



- 1.「有田みかん」はフルーツ王国和歌山を代表するブランドのひとつ。
- 2.地面をシートで覆い、水分と養分を混ぜて根元に点滴灌水(てんてきかんすい)を行うことで、土壌水分をコントロールするマルドリ方式の栽培。甘くてコクのあるみかんを安定して作り出せる。
- 3.収穫したみかんは、光センサーで3ランクに分けられる。
- 4.てまりみかんの皮剥きは1個1個すべて手作業で行われている。
- 5.加工場の様子。2013年に和歌山県食品衛生管理認定制度「HACCPシステム導入営業」の認定を取得。
- 6.東南アジア向けの輸出商品も準備。
- 7.生産者を集めた講習会が年に一度行われ、様々な情報や技術が共有される。

早和果樹園では、1年に1アイテムのペースで商品開発を行い、現在の商品数は15アイテム。ヒット商品のひとつ「てまりみかん」は、小粒のみかんを、1個ずつ丁寧に皮を剥き、甘さ控えめのシロップに漬け込んだ数量限定商品で、創業から関わるシニアレディたちが考えたもの。



## みかん生産農家だからこそ わかる、美味しいみかんを 原料にした商品開発

「私たちは、みかんの作り方は知っていても、加工品の作り方は全くわからなかったので、アドバイザーをもらいに、県の加工研究所などに出かけました。ですが、そこで聞いたのは、輸入品を含めたオレンジジュース市場の現実と、進出していくことの難しさでした。その時はみんなガッカリしましたが、『それなら、規格外のものを使用するのではなく、特別に美味しいみかんをジュースにしていこう!』という発想に切り替えました」と秋竹さん。特別に美味しいみかんとは、有田ブランドで糖度12度以上のみかん「味」のこと。この味を増産するために、みかんのプロたちを、甘くてコクのあるみかんを安定して作り出す事ができる「マルドリ方式」の栽培に取り組んだ。これにより、増産に成功した味一を、手作業で皮を剥いてから搾汁していく。1本(720ml)の「味しぼり」には、約30個の高級みかんが使われ、甘くところがあり、喉ごしのいい商品に仕上がった。秋竹さんは、「みかん生産農家だからこそわかる、美味しいみかんを使った商品開発は、競合他社にはない強みかもしれないですね」と話す。

味しぼりの評判は上々だった。有名ホテルの料理長が、「こんな美味しいジュースは今まで飲んだことがない」と評価してくれたり、高級食材を扱うバイヤーが太鼓判を押し、高値で販売することを奨めてくれたりした。和歌山県も有田ブランドの高級みかんを使った新商品をバックアップ。当時、東京に開店したばかりの和歌山県のアンテナショップ「わかやま紀州館」の棚に並べてくれた。しかし、高めの価格設定が敬遠されたのか、売れ行きが伸びない。従業員から「飲んでもらわないと、商品の良さも高価格の理由もわかってもらえない」と声が上がりが、毎週末、試飲販売会を行ったところ、売れる場所と売れない場所がわかり、ターゲットも見極められるようになってきた。味しぼりは、お土産ギフト商品として売り出していく方向にシフトして、主な試飲販売会の場所を、和歌山県内最大規模で特産品を販売するマーケット「とれとれ市場南紀白浜」、「黒潮市場」、そして、三重県のおかげ横丁に絞り、1年間で65万人の消費者に味しぼりを試飲してもらった。





成功モデルから学ぶ  
 地域のチカラを結集した6次産業化  
そう わ か じゅ え ん  
**株式会社早和果樹園 (和歌山県)**

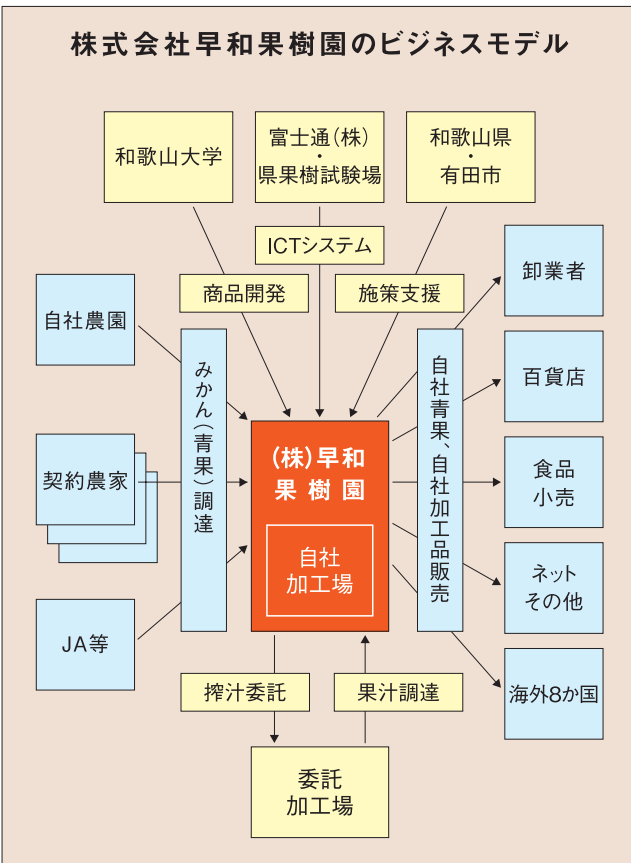


株式会社早和果樹園  
 代表取締役  
 あきたけ しんご  
**秋竹新吾さん (70)**

秋竹さんは6次産業化に取り組み始め、58歳から独学でマーケティングを学び始めた。師匠は数々のマーケティングの専門書や哲学書。お気に入りの本はロビン・シャーマ著の『今すぐやらなければ人生は変わらない』、サミュエル・スマイルズ著の『自助論』など。何度も読み返し、日付やメモが本にぎっしり書き込まれている。



秋竹新吾社長と長男で専務取締役の俊伸さん。俊伸さんは、社内・株主総会でも次期社長が承認され、早和果樹園の未来を託される。



**65万人の消費者から得た新商品アイデア**

早和果樹園では、1年に7〜8回出展する商談会をきっかけに、大手百貨店やセレクトショップなどを中心に販路を開拓。また、少子化で縮小が予想される国内市場を見据え、海外輸出も展開。現在、東南アジア、ヨーロッパを中心に世界8か国に向け、味しぼりなどを輸出している。

販路開拓の一方で、商品開発も進む。味しぼりのヒットと並行して、試飲販売会で消費者の声を直接聞いてきた社員たちからは、「もっと日常

的に購入しやすいみかんジュースを」という意見があがった。そこで誕生したのが「飲むみかん」。200mlあたり360円の味しぼりに対し、飲むみかんは230円。糖度の高さで3段階に分けられる3番目のみかんを原料にしているが、高級みかんが原料であることに違いなく、この値頃感と品質が想像以上に消費者に受け入れられた。商品開発には社長や従業員以外に、地元・和歌山大学の学生も参加。「地元企業の新商品を開発する！」というキャリアデザイン入門講座が設けられ、早和果樹園とのコラボレーションが実現している。



## 早和果樹園 6次産業化への道

- 1979年：7戸のみかん専業農家で「早和共撰」を創業。
- 2000年：出資社員16名、出資金350万円で「有限会社早和果樹園」を設立。
- 2002年：国・県・市の支援による「生産振興総合対策事業」で、選果場を新築し、光センサーを備えた選果機等を導入。
- 2003年：加工商品の開発に取り組み始める。アグリビジネス投資育成株式会社より出資を受け、社員の増資と合わせて資本金3000万円となる。
- 2004年：加工事業において初めて開発した商品、高級みかんジュース「味ーしぼり」新発売。
- 2005年：組織を変更し「株式会社早和果樹園」を設立。
- 2006年：みかんのまるごとシロップ漬け「てまりみかん」新発売。
- 2007年：「味ージュレ」など新発売。メルシャン株式会社より、「ギュギュッと搾った和歌山早和果樹園有田みかんのお酒」全国発売。
- 2008年：「黄金ジャム」新発売。
- 2009年：増資を行い、資本金4500万円になる。高糖度みかんジュース「味ースーパープレミアム早和果樹園」新発売。
- 2010年：アグリビジネス投資育成株式会社より増資を受け、資本金6000万円になる。新加工場竣工。会社敷地内に「味ーSHOP SOWA」オープン。みかんのポン酢「みかポン」新発売。
- 2011年：和歌山県食品衛生管理認定制度「衛生管理推進施設」認定取得。
- 2012年：増資を行い、資本金8,502万円になる。東京事務所をオープン。おおきなみかんを丸ごとゼリーにした「大てまりジュレ」新発売。みかんジュース「飲むみかん」新発売。
- 2013年：和歌山県食品衛生管理認定制度「HACCPシステム導入営業」認定取得。六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画の認定を受ける。



早和果樹園の未来を担う  
若き取締役四人衆。

- 左から 総務担当 **秋竹俊伸**さん(39)
- 加工担当 **宮井秀樹**さん(39)
- 生産担当 **松本将輝**さん(40)
- 営業担当 **大浦靖生**さん(37)



早和果樹園には、現在46名の従業員が在籍。毎年、入社してくる新卒の大学生から聞かれる一番の入社理由は、「早和果樹園の商品が美味しかったから」。

### 次代に向けての取組と次代を担う人材

販路が広がり、売上も伸びていく中、原料となる質の良いみかんの確保も必要となってくる。早和果樹園は、地元のみかん生産農家やJAなどとも連携して原料を調達。選果基準は厳しいが、その分、通常1kg当たり5〜7円にしかならない加工用みかんを、25〜30円の高値で買い取り、みかん産地の活性化に貢献している。

また、マルドリ方式以外にも、質の良いみかん栽培を導入しようと、富士通(株)と共同で、ICTを活用した高品質みかん栽培の実証実験にも取り組む。設置したセンサーで収集した気温、降水量、土壌温度などのデータや、

従業員の作業記録や農園で撮影した写真などをスマートフォン、パソコン等を活用し、クラウドで管理。それらを従業員が共有することにより、いつでも、どのような作業を行えば良いか、従業員が適切に把握判断することが可能となる。

未来に向けての取組を進めていく中、早和果樹園は、10年後に年間売上50億円の目標を掲げた(2013年度6億2千万円)。この目標に向かい、次代を牽引していくのは、秋竹さんの長男・俊伸専務をはじめとした取締役4人。創業時には考えられなかった、スマートフォンを持ってみかん畑へ作業に出かける時代。4人の取締役たちは、どんな夢を描ける農業を目指していくのだろうか。



#### 株式会社早和果樹園

和歌山県有田市宮原町東349-2 TEL:0737-88-7279  
<http://sowakajuen.com/>

早和果樹園の6次産業化の取組は、動画・インタビュー含め、「第6チャンネル」webサイトで詳しくご覧いただけます。  
<http://6-ch.jp/tatsujin/0065.html>