

自己改革

J A紀南の挑戦



熱中症対策報道もありフル稼働した中芳養梅加工工場(平成30年8月、田辺市中芳養)

場には、商品開発や梅に関するデータを蓄積する研究開発室があり、ニーズに沿った製品製造を行っている。研究開発室は、消費者や卸売業者の要望に

平成30年度は、猛暑による

「豊作貧乏をなくそう!」との合言葉でスタートし、約半世紀に渡って営んできた梅加工事業。その間、中国梅の台頭、パブルやデフレといった日本経済の変遷、食文化の変化などの環境変化に対応しながら紀州梅ブランドを守り、地域農業の発展と活性化に寄与し続けている。(次号・後編に続く)

J A紀南が取り扱う梅は、市場出荷や加工メーカー向けの青果約7千〜1万トと、梅農家から引き取る白干し梅のタル製品約18〜26万タル、J Aで業務用に漬ける約5万タルの白干し梅からなる。白干し梅は、脱塩処理、調味加工や梅肉製造等を行い、製品化し

て全国展開するのが加工部の主たる事業で、加工施設を管内に6カ所設けている。梅の加工品は、うす塩味やはちみつ、しそ漬といった紀州南高梅干しや梅肉をはじめ、飲料、菓子、ゼリー、エキス等、多種多様にわたる。加工場の中で中心的役割を担う中芳養加工

既存の取引先との関係強化はもちろん、食品業界などが集まるトレードショーや展示会に参加し、新規取引先の開拓にも努めている。

「豊作貧乏をなくそう!」との合言葉でスタートし、約半世紀に渡って営んできた梅加工事業。その間、中国梅の台頭、パブルやデフレといった日本経済の変遷、食文化の変化などの環境変化に対応しながら紀州梅ブランドを守り、地域農業の発展と活性化に寄与し続けている。(次号・後編に続く)

安全・安心と十分な品質管理

梅干しメーカーの地位確立

生産者から出荷された農産物の委託販売するのがJAの役割だが、JA紀南は早くから農産物の一次加工品である白干し梅を生産者から買い受け、付加価値を生み出して商品を販売する梅加工事業に取り組んできた。特産の紀州梅ブランドを確

立し農業所得向上につなげようとのもので、旧紀南農協が昭和40年代に始めた。価格暴落や高騰、不景気による需要低迷等、幾多の危機もあったが、商品開発、消費者や業界ニーズ、安全・安心対策など時代の流れに対応し、着実に事業を進めている。

消費地の情報をいち早くキヤッチしたり取引先の商談を進めたりするのが、全国各地を飛び回る営業担当者だ。スーパーや生協、大手コンビニ、量販店などの取引先と商談を重ね、取引に必要な条件を産地に持ち帰って戦略を練る。これも梅干しの有利販売と消費拡大のためだ。

近年、梅はダイエット効果(バーリン効果)やインフルエenza抑制といったことがテレビで取り上げられ、その度に消費が伸びた。背景には、行政や大学等と連携し梅の効能について研究を進めたり、5年前には生産者や女性会ら5000人の協力で梅干し摂取の疫学調査も実施するなど、これらのデータがメディアでのアピールにつながり、需要が拡大した経緯もある。