

平成 23 年度 調査・研究事業

農業における農法と販売に関する調査研究

報 告 書

平成 24 年 1 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 23 年度「調査・研究事業」として「農業における農法と販売に関する調査研究」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農業研究会の農業に関する調査活動の成果である。

最近では TPP に関するニュースがメディアを騒がしている。TPP に参加すると「農業生産減少額が 4 兆円」「農地面積が 230 万 ha に反減」「340 万人雇用減」「自給率が 40% から 13% へ下落」などといった試算から反対意見があるかと思えば、高品質の日本米をアジアをはじめ世界に売り出すチャンス、「守りの農業」から「攻めの農業」に変わるきっかけになると賛成意見もある。プラスとみるかマイナスとみるかによっていろいろな意見があるが、いずれにしろ、農業を取り巻く環境が大きく変わろうとしている。

また食糧・農業・農村基本法が制定された現在、農業者が今後成長発展のためには、自らの農営姿勢を省みて、地域特性を理解し、自らの付加価値をどこに置くかを再考する機会でもある。法人化を進めることも含め、個々の農業者が創意工夫を生かして農業経営を展開する仕組みづくり、市場評価を反映した価格形成の必要性、農業の自然循環機能の維持増進の大切さなどが重要になってくる。国土面積の 64.8%（耕地面積の 43.3%）の中山間地を有する日本において、独自の工夫も必要だろう。このような農業の現状において中小企業診断士のノウハウは必要不可欠である。顧客志向に立脚した農業の企業姿勢、製造、販売の工夫等々、大いに貢献できると思われる。

当研究会は農営方法が異なる環境で活動している農業者の実態を本人の生の声を通して調査した。本報告書が、就農業者の事業活発化のヒント、あるいは非就農業者でも農業と関わる時のヒントになれば幸いである。

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る。

平成 24 年 1 月

社団法人 中小企業診断協会 千葉県支部

農業研究会代表 小倉博行

目 次

第1章 事業の概要	1
第2章 千葉の農業	3
第3章 活動の実態	8
1. 不耕起で収穫する農家	8
2. 有機農法の農家(U農園)	12
3. 自然農法と慣行農法の両方に取り組む農家	17
4. スイカに特化する農家	21
5. 都市近郊の大規模農場をめざす農家	25
6. えだまめのオーナー制度に取り組む農家	29
7. 米の生産、及び加工を行っている農家	33
8. 他産業から参入しオリジナル商品を持つ農業生産法人	37
9. 慣行農法(通常農法)による100%庭先出荷を実現した農家	42
10. 地産地消の販売事業者(I社)	46
11. 自然農法による生産物の販売、卸、宅配事業を営む事業者	50
12. JA直売所	54
13. 他産業と提携して観光農園を営む農家	59
第4章 調査のまとめ	65
第5章 今後の事業展開のフロー	68
お わ り に	70

第1章 事業の概要

1. 農業の変遷

日本の農業は農地改革によって経営力のない非効率経営の小規模農家が多く生まれた。1961年の農業基本法により農業規模の拡大、生産性向上をめざし農家の自立を図ったが、機械化による労働時間の改善と同時に機械の過剰投資による「機械化貧乏」を生んだ。結果余剰労働力を自己の農業経営の改善に向けることなく、高度経済成長の中、通勤型の兼業、あるいは出稼ぎという形で他産業へ労働の場を求め、家にはじーちゃん、ばーちゃん、かーちゃんしかいない、いわゆる「さんちゃん農業」が出現し、家族経営が農家の9割以上を占める農業形態が出来上がった。結果として食料自給率の低下、農業者の高齢化・農地面積の減少、農村の活力の低下を引き起こしている。

一方、農業に対する期待は高い。健康な生活の基礎となる良品質の作物を適正価格で安定的に供給することは不可欠であり、また環境の保全、文化の伝承などの多面的機能を十分に発揮する働きのある農業・農村の役割が評価されてきている。

こうした期待に応えて、農政全般の総合的な見直しを行い、生産者・都市と農村の共生を目指すことを目的とする食糧・農業・農村基本法が制定された。

同時に TPP 問題もあり、農業はいまや注目の的であり、農業者としては今後の成長発展のためにその在り方を明確にすることが必要である。

2. 千葉県の特徴

第2章で詳しく述べるが、北海道、茨城県に続いて全国第3位の農業産出額を有し、品種別でも全国1位、2位、3位を占める農産物を多く生産する農業県である。気候も温暖であり、農業技術も高いことが認められる。

それに加えて、千葉県は首都圏の東側に位置し、東京都と埼玉県、茨城県と接している。特に東葛飾（市川、船橋、松戸、野田、柏、流山、安孫子、鎌ヶ谷、浦安市）地区で270万人、千葉地区（千葉、習志野、市原、八千代市）で160万人の消費人口を抱えており、合わせて430万人の巨大消費地を有する県でもある。

また、1日3.2万台の通行量がある東京湾アクアラインがあるため、観光に関しても千葉県はベイ東葛飾エリア、北総エリア、九十九里エリア、南房総エリアに分かれるが、それぞれ地区によって特色ある自然、文化歴史、レジャー、特産品を楽しめる。首都圏から身近に楽しめる場所としての認識が高く、年間で1.5億人（平成21年）の観光客が県内を訪れている。

このように千葉県は、豊富な農産物に加え、消費人口、及び流入人口に恵まれていて、他県には見られない特色を有する。

3. 本調査の取り組み

本調査では県内で農業に情熱を感じ、積極的に自分の農業を成長させる意欲のある農営者及び関連業者から直接取材し、そのノウハウの一端を伺った。

その内容は、「不耕起で収穫する農家」「有機農法の農家」「自然農法と慣行農法の両方に取り組む農家」「スイカに特化する農家」「都市近郊の大規模農場を営む農家」「えだまめのオーナー制度に取り組む農家」「米の生産、及び加工を行っている農家」「他産業から参入しオリジナル商品を持つ事業者」「慣行農法（通常農法）による100%庭先出荷を実現した農家」「地産地消の販売事業者」「自然農法による生産物の販売、卸、宅配事業を営む事業者」「JA直売所」「他産業と提携して観光農園を営む農家」を選び、

- (1) 製造方法としての各種農法の特色を調査
- (2) 販売方法として販売ルートの調査
- (3) 6次産業化の観点から加工を取り入れた販売ルートの調査を行った。

最後に、調査内容から今後の農業の効果的な活動のために、それぞれの営農形態に応じた戦術的な方法をまとめたものである。現状を打破したい、あるいは今後の戦略的な営農計画を試みる農営者の参考になることを期待する。

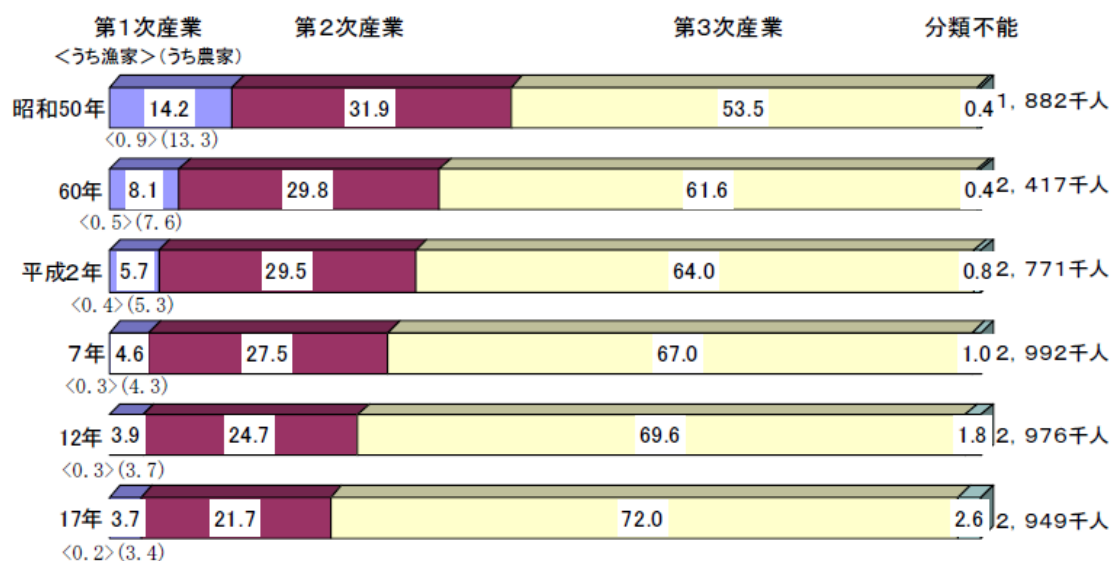
(小倉博行)

第2章千葉の農業

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)

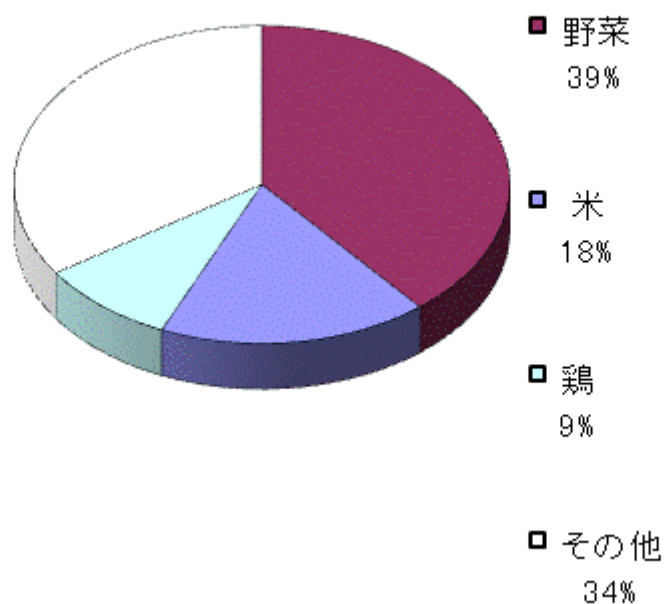
2. 農業生産

農林水産統計、平成21年度農業産出額(都道府県別)について都道府県別順位は、北海道が1兆111億円で1位、以下茨城県(4,170億円)、千葉県(4,066億円)、鹿児島県(4,005億円)、宮崎県(3,073億円)、熊本県(3,004億円)、愛知県(2,976億円)、青森県(2,664億円)、栃木県(2,589億円)、新潟県(2,558億円)、との順になっている。

千葉県は温暖な気候と首都圏に近いという立地条件、さらに農林水産業者の高い技術と意欲に支えられ、「農業産出額全国第3位、海面漁業漁獲量全国第6位」と全国屈指の農林水産県として、県内だけでなく全国に農林水産物を供給している。

- ・ 農業産出額の構成は、米が716億円(17.6%)、野菜・果樹・花きを合わせた園芸が2,013億円(49.5%)、畜産が1,033億円(25.4%)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。
- ・ 生産農業所得は1,242億円で全国第3位であり、生産性の高い営農が行われている。

農業産出額の内訳



千葉県的主要農産物(平成21年)		
全国 順位	品目	産出額 (億円)
1位	日本ナシ	148
	ダイコン	124
	落花生(からつき)	84
	枝豆	58
2位	鶏卵	309
	ネギ	179
	サツマイモ	174
	ホウレンソウ	131
	ニンジン	121
3位	スイカ	72
	生乳	254
	キャベツ	101
	ヤマノイモ	38

※農水省の農林水産統計から。

温暖な気候と肥（ひ）沃（よく）な土地に恵まれている千葉県の農業産出額は、4066億円（平成21年農林水産統計）と全国の約5%のシェアを占める。北海道（1兆111億円）、茨城県（4170億円）に次ぐ全国3位の農業王国で、首都圏最大の食料供給基地となっている。

全国主要農産物50品目のうち26品目で千葉県産が10位以内に入っている。例えば、日本ナシ、ダイコン、枝豆は全国1位、ネギ、ホウレンソウ、サツマイモなどが2位、キャベツなどは3位である。

県央部から県北一帯の下総台地には、富士山の火山灰を起源とする関東ローム層が広く分布している。関東ローム層とは、粒子の細かい礫を含まない柔らかな火山灰土壌で、農耕地に適している。千葉県ではこの地質を生かして、ダイコンやサツマイモなどの栽培が昔から盛んに行われていた。

また、大消費地である東京に隣接しているだけに、農産物の運搬コストが抑えられるのはもちろん、採れたての新鮮な状態で消費者に届けられることは、大きな強みである。千葉県産野菜の東京都中央

卸売市場でのシェアをみると、出荷数量で13・8%、出荷金額で10・9%となっている。

震災直後、原発事故に伴う一部農産物のお荷制限や消費者の買い控えなどにより、出荷金額は前年を下回った。しかし、関係者の素早い対応により、農産物の放射能モニタリング検査の実施と結果の公表で消費者に正確かつ迅速に情報が提供されたため安心感が広がり、原発事故の風評被害はあまりみられなくなった。

農産物の入荷量や価格も震災後わずか2カ月程度で平年並みの動きに戻っており、千葉県産野菜へのニーズや、安全性、品質などへの信頼は回復している。

ただ、東京電力福島第1原発事故で、農産物の放射性物質（放射能）汚染への不安が高まっており、安全性に関する透明性の高い情報発信を続けることが重要だ。

3. 農業者の現状

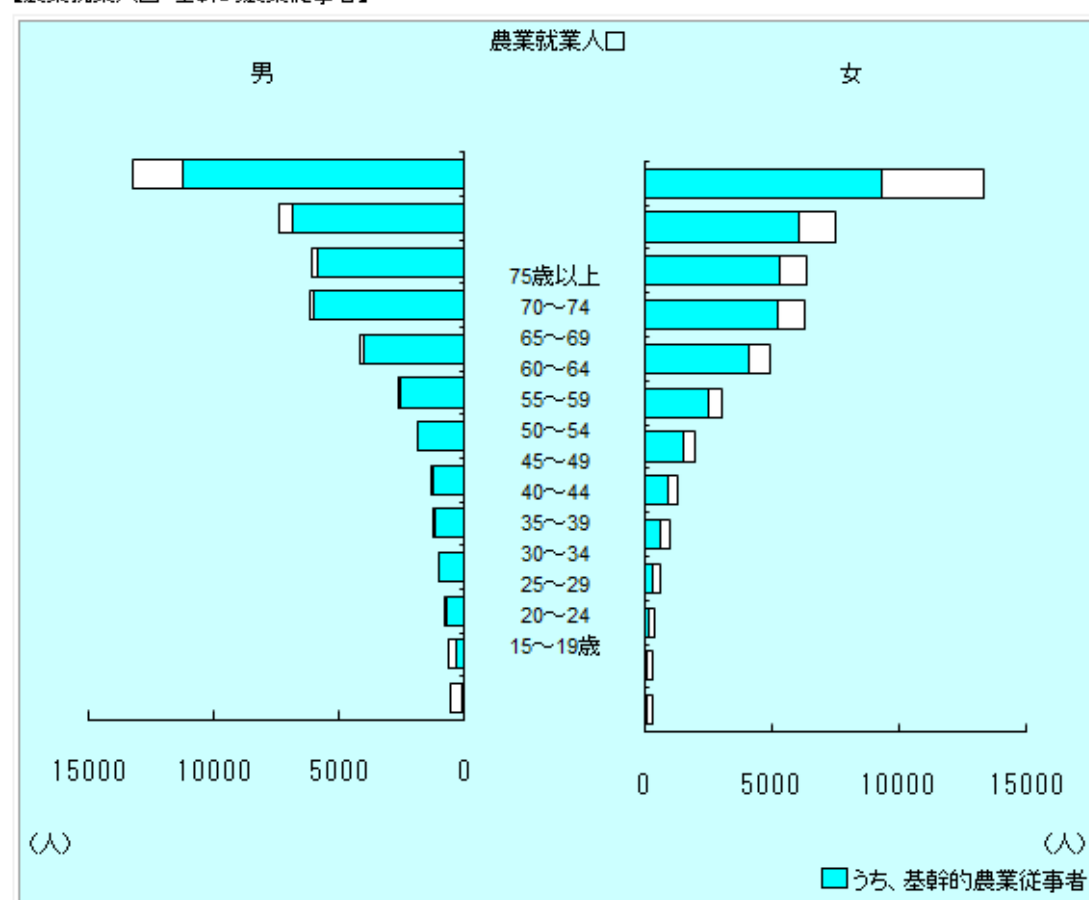
農家・漁家率、農家・漁家人口率

県総世帯数及び総人口に占める農家率・農家人口率は、都市化に伴う世帯数・人口の増加と、農家数・農家人口の減少によって年々低下している。

昭和60年に1,573千戸だった県の総世帯数は、平成22年には2,515千戸と942千戸あまり増加した。

県の総人口も、昭和60年に比べ1,069千人あまり増加した。これに比べ、昭和60年に128千戸だった農家数は、平成22年には、74千戸と54千戸あまり減少し、8.1%だった農家率は、2.9%まで減少した。同様に農家人口率も減少し、高齢化が進んでいる。また、昭和60年に6千戸だった漁家数は、平成20年には3千戸と3千戸あまり減少し、漁家率も0.4%から0.1%と減少した。

【農業就業人口・基幹的農業従事者】



【農業経営体数】

農業経営体数	55,387 経営体
法人化している経営体数	672 経営体
農事組合法人	121 経営体
会社	461 経営体
各種団体	87 経営体
その他の法人	3 経営体
地方公共団体・財産区	5 経営体
法人化していない経営体数	54,710 経営体
うち、個人経営体数	54,517 経営体

4. 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。

(桜井圭)

第3章 活動の実態

1. 不耕起で収穫する農家

消費者に安全なものを提供することを目指して、土地本来の力で作物を作る自然農法で営農している農業がある。

(1) 概要

① 環境保全型農業の推進

我が国の農業は、持続的な生産がされているが、農産物に対する見た目重視の傾向や、生産性向上のための無理な農業生産活動によって、化学肥料や農薬の過剰使用や家畜ふん尿の不適切な処理により、環境への悪影響が懸念される。

このため、平成4（1992）年以降、「農業のもつ物質循環機能を生かし、生産性との調和等に留意しつつ、土づくり等を通じて化学肥料・農薬等による環境負荷の軽減、さらには農業が有する環境保全機能の向上に配慮した持続的な農業」すなわち「環境保全型農業」を定着させるための種々の取組が行われている。

環境保全型農業の一環として、化学的に合成された肥料及び農薬を使用しないこと、遺伝子組換え技術を利用しないことを基本に、農業生産に由来する環境への負荷をできる限り低減する有機農業の取組が推進されている。

有機農業の取組状況をみると、我が国においては、2010年4月現在、有機JAS制度の認定を受けた圃場が田2,981ha、畑6,076haで耕地面積全体の0.2%とまだまだ小さい数字だが、地方公共団体や数々の有機農業団体による指導が活発になっていて、従来の農家や新規就農者でも積極的に取り組む姿がある。

② 有機農業組織Tの活動

「有機農業組織T」は、有機農業を行う会員が集まって、千葉県に有機農業、有機生活を広める普及する活動を行っている団体である。その考え方の基本は、心と体の健康には食べ物が基本。人間はかつて医者いらずで生活できたが、文明の発展と共に老若男女多くの人が医者や薬のお世話になっている。そんな時、現在の生き方を再考し、本来の健康に生きる力を養い、どのように作り、どのように食べるか、それをどのように子孫に伝えるのが重要な要素。自然の中で自然と共に生き、小規模多品種栽培、自給自足の暮らしを確立しながら、集落、地域と共に生き、人のつながりを大切に協力しあって生きることを提唱している。

定期的に、農場見学会、有機農業祭、技術講座開催、新規就農者の指導を行っている。特に新規就農者には、会員の農家に通いあるいは住込みで実際に体験しながら農業を体得し、農業者として定着させる教育を行っている。

会員のA農園では有機農業の中でも、自然農法を取り入れ、常時2名の1年間の住込み期間の研修生を置き、新規就農者に対して就農支援事業を行っている。

研修生は、住込み農家において農業経験を行うが無給。ただし住居、食事の費用はかからない。皆で家族のような生活をして、自然とそして人同士も共生する考え方の基本を学ぶ。

③ A 農園の考え方

現行の有機農業は、農薬、化学肥料の代わりに堆肥や自然な防除を使うだけで、ビニールハウスなどの施設栽培が多く、機械使用、促成栽培という商業的発想は変わらないという考え方から、自然農法を行っている。

自然農法とは不耕起、不除草、不肥料、無農薬で行う農業のことである。ただし指導している組織によって、耕起や除草は認められているとこともある。A 農園は完全な不耕起、不除草、不肥料、無農薬で農営をしている。野山の植物は何もしなくても自然と成長する。それが畑や田圃でできないかということが基本的な考え方。

④ 研修生 B さん

B さんは料理を作るのが好きで、農薬の影響などに興味を持っていた 30 代半ばの O L。有機に興味があり、新農業人フェアの千葉県ブースで A 農園の代表と会い、視察会で 5 軒の農家を巡った。そのうち 2 軒が自然農法。A 農園の畑で作られたレタスを見て、1 年間どのように育ててるのか見てみたいと思い研修生になったという。

研修生の生活に入り、食べ物も今までの生活から一変し自然農法で生産されたもので生活を続けた。食事は野菜 10 : 穀物 1 の割合、玄米ごはんを茶碗 1 杯で野菜はどんぶり 1 杯、ゴマ油、オリーブ油は使う。それを続けたら、3 週間目で発疹ができた。汗疹かなと思ったが薬をつけても直らない。それは今までの生活のため身体の中が酸性になっていて、アルカリ性の野菜を食べていたので悪いものが身体から出たと言われ、1 ヶ月で直った。その後体調も良く、自分の身体が変わったために自然農法の良さを実感したという。

日常生活はマクロビオティックに近く、肉は食べないという。魚は食べる。肉体労働もあるので体力が持つかと思ったが元気で、肌や生理的機能も改善。ひえ症も治ったという。

(2) 自然農法の実際

① 日常生活

一緒に働く住込みの研修生は 60 代の女性で、やはり食べた野菜がおいしかったことが農業を始めた動機だった。朝 6 時に起きて 7 時から鳥のえさやり、その後野菜をとってきて朝食。その時 1 日の作業を紙に書く。それを 1 日実行し、夜 10 時に寝るのが通常の生活。農業は天候に左右されるので計画してもずれる。またそれが自然で楽しいという。

風呂の水、生活用水は気を使っている。畑に循環させるため、洗剤は市販のものは使わないで、洗濯洗剤は重曹のみを使う。暖房は薪ストーブのみ。

夏場は五感散歩。1 日 30 分、散歩をしながら 天候は？ 風の様子は？ それを毎日メモするとその変化から自然が分かってくる。共生の気持ちが出てきた。昔は猫を見れば、畑を荒らすか

らシッシッと追い払っていたけど、今はそんな気持ちはない。てんとう虫もあぶら虫を食べてくれる。何かの役に立っている。

日曜は友人が訪ねてきて町中に連れて行ってくれるが、自然の中で生活していると、ギャップを感じる。今は農業生活が楽しいと思う時が出てきた。

② 農業技術

トラクターなど機械は使わないで、土地をフカフカの状態に保つことが重要。土を固めないように歩かないといけな。土地に硬板層があると栄養が下がるので、硬板層を作らないように工夫している。

種蒔は、地面に筋を付ける。その草は取る。例えば小松菜なら、2粒を5cm間隔に撒く。種はできるだけ自家採種にして、その土地にあったものを撒くことが重要。

雑草は根っ子を残して切って下に置く。根っ子にある根りゅう菌が土壌を良くしてくれる。夏場は雑草の伸びが早く、1日3cm伸びて作物が蔭になってしまうものもある。野菜の育っている場所を見て、雑草があつたら根っ子を残して刈る。刈った草は



その場に倒しておく。その繰り返し。その活動が土中の栄養分を補給する役目をしている。

無肥料で育てている。人参を撒いたが芽が出ない時があつたが、水不足とわかって水を撒いただけ。それ以外は何もしないという。

トマトは地這えで育てるから、寝てしまう。そこから根が出て育ってゆく。砂糖が入っているのではと思うほど甘いらしい。たまたま畑のルッコラをいただいたが、甘い、本当に野菜本来の味が出ているようで、サラダで食べてもドレッシングは要らないのではと思うほどの味。

コンパニオンプランツも活用。これは違った作物をうまく組み合わせて隣に植えることで病害虫や雑草の被害をなくしたり減らすことができる。例えば育苗したセロリを定植した周りに小松菜の種を筋蒔きするように、うまく活用している。慣行農業の畑を見慣れた私達には、その光景を見て畑というイメージがわかなかった。しかし、ここに害虫と天敵のように、自然界にあるバランスが働いて、うまく作物が成長する環境ができているのだろう。

土の力だけで作物を作る不耕起は、新規就農者が始めると土づくりに3,4年かかるという。そこで独立した研修生のために作物の収穫量が増えるように、落葉：ヌカ：鶏糞＝10：1：1の割合で、落葉堆肥を作っている。

③ 販売

個人宅への宅配を行っている。作物の収穫が決まっているので、収穫できるもので季節に合わせたメニューを作って配送。夏は 22-3 種類の野菜、冬は 8-10 種類の野菜と切り干し大根とか梅干しなどの加工品も組み合わせて作っている。1 度食べたら宅配を始める人が多い。1 週間食べたら体調が良くなったという人や安心安全だからという人が多い。

④ B さんの現在

研修生の B さんは現在独立し、今は土作りの段階。その間の生活費を用意しないと生活が大変。そこで農家やレストランの手伝いをしながら、自分の畑や育苗ハウスで着々と農業活動に精を出している。Y 農園で学んだ共生の精神から、積極的に地域農家、住民とコミュニケーションを取り充実した生活をしている。量的には少ないが、収穫物は、直売所・イベントなどでの販売をしており、その結果は自分のブログで発信している。元々料理が好きなので、野菜を利用した料理・漬物などの数々をブログで発信。夢に向かって順調に走り続けている。

(3) メリットとデメリット

① メリット

- 1) 作物に対して安心安全のイメージがある。

作物の品質が高く、試食すると慣行農業の野菜と比べ評価が高い

- 2) 無駄のない土管理

刈草はその場に放置し、それが土中の微生物に養分を与え結果的に土壤に栄養を与える。

- 3) 省力化が可能

最小限度の機械から始められる。無肥料であるため肥料代、機械等の燃料など経費がかからない。自分の予算に応じて営農ができる。

② デメリット

- 1) 圃場の土づくりに 3, 4 年かかる

堆肥などの有機物を与え微生物の活動によって生きた土にする。土づくりに 3, 4 年かかるので土づくりが出来上がるまでの生活費の確保が必要

- 2) 単一作物を大量に作るのに適さない

面積当たりの収穫に限界があり、また大量に作れないので効率が良くない

- 3) 雑草が生えたり、作物の品質が安定しないなど管理が難しい

雑草取りなど手刈りになるので時間がかかる。また隣地が慣行農業だと境界部分の雑草取りなどの神経を使う部分が出る。

- 4) 販売先の確保が難しい

納得して購入してもらい顧客を増やすことが重要で、販売先の確保に工夫が必要。

(小倉博行)

参考：有機農業団体 T の HP、平成 22 年度 食料・農業・農村白書

2. 有機農法の農家（U農園）

(1) 概要

U農園が位置する八街市は肥沃な大地に恵まれた土地柄で、特産の落花生、スイカの産地として全国的に知られている。また、その豊富な農産物を利用した加工業も盛んで、千葉の観光みやげ品として、重要な地位を占めている。

U農園では、スイカ・きゅうり・大根・ジャガイモなど1年を通じて30～40種類ほどの有機野菜を育てている。有機農業を始めたきっかけは、昭和40年の半ばごろ、お父さまが通風となり病院で「食べ物を変えないと治らない」といわれた事がきっかけである。

その後、大学で有機農業を学び、「農業・食べよう・健康・土」のつながりの大切さに驚かされ、一般実習の畑作物、大きいキャベツ、甘い大根が有機農業で収穫できることに感激した。

家庭では、家族で「食生活の改善」を心がけ、自家の無農薬野菜をたっぷりと食べて、雑穀（はと麦・もち粟・小豆・黒大豆）を入れた玄米ご飯を毎日炊いている。その後、お父さまは病院からの山ほどの薬ともきっぱり縁が切れたそうである。

堆肥もなるべく地場の物を集めて、美味しい栄養となる野菜を作り、地域の仲間と環境を生かし、守る活動をどんどんやりたいと考えている。

(2) 主な特徴

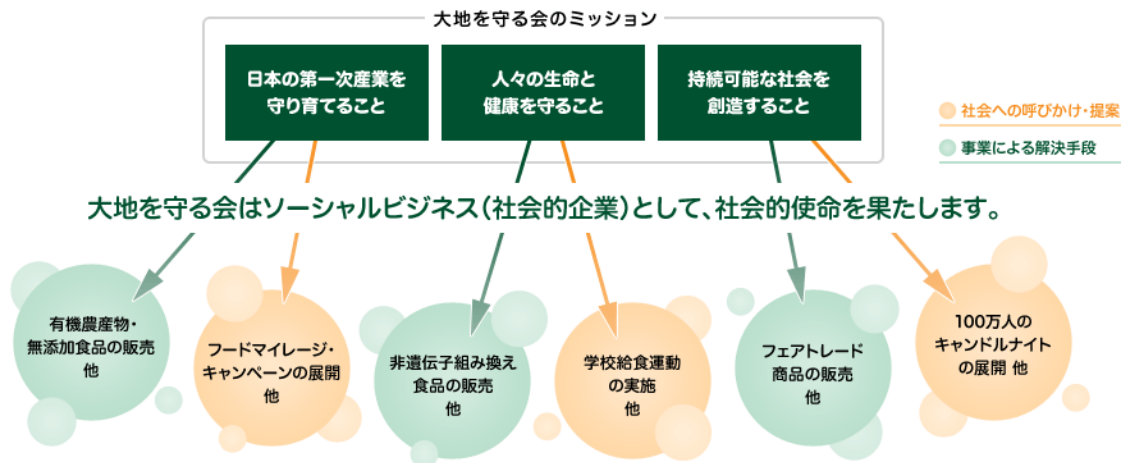
① 出荷先

出荷量のほとんどが「大地を守る会」で、その他では産直（40人弱）、生協、小口の八百屋、JAなどへ出荷している。

大地を守る会は集荷に来てくれるため利便性が高い。

今後一番の課題は、販路開拓であると考えている。

なお、大地を守る会は有機農産物や無添加のお惣菜などの安心食材宅配のパイオニアで、1975年からソーシャルビジネス（社会的企業）として活動している。



② 生産物

葉物を含め30～40品目を栽培している。

スイカが出荷高の2割5分を占めている。

生姜やニンジンの利益率は高いが、連作するには農薬の使用が必要なため、2～3年空けて生産している。

生産物は原産地の気候に近いのが理想的であり、例えばスイカはアフリカ、落花生は中国の気候が適している。

農地面積は約4町歩で、落花生が一番広い面積（約7反歩）を占めている。

明治9年千葉県に導入された落花生は大正に入ると急速に普及し、現在千葉県が品質・生産量共に全国一である。

なかでも八街市は周辺の土壌が落花生の育成に最適と言われ、品種の改良・加工方法の改善とあいまっていまや八街の落花生は全国一と賞賛されている。

<参考>

落花生の県別作付面積				(ha)		※農林水産庁公表統計数値			
	千葉	茨城	神奈川	鹿児島	栃木	静岡	宮崎	その他	
H19 年産	6,110	938	228	158	129	83	59	605	
H18 年産	6,330	963	229	174	134	90	61	649	



落花生の乾燥（近隣農地のあちこちで見られる風景）

③ 有機農業

生産量全体の約 7 割が有機栽培である。

有機農法については韓国人の先生から指導を受けた。

ただし、草取りに掛かる人件費が負担になっている。

なお、堆肥はもみ殻と馬糞を使用している。

J A S 有機認定は以前 4 年位取っていたが、1 ～ 2 円程度高いだけで、あまりメリットがないためやめた。

* 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。

④ 従業員

経営者夫妻・お母様の他、パート 2 名・中国人研修生（アルバイト）2 名がいる。

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。

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・技能実習制度を創設し、この制度のもと、毎年多くの研修生・技能実習生が母国で役立つ知識・技術・技能を最長 3 年間以内で学んでいる。

研修生、技能実習移行者の受入人数が増加する一方で、研修生に所定時間外作業を行わせるなど不適正な行為を行った不正行為認定機関数も増加傾向にある。

このようなことを受け、平成 21 年（2009 年）に公布された改正入管法により、新たな研修・技能実習制度が平成 22 年（2010 年）7 月から施行された。従来、外国人研修生は、在留資格「研修」を付与されて、当初 1 年目は労働関係法令の適用を受けないものとされていた。新たな研修・技能実習制度においては、国や地方公共団体等が実施する公的研修を除き、実務研修を伴う内容であるものは、「雇用契約に基づく技能等修得活動」として、当初から在留資格「技能実習」を付与されて労働関係法令の適用を受けることにより、保護の強化策を講じることとしている。農業分野においても、新しい制度の正しい理解と適切な運営が期待されている。

⑤ 後継者

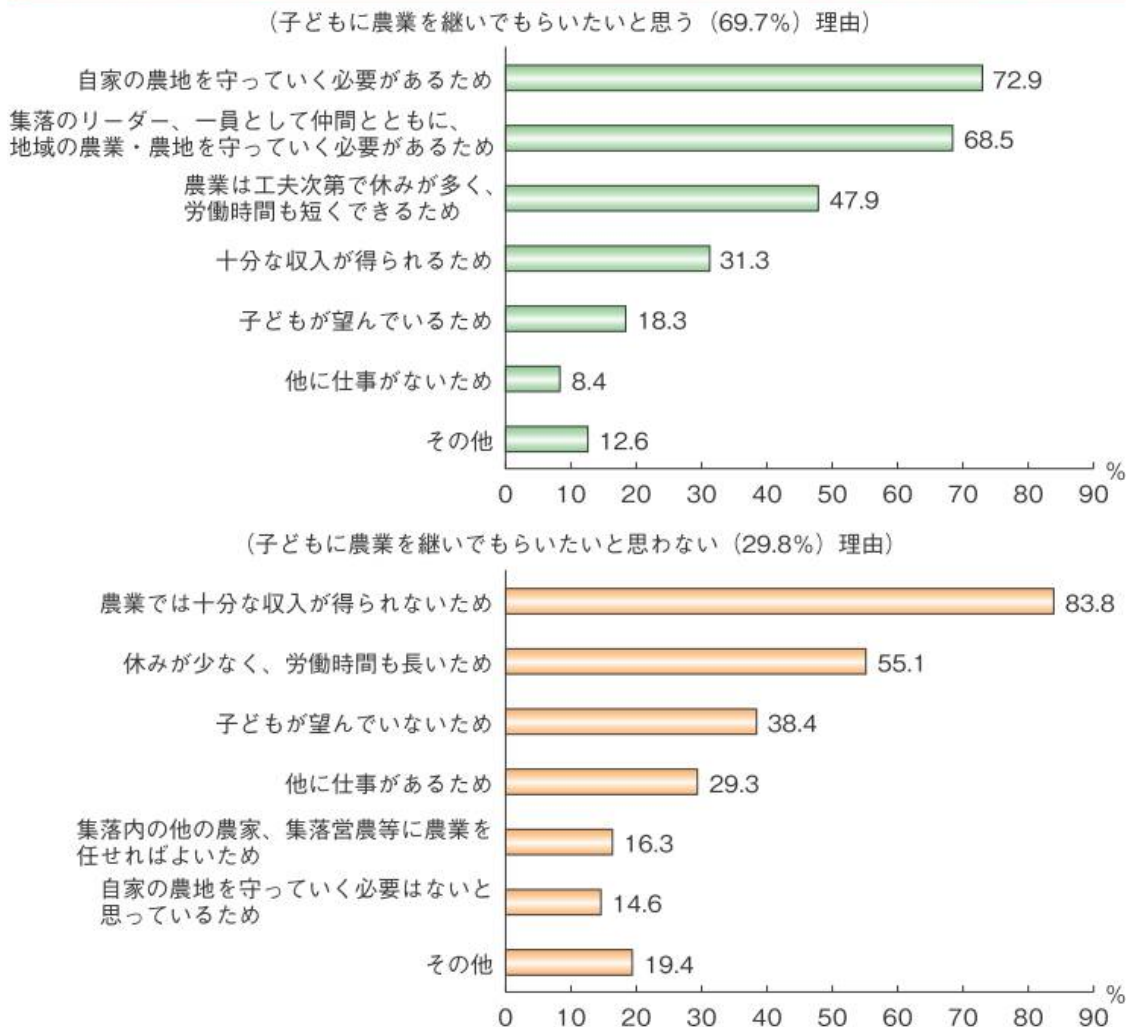
ご子息は東京農業大学の学生で、農業を継ぐ予定である。

多くの農家で後継者不足が深刻な中、大きな励みと言える。

平成 21 年度 食料・農業・農村白書によると、自分の子どもに「農業を継いでもらいたい」と思う農業者は 70% となっている。その理由としては、「（自分の家の）農地を守っていく必要があるため」が 73%、「集落のリーダー、一員として仲間とともに、地域の農業・農地を守っていく必要があるため」が 69% 等となっており、多くの農業者が農業・農地の維持を主な理由としてあげている。

一方、自分の子どもに「農業を継いでもらいたい」とは思わない農業者は 30% となっているが、その理由は、「農業では十分な収入が得られないため」が 84%、「休みが少なく、労働時間も長い」ため」が 55% 等となっている。このようなことから、家族農業経営の後継者を確保していくためには、農業で十分な収入を確保していくことが重要であり、またそのような対策が求められていることがうかがえる。

図 3-58 「子どもに農業を継いでもらいたい・もらいたくない」理由（複数回答）



資料：農林水産省「食品及び農業・農村に関する意識・意向調査」（2010年4月公表）
注：農業者モニター2,500人を対象としたアンケート調査（回収率78.9%）

(3)有機農法のメリット・デメリット

メリットとして以下の4点が挙げられる。

- ① 合成化学物質を使用せず自然の資源を利用しているため、食品としての安全性が高い。
- ② 化学肥料のようなすぐに効果が現れる肥料を使用せず植物本来の力が活かされているため、味と日持ちのよい野菜ができる。
- ③ 元々自然に存在する資源を活用しているため、環境保全に適している。
- ④ 有機肥料の分解が土壌中の微生物によってゆっくり行われるため、肥料の効果が長く続く。

デメリットとして、以下の3点が挙げられる。

- ① 有機肥料が土壌中の微生物によって分解され吸収されるまでの時間がかかるため、有機農法への転換には長い期間がかかる。
- ② ①で述べた理由から収穫量が落ちる。
- ③ 農薬を使用して殺虫作業を行わないため、病虫害駆除に目を配る必要がある。

(實川裕基)

参考：大地を守る会HP、八街商工会議所HP

平成19年度 食料・農業・農村白書

平成21年度 食料・農業・農村白書

北九州市立大学HP

3. 自然農法と慣行農法の両方に取り組む農家

(1) 経営の概要

自然農法と慣行農法（通常農法）の両方に取り組む農家の事例である。この農園は千葉県山武市横田地区、北総台地の舌下状に伸びた谷津田に挟まれた平坦な台地に位置している。農園では、畑のうち自然農法 1 と慣行農法 2 の割合により、それぞれ畑を区切って、栽培をしている。

農園主より自然農法の導入の経緯と留意点などをヒアリングして自然農法の理解への第 1 歩となった。

今後、慣行農法、有機農法、自然農法についての理解をさらに深め、日本農業のあるべき姿を探る一助になるであろう。

(2) 事業報告

農園を訪問し、ヒアリングを行った結果を以下に報告する。

① 農園を訪問してまず眼に入ってきたのは、今では、ほとんど見ることもなくなった黄色の実りかけた小麦畑である。小麦は土地を清浄化するという自然農法と大きく関わる重要な作物である。小麦は醤油の原料とされている。

また、対象作物は、にんじん、サツマイモ、さといも、大根、ジャガイモなどが作付けされているが、栽培できる作物は限定される。種は自家栽培しており、土地に合わせた種で、収穫量は少しずつ上がってきている。

価格は慣行農法による作物よりもかなり高価（約 3 倍とも）だが、味が大幅に違うという評価を得ている。有機農法では年 2 作可能だが、自然農法では年 0.5～1 作である。

農園主は、福岡正信氏著の「わら 1 本の革命」という本（人生の指針になった本）に出会い、凡そ 28 年前から自然農法に取り組んだ。全畑のうち自然農法 1 と一般的な農法である慣行農法 2 の割合により、それぞれ畑を区切って、栽培をしている。

出荷場を近隣の地区に設置して、東急ストア、イオン、伊勢丹などに流通業者を通じて販売している。これらの流通業者は自然農法を理解してもらっている。スーパーは販売対象とはなっていない。さらに、消費者に自然農法を PR し、ネット販売が凡そ 3 割ほどである。

② 農園主が所属している農事組合法人「自然農法成田生産組合」は高橋博氏が中心となって昭和 60 年に発足し、最盛期には 50 名ほど会員がいた。しかし、自然農法の難しさ、成果が出るまでに時間のかかることなどから敬遠され、現在は組合員が 11 名となっている。

当組合では研修事業を実施している。自然農法の世界観について自然をどう見るか、自然との共生を目指す、現代農業は土地をダメにする、一気に自然農法に移行することは不可、などの面も合わせて共通認識している。韓国では自然農法を盛んにやっている。

既に、組合が設立してから数十年が経過するが、自然農法一本での営農に完全移行はしていない。とにかくうまい、これが本来の野菜の味、健康には一番ということは再度訪問して、自然農法を吟味したい。

③ 自然農法について

農園主によれば、化学肥料・堆肥が土地を汚している、どの位‘ゴミ’を捨てたか、それによって害虫と病気の発生源になる（肥毒）。硝酸窒素の残留量は数百 ppm 位となっている。土地を汚すのは簡単だが、きれいにするのは大変である。麦の栽培によってこの肥毒を浄化させる効果がある。肥毒がなくなれば、害虫や病気が来ないようになる、また、連作の方がよくなる。ただ化学肥料よりも収穫が低い。

慣行農法によって長年蓄積した肥料の毒である肥毒をなくし、土をきれいにするにより病虫害は発生しない状態に畑をもっていくことが目標であるが、このため、年一回、土壌調査を継続し組合員の土壌カルテの確認を年三回行っている。

小麦の根は 1m にも達して土壌の硬盤を砕き、浄化には欠かせないもので、このため組合員はまず、小麦の栽培から始めることになる。さらには、自家採種が基本で、人参は 100% 自家採種しているが、これは、全国的にみても少ない事例とのことである。

小麦畑（自然農法）畑の浄化に欠かせない



自然農法はその土地の性質を考える必要があり、他の人の真似をしてもダメである。葉モノは色落ちが少ない、味が大幅に違うという評価である。畑が新しい（自然農法を初めて間もない）ものは慣行農法品と余り変わらない。

農事組合法人「自然農法成田生産組合」HPによれば、自然農法は、次のような点において慣行農

法や有機農法とも異なっている。

- 1) 完全無農薬、無化学肥料で厩堆肥（人糞、豚糞、鶏糞牛糞牛糞、油粕等）は一切使用しない。
- 2) 堆肥は自然農法で取れた生産物の残渣のみ（麦わら等）を厳選して使用している。
- 3) 生産物はビタミン、ミネラル等が慣行農法の倍以上あり、実はしまっていて、日持ちが良い。また硝酸態窒素の含有量が少なく、アク、えぐみがなく美味しい。
- 4) 連作が可能になる。連作することにより、増産できる。また、根伸び、根張りが非常によく、旱魃、多雨、日照不足、冷害等強くなる。
- 5) 自然順応、自然規範、自然尊重を基本に自然界の仕組みを手本として農業技術の組み立てをしている。

農園主から自然農法を聞く 当日の視察参加した診断士メンバー



人参の自家採種の説明を受ける



慣行農法（通常農法）の畑



(3) 農業経営のポイント ～まとめ～

以上の視察の結果を踏まえて、この農業経営のポイントを以下にまとめる。

〔プラス点と留意点〕

- ・約 30 年にわたる試行錯誤の積み重ねによって自然農法が軌道にのっている。肥毒の洗浄には時間がかかり、急速な拡大は無理がある。しかしながら、
自然農法のさらなる一般化・展開のためには、農業技術のマニュアル化、I T 化、工程管理化が可能かどうかを検討する必要がある。
- ・自然農法作物の販売先は一応確立しているが、自然農法作物の供給可能量などの確認をして、さらなる展開・販売拡大のためにブランド化・一般消費者への認識の浸透などの活動が必要である。
- ・農園主は、「自然農法成田生産組合」のほぼ設立当時の主要メンバーであり、人との出会いやつながりを重視し、人脈を大切にしている。

〔対象のマイナス点と課題〕

- ・自家会計が不十分で、慣行農法と自然農法の実態が数字のうえで把握できていないようである。両者の収益性の把握が不十分のようである。これらの付加価値がどうなっているのか、収益性がどのようになっているのか、大凡の目処を付けることが大切である。

我々診断士として自然農法の技術面（慣行農法や有機農法との差異、工程管理化など）や展開可能性について研究し、何か貢献できるところがないか、検討すべきであろう。

（吉田幸輔）

4. スイカに特化する農家

(1) 概要

JR 八街駅から車で 15 分八街市の北部、富里市と酒々井町に隣接する住野地区に位置する K 農園を視察した。

スイカの施設栽培の苗を定植した直後の一段落したこの道四十数年の農園主の K さんにハウスの中でスイカの苗を見ながらスイカを中心とした露地野菜栽培と一部施設栽培を併用した農業経営について説明を受けた。

K 農園は、八街市周辺の伝統的な露地野菜栽培農家で現在は周辺の農業協同組合と合併していんば農業協同組合となった旧八街農業協同組合の組合員として農業協同組合（以下 JA という）の共同事業に積極的に参加し、共同事業を活用してきた農家である。

このことは、農業資材、種苗とも JA から購入して、出荷は JA の選果場とチャネルを使い、輸送も、そして代金の精算まで、モノ、カネ、ジョウホウ等なにからなにまで JA で完結するという JA 農家である。

経営規模も 2 ヘクタール弱という専業農家としては平均的な規模で、作付は春にスイカ、秋にトマトという営農スタイルは、伝統的な落花生、麦、サトイモ、サツマイモ等の作付から発展進化してきたスタイルで八街市周辺のごく平均的な農家のイメージでもある。

農業従事者は、K さん 60 代 50 代のご夫婦のお二人で、二人のほかは、お子さんが二人であるが後継者は今のところいないようである。

① 八街市のスイカづくりの歴史

八街市では戦前からスイカづくりが行われていたが、八街市住野地区では特に八街スイカの発祥の地と言われ、戦後の昭和 20 年代からスイカづくりが盛んになり、ここから隣接する富里市へ広まり、さらに富里市に来ていた熊本県の農業研修生によって出身地の熊本県へと広まっていったといわれている。

戦後の高度成長に乗って当時の八街産のスイカは、60 km から 80 km 先の東京築地市場や首都圏あるいは周辺の市場へと舗装もほとんどない悪路を生産者自ら馬力も積載量も不満足な輸送手段であるオート三輪、中古トラックを運転して、市場出しをした。

現在のように梱包資材もなく、畑から採果したその日のうちには車にバラ済みで積み込み出発という強行軍でしかも市場に到着するや、まともな市場内での翌日早朝から始まるセリに備えて、スイカひとつひとつバラ済みを行うという手間暇のかかる作業が要求されたのである。

当時のマーケットターゲットは、東京のお盆に消費されるスイカの需要ということで、とにかく 7 月 13 日までには東京市場に出荷しなければという命題のもとに、生産工程が組まれたようである。

現在は、ビニールで覆われたスイカづくりが常識となっているが、当時は、資材も不十分で保温や

霜よけにパラピン紙と篠竹でスイカの苗を保護して、とにかく 7 月の東京のお盆の需要に間に合わせるための生産調整が必死でなされたようである。

今では、スイカというとまず春先から出回る熊本産のスイカ、そして 5 月 6 月 7 月には富里産、八街産と 8 月近くなると長野産と東北産である。しかしながら、東京中央市場での建値が八街スイカとすることでスイカの本場八街を実感させられる。

スイカは、戦時中から戦後にかけて八街を全国的に有名にした落花生にとって代わる栽培作物として研究、栽培されてきて、落花生に変わり八街を代表する野菜に育ち戦後から昭和 50 年代まで八街産品の王者として君臨してきたが、永年の連作障害や消費者の嗜好の変化から一時の勢いに陰りが感じられて、スイカの裏作として導入されたトマトが現在はスイカにとって変わろうとしている。スイカ農家ではトマトの売上げの方が高く、表作となるほどである。

② スイカ栽培の工程

1 月の作業 上旬に、播種

JA いんば八街支所園芸連で、品種は「甘泉」に統一されている。

プラスチックの盆に床土を入れ、スイカの種をまく、電熱線を敷いた苗床を作り、発芽に必要な 30 度ぐらいに保った中にプラスチックの盆を入れ、発芽させる。これと同時に台木とするユウガオも発芽させる。

2 月の作業 上旬に、接ぎ木

台木のユウガオの成長点を取り、スイカの穂を挿し継ぎする。接ぎ木は病気に強い株を育てるために行う。

接ぎ木したユウガオを断根さし木を行い、これで丈夫な良い根がたくさん出る。鉢取りにして定植まで苗をこれで育てる。

3 月の作業 上旬に、定植

鉢取りした苗が本葉 5 枚ぐらいになったら生長点を摘まんで側枝を出す。スイカの定植を行うビニールハウスの中にマルチを敷き、さらにビニールトンネルをかける。こうしてマルチの中の地温を十分に取る。こうしておいてはじめてマルチの中に等間隔に定植を行う。

4 月の作業 中旬に、交配

雄花の花粉を雌花に人工交配する。手作業で行っていたが、ミツバチによる交配作業も取り入れられて確実な交配作業が進められている。受粉して着果した果実には交配印がしるされる。

5月の作業 下旬に、玉直し

スイカの色むらや形を整える目的で、果実の下にプラスチックの皿を敷いてまっすぐに立たせてまんべんなく陽があたるようにして色むらをなくして、いびつな形を整えて、出荷に備える。

6月の作業 上旬に収穫・調整・出荷

ビニールハウスのなかでスイカのつるを切って、外に運び出す。ハウスの中では一輪車に積み、ハウス外へ運び、そこから軽トラックに積み替えて作業場まで運ぶ。作業場内ではスイカを磨き、等階級に分ける。選別の終了したスイカを等階級別の段ボールに詰めて出荷する。

(2)K 農園の営農実態

K 農園もスイカ栽培の工程にほぼ沿った形でスイカづくりは進められていく。2月20日に苗の定植を行い、ミツバチを購入して交配をして、5月下旬には出荷する。銘柄はJA いんば八街支所が力を入れる「祭ばやし 777」で肉が厚く、糖度が安定している。

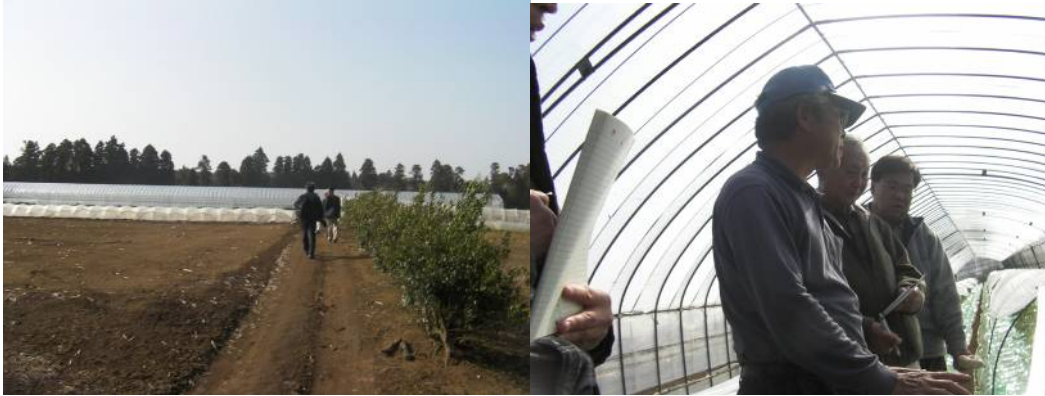
食味がよいと市場関係者、消費者に受けが良い絶品のスイカである。出荷は、全量がJA いんば八街支所経由での東京中央市場、都内スーパーである。

定植してからの50日での適期に出荷できるかが決め手となる。食味が良いとの目安となるのが積算温度である。50日間の平均温度が20度ということで雨が多い年は糖度が上がり食味が今一つとなる。売り上げはいまだに天候に大きく左右される。ちなみにスイカは新規就農者には難しく、長年のノウハウと技術が必要とのことで栽培には職人技が求められる。この面では農園主はこの道四十数年での確かなノウハウと経験に裏打ちされたものがある。

ただ、販売のチャネル開拓とかマーケティングとなるとスイカのプロ農家も現在はお手上げで、JAの職員の現地調査に頼りきりのようだ。

K 農園は、7月中旬露地のスイカの出荷が終わると、7月上旬に播種して鉢上げしていたトマトの苗を7月中に定植して、さらに人参の播種、8月にはビニールハウス内でのトマトの支柱への苗の誘引作業と側枝かき作業、防除作業、トマトの着果作業等暑い中での作業が続く、9月にトマトの収穫が始まり11月下旬まで続く、さらに11月には人参の収穫が12月まで続き、年が明けるとスイカのハウス準備、苗づくりと1年間休む暇もない。

スイカ、トマト、人参の施設、露地栽培のJAを通じた販売のほかに数年前より近くの大型店の駐車場で朝市に出品して野菜の販売を通年で行っている。この出品にしてもJAの斡旋事業によるものである。



スイカ栽培のビニールハウス

ビニールハウス内でスイカ栽培の講習を受ける

(3) まとめ

スイカづくりは、永年のノウハウと経験に支えられた新規参入者が短期に参入できるものでない参入障壁の高い、既存の営農者にとっては、誠に居心地の良い職域ともいえる。

スイカを中心とした営農、例えばスイカとトマトと人参とその他生姜のような野菜を組み合わせた営農は、比較的所得の高いものである。3000 平米の施設によるスイカと裏作のトマトづくり、70 アールの露地スイカ、50 アールのその他露地野菜を 2 人の従事者で、ここには若干の助成金と朝市での売り上げが含まれているが、所得 650 万を超えるものがある。

この営農スタイルは、JA の指導体制でのもので JA から外に出るものではない。しかし、スイカの裏作のトマトが売上では上回っていることに示されるよう、さらにはスイカ自体が重量があり、かさばり、消費者にも生産者側にも厄介なものになりつつあることに目を向けるべきであり、マーケティング面での新たな対策を JA に働きかけることが求められる。しかし、十分に応えられない事態であれば、自ら対策を講じていくことも必要である。

スイカに頼る営農から徐々にトマトと並ぶもう一つの柱を模索すべき時期にはいつていると思われる。このようなときに、JA の斡旋による大型店の駐車場での朝市への出品は、今はまだ、その販売高は比較的低いものであるが、直接、消費者へアプローチする販売スタイルで、販売チャネルを今以上に拡大していくうえでも、貴重な販売ノウハウの蓄積と確立の場面として重要視すべきである。

後継者は、現在、確立していないが、スイカづくりは、永年のノウハウと経験がものをいうという強みを活かして、後継者づくりにも取り組むことが望まれる。

若く、体力がある後継者であれば重量のあるスイカづくりにも苦はないし、新たなマーケティングにも意欲的に取り組むことが期待できる。栽培ノウハウ等の経験豊かな現業者と若い後継者が一緒になって八街特産の新たなスイカづくりに取り組んでほしい。

(鈴木慶夫)

5. 都市近郊の大規模農場をめざす農家

今回紹介する事例は、①商業都市近郊で、遊休地の開拓による大規模農業を営み、②積極的に規模拡大や直売所の運営参加③地の利を生かした情報発信を行う事例を紹介する。

(1) 概要

県下でもトップクラス、100 ㌧以上の作付面積を誇る農家である。代表の A 氏は、産業としての農業に意欲的に取り組んでいる。

A 氏は農家の長男として就農し、一度、他の業界へ就職したあと再び就農した。その後、農業技術を高めつつ、規模拡大へ取り組みを進めてきた。また消費者との関係性を重視して、機関紙・PR 紙発行し、消費者への情報発信にも取り組んでいる。平成 15 年より遊休土地の開発を行い、大規模農場へと展開している。

① 労働力

家族：本人、妻、次男、長女

雇用：常雇 14 名

② 経営面積

水稲（52ha）小麦（25ha）馬鈴薯（7ha）

作業請負：水稲 57ha 小麦 10ha 馬鈴薯 3ha

③ 販売先

農協、穀物店、スーパー、病院老人施設、直売所、学校給食

(2) B 地区開発事業

A 農場のある B 地区は、ゴルフ場建設のため農地が買収されたが、建設計画がバブル崩壊により頓挫し、長らく放置され、不法投棄などにより土地が荒れていた。A 氏は荒れた農地を元に戻すため、平成 15 年に市から約 5000 万円の援助を受け、地権者 200 人との調整の後、A 農場を設立した。

翌年、平成 16 年に B 地区 108 ㌧の耕地化へ向け始動した。当時の状況はトラクタの背丈を超えるヨシが生い茂る荒地であった。そのため、作業は困難を極め、外部へ委託すると莫大な費用がかかる事が見込まれた。そこで、A 氏は、草刈り、耕起、整地作業には自ら資金を借入をして、重機を購入した。そして、自らの手で排水溝を堀り、整地する地道な作業を行った。これにより、比較的低予算で開拓を行うことに成功した。

B 地区の開発を行う前から、近隣農家の作業請負も積極的に行っており、技術の蓄積だけでなく、近隣農家の信頼を得ている。これにより、土地の権利関係の交渉を円滑にすすめ、農地取得の容易さにつながっている。

沿革

平成 15 年 農協関連者等と「A 農場設立」

平成 16 年 B 地区の草刈り、耕起、整地作業開始

平成 17 年 水稻 5ha・馬鈴薯 5ha・大豆 1ha の試験栽培開始

平成 19 年 水稻 21ha・馬鈴薯 5ha・大豆 2ha 他の栽培

平成 22 年 水稻 41ha・馬鈴薯 5ha・小麦 15ha

(3) 農業経営の特徴

① 生産方法

B 地区の農地の特徴として通常の農家の区画と比べ倍以上広いことがあげられる。これにより効率的に作業することが可能となっている。しかし、整地時、各水田の高さを合わせるため、土地表面を削っているため、収量はまだ充分でない。水稻はハイブリッド米のみつひかりを使用しており、通常の品種より多い収穫量が見込まれる。排水性の改良により乾田直播、湛水直播などの栽培方法を採用しており、区画の大型化による効率的農業を目指している。

乾燥と貯蔵方法は、自然乾燥に近い累積攪拌乾燥法で、生粳に定品の風を大量に送りじっくりと乾燥させて仕上げて粳のまま貯蔵している。そうすることで温度や湿度の影響を最小限に抑え、食味の低下を防ぎ、年間を通じて新米の香りのするおいしい米作りをしている。

平成 12 年より JAS 認定の「有機米コシヒカリ」生産を始め、平成 17 年からは一部の水田を除き「ちばエコ米」にも取り組んでいる。

労働力としては、社員 10 名と次男、長女などであり。後継者問題もクリアーしている。



A 農場の水田の様子

② 販売、地域との交流

販売先は、農協、コメ小売店、米卸（牛丼チェーン向け）である。「市民のふれあいの場、憩いの場として親しまれる農場」、「有機栽培、低農薬栽培を取り入れ市民に安心して食される農産物の生産と学校、福祉施設等への食材の提供」として、数々の活動を行っている。都心からの立地の良さから、観光資源としての潜在的な力をもっている。

③ 事業拡大のメリットとデメリット

A氏のインタビューでは、大規模農場を目指すため借入金が多いから大変とのことだった。確かに大型機械の導入や大規模開発には資金面での負担というデメリットはある。しかし、後継者問題もクリア（次男夫婦が就農している）しており、将来的な世界的な食料不足問題などの機会を活かした、産業としての農業を行うことができるメリットがある。貿易自由化による国際競争に対抗できる資源、技術、条件等がA農場には備わっているといえよう。

A農場は耕作面積が100ヘクタール以上あり、県内でも有数の耕作面積を誇る。北海道の農業経営体と比較しても遜色ない規模である。そのため、耕作面積の広さをいかした効率的農業や収量増加、作業労働時間短縮化が期待できる。また、都市近郊という立地の良さを活かした、観光型農業や体験農業が可能である。

一経営体当たり経営耕地面積（農業経営体）

全国平均	2.19ha
千葉	1.65ha
都道府県	1.59ha
北海道	23.49ha

(4) C 農産物直売所

運営母体は株式会社Cで、近隣農家が十数軒が集まり事業を開始し、現在200数名の生産者が参加している。A氏が中心となり運営を行なっている。

消費者の顔が見える売り場を持つことで、消費者のニーズ（安全・安心など）や生産者の情報の発信基地を目的としている。また、生産地と消費地でもあるメリットを活かして、都市型農業を展開し、それにより農家所得の向上をはかり、地域の農業が今後数十年にわたって、活性化していくことを目指している。

事業としては、市場価格を調べた上で、価格の上限下限を決め、生産者が自ら自由に価格を設定し、農産物及び加工品を直接店舗に搬入し、C直売所で販売する。会費は年間1万円、販売手数料は農作

物 15%、加工品 20%である。

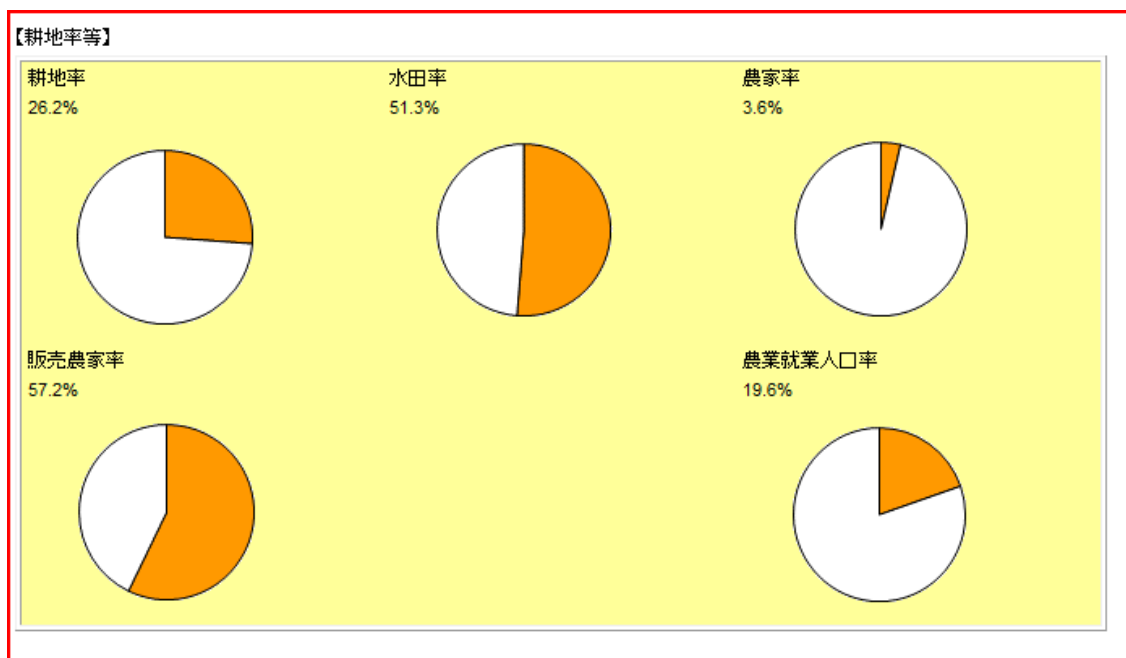
顧客は近隣住民が多く、日常的な買い物需要を満たしている。客数は 1500 名から 2000 名、客単価は 1700 円程である。強みは生産地の近さから鮮度である。顧客は生産者の名前で購入することができる。生産者はこの直売所で 1500 万円位多く稼ぐ人が多い。売り上げの大半は午前中の 3 時間で占めている。顧客のクレーム処理はこの直売所が受けて、迅速に処理を行なっている。

また、A 農場と同様、体験農業でじゃがいもの収穫や田植え、などのイベントの実施、学校給食への食材の提供、行政等の農業に関するイベントの参加など、体験型農業などの取り組みにより、地域への貢献を行なっている。今後、各直売所間の競争が激しくなると予測されている中、このような消費者へのアピールなどして差別化を図っている。

(前林太郎)

6. えだまめのオーナー制度に取り組む農家

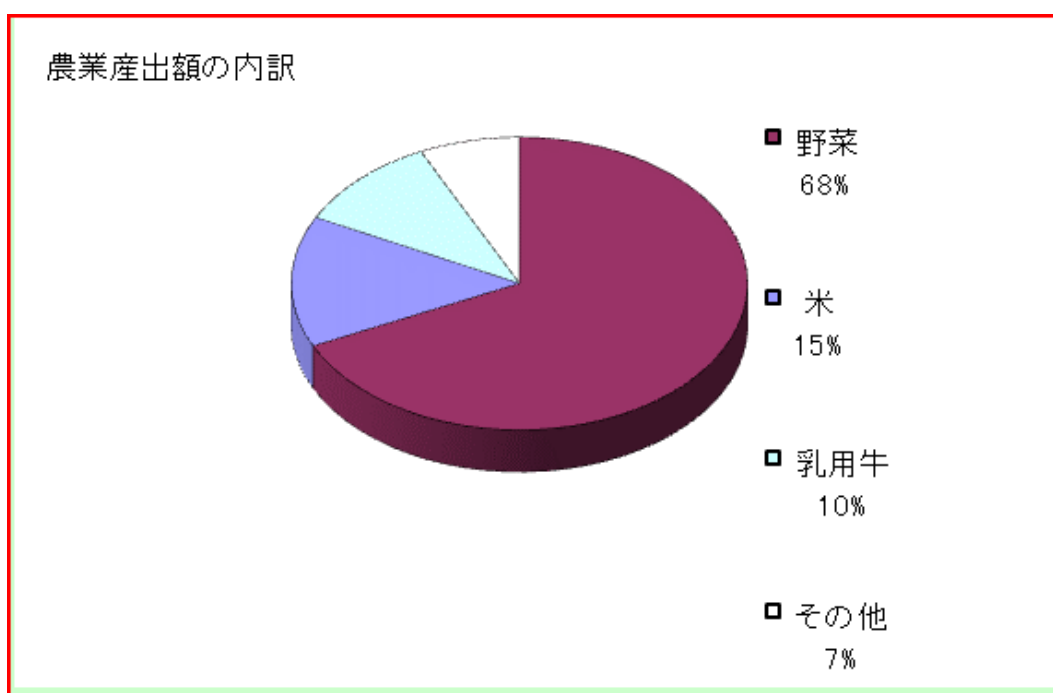
(1) 千葉県野田市の農業の概要



上図のように、水田率も高く、多く農家が水稲＋野菜という経営形態をとっている。

また、都心から30km県内という立地にもあり、首都圏の農産物の供給基地の一端を担っている。

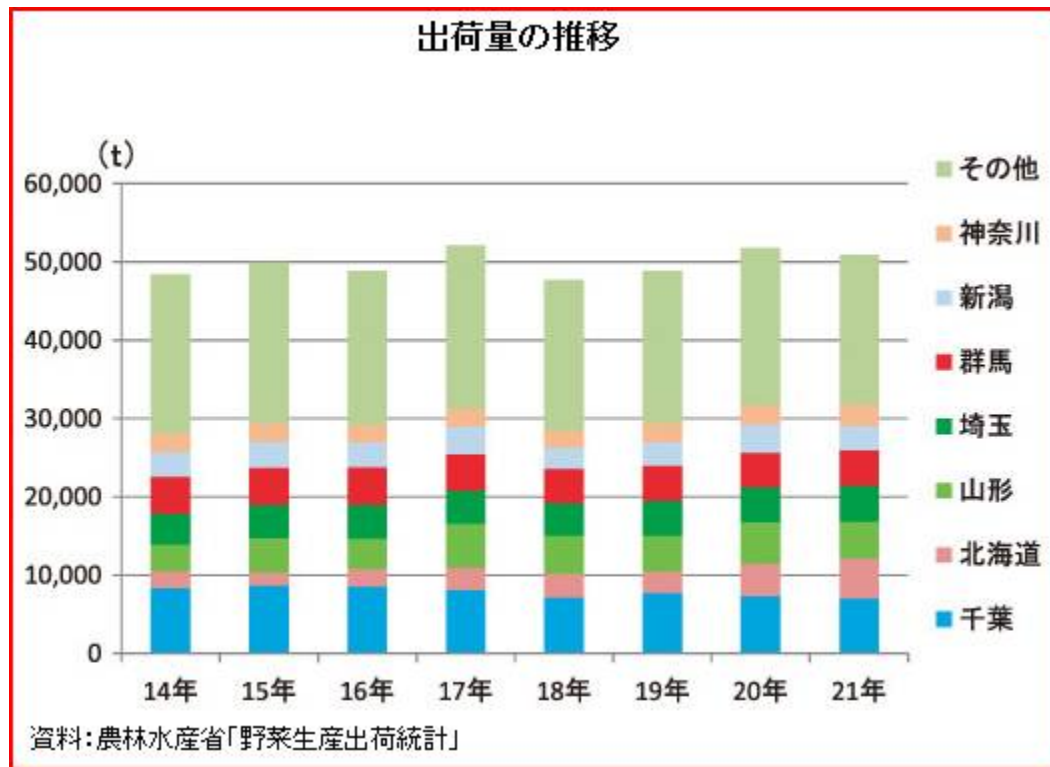
稲作経営の組織化を図っており、市内各地に転作を主とした営農組合が展開され、水稲と麦、大豆のブロックローテーションが行われている。また、北部地域（旧関宿町）では酪農も盛んに行われている。



(2)野田市のエダマメ

視察は、野田市のエダマメ農家を視察した。

千葉県のエダマメ出荷量は全国1位で、その中でも野田市は、最も多くの出荷がされている。野田そのエダマメは、5月から8月までが中心に栽培されている。



えだまめは、大豆の未熟な実を枝つきのままゆでて食用にしたことから、この名がついた。かつては田のあぜなどに植えられ、あぜまめとも。えだまめとして食べる習慣がいつ始まったかは不明だが、江戸時代には夏にえだまめ売りの姿が見られたという。

野田市は古くから、キッコーマンの企業城下町として知られ、多くの兼業農家がこのエダマメの産地を支えてきた。

(3) A農園について

今回訪問した、A宅も兼業農家で、御主人はキッコーマンに勤めており、現在は、退職し家業である農業を行っている。

対応していただいた、伸子夫人は、農村婦人活動で大きな功績をあげてきており、野田市加工研究会で種々の農産物の加工に携わってきた。みそ、すし、まんじゅう、太巻き寿司などを、夢アグリ(農産物直売所)で販売している。今に言う、6次産業化の先駆けである。

主力生産品目のエダマメは「京極」「京娘」「福だるま」などの品種を中心に栽培している。は種は2月25日から行い出荷は5月16日～7月20日までである。

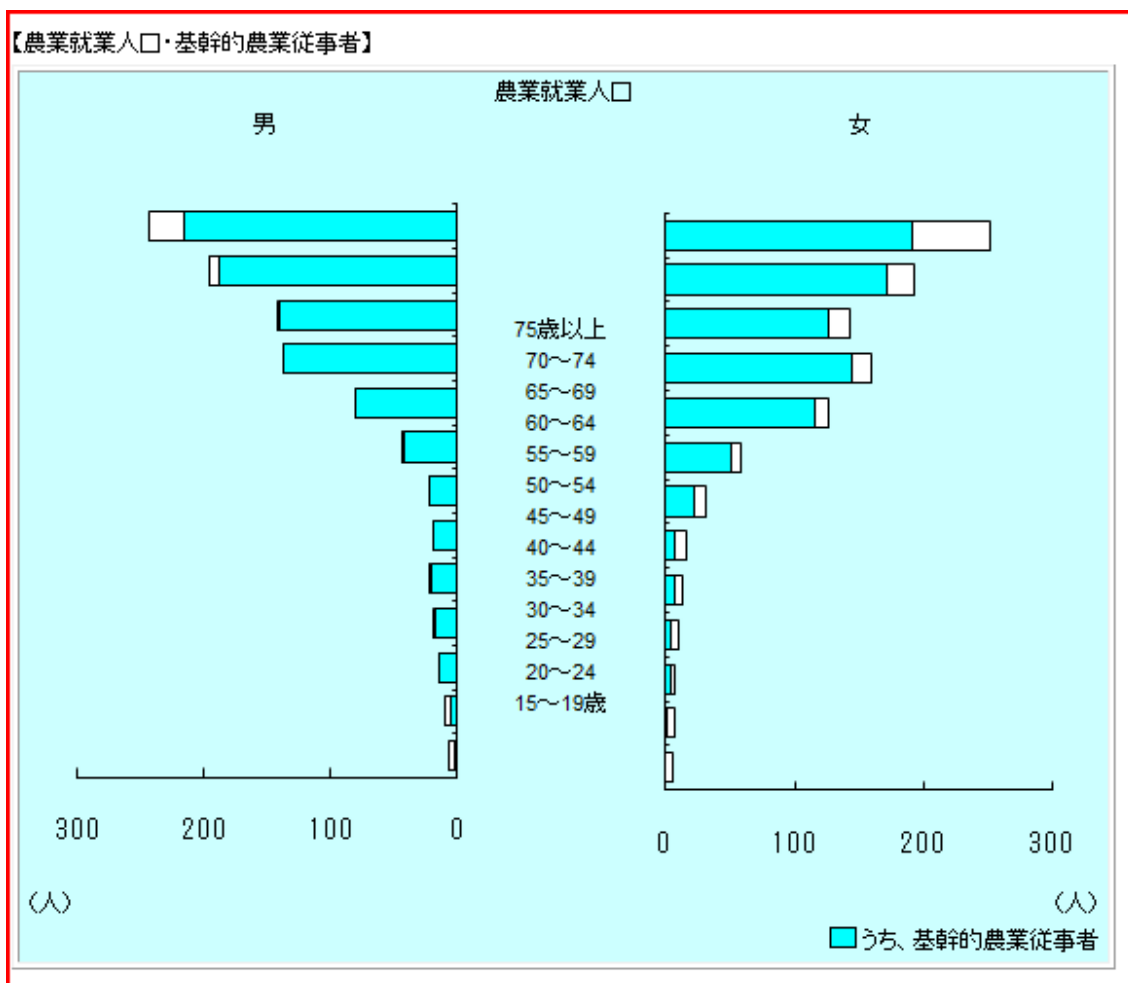
出荷は、いなげやとの契約や公設卸売市場出しの他にオーナー制も取り入れている。

オーナー制は、60区画(6畝)で、1区画45～50本。1区画当たり3,000円の料金設定である。PRは市の広報誌や、市のコミュニティバスである豆バス、他に口コミが多く、500件のオーナーがおり、まだ増やして行きたいとのことであった。

加工については、各自会員が行っているが、今後、莢まで混ぜた「あん」を作ろうと研究中である。

野田市は現在農農業の縮図のように兼業農家が多く、高齢化と後継者がいないことが問題でこれからの農業振興をどのように行うかは、市の担当者でもはっきりしていないとのことであった。

野田市の農業就業人口・基幹的農業従事者数は次ページの通りである。



(4) オーナー制のメリットとデメリット

A農園をはじめとした野田市のエダマメでは「オーナー制」を取り入れている。

エダマメの一定の栽培区画を決め、一般消費者へPRし、播種から収穫前の管理は担当した農家が行う。消費者は、自ら決められた区画のエダマメを一定の価格で買い取るというシステムである。古くは「畝売り」という形で東葛飾地域に存在した方法である。

メリットとしては、消費者に収穫の喜びを体験してもらうことができる、農家自身の収穫作業の手間が省けるということがある。

一方、デメリットとしては、農家しか入っていけない農地（トラクタなどのみ）では実施できない、PRの仕方に工夫が必要である（オーナー制を知らない一般消費者）、農家の目に届かない農地での場合、他人の畑を荒らす場合がある、収穫時に自家用車で来園してもらうと、道幅が狭く交通障害になる（農道は一般的に狭い）などがあげられる。

従って、産地の農家全員が一斉に取り組むことは困難で有志だけの取り組みとなっている。

(桜井圭)

7. 米の生産、及び加工を行っている農家

(1) 事業の概要

農圃は水田面積約 30 h a 余りで、印旛沼と利根川に囲まれた比較的低地にある。そのために、地下水位が比較的高く水稻に適しており、野菜などの栽培には適していない。

農園主は、丁度働き盛りの年齢で農業経営の経験が豊かである。親の代から習志野市の JR 主要駅付近にて行商や露天商を営み、かなり以前から加工品の販売経験があった。この加工品販売のノウハウを活かして加工所の許可を取得し、現在 4 店舗以上で販売をしている。この加工品（煎餅など）の販売高は 1 千万円超となり、水稻や作業受託などを含めて数千万円になってこと等を踏まえ、法人化の予定である。

後継者も育っており、今後さらなる発展を目指している。課題としては、売上高の拡大と収益性の向上、後継者への継承などである。

(2) 事業の報告

以下に訪問してヒアリングを行った結果を報告する。

① 米の加工・販売の開始は親の代から習志野市の主要駅周辺において行商や露天商を営み、相応売上高を確保していた、経験・実績が基になっている。加工所の許可を取得し、J A の直売所など現在 4 店舗ほどで販売をしている。露天商の場合は駐車違反に問われたりしたこともある。行商については当時許可の必要はなかった。

当初、餅、赤飯、漬物などであったが、加工機械の導入を行いおにぎり、あられ、団子、味噌などに品目を拡大した。これらの販売店は J A の直売所など常時 4 店舗に加えて、他の個所でも随時販売を行っている。売上高は年 1 千万円超である。あられについて、地域では独占状態を維持しており、ここまでもってくるのに約 3 年かかった。もち米を使用し、賞味期限が短いというのが特徴である。

また、煎餅については、生地（材料）の形で供給しており、委託加工を行っている。煎餅は賞味期限が長く、かつ劣った米（安い米）で製造できるので付加価値が高い。ただし、現時点では、加工所で製造することは考えていない。

製品には、製造者名（・・・）を明記して販売している。

現在一部宅配など行っているが、さらなる販路の拡大を目指している。

② 水田は面積約 30ha 超で、水稻の売上高は凡そ年間 2 千万円以上となっている。数 ha は所有地であり、残りは借地であり、地代は年数百万円に上っている。この地域では、トップクラスの経営規模となっている。J A には少し販売しているが、頼っているわけではない。また、TPP につい

ては、特に脅威を感じているようには見えない。

水稻に関しては、ふさおとめ、コシヒカリなど粳6品種と糯の構成で、作期を分散している。田植え時に基肥一発肥料（軽量タイプ）の側条施肥を行っている。

加工米販売について「株式会社大地の恵み」と契約栽培しており、生産米の安定販売に寄与している。

米のブランド化に関して農園主は信州・東御市の長井農場の事例を参考にして模索中のようなのである。

③ 現在、米生産について第6次産業化というコンセプトで米の生産にプラスして加工と流通を取り込むことによって次期の展開を模索している。ただ、この件に関しては、NPOなどコンサルタントは入っていない。

〔第6次産業化〕とは、

六次産業は農畜産物の生産だけでなく、食品加工（第二次産業）、流通、販売（第三次産業）にも農業者が主体的かつ総合的に関わることによって、加工賃や流通マージンなどの今まで第二次・第三次産業の事業者が得ていた付加価値を、農業者自身が得ることによって農業を活性化させようというものである。

例えば、農業のブランド化、消費者への直接販売、レストランの経営などが挙げられる。コンセプトやスローガンとしては非常にわかりやすいが、いかにして実践していき、この目標を達成するかが最大の課題といえる。

6次産業は加工、流通を複合化させるという視点がより明確である。

④ 農園主の代において農業経営の多角化ができたのは、人との出会いやつながりを重視し、人脈を大切にするという人間性が効を奏したようだ。本人は運もよかったと言っている。

⑤ 遠赤外線乾燥機、放冷タンク、粳摺り機、色彩選別機等の機械類に多額の投資を行い、全体で1千万円以上に上っている。この機械類(以下の写真に示す)を用いた作業の受託を行っており、年数百万円以上とかなりの売上高に達している。今後、この機械類を有効活用した作業受託の拡大が一つの目標となっている。当座の目標としては20~30%以上である。

この機械設備類のさらなる活用をして農家経営の差別化を目指したい。

この他にトラクター、田植え機、加工所、建屋など減価償却資産があるので、年間の減価償却費の計上額は数百万円にのぼる。

遠赤外線乾燥機、放冷タンク、粃摺り機、色彩選別機等の機械類（その１）



遠赤外線乾燥機、放冷タンク、粃摺り機、色彩選別機等の機械類（その２）



⑥ 経営形態などについて

現在の労働力は、農園主に加えて、父母、長女、パート（常時２名＋臨時３名）であり、さらに作業者を雇うことを考えている。

なお、土日の作業補助には妻と次女が可能である。

農業会議など指導もあり、法人化の予定である。

売上高の拡大や収益性の把握のためには経理内容の明確化が必須である。このために、農園主は記帳と税務関係のアシストに税理士などの関与を期待している。ただし、農園主は、委託する業務の範囲と報酬に内容が不明である点を懸念している。当初は専門家の指導を仰ぐにしても将来は自家会計化を目指すべきでと考える。

この点に関して、診断士としてなんらかの方向づけ（指針）をすることが考えられる。

農園主は現在働き盛りの年齢だが、次世代（長女）へのバトンタッチを念頭において、「家族経営協定書」を締結した。この協定を土台にして「農業経営改善計画」の認定の共同申請を行った。

今後の農業経営のあり方、作付け面積を増やすか、機械類を活用して受託作業を増やすか、いかにしてブランド化など達成して付加価値を上げるか、など次のステップで何をやっていったらよいか、模索中である。診断士としてその方向づけを共に検討することができるか、がポイントである。

〔農業経営改善計画〕とは、

農業経営基盤強化促進法に基づく認定農業者になるために市町村に提出する計画のことで、農業経営の現状、5年後に実現を目指す農業経営の改善に関する目標、目標を達成するためにとるべき措置を記載する。市町村から認定を受けた認定農業者には、低利資金の融資スーパーL・S資金、農業者年金の保険料助成など施策がある。

(2) 経営のポイント ～まとめ～

以上の視察の結果を踏まえて、この農園の農業経営のポイントを以下にまとめる。

〔プラス点と留意点〕

- ・ 水稻の生産と米の加工品に注力しており、地域ではトップクラスの売上高を達成している。
- ・ 家族経営協定書を締結するなど、次世代へのバトンタッチの準備をしている。経営移行へのマイル・ストーンを具体的に作成して、それに従って行動することが必要である。
- ・ 補助金なお公的な助成制度を有効活用している。逆にいえば、補助金に収益のかかなりの部分を頼っているようである。
- ・ 人との出会いやつながりを重視し、人脈を大切にするという人間性が効を奏したようだ。

〔対象のマイナス点と課題〕

- ・ 自家会計化が不十分で、農業経営の実態が数字のうえで把握できていない。収益性の把握が不十分のようである。この際に各仕事（水稻、加工品、受託作業、・・・）の収益性がどのようになっているのか、大凡の目処を付けることが大切である。

自家会計化に向けた具体的な取り組みが必要である。

- ・ 現状で次のステップとして何をやるべきか、方向づけが大切である。我々診断士としてもこのステップに参画して役立ちたいものである。出荷する農家から売る農家へ！！

とりあえず、考えられる方策としては、加工品の製造品目拡大、加工品の宅配などによる販路拡大、機械類を活用した受託作業、などが考えられる。

（吉田幸輔）

8. 他産業から参入しオリジナル商品を持つ農業生産法人

(1) 概要

① 農業への新規参入

農業への他産業からの新規参入が要望されているが、採算ベースに乗せるには、農業固有の様々な課題があり、それらを克服するための努力と知恵が必要で、一朝一夕でなるものではない。健康食品から参入して、企業家の発想で農業を事業として軌道に乗せた事例を研究することにより、そのK F S (Kee Factor for Success)の一端を明らかにすることが目的である。

② 会社概要

社名	他産業から参入しオリジナル商品を持つ農業生産法人E	
設立	昭和57年	
資本金	1,000万円	
事業所	本社兼農園本部 千葉県八街市 東京支社、千葉工場を持つ	
	関係会社 G食品株式会社 千葉県東金市	
	関係会社 農産物直売所H 千葉県八街市	
役員	取締役会長 I氏	
	代表取締役 J氏	
業員数	70名	
取扱商品	生鮮野菜	江戸菜（えどな）、赤軸サラダほうれん草、大江戸大根、江戸人参 黄色、大江戸スカッシュ、八街産落花生、紅芯大根、スカッシュ雄花・実花スカッシュ
	加工食品	江戸菜漬、江戸菜漬わさび風味、大江戸大根白醤油漬、大江戸大根千枚漬け、江戸菜パウダー、江戸菜カット

③ 商品図 商品開発の軌跡

他との差別化をはかるため、商品開発には力を入れており、堅実な成長の基盤となっている。

主な当社オリジナルの栽培商品の例は以下のとおりである。（写真は当社ホームページより）

江戸菜（えどな） 種から自社で手がけているオリジナルのオンリーワン商品		大江戸スカッシュ オリジナルのジャンボサイズのズッキーニ。和食や中華にも使える。	
--	---	---	---

大江戸大根 オリジナルのジャンボサイズ。サイズは大きい、大味ではなく、甘みがあり、シャキシャキとした食感。		スカッシュ雄花・実 花スカッシュ めしべを取り除き中に詰め物をして揚げると美味しく食べられる。	
江戸人参 黄色 サラダの彩りとしてオレンジの人参と合わせて使う。味も甘みがあって、人参特有のにおいが少ない。		江戸菜漬 江戸菜と天塩だけで漬けたシンプルな漬物	

④ 主な経歴(当社ホームページより)

昭和 59 年 5 月	植物発酵食品・万田酵素販売事業部を開設
昭和 61 年 4 月	社名を株式会社 F に変更。事務所を江戸川区に移転
平成 9 年 2 月	生鮮販売部門を独立し有限会社 K を設立
平成 11 年 9 月	有限会社 K を営業譲渡し、江戸菜課を開設
平成 11 年 11 月	千葉県東金市に千葉工場（江戸菜集荷センター）を開設（敷地 1,800 m ² 建物 630 m ² ）
平成 14 年 11 月	千葉県八街市に農地を取得（F 農園 敷地 23,100 m ² ）
平成 15 年 11 月	伸展に伴い千葉工場敷地内にカット・漬物工場を開設
平成 15 年 11 月	伸展に伴い機械製作部を開設（本部農園内に工場竣工）
平成 17 年 11 月	農業生産法人を取得
平成 17 年 12 月	本社を千葉県八街市に移設
平成 18 年 7 月～	ちばエコ農産物を以下の順で取得
平成 19 年 12 月	江戸菜・青香菜→大根・赤根ホウレンソウ→ズッキーニ→人参
平成 21 年 3 月	食品加工部を独立し、G 食品株式会社を設立
平成 22 年 2 月	農産物直売所 H を開店

⑤ 参入の発端

経営者 I 氏は宮城県で両親が開拓に入り、元々農業への関心はあった。また、健康関連会社を経営し、黒酢、化粧品、医療機器の訪問販売で健康には関心が高かった。

このような中で、異業種交流会で小松菜の漬物の事業を思いつき、専業農家の紹介を受けて取り組みの中で、野菜の本来の能力が出ていないことに気がつく。

⑥ 戦略商品である新しい小松菜栽培への取り組み

そこで、育成に万田酵素を用い、規格外のジャンボ小松菜をつくることに取り組み、食味、色感をあげることに成功した。プロの料理人にはこれがわかってもらえたので、販売は業務用に対象を絞ることにした。

業務用なので安定供給がカギと考え、最初に決めた価格で通年供給、これにより、ユーザーの生の声も聞くことができ、改良、改善につながった。従来、青菜は大半が小松菜と呼ばれて来たが、これを、「江戸菜」と命名、商標登録した。

現在は2千数百社の取引で、年率で手堅く5～10%の売上を伸ばして来た。

⑦ 資金

- ・前会社の退職金を投資。また、金融機関からの借入、助成金も活用している。
- ・社債の発行も考えている



農園 江戸菜栽培

(2) 事業のスキーム

① ビジネスモデル

ビジネスモデルは以下のとおりで、「作る、運ぶ、使う」の三位一体の仕組みでお客に届けており、他の生産者に対して優位性を持っている。この仕組みを継続的に、手を抜かずやり切ることが重要と考えている。

つくる	→	流通	→	使う
・食味、食感を上げる ・通年の安定供給		・洗いこみ ・縦にして袋に詰め て搬送し、鮮度を保つ ・自社搬送が基本+宅急便		・鮮度が保たれている ・価格がkgあたりにすると一般の小松菜と同じくらい

② 運営

1) 機械化

品質向上、効率化のための機械化は農機具を社内で製作し、独自の工夫で差別化を進めて来た。そのために、設計、機械、システム、製作のために企業をリタイアした社員4名を採用している。これにより、リタイア組への生きがいも提供している。

機械は旋盤、ボール盤などの中古品を購入して活用している。

2) 品質

品質は土作りが最大のカギで、これができていれば品質と収穫量の安定につながる。そこで、地中の微生物を活性化するために酵素の散布を行っている。

大きくするには時間がかかるので、太陽エネルギーを植物がいかに自分のものにするかがカギと考え、微生物の分解組み立て作用の活性化で早めている。

3) 耕作

農業生産法人取得までは委託方式をおこなっていた。

現在は、耕作面積は1万坪のビニールハウスで通年供給をおこなっているが、一部は近隣農家と独立した社員に外部委託もおこなっている。

4) 営業

営業は子息を含めて3名でおこなっている。販売の基本的考え方は「モノより作った人の思い+価格+品質」と考えている。自分たちの作ったものを売るために、東京に場所を借りて軽トラックバンでの販売で月数百万円の売上を上げている。また、駅の通路の物産販売にも出店している。

5) 直売所

立ち上げたが収益的にはこれからという段階にある。今後の課題だが、いずれ見えてくると考えている。

(3) メリット・デメリット

① メリット

1) 従来の就農者の枠にとらわれず

農業にまったくかわりのない経営者が立ち上げた農業経営で、従来の発想にとらわれず、大胆な手法で事業を切り開ことができる。

2) 参入の入り口の絞り込み

参入の入り口を「江戸菜」という戦略商品とし、出口を一般消費者、小売店でない「業務用」に絞って安定的な売上が確保している。

3) 耕作と配送の工夫

オペレーションは通年供給の耕作の仕組みをつくり、鮮度を保つ配送方法、効率化のための機械・器具の自社製造工場での製作など様々な工夫で効率的・効果的な運営を可能にしてい

4) 低コスト経営

経費は無駄な費用は一切使わず、中古工作機械の活用、高齢者の活用など徹底した低コスト経

営をはかっている。会長の給与も数万円としている。

5) 経営者の夢

経営者のアイデアあふれる経営スタイルと成功させるための情熱が成功に導いたといえる。結果として、経営の基本である、新製品開発、マーケティング、効率化を確実に行って経営している。将来の夢は、「この事業を売却しても、さらにそれを上回る社会的事業を興したい」とし、農業を事業と割り切っているのが特徴である。

② デメリット

1) 事業の急速な拡大

事業として比較的順調に來ているが、直売所、加工品の開発など新たな事業への意欲が強く、拡大に伴う管理体制の確立が必要となる。

2) 後継者

現経営者のカリスマ的な力で動いている会社であり、後継者の育成が急務となる。子息が営業を担当しており、後継者となる見通しである。

(4) 今後の課題と展開

今後の展開は新商品開発と販売、耕作方法と考えており、以下の取り組みを行っている

① 新商品開発・新マーケット

野菜の開発	・作ってほしい作物の要望はいろいろあるが、3年待ってもらい、安定供給ができるようにしてから販売を考えており、いろいろを温めている。例えば、ズッキーニ&とその花（最近商品化）。
加工品	・八街産ピーナツを原料にした味噌や納豆、もやしの開発が進んでいる。これには補助金を活用している。 ・八街産小麦によるうどん、ラーメンの開発も進んでいる
農産物直売所	・一般消費者に市場を開拓すべく、直売所を開業したが、これから軌道に乗せる段階で、新商品開発、他農家の参加などの施策が必要になる。

② 耕作方法

病害対策	耕地増加による草取りの労力がたいへんであるが、千葉エコを取得することにより、利用者に安心してもらえる商品を提供して。病害対策は、トマト、キュウリなどの「うどんこ病」の退治の実用化が進んでいる。
農器具の開発	作物種類の増加に伴う、農器具の開発を自社工場で行っている。

(福塚義雄)

9. 慣行農法（通常農法）による 100%庭先出荷を実現した農家

(1) 概要

A 農園は北総台地の中心地でもある八街市のうちでも山武市山武地区に隣接した県道 45 号線沿いの平坦な台地に位置している。県道沿い立地を生かした 100 円野菜の簡易売り場と野菜売り場ののぼりがまず目に入る。

大谷石の倉庫と大きな農家づくりの母屋と野菜出荷の作業所とこれらを囲むように丁寧に管理された畑がぐるりと存在する。昔ながらの農家のたたずまいである。

しかし、JR 八街駅から車で 10 分のこの地区でも倉庫、工場、野球グラウンド等の建設が進み、数十年前の農村地区から若干環境は変わってきている。

A 農園では、2ha の畑のうちすべて庭先出荷の野菜等の通年栽培にあてて、栽培をしている。作物は、大和いも、トウモロコシ、さつまいも、枝豆、ジャガイモと目新しいものは何もない。近隣だけでなく、遠く東京、県内東葛飾地区、千葉地区他全国からのリピーターに支えられて 100%庭先出荷（100 円野菜市も含む）と宅配便販売を実現しているのは、丁寧に生産された出来の良い、新鮮でおいしい作物にあるようだ。お中元、お歳暮等の贈答用に好評でこれが販売の主力となっている。

試行錯誤の連続の末にやっとこの営農スタイルを築くまでには、数十年の歳月がかかったと農園主の Aさんは往時を振り返り、苦労話を語ってくれた。

昭和 40 年ごろまでは、JA や地元市場に出荷する普通の農家で、それで十分な利益も出ていたが、スーパーマーケットが八街市にも出店し始めてから販売価格の下落等農家を取り巻く環境が大きく変化したという。

販売価格が下落したために、新たに販路を周辺のゴルフ場の売店に求め、さらには県道沿いの立地を生かした 100 円野菜市へのチャレンジを続け、やっと栽培作物を絞り込み、徐々にリピーターを増やすことができたことが現在につながっているという。

主力である大和いもは、冷蔵庫に保管して、1 年中出荷できる体制を確立し、トウモロコシは毎年、甘い味身の新種の導入に心がけ、一本一本支柱を立てるような丁寧な栽培、秋作のジャガイモの栽培にも取り組む新鮮さ等が、A 農園の独自の営農を支えている。

とにかく顧客の顔をうかべながら、丁寧な作物作りを行い、販売価格を自ら決定して、100 円市ののぼりを県道沿いに出し、自信をもって贈答用の農産物を販売していく営農スタイルに迷いはないようだ。

① 八街市での通常見られる営農形態

八街市の通常の営農スタイルは、スイカを中心とした一部施設と露地栽培を複合的に行う方式と施設は設けずに全くの露地野菜栽培のいずれかに大別できるが、双方ともに JA の組合員であるから基本的には栽培から販売、集金等の面まで大きく依存しているといえる。

しかし、JA の選果場では、受け入れる作物に制限があるため、資材面の購入は JA を利用するが、販売となると、周辺の地方市場に出荷したり、地方問屋の卸業者に販売したりという形をとっているものもある。

JA の選果場での取扱品目は、トマト、人参、里芋であり、圃場から収穫して軽トラックで選果場へ搬入すれば、そのまま共同販売で、資材等の経費を差し引かれて、個別に値つけされて、精算書が送られて、JA の口座に入金されてくるシステムであり、スイカについては、選果場は経由しないが JA の倉庫に集荷され、共同販売されるという、トマト、人参、里芋、スイカの栽培農家は、すべて JA におまかせの作付と栽培と出荷時期と量だけに神経を集中すればよい、おまかせ農業といってもよい営農形態である。

これが、昔から、そうだったのかというと、そうではない。JA の選果場自体が、平成 7 年 8 年 9 年度の経営基盤確立農業構造改善事業で設置されたものであるからして、それ以前は、JA の共同販売も整備されてはいなかった。このため、自身で選果しての出荷となると必ずしも JA の共同販売でなく、各自の裁量によるところとなり、販売チャネルも多様で、条件も今以上に不利なものであったことが容易に想像される。

スイカの施設栽培に参入しない農家にとっては、JA での共同販売は、比較的身近でなく、露地野菜を自らが販売先を探して、少しでも有利な販売市場へ作物を搬入した。

しかしながら、昭和 50 年代から、以前よりは露地野菜全般の販売価格の落ち込みが出始め、スイカのような市場での人気作物を栽培していない農家にとっての営農環境は、厳しいものとなった。

② スイカの施設栽培を一部取り込んだ露地野菜農家の営農係数

区分	作付	粗収入	従事者
スイカ施設栽培	3,000 m ²	410 万	
トマト施設栽培	3,000 m ²	550 万	
スイカ露地栽培	70 a	260 万	
人参	40 a	63 万	
生姜	10 a	93 万	
その他		83 万	
補給金他		81 万	
計		1540 万円	2 人

③露地野菜農家の営農係数

区分	作付	粗収入	従事者
大和いも	70 a	285 万	
トウモロコシ	55 a	160 万	
さつまいも	40 a	105 万	
枝豆	15 a	40 万	
八つ頭	10 a	18 万	
ジャガイモ	45 a	45 万	
人参	15 a	45 万	
大根	5 a	42 万	
その他	5 a	20 万	
計		760 万円	3 人

以上の係数については、筆者が当地において、任意にヒアリングしたものであり、精度についてよりもむしろイメージとして、大方の参考を期して計上したものである。

(2)A 農園の営農実態

A 農園もスイカ栽培に向かわずに、伝統的な露地野菜栽培の営農方式を選択して、落花生、里芋、サツマイモ、生姜、ごぼう等を生産し、近くの地方市場へ出荷していたものが、販売価格の頭打ちから直接販売を試みてより、数 10 年の歳月ののちに、100%庭先販売を確立したモデルケースといえるものである。

この間に培ったお客様本位のお客様のニーズに沿った営農は、小売業等では全く当たり前のものであるが、とにかく立派な農産物を作ればあとは何とかなるといった農業の一般的な風潮の中では全くの奇跡的な存在といえる。

栽培作物も、お客様のニーズに沿った形で、現在の大和いも、トウモロコシ、さつまいも、枝豆、ジャガイモに落ち着いた。この作物は、別に目新しいものでも何でも無い。強いて挙げれば大和いもが新しいものと言えなくもない。10 年程前に多額の資金で導入した戦略商品で、これは現在、A 農園の目玉商品に育ち冷蔵庫保管で通年販売に活躍している。

庭先販売は、100 円市ののぼりを立て、八街山武線の道路沿いに通過する車客を呼び込み、夏には、トウモロコシ、枝豆、大和いも、秋には、大和いも、さつまいも、ジャガイモ、大根、人参の庭先販売が活況を呈している。

これらの作物は、販売所、作業所、母屋、倉庫を三方取り囲むようにある 2ha の畑で、ビニールハ

ウス等の施設はなく、全くの露地栽培で生産される。昔からの農法で、昔からの作物を、昔ながらに、ただ丁寧に、農園主が納得した作物に仕上がったものだけを売ることには徹している。強いて挙げれば、いも掘り機を平成19年に200万で導入して省力化を図っているくらいといえる。

トウモロコシのように夏場に急に気温が上昇して、予想以上に成熟して、いわゆる実が入った状態となったものは、惜しげもなく廃棄してしまう取り組みで、全くコンビニと同じ経営感覚といえる。

冷蔵庫の導入で、季節にかかわらず周年を通じて大和いも、サツマイモ等いつでも販売できる体制であるが、主力は、お中元、お歳暮の贈答商戦である。たぶん素朴さにひかれて、一度立ち寄ったお客様がリピーターになり、お中元、お歳暮用に宅急便で送る。中には送られたお客様が自ら出かけてきてリピーターとなるといった状態であろうと容易に想像できる。

(3) まとめ

八街市では落花生とスイカが全国的に有名となっている。落花生は10a当たり粗収入が15万あたりで、農家は積極的には栽培しない。ところがスイカは、売上の上がる正に戦略商品でスイカづくりが農家の目標であった。

しかし、普通の露地野菜でも生き残る道は、あるといった営農形態をA農園は示している。素朴な昔ながらの農産物を丁寧に作り、丁寧に作るから味もいいのだろう、お中元、お歳暮用にリピーターに支持されている。本当に不思議な存在といえる。

もっと新しい農産品を開発しないとお客様に飽きられないか、メロンやスイカのような商品との差別化は有効に働いていくのか。A農園の営農に対する不思議は深まるばかりだ。



A 農園県道沿いの100円市

さつまいものマルチ露地栽培

(鈴木慶夫)

10. 地産地消の販売事業者（I社）

平成10年12月にオープンしたI社本店は下総の田園風景のなか、板東太郎と呼ばれる利根川も近く、森と畑に囲まれ、四季の花々や小鳥のさえずりに包まれた心の和む場所にある。

(1) 会社概要

創業	1987年 11月
設立	1993年 9月
資本金	3,000,000円
決算期	8月
事業内容	菓子販売事業（甘納豆、駄菓子、煎餅等の製造販売） 飲食店運営事業
従業員	30名（2011年4月現在）
主要取引先	三越伊勢丹、高島屋、そごう西武、イトーヨーカドー、イオン、 千葉県物産観光協会 その他
所属団体	千葉県物産観光協会 全国商工会連合会 千葉県郷土研究倶楽部

(2) 沿革

社長は60歳で、親の代から農業を営み、従来から農家との繋がりがある。

24年前の昭和62年（36歳時）の創業で、昔の駄菓子が売れなくなっていたが、地産地消（千産千消）をモットーにサツマイモ甘納豆を製造・販売を開始した。

成田山での群馬県サツマイモ直売をみて、イベント販売のアイデアを得た。

平成5年に法人化した。

平成15年に地元産の多古米を用いた「殿様せんべい」を開発し、地域の素材を生かした自社商品の開発・販売を開始した。

平成17年に「ごぼうのかりんとう」を開発・販売開始した。中国産品アレルギーに対処して、千葉の野菜を生かした加工品という位置づけで、健康志向に合った商品というコンセプトである。

平成23年に「農商工等連携事業計画」により、甘納豆など加工品開発に取り組む。千葉県のブランド化に取り組んでいる。

1987 年 11 月	創業
1993 年 1 月	米屋観光センター内ヘテナント出店（小売業への進出）
1993 年 9 月	有限会社 設立
1998 年 8 月	全国商工会連合会主催ニッポン全国物産展に出展開始
2001 年 9 月	道の駅多古直売所で自社商品販売スペースを設置
2003 年 9 月	多古米を使用した「殿さませんべい」の開発・販売開始
2004 年 3 月	千葉マルシェ空の駅直売所で自社商品販売スペースを設置
2005 年 7 月	千葉県物産展に出展開始（千産千消）への取組み本格化
2007 年 8 月	千葉三越に出店
2008 年 3 月	FOODEX JAPANに出展開始（通販業界など新たな販路開拓進展）
2009 年 8 月	上海千葉県物産展に出展
2010 年 2 月	経営革新計画が県から認定を受ける
2010 年 3 月	道の駅内に飲食業オープン

(3) 商品の種類

甘納豆・きなこ駄菓子・あんこ駄菓子・黒糖駄菓子・胡麻駄菓子・ちんすこう・かりんとう・かるめ焼・神楽鼓・米煎餅・殿様煎餅・黒豆茶など、200種類を超える昔懐かしいお菓子を取り揃えている。

甘納豆の素材として米、ごぼうのほかに、豆、大根、人参、かぼちゃ、しょうが、みかんなどを開発した。千葉県産ドライフルーツなど商品開発に努めている。

自社製造品は「殿様せんべい」のみで、他の商品は外注して商品化している。

<「殿様せんべい」について>

日本の米づくり 100 選に選ばれ「おかずのいらない米」と評される千葉県の多古町で作られる多古米を 100%使用した生地で作った手焼煎餅である。この多古米が江戸時代に将軍へ献上された歴史ある米であることから「殿さま煎餅」と名づけた。1 枚 1 枚丁寧に心を込めて焼き上げた自慢の商品である。千葉県推奨商品で、商標登録もしている。



(4) 営業形態

商品を覚えてもらうために、ネーミングをとても大切に考えている。

社長はイベントなどでの対面販売を通じて、顧客と直接接触することによって新商品や新商売のアイデアを得ている。

自分で作って、自分で売りたいというのが商売の基本的な考え方で、一見無口のようなのだが商売の基本となる確たる持論を持っている。

県民フェア、デパートの地域フェア、スーパーなどでの各種のイベントで販売しており、生協などからの引き合いもある。イベント回数は多く、年間凡そ 300 日ほどである。売上高は 1.5 億円ほど（推定）のようである。なお、販売員の人件費が負担となっている。

デパートの地域フェアには口座を持っており、他社を束ねることをしている。デパートは苦情処理を嫌がるので、その処理を引き受けている。

千葉三越には自社店を所有している。他に、高島屋、イオン、伊勢丹、ヨーカドーなどではイベント事業を行っている。

(5) 地産地消のメリット・デメリット

① メリット

1) 消費者

- a. 身近な場所から新鮮な農産物を得ることができる
- b. 消費者自らが生産状況等を確認でき、安心感が得られる
- c. 食と農について親近感を得るとともに、生産と消費の関わりや伝統的な食文化について理解を深める機会となる
- d. 流通経費等の節減等により安価に購入できる

2)生産者

- a. 消費者との顔が見える関係により地域の消費者ニーズを的確にとらえた効率的な生産を行うことができる
- b. 流通経費の節減により生産者の手取りの増加が図られ、収益性の向上が期待できる
- c. 生産者が直接販売することにより、少量な産品、加工・調理品も、さらに場合によっては不揃い品や規格外品も販売可能となる
- d. 対面販売により消費者の反応や評価が直接届き、生産者が品質改善や顧客サービスに前向きになる
- e. 高齢者が生きがい、女性がやりがいを実感でき、地域の連帯感が強まる
- f. 耕作放棄地や捨て作りを防止でき、地域特産物や伝統的調理法を継承する等、農地や技術を保全、継承する

② デメリット

- a. コストアップの要因になりうる（地産地消は必ずしも大量流通に適したシステムになっていない）
- b. 「地産地消ならどんな地場産品でも売れる」といった安易な考え方に陥る危険がある
- c. 農産物流通の大宗を担うことにはならない（地場の農産物のみによってすべての品揃えを賄おうとするのは困難）



取材で訪問した際の画像

（實川裕基）

参考：I 社HP、参議院HP

11. 自然農法による生産物の販売、卸、宅配事業を営む事業者

(1) 概要

青森県のリンゴ農家の木村秋則氏が著された「奇跡のリンゴ」以来、自然農法（無農薬農産物）への関心が高まっているが、自然農法で生産された農産物がどのようにして市場で流通しているのだろうか。その一つの事例として当研究会は千葉県八街市にある「株式会社N」の宅配事業部を訪問した。

株式会社N（以下、「当社」）は、自然農法による農作物および加工食品の卸・小売等を業とする企業である。創業は今から約25年前の1985年で、代表者のK氏が自然農法成田生産組合で1年間農業研修を受けた後、農業には入らずに無農薬農産物の引受販売（当初は移動販売）を始めたことが端緒である。その後、自然栽培の食品の提供をテーマとして、卸、ショップ、レストラン、宅配事業として発展してきた。

現在では、神奈川、埼玉県内のショッピングセンター内等にも自然食品のショップを、また世田谷、渋谷、銀座に自然食品のショップ兼レストランを経営し、さらに代表者のK氏は自然食品の普及で全国を飛び回るなど、「自然栽培」をキーワードに幅広い企業活動に取り組んでいる。

参考までに当社の沿革は以下のとおりである。

＜事業内容＞	
・ 無農薬農産物卸売りおよび小売り（米穀、青果）	
・ 自然食品（加工食品）小売り	
・ 飲食店および自然雑貨店経営	
・ ナチュラルライフスタイル型店舗の企画構成 (自然食品、雑貨店レストラン等のプロデュース)	
・ ナチュラル&ハーモニースクール（医者にも薬にも頼らない生き方講座）	
＜沿革＞	
・ 1985年	創業、自然栽培農産物の移動販売を始める。
・ 1988年	自然野菜と自然食材のショップを世田谷にオープンする。 併せて、業務用卸売りを開始する。
・ 1991年	有限会社N設立。
・ 1994年	レストランを渋谷にオープンする。
・ 1998年	衣・食・住・遊・学にわたってナチュラルライフの提案ができる 店舗として食品と自然生活雑貨の店を横浜にオープンする。

・ 2004年	自然食品と天然菌によるみそ、醤油など加工食品のみを取扱う個人宅配事業を始める。
・ 2005年	生産者向け自然栽培セミナーを初開催。
・ 2006年	個人宅配事業「ハーモニー・トラスト」を世田谷から千葉県八街市に移転。
・ 2007年	レストラン兼ショップを銀座にオープン。
・ 2008年	有限会社より株式会社へ組織変更。
・ 2011年	日水土塾を開校。 自然栽培を田畑で学ぶ塾を開校。
<代表者の著書> 「ほんとの野菜は緑が薄い」「野菜の裏側」等、自然栽培による農産物や加工品の啓蒙に努め、著書も多数出版している。	

(2) 事例報告

八街市にある株式会社Nの宅配事業部を視察訪問した。当社の宅配事業は、平成16年に自然栽培による農産物および加工食品のみを販売することを目的に開始されたが、平成18年に自然農法成田生産組合に近い場所で生産者と消費者の連携を強化するために当地に移転してきている。

当事業は、当初、自然栽培産地支援企画として22名の会員からスタートした。自然栽培の食品だけを取り扱うことを特徴として販路を開拓、現在、会員は約3,500軒程度まで拡大している。

ちなみに、競合は少なく、消費者へのPRとしては当社のホームページやメールマガジンを主としており、会員には定期的に情報誌を発行することで、常に新鮮な情報を提供している。

仕入先としては、全国に200軒近い自然農法による農家があるので、それら全国各地の自然農家から仕入れをしている。現在は、野菜33農家、米22農家、果物20農家程度から仕入れをしている。県内では、八街、富里、山武地区で12軒程度の自然農家との取引となっている。

当然に、それら農家とは「栽培基準遵守契約」を交わしており、自然農法に関する基準を設定している。当社の自然栽培の基準は「完全は無農薬、無化学肥料、無有機（厩堆肥／人糞、豚糞、鶏糞、牛糞、油粕など一切使用しない。）」である。ただし、農産物の残渣はOKであるとのことであった。

また、特に米に関しては、新米、古米、多品種のブレンドは一切ない。

最近、話題の放射能に関しては、厳しい自主基準を設定したようである。

取扱品目は、野菜（根菜類中心）50%、米25%、残りが加工食品（味噌、しょうゆ、酢、ジュース等）で、加工食品については、自然栽培による原材料と天粘菌だけで仕込んだ味噌、しょうゆや自然栽培によるニンジンやミカンだけによるジュースなど、自然栽培によるものだけで加工したもので

ある。価格的には有機農産物の120～200%、普通スーパーなどで買う食品価格と比べると少し高めとなっている。

(宅配事業部 配送センター)



配送センター前面



宅急便に積み込み全国に宅配

自然農法についての意見も頂いた。

自然農法については、畑に雑草も生えないし、作物に虫もつかず、野菜は腐りにくいという特徴があるが、技術的にハイレベルな農法である。自然農法にとってのポイントは土であり、土地の改良は畑に残留する農薬や化学肥料を、小麦を植えて吸い取っていくなど時間をかけて土地の汚れを取っていく作業であり、最低でも5年はかかっている。当初は、自然農法で毎年確実に一定量の収穫を上げることができるという保証はなく、リスクがあるので有機などをやりながら自然農法に取り組んでいくのが現実的かもしれない。経営できる面積から始めることも大事である。

ただし、自然農法による農産物や加工食品が消費者から高い評価を得ていることも事実である。

八街、富里、山武地区には先進的な取り組みをしている農家が多いので、自然農法に関心を持つ新規就農者をそういった農家で研修させ、全国に自然農法を普及させる試みにも取り組んでいきたいとのことであった。

(3) まとめ

農産物といっても、輸入作物から慣行農法、有機農法、自然農法等、様々であり、その販路もまた様々なルートがあるが、消費者の食品に対するニーズによって選択する食品が決まってくる。

輸入野菜等は、価格オンリーのニーズであるが、安全、安心には不安を感じる。弁当屋等、安売りを売りにする事業者や価格だけを重視する個人が利用していると思われる。

一般的には、スーパーなどで売られる慣行農法による農産物を利用する消費者が大半と考えられるが、最近は安全安心を求めて有機農産物を志向する消費者や大手スーパーなども増えており、この層のマーケットは拡大しており今後も拡大していくことが予想される。

しかし、自然農法による農産物等のマーケットは、価格的にもスーパーの売値の2倍近くもしており、トップブランドとも言える層にあることからマーケット的には小さいと考えられる。

当社は、この小さなマーケットで先駆的な取り組みで大きく発展してきた。まさに先駆者としての取り組みが強みであり、自然栽培農家と深い連携を取り、自然栽培をキーワードに幅広く事業展開していることが、他社との差別化につながっていると考えられる。

また、農家としては、このような販路があることは、自然栽培に組みやすく、慣行農法に加えて自然農法にも取り組むこともできることから、農業経営の選択肢の一つとして自然農法を考えることができるメリットがある。

今後の課題としては、自然農法の手間暇を考えると大きなマーケットとして育つにはまだ時間がかかると思われる。

(福永健二)

参照：「N」ホームページ

12. J A直売所

(1) 概要

生産者農家の販路として、青果市場や宅配事業、直接マーケットに販売するなどいくつかのルートが考えられるが、直売所も一つの選択肢としてある。平成23年7月に、J A君津が運営する千葉県内で3位の売上を誇る直売所「ゆりの里」を視察した。

J A君津は、「地域農業の振興と特色と活気ある産地づくり」などを経営方針として掲げ、安全・安心で品質の高い農畜産物の生産と販売を柱に、直売所事業にも積極的に取り組み、地域農業の活性化に努めている。直売所については、君津市にある「味楽園おびつ店」「君津園芸組合朝市」「里のめぐみ館」はじめ、袖ヶ浦市の「ゆりの里」、富津市の「天羽ふるさと館」などの運営に携わっている。

また、地元の小糸川流域を中心に栽培が分布していた高品質大豆を、「小糸在来」とネーミングし、平成17年に商標登録をし、さらに「小糸在来」大豆を原料とした豆乳、どらい納豆などを商品化し地元産品の特産化に取り組んできている。さらに、県内醤油会社と連携し「小糸在来」を原材料とした醤油の製品化に農商工連携を活用して取り組むなど、多彩な活動を展開している。



(本店入口)



(小糸在来ファンクラブ)

※ J A君津HPより

(2) 事例報告

J A君津の運営する主たる直売所は、君津市にある「味楽園おびつ店」と袖ヶ浦市の「ゆりの里」であるが、「味楽園おびつ店」については、立地的に東京方面からの外房への日帰り観光客などの通り路にあたっており、また点在する近隣のゴルフ場の利用客などが多く来店しており、地元顧客は3～4割程度である。一方、「ゆりの里」は、地元袖ヶ浦、木更津の顧客が7～8割程度を占めている。

県内では、他にJ A千葉みらいが運営する「しょいかーご」があるが、こちらは千葉駅から車で約20分程度と大きな市街地（消費地）を控え立地的にも恵まれ、また、地元生産者の顔が見える新鮮さ＋安心、安全を売りに数々のイベント企画もあり、遠くは東京近郊からも顧客を集めている。

①「ゆりの里」

今回視察した先は、J A君津が袖ヶ浦市（行政）より運営を委託された直売所「ゆりの里」である。

行政が建物を建て、運営を指定管理者として J A君津が受託したものである。平成 19 年に開設された、現在、県内 200 か所以上の直売所のうち、第 3 位の売上高をあげている直売所でもある。

ちなみに、県トップは J A千葉みらいが運営する「しょいかーご千葉店」、第 2 位は J A君津が運営する「味楽園おびつ店」、そして第 3 位が当直売所である。

（当直売所の概要）

・開設	平成 19 年 10 月
・売場面積	284 m ²
・生産者数	380 名
・年間売上高	650 百万円程度
・総事業費	4 億 1 4 百万円（うち国庫補助 1 億 2,687 万円）
・アイテム	30～50 程度



（直売所「ゆりの里」 J A君津HPより）

J A君津の直売所に対する基本的な考え方は、「自ら栽培し、新鮮で安全・安心な地場産の農畜産物の提供」「地元の素材を活かした加工品の提供」を柱とし、消費者目線での品揃えを出荷者には依頼し、出店農家ともこれら考え方を基本とした出荷契約を交わしているとのことであった。

消費者の考え方は、「食に対してこだわりを持つ層」と「安ければ何でも良い層」と 2 極化しているが、当直売所では価格競争に陥らないように、新鮮、安全・安心な農産物の提供にこだわることで、消費者の信頼を得ている。

品質を重視し、品質の悪いものが出荷された場合は、出荷者にすぐ取り下げてもらっている。トレ

ーサビリティ（履歴管理）は徹底しており、農薬、化学肥料の使用状況は、いつ、どのくらいの量を使ったか、しっかり管理しており、抜き打ちで残留農薬の検査を実施し基準を超える農産物は出荷禁止にするという厳しい対応を取っている。このような積み重ねにより品質の悪いものは出荷されなくなり、「こだわりの店」として地元消費者に定着してきている。

その結果が、県内第3位の直売所となっていると思われる。

J A君津の出荷する生産者農家に対するスタンスは、「生産者農家が潤い活性化される」ことを基本にお互いの信頼関係を重視している。実際、この直売所での売上高が20百万円を超える生産者農家も出ており、粗利益率も60～70%を超える農家も存在する。

欠品になった場合は、即配送してもらう体制を整えるなど顧客ニーズに応える努力も生産者をお願いしている。具体的には、直売所の販売状況、在庫状況についてはこまめにメール配信しており、出荷者は随時、パソコンや携帯で在庫状況など把握でき欠品のないよう納品することが出来る。

同時に、売上データを見ることで張合いも出ている。このように販売、仕入れに関する各種データを提供するなど生産者農家の育成にも努めている。

また、常に新しい商品が提供できるように、生産者農家に対して「栽培講習会」や「視察研修会」などを実施し、さらに種の試供品なども提供し作付けを促している。また、消費者の動向については、消費者との交流会や田植え体験などを実施することで、常にリサーチを行っている。

出荷者については、なるべく門戸を開いており、10軒近い家庭菜園からの出荷もある。

今後は、生産者農家を500名まで増やし、安定供給を確保していきたいとのことであった。

②直売所を活用する農家A

A氏は、今回視察先の「ゆりの里」をはじめ直売所のみを販路先とする直売所専門の生産者農家である。県内はもちろん神奈川県などにも宅配便を利用して出荷するなど30近い直売所を活用して農業経営をしている。

就農後、40年間、畑作農業を中心に農業生産をしているが、いち早く市場出荷から直売所出荷に事業を移行することで、経営を安定させ農地の規模拡大も図ってきている。

耕作面積は、自作地として水田0.7ヘクタール、畑地1ヘクタール、借地（畑）3ヘクタール、夫婦および長男夫婦の4名にパート4名を使って、繁忙期はさらにパート2名を使っている。パートの人件費だけでも年間500万円近くかかっているが、安定収入を確保している。

心がけていることは、「人のまねをしない」ことをモットーに新しい生産品の研究を怠らないことである。常に各地の直売所を訪問し、新しい農産物を研究し、併せて出荷の営業もしてくる。

また、消費者の動向には特に注目しており、作付地のうち1ヘクタールは空けておき、直売所や農場からの試供品の種などを蒔いて、新しい作物の研究をしている。

また、安定的な出荷を行うために、月別の植え付けを行い、年間切れ目のない出荷体制を取ってい

る。後継者も決まり、規模拡大、機械化など意欲的に取り組んでいる。

(参考) A氏の直売所出荷農産物(平成22年度)

なす、枝豆、うり、とうもろこし、ピーマン、おくら、トウガラシ、ブロッコリー、あまながトウガラシ、赤しそ、大葉、からし菜、小松菜、サニーレタス、春菊、大根葉、高菜、チンゲン菜、つるむらさき、菜花、白菜、バジル、キャベツ、べかな、穂しそ、モロヘイヤ、レタス、雲南百薬、かぶ、辛み大根、ごぼう、聖護院大根、大根、沢庵大根、泥ねぎ、ネギ、ニンジン、紅しぐれ大根、紅化粧大根、ラディッシュ、里芋、うこん、ふき、落花生、大豆、切り花



(視察風景)

(3) まとめ

行政やJAの農業支援への取り組みについては様々な意見があるが、その役割はますます重要になってくると思われる。地域農業の振興や地元産品の特産品化については、生産者農家だけではなかなかスムーズには進まないことが多く、行政、JAが十分に支援し組織的に取り組むことが、今後、求められてくると思われる。

今回の事例では、農業者の弱い部分でもある、販路開拓の場を行政とJAが連携を取って提供しており、それを活用して農業を事業として発展させている農家も出てきている。

農産物を生産する技術については強みを持つ農家は多いと思われるが、販路開拓や経理、計数管理、

マーケティングなどの経営ノウハウを持つ生産者農家はまだそれほど多くはないと思われる。

J Aが大手スーパーと違った戦略で販路先の一つとして直売所を運営しつつ、そのデータや消費者の動向を情報として還元することで生産者を育てていく必要性は今後高まっていくと思われる。

煩雑な売上管理や経理処理の一部分ではあるにしても、生産者農家の事務作業部分が軽減される効果もある。また、生産者農家にとっても、大手の論理に左右されない地元重視の直売所などで消費者と直面することで個性を発揮していくことができることは、生活の安定とともに自分自身の成長にとっても大きなメリットがあると思われる。

今後の課題としては、さらなる品質の向上とますます高度化する消費者ニーズの変化にスピーディに対応していくことが求められてくる。J A、行政と生産者農家がお互いの信頼関係のもと、十分に連携して取り組んでいくことが重要となってくると思われる。

(福永健二)

参照：J A君津HP <http://www.ja-kimitu.or.jp/>

13. 他産業と提携して観光農園を営む農家

(1) 概要

①週末ファーマーの増加

週末や仕事の合間に農業を楽しむ会社員や主婦、いわゆる「週末ファーマー」が増えており、畑を小さく区切って、期限つきで貸し出す「貸し農園」を利用する人は200万人に及ぶとも言われ、これは、農業就業人口260万人に迫る勢いである。さらに、参加を希望する人口は820万人いるとされている（社会経済生産性本部「レジャー白書2008」）。市民農園数の推移は図1のとおりである。

中でも都市的地域に開設されている農園の区画数は、全国の市民農園の約8割を占めており、都市に暮らす人々にとって身近な状況になってきていることがうかがえる。

また、就農者の高齢化と後継者難による耕作放棄や遊休農地の有効利用としても評価されつつある。さらに、農業への興味を高め、新たな担い手育成の一助ともなる。

住宅地に近い貸農園は比較的、利用率も高くなっているが、集客が難しい郊外型の貸農園「Kオーガニックファーム」について視察を行い、この結果に基づき報告する。

図1 市民農園数の推移(開設主体別)



資料：農林水産省調べ

注：市民農園整備促進法及び特定農地貸付法の手続きに従って設置された農園数

②当ファームの事業コンセプト

「Kオーガニックファーム」は8つのふれあいをコンセプトに立ちあげた事業。市民農園の価値は以下の8つのふれあいに凝縮されている。

1. 食とのふれ愛	自分が育てた安心で、安全な野菜を食べることができる。
2. 土とのふれ愛	土をさわることで、本来の人としての心へと開放される。
3. 自然とのふれ愛	草のにおい、夕暮れの感動など、自然からのほうびをもらえる。
4. いきものとのふれ愛	都会にいては得られない「虫や生物との共存」体験ができる。
5. 人とのふれ愛	仲間と素直に心から一体となって、野菜を育て、収穫する。

6. 家族とのふれ愛	家族で共同作業を行う楽しさと充実感を味わえる。
7. 暮らしの知恵とのふれ愛	プロの農家の方にやり方を教わり、あらたな発見と成長が得られる。
8. 地元とのふれ愛	別の地域の方々に出会い、見て、知って、触れるチャンス。

③農園の概要

所在地	千葉県八街市
面積	18,000 m ² (約 2 町歩) 東京ドームのグラウンド部分の約 2 倍
貸農園区画	5 坪、10 坪、15 坪で 300 区画を予定
施設	・クラブハウス・シャワー、トイレ、ウッドデッキ ・BBQ スペース・ハーブ園・駐車場

④ファーム全体イメージ(当ファーム ホームページより)



⑤交通・アクセス

<車での場合> 東関東自動車道 佐倉インターより約 15 分

<電車の場合> 最寄り駅：JR 総武本線 榎戸駅よりタクシーで約 15 分、

(2) 事業のスキーム

①事業の基本的な仕組み

基本的仕組み	会員制有機市民農園	
農家	園主(A氏)	農園利用方式
建物	園主(A氏)	
申請指導	㈱B社	資本金 3,125 万円

		医薬品・健康食品の企画開発・製造・販売、化粧品の企画開発、アグリ事業		
農業指導	園主(A氏)	植え方、間引き、季節による栽培の違いなど有機農法の指導		
運営	B 社	農業指導のコーディネート、農地管理（雑草とり、水やり、肥料）、お客が来園出来ない場合のバックアップ。		
資金	B 社	投資額 50 百万円以上と推定		
区画	5 坪、10 坪、15 坪			
入会金	5 坪 52,500 円	10 坪 105,000 円	15 坪 157,500 円	
料金	1 坪 1260 円/月			
クラブハウス	・利用は無料。キッチンやフリースペース、個室もある。 ・シャワー、トイレを完備。 ・ウッドデッキは自由にくつろげる。 ・BBQ セットは会員に無料で貸し出し。 ・駐車場（約 37 台）の利用は無料。			
有機 JAS 認定農場 (有機農産物の日本農林規格)	3 年間以上、農薬や化学肥料を全く使わずに栽培したもの、さらに、その生産から最終包装に至るまで、有機性が侵されることのないよう厳しく第三者認定機関の検査されたものに限り、J A S のマークとともに有機又はオーガニックの表示が認められる。			
人員	B 社から 2 名	農業指導は A 氏		
営業	営業は特にやっておらず、ホームページのみ			
会員特典	会員特別価格による野菜・果物・米等の購入が可能			

③顧客

ファミリー・一般	・家族で趣味として、子供の情操教育、家族の絆、広く有機を知る機会等が得られる ・友達同士（近所の友達と／気の合う仲間と（同好会、サークルなど）） など
法人	・社員への福利厚生の一環として、メンタルケアにも ・普段なかなか交流を持てない上司部下のための交流の場、社外のお客様への接待に
レストラン経営者・シェフ	・安心、安全な食材をお客様にご提供したいレストランオーナーやシェフ ・都会に在ながらの「有機農園レストラン」を有機農業生産者がバックアップ。

(3) メリット・デメリット

① メリット

1) 特徴のある貸農園

一般貸農園と同じでは、わざわざ遠隔地まで足を運んでくれないので、他の貸農園と差別化をはかっている。当園は、全国でも類を見ない、有機 JAS 認定のオーガニックファームとして、安全・安心、おいしいを最大の特徴にしている。農園主で指導も行う A 氏は、23 年以上も前から農薬や化学肥料を使わない有機農業に取り組んで来ており、ベテランである。

これが大きな強味になると思われる。

2) イベント

遠くても、また行って見ようと思える、多様なイベントを継続的に行っている。当園のイベントは毎月行われ、その一部を紹介するとつぎのようになっている。(当ファームホームページより) ファミリーなどが、ハイキング気分に参加できるので、来園の楽しみとなる。

	土・生き物とふれあい	食・家族とのふれあい	昔遊び・自然とふれあい
6 月	ジャガイモ掘り	ジャガイモ餅／手作りポテトチップス／ジャガイモスープ／バーベキュー／ピザなど	折り紙／手作り巻物／水鉄砲／夏休み宿題（絵、工作、観察）／ホテル／天体観測
9 月	いも掘り	バーベキュー／十五夜お団子／焼き芋	竹トンボ／どんぐり独楽／ヤジロベエ／びゅんびゅんゴマ

3) 栽培支援

遠隔地の会員が多くなる可能性が高いので以下のような栽培支援を行っている。

- ・ 基本的な農業指導（植え方、間引き、季節による栽培の違い等）。
- ・ 毎日、常に生育状況を管理（雑草とり、水やり、施肥等）。
- ・ オーナーが来園出来ない場合は、事前に連絡することで、収穫代行や宅配（実費）を行う。
- ・ 生育状況を撮影した画像をHPで確認できるようにする。

② デメリット

1) 遠隔地

都市近郊型はニーズが高いが、都市から離れると集客がむずかしくなる。東京都内を中心ターゲットにしているが、千葉市、習志野市などの千葉県の都市も重視する必要がある。メリットにも挙げたように、遠隔地のデメリットを上回る魅力ある運営が必要となる。

2) 新規事業

デメリットとは必ずしもいえないが、B社は医薬品・健康食品や化粧品の企画開発会社であり、新規事業として、当面はトライ的な運営が続くものと思われる。また、K氏にとっても、初めての試みとなる。

(4) 貸農園の課題

①新しい農業の担い手と法的規制

一般畑地面積は全国で1,169千haである。仮に、二百万人の「貸農園利用者」が平均10坪(33㎡)を耕作したとすると、その1%に近づく。休耕作地が増加し、高齢化により後継者もおらず、農業が難しくなる農家が増える中、ある意味で新しい農業の担い手ともいえる。しかし、現在の法律では事業化は難しい問題がある。市民農園の開設方法は以下の三つがあり、これをクリアしまた利用しなければならない。本件は、「農園利用方式」にあたる。また、貸農園は、農業ではなく、サービス業の位置づけになるので、営業と運営管理も大きな課題である。

市民農園促進整備法	特定農地貸付方式で、①市町が指定した「市民農園区域内」又は②都市計画法の「市街化区域内」に限られる。 施設整備を伴う場合には市民農園整備促進法を利用すると、資金の確保や融資のあっせん、農地法の転用許可が不要になる。	農 家 が 開 設	地 方 公 共 団 体 が 開 設	農 協 が 開 設	農地を 所有し ないも のが 開設
特定農地貸付方式	・企業やNPO法人、農家などが、小区画の農地を農園利用者(非農業者)に貸し付けるもの。以下のような要件があり、貸付規程を作成し、農業委員会の承認を受ける必要がある。 ①一区画は10アール未満。相当数の者を対象とした農地の貸付 ②営利を目的としない農作物の栽培③ 5年を超えない貸付け				
農園利用方式	・農家自身が経営する農地を、「農園」として、農家と利用者が直接契約を締結、農家(農園主)が経営者となり、事業を進める。 ・利用者との賃借権等の設定を伴わないため、農地法の権利移動の制限などの許可を必要としない。利用者は、入園料・野菜収穫物代金を支払い、園主(農家)の指導のもと、種まきや苗の植付けから収穫までを体験する。 休憩施設などを建てようとする場合は、農地転用許可が必要。				

(5) 今後の展開

貸農園の利用者が増えるに従い、自己の畑地での貸農園以外に下表の例のようにサービス業として多様なビジネスが展開する可能性を秘めており、診断士としても、指導の機会が出てくる可能性がある。

貸し農園運営ビジネス	農家から農地の管理・運営業務を受託し、消費者に貸し出す。インストラクターが管理を手助けすることにより利用者は週一回や隔週の作業で「手作りを楽しむ」ことができる。今回の視察先はこの事例に入る。
屋内型貸農園	【例】商業ビルの一角（730平方メートル）で開園。 1. 2メートル四方のプランターで24株の野菜を水耕栽培できる。栽培可能な野菜はレタスなどの葉物野菜のほか、ミニトマトなど20種類。農園利用料金は月6000円から。水やりや除草などが不要なため、農作業未経験の若年層や体力に自信のない高齢者からの需要が高い。現在はほぼ満員の約300件が契約しており、駅前や中心市街地の再開発や活性化に悩む自治体からの視察も多い。
市民農園参入支援ビジネス	農地を所有していない参入希望者の市民農園ビジネス参入をサポート。 ・特定農地貸付法による市民農園の開設を支援する。
家庭菜園専門ショップ	一般家庭で使えるミニ耕運機まで開発するメーカーが開業。店内では、野菜の種や苗も販売する。農業経験のない家族連れや主婦で賑わうなど、予想以上の反響。

(福塚義雄)

第4章 調査のまとめ

1. まとめの基本方向

現地調査をまとめるにあたり、農業の環境変化の要因が多岐にわたることから、農家の将来への見通しの想いも込めて次のようにまとめることにした。

- ・新たに農業従事者を増やし規模的な経営改善をすすめている
- ・現状の農業従事者で経営の内部の改善を工夫している

更に、収入源の確保の面からでも、得意分野に絞込んだ農産物の生産を主力にする、消費者に直結したニーズに合わせて多品種、多様な商品化をめざす、この二つの流れもみられた。

経営の3要素として「ヒト」「カネ」「モノ（情報、ノウハウを含む）」のうち、「ヒト」に係る環境変化が大きいところから、「ヒト」に重点をおくこととなった。つまり「カネ」についてはJAという大きな組織が働いていることや、「モノ」については日本の農産品の質の高さは証明されているところである。

「ヒト」については農業従事者も高齢化が特にすすんでいることが指摘されている。後継者不足が高齢化に拍車をかけている。消費者も少子高齢化がすすみ価値観の変化は大きく、多様化も注目していかなければならない時代に入っている。このようなことから、まとめも「ヒト」に注視することになった。

2. 大・中規模の耕作をする農家の特長

(1) 専業農家をめざすグループ

① 広い耕作地で農産物を特化

従前からの大規模農家はもとより、近年みられる、農地を取得したり借上げたりする農家、或いは法人（生産組合）化して参加者の農地をまとめて法人としての大規模化を図る例では、米とかすいかとか1品目の占める割合が高いのが特長である。

従って、このグループは多くをJAに依存しており、一部を大手小売業者に優先出荷する契約を結んでいる農家もみられる。根底は得意分野の生産に徹し生産性の向上をめざしているものである。また、外国から安い農産物が輸入される状況が予測されることから、農家にとっても重要なテーマとなっているのであろう。

② 農場の施設充実について

このグループの農家では圃場の拡大だけでなく、農場としての施設充実をめざしているのも特長の一つである。

施設の中には、農業従事者の集会場（食堂、更衣室、洗身設備を含む）への投資もみられる。資金的な課題にはJAがバックアップをする役割は大きいようである。

(2) 多角化農業をめざすグループ

① 自前の加工施設を整備

自前の加工施設では、例えば、米であれば精米工場、ブランド化を含めた小分包装作業場、販売店まで整備するといったケースや、野菜類では小分包装、食品スーパーを設け、近隣農家から必要野菜での出店を促して、品揃えを強化することなどがみられる。

② 川下対策の導入

大量に生産される農産物を公設卸売市場のほかに、農家が主体となって川下対策を導入している例もみられる。

- ・農産物専門の配送業者を利用して、中小企業や消費者に配送している
- ・外食産業や加工業者と契約して農産品を供給している
- ・自前で加工するか、加工業者へ外注するか、いずれにしても農家がイニシアティブをとっている

このような川下対策は千葉県が首都圏に近いこと、外食産業にとっても利便性が高いし、県内産品を主に加工する食品加工業が多いことも効果的な役割を担っているといえよう。

3. 中・小規模の耕作をする農家の特長

(1) 専業をめざすグループ

① 直売方式の導入

耕作面積が小さくても粗利益を確保している農家に共通しているのは直販方式を導入していることである。既存の公設卸売市場など流通機構からは情報がとれにくいことや、自分の作った農産品が消費者からどう評価されているかわからない点で不安や不満が残るようである。

庭先出荷、リピーターにはFAXで宅配便を利用する方法は県外から消費者が往来する千葉ならではの直売方式である。

流通経路に直売を導入することは、流通コストを削減することで粗利益を確保することになり、市場の実勢をみて価格を自分で設定できる強みや面白みもある。

② 消費者ニーズの多様化に対応

消費者ニーズの多様化がすすみ、特に食品の安全・安心を重視する消費者は増える傾向にある。とはいえ絶対数では少数派に属す消費に対応しているのがこのグループである。

不耕起農法、自然農法、有機栽培、水耕栽培などに加え、環境保全に力を注ぐ農家である。消費者の価値観と同一の農家にとってはまだマーケットは小さいが、大消費地に近いということで大きな可能性をもっていると思われる。

(2) 多様化農業をめざすグループ

① 道の駅などの販売拠点の利用

県内には多数の道の駅があり、農家が自ら提供農産品の選定や価格設定をすることが、農家にとって魅力の一つであるようだ。

県内には漁港は多数あり、銚子漁港の「ウオッセ」のような即売所に農産物の即売所が併設されると、水産物と農産物の相乗効果もあがると期待される。しかも、県外にはいくつかみられるので、その方向に歩むこともありうると思われる販売拠点の一つである。

② オーナー制度のさらなる活用

行政やＪＡ、商工団体では、枝豆など収穫の手間のかかる農産品にオーナー制度を実施しているところはよく見かけるところである。多くのオーナー制度は対象エリアが限定されているが、農家が独自にエリア外まで販促活動を実施し成果を上げている農家がある。

行政で実施している貸農園の形態で本職である農家が栽培を手伝う農家もでているのもこのグループの特長である。

③ 加工を委託できる企業と連携

農産物の粗利益率の向上をめざす方法の一つに、農産物の加工出荷があるが、自前での加工ではなく食品加工企業を利用する方法がある。外注ではなく、農産品を提供する多角化である。ゴボウであれば、千切りまでの半製品加工をし、食品加工業にきんぴらゴボウとして包装し商品化するグループである。

(大橋唯男)

第5章 今後の事業展開のフロー

1. フロー策定の意義

今回の調査研究においては、12か所の農業事業者ならびに農業関連事業者を訪問視察した。

これらは、いずれも特徴ある経営で、良好な収益をあげている、消費者の支持を集めている、将来が期待できるなどの事業者である。また、今後の雇用増加に貢献できそうな事業者も少なくない。

そこで、今後の農業経営者並びにその関連事業者の指針となるように、視察先のそれぞれの特徴を類型化して、その経営コンセプトを明確にした。

2. 類型化による4つのグループ

その結果、下表の4つのグループに類型化され、視察先をこの4つのいずれかにあてはめた。

いずれも、この4つに単純にあてはまるものではなく、複数にまたがるものもあるが、主たる経営の方向がいずれかによって決定した。

ここから見えてくるキーワードは農法や作物による「差別化」と従来の流通ルートだけに頼らない独自あるいは連携による「販売ルート」の確立である。

マーケティングでいう4P（Product、Price、Place、Promotion）のうちのP r o d u c t（製品）とP l a c e（流通経路）の確立である。

	コンセプト	内容
A	専門農法特化型	有機農法、自然農法、不耕起農法など固有の農法による作物で、特定の消費者の支持を集めている
B	専門作物特化型	スイカ、枝豆、米などの特定作物に専門特化して、品質や収穫効率を高めている
C	他産業連携型多角経営	販売業や、サービス業、農協などと連携して経営を行っている農業事業者、連携先となる事業者
D	流通経路完結型多角経営	独自の販売ルートを確立し、特徴ある作物を耕作あるいは加工している

3. 類型化による今後の展開フロー

視察先を各グループに当てはめると下記のようなになる。

個別事業者の詳細については「第3章 各論」を参照されたい。

A 専門農法特化型	D 流通経路完結型多角経営
1. 不耕起で収穫する農家 2. 有機農法の農家 3. 自然農法と慣行農法の両方に取り組む農家	7. 米の生産、及び加工を行っている農家 8. 他産業から参入しオリジナル商品を持つ 農業生産法人 9. 慣行農法（通常農法）による100%庭先 出荷を実現した農家
B 専門作物特化型	C 他産業連携型多角経営
4. スイカに特化する農家 5. 都市近郊の大規模農場を営む農家 6. えだまめのオーナー制度に取り組む農家	10. 地産地消の販売事業者 11. 自然農法による生産物の販売、卸、宅配 事業を営む事業者 12. JA 直売所 13. 他産業と提携して観光農園を営む農家

（大橋唯男・福塚義雄）

お わ り に

千葉県は国内トップクラスの農業産出県である。

都市近郊の野菜生産中心の近代的農業から、県全域にわたる中山間地農業に近い米作主体の状態まで、農産物の種類も多種多様で、その生産形態及び流通形態は千差万別である。

今回は消費者に特に関心の深い安全・安心・新鮮野菜の生産・供給を中心とした、都市近郊の北総台地地域及び東葛地域を対象に地域を設定して、各農法及びその各販売方法についての調査・研究をおこなった。

農法については、従来方式の慣行農法（有機肥料・化学肥料使用、農薬使用）、食の安全・安心の代表格と目される有機栽培農法（有機肥料使用・無化学肥料・無農薬）、更に究極の安全・安心農法と言われる自然農法（不耕起、不除草、無肥料、無農薬）と、多岐にわたる現実的な農産物製造方法を対象とした。

流通面では、慣行農法による農産物はJA経由で大半の消費者が利用すると考えられ、有機栽培農法は卸売市場を経由しない直販方式（通販、道の駅、直売所等）が多く、自然農法は量的には少ないが、主として直販方式（通販、直売所、イベント等）で販売する等あるが、現状における販路は限定されている。

各農法、及びその各販売方法で成果を出している農業者に直接面談し、その状況を視察・取材して、報告書にまとめた。

今回の経験を活かし、中小企業診断士として特に多彩な千葉県農業に関して、自立的な農業経営の育成や経営管理の推進等、他産業等の業務経験を生かし、農業の持続的発展に向けた経営支援を実施したい。

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。

（布瀬光義）

社団法人 中小企業診断協会 千葉県支部
農業研究会
研究事業員（中小企業診断士）

小倉博行 實川裕基
吉田幸輔 鈴木慶夫
前林太郎 桜井圭
福塚義雄 福永健二
大橋唯男 布施光義