

様式－２

令和元年度 T A C 取組事例報告

（ J A 碓氷安中）

タイトル 新たなブランド「しろなす」の取り組み

（報告者） 営農課 飯塚 良太

T A C または 営農 渉外 等 歴： 年 目（ 年 月 日 ～ 年 月 日）

担 当 担 い 手 数： 件（ 面 談 回 数 5 0 件 / 月 以 上 を 月）

<対象となる地域農業の担い手の営農状況>

①活動時期： 令和元（平成31）年 月 ～ 令和 年 月

②地域農業の担い手

- ・ 類型： 農業生産法人 営農組合 若手農業者 その他（ ）
- ・ 主要作物： 栽培面積： a or ha
- ・ 他特徴：

<対象となる担い手に提案するに至った背景…担い手のニーズ>

・ 提案するに至った背景

当JA職員が5年前、東京卸売市場での情報交換会で仲卸業者から「しろなす」の提案を受けたことがきっかけとなった。

もともと黒なす生産者は篤農家が多く、技術力が高いため新品種にも対応可能ではないかと考えた。

・ 担い手のニーズ

黒なす出荷、調整作業に時間（10aあたり600本、1人で作業した場合6時間ほど）がかかり、高齢化する生産者には負担が大きいこと、所作業に追われなす以外の作物まで手が回らない状況であったため、もう少し無理なく栽培できる作物が求められていた。

<取組内容・提案内容>

上記の背景があり、担い手のニーズに対応するため、高齢の生産者に「しろなす」の提案を行った。

「しろなす」には下記のメリットがある。

- ・ 黒なすと比較すると選定作業がほとんど必要ない。
- ・ 収穫量が少ないため、黒なすと比べた場合ゆとりを持った収穫ができる。
- ・ 出荷については「しろなす」独自の規格をJAで定め、バラ出荷の対応を可能としたため袋詰め等の手間を省くことができた。

また、生産者の所得拡大の取り組みとして「しろなす」の市場拡大を図るため、ブランド化に向けた取り組みを行った。

具体的には

- ・ なすの品種はしろなすだけでも多岐に及ぶため、産地と品物の差別化を目的とした愛称を公募した。
- ・ 「しろなす」そのものにまだ消費者のなじみが薄いため、スーパー等で手に取ってもらいやすくする工夫としてのレシピの作成、PRを行った。

<担い手にとっての成果>

- ・ 作付けをやめてしまえば収入は0であるが、「しろなす」を栽培すると10aあたり240kgの収穫が見込め、10aあたり10万円の収入が見込める。
- ・ 黒なす栽培をあきらめざるを得ない農家からも新たなブランドを担っている自覚が芽生え、生きがいを持って農業を続けることができるという意見をもらった。

<担い手の評価・声>

- ・ 生産から出荷にいたるまで黒なすと比較すると省力であるため無理なく栽培できる。
- ・ 収量は少ないが、単価が高く安定しているため収入が見込める。
- ・ 黒なすと比べて果実に傷がつきやすく、目立つため細やかな技術と観察力が必要である。
- ・ まだ栽培技術が確立されていないため、栽培を開始するにあたって不安がある。

<JAにとっての成果>

- ・ 高い技術があっても体力不足で規模縮小を考える篤農家の離農を防ぐことができた。
- ・ 生産者だけでなく年々市場、スーパー等からも理解を得られ「しろなす」を導入した平成26年度から販売金額ベースで20倍（H26年度 1,020千円→H30年度19,917千円）、取り扱い重量ベースで約27倍（H26年度 1,730kg→H30年度47,778kg）となった。