



「産農人」とは農作物をつくるだけでなく、市場ニーズを理解し流通させることのできるマーケットセンスを持った新しい農業人を表す造語。横須賀商工会議所と地域の農家・加工業者・飲食店・メーカーが一丸となって、将来の農業を担う有用な人材の育成に取り組んでいます

畑からはじまる商品づくり

サツマイモの商品化を目標に掲げて新たな活動がスタートした。
「若い発想力」を武器に農業をクリエイティブに進化させる



最終形（商品）をイメージしながらサツマイモの収穫。アイデアが自然と湧いてくる

横須賀のサツマイモの年間生産量は約63トン。主要作物であるキャベツ、ダイコン、カボチャには遠く及ばないが、一

定の生産量を誇る。産農人アドバイザーの鈴木優也さんが営む鈴也ファームでも栽培しており、収穫期を迎えている現在、

サツマイモは、食材としての利用だけでなく、加工用途の幅が極めて広い。スイーツや土産品など開発の余地がたくさん

生産・加工・販売すべて体験

新時代の農業人の育成を旗印にする横須賀商工会議所の「産農人」育成プロジェクトは、生産技術の習得、加工商品の開発、市場分析（マーケティング）を活動の柱にしている。三浦初声高校都市農業科の生徒9人が、現場実習を積みながらスキルアップを図っており、今秋はサツマイモをテーマにした商品開発など意欲的な挑戦をスタートさせる。メンバーは、新型コロナウイルスに翻弄された日々の鬱憤を晴らすように、畑で収穫作業に励んでいる。

産農人メンバーが汗をまみれながら土と格闘している。



おみやげコンテスト参戦

横須賀市観光協会主催の「おみやげコンテスト」に大沼侑太さん（3年）さんがエントリー。バターナッツかぼちゃを使ったチーズケーキ「恋するチーズケーキ（恋チー）」＝写真＝で挑んだ。傷がつきやすく、規格外扱いになりやすい商品の有効活用をPRしたが、惜しくも選外だった。

あり、若い発想力で新たな価値を生み出していくことが今回のミッションだ。シーンやターゲットに合わせた商品づくりを目指しており、市役所地階の横須賀セントラルキッチン（食堂）での提供を想定した「サツマイモココアケーキ」「サツマイモのブリュレ」のデザートメニューや猿島で食べ歩きを楽しんでもらう「サツマイモシユガー スティック」などのアイデアが登場している。

これから商品化に向けて試作を行い、パッケージデザインやネーミングを自分たちで手掛けていく。販売価格を決めるための原価も算出。6次産業化（加工・流通・販売活動）を実践で学ぶ。



産農人アドバイザーの前で新たな抱負を発表

コロナ休止から再始動——達成目標を明確化

新型コロナウイルスの緊急事態宣言が出された8月・9月、産農人は活動の制限を余儀なくされた。予定していた農作業実習や加工場体験はすべて休止。学びの機会を失い、気持ちが切れていったメンバーだったが、10月初めに3人の産農人アドバイザーと面談を実施し、自身の目標を再設定。これまでの活動を振り返り、新たな抱負を中間発表の形でレポートにまとめた。

農産物の販売方法に関心を寄せる飯島あゆみさん（3年）は、「オンライン、直売、飲食店との直接取引などのメリット・デメリットを学ぶ」と新たな課題を設定。須田萌愛さん（2年）は「食品ロス視点に立ち、市場に出せない野菜を使った加工品づくりに挑戦したい」と意欲を示した。実習で扱うサツマイモの活用をめざす佐藤あかりさん（2年）は「煮物や炊き込みご飯、スイーツが定番だが、それ以外の使い方、食方法を研究する。そのために素材の特性を理解する必要がある」と前向きな姿勢を見せるなど、各人が目標達成に向けて再始動した。