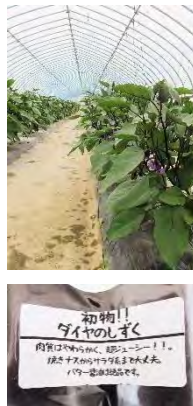


秋田の天然資材を活かし、ブランド力をアップ

あきたで生きる～秋田の地域資源を活用し、秋田で暮らし、秋田を活かす取組～



SENTE (センテ)
(秋田市)
代表 沢田石 武瑠

経営概況

経営面積 | 田: 0.2ha
畑: 3ha

作物 | キャベツ、ナス、九条ネギほか
構成員 | 2名、臨時雇用有
販売先 | スーパー、飲食店、直売



SENTE

秋田市で、代々農業を営んでいた祖父の引退を機に実家に帰り、新規就農した人がいます。土づくりに力を注ぎ、土壤に合った野菜作りで人気を高めており、地元の商業高校から講師に招かれオリジナル商品開発の協力や、市や企業等と連携した収穫祭「KOCCHA KE FEST(こっちゃけふえすと)」を企画するなど、秋田に新しい風を吹かせています。

▶ きっかけ

代表の沢田石さんは、1907 年から続く農家の5代目として生まれ、幼い頃からいずれは実家の農業を継ぎたいと思っていました。「一度、外から秋田の農業を見た方がよい。」という祖父の言葉に従い、東京農業大学及び大学院へ進学し、「農業と経営」について深く学び、平成 29 年に秋田に帰りました。



●本場京都での研修で技術を身につけ、「九条ネギ」を生産しています

その後、秋田市園芸振興センターで野菜栽培の技術等を身に付け、就農にあたり、「ブランド経営」と「土壌研究」の2つを強く意識し、SENTE を興しました。

▶ 取組

「ブランド経営」では、商品とブランドの魅力を上げるため、デザイナーと連携しブランド屋号として「SENTE」のロゴデザインを作りました。

「土壌研究」では、秋田の天然資材である秋田杉の炭と木酢液、横手の八木沢白土、男鹿の海洋水が生んだにがりなどを活用することで、土壌と作物に好影響をもたらすことを発見しました。



●秋田の天然資材サンプルを前に、土づくりの重要性を語っていただきました

生産は露地とハウスで栽培する野菜が中心ですが、生産資源を有効に使いながら、1年を通じて出荷できるよう少量多品目栽培を心がけています。出荷先は、主に県内のスーパーや飲食店ですが、美味しいと評判となり、バイヤーからはもっと欲しいと言われています。

また、技術を磨き美味しい野菜を作るため、冬期間は県外の先進農家に出かけています。外から秋田を見ることで、足りないものに気づくことが多いそうです。



●土づくりの成果は、ずっしりと重い「ナス」にも現れています

▶ これから

新規就農者が相談できる相手は限られているので、日常的に情報共有できれば、個々のレベルアップにも繋がることから、県内の新規農業者同士でディスカッションできるような場が欲しい。そうした関係の中から、品目ごとのリレー出荷など、新たな取組を始められたらと話していました。



●ブランド屋号の「SENTE」のロゴデザイン。「SENTE」は、「Special・Eco・Natural・Technology・Each」の略語です。「先手」を取るという意味にも掛けています

