

秋田県 伝統野菜の現状と 取り組みについて

例 鹿角市 松館しぼり大根

秋田県 鹿角地域振興局 農林部
農業振興普及課 鈴木 基

【しぼり大根について】

鹿角特産の松館しぼり大根は、鹿角市八幡平松館集落に古くから栽培されている地大根です。その「しぼり汁」は独特の風味と極めて強い辛味があり、おろし専用の大根として地域を代表する特産物の一つです。

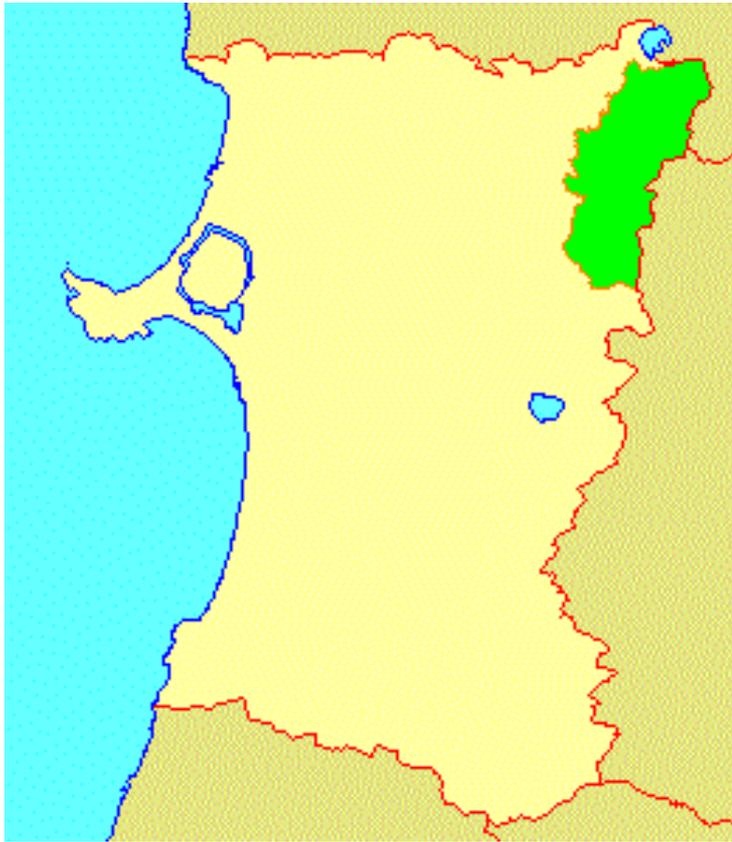
【食べ方】

★すり下ろして使います。

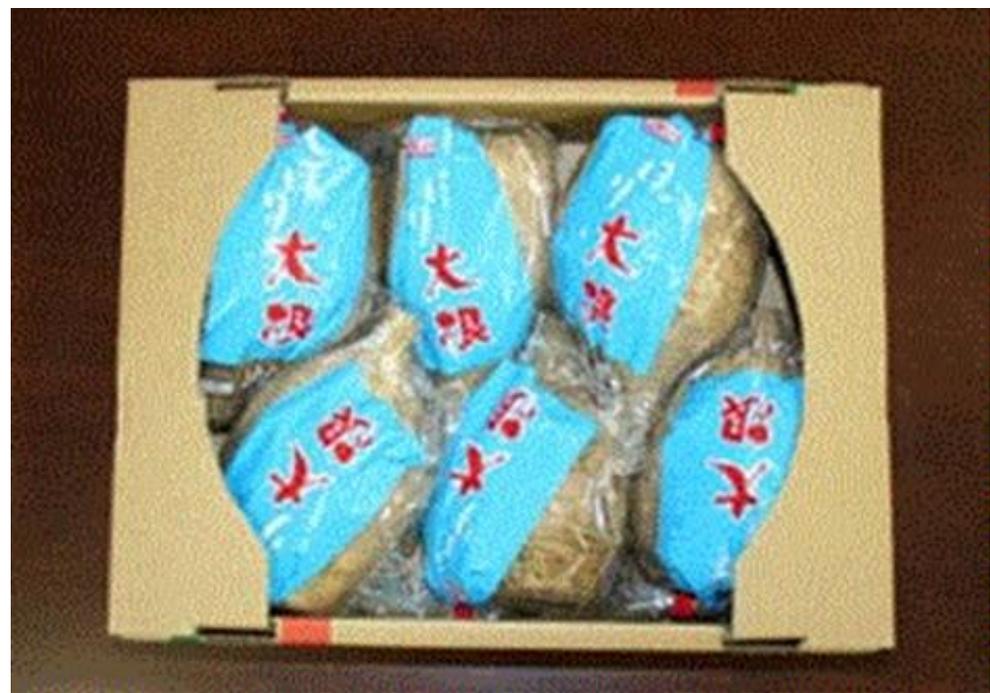
- ソバの薬味
- ハタハタや湯豆腐等隠し味
- イカ刺、ホタテ、カキ等の海産物のタレ。



秋田県鹿角市八幡平で栽培されています。



しぼり大根の姿、パッケージング



【生産概要】

松館地区では、しぼり大根生産組合を発足し、栽培に取り組んでいます。現在8戸、作付面積3ha、概ねの生産出荷量は5t、平均単価は400円/6本となっています。

【特産品への支援、取り組み】

主に、地元JAでは首都圏や地元市場、商工会、市では観光向け店舗へ販売促進活動を展開しています。

また、雑種交配が進み、形状、品質が雑ぱくとなったことから、秋田県等による品種の固定化に取り組む、現在F1化となり、高品質で安定した供給が可能になりました。

普及指導員として課題抽出実施

【生産課題】

販売単価が安いと評価しており、生産意識の低下に繋がっている。そのため、輪作や病害虫防除等肥培管理が徹底されておらず、外観品質の低下に繋がっている。

【販売課題】

大口出荷先のJA・市場では付加価値をPRするも、一般野菜と同等の扱いで「動向任せ」。秋田からの出荷運賃も一般野菜と同等であり運賃コストの圧迫も強い。

【その他課題】

辛すぎて一般客には受け入れられていない？紹介している食べ方は「作って食べたいか？」

生産課題と販売課題が悪循環している？

普及指導員として課題抽出実施

【小売店での課題】

市場経由で購入できるため、どこの店舗も買え、付加価値が付きにくい。

毎日買うのは、料理に使う分の少量を、主に料理人であるため、パッケージングや宣伝は不要。

【スーパー等大型店での課題】

料理方法が限られるため、一般野菜コーナーに置けない。匂いが気になる。伝統野菜ならではの「素朴さ」は不要

販売方法と新商品開発に着手



伝統野菜とはどんな定義なの？

秋田県版 伝統野菜の定義

- ◎昭和30年以前から県内で栽培されていた
- ◎地名・人名等秋田県に由来しているもの
- ◎今でも種や苗が有り、生産物が入手できる

その定義中で作目の特徴を分類

1. 大消費地に向けられてきた野菜

秋田県は昔、248の鉱山があり数万人規模の鉱山労働者とその家族によって消費地が形成された。その鉱山や町の朝市等に向けて栽培されていた野菜

2. 漬物文化、発酵文化が育んだもの

雪深い秋田の冬の野菜として漬物文化、発酵文化と共に生きている野菜

その定義中で作目の特徴を分類

3 秋田藩主ゆかりのもの

秋田藩主がもたらしたとされる野菜

4 代えがたい食味・風味として残されてきた野菜

形状、食味が他に代え難いものとして地域に定着し、産地を形成してきたもの

作ってくれました！秋田県！有り難う秋田県！

自慢できる・・・と思う！マニュアルっぽい中身が魅力！

伝統野菜向け補助事業

魅力あふれる伝統野菜産地育成事業

伝統野菜に対する、県内外の実需者ニーズや消費動向を踏まえ、独自の生産・販売対策を構築することにより、高付加価値型の園芸産地を育成する。

1. 県内外の飲食店等へのマーケティングリサーチ及び低コスト物流にむけた調査

県内外の飲食店、宿泊施設、小売店等を対象に、下記事項の調査を実施する。

- ①認知度及び評価
- ②流通の実態
- ③需要
- ④振興に必要な事項
- ⑤生産・販売戦略の策定

2. 生産販売戦略の構築

生産状況とマーケティングリサーチ結果から、「全国流通を目指す品目」、「県内需要に対応する品目」、「保存継承していく品目」に分類し生産と販売戦略を構築。

3. 認知度向上対策

- ①中間事業者、飲食店等とのマッチング
- ②飲食店や小売店でのフェア開催
- ③のぼり、POPによるにリテールサポート

伝統野菜の振興は

様々な課題解決には、当然、生産から販売まで精通する「key person」が必要！対象をJAや役所や協議会・・・止まりではなく、その中の誰を選出するか？育てるか？が先ず必要と考えます。

そして、その「key person」を「サポートする」JAや役所や協議会をも育てる必要があると思います。

先ずその地域密着人から育てよう！

しぼり大根 平成27年度はこう動く

1. 生産現場を組織化し、販売に柔軟に耐えられる組織に育成する。
2. 重点販売対象を消費者から飲食店と専門店に絞り込み、運送コストを加味した販売方法を模索する。
3. 今までの美味しい食べ方より、新たな試食方法を「地域特産のお肉」と抱き合わせて展開し、試食宣伝する。

バカになるくらいの情熱を持って
最後まで細部まで挑戦します！



ご静聴有り難うございました！

秋田県鹿角地域振興局 鈴木 基



