



地域の特産物を守ろう

「しのおかの桃」を使った
商品開発プロジェクト



取組の目的・ねらい





桃農家の悩み・・・(仮説)

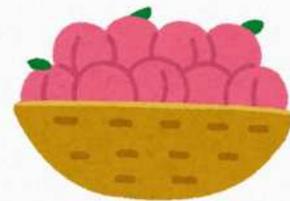


- 老木化対策⇒計画的な植え替えが必要
- 農家の高齢化、後継者不足⇒生産出荷体制の改善、新規就農者の育成
- 繁忙期の人手不足⇒人材育成・確保
- 美味しい桃づくり⇒栽培方法、選果方法等の基準づくり
- 安定収入⇒ブランド化、摘果した桃・規格外品の有効活用、加工商品など



メンバーの関心

- 桃は6～8月までの収穫時期で、2カ月間しか味わえない。
⇒年中桃を味わえる商品がほしい。
- 共同出荷のため、規格外品が出る。
⇒規格外の桃を有効に活用したい。
- 後継者がいる桃農家が少ない。
⇒栽培方法を学び、担い手につなげたい。
⇒生産者が儲かるような新たな商品を考えてい。





活動の目的・ねらい

- 年中販売できる桃を使った商品を考える。
- 規格外品の桃を有効に活用する。
- 付加価値のある商品をつくる。（桃産地としての地域ブランド化へ）
- 桃農家を守る。（後継者育成へ）



取組による効果（予想）

- 農家にとって・・・
 - ・規格外品の販路につながり、農家の収益向上
 - ・桃の知名度の向上 など
- 市民にとって・・・
 - ・年間を通じて地域の桃を味わうことができる。
 - ・市民に地域の桃を知るきっかけが増える。 など



活動の経過



桃を使った商品アイデアの検討

- ① 桃の特徴などの調査
- ② アイデア検討
- ③ レシピ作成
- ④ 試食会の開催





桃を使ったレトルトカレーの考案

- 年中販売できる商品として、しのおかの桃を使ったレトルトカレーを考案。商品化に向けてグループ内で話し合いを進めた。



試食会の開催

- 桃に合うカレーを調査するため、グループで試食会を開催





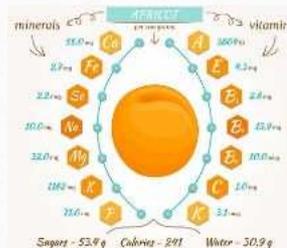
食品会社へのヒアリング

- (株)オリエンタル
(取扱商品：オリエンタルマースカレー、米粉カレールウ など)
- ハウス食品(株)
(取扱商品：バーモントカレー、こくまるカレー など)



(株)オリエンタル

- 桃はアレルギーの原因食物であるため、工場で加工することができない





ハウス食品(株)

以下の条件付きで商品化できる

- ①桃を3センチ角にカット
- ②加熱処理
- ③冷凍保存

- 繁忙期に農家が加工処理をすることは困難
- 食品加工業者に一次加工を依頼するなど手間と費用がかかる



その他の問題点

- 商品を作成する際に、レトルトパウチ包装に材料を入れた後、高温加熱殺菌をおこなうため、桃の形が残らず、風味が消えてしまう



- レトルトではなく缶詰に丸ごと桃を入れることにより、インパクトもあり、風味も残り良い商品になるのではないか。

⇒缶詰にする為の設備等を確保することは現時点では難しいと判断



方向性の転換

- レトルトカレーについては手詰まりとなったため、桃花台地内にある「マスターズカフェ」協力のもと、店で提供している「桃スープ」のレシピを公開し、桃を年中味わう方法があることのPRに方向転換した。



活動の成果と課題





レシピの公開

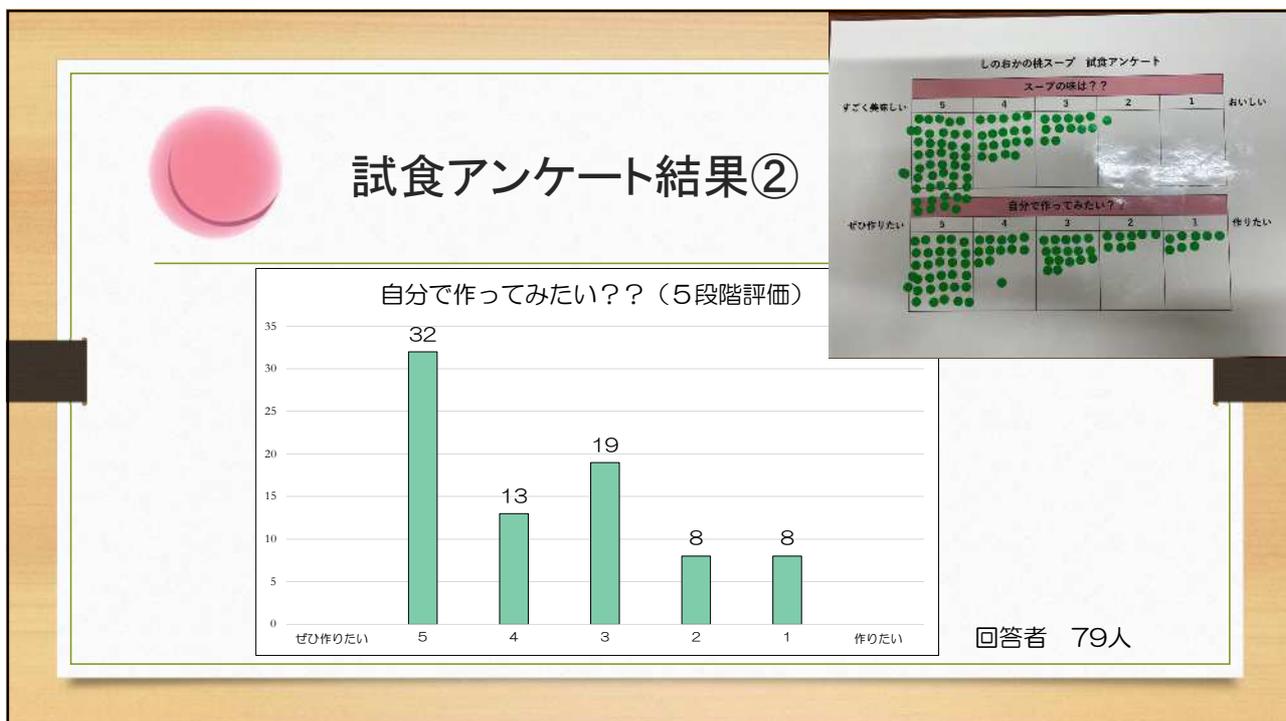
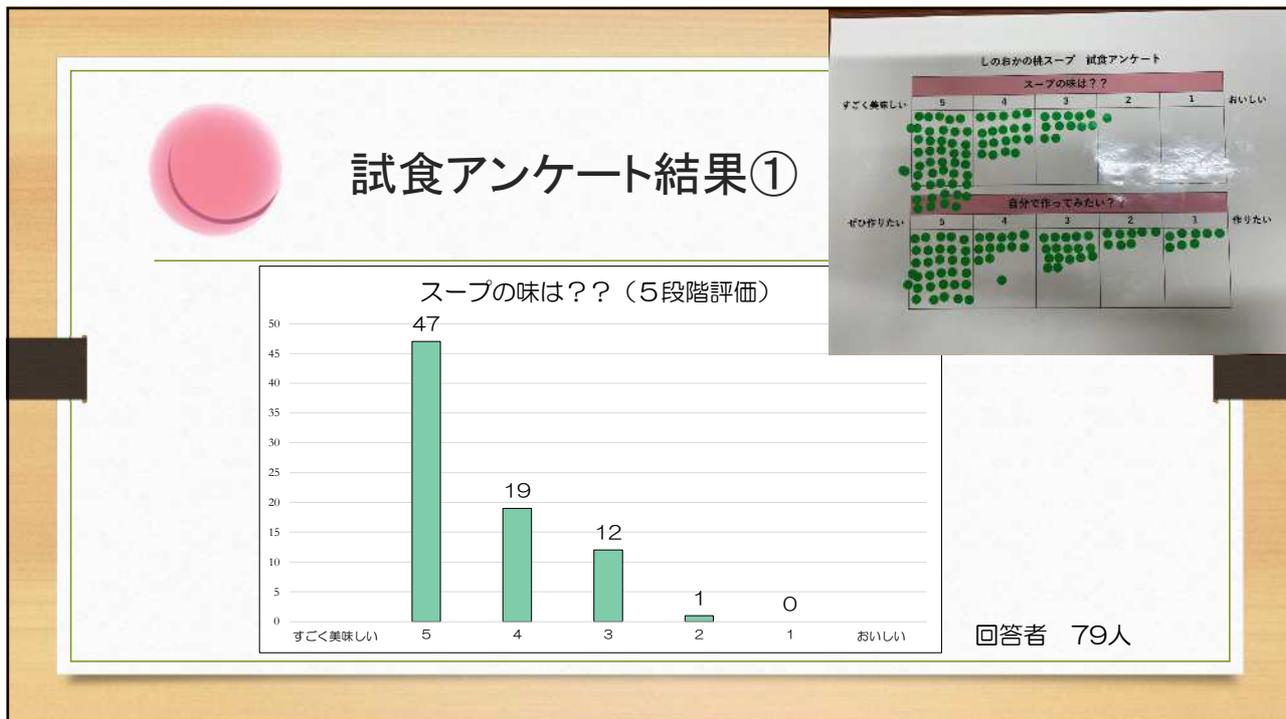


- 青空市や市ホームページなどで、「しのおかの桃スープ」のレシピを公開した



青空市での試食会







活動の成果

- 青空市で桃スープの試食会を開催することができ、桃を年中味わう方法があることをPRできた。
- 桃農家をはじめ、地域の農家と接点を持つことができた
- 桃スープの評価は全員が美味しいと回答。また、多くの人がぜひ作ってみたいと回答



反省点・課題

- 桃農家との接点がなく、桃農家が困っていることについて、十分な聞き取りができなかった
- メンバーの想像のみで、廃棄されてしまう桃がもったいないと考え、動き出してしまった
- 優先事項として桃農家の実情、困っていることを把握すべき
- チームに桃農家を巻き込み、桃農家が困っていることの解決に向けて活動すべき



今後の展開

- 桃農家の実情、困りごとを知り、その解決につながる活動を桃農家と一緒に考える
- 小牧市のふるさと納税の返礼品として、しのおかの桃を使った製品などを提供できると良い