

# こかぶ・冬どり（CR白涼、CR雪峰）

香取農林振興センター

## 1 地区名（集団名）

東庄町全域（JAかとりホワイトボールもっと安心栽培グループ）

## 2 栽培戸数、栽培面積、収穫量又は出荷量、出荷先又は販売方法

(1) 栽培戸数 61戸

(2) 栽培面積 42.6ha

(3) 収穫量又は出荷量 99,000ケース

(4) 出荷先又は販売方法

東京都中央卸売市場大田市場（東京青果）

”

（東京シティ青果）

横浜市公設卸売市場（横浜丸中青果）

## 3 ちばエコ基準達成状況

| 区 分          | 実施状況        | ちばエコ基準   |
|--------------|-------------|----------|
| 化学合成農薬(成分回数) | 2～3回        | 3回       |
| 化学肥料（窒素分量）   | 8.5kg/10a以下 | 9 kg/10a |

## 4 事例のあらまし

東庄町のこかぶ「ホワイトボール」は、ブランド品として高く評価され、市場で有利販売されています。

しかし、野菜消費量の減少や市場価格の低迷、消費者が農産物に安全性を求めていることなどもあり、ブランド産地にあっても存続そのものが難しい時代になりつつあります。

また、量販店等では、生産履歴のしっかりした“安心”を売りにした農産物の販売を拡大していることもあり、消費者に選択される農産物を目的に「ちばエコ農産物」栽培に取り組みました。

併せて、消費拡大と消費者ニーズを把握するために、消費者アンケートの実施や試食宣伝によるPR活動を展開し、産地の活性化を図りました。

## 5 背景・動機

東庄町においてこかぶの周年生産が行われるようになってから約25年が経過し、全国有数のこかぶ産地として発展してきました。東庄町で生産されたこかぶは、全て京浜市場へ出荷され、量販店やスーパー、漬物等の業務加工業者、飲食店などに流通し、消

費者に提供されています。

こかぶ経営においては、家庭での野菜消費量の減少や平成10年をピークとした市場価格の低迷、こかぶを置かない店舗の出現などの影響から、農家所得の減少を余儀なくされ、産地の存続危機が懸念されています。

また、消費者の農産物の安全性に対する意識の高まりから、消費者は生産履歴が明確で、安心して食べられる農産物を求めています。

そこで、最もおいしい旬の時期であり、農薬使用量が極力抑えられる、産地として強みのある“冬どり”の作型において、ちばエコ農産物の生産に取り組むこととしました。こかぶの産地は全国的にもそれほど多くはありませんが、他の産地に先駆けて減農薬減化学肥料栽培を組織全体で取り組むことで市場での優位性と商品の差別化などを目的として推進することとなりました。

しかし、生産した農産物を市場へ委託販売するだけでは農産物の評価や消費者ニーズがつかめません。これまで産地側では消費拡大に向けた活動はほとんど行っていなかったこともあり、県単の公募型事業を活用し、小売店での消費宣伝活動や消費者アンケート調査、レシピの配布を行いました。



## 6 栽培方法

### (1) 土作り及び施肥

周年栽培が始まってから約25年が経過しているなかで、連作障害が見られない要因の一つとして、エン麦等の緑肥すき込みや地域の畜産農家で生産された堆肥等を主体とした土づくりが行われていることが挙げられます。

使用する家畜糞の種類で見ると、鶏糞が60%、豚糞が30%、肉牛糞又は乳牛糞が10%の割合で、1年おきの施用を中心に、毎年～3年おきで使われています。未熟豚糞堆きゅう肥を使用する場合にはシミの発生、窒素成分の高い鶏糞を使用する場合には割れを防止するための減肥などに注意します。

肥料は、肥料メーカーと共同開発したこかぶ専用肥料「美白名人」など、有機質

を原料とする肥料を使用しています。施肥にあたっては、年に一回土壌診断を実施することで畑の状態を確認し、それぞれの状況に基づいた施肥設計を行います。有機質肥料を利用し、化学肥料だけに頼らない施肥技術の励行にこだわりのこかぶ作りがあります。

(2) 病虫害及び雑草防除

病虫害対策は防虫ネットを利用したトンネル被覆栽培や残さの持ち出しなどのほ場衛生の徹底、周辺雑草の除草、生物農薬や銅水和剤などのカウント対象外農薬を利用した化学合成薬剤だけに頼らない、物理的防除と生物的防除等を組み合わせた総合防除体系で病虫害被害を軽減させています。

(3) 連作障害回避のための計画的な作付け

ほ場の年平均作付回数は2～2.5回程度に抑えることとし、連続栽培による連作障害で品質低下をさせないように心がけています。

ア 栽培管理

| 作業名    | 実施年月日                |
|--------|----------------------|
| 前作収穫終了 | 平成16年6～9月            |
| 耕起     | 平成16年10月中旬～平成17年1月上旬 |
| は種     | 平成16年10月中旬～平成17年1月上旬 |
| 収穫開始   | 平成17年1月上旬            |
| 収穫終了   | 平成17年3月下旬            |

イ 使用資材

(ア) 土づくり・施肥等

(10 a 当たり)

| 使用銘柄 (N-P-K)              | 実施年月日   | 施用量         | 全 N        | 化学N         |
|---------------------------|---------|-------------|------------|-------------|
| 堆肥又は緑肥                    | 作付け前    | 1～2 t       |            |             |
| 美白名人こかぶ専用<br>(10-10-8)    | 3肥料より選択 | 120kg<br>以下 | 12kg<br>以下 | 8.4kg<br>以下 |
| マイルドユーキ030<br>(10-13-10)  |         | 180kg<br>以下 | 18kg<br>以下 | 8.5kg<br>以下 |
| 有機化成NN121号<br>(10-12-10%) |         | 100kg<br>以下 | 10kg<br>以下 | 8.5kg<br>以下 |
| P K化成                     |         | 40kg        |            |             |
| 苦土石灰                      |         | 40kg        |            |             |
| ミネラル宝素                    |         | 40kg        |            |             |
| 合 計                       |         |             | 18kg<br>以下 | 8.5kg<br>以下 |

(統一栽培暦より)

(イ) 病害虫・雑草防除等

| 使用農薬                      | 対象病害虫             | 実施年月日            |              |
|---------------------------|-------------------|------------------|--------------|
| フォース粒剤                    | キスジノミハムシ          | 必須☆は種時           |              |
| ①オルトラン粒剤                  | アブラムシ             | ☆収穫14日前まで        | ①～⑤のうちから2剤以内 |
| ②アファーム乳剤                  | コナガ               | ☆収穫3日前まで         |              |
| ③DDVP乳剤75                 | アオムシ、アブラムシ類、コナガ他  | ☆収穫14日前まで        |              |
| ④エルサン乳剤                   | コナガ、ヨトウムシ、ハスモンヨトウ | ☆収穫30日前まで        |              |
| ⑤マラソン乳剤                   | アオムシ、ナモグリバエ       | ☆収穫7日前まで         |              |
| ※Zボルドー                    | べと病、軟腐病           |                  |              |
| ※ジーファイン水和剤                | 軟腐病、白さび病          | ☆収穫前日まで          |              |
| ※エスマルクDF                  | アオムシ、コナガ、ヨトウムシ    | ☆発生初期(但し、収穫前日まで) |              |
| 化学合成農薬使用回数2～3回(総使用回数2～5回) |                   |                  |              |

※印は、「化学合成農薬に含めない農薬」

(統一栽培暦より)

## 7 今後の展望等

「冬どりこかぶ」のちばエコ農産物の生産をきっかけにして、生産組織の全員に、販売促進活動が不可欠であることが理解され、消費者アンケート調査や試食宣伝によるPR活動に取り組むことができました。その結果、若年世代ではこかぶの購買者が少ないことや、試食提案をすることでおいしさが理解され、購買行動につながることで、消費者はレシピの配布等食べ方の情報提供を望んでいることがわかりました。

しかし、産地サイドが消費宣伝活動を行う場合、役員等の一部の生産者にその負担がかかることが多いのですが、継続的に活動していくには限界があるため、組織全体で対応できる活動体制づくりが必要と考えられます。

ただ単に農産物を生産し、市場に出荷しているだけでは産地の生き残りが難しい時代になってきています。

実需者を意識した生産と販売については、産地と市場、小売店等が連携していくことが重要と思われます。生産面では減農薬栽培技術と土づくりの推進、ちばエコ農産物の生産拡大を、販売面では消費提案やPR活動、加工業者との取り組み等を検討していきたいと考えています。