

# 平成27年度改訂 大宜味村シークワサー振興戦略



- 大宜味村産業振興課
  - 大宜味村シークワサー産地振興協議会
- 平成27年 6月 共同策定

# 目次

## 1.大宜味村産業振興理念

## 2. シークワサー戦略基本目標

## 3. 戦略展開の基本認識

## 4. シークワサー振興に於ける現状と歴史的認識

(1) シークワサー生産の現状 ～9年間

(2) 歴史認識

## 5. シークワサー振興戦略展開

(1) マーケティング・ミックス（戦略の三面展開）

(2) シークワサー生産年次計画

(3) シークワサー生産高年次構成比 ～3年間

(4) 供給分類別マーケティング展開

①【花】②【青切り用】③【加工用】④【フルーツ用】

## 1. 大宜味村産業振興理念

- (1) 『温故知新』に立脚した産業振興を推進し、在来産業の復興を指向。
- (2) 在来産業の復興を指向する中で、イノベーション（新しい技術・アイデアの発明、創造）に取り組み、新産業の創出・新商品の開発を図る。

## 2. シークワサー戦略基本目標

(1) シークワサー生産農家の 安定生産と安定所得の維持・確保

↓  
増殖、肥培管理、台風対策  
園地改良 etc…

## 3. 戦略展開の基本認識

(1) シークワサーの特性を有効活用し

①花の時期

②青切り用の時期

③加工用の時期

④フルーツ用の時期

の時期を見通した、通年型産業としての季別展開を図り、

大宜味村の産業として推進する。

#### 4. シークワサー振興に於ける現状と歴史

##### (1) シークワサー生産の現状 ～9年間

(※JA単基準による推計額)

項目 \ 年度	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26
生産農家数(人)	228	300	338	392	400	392	392	412	412
※樹木数(本)推定	54,601	55,441	56,281	63,181	70,081	69,117	68,153	68,056	68,056
生産高(t)	1,397	2,500	2,100	2,500	1,800	1,058	758	1,902	1,981
青切り用内訳(t)	40	24	30	30	14	20	124	7	16
青切り用単価(円)	1,021	925	636	417	458	412	365	445	241
加工用内訳(t)	720	2,476	2,070	1,746	1,711	1,036	637	1,884	1,920
加工用単価(円)	407	319	209	113	100	100	157	200	140
フルーツ用内訳(t)				43	0.4	3	0.04	11	44
フルーツ用単価(円)				174	272	331	405	295	176
合計額(千円)	321,840	849,268	494,730	257,160	195,163	112,823	145,285	383,160	280,400
青切り用推計額(千円)	28,800	59,424	62,100	52,380	23,954	8,230	45,260	3,115	3,856
加工用推計額(千円)	293,040	789,844	432,630	197,298	171,100	103,600	100,009	376,800	268,800
フルーツ用推計額(千円)	0	0	0	7,482	109	993	16	3,245	7,744

※樹木数は推定値である。

## (2) 歴史認識

本村のシークワサー振興の歴史を振り返ると、販売不振の時期や多数のパッカーの介入を受けて出荷の分散化から生じた価格低迷に直面するなど、幾多の苦悩と停滞の時代を経験してきた。

その歴史の過程で、TV放映を通じたシークワサーブームが起りましたが、ブームは一過性のものであり、いかなるブームも一定の市場原理に収斂することを認識する必要がある。なお、シークワサーが注目された時代から、シークワサー取扱い業者が増え、多くの農家での庭先取引が行われるなど、無秩序な集荷体制の下で不安定な価格変動相場が続いており、また近年のシークワサー生産量の急激な増加に伴う、供給生産側の混乱等本村のシークワサーを取り巻く環境は厳しいものとなっている。

シークワサー振興の戦略展開に当たっては、的確な時代動向認識のもとに環境に適応した戦略が必要とされる。

## 5. シークワサー振興戦略展開

### (1) マーケティング・ミックス (戦略の三面展開)

大宜味村のシークワサー戦略にあっては、

①ブランド戦略 (大宜味ブランドの確立)

②市場戦略 (地域)

③付加価値戦略

の三つの局面を構築し、三つの戦略を統合した展開として

『大宜味村シークワサートライアングル展開』を目指す。



(2) シークワサー生産年次計画      ～3年間

項目 \ 年度	H27	H28	H29
生産農家数 (人)	430	440	450
生産高 (t)	2,000	2,200	2,500
栽培面積 (ha)	176	194	220
※栽培樹木本数推定 (本)	68,000	69,000	70,000
	1割 (未結果樹)	1割 (未結果樹)	1割 (未結果樹)
	1割 (更新)	1割 (更新)	1割 (更新)
結果面積 (ha)	141	155	176
※栽培樹木本数推定 (本)	54,400	55,200	56,000

※樹木数は推定値である。



(3) シークワサー生産高年次構成比

単位：t

年度	H27	H28	H29	時期	協力・連携
供給分類					
構成比	1%	2.5%	4%	7月～10月	村・指定管理者 JA・その他加工業者
(青切り用) t	20 t	55 t	100 t		
構成比	96.5%	94.5%	92%	10月～12月	村・指定管理者 JA・その他加工業者
(加工用) t	1,930 t	2,079 t	2,300 t		
構成比	2.5%	3%	4%	12月～2月	村・指定管理者 JA・その他加工業者
(フルーツ用) t	50 t	66 t	100 t		
構成比	100%	100%	100%	通年	村・指定管理者 JA・その他加工業者
(合計) t	2,000 t	2,200 t	2,500 t		

\* 構成比は、H26年度は実績見込みで、H27以降は実態に沿ってローリングする予定。

## (4) 供給分類別マーケティング展開

①県内 シークワサー花まつり  
(花暦への定着！)



(1) テーマ：花まつり（受け入れ園地・モデル園地の選定→推進）

(2) 時期：3月～4月

(3) 樹園地形成：押川区・上原区・大宜味区・田港区・饒波 その他

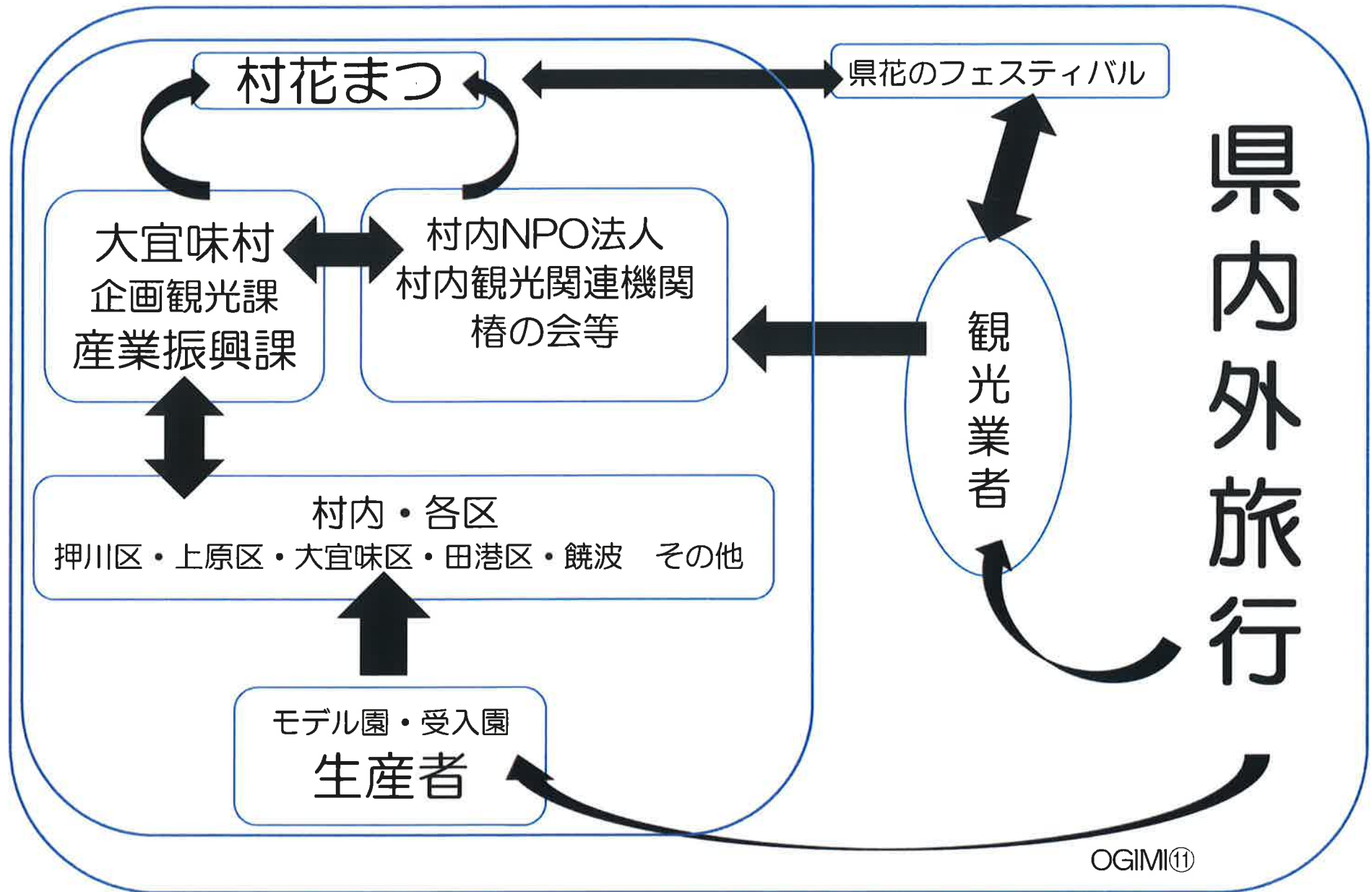
(4) 対象：県内外の旅行者

(5) 連携事業：県花のフェスティバル、椿の会・ツーリズム協会との連携、村内観光事業etc…

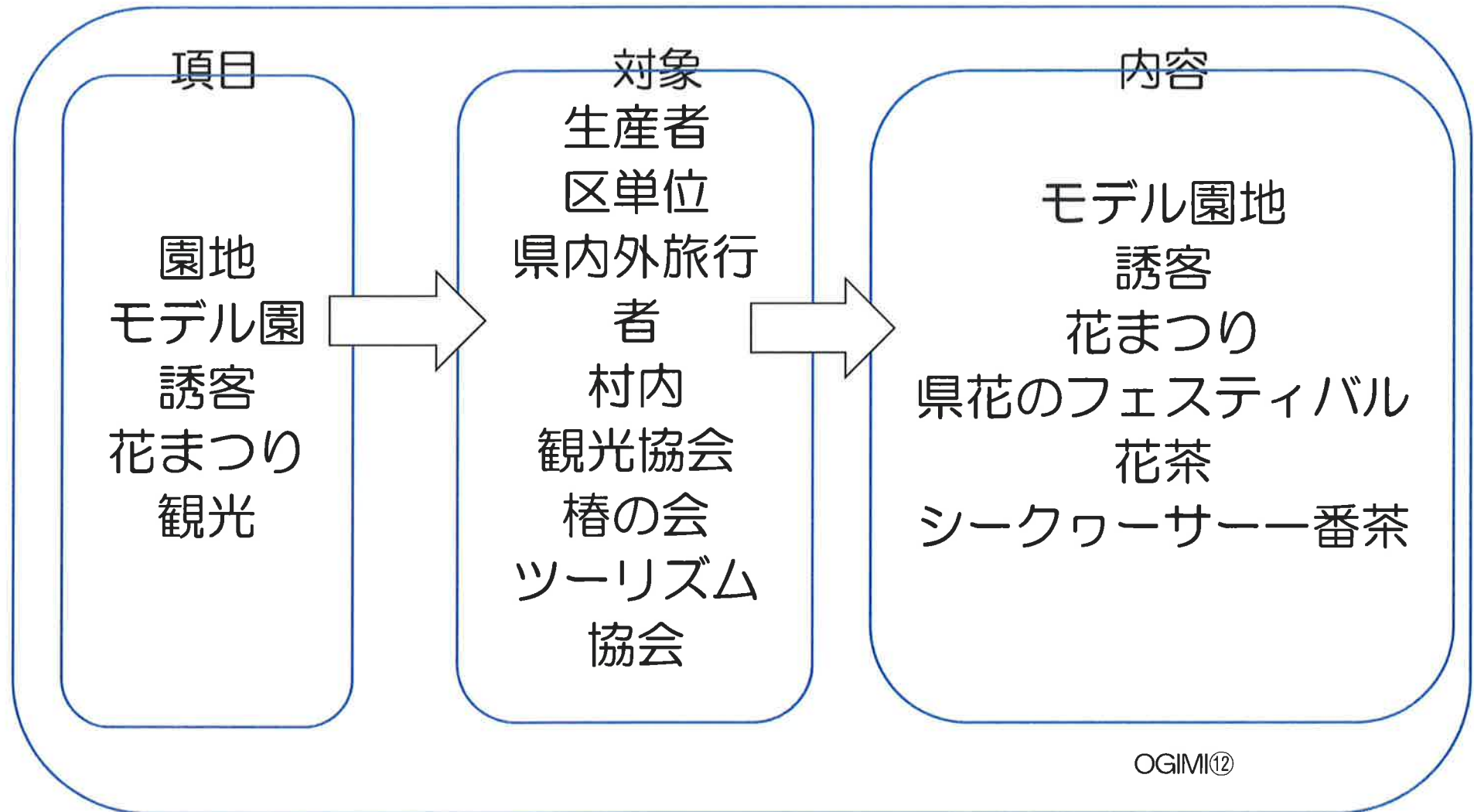
(6) 誘客：県内外の旅行者に推進。（村内NPO法人及び、村内観光関連機関等との連携！）

(7) 窓口：シークワサー協議会、産業振興課、企画観光課

①花のフェスティバル



②花のフェスティバル 販売促進プロモーション



## (4) 供給分類別マーケティング展開

### 青切り用

③青切り用  
(幅広い用途!)



(1) 販売プロモーション：大宜味村、加工施設（指定管理者）、JAおきなわ、生産者

(2) 時期：7月～10月

(3) 生産高20t

(4) 販売プロモーション：村と特産品加工施設（指定管理者）

(5) 流通経路

## (4) 供給分類別マーケティング展開

### 加工用

③加工用  
(大宜味特産物！)



(1) 連携：特産品加工施設から発信の大宜味ブランド商品

(2) 時期：10月～12月

(3) 生産高1,930t

(4) 販売プロモーション

(5) 流通経路

## (4) 供給分類別マーケティング展開

### フルーツ用



#### ④フルーツ用 (大宜味クガニー!)

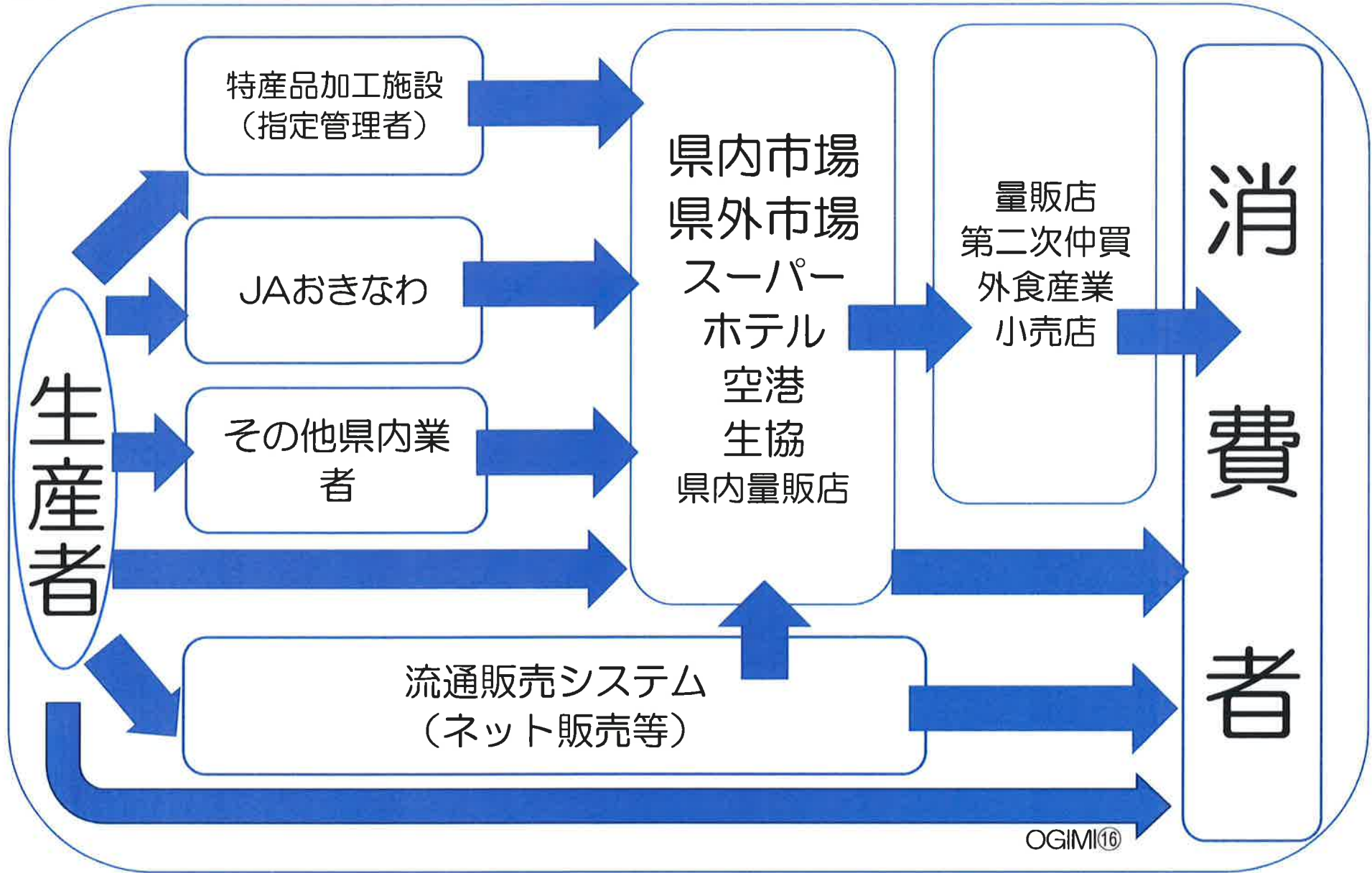
(1) 販売プロモーション：大宜味村、加工施設（指定管理者）、JAおきなわ、生産者

(2) 時期：12月～2月

(3) 生産高50t

(4) 流通経路

②流通経路





## ②販売促進プロモーション

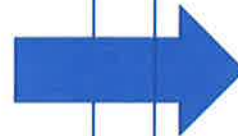
青切り果実の使用方法

機能性の周知

シークワサーの歴史  
(地域との関わり)

購入方法・場所

季節毎のシークワサーの特  
徴



各メディア  
(新聞・TV・ラジオ・ネット  
等)

直売所  
(道の駅・ファーマーズ等)

交通機関関連施設  
(空港・鉄道駅・バス施設・  
レンタカー貸し出し施設等)