

Short Report

2018 年度の能代市におけるキイチゴの生産増大

および市場拡大に関する経営実証研究

今西弘幸¹, 林芙俊², 佐藤隆一³,
佐々木和子³, 津田渉², 酒井徹², 佐藤清吾⁴

¹ 秋田県立大学アグリイノベーション教育研究センター

² 秋田県立大学生物資源科学部アグリビジネス学科

³ 能代市環境産業部農業技術センター

⁴ 能代市環境産業部農業振興課

能代市では 2015 年度に、市の総合計画における「新規作物共同研究事業」および「能代の果樹生産強化等支援事業費補助金」事業を掲げ、収益性の高い農業を目指した産地化を図ることとしている。キイチゴをその作目の一つと位置付け、産地形成の取り組みが 2015 年度から開始されている。生産開始の 4 年目となる 2018 年度は、産地体制の強化、生産量の増大および市場拡大のための新商品開発・ピーアールの支援について取り組んだ。能代ラズベリー研究会で定めた出荷基準で販売を開始した。前年度から販売している菓子店に加えて、新たに喫茶店とドライフルーツの製造販売業者に販売した。研究会会員による直売コーナーでの加工品販売活動がなされ、一定の手数料を徴収するルールを定めた。現地研修会を 9 回開催し、栽培管理技術の高位平準化を図った。2019 年 3 月には今年度の活動報告会を行い、新規参入者を募った。加工委託によるソフトクリームやアイスクリームを試作した。本事業開始からの 4 か年の目標である“地域の生産増大と市場拡大”は達成できず、今後の課題である。

キーワード：能代ラズベリー、キイチゴ、ドライフルーツ、ソフトクリーム、ロゴマーク、フェイスブック

秋田県立大学の産学連携・共同研究推進事業において、これまでに五城目町との事業を進めてきており、五城目町を中心とした秋田におけるキイチゴの産地化が進められ、国内有数のキイチゴ産地に成長しつつある(Miyairi & Imanishi, 2012; 今西ら, 2017b)。能代市では 2015 年度に市の総合計画における「新規作物共同研究事業」および「能代の果樹生産強化等支援事業費補助金」事業を掲げ、収益性の高い農業を目指した産地化を図ることとし、キイチゴをその作目の一つと位置付けている。2015 年度からは能代市との産学連携・共同研究推進事業が開始され、生産者および実需者から構成される「能代キイチゴ研究会」(2017 年から「能代ラズベリー研究会」に改

称)が発足し、能代市内の企業に地元産のキイチゴを利用してもらえるように地元の市場開拓を図った(今西ら, 2016; 今西ら, 2017a; 今西ら, 2020)。

生産開始の 4 年目となる今年度は、生産面においては、生産者と生産量の拡大を図り、栽培管理と収穫調整の高位平準化を実現することが課題となる。生鮮果実の生産・出荷、冷凍果実の安定出荷、販路拡大により産地展開を図っていくために、栽培管理と出荷方法についての研究会員における技術向上を図る必要がある。これと並行して、販売面においては、出荷・販売組織を強化し、販路を確保し、生産地として定着することが課題である。

そこで本研究では、新たなキイチゴ産地の形成を

図るため、2015 年度から能代市と連携して経営実証的に取り組み、今年度からは生産増大と市場拡大を目的とした。本年度は、産地体制の強化、生産量の拡大および市場拡大のための新商品開発・ピーアールの支援について取り組んだ。

産地体制の強化

出荷基準に基づく販売の開始

昨年度に能代ラズベリー研究会では生鮮果実および冷凍果実の出荷基準について取り決めた。生鮮果実は 100g 入りとし、冷凍果実は 200g 入りおよび 500g 入りの 2 種とし、それぞれに出荷用のプラスチックパッケージを使用することとした。今年度からこの基準に従って販売を行った。

2018 年度の販売実績

2018 年度は、前年に引き続き菓子店への販売に組み、約 20kg を販売して 6 万円程度の売上となった。

これについて、販売先別の内訳を表 1 に示した。A 店は前年度から継続して取引のある菓子店で、生鮮品と冷凍品の双方を販売することができた。また、A 店の店主を月例研修会に招き、実需者としての立場からキイチゴ産地としての能代に期待することを生産者に伝えてもらった。B 店も前年度から継続して取引しているが、販売数量は減少してしまった。しかし、C 店と D 店との取引が新たにはじまり、これによって販売数量は前年度よりも増加している。C 店は喫茶店であり、D 店はドライフルーツを製造販売する店舗である。このうち D 店は、ドライフル

ーツを製造する際にまとまった量のキイチゴを使用するため、将来的に取引の拡大が見込める取引先である。

以上の結果、前年度が 30kg 程度であった販売量から、本年度は約 20kg に減少した。

また、研究会会員による個別の取り組みとして、道の駅の直売コーナーにキイチゴやその加工品を出品する活動もなされた。そのような形で販売されたキイチゴは約 2.5kg である。産地化のためには、このような活動も生産者組織の管理・支援のもとで展開することが望ましい。そのため、会員独自に販売活動をおこなった場合でも、売上のなかから一定の手数料を徴収するルールも定められた。

生産量拡大への取り組み

能代市農業技術センターに、栽培見本となるキイチゴほ場をつくっており、自動灌水装置を備えたパイプハウスにおいて省力化と高品質果実の生産を実践している（図 1-A）。当センターのキイチゴほ場および職員は、能代市のキイチゴ栽培の普及・生産拡大の拠点として十分な機能を果たしている。

2018 年度の現地研修会を 9 回開催し、時期ごとの栽培管理方法の説明、販売についての意見交換を行った。能代市農業技術センターにおいて 8 回の研修会を開催し、苗木の増殖と定植、栽培管理および収穫・調整方法について説明を行った。それと合わせて、産地体制の構築のための意見交換も行った。農業技術センター以外の場所では、7 月 20 日に二ツ井地域の公民館と生産者ほ場において研修会を開催し、栽培管理方法の説明、生育状況の確認および意見交換を行った（図 1-B）。収穫期には、収穫用カラーチャートを利用した収穫適期の判定基準を統一させるための確認を行った。2019 年 3 月 18 日には、能代市中央公民館において、本事業の広報と新規参入者の拡大を図るため、一般市民にも案内した今年度の活動報告会を行い、生産者による生産・販売の現状についての講話、先進産地である五城目町でのキイチゴ特産化への取り組みについて紹介した。

表1 2018年度の果実販売実績

販売先	数量(g)	販売額(円)
A	9,550	25,190
B	1,500	3,626
C	9,000	27,864
D	400	2,808
合計	20,450	59,488

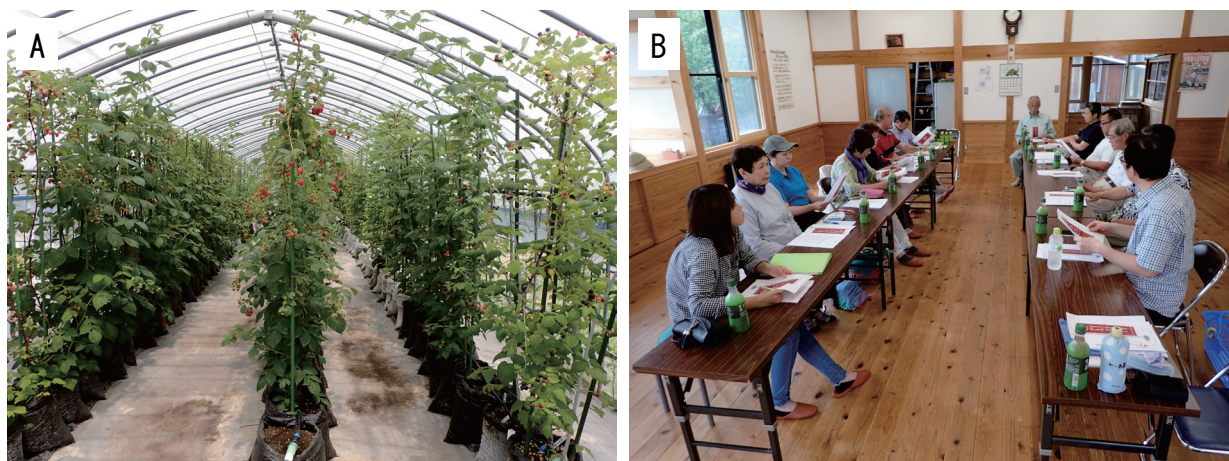


図1 能代市農業技術センターのキイチゴほ場 (A) およびニツ井地域での研修会の (B)

市場拡大のための新商品開発・ピーアールの支援

新商品の開発

地元の能代市における需要の拡大を図るため、新商品の開発を検討した。生産者によるジャム加工・販売が継続しており、道の駅ふたついで販売されている。生産者によるピューレ、ドライフルーツ、乾燥粉末、漬け物を試作した。能代市内の製造販売業者によってドライフルーツが作られ、販売が開始された。さらに、新しい形態での販売を模索するため、食品加工事業者に委託してソフトクリームやアイスcreamの試作品も作成した。

販売拡大に向けた取り組み

前年度には、産地としてのブランド化を図るために、「能代ラズベリー」の名称を定め、ロゴマークもデザインした(図2)。本年度は、このロゴマークを用いて菓子店の店頭で使用するのぼり旗と、ショーケースなどの上に置いて使用できるミニのぼり旗を

作成し、販売促進に活用した。フェイスブックによるPR活動も前年度に引き続き取り組んだ。

まとめ

本年度は、キイチゴ栽培に取り組む4年目となり、栽培管理・収穫調整技術の高位平準化と収穫果実の販売の継続を目標とし、販売方法や販売先について体制を整え、産地体制の構築を図った。販売量は20kg余りとまだまだ多くはなく昨年よりも約10kg減少したが、地元の菓子店への販売を継続したことに加えて新たに喫茶店と製造販売業者に販売することができた。定期的な発注を受けていることから、「地域の栽培普及と市場開拓」という前年度までの目標は一定程度達成しているものの、今年度に目標とした“地域の生産増大と市場拡大”は達成できず、今後の課題である。次年度以降も技術の普及とその実践に向けての研修会を通じた支援、視察研修や意見交換を重ね、継続的な発展に取り組む予定である。本事業を実施することにより、県内の新しい生産地域が加わることとなるため、秋田県におけるキイチゴの産地化に向けて一層の前進が期待される。

謝辞

能代市農業技術センターの職員の皆様には、キイチゴの栽培管理に従事していただいたことに深く感謝申し上げます。本研究は、秋田県立大学平成30年度産学連携・共同研究推進事業によって行われた。



図2 能代ラズベリーのロゴマーク

文献

- 今西弘幸・林芙俊・津田渉・酒井徹・渡部信之・佐々木松夫・竹嶋高明 (2016). 「2015 年度の能代市におけるキイチゴの栽培普及および市場開拓に関する経営実証研究」『秋田県立大学ウェブジャーナル B』 3 : 248-251.
- 今西弘幸・林芙俊・渡部信之・津田渉・酒井徹・佐藤清吾 (2017a). 「2016 年度の能代市におけるキイチゴの栽培普及および市場開拓に関する経営実証研究」『秋田県立大学ウェブジャーナル B』 4 : 202-206.
- 今西弘幸・林芙俊・渡部信之・津田渉・酒井徹・佐藤清吾・斉藤聡 (2020). 「2017 年度の能代市におけるキイチゴの栽培普及および市場開拓に関する経営実証研究」『秋田県立大学ウェブジャーナル A』 8 : 42-46.
- 今西弘幸・ナガハシテリーリー・酒井徹・越高孝子・伊藤祐子・津田渉・佐々木義春・林芙俊 (2017b). 「2016 年度の五城目町におけるキイチゴの産地展開に関する経営実証研究」『秋田県立大学ウェブジャーナル B』 4 : 197-201.
- Miyairi, T. and Imanishi, H. (2012). The raspberry supply chain and issues pertaining to raspberry production areas in Japan. *Acta Horticulturae*, 926, 737-742.

〔 令和 3 年 7 月 30 日受付 〕
〔 令和 3 年 9 月 1 日受理 〕

Empirical Study of Corporate Management Concerning the Increase in Raspberry Production and Market Expansion at Noshiro City in the Fiscal Year 2018

Hiroyuki Imanishi¹, Futoshi Hayashi², Ryuichi Sato³,
Kazuko Sasaki³, Wataru Tsuda², Toru Sakai², Seigo Sato⁴

¹ *Agri-Innovation Education and Research Center, Akita Prefectural University*

² *Department of Agribusiness, Faculty of Bioresource Sciences, Akita Prefectural University*

³ *Agricultural Technology Center, Environment and Industry Department, Noshiro City Office*

⁴ *Agriculture Promotion Division, Environment and Industry Department, Noshiro City Office*

As part of Noshiro City's comprehensive plan aiming to develop highly profitable agriculture, and under the slogans of "joint research project(s) for developing new crops" and "subsidized project(s) to support the enhancement of fruit production in Noshiro," the city began to increase fruit production in the fiscal year 2015. Noshiro city began promoting the production of raspberries, chosen as one of the target crops, in the fiscal year 2015. In the fiscal year 2018, the project's fourth year, we focused on enhancing the farming production system, increasing the raspberry harvest, new product development, and advertisement aimed at market expansion, and began raspberry sales by following the shipping criteria established by the Noshiro Raspberry Association. In addition to confectionery stores, which began sales of the raspberry products the previous fiscal year, marketing efforts also targeted coffee shops and dry fruit manufacturers. Rules were made, such that members of the association sell processed products at direct marketing corners, and fees were charged. Nine training sessions were held at production sites to improve cultivation and management skills. In March 2019, a meeting was held to report on activities for the fiscal year, at which new participants were recruited. In addition, trial production was carried out on soft serve and ice cream, for which processing was outsourced. The "increased local production and market expansion," which was the goal for the fourth year, could not be achieved and remains an issue.

Keywords: Noshiro raspberry, caneberry, dry fruit, soft serve, logo, Facebook