

④新規用途開拓による地域農林水産物の需要拡大、ブランド向上

# 新品種「露茜」等の茨城県産梅を活用した加工品製造・販売によるブランド化事業

新品種「露茜」をはじめとした茨城県産の梅を使った梅干し等の梅加工品を開発、新たな地域ブランド品として販路拡大を行う。

➤ **連携体**

**農林漁業者** JA土浦（協同組合）

品種毎の樹木選別・品種毎収穫法・加工品に適した完熟収穫の研究や、商品化・年間生産計画に沿った作付面積、収穫量の調整などの仕組みを構築

**中小企業者** (株)吉田屋（食料品製造業）

塩分濃度14%以下の梅干し製造技術をはじめとした梅加工品製造技術を活用して、これまでに商品化されていない、茨城県産の梅を使った梅加工品の商品企画・製造・販売を行う。

**サポート機関等** 茨城県商工会連合会、大洗町商工会、(独)中小企業基盤整備機構 関東本部

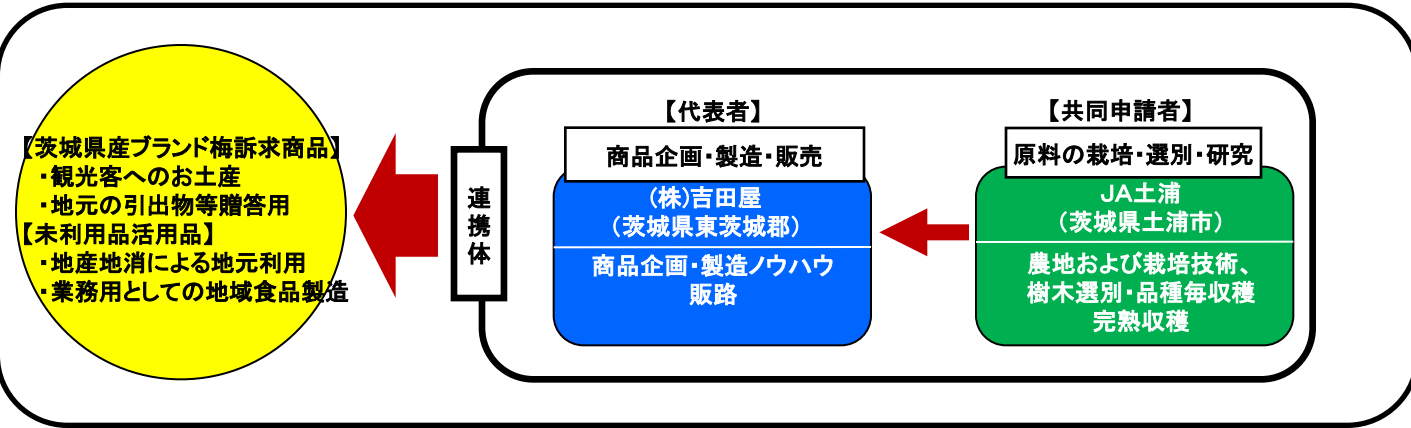
➤ **連携の経緯**

茨城県産の梅は観光資源としての認知度は高いものの、食用としての梅、更には梅加工品についても県内産梅を使用したものはなく、(株)吉田屋は、県内産梅を使った地域性を訴求した商品開発を切望していた。一方、JA土浦は、新品種「露茜」等の加工品の委託先を模索しており、両者の思惑が合致し、連携に至った。



➤ **連携に当たっての課題や工夫等**

中小企業者と農業者の有機的連携により、品種毎の樹木選別・品種毎収穫法・加工品に適した完熟収穫の研究や商品化・年間生産計画に沿った作付面積・収穫量の調整の仕組みを構築。中小企業者の梅干し・梅加工品製造技術により、県産品種のブランド訴求品と未利用品活用商品を企画開発する。加工品の開発・販売を契機に「茨城県産ブランド梅」の価値創造、知名度向上及び地域活性化を目指す。



➤ **連携による効果**

**農林漁業者** 4年で492万円の売上高増加、梅の品種別出荷の構築と生産拡大・安定化

品種別出荷と安定した生産計画の仕組みの構築により、売上拡大、収益安定化に貢献すると期待される。

**中小企業者** 5年で3,087万円の売上高増加、茨城県産梅知名度向上と商品力強化

既存市場への商品力強化・茨城県産梅の知名度向上による売上拡大と更なるブランド力の向上が期待される。

➤ **代表企業等の連絡先**

企業等名：株式会社吉田屋 所在地：茨城県東茨城郡大洗町磯浜町546  
 TEL：029-267-2069 FAX：029-266-3217  
 E-mail：ume@kk-yoshidaya.co.jp ホームページ：http://www.kk-yoshidaya.co.jp/