

## 6次産業化の人口効果に関する分析

1210416 尾造 優希

高知工科大学 経済・マネジメント学群

### 概要

高知県は1990年(平成2年)を境に人口減少の自然減に突入したといわれており、現在は深刻な人口減少問題に悩まされている。高知県は、人口減少の問題を重く受け止めており、ずいぶん前からこの問題に対して取り組んでいるが、人口の減少幅は年々増加している。そのなかで、一時期人口減少を緩和したといわれている高知県馬路村に着目し、六次産業化が人口に対しての効果を持っているのかを分析することを本研究では目的とする。ゆずはちみつ飲料市場のデータがないため、競合他社数・商品単価・馬路村農業協同組合の経営の歴史を統合して分析することによって、「六次産業化が人口に対して持続的な効果的がないこと」をプロダクトライフサイクルの観点から明らかにした。

### 第1章 はじめに

現在、高知県では深刻な人口減少問題に直面している。図1-1に示すように1970年(昭和45年)に一旦は下げ止まり増加に転じたものの、出生数の減少などの影響により1986年(昭和61年)に再び減少に転じ、2015年(平成27年)には約

72万8千人となっている。(高知県 産業振興推進部 計画推進課(2016)) 長期的に見て人口の自然減に突入したのは平成2年のことであり、全国に15年先行して人口自然減の現状に陥った。高齢化については、全国に10年先行して進んでいる。(e's Inc.(2014)) また、図1-2のように人口減少は典型的な少子高齢化の社会問題が背景にあるとみられる。その中で、一時期人口減少を緩和したといわれている高知県馬路村に着目し、六次産業化が人口に対しての効果を持っているのかを分析することを本研究では目的とする。

### 第2章 馬路村の人口推移と市場分析

図2-1の示すように馬路村は年々人口が減少をしているが、一方、6次産業化が行われている地区・馬路では1990年~1995年と2000年から2005年の2回のタイミングで人口を微増させている。しかし、単に微増しかしてはなく、6次産業化の人口減少に対しての効果は疑わしいと言える。ではなぜ、効果が確認できないのかその原因について以下論じる。

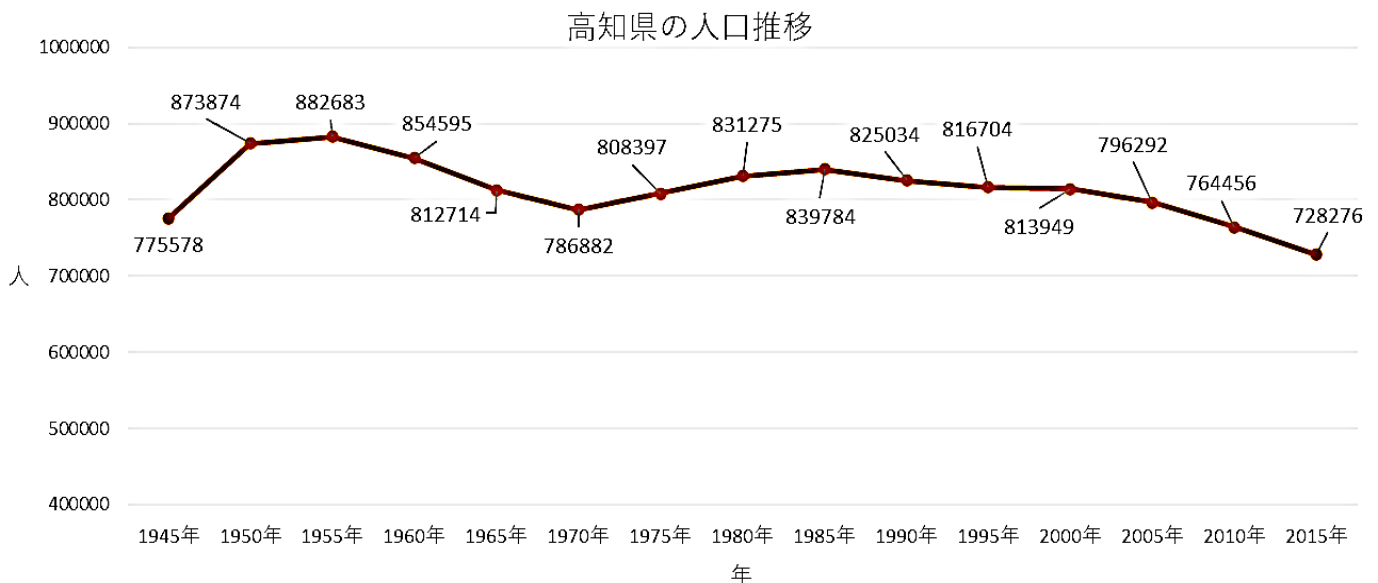
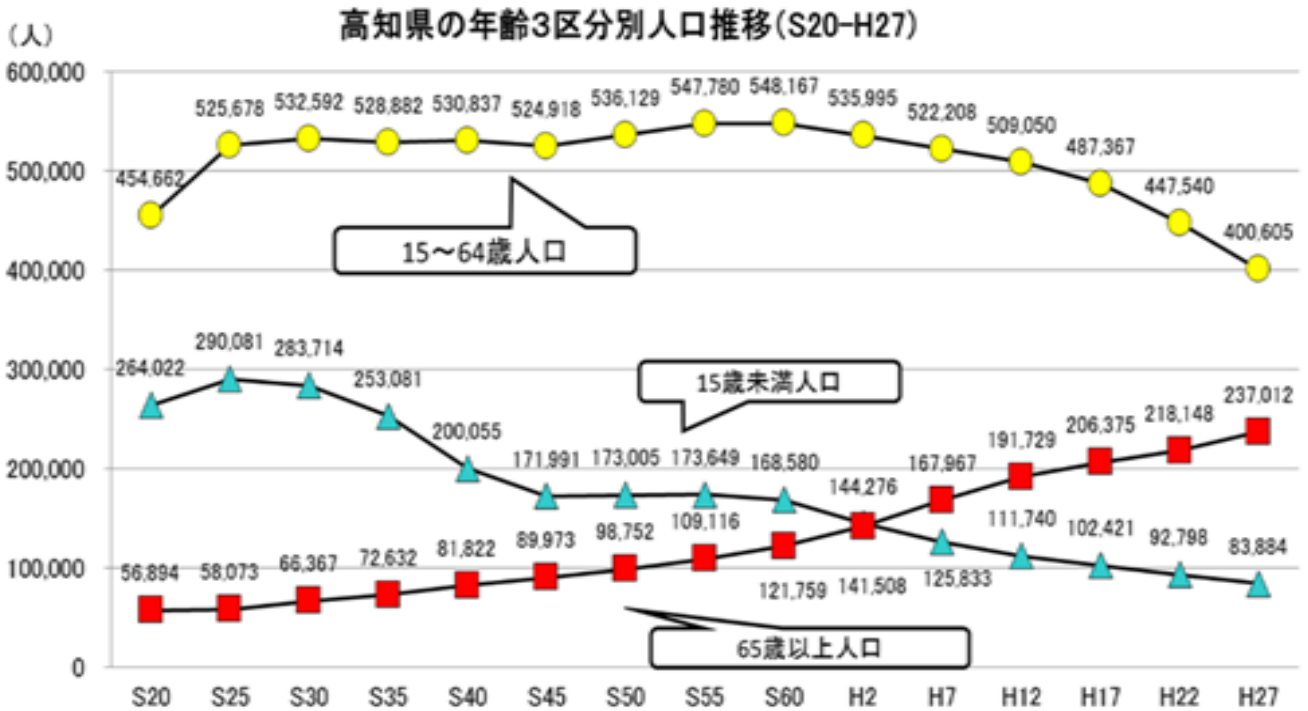


図1-1 高知県の人口推移



(注)「国勢調査」(総務省)より作成。「年齢不詳」を含まないため、3区分を合計しても全体人口と一致しない。

図1-2 高知県の年齢3区分別人口推移  
引用：高知県庁(年不詳)，高知県の人口データ

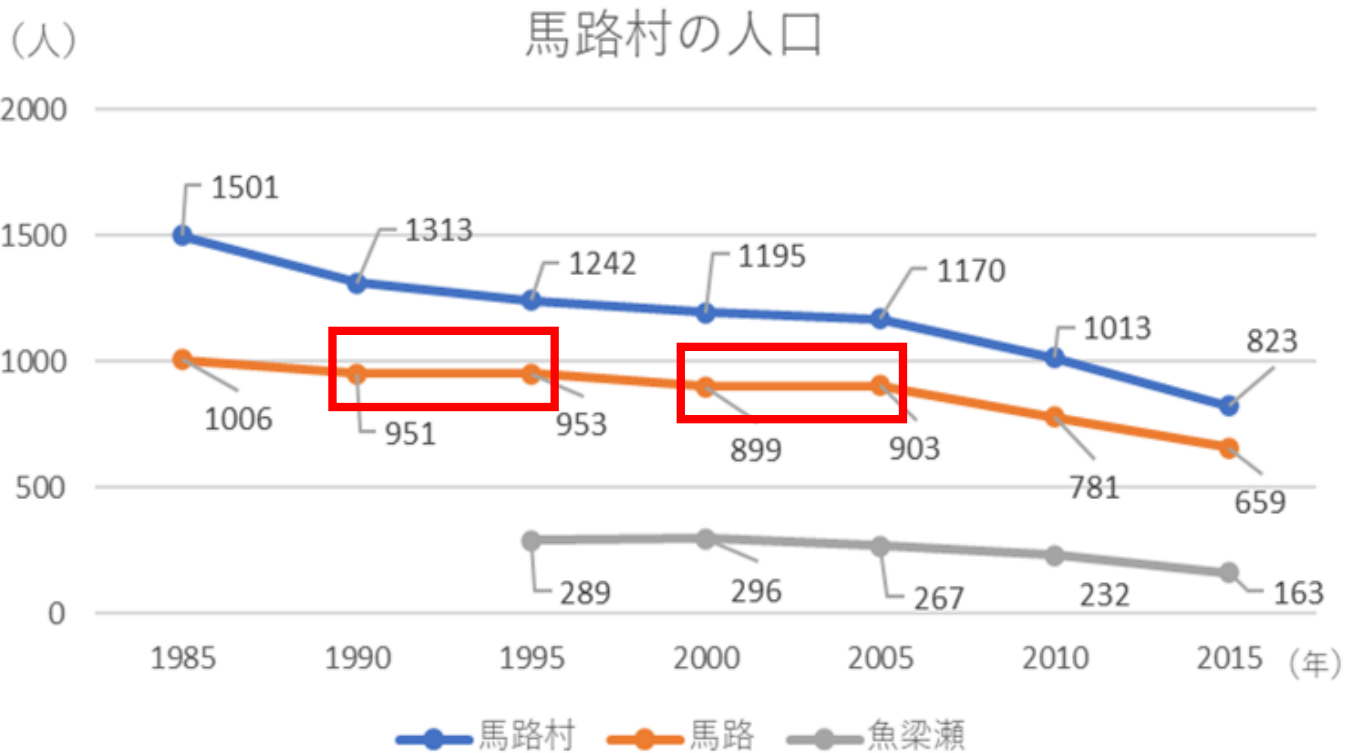


図2-1 馬路村の人口



図2-2 ごっくん馬路村

まず、「ごっくん馬路村」が参入している市場分析を行う必要があると考えた。それに際して、ゆずはちみつ飲料市場の市場規模の推移や売上データが必要となるが、どこにも公開されていなかったため、その代わりとして競合他社に関して、発売年(市場参入社数)と単価を調査した。調査結果が以下の通りである。

① ごっくん馬路村/馬路村農業協同組合(図2-2)

1988年に発売

製造会社 馬路村農業協同組合

所在地 高知県安芸郡馬路村3888-4

価格 135円(税込)

【特徴】ゆずとはちみつと安田川のきれいな水だけで作った清涼飲料水。

② ゆずっこ/株式会社みと(図2-3)

1990年に発売

製造会社 株式会社みと

所在地 島根県益田市美都町都茂846

価格 120円(税込)

【特徴】「ゆずっこ」は柚子の里、美都町で柚子果汁とはちみつを主成分にしてつくった清涼飲料水。農産品の小ロット小生産加工製造による低価格実現している。

③ ゆずごち/有限会社さめうらフーズ(図2-4)

2006年に発売

製造会社 有限会社さめうらフーズ

所在地 高知県長岡郡本山町本山476

価格 162円(税込)



図2-3 ゆずっこ

【特徴】ゆずのおいしさを最大限に活かす大切な工程が「手しぼり」。

機械しぼりは強くしぼりすぎるため、果皮の油が出すぎたり雑味も混入してしまいがち。

また、2度しぼりも苦味が出るのでしていない。

1玉ずつ人の手で絞り、手間と時間をかけて余計な苦みや不純物の少ない、より一層味わい豊かなゆず果汁清涼飲料水を作成

④ わんぱくゆずジュース/高知県農業協同組合(図2-5)

2007年に発売

製造会社 高知県農業協同組合 れいほく 柚子加工場

所在地 高知県高知市北御座2-27

価格 194円(税込)

【特徴】はちみつ、ゆず果汁のみを使用したゆず果汁清涼飲料水



図2-4 ゆずごち



図2-5 わんぱくゆずじゅーす



図2-7 ミニッツメイド はちみつゆず

を使用。

⑤ ゆずちゃん/株式会社友樹飲料 (図2-6)

2010年に発売 (ODM 共同開発)

製造会社 株式会社友樹飲料

所在地 佐賀県小城市小城町岩蔵 2575-3

価格 165円 (税込)

24本入りの1ケース単位で販売

【特徴】ODM

(Original Design Manufacturing) :

委託者のブランドで製品を設計・生産。生産コスト削減のために製品またはその部品を他の国内企業や海外企業などに委託して、販売に必要な最小限の数量の製品供給を受けることにより、委託者である企業は大きなメリットを享受可能。顧客には安く提供可能である。(友樹飲料 (年不詳))

⑥はちみつゆず/日本コカ・コーラ株式会社 (図2-7)

ミニッツメイドシリーズとして2012年に発売

製造会社 日本コカ・コーラ株式会社

所在地 東京都渋谷区渋谷4丁目6番3号

価格 145円 (税込)

【特徴】ビタミンC入り、はちみつ入り。国産ゆず果汁を使用したほんのり甘酸っぱい加温果汁飲料を使用。

⑦ぼっかぼかゆずレモン/サッポロホールディングス株式会社

2014年に発売 (2015年にリニューアル) (図2-8)

製造会社 サッポロホールディングス株式会社

所在地 東京都渋谷区恵比寿4-20-1

価格 145円 (税込)



図2-6 ゆずちゃん



図2-8 ぼっかぼかゆずレモン



図2-9 つぶらなユズ

【特徴】国産ゆず果汁とシチリア産レモン果汁にレモンピューレを加えてはちみつで最適な甘酸っぱさに仕上げた「ホットゆずレモネード」。冷めても美味しい味わいにこだわっている。

⑧つぶらなゆず/JA フーズ大分 (図2-9)

2016年に発売

製造会社 株式会社ジェイエフーズおおいた

所在地 大分県杵築市大字本庄 1453 番地の1

価格 125円 (税込)

【特徴】国産ゆず果汁にはちみつを加え、飲みやすくしている。夏みかんつぶを加えることで果実感と食感を出している。

⑨きとうはちみつゆず/農業生産法人 株式会社黄金の村(図2-10)



図2-10 きとうゆずはちみつドリンク



図2-11 三原村のゆずどりんく

2016年に発売

製造会社 農業生産法人 株式会社黄金の村

所在地 徳島県那賀郡那賀町木頭南宇字上平 47 番地 3

価格 125円 (税込)

【特徴】ゆず果汁・はちみつのみを使用。

⑩ゆずドリンク/公共財団法人 三原村農業公社 (図2-11)

2016年に発売

製造会社 公益財団法人三原村農業公社

所在地 高知県幡多郡三原村宮ノ川1271-152

価格 300円 (税込)

【特徴】地元で生産された、ゆず果汁と精製蜂蜜だけで製造された添加物不使用のゆず飲料。飲みやすいようにストローを付属している。

⑪うれしいはちみつレモン/株式会社日本サンガリア ペパレτζジカンパニー (図2-12)

2018年に発売

製造会社 株式会社 日本サンガリア ペパレτζジカンパニー

所在地 大阪府大阪市東住吉区中野4丁目2番13号

価格 120円 (税込)

【特徴】はちみつとレモン果汁の他にビタミンを加え酸味を出している。





図2-12 うれしいはちみつレモン



図2-13 ホットゆず

⑫ホットゆず／日本コカ・コーラ株式会社 (図2-13)

2019年に発売 (2020年にリニューアル)

製造会社 日本コカ・コーラ株式会社

所在地 東京都渋谷区渋谷4丁目6番3号

価格 145円 (税込)

【特徴】四国産の手摘みゆずを使用している。

(Amazon (年不詳)) (もぐなび (年不詳))

以上の通り、全12社が市場に参入していた。

### 第3章 プロダクトライフサイクルと競争戦略

同時に、競合他社に対して馬路村農業協同組合がどのような戦略をとってきたかを調べるため、馬路村が公開している馬路村のあゆみのデータも分析に使用する (図3-1)。図2-1、図3-1の3つを単独で見ると分析できないが、統合して1つの図 (図3-2)にすることで、人口の推移がプロダクトライフサイクルの

## 馬路村農協組合 ゆずの歴史

出典: 馬路村農業協同組合 (年不詳), 馬路村の歩み, <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/asia/kondankai/nougou/siryocu4.pdf>

2020年10月6日検索

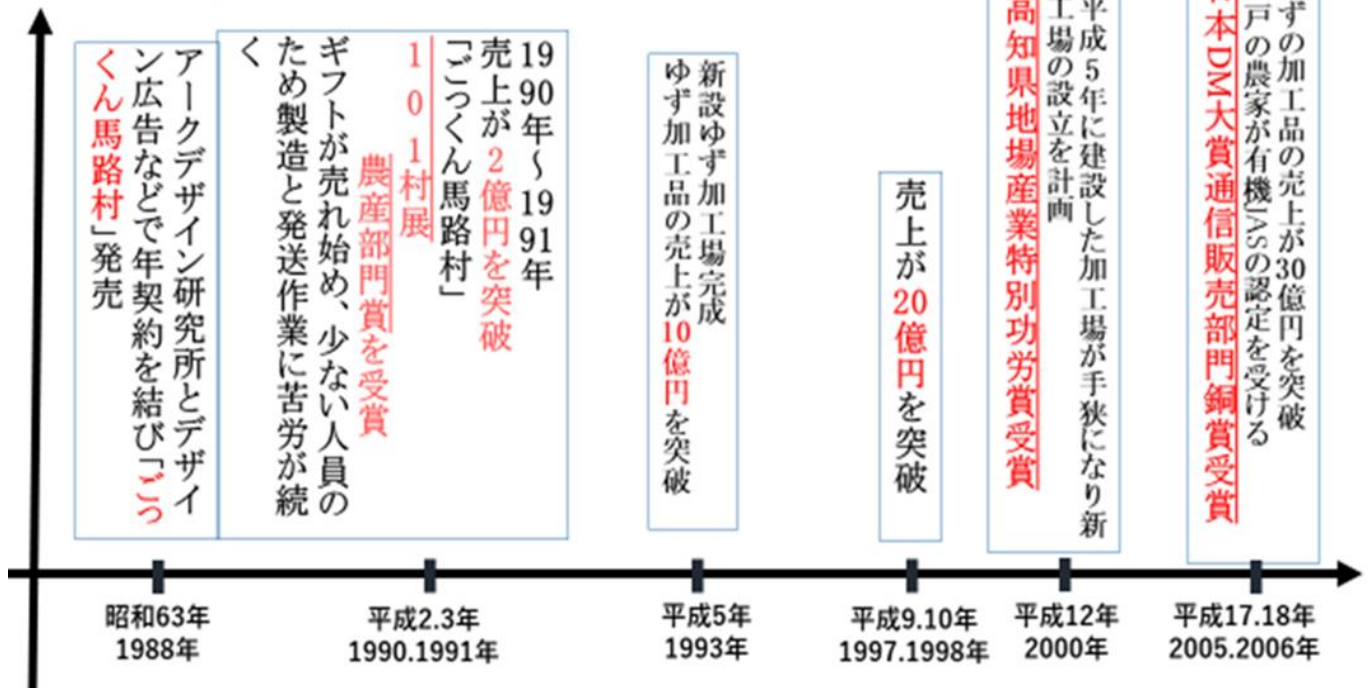


図3-1 馬路村農協組合 ゆずの歴史 (馬路村農業協同組合 (年不詳))

観点から分析可能になった。ゆずはちみつ飲料の市場を初めて開拓したのは1988年の馬路村農業協同組合である。その後、1990年に株式会社みとの「ゆずっこ」が市場に参入し、2社のみで図3-1 馬路村農協組合 ゆずの歴史(馬路村農業協同組合(年不詳)) 2005年まで市場を形成していた。その期間を本論では導入期だとみなす。導入期の馬路村農業協同組合では、市場で製品が認知されていないため、1988年にアークデザイン研究所とデザイン広図3-1 馬路村農協組合 ゆずの歴史(馬路村農業協同組合(年不詳)) 広告などで年契約を結び「ごっくん馬路村」のプロモーション戦略に力を入れた。これが功を奏し1990年から1991年にかけて、売上が2億円を突破する。

同時期に「ごっくん馬路村」が101村展農産文門賞を受賞している。さらに、1993年には売上が5倍に増え、工場を新設している。このことが、1990年から1995年に起こっている人口の微増に繋がっているのではないかと考えられる。1997年からさらに売上が2倍に増加し、20億円を突破している。そして、2006年には売上が30億円にまで伸びており、こういった経営成果

から2000年から2005年にかけて人口が微増したのではないかと推察できる。

以上のように市場規模が拡大したことから、2006年より参入企業数が増加している。これをもって本論では、2006年より成長期に移行したと考える。参入企業数の増加とともにコスト戦略による競争の激化が見て取れる。

同時期、馬路村農業協同組合はコスト戦略に巻き込まれないようにするために、2011年にゆず化粧品といった関連多角化に踏み切った。通常、関連と言えど多角化を始めることで人員が必要になると考えられる。しかし、コスト競争の激しさから増員の手が打てなかったのではないかと推察される。そのため、馬路の人口は自然減少を抑制することが出来ず、2006年を境に急激に右肩下がりになっているのではないだろうかと考えられる。さらに2018年には、競争が激化し、高付加価値製品であると思われる単価の高い商品が市場に参入している。つまり、コスト戦略だけではなく、差別化戦略をも取る企業が現れているということである。パッケージ

ゆず飲料市場(希釈飲料含まず)と馬路の人口推移

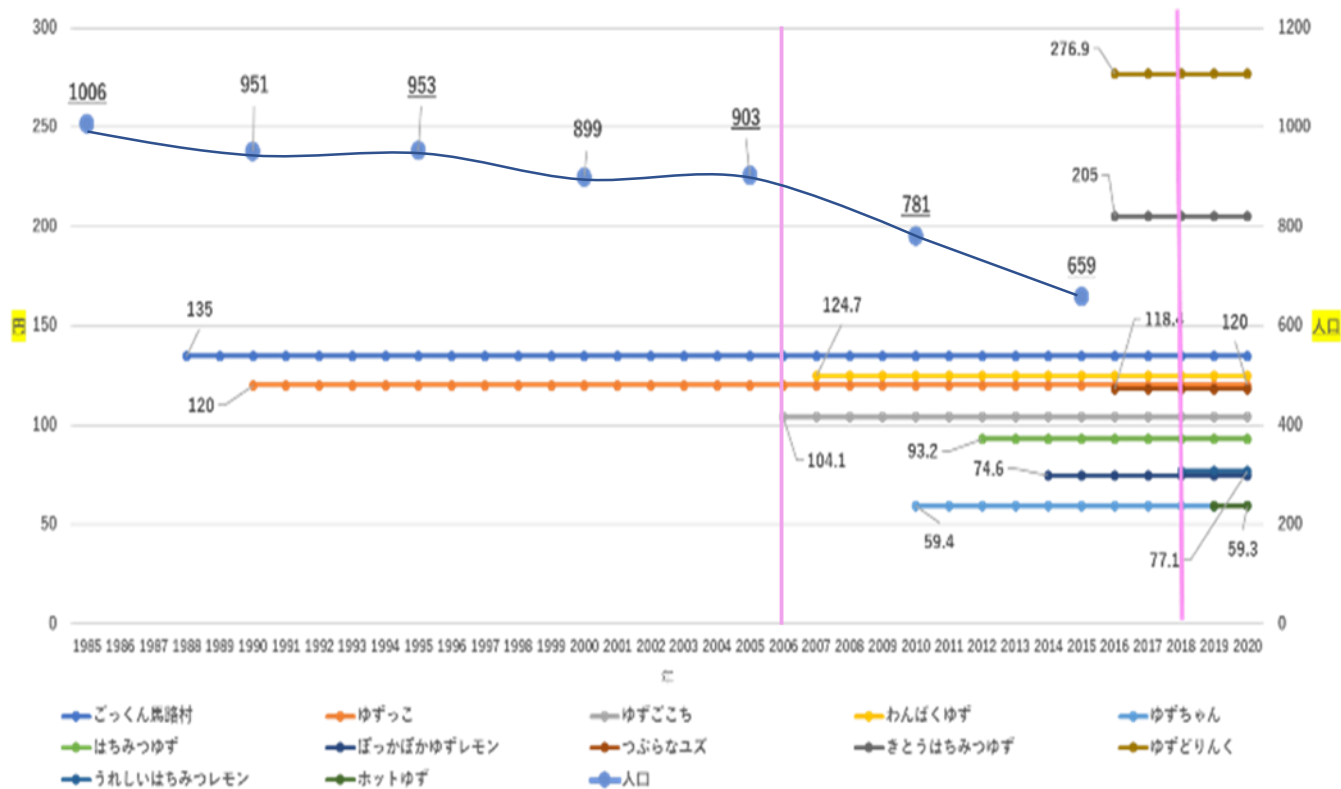


図3-2 ゆず飲料市場(希釈飲料含まず)と馬路の人口推移

が瓶や缶、紙やペットボトルまで多岐に及び、多様化がみられる。パッケージでも差別化がみられ、競争が激化していると判断できる。このような、市場競争の激化の中でも馬路村農業協同組合は単価を一定にしている。そのことより、コスト増加に繋がる雇用の創出は叶わなかったのではないだろうかと推察される。

以上のように、参入企業数が増え市場が激化したのが2018年以降の参入企業数が増加しないことにより、本論では2018年に成熟期に移行したと考える。

## 第4章 考察

六次産業化は地域の特色ある農林水産物を使用したものである。(農林水産省(年不詳)) 一方で地域には、資源が少ないため、新たに市場を切り開くには時間を要する。つまり、導入期が長期的になる。しかし、一度市場が切り開かれると一気に競合他社が参入してくるため市場の競争がコスト戦略や差別化戦略によって激化してしまう。そのため、継続的な人員増加が困難になると考えられる。以上より、六次産業化は人口に持続的な効果をもたらすことが困難であると考え。

以上より、人口に効果を持つ六次産業化を行うためには参入障壁を築き、他企業が参入しにくい商品にすることが重要であると考え。地域に資源が乏しいことを考え合わせると、参入障壁としては、他地域にないオンリーワンの特産品を扱うか、地域固有の独自の製造技術やノウハウの利用が必要であると推察される。

## 第5章 おわりに

本論では以上のように馬路村を対象としてその六次産業化の人口に対する効果を分析した。その結果、以下のことが言える。

高知県馬路村を対象として、「六次産業化が人口に対して効果的でないこと」をプロダクトライフサイクルの観点から明らかにした。

一方、今後の課題として次のことが言える。

六次産業化商品はゆず飲料だけではないため、他の製品も調べてみる必要がある。

## 謝辞

本研究を進めるに当たり、指導教官の坂本教授からは多大な助言を賜りました。厚く感謝申し上げます。また、ゆずはちみつ飲料の市場作成にご協力いただいた企業様に厚く御礼を申し上げます。

## 参考文献・引用文献

[1] Amazon (年不詳), 【販路限定品】 コカ・コーラ ミニツメイド ホットゆず ホット専用ペットボトル 440ml×24本

<https://www.amazon.co.jp/%E3%80%90%E8%B2%A9%E8%B7%AF%E9%99%90%E5%AE%9A%E5%93%81%E3%80%91%E3%82%B3%E3%82%AB%E3%83%BB%E3%82%B3%E3%83%BC%E3%83%A9-%E3%83%9F%E3%83%8B%E3%83%83%E3%83%84%E3%83%A1%E3%82%A4%E3%83%89-%E3%83%9B%E3%83%83%E3%83%88%E3%82%86%E3%81%9A-%E3%83%9B%E3%83%83%E3%83%88%E5%B0%82%E7%94%A8%E3%83%9A%E3%83%83%E3%83%88%E3%83%9C%E3%83%88%E3%83%AB-440ml%C3%9724%E6%9C%AC/dp/B08JPF6Y49>

[2] BOJ 高知 特別調査日本銀行高知支店(2017), 高知県における六次産業化の現状と今後の展望

<https://www3.boj.or.jp/kochi/pdf/1704k.pdf> 2021/1/17 検索

[3] e's Inc. (2014), 第30回『人口減少最先端 高知県のとりくみ事例に学ぶ 尾崎知事』,

[https://www.es-inc.jp/network/forum/2014/nwk\\_id005148.html](https://www.es-inc.jp/network/forum/2014/nwk_id005148.html) 2020/11/15 検索

[4] 馬路村農業協同組合(年不詳), 馬路村の歩み, <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/asia/kondankai/nougyou/siryou4.pdf> 2020/10/6 検索

[5] 高知県産業振興推進部 計画推進課(2016), 高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略, <https://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/120801/files/201803280121/30sougousennryaku.pdf> 2020/12/30 検索

[6] 高知県産品データベース(年不詳), 三原村のゆずどりんく, [https://kochikensanhin.com/product/detail.html?product\\_code=1002446](https://kochikensanhin.com/product/detail.html?product_code=1002446)

[7] 高知県庁 産業振興推進部計画推進課(年不詳), 『高知県の人口データ』



<http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/120801/jinkoumondai.htm>

1 2020/1/10 検索

[8] 株式会社みと (年不詳), ホームページ,

<http://www.kk-mito.co.jp/?ID=3168> 2020/01/31 検索

[9] 友樹飲料 (年不詳), 地域商品開発支援プログラム,

<http://www.tomomasu.co.jp/odm#sec-program>

2020/1/5 検索

[10] 農林水産省 (年不詳)、農林漁業の6次産業化

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/6jika.html>

2020/1/10 検索

[11] もぐなび (年不詳), ミニッツメイド ホットゆず,

<https://mognavi.jp/food/2038131> 2020/1/10 検索

[12] 有限会社さめうらフーズ (年不詳), 手しぼりの理由

<https://sameurafoods.raku-uru.jp/fr/6> 2021/01/31 検索