

<研究ノート>

ウメ加工における原料供給体制と産地形成分化の実態

—和歌山県・群馬県を事例に—

牧野仁美

System of raw material supply in plum tree processing and the realities of home formation differentiation

— The Case Study of Wakayama Prefecture and Gunma Prefecture —

Hitomi Makino

I はじめに

現在、国内におけるウメ供給の約半数を和歌山県が担い、「梅干し」の需要増加に伴い「南高梅」としてのブランドも確立されている。一方、群馬県は和歌山県に続いて全国第 2 位のウメ収穫量であり、中規模な都市近郊型ウメ産地といえる。しかし、近年和歌山県産や輸入原料におされ、群馬県産ウメはその価格競争に巻き込まれており、新たなウメ加工品ブランドの確立が求められている。さらに輸入原料が増加するなか、市場でのウメ価格は低下傾向にあり、供給過多の状況にある。また、県別のウメ単価の差も大きくなっている。

和歌山県におけるウメ産業の実態を、橋本ら¹⁾が産地、加工業者、生産者へのアンケートを中心に詳細な研究を行っている。しかし、これらの研究は和歌山県のウメ生産の実態分析に留まり、国内で第 2 位の生産量である群馬県の実態分析及び産地比較は行っていない。また、大塚²⁾は群馬県におけるウメ産地、生産者へのアンケートを行っているが、和歌山県についての実証分析が行われておらず、推測の域に留まっている。

このため、本論文ではまず第 II 章で全国ウメ生産及び市場におけるウメ価格の動向について統計分析を行い、国内ウメ過剰の実態と市場価格の低下の要因、及び和歌山県・群馬県産ウメ価格の動向を明らかにする。

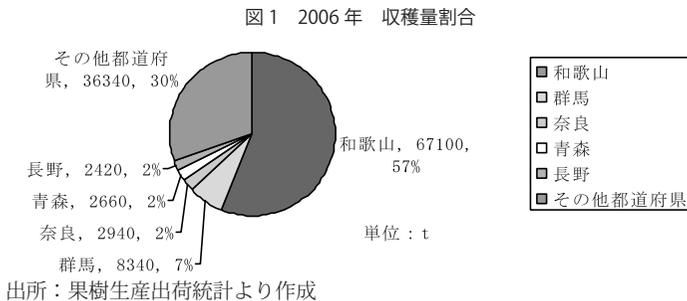
第 III 章では、群馬県または和歌山県から原料調達を行っている加工業者の販売戦略及び原料調達方法を分析し、産地によって異なる実需者ニーズを明らかにする。

第IV章では、各JAによるウメ販売出荷体制の実態分析及び生産者の経営内容の比較検討を行い、和歌山県において規模拡大、群馬県において規模縮小が行われているウメ生産体系の実態を明らかにする。

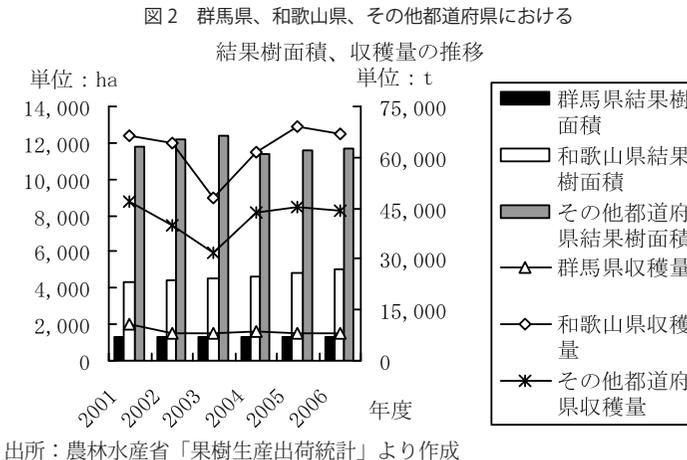
以上の分析から、第V章では梅干しといった商品ブランドに合わせた品種改良・加工方法を実践し、規模拡大を実現した和歌山県と、青ウメの市場出荷を中心にウメ生産体系を構築するが規模縮小に向かう群馬県の2つの産地の異なる生産体系を明らかにし、産地形成分化が起こった要因について検討する。

II ウメ過剰の実態と国内産ウメ価格低下の要因

(1) 全国ウメ生産の動向

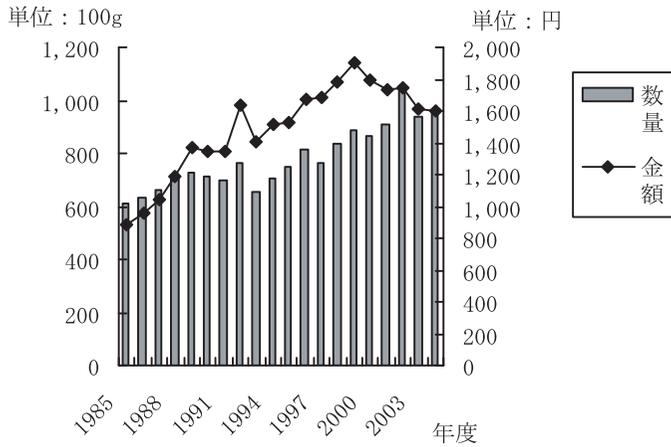


2006年の全国ウメ収穫量は、和歌山県が6万7,100tで全体の約57%、群馬県が8,340tで約7%、奈良県が2,940tで約2%と、その上位を占めている(図1参照)。



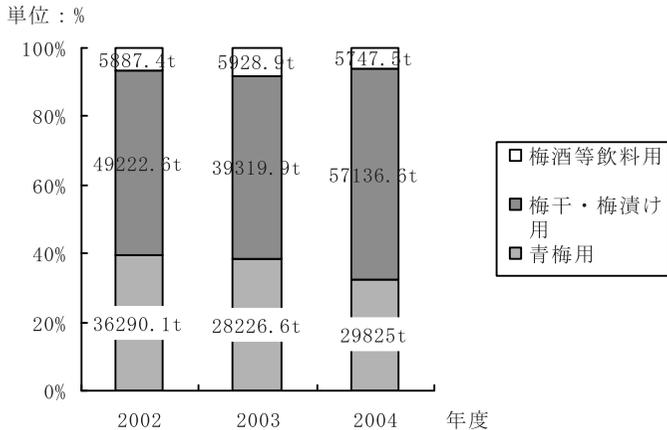
また、全国結果樹面積は(図2参照)、2001年の1万7,400haから2006年の1万8,000haと約3.4%(600ha)増加している。しかしその内訳をみると、和歌山県で2001年の4,310ha、2006年の4,880haと約11.7%(570ha)増加している。一方、群馬県では2001年の1,330ha、2006年の1,290haと約3.1%(40ha)減少しており、さらに他産地でも2001年の1万1,760haから2006年の1万1,690haと約0.6%(70ha)減少し、現状維持の状態にある。このため、全国のウメ生産は和歌山県を中心に拡大傾向をみせていることがわかる。

図3 1世帯当たり年間梅干し購入数量・金額推移



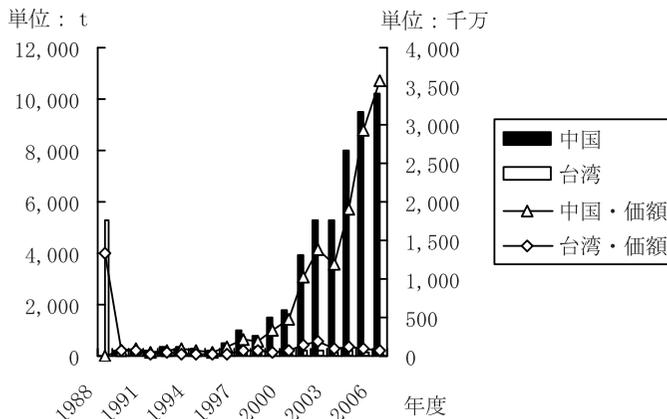
出所：総務省統計局「家計調査年報」より作成

図4 全国におけるウメ用途別仕向量割合の推移



出所：農林水産省「特産果樹生産動態等調査」より作成

図5 中国・台湾のウメ輸入数量と価額の推移



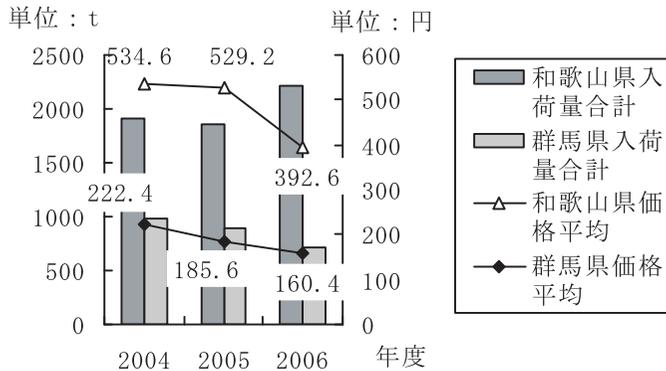
出所：財務省「貿易統計」より作成

(2) ウメ消費の動向

1世帯当たり年間梅干し購入数量は(図3参照)、1985年の61,200gから2004年の96,600gと約1.6倍(35,400g)増加している。しかし、梅干し購入金額では1999年の1,897円をピークに、2004年の966円と約49.1%(931円)減少している。こうした購入金額の低下は、安全志向といわれた梅干製品においても価格が低下していることを示している。

また、全国用途別仕向量割合では(図4参照)、2004年で梅酒等飲酒用が全体の約6%、梅干し・梅漬け用が約62%、青梅用が約32%である。このうち、梅干し・梅漬け仕向け量は2002年の4万9,222tから2004年の5万7,136tと約13.9%(7,914t)増加している。一方、青梅用仕向量は2002年の3万6,290tから2004年の2万9,825tと約17.9%(6,465t)減少している。このことから今後、家庭内における加工用原料ウメとして利用されてきた青梅の消費量は減少し、梅干し・梅漬け仕向け量は増加してゆくと予測できる。

図6 東京卸売市場における入荷量合計、価格平均の推移



出所：JAはぐくみ配布資料より作成

また、図3の家計1世帯当たりの年間梅干購入価格について、購入価格が1999年をピークに低下傾向にある要因は、主に安価な輸入原料が増加し、国産品の代用品として扱われるようになったためと予測することができる。

さらに、東京卸売市場における国内ウメ価格の平均は（図6参照）、和歌山県産が2004年で1kg当たり534.6円、2006年で392.6円と約27%（142円）下落している。群馬県産では2004年で222.4円、2006年で160.4円と約28%（62円）下落している。このことから、卸売市場におけるウメ単価は輸入原料の増加、和歌山県における生産の規模拡大といった過剰下のもと、産地に関係なく年々低下傾向にあることがわかる。また、産地別価格差をみると、2006年の群馬県産は160.4円、和歌山県産は392.6円とその差は232.2円である。これは、各産地のウメの評価とともに産地の競争力の差といえる。

以上の分析より、輸入ウメの増加、和歌山県のウメ生産の拡大を主な要因として、現在、国内ウメ供給は過剰下にあることが明らかとなった。しかし、群馬県等他産地におけるウメ生産は規模縮小しており、その傾向は進行してゆくと予測できる。

さらに、消費仕向量が減少傾向にある青ウメでは低い価格水準である輸入ウメの増加に影響され、国内卸売市場におけるウメ単価は年々低下している。また、ウメ消費動向より、消費量は増加している梅干し商品においても、購入価格では低下傾向にある。このため現在、国内ウメ市場は供給過剰のもと、価格が低迷傾向にあり、産地の存続が困難な状況にある。しかし、和歌山県のウメ単価は群馬県ウメ単価の約2.2倍であり、その価格差は産地によって異なるウメ生産体系の取り組みが競争力の差となって表れている。

以下、国内ウメ生産において拡大傾向にある和歌山県と縮小傾向にある群馬県の実需者ニーズに応えたウメ生産体系の比較検討を行い、産地の規模拡大・縮小の分化が起こった要因について明らかにしてゆく。

（3）ウメ輸入の増加と価格の低下

ウメの輸入量は増加傾向にあり、その原産国は中国が大部分を占めている（図5参照）。中国産ウメ輸入量は、1988年（昭和63年）の32tから2006年で1万249tと約320倍（1万217t）増加し、今後もその増加傾向は続くと考えられる。

III 各産地におけるウメ品種の特性と需要者ニーズの分化

ウメの品種数は、約 100 種存在するといわれ、気候、土壌によって地域ごとに異なった品種が育成されている。このため、主に東北地方では「豊後」、「高田梅」、関東地方では「玉英」、「白加賀」、「紅養老」、北陸地方では「藤五郎」、「藤之梅」、「紅映」、「剣先」、関西では「古城」、「南高」といった品種が栽培されている。今回事例として取り上げる群馬県では「白加賀」、「紅養老」、和歌山県では「南高」が中心に栽培されている。地域によって異なる品種の栽培は産地仲買商人と密接しており、ウメ加工にも特色が現れている。

以下、今回調査を行った加工業者 A、B、C、D、E、F の経営内容を中心に、産地によって異なる需要者の販売戦略及び原料調達の実態を明らかにしてゆく。

(1) 群馬県における品種「白加賀」の特性と需要

－加工業者 A、B、C、D の漬け梅加工と輸入原料による調達方法－

群馬県では「漬け梅加工を行う過程でキズがつきにくく、果肉がしっかりしている」特徴をもつ「白加賀」が漬け梅として多く利用されている。漬け梅は 1980 年代以降、爆発的ヒットしたいわゆる「カリカリ梅」である。漬梅加工の特徴は、第 1 に爆発的ヒットを背景に、その消費量が増大したこと、第 2 に梅干と比較してその加工過程に多くの手間がかかる点である。

表 1 に、ウメ加工業者 A、B、C、D の経営内容と原料調達先を示した。業者 A、B、C、D は資本金 4,000 万円以下とする中小規模の経営を行っている。なお、業者 D は業者 A へウメ一次加工品を納入する仲買人である。

加工業者 A、B、C の特徴は、第 1 に主力商品を漬け梅、梅チップ等としていること、第 2 に中国・台湾といった輸入原料及び国内産原料による原料調達を行っている点である。輸入・国産の原料割合は、業者 A で輸入原料が約 6,000t に対し国産原料は約 4,000t、業者 B で輸入原料が約 2,650t に対して国産原料は約 210t と、輸入原料の取扱量は国産原料取扱量を大きく上回っている。輸入原料を取り扱うメリットは、第 1 に規格注文が可能であること、第 2 に供給が安定的であること、第 3 に国産ウメと品質があまり変わらないこと、第 4 にウメ価格、ウメ加工に必要な人件費が安価である、といった 4 点が挙げられる。さらに、中国で選別され規格外となったウメを中国国内で加工・販売をすることで、二次的な利益追求にもつながっている。つまり、業者 A、B、C は、主力商品とする漬け梅・梅チップ加工では加工過程に手間がかかるため、労賃金が廉価で済む輸入原料を利用しコスト削減を図っている。また、輸入原料と国産品の価格差は、例えば種抜き・一次加工後の輸入原料では 120 円であるが、国産品では 400 円程であり、約 3 倍の価格差がある。このため、業者 B、C では国産品を使用した梅加工品に対し「国産梅使用」と明記するなど、付加価値を付けた形で販売している。一方、国産品の取扱量が減少した要因には、第 1 に漬け梅用には

市場出荷されない雑梅を利用しており、規格が不揃いであること、第2に雑梅としては輸入原料と比較し単価が高いことが挙げられる。

また、これら加工業者における価格の設定方法は、市場価格、前年取引価格を参考に農協との話し合いのなかで決定される。

以上より、加工業者A、B、Cは漬け梅、梅チップ等を主力商品とし、人件費等コストがかからず低価格で、さらには国産品とあまり変わらない品質をもつ中国・台湾を原料調達の場合とし、その販売戦略を構築していることがわかった。

表1 ウメ加工業者(群馬県)の経営内容と原料調達先

単位：億、万円、t

業者	売上高		原料調達先		売上最高盛期ウメ取投量(国内)	2007年ウメ取		主力商品(全アイテム数)	商品企画設定方法、商品コンセプト
	資本	金	国外	国内		国外	国内		
A	40億	4,000万	中国、台湾	群馬県等	6,500t	6,000t(漬け梅)	4,000t	漬け梅(?)	中国産：漬け梅に使用。コンビエンスストア向け：合成着色料無使用、食感、味等は毎年変更
B	8億	1,000万	中国(江蘇省、福建省)	群馬県、和歌山県	650t	2,650t	210t	梅チップ、干し梅、梅しそ(15、その他)	中国産：作業工程が多いもの。国産：付加価値を付け販売。
C	?	?	中国(浙江省、江蘇省)	群馬県	120t	?	120t	漬け梅(14、その他)	国産、中国産を使い分け、商品化。
D	?	?	-	群馬県	350t	-	110t	卸用漬け梅、梅干(?)	価格と連動し、ウメ品種を使い分け商品化。

出所：聞き取り調査(2007年実施)より作成

(2) 和歌山県における品種「南高」の特徴と加工業者の実態

一加工業者E、その他・和歌山県内加工業者の梅干加工と国産原料による原料調達一

和歌山県では、その南高品種の「果肉が厚く、皮が柔らかい」といった特徴から、主に梅干加工として利用されてきた。また、1950年代後半(昭和20年代後半)頃に行われた「南高」品種の選定に始まり、町役場内に「うめ課」が設置され、さらに1985年「梅加工開発センター」(現・うめ21センター)、2004年「果樹試験場 うめ研究所」といった品質・収量の向上や病害虫対策を主目的とする研究所が設立されている。こうした梅生産への支援体制のもと開発されてきた「紀州梅」ブランドは、その高い品質によって市場での高い評価を得ている。

また、和歌山県のウメ加工業者数はウメ生産が盛んである田辺市で約100社、みなべ町で約100社存在する。富田(2005)³⁾による和歌山県加工業者へのアンケート調査によると(表2参照)、有効回答数123社のうち、その原料割合は、国産が73%、輸入が27%と国産品の使用量が輸入品を上回っている。規模別にみると、販売額20億円以上層、3億円以上10億円未満層ではそれぞれ34.3%、37.6%と輸入割合は高くなっているが、販売額5,000万円以上3億円未満層、5,000万円未満層における輸入割合はそれぞれ8.9%、2.8%であり、規模が小さくなるほどその割合は低くなっている。しかし、輸入原料割合が比較的高い20億円以上層、3億円以上10億円未満層の中には、輸入原料を使用しない企業も存在している。

表2 輸入原料の使用割合

(単位：社、%)

販売額規模別	回答数	原料使用比		輸入原料の割合				
		国産	輸入	なし	10%未満	10%~30%	30%~50%	50%以上
20億円以上	9	65.7	34.3	11.1	11.1	22.2	22.2	33.3
10億円以上20億円未満	9	82.8	17.2	33.3	11.1	33.3	22.2	-
5億円以上10億円未満	14	62.4	37.6	21.4	-	7.1	28.6	42.9
3億円以上5億円未満	20	86.0	14.0	25.0	25.0	30.0	15.0	5.0
5,000万円以上3億円未満	39	91.1	8.9	69.2	7.7	10.3	2.6	10.3
5,000万円未満	32	97.2	2.8	84.4	6.3	3.1	3.1	-
合計	123	73.0	27.0	55.5	9.4	13.3	10.2	10.9

出所：橋本卓爾らによる「農林業を基軸とした「地域産業複合体」の形成過程と農山村地域の活性化に関する研究」より作成。

また、藤田（2005）⁴⁾が行った加工業者19社へのアンケート調査では、梅製品のうち梅干製品の割合は約8割を超えている。このことから、和歌山県の加工業者は、特に和歌山県産ウメを使用した高級梅干の販売が中心であることがわかる。

また、大手企業が輸入原料を使用する理由には、第1に国産品の価格・量が不安定であることからリスクヘッジを行うため、第2に高級梅としての「紀州梅」以外に量販店に必要な値頃感のある梅干し商品が必要であったことが挙げられる。このため、輸入原料を利用する主な目的は安定供給先の確保と商品バリエーションの充実化を図ることにある。

次に、今回調査を実施した和歌山県加工業者Eでは（表3参照）、原料調達先を和歌山県産に限定し、主力商品を梅干とした経営を行っている。また、原料調達は、県内の生産者50件、紀南農業協同組合、仲買人5人との取引によって行われ、価格設定方法は、市場価格を参考に相対で決定している。

主力商品の梅干は味付けを行った調味梅で、商品包装には「紀州の梅」の推薦マークを表示している。販売先は関東を中心とした百貨店であり、お中元・お歳暮等を中心とした通信販売も行っている。しかし、近年法人等からのお中元・お歳暮の注文が減少しており、売上高は減少傾向にある。

業者Eはこうした売上高の減少傾向に対し、梅干組合に加盟し加工業者間の連携を図ることでその対策を講じている。その対策は第1に、低級品を「紀州梅」として取り扱わないこと、第2に梅干加工業者の在庫管理を把握し、価格を安定化させることである。こうした品質の向上、価格安定に対する取り組みは、優品種である「南高」の特徴を生かした商品ブランドの向上を図った経営戦略といえる。

（3） 関西地区における梅加工への取り組み

ー加工業者Fによる梅酒加工と国産原料による調達方法ー

大阪府に位置する業者F（表3参照）は、資本金2,800万円とする中小規模の酒造メーカーである。主力商品は梅酒であり、その原料調達先は国内に限定して商品化されている。

ウメ取扱量は約7,000tで、主に和歌山県の「南高」「古城」、群馬県および奈良県の「白加賀」、福井県の「紅映」、大分県「豊後」といった複数の品種をブレンドし、品種ごとの特性を生かした

商品作りを行っている。販売先は国内で全国各地、その他に欧米各国、東南アジアである。梅酒以外の洋酒や薬用酒、梅干等の製造・販売も行っており、CM等様々な広告を生かしたマーケティング活動も行ってきた。

商品化にあたってはターゲットを設定しており、主力商品では主に女性・中高年者向けの「国産ウメを使用した健康で安全性のある商品」をコンセプトに売り出している。さらに、業者Fは和歌山県の紀南農業協同組合との連携によってウメ減農薬栽培を成功させている。

価格の設定方法は、市場価格を参考に農協との話し合いのなかで決定する。また、複数産地からの原料調達には、安定供給先の確保といった豊凶に備えたりリスクヘッジの役割も担っている。

こうした業者Fの販売戦略は、原料調達を国内産に限定し、品種にこだわった健康志向・安全性のあるウメ製品の商品化である。

表3 ウメ加工業者(和歌山県、大阪府)の経営内容と原料調達先

業者	売上高	資本金	原料調達先		売上高最盛期ウメ取扱量(国内)	2007年ウメ取扱量(国内)	主力商品(全アイテム数)	商品企画設定方法、商品コンセプト
			国外	国内				
E	減少傾向	?	-	和歌山県	1,000t	600t	梅干(10、その他大小)	土地の特徴を生かした商品化。「紀州の梅」の推薦マークを表示。
F	?	2,800万	-	和歌山県、群馬	?	?	梅酒(60)	各産地で栽培されるウメ品種の特徴を生かした商品作り

単位：億、万円、t

出所：聞き取り調査(2007年実施)より作成

(4) 小括

以上より、国内ウメ産地と深い関わりのあるウメ加工業者の経営内容、原料調達方法より、その動向を分析する。

まず、群馬県の加工業者においてはその主力商品を漬け梅とし、その作業に手間がかかることから、コスト削減を目的に輸入原料を高い割合で利用していることがわかった。さらに、輸入原料を利用する要因には、価格メリットの他に、国内における漬け梅用雑梅の高い価格、規格にばらつきがあるといったデメリットをカバーする品質の高さにある。また、中国産ウメは国内産よりも2ヶ月ほど早く収穫期が訪れるといった特徴がある。このため、群馬県産「白加賀梅」は安価な輸入原料との価格競争を余儀なくされ、卸売市場価格は低迷傾向にある。

一方、和歌山県の加工業者においては主力商品を梅干とし、高い品質をもつ「南高」の特徴を生かした販売戦略を構築している。このため、和歌山県の加工業者による原料調達は、国内産が約7割といった高い割合を示している。さらに、和歌山県及び町役場・農協によって「南高」の高い品質、収量を維持するための研究が盛んに行われており、地域一体となったウメ加工への取り組みが伺える。また、加工業者Eでみられるように、販売先は主にお歳暮やお中元といった企業・法人が中心であり、通信販売も手がけている。こうした企業・法人向けの販売、通信販売を実施することによって、「高級梅」としてその販売先が確保されている。

また、加工業者Fでは原料調達先を国内に限定し、産地ごとの品種の特徴を生かした商品化を行っている。その販売戦略は、原料供給産地との共存共栄を図った上での、健康・安全性をコンセプトとした商品化にあった。しかし、業者Fによる価格設定方法は市場価格と連動しているため、群馬

県産取引価格は和歌山県産よりも低い水準価格での取引が決定的である。群馬県においても、業者Fにみられるような減農薬栽培への取り組み等、原料生産段階における加工業者との連携の実現が望まれてならない。

以上から、群馬県と和歌山県のウメ価格差は、産地ごとに育成される品種の特性や加工業者による原料調達方法、経営戦略によって大きく左右されていることがわかった。

次に、こうした加工業者の経営戦略は各産地のウメ生産体系及び生産者の経営にどのような影響を与えているのか、各産地における生産者の経営実態の分析を基に、その産地形成の分化をみてゆく。

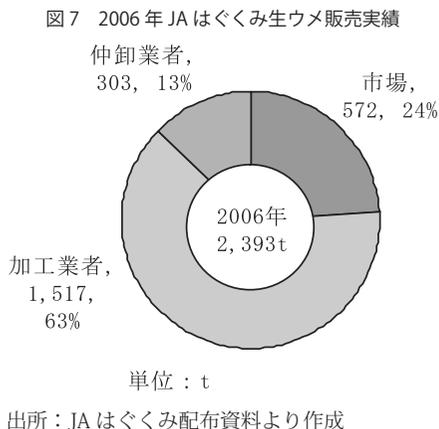
IV 産地の原料供給体制と生産者の経営実態

今回、群馬県旧・榛名町（現・高崎市）に位置するはぐくみ農業協同組合（以下 JA はぐくみとする）と和歌山県田辺市に位置する紀南農業協同組合（以下 JA 紀南とする）に聞き取り調査を実施した。これら農業協同組合による原料供給体制と生産者の経営内容から、産地の原料調達方法の特徴とその課題についてみてゆく。

(1) 群馬県・JA はぐくみによる原料供給方法

a. 産地の概況と事業内容

2007年農林業センサスによると、群馬県旧・榛名町における1,148農家のうち、農業で生計を立てている専業農家・第Ⅰ種兼業農家数は414戸と全体の約36%、第Ⅱ種兼業農家は734戸と約64%で、農業外で生計を立てる第Ⅱ種兼業農家の割合が非常に高くなっている。また、基幹的農業従事者数1,329人のうち65歳未満の農業者数は603人と、約半数が高齢農業者で構成されている。



群馬県における梅生産は、旧・榛名町、箕郷町を中心に行われ、これら2町はJA はぐくみの管区内である。ウメ栽培農家戸数は全体で383戸、栽培面積は「白加賀」が約15ha、「南高」が約1.9ha、その他が約9.1haとなっている。

JA はぐくみによるウメ加工事業への取り組みは、1992年に県単事業として加工場が設置され、ウメ製品の1次加工及び2次加工、販売まで取り組んでいた。しかし、加工技術・営業等の不具合から過剰在庫に陥り、在庫処理のため1999年以降最終製品の製造・及び一次加工は停止された。その後、2003年に大手

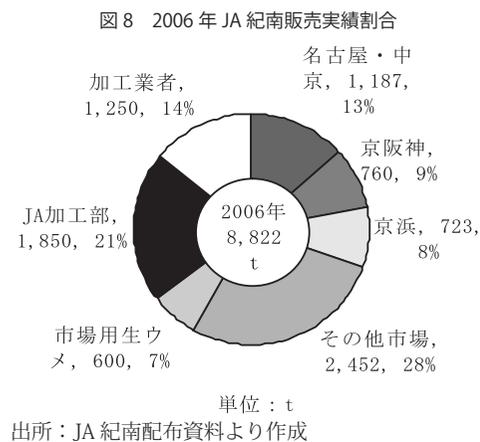
漬物加工企業との一次加工委託業務を請け負うことにより、現在、JA 加工場による一次加工は再開されている。また、JA による生産者手取り率の向上を図るため、大玉摘果の推進も実施された。しかし、大玉摘果の実施は収量の減少をもたらすため、有効な推進策とはならなかった経緯をもっている。

JA によるウメ市場出荷は、全国農業協同組合連合会で価格決定される共計出荷体制をとっている。2006 年の販売実績をみると（図 7 参照）、市場が 572t と全体の 24%、加工業者が 1,517t と約 63%、仲卸業者等が 303t と約 13% を占めている。しかし、2006 年における加工業者への平均販売価格は 1kg 当たり 150 円と、近年でも最も低い取引価格であった。加工業者との取引価格の設定は、前年の市場価格を基準に決定されるため、前述したような市場価格の低下時には、旧・榛名町のウメ生産者の経営を圧迫する不安要素を抱えている。

以上のように、JA はぐくみによるウメ販売事業は、共計出荷体制によって行われており、加工業者との取引価格は市場価格を参考に決定される。このため、JA はぐくみにおけるウメ買取価格は低迷傾向にあり、厳しい現状下にある。

（2）和歌山県・JA 紀南の概況と事業内容

JA 紀南は全国有数のウメ産地である田辺市を管区内とした、2003 年合併の大規模な農業協同組合である。田辺市について農林業センサスをみると、農家 2,561 戸のうち、農業で生計を立てて



いる専業農家・第Ⅰ種兼業農家数は 1,737 戸と全体の約 68%、第Ⅱ種兼業農家数は 824 戸と全体の約 32% を占めており、専業農家・第Ⅰ種兼業農家の割合が高くなっている。

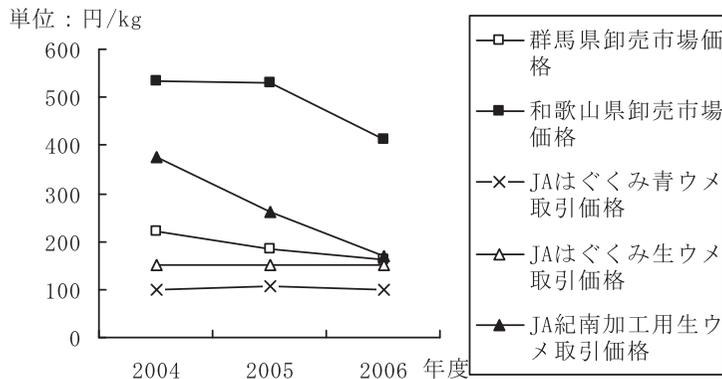
また、和歌山県は、かつてミカンの大産地であったが、ミカン価格の暴落を契機に、1980 年頃 JA 主導でミカンからウメへの大規模な農地転換事業が行われた。このとき、柑橘類の農地は 1,500ha から 500ha まで減少し、ウメは竹やぶや傾斜地を利用して栽培され、田辺市・みなべ地域はウメの大産地として展開していった。現在、田辺市にはウメ生産農家は約 2,000 戸おり、そのうち約 1,000 戸では農家自身による一次加工が行われている。栽培面積は、2006 年 1,590ha と和歌山県の 5,030ha の約 30% を占めている。

JA 紀南によるウメ販売事業の特徴は、販売部門のみならず、加工部門が設置されている点である。加工部門では JA による一次加工・二次加工・製品化まで取り組んでいる。JA による加工が開始された要因には、市場出荷量の増減が激しく、調整機能を持たせるために一次加工を導入したことが挙げられる。

また、2006年の販売実績は（図8参照）、市場が5,722tと全体の約64%、JA加工部が1,850tと約20%、加工業者25社が1,250tと約14%の割合を占めている。

JA紀南による販売方法は、青ウメでは共選共販出荷体制によって行われているが、一次加工品についてはJAがブローカーの役割を担っており、加工業者への転売を行っている。また、JA紀南の市場で高い評価を得ている要因には、第1に「南高」以外の「小梅」や「古城」を栽培し市場出荷することによって販売期間が長いこと、第2に共選共販体制により、規格の統一や品質の平準化が可能である点が挙げられる。和歌山県産ウメについては、その品質と安定的な供給を実現し

図9 群馬県・和歌山県におけるウメ価格の推移



出所：JAはぐくみ、JA紀南配布資料より作成

ていることから、市場での評価が高まり、価格となって表れているのである。

また図9は、2004年から2006年の群馬県・和歌山県の平均ウメ価格の推移を示したものである。特に市場価格では群馬県産と和歌山県産では約2.5倍の価格差がある。

また、市場では和歌山県産が6月上旬頃から入荷し始め、これを追う形で群馬県産も6月中旬に入荷を開始する。このため、市場価格は6月中旬を境に、両県とも大幅に低下する。JAはぐくみの加工業者との取引価格の設定は、最も価格が低い6月中旬を参考価格とされるため、さらに生産者の手取りは少なくなっている。一方、JA紀南における加工業者との取引価格もまた、市場価格と連動するが、ここ5カ年における和歌山県産加工用生ウメ平均価格は360円と、群馬県卸売市場価格の229.4円よりも高い水準にある。

また、市場では和歌山県

以上より、群馬県のJAはぐくみは系統出荷を中心に、その販売事業に取り組んでいる。しかし、こうした系統出荷体制は、生産者の手取り率の減少が起る。また、加工業者への販売においても、市場価格と連動した価格設定となるため、高い価格設定が困難である。さらに、その販売先は主に漬け梅や梅酒用として利用されているため、安価な輸入原料との価格競争が余儀なくされ、現在、JAはぐくみは厳しい状況下にある。

一方、和歌山県のJA紀南では全農を通じた市場出荷を行っているが、農協独自の市場開拓を戦略的に行っている。また、他方ではJA加工部門における梅干の製品化、加工業者へのブローカーとしての役割を担っている。JAによる製品化は、市場出荷量に対応した在庫調整機能を果たしていた。また、共選共販出荷体制をとることで、規格の統一をスムーズに行い、一つの品種にこだわ

らない販売戦略をもとに、市場における高い評価を得る結果となった。また、加工業者への転売を行うことは、加工業者との連携・情報交換を行う機会にもなっている。

以下、地域条件の違いによって現れる生産体系の違いを明らかにし、生産者経営内容の分析から、その産地形成の分化の過程をみてゆく。

(3) 各産地における生産者の経営内容の比較とその実態

－ウメ専業農家群と兼業・多品目栽培農家群の形成－

以下、旧・榛名町、和歌山県田辺市におけるウメ生産者の経営内容を比較検討し、その生産体系を明らかにし、JAによる原料供給体制が各産地における生産者の経営にどのような影響を与えているか検討する。

今回、調査を行った和歌山県田辺市におけるウメ生産者10名は農家番号1～10、群馬県旧・榛名町のウメ生産者12名は農家番号11～22とする。また、旧・榛名町の農家番号11、13、15、22は一次加工に取り組むウメ生産者の有志の集まりである「榛名梅研究会 榛名梅21」⁵⁾に属する生産者である。

まず第1に栽培面積の比較である(表4参照)。農家番号1～10における栽培面積の平均値は320aで、この約88%にあたる282aでウメ栽培が行われている。一方、農家番号11～22における栽培面積の平均値は216aであるが、ウメ栽培面積は約46%にあたる100aに留まっている。旧・榛名町のウメ栽培面積は田辺市と比較して小規模であり、全体の栽培面積に占める割合が低くなっている。こうした旧・榛名町の実態におけるウメ栽培面積割合の低さは、他の作付品目の割合が高いことを示している。

次に労働力では、農家番号1～10における家族農業従事日数の平均値は2.9日に対し、農家番号11～22の2.45日をわずかに上回っている。しかし、雇用日数では、農家番号1～10で397人日に対し、農家番号11～22では110人日と田辺市が旧・榛名町の雇用日数を大幅に上回っている。田辺市の生産者においては10戸中9戸で一次加工が行われている。このため、一次加工に必要な干し作業における雇用労働力の投入が行われているのである。これに対して、旧・榛名町では一次加工を行っている生産者は農家番号11、13、14、22の4戸のみである。その他の一次加工を実施していない生産者では、主に青ウメ収穫作業に雇用労働力が投入されている。旧・榛名町における青ウメ収穫は、同時期の収穫で平地における収穫作業となるため、雇用労働力が必要とされるのである。一方、田辺市における収穫方法は、傾斜地に定植され、傾斜地の下部分にネットを張り、完熟し自然落下してきたウメをネットで拾う方法である。このため、田辺市における収穫期の雇用労働力は抑えられ、一次加工への雇用労働力の投入が可能になっているのである。

次に田辺市の生産者におけるウメ売上高は1,000万円以上が9戸中8戸(不明1戸)と高く、全売上高のうちウメ売上高が占める割合は90%以上となっている。一方、旧・榛名町では10戸中8戸(不明2戸)が1,000万円以下で、売上高のうちウメ売上高が占める割合は約40%と田辺

市の生産者と比較して低い水準となっている。

表4 ウメ農家経営耕地面積、労働力、売上高比較表

単位：人、人日、a、万円

田辺市				旧・榛名町					
農家 番号	家族農業 従事者数	雇用日数 (延べ日数)	作付面積 (うちウメ面積)	売上高 (うちウメ売上高)	農家 番号	家族農業 従事者数	雇用日数 (延べ日数)	作付面積 (うちウメ面積)	売上高 (うちウメ売上高)
1	3	800	500 (500)	2,000 (2,000)	11	1.5	0	350 (200)	2,300 (800)
2	4	1200	543 (400)	1,700 (1,500)	12	2	150	230 (160)	?
3	2	320	370 (370)	1,500 (1500)	13	3	0	230 (150)	1,700 (?)
4	2.5	800	300 (300)	2,000 (2,000)	14	2	10	155 (150)	? (300)
5	2.5	160	250 (250)	1,370 (1,370)	15	1.5	35	175 (120)	400 (200)
6	5	14	349 (250)	? (1,800)	16	2	120	140 (100)	? (300)
7	2.5	350	250 (250)	?	17	4	510	323 (100)	2,110 (300)
8	4	120	300 (200)	1,100 (900)	18	2	0	125 (50)	275 (120)
9	1.5	180	180 (180)	1,500 (1,500)	19	2.5	120	265 (40)	950 (60)
10	2	30	160 (120)	? (1,500)	20	2	8	152 (30)	590 (110)
-	-	-	-	-	21	3.5	30	231 (10)	850 (50)
-	-	-	-	-	22	3.5	600	?	5,600 (2,700)
平均値	2.9	397	320 (282)	1595.7 (1538.5)	2.45	110	216 (100)	1,197 (494)	

出所：2006年聞き取り調査より作成。

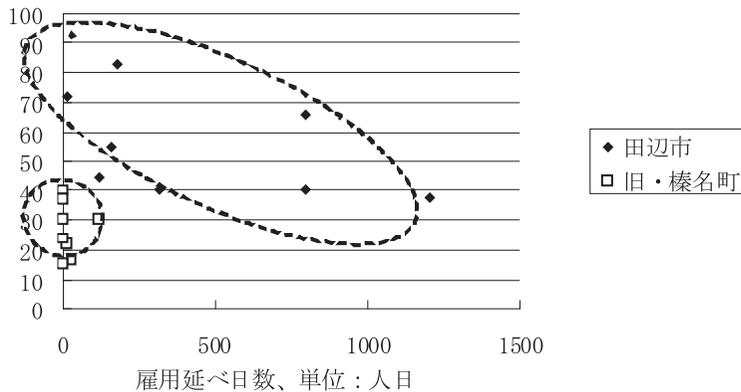
註1：家族農業従事者数は、200日以上を1とし、200日未満を0.5とする。

註2：雇用日数の網掛け部分は、その他の果樹直売所への労働力であり、平均値には含まれない。

ここで図10を参照に、10a当たりの売上と雇用規模の関係を見ると、田辺市のウメ生産者は、

図10 10a当たりの売上と労働力の関係 (10a当たりの売上)

単位：万円



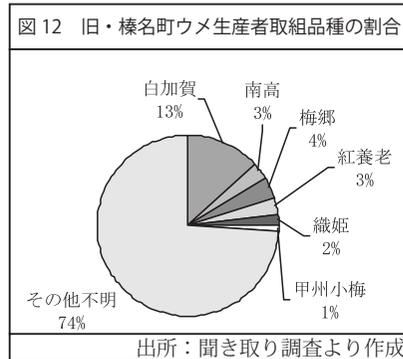
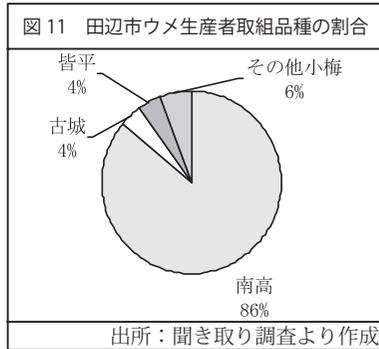
出所：聞き取り調査より作成

高い収量の南高品種の栽培、一次加工の実施により、高い売上高を得ていることがわかる。10a当たりの売上高平均は、田辺市の生産者で59万円(有効回答数9戸)、旧・榛名町の生産者で26.7万円(有効回答数8戸)で、その差は2.2倍(32.3万円)にもなる。この要因には、南高品種は他品種と比較して収量が高いことが挙げられる。また、旧・榛名町ウメ生産者が一次加工を行わない理由には、第1に労働力が不足していること、第2に設備投資資金の調達が困難なこと、第3に平地栽培における青ウメ収穫のため規模拡大が困難なことにある。つまり、旧・榛名町のウメ生産はその収穫方法から栽培面積の拡大がままならず、市場価格の低下によって生産者の手取りは少なくなっており、一次加工の実施も困難な状況となっているのである。

次にウメ取組品種の割合は(図11、図12参照)、田辺市で南高が87%、古城4%、皆平4%、その他小梅が6%と主に南高品種に限定した栽培を行っている。一方、旧・榛名町では、判明しているだけでも、白加賀13%、南高3%、梅郷4%、紅養老3%、織姫2%、甲州小梅1%と白加賀を中心に、

複数の品種を栽培する傾向にあることがわかる。

旧・榛名町で多品種栽培が行われる理由には、品種ごとの収穫期をずらすことによって収穫期間における労働力を分散させていると予測できる。一方、田辺市のウメ栽培は傾斜地で行われるため、標高の高い地点から収穫を開始し、低い標高地点は収穫期の後半に行われる。このため、収穫期間を長くとることができ、大規模な栽培面積での同一品種の収穫を可能にしている。



また販売・出荷先では（表 5 参照）、田辺市の生産者のうち一次加工ウメを JA に出荷している生産者を含めると、10 戸中 8 戸が一次加工ウメを産地仲買・加工業者・JA へ出荷している。一方、旧・榛名町の生産者は、12 戸中 8 戸が農協出荷を中心としている。このことから、一次加工の実施は生産者にとって多様な販売先の確保につながっていることがわかる。

各産地の生産者が課題として挙げているのは、第 1 に市場価格の低下であり、旧・榛名町のウメ生産者のなかには、価格の低下を機に農業を辞めていく農家もいる。市場価格の低下は梅干業者への販売価格にも影響を与えるため、生産者の経営を圧迫し、産地継続の危機をも感じられる。しかしながら、旧・榛名町のウメ生産者のなかには、農家番号 11、13、22 のように一次加工、梅干製品化を中心に独自の経営展開を行う農家も存在し、農家番号 12、15 のように一次加工に取り組むがこれを中心に出荷しない潜在的な一次加工農家群も存在する。こうした生産者が市場において高い評価を得ることができる「白加賀梅」ブランド形成のパイオニア的存在になることが強く望まれている。

表 5 ウメ農家販売・出荷先比較と一次加工の実施

単位：%

田辺市						旧・榛名町						
農家番号	農協	南高梅(白干)産地仲買	南高梅(青梅)農協	南高梅(青梅)その他	一次加工の実施	農家番号	農協	直接販売	白加賀梅梅干業者	宅配	自家加工	一次加工の実施
1	生産アリ	?	?	生産アリ	?	11	50%	17%	33%			○
2	100%			100%		12	95%				5%	○
3		100%				13	13%	4.3%		83.2%		○
4	100%					14	100%					×
5	6%	94%		100%		15	100%					○
6	5%	60%	35%			16	100%					×
7				100%		17	100%					×
8		100%		100%		18	?	?	?	?	?	×
9		100%				19	100%					×
10	生産アリ	?	?	30%	70%	20	90%	10%				×
-	-	-	-	-	-	21	100%					×
-	-	-	-	-	-	22		88%	12%			○

出所：聞き取り調査より作成。

(4) 小括

以上の生産者の経営内容の比較検討より、各産地のウメ生産体系の特徴とその実態を明らかにする。

まず、旧・榛名町におけるウメ生産は、JA 共同販売による青ウメ出荷が中心となっている。また、青ウメは平地での手もぎ収穫が行われており、収穫期における雇用労働力が必要であることがわかった。こうした収穫期における雇用労働力の投入は、一次加工へ雇用労働力を回すことができないため、生産者による一次加工の実施が制限されている。また、平地における青ウメ栽培は同時期に収穫する必要があるため、栽培面積の規模拡大が困難となっていた。

一方、和歌山県田辺市におけるウメ生産は、傾斜地が多い山間地域を利用し栽培されている。その収穫方法は、傾斜地に定植されたウメに対して傾斜地が終わる平坦地部分にネットを敷き、完熟し自然落下するウメをネットで拾う方法である。こうした収穫方法の導入は、収穫期における雇用労働力を抑えることができ、一次加工に必要な選果・天日干し作業への労働力の投入を可能にしている。さらに、傾斜地の利用は収穫期を長くとることが可能となり、同一品種における栽培面積の拡大が実現されていた。

以上より、旧・榛名町のウメ生産は主に青ウメ出荷を中心とした平地における手もぎ収穫が行われ、多品目栽培を行う生産者の割合が高いことが明らかとなった。一方、田辺市におけるウメ生産は傾斜地でのネット収穫の導入によって、生産者による一次加工を可能にしていた。また、一次加工への取り組みは生産者の多様な販売先の確保につながると共に、貯蔵機能を持つことが可能になる。このため、田辺市の生産者は一次加工を行い、高い競争力をもったウメ専業農家の割合が高くなっている。

V まとめ

現在、和歌山県におけるウメ生産は規模拡大傾向にある一方で、群馬県では規模縮小傾向にある。また、産地評価の指標ともいえる市場価格は和歌山県が群馬県の約2倍の価格となっている。こうした規模拡大・縮小傾向の分化と市場価格差が生じる要因は、和歌山県及び群馬県におけるウメ生産体系や市場出荷体制、加工業者との連携を分析することにより明らかである。以下、各産地によって異なる産地形成が行われたその実態と要因を調べてゆく。

まず、和歌山県産ウメは、品種の特性を生かして梅干に利用されている。その商品コンセプトは安全・安心な国産原料を使用した健康食品であり、輸入ウメとの競合にさらされない原料供給である。和歌山県では、こうした需要ニーズに応えたウメ生産・出荷体制の構築により、高級農産物ブランド「南高梅」を確立させた。

そのウメ生産・出荷体制とは(表6参照)、まずJA、県、役場による品質改善・収量向上等の研究・開発が積極的に行われていた。さらに、JA—加工業者間、加工業者同士による連携により低

表6 和歌山県・群馬県における需要ニーズ、JAの取組と生産体系の比較

(単位：戸、a、人日、万円)

	和歌山県	群馬県	
ニ ー ズ 要	主な用途	梅干	漬け梅
	原料調達 商品コンセプト	和歌山県産ウメ 安全・安心	輸入ウメ、群馬県産 お菓子感覚ウメ加工品
取 組 A	中心事業	加工業者への出荷	市場出荷
	加工への取組 市場出荷体制	一次・二次加工・製品化 共選共販	請負業務による一次加工 共計
特 性	品種	南高	白加賀
	品種特性	皮が柔らかく肉厚	皮が固く果肉がしっかりしている
方 収 法 穫	収穫方法	ネット収穫	手もぎ収穫
	定植地	傾斜地	平地
生 産 者 の 特 徴	生産者群	専業、ウメ単一栽培	兼業、他品目栽培
	一次加工への取組	10戸中9戸	12戸中3戸
	ウメ平均作付面積	282a	100a
	平均雇用日数	397人日	110人日
	10a当たりの売上高	40～95万円	15万円～40万円
	中心とする販売先	加工業者との直接取引	JAを通じた市場出荷
	今後の意向	規模拡大・現状維持	規模縮小

出所：2007年聞き取り調査より作成。

級品ウメの差別化が行われ、その品質維持が実践されている。また、JAによる共選共販出荷体制の実施によってウメ規格の統一がスムーズに行われており、加工業者や市場において高い評価を得ることとなった。こうした品質向上への取り組みは、加工業者との連携のみならず、生産者の手取り向上にも貢献している。

生産体系においては、山間地域の傾斜地を利用しネット収穫を行うことにより、収穫期の労働力削減を実現した。この収穫期における労働力削減は、一次加工に必要な天日干し作業への雇用労働力の投入を可能にしたのである。また、傾斜地の利用は同一品種における栽培面積の拡大をも可能にした。さらに一次加工への取り組みは、加工業者等の販売先確保になり、生産者の手取り確保にもつながっている。このことから、傾斜地におけるネット収穫の導入は、生産者の一次加工の実施を可能にし、販路の拡大、手取り確保、同一品種における栽培面積の規模拡大を実現したのである。

一方、群馬県産ウメでは(表6参照)、白加賀品種の特性を生かして漬け梅加工に用いられている。しかし、その商品コンセプトは「お菓子感覚で食べられるウメ加工品」といった産地の見えない加工商品であり、輸入ウメとの競合が避けられない。また、品質面からも、近年輸入ウメの品質向上が実践されており、群馬県産ウメへの需要ニーズは縮小傾向にある。さらに、加工業者との取引では、市場価格を参考に取引価格が設定されるため、市場価格が低迷傾向にある現状下では高い取引価格は期待することができず、不利な状況にある。群馬県におけるウメ生産・出荷体制は、こうした漬け梅や既存の市場出荷が中心となっており、市場価格が低迷傾向にある現状下において、ウメ生産は規模縮小に向かっている。

また、ウメ生産では、平地における青ウメの手もぎ収穫が行われており、ウメ栽培面積の拡大に限界をもたらしていた。平地における青ウメ栽培は同時期に収穫する必要があるため、栽培面積の

規模拡大が困難なのである。また、雇用労働力は収穫期に投入されるため、一次加工への労働力の投入が困難であり、生産者による一次加工の実施が制限されている。ウメ栽培面積の拡大、一次加工の実施が困難な状況下で、群馬県では多品目栽培を行う生産者を形成していた。しかし、多品目栽培を行う生産者によるウメ生産では、市場価格が高騰している際には生産者の経営安定が見込まれるが、市場価格が低下している現状ではウメ栽培によって大きな所得につながらず、価格面での見返りが見込めない現状である。また、ウメ専業農家にとっても、その収穫方法、JAによるウメ原料供給体制は一次加工の実施や栽培面積の拡大に限界をもたらし、今後のウメ生産の維持が困難な状況にある。

以上の分析より、和歌山県の市場における高い産地評価は、地域条件、品種の特性、ウメ加工業者との連携を生かした農産物ブランド「南高梅」を確立させる販売戦略の成果といえる。また、一次加工の実施や栽培面積の規模拡大が見込めるウメ生産体系の確立は、地域におけるウメ生産に競争力を持たせる要因となった。一方、群馬県では、漬け梅における輸入ウメとの価格競争に直面し、品質面でも評価が低い。また、市場価格が低迷している現状下では、市場出荷を中心とし規模拡大が困難である生産体系に限界が見え始めている。

ウメ生産地における産地形成分化の要因は、実需者ニーズに応え、地域条件、品種の特性、ウメ加工業者との連携を生かしたウメ生産体系の確立であり、既存の市場出荷に捉われない販売戦略の構築が求められている。

(まきの ひとみ・高崎経済大学大学院地域政策研究科博士前期課程)

【註】

- 1) 橋本卓爾ほか『地域産業複合体の形成と展開—ウメ産業をめぐる新たな動向—』、農林統計協会、2005。
- 2) 大塚美絵『中国と国内の産地間競争とウメ産地の経営多角化』、高崎経済大学大学院修士論文、2001。
- 3) 富田敏二『地域産業複合体の形成と展開—ウメ産業をめぐる新たな動向—』、「ウメ加工業者の原料調達と販売実態」2005、148-151頁。
- 4) 藤田武弘、前掲1、158頁。
- 5) 「榛名梅研究会 榛名梅21」は、1999年(平成11年)PPに結成された旧・榛名町におけるウメ生産者の有志の集まりである。会員数は、当初9名であったがその後増減を経て、2007年には8名となっている。梅21所属農家の特徴は自ら梅加工・販売を行い独自の経営展開を行っていることにある。今回アンケート調査を行った農家のうち、農家番号11、13、15、22が「榛名梅研究会 榛名梅21」に所属している。

【参考文献】

- 1) 大塚美絵『中国と国内の産地間競争とウメ産地の経営多角化』、高崎経済大学大学院修士論文、2001。
- 2) 橋本卓爾ほか『地域産業複合体の形成と展開—ウメ産業をめぐる新たな動向—』、農林統計協会、2005。