

## 越谷ねぎ地域ブランド化計画書

- 1 プラン名  
「越谷ねぎ地域ブランド化計画」
- 2 地域ブランド化への理念
  - ・「越谷」＝伝統あるねぎの生産地
  - ・「土」に根ざしたねぎづくりの技術(ねぎ職人)
  - ・希少性が高く高品質
- 3 計画期間：平成25年4月～平成28年3月

### 4 産地概要

事業実施主体：越谷市農業団体連合会そ菜部会

代表者：部会長 金子 繁雄

所在地：越谷市越ヶ谷四丁目2-1

越谷市環境経済部農業振興課（事務局）

品目	ねぎ				
地域ブランド名	越谷ねぎ				
生産等の特徴	生産基準、流通形態の特徴	越谷のねぎ栽培は200年以上前の江戸時代から行われている。首都近郊に位置し周囲に大勢の消費者がいる中、生産者の多くが個人出荷のため、出荷や販売経路が多岐に渡っている。また、東京千住のネギ専門市場で取引される高品質なねぎ生産も行われている			
	他県との比較(県全体)	ねぎの産出額全国1位 (H22 農水省統計) ねぎの収穫量(出荷量)全国2位 (H24 農水省統計)			
越谷市における生産の推移	年度	H25 見込み	H24	H23	H22
	栽培面積	14.7ha	14.7ha	14.7ha	14.2ha
	生産者数	58	58	58	52
	生産量等	408トン	388トン	388トン	408トン
東京都中央卸売市場におけるねぎの市場占有率又は出荷市場数		15.4%	15.4%	15.4%	15.4%

### 5 産地の現状分析

#### (1) 産地の強み

- ・江戸時代から続く、良質なねぎ生産
- ・消費地に近いため新鮮なねぎが提供できる
- ・こしがや鴨ネギ鍋などの地域ブランド品がある
- ・地場産野菜を使用する飲食店が市内に多数ある

#### (2) 産地の弱み

- ・個人出荷のため、まとまった量が確保できない
- ・生産者高齢化・後継者不足

- ・決まった規格がない
  - ・年間を通じた安定的な品質確保が困難（夏期頃）
- (3) 産地を取り巻く外部環境
- ①機会・販路の多様化
    - ・地産地消への関心の高まり
    - ・食の安全・安心に対する要求の高まり
    - ・国内農業の重要性の見直し
  - ②脅威・輸入農産物の増加
    - ・卸値の価格低下
    - ・各市場取引の減少
    - ・一般家庭の食の外部化による需要の低下
    - ・産地偽装など食の安全を脅かす事件・事故の多発

## 6 課題と解決方法

### (1) 課題

- ・越谷ねぎとしての知名度の低さ
- ・個選個販による流通の分散化
- ・高齢化・後継者不足

### (2) 解決方法

- ①越谷ねぎ・生産者団体・研究会の設立  
後継者育成、技術向上、生産量維持・増加、多様なニーズへの対応
- ②市内飲食店等と生産者のネットワーク作り  
料理、加工品の開発、PRイベントの実施、安定的な販路確保、知名度向上
- ③新たな流通ルートの確保  
需要の掘り起こし、生産量増加、知名度向上

## 7 新たな取組みの内容

- (1) 越谷市の農商工連携事業において、ねぎをテーマとして「ねぎコン～意見交換と料理開発～」を越谷市と商工会（飲食業者）、生産者で取り組んでいる。  
料理開発のみならず、新たな集荷、安定供給の仕組みづくり、加工品の開発、PRなど色々な仕掛けを継続して実施し、認知度向上と消費拡大を図る。
- (2) 大量生産が難しいため、「200年以上続くねぎ生産地、代々受け継がれた職人技で作る新鮮で高品質なねぎ」のイメージを前面に押し出し、1本1本の付加価値を高める。
- (3) 越谷ねぎの生産者団体・研究会を設立し、一人一人の生産者が色、艶、味にこだわった高品質で新鮮な自慢の美味しい越谷ねぎを多くの人に届け、ねぎ作りを継承、維持するための活動を行なう（調査、研究、商品開発、後継者育成など）。

## 8 生産・販売計画

### (1) 一般消費者への越谷ねぎの知名度上昇

- 知名度 57.5%（平成 25 年度市政世論調査）→100%を目差す
- ・市内飲食店の顧客増（市内ねぎフェアでのねぎ料理の提供による）
  - ・越谷のまちおこし（越谷ねぎのイベントなどによる地域活性化）
  - ・ねぎの特産品開発、B級グルメ料理開発を進め、ねぎ料理の消費拡大、宣伝活動、越谷ねぎフェアの開催などを行なう

- ・こしがや鴨ネギ鍋イメージキャラクター「ガーヤちゃん」と市内在住マンガ家デザインによる越谷ねぎキャラクターを利用した宣伝活動を行なう
- (2) 越谷ねぎ生産者団体・研究会における技術の伝承と後継者の育成
  - ・後継者育成の仕組みづくりを行い、生産を維持する
  - ・多量の注文に対し団体で対応できるように新しい流通体制を構築する
- (3) 農商工連携事業「ねぎコン」の強化
  - ・新しい集荷の仕組みづくり、市場（マーケット）の変革、安定化を図る

## 9 推進体制

現在の体制は、越谷市農業団体連合会そ菜部会が中心となり事業を実施している。今後の体制としては、生産者団体を設立し、生産者における協力体制と意思統一を図る。また、ねぎの料理開発や市内流通ルートの構築のため、他団体（越谷市商工会、JA越谷市、行政など）との連携を行う。

## 10 事業実施への手順

- (1) ねぎ料理や加工品の開発を行い、市内飲食店による消費拡大を図り、イベントなどでPRする。
- (2) 越谷ねぎ生産者団体・研究会をつくる。技術の伝承、後継者の育成、土壌調査、生産者・農協・学校・商工会・行政などの連携を進める。
- (3) 多様な出荷先への対応を図るため、生産・出荷体制に関する対応を講じる。
- (4) 安定的な販路確保、生産量や品質の維持、後継者の育成が可能な環境を整える。

## 3カ年の行動計画

内 容	備考
平成 25 年度実績 (1) 越谷ねぎ市場調査用揭示物作成 (2) こしがや産業フェスタでの越谷ねぎ紹介コーナーの実施 (3) 埼玉県農商工連携フェアへの参加 (4) 審査会、発表会への参加	
平成 26 年度（案） (1) ねぎ料理開発と提供 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ねぎ料理を提供する飲食店を募り、旬の時期にねぎフェスタを行う</li> </ul> (2) 越谷ねぎ PR イベント開催・関係イベントへの参加（市内・県内） <ul style="list-style-type: none"> <li>・ねぎフェア、市民まつり、産業フェスタ、ねぎサミット、グルメイベントなどへの参加と直売</li> <li>・農商工連携フェア、ねぎサミットなどへの参加（状況に応じて）</li> </ul> (3) 意見交換会（ねぎ料理、流通、後継者など）	
平成 27 年度（案） (1) 越谷ねぎ PR イベントの開催・関係イベントへの参加（市内・市外） <ul style="list-style-type: none"> <li>・ねぎフェア、市民まつり、産業フェスタ、ねぎサミット、グルメイベントなどへの参加と直売</li> </ul> (2) 意見交換会（ねぎ料理、流通、後継者など） (3) 越谷ねぎ生産者団体・研究会（準備会）の設立 (4) PR 媒体、グッズ等作成 (5) ねぎカタログの作成	