



# 福島県 果樹産地 10年の取り組み

果樹園きつない 橋内 義知



# 自己紹介

- 橘内義知 (きつない よしとも)
- 1977 (S52).09.06 福島市生まれ (43歳)
- 1996 高校卒業後、神奈川県のある大学に進学。
- 2000～ 横浜市中心卸売市場の青果卸売会社に勤務。セリ人として各地の 果物を仲卸、八百屋などに販売。病院、介護施設などへの果実提案、販売。
- 2010 結婚と同時に実家で就農。
- 2012 市内農家有志で「ふくしま土壌クラブ」結成
- 2013 父から経営移譲
- 2015 ふくしま土壌ネットワーク「桃のカプロジェクト」を展開
- 2019 東湯野ふるさと保全組合Ka-ka-shi組 結成



# ふくしまのくだもの

- ▶ 福島県果樹生産の中心地、県北地方。
- ▶ もも、りんご、なし、かき、ぶどう等様々な果物が栽培されています。



















## もも 選果場









# 2011年～2012年



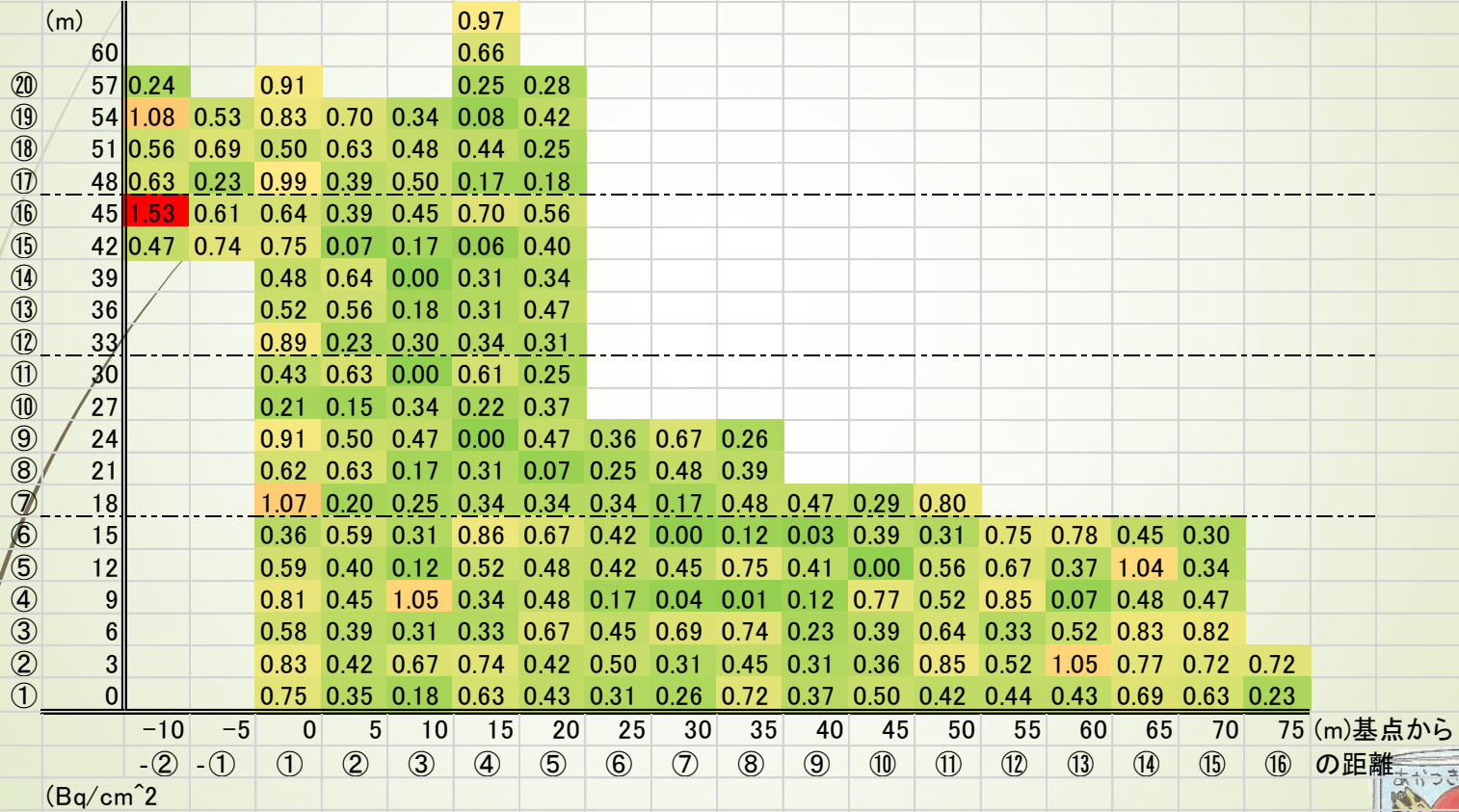
- 勉強会の様子。
- 自分たちの畑に、今何が起きているかを知ることから始めよう。
- 知ったうえで、どんな対策ができるか皆で検討しよう。



飯坂町東湯野字堤前5~7

紅錦香・まどか園場

2011.12.14. 16:00





# 放射性物質吸収抑制対策 ⇒ 果樹除染

- ▶ 2011年当初 もも果実1kgあたり20～80Bq 検出（当時の出荷基準500Bq/kg）福島県の測定
- ▶ 樹体の表面についての放射性物質を物理的に除去する。
- ▶ JAふくしま未来(旧JA新ふくしま) 管内  
福島市2,358ha、川俣町51ha・合計2,409ha

2015年度	JA測定品	もも	4177点		
		りんご	2263点	すべて	検出下限値（20Bq/kg)以下
2019年度	JA測定品	もも	1082点		
		りんご	1373点	すべて	検出下限値（20Bq/kg)以下



# 2011年冬～2012 樹体洗淨





# 安全性の確認

## JAふくしま未来 モニタリングセンター



- 出荷するすべての農家、すべての樹種、が対象
- 果実 1kgを細切れにし NaIシンチレーションサーベイメータで 放射性物質濃度を計測 (約30分)
- 福島地区管内で46台稼働



2014年 ~2015







## ○「ふくしま土壌クラブ」の結成と活動

「ふくしま土壌クラブ」は、震災復興を目指し、福島市若手果樹経営者が結成したグループです。これまで、各種団体と連携し、放射性物質対策（樹園地・果実測定）、勉強会（生産技術・経営）、情報発信（ウェブ、パンフレット作成・イベント出展）など様々な活動を行ってきました。



写真1 定例会



写真3 「復興マルシェ」出展



写真2 樹園地の放射性物質測定

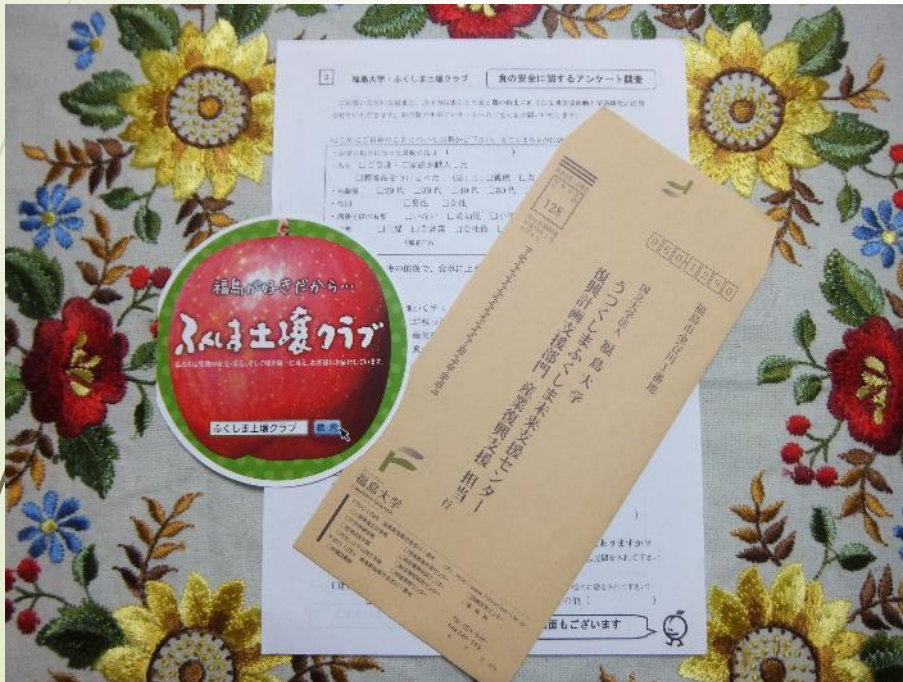


写真4 顧客意識調査実施





# 福島大学と共に ～産業の再生



- 農学部のない東北唯一の大学
- 経営調査
- もも贈答品の箱へアンケートを封入（2012もも、りんご）



# 福島大学と共に ～顔の見える情報発信

福島駅前街なかマルシェ

霞が関マルシェ





# 全国のコープのみなさまと ～土壌スクリーニングプロジェクト







## コープみらい きやっせ物産展





# 立命館アジア太平洋大学 (APU) 来福 (2015.02.09)



# 2015年 桃のカプロジェクト





# 事業概要

## 「桃の力」プロジェクト—福島には本当のおいしさがある—

県産果実の本当の美味しさをたくさんの人に届けるため、まずは、福島を代表する桃「あかつき」の「桃の力」を軸に加工品、ツールづくり、PR、食育などの事業を展開、ブランド強化に取り組む。

最終的には「果樹王国」福島のブランドイメージの向上・果樹産地発展の実現を目指すあかつきを軸に事業展開

<事業目標>

あかつきについて知る

①モニター調査事業  
消費者ニーズ・  
実需ニーズの解明

農家・関係機関に  
新たな販売戦略を提示

あかつきの魅力  
を伝える手段を  
考える

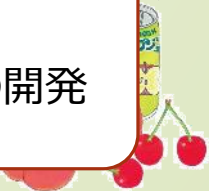
②加工事業  
高品質モモあかつきを原料と  
した加工品の開発

福島を代表する  
魅力ある加工品の  
開発・定着

あかつきを  
伝える

③PR・食育事業  
ジュース・果実のPR  
果実・絵本をツールとした  
食育プログラムの開発

絵本を用いた  
食育プログラムの開発



# 2015年「桃の力」プロジェクト

24

知る —福島の果物の可能性を探る—



福島の果物・加工品の現状把握  
と新たな市場開拓・販売戦略の  
ための調査

新しいファンを増やすには？

福島の桃「あかつき」

- 他県産との試食調査
- 首都圏消費者グループインタビュー
- イベント出展・桃プロファンクラブ募集

販売促進ツール

- 個人贈答用の箱のデザイン
- 生食につなげるための加工品開発

つくる —生産者の感激した  
こだわりと自信を表現  
する新商品の開発—



「桃の力」を凝縮した、福島を  
代表する贈答品をつくる

伝える —多くの人に桃の力を  
感じてもらう—



福島の果物と農家の活動を  
知ってもらう・首都圏に  
向けてのPR活動

育む —農業者が食・風景を伝える—



若手農業者が主体となり  
果物を用いた食育ネットワー  
クを形成





# 農家はなぜ強いのか ～先輩の言葉～

- ▶ 農業っていうのは、天気相手の商売なんです。私が就農してからも2度ほどあったんですが、明日収穫しようっていう日に、台風の直撃を受けて、ほとんどのりんごが落ちてしまったことがあったんです。畑一面がりんごで埋まってしまうような感じなんです。若い時分には、せっかくここまで育ててきたのに、全部ダメになるっていうのは考えられない、何でこんな理不尽な思いをしなきゃならない、って思ったんですが、うちの両親や近所の農家さんが言うには、落ちたリンゴをみて「今回はやられたな～！参った！」って笑いながら言うんです。自然がしたことは仕方がない、また来年頑張ろうっていいながら、落ちたリンゴを拾うんです。農家の人たちは 自然と共存して自然の恩恵を受けて良いことも有れば、自然の厳しさを知ってもう駄目だって思うことも有ります。でも来年はいいだろうと思うことで何年も頑張ってきたことが、（今回の原発事故はそうではないし、理不尽だと思うのですが）そういう気持ちが根底にあったことで、あの時農業を続けてくる事が出来たんだと思います





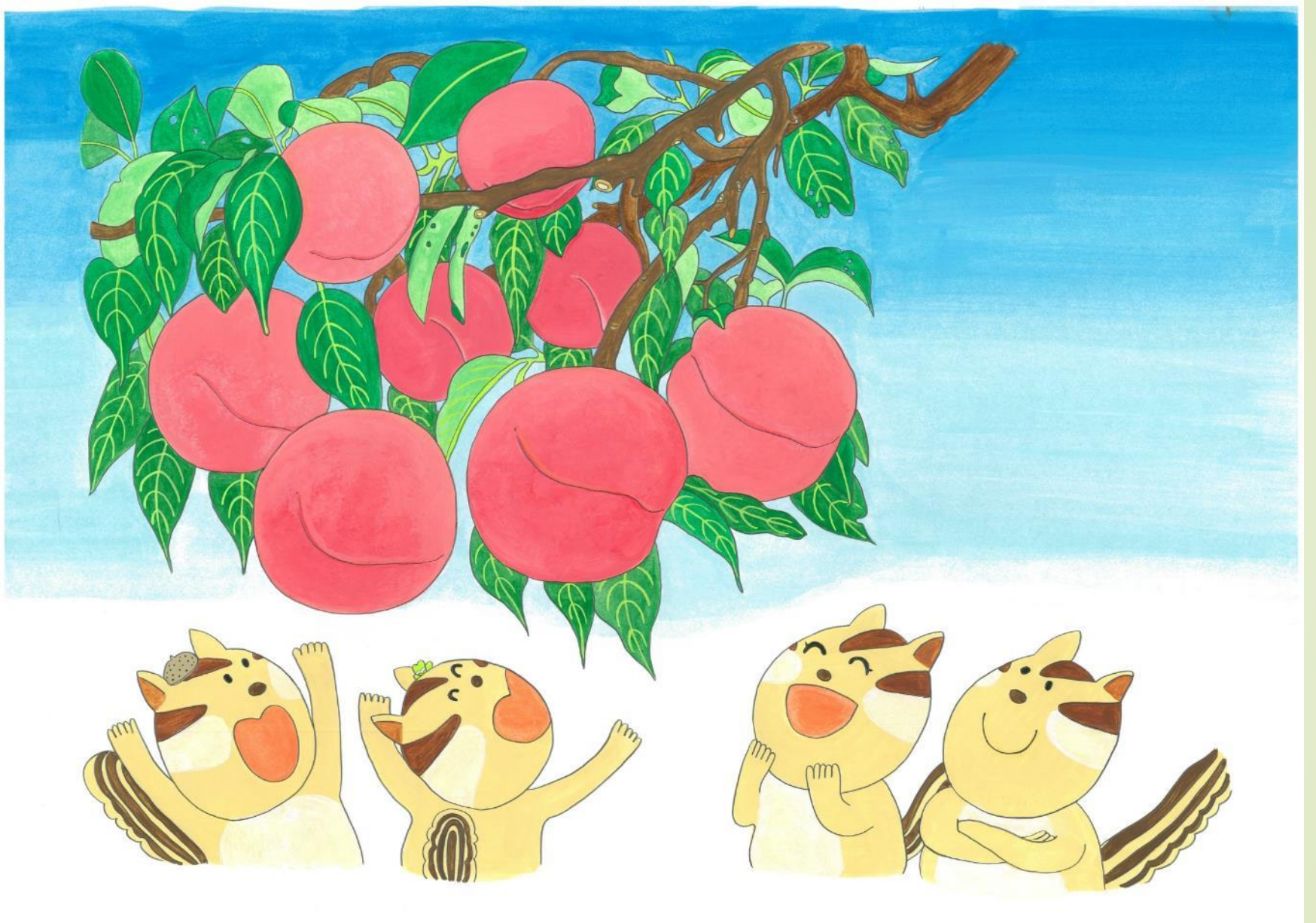
県企画  
首都圏消費者ツアー

独自企画  
女子桃ツアー











# 絵本(下書き) 読み聞かせ



# まとめ

- ▶ 福島県の農家は、震災・原発事故後、様々な取り組みにより放射性物質の果物への移行対策など安全に対する取り組みを行ってきた。そのことで、農家は自信をもって生産に取り組んでいる。しかし一方で福島県の取り組みについてまだまだ知られていない現実がある。
- ▶ これからは、これまでと同様安全な品物づくりとその検査、日々取り組んでいることのPR,アナウンス。両方がセットでなければならない。
- ▶ 伝え続けることでしか、信頼は得られない。
- ▶ 先人たちが築き上げてきたくだもの産地のブランドを次の世代に継承するため、おいしいを言って下さる皆様の為、福島県の農家は頑張っています。

