

プロジェクト課題活動実績

課題名 「FAM'S キッチンいわくに」を起点とした産地づくり

岩国農林水産事務所農業部 チーム員：増富和恵、陶山紀江、山榮午朗、
青木博幸、杉富士子、迫村竜也、
松井香織、白井美穂

<活動事例の要旨>

J A直売所の開設を契機にした新たな担い手の育成・確保や産地づくりに取り組むとともに、地産・地消や交流活動の促進及びこの直売所を最大限に活用できる体制整備を関係機関一体となって進めた。今年度は特に、「生産・出荷・販売」が連動した取組の充実に向けた体制づくりを進めた。

この結果、農産物、加工品出荷者は開設当初の2倍、売上げは4億円を超えた。

1 普及活動の課題・目標

岩国地域は、平成22年から平成27年にかけて農業就業人口が22%、経営耕地面積が13%減少している。さらに、農業生産の減少や集落機能の低下が年々進んでおり、担い手の確保と農業生産の維持が課題である。

そうした中、岩国地域の農業振興と農村の活性化を目的に、新たなJ A直売所の設置を進め、平成30年3月に「FAM'S キッチンいわくに」が開設された。

本プロジェクトでは、この直売所を最大限活用して、新たな担い手の育成・確保や産地づくりによる農家所得の向上と農業生産の維持及び地産・地消や体験交流等の促進による地元農産物の需要拡大の推進を目標に平成30年度から活動を進めた。

直売所の目標販売額は当初、3億円に設定されたが、令和元年度には目標を達成したため、令和2年度に目標販売額が5億円に修正された。そのため本プロジェクトの到達目標である「農産物直売所販売額」も令和2年度から、5億円に修正し進めた。

また、目標達成に向け、従来を取組に加え、直売所の販売額向上の体制整備を追加して進めた。

2 普及活動の内容

(1) 新たな担い手の育成・確保

ア 出荷者育成システムの確立

① 農業入門塾開催による新規栽培者の掘り起こし

- ・ 「岩国地域農業入門塾」は、野菜の新規栽培者確保に向けJ Aが主催し、岩国市と農業部の連携のもと平成29年度から実施されている。本プロジェクトでは、運営方法の検討と改善に取り組んだ。
- ・ 水稻を中心とした兼業農家の世代交代を円滑に進めるため、水稻版農業入門塾を令和2年度に計画したが、新型コロナウイルスの影響で実施できなかった。今年度の後半には、次年度実施に向け、実施方法等の検討を開始した。

② 多様な人材の掘り起こしのためのチャレンジ研修開催

- ・ 平成 30 年度からは、入門塾への参加や野菜の栽培を促すために、初心者を対象とした「野菜・加工品出荷チャレンジ研修」を J A、市と連携し開催した。
- ・ 野菜研修では、栽培に加え、栽培の基礎となる土づくりや育苗、農薬について研修した。加工研修では、加工品づくりや加工所設置の手順を研修した。今年度の研修は、新型コロナウイルスの影響で実施できなかった。

イ 加工出荷者の育成

法人化して間もない K 企業組合をモデルに、運営体制強化を支援するとともに、直売所を活用した商品づくりや販売拡大、売り場改善等を支援した。モデル企業組合と直売所との意見交換の実施を誘導し、需要ある商品の増産や商品改善、売り場改善を行った。

ウ 若い女性農業者の育成

地域に点在する若い女性農業者が、同世代の仲間づくりや農家経営の改善に意欲を持って取り組んでいくために、関係機関と連携して、学習や情報交換の場となるセミナーを開催した。この活動の一環として、J A 直売所におけるイベント販売の開催を支援し、活動を P R した。

(2) 新たな拠点産地づくりの推進

ア 推進計画の策定

- ・ 栽培施設整備については、岩国地域農業振興計画に反映するよう検討し、新たな拠点産地づくりに向け、関係機関による協議を進め、産地パッケージ計画を作成した。
- ・ 主要農家、新規就農者、就農希望者、農業入門塾の参加者などに施設導入を働きかけ、新規就業者等産地拡大促進事業を活用して平成 30 年度は夏秋トマト、令和元年度・2 年度はわさびの栽培施設を整備した。

イ 品目生産振興

新規作物の夏秋トマトの他に、岩国地域での推進品目について、課題解決を図った。

・ 夏秋トマト

新たに取り組む品目であるため、本作前の試作や施設整備前のは場排水対策等を支援した。栽培開始後は、生産量向上のために毎月 1 回程度の研修会を開催した。

・ わさび

超促成作型の導入拡大に向け、良質苗生産にむけた遮光方法の改善、培土試験等を実施した。

・ 岸根ぐり

苗木の供給体制整備やカットバック等の実施による園地の若返りを支援するとともに園地の現状調査を実施した。

・ りんどう

株枯れや高温障害によるハチマキ症等の対策について、実証ほを活用した技術指導に取り組んだ。また、既存の販路に加え、県内花市場への出荷や県外出荷にも取り組んだ。さらに、需要拡大に向けて、フラワーアレンジメント体験等を開催し、消費者への P R を行った。

- ・ 水稻「あきまつり」

「エコ50」栽培の地域ブランド米として、生産拡大に必要な種子生産を支援するとともに、調査ほ場を設置し、収量・品質向上を図った。また、結びつき米拡大加速化支援対策を活用した需要拡大に取り組んだ。

(3) 地産・地消の推進

ア 直売所による体験交流

① 直売所を活用して行う体験交流

農村女性の知恵や技を活かした伝承活動を目的に、JA直売所を活用し、岩国寿司やこんにやく、わさび漬等の料理・加工体験交流の実施を支援した。その際、地域の情報や生産背景などが伝わる企画内容となるよう運営を支援し、反省・評価を行った。

② 直売所が主体となって行う料理講習会

- ・ 地元の農産物のPRや出荷者のファンづくりを目的に、JA直売所主体で、各生産部会の部会員や出荷者が講師になって開催した。その際には、計画づくり、実践、評価を担当者が担えるよう支援した。
- ・ 各々の開催に向け、毎月、体験交流やイベント関係の調整等を行う「FAM'Sミーティング」を開催した。
- ・ 今年度、体験交流を直売所担当者が主体となって実施する予定であったが、新型コロナウイルスの影響で、集客イベントや体験交流などの開催ができなかった。そのため、実施可能な内容を検討し、旬の地域産物をPRできる岸根ぐりやれんこんのフェアの開催を支援した。



岸根ぐりフェアとコラボ弁当

イ 学校給食への供給体制確立

- ・ 販路の1つとなる学校給食への供給体制の仕組みづくりのため、出荷者の組織化検討に向けた課題整理を行い、供給体制づくりや取引実績の把握、進捗管理を行った。
- ・ 給食へ供給する地元産農産物の品目数増加に向けて産地の掘り起こしに取り組んだ。

(4) 出荷量拡大や販売強化等による直売所の販売額向上

ア 直売所の売上向上のための検討会等の設置と開催

直売所の目標販売額が5億円に上方修正されたため、この達成に向け、さらなる出荷者確保・育成、出荷量拡大、交流活動を図ることが必要となった。そこで、令和2年度から直売所の販売額向上のための検討体制整備に取り組み、次の3つの会議をもとに、「生産・出荷・販売」が連動した取組になるよう体制を整えた。

① 事業検討会

直売所は、中山間地域所得向上支援事業(国庫)を活用して設置していることから、市が主となって、年2回開催。市、JAの中央営農センター、指導販売課、直売所店長と当事務所で、事業に関する進捗状況を確認し、問題点や今後の対応等を検討する場とした。

② パワーアップ会議

直売所の出荷者、販売額向上等について、毎月1回以上不定期で作戦会議の場として開催。JA中央営農センター、指導販売課、直売所店長、農水の担当で構成し、営農指導員と連携した生産者の育成、出荷量を伸ばす仕組みづくり等を検討した。

③ JA農業振興会議

JA、農水、市生産流通課で、毎月開催。パワーアップ会議で検討した内容について各営農指導員等への周知の場とした。

イ 直売所による生産支援活動の充実

① 出荷量拡大に向けた取組

- 令和元年度の直売所出荷実績から、出荷量が不足している野菜を中心に推進品目を決定し、その品目の栽培意向者を対象とした面談や講習会を開催した。
- 出荷会員にも広く周知するため、年2回、秋冬野菜、冬春野菜等の野菜作付けの推進資料を作成し配布した。
- 従来栽培暦に、推進品目を追加するなどの更新を図った。



今年度唯一の講習会実施

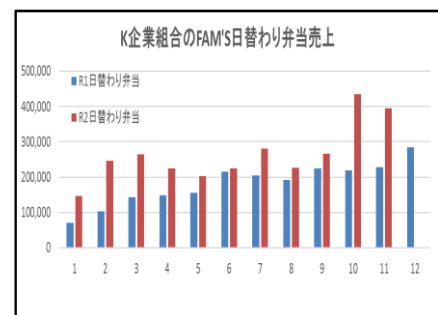
② 加工品出荷拡大に向けた取組

- 日頃は単品で販売している商品を、夏や年末の贈答シーズンに商品セットとして販売する仕組みを検討した。
- 加工品出荷者の商品リストを整理するとともに、現状で直売所が販売対応可能な条件を検討した結果、常温で賞味期限2週間程度の商品に絞り、「winter gift」として、試験販売を行った。
- 昔ながらのたくあんや梅干しは、需要があるため、新しい出荷者の育成に取り組んだ。ベテラン出荷者の協力を得て、生産から加工までを研修する講習会を計画し、令和元年度は、たくあんづくりを実施した。今年度は、梅干づくりを計画したが、新型コロナウイルスの影響で実施できず、マニュアルのみ作成し、希望者に配布できるよう準備した。

3 普及活動の成果

(1) 新たな担い手育成の育成・確保

- 農業入門塾の受講者は3年間でのべ71人、そのうち出荷を始めたのは18人と、新規栽培者が確保された。
- JA農業振興会議においては、今後の継続的な栽培者確保に向けて、野菜と水稲の入門塾を1年おきに実施していくかなど、継続的な研修体制の検討を開始した。
- 農産物・加工品出荷者が令和3年2月末時点で421人となり、開設当初の出荷者218人の2倍程度が確保された。
- 加工品出荷者育成のモデルであるK企業組合は、直売所を活用して、旬な特産品を使った地産・地消弁当に取り組み、PRしたこと



K企業組合の弁当売上経過

で、弁当売上が増加してきた。餅や米粉焼き菓子等の菓子類も直売所の来客数を追い風に売上が増加した。

- ・ 若い女性農業者の育成に係るセミナーやイベントには 25 人が参加する等、新たな担い手の確保につながった。今年度は、関係機関と連携した応援会議の開催やセミナー（3 回）、イベント販売（2 回）を実施し、16 人（うち新規参加者 4 人）が参加した。セミナーを通じて、JA 直売所への出荷を始めた者や農作業労働の改善、新規商品開発等に取り組む参加者が出てきた。

（2）新たな拠点産地づくりの推進

- ・ 平成 30 年度から令和 2 年度にかけて新規就業者等産地拡大促進事業を活用し、夏秋トマト 24a(3 戸)、わさび 60a(9 戸)でビニールハウスが整備され、産地が拡大した。
- ・ 新規品目である夏秋トマトについては、巡回や研修会を通じて個々の栽培技術の習得に取り組んでいる他、現地の実情を踏まえた技術確立と栽培指針の見直しを行っている。
- ・ わさびについては、超促成作型用苗の生産技術の改善を試みたものの欠株率が高く、良質苗の安定生産に至っていない。超促成作型用苗の安定生産について、農林総合技術センターと連携して課題解決していく予定である。
- ・ 岸根ぐりについては、単市事業を活用した苗木生産に加え、母樹園の管理、役割分担を明確化した。生産基盤の強化策についても今後、関係機関で検討を始めた。
- ・ りんどうについては、実証ほの設置や月 1 回の現地巡回を通して適期管理を徹底し、枯死株の減少や高温障害対策に取り組み、改善が見られた。
- ・ 水稻「あきまつり」については、生産拡大に必要となる種子量が確保され、作付面積も毎年、着実に増加している。また、PR のため、「あきまつり」を原料に純米酒や菓子の新商品が開発された。

（3）地産・地消の推進

- ・ 直売所による体験交流の取組では、JA 直売所担当者が主体となって、消費者や生産者が交流する一定の仕組みができた。また、これまで試行してきたイベントや体験交流をもとに、年間カレンダーを作成することができた。
- ・ 学校給食の供給体制の取組では、供給体制を整備し、関係機関で共有することができた。令和 2 年度は、新たに夏秋トマトやさつまいもを学校給食に提供することができた。

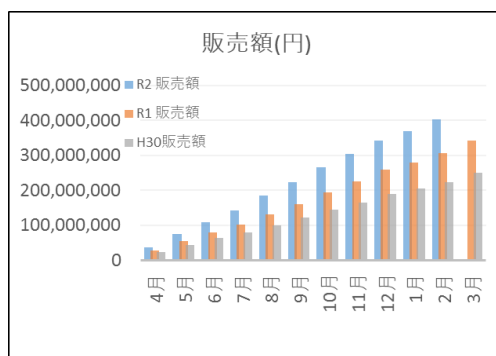
（4）出荷量拡大や販売強化等による直売所の売上向上

- ・ 出荷量拡大や販売強化については、単に直売所の出荷者を増やすのではなく、岩国地域全体としての農業の担い手を育成して販売までつなげようとの流れが JA 内で共有された。さらに推進品目の栽培意向者を意欲ある農業者としてリスト化し、各人に営農指導員を担当として張り付け、フォローアップする体制ができつつある。

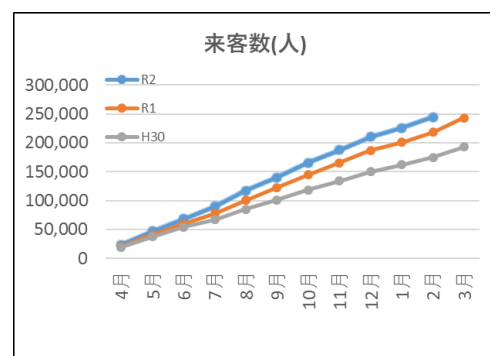
- ・ 加工品出荷者の取組については、贈答用としてのセット商品の販売を今年度試行できた。セットの中身については、量目や内容等改善しつつ今後も進める。
- ・ 直売所の売上や来客数は、コロナ禍にも関わらず伸びており、令和3年2月末時点で4億円を超えた。

4 今後の普及活動に向けて

- ・ 新たな担い手づくりと岩国地域全体の生産量拡大に向けて、「生産・出荷・販売」が連動した取組をさらに進める。
- ・ 新規栽培者確保に有効な「農業入門塾」等の講習会については、コロナ禍でも安心して開催できる体制を整え、今後も初心者の受け入れ窓口となる講習会として継続する。
- ・ リストアップした意欲ある農業者については、フォローアップ体制を強化し、岩国地域全体の生産量維持に向け、直売所だけでなく生産振興品目の担い手や学校給食供給者、市場出荷者に誘導する。
- ・ 生産拠点については、新規就業者等産地拡大促進事業を活用して順次整備されたが、今後も事業を活用しながら他の品目についても生産拡大していく計画である。
- ・ 生産振興する各品目については、栽培技術面で未解決の課題もあるが、栽培拡大に向けての取り組みを今後も続ける。
- ・ 加工品出荷者については、新たなグループの育成を図る他、岩国地域の魅力ある加工品が販売されるよう消費者ニーズにあった商品づくりや高齢化する加工生産者の技術伝承等について継続的に支援する。
- ・ 交流拠点でもある直売所のイベントや体験交流は、コロナ禍でもできる体制を検討し、集客方法や魅力あるイベント等のアイデアを出しながら実施していく。
- ・ 直売所の販売額や来客数、出荷者数ともに上昇しているが、高齢化は着実に進んでおり、農業の担い手が減少傾向にある。今後も直売所の出荷者を育成しつつ、岩国地域全体の担い手育成が急務である認識を持ち、岩国地域の農業振興と農山村の活性化を図る。



月別の累計販売額



月別の累計来客