

- 中南地域は、県内最大の果樹地帯であり、気象にも恵まれていることから良質米産地となっているが、果樹、水稻の価格低迷などで所得が減少しつつあるため、**複合経営に適する作物導入による所得維持向上が課題**
- このため農業普及振興室では、関係機関で「**津軽のミニトマト連絡協議会**」を組織し、**新規生産者の確保と栽培支援、知名度向上**などに取組みを展開
- その結果、**ミニトマト新規生産者が24名増える**とともに、**管内の販売額が2カ年連続して5億円**を超えた。

具体的な成果

普及指導員の活動

1 生産者の増加

■ 新規就農者、新規生産者の増加に加え、他作物からの転換により生産者が増えた。

- ① 平成27年からの
新規生産者
が24名増えた

- ② 生産者数
(H26→H28)
120名 → 154名



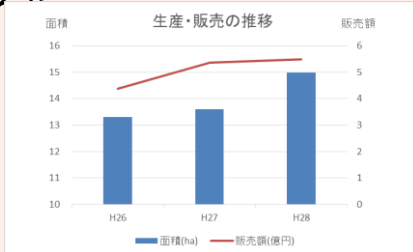
新規生産者研修会

2 面積・販売額の増加

■ 生産者の増加と、既存生産者の面積増加で生産面積が増えた。

■ 収量・品質も維持され販売額も平成27年から5億円を超えた

- ① 生産面積(ha)
(H26→H28)
13.3 → 15.0
- ② 販売額(億円)
(H26→H28)
4.4 → 5.5



平成27年

- 生産者、管内2JA、市町村など関係機関が連携しながら生産拡大に取り組むため「**津軽のミニトマト**」連絡協議会を組織
- 新規生産者の早期安定生産のため、**フォローアップ相談員を設置**
- 認知度向上のため、**大消費地の対面販売、管内でのPR活動**
- 生産者の意欲向上のため、**ミニトマトフォーラムの開催**
- 有望品種選定のため、**品種比較展示ほの設置と見学会の開催**

平成28年

- 平成27年の活動に加え、生産者間の交流を図るため、**2JA合同の研修会と交流会を開催**

平成29年

- 2カ年の活動に加え、**産地強化のためリーダー研修を実施**

普及指導員だからできたこと

3 認知度向上と消費者ニーズのは握

■ 大消費地の対面販売とPRグッズの配布で、**販売店、消費者の認知度が向上し、評価を得ることができた。**

■ 管内のPR活動により、**農業者、消費者に産地であることを周知することができた。**



対面販売

- 1 日頃から先進農業者、JA、市町村、研究機関等の連携が密であり、**関係者が共通認識を持って様々な取組を行った結果、生産拡大につながった。**
- 2 普及のコーディネート機能発揮により、関係機関がうまく連携し、生産技術のみならず**生産者の対面販売や市場流通研修を行ったこと**で、生産者の意欲を高めることができた。

青森県

関係機関と2農協が連携したミニトマト生産拡大

活動期間：平成27年度～（継続中）

1. 取組の背景

青森県中南地域は、県内最大の果樹地帯であり、また水稻も冷害を受けにくいことから、果樹と水稻が経営の主体となっている地域である。

果樹、水稻の価格が不安定となり、所得も減少しつつある中、所得の維持確保のため、収益性の高い野菜などの導入を進めてきた。

この中でミニトマトは、食生活の変化や彩り豊かな品種が開発され、需要が大幅に伸びていることから、早急に産地として地位を確立し、販売力を強化するため、農業者、関係機関が連携し生産拡大に取り組んだ。

2. 活動内容（詳細）

青森県重点事業（「つがるのミニトマト」生産拡大推進事業）として、地域で産地化されている、普通トマトの産地育成の取組を参考に取組んだ。

（1）関係機関との連携

生産者、各農協、市町村など関係機関が連携しながら生産拡大に取り組むため「津軽のミニトマト」連絡協議会を組織し、取組内容の検討等を行った。

新規生産者確保のため、新規就農に係る相談を関係機関が連携しながら行い、スムーズに取り組めるよう支援した。



相談員ほ場での定植研修会

（2）技術指導

栽培を開始した新規生産者の早期安定生産のため、平成27年から4名のベテラン生産者をフォローアップ相談員として設置し、相談員のほ場での研修会を延べ5回実施するなど、様々な相談ができる体制を整えた。

ミニトマト生産者の意欲向上と、産地としての立位置確認のため、平成27年と28年にミニトマトフォーラムを開催し、流通販売関係者からの講演、対面販売と市場研修などの報告、また安定生産の事例紹介などを行った。

技術向上と安定生産に必要な情報収集や農協間の生産者交流を図るため、平成28年から合同の研修会を2回、交流会を1回開催した。



2農協部会の合同研修会

（3）認知度向上とPR活動

ミニトマト産地として地位を確立するため、「夏が旬！秋も美味しい津軽のミニトマト」をキャッチフレーズに、平成27年からミニトマト生産者に

よる大消費地での対面販売（毎年2店舗で実施）と市場研修を実施した。

これに参加生産者は研修を兼ねて、新規生産者または、リーダー候補の人材を選定し、消費者ニーズのは握と、流通状況についても知識を得るとともに意欲向上を図った。

管内農業者、消費者に地域のミニトマトが青森県1位であること、所得確保に有望な品目であることをPRするため、市町村などで開催するイベントなどを活用し、試食やPRグッズ配布で認知度向上を図った。



大消費地での対面販売

3. 具体的な成果（詳細）

(1) 生産者の増加

新規就農者への就農計画作成支援や、新規生産希望者への事業を活用したハウス導入などの支援の結果、新規生産者が増加した。

また、水稲、果樹との複合経営に有望な品目として周知が進み、他作物からの転換などでも生産者が増えた。

ア 新規生産者

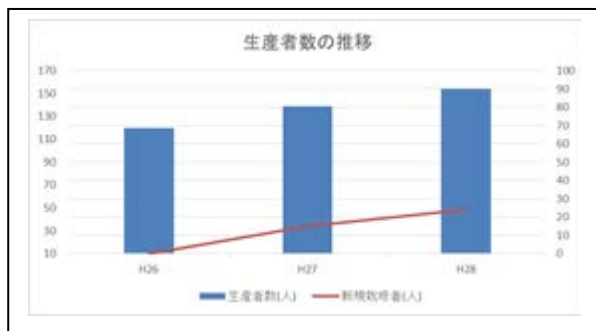
(H27からの新規生産者)

24名増加

イ 生産者数

(H26→H28)

120名 → 154名



(2) 面積・販売額の増加

生産者が増加するとともに、既存生産者も面積を増やしたことにより生産面積が増えた。

新規に生産を始めた生産者に対し、相談員の設置や、研修会の開催で安定生産が実現した結果、収量・品質も維持され、販売額も平成27年以降5億円を超えた。

ア 生産面積(ha)

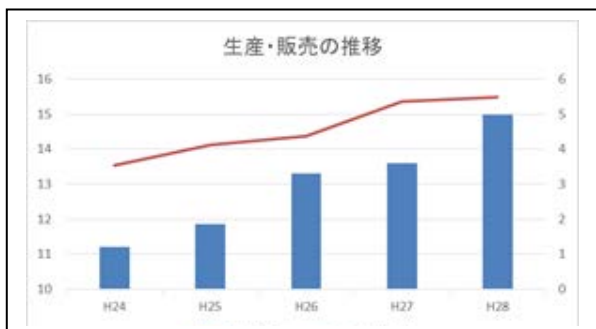
(H26→H28)

13.3 → 15.0

イ 販売額(億円)

(H26→H28)

4.4 → 5.5



(3) 認知度向上と消費者ニーズのは握

大消費地の対面販売とPRグッズの配布で、販売店、消費者の認知度を高めることができ、また、市場、販売店にも意欲が高いことを周知できた。

対面販売等の取組で、中南地域産ミニトマトの評価を確認でき、消費者か

らは「食味は普通のミニトマトで美味しい」。販売店、市場からは「店舗での裂果が少なく、購入後のクレームも少ない」との意見があり、参加者からは今後、自信をもって生産することができるとの意見があり、意欲向上につながった。

4. 農家等からの評価・コメント

(1) JAつがる弘前ミニトマト部会長（大鰐町）

部会としても、関係者が連携し取組を強化することで部会員の意識が高まり、新規生産者も増やすことができたと思う。

平成28年に、部会の販売額が1億円を超えることができ、販売額2億円を目指して取り組んでいきたいので、今後も協力してほしい。

(2) JA津軽みらいミニトマト部会長（平川市）

部会長に任命された年から、関係機関が連携し生産拡大に取り組むことになった。自己の経営でも、りんご主体からミニトマトに転換して、重労働が少なくなり、経営も楽になったことから有望な品目と思っている。

関係機関と連携した、新規栽培者の支援で、研修生を受け入れており、生産拡大に努めていきたい。

部会の販売額も4億円を超えており、単独での5億円を目指しているので、今後も協力してほしい。

5. 普及指導員のコメント

（中南地域県民局地域農林水産部農業普及振興室 主幹 蝦名勇次）

管内のミニトマトは、年々生産が増えていたものの、産地化されている、普通トマトやにんにく等の陰に隠れ、目立たない存在であった。

複合経営に有望な品目として生産拡大を図るため、食の変化で需要が高まっている時期に、関係機関が連携しながら、栽培だけでなくPRも合わせて取り組んだことで、生産者の意欲を高めることができ、販売額増加につながったと考えている。

6. 現状・今後の展開等

現在も、ミニトマト生産希望者があり、今後も生産は増えていくと予想される。ミニトマトは面積あたりの所得は高いものの、労力を必要とする作物であり、特に夏秋産地では、夏場の収穫ピークの労働時間で、1戸当たりの生産面積が制限され、経営の主体となりにくい状況にある。

今後の生産拡大には、新規生産者の確保と合わせ、省力化や収穫ピークの分散などで、ミニトマトを経営の主体とする生産者も増やす必要があり、取組を強化していく。