により果実販売金額増加
7,600万円 (平成20年) → 1億1,000万円 (平成22年度)
- ・新たな加工品開発と販路開拓により加工品販売金額増加
1億6,000万円 (平成20年) → 2億4,000万円 (平成22年度)

今後の取組

- ・県果樹試験場及び富士通と連携し、情報通信技術を活用した園地管理の実証実験に取り組む
- ・毎年1品目、「みかん」にこだわった加工品開発を継続

冷凍梅の販路開拓と新たな梅加工品の開発

事業主体: JA紀南

概要

○SQF基準の導入をはじめ、冷凍梅の商品化や加工品(菓子、飲料)の開発とともに、国内量販店との商談や海外フェアへの参加より新たに販路を開拓し、農家所得の向上をめざす。

新農林水産業戦略プロジェクト推進事業

生産対策

○SQF基準導入のため、マニュアルの構築、現場での実証、研修会等の開催(H21~23)

加工対策

○冷凍保管庫の導入(H21)
○加工品(菓子、飲料)の開発(H21~23)

販売対策

○冷凍梅の商品化(H21~22)
○国内量販店への商談活動の実施(H21~23)
○海外フェア(シンガポール、バンコク等)へ出展(H21~23)

これまでの取り組み

○SQF基準導入に向けた取組

SQF研究会設立

取組農家: 9戸



園地・梅干加工で現場実証を開始(H23)

○海外及び国内での「冷凍梅」の販路開拓活動



冷凍梅(南高)



冷凍梅(パープルクーン)



シンガポールでの販促



東海コープ青果担当職員会議でのプレゼンテーション

○「冷凍梅」を活用した加工品開発



梅の食物繊維入り飲料



梅グロッセ

主な成果

・SQF基準のマニュアル構築、農家で導入実証

SQF基準の導入により、大手量販店から更なる信頼を獲得

・冷凍梅を販売開始 0kg(H20) → 1680kg(H23.4~12)

ネットや産直店などによる個人向け販売が好調

冷凍梅により青梅流通期間が大幅に拡大(1か月 → 通年)し、海外フェアでの試験販売も開始

・加工品を2品開発・販売

原料に冷凍梅を利用することで、周年加工が可能に

今後の取り組み

- ・SQF基準を導入した梅の生産拡大と、その基準で製造したこだわり梅干の流通確立
- ・冷凍梅の安定した流通ルートおよびその利用方法の開拓
- ・新たな梅加工品の開発継続

ヒロメの一元集出荷体制による生産拡大と京阪神への販路開拓

事業主体：和歌山南漁協

概要

○一元集荷のための集出荷施設の整備をはじめ、加工品開発や新たな料理法の創作とともに、京阪神地域の大手量販店でのフェア開催や見本市への出展により、漁家所得の向上をめざす。

新農林水産業戦略プロジェクト推進事業

生産対策

○既存施設を活用した集出荷施設の整備 (H21)

加工対策

○冷凍加工品の開発(H22～23)
○新たな料理法の創作(H22)

流通対策

○冷蔵貯蔵庫の導入(H22)

販売対策

○京阪神地域の大手量販店でのフェア開催 (H21～23)
○見本市への出展(H21～23)
○栄養成分の分析、細菌検査(H21～22)

これまでの取組

○一元集出荷体制の整備



施設の整備



施設での出荷調整(洗浄)

○加工品の開発



真空冷凍パック

風味を損なわずに長期保存できる商品

○京阪神地域などへの販路開拓



大阪府内のジャスコ9店舗で販売



ジャスコでフェア開催(試食販売)



フリーズドライ味噌汁

お湯を入れるだけで手軽にヒロメを食べられる商品

主な成果

- ・京阪神の量販店や首都圏の料理店などと取引開始
- ・市場単価が向上
これまででは田辺地域に限定した取引のため、生産量が増えると単価も下落していたが、新たに販売先を開拓したため取引単価も向上 274円/kg(H20) → 503円/kg(H22)
- ・真空冷凍パックの開発で流通期間が大幅に拡大 3か月(2～4月) → 12か月(通年)
- ・フリーズドライ味噌汁を商品化
手軽にヒロメを楽しめるよう、高級味噌を使ったフリーズドライ味噌汁を開発。おみやげ品として販売

今後の取組

- ・養殖での生産を多収量で安定させる
- ・京阪神・首都圏の量販店や料理店などへさらに販売促進
- ・個人客向け商品の販売拡大

黒豆栽培における枝豆出荷の拡大と販路開拓

事業主体: JA紀の里

概要

○ 鞆渚特産の黒豆について、従来の乾燥豆主体の販売から収益性の高い黒枝豆として出荷に取り組む。
さらに、収穫時期延長のための新品種導入による生産の拡大、また大阪や東京など都市圏への販路開拓やビール会社とのコラボ等により、黒豆のブランド力と黒豆栽培農家所得の向上をめざす。

新農林水産業戦略プロジェクト推進事業

生産対策

- 枝豆用脱莢機、袋詰機等の導入(H21~22)
- 新品種導入試験(早生・中生種)(H22)
- 栽培講習会の開催(H22)

流通対策

- 鮮度保持に優れたオリジナル出荷袋の活用(H21)

販売対策

- 都市圏における市場での販促活動(H21~23)
- ビール会社(ビアホール等)でのモニター調査(H22)

これまでの取組

○ 枝豆用脱莢機・袋詰機の導入



・JAが選別から袋詰までの作業を行うことで農家は生産活動に専念でき、労力も軽減

○ オリジナル出荷袋「P-プラス」の活用



・長期間鮮度保持出来る「P-プラス」を使用することで、スムーズな取引交渉を展開

○ 都市圏市場への販促活動



・関西を中心とした販促に加えて、H23年度は需要の見込まれる東京市場へ販路拡大

主な成果

- ・**生産面**: 栽培面積について計画時(H20年度)0.15haから事業完了時(H23年度)4.2haまで拡大
- ・**販売面**: 鮮度保持に優れた「P-プラス」の導入や県農業試験場との連携による適地性試験を通して品質面も確保され、市場からの評価も高く、東京や大阪のスーパーや百貨店、コラボしたビール会社系列店舗、郵便局ふるさと小包など新たな取引先を確保
- ・**産地面**: 鞆渚の黒豆ブランドの拡充
- ・**営農面**: 地域農家が高齢化する中で、労力軽減により今後も営農継続が可能となった

今後の取組

- ・今後も有利販売を図るため、都市圏市場を中心に新たな販路開拓を継続

花き生産・流通の低コスト化とオリジナル品種の販売促進

事業主体：JA紀州中央

概要

○オリジナル品種(県内で育成した品種)の低温育苗施設の整備や湿式輸送容器の改良により生産・流通段階での低コスト化を図るとともに、市場でのオリジナル品種の販売促進や海外への試験出荷により、農家所得の向上をめざす。

新農林水産業戦略プロジェクト推進事業

生産対策

- 低温育苗施設の整備(H21)
- オリジナル品種の展示ほ設置(H22~23)

流通対策

- 湿式輸送容器(花だるま)の改良(H21~22)

販売対策

- 市場(京阪神、東京、名古屋)でのオリジナル品種の販売促進(H22~23)
- 海外への試験出荷(H22)

これまでの取組

○低温育苗施設の整備(スターチス・オリジナル品種)



農家へ
オリジナル
品種の
供給



○湿式輸送容器(花だるま)の低コスト化



湿式輸送容器を
低コストで製造



輸送コストの低減

○海外での切り花販売



(株)なにわ花いちばと
輸出打合せ



米国で開催された
花き見本市へ出展

主な成果

- ・スターチスの種苗コストを軽減
県の育成品種を育苗して農家へ供給することで、種苗会社の苗より約19%安く供給
- ・湿式輸送容器の改良により容器コストを軽減
従来品より約16%安く供給
- ・切り花の輸出に着手
米国の見本市でスイートピーなどが高い評価。なにわ花市場を通して輸出を開始

今後の取組

- ・JA低温育苗施設で育苗した低価格なスターチス苗の供給拡大
- ・スターチスを中心とした切り花の販売促進

かんきつ類の出荷時期拡大のための生産・流通対策と加工品開発、販売促進

事業主体: JAグリーン日高

概要

○かんきつ類の出荷期間拡大により有利販売を図るための冷房施設の導入やオリジナル個装袋の作成をはじめ、小玉果を活用した加工品開発、市場等での販促活動により、農家所得の向上をめざす。

新農林水産業戦略プロジェクト推進事業

加工対策

○加工品(カットフルーツ冷蔵、ジュース)の開発
(H21~22)

流通対策

○出荷期間拡大のため
・清見、甘夏用のオリジナル個装袋(鮮度保持袋)の作成(H21)
・八朔用の冷房施設を導入(H22)

販売対策

○市場等への柑橘類、加工品の販売促進
(H22~23)
○百貨店、高級果物店への販路開拓(加工品)
(H22)

これまでの取組

○温州みかんジュース(ゆらっ子ジュース)などの試作



○生果などの販売促進



コープふくしま組合員への販促

○出荷期間拡大のためオリジナル個装袋を作成



清見の個装常温貯蔵

○出荷期間拡大のため冷房施設整備



さつきはっさくの冷房貯蔵(新聞個装)

主な成果

・オリジナル個装袋による貯蔵で、清見、甘夏の出荷期間が約1か月拡大

清見: 21年度産で5t、22年度産で1tを出荷し、市場から高い評価

甘夏: 21年度産で13t、22年度産で14tを出荷し、市場から高い評価。出荷規格外のS玉も出荷可能に

・冷房施設による貯蔵で、さつきはっさくの出荷期間が約1か月拡大

ケーキ材料として1.1t出荷。フレッシュな状態で利用できる期間が長くなったと高い評価

今後の取組

・生果の食味の良さを活かした加工品を商品化するため、試作を継続
・有利販売を目指し、出荷期間拡大のための貯蔵を推進

ミニトマト(赤糖房・優糖星)の高品質生産生産及び加工品開発、販売促進

事業主体: JAみなべいなみ

概要

○ミニトマトの高品質生産をはじめ、下位等級品を活用した加工品開発とともに、百貨店等での販促活動、見本市への出展や商談活動により、農家所得の向上をめざす。

新農林水産業戦略プロジェクト推進事業

加工対策

- 加工機器の導入(H21)
- 加工品(ドレッシング、ジュース)の開発 (H21~22)
- 加工試作品の消費者モニター調査(H21~22)

販売対策

- 百貨店等での試食・試飲によるPR (H21~22)
- 見本市への出展、商談活動(H21~22)



これまでの取組

○ミニトマト(優糖星)と南高梅の梅肉を利用した加工品(ドレッシング、ポン酢、うどん)を開発



商品名:
tomato-umeだれ



商品名:
Tomato-Umeポン酢



商品名:
Tomato-Ume New うどん

○ミニトマト(赤糖房・優糖星)生果や加工品の百貨店等での販売促進活動



主な成果

- ・新たに加工品 3品を商品化
加工用原料として生産農家から出荷終了後の規格外品を購入し、農家所得の向上に貢献
- ・優糖星・赤糖房の生果販売は増加 7.2億円(H20)→7.6億円(H22)
- ・農家所得はプロジェクト取組前より6.6%向上

今後の取組

- ・新しい加工品の開発
- ・生果・加工品の販売促進

熊野牛の生産拡大と加工品開発、販売促進

事業主体: 和歌山県熊野牛ブランド化推進協議会

概要

- 優良血統繁殖雌牛や肥育用優良子牛の導入により生産拡大を図るとともに、下級部位を活用した加工品開発、県内外への販売促進により、農家所得の向上をめざす。

新農林水産業戦略プロジェクト推進事業

生産対策

- 優良血統繁殖雌牛の導入(H21~23)
- 肥育用優良子牛の導入促進(H21~23)

加工対策

- 加工品(カレー、しぐれ煮等、新商品5品)の開発(H21~22)

流通対策

- 子牛市場の購買精算処理システムの導入及び牛繋留場の拡大(H22)

販売対策

- 通販会社への個別商談活動(H21~22)
- レストランシェフを対象とした試食会の開催(H23)
- 展示会(アグリフードEXPO)への出展(H23)
- 熊野牛取扱料理店の拡大(看板の作成)(H22)

これまでの取組

○熊野牛生産者が優良血統繁殖雌牛及び肥育用優良子牛を導入



- ・県外の優良産地市場(鹿児島県、宮崎県等)から優秀な繁殖用雌牛を13頭導入



- ・「平成23年度熊野子牛共進会」の最優秀去勢牛など優良な子牛4頭購入

○熊野牛を利用した新たな加工品開発



- ・熊野牛を用いた加工品開発(熊野牛と柿チャツネカレーなど5品目)

○セリシステムの導入



- ・セリ価格表示と自動精算が行えるシステムを導入

○レストランシェフ等実需者へのPR活動



- ・未利用部位を料理店シェフ等へPRする試食会を開催



- ・アグリフードEXPO大阪2011への出展

主な成果

- ・新たな加工品を開発
4品目(平成20年) → 9品目(平成23年)
- ・子牛市場の利便性向上
セリシステムの導入により取引時間が短縮→1日当たりのセリ可能頭数の拡大

今後の取組

- ・肉質アップによるブランド力向上を目指し、育種価等を活用した優秀な熊野牛生産に取り組む

川添茶の生産性向上及び新商品開発、販売促進

事業主体：JA紀南

概要

- 生産性向上や高品質生産のための共同利用機械を導入するとともに、オリジナル新商品の開発や菓子店との協働による商品づくりにより、川添茶ブランドの認知度を高め、農家所得の向上をめざす。

新農林水産業戦略プロジェクト推進事業

生産対策

- 請負作業用の茶園管理機械の導入(H21)
- 早期出荷のための被覆資材の導入(H21)
- べにふうき(抗アレルギー品種)の導入(H21)
- 収量増収のための栽培技術研修会の開催(H22、H23)

加工対策

- 川添茶オリジナル新商品(お試し用ティーパック、紅茶、べにふうき緑茶)の開発(H21~23)
- 品質向上のための煎茶用精揉機の導入(H22)
- 生産量向上のためほうじ茶火入れ機の導入(H23)

販売対策

- 全国手揉み茶品評会への出展及び茶卸問屋への商談活動(H22~23)
- 和菓子店とのコラボ商品開発のための商談活動(H22~23)

これまでの取組

○作業請負組織の設立



- ・会議を重ね作業請負組織を設立
- ・JAが仲介
- ・茶園管理機の導入

○品質向上と増収への取組



- ・中刈り+被覆
実証圃の設置

○オリジナル商品の開発



- ・川添茶煎茶
「紀のかおり」
ティーパック



- ・川添茶を使った紅茶
「かわぞえ清涼紅茶」

主な成果

- ・老木茶園の若返りによる増収、品質の向上
作業受託組織の設立・中刈り+被覆技術の実証→作業委託による老木茶園での中刈り+被覆を推進→老木茶園の若返りによる増収、品質の向上
- ・オリジナル商品率向上
新たな加工品開発「2品」、乾燥火入れ機導入により「焙じ茶」の内製化と品質向上+生産量アップ
→オリジナル商品率(川添茶オリジナルの商品売上げ額/JA紀南茶関連売上げ額)増加
13%(H20)→19%(H21)→20%(H22)

今後の取組

- ・増収、品質向上を目指し、老木茶園の若返り更新を推進
- ・農家所得の向上を目指し、オリジナル商品の開発と販売促進

ゆずの生産拡大、加工品開発と販路開拓

事業主体：農事組合法人 古座川ゆず平井の里

概要

- 新植のための苗木支援により生産拡大を図るとともに、新商品開発、JGAP取得のための研修会の開催に加え、ファストフード店や高級スーパー等への販売促進により、法人及び周辺農家の所得向上をめざす。

新農林水産業戦略プロジェクト推進事業

生産対策

- ゆず生産拡大のための新植支援(H21~23)
- JGAP取得のための研修会の開催(H21~23)

加工対策

- 加工機械(ゆず香味料充填機)の導入(H21)
- 新商品(ゆずこしょう、ゆずゼリー等)の開発(H21~23)
- 機能性成分の分析(H21~23)

販売対策

- ファストフード店、高級スーパー等への商談活動(H21~22)
- 展示会(アグリフードEXPO)への出展(H23)
- 交流・販売施設の整備(H22)

これまでの取組

○生産拡大、品質向上に向けた取組



新規栽培者研修会



新規栽培ほ場

○交流・販売施設の整備



「ゆずの学校」
H23.3.27 オープン

加工品の販売や
伝統料理などの食
事の提供、ゆずの
加工体験などがで
きる

○新商品の開発



ゆず胡椒



ゆずゼリー



ゆずドレッシング



ゆず香味料

主な成果

- ・苗木の新植により栽培面積が3ha増加
- ・新たに加工品6品を商品化
加工品の売上げが年々増加(H20 9,400万円 → H22 1億2,000万円)
- ・現地販売による売上げが増加
交流・販売施設のオープンにより交流人口が増加し、現地販売金額は前年比230%増(4月~12月)

今後の取組

- ・ゆずの生産維持・拡大を図るため、新植を推進するとともに、高齢等で生産できなくなった園地の委託生産を請け負う
- ・ゆず果皮などの未利用部分を利用した加工品の開発
- ・交流・販売施設での体験メニューを増やし、交流人口を増加させる

未利用魚や地域特産魚を活用した加工品開発と販売促進

事業主体：和歌山県漁業協同組合連合会

概要

○ゴマサバなどの未利用魚や地域特産魚を活用した加工品を開発し、加工品保存用の冷凍保管庫整備により学校給食への販売促進を行うとともに、外食産業や生協など新たな販売先の確保を通じて、加工品原材料の調達を安定的に行い漁業所得の向上を図る。

新農林水産業戦略プロジェクト推進事業

流通対策

○加工品保存用の冷凍保管施設の整備(H21)

販売対策

○県内レストランや生協などへの販路開拓(H21～23)

○学校給食向け商品提案会の開催や、学校栄養士との個別商談活動の実施(H21～23)

これまでの取組

○加工品の開発

(i)簡易加工



○学校栄養士を対象とした商品提案会の実施



(ii)調理加工



和歌山産の新鮮なゴマサバや山椒を使用し味噌で味を調えた紀州の伝統料理で、調味料としても使える

○生協店舗での試食販売の実施



主な成果

- ・簡易加工：学校給食への採用
学校栄養士への商品提案や個別商談を通し、ゴマサバの切り身等が県内小中学校等の給食に採用
- ・調理加工：「さば味噌」販路の確保
調理加工品開発に国庫補助事業を活用して著名な伝承料理研究家による指導を仰ぎ、ゴマサバを用いた「さば味噌」を完成。生協店頭での試食販売活動や事業主体独自のチラシ販売等を実施

今後の取組

- ・本取組で培ったノウハウを活かし、引き続き加工品開発に取り組む
- ・簡易加工品及び調理加工品ともに商談活動を継続実施し、更なる販路拡大に取り組む

新鶏種導入によるこだわり卵の生産、加工品開発と販路開拓

事業主体：橋本市養鶏農業協同組合

概要

○新鶏種(ボリスブラウン種)の導入によるこだわり卵の生産とともに、生みたて卵を利用したスイーツ加工品開発や販売促進により、養鶏農家の所得向上をめざす。
また、こだわり卵を使った農家レストラン設備の整備により「はしもとブランド」の安全性と新鮮さをPRし幅広い顧客獲得につなげる。

新農林水産業戦略プロジェクト推進事業

生産対策

- 新鶏種(ボリスブラウン種)の導入(H22~23)
- オリジナル飼料によるこだわり卵の生産(H22)

加工対策

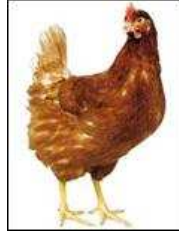
- パティシエとの協働によるこだわり卵を使った加工品の開発(H22)
- 加工機器(焼成機、ミキサー等)の導入(H22~23)

販売対策

- 百貨店やホテル、食品メーカー等への商談活動(H22~23)
- 展示会(首都圏大規模キャンペーン)への出展(H22)
- こだわり卵を使った農家レストラン設備の整備(H23)

これまでの取組

○新鶏種の導入



赤玉生産可能なボリスブラウン種

○スイーツ加工品の開発



小峰台ロール(ロールケーキ)
サケットシュークリーム
(シュークリーム)
こっこプリン(プリン)
卵菓かすていら(カステラ)



こっこの宝物(チーズケーキ)

○農家レストラン設備の整備



卵庵はしたま



玉子かけごはん

・生みたて卵を使った料理提供により安全性と新鮮さをPR

主な成果

- ・スイーツ直売所及び農家レストラン整備による「地産地消」体制の確立
ロールケーキやカステラなどスイーツ加工品を7種類開発し、「卵菓Hashitama」(直販所)にて販売
新鮮こだわり卵を使ったメニュー(玉子かけごはんや親子丼、卵焼き)を農家レストランにて販売

今後の取組

- ・生産者の所得向上を目指し、スイーツ加工品や農家レストランメニューの新たな開発を継続

高糖度高原トマト(おひさまとまと)のブランド育成と販路拡大

事業主体: 生石高原野菜共撰出荷組合

概要

- 透湿耐水マルチ(マルドリ)栽培の実証導入等による「おひさまとまと」の生産量拡大や市場と連携したスーパー等への商談活動、試食による販促活動の実施により、トマト栽培農家の所得向上をめざす。

新農林水産業戦略プロジェクト推進事業

生産対策

- 高糖度生産のための透湿耐水マルチ(マルドリ)栽培の導入実証(H22)
- 節水管理マニュアルの作成(H22)
- 透湿耐水マルチ栽培用資材の導入(H23~24)
- 非破壊糖度計の導入(H22~23)

流通対策

- 傷果防止のための出荷容器の開発(H22)

販売対策

- 市場と連携したスーパー等への個別商談活動(H22~24)
- 試食による販売促進活動(H22~24)

これまでの取組

○透湿耐水マルチ(マルドリ)栽培技術を実証



温州みかんのマルチドリップ栽培で使用されている透湿耐水マルチを使って土壌水分をコントロールする仕組み実証試験



露地栽培における土壌水分を制限し、高糖度果実「おひさまとまと」の収量アップを目指す

○非破壊糖度計導入による全果糖度測定



「従来の選別方法」
出荷された果実からサンプル果実を抜き取り搾汁の糖度を測定



「非破壊計測器導入」
選荷効率が向上し出荷された果実を全果糖度測定

※おひさまとまとの選別基準: 樹上完熟させた糖度7度以上の秀品果実

○出荷容器開発



傷果防止とブランドPRを兼ねた店頭販売用の出荷容器開発と導入

○量販店での販促活動



量販店店頭において生産者自ら消費者への販促活動を実施

主な成果

- ・「おひさまとまと」の取引価格アップ
全果糖度測定、専用出荷容器導入などの取組により通常品と比べた取引価格がアップ
平成21年度1.4倍(おひさまとまと(449円/kg) / 通常品(320円/kg)) →
平成23年度1.6倍(おひさまとまと(618円/kg) / 通常品(381円/kg))

今後の取組

- ・「おひさまとまと」の増産に向け、県試験研究機関と連携し、高糖度夏秋トマト生産技術研究
- ・「おひさまとまと」の有利販売に向け、販促活動の継続と新規取引先の開拓

地域の素材を活かした加工品開発

事業名：しもつみかん(貯蔵みかん)高品質生産及び加工品開発

開発商品：みかんジュース

開発者：JAながみね (連絡先：073-487-0900 JAながみね とれたて広場)



商品名：しもつのみかん和みの味

主原料：地元の貯蔵みかん

(「蔵出しみかん」を生産者から購入)

内容量：700ml

販売価格：780円(販売価格は掲載時のものです)

賞味期間：1年

開発背景：地域ブランド「蔵出しみかん」の生産者所得向上をはかるうえで、付加価値の高い加工品開発を1つの手法とした。

商品開発と販売のポイント

1. 構想(要した期間：6か月)

「蔵出しみかん」は、糖度12度以上でコクがあり、まろやかな貯蔵みかんです。そのおいしさを一年中味わってもらいたい思いから、「蔵出しみかん」をギュッと詰め込んだストレートジュースの生産を始めた。

2. 商品開発(要した期間：1年)

原料は、糖度12度以上のものに限定し、貯蔵中の糖酸バランスを測定しながら、もっとも美味しい状態で搾汁した。

3. 販売(販売開始：平成22年4月～)

当初は全国の提携JA直売所。営業の結果、高速和歌山サービスエリアなどで販売している。

事業名：しもつみかん(貯蔵みかん)高品質生産及び加工品開発

開発商品：みかんゼリー

開発者：JAながみね (連絡先：073-487-0900 JAながみね とれたて広場)



商品名：蔵出しみかんゼリー

主原料：地元産貯蔵みかん

(「蔵出しみかん」を生産者から購入)

内容量：135g

販売価格：250円(販売価格は掲載時のものです)

賞味期間：6か月

開発背景：地域ブランド「蔵出しみかん」の生産者所得向上をはかるうえで、付加価値の高い加工品開発を1つの手法とした。

商品開発と販売のポイント

1. 構想(要した期間：3か月)

ジュースに続く、「蔵出しみかん」の加工品第二弾として、粒よりの美味しさを、大人から子供まで味わってもらえる手軽な商品として、ゼリーの開発を考えた。

2. 商品開発(要した期間：3か月)

ゼリーの味は、「蔵出しみかん」の特徴を活かせることにこだわった。容器については、数回にわたる試作を重ね、ファミリーで食べても満足感のあるサイズにした。

3. 販売(販売開始：平成23年5月～)

自社の直売所の他、提携先の直売所で手軽なギフトとして人気商品となっている。

地域の素材を活かした加工品開発

事業名：柿酢を活用した新商品開発と販路拡大

開発商品：柿酢ドリンク

開発者：しんおか農産加工組合（連絡先：0736-22-5830（有）新岡農園事務所）



商品名：飲みやすい柿酢

主原料：柿（自社生産の柿から柿酢を製造）

内容量：180ml（りんごミックス 柿酢4%・8%）

200ml（蜂蜜ミックス）

販売価格：300円（3種とも）

（販売価格は掲載時のものです）

賞味期間：6か月

開発背景：本組合は伊都地域特産の柿について生産から「柿酢」や「あんぼ柿」等独自商品の開発・加工、販売までを一貫して手がけていた。

商品開発と販売のポイント

1. 構想（要した期間：5年）

本組合の主力商品である柿酢の機能性を活かし、かつ幅広い世代に飲んで頂ける飲みやすい製品を作ろうとの思いで柿酢ドリンクの開発に取り組む。

2. 商品開発（要した期間：2年）

ブレンドするジュースの種類や柿酢の含有量等について組合内での試飲、改良を重ね、かつ試飲会でのアンケート調査結果を参考にして上記3タイプを開発。

3. 販売（販売開始：平成22年9月～）

アグリフードEXPO東京等商談会に積極的に参加し、試飲によるバイヤーへのPRで販路拡大中。

事業名：有田みかん早和ブランドの生産拡大・販売促進

開発商品：有田みかん果汁をベースに仕上げたポン酢

開発者：(株)早和果樹園（連絡先：0737-88-7279（株）早和果樹園）



商品名：みかポン

主原料：みかん（自社生産のみかんを搾汁）

内容量：300ml

販売価格：495円（販売価格は掲載時のものです）

賞味期間：10か月

開発背景：高品質な有田みかんの生産販売とみかんを活用した加工品の製造販売を経営の柱とし、加工品開発は、1年1品目を目標としていた。

商品開発と販売のポイント

1. 構想（要した期間：1年）

有田みかんにこだわった商品を作ってきたが、今回は、子供からお年寄りまで幅広く食べていただける商品があればという発想から有田みかんを使ったポン酢の開発に取りかかった。

2. 商品開発（要した期間：1年）

開発に際しては、社員の舌が商品作りの物差しとなった。社内での試作→試食→改良をくり返すことにより完成した。日頃から対面販売でお客様と向き合っている社員の力により生まれた商品。

3. 販売（販売開始：平成22年3月～）

独自の販売ルートが既に構築されているが、新商品であるため、試食販売をくり返し実施している。

地域の素材を活かした加工品開発

事業名：冷凍梅の販路開拓と新たな梅加工品の開発

開発商品：冷凍梅

開発者：J A 紀南

(連絡先：0120-369-159 J A 紀南)



商品名：冷凍紀州南高梅

主原料：梅

(本場紀州田辺の南高梅を生産者から購入)

内容量：500g

販売価格：700円 (販売価格は掲載時のものです)

賞味期間：1年 (冷凍)

開発背景：青梅の流通期間は6月の約1か月間と短いため、お客様から梅の加工・味を周年楽しみたいとの要望が多かった。

商品開発と販売のポイント

1. 構想 (要した期間：1年)

梅にこだわるお客様の周年利用したいとの要望や、海外を含めた新たな販路を開拓して需要をひろげられないかとの思いが開発のきっかけ。

2. 商品開発 (要した期間：1年)

本場一級品の素材を厳選。より安全・安心な商品提供のため、加工から出荷まで工程管理に取り組む。

3. 販売 (販売開始：平成21年7月～)

需要掘り起こしのため、フェアや料理教室で加工を実演。梅酒・ジュースなどに加工すると果汁が良く出て失敗が少ないことや、周年利用できることをPRしている。

事業名：冷凍梅の販路開拓と新たな梅加工品の開発

開発商品：冷凍梅

開発者：J A 紀南

(連絡先：0120-369-159 J A 紀南)



商品名：冷凍パープルクイーン

主原料：梅

(小梅「パープルクイーン」を生産者から購入)

内容量：400g

販売価格：950円 (販売価格は掲載時のものです)

賞味期間：1年 (冷凍)

開発背景：JA紀南がパテントを持つ「パープルクイーン」は、当JA管内だけで栽培している新しい品種で、流通期間も短いため、お客様から「パープルクイーン」の加工・味を周年楽しみたいとの要望が多かった。

商品開発と販売のポイント

1. 構想 (要した期間：1年)

梅酒やジュースにすると赤くて独特の風味が楽しめる「パープルクイーン」を、女性をターゲットに周年供給できないか、海外も含めた販路を開拓して需要を広げられないかとの思いが開発のきっかけ。

2. 商品開発 (要した期間：1年)

本場一級品の素材を厳選。より安全・安心な商品を提供するため、加工から出荷まで工程管理に取り組む。

3. 販売 (販売開始：平成23年7月～)

フェアや店頭などで梅酒・ジュースの試飲や加工実演を行い、アントシアニン色素を含んだ機能性のある梅酒やジュースが手軽に加工できることや、周年利用できることをPRしている。

地域の素材を活かした加工品開発

事業名：ミニトマト(赤糖房・優糖星)の高品質生産及び加工品開発、販売促進
 開発商品：高糖度の「優糖星」果汁と「紀州みなべの南高梅」の梅肉を使用した万能タレ
 開発者：JAみなべいなみ (連絡先：0120-72-4387 JAみなべいなみ)



商品名：tomato-umeだれ
 主原料：ミニトマトと梅
 (地元生産者から購入して使用)
 内容量：130g
 販売価格：398円 (販売価格は掲載時のものです)
 賞味期間：6か月
 開発背景：当JA管内では日本一の梅「紀州みなべの南高梅」、高糖度が自慢のミニトマト「赤糖房」・「優糖星」を生産しており、他では真似できない両トップブランドを原料にした加工品作りが可能であった。

商品開発と販売のポイント

1. 構想 (要した期間：1年)
 両トップブランドをコラボさせ、両方のおいしさがたっぷり詰まった商品を作りたいという発想から開発に取りかかった。
2. 商品開発 (要した期間：1年)
 高糖度のミニトマトに塩分を含んだ南高梅を加えるとまろやかな甘さと風味になる。幅広い年齢層に味わってもらうため、何度も味の調整とパッケージの工夫をした。タレが出やすいようビン口の形状を改良した。
3. 販売 (販売開：平成22年1月～)
 商談会やイベントに参加して、行政機関とともにバイヤーや一般客にPRしている。

事業名：ミニトマト(赤糖房・優糖星)の高品質生産及び加工品開発、販売促進
 開発商品：高糖度の「優糖星」果肉と「紀州みなべの南高梅」の梅肉で仕上げたポン酢
 開発者：JAみなべいなみ (連絡先：0120-72-4387 JAみなべいなみ)



商品名：Tomato-Umeポン酢
 主原料：ミニトマトと梅
 (地元生産者から購入して使用)
 内容量：130g
 販売価格：398円 (販売価格は掲載時のものです)
 賞味期間：1年
 開発背景：当JA管内では日本一の梅「紀州みなべの南高梅」、高糖度が自慢のミニトマト「赤糖房」・「優糖星」を生産しており、他では真似できない両トップブランドを原料にした加工品作りが可能であった。

商品開発と販売のポイント

1. 構想 (要した期間：1年)
 両トップブランドをコラボさせ、両方のおいしさがたっぷり詰まった商品を作りたいという発想から開発に取りかかった。
2. 商品開発 (要した期間：1年)
 tomato-umeシリーズの統一感を出すためにtomato-umeだれと同じパッケージを使用し、商品区別するためにデザインを変えた。
3. 販売 (販売開始：平成22年11月～)
 商談会やイベントに参加して、行政機関とともにバイヤーや一般客にPRしている。

地域の素材を活かした加工品開発

事業名：ミニトマト(赤糖房・優糖星)の高品質生産及び加工品開発、販売促進

開発商品：tomato-ume だれを練り込んだ鮮やかなピンク色をしたうどん

開発者：JAみなべいなみ (連絡先：0120-72-4387 JAみなべいなみ)



商品名：Tomato-Ume Newうどん

主原料：ミニトマトと梅

(地元生産者から購入して使用)

内容量：200g

販売価格：498円 (販売価格は掲載時のものです)

賞味期間：1年

開発背景：当JA管内では日本一の梅「紀州みなべの南高梅」、高糖度が自慢のミニトマト「赤糖房」・「優糖星」を生産しており、他では真似できない両トップブランドを原料にした加工品作りが可能であった。

商品開発と販売のポイント

1. 構想 (要した期間：1年)

両トップブランドをコラボさせ、両方のおいしさがたっぷり詰まった商品を作りたいという発想から開発に取りかかった。

2. 商品開発 (要した期間：1年)

麺を乾燥させる製造工程で麺が切れてしまう。これを防止するため、何度も試作を繰り返して商品を完成させた。

3. 販売 (販売開：平成22年11月～)

商談会やイベントに参加して、行政機関とともにバイヤーや一般客にPRしている。

事業名：熊野牛の生産拡大と加工品開発、販売促進

開発商品：熊野牛と柿チャツネカレー

開発者：熊野牛ブランド化推進協議会 (連絡先：0736-22-6320 鳥久精肉店)



商品名：熊野牛と柿チャツネカレー

主原料：牛肉(熊野牛 80g) 柿(和歌山県産)

内容量：230g

販売価格：840円 (販売価格は掲載時のものです)

賞味期間：2年

開発背景：多くの消費者に和歌山県特産牛「熊野牛」を知ってもらう手法として、手軽に食べてもらえる加工品の開発が必要であった。

商品開発と販売のポイント

1. 構想 (要した期間：10か月)

和歌山県特産牛である「熊野牛」を手軽に食べてもらえる加工品開発を考える中で大人から子どもまで愛されるカレーにたどり着いた。

2. 商品開発 (要した期間：5か月)

熊野牛だけでなく和歌山県産の富有柿を使ったチャツネを活用することとしたが、最も美味しい割合に調整するのに苦労した。また、加工業者に関しても県内で加工できる業者に発注することとした。

3. 販売 (販売開始22年8月～)

各種ネット販売を行うとともに地元商工会を通じて土産物店などで販売している。

地域の素材を活かした加工品開発

事業名：川添茶の生産性向上及び新商品開発、販売促進

開発商品：煎茶 紀のかおり

開発者：J A 紀南

(連絡先：0739-25-4611 J A 紀南加工部)



商品名：煎茶 紀のかおり ティーパック

主原料：緑茶（川添の荒茶を生産者から購入）

内容量：5gパック×16

販売価格：960円（販売価格は掲載時のものです）

賞味期間：300日

開発背景：川添茶の良さをより多くの消費者に認知してもらい、生産者の所得向上につながるため自社オリジナル商品を開発する必要がある。

商品開発と販売のポイント

1. 構想（要した期間：3か月）

「川添茶煎茶をより手軽に簡単に飲みたい」というお客様のご要望と、「幅広い年齢層のお客様に飲んで頂きたい」という生産者の願いから開発を始めた。

2. 商品開発（要した期間：10か月）

川添茶の特徴である、独特の甘味のある香気とまろやかな味が出せるよう、試行錯誤を繰り返した。その結果、ティーパックで手軽に入れながら、納得のいく味わいの商品として仕上がった。

3. 販売（販売開始：平成23年7月～）

既存の取引先に加え、県外観光客への認知向上を意識して、旅館、ホテル、催事などで売り込みを行っている。

事業名：川添茶の生産性向上及び新商品開発、販売促進

開発商品：かわぞえ清涼紅茶

開発者：J A 紀南

(連絡先：0739-25-4611 J A 紀南加工部)



商品名：かわぞえ清涼紅茶

主原料：緑茶（川添の紅茶荒茶を生産者から購入）

内容量：3gパック×20

販売価格：630円（販売価格は掲載時のものです）

賞味期間：1年

開発背景：川添茶の良さをより多くの消費者に認知してもらい、生産者の所得向上につながるため自社オリジナル商品を開発する必要がある。

商品開発と販売のポイント

1. 構想（要した期間：6か月）

川添茶を利用した新商品として、若年層をターゲットに、ご家庭用、お土産用として買って頂ける紅茶の開発を始めた。

2. 商品開発（要した期間：10か月）

試作品によるモニタリング調査を実施し、商品の特徴を分析することにより、ネーミングとパッケージデザインを完成させた。各地の国産紅茶と差別化するため、品質の高い商品づくりを目指している。

3. 販売（販売開始：平成23年12月～）

現在は、限定生産であるため、自社店舗と既存の取り引き先で販売している。

地域の素材を活かした加工品開発

事業名：ゆずの生産拡大、加工品開発と販路開拓

開発商品：柚子ゼリー

開発者：農事組合法人古座川ゆず平井の里（連絡先：0735-77-0123 ゆず平井の里）



商品名：ゆずゼリー

主原料：柚子

（地元の古座川で生産された柚子を使用）

内容量：160g

販売価格：200円（販売価格は掲載時のものです）

賞味期間：6か月

開発背景：夏場常温で販売できる商品が必要であった。

商品開発と販売のポイント

1. 構想（要した期間：1年）

社員のほとんどを占める女性社員からの「柚子の爽やかな風味を活かしたデザートを作りたい」との声が開発のきっかけ。

2. 商品開発（要した期間：6か月）

「ふるふる食感」をポイントにおいて開発。何度も試作・試食・検討を繰り返し、柚子の香り高い風味と「ふるふる食感」の夏にぴったりなゼリーが完成。

3. 販売（販売開始：平成22年1月～）

お客様の反応をダイレクトに受けることができるDMを中心に販売展開している。

事業名：ゆずの生産拡大、加工品開発と販路開拓

開発商品：柚子ドレッシング

開発者：農事組合法人古座川ゆず平井の里（連絡先：0735-77-0123 ゆず平井の里）



商品名：おばあの柚子ドレッシング

主原料：玉ねぎ、柚子

（地元の古座川で生産されたものを使用）

内容量：180ml

販売価格：420円（販売価格は掲載時のものです）

賞味期間：6か月

開発背景：地元で玉ねぎなどの野菜も栽培されていたが、主に自家消費に利用され、農家所得につながっていなかった。

商品開発と販売のポイント

1. 構想（要した期間：2年）

農家所得の向上のため、地元で生産される玉ねぎなどの野菜類を加工原料に利用できないかとの思いが開発のきっかけ。

2. 商品開発（要した期間：6か月）

化学調味料を一切加えず、米油を使用するなどこだわりの製品を開発するのに苦労した。

3. 販売（販売開始：平成22年6月～）

お客様の反応をダイレクトに受けることができるDMを中心に販売展開している。

地域の素材を活かした加工品開発

事業名：ゆずの生産拡大、加工品開発と販路開拓

開発商品：柚子胡椒

開発者：農事組合法人古座川ゆず平井の里（連絡先：0735-77-0123 ゆず平井の里）



商品名：こしがわのぴりっとゆず（赤）・（青）

主原料：柚子、唐辛子

（地元の古座川で生産されたものを使用）

内容量：40g

販売価格：580円（販売価格は掲載時のものです）

賞味期間：6か月

開発背景：柚子果汁は加工品に利用していたが、果汁を搾った後に発生する果皮などはあまり利用していなかった。

商品開発と販売のポイント

1. 構想（要した期間：2年）

果汁を絞った後に発生する果皮を商品に利用できないかという思いと、爽やかな風味の柚子と平井地区内で栽培される唐辛子で新たな商品を作りたいという思いが開発のきっかけ。

2. 商品開発（要した期間：1年）

柚子の香りと唐辛子の分量をポイントに開発。何度も試作・試食・検討を重ねた結果、古座川産柚子の香り高い風味を活かした辛さ控えめの柚子こしょうが完成した。

3. 販売（販売開始：平成22年1月～）

お客様の反応をダイレクトに受けられるDMを中心に販売展開している。

事業名：未利用魚や地域特産魚を活用した加工品開発

開発商品：さば味噌

開発者：和歌山県漁業協同組合連合会（連絡先：073-431-5101）



商品名：さば味噌

主原料：ゴマサバ

内容量：80g

販売価格：320円（販売価格は掲載時のものです）

賞味期間：1年

開発背景：漁獲量減少に加え若者を中心とした魚離れが進む中、漁獲が増えつつある未利用魚等の加工開発による高付加価値化が必要となった。

商品開発と販売のポイント

1. 構想（要した期間：1年）

販売単価の安いゴマサバが近年増加していることから、これを原料とした加工品を開発し高付加価値化することで漁業者の所得向上につなげたいとの思いから実施した。

2. 商品開発（要した期間：8か月）

水産庁所管補助事業を活用し、著名な伝承料理研究家による指導を仰ぎ試行錯誤を重ねながら単品でも調味料として使える商品を開発した。

3. 販売（販売開始：平成23年9月～）

和歌山市民生協等への商談活動やわかやま産品商談会in大阪等への出展を行い販路拡大中である。

地域の素材を活かした加工品開発

事業名：新鶏種導入によるこだわり卵の生産、加工品開発と販路開拓

開発商品：小峰台ロール（ロールケーキ）

開発者：橋本市養鶏農業協同組合（連絡先：0736-36-1102「卵菓はしたま」）



商品名：小峰台ロール（ロールケーキ）

主原料：鶏卵（自社の生みたて卵を使用）

販売価格：880円（販売価格は掲載時のものです）

賞味期間：販売日当日中

開発背景：本組合は県内一の鶏卵生産量を誇り、自らGPセンターにて卵の選別や安全検査まで実施。新鮮な卵の魅力伝えるためスイーツ加工に取り組むこととした。

商品開発と販売のポイント

1. 構想（要した期間：7年）

はしたまブランドのPRや鶏卵の付加価値化を図るため、自分たちが作った新鮮卵を主原料とし、コストよりも美味しさにこだわったスイーツを自家製造、直接販売する。

2. 商品開発（要した期間：10か月※オープン前のお客様への試食期間40日を含む）

組合職員を店長としたスタッフ全員が大阪の製菓教室で猛勉強し、数え切れない試作を重ねて完成させた。また地域の活性化に繋がるよう商品名に地元名を加え、親しみのあるものとした。

3. 販売（販売開始：平成22年11月～）

店頭にてお客様に試食してもらうスタイルとし、日々意見等取り入れながらより美味しいものを提供している。

事業名：新鶏種導入によるこだわり卵の生産、加工品開発と販路開拓

開発商品：卵菓かすていら（カステラ）

開発者：橋本市養鶏農業協同組合（連絡先：0736-36-1102「卵菓はしたま」）



商品名：卵菓かすていら（カステラ）

主原料：鶏卵（自社の生みたて卵を使用）

販売価格：1,050円（販売価格は掲載時のものです）

賞味期間：1～2週間程度（季節に応じて）

開発背景：本組合は県内一の鶏卵生産量を誇り、自らGPセンターにて卵の選別や安全検査まで実施。新鮮な卵の魅力伝えるためスイーツ加工に取り組むこととした。

商品開発と販売のポイント

1. 構想（要した期間：7年）

はしたまブランドのPRや鶏卵の付加価値化を図るため、自分たちが作った新鮮卵を主原料とし、コストよりも美味しさにこだわったスイーツを自家製造、直接販売する。

2. 商品開発（要した期間：10か月※オープン前のお客様への試食期間40日を含む）

組合職員を店長としたスタッフ全員が大阪の製菓教室で猛勉強し、数え切れない試作を重ねて完成させた。また甘味料として九度山町特産の富有柿からとれる柿あめを使用し、地産地消を实践。

3. 販売（販売開始：平成23年2月～）

店頭にてお客様に試食してもらうスタイルとし、日々意見等取り入れながらより美味しいものを提供している。

地域のブランド農林水産物育成

事業名：ヒロメの一元集出荷体制による生産拡大と京阪神への販路開拓

開発ブランド：「紀州ひろめ」真空パック冷凍

開発者：和歌山南漁協

(連絡先：0739-22-8520 和歌山南漁協)



商品名：紀州ひろめ

対象：ひろめ（紀南地域でとれる全国でもごく限られた海域で生育する海藻）

概要：紫外線殺菌海水による洗浄や手作業による付着物除去など衛生管理を徹底的に行い、真空パックして冷凍で販売。

流通：294円／120g、887円／500g（22年度実績）

出回り期 4～2月（翌年）

開発背景：地場消費のみであり、生産量が増えると単価が下がった。冷蔵品だと保存期間や販売期間も短かった。

開発のポイント

1. 構想（要した期間：3か月）

古くから地元で食べられてきたが、全国的に知られていなかった。このため、各種フェアで紹介したところ好評であったのが開発のきっかけ。保存期間を長くし、洗わずに利用できる商品がほしかった。

2. 商品開発（要した期間：6か月）

紫外線殺菌海水による洗浄や手作業による付着物除去など衛生管理を徹底的に行って一枚一枚検品しており、品質には絶対の自信がある。

3. 販売（販売開始：平成23年4月～）

通信販売による個人向に加えて500g、1kg入りの業務用も販売。テレビで取り上げられたのをきっかけに販売量が増えている。

事業名：ヒロメの一元集出荷体制による生産拡大と京阪神への販路開拓

開発ブランド：「紀州ひろめ」冷蔵

開発者：和歌山南漁協

(連絡先：0739-22-8520 和歌山南漁協)



商品名：紀州ひろめ

対象：ひろめ（紀南地域でとれる全国でもごく限られた海域で生育する海藻）

概要：紫外線殺菌海水による洗浄や手作業による付着物除去など衛生管理を徹底的に行い、冷蔵および冷凍で販売。

流通：1,575円／1kg、3,150円／2kg（22年度実績）

出回り期 2月～4月

開発背景：地場消費のみであり、生産量が増えると単価が下がった。

開発のポイント

1. 構想（要した期間：6か月）

古くから地元で食べられてきたが、全国的に知られていなかった。このため、各種フェアで紹介したところ好評であったのが開発のきっかけとなった。

2. 商品開発（要した期間：10か月）

紫外線殺菌海水による洗浄や手作業による付着物除去など衛生管理を徹底的に行って一枚一枚検品しており、品質には絶対の自信がある。

3. 販売（販売開始：平成22年2月～）

フェアや商談会などがきっかけでスーパー、料亭向けを中心に販売。地元以外では認知度が低いのでスーパー店頭で試食販売を実施し、一般客へPRしている。

地域のブランド農林水産物育成

事業名：黒豆栽培における枝豆出荷の拡大と販路開拓

開発ブランド：「鞆の黒枝豆」

開発者：J A 紀の里 (連絡先：0736-79-0002 粉河支所鞆事業所)



品目：鞆の黒枝豆

対象：黒枝豆

(鞆地区で古くから生産される黒大豆)

概要：鞆特産の黒大豆を早取りし、枝から取分け200gにパッキングした商品。

流通：703円／kg (23年度実績)

出回り期 10月

開発背景：先行しブランド化に成功した黒大豆に続き黒枝豆の出荷を検討。柿の出荷時期との重複に対し共同選果とすることで黒枝豆の商品化を可能とした。

開発のポイント

1. 構想 (要した期間：1年6か月)

「がんこ農家の黒豆」の先行イメージを踏襲しながら、出荷期が限定される「希少価値の高い枝豆」として新規に出荷取組することで黒豆全体のブランド力向上につなげる。

2. 商品開発 (要した期間：5か月)

枝付き状態ではマーケットの評価が低いため、莢状での販売とした。また、長期間鮮度保持出来る「P-プラス」を使用したオリジナルパッケージに袋詰めすることにより他品と差別化している。

3. 販売

キリンビールとのコラボやコープきんき等関西市場への売り込みが主体だったが、平成23年度には東京市場への販路拡大に加え、地元郵便局とタイアップしふるさと小包に採用された。有利販売するための新たな販路開拓を継続的に進めていく。

事業名：高糖度高原トマト（おひさまとまと）のブランド育成と販路拡大

開発ブランド：「おひさまとまと」

開発者：生石高原野菜共撰出荷組合 (連絡先：fax0737-34-3165 共撰出荷組合選荷場)



商品名：おひさまとまと

対象：トマト (生石地区で栽培される夏秋トマト)

概要：糖度7度以上の差別化商品を開発し、産地のブランド力向上を目指した。

流通：618円／kg (23年度実績)

出回り期 10月～11月

開発背景：主取り引き先の岸和田市場周辺では、おいしい夏秋トマト産地として認知されてきた。そのイメージを、さらにアップして有利販売を目指した。

開発のポイント

1. 構想 (要した期間：2年)

生石高原は夏涼しいため、おいしい夏秋トマト産地として知名度があった。そのイメージをさらにアップする手法として、糖度7度以上のトマトを差別化し「おひさまとまと」と命名し、平成21年3月に商標登録した。

2. 商品開発 (要した期間：1年)

糖度7度以上の「おひさまとまと」生産量を拡大するため、マルチ+少量かん水技術などを検討。また、搾汁を屈折糖度計で測定する選荷方法を改め、非破壊糖度計を導入し、選荷効率をアップ。出荷箱は、きずがつきにくい容器を導入。

3. 販売

消費現場にブランド浸透をはかる目的で、取り引き市場をとおして量販店での消費者への直売キャンペーンを実施した。市場からは、非常に引き合いが強く、増産が求められている。

地域の特徴ある農産物の振興

事業名：県オリジナル品種「ゆら早生」のブランド確立と販売促進

対象品目：「ゆら早生」

事業主体：ゆら早生ブランド確立協議会（県農）（連絡先：073-499-5647海南仮事務所）



品名：「ゆら早生」

対象：温州みかん（極早生種）

概要：日高郡由良町にて発見された「宮川早生」の枝変わり。

流通：209円/kg（23年度実績）

出回り期 10月

事業背景：極早生みかんの供給過剰と低品質果実の出回りによる価格低迷に伴い食味の良い優良系統への転換が必要となった。

取組と販売のポイント

1. 構想

「ゆら早生」の生産量増加に伴う販路開拓や、9月出荷が可能な優良品種の早期産地化といった課題を解決し農業所得の向上につなげたいとの思いから実施した。

2. 取組

「ゆら早生」を親とし一旬早く出荷可能な新品種である「YN26」（県果樹試験場育成）を早期に産地化できるよう、試験圃での品質調査や生産者向け栽培マニュアル作成を実施した。

3. 販売

全国にわたるスーパー等の店頭にて「ゆら早生」試食販売活動を重ね「青みがあっても食味が優れる」というイメージの浸透を図っている。

事業名：花き生産・流通の低コスト化とオリジナル品種の販売促進

対象品目：県育種のスターチス・シヌアータ

事業者：J A 紀州中央

（連絡先：0738-22-8911 J A 紀州中央）



県育種の紀州ファインバイオレット

品名：県育種のスターチス ファインシリーズ苗

対象：スターチス苗

概要：県育種のスターチスをメリクロン会社に委託して増殖させた後、定植苗になるまで低温育苗し組合員に販売。

流通：苗供給 8～9月（生花は、11月～翌年5月出荷）

事業背景：スターチス生産の経営費に占める種苗代が高く、農業経営を圧迫していたため。

取組と販売のポイント

1. 構想

スターチス生産者の所得向上をめざし、安くて品質の良い苗を供給したいという思いから実施した。

2. 取組

初めての取組のため、県の指導・研究機関等の協力を得ながら低温育苗に取り組んだ。特にフラスコ苗の順化や温度管理に細心の注意を払った。

3. 販売

J A 組合員からの受注で育苗し、低価格での販売に心がけている。

地域の特徴ある農産物の振興

事業名：かんきつ類の出荷時期拡大のための生産・流通対策と加工品開発、販売促進
対象品目：甘夏、清見

開発者：J Aグリーン日高 (連絡先：0738-63-3671 J Aグリーン日高)



品名：甘夏、清見
対象：長期貯蔵した甘夏、清見
概要：Pプラス（鮮度保持袋）で個装保存し、通常より出荷時期を1か月延長。
流通：甘夏 販売時期 5月（通常は4月）
清見 販売時期 4月（通常は3月）
事業背景：甘夏、清見の出荷時期が一時期に集中するため。

取組と販売のポイント

1. 構想
甘夏、清見を長期にわたり提供したいとの思いと、小玉果も販売したいとの思いが取組のきっかけであった。
2. 取組
農家の倉庫で常温貯蔵するため、出荷できる果実の歩留まりに注意を払った。
3. 販売
生食用として市場出荷しているが、今後は、生食用以外（加工用原料などとして）の販売も開拓していく。

事業名：かんきつ類の出荷時期拡大のための生産・流通対策と加工品開発、販売促進
対象品目：さつきはっさく

開発者：J Aグリーン日高 (連絡先：0738-63-3671 J Aグリーン日高)



品名：さつきはっさく
対象：長期貯蔵したさつきはっさく
概要：冷房貯蔵で、通常より出荷時期を1か月延長。
流通：販売時期 5月（通常は4月）
事業背景：出荷時期が一時期に集中するため。

取組と販売のポイント

1. 構想
さつきはっさくを長期にわたり提供したいとの思いと、小玉果も販売したいとの思いが取組のきっかけであった。
2. 取組
完熟した果実を気温の高い時期に貯蔵するため、出荷できる果実の歩留まりに注意を払った。
3. 販売
ケーキ材料として出荷しているが、今後は、他の用途についても販路を開拓していく。