東京都農林水産技術交換大会発表要旨表

発　表　課　題　名		のらぼう菜を中心とした江戸東京野菜の消費・販路拡大
発表者	氏　　　名	冨澤昌人
	所属グループ	ＪＡ東京むさし三鷹地区青壮年部
発　表　要　旨		（要旨は、図表、写真も含め、４ページ以内で作成すること）

■目的

三鷹市の新たな特産品を目指し、一昨年はのらぼう菜を中心とした江戸東京野菜の栽培技術を習得した。のらぼう菜は収益性が高く、端境期対策として有効であったが、消費者の認知度が低いために順調な販売には至らなかった。そこでＪＡ直売所における販促資材などを利用したＰＲ活動や、ＪＡ金融店舗での農産物の配布を通じ地域での認知度を高め、消費・販路を拡大させ、収益性を確保するため様々な取組みを行う。

■実施概要

１．加工品への取組み

①食品衛生責任者資格取得②加工品講習会の開催③加工品の試作検討会の実施

２．販売促進・宣伝資材の作製

①のぼり旗の作製②販促シールの作製③チラシの作製

３．ＰＲ活動の実施

①「のらぼう市」の開催②金融店舗「貯金感謝デー」にてのらぼう菜配布③メディアの利用

４．新規販路の拡大

①学校給食への食材提供②地元料理店への食材提供

■結果・考察

１．加工品への取組み

①　食品衛生責任者資格取得

生鮮農産物を加工販売する際に必要となるため、食品衛生責任者養成講習を受講し加工販売に必要な食品衛生についての基礎知識の習得と食品衛生責任者の資格を取得した。（６名）

②　加工品講習会の開催

加工品講習会を開催し、加工製造や販売に関する施設や許可申請についての基礎知識を習得した。（参加者２３名）

写真①　加工品講習会の開催

写真②　加工品講習会受講

③ 加工品の試作検討会の実施

生鮮農産物そのものでは日持ちがせず、付加価値を付けることが難しいが、加工品を製造することで日持ちさせることができ、手軽に口にすることができる加工品の製造を検討。

今回主に栽培していたのらぼう菜や亀戸大根・下山千歳白菜を使い、食卓へすぐに提供できるよう「のらぼう菜・下山千歳白菜の漬物」、「亀戸大根の粕漬け」、手軽に食べられるように「のらぼう菜のラスク」を製造した。

写真③　のらぼう菜を使ったラスク

写真④　のらぼう菜の漬物

２．販売促進・宣伝資材の作製

①のぼり旗の作製

認知度を高める為に統一したのぼり旗を作製し各生産者の圃場に設置しＰＲを図った。

②シールの作製

「三鷹産のらぼう菜」の PR と、同一の規格で統一していることを示し、差別化を図るために作製した。販売促進へ繋がった。

写真⑤　のぼり旗の作製

写真⑥　のらぼう菜シール作製

③ポスター・パンフレットの作製

まだまだ馴染みの薄い江戸東京野菜やのらぼう菜の説明、のらぼう菜の調理法などを掲載したパンフレットを作製して配布宣伝し、販売促進を図った。

写真⑦　作製したポスター

写真⑧　のらぼう市の開催

３．ＰＲ活動の実施

①のらぼう市の開催

のぼり旗の設置、ＪＡ店頭にてチラシの配布、ポスターの掲載し宣伝を行った。

作製したシールを使用し、差別化・ブランド化を図った。加工品の試食を提供し実際に食べてもらうことで食味の認知度を向上させた。また、ＪＡ直売所で開催したことで、イベント以降ののらぼう菜の売上が向上した。

②金融店舗での「貯金感謝デー」にてのらぼう菜の配布

毎月行われている「貯金感謝デー」にのらぼう菜を提供し、直接購入されていない消費者に対して広く周知を図った。ＪＡ直売所や各生産者の庭先で販売していることをＰＲした。

写真⑨　金融店舗にてのらぼう菜配布

写真⑩　ラジオ番組の取材対応

③メディアの利用

日本農業新聞、ラジオ、ケーブルテレビを活用することで、普及宣伝効果を図った。

４．新規販路の拡大

①　　学校給食への食材提供

市内学校の栄養士へ働き掛け小中学校１０校の給食へ、のらぼう菜や下山千歳白菜を提供した

②地元料理店への食材提供

各種宣伝活動を行ったことで、地域の料理店より注文を受けた。

写真⑪　地元料理店に食材提供

５．考察

今回実施した江戸東京野菜の消費拡大に向けた活動により、消費者への認知度の向上に繋げることができ、販促資材の活用で、昨年よりのらぼう菜の売り上げが向上した。さらに、活動を通じ、江戸東京野菜栽培の先駆者の方々と面識がもて、仲間作りやネットワークの構築ができ、情報交換や注文の依頼などが増えたことが成果である。

加工品製造など６次産業化をすすめるには、加工品製造に関する設備や許可申請などの課題が多いが、クリアしながら今後も江戸東京野菜の消費・販路拡大や特産地化を目指し、まだまだ継続的に取り組んでいく。