



パイナップル産業振興に関する基本方針

令和 8 年 3 月
東村役場農林水産課

目 次

本村におけるパインアップル産業の位置づけと基本方針策定の主旨	P1
パインアップル産業に関する経緯	P2
パインアップル産業に関する現状と課題	P6
基本目標	P12
施策の体系	P21

本村におけるパイナップル産業の位置づけと基本方針策定の主旨

本村におけるパイナップル産業は、戦後の農業振興において重要な役割を果たしてきた。1952年の試験栽培を契機に、林業から農業への転換期に加工用パイナップルの本格導入が進み、1978年には缶詰工場も設立されるなど、地域経済の中核を担ってきた。特に酸性土壌で勾配の多い本村の地形において、パイナップルはその栽培適性から、農業振興に最も適した作物と位置づけられる。

しかしながら、近年では為替の変動、輸入自由化などの外的要因に加え、農業従事者の高齢化・人口減少などの内的要因により、生産量はピーク時から大きく減少している。

こうした状況を踏まえ、本基本方針では、国内最大のパイナップル生産地である本村を、2035年までに日本で最も権威ある持続可能な産地へと再構築する事を目的とし、持続可能な農業体制の構築、生産・加工・流通の強化、ブランド価値の向上を図ることで、地域経済の活性化と次世代への産業継承を目指すものである。



パインアップル産業に関する経緯

本村におけるパインアップル産業の軌跡をたどると、「缶詰生産最盛期」、「輸入自由化による生果用への戦略的転換期」、「ゴールドバレルの時代」といった段階に大別できる。

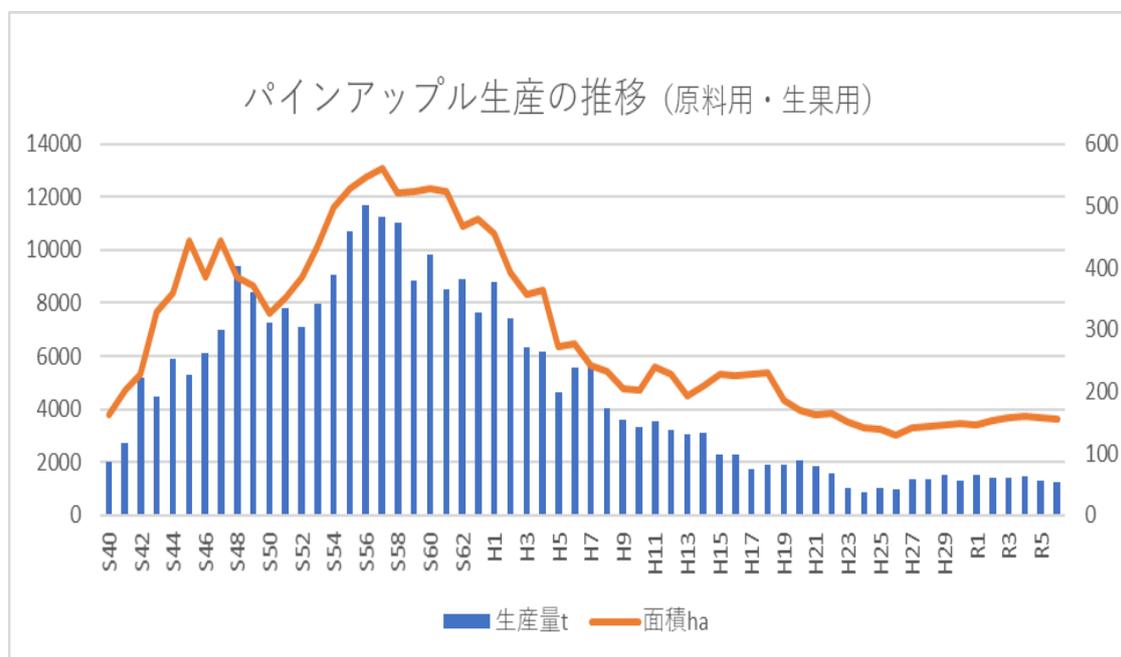
缶詰最盛期

戦後、沖縄のパインアップル栽培はサトウキビと並ぶ基幹作物として急速に発展し、昭和 44 年(1969 年)には沖縄県全体の生産量が年間 10 万tに達する時期を迎え、本村でもピーク時の昭和 57 年(1982 年)には 11,236t の生産があった。当時、航空便や冷蔵輸送技術が未発達であり、収穫した果実を本土市場へ届けるには缶詰加工が唯一の現実的な手段であったため、加工用果実の生産が主体となっていた。

輸入自由化による生果への転換期

平成 2 年(1990 年)のパインアップル缶詰の輸入自由化は、産業の根幹を揺るがす転機となった。関税割当(TQ)制度が導入されると、安価な輸入品との競争に晒され、加工用果実の買取価格は大きく下落し、農家経営を直撃した。この危機は、加工用から生果用への戦略的転換を余儀なくさせた最大の要因となった。

表-1



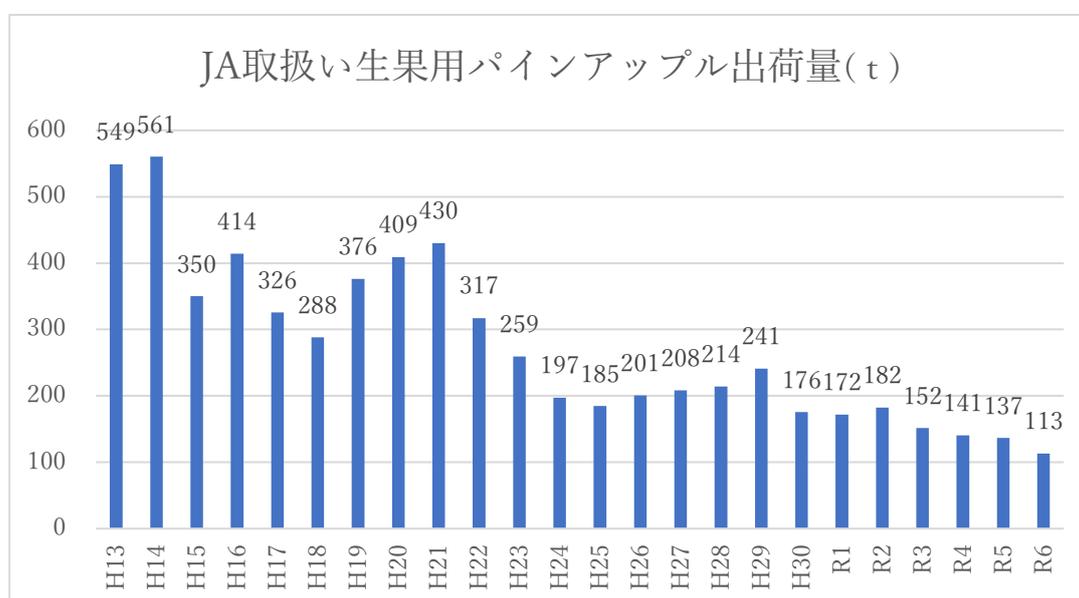
資料:JA おきなわ東支店

こうした危機的状況の中、東村の生産者は付加価値の高い生果用市場に活路を見出した。その初期の成功事例は平成 2 年(1990 年)頃から始まったハウス栽培の導入である。露地栽

培に比べ、酸味が少なく糖度が高いハウスパインは消費者の高い評価を得て、価格も加工用 50～60 円/kgに対し生果用ハウスパイン 180～200 円/kgと、3 倍以上で取引された(平成 4 年頃)。この成功体験は、市場が高品質な果実に対して正当な対価を支払う意思があることを確認する機会となった。

表-2 は、JA が取り扱う生果用パインアップルの村内における出荷量の推移を示している。一見すると、平成 14 年以後は出荷量が減少傾向にあるように見えるが、生果用パインアップルは加工用と異なり、必ずしも JA を通じて出荷する必要がない。そのため、農家が自ら販路を開拓し、JA を経由せずに販売している可能性がある。こうした取り組みによって、農家が所得の向上を図っていることも考えられる。

表-2



資料:JA おきなわ東支店

東村では、高級品種の「ゴールドバレル」の他、消費者の多様なニーズに応えるため、複数の品種が栽培されている。こうした品種の多様化は、平成 18 年(2006 年)に東村が沖縄県から生果用パインアップルの拠点産地として認定されたこと、さらに平成 23 年(2011 年)にチャレンジ農場(村営の試験農場兼就農研修農場)の運営を開始したことを契機に、品種改良を担う沖縄県との連携が進んだことにより、実現された。



＜東村産パインアップルの主な品種＞

- N67-10(ハワイ種) : 甘みと酸味のバランスが良く、ジューシーな果肉が特徴で、長らく生産の中心を担ってきた品種。
- ゴールドバレル: とろけるような甘さが特徴の高級品種。国内生産量 1%の希少性を持つ。
- ホワイトココ®: 果肉が白く、ココナッツのような香りがする品種。ゴールドバレルに次ぐ人気期待される新品种。
- ボゴールパイン(スナックパイン) : 手でちぎって食べられる手軽さが人気の品種。
- ソフトタッチ(ピーチパイン) : 果肉が白く、桃のような香りがする品種。
- 沖縄 27 号: 現在研究・試験栽培中の新品种。生果用と加工用の両方に適性があり、N67-10の後継品種として期待されている。県では令和9年の品種登録に向け、準備中。
- その他の有望品種: 沖縄県が育成した「サンドルチェ®」「ジュリオスター」等の品種も導入が進んでいる。

ゴールドバレルの時代

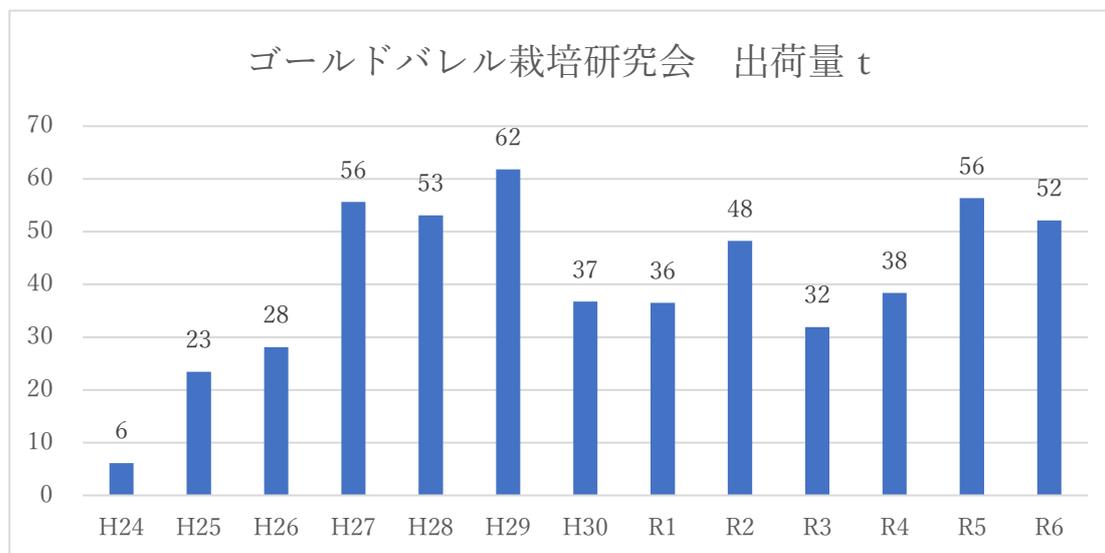
生果用への転換をさらに推進する現在の中心的存在が、高級品種「ゴールドバレル」である。平成 23 年(2011 年)から本格的に始まったこの品種は、栽培の難しさから当初は生産者数が伸び悩んだが、平成 24 年に設立された生産者組織「東村ゴールドバレル栽培研究会」と、役場、JA、県、といった関係機関によって構成された「東村ゴールドバレル産地育成支援チーム」とが連携し、栽培講習会や苗の確保、光センサーを使用した糖度確認体制の構築といっ

たブランド産地化へ向けた取組や、那覇空港や大型商業施設でのPRイベント、ラジオ番組等を活用したPR等、地道な取組を続けた結果、生産者は当初の1名から令和6年には約35名へと増加し、生産量も、平成24年の6トンから52トンへと約9倍に拡大しており、産地再生に向けた力強い動きとなっている。

この「ゴールドバレル」への選択と集中は、過去の危機を教訓とし、「量」から「質」へと価値基準を転換した結果である。



表-3



資料: 東村ゴールドバレル栽培研究会

表-3は、ゴールドバレル研究会への出荷量の推移を示したものである。しかし、表-2に示した生果用パイナップルの出荷動向と同様に、本表で示されている数量には農家が独自の販路で販売した分は含まれていない。毎年実施している農家アンケート調査の結果からは、ゴールドバレル栽培研究会以外の流通先に販売されている数量が一定数存在することが確認されており、これらを含めた実際の出荷量は、表-3に示されている数値のおおむね2倍に達しているものと推測される。

パインアップル産業に関する現状と課題

① 制度による保護なしには存続が危ぶまれる加工用パインアップルの生産

平成 2 年(1990 年)のパインアップル缶詰の輸入自由化以降、加工用パインアップルの国内生産量は減少の一途をたどっている。こうした状況の中で、国は国内生産者を保護するため、缶詰の輸入業者に対し、沖縄産パインアップル缶詰を購入する者が、その数量に見合った一定量を輸入する場合に無税(一次税率)を適用し、一方その他の輸入については関税を課す「関税割当制度(TQ 制度)」を同年から導入している。

本村では、加工用パインアップルの出荷に対して 1kg あたり 10 円の補助金を支給しているほか、肥料・農薬・農機具の導入支援や鳥獣害対策など、さまざまな奨励施策を実施し、農家の所得確保と生産量の減少抑制に努めている。

また、公益法人沖縄県園芸農業振興基金協会が実施する補助も加工用パインアップルの生産継続に欠かせない支援となっている。

しかし、これらの制度や支援策が今後も永続するとは限らず、将来的には見直しや縮小の可能性もある。そのため、持続可能な生産体制の構築や、新たな収益モデルの模索が求められている。

農業振興に関する村補助金

表-4(単位:円)

対象	補助率	年間支出額 (R1~R6平均)
農林業施設	20%・50% (ハウス長寿命化)	1,348,667
優良農機具	15%・20% (動噴のみ)	2,291,833
有害鳥獣施設	50%	5,508,700
堆肥	50%	5,727,004
化学肥料	25%	10,075,309
農薬	15%	2,688,086
防風林	75%	42,428
耕作放棄地解消	直接施工 3,000円/1a 請負施工 6,000円/1a	※R2年度開始のためR2~6の平均 1,981,494
加工用パイン出荷補助	10円/1kg	12,510,881
計		42,461,446

② 農家の生産意欲向上に繋がっていない買取り価格

原料用パインアップルの買取り価格は、令和 6 年度現在、前述の補助金や各種奨励制度の効果が反映されているものの、1kg あたりおおよそ 115 円にとどまっており、農家の生産意欲を十分に高める水準には至っていないのが現状である。

また、生果用として最も高値で取引されている「ゴールドバレル」についても、露地栽培での買取価格は1kgあたり約500円となっており、村が目標とする1kgあたり1,000円には遠く及ばない。したがって、ブランド化のさらなる推進や販路の拡大を通じて、買取価格の一層の向上を図る必要がある。

原料パイン買取価格の推移

表-5(単位:円/kg)

等級	内訳	R2	R3	R4	R5	R6
1級果	原料価格	70	72	74	76	78
	奨励金	30	28	26	24	22
	村補助(1kgあたり)	10	10	10	10	10
	その他	—	—	—	5	5
	計	110	110	110	115	115
2級果	原料価格	60	62	64	66	66
	奨励金	15	13	11	9	9
	村補助(1kgあたり)	10	10	10	10	10
	その他	—	—	—	—	3
	計	85	85	85	85	88
3級果	原料価格	15	15	15	15	15
	奨励金	15	15	15	15	15
	村補助(1kgあたり)	10	10	10	10	10
	計	40	40	40	40	40

ゴールドバレル買取価格の推移(東村ゴールドバレル栽培研究会)

表-6(単位:円/kg)

等級	R2	R3	R4	R5	R6 等級区分け改定あり	
ハウス A 糖度15.8以上	522		550		特 A	600
ハウス B 糖度14.7以上 糖度15.8以上の多冠芽	300		400		A	420
ハウス C 糖度14.7以上の多冠芽	200				B	250
ハウス D	85				C	85
露地 A 糖度15.8以上	475		500		特 A	500
露地 B 糖度14.7以上 糖度15.8以上の多冠芽	250		300		A	320
露地 C 糖度14.7以上の多冠芽	200				B	250
露地 D	85				C	85

高齢化と人口減少に伴う農家の減少と労働力不足

高齢化の進行に伴い、毎年離農する農家が一定数存在している。村では年間 5 名の新規就農者の確保に取り組んでおり、現状では概ね達成できているものの、これを継続できなければ農家の減少に歯止めをかける事はできなくなる。

また、村の人材サポートセンターによる雇用斡旋については、求人の需要は高いものの、求職者の減少により、十分に機能していないのが現状である。

表-7

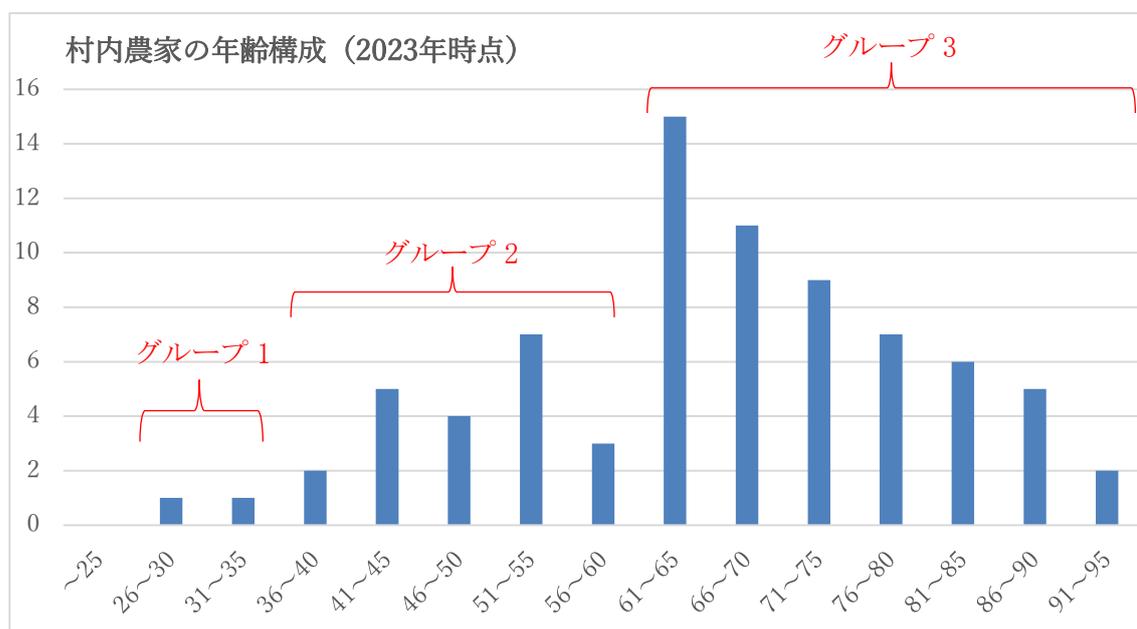


表-7 は、令和 5 年(2023 年)時点における村内農家の年齢構成を示したものである。この資料から、本村の農業従事者は主に 3 つの年齢層に大別されることがわかる。

まず 1 つ目のグループは、26 歳から 35 歳までの若年層である。この層は比較的少数ではあるが、実家が農家で家業を継いだ者や、農業に将来性を見出して新たに就農した者が多いと推察される。

2 つ目のグループは、36 歳から 60 歳までの中堅層で、この層になると人数が明らかに増加している傾向が見られる。この背景としては、一度他産業に従事した後、何らかの契機で農業に転身した者や、兼業として農業を始めた者が多く含まれていると考えられる。

そして 3 つ目のグループは、61 歳以上の高齢層であり、年齢構成の中でも特に人数の増加が顕著である。この層は、上記の 2 グループに、他産業で定年を迎えた後に、第二の人生として農業を選択した者たちが加わり、本村のリンアップル産業を支える中心的な存在となっている。

本村の農業は現在、高齢層による支えの上に成り立っている一方で、若年層や中堅層の存

在は将来的な持続可能性を担うカギとなる。今後はそれぞれの年齢層に応じた就農支援、継承支援、働き方の柔軟化、技術共有の仕組み構築などが求められる。

表-8、表-9 は、過去の農業センサスに基づき、将来的な農家数の推移を予測するとともに、農家の減少を抑えるために必要となる新規就農者数を推計したものである。

農家数とパイン農家・出荷量予測及び新規就農者シミュレーション(JA 取扱い分) 表-8

西暦	農家数 ※1	新規就農者 ※2	農家修正予測	パイン農家修正予測 ※3	パイン出荷予測(t) ※4	新規就農パイン予測(t) ※5・6	パイン出荷修正予測(t)
1975年	336				7,271		
1980年	357				10,686		
1985年	357				9,841		
1990年	317				7,439		
1995年	275				5,636		
2000年	243				3,197		
2005年	201				1,707		
2010年	188				1,549		
2015年	171				1,348		
2020年	136			84	1,338		
2025年	109			82	880		880
2030年	82	25	107	81	700	500	1,200
2035年	55	25	105	80	500	500	1,500

※1 2000年～2020年の減少が107名で、年に5.35人が離農。

※2 毎年5名の新規就農

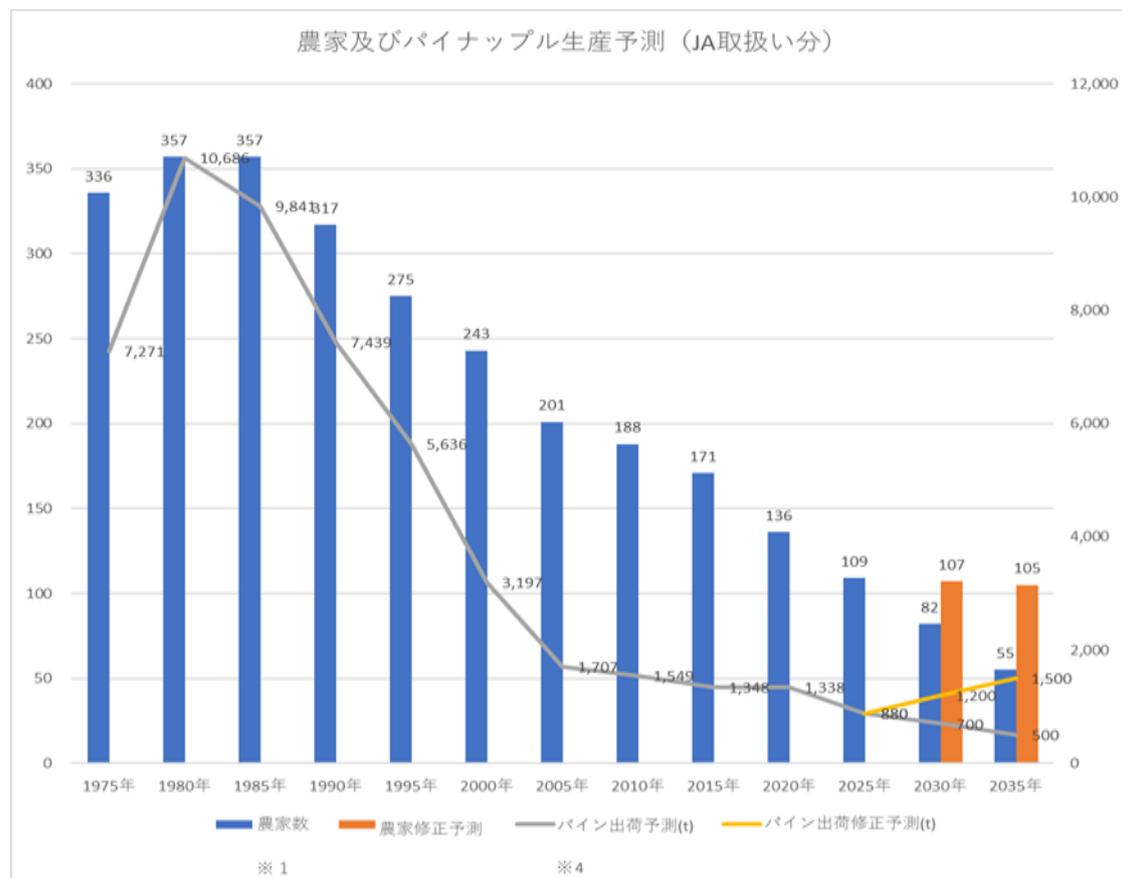
※3 全農家に対するパイン農家比率を2020年の実数を参考に算出 $84/136=61.76\%$ とした。

※4 2020年の実数から農家平均生産量を $1,338/84=15.9t$ とした。

※5 新規就農者の8割がパインアップル生産

※6 新規パイン農家が20tを生産予測

表-9



本村では、農業の担い手確保に向けて、新規就農者を対象とした各種給付金制度の実施や、東村新規就農者育成センターにおける研修生の受け入れなどの施策を通じ、年間概ね5名の新規就農者の確保に取り組んでいる。

<東村新規就農者育成センターの概要>

研修内容/パイナップルの栽培を主とした農業研修(村営試験農場での研修・先進農家への派遣・県主催研修・農機具講習会等への参加)
週4日・年間研修時間1200時間以上・最長2年間

補助金等 /新規畑人資金支援事業(県補助10/10年間150万円)

東村新規就農準備資金支援事業(村補助年間150万円) ※県補助対象外の者
定住支援/東村新規就農者育成センター研修生家賃補助(年間12万円)

<その他新規就農者向けの支援>

住宅の斡旋(定住促進住宅・産業支援住宅・公営住宅・空き家斡旋)
農地の斡旋(農地中間管理機構を通じ、概ね10年間の賃貸借契約)

高級品種「ゴールドバレル」のブランド価値向上と課題への対応

東村産の高級パインアップル品種「ゴールドバレル」については、平成 24 年に設立された「東村ゴールドバレル栽培研究会」による栽培講習会の実施や苗の安定確保、光センサーを活用した糖度確認体制の構築など、村全体で品質管理に取り組んできた。また、「タダオゴールド」に代表される先進農家による独自ブランド化や、ふるさと納税の返礼品としての需要を通じ、市場における一定の認知拡大が進んでおり、「ゴールドバレル＝東村産」というブランドイメージが徐々に定着しつつある。

しかしながら、近年は他産地においても販売戦略の強化が進められており、ブランド競争は一層厳しさを増している。東村が引き続き「日本一のパインアップル生産地」としての地位を維持・強化していくためには、品質面だけでなく販売・流通・情報発信を含めたさらなる差別化戦略の深化が求められている。

< 現行の差別化手法 >

現在、東村産ゴールドバレルについては以下の手法により差別化が図られている

- ・光センサー選果機(平成 26 年導入)による糖度の測定
- ・糖度 14.7 以上を保証するロゴ入りタグ(令和元年商標登録)を付けた販売方式



< 顕在化している課題 >

- ・タグの認知度が不十分であり、糖度保証の価値が消費者に十分に伝わっていない
- ・天候(台風・大雨等)により出荷が集中することで、選果作業が遅れ、過熟による品質の低下が発生
- ・村の栽培研究会を通さずに出荷された製品については、品質管理が徹底されておらず、統一ブランドとしての信頼性を損なう要因となっている

将来像のキャッチフレーズ

このような経緯や課題を踏まえ、本村が目指すパインアップル産業の振興に関する将来像・キャッチフレーズを次のとおり定める。

守られた産業から村経済を牽引するパインアップル産業への転換

基本目標

上記のキャッチフレーズを実現する上で必要となる基本目標を次に示す。

① 生産体制の最適化による農家所得の向上

N67-10 の安定的な生産により、加工用パインとしての継続的な収入を確保しつつ、ゴールドバレルをはじめとする生果用パインの生産との適切なバランスを図ることで、農家の所得向上に資する効率的な生産体制の構築を目指す(目標収入 1,000 万円)。

また、加工用および生果用の双方に適性が認められている「沖縄 27 号」については、今後の品種登録を見据え、登録後の普及に向けて関係機関との連携体制を強化するとともに、村独自の苗の安定供給体制の構築を図る。

<収入が 1,000 万円以上となる農家の先進事例>

品種		出荷量	面積	従事日数	粗収入
加工	N67-10	99 t	266a	本人 257日 妻 257日	10,857千円
生食用	ゴールドバレル	5.5 t	40a	本人 43日 妻 43日	3,388千円
	ボゴール・その他	6.5 t			
	N67-10				
合計		111 t	306a	600人日	14,245千円

収穫スケジュール		5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	粗収益	14,245千円
加工・生食用	N67-10	ハウス								経営費	5,208千円
生食用	ゴールドバレル									所得	9,036千円
	ボゴール・その他										

※所得率 63%

上記は、令和 3 年に全国果樹技術・経営コンクールにおいて、農林水産省農産局長賞を受賞した村内農家の経営事例である。

当該農家は平成 7 年に就農し、パインアップル露地栽培 266a、ハウス栽培 40a の計 306a を経営している。加工用と生果用を併用して生産することで、出荷時期の平準化と労働力の分散を図っている。平成 22 年からはゴールドバレルの栽培に取り組み、ハウスパインのビニール被覆作業を除き、外部雇用を行わず夫婦 2 人で管理している。

また、圃場を育成園、1 回目収穫園、2 回目収穫園の 3 区画に分けることで効率的な栽培サイクルを確立し、毎年の収穫量を安定化させることに成功している。

各品種の5年後・10年後の生産量その他各種目標 (JA 取扱い分)

(単位:t・円・ha・人)

品種	2025年度	2030年度	2035年度	備考
N67-10	770	695	590	N67-10については、現状、生果としての出荷は全体の約10%程度に留まっている。一方、沖縄27号は、加工用と生果用の両方で適性が高いと評価されており、特に夏実を中心に将来的には約50%が生果として出荷されることを想定する。
沖縄27号	0	390	800	
ゴールドパレル	80	65	55	ゴールドパレルについては、多くの農家が積極的に生産へ取り組む傾向にあるが、一方で、主な需要が贈答用市場に偏っていることから、販売時期により価格水準が下落するリスクがある。 今後はホワイトココ®等、収穫時期が異なる品種との組み合わせを見直し、経営の安定化を図る農家が増加することが想定される。
ホワイトココ®	0	20	30	ホワイトココ®については、食味評価が高く、ゴールドパレルに次ぐ需要が期待される。収穫時期が8月以降と比較的遅いことから、既存品種との作業分散効果が得られる点も生産者にとって利点となる。今後は若手農家を中心に作付面積が拡大していく見通しである。
ポゴール その他	30	30	25	生果用として最も早い時期に収穫が可能なポゴールについては、作業分散による労働負担軽減の観点から、今後も安定した生産が継続される見込みである。 その他の品種については各農家の経営方針や販路戦略に左右される要素が大きく、生産量の将来推計は難しいが、品質評価の高いホワイトココ®や沖縄27号が増加傾向となる一方、その他の品種は相対的に減少する見通しである。
合計	880	1,200	1,500	10年後目標 1,500t
加工用パイン 買取り価格	130	200	300	総合農産加工施設を運営するJAとの連携体制を強化し、物価高騰により増加した農家の生産コストが製品価格に適切に反映される仕組みを作る。
栽培面積	155	158	160	村では年間4haを目標に遊休地・耕作放棄地の解消に取り組むが、一方で、年間5名程度の離農がある事を踏まえると、栽培面積はほぼ横這いとなる見込み。過去の統計から、植付面積150ha前後で、生産量が1,500t程度であった年も少なくない。
パイン農家数	82	81	80	年間5名程度の新規就農者を確保する事で農家の減少を抑える。

- 村内での原料用・生果用パインアップルの生産量目標 **1,500t**
- 加工用パインアップル買取り価格 **300円/kg**
- パインアップル栽培面積の目標 **160ha**
- パインアップル生産農家数の目標 **80人**

② 悪天候時の対応力強化と持続可能な加工体制の確立

台風等の悪天候時においても、東村総合農産加工施設を可能な限り安定して稼働させ、農家が安心して原料用パインアップルの生産に取り組める環境を整備することが求められている。

近年、飲料や菓子類など、果汁を原料とした加工食品への需要が高まっていることを受け、令和6年度には、同施設の管理者であるJAが以下のような取り組みを実施した。

- ・多くの人員を要する3級果の缶詰生産ラインを廃止
- ・原料搬入状況に応じ、1級果・2級果のラインへ柔軟に切替える体制を整備
- ・果汁の生産量を増加させ、食品メーカーとの交渉により、果汁の販売価格を1kgあたり150円から300円へと大幅に引き上げることに成功

これらの成果を踏まえ、今後はTQ制度を前提とした缶詰の生産に限定するのではなく、果汁を含む多様な加工品の生産に対応できるよう、生産品目のバランスを図る必要がある。

施設の安定稼働と収益性の確保を両立させることにより、パイン農家の買取価格の引き上げや生産意欲の向上、さらには原料用パインの増産へと繋げ、持続可能な農産加工施設の運営体制を確立していく。



今後10年間(令和17年度まで)を対象とする本基本方針の期間においては、生果用・加工用の兼用品種である「沖縄27号」の普及が進むと同時に、現行の加工用品種である「N67-10」の生産は徐々に減少していくことが見込まれる。

農家の販売戦略としては、夏実を中心に生果での出荷・販売を優先し、秋実や規格外品を加工向けに回すという選択が自然な流れとなることから、こうした将来的な環境の変化を前提とした場合、村のパイン産業全体は生果用中心の構造へとシフトしていく可能性が高い。

これに伴い、東村総合農産加工施設の役割も、従来の加工用を中心とした生産体制から、秋実や規格外品等を有効活用する補完的機能へと軌道修正していく必要が生じる可能性がある。

現時点においては、関係者間で本件に関する明確な方針が打ち出されていない状況であるが、「沖縄 27 号」の導入準備と並行しつつ、関係者間の意見交換や認識共有を行い、将来を見据えた加工施設のあり方や方向性について、早期に明確化を図る必要がある。

③ 担い手育成と多様な人材活用による農業労働力の確保

地域農業の持続的発展を図るため、新規就農者の支援および農業労働力の確保に向けた取り組みを積極的に展開する。

・新規就農者に対する支援体制の充実

東村新規就農者育成センターでは、農業を志す若者や移住者に対し、実践的かつ体系的な研修プログラムを提供できるよう研修内容の改善を図る。特に、村内農家への派遣等による現場での実践研修や、農地の円滑な斡旋を通じて、研修生の円滑な独立と地域への定着を支援する。

また、各種給付金制度や補助事業についての丁寧な案内・相談対応を行うことで、就農初期の経済的負担の軽減に努め、安心して農業を始められる環境整備を推進する。

・農繁期における人手不足への対応

東村人材サポートセンターでは、夏季休暇中の学生や村外在住の東村出身者、外国人研修生など、多様な人材による一時的・短期的な農作業への参画を促進し、農繁期に深刻化する農家の人手不足の改善を図る。

併せて、機械化や AI の活用を推進することで、さらなる人手不足の解消にも取り組む。

これらの取り組みを一体的に推進することで、地域農業の将来を担う人材の着実な育成と、持続可能な農業経営体制の構築を目指す。今後も行政・関係機関・農業者が連携しながら、東村農業の安定と発展に繋げていく。

④ 高単価品種の品質向上と信頼性確保に向けた取組強化

ゴールドバレルをはじめとする高単価パインアップル品種の市場競争力を維持・向上させるためには、品質に対する消費者および取引先からの信頼性向上が不可欠である。特に、高糖度・食味評価を強みとするブランド品種においては、品質の均質化とそれを担保する情報発信体制の強化が求められている。

このため、以下の取組を推進することで、品質管理体制の強化と栽培技術の普及・高度化を図り、生産者・流通・消費者間におけるブランド価値の共有と信頼性の醸成を進める。

1. ブランド認知と価値訴求の強化

- ・タグ(糖度保証ラベル)の認知向上およびブランド価値の明確化
- ・店頭 POP、SNS、動画コンテンツ、PR イベント等を活用し、タグの意味(糖度保証・品質基準)を消費者にわかりやすく発信
- ・試食販売・メディア露出の拡大による実体験型プロモーションの推進

2. 選果・供給体制の強化とリスク対応

- ・出荷ピーク時に対応可能な選果体制(人員配置、機械稼働体制)の見直し・最適化
- ・台風・大雨等の異常気象を想定した BCP(事業継続計画)の策定・運用によるリスクマネジメントの強化
- ・等級外品を活用した果汁・加工品開発によるロス削減と新たな販路創出

3. 栽培技術の普及・高度化

- ・関係機関と連携し、東村ゴールドバレル栽培研究会会員以外の農家も対象とした講習会・研修会を定期的実施
- ・エスレル処理時期の調整等を通じた収量安定化の促進

これらの施策を通じて、農家全体の栽培技術の底上げと、生産物のブランド価値の向上を図り、安定的な高単価販売へと繋げていく。

⑤ 情報発信の強化とブランド価値の向上による販売促進

東村産パインアップルのさらなる認知度向上とブランドイメージの強化を図るため、以下のような PR 活動および差別化戦略を継続的に実施していく。

まず、「パインフェア」やパインの収穫・植付体験など、消費者や村民が実際に参加・体験できるプロモーションイベントを開催し、東村産パインアップルの魅力を直接発信する。さらに、テレビ・新聞・ラジオ・インターネットなど、各種メディアを活用した情報発信により、村内外への認知拡大を図る。

また、村内においては「パインアップル祭り」などの地域イベントを開催し、「おいしい東村産パインアップル」というイメージの定着とブランド力の向上につなげる。

加えて、令和2年度から実施している「東村ゴールドバレル栽培研究会」の品評会についても、引き続き継続していく。

令和7年度には試験的に、最優秀賞を受賞した生産者の出荷する特A品に特別価格を設定することで、プレミアム感を演出する取り組みを行ったところ、売れ行きも好調で、一定の成果が得られた。このようなプレミアム感の創出については、今回の取り組みに限らず、より多くの生産者に波及効果が期待できる新たな手法の模索を続けていく。

これらの取り組みを通じて、消費者の購買意欲を高めるとともに、農家の生産意欲向上にも寄与し、東村のパインアップル産業全体のさらなる発展につなげていく。



毎年恒例の東村パインフェア
(イオンモール沖縄ライカム)

村内小学生を対象としたパインアップル植付・収穫体験。
TV・新聞等の取材によりPRに繋げている。



⑥ パイン関連複合拠点施設の整備によるブランド力の強化

東村が誇るパインアップル産業の魅力を最大限に発信し、夏季の生果出荷にとどまらない通年型の観光・販売促進を図るため、パインアップルを核とした複合的な拠点施設「パイン館(仮称)」の整備を検討する。

本施設では、以下の機能を一体的に展開することにより、「日本一のパインアップル産地」としてのブランド力強化と、地域経済への波及効果を目指す。

<想定される施設の主な機能>

・パインを活用した加工品の販売

地域産の果実を活用したジャム、スイーツ、ジュース、ドライフルーツ、調味料などの土産品の提供

・「パインアップルカフェ」の設置

新鮮な生果を使用したデザートやドリンクを提供し、パインアップルの魅力を五感で体感

できる飲食スペース

・**収穫体験・ガイドツアーなどのアクティビティの提供**

観光客向けの農業体験や地域ガイドによるツアーで、産地ならではの魅力を発信

・**パインアップルの歴史・栄養成分・健康効果に関する展示スペース**

沖縄県および東村のパイン産業の歩みや、パインに含まれるブロメライン、ビタミン B1、クエン酸などの成分による健康効果についての情報発信

このような多機能拠点を整備することで、観光・産業・健康・学びの要素を融合し、パインアップルを通じた地域活性化の中核を担う施設として機能させる。

＜類似施設外観＞

国頭村/やんばるパイナップルの丘



名護市/ナゴパイナップルパーク



⑦ **副産物の活用によるゼロエミッション型生産システムの構築**

令和 5 年には、村内に進出した製薬会社が、パインアップルの茎から抽出される酵素(ブロメライン)を原料とした医薬品の製造や、茎に含まれる糖分の有効活用に向けた研究に着手した。また、繊維・製紙関連企業による「パイナップルペーパー」など、パインアップルの葉を資源として活用する取り組みも進められており、これまで廃棄されていた果実以外の部位の有効利用が図られている。

これらの動きは、資源の有効活用と廃棄物の削減につながるものであり、SDGs 目標 12「つくる責任 つかう責任」に資する取り組みとして注目されている。

さらに、東村総合農産加工施設においては、加工用パインアップルから発生する皮や果汁搾りかす(残渣)を、家畜飼料や香料の原料として再利用する取り組みも進んでいる。こうした取り組みは、農業資源の循環利用という観点から、環境負荷の軽減と持続可能な農業の実現(SDGs 目標 2・12・13)に向けた実践的な試みといえる。



ジェイドルフ製菓(株)
沖縄工場 (R5 年建設)



また、パインアップル産業と密接に関わる課題である赤土流出の問題については、現在、「東村赤土流出防止対策協議」において、グリーンベルトの設置、マルチングの実施、キュアマットの導入、カバークロープの活用、心土破碎などの農業的対策が講じられている他、沈砂池の浚渫や河川内へのろ過機能の構築といった土木的対策も行われている。

これらの取り組みは、農業と環境の調和を図りながら、土壌の保全、水質の改善、海洋生態系の保護を目指すものであり、SDGs 目標 2「飢餓をゼロに」、目標 13「気候変動に具体的な対策を」、目標 14「海の豊かさを守ろう」と深く関わっている。

< 関連する SDGs 要素 >

- ・目標 2「飢餓をゼロに」: 農業の持続可能性向上、飼料活用など
- ・目標 12「つくる責任 つかう責任」: 未利用資源の活用、食品ロス削減
- ・目標 13「気候変動に具体的な対策を」: 廃棄物削減と環境負荷の低減
- ・目標 14「海の豊かさを守ろう」: 赤土流出によるサンゴ礁や海洋生態系への影響の防止

こうした地域全体でこれらの施策を継続的かつ効果的に推進していくことで、SDGsに繋がるパインアップル産業の総合的な価値向上と農家の実質的な所得向上に繋げていく。



R7.11.27
印刷物制作等を手掛ける株式会社ブリスタが開発した「パインアップルペーパー」の発売開始に関する記者発表を行った。

⑧ パインアップルを使った新たな加工品の開発と販売チャンネルの創出

パインアップルの出荷が一時期に集中することによる価格下落や選果・出荷作業の逼迫を避けるため、加工品開発と新たな販売体制の構築に取り組む。

1. 新たな加工品の開発による販売先の分散と付加価値向上

パインアップルの果肉・果汁・冷凍技術等を活用した新たな加工品の開発を推進することで、夏季の生果出荷が集中する時期における販売先の分散(逃避先)を確保し、価格や品質の安定化を図る。

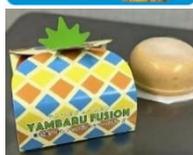
<開発が想定される加工品例>

- ・果汁を使ったスムージー、ゼリー、飲料
- ・果肉を活用した冷凍カットパイン、パインジャム、菓子類
- ・冷凍・冷蔵流通を活用した業務用パッケージ

<R6 年度の取り組み例>



パインアップルの芯を使ったお菓子(ドライフルーツ)。
JA 全農・全国農協食品(株)・(株)ファミリーマートのコラボ商品
R6 年販売



規格外の東村産パイン(N67-10)とクリームーズを組み合わせた
プリン。
東村ふるさと振興(株) R6 年より販売開始

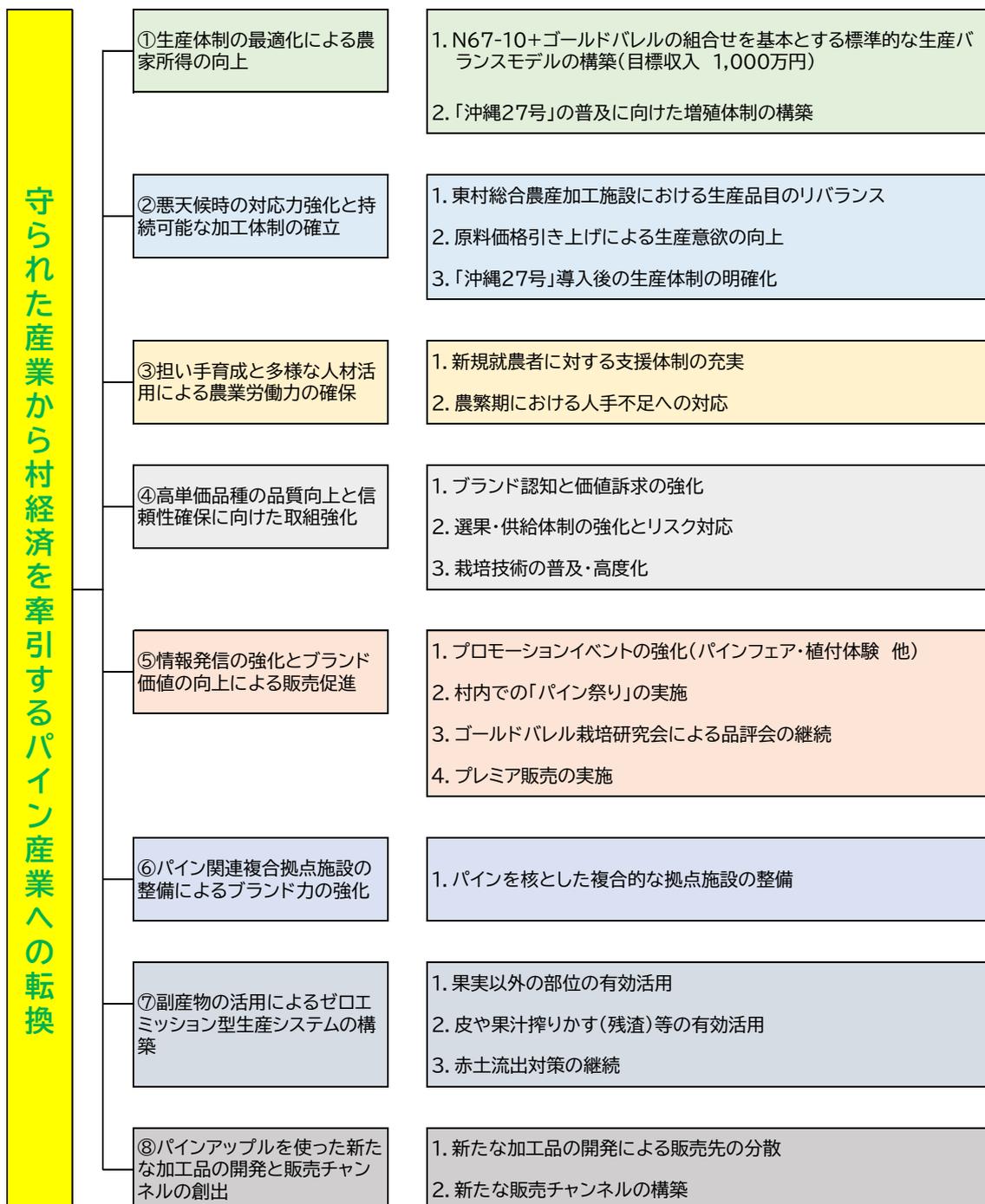
2. 新たな販売チャンネルの構築

既存の流通体制に加えて、次のような多様な販売ルート of 確保を検討・推進する。

- ・加工品専門の販路(ギフト市場・観光土産品・業務用販売など)
- ・ふるさと納税返礼品への展開
- ・EC サイト・ネット通販での販売
- ・首都圏や海外市場に向けた業者間取引ルートの新規開拓

これにより、マーケットリスクの分散とともに、東村産パインの販路拡大とブランド強化を目指す。

施策の体系



パイナップル産業振興に関する基本方針

令和 8 年 3 月

東村役場 農林水産課