



「赤の元気」1本の中には、久万高原町のエコ栽培で育った、熟したトマト(L玉2個分)が入っています。本当のトマトの味が1年中楽しめます。

久万高原のトマトをジュースにしたい！
 農家が、ゼロからジュース作りに挑みました。



事業開始のきっかけ
町全体で苦勞して作った美味しいトマトなのに！

久万高原町はトマトの生産が盛んで、JA松山市久万高原トマト部会の生産者でエコ栽培(減農薬・減化学肥料栽培)に取り組み、ほとんどがエコファーマーの認定を受けました。

トマトが収穫できるのは年に1回だけで、失敗すれば次の年まで何もできません。JAや愛媛県にとってもトマトのエコ栽培は初めての挑戦だったので、みんなで苦勞して取り組みました。

私たちのトマトは、JAへ全量出荷し、選別時に熟すぎたトマトは返却されます。「みんなで苦勞して作りたいトマトなのにもったいない!」「まとめて加工できれば。」と思っていたところ、社長から「ジュースにしてみたら?」の一言があり、保健所からも「設備があればジュースの加工は可能」と聞いたので、ジュースを作ることに決めました。



課題点の克服

無添加の証です

美味しいトマトを味わってもらいたかったので、無添加にこだわりましたが、同じ味を作ることが難しい・・・。

商品として販売する以上、いつも同じ味で提供しなければいけないので、夏に収穫した旬のトマトと完熟させた秋トマト、それぞれで熟し加減を揃え、赤ラベルと白ラベルのジュースを作りました。この2種類の味の違いが無添加の証。特に白ラベルは、実がもっちりとした秋採れの熟したトマトを使っており、一番美味しい状態のトマトをジュースにすることで、久万高原町のトマトの美味しさを全国に知ってもらえるチャンスができたと思っています。



販売手法

料理の材料としての販売にチャレンジ

「久万高原のトマトをジュースにしたい!」という思いで商品化しましたが、商品にすればすぐに売れるということではありませんし、こだわりも店頭で並べるだけでは伝わりません。県内で取り扱っていただけるお店は少しずつ増えてますが、あぐりすとクラブの商談会などに積極的に参加して、販路を拡大していきたいです。

また、レストランや旅館で料理の材料として使っていたり、ケチャップやジュレなどの商品化にも取り組んでいるので、**今後は料理の材料としての可能性も伸ばしたい**と思っています。



新商品のケチャップやジュレ

成功の秘訣

見学先、仲間、相談相手・・・人脈のタイミング

県内に個人でジュースを搾っているところが見つからなかったので、岐阜県まで見学に行きましたが、とても親切に教えていただきました。製造工程では手間がかかり、器具も工程ごとに掃除しないとイケないのですが、我が社の加工所はスタッフの努力で清掃が行き届いて衛生面でも安心です。また、愛媛県には食品表示のことなど細かいところまでアドバイスいただきました。今でも、わからない時は相談しています。

商品化を通じて人脈のタイミングというものを強く感じました。一人では何もできませんが、周りの方に支えていただいでここまでやってこれたと思います。



事業の効果と今後

「美味しい!」と言われると、本当にうれしい

トマトジュースが嫌いだった方が「美味しい!」と飲んでくださったたり、小さなお子さんがトマトジュースを離さないといった話を聞くと、本当にうれしく思います。農業大学の学生さんが加工品を作りたいと相談に来られたり、たくさんの方に支えていただいたりと、トマトジュースの商品化に取り組むようになって、色々な方々との出会いがあります。**大変ですが、楽しみながらやっていこうと思います。**



ココがポイント!
原材料は久万高原町のトマトだけです



露口由美子



商品販売までの仕組み

