

岐阜県における柿生産とそのブランド化の影響

3 回生 守屋宏一郎

1.はじめに

近年、日本では様々な分野でグローバル化が進み、農業においても 1999 年にはすべての品目で輸入が自由化となった。(中窪, 2009) こうしたグローバル化の影響で各産地は、産地の縮小や担い手不足に悩まされている。そうしたなかでも生産を維持している産地に注目が集まり、そうした産地における「農作物のブランド化」が分析の対象とされている。(形田・吉田, 2016 ; 中窪, 2009 ; 高柳, 2007 ; 2008 ; 両角, 2013)

他の農作物とは一線を画す産地独特の高品質な農作物を作ることによって産地の農作物の市場取引を拡大させると考えられている。ブランドは商標などの制度で保護され、産地の救世主として期待されている。

そのため農作物のブランド化と産地振興の関わりについての研究が蓄積されてきている。形田・吉田(2016)は石川県の「加賀野菜」を取り上げ、15 品目を農家の経済的収入に寄与しているものと、そうでなくても生産量の少なさと流通の範囲の狭さから希少で産地の独自性の象徴になっているものに分け、それぞれの役割を示した。中窪(2009)は宮崎県のマンゴーを取り上げ、ブランド化の枠組みに入っていない農家はその経営が枠組み内の農家よりも厳しくなる状況を指摘し、ブランド化が必ずしも産地の振興に寄与しない可能性を示した。

本稿ではこうした事例を元に、岐阜県の柿を取り上げ、そのブランド化について産地への寄与の程度を考察していくものである。

2.岐阜県の柿生産の概要

まず、岐阜県の柿生産の概要を捉える。図 1 は全国の柿出荷量である。これをみると岐阜県は福岡県に次いで第 4 位 (14300t) であり、全国的にみて柿生産が盛んであることが分かる。

図 2 は柿の代表的な品種である富有柿の出荷量である。これをみると岐阜県が 13000t で第 1 位であり、富有柿に関しては岐阜県が最も生産が盛んであることが分かる。図 2 に用いたデータは 2006 年と少し古いものだが、県庁での聞き取りによると現在でも岐阜県で生産される柿の約 9 割が富有柿である。

図 3 は岐阜県の果樹産出額の内訳である。これをみると岐阜県で生産される果樹のうち半数以上が柿であることが分かる。果樹産出額が 56 億円のため、柿はこのうち 32 億円

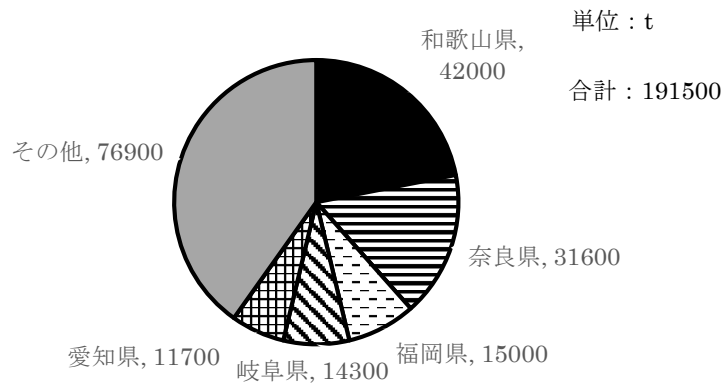


図1 全国における柿の出荷量（2016年）
作物統計（農林水産省）より作成

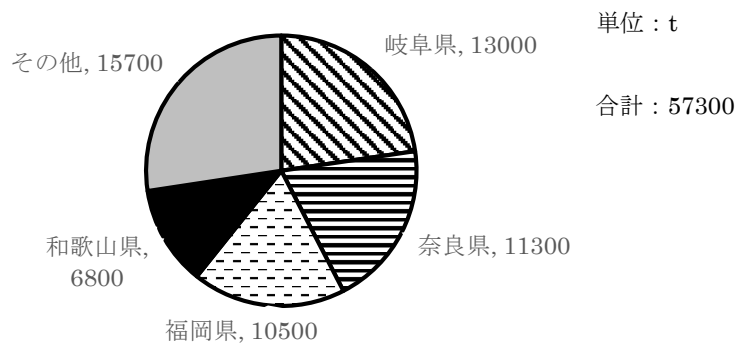


図2 全国における富有柿の出荷量（2006年）
作物統計（農林水産省）より作成

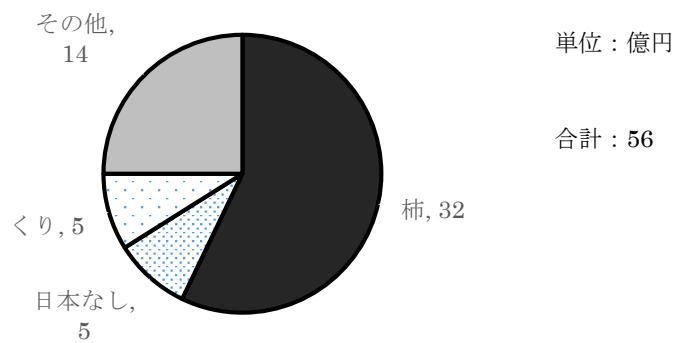


図3 岐阜県における果樹産出額の内訳（2016年）
生産農業所得統計（農林水産省）より作成

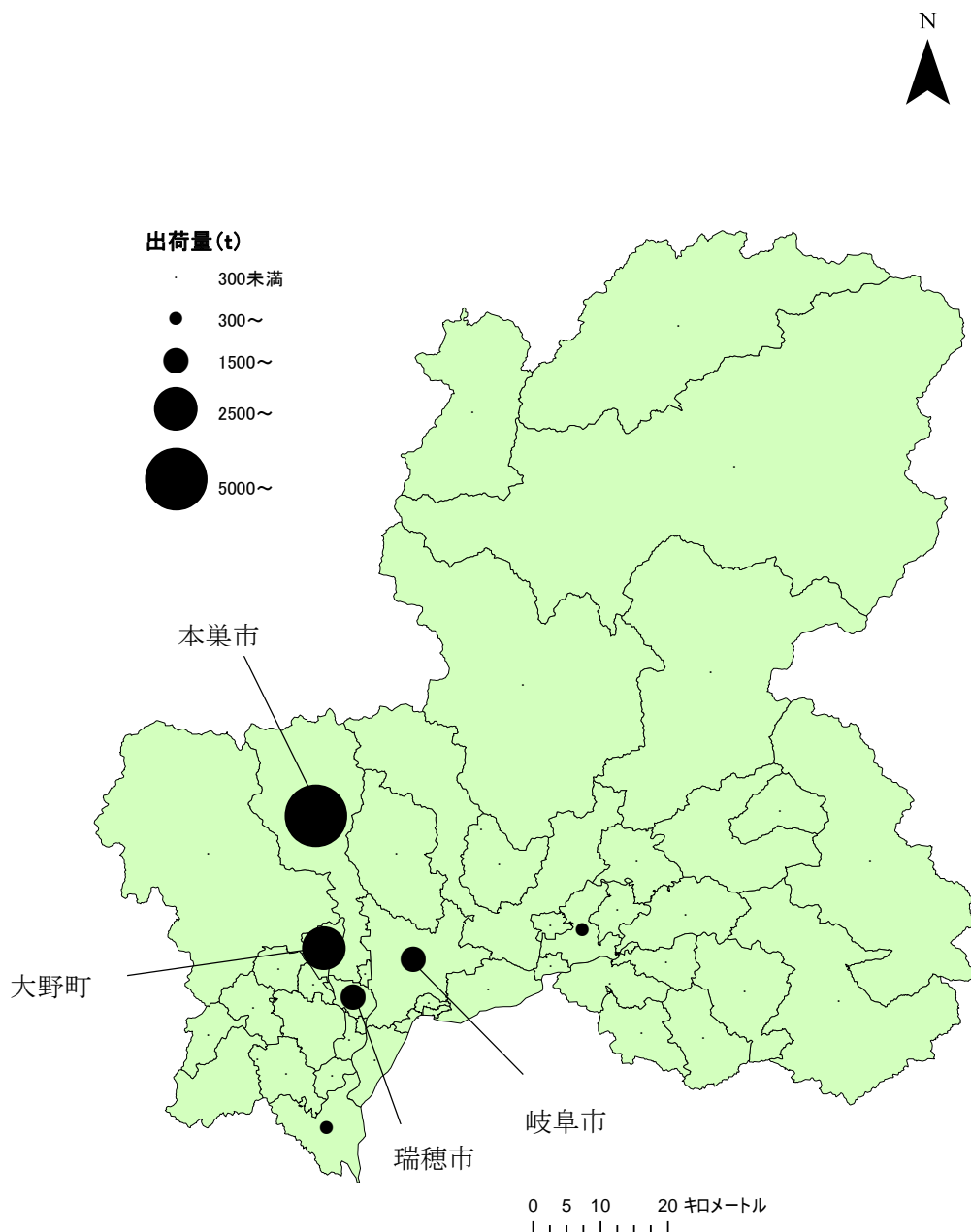


図3 岐阜県における市町村別にみた柿出荷量（2006年）
作物統計（農林水産省）より作成

を占めている。

岐阜県で柿生産が盛んな理由としては、岐阜県が富有柿の発祥の地であることが挙げられる。（岐阜県提供資料）

1898年ごろ福島才治が当時質のいい柿の代表であった「居倉御所」と呼ばれる柿をもとにその栽培を研究、銘柄化し、富有と名づけたことに始まる。

図3は岐阜県の市町村別の柿出荷量である。これをみると岐阜市とその西周辺で多いこ

と分かる。本巢市が 5000t 以上と最も多く、次いで大野町が 2500t 以上、瑞穂市、岐阜市で 1500t 以上となっている。

この辺りの地域で柿生産が盛んな理由は、前述した富有柿の発祥の地が現在の瑞穂市であることがひとつ挙げられる。甘柿である富有柿は寒さに弱いため本巢市より北の地域へは広がっていない。

3. 富有柿のブランド「果宝柿」について

続いて富有柿のブランドである「果宝柿」の概要を捉える。

岐阜県は生産が盛んな富有柿をブランド化している。生産される富有柿のうち特に品質がよいものを「果宝柿」と名づけ、主に贈答用として出荷している。

富有柿のブランド化は 2007 年から県が主体となって始まる。(表 1) その背景には宮崎県のマンゴーのブランド「太陽のタマゴ」の成功例の影響があった。

2008 年には、県、JA をはじめとする団体からなる、「岐阜県ブランドづくり研究会」が設置され、本格的な果宝柿の販売が始まる。目的としては富有柿に新たな価値を付加し、岐阜県の柿生産振興と生産者の経営安定が挙げられている。(表 1)

2010 年には JA 全農岐阜より商標登録がなされている。

果宝柿の選定までの過程は (図 4)、まず富有柿のうち約 0.9% が袋掛け富有柿という、通常の富有柿に袋を掛け、通常よりも長い時間熟成させたものが作られる。その袋掛け果宝柿のうち特に品質の良い約 0.1% がブランドである果宝柿に選ばれ、JA 全農岐阜により出荷される。このため果宝柿はかなり少量である。聞き取りによると毎年 100 玉前後が出荷される。

果宝柿の生産が少量な理由は、県庁への聞き取りによると、まず袋掛け富有柿自体が本巢市と大野町という限られた地域でのみ作られているということと、その中から果宝柿として選ばれる基準がかなり厳しいということが挙げられる。袋掛け果宝柿が狭い範囲でしか作られないのは袋掛けにするのにコストがかかるためであり、現状では前述の地域のみである。果宝柿に選ばれるための基準は一度下げることが検討したが、岐阜のトップの柿である果宝柿の基準を下げるわけにはいかないということで下げられず、厳しいままである。

図 5 は JA 全農岐阜で把握している富有柿と果宝柿の出荷経路である。富有柿は半数以上が愛知県への出荷で最も多く、そのほかにも東日本に広い範囲で出荷されている。西日本に出荷されていない理由は、JA 全農岐阜への聞き取りによると、西日本では奈良県で生産される富有柿や中四国地方で広く生産される西条柿との競争が激しくなるためである。

果宝柿は、岐阜県内の果実店に約 3 割出荷され、約 6 割が東京へ出荷されている。JA 全農岐阜への聞き取りによると、東京が多いのはやはり大消費地である東京に岐阜の柿の品質の良さを PR する意味がある。

表1 行政によるブランド化の取り組み

年	取り組み
2007年	・県が主体となり関係機関に呼びかけ、袋掛け富有柿のブランド化に向けて検討開始。
2008年	<p>・「岐阜県ブランドづくり研究会」設置 構成員</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生産団体（JA、生産者） ・消費者団体（商工会、旅館組合等） ・流通販売業者（果物店、全農） ・岐阜県農政部農産園芸課 <p>目的</p> <ul style="list-style-type: none"> ・岐阜県発祥である甘柿「富有」の新たな銘柄を生み出し、本県の柿生産振興ならびに生産者の経営安定につなげる。 <p>研究事項</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「袋掛け富有柿」に焦点を当てた新たな銘柄の育成について。 ・産地における高品質生産技術の確立について。
2010年	商標登録（出願：全農）

県庁への聞き取りにより作成

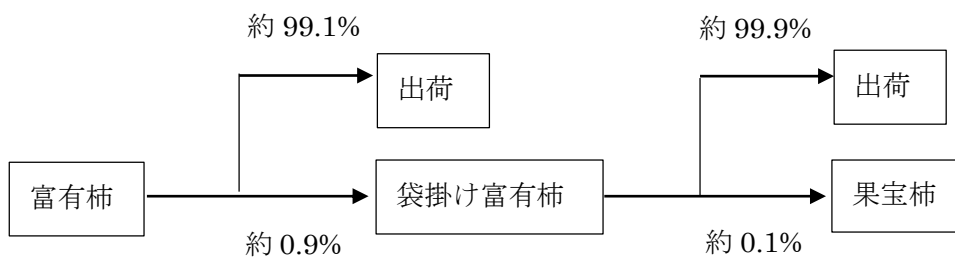


図4 果宝柿選定までの過程
JA 全農岐阜への聞き取りにより作成

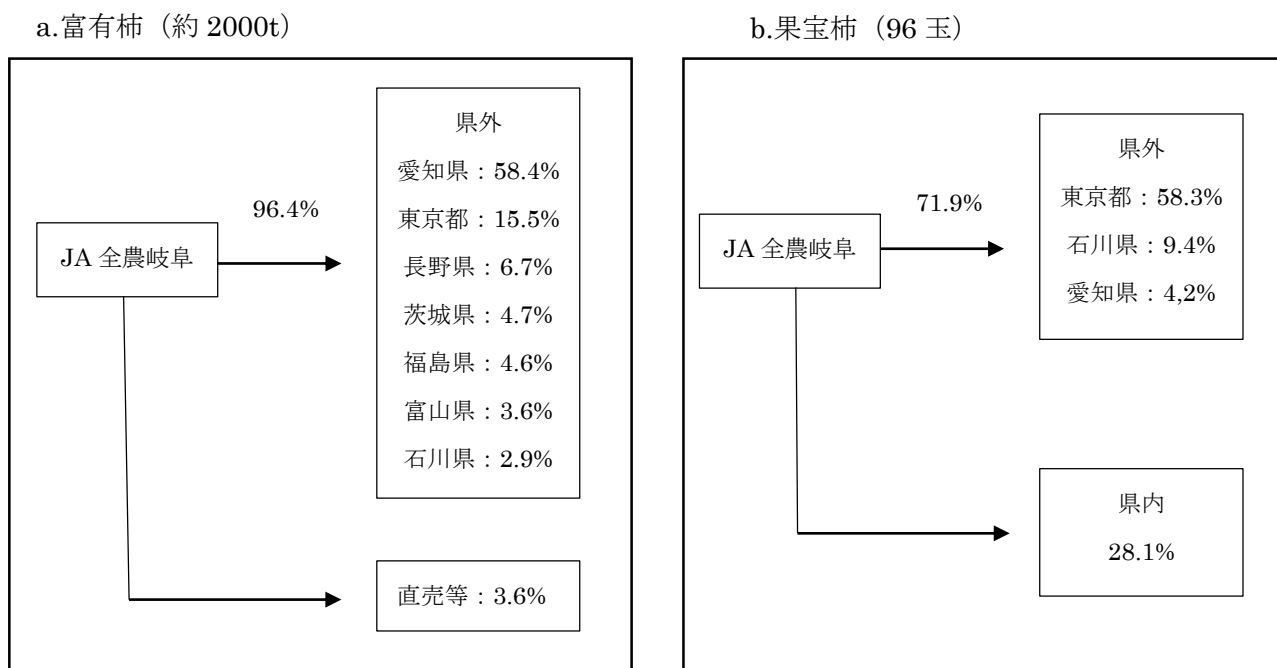


図 5 富有柿，果宝柿の出荷経路(2017 年)
JA 全農岐阜提供資料より作成

4. 果宝柿ブランドが与える富有柿生産への影響

最後に、果宝柿ブランドが与える岐阜県の富有柿生産に与える影響を考える。

図 6 は岐阜県の柿の産出額と出荷量の経年変化である。これをみると産出額は 2005 年 (27 億円)、2010 年 (27 億円)、2014 年 (27 億円) など若干少ない年はあるが全体的に 30 億円を維持しており、出荷量は 2010 年 (8830t) に少なくなっているが、全体的に 13000t 前後を維持していることが分かる。

図 7 は、富有柿及び果宝柿が出荷されている東京都大田市場における富有柿の取り扱い金額と平均単価の推移である。これをみると本格的な果宝柿の販売が始まった 2008 年から 2017 年現在まで取り扱い金額、平均単価ともに上昇傾向にあることが分かる。

これらの傾向は果宝柿ブランドだけが要因ではないだろうが、ひとつの要因となると考えられるだろう。

JA 全農岐阜と岐阜農林事務所への聞き取りでは、岐阜の富有柿のトップである果宝柿が富有柿全体の象徴となり、柿の出荷実績に良い影響を及ぼしているという話や、農家が自身の作った袋掛け富有柿が果宝柿に選ばれたと知ること、モチベーションの増加につながっているという話も聞くことができた。

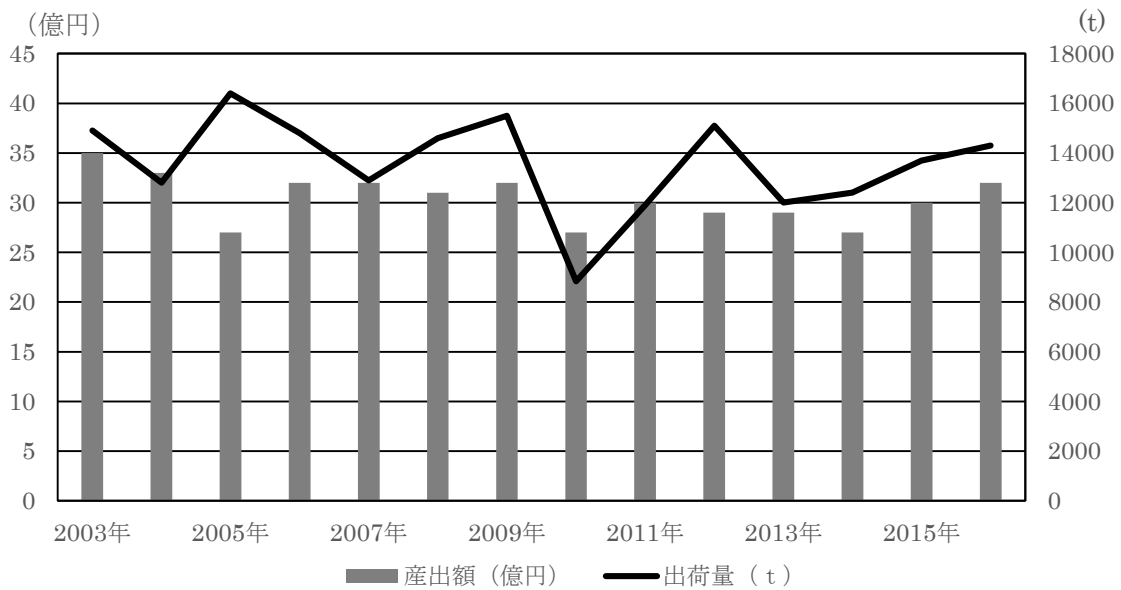


図6 岐阜県における柿の産出額及び出荷量の経年変化
生産農業所得統計及び作物統計（農林水産省）より作成

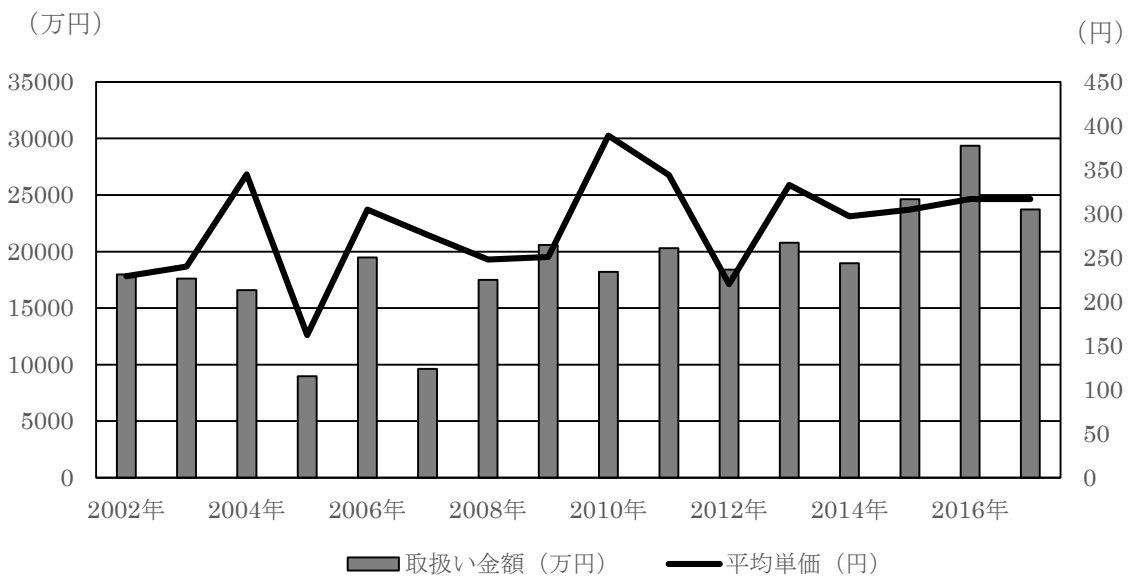


図7 東京都大田市場における富有柿取扱い金額，平均単価の推移
東京都中央卸売市場大田市場統計資料より作成

5.おわりに

本稿では、岐阜県で最も多く生産される品種である富有柿と、そのブランドである果宝柿が与える影響について検討した。その結果、果宝柿の存在が富有柿全体の出荷実績に良い影響を及ぼしたり、生産農家のモチベーションの増加につながったり、市場での取扱金額の上昇に影響している可能性があることが分かった。しかし、果宝柿に選ばれる袋掛け富有柿ははまだ本巣市と大野町という狭い範囲でしか生産されておらず、その数も少ない。よって、この地域以外の柿生産農家に対する果宝柿の寄与はあまりないと言えるだろう。そのため、表1で岐阜県ブランドづくり研究会が掲げている、「岐阜県の柿生産振興ならびに生産者の経営安定につなげる」という目的を達成するためには、より広い範囲での袋掛け富有柿の生産を行なっていくことが必要になってくるであろう。

—付記—

本稿を作成するにあたり、岐阜県農政部農産園芸課の中村幸江様、JA 全農岐阜園芸部園芸販売課の瀬古夕介様、岐阜県岐阜農林事務所農業普及課の鷺見彩子様にはお忙しいなかにも関わらず大変お世話になりました。ここに記してお礼申し上げます。

—文献—

- 形田夏実・吉田国光(2016)：生産・流通の動向からみた「加賀野菜」をめぐるブランド化の諸相. 地理空間,9,189-204
- 中窪圭介(2009)：地域ブランド推進体制における産地経済の諸相 - 宮崎県マンゴー産地を事例として - . 人文地理,61,39-59
- 高柳長直(2007)：食品のローカル性と産地振興 - 虚構としての牛肉の地域ブランド - . 経済地理学年報,53,61-77
- 高柳長直(2008)：地域ブランド.伊藤喜栄・藤塚吉浩編『図説 21世紀日本の地域問題』古今書院,100-101
- 両角政彦(2013)：新潟県魚沼市におけるユリ切花のブランド化. 地理学評論,86,354-376