

平成 21 年度調査研究事業

北総地域における先進農業の実態調査

報 告 書

平成 21 年 12 月

社団法人 中小企業診断協会 千葉県支部

は じ め に

中小企業診断協会千葉県支部は平成21年度「調査・研究事業」として「北総地域における先進農業の実態調査」を実施した。この調査研究は、千葉県支部が永年活動を行ってきた特産品研究会の農業に関する調査活動の最初の成果である。

最近マスコミなどで農業に関する情報が頻繁に流れている。渋谷のギャルが田舎で田植え体験。年収〇〇万円を捨て、家族で就農。新鮮で安心な野菜を直販で喜ばれる。等など。魅力ある記事に農業に関する一般の興味をかき立てている。

その反面、儲からない、後継者がいない、高齢者が多い、このままでは農家がなくなる、等ショッキングな情報が多い。

そこで当研究会はまず農営業者の実態はどのようなものか、その苦労、喜びを伺い、その実態を理解するために、それぞれの農営方法が異なる環境で活動している農業者にお話を伺った。調査対象の活動区域が同じような環境になるように調査対象は千葉県北総地区に絞り込んだ。(ただし一件、活動内容の関係で北総地区の中心部と隣接する八千代市の農業者が含まれている。)

地域で評判の良く、また従来の農家に比べて、生産、販売活動において先進的な魅力を持つ農業者を選び、代表に話を伺い事業活動の好調のヒントを探り、施設を視察した。その内容を「直販方式を活用している農家」「農協を活用している農家」「農業生産法人」「一般農業法人」「新規就農者」等幾つかの要素に分けてまとめた物である。

農業を営む上において、事業内容、売上げなどステップアップするためには、いろいろな苦労があると思われるが、本報告書が、就農業者の事業活発化のヒントになれば幸いです。

最後に、この調査・研究に快く応じていただいた施設の方々、資料提供にご協力いただいた関係者の皆様に心よりお礼を申し上げます。

平成21年12月

社団法人 中小企業診断協会 千葉県支部

特産品研究会農業部会

目 次

第1章 事業概要	1
第2章 千葉県農業の現状	3
第3章 先進農業経営の実態	9
1. 直販方式を活用している農家	9
2. 農協を活用している農家	16
3. わーふぁ道本	22
4. セブンファーム富里	27
5. さんぶ野菜ネットワーク ～農事組合法人の事例～	32
6. (有)北総ベジタブル	40
7. 新規就農支援の事例（さんぶ野菜ネットワーク会員）	46
第4章 先進農業へのステップ	55
お わ り に	59

第 1 章 事業概要

1. 千葉県の農林水産業

千葉県の農林水産業は平成 20 年度農業生産においてその出荷額は全国第 2 位、北海道は別格と考えれば実質トップとすることができる。野菜生産ではほぼ北海道に匹敵するかそれ以上である。

水産業においても銚子魚港の水揚げ量は 3 年連続日本一で、千葉県の農林水産業は全国トップクラスである。

2. 千葉県における生産地と消費地の特色

千葉県の農業は都市近郊の野菜生産中心の近代的農業から、県全域にわたる米作主体の中山間地農業に近い状態まで、その営業形態は千差万別であり、農産物の種類も多種多様である。従って豊富な地域資源を有し、地域特産品も数多く存在する。

一方、消費地としての人口集積は、千葉市とその周辺に 100 万人、船橋市・市川市とその周辺に 100 万人、松戸市と柏市の周辺に 100 万人の人口があり、この 3 地区の外周部を加えると約 400 万人の人口を抱えている。

更に後背地に巨大な人口を擁する東京圏も見逃すことができない。

以上、千葉県は他には見られない特有の地域特性を有している。

3. 地域特産品研究会

これら特色のある全県下にわたる地域特産品を巨大市場にむすび付けるべく、中小企業診断協会千葉県支部内に地域特産品研究会を設け調査研究活動が続けている。

調査研究のこれまでの経緯は次の通りである。

平成16年度 県内酒造業の実態調査と今後の対策

平成17年度 地域特産品とその流通の現状調査研究

平成18年度 地域特産品の流通チャネルの方向づけ

平成19年度 地域資源の調査と県内未利用資源のビジネス化手法の研究

平成 20 年度より生産・流通に専門的に取り組もうと生産に関しては「農業部会」と、流通に関しては「道の駅部会」に分け夫々活動を開始した。

平成 21 年度支部における調査研究事業では千葉県農業の現状実態を把握しようと、地域特産品研究会の「農業部会」が活動することになった。

4. 千葉県農業の生産状況

千葉県は園芸生産が盛んで、疏采では印旛、香取、山武地域で、にんじん、さつまいも、ごぼう、さといも、海匝地域では、キャベツ、だいこん等の露地野菜、九十九里地域を中心としてトマト、きゅうり、メロンなどの施設野菜を生産し、首都圏地域への重要な供給基地となっている。

花卉では南房総地域でストックを始めカーネーション、キンセンカや、県の花である「菜の花」

などの栽培が盛んである。

また、果樹では千葉県の特産品であるビワは南房総地域で栽培され、なしは東葛飾地域を中心に全国一の産地を形成している。

利根川流域及び九十九里地域の水田地帯では、水稻を主体に機械化・低コスト化による稲作が進められている。

畜産では安房地域の酪農や、香取・海匝地域の養豚等が全国的に知られている。

5. 調査地域の設定

上記のように千葉県農業はすこぶる多種多彩であるが、今回は消費者に特に関心の深い安全・安心・新鮮野菜生産を中心とした、都市近郊の北総台地地域を対象に調査地域を設定した。

他の農家に比べて、企画、生産、販売活動等において一味も二味も違うこだわりの経営を行う、先進的な魅力を持つ業者を選び、基本的には直接訪問し、施設見学・ヒヤリングを行い、さらにホームページの情報検索等により調査を行った。調査対象は「直販方式を活用している農家」「農協を活用している農家」「一般農業法人」「農事組合法人」「新規就農者」等多岐にわたっている。

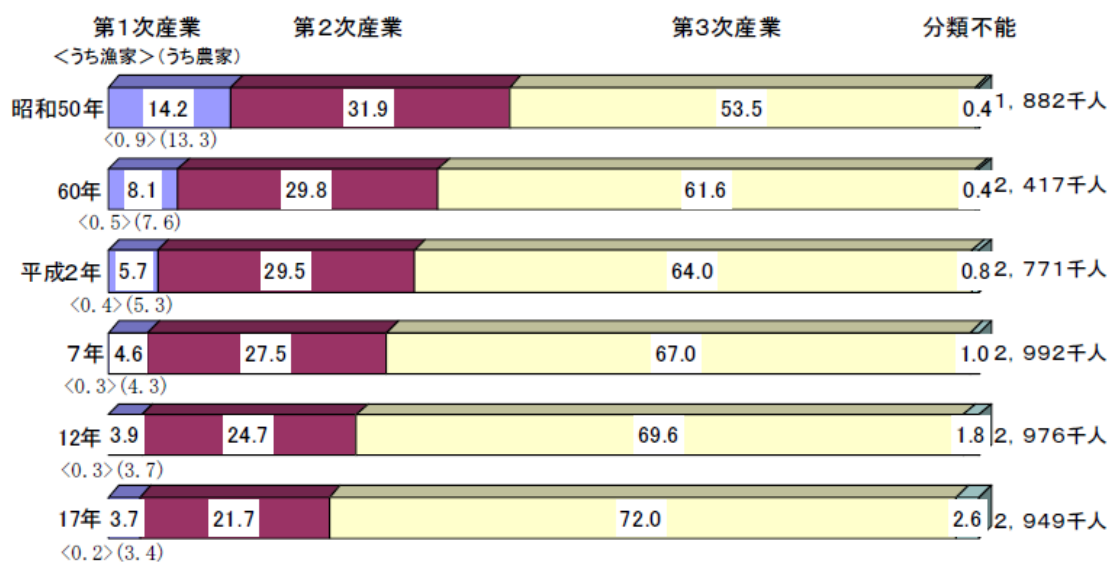
(布施光義)

第2章 千葉県農業の現状

1. 産業別就業人口

(1) 県内総就業者数（平成17年）は2,949千人で、産業別には、第1次産業が108千人（構成比3.7%）、第2次産業が641千人（同21.7%）、第3次産業が2,124千人（同72.0%）、分類不能が75千人（同2.6%）となっている。農業は101千人（同3.4%）、漁業は6千人（同0.2%）となっている。

(2) 平成12年と比較すると、総数で27千人減少している。産業別では、第3次産業が全就業者に占める構成比が高まっており、第2次産業、第1次産業の構成比は低下している。



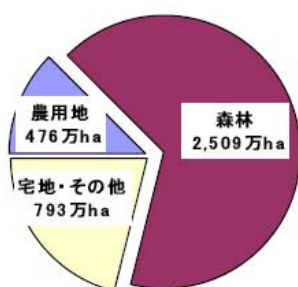
（資料：国勢調査）

2. 土地利用

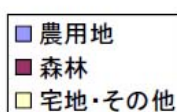
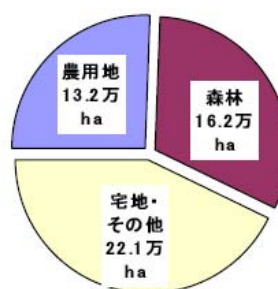
(1) 千葉県の総面積は51.6 万ha であり、主な土地利用状況（平成18 年）をみると、農用地が13.2 万ha（25.6％）、森林が16.2 万ha（31.4％）、宅地・その他が22.1 万ha（42.6％）となっている。

(2) 全国平均と比べると農用地、宅地・その他の割合が約2倍と高くなっており、森林の割合は県土の31.5％と全国平均の半分以上と低めになっている。

全国の土地利用（平成18年）



千葉県の土地利用（平成18年）



千葉県の土地利用（18年）

（単位：万ha・％）

項目	総面積	農用地	森林	宅地・その他	備考
全 国 （ 構 成 比 ）	3,779 (100.0)	476 (12.6)	2,509 (66.4)	793 (21.0)	（資料： 土地利用現況把握調査（平成18年） 全国：国土交通省調べ 千葉県：地域づくり推進課）
千 葉 県 （ 構 成 比 ）	51.6 (100.0)	13.2 (25.6)	16.2 (31.5)	22.1 (42.9)	

3. 農業生産

- (1) 平成18年の農業産出額は4,014億円で、全国第3位である。
- (2) 農業産出額の構成は、米が706億円(17.6%)、野菜・果実・花きを合わせた園芸が1,944億円(48.4%)、畜産が1,003億円(25.0%)と、園芸を中心とした高生産農業が展開されており、首都圏の重要な食料供給基地の役割を担っている。
- (3) 生産農業所得は1,448億円で全国第3位、農家1戸当たり生産農業所得は1,766千円、耕地10a当たり生産農業所得は110千円と全国平均を大きく上回り、生産性の高い営農が行われている。

千葉県農業生産の位置(18年)

順位 項目	1	2	3	4	5	6	7	全国	備考
農業産出額 (億円)	北海道 10,527	鹿児島県 4,079	千葉県 4,014	茨城県 3,988	宮城県 3,211	愛知県 3,108	熊本県 2,984	86,321	
生産農業所得 (億円)	北海道 3,743	茨城県 1,766	千葉県 1,448	鹿児島県 1,298	青森県 1,228	新潟県 1,172	愛知県 1,095	31,378	
農家1戸当たり 生産農業所得 (千円)	北海道 6,333	青森県 1,994	宮城県 1,898	沖縄県 1,843	千葉県 1,766	茨城県 1,540	栃木県 1,489	1,102	
耕地10a当たり 生産農業所得 (千円)	山梨県 159	静岡県 139	宮城県 138	神奈川県 135	愛知県 132	和歌山県 130	高知県 122	67	

(資料：生産農業所得統計)

農業産出額と構成及び全国順位(18年)

(単位：億円・%)

項目	合計	米	雑穀 豆類	いも類	野菜	果実	花き	種苗 苗木等	畜産	左の主な内訳		
										乳用牛	豚	鶏
千葉県 (構成比)	4,014 (100.0)	706 (17.6)	67 (1.7)	217 (5.4)	1,570 (39.1)	167 (4.2)	207 (5.2)	58 (1.4)	1,003 (25.0)	273 (6.8)	347 (8.6)	328 (8.2)
全国順位	3	9	2	3	2	13	3	4	5	4	4	5

(資料：生産農業所得統計)

4. 農業産出額からみた本県農業

- (1) 本県農業は昭和44年以降、北海道、茨城県に次いで全国第3位、平成6年から平成16年は、全国第2位、平成17年は全国第4位、平成18年は全国3位の農業産出額をあげ、首都圏を中心とした食料供給基地の役割を担っている。
- (2) 平成18年の農業産出額は平成17年より147億円減の4,014億円で、全国農業産出額の4.7%を占めている。いも類、豚等の生産額が前年に比べ増加したものの、米、野菜等の産出額が減少している。
- (3) 産出額の構成をみると、園芸48.4%、米17.6%、畜産25.0%と、園芸を中心とした生産構造となっている。
- (4) 主要農産物の全国順位で上位のものは次のとおりである。

- 1 位・・・鶏卵 260億円（6.5%）
 2 位・・・雑穀・豆類 67億円（7.0%）
 2 位・・・野菜 1,570億円（7.7%）
 3 位・・・いも類 217億円（10.0%）
 3 位・・・花き 207億円（5.2%）
 3 位・・・生乳 246億円（3.8%）
 4 位・・・豚 347億円（6.4%）
 9 位・・・米 706億円（3.7%）（ ）内は千葉県の占有率

5. 農業構造の動向

(1) 農家

ア 平成17 年の総農家数は81,982 戸（対12 年比10.7%減）で、近年はゆるやかな減少傾向にある。

イ 販売農家における専兼業別の農家構成は、専業22.6%、第一種兼業16.4%、第二種兼業61.0%となっている。

(2) 農業従事者

ア 平成17 年の農業従事者（販売農家）は181,300 人（対12 年比17.2%減）で、このうち実質的な農業の担い手である基幹的農業従事者は農業従事者の48.7%、88,218 人（同4.3%増）である。

イ 両者における60 歳以上の者の占める割合は増加傾向にあり、例えば基幹的農業従事者では構成比が昭和50 年で16.6%、平成2 年で42.0%、12 年で57.0%、17 年で64.7%と増加しており、労働従事者の高齢化は進行している。

農家人口と農業従事者数（千葉県）

（単位：人・%）

区 分	昭和50 年	60 年	平成2 年	7 年	12 年	17 年
農 家 人 口	723,683	613,170	556,278	484,185	416,215	348,474
農 家 人 口 率	17.9	12.0	10.1	8.4	7.0	5.8
農 業 従 事 者 数	381,839	328,109	303,047	※238,055	※218,960	※181,300
60 歳 以 上 構 成 比	(19.5)	25.9 (26.8)	33.6 (34.7)	40.4	43.9	47.3
基 幹 的 農 業 従 事 者 数	193,264	144,674	125,636	※105,605	※84,582	※88,218
農 業 従 事 者 に 占 め る 割 合	50.6	44.1	41.5	※44.4	※38.6	※48.7
60 歳 以 上 構 成 比	(16.6)	28.5 (29.5)	40.7 (42.0)	52.6	57.0	64.7

（資料：農林業センサス）

(3) 販売農家の現状

①平成17 年の販売農家数は63,674 戸で、専兼別構成をみると、専業農家22.6%、第一種兼業農家16.4%、第二種兼業農家61.0%となっている。

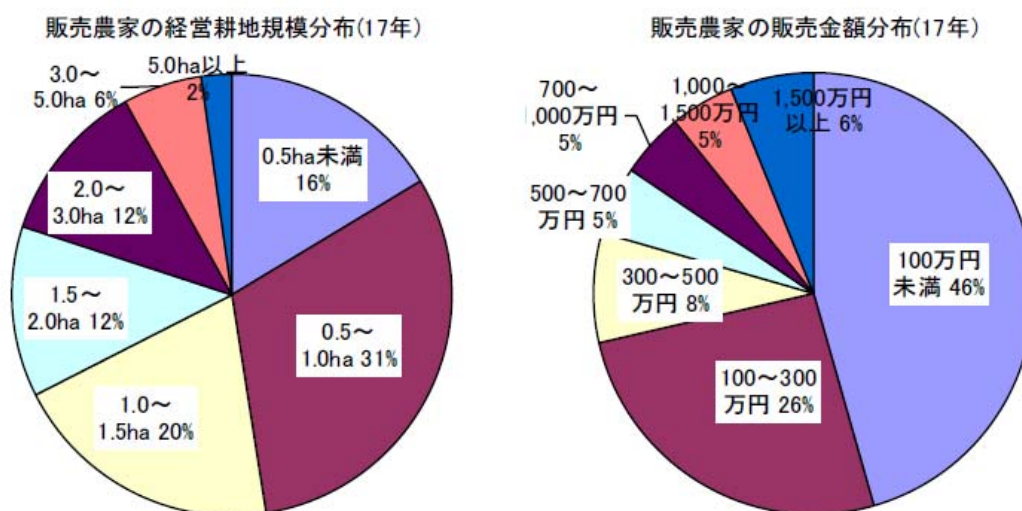
また、販売農家に占める主業農家の割合は27.8%となっている。

②経営耕地規模別に主業農家の分布をみると、2.0～3.0ha 層が主業農家全体の22.9%と最も多

く、1.0ha 未満層が47.6%を占める販売農家全体と好対照をなして、主業農家の経営規模は相対的に大きい。なお、一般的な傾向として、経営規模が大きくなるほど販売農家に占める主業農家の割合が高くなり、2.0～3.0ha 層で53.1%、5.0ha 以上層では83.4%が主業農家である。

③ 農産物販売金額別の販売農家については、販売額100 万円未満45.5%、100～300 万円25.8%、300～500 万円8.2%、500 万円以上20.5%の構成になっている。

また、自立経営可能な一応の目安とされる700 万円以上の販売を行っている販売農家は、全体の15.6%を占める9,905 戸である。



6. 主要農業構造指標の地域別特化

(1) 県内10 地域を主要構造でみると、「千葉」、「東葛飾」、「印旛・香取・海匝・山武」、「長生・夷隅・君津」、及び「安房」の5 グループに分類される。県全体では農家率、主業農家率は減少したものの、経営耕地 3 ha以上の農家率、一戸当たりの耕地面積は微増傾向にある。

(2) 都市化の進んでいる千葉及び東葛飾地域をみると、千葉地域では大多数の指標が県平均を下回る。東葛飾地域では畑を中心とした農地の高度利用により、10 a 当たり生産農業所得は他地域に比べ特に高い。

印旛・香取・海匝・山武地域は、各指標とも相対的に高い値を示している。特に耕地率が高く、経営耕地規模の大きな 3 ha 以上の農家率が高い。また、主業農家等優れた農業労働力が確保されており、農産物の年間販売額700 万円以上の農家率も高い。長生・夷隅・君津地域は、農家率、水田率が高い反面、主業農家率が低く経営耕地も小さいため、10 a 当たりの生産農業所得は低い状況にある。

安房地域は、酪農・花き等による集約化が進んでおり、経営耕地規模が小さいが、10 a 当たり生産農業所得が高い。

指 標	千葉県	千葉	東葛飾	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津
農家率(%)	3.5	1.5	0.8	4.8	21.6	11.4	12.2	11.7	14.2	16.5	7.5
主業農家率(%)	21.6	11.5	29.0	29.7	21.2	44.3	25.4	12.5	7.8	16.9	9.9
農業後継者のいる農家率(%) (販売農家)	51.8	52.5	54.8	50.1	52.7	46.4	51.9	51.4	52.9	47.8	58.6
農産物の年間販売金額 700 万円以上の農家率(%)	12.1	4.5	13.8	16.2	11.4	33.8	14.9	5.9	3.3	8.6	5.0
経営耕地面積 3.0ha 以上の農家率(%)	6.3	2.3	2.5	10.3	11.9	11.9	8.9	4.2	3.8	1.5	3.4
耕地率(%)	25.4	15.8	19.4	35.2	43.5	46.1	41.3	29.4	15.4	14.4	14.5
水田率(%)	58.2	47.6	38.4	46.7	65.8	54.5	61.0	70.3	79.5	67.8	72.3
一戸あたり耕地面積(a)	160	125	118	211	207	206	191	151	145	96	129
基幹的農業従事者 1 人あたり 生産農業所得(千円)	1,646	1,295	1,621	1,788	2,093	2,348	1,462	1,199	1,198	1,251	1,270
耕地 10a あたり生産農業所得 (千円)	110	85	187	109	101	187	87	69	53	129	76

(農林業センサス(2005 年)、耕地面積調査(平成 19 年)、生産農業所得統計(平成 18 年))

* 耕地率、水田率、一戸あたりの耕地面積は 19 年値。

基幹的農業従事者 1 人あたり生産農業所得、耕地 10a あたり生産農業所得は 18 年値。

その他は 17 年値。

第3章 先進農業経営の実態

1. 直販方式を活用している農家

直販方式を活用して効果を上げているのは、八千代市のSさんである。都市型農業の典型的な立地で代々農業を行っており、道の駅やちよの設立メンバーの一人でもあり、お客様への直販にこだわって来た。生産から販売まで農協頼りの農家と比べ、販売チャンネルに直販を活用しているところに先進的な魅力を感じられる。Sさんにお話を伺うために、活動が北総地区とは隣接する場所ではあるがご登場願った。

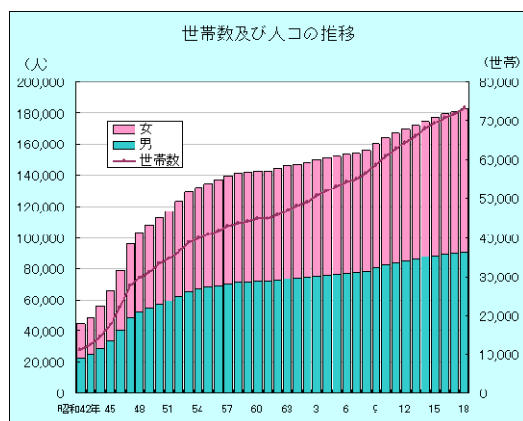
(1) 概要

① 地理的特性

八千代市は、首都 30 キロ圏の位置にあり、自然環境に恵まれ、交通の便も良いところから首都圏のベッドタウンとして発展してきた。市内に八千代台、勝田台、米本、高津、村上と、5つの大規模住宅団地を有する。昭和 32 年完成の八千代台団地は、日本の大規模住宅団地の発祥の地。大規模団地の建設に伴い人口が増加し、昭和 50 年の国勢調査では人口 10 万人以上の市で全国一の人口増加率を示した。

面積：51.27K m²（東西 8.1km、南北 10.2km）

人口：192,274 人 世帯：79,660 世帯（平成 21 年 9 月末現在）

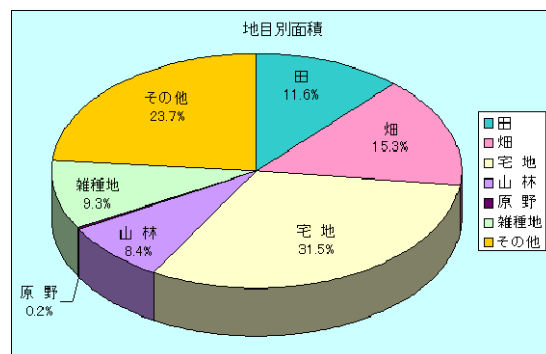


八千代市HP（グラフでみる八千代市より）

市の北側半分は、下総台地の緑豊かな自然があり、南側半分は、森を残し、緑の景観に配慮した市街地が形成されている。早くから典型的な都市型農業の地区的環境にあり、平成 8 年の東葉高速鉄道の開通により、東京メトロ東西線の延伸区間になり、都心とのアクセスが良くなり、沿線開発に伴い人口が増加し続けている。

② 八千代の農業

八千代市内の総農家は 941 戸、販売農家 691 戸、農家人口は 3,880 人（赤ちゃんからお年寄りまで）、経営耕地面積は 1,000 ヘクタールとなっている。（平成 18 年現在）



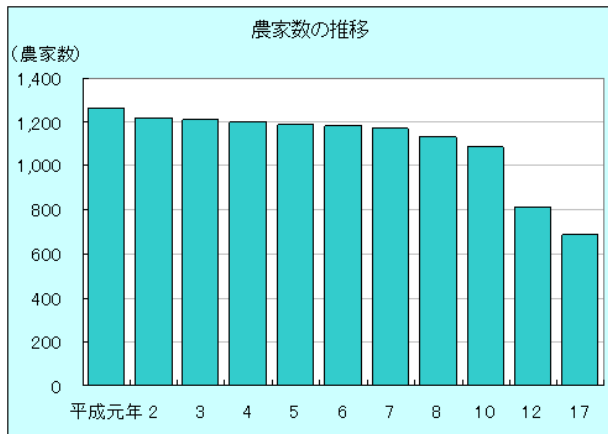
八千代市HP（グラフでみる八千代市より）

主な農作物に水稻、ほうれんそう、にんじん、施設野菜などがある。

また、果樹では、梨が有名。八千代市の梨は直売方式でほとんど地元で消費され、地産地消を地で行っている。現在は梨農家が収入もあり安定していることから後継者が一番多くなっている。畜産では乳牛、養豚がある。

平成 18 年の農業算出額は、野菜が 19.9 億円、畜産 9.7 億円、果物 5.9 億円、米 3.8 億円、

その他 1.7 億円で計 41.0 億円。



八千代市HP（グラフでみる八千代市より）

農業従事者に対する 65 歳以上の農業従事者割合は 29.7%、耕作放棄地面積 107ha、経営耕地面積に占める耕作放棄地面積の割合は 13.4%.

そのような状況の中で生産者の高齢化や後継者不足等が問題となっている。それに伴い労働力の減少と質的低下による農業産出額の減少、遊休農地の増加等が現在の課題である。

③ S さんの農営状況

生産物は、施設（ハウス）では、イチゴ、トマトを、路地では、ナス、ピーマン、とうもろこし、枝豆、サツマイモなど多品種を生産している。

イチゴはJAの直売所で販売し、その他の野菜は道の駅で販売している。労働力はSさん夫婦と長男の3名。長男はイチゴ担当と役割分担がなされている。

またSさんが役員である農事組合法人から年間における勤務日数に応じて日当を受け取っている。農協の組合員ではあるが、生産物のほとんどが直売されてしまうので農協の市場（一元集荷）へは出していないという。

(2) 先進農業経営の実態

①販売

1)直売へのこだわり

販売方法としてSさんのご両親の代から隣接する船橋市の市場内に場所を借りて直接消費者に販売してきた。昔から利幅の良さ、回転の良さから直売の魅力を感じていた。

八千代市が平成5年に策定した「やちよふれあい農業の郷」構想に基づいて農産物直売所



八千代市HP（グラフでみる八千代市より）

（道の駅）の構想が持ち上がった。市は農協に話を持って行ったが断られ、市の呼びかけで農家有志で農事組合法人をつくり引き受けた。野菜は道の駅で販売し、イチゴはJAの直売所で販売をしている。

2) 道の駅やちよ（ふるさとステーション）

道の駅は平成9年にオープン。仕入れ先の農家を集めなければならなかったが、八千代市の当時の農家1200軒で協力したのが30軒。最初は売上1億円にするには単純計算すると1日30万の売上げが必要。1個100円ぐらいでそんなに売上げが見込めるかと心配だった。蓋を開けると、商品がすぐ売れきれ、忙しくて盆休みも取れないほど。おかげで1年目は3億5千万円。それが今では正・準会員で100名を

越し、売り上げも9億円になっていて、県内を代表する道の駅に成長している。

道の駅の来店者は当初、埼玉県、栃木県など遠くからのお客様がいたが、現在は各所に道の駅のような直売所が出来たせいでおおよそ八千代市30%、八千代市近郊30%、千葉県外30%、その他10%になっている。

3) 直売の効果

直売方式は農家にとってメリットが大きい。販売手数料15%を払えば残りは、全て手元に入る。近所にスーパーと契約している農家があるが、販売手数料が2割とか。売り場が近いし、回転がいい。しかし、残れば全て引き取るため、商品の品質や値付けの工夫がいる。価格はスーパーより安いのではという。

都市近郊で消費人口が多ければ直売が適しているという。これからの都市近郊の農業生産は単品を多量に作って農協の市場出し（一元集荷）か、多品種作って直売になるのではと語っている。単品生産では量が確保できないと、仕入れ金額をたたかれるから個人農家には向かないらしい。

直売で意識することは2つ。

a. 鮮度

収穫から販売までの時間ロスがないため「スーパーで買えば数日しか持たないものでも、道の駅で購入すれば買ってから1週間持つ」と言うが、鮮度を意識している。

b. 変わった品

消費者が見て珍しい物を置くようにしている。新品種にこだわり、いままで作らない品種を作る努力をしている。自然薯、とかカモナスなどを作っている。ただ困るのは今年誰かがやって売れると、必ず翌年はまねをされるのが頭痛の種とか。

また、生産者の顔が分かるように顔写真を一覧表に載せ名前を出している。評判の良い人は人気がある。あの人の野菜を買いに来たと名指しのお客様がいるぐらい。なるべく生産者とお客様の直の取引はしないようにしている。理由はレジを通らなければ会社の売上

は上がらない。ただしお客様から予約を取る場合もある。良い意味で会員農家同士の競争になっている。

道の駅はインターネットの紹介をしているが、インターネットでの販売はしていない。

②生産

1) 農事組合法人

農事組合法人Yを設立し、土地を貸し付けて勤務し、勤務日数に応じて報酬を受け取っている。農事組合法人では米、イチゴの生産、貸し農園を行っている。米は道の駅で販売。イチゴは観光農園として活用。券売機で券を発売して食べ放題。3月になったら1パックお土産付けたり工夫をして集客。また貸し農園もやっている。1区画ごとに分け、オーナーを募集して契約栽培をしている。栽培を例えば黒大豆にするか、枝豆にするか、顧客と相談して決め、作業はこちらでやる。

パートを6名雇って、作業、接客等に当たらせている。教育に関しては特別に行っていない。古い人で10年働いている人がいるので、安心して任せている。

法人として営業することで、仲間と会話が出来るのが良かったと話す反面、それぞれ構成メンバーに個性があるから協調性にかける部分もあるらしい。

2) 後継者

最近では、儲からない、休みが取れないなどの理由で後継者がいない農家があるが、Sさんの家では長男が後継者として就農している。現在はイチゴ生産の担当をして責任を持って生産している。

イチゴの苗は県の農業振興センターから紹介を受けて買っている。関東の人はブランド意識が強いので扱うイチゴはトチオトメのみという。イチゴを種から蒔く方法を県が試験中。この方法は作業が簡単になる。いままでは種を蒔いても同じ品種が出てこなかった。今同じ味で同じものができるように試験中。これが確立すれば便利と未来の生産方法を熱く語っていた。

なるべく仲間とコミュニケーションをとるようにしているが、生産物が同じでないと、繁忙期が違うので、活動がまとまらない。そのためどうしても親しい仲間だけのグループがいくつもできて、皆で何かやろうという気運が盛り上がらない。ジレンマがあるようだ。

また農業は、仕事を1年中やってる。休む時期が秋の終わりしかない。休む時間を作るために、例えば苗を買って活用する方法もあるが、買った苗は成長が遅いので、どうしても自分で作った方がいいものができる。結局休めないとちょっぴり不満も。しかし農業の楽しみは、自分で時間を作れ、自分の商品が売れること、と熱く語っていた。

3) 収入と支出

Sさんの家は法人からの給与収入と家族で行う農業収入になる。Sさんの収入から奥さんと長男への給料支払いになっている。農業収入の8-9割が道の駅での売上という。

基本的に借金嫌いだから借金はしない方針という。コンバイン、トラクターなど機械類は1000万円以上するので大変とこぼす。しかもコンバイン、田植え機などは時期だけ1ヶ月しか使わない。もったいない。ちなみにコンバインは7,8年、トラクターなどは20年持つらしい。

3) 情報収集

直売所が乱立してきた現状で将来の農営をかんがえ、情報収集も怠らない。積極的に視察に行っている。近隣で知名度の高い直売所視察で得た情報から、道の駅八千代の優位性を発見。

道の駅やちよでは売上1000万円以上が20名近くいるのに対して、その直売所では2名しかいなかった。また500万円以上もいくらない。それに対して道の駅やちよでは会員の平均売上が約800万円という。その原因は、道の駅八千代の売上の1.2倍なのに5倍の会員数がいることをあげていた。

また近所に農業を辞めた農家が多くなった。すると畑が荒れて周りに迷惑をかけている。中には貸し農園をしている人もいるので、貸し農園の視察も怠らない。東京の貸し農園を視察したら、そこそこの収入は上がるが利用者に栽培の指導をしないと客を引き留められない現状と、実際の貸し農園業者はこんなに苦労するならやらなければ良かったと言っていた情報を収集している。

(3) まとめ

① 直接販売方式の魅力

1) 消費者が見える

直売所に納品したら、売れるか売れないかはお客様次第である。お客様が購入する時の判断基準である品質、値付け、商品説明、見た目の良さなど、売れなければ何か問題があるし、売ればお客様に評価されたことである。各要素から判断して、店を活用する消費者の好み、傾向が理解できる。同種の商品の時系列の観察による、品質チェック、価格チェックをしたり、店の接客者からも時々はお客様と会話した内容から、お客様の今後の希望も収集できる。お客様志向の生産活動が可能である。

2) トrendに適した販売方法

全国的に「地産地消」といわれて久しいが、「地産地消」とは、「地元で生産されたものを地元で消費する」という意味で言われている。消費者の農産物に対する安全・安心志向の高まりや生産者の販売の多様化から、消費者と生産者を結び付ける「地産地消」への期待が高まっている。まさに直販はその代表的な販売方法である。消費者と産地の距離の短さは、心理的な距離も短くし消費者の「地場農産物」への愛着心や安心感を深める。それが地場農産物の消費を拡大し、結果的に農業を応援することになるし、地元農業者の営農意欲を高めさせ、農地の荒廃や捨て作りを防ぐことにもなる。八千代市では野菜に関しては、農協の一元

集荷の販売高の倍以上の売上を、道の駅とJA直売所で上げている。

3) 利益率のアップ

他の販売方式（農協の一元集荷、スーパーなどの契約販売）に比べて、利益率が高い。ただその分、お客様の動向に合わせた納品数、品質、価格設定、見栄えなど、生産者として消費者を意識した仕事加わるのでそれに対応しなければならない。「直売も良いけど袋入れなどの仕事も多いし、売れないから儲からない」と話す農業者もいる。直売をすれば売れるのではなく直売というシステムの中で売れる工夫を個々がしなければ売れるはずはない。同じ直売所に出す出品者は皆競争相手。その中でいかに差別化して、お客様に評価され買ってもらえるかが重要になる。

4) 連携関係

家族で仕事をしているので連携関係がうまく行っている。家族農営の一番の喜びは成果が目に見えて表れるので充実感がある。直販なので努力によってお客様の喜びの声を頂いたら、生産者、消費者がwin-winの関係になれる。まさにビジネスの最高の喜びを得られるし、その達成感は次への仕事の原動力になるだろう。

家族が同じ職場で働くということは、家族と一緒にいる時間が長い。Sさんは家族関係が良いので連携がうまく取れ仕事にまとまりがある。意思の疎通が図れているから、それぞれの希望を役割にし、明確に分担し自分の仕事に集中できる。Sさんは借金が嫌いなのだそう。無借金経営を通して。これも家族農営ならではの、自分の希望を通した活動ができています。

ただ一般には家族農営は女性の労働が過剰になりやすい。どうしても農家の女性は、家事労働と農業労働の両方をこなさなければならず長時間労働になりやすい。その点を考慮することが大切だ。

② より成長するための提言

直販方式も現在ではかなり浸透し、直売所が大分増えてきている。今後もその傾向は強くなるだろう。当然店舗内での競争は厳しくなり、直売所間の競争も激しくなる。その時に安定収入を維持するために、工夫すべきポイントを述べる。

1) 教育の充実

農家は市場の需要や気候に左右される。いきなり雹が降って野菜が全滅、あるいは冷夏で予定の生産高が取れないなど。ガソリン、重油の値上がりでも収支に大きく影響する。

また、販売でもお客様の数が減る、お客様の好みが変わるなど、不安定な要素が大きい。そのため地道な知識習得が不可欠である。

直売方式はお客様に飽きられたらお終いである。常に飽きられないように新しい商品の開発が必要だ。手順は

- a. 現在の取り扱い商品に付加価値を与える。品質の向上、包装（鮮度、お得感、見栄え）の向上、説明力（pop、説明カード）の向上
- b. 新しい品種、あるいは加工品の作成など、新商品の開発。現在の生産能力で可能な限り追及することが不可欠だ。
- c. 直売方式以外の新たな販売方法は何か、息子さんがまだ若いからITを活用した販売を検討することも良いかもしれない。とにかく現状にとどまれば成長はない。

そのためには幅広く積極的に知識を習得することが大切だ。インターネットを活用したり、農協、県の指導員と積極的に話すことも良いし、農業関係の展示会見学など、忙しい中にも次のステップに向かって教育時間を確保することが必要だ。

当然一人で実行するのはなかなか継続ができないかもしれない。その場合は仲間を作ることが効果を発揮する。例えば現在所属している農協青年部とか、あるいは仲の良いメンバーで任意のグループをつくりお互いに協力しながら、計画すると継続する。それが地域ブランドの商品づくりへと発展すれば面白い。

同時に、現在関係している農事組合法人のスタッフへの教育も必須だ。最近では販売・サービス業では接客技術の教育がなされ、ある程度のレベルの接客を消費者は受けていて、目が肥えている。そんなお客様に対して意識のない接客をすると、商品の価値まで下がって評価されてしまう場合もある。特に直販方式は接客者の接客が評価に大きく影響する。教育の継続が必要だ。

2) 計画的な行動

農業は自然が相手だから、休みたいときに休めない。気候によって左右されるので協力する人がいなければ休めない。

そこで余計に計画的な行動を意識することが大切だ。ただ闇雲に動くのではなく、自分の行動、例えば、「売上を上げるための仕事の時間」「体力を維持するための睡眠などの休養時間」「自分自身を教育するための時間」などに分けて要領よく使うことが大切。誰でも1日は24時間あるが、使い方によってその効果は大きく違ってくる。

同時に農営に関しても、経済状態を考慮にいて、農営収入の予算をたてる。計画—実行—反省のマネジメントサイクルを働かせることが重要。

また、現在家族で目一杯の労働状況に対して、労働力の補充はどうするか、雇用を考えるなら、雇用しやすい職場環境を整えることも急務になっている。

（小倉博行）

参考：農林水産省HP・八千代市HP・JA八千代農業振興計画書・道の駅八千代HP

2. 農協を活用している農家

(1) 概要

農協を活用している農家として八街市の露地＋施設野菜農家のIさん（以下I農家という）と露地野菜農家のKさん（以下K農家という）の経営実態と野菜集選果場グリーンやちまたを視察とした。

八街市は、千葉県北部のほぼ中央部に位置して、全国的にも有名な地域ブランドとしての八街の落花生を有する。さらに、農業協同組合活動も活発で農家戸数も比較的多数で都市近郊における田園風景がいまだに残る地域である。

農業協同組合は、八街市と近隣の佐倉市、四街道市のそれぞれの農業協同組合が合併して設立されたいんば農業協同組合である。野菜集選果場のグリーンやちまたは、八街市南部に設置する同組合の選果、箱詰め、梱包等を行う共同事業の拠点となっていて、両農家とも利用している。

①八街市のあらまし

八街市は、東京から50km圏内にあり、京葉工業地帯からは20km、成田国際空港から10kmの位置にあり、広ぼうは、東西に短く約7.7km、南北に長く約16kmあり、面積は74.87km²である。

人口は、76,879人。市の中央部は市街地を形成し、周囲には平坦な畑作地帯が広がっているほか、南西部及び北部に水田地帯が点在している。

基幹産業である農業は、ニンジン、サトイモ、ダイコン、落花生、スイカなど、野菜が中心となっている都市近郊型農業である。

②八街市の農業

農業産出額 生産農業所得統計（千万円）平成15年

	農産物名	千万円	構成比
1	すいか	2 0 9	1 4 . 5 %
2	にんじん	1 8 9	1 3 . 1 %
3	かんしょ	1 4 3	9 . 9 %
4	さといも	1 2 2	8 . 5 %
5	落花生	1 0 7	7 . 4 %
6	生乳	8 8	6 . 1 %
7	ごぼう	7 4	5 . 1 %
8	トマト	7 2	5 . 0 %
9	しょうが	7 1	4 . 9 %
1 0	だいこん	4 3	3 . 0 %
	その他	3 2 4	2 2 . 5 %
	算出額計	1 , 4 4 2	

スイカは、農業粗生産第1位で、ニンジンは2位であるが全国の品質第1位を目指している主力作物である。農家数は、平成12年で専業農家数が898戸、第1種兼業農家が443戸、第2種兼業農家が455戸である。

③いんば農業協同組合（平成21年3月末）

正組員数5,992戸、 地区 八街市、佐倉市、四街道市

出資総額 1,171,771,000円

組合事業の内容 営農改善、組織強化等の指導事業、信用事業、共済事業、生産資材及び生活資材の購買事業、野菜等の販売事業、野菜集選果場の利用事業（グリーンやちまた）、資産管理事業

④グリーンやちまた

施設名 いんば農業協同組合野菜集選果場

所在地 千葉県八街市八街へ199-1601

敷地面積 18,026㎡ 建築面積 6,821㎡

設備 里芋、人参、トマトの荷受ライン設備、里芋選果設備、人参選果設備、トマト選果設備、箱選別設備、自動真空冷却運搬設備、自動保冷立体倉庫設備、自動出荷設備

野菜集選果場 グリーンやちまた



(2) 農業経営の実態

① I 農家（露地＋施設野菜農家）

専業農家で八街市地区数百名の農家で結成するグリーンやちまた園芸組合の役員を長年務める農家である。

いんば農業協同組合の組合員でもあり、2.5ヘクタールの耕地面積のなかで年間の作付はスイカ、トマト、ニンジン等である。

施設は、ビニールハウスを1200坪所有して、スイカ、トマトの栽培とスイカ、ニンジン等の露地栽培も併用している。

JR八街駅より南に約4キロほどの畑作地帯の環境に恵まれた立地条件で、農地は、2.5ヘクタールが自宅周辺に集積されている。

この農地のなかに比較的母屋周辺の収穫、水利の便利なところに、大型のビニールハウス1200坪が常設されている。

母屋の敷地内には作業小屋、運搬具、農業機械等の収納小屋が建てられ、母屋を中心とした300坪の居住、農業作業等のスペースを形成している。

大型のビニールハウスの耕作、管理に必要なトラクター、管理機、水やりの水利施設としての自家用水道施設、グリーンやちまたへの青果物の運搬等に使用するトラック等の運搬機を備えている。

年間売上1千万8百万円でここ数年は、横這いの状況が、続いている。ビニールハウスのスイカ、トマトの売り上げ等が60%を占める。春から夏にかけてのビニールハウスの施設でのスイカは500万円、この裏作として8月から11月にかけてのトマト栽培が600万円となっている。

以前は、スイカの売り上げがトマトの売り上げを大きく上回っていたが、最近の消費者ニーズの変化と産地の移動等によって裏作だったトマトが売り上げ第1位に変化している。

残りの40%は露地栽培のスイカ、ニンジン、ショウガが構成している。

スイカ、トマトの販売チャネルは、農協70%で、残りは直売所、知人の花屋さん等を活用している。

農家所得は33%を超えるが、従事者2人である。このため1人当たり所得は数百万であって厳しいといえる。

数年にわたって設置してきた1200坪のビニールハウスの施設の設備価格は、坪当たり1万円で千数百万円となり、県の補助金の導入、いんば農業協同組合からの借入金でまかなってきた。いんば農業協同組合からは施設資金だけではなく、肥料等の運転資金も導入していて、ビニールハウスには、毎年のビニールの張り替えようのビニール等の資材も大きな負担である。

グリーンやちまたの利用は、トマト1箱当たり約300円の費用負担であって、出荷価格平

均1000円から差し引かれるが、出荷にあたっての省力化、コストの削減には大きく寄与している。

農家経営主は、年齢は50代後半のご主人である。ご夫婦2人で農業に従事して、現在は、サラリーマンの30代前半の後継予定者がいる。

② K 農家（露地野菜農家）

専業農家でいんば農業協同組合の役員を長年務めるK農家である。

露地栽培農家として、3.0ヘクタールの耕地面積にスイカ、ジャガイモ、ニンジン、早生サトイモ、晩生サトイモ、落花生等の栽培を行っている。

表手作としてスイカ、ジャガイモを栽培し、その裏作としてはニンジンの作付が主となり落花生等の作付は従となっている。

JR八街駅より北に約2キロほどの畑作地帯と住宅地が混在する地域であるが農業環境に比較的恵まれた立地条件のところである。

農地は、3.0ヘクタールが自宅周辺と国道を挟んだ向かい側数百メートル先など数カ所に点在している。平均所有農地規模より広いといえる。2ヘクタール程の一つの集積農地の中心のなかに母屋とその敷地内には作業小屋、運搬具、農業機械等の収納小屋が建てられ、母屋を中心とした400坪の居住、農業作業等のスペースを形成している。

露地栽培の耕作、管理に必要な複数台のトラクター、管理機、グリーンやちまたへの露地物、青果物の運搬等に使用するトラック等の運搬機を備えている。

露地栽培では、大型ビニールハウスではなく、マルチを直接農地の露地に引いて、それを覆うようにトンネル型の小型のビニールを耕作畑に設置することからパイプ、ビニール、マルチ等の毎年の資材も大きな負担である。

資材、肥料、農薬等の運転資金は、いんば農業協同組合から導入して、この返済は、出荷価格との相殺でいんば農業協同組合に大きく依存している。

年間売上1千万6百万円でここ数年は、横這いの状況が続いている。このうち、スイカが売り上げの25%の400万円、ニンジンは50%の800万円を構成している。

農家所得は40%を超えるが、従事者3人である。このため1人当たり所得は数百万であって厳しいといえる。3人の内訳は60代の経営者ご夫婦と30代の後継者である。

耕作地が比較的広いことから、多用な作付けをしていく中では、一定の安定的な収入が確保できるジャガイモの委託契約栽培も取り入れている。販売価格は低いが手間暇かからず委託先が庭先で引き取ってくれることからコスト面からも有利性があって、一定の売り上げも見込めて、作業面の簡便性からも、作付けのバランスからも委託契約栽培の一定規模導入は欠かせない。

委託契約栽培以外は、販売チャネルは農協に大きく依存している。出荷にあたっては、グリーンやちまたを利用して、特に、ニンジンのお荷にあたっての省力化、コストの削減には大いに寄与している。グリーンやちまたの選果施設利用料は、出荷価格の30%となり必ずしも安くはなく、高負担であるが、自前で行うより時間面での短縮が図れるなど、次の農作業への取り組み等のスケジュール面の調整から受け入れられている。

(3) まとめ

農協を活用している農家の経営実態を、現地視察を通じて従来型の農家モデルの一つとして把握した。これは、新しい農業スタイルや新規就農を検討していく上で、従来型の農家モデルの一つとしての有用な比較検討材料であると思われる。

八街市という全国的にも有数な畑作地を選び、そのなかでの農業経営の特徴的な業態である、露地＋施設野菜農家と露地野菜農家に絞って視察を行ったが、これは八街市だけでなく、関東地方には普遍的に見られる農業経営の大きな業態でもある。

二業態ともに既存の組合活動の中で、共同事業を活用して、販売活動、資金の調達についても組合金融の利用等を行い営農している。

経営者は、組合活動に長年従事し、役員も務めるなどしてきたことから、産地形成等の幅広い視野も持ち、組合活動と自家の農業経営のバランスをうまくとって営農にあたっていることがわかる。

経営計数的には、売り上げは2000万円以下で地域での中規模の上といった見方がなされるが、従事人数からしての一人当たりの所得は、数百万円で必ずしも高いとはいえない。

販売にあたっては、農協チャネルに70%強を頼っていて、安定した出荷価格、安定した出荷計画が立てられる、さらには、資金回収に心配がないなど農協は、安定した経営には欠かせないものとなっている。

しかし、市場間競争の激化、大手量販店のチャネル支配等から出荷価格はこの数年横ばいから低価格で推移して、新たな市場の開拓等農協の営業力発揮には大きな期待が寄せられる。

このようななかで、農業協同組合員としての農協一辺倒の農家経営だけではなく、自己の販売チャネルの開拓と活用、食品メーカーからの委託契約栽培の一部導入など、消費者ニーズへの対応、外部からの新たなアプローチにも積極的に対応する柔軟経営も見られる。

グリーンやちまたの選果、箱詰め、梱包等を行う共同施設は、組合員の作付、出荷、販売の中心的な施設であって、営農上欠かせない重要な施設でトマト、ニンジン、サトイモの選果、箱詰め、梱包等に威力を発揮している。

コスト的には利用料と資材費等含めて出荷価格の約30%で高負担といえるが、現在は、作付面、農作業のスケジュール等から自前で行うよりは時間面での節約から受け入れているが、

さらなる利用料等の低下が期待される。共同施設の利用事業は、組合員の利用取扱高、組合員数に大きく左右されるが、利用率の低下は組合活動の活発化が前提で今後の農協を活用している農家の活躍による。

(鈴木慶夫)

3. わーふぁ道本

大消費地東京および千葉県西部に近く、こだわりの土で、こだわりの有機栽培で、こだわりの農業経営で、安全・安心・新鮮なこだわりの野菜を生産し供給する、一般農業法人『わーふぁ道本』が香取郡多古町にある。

今回、施設見学・経営者への直接訪問調査およびホームページ等の情報を基に調査報告書をまとめる。

(1) 概要

① 企業概要

会社名 有限会社 わーふぁ道本

所在地 千葉県香取郡多古町高津原 1 2 0 8

T E L 0 4 7 9 - 7 0 - 7 3 9 7

F A X 0 4 7 9 - 7 0 - 7 3 9 8

代表 篠塚 正男

役員数 2 名

社員数 6 名 パート数 6 0 名（平成 2 1 年 4 月現在）

外国人農業研修生も受入れ、雇用面での社会貢献も果たす。

主な取引先 オイシックス株式会社、（有）生産者連合デコボン他。

会社の特色 サラダブームの人気商品、ベビーリーフ生産をてがける法人。

平成 13 年には JAS 有機認定農地に認証されている。

② 沿革

平成 元年 減農薬無化学肥料栽培をスタート

平成 5 年 無農薬栽培をスタート（有機 JAS）

平成 1 2 年 会社設立

平成 1 3 年 （財）自然農法センター 有機 JAS 認定を取得

平成 1 7 年 姫大根、姫人参、黒大根の試験出荷を開始

平成 1 7 年 オイシックス（株）、（有）生産者連合デコボンに姫大根、姫人参、黒大根の本
格出荷開始

平成 1 8 年 長男が（有）ファーストファームと（有）アグリサポートを設立

平成 1 8 年 （社）千葉県農業協会 有機 JAS 認定を取得

平成 1 8 年 東都生協に姫大根を本格出荷

③ 立地

世界の玄関口「新東京国際空港」に近い、自然と歴史の宝庫である多古町に設置。

豊かな水と緑に育まれた町の特産品は、銀色に光輝くおかずいらずの「多古米」や、粘り

強い「やまといも」である。また、国道296号に近い栗山川沿いにはあじさい、菜の花、コスモスなどが咲き乱れ、行き交う人の目も楽しませてくれます。

(2) 先進農業経営の実態

① 経営規模、主要施設

耕作面積は本社近辺に約6ヘクタール（6町歩）全体で約15ヘクタール（15町歩）である。

約半分が借地である。土壌を有機になじませるのに10年くらいかかる。

堆肥場面積は約4,000㎡、エアレーション設備面積約600㎡を占める。

氷温冷蔵装置 1式

農機具（トラクター） 7台

② 経営理念、経営方針

『わーふぁ道本』は ワールドの『わ』とファーマーの『ふぁ』、家の屋号道本（どうほん）の組合せで、覚えづらくて意味不明で何度か聞くと、二度と忘れず、印象に残る。

当社の農業はすべてこのような発想で展開している。他の人と同じことをしていたら生き残れない。今、消費者が求めているものは何か、次に求めるものは何か、何をつくれば消費者が買ってくれるか。そこから供給が追いつかなくなる商品を見つけて作付けしていく。また、品質を維持するだけでは後退と同じ、常に向上させていかないと競争に勝てない。

そういう理念・方針の基に経営を行っている。

③ 商品開発

消費者が感じる『味』は、確かな尺度かもしれないが主観的なもの、その味を客観的に証明することも大事である。当社ではビタミンやミネラル等の成分が、他社のものと比較してどれだけ多く含まれるかを調べ、それを品質改善や、マーケティングに生かしている。

新品種の導入も行っているが、情報の入手先は様々である。一般に普及していない品種（バラフなど）もネットを通じて情報を入手し、自ら試験栽培を行うなど、情報収集力は高い。

④ 生産

1) 土づくり

有機農法を行っているため、化学肥料は一切使用せず、堆肥を使う。堆肥の素材は、トウモロコシ、大豆等の植物質が中心で、卵殻、オカラ等を使用している。さらに、牛フン、豚フン等の厩肥を加え、月2～3回の切り返しを半年行い、その後堆肥舎で常時エアレーションを行い、月1回の切り返しを続けながら、2～3年間熟成させ完熟堆肥とする。これをマニユアスプレッダ（堆肥散布機）でハウス内に投入。

マニユアスプレッダは補助事業で導入した。使用量は多くハウス内が盛り上がるほどである（ほとんど堆肥で栽培している状態）。これで、土壌の団粒構造が発達するため不耕起栽培が可能となっている。

また、完熟堆肥はアクやエグミのもとになる硝酸性窒素野極端に少ないハウレンソウ等の葉物や大根等の根菜をつくるために欠かせない。

土壌診断を行い土壌の状態を確認しているが、石灰（カルシウム）が過剰となっているのが問題である。石灰過剰の害も懸念されるため堆肥の素材等の対策の検討が必要である。



堆 肥 製 造 所

近年、化学肥料の高騰が問題となっているが、使用していないため経営への影響はない。

2) 病虫害防除について

土壌管理と並んで有機栽培の最大問題が病虫害防除の問題である。有機栽培のため化学合成農薬は使用できない。

目立った技術としては、防虫ライト（黄色蛍光灯）と熱水消毒機の使用である。

黄色蛍光灯は夜間活動する食害虫（夜蛾類）の園内への侵入、交尾や産卵等の活動抑制を行う。わーふぁ道本での使用効果は大きく被害は激減した。さらに、ハウス側面に防虫ネットを張り侵入防止を図っている。目合が広いとハウス内が高温になり、作物の生育と作業性への影響がある。このため、適切な目合いのネットの検討が望まれる。

土壌消毒では97～98℃程度の熱水消毒を行っている。有機栽培以前は、化学消毒剤（劇物）を使用した時期もあったが、身体への悪影響もあり有機栽培転換へのきっかけともなった。

土壌消毒には太陽熱消毒等の他の技術もあるが効果としては熱水消毒が最も安定している。

技術的には以前からあるが導入コストがかかるため一般農家への普及は進んでいない。

3) 栽培

自社製の完熟堆肥を使い化学肥料を一切使わず、害虫防除は防虫ネットや防疫に関しては熱水消毒を取り入れる等化学合成農薬を使わず、有機JAS認定を取得し有機栽培に徹する。

当社は通年栽培である。通年で作ることによって他の



スイートバジル栽培

業者との差別化により、他業者の参入を妨げ得意先のニーズに応える。

栽培期間も一般は35日だが当社は25日で、他より短く早採りである。安全・安心・新鮮さを保持し棚持ちが良いと評判である。

⑤ 商品

ハウレン草	アクが少なくビタミンとミネラルが多い
スイートバジル	パスタやサラダなどイタリア料理に欠かせないハーブ
デトロイト	茎、葉脈の鮮明な赤色が特長で味が複雑で奥深さがある
京水菜	シャキシャキとした歯ごたえ
レッドオーク	赤色をしたガーデンレタス、レタス独特のほろにがさ
ルッコラ	ピリッと辛く、ごまの風味
レッドアジアンマスタード	和辛子、からし菜に近い辛味を持つ、葉表が濃い赤
ターサイ	濃いグリーンで丸葉がワンポイントに
ピノグリーン	丸葉で小松菜に近い味
ケール	独特の苦味
ロロッサ	葉の周りにフリフリのフリルが有りピンク色が美しい葉のレタス
グリーンウォーク	青色をしたガーデンレタス、レタス独特のほろにがさ
グリーンマスタード	洋辛子、マスタードの辛味を持つ 葉が薄いグリーン

⑥ 品質管理

生産過程においては、平成元年に減農無化学肥料栽培をスタートし、常に消費者に安全・安心な農産物を供給している。さらに流通過程においても新鮮さ維持にこだわり、近隣農業者3者と共同で補助事業を活用して、氷温冷蔵庫を導入し、採りたて野菜のみずみずしさを調理場・台所に届ける。当社の製品は棚持ちが良いとの評判である。

⑦ 販売

特に営業活動は行っていない。

販路は直販が主体で、中卸経由で生協・スーパー・ホテル・機内食会社等へ販売する。

売上は平成12年当時5,000万円／年であったが、現在約2億円／年と急成長している。

売価設定はコストプラス（製造原価＋手間＋リスク代）で、買ってくれるお客とだけ付き合い、売値は古い取引先は低い、新しい取引先は高くなる。

販売には通販は考えない。農協との取引について直接出荷はしないが金融は利用している。

夏まきハウレンソウなどは栽培的には、好ましくないものも販路の関係で栽培せざるを得ない状況であり、栽培技術とマーケティングの一致が課題である。

⑧ 組織（平成20年4月現在）

社長55歳、後継者（長男）27歳。

役員 2 名、 従業員 社正社員 6 名 パート 6 0 名（外国人農業研修生も受入れ社会貢献を果たしている）。

関連会社（有）リーフファーム、（有）ファーストファーム、（有）アグリサポート

⑨ 農業体験

都市部に住む人たちが自然豊かな立地条件を活かした多古町、当農園などに訪問、滞在し「食・農・田舎の文化」を中心にしたほんものの農業を体験できる、体験農場を適当な場所を見つけて作りたい。会員制などで月1回くらい遊びに来て土づくり・種まきから収穫まで体験し食べて楽しんでもらう。

（3）まとめ

① 欠品対策

現在、通年栽培・出荷体制とっているが欠品しないことが絶対に必要であり、厳守しなければならない。欠品しないことで、供給量が安定し、取引先のニーズに確実に応えることができ、需要と供給の好循環を生み、高い評価を得ることができる。その結果生産量および販売量も順調に伸び、売上高の拡大につながる。

② 新商品開発

絶えず、新品種の栽培に挑戦する。栽培が成功し出荷が増大するのに、2年間ぐらいの期間が必要である。しばらくの間は多品種・少量の注文要求に対応するため、欠品しないよう細心の注意をはらって栽培することが必要であり、最近では姫大根、黒大根が事例としてあげられる。

③ 多様化するニーズに対応

十数年間、葉物野菜の有機栽培に取り組んできたが、多様化するニーズ変化の多さに驚かされる。生産者としては多様化するニーズ変化に柔軟に対応する必要がある。たえず、新品種の開発や新しい栽培方法の工夫を続けなければならない。

④ 市場対応

有機栽培による食の安全・安心への配慮は当然であるが、消費者の健康志向等の変化により、国内産新鮮野菜の市場はますます拡大する可能性がある。当社の新品種の姫大根や黒大根のような生食用・サラダ用の新鮮野菜のニーズが増加する。

さらに、外食産業においても「新鮮野菜中心」の飲食店が増える可能性もあり、今後いかに製品に付加価値を付けて、広範な市場に対応するかが課題となる。

自ら「農家レストラン」を開設し、安全・安心・新鮮を売り物にした「新鮮野菜中心」食の提供を通して、地産地消や食育等の地域に貢献することも考えられる。

（布施光義）

4. セブンファーム富里

(1) 概要

セブンファームは、イトーヨーカドー（セブンアンドアイグループの中核企業）が中心となって千葉県富里市に設立した、農業生産法人である。昨近、大手企業が続々と農業分野に参入しているが、その先進事例として調査研究対象とした。以下にセブンファームの概略を示す。

セブンファーム富里

場所：千葉県富里市（JA富里市管内）

面積：4町歩（4ヘクタール）

生産：JA富里市組合員に農作業委託

用地：上記委託生産者の農地を借用

借地開始時期：2008年8月

セブンファームの設立目的は次の2点である。

①食品リサイクル法に対応して2012年までにリサイクル率を45%まで上げること

②企業の社会的責任*として、環境問題に取り組むこと

* Corporate Social Responsibility、以下CSR活動

①については平成19年の食品リサイクル法改正で、食品小売業の再生利用等実施率目標が45%に設定されたことに伴うものである。②については、企業の存在自体の意義を問われる厳しい経済環境のなか、社会に必要とされる企業として認知度を向上させるための取り組みであり、多くの企業が取り組みを強化している。

農業生産法人の設立に際しては、農地法に基づき生産者・農協・イトーヨーカドーの3者が出資し、下記のようなそれぞれのノウハウを活かし、情報共有し、協力していく体制としている。

生産者：生産情報、生産者情報、商品供給

農協：流通インフラ、堆肥の管理、生産者管理（事務）、営農指導、生産情報、JA生産者情報

イトーヨーカドー：販売状況・動向の情報、経営手法、販売計画、販売促進

なお、セブンファームの設立場所として千葉県富里市が選定されたのは、次のような理由からである。

- ・食品リサイクルに必要な堆肥化工場が近隣地域（千葉県八街市）にあった
- ・地元農協がリサイクルの取り組みに理解があった

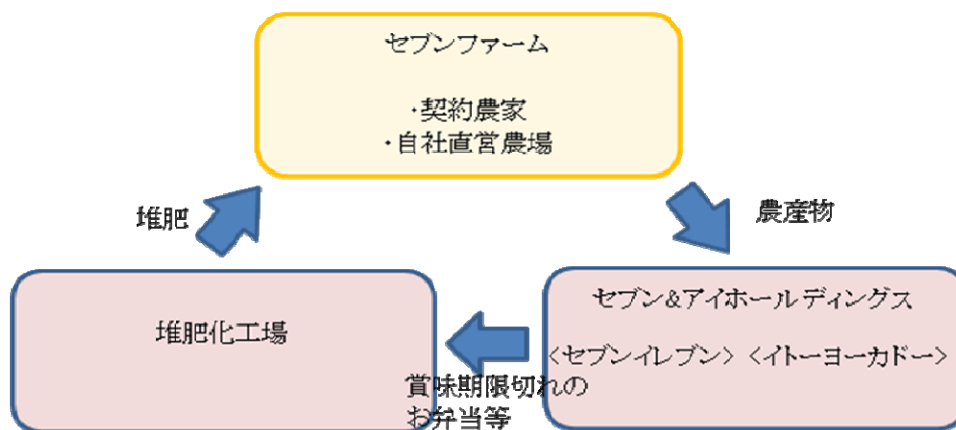
(2) 先進農業経営の実態

セブンファームは、前述の2つの目的「食品リサイクル法対応」「CSR活動として環境問題に取り組むこと」を掲げ、運営している。その目的の実現に向けた取り組みを次の2つの切り口から解説する。

- ① 循環型食品リサイクルシステムの構築
- ② その他CSR活動

① 循環型食品リサイクルシステムの構築

セブンアンドアイホールディングスがセブンファーム及び堆肥化向上と連携して、食品循環資源を再生利用できる仕組みを構築した。以下にその概要図を示す。



この仕組みでは、セブンイレブンから出される賞味期限切れのお弁当等を堆肥化工場に持ち込み、堆肥化してセブンファームで生産に利用している。そこで生産された農産物は、新鮮な地場野菜としてイトーヨーカドーの店頭で販売される。

加えてこの仕組みでは、最終消費者も店舗でのリサイクル協力等で循環のループに参加しているため、わかりやすい活動となっている。

従前も、多くの企業で食品残渣の堆肥化まで行っていた。この取り組みでは新たに、その堆肥を使って作った農産物を販売することで、リサイクルループの完結を実現した。

② その他CSR活動

1) 規格外品の出荷による食べ物の大切さの訴求

農産物の生産は天候等によって大きく左右されるが、流通段階で設けられている規格から大きく外れるものは、生産ロスとして廃棄されている。しかし、セブンファームでは、いわゆる規格外品もイトーヨーカドーの店頭で販売することで、天候等によって大きく左右される現場の実情を伝えている。POP等で安全性に問題のないことを丁寧に説明し、消費者に理解を求めている。その結果、生産段階でのロスの減少につながり、環境にやさしい農業と消費者の食育を同時に実践している。

2) 作業体験ツアーの開催による食育・環境問題教育へのとりくみ

セブンファームではイトーヨーカドーの利用者や地元の学生に対し、農作業見学や収穫体験のツアーを実施している。これは、農業の現場を知ってもらうだけでなく、環境やリサイクルの意識付けにもつながる活動である。実際の畑や野菜に触れることで、体感を伴う分かりやすい取り組みとして、効果的なCSR活動になっている。

3) 地元農家や農協を活用することによる地域雇用の創出

セブンファームで実際の生産を行っているのは、地元農家である。また営農指導や堆肥管理、物流インフラ等といった面で地元の農協が強力にバックアップしている。地元の資源をフル活用した運営が大企業のスムーズな農業進出に繋がっており、また地元の地域貢献にもつながっている。

4) メディア取材対応等の積極的なPR活動

各種メディアや我々のような調査団体などに対しても広く取材を受け、取り組みを積極的に公表している。また、店頭だけでなくホームページも活用し、広く情報発信を行っている。加えて、有名料理研究家をイメージキャラクターに据えるなど、PRの内容にも工夫を凝らしている。CSR活動としては、取り組みの内容だけではなく、このような積極的なPR活動が欠かせない。

(3) まとめ

① 企業のCSR目的としての農業

セブンファームはイトーヨーカドー（セブンアンドアイグループの中核企業）が中心となって設立したCSR目的の農業生産法人である。厳しい経済環境の中、企業が競争を勝ち抜いていくためには、本業とCSR活動を有機的に結び付け、地域社会の認知度・企業イメージの向上を図る必要がある。特に食品加工業や飲食業等食に関わる産業においては、CSR活動の媒体としての農業を採用したいという潜在ニーズは高い。農家の立場からみると、そこには大きなビジネスチャンスがある。

セブンファームはイトーヨーカドーのCSR活動の一環として、次のようなサービスを行っている。

- ・食品残渣をリサイクルした堆肥の使用による環境問題への取り組み
- ・規格外品の出荷による食べ物の大切さの訴求
- ・農作業体験ツアーの開催による食育・環境問題教育へのとりくみ
- ・地元農家や農協を活用することによる地域雇用の創出
- ・メディア取材対応等の積極的なPR活動

規模の大小はあるにせよ、これらは今後多くの企業で実施されるCSR活動となるだろう。本業との有機的な結びつきを意識しつつ、さらに多様な視点でCSR活動を企画・運営していくことが求められる時代になりつつある。

② 企業のCSRニーズに応えることによる農家のメリット

農家にとって、企業のCSRニーズに応えることにより享受できるメリットは大きい。具体的には、

- ・提携企業との安定取引が見込める（サービス提供に付随する契約料を含めて）
- ・提携企業のノウハウも活用した新サービス開発等の改善活動行える
- ・特定企業と密に連携することで生産・販売効率向上の可能性がある

などのメリットが考えられる。単独で生産効率向上や新品種開発を行っていくよりも、今後はCSR活動等を入口とした他業種との連携を強化して、他農家との差別化を図っていくことが必要とされる。その為にも、企業のCSRニーズに応えていくことが第一歩である。

③ CSRニーズを的確に捉えるための課題

農家が企業のCSRニーズを的確にとらえるためには幾つかの課題がある。大きな課題とその対応策を整理する。

1) 組織化の課題

農家と食品加工業・飲食業が原材料の農産物を介して連携する場合には少なからず、一定の供給量が要求される。多くの農家の場合、単独ではその取引量を賄うことができず、いくつかの農家と共同で組織をつくり安定的に原材料を供給していく必要がある。セブンファームでは、地元農協や協力農家と連携して安定供給の仕組みを確立した。しかしながら、多くのケースで、このような組織化がスムーズに行えない場面が想定されるのである。CSRニーズを的確に捉えることが最重要であるため、取引量に拘らず、適正な規模で提携を開始することが必要がある。

2) 採算性の課題

CSR活動の費用対効果をどのように評価するかは難しい。セブンファームのような大きな企業が母体となっているケースでは、完全なリサイクル循環システムを構築して、精度の高い環境対応を謳うことは可能である。しかしながら、資金力や人材資源に乏しい多くの中小企業や農業生産法人の場合には、一足飛びに同様の完全なリサイクル循環システムを作ってしまうのはリスクが高い。完全なリサイクル循環システムでなくても、部分的な環境対応を謳うなどして、採算性を多少なりとも意識しながら徐々に仕組みを構築していくようなアプローチが妥当である。

3) 提携企業とのマッチングの課題

農家の立場から見ると、提携企業としてどの企業と組むかは非常に重要な問題である。提携企業の企業理念との整合性、生産物をどの程度連携するかどうか、消費者・一般顧客に対してのPRの仕方、契約内容など、提携契約まで持ち込むためには多くの摺り合わせが必要である。一般の農家と企業との2社のみではスムーズな提携に至らない可能性がある。また本来は、複数企業との提携先候補企業との相性を客観的に見て、第3者の立場から提携をコーディネートしていくことが望ましい。企業側、農家側双方にとってWin-Winの関係となるべきであるから。今後、多くの企業が農業分野を媒体にしたCSR活動を採用していく。それらの活動に関与・精通し、企業や農家の要望に柔軟に応えられるコンサルタントを活用していくことが実現の近道である。

(桜井雅幸)

5. さんぶ野菜ネットワーク ～農事組合法人の事例～

(1) 概要

平成21年6月、早くから有機農業へ取り組み、その活動が全国的にも高い評価を受けている「さんぶ野菜ネットワーク」について、先進的な農事組合法人の事例として経営実態を視察調査した。

同組合の所在地である千葉県山武市は、北総台地の真ん中に位置し古くから人参、スイカ、さといも、落花生などの作付が行われ優れた輪作体系が取られてきた優良な産地であり、さらに首都圏という大消費地を控えるという立地的には大変恵まれた地域である。また、日本の有機農業界をリードする産地としても大きな注目を浴びている。

① 「さんぶ野菜ネットワーク」の概要

1) 基本理念

同法人は、設立にあたって以下の5項目を理念として掲げている。

1. 土壌消毒剤・除草剤は使用しない。
2. 化学肥料を使わず、堆肥・緑肥作物による土作りを重視する。
3. 特定の品目に偏らない作付けをし、輪作体系を重視する。
4. 取り組む耕地を明確に特定し、登録する。
5. 「いのち」に直結した食べ物を供給することを意識し、消費者と顔の見える関係作りを目指す。

以上、5つの基本合意事項を元に野菜の生産活動を行う。

2) 法人概要

- ・名称 さんぶ野菜ネットワーク
- ・所在地 千葉県山武市埴谷1740
- ・設立 平成17年2月8日
- ・出資金 900万円
- ・組合員 45名
- ・年間販売額 5億7千万円（平成19年実績）
- ・取引先 40社
- ・主な取引先 大地を守る会、生活クラブ生協、ワタミ、地元スーパー など
- ・主な品目 人参、大根、レタス類、さといも、落花生、小松菜、ほうれん草、水



菜、トマト類、ピーマン類、生椎茸

<http://www.sanbu-net.com/index.html>

出典：山武市有機農業推進協議会HP

② 設立までの経緯

同組合が所在する千葉県山武地域は、北総台地の真ん中に位置し、古くから輪作体系が取られている優良な野菜の産地であった。しかし、昭和50年に人参の指定産地になったことから人参の規模拡大と連作が主流となった。

その結果、昭和60年頃から病気が目立つようになり土壌消毒剤を使用しても効き目がなく連作障害に陥るようになってきた。また、土壌消毒剤など農薬漬けで健康を害する生産者も現れてきた。そのような状況の中で生産者たちから「原点に立ち返って、土作りと輪作を見直す」という意見が起り、昭和63年に同組合の前身である「J A山武郡市睦岡支所園芸部有機部会」が発足した。

同有機部会において「化学肥料は使用しない」「緑肥による土作り」「年5品目以上の栽培」「消費者との関係強化」など5つの方針を掲げ、安全な農産物への取り組みを強化したことで、山武農業は力を取り戻した。この5つの方針は、後に設立する農事組合法人の理念につながっていく。

有機部会の活動も、その後「高齢化による後継者や遊休農地の問題」「所得向上対策の必要性」「販売方法の多様化」など新たな課題が発生し、農協での販売業務委託にも限界を感じたこともあり、平成17年に農事組合法人「さんぶ野菜ネットワーク」を設立した。その先進的な活動は、有機部会発足から法人設立後も市場で高い評価を受けており、農水省からも数々の表彰を受けている。

なお、農業生産法人でなく農事組合法人として設立しているが、農業生産法人では農地は共有資産となり、また利益分配が難しいなど課題が多いためである。同組合は、家族経営を基本とする個人事業主（農家）の組合であり、農地は個人財産である。

(沿革)

昭和63年12月	J A山武郡市 有機部会 発足 部会員29名、登録圃場4.5ha
平成 6年	日本農業賞優秀賞受賞
平成 9年	第3回環境保全型農業推進コンクール 農林水産大臣賞 受賞 部会員52名、登録圃場72ha
平成12年	J A S 認証を含む第三者認証取得 部会員50名、登録圃場88ha（J A S 有機圃場12ha、特別栽培圃場76ha）
平成15年	有機圃場23haに拡大
平成17年	農事組合法人さんぶ野菜ネットワーク 設立 組会員45名、登録圃場100ha（J A S 有機圃場30ha、特別栽培圃場70ha）
平成20年3月	第13回環境保全型農業推進コンクール（有機農業分野）農林水産大臣賞 受賞
同 4月	農水省地域有機農業推進事業に採択される 山武市有機農業推進協議会設立
平成21年3月	組会員48名、登録圃場80ha（J A S 有機圃場38ha、特別栽培圃場42ha）

(2) 先進農業の経営実態 ～先進農業経営への取り組み～

同組合は、早くから有機農業に取り組み、有機農産物の安定生産、販路の拡大を通じて経営の安定化を図ってきた。

当然、販路確保以外にも安全安心な食べ物の供給のための有機農業技術の向上をはじめ、消費者との交流、規格外品を利用した商品開発、トレーサビリティへの対応など先進的な取り組みを積極的に実施している。

① 有機農業等への取り組み

同組合は、「施肥・肥培管理」「緑肥作物の作付、輪作体系の重視」「土壌診断実施」「物理的防除の利用」「土壌消毒剤・除草剤の不使用」といった先進的な農業技術に取り組み実績を上げてきている。

1) 施肥・肥培管理

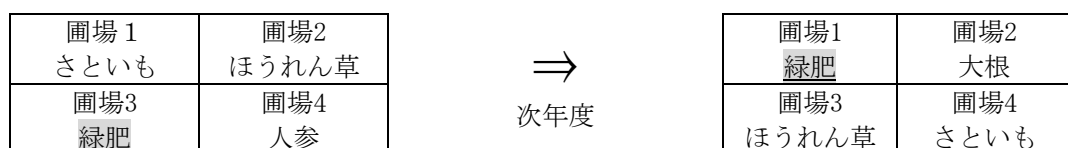
畑に投入する資材は、JAS有機基準に準拠することを原則とし、現在組合員の使用する肥料は40銘柄を超えている。毎年、JAS法による検査があり、違反は刑事事件となる。具体的には、100%有機配合のオーダーメイド肥料（地元の肥料会社に委託して製造開発）を使用し、全面全層施肥のほかベッド施肥を併用している。また、植物主体の堆肥を使用、米糠・落花生殻などを添加している。さらに近隣の畜産農家2軒（豚・牛）と提携し、地域循環型農業を目指している。

2) 緑肥作物の作付、輪作体系の重視

緑肥作物の栽培を輪作体系に取り込み連作障害を回避している。緑肥作物は、土壌への有機質添加と土壌中のセンチュウや土壌病原菌の密度を低下させるために栽培を行っている。緑肥栽培を行うことによって、土壌消毒を使用しなくても土壌性病害やセンチュウによるコブや食害を回避することが出来る。

また、特定品目（単一）に偏った栽培は、病気や害虫の発生を誘発する。そこで、一つの畑に同じ品目を連続して栽培するのではなく、複数の畑に複数の品目を栽培する方法で行っている。下図は輪作を図式したものでこのように他品目栽培し、さらに緑肥作物を栽培することで連作障害を回避している。

同組合では、年間5品目以上の作付を義務付けている。



有機部会設立以前は、慣行栽培（農薬・化学肥料使用）による換金作物（単価の高い品目）が主体であったが、土作り優先の輪作体系へ転換した後は、輪作体系を整えるために品目数と耕地面積が増加している。

現在では、年間作付品目数が108品目まで拡大している。品目数の拡大は、販路開拓における取引先のニーズに幅広く応えることにもつながっている。

3) 土壌診断の実施

適正な施肥を行うために、同組合内に環境・認証委員会を設置し、作物を作る前に土壌診断を行うなど施肥管理を徹底している。土壌成分計測器を使って畑に残っている養分量を測定し、各生産者の圃場が適正な施肥となっているか、有益な微生物が住みやすい環境となっているか、などをチェックしている。

4) 物理的防除の利用

過剰な農薬散布を行わないように物理的防除を基本とし、粘着テープやフェロモントラップ等を利用し物理的に害虫の侵入（食害）を抑制している。虫害の抑制として被覆資材は欠かせない資材であり、葉物や葉茎菜類はもちろん大根など根菜類の栽培にも必要不可欠となっている。

ただし、被覆資材は、梅雨や秋雨など湿気の多いときには風通しが悪く腐敗病や軟腐病などの病害を発生させる原因となるので、管理には十分な注意が必要である。

5) 土壌消毒・除草剤の不使用

有機農業を行ううえで、もっとも大変な作業は除草作業となってくる。除草を行わないと作物が雑草に負けてしまうためである。雑草が小さいうちに農具や除草機で除草を行うと同時に、同組合では、土壌消毒・除草剤の代替技術としてビニールマルチを利用した太陽熱消毒を行っている。太陽熱消毒は、気温（地温）が高くなる夏場しか出来ない方法だが、これに取り組んだ畑と取り組まない畑では大きな差が出ている。太陽熱消毒では、地表から約15cm程度の層では温度は60℃にまで上昇し草の種やネキリムシなどの害虫も死滅する。

② 販路の確保 ～多元チャンネル販売～

農業経営の確立に不可欠な販路の確保に成果を出しているのが、同組合の強みでもある。特に有機農業においては手間暇がかかるだけに、その労働に見合うだけの販売価格と市場出荷など従来の流通手段に依存しない新たな流通手段が必要となるが、同組合の前身であるJA有機部会時代にいち早くJAS有機認証を取得するなど差別化を図りながら販路確保に取り組んできている。同組合においては、販路は十分にあり生産が追いつかない状況である。また、農協を通さない流通ルート（直接取引）を持っており、農協を通じたルートよりはコストは低く抑えられている。同ルートについては、JA有機部会当時から開拓してきた経緯もある。

業種別出荷比率

取引先	割合
宅配業者(大地を守る会)	44.0%
生協(東都、生活クラブ等)	25.4%
仲卸(店舗関連卸)	13.0%
外食(ワタミ、モス等)	7.0%
業務加工(ジュース用等)	2.9%
店舗(紀伊国屋等)	6.3%
学校給食(山武市)	0.1%
その他	0.6%

生産販売計画対比表

区分	割合	備考
契約出荷	85%	生協、外食、仲卸等を含めての契約
非契約出荷	15%	作柄に応じて自由な出荷対応をする

③ 有機農産物の安定生産

有機農産物の安定的な供給のため、作付計画を集約し、生産・販売計画を策定し、取引先へ提案、協議し、最終的に同組合内の生産調整会議にて生産量、出荷時期を調整している。また、取引先別の出荷規格の確認会も行っている。

- 1) 作付計画の集約 春夏、秋冬の年2回、組合員から作付希望を集約する
- 2) 生産計画の作成 週別の出荷数量の集約
- 3) 生産計画と販売計画の対比 生産者希望を元に取引先への提案
- 4) 生産者会議開催(生産調整会議) 生産量、出荷時期の調整

なお、取引先別の規格確認会では、重量の下限・城元・害虫の度合い等について現品を使いながら行っている。

規格確認会は、品目別に行うが、生産者は全員参加が基本となっている。

④ トレーサビリティへの対応

消費者の食の安全への関心が高まりから、取引先も生産者に対して生産履歴(トレーサビリティ)を求める動きが強まっている。どこの圃場で、いつ種まきをし、いつ堆肥を行い、いつ収穫し、いつ出荷し、どういう流通経路をたどったのか、などの記録は生産者にとっては大変な作業であるが、きちんとやっている自分自身を守るための証明でもある。同組合では、組合員から栽培計画を提出させ、組合が計画承認してから栽培が開始、その後栽培実績を提出させ組合が内容を確認するなど、出荷終了まで組合できめ細かくチェックする体制としている。

⑤ 消費者との関係づくり

「いのち」に直結した食べ物を供給することを常に意識し、農業体験ツアーを企画するなど消費者と生産者の顔が見える関係づくりに取り組んでいる。平成19年度には180家族が農業

体験ツアーに参加した。また、生協の店舗（グリーンハウス）などで対面販売を実施するなど、消費者の声（意見など）を直接聞く機会を設けている。

こうした取り組みは、生産者と消費者との交流の場がそれほど多くはないので、生産者にとっては消費者の意見を取り入れる場でもあり、また産地アピールの絶好の場ともなっている。

⑥ 規格外品を利用した商品開発

産直で出荷した正品の残り（規格外品）等を利用して、ニンジンジュースの開発を行っている。産地の特色を活かしたこだわりのニンジンジュースとして年間10万本を製造予定としている。

※産地の特色とは 「人参の品種を特定する。」「化学肥料・農薬を使用しない。」「地場にある食材の活用。」「食品添加物を使用しない。」

なお、規格外品は、居酒屋チェーン（加工するので品質さえ良ければ形がきれいである必要ない）等に卸すこともある。

⑦ 新規就農支援

今後の日本の有機農業の発展を考えた場合、有機農業を行う若い人材が必要となってくることから、山武市有機農業推進協議会を立ち上げ、就農希望者に対する育成支援を行っている。野菜栽培技術の習得には3年以上かかるので、自己資金の準備は必須条件となる。（詳しくは7節）

⑧ 農事組合法人の運営

同組合は、ミニ農協といった位置付であり、組合員は50a以上の農家で構成されている。議決権は平等で、理事は初年度12名で現在は6名に減少している。常任理事は月曜日から金曜日まで勤務。

年商5億円強、農協の出荷所を利用している。現在、80ha程度だがそのうち有機は半分くらい、農家1軒当たりだと2ha足らずである。

(3) まとめ ～今後の課題～

同組合については、いち早く有機農業に取り組み、有機農産物の安定生産、販路の拡大を通じて経営の安定化を図ってきた。販路開拓においては、取引先の要望に応じるため幅広い農産物を栽培する必要性があったことも、同組合が取り組んできた輪作体系への転換、有機農業への取り組みを後押しした面もある。

また、首都圏という大消費地を控え市場に恵まれているとはいえ、J Aにて有機部会を設立し他に先がけてJ A S有機認証を取得し、農事組合法人を設立するなど、常に現状の課題に真正面から取り組み不断の努力を積み重ねてきたことが大きな成功の要因であると考えられる。

しかし、農業を取り巻く環境は、農業の担い手である従事者の高齢化・減少、食に安全を求める消費者ニーズの高度化など、年々大きく変化してきている。同組合においても、今後、さらに発展していくためには、いくつかの取り組むべき課題がある。

大きな問題は、組合員の高齢化である。後5～6年もすると60歳を超える組合員が増えてくる。元気であればよいが、当然、生産力は落ちてくることが予想される。また、同組合は、農業生産法人とは異なり、農地は個人所有で家族経営を主体としていることから、将来的に働けなくなったとき、その農地をどうするのか、どうなるのか、といった問題も出てくる。現在の形態のままでよいのか、新しい組織体制（法人化）を検討する必要があるのではないかと、今後、課題となっている。いつまでも元気な高齢者に頼っているわけにはいかないのである。

また、同組合を取り巻く環境の厳しさが増している。現在、大手スーパーの価格支配力は大きく、場合によっては1カ月後の価格まで提示される。加えて資材等価格が高騰しておりコスト面での影響が大きくなっている。

さらに消費者が食の安心、安全に強い関心を持つようになってきており、今後、それら高品質に加えて低価格も求めるようになってくることが予想される。

道の駅や直売所、インターネットなど新しいインフラの活用を検討するなど、自らのマーケティング力を高める工夫も求められてくる。農協、経済連を通じた販売では中間マージンがかかりコストが高くなる。新たな販売先をどう確保するのか、消費者とどう向き合っていくのか、どのような付加価値をつけていくのか、どうすれば生産性が上がるか、どうやって収益性を上げていくのか、など今後の課題となっている。

これら課題に対しては、同組合は十分に認識しており、現在、新規就農支援など新しい農業担い手を確保しながら、山武地域における有機農業を守っていこうとしているが、個人、小規模、家族経営を基本としているだけでは限界が出てくる可能性もある。今後、継続、発展していくためには、今以上の経営基本、生産管理、コスト管理、マーケティング、労務管理まで一

貫したマネジメントが求められており、新たな企業的な発想によるビジネスモデルを構築していく必要がある。

なお、行政やＪＡは、過去、農業の安定に寄与してきたが、生産性の向上に主眼が置かれ収益性を上げるなど総合的な施策や指導が必ずしも十分であったとは言いきれない面がある。その結果、農業従事者、農家、農地が減少しており、現在、農業が魅力的な儲かる産業とはなっていない。今後、行政、ＪＡのあり方も問われてくると思われる。

(福永健二)

6. (有)北総ベジタブル

(1) 概要

会社組織で農業を営み、かつ有機栽培を行っている事例を調査するため山武郡芝山町にある「(有)北総ベジタブル」を訪問した。

若い人が興味を持つように、7年前に法人化した。なお、有限会社にしたのは農業法人だと5名必要で、後でトラブルの原因にならないようにするためである。

農薬の少量化には15年ほど前から取組みを始めた。生協との付き合いから、安全・安心を心掛け現在に至っている。

① 産地の特徴

成田空港の東側約3kmに位置し、古くから農業が営まれていた。気候・風土ともに良好で特に野菜生産に向いている。土質も関東ローム層に属し、肥沃である。

また、野菜生産組合全国一を誇る丸朝園芸農協が同じ町内であり、農家自体の技術も高く、品質等も各分野から高く評価されている。

② 主な作物

ほうれん草・小松菜・みず菜・ルッコラ・レタスなどの葉物野菜。

なお、15年ほど前まではメロン・トマト・大根などを栽培していた。

③ 労働者数

従業員:8名、パート:15,6名、中国人研修生:12名

④ JAS有機認定内容

認定機関名 JONA

認定番号 JS000828FA-51

認定日 2006年12月22日

認定圃場面積 245.13アール

⑤ 規模

売上高:2億円/年

露地:5ヘクタール

施設栽培:県内2位

施設中面積:5ヘクタール

ハウス数:約70棟

⑥ 取引先

大手スーパー、百貨店、生協などが主要取引先。

大手スーパー・百貨店への販売には、仲介業者を入れている。

なお、農協は販路を持たないため利用していない。また、インターネット販売も行っていない。

(2) 先進農業経営の実態

① 土づくりへのこだわり

「農の基本は土づくり」をモットーに、特に堆肥についてはこだわりが深く、おがくずを中心に落花生、落葉等を集め、牛糞・鶏糞などを混ぜ合わせ、2年間かけて完熟堆肥としてつくり上げている。

＜土づくりのための資材＞

資材名	原材料
堆肥	牛ふん、鶏ふん、木粕、たまごの殻
セルカ	瀬戸内海で養殖されるカキ殻を100%原料に使用した商品 (製造元 ト部産業㈱)
発酵鶏糞	鶏糞
味よし特号	蒸製骨粉(豚)、蒸製毛粉(鶏)、植物油粕、魚介類
ニーム核粕	ニームの樹液の搾りかす
アーゼロン有機	鶏糞と発酵菌(アーゼロン)
菜種油粕	菜種油の搾り粕
米糠	
土壌っ子	魚粉、米糠、油粕、大豆粕
フィッシュクイーン	フィッシュソリブル副産複合肥料
貝殻粉末	貝殻

② 有機農業への取り組み

平成元年頃より従来の栽培に対し、疑問を感じていた。特に農薬に対する安全性については使用基準を含め、考えさせられることが多くなってきた。そのような中、近くで有機農産物を取り扱っている生産グループを知り、さっそく組合員として活動を始めた。また、減農薬の千葉エコ(*1)と差別化をするため、無農薬のJAS有機認定(*2)を取得した。

年間を通じて害虫の被害には苦労させられている。防虫ネット等を使用して防いでいるが、時として大発生してしまうことがある。しかし、作業する人にも安全であり、お客さまに安心して食べていただけるよう有機農業に取り組んでいる。

*1 千葉エコについて

農業の自然環境に与える負荷を軽減し、持続的な農業の推進を図るとともに、生産者と消費者のお互いの顔が見える農業を実現し、消費者の求める安全・安心な農産物の供給体制を作るために、

- ①通常と比べて農薬や化学肥料をできるだけ減らした栽培を行う産地の指定や、
- ②これらの産地などで栽培された農産物について県独自の認証を行うものである。

*2 J A S有機認定について

有機JASマークは、太陽と雲と植物をイメージしたマークである。農薬や化学肥料などの化学物質に頼らないで、自然界の力で生産された食品を表しており、農産物、加工食品、飼料及び畜産物に付けられている。

有機食品のJAS規格に適合した生産が行われていることを登録認定機関が検査し、その結果、認定された事業者のみが有機JASマークを貼ることができる。

この「有機JASマーク」がない農産物と農産物加工食品に、「有機」、「オーガニック」などの名称の表示や、これと紛らわしい表示を付すことは法律で禁止されている。

③ 病害虫対策

病気に強い品種を選ぶことが前提で、あとは虫が嫌うという「ニーム」という木のカスを粉末にしたものを撒く、補虫機を使用する、乾燥に気を配る、まめに手入れをするなどの工夫をしている。

パイプハウスを使用しているので周りにネットを張り、害虫の侵入を防いでいる。ネットの網の目は0.6mmのものでは蒸れるので、0.7mmのものを使用している。今後はハウス周辺に防虫資材等を設置しようと考えている。

また、熱水土壤消毒装置を使用して、熱湯で病原菌を死滅させ、収量を回復させている。土壌を再生させ、連作障害から起こる諸土壤病害を防止することができる。

なお、1棟のハウスでは、種蒔きから収穫までを年間7回繰り返す。

④ 労働者の高いモチベーション

農業に興味のない者は雇用しないという経営者の信念のもと、前職が運送会社や自動車メーカー勤務の者・コックなど、多彩な人材が働いている。非農家出身であるが独立を目指している者が多く、3年間の研修を経て独立した者も3名いる。

農業はやる気とセンスが必要であると考えているが、失敗しても良いから責任を持たせることでいくらかでも育つ。約70棟のハウスを一人の者に管理をまかせている。また、ハウスは手抜きをしないで自分たちで建てている。1棟を建てるのにだいたい2日で完成できる。他の農家に頼まれてハウスを建てることもある。

外国人研修生の受け入れを継続的に行っているが、昔の農家にいた子供のような純朴でまじめな印象である。19歳から27歳が来ており、人生のいい時期に来ているから、ひどい目にあったと思うと一生記憶に残るから大切にしている。以前来ていた研修生の妹が現在ここで働いている

が、良いイメージを持っていてくれたからだと考えられる。

農機具の使用による怪我が多いため、農機具の工夫や口うるさくどこくらいに指導をしている。マンネリや慣れから起こるものであり、口で注意を促している。

(3) まとめ

(有) 北総ベジタブルでは中国人研修生の受け入れを通じて、自社が保有する質の高い農業技術を伝承することで国際貢献に寄与している。外国人研修生の受け入れは、現在行っていない他の農家においても検討すべき課題の一つになるものと思われる。

そこで、農業白書（平成19年度）から、農業における外国人研修生・技能実習生の動向について以下で紹介する。

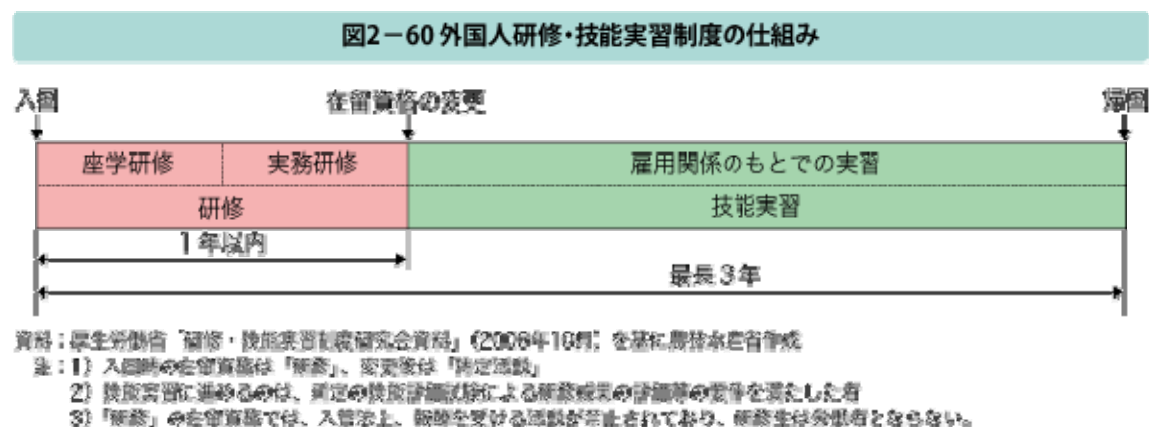
① 研修・技能実習制度は最長3年の研修・技能実習が可能

我が国では、開発途上国の「人づくり」に一層協力するため、外国人研修・技能実習制度（＊1）を創設し、毎年多くの研修生・技能実習生が母国で役立つ技術を学んでいる。この制度に基づき来日した研修生は、企業や農協等の団体が受け入れ、最長で1年間の研修を受ける（図2－60）。所定の技能評価試験による研修成果の評価をはじめとする要件を満たした者は、技能実習生として研修期間と合わせ最長3年間在留することができる。技能実習の対象は62職種114作業に上っており、農業関係では耕種農業と畜産農業の2職種5業種（＊2）が対象となっている。

＊1 1989年に在留資格「研修」が設けられた後、1993年に技能実習制度が創設され、1997年にはその滞在期間が延長されて、現行の研修・技能実習制度となった。

＊2 耕種農業には、施設園芸と畑作・野菜の2作業が、畜産農業には、養豚、養鶏、酪農の3作業がある。

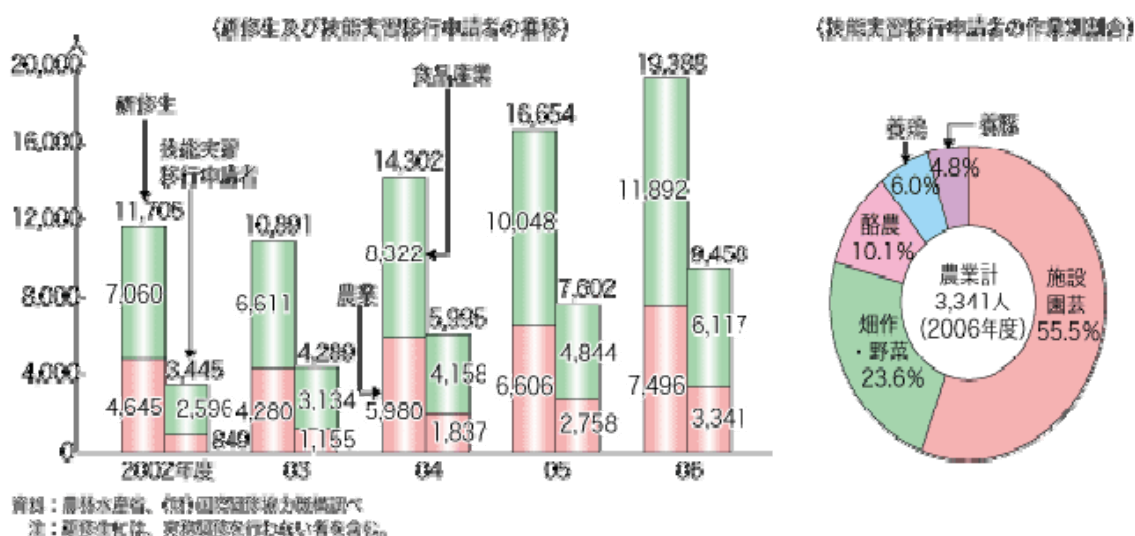
このほかに食品製造業では、缶詰巻締等11作業が対象となっている。



② 農業・食品分野の研修生は約2万人と増加傾向

研修を目的とした新規入国者や技能実習への移行者は、年々増加しており、2006年の入国者は約9万3千人、技能実習移行者は4万1千人となっている。農業・食品産業分野の研修生数も増加傾向にあり、2006年度では約2万人（約1万2千人が食品産業、約7,500人が農業分野）と全職種の2割を超えている。また、技能実習移行申請者は約1万人（2006年度）で、農業分野では施設園芸が過半を占めている（図2-61）。

図2-61 農業・食品産業分野における研修生の推移等

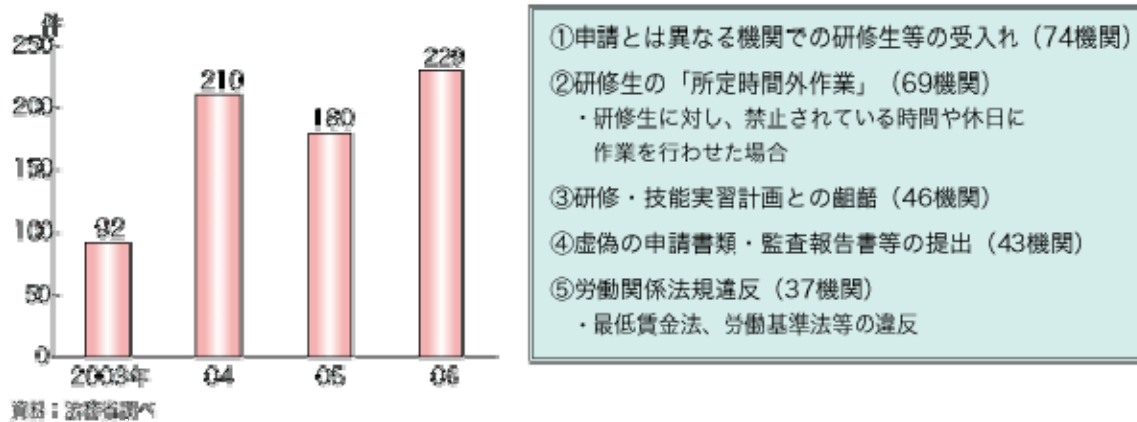


③ 受入機関による適切な運営が必要

外国人研修・技能実習制度は、制度創設後14年が経過し、研修生・技能実習生の受入人数は増加する一方、法務省による受入機関の不正行為認定件数も増加しており、制度運営の適正化が求められている（図2-62）。

農業分野において、今後も研修生・技能実習生の増加が見込まれるなか、研修生の所定時間外作業や技能実習生に対する労働関係法規違反等の不適正事例も散見されている。こうした事例のなかには、制度の不十分な理解によるものも多く、受入機関における制度の正しい理解と適切な運用が求められている。

図2-62 不正行為認定機関数の推移と類型別不正行為認定機関数(2006年)



④ 農業の実態に合った研修等を求める声

農業分野には、農繁期や農閑期の存在といった農業特有の特性があることから、例えば、年間を通じた継続的な研修の実施や通常の作業時間帯に合わせた研修期間の設定が困難な場合があるなど、農業の実態に合った研修等の実施を求める声がある。

このため、研修生に対する処遇上の観点にも十分に配慮したうえで、こうした農業の特性を踏まえつつ、効果的な技能修得がなされるよう、的確な運営を図っていく必要がある。

⑤ 制度の改善・充実にに向けた取組の必要性

農業分野では、研修・技能実習を通じて我が国農業技術が高いレベルで技能移転されるなど、研修生や技能実習生の母国から高く評価されている。しかしながら、安定した雇用労働力の確保が課題となっている地域や経営体では、研修・技能実習制度の目的に反し、研修生等が労働力として期待されている面もあり、前述のような不適正な行為が見受けられる。

このため、農業分野への受入れに当たっての仕組みづくりや、受入農家・関係団体の意識の醸成を通じ、我が国の行う重要な国際貢献として制度運営の適正化・充実に図ることにより、研修生・技能実習生が我が国で修得した農業技術を母国で活用できるようにすることが必要である。

このように、農業分野の研修・技能実習制度の適正化に向けて、管理体制の充実や、運用の改善、制度の見直し等について、関係団体や関係府省と十分に連携して取り組むことが重要となっている。

(實川裕基)

7. 新規就農支援の事例（さんぶ野菜ネットワーク会員）

（１）概要

先進的な農事組合法人の事例として平成２１年５月に経営実態を視察調査した「さんぶ野菜ネットワーク」について平成２１年７月に再度来訪して、新規就農支援事業に関する実態調査を行った。新規就農について参考となる支援内容を把握して今後の就農支援に関する問題点や課題などの検討をおこなった

実態調査は、まず同組合の事務局長兼常勤理事のＳＨ氏に同事務所において新規就農支援の事例のヒアリングを行った。同時に、同ＳＨ氏の紹介によってこの山武、富里地域で新規農業経営を開始した元ＩＴベンチャー企業の社長のＳＮ氏に就農実体験のヒアリングをした。ヒアリングはＳＮ氏が実際に農作業を行っている現地を訪問して行った。

以下は、この両者のヒアリングの内容にもとづいて離職就農者と新規参入者などの新規就農に対する支援についてのヒントやの現状の問題点、今後の課題などの検討を行ったものをまとめたものである。

① 新規就農支援の概要

１）新規就農者の現状

図表 新規就農者の動向 （使用した統計の関係で上記の説明の数字と異なる個所がある）

（単位：千人）

区 分	平成 2 年	7	12	14	16	17	18	19
新規就農青年〔39歳以下〕	4.3	7.6	11.6	11.9	11.8	11.7	11.0	10.2
中高年〔40歳以上の離職就農者〕内、(60歳以上)	11.4 (4.8)	40.4 (24.6)	65.9 (44.8)	68.0 (42.5)	69.2 (42.2)	67.2 (40.3)	63.5 (38.1)	56.0 (35.2)
小 計	15.7	48.0	77.1	79.8	81.1	78.9	74.5	66.2
内、(新規学卒就農者)	(1.8)	(1.8)	(2.1)	(2.2)	(2.6)	(2.5)	(2.5)	(2.3)
(新規参入者)	・・・	・・・	・・・	・・・	・・・	・・・	(2.2)	(1.8)
雇用就農者	・・・	・・・	・・・	・・・	・・・	・・・	6.5	7.3
合 計	15.7	48.0	77.1	79.8	81.1	78.9	81.0	75.3

資料：農林水産省「農家就業動向調査」（H2）、「農業構造動態調査」（H7～17）、「農林業センサス」（16, 17）、「新規就農者調査」（18, 19）

農業労働力の現状 は、大略次の通りとなっている（平成18、19年の数字）。

- ・ 基幹的農業従事者（農業従事者のうち自営農業に従事した日数が150日以上の方）の6割が65歳以上。
- ・ 女性農業者が、農業就業人口、基幹的農業従業者の半数。
- ・ 農業分野の外国人研修生は7,500人。
- ・ 農村女性起業家が注目されている。
- ・ 新規就農者（自営農業就農者。新規参入者含む）75,000人で、内、60歳以上が半数。39歳以下の新規就農青年が11,000人、新規学卒就農者が2,480人。
- ・ 農業雇用者 法人経営56,000人、家族経営61,000人（いずれも10年前より5割増）、新規雇用6,510人

39歳以下が6割。

さらに、【新規就農者に関する調査結果の概要】は、新規就農者数は8万1,030人となっている（平成18年）。

これを〔年齢別〕にみると、39歳以下の新規就農者は1万4,740人（18.2%）、40～59歳は2万7,490人（33.9%）、60歳以上は3万8,800人（47.9%）となっている。

また、〔就農形態別〕にみると、自営農業への就農者（自営農業就農者）は7万2,350人（89.3%）、法人等に雇用された就農者（雇用就農者）は6,510人（8.0%）、土地や資金を独自に調達し、新たに農業経営を開始した新規参入者は2,180人（2.7%）となっている。

60歳以上の新規農業就農者が多く、ほぼ半数を占めているが、逆に39歳以下の若い就農者数が少ない。

自営農業就農者：自営農業への就農者の内訳をみると、新規学卒就農者は2,480人（3.4%）、離職就農者は6万9,870人（96.6%）となっている。

また、新規学卒就農者と39歳以下の離職就農者を合わせると1万340人（14.3%）となっている。

さらに、定年退職等を期に就農したとみられる60歳以上の者は3万7,560人（51.9%）となっている。

雇用就農者：法人等に雇用された就農者の年齢別内訳をみると、39歳以下は3,730人（57.3%）、60歳以上は680人（10.4%）となっている。

新規参入者：土地や資金を独自に調達し、新たに農業経営を開始した新規参入者の年齢別内訳をみると、39歳以下は700人（32.1%）、60歳以上は560人（25.7%）となっている。

後継者不足が叫ばれる中、自営農業への就農者数は、今後も減少していくように思われる。その意味でも、〔雇用就農者＋新規参入〕、つまり自営農業以外の就農者に注目していくべきである。

年齢別に見ても、39歳以下の若い層が半数以上を占めていることが判かる（8690人中4430人）。

今のところ、まだ全体の1割程度だが、〔雇用就農者＋新規参入〕をいかに伸ばしていくかという

ことが、そのまま担い手不足や活性化の突破口になっていくのではないだろうか。

とくに、この区分に属する就農者の新規就農に対する支援や、法人化を推進する政策、またそれらに関連する様々な活動に、今後も注目することが必要である。

2) 新規就農時の問題 について

- ・ 新規就農時の年齢の問題 若年の新規就農者には厚遇された施策も中高年には厳しい条件がつく。また、中高年では扶養家族も増えるなど必要な生活費も多くなり現実的には相当の自己資金が必要である。
- ・ 就農してすぐに収入が得られないので当座の生活資金が必要である。
- ・ 技術習得期間の生活支援のための研修費用の補助等の制度が市町村により異なる。
- ・ 住宅の確保の問題 また、将来的に住宅を建設するときの資金の確保
- ・ 見知らぬ土地での制度資金など資金を借りるときの保証人が確保しにくい。
- ・ 制度として農業技術の研修はできるが、就農後に農村で暮らす術が習得しにくい（農村の風習等）。
- ・ 新規就農者には小農具など消耗品の在庫管理がわからない(全部そろえると大変な資金が必要。一方、ピン1本欠けても大型機械が動かなくなる。何がどの程度、必要かが不明、これには修理技術と在庫管理の経験が必要)。
- ・ 農業生産技術が不足（農業には幅広い知識・技術が必要）。

② 新規就農支援制度について

新規就農への支援については各地方公共団体ごとに色々工夫がこらされており（市町村ごとに異なっている）、就農を希望するその地域の支援制度を確認する必要がある。以下の1)、2)、3)は就農の各ステージごとの支援制度の概要（代表的な例）である。

1) 「農業」を自分の仕事にしたい！技術研修、実践研修で農業を体験し、必要な知識・技術の基礎を身につける段階（就農の準備のステージ）を対象として支援。

「農業」を職業として選択し、就農の準備をする期間としている。主に、就農するために必要な技術・知識を身につけるための研修にかかる費用など、新規就農者の育成支援をする。

事業対象者： 新規就農者・新規就農志向者・実践研修生受入経営体（県登録）

新規就農者等技術研修事業： 農業大学校での研修受講費を助成する。

農業実践研修生受入経営体等支援事業： 就農希望者の実践研修を受け入れる農業経営体に対して、研修生の指導にかかる経費を助成する。また、研修生本人に対しては、研修期間中の家賃を助成する。

2) 就農支援資金制度

青年農業者等の確保するため、認定就農者に対して資金を貸し付ける。

資金の趣旨：

- ・ 農業技術または経営方法を習得するための研修に必要な資金（就農研修資金）
- ・ 就農予定地についての事前調査、移転等就農の準備に必要な資金（就農準備資金）
- ・ 農業経営を開始する際の機械の購入、施設の設置等に必要な資金（就農施設等資金）を、無利子で貸し付けることにより、その就農を支援する資金である。

貸付対象者： 就農計画を作成し、知事の認定を受けた者（認定就農者、農業法人等）

- ・ 青年（15歳以上40歳未満）
- ・ 中高年齢者（40歳以上55歳未満）（知事特認は65歳未満）
- ・ 青年又は中高年齢者をその営む農業に就業させようとする者（以下「農業法人等」という。）

3) 就農・経営自立期を対象として支援

農業で生活していく環境を整えたい、長く続けていくために、経営内容の向上を目指す。

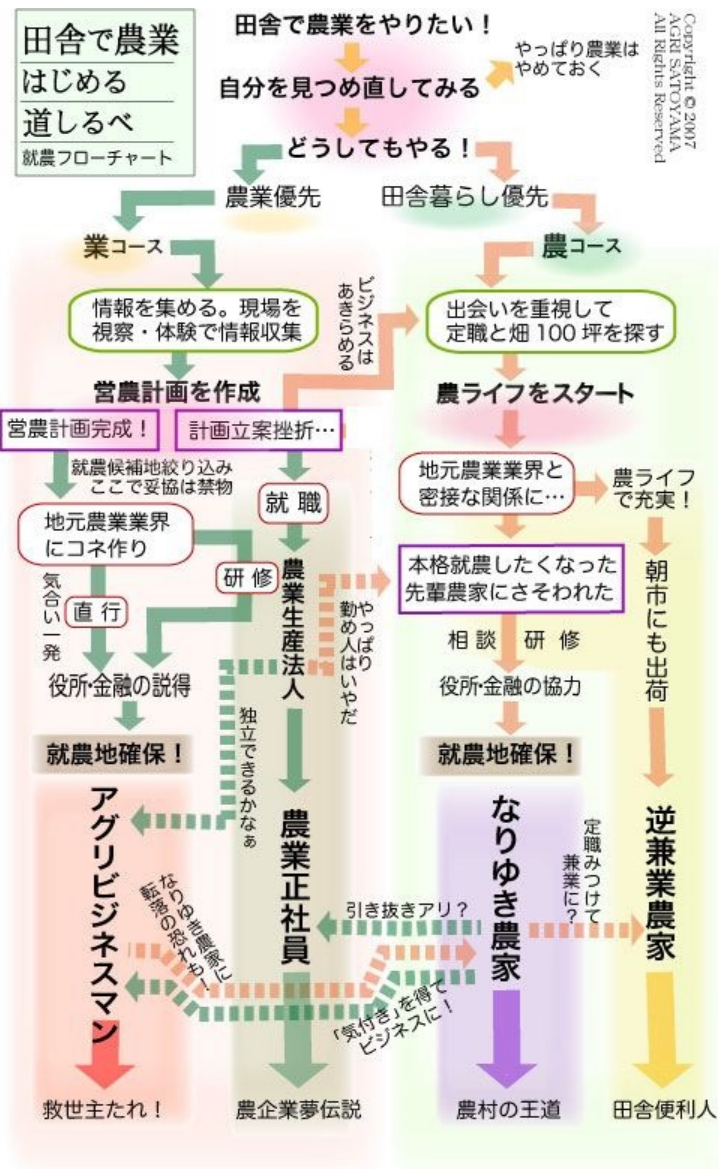
2) の段階の新規就農者よりさらに進んだ段階で、就農時点～農業経営が自立・定着されるまでの期間としている。「就農・経営自立期」は、①創業期②発展期③安定期の3つに分けられ、ここでは主に、①②における新規就農者の支援をする。具体的には、住居・農地・施設整備・機械導入に対する助成や資金の貸付、就農して3年以上たった青年農業者に対して経営のステップアップにかかる経費の助成をする。

事業対象者： 新規就農者（認定就農者）、青年等就農者、農業青年研究活動グループ

③ 農業の始め方について

フローチャート：どのような農業を目指すか、幾つかのルートがあり、目標を決めることが必要である。

以下の図表は、あるホームページの流用であるが、通常はa)アグリビジネスマン（自営農業就農者と新規参入者）とb)農業法人正社員（雇用就農者）を新規就農者として取り扱うが、c)なりゆき農家とd)逆兼業農家も新規就農の選択肢の一つと大きく捉えることも必要であろう。



Powered by ニンジャブログ Original template designed by 徳高 Copyright © 農家になって田舎暮らし 田舎で農業を！

上記の図表において、

- アグリビジネスマン（新規農業就農者と新規参入者）：農業をシビアにビジネスと捉え、綿密な計画で就農する。農村や業界の雰囲気には呑まれないクールさと自信が要求される。成功すればお金と時間の豊かな田舎ぐらしが可能になる。
- 農業法人正社員（雇用就農者）：農業生産法人に正社員として転職。農作業以外に営業もあるかも。安定した経済とひきかえに、晴耕雨読と日常生活の自由さは失う。会社の将来性を見極められるかがポイントとなる。
- なりゆき農家：農村と業界の流れに身を任し、そうして自然と農業をやることになる。余

所者ではなく真の田舎者になれる、農村田舎暮らしの王道かもしれない。ただし、経済的には自前の蓄えがあることが前提となる。

d) **逆兼業農家**： 仕事は農業外で行い、本格的週末農業を！ ライフワークとして農業に取り組めば農村や仕事とも関係良好。農業からボーナス収入位に考える。「もぐりの農家」的発想である。このc)、d)も農業活性化の一助になるだろう。

(2) さんぷ野菜ネットワークにおける新規就農の事例 ～新規就農支援への取り組み～

① さんぷ野菜ネットワーク（農事組合法により設立）の新規就農支援事業について

事務局長 SH氏（略歴）東京出身で、JA山武市地区の所長を務め、退職後山武市にて新規就農をする。‘よそもの’農業者として活躍中である。当ネットワークは事業の一つとして、国の新規就農支援事業に基づく希望者の受け入れと教育支援の内容を実施している。

今後の日本の有機農業の発展を考えた場合、有機農業を行う若い人材が必要となってくることから、山武市有機農業推進協議会を立ち上げ、就農希望者に対する育成支援を行っている。現在（21年3月現在新規就農者3名、研修生4名在職中）Uターン、Iターン就農希望者を受け入れキーワードは有機農業で起業（有機農業起業家への道）

以下はヒアリング内容の概要である。

1) 新規就農者（離職就農者など）は3年間ほど我慢が必要で、この間通常は収入がなく試行錯誤の繰り返しで、持ちこたえるためにはある程度の蓄えが必要である。

2) 国は認定就農者に就農資金の貸し付けを行っている。

3) 1年位の農業体験をして耐えられるか見極めの必要かと思う。きつい・腰を使うのでぎっくり腰や腰痛で、断念した事例もある。また、農作業中のケガや農機具などによる事故にも要注意である。労災面の対応は遅れている。

4) 当ネットワークの受け入れ事業では、希望者に面接をしており、受け入れの要件として大略次のように考えている。

- ・就農資金として最少500万円から1,000万円位が必要であろう。3年間でこれぐらいの額が必要である。

- ・結婚していることが望ましい。

- ・農業への考え方について計画性があること、とくに有機農業への関心・興味が欲しい。

受け入れ事業の条件としては、研修を受け、山武地区で就農することである。6ヶ月モデル有機農業支援事業では、研修生には国から3,000円／日の補助があり、月9万円となり、電気代・部屋代△2万円で差し引き月7万円となる。

6～12月における受け入れ農家での研修では、研修生には5,000円／日が支給される。

5) 研修生（新規就農希望者）の心構えとしては、周辺農家との人間関係を良好に保ち、指導を

受け入れること、地域の行事への参加をしてコミュニケーションをとり、気に入られるよう心がけること。

・研修生の一名は、農家に信頼されて、俺の後を頼む（息子はいるが跡を継がない）といわれ、農業事業の承継者の候補者となっている。

・元 I T ベンチャー企業の社長（研修生）は、今年5月からハウス栽培を含め、5か所の農地（2・6 h a）において夫婦とプラス1名の計3名でジャガイモ栽培などの新規に農業を開始した（次の②にて紹介）。

6）新規就農者への注意事項として、草取りと水かけの問題点がある、若い就農者の欠点として草取りがダメなところがある。また、水かけ用の井戸を予め用意しておくことも必要であろう。一例を挙げれば1か所の井戸を確保するのに（井戸掘りなど）に120～130万円ほどが必要である。

② 新規参入者 SN氏

（略歴）神奈川県出身 元 I T 企業の経営者（エンコード関係のベンチャーの起業・社長となり、その後他社の完全子会社化となり簡易株式交換により株式を取得した。現在株式の大半を譲渡）。今年初めより企業家の土台に立った農業を開始した。新規就農としては新規参入者の区分に該当する。

以下はヒアリング内容の概要である。

1） I T 会社の社長であったが M & A によって会社を売却したのが動機である。農業は I T 産業と異なり、経営のサイクルが長く、農業に経営の視点を入れたい。週末には、元会社の社員が手伝いにボランティアで来てもらい、7～8名となる。

2）農業はすべてが「人」である。人間関係の構築が必須で、会社時代と比べてはるかに濃い。どれだけ人に会うか、用事が無くても話ができることがポイントである。

3）ハウス11棟＋2・6 h a を借用した（富里8割、山武2割）。畑は買ったほうが安くなり望ましいと考えている。スケールメリットを目指す。ジャガイモ、ネギ、落花生、イモの栽培をしている。

4）来年度2,000万円の売上で黒字を目指す（前提条件：資材の償却費と人件費を含まない。）



(農業作業中に訪問してSN氏のヒアリングした際の写真)

上記に加えて、新規就農予定者 K T氏と面会した。新規就農者としては自営農業就農者で農家子弟（祖父、父親の農地で就農）に該当する。「農家のこせがれネットワーク」<http://www.re.-farm.jp/>に加入、現在（9月現在）小売業に働くサラリーマンで、新規就農に向けての準備段階の活動中である。

(3) まとめ ～今後の課題～

さんぶ野菜ネットワークにおける先進的な新規就農支援の事例の検討を通して、幾つかの教訓となる内容や今後の課題も明らかになった。以下に、① 新規就農を支援する立場(行政サイド)、② 新規就農者の立場、③ 診断士など民間サイドの立場から以下にまとめる。

① 新規就農を支援する立場（行政サイド及びそれに関連した支援事業）

- ・上記の新規就農時の問題 について問題点の掘り下げと対応策を検討し、きめ細かい支援を検討する。
- ・他産業と同様に労働災害へ配慮した施策

② 新規就農者の立場

- ・失敗談、失敗事例を参考にする（濃密な人間関係への対応、必要資金を確認するなど）
- ・経営者の視点、顧客や市場を発見する、他産業のノウハウの利用、生産性の向上を図る。

（「日本の農業は成長産業に変えられる」大泉一貫著、洋泉社新書など参考になる）

- ・農地取得（含む借用）（→これが最も大きな課題である）、資金、農業技術などを明確化する。

③ 診断士など民間サイドの立場

- ・①、②の課題に応じた解決策などを明確にする。
- ・就農マニュアルや就農チェックリストの作成または充実（新規就農者にとってバイブルとなるような内容をめざす）。

診断協会誌の2号にわたって就農チェックリストが記載されており、これらをさらに充実する。

- ・女性農業者や女性起業者の実態調査と問題点や課題の明確化をする。
- ・今回の調査事業などを集約してさらに事例などの成果を集約して新規就農者に有効な書籍などを完成する。

新規就農支援の複線化（なりゆき農家と逆兼業農家も選択肢）が農業の活性化には大切で、複眼的な思考が求められる。「雇用就農者＋新規参入」をいかに伸ばしていくかということが、そのまま担い手不足や活性化の突破口になっていくのとも期待される。とくに、この区分に属する就農者の新規就農に対する支援や、法人化を推進する政策、またそれらに関連する様々な活動に、今後も注目することが必要である。

（吉田幸輔）

第4章 先進農業へのステップ

1. 先進農業出現の背景

(1) 農業産出額の動向と農業の大きな役割

千葉県の農業産出額は平成18年で全国3位を占め、首都圏という大消費地に隣接していることから、今後も食料供給基地として重要視され続けることは確実である。しかも、鮮度を重視される野菜類では全国2位を占めることは、食料供給という役割は大きいものと認められている。

(2) 休耕地の増加と農業後継者不足の進行

① 農家数の動向

千葉県の農家は平成12年対17年比で10.7%の低下とゆるやかながら減少が続き、今後もこの動向は続くと思われる。

しかし、人口減少時代を迎え、首都圏からの流入は従来より減少するとみられている。特に都市部周辺の農地開発は一定の範囲で歯止めがかかるとも考えられる。従って農地としての有効活用の社会ニーズは高まると考えられる。

② 農業従事者数の動向

専業農家に比べて第2種兼業農家は多く、全体の61%を占めている。しかも、60歳以上の従事者の占める割合は、平成16年で65%へと増加していることは注目すべき現象である。例えば、第2種兼業農家で高齢化がすすむと農業が続けられなくなるケースも予測される。特に県北西部においては耕地率の低下が顕著である。これは農地の借地料の低下をもたらすこともあり、兼業農家の近代化や先進農業への再編の可能性を秘めているものと考えられる。

(3) 農業を取りまく環境の変化

① 食の安全・安心へのニーズの高まり

高齢化社会の到来とともに消費者の健康指向は高まりつつある。外国産の輸入食品の不祥事以来、国内産食材への信頼が寄せられ、特に生産者の顔の見える安全・安心の提供が求められてきている。

大消費地に近い県内農産物へ期待されるようになってきている。

一方、農産品の貿易自由化に注目している経営者も現れている。

② 食料自給率の向上への要請

現在、食料自給率は39%と言われ、将来45%まで向上させることが社会の要請と認識され始めている。これを受け、先進農業の経営者には、施策が整備されるであろうと考え、施策の動きに注目している経営者が現れている。

③雇用状況の変化

景気の低迷が長期にわたり、派遣社員の失職や、就職意欲の低い層などが出現し、農業が新しい職業として注目をされ始めている。

先進農業側では、新しい分野の採用・雇用管理などに、対応策の試行錯誤や同業者間の情報交換をすすめているものとみられる。

2. 先進農業の特長

(1) 先進農業に共通する特長

①ヒトに関する特長 ー労働の確保など

ア. 新たな労働力の雇用について

後継者不足や家族だけでの労働力不足に対し、他産業での就労経験者の雇用がすすめられている。新たな労働力の雇用については、給与制度に工夫をめぐしているのが感じられる。基本的には家族従業員も含め、農作業に従事した回数に応じた給与支払体系となっており、農業特有の作業体制にマッチさせるには、尚苦労のあとがうかがえる。

イ. 採用基準

新採用に関する主なポイントとして、次のような事柄が挙げられる。

- 一定期間の生活費はすでに蓄えているか
- 有機農法の知識など、自己研鑽意欲が見られるか
- きめ細やかな人付き合いに対応できるか。単に自然を相手にした職業に就きたいといった動機を持っているケースは多いようである
- 気候条件を考えた上で、これに耐えられる基礎体力を持っているか
- 結婚していて家族労働が期待できるなど、生活基盤への対応を認められるか
- 農業を長い年月かけて身につけていこうとする長期的視野を持っているか。単に目先の失業の解消と考えている応募者が多い

②カネに関する特長 ー資金の強化など

ア. J Aバンクの活用

先進農業では新たな分野へ進出することが多く、農地の取得以外にも、農場施設、加工施設、貯蔵施設など設備投資は大きくなり、金融機関にはJ Aバンクの利用が多い。

農協との関係が希薄となる先進農業が多い中、金融に関してはJ Aバンクとのパイプの確保を重視していることがわかる。

イ. 資金計画等の管理システムの導入

固定投資計画或いは資金繰り計画など、これまであまり重視されてこなかったマネジメントへの取組の重要性を認識していることがうかがえる。

③モノに関する特長 ―農産品の販売チャネルの開拓など

ア．道の駅

道の駅の中にはかなり広商圈を形成しているところがあり、販路として有力なチャネルとして農家自らも道の駅育成を考えているケースが見られる。

販売額と販売手数料との差が収益となり、計算しやすく、販路の確保としてのメリットは大きいと考えている。

一方、売れ残りは引き取らなければならないケースが多く、売り方の工夫、値入れ、陳列方法、生産者個人の魅力の訴求などが求められていると自覚は高まっている。

道の駅はインターネットを利用してプロモーション効果はあるが、ネット販売を導入しているところは少なく、不満を持っていることは感じられる。

イ．受託契約栽培のチャネル

大手食品スーパー、外食産業、農産品加工業などの委託生産を受けるケースは多く見られる。取引先の多品種の作付け要望に沿うため、広い耕地面積を持っている。

粗利益率は比較的低いものの、受託先が生産物を引き取りに来てくれるため、コストダウンはすすめやすいメリットがある。

(2) 農業生産法人のケース

①組織づくりの特長

農産品をそのまま出荷する以外に、一時加工まで受注が増える場合が見られ、食品加工業への原材料として、飲食業の食材としてなど、生産者側の柔軟な作業計画を立てられるようにしている。

しかも、量的安定供給が必要であり、比較的大きな農地の確保と作物の多様性を確保している。

②出資者の構成

出資は農家（生産者）グループのほか、農協や納入業者と広い範囲からの出資者を募ることが可能となっている。

現実には、納入業者の経営戦略に合わせた経営近代化をはかれる点は強みである。

例えば、食品リサイクル化の促進と有機肥料の導入、環境問題や食の安全・安心への対応など、納入提携企業のノウハウを活用しつつ、地域の雇用の創出に結び付けていることが挙げられる。

③農地に対する意識の転換

農地は法人の共有資産となるため、従来の農地の個人所有との違和感の解消に努力が見られる。利益配分についても十分な合意作りや努力のあとがうかがえる。

(3) 農事組合法人の特長

①直販への努力

中心となる農家のリーダーシップが発揮しやすく、農産品の販売委託を減らし、自らの販路開拓を目指すことを目標とすることができる組織づくりと思われる。

主なチャネルとしては宅配業者、生協などと提携が多く、規格外品は加工業者や外食産業と提携する努力も見られる。

②運営の近代化

消費者との交流、有機農業技術の向上、輪作体系の確立、規格外品の自家加工、トレーサビリティへの対応など、独自の生産活動範囲を構築している。

一方、参加農家の役割分担や農業技術のレベルの維持など、教育分野の取り組みが重視されていることがうかがえる。

(4) 会社組織の特長

①経営の特長

業態としては、立地に適した業容の拡大を目指すことが多く、貸農園、観光農園を兼業する方向へ進む可能性を持っている。

経営者のリーダーシップが取りやすく、商品開発、土づくり、栽培方法、氷温冷蔵など、新しい手法の導入はしやすい業態である。他産業からの参入がしやすい組織であろう。

②農地集約化の特長

農地の取得や借地の可能な立地なら、農地の集約化をすすめるため、圃場整備だけではなく、用水（井戸を含む）加工所、貯蔵所、農業機具の整備を農地の大きさに合わせられることにより、合理化のすすんだ農業経営をめざしていることも特長となっている。

(大橋唯男)

お わ り に

北総地域は、千葉県でも有数の農業地域である。東京から数十キロという地の利を生かして、米、野菜等の首都圏への供給基地としての大きな役割を担っている。

その中でも、八街市、富里市、多古町、山武市は、先進農業の経営実態が見られる地区として、月1回の現地調査を重ねてきたところである。

同じ北総地域においても、農協とお付き合いを続けて組合事業を大いに活用している従来型の農家、農協との付き合い方でも農協の斡旋による大型量販店との連携を実現する農業生産法人、有機農法で農協とは全く違う独自のチャネルを開拓している大型経営を目指す農業法人、早くからの有機農法に取り組み独自の販売チャネルを持ち、新規就農者の受け入れにも熱心な農事組合法人等様々な農業の業態が見られた。

実態調査を通じて、北総地域のある面の農業の実態が理解できたのではないかと考えているが、農業を取り巻く環境もグローバル化しているなかで、その変化のスピードも思いのほか早く、調査が早くも陳腐化するのではないかと危惧される。

このようななかで、マスコミにもさかんに取り上げられる新規就農については、調査のなかでの大きな関心事のひとつとして検討をされた。本調査が先進農業の実態調査ということで新規就農者へのよきアドバイスとなることをひそかに期待するものである。

この面からも調査が今回だけに終わらずに、これをよき機会として今後、さらなるフィールドワークと検討を積み重ねて、調査の充実と新規就農者へのよきアドバイザーとして、指針を掲げたいものである。

最後に今回の調査・研究事業にご協力をいただいた調査対象農家、その他の関係者各位に対して深く感謝申し上げます。

社団法人 中小企業診断協会 千葉県支部

特産品研究会農業部会

(研究事業員 (中小企業診断士) :

大橋唯男 小倉博行 櫻井圭

桜井雅幸 實川裕基 鈴木慶夫

福永健二 布施光義 吉田幸輔)