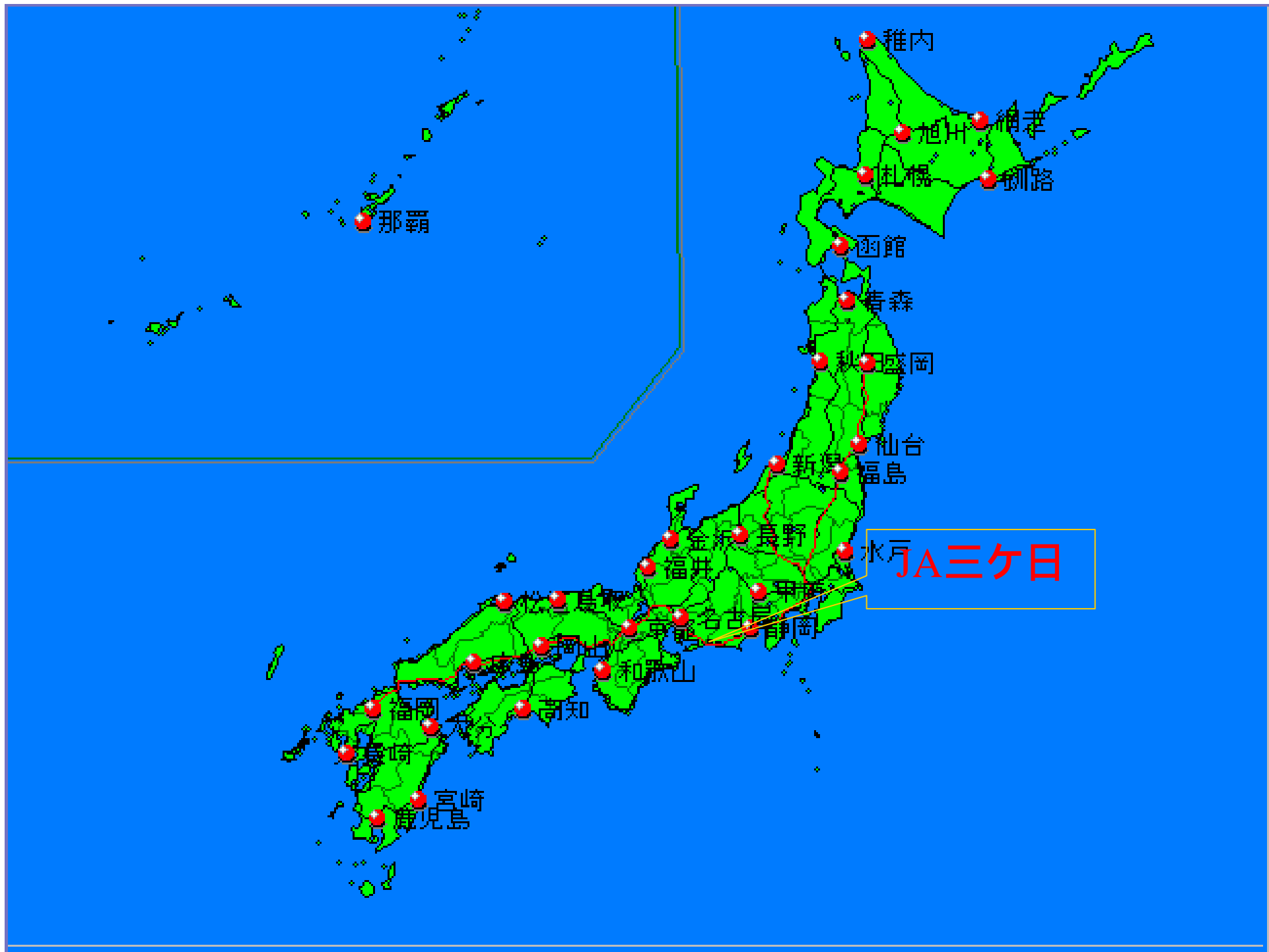


『三ヶ日みかん』ブランドの変遷



JA三ヶ日

JA三ヶ日農協の航空写真

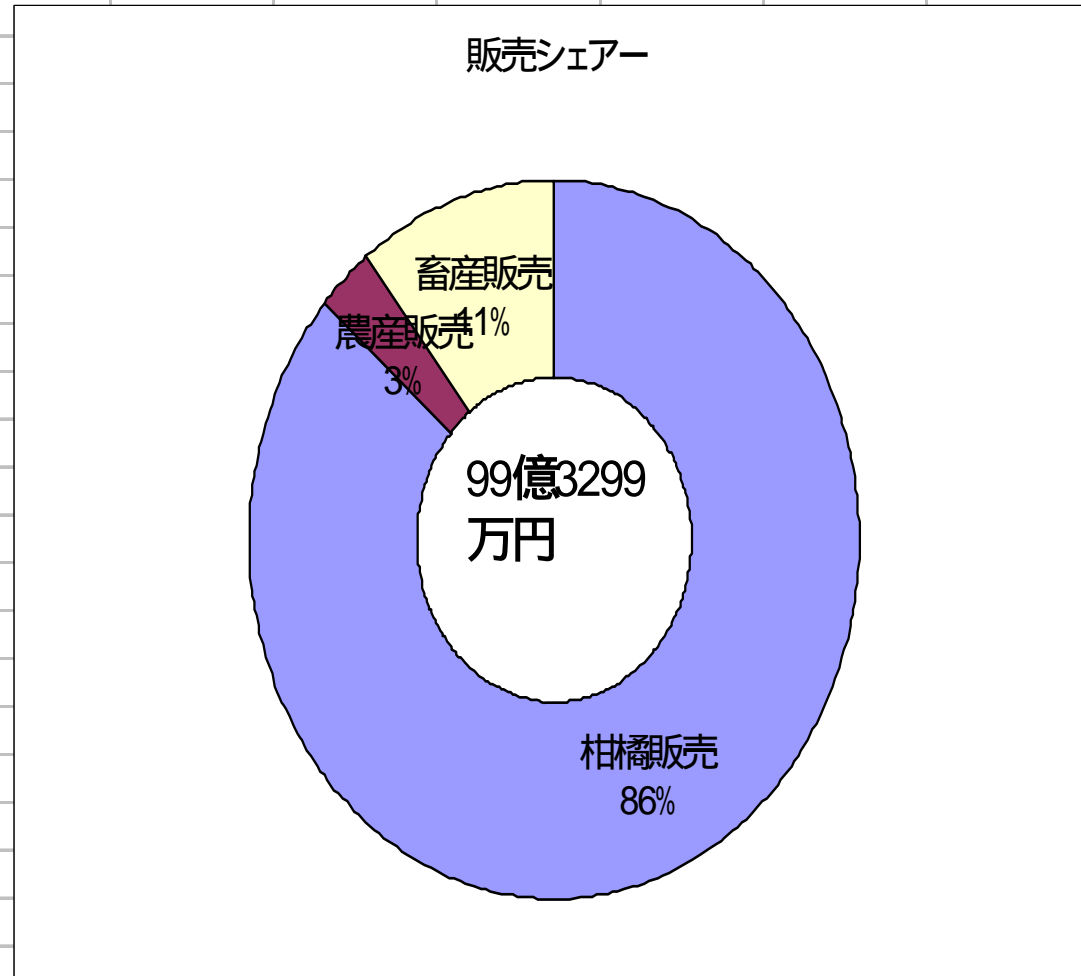


みかんの風景



平成18年度販売品販売高

	単位千円
柑橘販売	8,573,820
農産販売	299,550
畜産販売	1,059,600



ブランドとは？

ブランドの一般的な意味は「競合他社と区別させることを意図して設計された『商標、銘柄』」

更に詳しく言うと「ブランドとは企業と生活者の共通認知であり、それは売り手である企業の理念にもとづく商品化と買い手である生活者の文化によって形成される」ものである。

メーカー側の利点

・愛用客が作れる ・付加価値が得られる ・流通交渉力をもつ ・販売努力が最小ですむ

消費者から見れば

・選択の手間が省ける ・選択の時間が省ける ・安心感が得られる

農産物におけるブランド

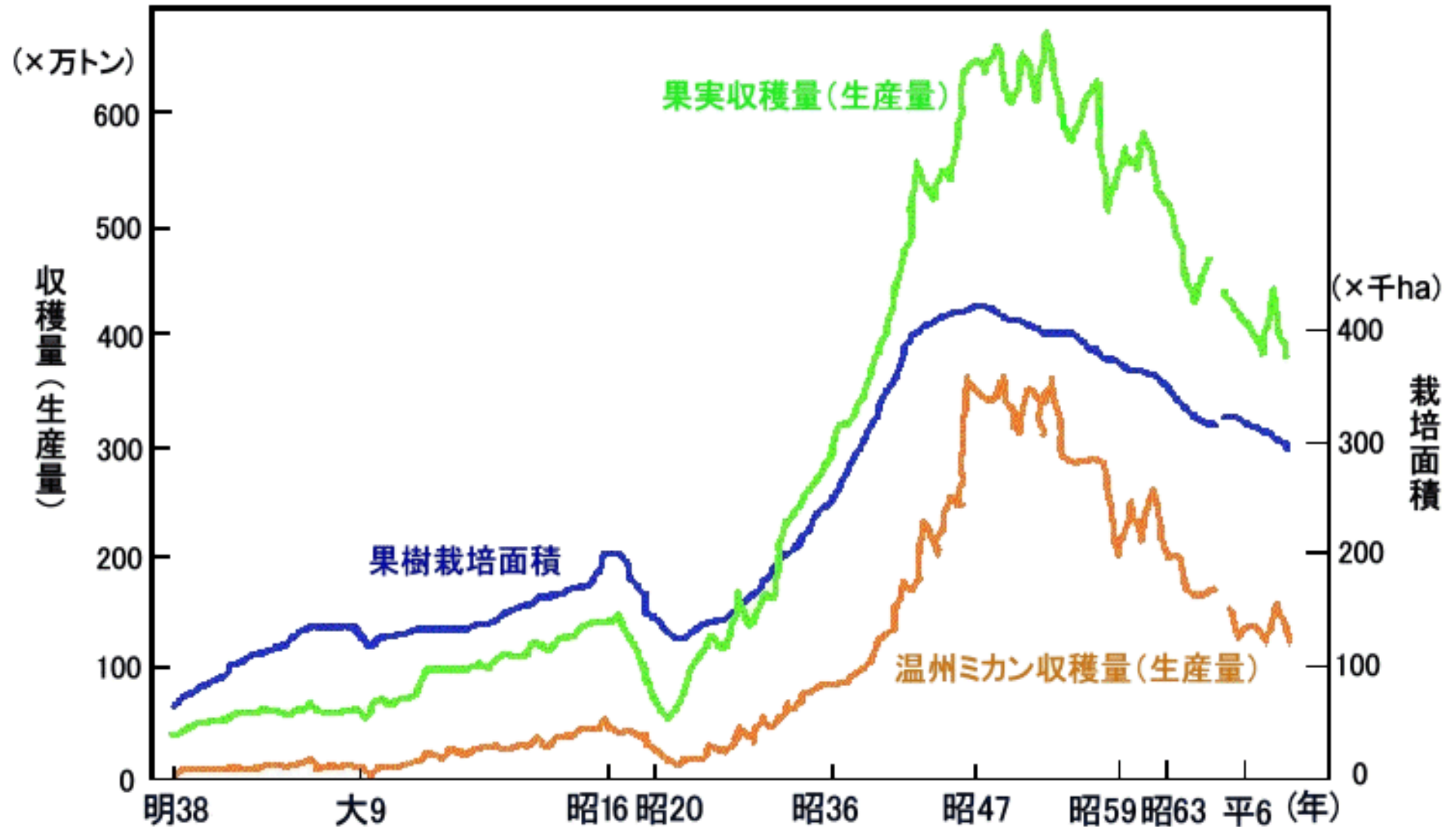
いかに地域や商品名が多く、長く消費者の目に映っていたか

三ヶ日みかん = 知名度 = やっぱり量は力か？

守りと攻めが無いと継続できない

歴史は知るもの、未来は築くもの！！

果樹栽培面積と生産量の推移



三ヶ日みかんの変遷

明治後期まで

個々に山売り(区画ごと検見先買い)

商人売り(収穫後商人と庭先交渉)

直接売り(庭先にて飛び込み客販売)

大正時代

市場販売が始まる

商人が貯蔵庫を建設し、出荷調整しながら高利益を得ていることから、農家も個々に貯蔵庫を建設し、交渉するようになる

貯蔵みかんが高騰することにより、農家との交渉で買取を余儀なくされた商人が倒産相次ぐ

昭和初期

みかん栽培が盛んになり、この頃から中川宗太郎技師の指導のもと技術革新が始まる

貯蔵で儲けた人もいたが、貯蔵庫を建設できるのは大地主だけで、一般的には山買いと庭先取引。生産者は殆ど商人の言いなり状態であった。

昭和4年

商人の価格設定が不明確であったことから疑問に感じた生産者14～15名で丸中組合を設立 1店舗集中委託販売方式を採用 計画出荷・厳選を主眼とした。

昭和元年から6年間に多数の任意組合が設立されたが、取扱は50%程度

昭和6年

「赤砂利みかん」「平山みかん」などのネーミングで出荷

「三ケ日みかん」の統一が必要ということからポスターを作成

ところが、名称を統一しても等階級の基準が無いため返って三ケ日みかんの失墜となった

昭和8年

等階級の混乱を収束するため、県営検査を実施

県が統一出荷組合を立上げ、三ケ日も単独評価を得ていたものの便乗した。しかし、販売が惨憺たる物であったため離脱することとなり共同販売は失敗した

昭和16年～20年

太平洋戦争

統制配下におかれ、みかんは三ヶ日町柑橘出荷組合連合会に統合

統制廃止まで続く

昭和23年

農業会を解散し三ヶ日町農業協同組合が
誕生

昭和24年

統制撤廃により自由販売となる

統制は撤廃されてもみかんは三ヶ日町一本で販売するよう時の権力者が提唱したが、当時農協組合長 外山澤治氏が農協独自の販売を決断したため、戦前の個々バラバラな販売に戻ってしまった。

昭和26年

外山澤治組合長の横暴により、三ヶ日町農協は貯払い停止命令が下される

昭和29年

三ヶ日町農協業務再開

みかんの販売については、貯払い停止後のことであったため農協に対する信頼は薄く、買い付け販売するしかなかったが、荷物が集まらず農協役員が弁当もちで出荷の推進に回った。(当時現金払いであったため未収金はなかった)

昭和31年

昭和30年から市場法改正により市場代行買い付け業務が禁止

名古屋市場において農協取扱みかんを入荷するよう要請が高まる

販売に苦慮する中、現「名果」が農協取引を前面に打ち出し、1市場1社のアドバイスのもと名果を指定市場とした。(当時表向きは委託販売で裏では買い付け処理されていた)

昭和34年

お願い推進出荷から契約出荷に変更
全体の21.8%しか集まらなかった。

販売単価もその年高く、農協手数料を単価
に反映させて集荷。

農協に集まるものはBクラスしかなかった。

初代組合長竹上善博氏がこの当時理事で、「みかん屋の手先のようなことや、処分に困るようなものを扱っていたのではみかん販売事業に伸びは無いし、農協の発展は無い」と提唱したが過去のことがあり受け入れられなかった

昭和35年

理事改選に伴い、竹上氏の提唱を受け入れ7月に臨時理事会を開催。

「全量契約による共販で無ければ意味が無い」

「各理事はみかんを全量農協に出荷できるか」

「今こそ共販体制確立が必要」と主張した。

7時間に及ぶ理事会の決定は「農協直営でない生産者の自主運営による専属利用契約制度」であった

共販体制のあり方は

「全量出荷契約・計画販売・違反者罰則」とし
たが、賛成12名反対5名

出荷組合結成準備委員会設立

規約の骨子

組合員は自己が生産する柑橘の全量出荷すること

加入期間は1年とし、中途の加入脱退は認めない

組合の統制を乱した場合精算金の支払停止、脱退勧告又は除名

支部座談会を開催

最終的に154名(加入率11.7%)でスタート(過去に成功の例なし) (出荷組合誕生)

10月より販売開始:::

商人が価格を上げ出荷組合潰し

共販の精算遅延を指摘

中京には物量攻撃

「馬鹿を見たければ共販に入れ」「今につぶれる」などの中傷もひどく、負けじ魂も限界に近かった。

昭和36年

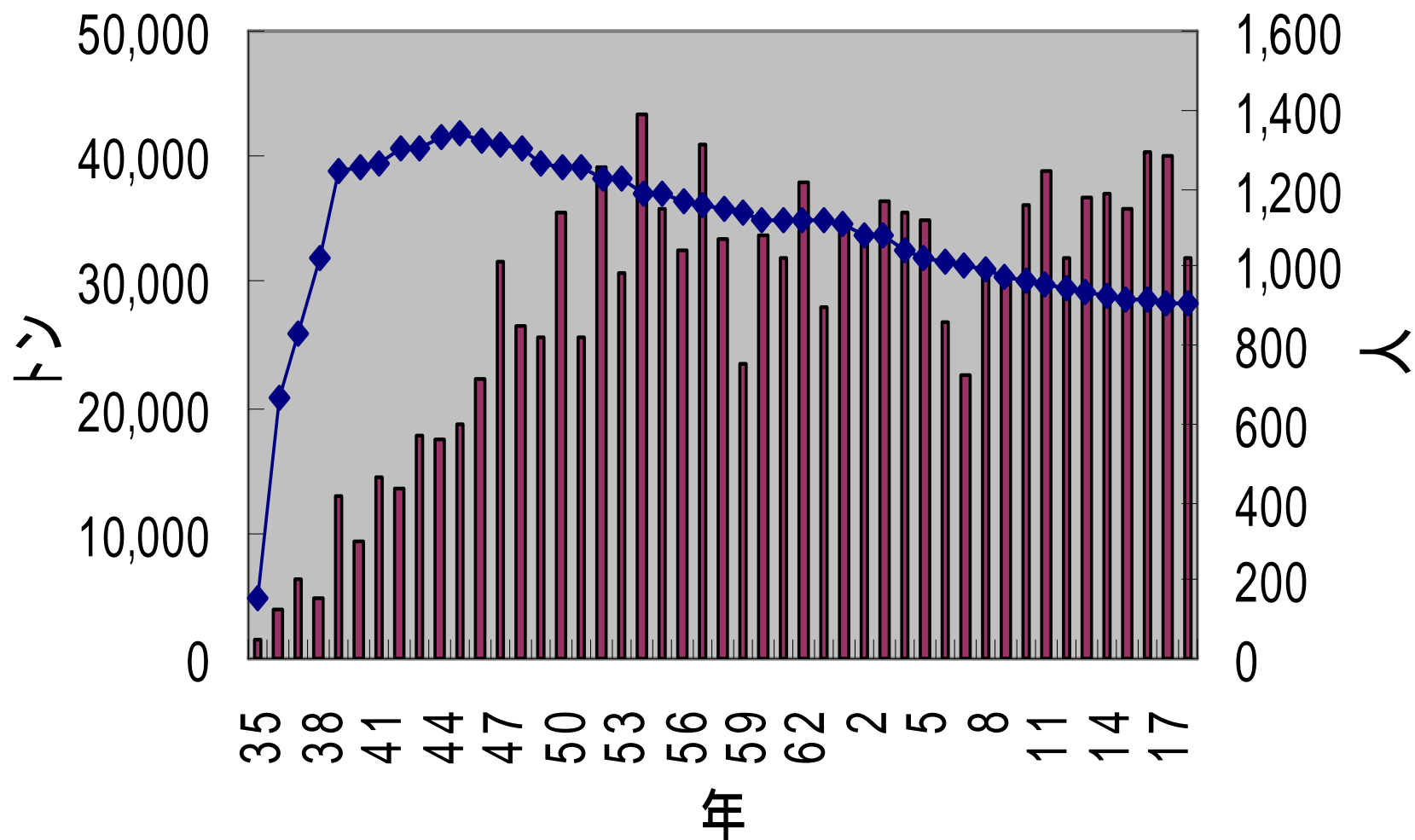
出荷組合潰しが横行し、販売苦戦
市場開拓に組合長自ら営業するが受け入れ
拒否が相次ぐ

非常事態となり組合解散を役員決断

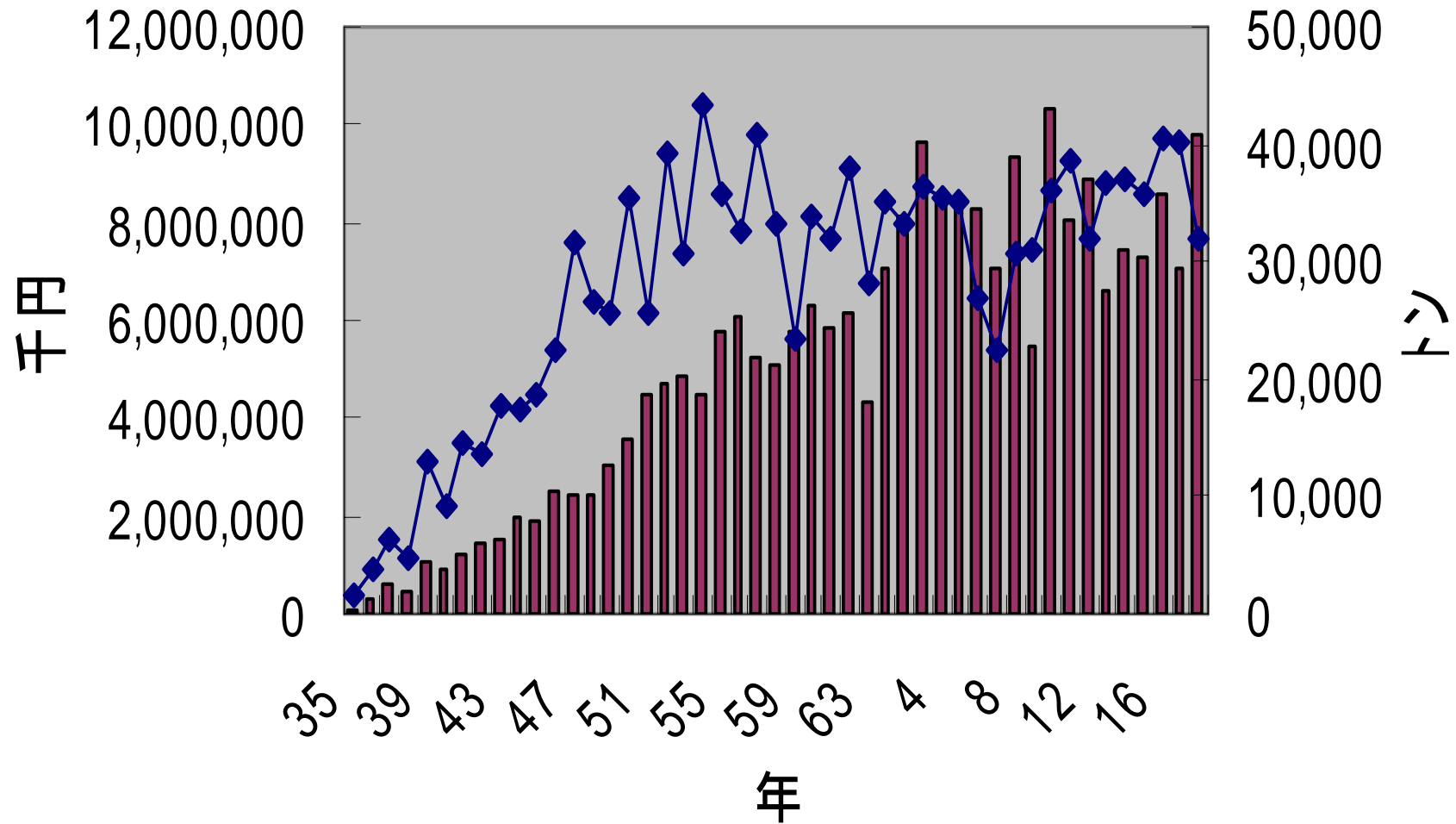
代表委員会に報告するも、死ぬ気で頑張る
という代表委員の決意から捨て身のつもりで
東京へ出荷

東京で評価高く、逆転満塁ホームランとなり
最終精算は自販より高く、生産者の認識高
まる

出荷組合員数と生産量の推移



生産量と販売金額の推移



昭和38年

極東寒波により被害

生産者自ら青島平十氏のもとより「青島」の
穂木を導入し苗木を育成

農協としても青島苗木585本を導入

昭和40年 1180坪の選果場完成

青島が静岡県の特産品種となる

昭和41年援農者斡旋業務開始

昭和43年第一次みかん過剰(230万トン)による暴落

それまで無かった糖度加減点方式を実施

昭和44年

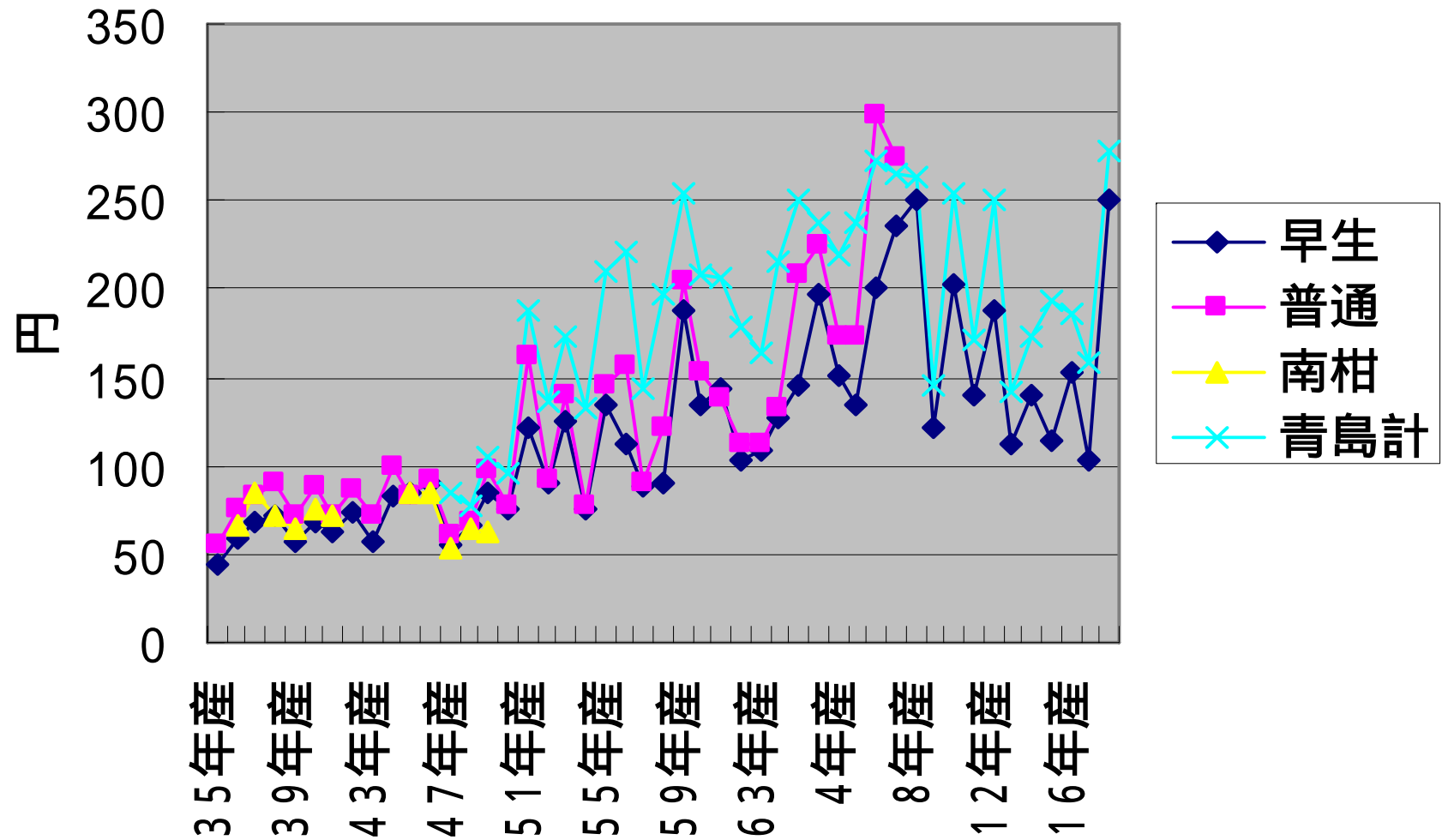
三ケ日みかんが少し有名になると、どこもかしこも三ケ日みかんで出荷するようになったため農産物ではいち早く商標登録出願。しかし、地域と固有名詞の組合せを理由に却下される。やむをえず図形を組みあわせた商標で昭和46年登録される。

●三ヶ日みかん

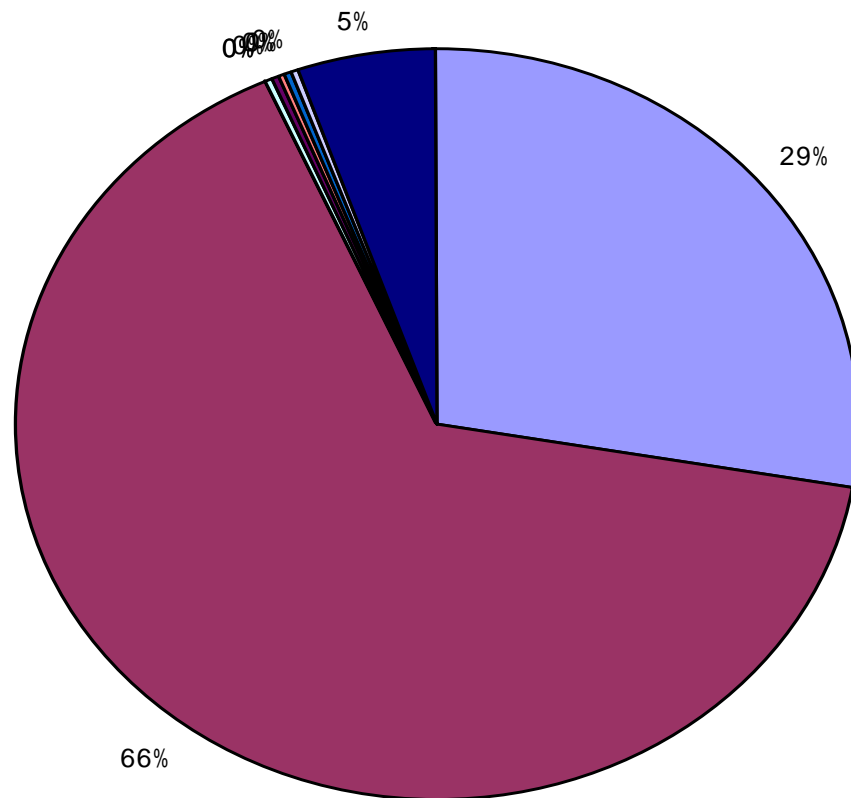


昭和47年青島系統別販売開始

早生・普通・青島の単価差



品種構成比率

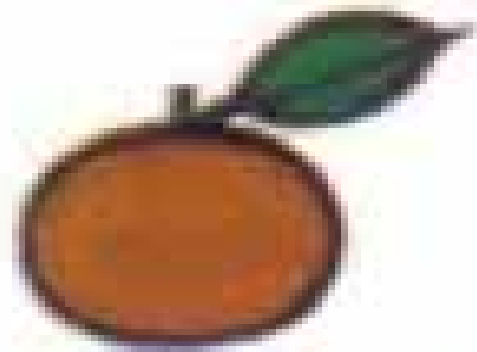


- 早生
- 青島
- ハウスネーブル
- ネーブル
- ポンカン
- 清見
- ハウスみかん
- その他(輸出)
- ジュース

昭和48年ワックス全面廃止
その年マンモス選果場整備事業認定
昭和50年マンモス選果場稼動

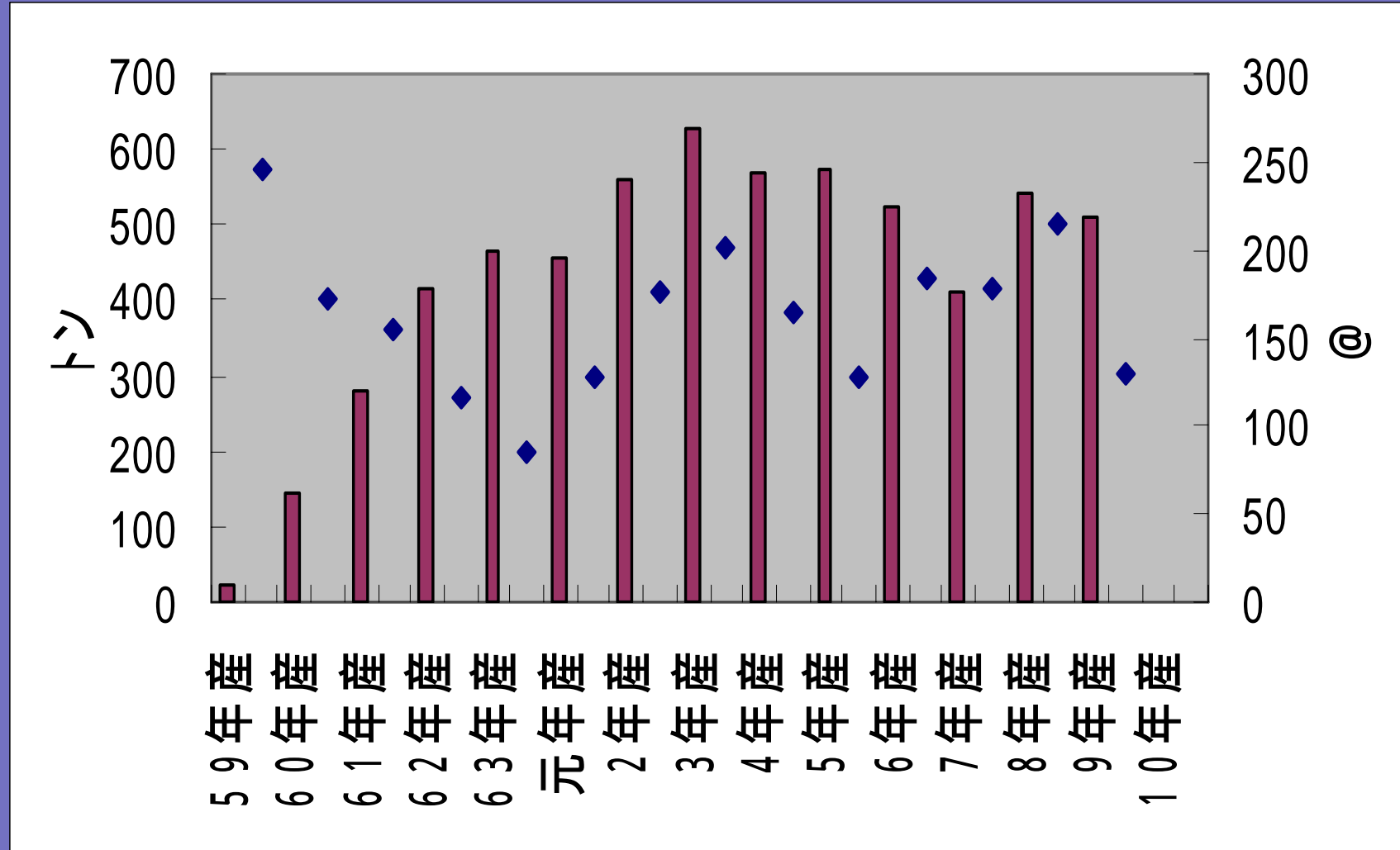
昭和54年取得

●マルエムみっかび



® M mikkabi

昭和57年極早生導入と終了



昭和59年みかんは高糖度で推移し、オリジナル特選品のミカエースが誕生した。

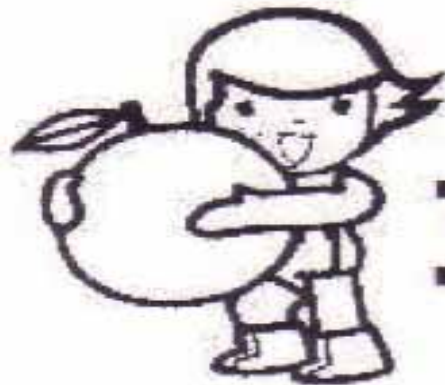
昭和62年商標登録

●ミカエース

ミカエース

59年ネーブルとミカチャンをセッ トで商標登録

●三ヶ日ネーブル



三ヶ日ネーブル

昭和63年 生産量も品質も悪く最悪の販売結果となった。基準値に達成していないため、ミカエースの販売を全面中止とした。贈答用として当てにしていた消費者からは、クレームも合ったが産地体制については評価された。

この年、青島の栽培技術も向上し、内容重視の視点から、在来品種撲滅のために、在来種の取扱を平成7年で打ち切るよう方針決定した。

第2東名の受益地がらみで相当の抵抗があった。

平成元年 15kgダンボールから
10kgダンボールに全面変更

平成3年極早生を9年で取扱中
止に決定

平成5年JA合併見送り

平成9年からテレビCM開始

平成10年から5kgダンボール開始

平成11年 3月隔離販売で「誉れ」出荷

●青島誉れ



平成13年光センサー導入

平成14年

全国で無登録農薬使用が発覚

平成13導入のセンサー選果機においてバーコード管理したものがトレーサビリティの面で活躍。信頼性で大きく貢献。

この年からカナダ輸出始まる。

平成15年：食味は最高であったが、風害により傷果が多かったことから内容重視のみかんを量販店を絞って別販売。

●すっぴんミカちゃん

すっぴんミカちゃん



平成16年：生産者からの要望を受け早生越冬完熟
の販売を開始。1店舗集中販売

●ミカエース和み



平成17年：年内贈答をターゲットに青島と早生の並行販売を試みる。ミカエースの後続として販売

●みかんスイーツ物語 心



平成18年

- カナダ輸出のほかに、静岡県をサポートにより台湾・ホンコンへも輸出開始。
(少量でも有り試みとして実施)



M mikkabi
青島

青島みかんの一番おいしい
季節に搾りたての果汁で限
定製造しました。
1缶にみかん5個相当の
果汁が入っています。
(みかん5個相当として)

ミカちゃん

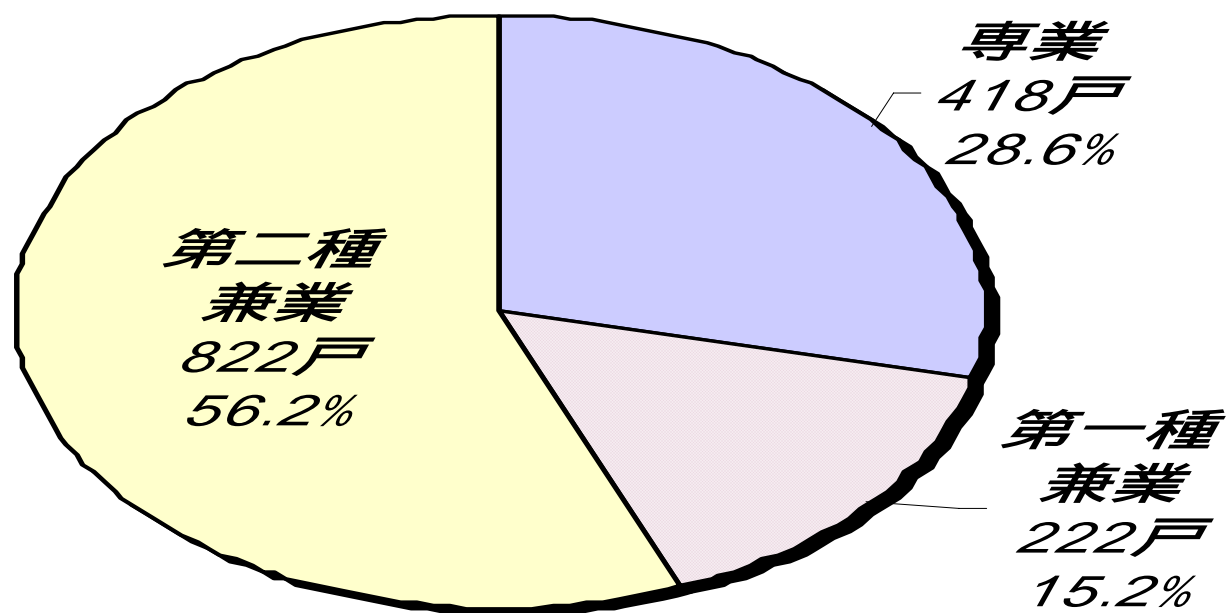
三日みかん
みかんジュース

100% / 季節限定製造

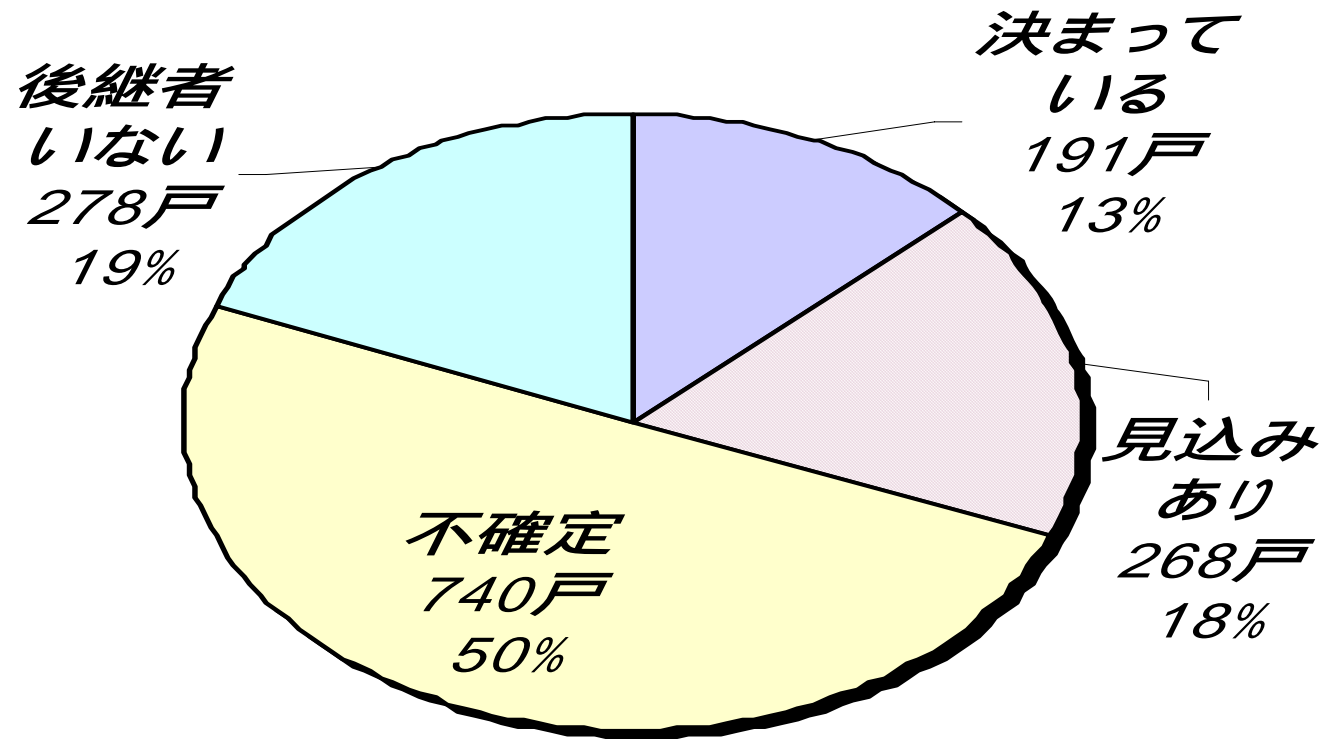
M mikkabi
青島
三日みかん
みかんジュース
果汁100% / 季節限定製造

産地構造改革計画アンケート結果

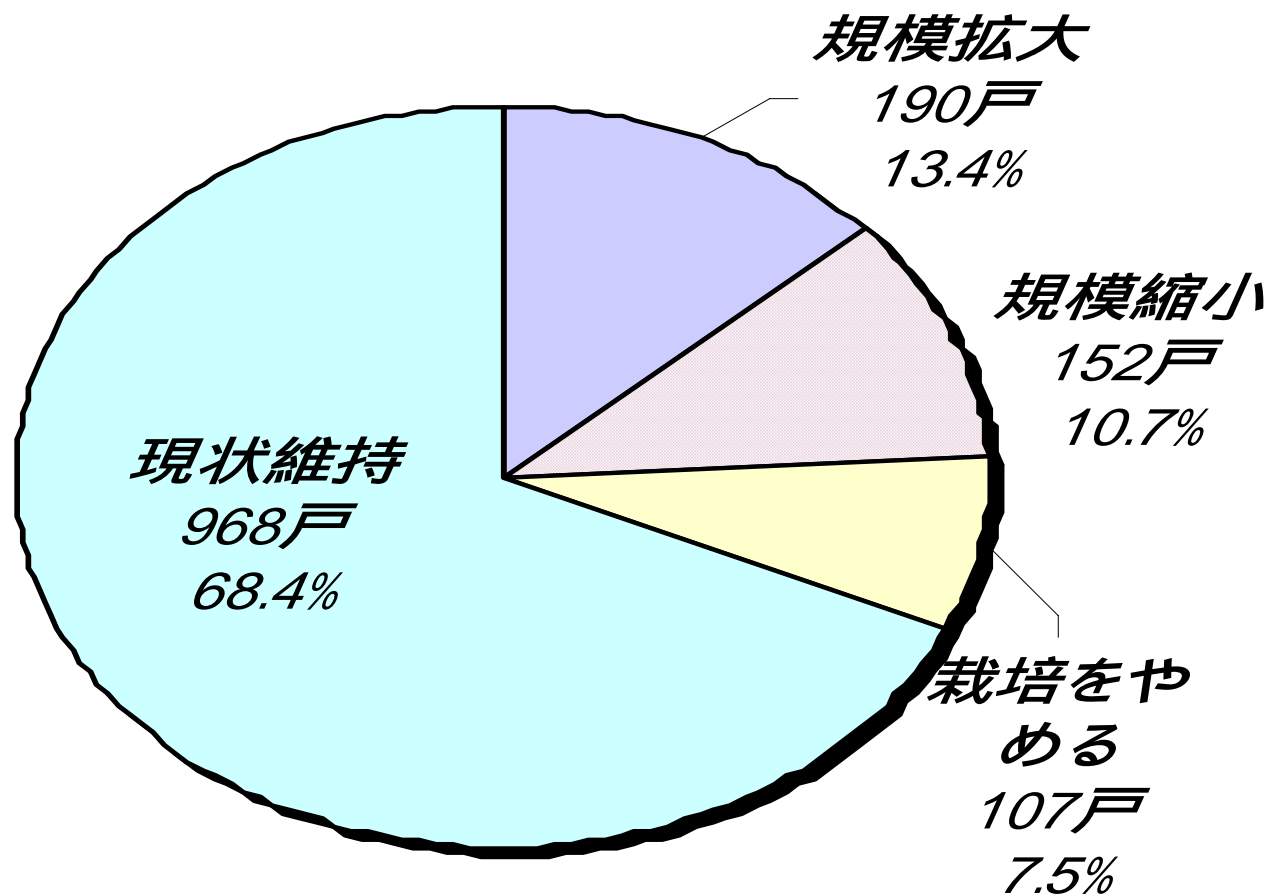
(表1) 専兼別の状況



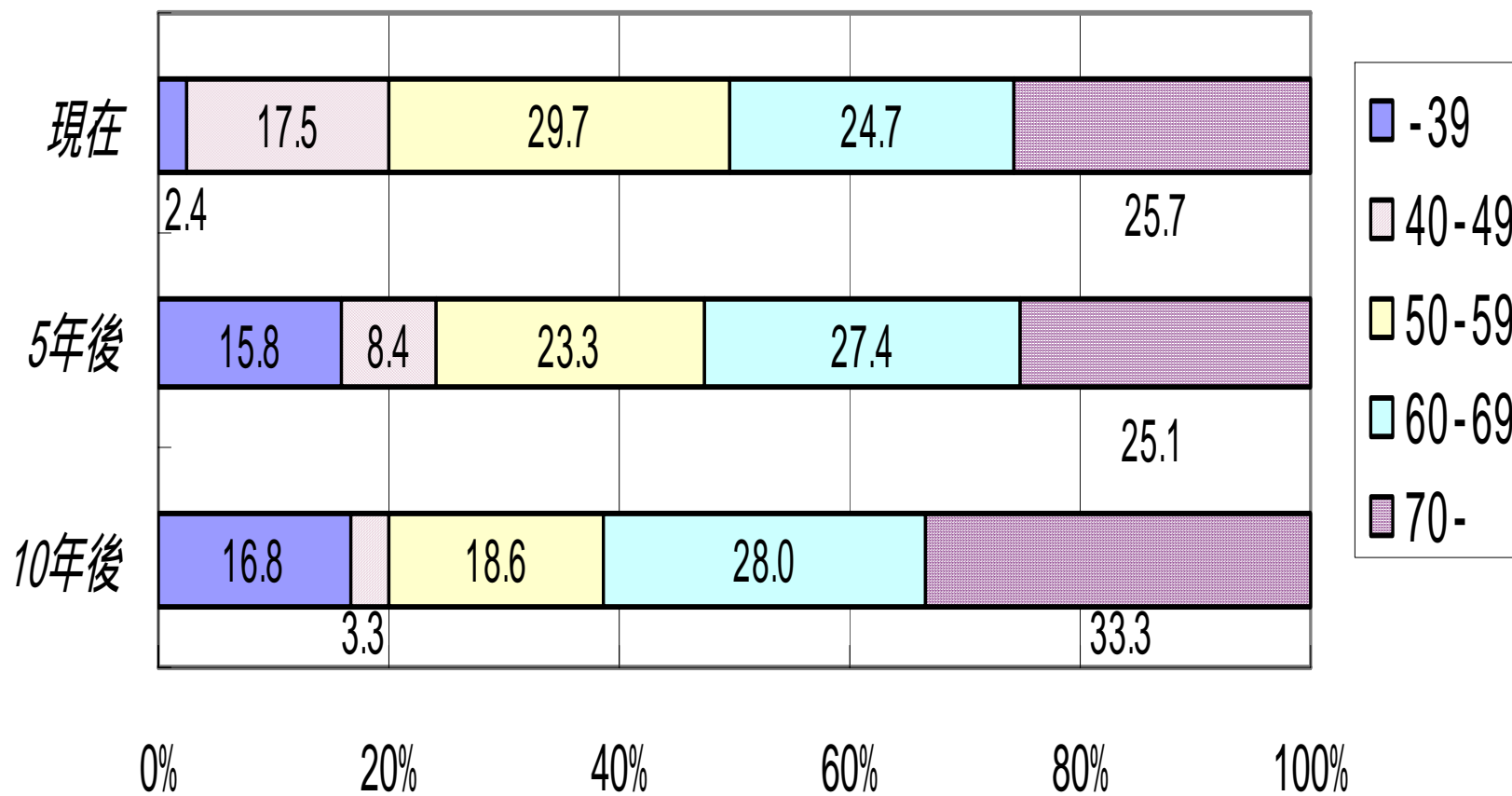
(表2) 後継者の状況



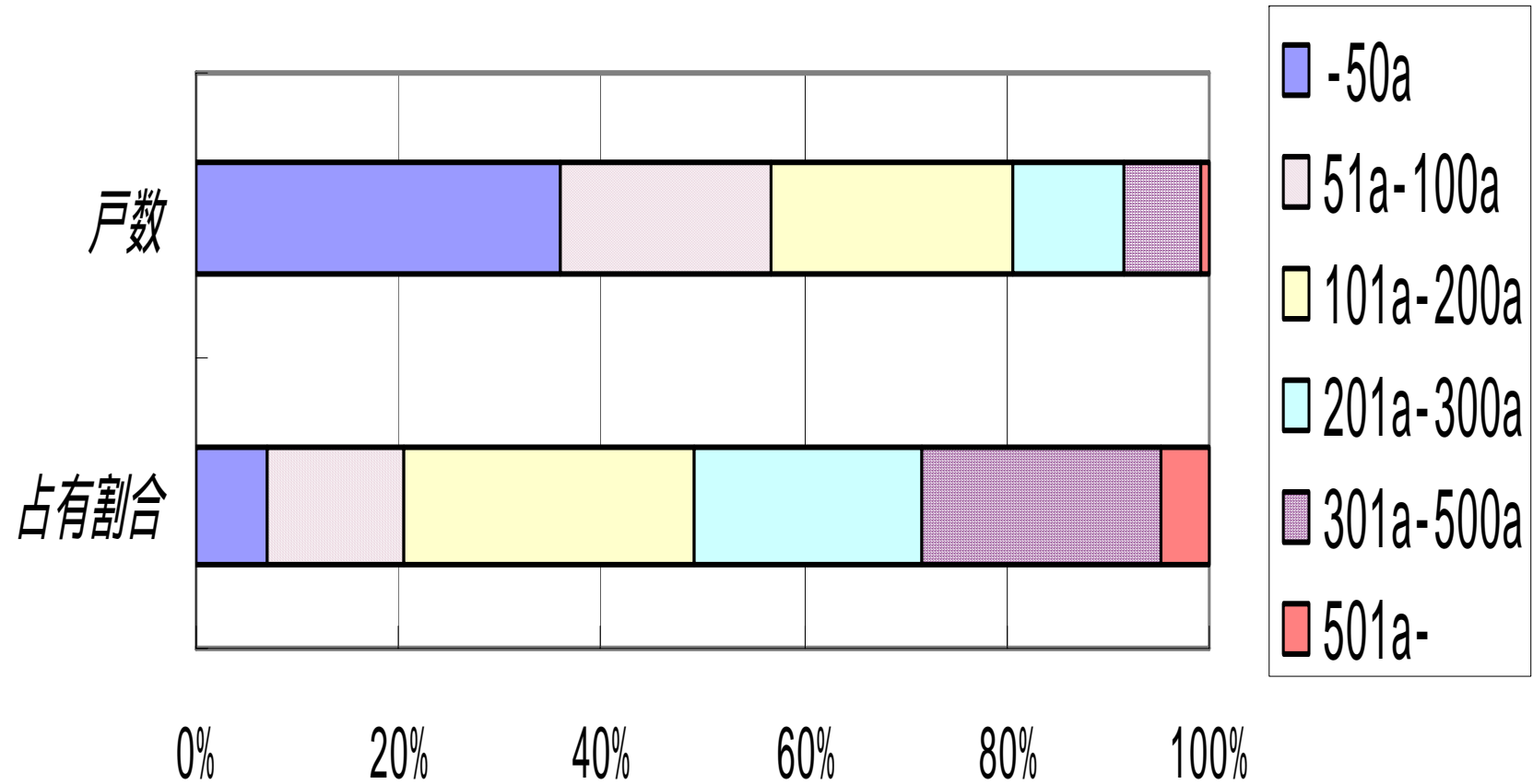
(表3) 将来のみかんについて



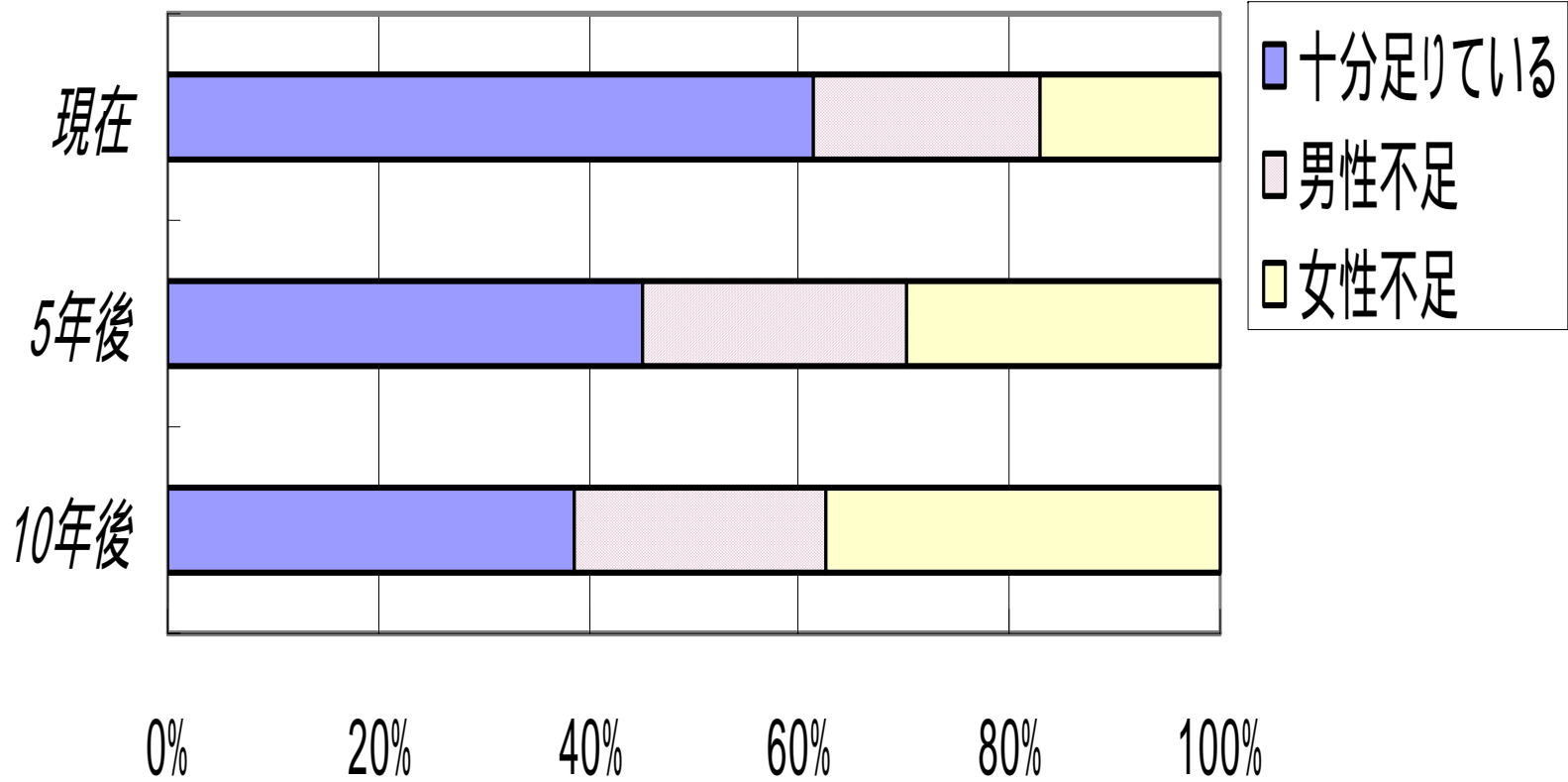
(表5) 経営主の年齢構成



(表6・7) 経営規模別と占有割合



(表9)労働力について



(表11) 規模拡大の方法
(複数回答有り)

