

Oi! Kochi

GOKKUN UMAJI MURA!

Paul Fioravanti and Zachary Piper

ポール・フィオラヴァンティとザッカリ・パイパー



‘Gokkun’: it’s a Kochi institution. Arguably the most famous name associated with the unique fruit known as yuzu. We interviewed Mochifumi Toutani, Representative Managing Director of the Umaji Village Farming Cooperative Society to get the lowdown on yuzu, and its relationship to Umaji.

Oi! Kochi(OK) : First, can you tell us about your company and what it is you make?

Mr.Mochifumi Toutani(MT) : It’s not a company; it’s an organization: a co-operative made by farmers. There are 650 members from 340 households. Umaji’s population is a bit more than 1200, and the only produce we have is yuzu. There are a number of rice paddies, but the farmers only grow enough rice to feed their own families.

OK : For the people who don’t know what yuzu is, can you please explain what it actually is and what it tastes like?

MT : Well, if they could drink it... to explain with words is kind of... If the people who don’t know what Yuzu is could smell its fragrance and taste it on their tongues, that would be the best way to show them. [It’s like] lemon, lime, with other types of citron; they’re all aromatic citrus fruits.

OK : Why do you grow yuzu in Umaji?

MT : We’ve had yuzu for a long time now. The actual cultivation of the yuzu started in 1965, over 30 years ago. “Actual cultivation” meaning that we’ve been using the fruit from the natural

『ごっくん馬路村』：高知県の名物のひとつです。ゆずという独自の果物に関する一番有名な名前かもしれません。ゆずと馬路村との関係がもっと分かるように馬路村農業協同組合の代表理事専務の東谷望史さんにインタビューしました。

オ－イ！高知（以下OK）：まず、会社について、そして、何を作るのかを教えてください。

東谷望史さん（以下東谷）：会社じゃないですね…農業者が作った団体という農協やさね。組合員数が650名、組合員の戸数が340。馬路村は人口が1200人ちょっとの村。農作物はゆずしかない、水田もいくらあるけど、みんな家で食べるくらいの米しか作ってない。

OK：ゆずを知らない人にどのようなものか、どんな味がするのか教えてください。

東谷：飲んでもらうことやね…口ではね。知らない人に味を伝えるというのは、香りをかいでもらう、舌で味わってもらう。（例えば）レモン、ライム、他はすだちとか、これらが香酸柑橘。香る酸の柑橘。

OK：なぜ、馬路でゆずを？

東谷：これは古い時代からありました。昭和40年、今から30数年前から栽培という形に入った。何で栽培の形に入ったかという、自然樹



Oi! Kochi
Oi! Kochi



村で「ゆず」を多くつくっているところ、
街のみなさんが「こんなんあつたら
おもしろい」とかいろいろ言ってく
れます。あれこれ考えて
つくっていらした人にたくさん
グッズが出来ました。

FOCUS ON: GOKKUN UMAJI MURA!

Page 2
of 4

yuzu trees for a long time now. The trees would bear fruit that would turn yellow in the autumn. The farmers would then pick the fruits, peel them and squeeze them. Then they'd take the juice and use it in their cooking, making yuzu a part of the dietary culture. They'd use it with sushi and other things.

OK: Do you ship yuzu products outside of Kochi Prefecture and are they popular?

MT: We ship all over the country. They aren't very popular in Tohoku (Northern Honshu). They don't have citrus fruits in Tohoku so they don't have the same dietary culture. Though people from all over Japan move to Hokkaido, so there is a desire for yuzu products there. Okinawa has a different kind of citrus. The fragrance is a bit different. They have sour mikans in Tokyo and the areas south of Tokyo, (so our yuzu products are popular there).

OK: Do you think there's an opportunity to sell your products in other countries?

MT: We had a product display in America. I went there once. There are Japanese people living there who had trading companies, so we were able to do some business through them. We didn't sell a lot, however, as shipping costs proved to be expensive.

OK: From my perspective, it seems that the marketing of Umaji's goods relies heavily on the 'made in a small village/the countryside' image. Is this important?

MT: Very much so. We are selling the countryside as well, so don't want our image to imitate an urban city. Home-made goods, Yuzu made with care by your grandparents, and a place where children play happily are the kinds of important elements that we want to

のゆずを秋に黄色い実になるから、その実をむいで、農家が自分で絞ってその絞り汁を料理に使ってきたという食文化があったということ。寿司を作ったり...

OK: 県外にゆず商品を発送していますか? 人気はありますか?

東谷: 全国に。東北が弱いですね... 東北には柑橘がない。だから今まで(ゆずに関する)食文化がない。まあ、北海道は各地から移住しているから食文化があるけど。沖縄はゆずとは違うシトラスの柑橘があるんですわ。ちょっと香りが違うけど(だから人気)。東京から南のほうにはそういう酸っぱいみかんがあるんですわ。

OK: 海外に輸出の機会があると思いますか?

東谷: アメリカでかつて物産展をやったことがある。それで1回行きましたね。日本人もいるから商社を通じていってますね、そんなに多くの量ではないですけど。ただ、輸送費等で高くなるんですよ。

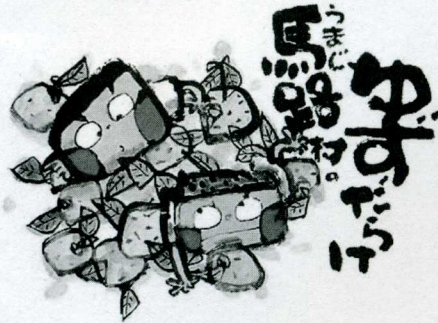
OK: 私の視点から馬路村の生産業をイメージすると、村とか田舎があるんですね。それは大事ですか?

東谷: そうです。都会のまねはしたくない。田舎を売るといってやから。手作りであったり、おじいちゃんおばあちゃんがゆず作りをしていたり、子供が元気で遊んでいた。そういうようなものを大事に情報を出していきたい。

OK: 都会のゆず商品の会社よりも馬路の商品の品質は高いと思いますか?



Oi! Kochi
Oi! Kochi



FOCUS ON:

GOKKUN UMAJI MURA!

Page 3
of 4

promote.

OK: Do you believe that Umaji's Yuzu goods are of a higher quality than Yuzu goods made by a companies based out of cities?

MT: Of course! From picking the fruit to primary processing to the secondary stage of the finished goods, we do it all ourselves. A big company probably cannot do their own ingredient processing, so because of this, they begin their production from when they buy the fruit. Umaji can do both production and manufacturing which is to our advantage.

OK: Presently, there has been a lot of talk concerning *gappei* [the consolidation of towns and villages into larger cities, mostly for economic gain]. If Umaji were to consolidate, the village name would disappear to possibly become Umaji Town. What effect do you think this would have?

MT: The Agricultural Cooperative Association will not consolidate. We haven't thought too much about if the village will consolidate, but even if the present administrative area becomes part of a larger city, I don't think that our business practices will change. Even if we lose the village name, we'll still be selling our product. I don't think that will change, but I can't say with certainty what will happen.

OK: Where did you get the name "Gokkun"?

MT: It refers to the width of the bottle's opening. When we were thinking of a name we just couldn't come up with anything. Then, when we decided on the bottle... the width of the opening and the feeling of drinking it... that's 'Gokkun'. However 'Gokkun' alone doesn't tell where it's from, so we added 'Umaji-mura' to the end.

東谷: もちろん!生産から、1次加工、最終製品に仕上げる2次加工まで、すべて自分たちでできるから。メーカーは原料加工というのが多分できない。生産をしていないから原料を買うところから始まる。馬路はゆずの生産現場から製造現場までであるから有利。

OK: 現在、市町村合併の話が出ていますが、合併して【馬路村】という名前がなくなり、例えば【馬路町】になったとしたら、どんな結果になるのでしょうか。

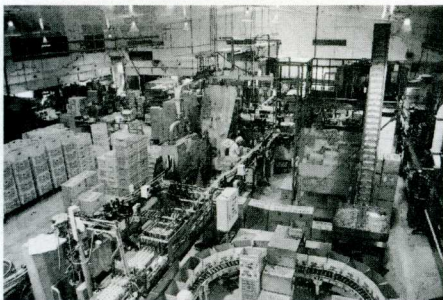
東谷: 馬路の農協は合併はしない。村が合併したとしたら、深くは考えてないけど、行政が広域になってもやることは変わらないと思う。村という名前がなくなったとしても売っていく。このやり方は変わらない。どうなるかわかりませんけど。

OK: 『ごっくん』という名前はどこからきましたか?

東谷: これはビンの口の広さですね。名前をつけるときにいろいろ悩んだがやですけど、ビンを決めたときに、広い口と、飲み心地...それで『ごっくん』。それと『ごっくん』だけでは地域性が分からないから、馬路村というのを後ろにひっつけたんよね。

OK: 『ごっくん』が完成するまでにどのくらいかかりましたか?

東谷: 味であったり、ビンであったり、ラベルであったりですね。イメージしてから形になるまでに1年かかりました。もちろん、味の部分でも少し時間がかかりました。



OK: How long did it take for you to perfect Gokkun?

MT: We had to work on the taste, the bottle, the label... it took about a year to create the image we wanted and how we wanted the final product to turn out. Of course it took quite a bit of time particularly to get the taste we wanted.

OK: Does the Gokkun Character have a name and is the character used anywhere outside of Umaji?

MT: The boy on the bottle's name is Gokkun Bouya. He's pretty much the basis of our product.

The character has a strong association with Umaji and its image, so if someone used it, our brand and image would suffer. [However], it's also used for Umaji tourism and *onsen* pamphlets. Though, if it's not presented as a unified image, and used carelessly on unrelated material, its meaning becomes lost.

OK: Do you have a final message for Oi! Kochi readers?

MT: To those who have not tasted or drunk Umaji, and to those that have, please come and visit us!

If you would like to read the full version of this interview, you can find it at the Kochi International Association's website:

<http://www.kochi-f.co.jp/kia>

OK: ごっくんのキャラクターは名前がありますか?それで、このキャラクターは、馬路以外に使ってますか?

東谷: ごっくん坊やというか、ビンにのっている子供のキャラクターが広がっていった。もとはといえばこれやね。使ったら損をするよね。馬路のイメージがついたから。馬路を連想させるでしょ! [しかし]、村のパンフレット、温泉のパンフレットにも使われているけれども。イメージは統一されてないと...みんながばらばらのことをすると、統一しないし、出来上がらない。

OK: 最後にメッセージをお願いします。

東谷: 食べたり、飲んだことのない方も、ある方も、1回馬路に遊びにきいや!!

※ここに載っていないインタビューの全文は高知県国際交流協会のウェブサイトにあります:

<http://www.kochi-f.co.jp/kia>

