②缶バッジ

採用されたステッカーを缶バッジにし、JA役職員が身につけ、管内外の方々にPR活動を行っています。

③はんてん

水色をした光沢のある素材を使い、ねぎ畑と世界自然遺産白神山地の風景をとらえた写真に「世界自然遺産の麓で育ちました」のキャッチコピーを添えました。背中の真ん中には白神ねぎのロゴを入れて、特産品であることを各種イベントでもアピールしています。

▶一目で白神ねぎとわかる鮮やかなはんてん

④のぼり

荷八田の営農部、経済部の事務所にはのぼりを立てています。ドライバーや移動中の車内からでも視認できるよう、ねぎ畑と白神山地のシンプルなデザインとなっており、遠目からでも映える色を使い目立たせています。

⑤ポスター

ねぎ部会顧問の工藤巌さんと第25代ミスフレッシュの高橋佳乃さんをモデルとしたポスターと、白神ねぎと白神山地の風景、計3種類のポスターを作成しました。このポスターは全事業所に貼られ、来店されるお客様にPRしています。

▶ねぎ部会顧問の工藤巌さん

▶白神ねぎと白神山地の風景

▶第25代ミスフレッシュの高橋佳乃さん

今後の展望

園芸作物の生産振興については、重点的に推進する品目を絞り込みながら、「夢プラン」等を活用し、県を挙げた生産拡大対策を推進していますが、規模拡大をする農家がいる一方で、高齢化等により経営を中止する農家もいることから、野菜や花きの産出額は横ばいとなっています。

JAあきた白神では、『白神ねぎ』のさらなる全国ブランド化を目指し「販売額10億円」達成のその先を見据えながら、従来の個別経営の転作作物、複合部門としてのねぎ栽培から、大規模なねぎ栽培による園芸主体の経営体を育成することを計画しています。そのため、「園芸メガ団地整備事業」により、野菜生産額の飛躍的な拡大を目指すとともに『白神ねぎ』の生産及び情報発信の拠点として園芸メガ団地を3カ年で整備することとしています。

▶着々と整備が進んでいる園芸メガ団地