

# ほうれんそう・夏どり(品種:ジョーカー)

君津農林振興センター

## 1 地区名（集団名）

木更津市牛袋地区

## 2 栽培戸数、面積、収穫量又は出荷量、出荷先又は販売方法

- (1) 取り組み戸数 1戸
- (2) 栽培面積 12a
- (3) 収量又は出荷量 0.6 t /10 a
- (4) 出荷先 大一木更津青果

## 3 ちばエコ基準達成状況

区分	実施状況	ちばエコ基準
化学合成農薬(成分回数)	1回	4回
化学肥料(窒素成分量)	6.0kg/10a	6.0kg/10a

## 4 事例のあらまし

木更津市牛袋地区では、ハウス栽培による夏どりほうれんそうを含めて、多品目周年出荷のちばエコ農業に取り組む農家が3戸います。

平成15年以前より、農薬使用回数を抑えた栽培を行っていた地域で、ちばエコ農業に対しても積極的に取り組んでいます。

取り組み当初は、肥料の流亡や虫害などが原因で、ほうれんそうの収量の減少がみられましたが、堆肥の施用による土壌改善や、肥料の比較試験を通じて施肥設計の見直し、防虫ネット等を利用した耕種的防除を行うなど、現在は安定した収量を確保しています。

## 5 背景・動機

木更津市牛袋地区は、市街地が近く消費地への交通の便も良いため、集約的な都市型農業を営む農家の割合が多い地域です。

現在は、同じ地域内で3戸の農家が、水稻・こまつな・えだまめ・たまねぎなど、多品目でちばエコの認証を受け、周年でちばエコ農産物を出荷しており、夏どりほうれんそうもそのうちの1つです。

初めてちばエコ農業に取り組んだ農家は、昔ハウス内での防除作業中に農薬中毒にかかった経験があり、それ以来農薬散布の回数を減らして作業者に負担のかからない栽培管理に努めてきました。そのため、ちばエコ農業以外にも、エコファーマーの認証に意欲的です。



## 6 栽培方法

### (1) 品種選定

夏どりハウス栽培なので、耐暑性のある品種が必須になります。毎年、種苗会社が主催する圃場見学会に参加して、有望そうな品種を選定しています。

### (2) 圃場管理

水田地帯にハウスがあり、降雨があるとハウス内に浸水することが多かつたので、ハウス内に暗きよを完備し排水性を向上させました。結果として、ハウス内が過湿状態になることは少なく、ベト病などの病害発生が抑えられています。

### (3) 灌 水

気温の高い昼間、特に幼苗期間は頻繁に頭上灌水をおこない、気温の上昇を抑え

ています。

#### (4) 施 肥

牛袋地区は水田からの転換畠が多く肥料が流亡しやすいので、夏どりほうれんそ  
うは施肥量の「ちばエコ農産物」栽培基準の達成が難しいです。そこで、毎年いく  
つかの肥料比較試験を行い、圃場の土壤条件に適した施肥設計を立てています。

現在は、塩類集積のおそれのある化成肥料は極力避けて、鶏ふんを中心とした肥  
料設計にしています。要素欠乏の症状が現れそうになったら、微量元素を補うため  
の追肥を行っています。

#### (5) 病害虫防除

発芽～幼苗期にかけては、遮光を兼ねて防虫ネットを被覆します。夏どりほうれ  
んそろは作期が短いので、小規模の病虫害であれば農薬の散布は行わない方針をとつ  
ています。

#### (6) その 他

遮光や灌水によりハウス内の温度上昇を抑え、生育速度を抑えることで、苗の軟  
弱徒長を防いでいます。

### ア 栽培管理

作 業 名	実 施 年 月 日
前作収穫終了	平成18年 7月 5日
播 種	8月 4日
病害虫防除	9月 5日
収 穫 開 始	9月20日
収 穫 終 了	9月30日

### イ 使用資材

#### (ア) 土づくり・施肥等 (10a当たり)

使用銘柄 (N : P : K)	実 施 年 月 日	施用量	全 N	化学N
鶏ふん	平成18年 7月31日	2.0 t		
ダイヤアミノ (8-9-7)	7月31日	120kg	9.6kg	6.0kg
合 計			9.6kg	6.0kg

#### (イ) 病害虫・雑草防除等

使 用 農 薬	対 象 病 害 虫	実 施 年 月 日
アファーム乳剤	ハスモンヨトウ	平成18年 9月 5日

## 7 今後の展望等

夏どりほうれんそうは施肥設計が難しいので、栽培土壤に適した施肥設計が求められます。また、施用する堆肥によっては石灰が過剰となり、土壤中に蓄積していく傾向があるので、堆肥の選定も今後の課題です。

現在、牛袋地区内で夏どりほうれんそうの「ちばエコ農産物」認証を受けている農家は1戸ですが、同地区内で葉菜生産農家への普及拡大を図って、地域全体の取り組みへと発展させることと、夏どりほうれんそう以外のいくつかの品目を組み合わせて、ちばエコ農産物の周年出荷が可能な地域として流通業者や小売店へのPRを行い、有利販売につなげていくことが目標となります。