

紀州梅産地の展開と今後の展望

地域産業計画学研究室 藤 登紀子

緒論

わが国では、高度経済成長による所得の急上昇により生活全般にわたって生活様式が大きく変化した。現代の食生活は成熟の第二段階に達し、高級化、多様化、簡便化、健康・安全指向の方向に大きく変化した。特に1980年代以降は、消費者の健康への関心が高まった時代であった。そして、『健康ブーム』と結びつく商品への需要が増大した時期であった。その頃、最も注目を集めた梅干しは、古くから日本人の食生活に密接してきた健康食品であり、健康食品の代名詞ともいえるだろう。和歌山県は全国梅収穫量の55%を占め、梅干しの産地として有名である。1950年代には紀州産地での独自の品種改良によって『南高梅』を誕生させた。その後、『南高梅』を産地ブランドとして確立させ、梅産業の拡大は地域の発展にも大きく貢献した。そこで本論文では、和歌山県紀州産地の梅産業発展の歴史とその背景を明らかにする。そして、紀州産地における梅産業の今後の展望について分析する。

研究・分析方法及び参考文献・資料等

JA みなべ元営農指導員に対して梅産業の発展の歴史について聞き取り調査を行う。

総務省の家計調査などにより、梅の消費動向について調べる。

各種統計資料を用いて、梅輸入の現状を調べる。

参考資料：1) 近畿農政局和歌山統計事務所ホームページ

(<http://www.mesh.ne.jp/maff-wakayama-toukei/>)

2) 日本フードスペシャリスト協会

『食品の消費と流通 - フードマーケティングの視点から』建白社 2000年

3) 平岡豊 『農産物ブランド化作戦』東洋経済新報社 1990年

研究結果とその考察

梅の流通には、梅生産農家から農協を通して青ウメとして卸売市場へ出荷されるルートと、農家、加工業者から梅干しなどの製品に加工した形で消費者に提供されるルートがある。近年、ネット販売などの個人販売が容易になったこともあり、各農家が独自に二次加工までを行い、販売までを手がける例が多く見られるようになった。農家の手で農産物に付加価値を付け販売することが可能である点が、他作目生産と比較したときの梅生産における特徴であるといえる。1962年の酒税法改正にともなう梅酒用の青梅需要の伸び、1980

年代以降の健康ブームによる梅干し需要の伸びにより、梅の需要は急激に増加した。1962年には国内産梅が凶作にあい、産地加工業者は加工原料の安定的仕入のため、台湾、中国からの原料梅輸入を積極的に始めた。「作れば売れる」右肩上がりの時代が背景としてあったことに加えて、梅生産は他作目と比較して高い収益性を持つため、産地では競って作付面積の拡大が起きた。その結果、紀州産地全体の梅産業は700億円産業にまで成長し、梅が売れることで、プラスチック容器や包装紙、パンフレットの印刷、運送など、梅に関わる産業全体が活性化され、地域発展にも大きく貢献した。

このようにして、発展をしてきた梅産業であるが、現在抱える問題点は少なくない。不況による消費の減退と価格の低下、国内他産地及び輸入梅との競合、原産地表示問題、加工業者の海外移転による産業全体の空洞化などである。輸入梅は、近年、その価格の安さや輸入量の急増により、国内他産地の梅以上に紀州産地を圧迫する存在となっている。2000年には輸入梅が国内供給量の41%を占めるようになり、梅加工用原料としては50%を超えている。中国産の梅は国内産に比べて5分の1の価格であるため、産地加工業者のみではなく、大阪などの県外業者による輸入販売も増え、価格競争が激化している。農水省は2002年から、国際的な食品規格に従い、従来とられていた「加工した国を原産国とみなす」という加工食品の品質基準を改正し、原材料の原産国表示を義務付けた。産地を守るために開始された原産国表示であるが、中国から輸入した梅を紀州で加工しても表示は「中国産」となるため、紀州メーカーの中国進出に弾みが付く可能性がある。そうなると地元の雇用に大きなマイナスが生まれ、国内工場の空洞化がより一層と深刻化するだろうと予想される。

結論

紀州産地における梅産業の発展は、健康ブームなどの時代背景に恵まれたことに加えて、産地がブランド確立に向けた意識の統一を図り、消費者ニーズにあった商品の展開を進め、代替商品を次々に開発したこと、ブランドの知名度を上げるための宣伝活動を早くから展開したことで、消費拡大の転機にうまく対応してきたことによる。今後の見通しについては、他産地の梅及び輸入梅との価格競争や、台湾や中国の企業による開発輸入、産地加工工場の海外移転による国内工場の空洞化などの影響を受けるため、明るいとはいえない。しかし、安全、安心と梅のもつ機能性のPRに励むことで消費拡大を図りつつ、さらなる品質向上、選別基準の徹底により、「紀州南高梅」ブランドの維持に努めることで競争力を強めてゆけば、紀州産地が国内梅産業をリードしていく存在であり続けるだろう。