

(様式第2号)

地域振興推進費事業計画・自己評価書 (実績)

令和4年2月4日

提出区分	実績	整理番号	4	課題区分	A			
横断的な課題	-							
地域重点政策	1北アルプスの恵みと人々の知恵を活かした産業の振興				北アルプス地域振興局			
実施機関	北アルプス農業農村支援センター			担当課	所属	技術経営普及課		
事業名	クレソン特産化モデル事業			電話	0261-23-6543			
				E-mail	kita-aec@pref.nagano.lg.jp			
事業の概要等	目的 (目指す姿)	地域資源である豊富な清水を活かした特産物として、軽量で栽培が容易なクレソンの栽培実証と販路拡大に取り組み地域特産物として定着を図る。						
	現状と課題	<ul style="list-style-type: none"> ・R1年度にモデルほ場団地を、小谷村に6㍓設置し試験的な栽培及び販売に取り組んだ。 ・R2年は越冬後の開花を抑制する栽培技術の検討を行った結果、抑制は困難であるが7月から収穫が再開できることが確認できた。また、出荷調整・荷造り作業を円滑に進めるため、作業工程に必要な結束機や作業台等の体制を整え、コロナ禍で需要が低下したものの、地元飲食店等にPRし活用の見通しが図れた。また、加工商品としてキムチ漬け委託製造し検討したところ加工事業者、村内関係者の評価が高かった。 今後、害虫防除対策による生産安定を図るとともに、村内での活用方法を検討する。						
	内容 (変更後の内容)	1栽培方法の検証 ・実証モデルほ場における主要害虫の薬剤防除及び、耕種的防除の実証試験 2村内学校給食へのサンプル提供 ・学校給食共同調理場(小中学校)と小谷村保育園へ時期別に提供して、食材としての利用について可能性を探る。 3新たな加工品の開発検討 ・健康的な調理メニューとして国内に取組事例がない「キムチ」を、小谷村に協力を仰ぎ「おたり名産館」で試験的に提供し定着の可能性を検討する。						
	事業期間	令和3年5月		～	令和4年2月			
事業費等	(単位:円)							
	事業を構成する細事業名等	実施内容	実績額	備考				
	1栽培方法(害虫防除)の検討	実証モデルほ場において、食害するアオムシ等を防虫ネットで物理的な防除と併せて、化学合成農薬を散布し防除効果を確認する。	53,553	供試面積:43m ² 防虫ネット、支柱代				
	2村内学校給食への活用	学校給食共同調理場(小中学校)と小谷村保育園へ5月、8月から12月まで毎月提供し、栄養士に活用方法の確認と感想を聞き取る。	27,944	利用数量:年間25.8kg (1)学校給食共同調理場 9回(5月1回、9月3回、10月3回、11月2回)合計19.8kg (2)小谷村保育園 3回(5月1回、9月1回、11月1回)合計6kg				
	3新たな加工品の開発検討	「おたり名産館」において試験的にサンプルを提供し、キムチ和えにして定食などに一品添え、定番メニューの可能性を運営者から聞き取り検討する。	1,000	利用数量 1回、1kg				
	合計		82,497					

指標及び達成状況	成果指標	目標値	成果	達成状況
	クレソンのサンプル提供数量	50kg	26.8kg	○ 達成
	収穫物における害虫食害ロス率	20%	5%	● 一部達成
	クレソン調理利用者の満足度	80%	80%	○ 未達成
事業実績・成果	<p>1栽培方法(害虫防除)の検討 7月に設置し、9月に品質調査を行ったところ、坪刈りによる収穫数量の内、出荷できたものは、慣行区は約3割に対し試験区は5割となった。また、品質上重視される頂部の食害は、慣行区が約20%に対して試験区は5%で、選別時のロスが少なかった。</p> <p>2村内学校給食への活用 小谷村学校給食共同調理場と小谷村保育園に、1回当たり2kg程度、合計12回、約26kgを提供した。調理担当者は異物混入なく扱いやすいとの評価があった。栄養教諭の献立メニューは和え物、サラダや炒め物、汁物、クッキーなどに利用され、クセのある苦味が抵抗されるところだったが、児童の残食もほとんどなく、児童や教職員からは食味と地域食材利用の点から好評を得られた。</p> <p>3新たな加工品開発の検討 おたり名産館へ「キムチの素」(在京の食品メーカー提供)を使って一夜漬けを試作依頼したが、クレソンの硬さや苦味、キムチの臭いが気になり、店頭メニューになる商品開発には至らなかった。提供する飲食物との組み合わせを考慮する必要があった。</p>			
今後の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・栽培方法:害虫の食害防止対策を講じて栽培体系を確立する。生産体制を検討する。 ・販売拡大:地元での認知向上と併せて、市場の需要も考慮した供給体制を充実する。 			