



小牧市の特産物、桃を栽培し、産地の中核となっている伊藤農園の伊藤初美さん、真二さん親子を紹介します。初美さんは技術の高さに定評があり、栽培する桃全てを農協の産直施設等で直接販売しています。6年前に息子の真二さんが就農し、SNSによる情報発信などで伊藤農園の直売所へ訪れる客を一層増やしています。

市場出荷をやめ、直売に転換

小牧市のブランド桃「しのおかの桃」は、大正時代に市東部の旧篠岡村で栽培が始まり、県内でも有数の産地として知られています。伊藤農園は、桃 1.1ha、みかん、柿など 25a を栽培し、産地の中でも大規模な生産者です。

初美さんのご両親が経営の中心だった約 15 年前までは、桃の大半を市場出荷していましたが、現在は、農協の産直施設のほか、自宅に併設した直売所、菓子製造業者への契約販売などで全ての桃を直接販売しています。平成 14 年の農協の合併に伴って広域的に農協産直施設に出荷ができるようになったことなども背景にあり、初美さんが主となってから、いち早く直接販売へと路線を転換しました。

桃の出荷時期はお盆前後の約 1 か月に集中するため、市場出荷をしていた頃は、休市前に夜通しで収穫することもあり、負担が大きかったそうです。産直施設への出荷は、商品の搬入、売れ残り品の回収と日々の手間はかかりますが、出荷作業は平準化でき、高単価で販売できるため生産量ばかりを追わなくてよいことがメリットだと感じています。



左から伊藤真二さん、初美さん



自宅に併設する直売所

美味しい桃を出荷する高い技術

初美さんによると桃の収穫適期は2日間ほどしかなく、早めに収穫すれば秀品率は高くなるものの味が乗らず、収穫が遅ければ輸送中に傷みやすくなります。毎日ほ場を回りながら、桃の形や表面のわずかな変化を見極め、ぎりぎりまで樹上で熟させたものを選びながら収穫します。直売主体に切り替えてからは剪定や摘蕾の方法も見直し、樹にならせる果実の数を抑え、大玉で、より手をかけて収穫できるよう栽培しています。贈答の宅配用の桃は、送り先までの輸送距離によって収穫のタイミングを調整するほどのこだわりで、伊藤農園の桃は味に定評があり、固定客をつかんでいます。

初美さんは「直売には、経済的利益以上の精神的利益がある。市場出荷だけではこれほどの面積はこなせない。美味しいという声が聞けるから頑張れる。」と話します。現在も、古くなった柿の畑を桃に転換するなど桃の栽培面積を増やしており、その一番の理由は「桃が好きだから」と、思い入れを持って取り組んでいます。

真二さんが就農

初美さんの息子、真二さんは、平成26年に就農しました。もともとは農業を継ぐつもりはなく、異業種に就職しましたが、次第に「歴史ある産地があり、その農家であるという自分の背景が、強みであるということが分かってきた」と就農を決意したそうです。

県の農業大学校に通って基礎を学び、現在は選果や出荷作業を行うほか、自身の担当ほ場を持って栽培管理を行っています。SNSでの発信も始め、桃の出荷時期には自宅直売所に行列ができるようになるなど、ファンを増やす取組に成功しています。

真二さんはほかにも、遮光シールを使って絵柄を入れた桃を作ってギフト用として販売したり、ジェラートの開発に取り組んだり、「産地を盛り上げたい」と様々な試みも行っています。



絵柄入りの桃「ハートピーチ」を商品化

若い力を呼び込み、産地を活性化したい

小牧市では、市民による桃の栽培サポーター制度があり、初美さんはサポーターとなる市民の指導者を務めてきました。さらに産地では、遊休状態となっている果樹ほ場を就農希望者の研修ほ場として活用していく検討も始まっており、担い手育成を課題にしています。今後について初美さんは「若手の受け皿になるため、以前は考えていなかったが、法人化も視野に入れ始めた」と話します。真二さんの就農後、社会保険等に参加し職場としての環境整備を行っており、ゆくゆくは伊藤農園も就農希望者を受け入れたいと考えているそうです。初美さんは、「若い力を産地に呼び込み、ブランドを守っていききたい」と、産地や技術の継承に力を入れていく考えです。

執筆：農業経営課

取材協力：尾張農林水産事務所農業改良普及課