



## プライドを持って保つ高い品質

首都圏の消費者の厳しいニーズに応えるため、「濃緑色で艶があるもの」「曲がりがないもの」など細かい出荷基準を設けて、ブランド力の向上に取り組んできました。

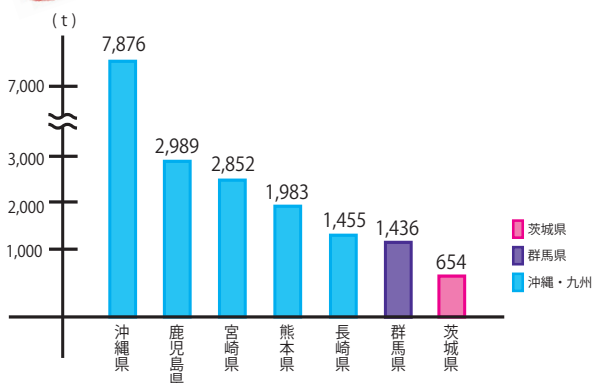
平成23年には、100点近い応募の中から「惚ろにがうり」のブランド名を決定。さらに、平成26年には茨城県の青果物銘柄産地指定を受けたこともあり、出荷量も順調に伸びてきています。何よりも、銘柄産地指定を受けたことで、生産者の意識が大きく変わりブランドに恥じない野菜づくりを心掛けています。

## 新たにつながる仲間との絆

中村さんがニガウリの栽培を始めたころの生産者は数戸でしたが、今では31戸に増え作付面積も8haになり、年々増加傾向にあります。生産者のほとんどが30代～40代の若い世代で、新しく農業を始める人も仲間に入りやすいのが特徴です。また、仲間同士で助け合う気持ちがとても強いので、みんながプラスになるよう定期的に仲間の畑をまわる勉強会を行うなど、より良いニガウリを生産するために切磋琢磨しています。

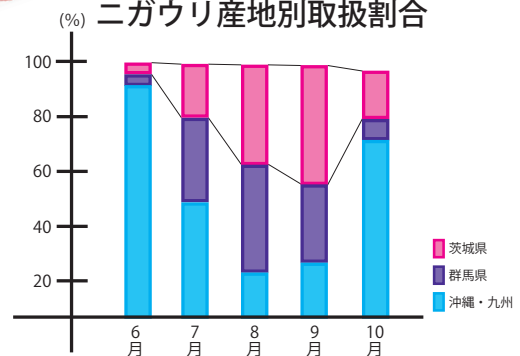
これからの世代に誇れる野菜を伝えるという意識が、高い品質を支えています。

Pick UP!! 都道府県別ニガウリ出荷量



資料：平成26年産地域特産野菜生産状況(農林水産省)

Pick UP!! 東京中央卸売市場(大田市場) ニガウリ産地別取扱割合



資料：平成28年大田市場・産地別取扱実績