

沖縄特産柑橘シークワサーを活用した加工製品の動向

後藤一寿・相原貴之
（九州沖縄農業研究センター）

Kazuhiya Goto and Takayuki Aibara :
Market Trend of "Siquasa" (Okinawa Traditional Citrus Fruit) Products

1. はじめに

沖縄特産柑橘であるシークワサーは、近年ノビレチンに代表される高い健康機能性成分が見出され、多くの加工品が開発・販売されている。九州沖縄農業研究センターでも、沖縄対応特別研究第1期（2001～2003年度）においてこれらの健康機能性を確認し、第2期プロジェクトにおいて、新たな加工技術の開発並びに商品開発に着手している。このような背景から本稿では、シークワサー加工製品の動向を市場調査などにより把握し、今後の商品開発の可能性を検討することを目的とする。

2. シークワサー加工の現状

シークワサーの加工上の特徴を整理すると、次の4点となる。すなわち、1) 生産地域が沖縄および台湾の一部に限られる地域特産果実である、2) 8月から2月まで収穫が続き、収穫初期から後期にかけて酸味が減少し糖度が高まるため、香酸用途利用から生食まで幅広い活用が可能、3) 健康機能性成分（抗ガン作用、血糖値降下作用など）であるタンゲレチンやノビレチンなどが豊富に含まれるため、健康食品としての活用が盛ん、4) 搾汁液から搾汁残渣に至るまで多様な活用が可能、である。

このような特徴を持つシークワサー加工は主にジュース加工を中心に推進され、現在では清涼飲料、菓子、調味料、健康食品など様々な商品が開発されている。しかし、その全容は明らかではない。

3. シークワサー加工製品の市場動向

多様な商品が開発されているシークワサーであるが、実際にどのような商品が販売されているのかを把握するため、店頭市場調査を実施した。調査の方法は、1) 業態別調査対象店舗の選定、2) 店舗にて商品種別、価格、アイテム数および表示ラベルの記録、3) 記録に基づくプロダクトマップの作成及び商品分析である。調査は2004年9月11日、沖縄県内百貨店1、スーパー3、土産店3の計7店舗において実施した。この結果から次の6点を明らかにし、その一部を第1図に示した。

1) 店舗業態ごとに取り扱っている商品区分が異なっており、特に観光客向けの土産店などに商品が集中している。

2) ジュース（果汁100%）などにおいては、県産原料の商品が高い価格をつけており、さらに大宜見産や勝山産などの具体的産地名表示がある商品が高価格になっている。

3) 土産店以外では日常使う調味料などの商品アイテムが少ない傾向にある。

4) ラベルから読み取れる消費者への訴求内容では、「健康機能性」や「風味、爽やかさ」などがあるが、前者を訴求した「ジュース」や「健康食品」などの製品の方が高い価格をつけており、後者を訴求する「果汁添加清涼飲料」などの価格は低い傾向にある。

5) 機能性成分は果皮に多いとされるが、既存商品において果皮を利用した商品は少ない。

6) シークワサー加工製品の既存市場ではすでに多様な形態の商品が開発されており、新規商品区分の開拓

に傾注するより、既存商品のバージョンアップのための商品開発が必要であろう。

4. 今後の商品開発の可能性～まとめ～

以上の調査結果をふまえ、今後の商品開発の可能性を検討し、以下の3点を提示する。

1) 付加価値が高く消費者に訴求しやすい健康機能性食品などの開発が有効であると考えられる。そこで機能性成分の高い果皮などの高度利用による新機能性食品の開発を目指す。特に機能性食品の開発にあたってハードルは高いが特定保健用食品、栄養機能食品の取得を目指す。

2) ゆずなど他の香酸柑橘類と同様、日常用いる調味料分野での商品開発を目指す。そのためにまず沖縄県内での調味料市場を開拓する必要があると同時に、シークワサーの用途などの認知度を県内外でも広める必要がある。



第1図 シークワサー製品プロダクトマップ

注) 括弧内は商品数を表す

3) 県内産シークワサーの高付加価値化と差別化を図るため、独特の風味や食感を活かした高級製菓などの開発を目指す。そのためには例えば「さのう」（果実内の粒）などを破壊せずに取り出す技術開発などが必要となる。

なお、2004年10月7日付琉球新報によると、台湾産シークワサーとされていたものの大半が、別種の四季橘であることが判明し、業界では独自に表示基準を設け台湾産を「四季橘」と表示統一することを決定している。