

イチゴ産地の振興

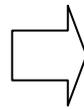
(対象：イチゴ生産者・生産者団体・市町)

要約

管内において「マーケティング・コスト戦略」に位置づけられているイチゴのブランド化や販売開拓等の取組を進め、安定生産の実践を図っている。H26年度は、関係機関との連携を図りながらブランド化を推進する市町や新規就農者への支援を行った。

現状(背景)と課題

- ・生産者数・生産量・栽培面積は減少。
- ・新規就農希望者の多くはイチゴを希望。
- ・各地区で栽培品種・導入技術が異なる。
- ・重労働。
- ・品質低下・価格低迷。
- ・イチゴのブランド化を推進している市町（奈良市・平群町）が存在。



目標

県産イチゴのブランド化による付加価値の獲得

活動内容

- ・ブランド化を推進している奈良市・平群町への情報提供を行った。平群町においては、ブランド認定を希望する生産者への支援や、ブランド化認定会議等にも参加した。
- ・新規就農者に対して現地巡回指導を行い、栽培技術指導や資金・販売方法に関する相談対応を行った（17回）。

成果

- ・平群町では町内の農産物等を「平群ブランド（HEGURICH）」として認定しており、H26年度は認定者数が3→4名に増加した。また、品質保持の取組も始まっている。
- ・イチゴを栽培している新規就農者に対して安定生産に向けた技術指導、資金・販売に関する情報提供等を継続中。平成27年2月末時点で定着率は100%。



新規就農者への支援



平群ブランド認定会議（H27/2/6）



平群ブランド認定式（提供：平群町役場）

北部農林振興事務所農林普及課
担当：産地づくり係 峯圭司
(リーディング品目支援事業)

普及活動のポイント

- ブランドの認定基準案を作成し、それによって市町のブランド化を誘導した。
- 農業研究開発センターと連携し、新規就農者の支援を効率的に行った。

対象の変化

- ブランド認定されたイチゴをイベント等で販売したことにより、地域のイチゴ産地のPRができた（平群町）。
- 支援した内容を元にして営農を継続中である（新規就農者）。

対象者からのコメント

- 「PRとなり良い。ブランド化をもとに更に有利販売が進めば良い。」（平群町）
- 「我々の農産物が認められたことで、生産意欲が更に高まった」（ブランド認定者）
- 「技術指導、資金・販売に関する情報提供等はずっと行って欲しい」（新規就農者）

これからの活動ビジョン

- 本課題においては普及活動重点課題として、イチゴ生産者・生産者団体・市町への支援を今後も継続して行う。ただし、H27年度の普及体制の改変に伴い、支援内容・活動体制についての変更を行う。

活動体制

