

産学との連携によるハトムギ飲料開発と原料の高値買取

氷見市農協(富山県)

取組の概要

- JA氷見市が設立した子会社「JAアグリひみ」が、転作作物のハトムギを農家から買取。焙煎・加工まで担い、ハトムギに付加価値をつけて商品化
- 商品開発・販売戦略にあたっては、大学、民間企業の力を結集

事業化(プロジェクト化)成功のポイント

- ・JAの能力だけでは完結できない部分は積極的に外部(大学・民間)の力を活用
- ・地域貢献を打ち出すことで、地域に応援団を形成

1 商品開発・マーケティングで外部の力を積極活用

- ① ハトムギに含まれるビタミンB1などの栄養成分を凝縮した「ハトムギエキス」を金沢大学と共同開発(特許取得)。
- ② 開発した「ハトムギエキス」を薬品メーカーなどに供給し、商品化(生産・販売はメーカーで実施)。
 - ・EH(株) → 「ヌーンフリア8000」(清涼飲料水)
 - ・サンスター(株) → 「EQUITANCE」(美容食品)
- ③ 清新なデザイン・女性にターゲットにした商品戦略は「JAだけではできないプロのマーケット(EH、サンスター)の発想」

2 生産者の手取り確保

- ① 市場価格の約2倍(全国平均300円/kg→600円/kg)で農協が買取。
買取金額については、生産コストを踏まえ、かつ米より高い手取りが確保される額を設定。これにより組合員の生産意欲の低下を防ぎ、一定の収穫量を確保 → 栽培面積が急拡大
- ② 農商工連携により最終商品を開発し販売しており、原材料としての販売に比べ利益率が高いことから高値での買取が可能。

3 地域住民の共感を獲得

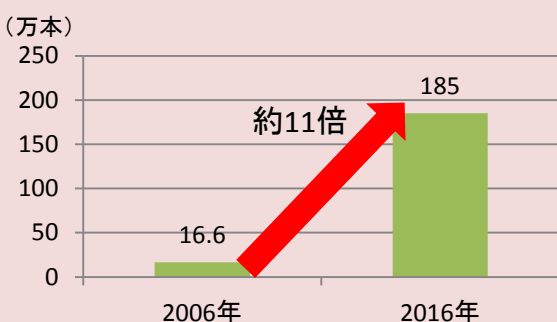
ハトムギ茶(ペットボトル)1本売れるごとに5円を氷見市に寄付。寄付金は氷見市で毎年開催される「全国中学生ハンドボール選手権大会」の運営費等の財源。市長が積極的に普及推進。地域貢献が市民に評価。市や地域の会合で使ってもらうことにより口コミで販路が拡大。

農協のメリット・農家のメリット

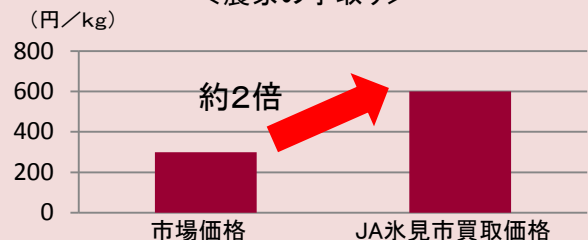
<農協の事業収支>

販売額の伸びが大きいこともあり、採算ベースを確保

<ハトムギ茶(売上実績)>



<農家の手取り>



<栽培面積>

