需要拡大に向け、黒糖の魅力を発信するJAおきなわ

研究員　片田百合子

黒糖製造が中国から沖縄に伝来し、2023年でちょうど400年となる。黒糖産業は離島の主要産業だが、近年のさとうきびの豊作で黒糖の在庫圧が課題となり、県内の関係者が一体となり需要促進に取り組んでいる。ここでは、JAおきなわ(以下「JA」)の取組みを紹介する。

1　黒糖の生産状況

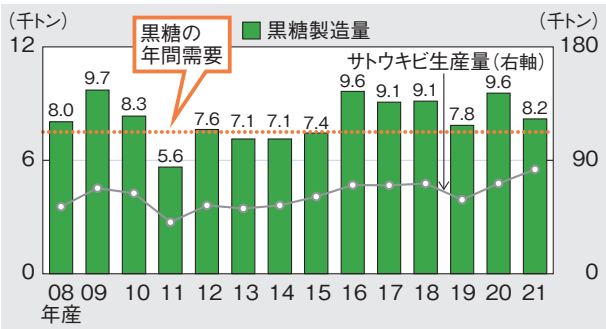
さとうきびは砂糖原料である。その搾り汁を煮詰めて糖蜜を除いたものは分蜜糖、除かないものは含蜜糖(黒糖)と呼ばれる。沖縄県の黒糖製造量は、分蜜糖の約10分の１と少ないが、離島８島８工場で製造されている。このうち５工場がJA運営で、県全体の３割弱を製造する。気候やさとうきびの品種等の影響で、黒糖の風味や色、食感は島ごとに異なる。したがって、食品メーカー等実需者は、最終製品に合わせ黒糖を使い分けている。

さとうきびの生産量は、台風や干ばつ等に大きく左右される。一方、黒糖工場はさとうきびを全量買い取るため、黒糖需要に応じて調達量を調整できず、黒糖製造はさとうきび生産量に連動する。

08年以降の黒糖製造量の推移をみると、11年産は５千トン台と大きく減少し(第１図)、実需者は再製糖(注１)や輸入糖へシフトした。12年から15年産にかけて例年並みの７千トン台で推移したが、近年品質が安定しているとされる安価な再製糖や輸入糖の利用が定着し、実需者の一部は県内産に回帰しなかった。

さらに、16年から18年産にかけて、台風の少なさや害虫防除技術の向上による収穫面積の増加を受けて収穫量が増え、黒糖製造量は９千トンを上回った。このように、県産黒糖の年間需要量とされる7.5千トンを製造量が超過したことで、在庫圧が発生した。さらに、コロナ禍の土産物需要の減少も影響し、21年６月末の県内全体の在庫量は過去最多の１万６千トンに達し、需要拡大が関係者の喫緊の課題となった。

第1図　沖縄県の黒糖製造量の推移



資料　沖縄県黒砂糖協同組合HPから作成

2　JAおきなわの取組み

(1)販売促進専門部署の設立

JAの黒糖製造量は98%が業務用で、小売用が２%に留まるとされる。業務用の６割は、商社や問屋経由で食品・飲料メーカー等に供給される。つまり、主戦場である業務用市場で、沖縄県産の選好を高め、県産黒糖を使用した商品を増やすことが需要喚起につながるとし、黒糖の魅力を実需者に直接伝える必要性をJAは考えるようになった。

JAにおいては、19年10月に「特命プロジェクト推進室」を発足させ、黒糖を含む農産物の販売促進を強化していた。さらに、21年10月に、黒糖の魅力を発信する専門部署として、「マーケティング戦略室」を新設し、需要拡大に取り組むこととした。

(2)食品・飲料メーカー等への価値発信

まず、沖縄県の支援の下、沖縄県黒砂糖協同組合(注２)と連携し、20年度以降、県内外

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

第2図 Instagramによる情報発信

資料　Instagramアカウント（kokutou_lifestyle）から作成

でメーカー、卸、量販店等と商談を実施した。21年度は、12社29件の商談があった。

さらに、JA独自の販路開拓にも取り組んだ。系統組織のつながりを活用し、22年に100件程度の商談を行った。黒糖の利点として①無精製でミネラルやポリフェノールが豊富、②副産物活用による環境負荷軽減、③離島における黒糖産業の重要性を紹介し、在庫が高止まりしている状況も伝えた。

また、イベント等でJA自らが情報発信を行った。22年12月に、都内で開催されたSDGs関連イベントで、さとうきびの搾りかすを燃料に利用したボイラー等、黒糖製造時の環境負荷低減事例について講演した。

認知度向上という点で、メディア掲載の反響は大きく、22年２月に発行された生活協同組合の情報紙「コープニュース」の記事は、生協グループとの連携のきっかけとなった。また、23年１月の日経新聞の記事は、広告費換算で1,400万円もの効果をもたらしたという。

(3) 消費者に向けた需要喚起

さらに、消費者の需要底上げのため、自然志向を意識したInstagramアカウント（kokutou_lifestyle）を21年５月に立ち上げ、黒糖の栄養やレシピ等を発信している。画像と動画を組み合わせ、投稿内容のデザインも統一して訴求性を高めている。こうしたSNS活用を商談時に紹介することで、JAの取組みが広く理解される契機になるという。

第1表 2022年以降の新商品の例

一口黒糖	5島かちわり黒糖、黒糖くるみ
和菓子	沖縄ぜんざい、カステラ、どら焼き、アガラサー
洋菓子	ラスク、バウムクーヘン、クッキー
飲料	ラム酒、焼酎、梅酒、梅酒サワー、キャラメルラテ、ほうじ茶ラテ
その他	スパイスミックス

資料　JAおきなわ提供資料から作成

(4) 新商品の考案

JA自らも新商品の開発に取り組む。被災時に不足しがちなミネラルを補える黒糖の防災缶を開発し、21年12月以降、県内の学校や自治体等に配付してきた。一般販売を目指し、さらなる賞味期限の延長に向けた実証試験を進めている。

3　取組みの効果

これらの取組みが奏功し、22年度販売実績は前年度比135％と増加した。JAによると、県内外の11社が菓子や飲料等の新商品を22年以降に発売した（第１表）。中には、黒糖の重要性への共感から、JAのマークや産地名を製品に記載する企業もおり、この動きは黒糖のイメージアップや産地の認知度向上をもたらすとみられる。

新商品の中でも焼酎やラム酒は黒糖使用量が多く、需給改善への貢献度が高い。

こうした企業との対話や消費者への情報発信による需要喚起を通じて、JAは農家が安心して生産できる体制を目指す。注目したいのは、沖縄黒糖の魅力や重要性を企業に伝えたうえでの連携は、業務用黒糖の販売量増加や輸入品との差別化につながりうるという点である。黒糖のサプライチェーン全体の動きも捉えつつ、JAの取組みや黒糖の消費状況に今後も注目していきたい。

（かただ　ゆりこ）

（注１）黒糖が含まれていない含蜜糖。粗糖と糖蜜等を原料に製造されている。
（注２）民間黒糖製造企業３社とJAで構成。