

中間報告書

令和 7 年 9 月 15 日現在

1 事業名 イタリア野菜でガッツリ儲かる農業の推進プロジェクト

2 実施期間 令和 7 年 4 月 21 日～令和 8 年 2 月 28 日

3 事業内容

(1) 事業の目的・概要

輸入品が多く、高単価が期待できるイタリア野菜の産地化のため、昨年度から引き続き、栽培技術の確立、プロモーション活動や販路拡大等マーケティング活動、さらには生産体制の強化を行う。

特産品としてブランド化されている矢掛産「リーキ」に続き、各種イタリア野菜の高品質安定生産を目指すとともに、多彩な販路開拓を推し進め、イタリア野菜産地としてのブランドを確立する。

さらには、このプロジェクトが、矢掛町の観光コンテンツの一つとして、また地域コミュニティ活性化の一助となる等、地域への貢献を目指す。

(2) 事業の流れ・進捗状況等

<実施したこと>

① 栽培技術体系の確立

夏野菜では、昨年有望と考えられたサンマルツアーノ系統トマトの品種比較とビステッカ（ナス）の収量・品質向上に向け、栽培実証を実施中である。また、秋冬野菜（フェンネル等）の実証を開始した。

○栽培実証結果

- ・ “サンマルツアーノ” 系統のトマト・・・昨年、購入者に好評であった「リゼルバ」の種苗入手が不可能となったため、2 品種を新たに導入し、比較実証を実施。しかし、本年は酷暑の影響で、生理障害等により品質、収量低下が顕著であった。栽培の改善、品種の再検討が必要である。
- ・ “ビステッカ”（イタリアン丸ナス）・・・接ぎ木、剪定管理の徹底により、品質・収量とも向上した（昨年比 140%）。
- ・ “ハーブ”・・・5 品種について栽培実証、生産性や販売の可能性を検討中。
- ・ 秋冬野菜・・・“新品目の開発”として「ダルディーボ」や「カリフローレ」の栽培実証を行い、ブランド品目を目指す「フェンネル」は高品質・長期出荷に向けた栽培実証を開始した。

② マーケティング

多彩な販路開拓と直販の効率化のため、新たに SNS を活用した受注販売体制の整備、地元販売強化のため販路開拓、万博イタリア館での PR 活動、イタリア料理取扱い業者へのアプローチ等を行った。

○直販強化

SNS（Instagram, Facebook、公式LINE）の活用を開始、これにより、購入者とのコミュニケーションがスムーズにとれるようになった。JA から生産情報の提供と購入者の要望等がリアルタイムで交換でき、効率的な受注管理構築に向け前進した。現時点で新規に料理店 1 件、一般消費者 20 件の購入者確保ができた。

○地元（県内）販売の強化

- ・直売所等・・・矢掛町だけでなく、新たに笠岡、総社、玉島の JA 直売所で販売を開始した。
- ・交流施設との連携・・・地元交流施設「矢掛町家交流館」と連携し、イタリア野菜の販売だけでなく展示やランチへの使用等を通じ、町内外へのPR、需要の掘り起こしを行った。
- ・市場・・・岡山、倉敷市場にビステッカナスの出荷を開始した。
- ・10月オープン予定の宿泊施設「やかげ一譚」へのイタリア野菜供給、メニュー開発等について協議を開始した。

○PR活動

「岡山桃太郎空港エアポートフェスタ 2025」に参加し、夏野菜の販売、プロジェクトの紹介を行った。

③ 生産体制の強化

生産体制の強化と生産拡大を目指し、「イタリア野菜部会」を設立した。また、栽培強化のため講習会や巡回指導を行った。

- ・「イタリア野菜部会」の設立・・・6月25日設立総会を開催、21名の会員により活動をスタートした。
- ・栽培講習会の実施・・・夏野菜（トマト、ナス）を4/18、秋冬野菜を7/31に開催し、技術指導、実証活動の確認を行った。
- ・7月25日、取り組みを地域内にPRするため、料理教室（トマトの加工等）を開催した。

<今後、実施すること>

① 栽培技術体系の確立

○栽培実証

- ・夏野菜（トマト、ナス）・・・実証結果と販売実績をとりまとめ、今後の生産方針、栽培マニュアルの作成に努める。特にトマトについては、その特性を活かした6次化商品の開発も検討する。
- ・フェンネルの高品質生産・・・12~2月連續出荷を行うための栽培実証に取り組む。首都圏市場に高品質なものを出荷し、リーキに続くブランド品目として育成を目指す。
- ・新品目・・・“ダルディーボ”、“カリフローレ”的栽培実証を行い、収益性の検討を行う。

○情報収集

9月下旬に種苗メーカーと産地に出向き、高温対策技術、品種情報等について情報収集を行う。

○栽培マニュアルの作成

実証結果と情報収集成果を資に栽培マニュアルの作成に努める。

② マーケティング

○直販強化

料理店等に PR 活動を継続するとともに、SNS を活用し、料理店等に収穫状況や生育状況の情報提供を積極的に行い、受注量を増やすとともに、新たな顧客づくりにも努める。

○首都圏市場への販路開拓

フェンネルの出荷に向け、出荷箱、規格等の作成を行う。また、購入者の感想、要望等を調査し、生産にフィードバック、ブランド化を目指す。

○地元販売の取り組み

カリーノケールやカーボロネロ等一般消費向けに可能性がある野菜については、県内市場への出荷や直売所での販売を拡大する。また、地元料理店等への積極的なプロモーション、昨年始めた学校給食への定着、地元食品企業との商品開発にも挑戦する。

○首都圏イベントで PR

首都圏でのイベントに参加し、一般消費者、都内料理店への PR を行う。

○六次化の取り組み

イタリアトマトを活用し、トマトソース等の商品開発への取り組みを検討する。これにより、栽培拡大と外観の悪いトマトの有効活用が期待できるうえ、通年販売できる商品をラインアップすることができる。

③ 生産体制の強化

- ・ SNS を活用し、会員のネットワークを構築する。これにより、情報交換や技術共有の場とし、生産意欲、栽培技術の向上を図る。
- ・ 料理人や流通関係者、町民、生産者が一堂に会し、収穫体験やシンポジウム等を行う交流イベント「矢掛テーブルクロス」を開催し、町内での取り組みの認知、近隣地域への PR、生産者の意欲向上を図る。
- ・ 実証や視察調査の成果を生産者と共有するとともに、栽培マニュアルを作成し、高品質安定生産の体制づくりに努める。

(3)これまでの成果・効果、今年度事業終了後の成果・効果の見込み

評価指標	評価方法	目標	実績
栽培マニュアルの作成	作成品目数	4 品目	0 品目 ※ 2 品目作成中
プロモーション	プロモーション箇所数	4 市場、20 店舗	2 市場、8 店舗
イベントの参加	回数	3 回	2 回（万博、岡山空港）
生産者の拡大	生産者数	生産者 13 人（うち新規栽培者 2 名）	10 人（内新規栽培者 2 名）
生産者の意識変容	生産者への意識変容についてアンケート	「栽培意欲が高まった」の回答率：80%	アンケート未実施
適切な栽培や販売	生産者への聞き取り	「よく理解できた」回答率 90%	聞き取り未実施

有望品目の選定数	実証やマーケティングによる選定数	12品目	6品目
販売先の拡大	直販料理店数	25店舗	10店舗
地域イベントへの出品等によるPR回数	メディア等での広報回数	4回	2回

(4)課題等

- ・昨今の夏季の猛暑に対し、高温対策技術、作型の検討が必要である。
- ・生産と直販での品目、時期、量のミスマッチが問題となっている。市場出荷との組み合わせによる安定した販売、また、可能であれば受注生産等の仕組みを検討したい。
- ・矢掛町での栽培適性、販売状況、収益性から見た、最終的な有望品目の選定が重要。
- ・矢掛町のイタリア野菜が一過性のイベント的なもので終わらず、定着させるためには、農業者にとって収益性はもちろん、やりがいを感じる取り組みとする必要がある。

4 参考事項・資料

収支精算書見込又は収支（変更）予算書※

（収支（変更）予算書※は補助金交付申請書または補助事業変更承認申請書に添付した
収支（変更）予算書のこと）

写真（データでも提出すること）

当日資料

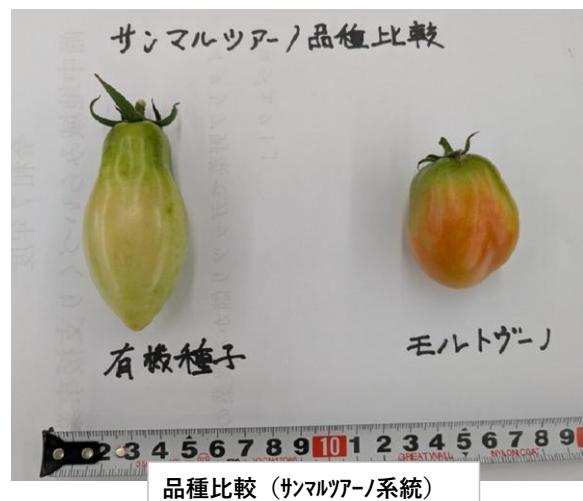
アンケート結果 他

5 次年度以後の事業展開

次年度の事業展開	事業展開の方向性 (以下のチェック欄のいずれかに「✓」を記入してください。)
	<input type="checkbox"/> 提案団体の自主事業として収益を得て継続・拡大していくことを目指す。 <input checked="" type="checkbox"/> 備中地域みらいづくり支援事業として事業を継続しつつ、次々年度の自主事業化へ備える。 <input type="checkbox"/> その他（ ）
	中期的な目標を実現させるための具体的な事業の内容 • PR、プロモーションを継続し、販路拡大、ブランド強化を図る。 • 栽培マニュアルの作成と指導強化。 • 生産者の募集と有望品目の生産拡大をすすめる。 • •

令和7年度備中地域みらいづくり支援事業 「イタリア野菜でがっつり儲かる推進プロジェクト」

1 栽培技術体系の確立



2 マーケティング

(1)プロモーション・イベントへの参加

大阪・関西万博

展示期間：6/5～6/12



イタリア館前に展示されていた
矢掛町で育てたイタリア野菜たちが
帰ってきました



万博イタリアメインエントランスで、矢掛町イタリア野菜プロジェクトをスクリーンで紹介



JAで万博展示用野菜を生産



岡山空港エアポートフェスタ



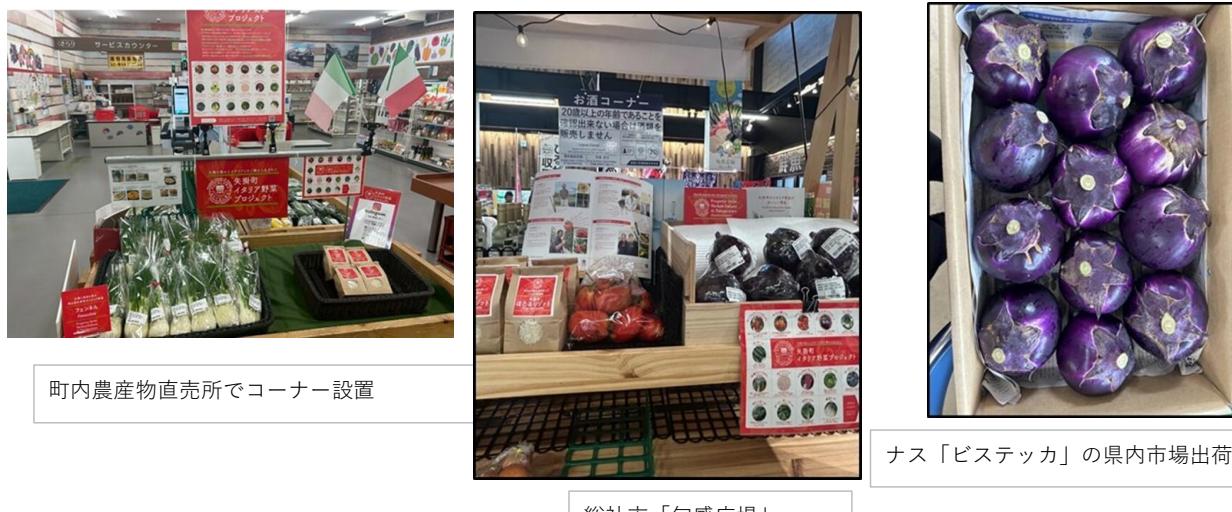
(2)直販強化



SNSの活用



(2)地元での販売強化



六次化への挑戦

トマトソースづくり



3 生産体制の強化



6/25 「イタリア野菜部会設立総会」



夏野菜講習会 4/9, 7/9

イタリア野菜部会設立

A photograph showing a man in a white shirt and tie standing behind a podium, speaking into a microphone. He is addressing a group of people seated at long wooden tables in what appears to be a conference room or hall. The audience members are mostly men in light-colored shirts. There are several green bottles of water on the tables. In the background, there is a red sign with white text and a small floral arrangement on a shelf.

【晴れ畠山】JA議員の岡崎山は、部会員27人のイタリア野菜部会を新たに設立した。イタリア野菜を栽培する矢掛町は、岐阜県西部に位置する人口1万3000人。清流の恵みがあふれる里山の町。2007年の東京オリンピック・パラリン匹クイタリアチームのホストタウンになり、アスリートたちを同町の野菜で応援。その味は選手らに大好評で「この経験を基に矢掛町イタリア野菜プロジェクト」を22年に立ち上げた。

J.A晴れの国岡山 安定多収生産へ

タリア料理「ビンサ」への
食材提供、イタリアアベリオ
オ前年にイタリア野菜畑の
展示が行われた。
プロジェクト立ち上げから
3~4年の経過でイタリアアベリオ
菜の栽培技術が高まり、安
定多収な生産と経営改善を
目的に部会設立となった。
初代部会長に選ばれた高月
商次郎さん（75）は「収量
向上と販売に力を入れ、生
産者、矢崎町、JAが一丸
となってトップ農業地を目指
す」と意気込んだ。

