

干しいものの流通と販売戦略

(株) 幸田商店 代表取締役 鬼澤 宏幸

1. 干しいも市場

現在、平成23年度のデータ（農林水産省）で全国の干しいも生産は約9,200t（歩留まり20%）、茨城産は約8,600tと推定されます。茨城産が全国の約90%のシェアを占めています。中国産は平成23年度で約4,200tになります。国産が出荷ベースで約110億円、中国産が約35億円、合わせて約145億円の市場規模になります。茨城産は過去10年で微減ではありますが、好調な消費に支えられ生産量を維持して来ました。ただし、東日本大震災の後、猛烈な風評被害を受け販売量が一時的に3割程度ダウンしました。2年目になり回復基調ですが、まだまだ厳しい状況は続いています。

一方、中国産は9,000t（平成18年）近い輸入量まで伸びたこともありましたが、餃子の事件以降大きく販売量を落としました。ここ2～3年は回復基調にあります。この5年を見ると国産の生産量、輸入量とも減りましたが、一方で無添加の食品として、健康志向を背景に新たな需要が生まれて来ています。

(1) 茨城産干しいも

近年、茨城産干しいも流通の中での大きな変化として、下記2点があげられます。

1) 農家の直売の拡大

現在、茨城産の干しいも農家は1,000戸

近くあるわけですが、消費者への直接販売が急速に拡大しています。中間流通である干しいも問屋（現在18社）、農協の集荷量を換算すると差し引き65%近くが直販されていることになります。理由として、一つには物流の発達で上げられます。ヤマトを含め翌日に商品を全国どこにでも配送出来る流通網が日本国内に整備されました。また、ネットの発達で各農家が自身でホームページを作成して、販売することがあたりまえのようになってきています。

干しいもは農業の6次化が進んだ商品と言えます。農家が自分で加工を行い自分で消費者まで販売するという姿です。そのことによって付加価値の高い商売になり、産地が干しいも生産を継続出来ているということが言えます。ただし、工場等でパックされる問屋流通と違い、賞味期限の表示問題や、異物混入、かびの問題など品質管理上改善を加えていかなければならない点が多々あるのも事実です。

2) 干しいも品種・産地の多様化

干しいも専用に開発された「ほしキラリ」、「ほしこがね」、全国的に高い糖度で評価が上がっている「べにはるか」と、様々な品種で干しいもが生産され始めております。従来、「タマユタカ」が干しいもには適しているとされていました。しかし、「タ

マユタカ」は高温に弱く近年夏場に高温傾向が続く日本にあっては、逆に弱点になっています。品種が多様化されること、製造技術が進歩することにより、従来の茨城一極集中の生産から、全国で生産されるようになるかと予測されます。そのことは、茨城にとっては危機になりますが、歴史上、日本全国で干しいもが作られていた時代へ戻るとも言えます。そして、各産地が切磋琢磨することにより、高品質な干しいもがどんどん生産される時代が来ています。

(2) 中国産干しいも

中国産干しいもの市場は2,000年頃に、「斉諸5号」という品種の開発により3,000t前後の輸入量であったものが、5年程度で9,000t以上の輸入量に急拡大しました。現在、ほとんどが山東省で生産加工されています。

かつて、「タマユタカ」の出現によって静岡から茨城へ産地が変化したように、中国産干しいもの歴史の中で「斉諸5号」の出現は市場を大きく変える原動力となりました。中国産は、そもそも今から40年近くに名古屋の専門商社が茨城産の干しいものに色をまねた品種「徐州18号」を使って輸入したのが最初と言われています。その後、品種等の開発は行われず、硬くて甘くないというイメージが定着していました。「斉諸5号」は、色も鮮やかで、従来の「徐州18号」と比較して糖化が高く甘くておいしいという評価が市場の中で定着しました。

2008年の餃子事件の後は、8,000t以上あった輸入量が2,000t近くまで落ち込みました。しかし、東日本大震災をきっかけに、中国産は4,200t近くまで戻して来ています。ただし、中国国内でのインフレーション

によるコスト増、円安の問題、そして、政治的には尖閣問題を中心とする反日の問題、PM2.5など大気汚染の問題など、抱える問題も多いと言えます。今後は、日本国内での販売状況、輸入コスト等を見ながら日本市場で国内産とすみ分けていくと考えられます。

2. 幸田商店の干しいも販売戦略

(1) 中国産干しいもの開発輸入

茨城産の干しいもは、前述したとおり干しいも市場の約90%を占めています。そして流通は、9月から翌年の3月までの季節限定的に販売されていました。そこで弊社は、干しいもを健康なおやつとして一年中食べられる商品として、開発しようと考えました。今から14年程前になりますが、中国の山東省で従来使用されていた「徐州18号」ではなく干しいもに適した新しい品種を見つけようとなりました。その結果、現在の主力品種になっている「斉諸5号」に出会うことが出来ました。このいもは、従来の品種に比べて糖化が良く、色目も黄色で美しいものでした。そもそも「徐州18号」は、糖化、色共に干しいもに適した品種とは言えませんでした。

また、中国産は当時農家で作られており、安全・安心からは程遠いものがありました。そこで、日本に開発輸入するにあたり、中国青島に合弁会社を設立し、本格的な干しいも工場を建設することにしました。そのことにより、完全なトレーサビリティと原料の安定した糖化のコントロール、HACCEPに基づく生産体制を構築することが出来ました。

(2) 新しい市場へ

従来、茨城産干しいもは、ほとんど青果流通によって消費されてきました。スーパーマーケットの野菜か果実と一緒に置かれて売られていたのが実態です。それを新しい市場を創ろうとしたのが今から10年前です。コンセプトとして、若い世代に手頃で健康なおやつとして一年中食べて頂けるそんな市場を築こうとしました。当時、台頭して来ましたドラックストアに対してそのアプローチを始めました。そこで行ったことは、従来の干しいもにとらわれない商品を作ろうとしました。干しいもは平切りのタイプが圧倒的に多かった訳ですが、食べやすさやおいしさを考えるとスティックタイプで創ろうとしました。また、さらにカットして一口で食べられるタイプ、焼いたタイプ、ホワイトチョコをコーティングしたタイプと様々なアイディアを出していきました（写真1）。

干しいもは、食物繊維が多いことは認知されておりますが、そもそもさつまいもという野菜の中でも最もバランスの良い栄養成分を持っている商品を凝縮したものです。ミネラル分であるカリウム、鉄分、ビタミンとまさに自然のサプリメントです。神奈川に本拠地を置くドラックストアチェーンが「ダイエット中のおやつ」というコンセプトで販売したところ驚異的な売り上げを記録しました。それをきっかけに、全国のドラックストアへと販売が広がって行きました。

また、4年程前より菓子流通に本格的に販売を始め、堅調な動きをして来ています。特に、東日本大震災以降では大手コンビニエンスチェーンに高齢層の人が訪れるようになり、干しいもの品揃えを大手コンビニが始めたことにより急拡大して来ています。近年、無添加の素材菓子が健康志向の流れで好調な動きをして来ています。菓子



写真1 様々な干しいもの商品開発

流通においては、干しいもは定番化されておりませんでした。現在はほとんどの小売業が菓子売り場の中で甘栗、干し梅などと同等になくはならない商材になって来ています。また、ペットフード用で犬や鯉のえさに干しいもも現在開発が進んでおり、干しいもが様々な業態やチャネルに対して益々幅広く販売されるようになって来ています。

干しいもが持っている素材としての機能性を今後は大学等と組んで研究し、新たな需要開拓を行って行きたいと考えております。また、ファーストフードの市場に対しても積極的に提案を行い、新たな商品開発に繋げていければと考えています（写真2）。

(3) 高品質干しいものブランド化

茨城の産地では、95%以上が主力品種である「タマユタカ」で干しいもが生産されていました。2005年頃高品質な干しいもを製造し、ブランド化して行くことを考えました。当時、干しいもは売手市場で産地は品質よりも量を優先し作れば売れるという

状態になっていました。私どもとしては、いずれ中国産の品質が上がり、他産地が製造に入ってくれば、茨城産は大きな影響を受けると考えていました。そこで、当時まだ一般に流通していなかった「泉13号」を加工しこれをブランド化しようと考えました。「泉13号」の特徴は「タマユタカ」と比べると甘みが強く色が黄金色で美しいのが特徴です。ただし、収量が「タマユタカ」の半分しかありません。近年干しいも用に開発された「ほしキラリ」は、品質は「泉13号」に近く、収量が「タマユタカ」と「泉13号」の間ぐらいであるのが特徴です。両方の品種の良い点をとっています。

そして、本当に品質の高い干しいもを生産するためには企業として農業の分野に参入しなければ本当に良い物は出来ないと思い、農業生産法人である幸田農園を立ち上げました。自社で原料から加工販売まで一貫して手がけることにより原料の管理、糖度、色の管理等をきちんを行うことが出来るようになりました。この商品は、むかしから本当においしい干しいもはべっ甲色を



写真2 水戸駅ビルにある干しいも直営店

していると言われることにちなんで、“べっ甲ほしいも”と名付けました（写真3）。スタートして7年が経ちますが、弊社が製造している麦茶の大麦栽培との輪作体系を作り上げ、良い原料いもを作るために、出来る限り健康な土壌を作り上げて来ています。産地も機械乾燥が主力になって来ていますが、この商品は天日干しにこだわって製造しています。また、当社の厳しい基準に合格した商品のみがパックされています。従来の商品（玉豊）に比べますと3割程度高くなっておりませんが、好調な販売を続け毎年その量を伸ばしています。ただし、良い原料いもが確保できなければ良い干しいもは出来ませんのでゆっくりと焦らずに商品を製造販売し、そのブランドを育てようとしています。この商品はチャネルを弊社のネット販売やDM販売、直営店に限定し販売を行っています。

また、「泉13号」を使用した干しいもの

商品開発として、干しいもののケーキ、パイ、べっ甲干しいもようかん等スイーツの開発も進めています。また、「タマユタカ」を使用した自社原料を使用して作り上げた海風ほしいもがあります。これは干しいものをサーフィンに見立て大変ユニークなデザインになっております。茨城の自然、海、土壌、太陽を、この地にしかないオリジナリティを出して行くことが産地の干しいも発展のカギとなると考えております。

私どもは茨城県のひたちなか市、中国の青島に干しいものの生産工場を持っています。日本も中国も、互いにそのさつまいもの栽培技術、干しいものの製造技術を切磋琢磨することが大事だと考えております。最初は、干しいものの製造技術を教えていたわけですが、年々中国も向上して来ています。逆に、教えられる場面もあります。しかし、べっ甲干しいものような高品質な干しいものは中国ではなかなか作れないのも事実で

特別限定生産品（泉種さつまいも使用）

べっ甲ほしいも

熟練の技が生み出す「最高品質のほしいも」

特別限定生産品

- 独特の輝き・香り、甘み
- ネットリとした究極の食感と味わい



数量限定のギフト商品（通販限定）

- 高級桐箱入り
- 1枚ずつの個包装（和紙柄）



写真3 ブランド化したべっ甲ほしいも

す。日本の本家本元が最高のものを作っている、これは大変大事なことでと考えております。それには、日々の積み重ねの中で改善を続けて行かなければならないと思います。

3. 干しいもを世界へ

現在、弊社の干しいもも菓子流通を通じてアメリカ等へ輸出され始めています。近年、中国国内の小売業が、自国内で干しいもを積極的に販売し始めています。今までにはなかった現象です。中国でも健康志向の流れは日本と同じで、干しいも市場が急

速に拡大しています。今後は、アジアを中心に干しいもは広く販売されると予測しています。

干しいもは静岡の御前崎で生まれ、茨城で発展した日本の伝統的な健康食品と言えます。日本の醤油やすし、カップラーメンが世界の中で広まったように、これから世界へ広がってほしいと思います。今後は、アメリカ、アジアにその販売を積極的に展開して行く方向です。油・塩分を使用せず、食物繊維、ミネラル分を多く含む無添加食品、これから、世界の中で広く認められる可能性を秘めています。