

稲作地域における園芸作物の振興と直販の推進による農家所得の確保

えちご上越農協(新潟県)

取組の概要

- 稲作主体であったが、農家所得を確保するため、園芸振興に力を入れるとともに、直売事業を推進。
→ 平成18年に直売所「あるるん畑」を設立、平成23年に「園芸畜産課」を新設、平成28年に地産地消費複合直売施設「あるるんの杜」を設立
- 野菜の付加価値化のため、昔から地域で栽培・自家消費されていた雪下野菜を商品化

事業化(プロジェクト化)成功のポイント

1 園芸作物と直売事業を推進

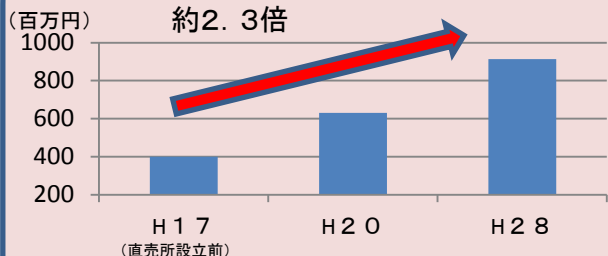
- ① 稲作主体の地域であったが、農家所得を確保するため、枝豆・ブロッコリー・ネギ等の野菜を中心とした園芸作物に力を入れるとともに、直売事業を推進。
平成18年4月に直売所「あるるん畑」を設立。
平成23年3月に「園芸畜産課」(園芸作物の生産・販売、直売所の運営等を担当)を新設。
平成28年7月に地産地消費複合直売施設「あるるんの杜」(レストラン・加工直売所)を設立。
- ② 直売所への集客を図るため、「山菜祭」、「夏野菜フェスタ」、「収穫感謝祭」等、消費者と農家が直接交流するイベント等を定期的実施(月に1~2回)。
→ 利用客数はH18(10万人)に比べて、H28(39.9万人)は約4倍に増加。
- ③ 米の取扱高が減少する中、直売事業の拠点である直売所の販売高が大幅に増加するとともに、園芸作物の販売高も増加(直売所設立前と比べH28は約2.3倍)。
→ 農家所得の確保に成功

2 野菜の付加価値化と有利販売の取組

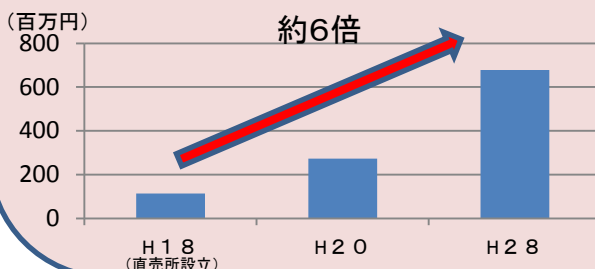
- ① この地域では昔から雪の下で野菜を栽培し自家消費。この雪下野菜は糖度が高く、良食味であり、コスト負担も少ないことから商品化。有利販売を実現させるため、平成24年6月に「雪下畑の仲間たち」で商標登録し(ダイコン、キャベツ、ハクサイ等の野菜6種類)宣伝活動を展開するとともに、直売所にコーナーを設置。
- ② 雪下野菜という付加価値により、一般野菜と比べて高値(キャベツでは概ね1.3~1.5倍程度)での取引が可能であるほか、冬期間における農家の所得確保になっている。

農協のメリット・農家のメリット

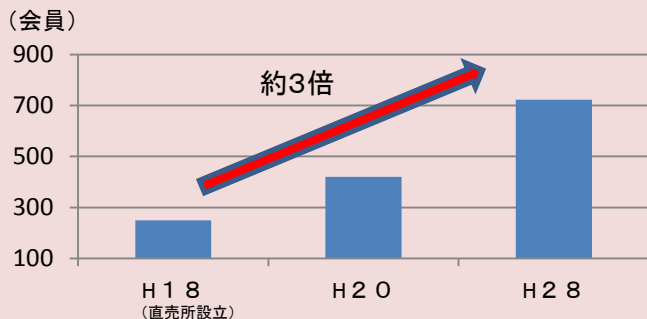
<園芸作物(野菜・果樹等)の販売高>



<直売所の販売高>



<直売所への出荷会員数>



<雪下野菜の販売高、生産者数の推移>

※ 農閑期である冬期の農家所得が向上

	H23	H25	H28
販売高	323万円	480万円	896万円
生産者数	54人	75人	80人

(注) 平成23年から販売を開始しており、各年とも1~3月の実績