

- 阪神地域は、都市農業地域で葉物野菜の栽培が盛んであるが、Webアンケートの結果、消費者にとって「近くて遠い」存在で、多くは地域外へ流通。
- このため普及指導センターでは、裸束出荷からFG袋出荷へ、SWOT分析で課題を明確化・情報共有し、実証ほ設置や経営試算により生産者を誘導するとともに、安全安心葉物野菜の供給で「産地の見える化」。
- その結果、平成26年度には生産者25名、FG袋販売金額5,155万円となり販売量134t全て阪神地域の量販店に出荷された。また、ひょうご安心ブランド(県ブランド商品)に16.4haが認証され、量販店3店舗等で販売。

具体的な成果

1 FG袋生産・出荷体制の確立

- FG袋出荷用葉物野菜栽培技術の確立
葉物野菜の播種から出荷調製までの技術体系を確立した。

2 量販店を主体としたFG袋出荷の拡大

■産地の維持拡大

- ①雇用を抱えた経営者や、若い生産者に出荷調製が省力化で好評、規模拡大をする生産者が増えた。
- ②結束技術が不要で新規就農者へ推進し、波及、定着した。

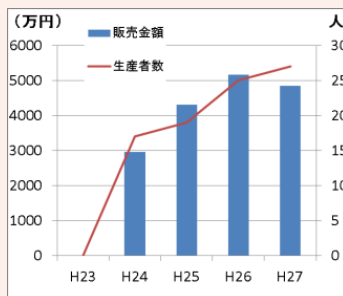
■販売金額の増加

①販売金額

0 → 4,800万円
(H23) (H27)

②生産者数

0 → 27名
(H23) (H27)



■FG袋は全て阪神地域の量販店に出荷

3 安全安心な葉物野菜の供給体制の整備

■量販店3店舗の常設陳列棚含む市内の直売所等で販売。

■ひょうご安心ブランドに16.4haが認証

阪神地域の量販店

に年間25t、4品目を生産。

■平成27年度秋から学校給食への優先的に提供し、「産地の見える化」を定着。



普及指導員の活動

平成24年

■FG袋出荷の推進

葉物野菜をFG袋で出荷する「ダイレクト出荷グループ」を17名で結成。

平成25～26年

■FG袋出荷の推進

①SWOT分析を用いFG袋のメリット・デメリットを明確化し、デメリットを実証ほ・先進地視察・講習会で解決。

②労働生産性の調査や経営試算を分析し、栽培マニュアルを作成。

■ひょうご安心ブランドの推進

- ①モデル地区の設定、生産者を組織化。
- ②技術実証ほを設置し、減農薬減化学肥料栽培の確立と指導。

平成27年

■ひょうご安心ブランドの推進

量販店や消費者団体も参画する安心ブランド研修会を開催。

普及指導員だからできたこと

・阪神地域の消費者Webアンケートを実施し、消費者ニーズに合った産地づくりへと誘導した(マーケット・イン)。

・栽培面、労働面を実証分析し、FG袋の有利性を技術化し、粘り強く生産者を誘導した。

近くて遠い「都市農業」（葉物野菜産地）の見える化を目指して

活動期間：平成24年度～現在

1. 取組の背景

阪神地域は大都市である大阪と神戸に挟まれた都市農業地域で、古くから葉物野菜栽培が盛んであり、根付きのままビニ帯で束ねた束（以下：裸束）を近隣市場に出荷しているが、仲卸の販売先の多くは地域外となっていた。普及センターで、阪神地域に居住する消費者を対象としたWebアンケートを実施した結果、阪神地域の葉物野菜はなじみがなく、「近くて遠い」存在であることが明らかになった。そこで、地域の消費者へ「産地の見える化」を進める必要があると考え、関係機関と連携して、産地の再構築に取り組んだ。消費者の多くはOPP防曇加工フィルム使用鮮度保持袋（以下：FG袋）入りの葉物野菜を量販店で購入し、安全安心な葉物野菜を望んでいる。そこで「FG袋」、「量販店」、「安全安心」をキーワードに23年度より準備を進め、平成24年度から次の2課題に取り組んだ。

(1) 量販店に対応したFG袋で「産地の見える化」

JAには地区別に部会があり、「阪神野菜部会」をFG袋出荷の推進母体とし、JAとの共通認識として、FG袋出荷の販売金額を平成29年度に1億円を目指すこととした。23年度末に整備されたJAパックセンターをFG袋包装の拠点とした。

(2) 安全安心な葉物野菜の供給で「産地の見える化」

環境保全型農業に理解ある西宮市の葉物野菜生産者を対象に、兵庫県が認証する「ひょうご安心ブランド」（以下：安心ブランド）の取得を推進し平成29年度の目標面積を24haとした。

2. 活動内容（詳細）

(1) 量販店に対応したFG袋で「産地の見える化」

ア FG袋出荷組織の育成

推進するFG袋の出荷体制の仕組みは、①生産者は葉物野菜の根を切断して、そのままコンテナにバラ詰めしJAに持ち込む（以下、バラ出荷）②JAパックセンターでFG袋に袋詰めする③市内量販店に出荷する、である。平成24年度、推進母体である「阪神野菜部会」に取組み推進し、17名の賛同者組織「ダイレクト出荷グループ（以下、DG）」を結成した。バラ出荷は初めてで「裸束の根を切って束ねないでコンテナで出荷する」という理解から始まった。

イ FG袋出荷推進のための体制づくり～SWOT分析で課題を浮彫りに～

普及センターとJAはSWOT分析を用いて、FG袋出荷に変えることで生じるメリットや解決すべきデメリットを浮彫りにし、関係者全員の課題の共有化を図った。これを機に普及センターはJA、生産者と連携し、実証ほや先進事例調査、講習会などを通じて課題解決に取り組んだ。FG袋推進には栽培技術だけでなく労働生産性や経営試算など労働環境や経営面など幅広い対応が必要であり、普及センターでは経営課長を総括に、野菜担当、農産物活用担当、経営担当のチーム活動体制を整備した。

ウ デメリットを一つ一つ潰すための実証ほの設置や経営試算の取組み

SWOT分析で明らかとなったデメリットを解決するために、①廃棄率、収量、収穫時間、荷姿について検討するために播種間隔を変えた実証ほを設置、②省力化効果を明らかにするため、バラ出荷と裸束ごとに、出荷調製にかかる作業工程と作業時間を比較する実証ほを設置、③これらの結果をもとに、経営試算を作成しFG袋生

産体系のメリットを整理した。

(2) 安全安心な葉物野菜の供給で「産地の見える化」

ア 安全安心な葉物野菜生産の支援体制づくり

阪神葉物野菜産地の新たな取組みとして、普及センターは西宮市、JA と連携して、平成 26 年度から西宮市を安心ブランド重点推進地区に設定し、安全安心な葉物野菜の供給を目指した。役割分担として、市は振興していた環境保全型農業の推進、JA は個々の生産者の組織化、普及センターは減農薬減化学肥料の栽培指導や安心ブランドの申請の支援を行い、認証された葉物野菜を市内量販店や学校給食へ供給することで「産地の見える化」を目指した。

イ 安全安心な葉物野菜供給の第一歩

安心ブランドは、厳しい認証基準が設けられており、普及センターは JA と共に、「安全安心な葉物野菜を消費者に届けませんか？消費者に知ってもらうことが今後、産地の発展につながります」と生産者に何度も説明を繰り返し、「産地が見える安全安心な葉物野菜の供給」に賛同する生産者の組織化を誘導した。最終的に 17 名で「西宮市ひょうご安心ブランドグループ」（以下、西宮安ブラ G）の結成に至り、取組みを行った。

さらに、普及センターは認証制度自体の見える化を行うため、量販店や消費者団体も参画する安心ブランド研修会を開催した。

3. 具体的な成果（詳細）

(1) 量販店に対応した FG 袋で「産地の見える化」

ア FG 袋出荷用葉物野菜栽培技術の確立

播種間隔を変えた実証ほでは、株間を広げることで、廃棄率低下と収穫作業効率の向上が成果として得られた。バラ出荷と裸束出荷の作業工程と作業時間を比較する実証ほからは、バラ出荷では結束作業の省略や根洗浄作業時間の短縮効果により、裸束出荷と比較して作業時間が約半分に短縮された。

これら実証データによる経営試算で FG 袋と裸束を比較した結果、施設面積 15 a で、その 3 割を FG 袋出荷にすれば、裸束と比べ 87 万円の増収につながる事がわかった。FG 袋出荷は量販店と契約栽培が基本で、市場価格に比べて、比較的安定した高価格であること、専用の通いコンテナにより出荷手数料・送料等が削減できることで儲かる仕組みが成立した。以上から普及センターは、播種から出荷調製までの技術体系を完成させ、FG 袋出荷用葉物野菜の栽培暦を作成した。

イ FG 袋出荷取り組みの拡大

DG の生産者数、販売金額は年々増加し、平成 27 年度は 27 名、販売金額 4,800 万円となった。販売額は平成 26 年度が 5,155 万円と最高で販売量は 134 t であった。FG 袋は全て阪神地域の量販店に出荷された。

FG 袋出荷では、熟練の技を要する裸束結束作業が省略できるため新規就農者やパート雇用を考えている生産者を中心に受け入れられた。水稻裏作期間限定で露地ほ場を借り受け葉物野菜を新たに栽培するグループも誕生した。量販店では FG 袋の阪神産葉物野菜が陳列棚に並び、産地の見える化が加速し、より身近な産地になった。

(2) 安全安心な葉物野菜の供給で「産地の見える化」

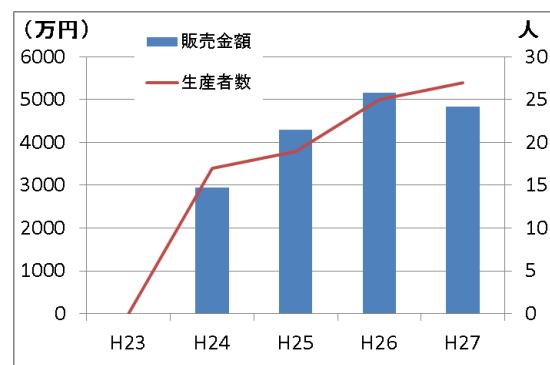
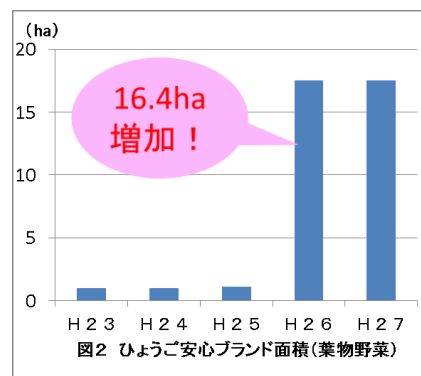


図1 FG袋の販売額の推移

ア 安全安心な葉物野菜の供給体制の整備

西宮市では、西宮ブラGが葉物野菜4品目で延16.4haで安心ブランド認証を取得した。認証食品の生産量は年間25tとなった。生産者17名は個別で販売先を開拓し、現在、量販店3店舗を含む市内直売所等で、認証マークを付けて販売している。量販店からは「他産地ものと比べ先に売れる。安全安心の見える地場産は強い」と高評価であった。また、西宮市ではすでに葉物野菜を年間5～6回学校給食に供給しているが、平成27年秋から安心ブランド農産物を優先的に供給することになった。



イ 認証制度の理解促進

安心ブランド研修会では70名を超す参加者があり、参加した生産者は量販店や消費者団体と積極的に情報交換を行い、量販店と商談に結び付けた生産者もいる。

4. 農家等からの評価・コメント（尼崎市K氏）

FG袋出荷は、収穫・出荷作業の省力化につながる、農業経験のない人でも収穫・出荷作業ができる、単価も安定しており新たな販路の一つとして選択肢が広がるなどのメリットがあり、今後も関係機関と推進を図りたい。

5. 普及指導員のコメント

（前阪神農業改良普及センター 普及主査 高田ちさ子（H24～27在籍））

都市農業は消費地での営農のため、周辺住民の理解なくしては成り立たない。消費者アンケートでは認知度の低さや地元産野菜への要望が明らかとなり、産地をあげて「見える化」に取り組んだ。その結果、周辺量販店への流通が増え、消費者の認知度も向上してきた。都市農業でも抱える高齢化や労働力不足に対応できる技術として定着したことが、都市農業の維持発展に役立つと確信している。

6. 現状・今後の展開等

4 今後の普及活動に向けて

（1）FG袋生産者の新規掘り起しや施設化で1億円達成へ

JAと連携しながらFG袋出荷の普及と新規栽培者の掘り起こしに努めている。当地域は限られた農地を高度利用する営農で、容易に面積拡大ができない。周辺の農業振興地域で取組みが拡大すれば目標の販売金額1億円を達成できる。また現状は露地栽培が多く、出荷量や品質が天候に左右されやすいため、県民局のパイプハウス助成事業で、ハード・ソフト両面から施設化を加速し、FG袋出荷に誘導したい。

（2）地域が一体となった安心ブランドの推進

現在、17名の生産者が取り組んでおり今後も講習会等で組織活動をより充実させ、新規加入者の確保につなげ、市内量販店等での販売を増加させていく。さらには、栽培管理技術の向上を図ると同時に、栄養士や調理現場職員に対し、生産現場を理解してもらう食育活動が必要である。また、生産者自らが子どもたちにPRするような活動も市と協力して計画したい。

（3）FG袋の安心ブランドで葉物野菜の「産地の見える化」

産地の目指す姿は、「量販店で」「阪神産の」「安全安心が担保された」葉物野菜を販売することであり、FG袋と安心ブランドの融合が必要である。そのため28年度はJAと連携し、FG袋生産者を対象とした安心ブランド栽培技術実証ほを設置して認証取得へ誘導している。さらに「阪神地域のどこでも買える安全安心な阪神産葉物野菜」と消費者に認識されるよう粘り強く活動していきたい。