



ダイヤモンド  
シティ  
小美玉  
見つめる。  
みがく。  
光をあてる。

もっと小美玉を語りたくなるマガジン

2025 年  
令和 7 年

1



contents

新年のあいさつ	2-3
[特集] 小美玉のめぐみ	4-7
発見! わくワーク	8
わだい	9-12
TOPICS	13-14
四季の歌	15
4 コマ小美玉暮らし	16



OMITAMA  
BRAND



めぐみ  
小美玉の

Special Feature



Special Feature



OMITAMA  
BRAND

小美玉の  
めぐみ

小美玉市で生産される  
特に優れた農産物等を、  
認定品地域ブランドとして  
全国へ情報発信し、  
知名度向上や販路拡大に  
つなげていきます。



## 小美玉らしさを 小美玉のめぐみで全国へ

農業が盛んな茨城県の中でも、小美玉市は県内第3位の農業算出額を誇り、農業が基幹産業として定着しています。一方で、農家は減少傾向にあり、市の重要な課題となっています。こうした課題の解決や地域活性化を図るため、昨年3月に「小美玉市農産物等ブランド化推進戦略」を策定し、小美玉ブランド認定事業「小美玉のめぐみ」をスタートしました。11月に行われた小美玉市農産物等ブランド化推進協議会では、応募された農産物等の中から、認定品としてふさわしいかの審査が行われました。審査では、「小美玉らしさ」「貢献度」「独自性」「信頼性・品質」「持続可能性・先進性・将来性」の5項目で総合的に評価され、8つの農産物等が認定されました。今後は、小美玉ブランド「小美玉のめぐみ」として、イベントや商談会、認定品オリジナルパンフレットへの掲載など市内外に市の魅力として販売促進・PRしていきます。今回の特集では、ブランド化の取り組みやロゴマークに込められた思い、そして、認定された農産物等を紹介いたします。

### 小美玉市農産物等ブランド化推進戦略

市の農産物等の付加価値の向上による安定的な経営基盤の強化と地域の活性化を目的に令和6年3月に策定。

#### ■事業展開

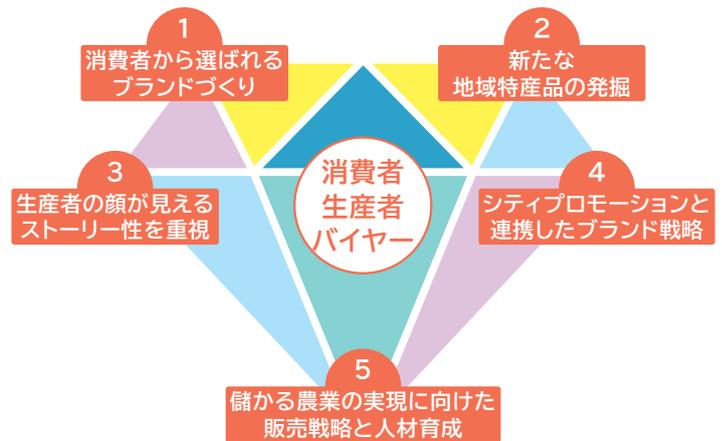
##### 1. 小美玉ブランド認定事業

市産の農産物、市産の農産物を原料とする加工品、市の魅力を発信することのできる農産物を活用した加工品を対象にブランド認定を行う。また、小美玉ブランドを表現するロゴマークを作成する。

##### 2. 小美玉ブランド販売促進事業

認定された農産物等の販路拡大に向けた支援やPR動画およびパンフレットを作成し、効果的なPRを行う。

### ブランド化推進に向けた5つの方針



### 農業産出額全国第3位の茨城県を支える小美玉市

#### 農業産出額第3位

第1位	銚田市	655.7億円
第2位	行方市	264.3億円
第3位	小美玉市	258.1億円

#### 畜産部門第1位

第1位	小美玉市	157.4億円
第2位	銚田市	118.8億円
第3位	坂東市	109.9億円



小美玉市の農業産出額は県内第3位。農業大県と言われる茨城県を支える一翼を担っています。特に、畜産部門では、県内第1位の産出額を誇り、市の産出額の約6割を占めています。

出典：農林水産省 令和4年市町村別農業産出額(推計)



おぎき かなえ  
尾崎 香苗さん  
㈱FRASCO 代表取締役  
地域活性化プロデューサー・地域力創造アドバイザー(総務省)として活動。中間山地域の活性化やインバウンドを含めた観光振興、特産品開発、プロモーションなどで全国の地方創生に携わってきた。小美玉市令和6年度農産物等ブランド化推進業務を受託する。

#### 小美玉ブランドの旗印として

#### 小美玉の魅力、小美玉らしさを伝える

ロゴマークは、小さい美しい玉という市の名前をアイデンティティとして捉えて、水引きの玉結びをイメージしました。水引きは縁起の良い物で贈答などでも使われています。市外の方にはもちろんのこと市民の皆さんにも素敵な商品として知ってもらい、受け取る側も大切なものが贈られたと感じてほしいです。ロゴマークはいわばブランドとしての顔であり旗印。商品それぞれを一つに束ねるデザインとしての役割があります。そして、小美玉の

歴史や風土、文化、気候など小美玉らしさを表現しているというお墨付きであり、商品の背景にある小美玉という地域の魅力を伝えるシンボルです。販路拡大などの販売促進も大切ですが、生産者や事業者、行政だけでなく地域全体での盛り上がりもブランド化には大切です。市民の皆さんが、小美玉のめぐみという美味しい幸せを大切な人におすそ分けして、人と人が縁でつながるような取り組みにしたいと思っています。

令和6年度

# 小美玉のめぐみ認定品



**認定品** おみたまヨーグルト  
**事業者** (株)小美玉ふるさと食品公社  
**販売時期** 通年  
**購入場所** 空のえき そらら 他

小美玉と言えばコシ。小美玉市産の生乳をたっぷり使用して発酵させ、酸味とコクのバランスがとれたなめらかなのどごしのドリンクヨーグルト。乳製品で乾杯を推進する条例や市内の小中学校の給食でも提供されているおなじみの商品です。



**認定品** ばんぼう  
**事業者** (有)道口養豚  
**販売時期** 通年  
**購入場所** ホームページ ▶



細かく粉碎された高品質の竹パウダーを混合したえさで飼育するオリジナルブランド豚。県内外の飲食店で使用され、ふるさと納税の返礼品としても人気。寄附者からは、「臭みが無く、脂が甘く、肉のうまみ」が強いなどのコメントをいただいています。



**認定品** ほしいも  
**事業者** 合同会社 鶴田  
**販売時期** 通年  
**購入場所** 直売店、空のえき そらら 他

低温熟成した自社生産の「べにはるか」を使用。高い糖度とすっきりとした上品な甘さという至極の味合いを実現。手間と時間をかけて全行程で変色箇所を取り除き、黄金色の干し芋に仕上げています。水分25.7%、糖度74度と、品質の高さはトップクラスです。



**認定品** Juwari-じゅわり-  
**事業者** CornLab.藤田  
**販売時期** 6月上旬～8月上旬  
**購入場所** じゅわり第一倉庫、直売所 ドリーム

噛んだ瞬間「じゅわり」と広がる甘味と汁が飛び出すようなみずみずしさがあるとうもろこし。午前2時頃から太陽が昇る前に収穫を終わらせ、冷蔵保存をしたまま当日出荷するなど新鮮さを大切にしています。



**認定品** レンコン  
**事業者** JA新ひたち野蓮根部会玉里支部  
**販売時期** 通年  
**購入場所** 直売所みのり、空のえき そらら 他

玉里地区を中心に、霞ヶ浦の豊富な水源と肥沃な土壌を利用して栽培されるレンコン。栽培の歴史は大正時代まで遡り100年以上の歴史を持っています。ハウス栽培は県内1位を誇り、品質も東京都卸売市場で高い評価を受けています。



**認定品** 小川のニラ、美野里のニラ(緑玉)  
**事業者** JA新ひたち野小川ニラ部会・美野里ニラ生産部会  
**販売時期** 通年  
**購入場所** 直売所みのり、空のえき そらら 他

葉幅が広く肉厚で、鮮やかなグリーンが特徴。収穫してすぐに低温状態にし、鮮度を保ったまま出荷しています。市場や卸売業者からの評価が高く、東京都卸売市場でも品質の高さが評価されています。パイヤーを通じて、他県のニラ農家が視察に来るほど。



**認定品** 恵水  
**事業者** JA新ひたち野梨部会小美玉支部  
**販売時期** 9月上旬～中旬  
**購入場所** 直売所みのり、空のえき そらら 他

茨城県で育種されている新品種で生産量が少なく希少な品種。大玉サイズで平均糖度13度の高糖度が特徴。首都圏の市場でも高く評価されています。酸味が少なく、深い甘味が感じられるみずみずしい梨です。



**認定品** 小美玉ブルーベリー  
**事業者** JA新ひたち野ブルーベリー部会  
**販売時期** 5月上旬～8月下旬  
**購入場所** 空のえき そらら 他

遊休農地の解消と新たな特産物の創出を目的に市全体で作付けが行われているブルーベリー。主に、東京の大田市場に出荷され首都圏を中心に回り、大手百貨店でも取り扱われています。粒が小さい規格外品は、加工用として(株)小美玉ふるさと食品公社で利用されています。

※認定品によっては、販売時期であっても、終了している場合があります。

## 広報おみたまでも、小美玉の農産品を紹介しています。

広報おみたまは、「小美玉をもっと語りたくなるマガジン」をコンセプトに市内のさまざまな農産品を特集として紹介してきました。今回の認定品の中にも、広報おみたまで特集した農産品があります。これから、市内外に向けて発信される「小美玉のめぐみ」。自分の住むまちの農産品を知り、応援する機会にしてみるのはいかがでしょうか？



広報おみたまのバックナンバーはこちら ▶



# 小美玉らしさを言語化する

## こだわりを表現する意味

これからの農業において、生産者が自身の生産物や生産方法を言語化し、表現できることが重要になってきます。その背景には情報化社会の進展により、自分自身でPRすることができるようになったこと、いろいろな場所に市場が生まれてきていることがあります。生産物の魅力を上手に表現することも、仕事のひとつになると考えます。

小美玉市も含めた県央、鹿行地域では東京市場が近く、生産を中心とした農業が確立し、経済的な基盤を築いてきました。今回の



小美玉市農産物等ブランド化推進協議会 会長  
おはらのりひろ  
小原 規宏 さん (茨城大学人文社会科学部准教授)

審査で、小美玉市内にはこだわりを持って  
いる生産者の方がいることがわかりました。  
ブランド化は、こうした方々が海外も含めた  
多様に広がる市場に向けて自身の生産物の魅  
力を言語化し表現する人口になると思います。

## 小美玉らしさを考える

表現において、デザインはとても重要な  
要素のひとつです。商品の魅力を表現する  
うえで生産者がデザイナーやクリエイター  
などの異業種の方と仕事をする可能性も  
高まります。小美玉市に、すでに動画制作  
やデザインの分野で活躍する方がいるこ  
とはとても強みであり、ほかの生産者にも  
連携の動きが広がる可能性を持っていま  
す。また、表現することは、市内子ども達  
や市民の方々に作物だけでない小美玉市の  
農業の魅力を伝え、これまで以上に農業への  
理解や共感を醸成してくれると思います。

今回のブランド化は小美玉らしさをどう  
表現するかがテーマです。そのためには審  
査基準が大切で、この基準を上手に育てて  
いくことが重要です。行政だけでなく、生  
産者も一緒に小美玉らしさを考え、言語化  
していくことが今回のブランド化を着実に  
進めるために大事なことだと思っています。

# 小美玉の豊富で質の高い農産物

## 小美玉の強みを活かした取り組み

小美玉市は鶏卵や生乳、ニラなど県内  
でも多数の農産物の生産地です。今回の審査  
会でも多くの農産物が申請をしていました。  
多くの自治体が農産物のブランド化に取り  
組んではいますが、小美玉市のように全体  
の農産物をブランド化する取り組みは少な  
く、こうした差別化を目指す取り組みは素  
晴らしいと思います。関東ローム層や霞ヶ  
浦などの環境に恵まれ、何でもできる地域  
という小美玉市の強みを活かした取り組み  
です。

## 小美玉産のポテンシャルは高い

茨城県は農業算出額が全国第3位であり、  
東京市場が近く、市場に持ち込めば売れる  
という環境が長く続いていました。

一方で、恵まれた環境のために、ブランド  
化に対する取り組みが少し遅れていたこと  
があります。この点は、東京市場に2時間  
程度で持ち込める小美玉市も同様だと思  
います。農産物が豊富で質も高い、小美玉産の  
農産物のポテンシャルは高いです。今回のブ  
ランド化を進めていく上では、今後のPR  
などのプロモーションのあり方がとても重  
要になると思います。

## 同じ目線で取り組むことが大切

県では儲かる農業として、農業者の所得  
を上げる取り組みをしています。今回のブ  
ランド化によって、消費者などに認知され、  
選ばれることで価格も上がり農業者の所得  
が上がります。そのためには、事業者と行  
政が同じ目線でブランド化に取り組むこと  
が大切です。また、今回認定された事業者  
にメリットを感じてもらうことで次の認定  
品につながります。実を結ぶまで大変です  
が頑張っていたいただきたいですね。



小美玉市農産物等ブランド化推進協議会 委員  
せきのけんいち  
関 健一 さん (茨城県営業戦略部販売戦略課 課長)