

## 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 (販売開始：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った。

### 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った。

### 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：おばあさん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。