

事業計画書

① 団体名	晴れの国岡山農業協同組合
② 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
③ テーマ区分	番号：10
④ 補助回数	*同一事業における補助回数（年数）について、いずれかにチェック <input checked="" type="checkbox"/> 1回目 <input type="checkbox"/> 2回目 （経過措置）
⑤ 現状及び課題	<p>〔経緯と現状〕</p> <p>令和3年に矢掛町が2020東京・パラリンピックイタリア選手団のホストタウンとなったものの、新型コロナウイルスの影響で選手たちと直接的な交流の機会を持てなかったため、「食」の面からサポートすることを決め、アスパラガスやズッキーニ等矢掛産の新鮮な西洋野菜6種類420kgをキャンプ地の埼玉県所沢市に提供、これらの西洋野菜を使ったオリジナルイタリア料理が選手団に提供され、選手団から動画で謝意を伝えられるほど大好評を得ました。</p> <p>こうした実績をレガシープロジェクトとして矢掛町の活性化に活かそうと、令和3年度に、矢掛町、JA、外部専門家等の関係者と『矢掛町一次産品価値向上プロジェクト（通称：矢掛町イタリア野菜プロジェクト）』を立ち上げました。</p> <p>これに対応し、JAでは、イタリア野菜を生産・販売を推進するため「JAやかげイタリア野菜研究会」を組織、農業者とともにブランド化、産地化を目指すこととしました。</p> <p>令和4年度には、手始めに京都・大阪・東京・岡山・広島約10軒のイタリア料理店、さらにはイタリア大使館にもイタリア野菜を提供しました。</p> <p>ジャンルイジ・ベネデッティ大使からは、多くの種類の野菜を高いクオリティで収穫できたことに驚かれ感謝状もいただきました。</p> <p>令和5年9月末にはイタリア大使館を訪問し、ジャンルイジ・ベネデッティ大使からは、「星付きイタリアレストランのシェフや輸入食材取り扱い業者への紹介等の応援をしたい。」との提案をいただきました。</p> <p>〔課題〕</p> <p>イタリアと気象が異なる日本での、栽培ノウハウが十分でなく、矢掛町版の栽培技術の確立が必要となる。</p> <p>また販売面でも、一般消費者にはなじみが少ないものや輸入品が主流のものも多く、矢掛町でイタリア野菜を生産していることのPRやマーケティング活動が重要である。</p> <p>さらには、ブランド化を進めるには高品質安定生産と、一定期間継続出荷が求められる。</p> <p>そのため、露地栽培に加えて、トンネル栽培やハウス栽培を導入する必要がある、そのマニュアル化が急務となっている。</p>
⑥ 事業目的	<p>特産品として高い評価を得ている矢掛産「リーキ」に続いて、各種イタリア野菜を導入し、生産体制の強化と販路開拓により、矢掛町がイタリア野菜産地としてのブランドを確立する。</p> <p>特に、瀬戸内海式気候である晴れの国岡山の温暖な気候を活かして稲作後の冬場の未使用農地等を活用し、農業者の収益アップを目</p>

指す。

また、輸入品が多くニッチ品目であるイタリア野菜の産地化により、消費者側の要望に応えられる小回りのきくオンリーワンの産地を目指す。

昨今の円安やイタリアから空輸仕入れによる輸入品のコスト高だけでなく鮮度も落ちるため、輸入品よりも安価で新鮮・安全な矢掛町のイタリア野菜のファンを増やすことで、国も目指す国産農産物の消費拡大を目指す。

さらには、町内にもやし工場を持つ名水美人ファクトリー(株)との、カット野菜のコラボ商品化等にも挑戦をする。

これらにより、矢掛町のゆるぎない財産である大地が持つポテンシャルを活かし、一次産業である農業を育てていけば、様々な産業や観光コンテンツの下支えになるため、「農業」で矢掛町はもっと輝けるように生産者、矢掛町、JA、外部専門家等の関係者でタッグを組んで、地域活性化に取り組む。

【矢掛町イタリア野菜プロジェクト ロードマップ】

	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
栽培技術体系の確立	栽培実証 ・ハウス等活用した冬期出荷 ・イタリアトマト栽培 ・新品目(タルディーボ等)	有望品目選定 高品質生産技術の確立実証、モデル展示ほ	有望品目の品質・生産性の向上		
	情報収集(種苗メーカー等)	マニュアル作成	栽培技術指導、普及		
マーケティング	料理店直販強化(ファン作り) 首都圏市場への販路開拓 地元直売所、市場での販売チャレンジ	市場でのブランド品目育成		リーキに次ぐブランド品目誕生	販売額1千万円
生産体制	研修会等で生産意欲向上	町内に活動PR、地域で認知される 生産者募集			

⑦事業内容

1 栽培技術体系の確立

イタリアと異なる気象の日本でのイタリア野菜の栽培ノウハウは十分に確立していない。そのため安定生産、連続出荷に向けた品目ごと栽培技術の確立を行う必要があり、栽培実証や技術情報の収集を行う。

(1)栽培実証

・トンネルやハウス施設を活用した秋冬イタリア野菜の長期安定出荷技術の確立実証

- ・実需者から要望の高いイタリアトマトの栽培実証
- ・高単価が期待できる新品目(ラディッキオ、タルディーボ等)の栽培実証

(2)種苗メーカー等での栽培や産地、販売等の情報収集

2 マーケティング

イタリア料理店への直販の強化とともに、首都圏市場への販路開拓を行う。さらには、料理レシピの提供等により一般消費者へのPRや地元販売の取り組みも強化する。

(1)全国料理店や輸入業者への直販強化・・・PR資料作成、配布

(2)首都圏市場(豊洲・大田)や輸入業者への販路開拓・・・卸売市場

	<p>でのバイヤーへのプロモーション</p> <p>(3) 地元販売の取り組み・・・県内市場・料理店へのサンプル提供・名水美人との商品開発</p> <p>(4) 首都圏イベントでPR・・・岡山県・備中県民局等が主催・協賛する首都圏でのイベントに参加し、一般消費者へイタリア野菜のPRを行う。</p> <p>3 生産体制の強化</p> <p>研修会や情報交換会，さらには生産された野菜の調理方法を知るための実需者との試食会等を開催し，生産・販売における理解を深める。</p> <p>*天災地変，感染症等で事業が実施できない場合の対応 安全対策の実施及び規模縮小を行いながら対応。</p>																		
<p>⑧事業の条件及び アピールポイント</p>	<p>先進性，先駆性，独創性</p> <p>輸入が多いイタリア野菜の数少ない国産産地としてブランド化し，収益向上につなげ，トンネルやハウス施設利用により農閑期の冬の所得確保につなげる。</p> <p>イタリア大使からの支援（イタリアレストランのシェフへの紹介や輸入食材取り扱い業者への橋渡し）等により，マーケットインの産地づくりを行い，輸入農産物の国産化にも貢献。</p> <p>備中地域への波及効果</p> <p>特産産地育成のひとつのモデルとして，その手法の波及。</p> <p>ニッチ品目を首都圏市場へ出荷し，ブランド化できれば，備中地域のその他の特産物の販売にも貢献。</p> <p>その他，団体の持つ専門性やノウハウ等</p> <p>果樹やリーキ等特産野菜の産地育成等で培ってきた，営農指導や販売対策，市場等とのネットワークを活かして，イタリア野菜を特産化し，地域農業や中山間地域を元気にしたい。</p>																		
<p>⑨今年度の事業による直接の結果 (アウトプット) 及びその 評価指標・評価方法</p> <p>※事業が複数の場合は，事業ごとに分けて記載</p>	<p>技術確立のための実証や，マーケティング活動により，有望品目の選定を確かなものとする。</p> <table border="1" data-bbox="443 1240 1394 1458"> <thead> <tr> <th>評価指標</th> <th>評価方法</th> <th>目標</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>実証ほの設置</td> <td>設置数</td> <td>6か所</td> </tr> <tr> <td>プロモーション</td> <td>プロモーション箇所数</td> <td>2市場、20店舗</td> </tr> <tr> <td>イベント・研修会等の開催</td> <td>開催回数</td> <td>4回</td> </tr> </tbody> </table>	評価指標	評価方法	目標	実証ほの設置	設置数	6か所	プロモーション	プロモーション箇所数	2市場、20店舗	イベント・研修会等の開催	開催回数	4回						
評価指標	評価方法	目標																	
実証ほの設置	設置数	6か所																	
プロモーション	プロモーション箇所数	2市場、20店舗																	
イベント・研修会等の開催	開催回数	4回																	
<p>⑩今年度に期待される成果 ・効果(短期アウトカム) 及び その評価指標・評価方法</p> <p>※事業が複数の場合は，事業ごとに分けて記載</p>	<p>事業参加者</p> <p>地域で取り組みの認知度が広がり，生産意欲が高まる。</p> <table border="1" data-bbox="443 1630 1394 1765"> <thead> <tr> <th>評価指標</th> <th>評価方法</th> <th>目標</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>生産者の意識変容</td> <td>生産者への意識変容についてのアンケート</td> <td>「イタリア野菜栽培意欲が高まった」の回答率：80%</td> </tr> </tbody> </table> <p>事業実施団体</p> <p>消費者の需要が大きい野菜を販売している情報が市場、店舗を通して広まり、販売先が拡大する。</p> <table border="1" data-bbox="443 1899 1394 2132"> <thead> <tr> <th>評価指標</th> <th>評価方法</th> <th>目標</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>栽培や販売の指導力向上</td> <td>生産者への栽培や販売の指導についてのアンケート</td> <td>「指導がよくなった」の回答率80%</td> </tr> <tr> <td>有望品目の選定数</td> <td>実証やマーケティングによる選定</td> <td>10品目</td> </tr> <tr> <td>販売先の拡大</td> <td>直送料理店数</td> <td>30店舗</td> </tr> </tbody> </table>	評価指標	評価方法	目標	生産者の意識変容	生産者への意識変容についてのアンケート	「イタリア野菜栽培意欲が高まった」の回答率：80%	評価指標	評価方法	目標	栽培や販売の指導力向上	生産者への栽培や販売の指導についてのアンケート	「指導がよくなった」の回答率80%	有望品目の選定数	実証やマーケティングによる選定	10品目	販売先の拡大	直送料理店数	30店舗
評価指標	評価方法	目標																	
生産者の意識変容	生産者への意識変容についてのアンケート	「イタリア野菜栽培意欲が高まった」の回答率：80%																	
評価指標	評価方法	目標																	
栽培や販売の指導力向上	生産者への栽培や販売の指導についてのアンケート	「指導がよくなった」の回答率80%																	
有望品目の選定数	実証やマーケティングによる選定	10品目																	
販売先の拡大	直送料理店数	30店舗																	

	<p>備中地域</p> <p>ニッチ品目のブランド化を実現し、他の備中地域に情報発信し特産物育成の機運を波及させる</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>評価指標</th> <th>評価方法</th> <th>目標</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>地域イベントへの生産物出品等によるPR</td> <td>メディア等での広報回数</td> <td>4回</td> </tr> </tbody> </table>	評価指標	評価方法	目標	地域イベントへの生産物出品等によるPR	メディア等での広報回数	4回
評価指標	評価方法	目標					
地域イベントへの生産物出品等によるPR	メディア等での広報回数	4回					
<p>⑩将来的に期待される成果</p> <p>・効果 (中・長期アウトカム)</p> <p>※事業が複数の場合は、事業ごとに分けて記載</p>	<p>事業参加者</p> <p>生産意欲が高まり、ブランド産地として自立する。また、地域内での認知度も広がり、生産者も増える。</p> <p>事業実施団体</p> <p>地域特産物育成への関心、意欲が高まり、積極的な取り組みが行われる。</p> <p>備中地域</p> <p>イタリア野菜のようなニッチ品目のブランド化事例ができることにより、備中地域の特産産地への取り組みが増える。</p>						
<p>⑪事業継続化に向けた取組及び事業展開の予定(資金確保の見通し等)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き生産者の組織強化と栽培技術の向上、品目開発等を進め、産地力アップに努める。 現在イタリア野菜を多品目栽培しているが、その中でも柱の品目を見つけ重点的に栽培することにより、生産者が栽培に参加しやすい体制づくりを行う。 少ない冬の栽培品目中に、イタリア野菜を加えることにより、イタリア野菜との複合経営で「儲かる農業」に繋げ、稲作農家やアスパラガス生産者の経営安定の一助できるよう体制づくり、営農指導を続ける。 マーケティング強化、継続購入してくれるファンづくりを続け、収益性のアップ、矢掛町の特産物としての地位を確立する。 イタリア大使館との連携を密にし、イタリア野菜を栽培・販売することで、イタリア野菜の認知度UPに貢献する。 将来的に、JAがJA生産部会として組織運営し、安定的な活動を行っていく。 						

<記入上の注意事項>

- 各項目は、簡潔かつ明瞭に記入してください。
- 「④補助回数」欄の2回目は、経過措置規定を適用した上で、令和5年度事業に採択された事業を令和6年度以降も継続して実施する場合のみ選択ができます。
- 「⑤現状と課題」欄は、事業実施の要因となる地域課題や問題点、社会的背景等について記入してください。なお、根拠となる統計データや当事者の声などがあれば、それも示してください。
- 「⑥事業目的」欄は、事業を通じて実現したいこと、目指す将来的な姿(社会、経済、生活、環境等)について、「⑤現状と課題」、受益者(対象者)等を踏まえて記入してください。
- 「⑦事業内容」欄は、課題解決や「⑥事業目的」における位置づけ(狙い)とともに、概要、受益者(対象者)、実施地域、実施方法などを事業項目ごとに具体的に記入してください。また、天災地変、感染症等で事業が実施できない場合の対応(代替案の検討、事業縮小、事業中止等)についても併せて記入してください。なお、事業が複数の場合は、それぞれの事業ごとに内容を記入してください。
- 「⑧事業の条件及びアピールポイント」欄は、事業条件としている広域性又は先進性、先駆性、団体の持つ専門性やノウハウ等のアピールポイントについて具体的に記入してください。なお、先進性、先駆性は、他地域での先進例や成功例等もあれば、それも参考として記入してください。
- 「⑨今年度の事業による直接の結果(アウトプット)及びその評価指標・評価方法」欄は今年度の活動計画及びその評価指標・評価方法を記入してください。「⑩今年度に期待される成果・効果(短期アウトカム)及びその評価指標・評価方法」欄は事業実施により得られる今年度の利益や変化及びその評価指標・評価方法について記入し、「⑪将来的に期待される成果・効果(中・長期アウトカム)」欄は、事業を継続して行うことで、将来的に得られる利益や変化について記入してください。なお、事業が複数の場合は、⑨、⑩、⑪は事業ごとに分けて記入してください。
- 「⑫事業継続化に向けた取組及び事業展開の予定(資金確保の見通し等)」欄は、「⑥事業目

日 程 計 画 表

年月	事業内容	場所	規模等
6年4月	・事業実施スケジュール詳細の検討，共有 ・実証ほ場設置場所，委託先等の確認	JA 矢掛アグリセンター	
6年5月	・夏秋イタリアトマト栽培実証ほ場設置 ・夏秋イタリアトマト栽培講習会 ・全国料理店・首都圏市場・輸入業者・地元販売等への直販強化のためのPR資料作成	JA 矢掛アグリセンター	1カ所 10人 1,000部
6年6月	・PR資料をイタリア料理店（全国都市部中心）に送付	東京都等	40店
6年7月	・東京市場（豊洲市場，大田市場）でプロモーション（PR資料配布等）と流通実態の調査 ・メインとなる秋冬野菜の栽培計画を生産者と協議	東京都 JA 矢掛アグリセンター	2人
6年8月	・秋冬イタリア野菜栽培講習会（講師に種苗メーカー等を招く）	矢掛町内	12人
6年9月	・秋冬イタリア野菜栽培実証ほ場設置 （トンネル・ハウス・マルチ等）	栽培ほ場	5カ所
6年10月	・秋冬イタリア野菜栽培現地講習会 ・地元直売所に特設コーナー設置，PR資料配布	栽培ほ場	10人 1カ所
6年11月	・イタリア料理店，市場関係者を招いて「ほ見学会」 ・イタリア料理店，生産者，関係者を参集し，「イタリア料理試食会（矢掛テーブルCROSS）」 ・種苗メーカーや先進地等への視察調査	矢掛町内 山形県・埼玉県等	20人 20人 7人
6年12月	・サンプル野菜・アンケートを料理店へ送付 ・首都圏で岡山県・備中県民局等が主催・協賛するイベントに参加し，イタリア野菜のPRを行う。 （PR資料配布） ・イタリア大使館へ秋冬イタリア野菜を送付。	全国 東京都等 東京都	20店 2回
7年1月	・市場（首都圏，岡山）とバイヤーや輸入業者（イタリア大使館紹介含む）へ，サンプルを持込みプロモーション（PR資料配布）	東京都・岡山県	2人
7年2月	・購入料理店やバイヤー等にアンケートを実施 ・実証ほ場成績をとりまとめ，生産者へ説明。 ・実証ほ場成績や販売状況等を資に次年度計画		30カ所 10人