

郡山ブランド野菜の取り組み



農民&野菜ソムリエ
郡山農業青年会議所
藤田 浩志(こうし)

検査 検査 検査 検査 検査
検査 検査 検査 検査
検査 検査

肉体的・精神的に疲れていく・・・

なぜならば
マイナスに“されてしまった”ものを
0に戻すための“復旧”作業だから

付加価値に変えよう！

“復興”

三つの損害

- ①フロー
農産物、作付・出荷制限の実害
- ②ストック: 物的資本・インフラ
農地、施設、機械など
- ③社会関係資本
産地形成投資、地域ブランド、文化資本
人的資源、ネットワーク、コミュニティ

(福島大学 小山教授)

- ・離農者の増加
- ・耕作放棄地の増加
- ・農業者の高齢化
- ・商品販売の不振

風評被害？

小川きこの園 中島康雄さんとの対談
いま福島県で起きている問題は、実は
そのほとんどが日本の農家が昔から抱
えてきた問題

事実は変わらないが、見方を変えれば
道が開ける！

◎“後片付け”から“模様替え”へ

-を0ではなく、-を+に、そしてギャップへ…

復旧に対するお金「**経費**」

復興に対するお金「**投資**」

どうせだったら**投資の方が良い**

- ・今迄通り技術を磨く
- ・情報を付加していく



- ・怖がらず自信を持って外に出ていく
- ・いいものをつくる！！

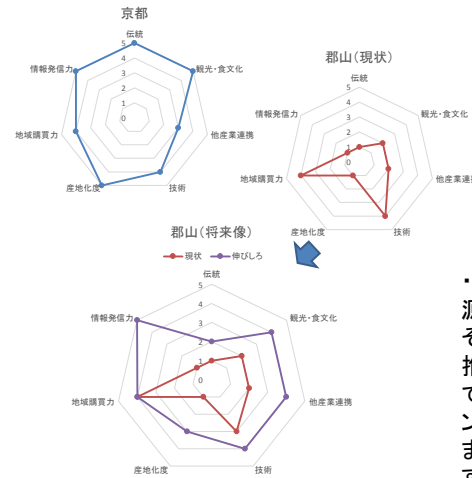
郡山ブランド野菜誕生の経緯

<p><機会> 消費者の品質へのこだわり 健康・安全志向の高まり 地産地消推進の動き 地域活性化推進の動き</p>	<p><脅威> 米価の下落 農業生産における収益の減収 後継者問題 不況</p>
<p><強み> 意欲ある若手農業者の存在 種苗に精通した人材の存在 公的なバックアップ 地元の購買者が豊富な地域性</p>	<p><弱み> 特産品がない 伝統がない 産地形成されていない 園芸において機械化されていない</p>

↓ 上記を念頭に…

京都の京野菜や金沢の加賀野菜等を参考に、地元に昔からある地野菜を育てるか、種苗メーカーが毎年開発している中から新しい作物・品種から作るか等の議論を重ね、最終的には**新しい品種**から**新しいブランド**になりうる物を選択し育てることに。

形の揃いや保存性など市場むけであることよりも、
本当に**おいしい品種**であることを重視する



・京都みたいになりたい…

だが、それは郡山の農業の目指すべき方向だろうか？

・生産環境と地域資源を冷静に分析し、そのポテンシャルを推測することによって、将来へのビジョンとそこにたどり着くまでの戦略を描きやすくなる

福ヶチャーンについて

日本を代表するイタリアンシェフ「奥田政行」が福島の魅力ある豊かな食材や農産物を地元生産者と共に県内外に発信すべくオープンしたレストランが「福ヶチャーン」です。
 「アル・ケッチャーノ」を筆頭に、国内外で数々の実績を上げて来た奥田政行の料理哲学とユニークで魅力的な料理、地域に根ざした運営手法と食文化の全国発信をはじめあらゆる食のノウハウがこのレストランに投入され、「福島 食の復興」をキーワードにサービスを展開します。

