

ミニトマト産地が一体となったPR活動の推進 ～鳥取県琴浦町ミニトマトのブランド化へ向けて～

東伯農業改良普及所

1. 取組の背景

琴浦町のミニトマトは昭和 58 年に栽培が始まり、栽培面積、数量、販売金額共に増加していたが、平成 12 年度以降は横ばい傾向にあり、現在、面積 10ha、69 戸の農家が栽培している。平成 16 年度から高付加価値化を目指して県特別栽培農産物の認証を得て、減農薬、減化学肥料に取り組んでいる。そんな中、生産部の中で、消費拡大、生産者の増加、単価アップ、産地全体の盛り上がり等を求める声があった。一方、生産部から規格外ミニトマトを買い上げて加工品を製造販売している加工組織「とまとフレンズ」では、更なる産地PRや会員の増加を求める声が上がっていた。

2. 活動内容

(1) 組織化支援

普及所の発案で、生産部と加工組織の両者を結びつけ効果的に産地をPRしていく手段として平成 22 年度に生産部、加工組織、JA女性会、全農、JA、行政で「琴浦町ミニトマトPR実行委員会」を立ち上げ、一緒に活動を展開していくことになった。



その中でミニトマトを効果的にPRする方法として「琴浦町ミニトマト料理コンテスト」を開催した。また、毎年、料理コンテスト入賞作品を中心に紹介リーフレットを作成し（写真1）、学校、直売所、市場等へ配布してPRを行った。

写真1：料理リーフレット

(2) 生産者によるミニトマト料理の試作及び試食会の開催支援

料理コンテストは比較的手の込んだ料理の応募が多かったため、もっと手軽なメニューの考案と紹介ができないかという意見が実行委員会で見られ、平成 23、24 年度は生産者や地元住民が日頃作っているミニトマト料理の募集を行った。簡単なメニューが集まり、試食会は参加者にも好評で、これを契機に平成 25 年度の料理コンテストにおいて、普及性のある簡単な料理にも賞を贈ることにした。

(3) マスコミでのミニトマトのPR

実行委員会では地元ラジオ局で平成 22、23 年度に加工品と料理コンテストのPRを行った。生産者自ら元気にPR活動を進めていることから、平成 23 年はテレビ取材も入り、色々な機会でもミニトマトを取り上げてもらえることが増えた。

(4) 各種イベントでのPR販売支援

これまでは、イベント時に生産部と加工グループは別々にPR販売していたが、平成22年から出店する全てのイベントで、ミニトマトと加工品を一つのテント内でPR販売することにした。ミニトマトの販売とあわせて、コンテスト受賞作品の試食PRや、加工品の試食販売、パネルを使った活動の紹介も行っている(写真2)。



写真2：イベントでの試食PR

3. 具体的な成果

(1) 料理コンテスト開催による情報発信

料理コンテスト開催により、ミニトマトの料理レシピが集まり、消費拡大やPR活動に役立てることができた。また、一体的な活動をすることにより、町内の飲食店等で構成される地元NPO法人との連携が始まった。イベント等で連携をとってきたが、平成25年度に意見交換を行なったところ、町内産のミニトマトに関心を持っている食堂もあり、今後も連携していくことを確認した。

(2) 地元小学校等との連携

地元小学校の授業の一環として、実行委員会メンバーが講師になってミニトマトの栽培紹介や料理講習会を実施している。また、JA女性会でも料理講習会を開催するなど地元での取り組みにつながった(写真3)。



写真3：小学生対象の料理講習会

4. 農家等からの評価・コメント(琴浦町N氏、加工組織代表)

「琴浦町ミニトマトPR実行委員会」が立ち上がり、産地が一体となってミニトマトを広くPRすることで、消費者に対するイメージアップと消費拡大を図ることができ、とてもよかった。活動が地域内外に広がっており、今後も色々な取り組みを通じて地域の絆が一層強くなり、新しい取り組みへとつながればと考えている。

5. 現状・今後の展開等

生産者等からは地元の料理講習会や、マスコミ等で取り上げてもらうことが多くなったため、ミニトマトの産地であるという認識が高まり、それが消費拡大にもつながるとして、今後も活動を続けていきたいという声がある。

現在、前述のNPO法人と新たな加工品を含めて地元飲食店に試作品を提供して新しい料理開発について検討されており、今後、地元で琴浦町のミニトマト料理が食べられる店作りや、新たな商品開発などの検討が必要とされている。

(執筆者：三澤 裕恵)