

産地紹介：愛知県　JA豊橋
～赤くて・かたくて・美味しい・豊橋トマト～

豊橋農業協同組合　営農部　指導推進課　大澤　捻弘

1　産地の概要

豊橋農業協同組合（以下「JA豊橋」という）は、愛知県の東南部に位置する豊橋市を本拠地としている（図１）。豊橋市は、東は静岡県、南は太平洋、西は三河湾に面しており、平坦な地形と、平均気温16.5度、年間降水量1687ミリと、穏やかな気候に恵まれた地域である。

昭和43年の豊川用水の全面通水により園芸地帯へと大きく発展し、野菜、果樹、花き、米など多品目の産地を形成している。

図１　愛知県豊橋市の位置



2　産地、栽培の概要

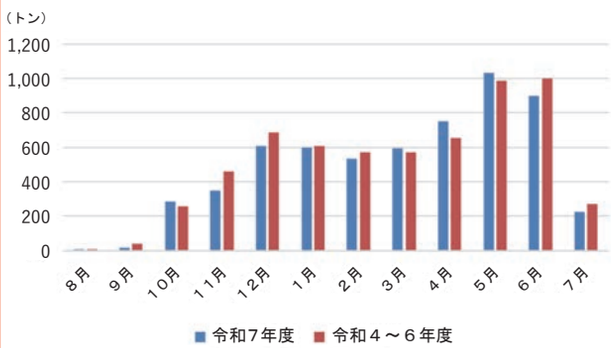
トマトの本来の旬は夏であるが、ハウス栽培の普及や、豊橋市で開発された「ファーストトマト」が昭和13年に登場したことから、冬春トマトの生産が伸びた。その後、60年に「桃太郎」が登場するまでは、ファーストトマトが日本のトマトの主要品種であった。現在、ファーストトマトは、「あいちの伝統野菜」に認定されている。

このように、豊橋地区でのトマト栽培は100年以上の歴史があり、冬でも温暖で日当たりが良い気候に恵まれ、冬春トマトの産地となっている。

JA豊橋のトマト部会（以下「部会」という）の生産者数は108人、栽培面積は約41ヘクタール、年間販売金額は約28億3000万円（令和７年８月～８年７月実績）となっている。作型は、前述のとおり冬春トマトがメインとなっており、トマトの出荷は９月から始まり、翌４月まで１カ月当たり600トン程度の出荷量が続く。ピークの５～６月には１カ月当たり千トン程度の出荷となっている（図２）。

作型は植替え作と長期一作の２パターン

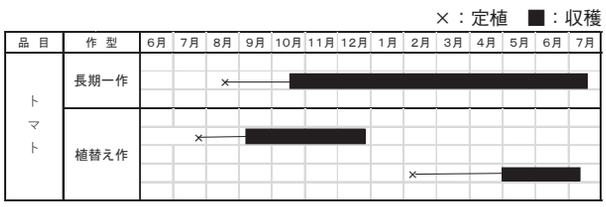
図２　JA豊橋トマト部会の月別販売数量



あり、経営状況に合わせて生産者が決めている。植替え作は、1回目は7月に定植し、9月から出荷を開始、12月中旬に切り上がる作型が主力となり、2回目の植替えは、2月に定植し5月から7月上旬までの出荷となっている。長期一作は、8月に定植し、10月から出荷を開始、翌7月中旬まで出荷が続く（図3）。

現在、トマト部会で作付けの多い主力品種は、かれん、麗妃（れいき）、麗旬（れいしゅん）、桃太郎ネクスト、桃太郎ホープなどとなっている。

図3　JA豊橋トマト部会の作型



3　JA豊橋トマト部会のこれまで

当部会では、土耕栽培でアールスメロンとトマトの複合経営が主体であったが、平成12年に、3戸の農家が先陣を切って養液栽培を導入した（写真1）。

しかし、導入当時は、栽培マニュアルがなく、食味の低下や病気の発生など多くの失敗を経験した。平成15年には養液栽培研究会を結成した。部会員同士で協力し合い、導入コストを低減するため、配管やベンチの設置を自らの手で行うなど、補助金に頼ることなく、自己資金と強い覚悟で技術を確立している。各部会員の技術や経営形態は多様であるが、それぞれの農家が持つ情報をお互い公開し合うことで、技術を継承し、さらなる普及につなげている（写真2）。



写真1　トマトの養液栽培の様子

養液栽培を行う部会員は平成12年の導入時には、ほぼゼロだったが、28年には63%が導入、現在では、養液栽培は8割を超える。栽培面積は、34ヘクタールまで普及し、持続可能な経営の基盤となっている。

このような養液栽培の普及など、施設園芸の特徴を活かし、高品質なトマトを安定的に生産するため、部会一丸となって管理の徹底に努めている。



写真2　技術向上には部会員同士情報交換が欠かせない

また、地元の農業資材業者と協力し、環境負荷が低く使用後に畑へ還元できるヤシ殻培地を導入した。ヤシ殻培地には、「ココバッグ」というヤシガラを使った培地を利用している。ココバックは植物を育てるための資材のことで、土の代わりとなる。長さ90センチ、幅18センチ、厚さ5センチの立方体で、保水性と排水性をバランスよく兼ね備えているため、管理しやすい特徴を持つ。

それまでの水耕栽培では、水分や肥料の細かいコントロールが可能だが、水自体に病原菌が発生してしまうと、ハウス内すべ

てのトマトが被害を受けてしまうという側面があった。しかし、ココバッグなら該当のバッグを交換することで、被害の拡大を防ぐことができる。この画期的な隔離栽培システム・ココバッグについても部会内で情報共有し、今や部会員の多くが採用している。

４　出荷と販売戦略
～市場を限定した販売を展開～

JA豊橋トマト部会では【「良品共選」～未来へ繋がる産地へ～】を部会方針に掲げている。

（1）高濃度トマトのブランディング

豊橋のトマト・ミニトマトは温室にて、厳しい管理のもと栽培されている。

最先端の技術である環境制御装置を用いて、栽培に必要な養液、温度や湿度を調整し、安全で安心して食べられるトマトを栽培するべく、農薬散布を記録し、残留農薬分析を行なっている。また、生産者がトマトを選果場へ運び入れ、出荷基準に適合しているかを出荷前に確認する。

選果終了後、送り先（市場）毎に出荷物をまとめ、その後は運送会社にて各市場に流通する（写真３、４）。

また、消費者ニーズを踏まえ、収益性向上のために「高糖度トマト」のブランディングに取り組んだ。当部会では、「プレミア出荷向け高糖度栽培」として、糖度ごとに三つの規格区分を設け、糖度９度以上を「麗（れい）」、７度以上を「美（び）」、６度以上を「愛（めぐみ）」とし商標登録も行っている（図４、５、写真５）。

高糖度トマトのブランド化にあたっては、水分ストレスを与え管理すれば、糖度は上がるものの、カルシウム欠乏による尻腐れ果が発生しやすく、収量が低下するリスクが伴う。部会では、養液栽培特有の細やかな給液制御技術を磨くことに加え、徹底したデータ管理と情報収集により品質の安定と向上を実現している。

（2）トマトの特性を活かした販売

販売戦略として、「赤くて・かたくて・美味しい豊橋トマト」をコンセプトとしており、これを理解、共感いただいている15の市場に販路を絞り込み、量販店をター



写真３　荷受け風景



写真４　選果終了後

図４　トマトの出荷規格

栽培区分	規格名称	糖度	特徴
プレミア出荷向け高糖度栽培（手選別）	麗（れい）	９度以上	贈り物に適した最高級ブランド
	美（び）	７度以上	手頃な価格のプレミアムトマト
	愛（めぐみ）	６度以上	プレミアムトマトの登竜門
通常出荷向け栽培	希（のぞみ）	６度以上	糖度６度以上の良食味トマトブランド
（機械選果）	レギュラー品	―	食卓と業務支える豊橋産トマト
区分なし	パック品	―	パック売り向けの小玉トマト

図５　高糖度トマトの商標登録



「麗」「美」「愛」の商標登録



写真５　プレミアム出荷向け規格「美」の外観

ゲットにした戦略的な売り場面積の獲得を展開している。豊橋トマトは果肉が崩れにくく､ハンバーガー用としては最適なため、大手ハンバーガーチェーンと組んで販売するなど、高品質なトマトを安定して供給できるよう、これからも努力していく。

　このような取り組みが評価され、平成30年１月に全国農業協同組合中央会などが主催する「第47回日本農業賞・集団組織の部」で大賞を受賞し、さらに同年10月には、農林水産省などが主催する農林水産祭で、園芸部門の最高賞に当たる「天皇杯」を受賞した。

◆一言アピール◆

　近年、部会員の高齢化などによる作付面積の減少、夏場の高温による生産の不安定化、資材費の高騰など厳しい状況が続いていますが、引き続き「赤くて･かたくて･美味しい豊橋トマト」の安定生産に取り組んでいきます。

　スーパーなどの売り場で豊橋産トマトを見かけたら、ぜひお手に取り、味わってみてください。



写真６　トマト部会　役員



トマトキャラクター（トマトン）

◆お問い合わせ先◆

担当部署：営農部　指導推進課
住　　所：愛知県豊橋市野依町西川5
電話番号：0532-25-3352
FAX番号：0532-25-6220