

1. 課題名 美馬太きゅうりの特産化に向けた加工品の開発と情報発信

2. 目的

徳島の伝統野菜である美馬太きゅうりは、美馬市の在来種として伝えられてきた伝統野菜であるが、高齢化等により生産農家、栽培面積が減少している。また寒さに弱い為、生産時期は夏期のみ限定され、現在は美馬市内（脇町）の『産直市夏子いなか市』のみで販売している。しかし、美馬太きゅうりは、生食以外にも独特の形状や風味から加工品や料理への適性を有しており、新たな農業所得向上が期待できる作物である。そこで、美馬太きゅうりの新たな加工品、料理等を開発し、SNSなどを活用して情報発信するとともに、加工用原料確保に向けた周年栽培についても研究し、特産化に向けて取り組んだ。

3. 方法

1) 試験期間 2月26日～1月（試験中）

2) 周年栽培 供試品種：美馬太きゅうり（城西高等学校の保存種子）

3月から毎月、播種、育苗、定植を実施。4～10月は露地。11月以降は簡易ハウス

3) 加工品開発 美馬太きゅうりアイス（製品化）、美馬太きゅうりの味噌汁

4) アンケート調査 農大生、消費者を対象に認知度事前調査（図1）、食味アンケート調査を実施

5) 情報発信等 インスタグラムにより生産情報、加工品製造過程、製品情報等を情報発信

6) 生産者等との意見交換 夏子いなか市運営協議会代表者、美馬太きゅうり生産者等と意見交換

4. 結果の概要

1) 周年栽培 8月中旬までは順調に収穫量も確保できたが、8月下旬以降は猛暑や台風の影響で収穫量が減少した。現在、12月定植分を栽培中である。

2) 加工品開発 甘みを生かした「美馬太きゅうりアイス」を製品化した。「冷や汁」を模し手軽に作れる「美馬太きゅうり味噌汁」を作成した。

3) 情報発信 フォロワー実数2,502人を数え（図2）、美馬太きゅうりに関心を示すコメントが多数あった。

5. 考察

1) 周年栽培 夏期は猛暑と台風対策が必要になる。冬期は無加温栽培による生産量確保が課題である。

2) 加工品開発 収益性では、青果販売を上回る。（表1）

美馬太きゅうりの良さ（甘み）を活かした品質改良と、製造コスト（表2）の削減が課題である。

3) 情報発信 フォロワーは12月下旬まで増加したが、更新回数の減少とともに減少する傾向にある。

SNSを利用している農家や企業が増加する中、広告効果は大きいですが、継続した情報発信が必要である。

また地域の農業や企業等といかに連携し、特産化に向けた動きを発展させるかが課題である。

6. 主要な試験データ

美馬太きゅうりを知っていますか？
 ■知っている ■知らない

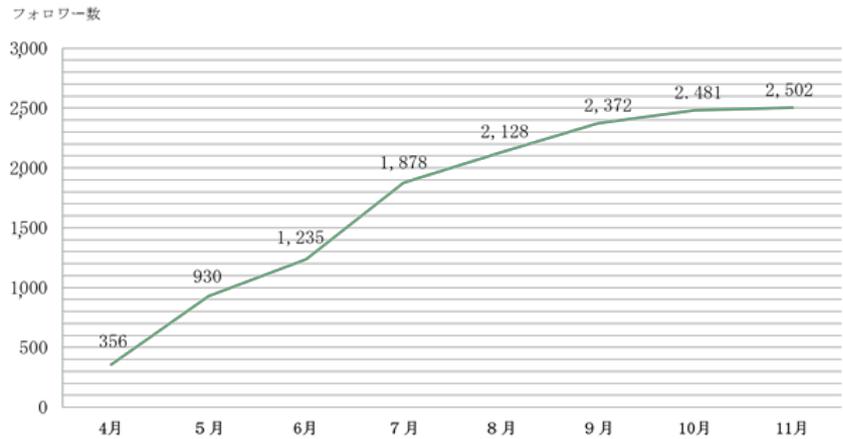
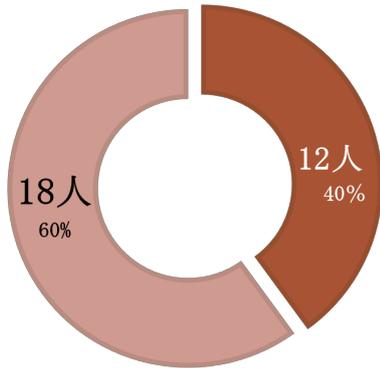


図1 消費者対象のアンケート結果

図2 フォロワー数の月別の推移

表1 青果販売と加工品販売の収支比較

単位：(kg/10a、円/kg、円/個、円、%)

青果販売					加工品（アイスクリーム）販売				
全収量	1個当たり単価	売上額	利益率	利益	製品量	1個当たり単価	売上額	利益率	利益
15,600	177	2,761,200	40	1,104,480	496,364	250	124,090,909	42	52,614,545

注) 試算の前提条件

- ・全収量は以下のとおり算出した。

栽植本数 450 本/10 a × 収穫数 20 個/株 × 1 個当たり平均果実重 650 g / 個

- ・所得率は、青果販売は徳島県野菜生産指針における所得率を、加工品販売はアイスクリームの原価計算（表1）を用いた。

- ・製品量は、原料のロス率を30%として試算した。

表2 アイスクリーム販売単価設定の原価計算

(単位：g/個、円/個、%)

区分	製品1個当たり分量	製造費(税込み)	単価設定	利益率
材料費				
うち美馬太きゅうり	22.0	4.6		
製造委託費		129.6		
資材費		8.6		
特許権等実施料		1.1		
1個当たり		143.9	250.0	42.4