

「食べて菜」の栽培及び地産地消への取組み

■丸亀市「食べて菜」生産者、学校給食向け生産者 丸亀市生活研究グループ■

（中讃農業改良普及センター 宮本直美、伊藤博紀、○奥田靖子、平井千瑛）

●対象の概要

丸亀市では、平成17年度から学校給食向けに農産物を供給する生産者団体（以下「地産の会」：会員数44名）が組織され、地域農産物の活用促進に積極的に取り組んでいる。

「地産の会」では、現在46品目の農産物を丸亀市内にある4つの学校給食センター（以下給食センターという）のうちの3カ所（飯山、中央、第二）へ供給している。「地産の会」は、給食センターと月1回の検討会を持ち、給食のメニューにあわせて供給する農産物を打ち合せ、計画的に栽培、出荷している。

特に同会では、本県オリジナル野菜の「食べて菜」を積極的に栽培し、学校給食に提供している。

また、管内には「食べて菜」を栽培している農業者が「地産の会」会員以外にも数名おり、産直や市場に出荷している。

●課題を取り上げた理由

「食べて菜」は、香川県農業試験場が育成したオリジナル品種で、クセがなく、子供が好むことから学校給食の食材としての評価が高く、現在は学校給食への利用を中心に生産が行われている。

学校給食を通じて、子供たちの「食べて菜」の認知度は高まっているものの、「地産の会」の会員をはじめ「食べて菜」生産者からは、「一般消費者の認知度が低いことが原因で、販売量が増加せず、生産拡大につながっていないのではないか」と言われてきた。

そこで、「食べて菜」の栽培を推進するとともに、販売についてもより消費者へのPRが進むような取組みが必要であると考え、関係機関と連携し、販売促進に取り組んだ。

●普及活動の経過

1 今年度から、「食べて菜」を栽培する際に、県有商標権使用許諾申請が必要になり、過去の栽培履歴や、出荷先等について申請書に記載することになった。

そのため、申請書の作成支援と同時に、今までの栽培状況と今後の栽培計画や出荷計画に

2 「食べて菜」の栽培に取り組んでいる「地産の会」会員や新たに栽培に取り組もうとする農業者を対象に、栽培講習会を開催した。

特に、新たに栽培に取り組もうとする農業者については、栽培履歴や使用できる農薬一覧表を配布し、適正な農薬使用や栽培について周知するとともに、市場関係者とも連携し、出荷時の適正な大きさや荷姿などについても周知した。



栽培講習会

3 企画振興担当と野菜担当が連携して、「食べて菜」を栽培している農業者のほ場を定期的に巡回し、管理状況に応じた栽培指導を行った。

その際に、栽培講習会で配布した使用農薬一覧表を再確認するよう呼びかけ、適正な農薬使用についても助言した。



生産者のほ場巡回

4 一般店舗での販売が少ないため、消費者が「食べて菜」を目にする機会が限られており、その認知度の低さが問題であった。

このため、消費者への認知度を高めるため、JA香川県の「ファーマーズマーケット讃さん広場」の協力のもと、生産者主体の販促イベントの開催を支援した。



販促イベントの様子

5 さらに広く「食べて菜」の認知度を高めるため、地元のケーブルテレビ番組を通じて「食べて菜」の特徴や、「地産の会」会員の栽培ほ場における栽培状況について紹介した。

また、丸亀市生活研究グループによる「食べて菜」を使用した料理も番組内で紹介するなど、関係する機関や団体が連携したPR活動を行った。



食べて菜を使ったメニュー

●普及活動の成果

1 栽培技術と品質の向上

「食べて菜」の栽培、出荷に関する講習会にて、今まで栽培してきた生産者はもとより、新たに栽

培を考えている農業者にも広く栽培資料や、病虫害防除資料を配布したことで、適切な技術指導と栽培推進が図られた。

また、定期的な巡回指導により、品質の向上や生産量の安定が図られた。

2 イベントやメディアにより消費者の知名度がアップ

生産者が主体となった、「ファーマーズマーケット讃さん広場」での11月と1月の2回の販促イベントの開催とメディアを活用して、「食べて菜」やその調理法、生産現場について紹介することにより、地元消費者へのPRが図られた。

また、生産者と関係団体が連携し、栽培から販売まで一貫したPR活動を行って、知名度アップが図られたことから、品質の良い「食べて菜」を栽培しようという生産者の意識の向上が図られた。

●今後の普及活動の課題

・栽培農業者の増加と生産量の拡大への取組み

学校給食側からの「食べて菜」使用の要望は、今後も引き続き見込まれることから、生産者及び生産量の増加が重要である。

・品質向上のための取組み

栽培講習会の開催等による、生産者に対する適切かつ効果的な情報提供などの支援も必要である。

・知名度アップへの取組み

「食べて菜」の、消費者の知名度はまだまだ不十分であることから、消費者への効果的なPR活動を引き続き行っていくことが必要である。

・出荷・販売先の拡大への取組み

従来からの懸案事項である販売先の拡大については、依然として進んでおらず、また取組みが不十分であることから、市場や、関係機関との更なる連携により、学校給食以外での出荷・販売先の拡大と幅広い販売ルートの確立が必要である。

また、出荷・販売先については、経営面でも現状に比べて魅力のある単価設定などが行えるような体制を模索することにより、新たな生産者を確保することにもつながると思われる。