

一個のみかんに二手間加え三つの太陽で6次産業化へ

愛媛県八幡浜支局地域農業室 係長 長谷川 進一

① 女性起業家の挑戦

多くのみかん農家は作ることにエネルギーを注ぎ、出荷したら終わりの生産体制。ここに疑問を抱え、生食以外の販売ルートの開拓に取り組む女性起業家たち。全国有数のみかん産地で、女性6人が株式会社を設立。商品を開発し、販売先への営業。味に自信はあるが、売れないもどかしさ。慣れない商談に人知れず流した涙。今では、県都松山をはじめ東京の老舗ホテルにも納入するなど、ホップ（生産）、ステップ（加工）、ジャンプ（販売）で経営発展。

② 3・SUNカンパニーの活動

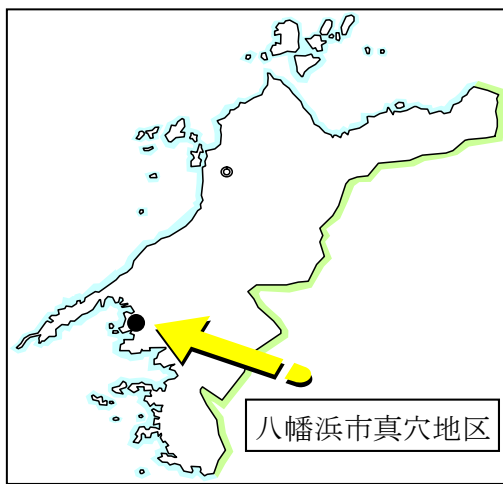
愛媛県八幡浜市真穴（まあな）地区は、温州みかんの専作地域である。その真穴地区で12年前に加工グループを結成したのが始まり。もともと真穴みかんのおいしさを知ってもらいたいとの思いで、自分達のみかんを使った加工品を製造・販売する株式会社・SUNカンパニー（代表：矢野洋子さん）を設立した。

3・SUNとは、太陽の光・海面からの反射光・石垣の反射光を表し、この3つの太陽がおいしいみかんを作るという意味である。

年間を通してみかん餅や饅頭、とうまん、ひなあられ等を作るが、温州みかんの収穫が始まるとみかんを使った加工品を製造する。原料となるみかんは矢野さんの夫が経営する柑橘園から仕入れている。みかんを素材とした商品はジュ



写真1 八幡浜フェアで販売（中央が矢野さん）



ス、マーマレード、シロップ漬の他みかん饅頭、みかん餅がある。

特に、みかんジュースは、「燦々（さんさん）」「雛（ひな）」の2つのブランドを持ち、用途に応じて販売している。「燦々」は収穫3日目のみかんの皮を剥いて製造。文字通り最高の原石から生まれる最高の輝きをもったブランド。一方「雛」は毎日飲める価格で提供することをコンセプトにしたジュースである。規格は1リットル入りであるが、業務用（18リットル）や冷凍保存など販路によって多様な商品形態をとっている。

最高のみかんで作った加工品の販売では、県内外で開催される見本市などに積極的に出品し、来場者へ売り込みを図っている。県のアンテナ



写真2 3・SUNカンパニーの商品

ショップ（東京）や愛媛産を主に扱う商店への出入りも欠かさない。味・香り・製造者のこだわりを理解してくれる顧客を開拓し、長い付き合いを念頭においた販売を進めている。

この販売戦略が実ったのは松山の老舗ホテルへの納入である。ホテルの宿泊客は、旅行先ならではの食材やみやげ物を期待している。ホテル側としてもこれが愛媛の逸品と誇れる商品でもてなしたい。ある商談会での出会いをきっかけに契約に結びついた。これに引き続き、東京でも一流ホテルのセレクションで採用され、料理の食材として納入を果たした。

③ 普及の支援

● 経営法人化への誘導

女性起業家による農産物加工は副業的なイメージが強い。しかし、普及及組織では、矢野さんをはじめ、グループ員の経営参画の高い意欲に促されるため、経営の法人化(株式会社)を提案した。法人化への手続きや財務管理など、専門家の助言を仰ぎながら新会社の立ち上げを指導した結果、2008年に株式会社を設立するに至った。法人化により経営の明確化や売上、経費に係る金銭的な感覚、対外的な信用とあわせて、本人達の意欲も過去とは比較にならないほど向上した。



写真3 普及指導員と商品企画書を検討

● マッチングの支援

農家にとって6次産業化を目指す上では、原料を作る、加工する以外に、いかに販売するかがポイントである。

県では平成20年度に「あぐりすくらぶ」を設立し、生産者と販売者のマッチングに取り組んでいる。同クラブへの加入や各種セミナーへの参加を勧め、販売ノウハウの獲得を指導した。また、流通・販売のアドバイザーの協力のもと、商品開発と販路開拓を支援した。

さらに、単独事業を活用し、県外の事業者への販売促進や、新たな取引先の開拓を支援した。中でも商談という場はこれまで体験したこと



写真4 商談会で自社をアピール

が無く苦労も多かったが、普及指導員が同行し、帰ってからの反省と分析をもとに、次への取り組みポイントを整理し、経営者としての意識改革をサポートした。

④ 取り組みのポイント

● 一次面(生産)

6次産業化はあくまで地域での生産を確立して成り立つもの。高齢化など生産力の弱体化を克服し、安定した原料の確保がポイントとなる。ジュース専用園の設置など栽培方法のこだわりも必要である。

● 二次面(商品開発)

原料は最高のものであっても、新鮮・甘いだけでは消費者は飽きる。消費者嗜好に応じて、常に商品の改善や新しい材料とのコラボなどを研究し、商品力の向上を図る。

● 三次面(販路開拓)

生産ロットに限界があることから、商品のこだわりを理解し、必要としてくれる店やホテルをターゲットとしている。そのためには、いかに信頼関係を結ぶかが重要となる。地道な営業活動により、複数の販路を確保するとともに、商品PRにも力を入れる。

⑤ 今後の展望

普及活動における6次産業化支援

に際しては、農業者の生産、加工、流通・販売のそれぞれの分野のスキルアップを図るとともに、流通・商工業者とのマッチングなどをコーディネートし、総合的な支援を通して所得の向上と地域農業の活性化を目指す。

さらには、女性起業家による取り組みは、経済的自立や女性の経営参画、社会参画につながる事が期待できることから、6次産業化支援を重点項目に位置づけ推進する。

表 3・SUNカンパニーの沿革

1998年	J A女性部で加工グループを設立
2000年	会員が出資し、加工場建設
2001年	菓子製造業、飲食店営業許可取得
2006年	ソース類製造業許可取得
2008年	株式会社設立
2009年	首都圏への進出を開始、農家民宿を開業