

6 南薩地域の特性を生かした稼げる花き産地の育成

大塚地区の花き産地の維持・発展

成果の要約

- 1 低コストの遮熱ネットによる高温対策に取り組み、秀品率・出荷率向上の効果が確認でき、高温対策に取り組む生産者が増加した。
- 2 若手生産者組織の活動支援に取り組み、課題解決に向けた実証活動として、キク専用肥料を改良し、肥料価格を低減できた。また、地域外の仲間づくりの支援を行った。
- 3 キクの販売・PRに向けて、先進地の事例調査や販売戦略検討などの女性農業者組織の活動支援に取り組んだ。

1 対象

- (1) 枕崎市大塚花き生産者協会 21 戸
- (2) 枕崎市大塚周年菊研究会 7 戸 (9 名)
(若手生産者組織)
- (3) Qooki 4 戸 (6 名)
(女性農業者組織)

2 課題を取り上げた理由

- (1) 枕崎市大塚地区は全国的にも規模の大きいキク農家が集まった団地であり、キクの周年栽培が行われている。近年、温暖化の影響で夏期の高温による開花遅延や奇形花の発生が問題となっており、低コストでの高温対策を検討する必要がある。
- (2) 大塚地区の生産者数は高齢化や後継者不足等により減少傾向にある。産地の維持・発展には若手生産者の育成が重要である。
- (3) 長年、白輪ギクの生産が盛んであったが、輪ギクの需要の変化により、キクのイメージ転換や販売・PR 活動に取り組む必要がある。

3 活動の内容及び成果

- (1) 夏期の高温対策検討

ア 実証ほの設置

開花遅延と奇形花の発生が最も問題となる秋彼岸 (9 月) 出荷の作型で、遮熱ネットによる高温対策実証に取り組んだ。実証ほは、以下の 3 区を設置し、比較検討した。

- ① 無処理 (遮熱資材なし)
- ② 遮熱ネット A (約 22 万円/10a)
- ③ 遮熱ネット B (約 55 万円/10a)

遮熱ネット A は低コストで導入可能な資材として選定し、遮熱ネット B は A と同程

度の遮光率で、軟弱野菜等で効果が確認されている資材である。遮熱ネットはハウスに外張りする形で検討した。

イ 実績検討

①無処理区に対し、②③の遮熱ネット区は日中の温度上昇、植物体の表面温度を抑制することが確認できた (写真 1)。

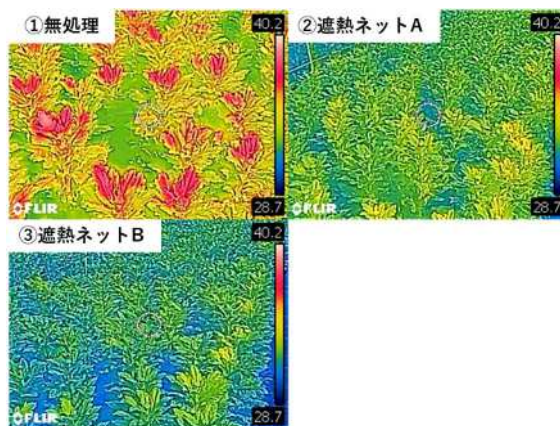


写真 1 キクのサーモ写真

また、②③の遮熱ネット区は生育揃いが良く、特に②遮熱ネット区 A は最も到花日数が短かった。

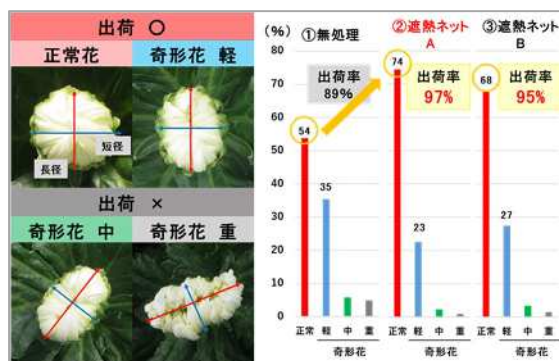


図 1 商品性の評価と出荷率

商品性の評価 (図 2) を実施した結果、②③の遮熱ネット区は①無処理区より秀品率

(正常花率)がそれぞれ 20%, 14%上昇し、出荷率も向上した。また、②遮熱ネット A は費用対効果が高いことが確認できた。

ウ 実証実績の産地波及

実績は大塚花き生産者協会の全体研修会で報告を行い、高温対策の普及推進を図った。生産者からは、「低コストのため今後導入したい」との意見があり、遮熱ネットを導入する生産者が増加した。

(2) 若手生産者組織の活動支援

ア 「周年菊研究会」について

「周年菊研究会」は大塚地区の若手生産者 7 戸で構成される組織で、毎月定例会を開催し、室内検討と現地検討を実施している(写真 2)。課題解決学習による若手生産者の資質向上に取り組んでいる。

今年度は、キク専用肥料の改良検討や他産地のキク生産者との交流を図った。



写真 2 室内検討の様子

イ キク専用肥料の改良検討

大塚地区では長年のキク連作栽培によるほ場のリン酸過剰が課題であったことから、平成 30 年にリン酸を含まないキク専用肥料「一発きくどん有機入り」を開発し、地域で広く普及している。しかし、近年加里成分が上昇傾向にあること、肥料費が高騰していることから、地域資源である堆肥を配合し、加里成分を減らした改良肥料(表 1)の開発に取り組んだ。

表 1 肥料成分

	N	P	K	特徴
慣行肥料 一発きくどん有機入り	16	0	16	
改良肥料	16	1	10	地域資源 30%入り

結果として、生育開花特性に差はなく、「一発きくどんリッチ改」として既存の肥

料から置き換わることが決定した。また、堆肥を配合したことで肥料価格を 1 袋あたり約 700 円低減することができた。

ウ 他産地のキク生産者との仲間づくり支援

「周年菊研究会」では、毎年他産地のキク生産者との交流を図っている。地域外の仲間づくり支援として、農政普及課がコーディネートし、今年度は福岡県八女市と宮崎県小林市・高原町のキク生産者と交流した。キクの栽培面・販売面の課題について情報共有し、対策について活発に意見を交換した(写真 3)。



写真 3 交流会の様子

(3) 販売・PR 活動支援

「Qooki」は、女性農業者を中心に今年度新たに立ち上げた組織で、キクのイメージ転換を目標に活動している。今年度はキクの販売・PR に向けた情報収集として、先進地の事例調査及び直売農家との販売戦略の検討に取り組んだ(写真 4)。



写真 4 先進地事例調査の様子

4 今後の課題

- (1) 高温対策の他品目生産者への波及
- (2) 継続した活動支援による若手生産者の資質向上支援
- (3) 販売・PR 活動の強化

5 担当した普及職員(○はチーフ)

○渡辺、松木田