

梨の規格外品を活用した6次産業化の実践

—女性生産者を中心とした産地PRと商品開発への支援—

1 活動のねらい

市原市の梨経営体では生産部門は経営主が主体となり、販売部門、雇用管理部門は女性が主に担っている現状があります。そこで、産地PR活動等の強化を目指して生産及び販売活動に積極的に関わっている女性生産者の、アイデアを生かす産地PR活動と規格外品を使った新たな商品開発を進めました。

2 課題の背景

市原市の梨は全体の6割が直売で、残りの3～4割が市内選果場から市場に出荷されており、直売の占める割合が高くなっています。

しかし、平成25年度に実施した消費者アンケートの結果では、地元消費者への認知度は低く、さらに8月中旬以降の晩生品種梨の直売が厳しいことが、産地としての売上向上と規模拡大の制限要因となっていました。直売額を向上し、生産者の所得向上につなげるには、販売部門を主体的に担っている女性を中心とした販売促進活動が重要でした。

そこで、平成27～30年度にかけて市原市農林業振興課、JA市原市等の関係機関と連携し、産地PR活動と規格外品の商品開発支援に取り組みました。

3 普及活動の経過・結果

(1) 活動の経過

ア 一般消費者向け梨講習会による産地PR

いちほらフルーツセミナー（以下セミナー）は、女性生産者を中心に梨の販売促進や産地PRについて学ぶことを目的に活動しています。セミナーでは、消費者に様々な梨の食べ方を提案するために試作を重ねながら梨のレシピを検討しました。梨産地をPRするため、販売促進に使えるレシピ集にまとめ、JA市原市梨共同選果部会員に配布しました。さらに、市原市、JA市原市の協力のもと消費者向けの梨の料理講習会を開催し、梨栽培の苦労や喜び、生食以外の食べ方や魅力について紹介しています。講師はセミナー生が務め、平成27年度から市内公民館で毎年4回の講習会を行なっています。

イ 6次産業化への取組

梨は開花、結実してから収穫するまで長期間の管理が必要であり、栽培途中で市場出荷できない傷果や変型果・小玉等の規格外品が発生します。

そこで、産地PRと所得向上を図るため、規格外品を利用した商品開発を進めました。

セミナーの講習会において試作品アンケート結果で好評だった「万能たれ」の商品化への取組を決定し、「梨っ娘万能たれ」と名付け、平成 28 年度の J A 全農ちば主催の商品開発コンテスト「第 4 回アグリろっく in 千葉」に出品したところ、特別賞を受賞しました。

受賞を契機に平成 29 年度は本格的な商品化に向け、セミナー生と関係機関に加え、全農ちば、加工会社との顔合わせを行い、試作や商品化スケジュール等の意見交換を行ないました。その後、加工業者と規格、試作を重ねながら、セミナー生が主体となり、味と商品のパッケージデザインを決定しました。

(2) 活動の結果

ア 商品化、販売

「梨っ娘万能たれ」は製品化され、平成 29 年 9 月から各生産者梨直売所、道の駅、J A 直売所で販売しています。平成 29 年度は「幸水」の収穫後の販売となりましたが、平成 30 年からは「幸水」の収穫期に販売をすることで、平成 29 年、30 年度、併せて約 1500 本の売上となりました。また、梨とセット販売のギフト対応も好評です。

「万能たれ」の購入を目的に直売所を訪れる消費者も見られ、梨の販売促進だけでなく、産地の PR につながっています。



梨を活用した料理講習会の様子



商品化した「梨っ娘万能たれ」

4 今後の課題

商品化の第 2 弾として、今年度試作を重ねているドレッシングの販売に向けて取り組んでいきます。また、梨の品種説明のポスター作成などを行ない、消費者への産地 PR を進めていきます。いちほらフルーツセミナーの活動を通して、女性生産者の積極的な活動を支援し、女性の視点を活かした産地づくりを推進します。

5 担当者 市原グループ

6 協力機関

市原市、J A 市原市