第51回
日本農業賞に輝いた人々

日本農業のトップランナーたち

Japan Agriculture Award

NHK・JA全中

第51回 日本農業賞【目次】

Japan Agriculture Award

日本農業賞とは

日本農業賞は、日本放送協会（NHK）、全国農業協同組合中央会（JA全中）、都道府県農業協同組合中央会が、昭和46年度に創設しました。

「個別経営の部」ならびに「集団組織の部」は、日本農業の確立をめざして、意欲的に経営や技術の改善に取り組み、地域社会の発展にも貢献している農業者と営農集団や、食や農の担い手として先進的な取り組みをしている個人・集団組織を表彰しています。「食の架け橋の部」は、その取り組みが農業者と消費者を結ぶ優れた活動や、未来の豊かな生き方・地域づくりへのヒントとなる食や農の活動を行っている団体や個人を表彰しています。また、それぞれの取組みの成果を全国に紹介し、優良事例として普及しています。

第51回は、書類審査、現地調査を経た全国の事例の中から、最終審査で、「個別経営の部」3件と「集団組織の部」3件、「食の架け橋の部」1件を大賞に、「個別経営の部」1件と「集団組織の部」1件、「食の架け橋の部」1件を特別賞、「個別経営の部」3件と「集団組織の部」3件、「食の架け橋の部」1件を優秀賞に、「食の架け橋の部」2件を奨励賞に選びました。

【個別経営の部】

大賞 | **農業法人 深作農園有限会社** 茨城県鉾田市
100年続く農園のさらなる成長を目指して
独自農法で全国有数の規模
6次産業化でも地域をけん引 …… 04

大賞 | **有限会社 岡元農場** 石川県能美市
水稲と加賀丸いもの2本柱
企業的家族経営で
地域農業に貢献 …… 08

大賞 | **有限会社 吉野ジーピーファーム** 岐阜県高山市
「飛騨旨豚」を年間2万頭出荷
ゼロから築いた大規模経営
おいしさ追求し、ブランド確立 …… 12

特別賞 | **有限会社 奥田園芸** 奈良県桜井市
ガーデニングの裾野を広げる
積極的な新技術導入で
県内の苗もの生産をリード …… 16

【集団組織の部】

大賞 | **JA伊豆の国苺委員会** 静岡県伊豆の国市
団結力でトップ産地に
秀品率99.5%で高単価実現
担い手呼び込む“儲かる農業” …… 18

大賞 | **JA京都にのくに万願寺甘とう部会協議会** 京都府綾部市
技術共有、ブランド確立、担い手確保
チャレンジする伝統野菜産地
最上級「万願寺甘とう」を確立 …… 22

大賞 | **JA晴れの国岡山船穂町ぶどう部会** 岡山県倉敷市
「果物の女王」日本一の産地
手間惜しまぬ丁寧な房作りで
平均単価3000円超を実現 …… 26

特別賞 | **あまイチゴ組合** 愛知県愛西市
地域6つの生産組合が合流
一元集・配荷や新技術で
イチゴ生産を主導 …… 30

【食の架け橋の部】

大賞 | **（株）パストラル** 熊本県山鹿市
食・農・観の連携で里山の価値創造へ
「規模」より「価値」の追求で
里山の農林業再生に挑む …… 32

特別賞 | **農事組合法人 ながさき南部生産組合** 長崎県南島原市
昭和50年代から有機農業に取り組む
環境にやさしい農業で
消費者と信頼関係を築く …… 36

受賞者たちの言葉
私たちの宝もの、私たちの原点 …… 38

審査講評

審査委員長
盛田 清秀
（元東北大学教授）

第51回日本農業賞を受賞された方々は、農業と食の分野でトップランナーとして力強い取り組みを進め、コロナ禍のもと暗い世相に光を投じました。

今回の受賞者の特徴は、第1に高い技術と特徴ある農畜産物生産を行っていることです。栽培が難しい加賀丸いもに着目し、栽培省力化に取り組んで地域に広げる努力を続けてきた石川の岡元農場と、甘とうがらしという高品質生産が難しい伝統野菜を地域に根付かせた京都のJA京都にのくに万願寺甘とう部会協議会では、生産性が高くない伝統野菜のブランド化に取り組んでいます。また無薬での養豚一貫経営を実現している岐阜の吉野ジーピーファームでは、当初の事故率上昇を克服し安全・安心でおいしい豚肉を生産しています。

第2は、新品種や革新的栽培法の導入で産地再生を果たしたことです。静岡のJA伊豆の国苺委員会は栽培が難しい新品種を導入し、新規就農者を含めた生産者の技術の底上げと出荷場での厳しい選別を通して市場評価を高めています。愛知のあまイチゴ組合でも、新品種導入に伴う技術上の困難を生産者の情報共有によって克服しています。さらにJA晴れの国岡山船穂町ぶどう部会では、著名な品種ブランドの再構築に加え、新品種の栽培法を工夫して市場評価を高め高価格を実現しています。

第3は、市場や消費ニーズの動向に的確に対応していることです。奈良の奥田園芸では花と野菜の苗生産に特化し、量販店との安定取引を確立し、県内の生産者と連携して多品目供給を実現しています。また茨城の農業法人深作農園では6次産業化に挑戦し、イチゴやメロンなどの直売、加工、観光農園、レストランを有機的に連携させ、広域からの集客で経営を確立しています。また熊本のパストラルでは、アイス菓子や洋菓子の加工販売事業を手掛け、取引先・消費者の支持を集めるほか、荒廃が懸念される栗園、柿園を引き受け、地域農業・地域社会の維持に貢献しています。さらに、ながさき南部生産組合では有機や無農薬農産物の生産に早くから取り組み、消費者組織と連携した事業展開を行っています。

わが国農業は多様な気候、風土条件に恵まれ、創意工夫の発揮できる余地が大きいと言えます。今回受賞された皆さまは、地域の個性と歴史を踏まえた先進的取り組みを展開しています。今後の一層の発展と日本農業の牽引車としての役割を発揮されることを期待しております。

100年続く農園のさらなる成長を目指して

独自農法で全国有数の規模 6次産業化でも地域をけん引

茨城県鉾田市

農業法人 深作農園有限会社

代表取締役 深作（ふかさく） 勝己（かつみ）さん

大賞 Japan Agriculture Award

茨城県鉾田市の農業法人深作農園は、
「深作農法」と名付けた独自の土づくりの手法を確立し、
メロンやイチゴをはじめとした
高品質な農産物を生産している。
同農園の代表である深作勝己さん(40)は、
味と栄養の両方に優れた「本物」の農産物を追求。
日本の農家で初めてバウムクーヘン専門店を開店するなど、
6次産業化においても地域農業をけん引している。

父の背中を追い農業の道へ 農園の規模拡大を決意

茨城県鉾田市は、一年を通して温暖な気候に恵まれており、野菜の産出額は全国1位、品目別でもメロンやサツマイモは日本一の産出額を誇る日本有数の農業地帯。その鉾田市で、100年以上前から6代続く農家として発展してきたのが深作農園だ。勝己さんと妻のあゆみさん(40)を含む社員16人、パート17人の合計33人の体制で経営している。経営面積はメロンが6ha、イチゴが5haで、全国トップクラスの生産規模を誇る。その他にも、サツマイモや米、ミニトマトなど幅広い品目を栽培している。

茨城県鉾田市

茨城県鉾田市は、茨城県鹿行エリアの最北部から中央部にかけて位置し、東京まで90km圏内にある。令和2年市町村別農業産出額では全国4位、野菜の産出額では全国1位、品目別ではメロン・サツマイモは全国1位、イチゴは全国2位を誇る。（農林水産省統計より）年間を通じて比較的温暖で、年平均気温14度前後。過去10年の年平均降水量は1470mm。土壌は関東ローム層の火山灰土で、肥料持ちと水はけが良いのが特徴。地下水が豊富で、井戸水を農業用水として利用している。

代々の農家の長男として生まれた深作さんにとって、農業は生まれたときから常に生活の身近にあるもので、「物心が付くころには、畑で虫をつかまえたり、ヒバリを追いかけたりしていて、小学校のころには、イチゴを箱詰めするためのダンボール作りなど父親の仕事を手伝うことが日課になっていた」と振り返る。県内の高校を卒業してからは、明治大学農学部へ進学し農業について学びながら、農家の後継ぎとしてこれから何がしたいのか、何ができるのかを模索していたという。

大学卒業後に父のもとへ就農してからは、10年間、毎日農業と向き合う勉強の日々が続いた。種まきから収穫までの一連の仕事や、自分や他の従業員の仕事の段取りを精一杯学ぶ中で感じたのは、父の取り組んでいた仕事の過酷さと偉大さだ。「父、そして先代たちがこれまで守ってきたこの農園を、自分の代でさらに大きくしたい」との思いを強くした。

独自の農法を確立 豊かな土壌で高品質を追求

「1㎤の土を作るには、100年の年月がかかる。土は生命の営みの長い歴史と、先代たちの努力の結集だ」

深作さんは、真剣な表情で土づくりへの情熱を語る。

深作農園で働く従業員の皆さん

同農園は、「深作農法」と呼ばれる独自の土づくりを行っている。土壌中の善玉菌の力を活かした善玉菌農法や伝統的な自然農法、有機農法を融合させたこの農法によって、「土がより健康でやわらかくなる」と感じている。その土で農業を行うことで、生命力にあふれ、作物が本来持っている味がぎっしりと詰まった農産物になるという。「毎年、全ての畑で土壌分析を行っている。手間はかかるが、高品質で高い栄養価を持つ農産物を作るためには、土づくりがとても重要」と深作さんは話す。

旧JA大洋村（現在のJAほこた）の理事を務めていた深作さんの祖父は、昭和40年代後半から、代表的な品種「プリンスメロン」をはじめ、さまざまな品種の栽培に着手。深作さんの父の代になってからも、技術を磨き続けながら面積を拡大し、日本一のメロン産地を支えてきた。後を継いだ勝己さんは、お客様により大きく、より甘いメロンを届けるため、4L・5L・6Lといった大玉の栽培に取り組んでいる。大玉の栽培はメロンの木に負担をかけるため、通常より苗づくりから収穫まで高度な技術を求められるが、最高糖度18～19のメロンの栽培を目指し続けている。これまで個人の経験に依存していたメロンの完熟度の見極めについては、非破壊糖度計を導入し、完熟度を数値で測定できるよう効率化を図っている。また、茨城県オリジナルのメロン品種である「イバラキング」を積極的に栽培し、令和4年度は同農園の栽培面積に占める同品種の割合を40%程度とする計画を立てるなど、地域ブランドの確立にも力を注ぐ。

観光農園としては、鉾田市内でもほとんど行われていないメロン狩りを平成10年代から始め、メロン産地としての地域の魅力を県外へ発信している。イチゴ狩りは、より長い期間お客様に楽しんでもらうため、早生・中生・晩生を含む10品種を栽培しており、予約不要、かつ時間も無制限。いつでも、ゆっくりと新鮮なイチゴを存分に楽しむことができる。深作さんは「農家として農産物を提供するだけでなく、メロン狩りやイチゴ狩りがお客様にとってかけがえのない思い出となり、豊かな人生を送る手助けができればうれしい」と笑みを浮かべる。

メロン狩りを楽しむお客さんたち

厳しい修業を乗り越えて 農家初のバウムクーヘン専門店を開店

同農園は、生命力あふれるおいしい農産物を直接消費者に味わってもらうため、自前の直売所運営や通信販売、メロン狩りやイチゴ狩りなどの観光農園、同農園で採れた農産物を丸ごと原料に使ったスイーツなどの加工・

販売、カフェの運営など、幅広い6次産業化の取り組みを展開している。

6次産業化を拡大していくきっかけは、一からバウムクーヘンを作ったことだった。ヒントとなったのは、農作業の合間の休憩でお茶菓子として出されていた一口サイズのバウムクーヘン。まだ地方では珍しいお菓子であったが、都市部ではブームの兆しがあったため、「うちの農産物と組み合わせれば、最高のバウムクーヘンが作れるのではないか」と注目した。深作さんは妻と二人で、バウムクーヘン作りを一から学ぶため、神戸の洋菓子店で修業を始めた。また機械メーカーとのやりとりを通じて、自分の目指すバウムクーヘンの構想を練っていった。本業である農業のことも気にかけながら、朝から夕方まで、他の職人たちと肩を並べ、約340度のオーブンの前に立ち続ける毎日。本場の味を学ぶため、バウムクーヘン発祥の地であるドイツへも足を運んだ。「おいしいバウムクーヘンを作るため、がむしゃらに頑張った」と当時のことを話す。

深作さんはバウムクーヘン作りの技術だけでなく、使う原材料にも徹底的なこだわりを持っている。「茨城県は鶏卵の日本一の産地。材料として大量に使用する卵の品質が味に大きく影響するバウムクーヘン作りにおいて、最適な土地だと自負している」と深作さんは胸を張る。数あ

農家初のバウムクーヘン専門店「ファームクーヘン フカサク」

当農園内で運営するカフェ兼洋菓子店「ル・フカサク」

カフェの店内ではスイーツの販売も行っている

る品種の中でも、同農園が使用するのは赤玉鶏の王者の代名詞を持つ「ボリスブラウン」。芳醇かつ濃厚な味わいが特徴のこの卵を惜しみなく使うことで、ふわふわでしっとりとしたバウムクーヘンに仕上がる。こだわり抜いた原材料を使い、神戸での修業で習得した技術で焼き上げるバウムクーヘンに自信を持つことができたことが、農家初のバウムクーヘン専門店「ファームクーヘン フカサク」の開店につながった。

農家ならではの加工品を生産
地域への尊敬の念を込める

深作さんはプレーンのバウムクーヘンに同農園のメロンやイチゴを組み合わせる新しい商品開発へと乗り出した。イチゴやメロンは旬があることが魅力の一つであるが、消費者へ提供できる機会が限定されてしまう。しかし旬の時期に収穫したイチゴやメロンをピューレやジュースにし、バウムクーヘンに加工することで、一年中お客様に同農園の味を届けることが可能になる。

フルーツの形をそのままかたどったバウムクーヘン「リアルバウムシリーズ」は、同農園の看板商品だ。「長い間、先代を含めた鉾田市の農家や地元の人々が力を注ぎ、メロンやイチゴなどの主要品目の産地形成を続けてきたことへ尊敬の念を送り、この地域だからこそできる象徴的な商品を形にしたいという思いでこの商品を作った」と深作さんは地域農業への思いを語る。

同農園のバウムクーヘンは、4年に1度開かれる国内最大規模の品評会「全国菓子大博覧会」の最高賞である「名誉総裁賞」受賞をはじめ、バウムクーヘンの本場であるドイツの審査会「DLGドイツ農業協会国際食品品質品評会」での3年連続金賞受賞、ベルギーの国際品評会「モンドセレクション」での5年連続金賞受賞など、日本だけでなく世界中で高い評価を受けている。輝かしい実績を得ながらも、深作さんは「お客様から直接、喜びの声をいただけることが一番のやりがいで、日々の原動力だ」と笑顔で話す。

農園で収穫された素材を贅沢に使用した「リアルバウムシリーズ」

モンドセレクション5年連続金賞受賞（スウェーデン・ストックホルム市庁舎で）

労働環境の整備に尽力
女性が働きやすい職場を目指す

同農園の従業員33人のうち、約75%を占める25人が女性だ。食に関わる事業は女性の感性を大切にしたいという考えのもと、新商品の企画やアイデア出しで活躍するとともに、SNS等での発信の際にも女性従業員が推進役を担っている。

今後、より女性が働きやすい職場にしていくため、女性従業員専用の休憩室を整備するほか、育児休暇制度をはじめとした出産・育児後も安心して働くためのライフイベントを考慮した社内制度の整備を進めている。

女性従業員の中でも、妻のあゆみさんは、接客や販売、事務など多方面でまとめ役を務めている。深作さんは「妻には農園のことから家庭のことまで、たくさんの苦労をかけている。そんな中でも、自分と二人三脚で当農園を支えてきてくれたことには、感謝しかない」と話す。

後継者育成に意欲
農業者の誇りを未来へつなぐ

「農業を通じて、人に豊かさと幸せを提供したいという思いのもと、先代から続けてきた積み重ねが受賞という最高の形で結実し、とてもうれしい。これからも『本物』の農産物を作り続けるという信念を胸に、世界へ視野を向けた農園の規模拡大へ向けて努力を重ねていきたい」と深作さんは強調する。

さらに、これからの日本の農業を支えていく人材を育てていくことも重要な役割だと考えている。その考えのもと、2016年から母校の明治大学農学部で「食料環境政策総合講座」の講師を務めている。講義では、成功事例だけではなく、農業の現場だからこそ感じる苦労や大変さも学生たちへ伝えている。深作さんは「講義を通じて、自分が農業に携わる中で得た学びや経験をつなぐことで、時代を経て、意志や思いを引き継いでくれる若者が出てきてくれればうれしい」と後継者育成のやりがいを熱く語った。

審査講評

盛田 清秀 委員長

経営面積18haでイチゴ、メロン、サツマイモ、ミニトマトなどを作付け、スイーツなど洋菓子を中心とする加工部門、観光農園、直売所を開設・経営し、6次産業化が高いレベルで総合化されている。また農業生産では、土作りを重視した独自の「深作農法」を掲げ、高品質で多収穫、かつ連作障害を回避して高い労働生産性を実現している。

評価された第1点は、土台である農業部門の高い生産性と高品質農産物生産を基盤として6次産業化を展開していることである。労働力を多く必要とするイチゴ、メロンをそれぞれ5ha、6ha栽培するなど全国有数の作付け規模でありながら、自動かん水システム、複合環境制御システムなどICT技術の導入と多数の雇用労働力の部門間連携によって効率的な生産が行われている。土壌管理にも意を用い、主力品目で数十年にわたる連作を実現しており、農業が深作農園の基盤となっている。

第2点は、自社産農産物を使ったスイーツを中心とする加工事業の展開である。イチゴ、メロンを使った洋菓子、地元産鶏卵を使用したバウムクーヘンは、モンドセレクションをはじめ各種品評会で受賞するほどの品質で、関東全域を中心とするリピーターの支持を集めている。

第3点は、観光農園への集客と販売部門、カフェ・軽食部門の連携である。ハウスまでは説明を交えながらバスで送迎し、カフェ横のハウスを一段高くして客席からハウス内を見渡せるようにするなど、訪問客を引き付けるような工夫がされ、部門間の相乗効果を発揮している。

以上のように、加工・販売・観光農園・飲食と総合的な6次産業化を展開しており、また各部門単独でも顧客・訪問客を喜ばせ、満足させるだけの緻密な工夫と行き届いた配慮がされており、その全体を高い技術と理念に裏打ちされた農業が支えている。6次産業化の成功モデルとして高く評価された。

水稲と「加賀丸いも」の2本柱

企業的家族経営で地域農業に貢献

★★★ 大賞 Japan Agriculture Award

石川県能美市

有限会社 岡元農場

代表取締役 岡元（おかもと） 豊（ゆたか）さん 雅子（まさこ）さん

石川県能美市の岡元農場は先祖代々続く水稲農家として、水田で作る地域特産物の「加賀丸いも」を守るため、農作業の省力化や効率化に先導して取り組み、産地をけん引してきた。
消費者目線の商品開発や広報などを通して多様な手段で地域農業の魅力を発信。
多岐にわたる事業展開の根本には、豊さん(52)と妻の雅子さん(52)の「家族経営でもビジネスとして農業経営を確立させたい」という熱い思いがあった。

農業のイメージ変えたアメリカでの経験

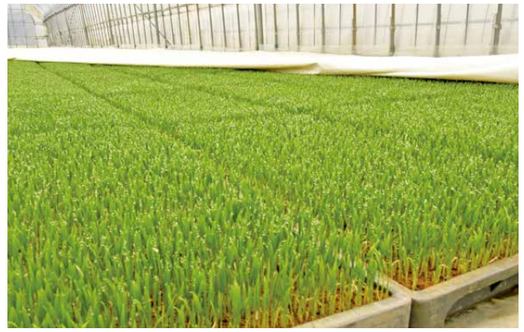
岡元農場は石川県能美市で水稲と地域特産物である「加賀丸いも」を生産、加工、販売する複合経営体だ。「私たちは楽しさ広がる農の世界を創造し人々の豊かな生活に貢献します」を企業理念に掲げ、自社サイトを使用した通信販売や小学生の食育活動などを幅広く手掛けている。

「スーツを着て、パソコンのキーボードを打つ、いわゆるサラリーマンになりたかった」と話す豊さん。江戸時代から代々続く農家に生まれた豊さんは、休みがなく、農作業に追われる両親の姿を見て育った。農家の仕事に自信を持つことができず、継ぐことに迷いがあったという。転機になったのは、県内の農業短期大学を卒業後、友人に誘われて参加した海外農業研修だ。研修先のアメリカ・コロラド州では、ロッキー山脈を望む広大な農場でビジネスとして家族経営を確立させている日系3世の一家に出会った。楽しそうに農作業をする彼らを見て、「国は異なっても、大地の上で農作物を作るということには変わりはない。家族経営でもビジネスとして成立できる」と確信した。また、血のにじむような思いでアメリカの農地を開拓した日本人開拓者が言った「命を支える仕事をできることを誇りに思う」という言葉を聞き、「神様からいただいた命をつなぐための食料を作るのが農業の仕事だ」と気付き、農家になる決心をしたという。

岡元夫妻と従業員の皆さん

石川県能美市

石川県の南部、加賀平野のほぼ中央に位置している。東には白山をはじめとする高嶺が連なり、西には日本海を臨む。北部には一級河川の手取川が流れ、自然に恵まれた地域だ。84.14㎢の面積に、人口5万人弱が暮らす。典型的な日本海側気候で、夏季は気温が高く雨量が少ないが、冬季は雪が多く、北西から季節風の影響を受ける。


育苗中の石川県オリジナル品種「ひゃくまん穀」

省力化がカギ 主力の水稲栽培で地域農業を守る

豊さんは2年間の研修後、22歳で親元就農し、約9haの農地で水稲の栽培を始めた。27歳で父親から経営権を承継すると、平成9年に現在の「有限会社 岡元農場」を設立し、法人経営を開始。同年、敷地内にライスセンターを建設したことを機に、JAや地域の農家が優先的に農地をあっせんしてくれたことから平成15年には経営面積を15haに拡大。その後も年々経営面積を増やし、現在は水稲約34haと「加賀丸いも」85aを栽培している。このうち約2haの圃場（ほじょう）では、給食残渣（さ）や「加賀丸いも」を焼酎に加工する際に出た残渣で作ったほかし肥料を活用して特別栽培米として販売するなど地域循環型農業にも取り組んでいる。

高齢化の進行や後継者不足で農地を手放す農家から農作業を請け負い、「コシヒカリ」、「カグラモチ」、石川県オリジナル品種の「ひゃくまん穀」や「ゆめみづほ」の4種類を作期を分散して栽培する。年々規模を拡大する中、より良い品質の米を効率的に栽培するため、令和2年度から農業用ドローンを活用した病害虫防除や追肥の散布を始めた。圃場に入らずに防除ができる他、重たい肥料を散布する必要がなくなったことで、適期防除や作業の省力化を進めることができた。

栽培難しい「加賀丸いも」水稲と組み合わせて効率的に

豊さんが「加賀丸いも」の栽培を始めたのは、就農2年目の平成5年のことだ。当時、地域には水稲の担い手が多く、水田の面的集積で苦戦が予想されたため、新たな作付け品目として「加賀丸いも」を戦略的に導入した。水稲に比べ、収益率が高いことはもちろんだが、先祖代々が暮らしてきたこの地域でしか作れない作物ということが魅力に感じたという。

「加賀丸いも」は石川県の能美市と小松市の一部地域でのみ栽培されるヤマノイモの一種だ。一般的なナガイモより粘りが強く、もっちりとした独特の食感と、ソフトボールのような丸い形が特徴。県内で栽培が始まった当時はデコボコとした表面だったが、昭和9年に手取川で発生した土砂災害によって、土壌の性質が変化したことから丸い形のイモが育つようになったという。丸い形に育てるのはベテラン農家でも難しい上、皮が薄くて表面が傷つきやすいため手作業が多い。

労働時間は10a当たり420時間で、うち畝立てに71時間、除草に71時間、つる誘引が59時間と大部分を占めていた。栽培では、ヤマノイモの本来の生育場所である山間部の環境を再現するため、畝は40cm程度の高さに土を盛り上げて作る。また乾燥に弱いため、保湿する資材が必要となる。そこで畝立てを効率的に行うための高畝成形機の開発や、雑草抑制と土壌の乾燥防止の白色ビニールマルチの活用で省力化を進めた。この結果、労働時間は10a当たり115時間になり、約7割の削減に成功した。

「加賀丸いも」と水稲は相性がいい。水田転作で作付けされる「加賀丸いも」は、水稲の田植えや稲刈りと「加賀丸いも」の畝立てや種芋の植付け、収穫作業の時期

主要作目別生産量および販売額の推移（最近3カ年間の実績）

作目	年度＼項目	作付面積（a）	生産量（t）	単位当たり生産量（kg/10a）	販売量（t）
水稲	平成30	3,296	171	520	171
	令和元	3,210	178	555	178
	令和2	3,435	176	520	175
加賀丸いも	平成30	84	12.4	1,476	10.4
	令和元	76	10.6	1,395	8.2
	令和2	85	14.4	1,694	12.0

今年植えた「加賀丸いも」の種芋

作付体系

区分	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
水稲	◇	土づくり	◇		+	耕起・代かき		+		□	防除	□			
							×	播種・育苗	×	○	○ ☆ 追肥 収穫・乾燥調製	☆			
								△ 移植・施肥	△						
加賀丸いも	+	+ 耕起・畝立て・施肥								□	防除	□			
						×	× 定植				○ 追肥	○		☆	☆ 収穫・調製
									◇	つる誘引	◇				

が重ならず、経営リスクも分散されるため、水稲農家の豊さんにとっては取り入れやすかった。また、連作障害を防ぐため、同一圃場での作付けは「加賀丸いも」1作の後、翌年、翌々年は水稲を作付けして水田に水を入れることで土壌病害菌やセンチュウの発生密度が抑えられるため、土壌を消毒する必要がないなど、作業面でも効率化を図ることが可能だ。

コンテナに入れられた出荷前の「加賀丸いも」

生産量増を目指し 地域を越えて協力

「加賀丸いも」の栽培では、スマート農業の活用や生産資材の工夫などで省力化が進む一方、後継者不足に伴う生産量の減少が深刻さを増している。平成10年には120戸あった農家は、令和3年には20戸と激減しており、生産量はピーク時の3分の1以下になった。危機感を持った豊さんは「加賀丸いも」を後世に残そうと、「加賀丸いも」の生産体制の強化に乗り出した。

豊さんが栽培を始めた当初、「加賀丸いも」の生産部会はJA根上、JA能美、JA小松市の3つに分かれており、それぞれが独自の基準で出荷していた。消費者にとってより良いものを届けたいとの思いで、豊さんが中心となって生産農家と話し合いを重ね、平成25年に「南加賀地区丸いも生産協議会」を設立。産地として確立するための基盤を築いた。協議会を結成したことで3つの部会が地域を越えて協力するようになり、平成28年には石川県内で初めて地理的表示（GI）保護制度に登録された。出荷箱の統一や販促PR活動など産地一体となって生産振興に取り組み、品質向上や売上拡大に力を入れている。特にGIに登録されてからは若手の就農者が増加し、「加賀丸いも」の継続的な生産を支えているという。豊さんは今後も試行錯誤を重ね、省力化や売上拡大に取り組むことで、やりたい人がチャレンジできる環境をつくっていきたいと話す。「加賀丸いも」を未来に残すため研修生の受け入れも積極的に行い、後継者の育成に尽力している。

5年ごとに経営計画 先を見通し安定収益

同農場では、アメリカでの農業研修で得た「家族経営であってもビジネスとして成立する農業経営でなければならない」という考えのもと、平成15年に家族経営協定を締結し、経営方針や役割分担、就業環境の整備などの経営改革を積極的に進めてきた。自ら経営分析や診断をするとともに、中長期的な経営を行うため、作付面積や販路開拓などの目標を記載した経営計画書を5年ごとに策定。経営分析に基づいて、順調に収穫できた場合とそうでない場合の2パターンをシミュレーションし、天候など外部環境の変化に対応して、安定した収益を確保できる仕組みを作っている。平成30年からはトヨタ自動車の農業IT管理ツール「豊作計画」を導入。加えて、生産性の向上や作業の効率化などを目指す経営手法「カイゼン」に全員で取り組み、経営改革を進めてきた。

現在、従業員は正社員1人とパート1人。農作業に追われ、家族と過ごす時間が少なかった両親の姿を見てきた豊さんは、日曜を休業日とし、従業員が家族との時間を確保できるようにした。家族経営ではそのときの雰囲気に委ねてしまいがちな労働時間や休暇なども、就業カレンダーを作成して正確に管理している。

消費者重視のマーケティングで 農業の魅力を発信

忙しい豊さんに代わって販売や事務管理などを担っているのが、妻の雅子さんと従業員の山崎純子さんだ。雅子さんは平成26年に公益財団法人いしかわ農業総合支援機構が行った農業者向けの6次産業化研修を機に、ブランディングやマーケティングに力を入れ始めた。研修で知り合ったデザイナーと協力して、自社のマスコットキャラクター「おこめくん」「まるいもちゃん」を作成し、商品パッケージやインターネットなどを活用した広報活動に活用している。消費者への情報発信を熱心に行い、自社サイトやSNSの他、季節ごとの農作業の様子やコラムを掲載した社外報「ゆたか便り」を発行。継続的なファンづくりに取り組んでいる。また、お米に親しみを持ってほしいと始めた「飾り巻き寿司教室」も好評だ。これまで4回開催し、消費者との交流の場になっている。

平成28年には事務所内に米や「加賀丸いも」の販売所を設置。雅子さんと山崎さんを中心に消費者目線での商品開発に注力しており、自社の特別栽培米を使った玄米粉や本みりん「のみりん」などの加工品や、米袋で作ったトートバッグなどを開発。売り上げの向上につながっている。令和2年度には売上高が約5598万円となり、販売所を設置した平成29年より1000万円以上も向上した。

また同農場では、約30年にわたって小学校と連携した食育活動にも熱心に取り組んできた。「加賀丸いも」や水稲の体験授業を積極的に受け入れ、次世代を担う子どもたちに農業や地域特産品の大切さを伝えている。

今回の受賞に際して、豊さんは「“もっとがんばれよ”というエールだと思っている。今の家族だからここまで来られた。27歳で経営権を渡してくれた父、どんなときも支えてくれた妻、家族のような従業員たちに感謝している」と話した。会社名に苗字を使用したのも家族経営で農業をビジネスとして確立させるという決心があったからだ。同農場は家族も経営も大切にしながら、これからも神様からいただいた命をつなぐための食料を作るため、企業的家族経営で地域農業の発展を支えていく。

おこめくん

マスコットキャラクター「おこめくん」

まるいもちゃん

マスコットキャラクター「まるいもちゃん」

米や「加賀丸いも」、加工品を取り扱う販売所を事業所内に設置

販売所内では、かわいらしいパッケージの商品が並ぶ

米由来の原料のみを使用した「のみりん」

審査講評

盛田 清秀 委員長

水田35haで稲作34ha、伝統野菜の加賀丸いも85aを作付ける。土壌条件を厳しく選ぶために作付け地が限定され、栽培に手間のかかる伝統野菜の加賀丸いもを維持・振興するため、省力化にチャレンジして若手栽培者を増やし、地元出荷組織の一元化に貢献するなど地域農業の発展に熱心に取り組んでいる。また5年ごとの経営計画をもとにICT技術も取り入れながら、経営規模の拡大、6次産業化を実現している。社員2人を雇用しているが基本は家族経営である。

評価された第1点は、加賀平坦地帯において稲作を主力部門としつつ、伝統野菜である加賀丸いもに強い情熱を注ぎ、土壌条件の制約により作付け適地が限定され、棚作りを始め栽培に極めて手間がかかり、丸い形状に仕上げることが難しい加賀丸いも産地を維持していることである。そのため、栽培の省力化に取り組み、若手を含む新規栽培者を増やし、複数JAに分かれていた三つの出荷組織の統一に尽力し実現している。

第2は、加賀丸いものブランド化である。出荷組織の一元化を踏まえ、GI（地理的表示）登録を行い、全国に販路を拡大し、一部は老舗和菓子メーカーの原料に利用されている。また西洋料理の有名シェフに丸いもを提供し新メニューを開発してもらうなど「丸いもザチャレンジ」も始めている。

第3は、ネット販売に加え自前の直売所を建設して販売拠点を設け、生産する米、加賀丸いもを直接消費者に届け、また贈答品の発送拠点としている。

以上のように、個別経営として販売額5,600万円（うち加賀丸いも840万円）を達成するとともに、衰退していた伝統野菜の加賀丸いもを、①出荷組織の一元化、②栽培方法の改善（10a当たり労働時間420時間の70%低減）、③新規栽培者の勧誘・拡大、④出荷組織の一元化、という取り組みをリードすることで産地の維持・発展を図り、地域農業の振興に貢献してきたことが高く評価された。

「飛騨旨豚」を年間2万頭出荷

ゼロから築いた大規模経営 おいしさ追求し、ブランド確立

岐阜県高山市

有限会社 吉野ジーピーファーム

代表取締役 吉野（よしの） 毅（つよし）さん 専務取締役 聡子（さとこ）さん

岐阜県高山市の吉野ジーピーファームは、
吉野毅さん(61)、聡子さん(60)夫妻が二人三脚で
ゼロから築き上げた大規模養豚経営体だ。
無薬豚による安全性、交配種や飼料への
こだわりのおいしさで、
ブランド豚「飛騨旨豚(うまぶた)」を育て上げた。
衛生対策の徹底も創業当時から最重要視し、
多くの実需者からの支持を獲得。
年間2万頭の出荷体制を作り上げた。

★★★ 大賞 Japan Agriculture Award

飼料タンクにはフェンス越しで飼料を投入

ネズミ等の小動物の侵入も許さない衛生管理された豚舎

おいしさの向上のため掛け合わせるバークシャー種

養豚でゼロから新規就農 20代で100頭一貫経営を達成

吉野毅さんは昭和35年、高山市内の養鶏農家の次男として生まれた。「将来は企業畜産をしたい」と、日本獣医畜産大学(現日本獣医生命科学大学)に進学し、「養鶏は兄が継ぐので、それ以外の肉牛や養豚を」と考えていたころ、大学の先輩の実家で、養豚場のアルバイトをする機会があった。当時としては珍しい、ウインドレスで全面スノコ床式システム豚舎だった。「立派な豚舎で、経営も素晴らしく、養豚には将来がある」と強く感激した。

昭和57年に卒業し、地元の高山市農協(現JAひだ)に就職した。畜産担当として、肉用牛農家や養豚農家をサポート。畜産農家のビジネスモデルを作りたいと思ううちに、自分自身が起業したいという気持ちが芽生えてきた。

毅さんの企業畜産の夢は、同僚だった聡子さんとの結婚後も続いた。当初は、肉用牛も候補のひとつだったが、昭和63年に牛肉・オレンジの輸入自由化が決定したため、候補は養豚に絞られた。27歳でJAを退職し、翌年の平成元年、母豚100頭の一貫経営を目標に養豚の起業に着手。初期投資を少しでも抑えるため、豚舎の設計から施工まで、できる限り自分たちで行った。所有する1haの山林を伐採し、製材した材木で豚舎を建設した。豚舎まわりのコンクリートも自分達で打った。こうして、20代で100頭一貫経営を達成した。

夫婦対等な合意制で発展 無薬豚でも事故率2%を実現

平成9年には、200頭一貫経営ができる施設建設のための資金確保、雇用保険の整備などのため、有限会社「吉野ジーピーファーム」を設立した。毅さんが代表取締役、聡子さんが専務取締役に就任。出資比率も50対50の対等出資で、「2人とも納得しないと先に進められないようにした」と毅さん。この夫婦が対等の合意制が、その後の発展のカギとなった。

平成14年から抗生物質、合成抗菌剤、駆虫薬を一切使用しない無薬豚への挑戦が始まった。それまで有薬飼料を早めに切り上げていたが、「それなら無薬でもできるのではないか」と思い、判断した。一般的な飼料は抗生物質や合成抗菌剤が含まれているため、飼料会社と専用飼料の開発も必要だった。当初は、2%ほどだった事故率が10%以上に跳ね上がった。大腸菌等による日和見感染やストレスによる下痢の発生などによるもので、こまやかな空調管理や胃腸を整えるEM(有用微生物群)を利用した飼料で飼育し、飼料衛生管理を徹底させ、事故率を白川農場では2%にまで抑え込んだ。

五元豚にこだわりの飼料 夫婦でおいしさを徹底的に追求

聡子さんは、肉全般が苦手だったため肉の臭いや味にうるさく、自分のところの豚肉を食べるときもひいき目で見ることなく辛口の評価をし、「家内が一番の苦言者だった」と毅さんは語る。そのため、「旨い豚肉を作ろう。消費者に喜んで食べてもらえる豚肉を作りたい。」という思いが強く、「安全・安心で健康な豚は旨い」との信念のもと、衛生的な飼育環境で、抗生物質・合成抗菌剤・駆虫薬を一切使用しないで育てるとともに血統、飼料にもとことんこだわり抜いた。

日本国内では、大ヨークシャー種×ランドレース種の雌に、デュロック種の雄を掛け合わせた三元豚が主流だが、雌系には脂に旨みのあるメイシャン豚を、雄系には歯触りのよいバークシャー種をさらに掛け合わせた五元豚とした。

飼料には、旨み成分を向上させるため麦を30%以上、オレイン酸を高めるため飼料用米を20%配合しペレットにして与えている。飼料用米は、地元農家からコシヒカリを含む300tを買い取り、飼料会社に供給する。こうした取り組みで「おいしさを私も実感できるようになった。根っからの肉好きだったら、ここまでしなかったかもしれない」と聡子さん。

岐阜県高山市

岐阜県北部、飛騨地方に位置し、東京都に匹敵する面積を誇る。長野、富山、石川、福井の4県と境界を接し、北アルプスなどの山岳に囲まれ、森林率は90%を超える。農業ではホウレンソウや夏秋トマトなどの一大産地で、畜産では肉用牛や豚などの生産が盛ん。県内でもトップクラスの農畜産物の産出額を誇る。周辺農村部から野菜などを運んで売る朝市の風習が有名だ。

夫婦で納得できるおいしさの追求が、「飛騨旨豚」ブランドの発展につながっていった。

肥育豚 段階ごとの給与飼料内容

日齢 0	段階分娩（繁殖分娩舎）	切替体重（kg）	飼料内容母乳
7	えつけ開始（繁殖分娩舎）	3.0	母乳＋HPチャレンジえつけP
21	離乳（離乳豚舎）	6.0	HPチャレンジハイミルクワンP
35	A（離乳豚舎）	13.0	アグリポークAEX
70	B（肥育豚舎）	35.0	アグリポークBペレットEX
90	C（肥育豚舎）	65.0	アグリポークCペレットEX
160	出荷	115.0	—

経営拡大で3農場体制に 地域の特徴活かしたブランド確立

経営発展に取り組むうち、県内の中津川市で養豚をしないかとの誘いが舞い込んだ。高山農場で無薬豚を軌道に乗せている実績が評価され、岐阜アグリフーズから後を託されたのだ。しかし、それまでの施設では、吉野ジーピーファームの無薬化は困難と判断し、さら地に戻してから新たな養豚場を建設した。こうして平成26年、中津川農場がオープンした。

中津川進出より前から、別の新農場進出の計画も持ち上がっていた。合掌造りの世界遺産、白川郷で知られる県内の白川村から企業誘致の提案がされていたのだ。「観光の目玉食材を作りたい」と考える村が「飛騨旨豚」の評判を聞き、白羽の矢が立った。こうして平成29年から白川農場の建設も始まり、令和2年にオープンした。3農場体制は、防疫のためのリスク分散策にもなった。

また、安全性とおいしさの追求はブランド作りに行きついた。こうして生まれたのが吉野ジーピーファームのオリジナルブランドの「飛騨旨豚」だ。表示の条件は、①JA東日本くみあい飼料が製造した、抗生物質・合成抗菌剤を使用しない専用飼料を使用する②種雄豚にデュロック種（雄）とバークシャー種（雌）を交配したもの③枝肉格付は極上、上、中、並―となっている。平成23年には、「飛騨旨豚」のブランド販売を始め、平成26年にはJAグループと「飛騨旨豚協議会」を設立した。

白川農場のスタッフ

指定店で販売される「飛騨旨豚」

白川村で人気を集める「結旨豚」ののぼり

さらに農場ごとのブランドも生まれた。中津川農場のある東濃地区は栗産地であることから、「栗旨豚」を農場オープンと同時に立ち上げた。地元のJAひがしみのと栗生産組合に依頼し、規格外の栗を購入し、成育の良い雌を選び、出荷前の1カ月間、1日200g以上を給餌する。鬼皮も与えると腸炎の心配があるため、皮をむいて与えている。当初は、原料が少なく期間限定だったが、ピークは7t現在は4tほど集荷し、冷凍保管することで年間供給が可能となった。さらに白川農場も開業と同時に、「結旨豚」をスタートさせた。白川村では、昔から相互扶助の「結（ゆい）」の心を受け継いできたことから、「結旨豚」と名付けた。「飛騨旨豚」のひとつとして生産され、食肉格付は極上、上、中。観光客に喜ばれる白川村の人気食材作りの期待に応え、村内の飲食店で、「結旨豚」の豚丼などが人気メニューになっている。

防疫を最重要視 厳しい独自ルールを徹底

毅さんは農協職員時代、病気が発生した農場の支援を通じ、「病気は何としても防がねば」と痛感した。そのため、養豚経営を始めた時から、防疫を最も重視すべきことと位置付けた。創業当時はまだ一般的でなかった、作業前のシャワー、衣服の交換、運搬車両の消毒徹底を厳守した。さらに、他の養豚場や、と畜場など豚関連の施設に出入りした場合は、72時間以上、農場の立ち入り禁止といった防疫ルールを敷いた。「自分たちもよそに行ったらまっすぐ帰らず、ビジネスホテルなどで、シャワーして衣服を交換し、病気を入れない防疫ルールを徹底した」という。白川農場の場合、飼料の搬入車は、衛生管理区域外とはいえ消毒を浴びて入るが、衛生区域内の荷受け飼料タンクには、フェンス越しで飼料を投入する徹底ぶりだ。

養豚は、地域に迷惑をかけない臭気対策も重要だ。全農場がスノコ床豚舎だが、白川農場は、スノコ床下に水洗トイレの原理を応用したフラッシングシステムを採用し臭気の低減に努めている。ふんは、密閉型コンポストで発酵し、堆肥舎で二次発酵して、地域耕種農家に還元する。空調も、最新の換気システムで自動制御する。

年間2万頭出荷体制を確立 後継者と課題乗り越え、未来へ

令和3年時点で、種雄豚20頭、種雌豚757頭。160日齢115kgで出荷する。平均離乳頭数12.8頭で、母豚の回転数2.4回。白川農場が軌道に乗った現在、出荷頭数は年間2万頭に達した。出荷は、JAグループ（JA全農岐阜、JAひだ、JAひがしみの）を通じて、岐阜アグリフーズへの契約販売と、市場でのセリ販売の2方式。地元だけでなく、東海地区のイオングループ、首都圏の紀ノ国屋でも販売される。

◆◆◆

平成30年、岐阜県内で豚熱が26年ぶりに発生した。岐阜県養豚協会の会長を務める毅さんは上京し、ワクチン接種を含む対策の要請を重ねた。養豚仲間に検査が入った、といった話が入ると眠れなかった。農場から500m離れたところで陽性のイノシシが発見されたときは、「本当に生きた心地がしなかった」という。

また、令和2年の白川農場竣工の目前には、コロナ禍が全国を覆った。高山市や白川村など飛騨地方は観光地のため、観光客の減少による「飛騨旨豚」「結旨豚」への打撃も心配された。さらに令和4年に入り、ロシアのウクライナ侵攻は、飼料や資材、光熱費の上昇を引き起こしている。当初、白川農場の完成後、高山農場を新築するか、他の農場のバックアップ農場とするか判断する予定だったが、「先が見通せないため、もう少し情勢を見極めて判断したい」と慎重だ。

課題は次々と起きるが、夫婦2人で始めた養豚経営には現在、次男で高山農場長の光さん（30）と、三男で白川農場長の隆さん（29）が加わり、体制は盤石だ。

毅さんは「今後益々、消費者のことを思って安全・安心・おいしい豚づくりをしたい。地域を盛り上げる食材にしたい。精一杯環境に配慮した養豚業にたゆまぬ努力をしていきたい。農畜産業を目指す若者が夢と希望を持てるよう、微力ながら応援したい」と抱負を語る。

吉野ジーピーファームの豚舎

審査講評

盛田 清秀 委員長

27歳でJAを退職し、妻と2人で養豚一貫経営を起業し、100頭規模から始めて現在は岐阜県下3か所に分散する農場で約8,000頭を飼育している。最大の特徴は、抗生物質、合成抗菌剤、駆虫薬を原則使わない無薬飼育を実践していることである。また、おいしさを追求し、地域名を冠したブランド形成を図り、地域経済の活性化に貢献している。

評価された第1点は、消費者の関心が高い安心・安全ニーズに応えようと、無薬飼育を試み成功していることである。無薬飼育を試みた当初は日和見感染等各種疾病による事故率が上昇し、経営的に大きな試練に見舞われたが、種豚導入時の検査・隔離、ネズミ等外部からの小動物侵入排除、運搬用車両・作業員の農場・豚舎への入出時の消毒を始めとした衛生管理を徹底することで克服し、事故率2%程度を実現している。

第2に、おいしさの追求である。おいしくなければ意味がない、との考えをもとに、食味向上を追求し、食味テストを踏まえて五元豚とし、また地元産の米・栗を配合した飼料を給餌し、ブランド化を図っている。

第3に、地域貢献である。農場が3つの自治体に分散していることが疾病管理面で有利なことに加え、農場ごとに地域ブランド形成を試み、土産物店、飲食店を始めとする地域経済活性化に貢献しており、地元関係者の期待も大きい。

第4に、経営の持続性である。息子2人がそれぞれ農場長に就任するとともに従事者のモチベーションが重要と考え、社員教育を重視している。このため次世代への継承が確実であり、経営理念を実践する社員育成が図られている。

以上のように、明確な理念と技術・経営管理水準の向上に裏打ちされた特徴ある養豚経営を行っており、消費者ニーズに応える経営の一つのあり方を提示したものとして高く評価できる。加えて、経営主夫妻が役割分担を明確に助け合って経営していることも高く評価された。

ガーデニングの裾野を広げる

積極的な新技術導入で県内の苗もの生産をリード

奈良県桜井市

有限会社 奥田園芸

代表取締役 **奥田 嘉一**（おくだ よしかず）さん

奈良県桜井市の奥田園芸は、
花や野菜の苗を専門に生産する農業法人だ。
栽培面積は延べ13ha、売上高も2億6000万円に達し、
近畿圏でも有数の規模を誇る。
社長の奥田嘉一さん（54）は、先進技術の導入を
推し進めるなど、高品質な苗を大量生産する技術を追求。
また、県内生産者6戸とグループ出荷を行うなど、
県内の苗もの生産の振興にも貢献している。

大規模農家を目指し、栽培作物を転換 苗もの生産に専念し着実に経営発展

奥田さんは、野菜農家である父・貞雄さんに進学を勧められた農業高校を卒業後、県外の種苗会社で1年間の研修を経験。農業に関わるうちに就農したいという気持ちが大きくなった。研修を終え、19歳のときに貞雄さんのもとで就農した。

繁忙期には休みを取れないほど忙しい日々。「土日も働くくらいなら、農業経営を極めて、一般的なサラリーマンの収入は必ず超えよう」と目標を定め、規模拡大や新たな作物への挑戦を視野に、農家人生をスタートさせた。当初は貞雄さんが栽培していた夏秋トマトやキュウリなど、主に施設野菜を栽培していた。しかし、施設野菜の栽培は作業が春から秋に集中していたため、冬季の作業が少なく、春の間の収入が少ないのが課題だった。そのため、春の間の収入源となる、キュウリやトマトなどの野菜苗の生産に取り組み始め、しばらくは施設野菜と野菜苗の複合経営を行っていた。

野菜苗を導入した5年後には、花苗の生産を開始。平成2年に「国際花と緑の博覧会」が開催され、花苗の需要が急速に増大したことを契機に、平成7年から苗もの生産に専念した。平成10年には「有限会社 奥田園芸」を設立。会社の立ち上げで、一層規模を拡大し、販売額は順調に増加した。

奥田さん（前列左から3人目）と従業員の皆さん

奈良県桜井市

県の中央部に位置し、県庁所在地の奈良市まで20km、大阪市へも40km圏内にある。市の北西部は奈良盆地の東南に位置し、寺川や初瀬川が流れる比較的平坦な田園地帯である。南東部は竜門山地があり、北西部より気温がやや低く、降水量が多い。冷涼な気候を利用して大和茶や素麺の生産が行われている。

林業が盛んで、良質材の産地としても知られている。

積極的な設備投資で効率性向上 一層の規模拡大を目指す

苗もの栽培は貞雄さんにも経験がなく、栽培技術の面で試行錯誤してきた。特に奥田園芸の圃場は、標高400～500mで気温が平坦部より低い。夏季の高温の影響を受けにくく、平坦部より1カ月ほど早く栽培に着手することができるなどメリットも多いが、低温によって接ぎ木の活着率が低下するなど課題も生じた。現在は53台ものボイラーを圃場に設置し、低温による障害を受けにくくしている。

奥田さんは「資材への投資を積極的に行い、作業のムダをなくしたい」と話す。就農当初から規模拡大に対応するため、機械化体系の確立に取り組んできた。平成24年には、県内の苗もの農家では初のPOSシステムを導入した。

奥田さんは「出荷作業が一番大変だ」と話す。最盛期の4月中旬には、奥田園芸の苗が、1日に4t車10台で一斉に近畿圏のホームセンターに運ばれる。POSシステムの導入によって、出荷先のホームセンターへの伝票作成や販売数量の集計など、出荷の際に生じる作業の省力化に成功した。

栽培作業の省力化も進めるが、実際に苗の様子を自身の目で確認して手作業でかん水するなど、高品質な苗を栽培するための手間は惜しまず、地道な努力を怠らない。

グループ出荷で高単価を実現 県内の苗もの生産振興に貢献

奥田園芸の販売額の約85%を占めるのは、大手ホームセンター2社との契約栽培である。ホームセンターとの契約栽培では、決められた納品時期に所定の数量を確実に納品しなければならない。また、契約品目の増加や出荷期間の延長など、契約先の要望はさまざまだが、「できる限り応えたい」と意欲的だ。平成18年には県内の花苗を生産している農家と連携して生産グループを結成。現在は6戸の農家と連携し、契約先の要望に応える体制を構築している。各グループ員は県内の各所で栽培を行っているため、気温差を利用した長期安定出荷や栽培品目の増加が可能となっている。加えて、グループ内で出荷基準を設けることで、品質の均一化を図っている。ホームセンターからの信頼は厚く、主力のパンジー・ビオラは県平均の2倍という高単価で取引されている。

ポットに培養土を充填するポッティングマシーン

出荷前の「マリーゴールド」

ベトナムからの技能実習生の皆さん

地域の担い手育成にも積極的だ。正社員を積極的に雇用。独立を希望している社員は、技術を習得するまで雇用し、のちに独立、自営させる取り組みも行っている。

正社員の他に、外国人技能実習生も雇用しており、社員寮や休憩所、水洗トイレなど労働環境を整備し、彼らが安心して働ける環境を整えている。

「コロナ禍で国をまたぐ往来が難しくなり、実習生への感謝の思いがより大きくなった」と話す。休憩中には積極的に声をかけコミュニケーションを図る。作業中の真剣な表情とは異なり、休憩中に話しかける穏やかな笑顔が、従業員を和ませる。

ガーデニング人気を広げたい 高品質な苗をより多くの人に届ける

奥田園芸の最大の目標は、年間販売額5億円だ。そのために、苗の量と質を一層向上させることが必要だという。今後もホームセンターとの契約販売を主体とした経営を継続していく予定だ。近年のホームセンターは、商品を大量に仕入れ、価格を抑えて販売する傾向がある。発注数量の増加に対応するため、施設面積を現在の2倍まで拡大することを視野に入れている。

また、生産グループ全体の経営発展も必要と考えており、グループ員の後継者育成にも力を入れる。

奥田さんは、「県内の苗もの農家と協力し合い、高品質な苗をより多くの人に届け、コロナ禍で人気が高まったガーデニングの裾野を一層広げたい」と意気込みを語る。

団結力でトップ産地に

秀品率99.5%で高単価実現 担い手呼び込む“儲かる農業”

静岡県伊豆の国市

JA伊豆の国苺（いちご）委員会

委員長 **飯田（いいだ） 寿夫（としお）**さん

★★★ 大賞 Japan Agriculture Award

戦前からのイチゴ産地として知られる静岡県伊豆の国市が今、
次世代の担い手が集う産地として活気付いている。
背景にあるのは“儲（もう）かる農業”の確立だ。
生産者とJA伊豆の国が一丸となって
高品質なイチゴの安定供給を追求し、
高単価での共販を実現。
30aのモデル農家で所得1200～1300万円に達するなど、
“職業として選ばれる農業”が定着している。

※JA伊豆の国は令和4年4月、合併によりJAふじ伊豆に

若者も熱い視線 職業として選ばれる産業に

経営面積20a、手取り所得600万円――。JA伊豆の国苺委員会の会員140戸の平均数値だ。30a規模で1500万円を超す所得を得る会員もいる。こうした会社員並みか、それ以上の所得が見込めるイチゴ生産が、地域に新たな担い手を呼び込み、活気をもたらしている。

地域には古くから、困ったときに互いが助け合う「手間返し」の精神が根付く。戦前から始まったイチゴ栽培は、生産者同士が栽培技術を共有し、苗を分かち合い、切磋琢磨してきた歴史がある。現委員長の飯田寿夫さん（66）は祖父の代からのイチゴ農家で、就農44年。「中心となる韮山地区には現在も100戸を超すイチゴ農家が集中していて、どの産地より団結力が強い」と胸を張る。

この団結力で、全国でも屈指とされる高品質なイチゴの安定生産と共販体制を確立し、取引市場からの信頼を獲得。高単価・高収量で儲かるイチゴ農業を実現し、後継者の親元就農や地域外からの新規就農を呼び込む好循環を生み出している。

消費者目線で全量検品 秀品率99.5%で市場の信頼厚く

職業として選ばれるイチゴ生産が定着した要因の一つとして、県内屈指の高単価が挙げられる。委員会はとりわけ、イチゴの品質と食の安全・安心に関する市場のニーズを重視。会員のほ場巡回や出荷時の全パック検査などにより、品質の底上げと厳格な品質管理を徹底している。会員の令和2年の販売価格は1kg当たり平均1350円と全国平均の1298円（青果物卸売市場調査結果）より4%ほど高く、高品質イチゴとして市場に定着した近年は他産地より一段高の価格で安定推移している。

全パック検査では、生産者ではない地域の一般消費者（主婦）を検査員として雇用することで、消費者の目線に立った客観的な評価を徹底する。出荷場に毎日、委員会の役員はじめ会員が当番制で常駐し、検査結果について会員への情報共有や指導、助言を行っている。

検査項目は病害果や異物混入の有無、玉ぞろい、擦れ、過熟、グラム数…と多岐に及ぶ。格下げや返品になったイチゴについては「検査結果個表」に記入し、会員にフィードバックする。これらの取り組みにより、出荷するイチゴの品質は格段に向上した。令和2年の秀品率は驚異の99.5%と“ほぼ満点”の実績だ。委員長の飯田さんも時に、返品を受けることがある。「非農家の目は厳しい。役員のイチゴだからといって忖度（そんたく）ないからなあ」と笑みを浮かべる。

パック詰め請け負い労力軽減 販売ニーズ満たす多様な荷姿

品質の高さだけでなく、多様なニーズへの対応も産地の“共販力”を物語る。委員会ではJA伊豆の国市への全量出荷を徹底し、役員とJAが毎月意見交換を行い、需要に沿った出荷につなげている。

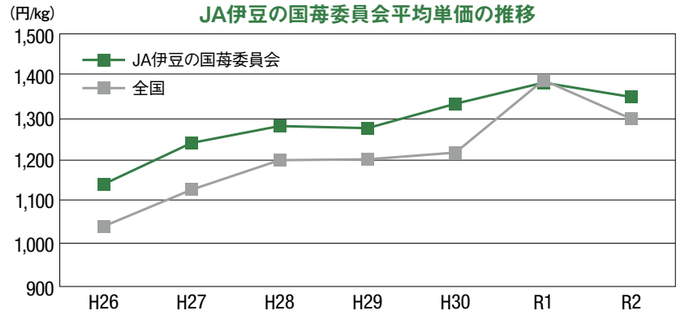
付加価値づくりに寄与するのが、多様な販路と荷姿に対応する「パッケージセンター」だ。生産者にとって多大な手間がかかり時間を要するパック詰めを同センターが請け負うことで、会員の労力軽減を図ろうと、JAが平成17年に開設した。

同センターでは、会員が収穫コンテナで持ち込んだイチゴを専従のパート職員が分業でパック詰めをする。JAから出荷される荷姿は、スーパーに並ぶ通常パックのほか、贈答用パック、ケーキなどの業務用トレー、少人数家族向けの小型パック、土産用の化粧パックといった「特殊規格」を合わせて7種類、規格は20近くに及ぶ。

JAで長年イチゴの営農指導に携わってきた韮山営農センターの伊豆澤秀憲次長は「市場への出荷は今や相対取引。品質の高さを大前提に棚持ちの良さ、欲しい量、規格など多様なニーズにこたえることで評価を得てきた」と強みを語る。

現在、同センターを利用する会員は約50戸と全体の3分の1を超え、取り扱いパック数は年間100万パックを超す。会員が栽培に専念できることで、品質と収量の安定化、ひいては産地維持に一役買っている。

同センターは、地元の主婦を中心に約70人がパート職員として働く雇用の場としても、地域に寄与している。8年前から働く60代女性は「年齢的に雇用の機会が少なく、手仕事が好きなので続いている」と話す。数カ月前から働き始めた50代女性は「コロナ禍で個人でやっていた仕事が厳しくなり、ここで働かせてもらい助かっている」と感謝する。



苺委員会の生産者の皆さん

イチゴ荷姿

出荷作業を担うパッケージセンター

イチゴハウスが並ぶ韮山地区

JA伊豆の国

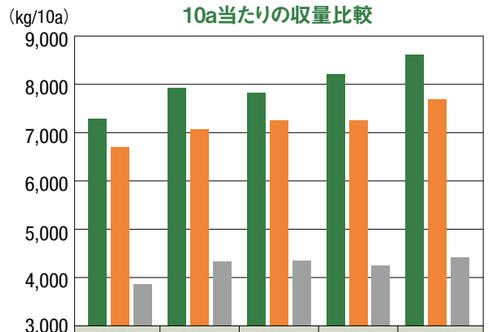
静岡県伊豆の国市を管内とするJA伊豆の国は、伊豆半島北部の田方平野の中央に位置する。年平均気温15.6℃、年平均降水量1800～1900mmと温暖湿潤で、年平均日照時間は1800～1900時間と日照時間にも恵まれる。南北に流れる狩野川が伏流水をもたらし、10mほど掘ると地下水をくみ上げることができる。東京から100km圏域にあり、東海道新幹線や東名高速道路を利用して2時間ほどで大消費地と結び付いている。

栽培に専念して高収量 健全な親株を共同育成

高い収益を得るため、高単価とともに不可欠なのが高収量だ。会員の10a当たり収量は全国平均と比べ34%も多い。この高収量を支えるのが、栽培に専念できる仕組みづくりだ。

パッケージセンターは、長時間労働が困難な高齢者や、労働力の確保や生産性の面で苦労の多い新規就農者に優先して利用を促し、大きな労力の軽減につながっている。

生産面で寄与しているのが「苺親株増殖施設」の建設だ。夏の高温など異常気象が常態化した近年、イチゴ苗の確保が全国的な課題となる中、親株の生産を委託していた県外業者の廃業などを機にJAが平成22年に建設した。委員会とJAが親苗の増殖や病害防除などを共同で行い、全ての会員に健全な親株を供給する。親株から定植苗を生産することができない会員に対しては、同施設で生産した親株をもとに県内外の業者に定植苗の生産を委託し、苗の必要本数を確実に調達できる仕組みを構築した。



	H28	H29	H30	R1	R2
トップ	7,299	7,931	7,822	8,218	8,625
上位10名平均	6,700	7,064	7,257	7,260	7,696
中位10名平均	3,859	4,332	4,354	4,253	4,419

親株増殖施設の内部

新規就農者の定着育成支援 ニューファーマーが産地に活気

収穫ピークを迎えた今年3月、多田地区の一角に建つハウスから笑い声がこぼれてきた。音楽が流れる作業場から顔を出したのは梅原亮人さん(29)。イチゴ1作目の新規就農者だ。「忙しくて大変です」と、ぼやきながらも笑みがこぼれる。3年前まで東京で会社員をしていた梅原さん。都会暮らしに将来の自分を見出せない中、生まれ故郷の伊豆の国市で農業の担い手を募集していることを知った。

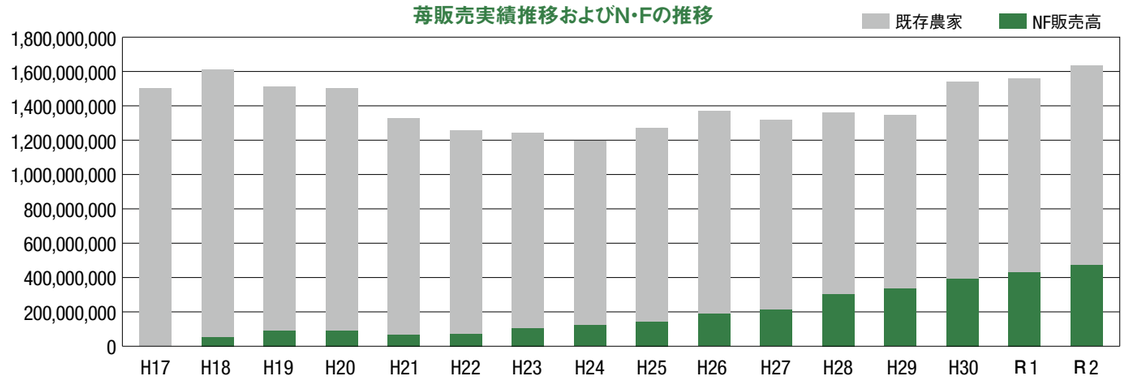
説明会に参加してみると、まさに“目からうろこ”だった。「イチゴ栽培は思いのほか身入りがよく、一気に夢が広がった。先輩農家の“小さいけど一国一城の主だよ”という言葉にもひかれた」と、迷うことなく新規就農の道を選んだという。

委員会では会員の1人が平成16年に新規就農者の研修を受け入れ始めて以来、地区外から22戸の新規就農者(通称:ニューファーマー)が定着した。委員会と静岡県、伊豆の国市、JAが連携して設置した「ニューファーマー地域連絡協議会」が、研修受け入れから農地の斡旋、収納後のサポートまで力を入れる。現在は会員4戸が研修生を受け入れ、このうち2戸がニューファーマーだ。

全国的に農家の高齢化が進む中では会員の平均年齢は61歳と若く、平均45歳のニューファーマーが産地を若返らせている。特筆すべきは販売実績で、令和2年度は会員数の16%に当たるニューファーマーが、栽培面積では21%、総販売額では29%に達した。

同協議会では「高設栽培で30a」を経営モデルとして推奨し、この規模を見据えた研修とハウスの確保を後押ししている。梅原さんは27aでスタートした。初年度から、母と祖母を専従者、パート5〜8人を雇用する一国一城の主だ。「先輩たちが声をかけてくれ、みんなの仲も良くて励みになる」と奮闘の毎日だ。

新規就農した梅原さん



産地支える「手間返し」 若手農家が復興に貢献

どんな取り組みも、生産者の足並みがそろわなければ「絵に描いた餅」でしかない。現在の好循環を生み出したのは、古くから根付く相互扶助の精神「手間返し」が根底にある。相場低迷、資材価格や燃料の高騰、自然災害…と、地域は数々の困難に直面してきたが、そのたびに会員は支え合い、助け合ってきた。

令和元年10月に襲った台風19号は、地域に甚大な被害をもたらした。収穫期を目前に控えたイチゴが泥をかぶり、高設ベンチは洪水になぎ倒され、壊滅的な被害を受けた会員もいた。この窮状に若手会員らが立ち上がり、損壊したハウスや設備の復旧に全力を尽くした。最終的には385万パックと例年と同程度の出荷量を達成し、一人の離農者も出なかったという。

令和2年には、コロナ禍で来場者が激減して行き場を失ったイチゴ狩り用のイチゴも共販として受け入れた。決定したのはJAでなく、委員会の意思だ。委員長の飯田さんは「昔からこの地域はJA主導ではなく農家が主導してきた」と言い切る。営農指導を担当する片山真秀さん(27)は「会員に寄り添い、情報を提供し、要望を聞いて答えるだけ」と笑う。

飯田さん自身は、5年前に息子の翔さん(30)が後継ぎとして就農した。「やったなりに所得を得られるから、職業の一つとして選ばれるのだと思う」と、産地の将来に光明を見出している。

飯田さん親子

「農業をやめたいと思ったことはないなあ。仲間がいるし」——。地域の主産業であるイチゴ栽培に誇りを持ち、夢を抱き、守っていくという精神が、委員会の原動力だ。

審査講評

盛田 清秀 委員長

静岡県伊豆の国市を管内とする140人のイチゴ生産者組織で、28.5haで16.3億円を売り上げている。生産者平均の栽培面積20.4a、販売額は1,164万円とイチゴが主力品目である。市場の産地評価は高く、こうした高い評価は消費ニーズに対応した品種更新、親苗増殖施設の建設と管理、圃場・作業場の緻密な巡回指導・チェック、集出荷施設の建設と厳しい品質検査によって安定的に高品質のイチゴが供給される仕組みを構築したことによるものである。さらに注目すべきは、「ニューファーマー」と現地で呼んでいる新規就農者・栽培者への綿密な指導と経営支援体制の充実である。多くの産地で悩まされている高齢化と栽培者不足が克服されている。

評価された第1点は、産地を支える新規就農者22人が確保され、販売額の3割近くが新規就農者の生産だということである。後継者不足は多くの産地で最大の悩みの種だが、生活できる収益プランを示し、農地をあっせんし、就農後も経営指導を継続して孤立感を抱かせないようにして新規就農者の育成・確保に成功している。

第2は、親株増殖施設からの苗供給により作業の効率化と高品質生産につなげるとともに、高設栽培や天敵を用いたIPMの推進、若手中心のICT技術研究グループの活動により新規就農者を始めとするメンバーの技術水準が底上げされている点である。

第3に、パッキングセンターを建設し、非農家女性を中心に雇用し、消費者目線による厳格な選別・検査・パッキングを行い、それが市場での産地評価を高めている点である。

以上の取り組みを通じて、高い技術に裏打ちされた高品質のイチゴ生産が実現し、市場からの高い評価を得て高収益経営が普及している。また新規就農者の育成に成功し、産地維持が図られている。このように、産地組織モデルとして優れた点が高く評価された。

技術共有、ブランド確立、担い手確保

チャレンジする伝統野菜産地 最上級「万願寺甘とう」を確立

京都府

JA京都にのくに万願寺甘とう部会協議会

会長 添田（そえだ） 潤（じゅん）さん

★★★ 大賞 Japan Agriculture Award

京都府のJA京都にのくに万願寺甘とう部会協議会は、同JA管内の3つの市（舞鶴市、綾部市、福知山市）別に組織された各万願寺甘とう部会で組織している。「京のブランド産品」に認定され、GI（地理的表示）登録された「万願寺甘とう」の生産・販売方法やPR活動の展開など、産地づくりの方針を決定する。種子の管理を自ら行って品質を保ち、栽培技術や販売情報を部会員で共有し産地全体の底上げを図り、京の伝統野菜産地としての地位を築いている。

辛味のない在来種トウガラシ 京のブランド産品。GIに登録

「万願寺甘とう」は辛味のないトウガラシだ。形はシュッとして細長く、肩がくびれて、全体に少し湾曲しているのが特徴。色は鮮やかな濃緑色で全体につやと張りがある。京都府北部、舞鶴市万願寺地区で、約100年前に誕生し「万願寺とうがらし」として栽培が始まった。自家用野菜として栽培を続ける中、いつしか「おいしい」と評判になり、万願寺地区の在来種として知られるようになった。昭和58年に京都府から、当時の舞鶴中筋農協にブランド化の打診があり、これを機に「万願寺甘とう」に改称し、部会を設立。栽培や出荷のルール、共同選果・共同販売の仕組みや基準を作り、京阪神市場向けに本格的な生産・出荷がスタートした、平成元年に京都府「京のブランド産品」第一号の認証を受け、平成5年に「万願寺甘とう」で商標登録した。需要が年々増えていく中で、舞鶴市に隣接する綾部市と福知山市の一部地域に生産を拡大し、平成22年に部会協議会を設立した。

本来の風味や形状を守り伝えるため、原産地の風土と伝統的手法によって栽培されたものだけを「万願寺甘とう」として販売する取り組みが評価され、平成29年にGIに登録。産地の名称を知的財産として登録、保護されることで、世界レベルで他産地との差別化が可能となった。魅力を広く伝えるため「万願寺甘とうブランドサイト」の立ち上げ、「万願寺甘とうブランドブック」を発行し、実需者や消費者に情報を発信している。

JA京都にのくに

JA京都にのくには、綾部市、福知山市、舞鶴市が管内。北部は日本海・若狭湾に面している。農業生産は稲作が基幹で、野菜や茶を組み合わせた複合経営が盛ん。「万願寺甘とう」をはじめ「紫ずきん」「京みず菜」などのブランド京野菜や、玉露、てん茶などの高級茶を生産し、全国茶品評会（かぶせ茶部門）で優秀な成績をおさめている。

単価下落を機にプロジェクトチーム結成 価格安定、販売額4億円突破

同協議会は、「万願寺甘とう」生産農家の経営安定のため、単価向上と反収増を目指した取り組みを進めてきた。きっかけは、平成26年の単価下落だった。市場出荷が多くを占める中、契約出荷や袋詰め出荷割合の増加、直接販売の拡大等を行い、市況に影響されにくい価格形成の実現を目指したのだ。「他作物の先進地を視察して、大きな産地となることが必要だと感じた。長く続く産地となるためには、今のままではだめ。新しい取り組みが必要だと考えた」と添田会長（44）は当時を振り返る。

平成27年、販売分野に明るい生産者で「販売企画プロジェクトチーム」を結成し生産者とJAが一体となって協議、検討を進めた。地元の飲食店・加工業者に「万願寺甘とう」の利用を働き掛け、利用店舗を「あまとくらぶ」（飲食店や加工業者約60店・社が加盟）として認定し、「万願寺甘とう」を使ったメニューの提供や加工食品の開発を通じた応援活動を展開した。店舗に統一ののぼりを立て、地元食材として観光客や住民にアピールし、地産地消や地元農産物の応援に力を入れた。このほか、ネットショップの開設、大手通販サイト、郵便局カタログ、地元自治体のふるさと納税返礼品など幅広い取り組みを行った。

令和元年には、精算時にJA収益となる販売促進費を控除することを同協議会が決定。その結果、JAは万願寺甘とう専任担当者を設置。販促活動をさらに強化した。その結果、大手讃岐うどんチェーンで「万願寺甘とう天ぷら」の販売や、大手コンビニエンスストアのおにぎりの具材に使用されるなど、多くの企業とのコラボレーションが広がった。

「発祥の地」として類似品との差別化に苦労していたが、平成29年のGI登録で明確な差別化が可能となった。それを機に「万願寺甘とうが最上の万願寺とうがらし」というトップ産地としてのスタンスに切り換え、ブランドサイトやブランドブック、通販化粧箱、ポスターなどの販促資材のデザインも統一し、一貫したブランド戦略を進めている。

こうした取り組みによって、販売額は伸びていき、同協議会を設立した平成22年度の1億7818万円が、令和2年度には4億1159万円と、初めて4億円を突破した。1生産者当たり平均120万円だ。京都市中央卸売市場の令和2年年報（5～11月）ではキロ単価は、万願寺甘とう協議会が876.6円に対し、京都府産万願寺とうがらしは870.3円。京都府産万願寺とうがらしに占める同協議会の割合は6～7割で、他産地は比較的単価の高い前半に出荷が集中する。市場出荷が8割を占めるので、この差は生産者には大きい。

食育活動としては、地元小中学校の学校給食の食材提供や、生産者自ら「万願寺甘とう」の歴史や特徴などを地元小学生に教える出前授業を行っている。平成25年には「万願寺甘とう」のイメージキャラクター「あまとくん」を公募で決定し、「万願寺甘とう」の特徴である「甘い!美味い（うまい）!辛くない」を合言葉に子どもたちに浸透している。

組織機構図（内部組織機構および外部関係機関との関係） 令和3年度

- 万願寺甘とう部会協議会（326名）
  - 舞鶴万願寺甘とう部会（107名）
  - 綾部万願寺甘とう部会（102名）
  - 福知山万願寺甘とう部会（117名）

連携

- JA京都にのくに
- 全農京都府本部
- 市町村（舞鶴市、綾部市、福知山市）
- 京都府（振興局・普及センター）
- 京のふるさと産品協会、特産物育成協議会

JA京都にのくに万願寺甘とう部会協議会のメンバー

ハウス栽培する「万願寺甘とう」

京都府内初（野菜では近畿初）のGI保護制度登録

出荷数量、販売金額、単価、通販取扱量の推移（平成30年度から並み規格除く）

	出荷数量	販売金額	1kg単価	通販取扱量
平成21年度	318,468.8kg	184,438,757円	579円	1,698kg
平成22年度	244,453.0kg	178,176,897円	729円	1,834kg
平成23年度	332,935.7kg	223,262,622円	671円	2,057kg
平成24年度	371,676.8kg	203,930,912円	549円	2,811kg
平成25年度	347,307.5kg	228,565,136円	658円	3,157kg
平成26年度	483,682.2kg	253,630,305円	524円	3,613kg
平成27年度	491,102.5kg	340,640,921円	694円	5,616kg
平成28年度	560,049.7kg	329,102,800円	588円	6,419kg
平成29年度	596,545.5kg	345,204,283円	579円	6,537kg
平成30年度	439,851.3kg	374,224,589円	851円	7,092kg
令和元年度	529,599.3kg	393,032,648円	742円	7,673kg
令和2年度	513,123.1kg	411,593,432円	802円	6,800kg

厳格な検品。種苗は外部流出防止「京マーク」は秀品だけに添付

生産者としての意識向上を図るため、毎年、苗の申し込み時に「万願寺甘とう栽培管理チェックシート」を作成し、生産者全員の提出を義務付けている。生産された「万願寺甘とう」は、共同の検品所に持ち込まれ、厳しい最終検品を受けて、基準・規格をクリアしたものだけが「万願寺甘とう」のブランド使用を許可されて出荷される。規格は1kg、4kgのバラ出荷の他、150g袋詰めがある。近年の労働力不足やコロナ禍の影響で販売店などが袋詰め作業の余力がないことを踏まえたもの。包装ラインの設備投資をし、産地での袋詰め能力を倍増させた。顧客ニーズに対応したことで、単価維持と部会員の所得向上を実現している。

さらに、「京のブランド産品」として出荷するため、農薬・化学肥料の使用を減らした環境にやさしい農法（京都こだわり栽培指針）によって生産されたかを、確認責任者や検査員が検査する。検査に合格した産品だけに「京マーク」を添付することができる。なお「万願寺甘とう」の場合、京マークをつけて出荷できるのは「秀品」だけだ。

「万願寺甘とう」の特徴は「固定種」であること。品質を保つため同協議会が特にこだわっているのが種子の管理だ。部会員が種子管理料を負担し、部会で種子・種苗を管理する。特定の部会員に採種栽培を委託し、産地で使用する種子全量を確保する。種子は外部からの花粉や訪花昆虫の侵入による交雑を防ぐため、代表の生産者が採種専用のハウスで栽培し、一粒一粒を手作業で選別する。育苗も特定の業者に委託して協議会役員が随時確認することで、品質の均一化や種子流出対策を行っている。種子は赤熟果から採種する。一般的な万願寺とうがらしの赤熟果は市場の人気が高いが、「万願寺甘とう」は種子流出防止の観点から、赤熟果の出荷は一切行わない。

赤熟果から種子を採種する部会員

京のブランド産品として出荷される秀品の「万願寺甘とう」

栽培管理チェックシート「万願寺甘とう生産者としての心得」表紙

過去20年からの生産者数、作付面積推移

年度	生産者数	作付面積
平成12年度	206名	448.0a
平成17年度	192名	633.0a
平成22年度	359名	1,108.0a
平成27年度	402名	1,514.5a
令和2年度	340名	1,516.6a

Iターン、Uターン者が就農ベテランが指導し産地を底上げ

京の伝統野菜の産地とはいえ、人口減少による担い手不足、高齢化等によるリタイヤは多い。そんな中で、「万願寺甘とう」の栽培を始めるUターンやIターン、定年後の新規就農者などが着実に増加している。JAが実施する万願寺甘とう実践塾による技術提供と合わせて、ベテラン部会員が新規加入した部会員にアドバイスをする環境が醸成されている。優良生産者の栽培管理情報（湿度、土壌水分、肥料濃度など）や技術は新規生産者を含め全員に伝えることで、技術のバラツキを回避し、産地全体を底上げする。また、京都府と連携して「万とうゼミ」の名称でSNSを使った勉強会も行っている。

実は、同協議会の添田会長自身がIターン就農者の一人。神奈川県横浜市生まれで実家は会社員。環境問題や有機農業に関心があったことから、三重県の愛農学園農業高校で有機農業を学び、卒業後も有機農家で修業。高校で知り合った妻が舞鶴市出身だったことから、妻の故郷で就農した。一からのスタートだったが、行政、JA、地域の農家の協力で「万願寺甘とう」の栽培技術を磨いてきた。そして、栽培を始めた6年後の平成28年、舞鶴部会の部会長に就任するほどの力をつけた。添田会長は「新規就農者は意欲的で、技術向上や規模拡大にも関心が高い。ベテランの指導で力をつけていけば、生産量が維持できるのではないか」と期待している。

万願寺甘とう生産者年代

	令和元年度		令和2年度		令和3年度		
	生産者数	生産者割合	生産者数	生産者割合	生産者数	生産者割合	平均面積
20代	7	1.9%	4	1.2%	2	0.6%	3.6a
30代	23	6.4%	26	7.6%	22	6.7%	6.8a
40代	45	12.5%	42	12.4%	50	15.3%	8.1a
50代	13	3.6%	15	4.4%	15	4.6%	5.7a
60代	80	22.3%	69	20.3%	53	16.3%	3.6a
70代	119	33.1%	119	35.0%	123	37.7%	2.5a
80代以上	51	14.2%	44	12.9%	41	12.6%	2.5a
法人・グループ	21	5.8%	21	6.2%	20	6.1%	13.1a
合計	359	100.0%	340	100.0%	326	100.0%	4.6a

「万願寺甘とう」は3月から5月に定植し、5月から11月まで収穫が続く。せん定・収穫・選果は時間がかかるものの、力が必要な作業はなく、女性が栽培の現場で活躍している場合が多い。イベントでの試食提供で女性が前面に立っている。また、個人でSNSを使って情報発信をしている女性もいる。

同協議会のさまざまな取り組みによって、作付面積は平成12年度の4.48haから令和2年度には約15haに拡大した。栽培面積のうち、ハウス栽培は9ha、露地栽培は6ha。ハウスはほぼ全てが無加温の半促成栽培で、露地は一部でトンネル早熟栽培を行っている。

JA京都にのくに万願寺甘とう部会協議会の添田潤会長は「万願寺甘とうは伝統野菜だが、産地化に向けて常にチャレンジしてきた。始まりは市場出荷もしていなかった。売るためにレシピを作ったほど。そして種子を門外不出とし、独自性を保った。需要が増えるのに対応し、生産地を拡大し、技術のバラツキをなくしてきた。こうした積み重ねで、販売額が4億円まで増やせた。将来的には、今の倍、8億円から10億円を目指したい。そして魅力ある大きな産地にし、地域農業の柱としたい。そのためには生産者を増やし、消費量も増やしたい。価格は下げずにどう伸ばしていくかが課題だ」と話している。

最近の新規栽培者状況

	新規栽培者数	新規栽培面積
平成29年度	19名	38.9a
平成30年度	17名	26.6a
令和元年度	14名	37.8a
令和2年度	15名	62.1a
令和3年度	12名	24.0a

生産者が選果した後、共同の検品場で厳しくチェックする

審査講評

盛田 清秀 委員長

京都府下3市にまたがる伝統野菜の万願寺甘とう生産者組織の部会員326人で合計15.2haを作付けている。全圃場の栽培履歴チェックを行い、検査場で検品のうえ栽培指針通りに生産され認証を受けた秀品が「京のブランド産品」として出荷される。GIにも登録され、地元飲食店での利用拡大、契約出荷や企業とのコラボ商品開発などによりそれまで変動が大きかった単価の安定に成功するとともに、新規栽培者の育成・確保により産地維持が図られている。

評価された第1点は、3市にまたがる多数の生産者を組織し、産地組織の連携と強化を通して伝統野菜の万願寺甘とうとしての産地態勢を築き上げ、ブランド確立に成功したことである。

第2に、ブランド形成の前提である高品質で外観に特徴のある万願寺甘とうの生産体制を構築したことである。伝統野菜は一般的に栽培が容易でなく、外観・品質の均一性を確保することに難点があるが、栽培指針を定め、技術公開と綿密な指導により良品質で特徴ある外観を持つ甘とうがらし生産の拡大を成し遂げたことである。

第3に、利用拡大を目指した販売戦略の実行と変動の大きい販売価格の安定化に向けた取り組みである。契約栽培を推し進め、荷姿も流通関係者・消費者に好評な袋詰め出荷を拡大し、直売を拡大し、プロジェクトチームを設置して地元飲食店での利用拡大を図り、企業とのコラボ商品開発を展開している。

第4に、新規就農者支援の取り組みである。熟練した栽培者のもつ技術を公開し、丁寧な技術指導によって新規就農者・栽培者が定着し、過去5年間では毎年12～19人が部会に加わっている。

以上の取り組みによって、生産品目が限定される日本海側の中山間地域という不利な立地条件のもとで、伝統野菜である万願寺甘とうの京野菜としてのブランド形成を通じて産地体制を確立し、地域農業活性化を実現してきたことが高く評価された。

「果物の女王」日本一の産地

手間惜しまぬ丁寧な房作りで平均単価3000円超を実現

岡山県倉敷市

JA晴れの国岡山船穂町ぶどう部会

会長 浅野（あさの） 三門（みかど）さん

古代エジプトの女王クレオパトラも好んだとされ、そのおいしさから「果物の女王」と称される「マスカット・オブ・アレキサンドリア」。加温作型の日本一の産地であるJA晴れの国岡山船穂町ぶどう部会は、栽培が難しい同品種で培った高い技術力を「シャインマスカット」にも応用し、他産地に先駆けて加温栽培技術を確立した。両品種で全国トップクラスの1kg単価3000円超を実現し、安定した収入で多くの新規就農者を確保。バブル崩壊等で低迷した産地が見事なV字回復を成し遂げた。

宝石のような透き通ったエメラルドグリーンの外観に、奥深い芳醇（ほうじゅん）な味と香り、甘すぎない爽やかな甘酸っぱさ。同部会が生産する「マスカット・オブ・アレキサンドリア」（以降、「アレキ」）は、姿・香り・味の全てに気品があり、「アレキ」にしか出せない味が多くの人をとりこにする。種無しブドウの人気が高まる近年においても贈答用として根強い人気を誇り、同部会の平均1kg単価は、県平均の2019円に比べ、驚異の3500円超（令和3年度）に達する。

同部会では25戸の生産者が4.5haで栽培（シャインマスカットなどを含めると98戸で30.5ha）。販売額で日本一を誇り、6～9月にかけて安定出荷できる唯一の産地となっている。会長の浅野三門さん（58）は「手間は他品種の3倍かかったとしても、味でアレキにまさるブドウはない」と自信を持つ。

「マスカット・オブ・アレキサンドリア」

船穂町ぶどう部会の役員の皆さん

岡山県倉敷市

倉敷市は、瀬戸内海に面した県南部に位置し、人口は中国地方第3位の48万人。比較的平坦な地域が多く、温暖で晴れの日が多い気候風土と県内三大河川の一つである高梁川の恩恵を受け、農業が盛ん。平野部では水稲、レンコンやゴボウ、丘陵地では白桃やブドウ、スイートピーなどが地域農業をけん引する。11㎢に満たない面積の船穂町地区ではブドウやスイートピーが栽培され、ハウスが所狭しと並ぶ。

傾斜地に所狭しと並ぶ加温ハウス

3回の摘粒など手間を惜しまず栽培

後発産地だからこその試行錯誤「極早期加温栽培」で大躍進

船穂町でブドウ栽培が始まったのは今から130年前の明治26年にさかのぼる。瀬戸内特有の温暖で冬季でも日照時間が長い気候から、ブドウなどの施設園芸、特にマスカットの栽培に適した土地だった。さまざまな品種に挑戦し、「アレキ」の栽培が始まったのは昭和26年。岡山県では明治19年に導入されており、もともとは後発産地だった。

先進産地に追いつくため、新たな栽培方法に挑戦した。産地としての飛躍は、他産地に先駆けて昭和35年に成功した、12月に加温をスタートする「極早期加温栽培」がきっかけだった。12月加温栽培は、ブドウが休眠から覚める前に加温をスタートするため、1月以降に加温を始める普通加温の技術ではうまくいかず、発芽不良などの障害が発生し、困難を極めた。試行錯誤を繰り返し、加温開始時に休眠打破効果を狙って夜間を25度以上、日中も35度まで高め、高温障害を防ぐために散水して湿度を維持する、これまでの栽培方法と大きく異なる「高温高湿度処理技術」を確立。これを機に、ガラス温室の増設、集出荷場の建設、大型灌漑（かんがい）施設の整備など、加温栽培産地としての生産基盤も整備し、飛躍が始まった。

樹への負担が大きい12月加温を支える栽培方法を確立していった他、加温栽培に適した優良系統を選抜し、産地全体に普及。同系統の苗木を普及することで品質のバラつきがなくなり、安定した高品質の「アレキ」を出荷する体制が出来上がった。

さらに、昭和45年には、「アレキ」栽培では県内初となる連棟ビニールハウスを導入。傾斜地でも容易に自力で建てられるようになると同時に、建設コストの低減と土地利用効率が高くなり、一気に面積が拡大した。南向きの緩傾斜地に建てられたハウスは、換気効率が非常に高く、病気の発生も抑えられ、ブルームが多く発生して上品な外観のブドウ生産につながった。それまで不利だと考えられていた傾斜地での栽培が、低コスト高品質生産の礎となった。

贈答用「アレキ」の早期出荷産地として右肩上がりに成長し、バブル期には「アレキ」だけで生産者は100人、販売高も約10億円に増加。平成9年以降は、日本一の加温栽培産地となった。

種無し人気拡大で単価低下「シャインマスカット」導入で巻き返し

だが、バブル崩壊による景気後退や、種無し品種の人気拡大により、平成10年以降は需要、単価が低迷した。繊細な作業が多い「アレキ」栽培は高齢農家にとって負担が大きく、燃料や資材の高騰などによる生産費の上昇も農家の「アレキ」離れに拍車をかけた。浅野会長は「ピオーネや瀬戸ジャイアンツなどの新品種にも挑戦したが、アレキのような柱にはできなかった」と振り返る。部会員や面積が徐々に減り、平成21年には販売高が最盛期の約6割にまで減少。産地存続の危機に直面した。

そんな中、産地の救世主となったのが「シャインマスカット」だった。「アレキ」に比べて作業時間が短く、低めの加温で良いため低コストで栽培できた。また、これまで培った技が応用でき、他ではまだ加温作型では産地化されていなかったため、部会としての導入を決めた。

その後の動きも他産地より速かった。導入に際しては全面改植で早期成園化を図り、他産地に先駆けて加温栽培に取り組んだ。新品種で加温栽培の事例がなかったため、当初は手探りの状態だったが、県やJAと樹の状態を注意深く観察しながら適した栽培方法を模索。加温温度が低くても良い一方、日中の高温乾燥には注意が必要なことなど品種特性を見極め、栽培方法を早期に確立した。

その結果、外観に優れる大粒の「シャインマスカット」の早期出荷産地としての地位も獲得。平均1kg単価（令和3年度）も日本一となる3000円超に達し、「アレキ」に続いて近年面積が増えている「シャインマスカット」

「シャインマスカット」でも全国トップクラスの産地となった。

「アレキ」でも消費者ニーズを一番に考えた生産、販売方法への転換を図った。長年、1kg化粧箱（2房）が主流だったが、世帯人数の減少などに対応し、1房化粧箱が中心の生産・出荷に変更した。また、他産地との早出し競争で4月出荷も行っていたが、食味の問題も発生していた。そこで、平成21年からは安定生産、安定供給のため、5月下旬を初出荷と取り決めた。それらの取り組みの結果、「アレキ」の単価も徐々に上昇していった。

「アレキ」の1房化粧箱

新規就農者を手厚くサポート 産地を支える存在に

「シャインマスカット」の導入と「アレキ」での消費者ニーズに応える生産、販売と並んで産地復活のカギとなったのが、新規就農者の受け入れだった。高齢化で離農したり、手間のかかるアレキ栽培を辞めざるをえない農家が増えてきたため、県、市、JA、農業公社と連携して研修圃場（ほじょう）を設置。平成15年から受け入れをスタートした。

就農オリエンテーションから体験研修、2年間の農業実務研修を経て栽培技術を習得したうえで就農する仕組みを整えた。離農する高齢農家のハウスを利用することで初期投資を抑え、収入を確保することで早期の経営確立を後押しする。

ベテラン農家による「匠の技」の伝承

定着に向けては、就農5年未満の農家に対して、農業普及指導センターやJAで初心者講習会を開き、通常の講習会では聞きにくい部分もフォローする。若手農家で「青年部」も結成し、勉強会も開催。ベテラン農家たちも「人生をかけて地域外からきてくれた若者の思いに応えたい」と、積極的に新規就農者に匠の技を教え、産地の技術レベルの底上げにつながっている。

手厚い支援と早期に収入を確保できることなどから、これまでに新規参入者10人、Uターン就農者11人の計21人が就農した。産地全体の面積の14%、「アレキ」に限ると39%を占めるほど、「ニューファーマーは欠かせない存在」（浅野会長）になっている。現在は空いているハウスがなく新規就農者の募集をストップしているほど、産地が活気づいている。

2本柱で産地復活 販売高もV字回復

作れば売れる時代ではなくなったため、時代の変化に合わせて積極的なPR活動も展開してきた。地元倉敷市でのブドウ祭りや小中学校での食育活動、首都圏でのJAや行政、市場関係者と連携した営業活動などを実施。ホテルに「アレキ」を使ったパフェを提案してキャンペーンを行ってもらったり、地元大学と「マスカットプリン」を開発したりとさまざまな取り組みに挑戦した。平成28年には、「アレキ」導入130年を記念し、これまでにない大規模なPRキャンペーンをフルーツ店や百貨店で行った。

それらの取り組みが奏功し、平成10年ごろから減少し、一時は最盛期の6割程度まで落ち込んだ販売額が、令和3年度には部会員98戸で9億6000万円に達し、見事なV字回復を達成した。浅野会長は「アレキとシャインマスカットの2本柱による経営と、ニューファーマーの増加で再び産地が元気を取り戻した」と笑顔で話し、JA晴れの国岡山 岡山西広域営農経済センター 倉敷西アグリセンターの平松敬一センター長も「ニューファーマーが新たな取り組みに挑戦し、新しい風を吹き込んでくれることで、産地が活性化している」と評価する。

青年部も積極的にPR活動を展開

海外からの指名買いも増加 さらなる品質向上目指す

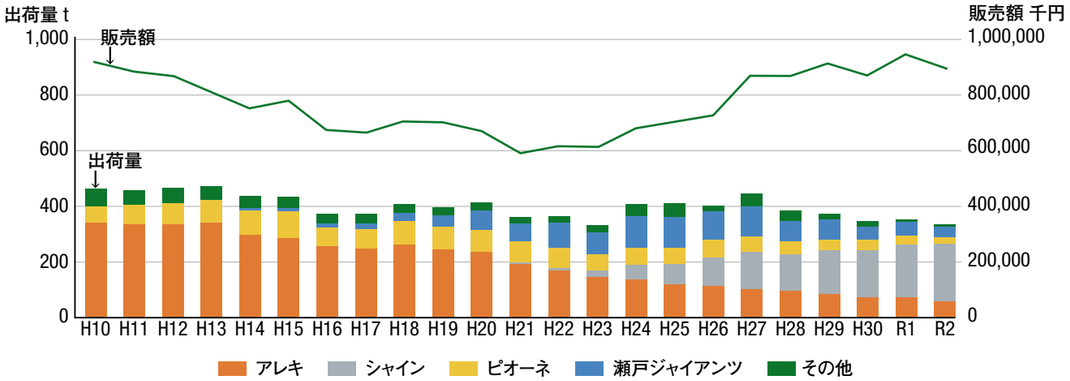
近年は、より安全・安心なブドウを生産するため、ハダニの天敵栽培にも取り組んでいる。JA晴れの国岡山 岡山西広域営農経済センター総合指導課の石川健二さんが3年前から「バンカーシート」の導入とマニュアル化を進めてきた。10aに100個取り付け、ハダニ駆除の薬剤の使用を半分以下に削減。浅野会長の圃場では薬剤を1度も散布する必要がなくなり、省力化にもつながっている。

安全・安心の取り組みなどから、海外からの指名買いも増えており、輸出の増加が全体の単価アップにも貢献している。今後も高齢農家の離農に合わせて新規就農者を確保し、産地を維持していきたい考え。浅野会長は「いろんな失敗をして今の技術を確立してくれた先人たちの技を継承するとともに、さらに品質を高めていきたい」と抱負を話す。

全農おかやまの担当者と初出荷について調整する部会役員とJA担当者ら

導入が進む「バンカーシート」

販売額及び出荷量の推移



審査講評

盛田 清秀 委員長

ブドウの女王ともいわれるマスカット・オブ・アレキサンドリア（「アレキ」）の産地が、新たな挑戦によって「アレキ」の再生を図りつつ、新品種導入と栽培技術革新により産地の再生・再成長を実現している。「アレキ」導入時には、早期加温技術を始め堆肥の多量投入、樹冠のコンパクト化、ハウス連棟化等を先駆的に進め産地を確立した。しかし「アレキ」は労働・エネルギー多投が必要で、消費者ニーズの変化への対応、省力化・低コスト化が求められる中で新品種（シャインマスカット）への切り替えによって産地再生を達成した。

評価された第1点は、新品種導入時に加温栽培技術を独自に開発しつつ、反射マルチの採用、葉の枚数調整など高糖度化に取り組んだこと、そうした技術面での工夫を踏まえ全面改植による早期成園化を図り、「アレキ」の技術蓄積・開発の経験を活かして産地復活を成し遂げたことである。「アレキ」の単価低迷、生産者の高齢化で産地が衰退しつつあったところ、シャインマスカットで高単価を実現し、産地再生を果たし、「アレキ」においても出荷対応の革新で過去最高単価を実現している。

第2に、産地再生においては新規就農者の役割が大きいことである。新規参入者、Uターン就農者合わせて21名に対して丁寧な技術指導、園地あっせんを行い、ブドウ出荷額の14%が彼らによるものであり、うち「アレキ」については新規就農者が栽培面積の39%を占めている。

第3に、産地独自の技術革新を重ねてきたことに加え、非破壊糖度計を活用した選果の徹底と新選果場稼働による選果効率の向上、台湾を中心とする輸出への取り組み等の販売革新により産地地位を高めている。

以上の取り組みを通して、「アレキ」という伝統品種の低迷に苦しんでいた中で、「アレキ」の復活と新品種への切り替えを成功裏に行い、ブドウ産地としてのV字回復を果たしたことが高く評価された。

地域6つの生産組合が合流

一元集・配荷や新技術でイチゴ生産を主導

★★★ 特別賞 Japan Agriculture Award

愛知県愛西市
あまイチゴ組合
組合長 佐藤（さとう） 進（すすむ）さん

愛知県愛西市のあまイチゴ組合は、
イチゴの生産者65戸が14.6haで「ゆめのか」を栽培している。
地域に6つあった生産組合を
平成25年から段階的に再編し、平成29年に誕生した。
集出荷拠点も整えて、一元集荷・配荷の体制を整備。
二酸化炭素（CO_2）濃度や湿度など
環境制御技術を導入し、10a当たりの売上高を
1.4倍に引き上げるなど
地域のイチゴ生産の振興をリードしている。

産地の栄枯盛衰を経験し生産者が挑戦 品種統一、環境制御技術で収量増

愛西市と隣の津島市が位置する海部地域は、都市近郊の立地を活かした農業地帯だ。あまイチゴ組合は、イチゴ産地に立ちはだかった難局を乗り切るために挑戦した生産者の汗と涙の結晶である。

海部地域で昭和23年に始まったイチゴの出荷は、生産組合の結成や抑制栽培技術の開発で、昭和30年代には東京市場で最も評価の高いイチゴ産地となった。しかし、昭和60年代から全国各地でイチゴ栽培が行われ、作型の前進化や高速道路などの物流網の発達で産地間競争が激化。栽培方法や出荷体制の転換に後れをとった海部地域のイチゴからは徐々に客が離れ、価格低迷、生産者の所得減少と連鎖し、イチゴ栽培の魅力が薄れた。後継者が減り、産地の高齢化が進むと、生産者の減少につながった。

産地の低迷を打破しようと、生産者は挑戦を始めた。栽培適性を模索した結果、平成17年、栽培品種として収量性や食味の良さ、果皮が硬く輸送性の高い「ゆめのか」を導入した。平成28年度作からは、海部地域は「ゆめのか」に統一し、生産量は増えていった。また、早期出荷に向かないとされていたが、夜冷期間が他品種より長いことを研究で突き止め、11月中旬の出荷開始を可能とした。

収量を高める努力も並行して進んだ。高度な栽培環境を計測し、環境制御を行うために有志で平成28年、「いちごICT研究会」を発足。環境モニタリング装置を活用し、炭酸ガスを早朝に加え日中も施用することなどで収量を高める成果を上げている。

出荷直前の「ゆめのか」

JAあいち海部

JA管内は愛知県西部にある津島市、愛西市、弥富市、海部郡に位置。ほとんどが木曽川下流の沖積デルタの平坦地となっている。豊富な水と肥よくな土壌に恵まれ、水稲をはじめイチゴや、レンコン、トマト、ナスなどの野菜や果物が露地や施設で栽培される。この他、カラーや花ハスなどの切り花やベゴニア、ポインセチアなどの鉢花や植木など農産物が多岐にわたるのも特徴だ。

実需者の要望に応えるべく 地域の6つの生産組織を再編し組合発足

一方で、地域にある6つの生産組織はそれぞれ人数が少なく、生産者の中には実需者の要望に十分に応えられない悩みがあったという。組織再編が必要との生産者の思いを汲み、JAあいち海部の提案で平成25年に6組織で「いちご連絡協議会」を設立。その後、「あまイチゴ連合会」に改組し、一元配荷を実現。販売メリットを実感した生産者は平成29年、「あまイチゴ組合」を発足させた。組合の管内は広域になったが生産者同士が顔なじみになる努力を欠かさない。あまイチゴ組合組合長の佐藤進さん（67）は「コロナ下でなかなか大変だが、休憩時間などに喫茶店に行き、生産者仲間と話をして、栽培の情報交換などをして交流を深めている」と打ち明ける。

イチゴセンターの完成でイチゴ生産に変化 安定供給、多様な荷姿などで収入増

組合の設立とともに、生産者やJA職員が口を揃えて「地域のイチゴ生産に大きな変化をもたらした」と話すのが、集出荷拠点のイチゴセンターの完成だ。点在していた集出荷場が一つになり、一元集荷できるようになったことで、いち早く正確な出荷数量を把握し、実需者の要望に沿った配荷が可能となった。センターには大型冷蔵庫があり、量販店への安定的な供給、遠隔地へも出荷できることから販路も広がった。

センターにはイチゴのサイズや階級を自動的に判別、仕分けするカメラ選別レーンがあり、それまで、各地の集出荷場で生産者が交代で集出荷していた当番回数を10分の1、作業時間を4分の1に削減することができた。そのため、佐藤組合長は「イチゴに向き合う栽培管理に手間をかけられるようになり、品質が向上した」という。

組合は一般的なパック詰めなどの荷姿に加え、化粧箱や少量パック、洋菓子やケーキ用の規格の特殊な荷姿での出荷にも取り組むようになった。ここで品種を「ゆめのか」に統一したことが生きた。多様な規格でも手間が少なくてすみ、効率よく配荷作業が行えたからだ。

一元集荷を可能にしたJAあいち海部イチゴセンター

地域農業の中核を担うJAあいち海部あまイチゴ組合の組合員ら

こうした努力が実を結び、洋菓子店やコンビニエンスストア、製パンメーカーなど新たな販路を次々と開拓。10a当たりの収入は組合発足前の平成26年度に458万円だったのが、令和2年度は662万円と、44%アップした。組合の発足、センターの稼働を通じて、生産者がイチゴの生産、JAや経済連がイチゴの販売にと、それぞれ特化できるようになったことがその理由だ。

次世代を担う生産者の育成に注力する組合 数値目標、地域貢献で欠かせない存在に

「大切に育んできた地域のイチゴ産地を後世に残したい思い」（佐藤組合長）から組合では、次世代を担う生産者の育成にも力を注ぐ。JAや市などが協力して「いちご新規就農支援協議会」を組合の下部組織として発足させた。研修生2人が、10人の組合員の下で、令和4年6月からイチゴ栽培のイロハを学ぶ予定だ。

令和2年時点の45歳以下の若い組合員は16人と、6年前の平成26年の5人から3倍になっている。背景には単収の改善などイチゴ栽培が魅力的になっていることが挙げられる。さらに組合が青年グループの活動を経済的に支援し、将来の担い手として大切に育てていることも一因だ。一方で青年グループは炭酸ガスの効率的な施用といった組合の栽培技術向上に貢献するなど、活躍の場を広げている。

組合では、今後の目標としてさまざまな数値目標を掲げる。販売金額は12億円、ICT（情報通信技術）を活用して10a当たり収量7t、新規就農者を毎年2人誕生させることなど、具体的だ。さらに肥料や農薬などの削減、燃料削減、労力軽減といった持続可能な開発目標（SDGs）につながる取り組みや、農福連携、食育活動を通じた地域貢献にも積極的に行う考えだ。佐藤組合長は「若者に魅力ある農業を示すためにも、組合一丸でがんばっていきたい」と抱負を語る。

あまイチゴ組合はこれからもイチゴのみならず地域農業の発展のために、たゆまぬ努力を惜しまない構えだ。

食・農・観の連携で里山の価値創造へ

「規模」より「価値」の追求で里山の農林業再生に挑む

熊本県山鹿市

(株)パストラル

社長 市原（いちはら） 幸夫（ゆきお）さん

中山間地の活性化を目指し、
地元農産物でのご当地アイス製造からスタートした
(株)パストラル。
その後、耕作放棄地を借りての農業参入、
加工販売拠点となるフランス菓子専門店とカフェ……
と6次産業化を進め、
消費者や地域農家も巻き込みながら事業を展開。
目指すのは「里山農業の新しいカタチ」の追求だ。

規格外農産物を活かし アイス製造をスタート

観光物産館などのプランナーだった市原幸夫さんが、平成9年に(株)パストラルを設立し、ご当地アイスの製造を始めたのは、ある中山間地域の道の駅の計画・設計にかかわったのがきっかけだった。

地元農産加工グループの女性たちと出会い、直売所では加工品の出荷農家が少なく、高齢化も進んでいる現実を知った。自ら農産加工事業のモデルを作り、中山間地域の農業の活性化につなげたいと、規格外品の農産物を活用した6次産業化に挑戦を始めた。

熊本県山鹿市

熊本県北部に位置し、福岡・大分両県の県境と接している。平成17年、山鹿市・鹿北町・菊鹿町・鹿本町・鹿央町が合併して誕生し、人口は約4万8000人。基幹産業は、平安時代からの歴史を持つ温泉郷を中心とした観光業と農業。平野部ではコメやスイカ、中山間地域では栗・タケノコ・柑橘類・柿・シイタケなど多様な品目が生産されている。とくに栗は県内トップの生産量を誇る。

「思いだけでのスタートでした」と市原さんは振り返る。

熊本県内屈指のジャージー乳産地である阿蘇小国郷地域の生乳と各地の農産物の規格外品で作るアイスやシャーベットを「ご当地アイス」として物産館で販売し、販路拡大のため営業を始めたが、当初、経営は苦戦続きだった。

アイスは常時40～50品目、年間150品種にも上る小ロット多品種を製造するため、効率化が難しい。展示会に積極的に参加して営業に奔走したが、品質は高くても価格も高く、知名度がないため売上は思うように伸びなかった。

転機になったのは、県内のホテルやレストランから「地元でしか食べられないアイスなら価格が多少高くても使いたい」と卸注文が入り始めたことだ。これを機に、幸夫さんは業務用の高級産地アイスとしての販売に活路を見出した。

幸夫さんが基盤を築いた事業を発展させたのは、3人の息子とその妻たちだ。平成15年には、都内の金融機関に勤務していた長男の邦彦さんが、結婚を機に妻・智美さんと帰郷し、アイス事業に参画した。

幸夫さんが始めた高級アイスの卸販売を、「小ロット多品種のオーダーメイドアイス」の製造販売事業としてビジネスの仕組みを再構築。営業・企画広報を強化して販路を拡大した。経営が軌道に乗り、平成20年には九州ニュービジネス大賞奨励賞を受賞した。

オーダーメイドの高級アイス

現在では、年間300種類のアイスを製造し、法人取引先は小規模事業者から大手企業まで約300社に広がっている。

農業参入で里山の農地を再生

農産加工だけでなく、その元となる農業も、中山間地域では待ったなしの高齢化・後継者不足が深刻化する中、平成24年には、大学農学部を卒業し、東京で勤務していた次男・伸生さんが、幸夫さんの夢に共感し、やはり結婚を機に、都内の病院で勤務していた管理栄養士の妻・奈穂子さんと共に「夫婦で農業をやりたい」と帰郷した。

すでに平成20年、息子の帰郷の意向を知り、幸夫さんは、耕作放棄された栗林1.7haを借りて農事組合法人「やまが栗風舎」を設立。

平成23年には、規模効率化の望めない中山間地の水田に適した方法として合鴨水稲同時作に注目し、市内の「アイガモ研究会」の農家と連携し、農家5軒と「相良あいがもん倶楽部」(代表：児玉馨志氏)を結成していた。伸生さん夫婦は、帰郷と同時に同倶楽部の一員として地域農家に迎えられた。

「相良あいがもん倶楽部」では、価格競争と一線を画した里山の暮らしや自然などを前面に押し出す「里山ブランド」として、消費者との交流を軸に、コメや農産加工品の直販戦略を立てた。

生産した無農薬栽培米は、JAS有機認証を取得し、贈答用品として真空パック「MOYAIの米～里山再生プロジェクト～」のネーミングで販売を始めた。

パッケージにはQRコードを記載し、稲作の様子を動画で伝え、視聴した購買者を現地交流に誘う仕掛けも作った。それが、つながりや共同を意味する「もやい」というネーミングの由来でもある。そこから、現地を訪れる消費者との農業体験ワークショップが始まった。

この交流型を志向した米商品は、フランスの百貨店の目に止まり、平成26年には同百貨店の「ベストセレクション」に選出。同年秋の「ジャパン・フェア」に出展するなど海外からも反響を得た。

現在、1.3haで生産する無農薬アイガモ米は、7割が全国の個人への直販、3割が関東の米小売店へ卸販売となっている。また、アイガモは、東京の高級フレンチレストランに肉質が評価され、販売が決まったほか、その他の飲食店への卸販売、自社経営するカフェでのクリスマス用商品として全量売り切っている。

一方、耕作放棄地となっていた栗園は、再生した上で新たに栗とワイン用ぶどう品種のシャルドネを植えた。シャルドネは、山鹿市内に平成30年にオープン予定だった菊鹿ワイナリーへの出荷を視野に入れての植栽で、今では収穫期には県内外から50人前後のボランティアが集まる。

一方の栗は、三男の勇生さん・かおりさん夫婦が帰郷し事業に参画することを視野に入れての植栽だった。

フランス菓子専門店で 里山農業と食を結ぶ

平成28年、家族全員で将来のビジョンを話し合い、「食・農・観の連携による地域価値創造基本構想」(アッサンブラージュ・プロジェクト)をまとめ、家族全員で、その実現に向けて動き出した。

三男夫婦の帰郷を前に、平成29年には「6次産業化総合化事業計画」の認定を受け、約1億7000万円を借入れて、生産・加工・販売の拠点施設となるフランス菓子専門店「ricca」の建設に着手。翌30年に開業し、帰郷した勇生さんがパティシエとなり、妻のかおりさんと二人三脚で店を運営している。

店舗は緑豊かな閑静な住宅街の中にあり、けしてアクセ

あいがもん倶楽部のメンバーと

再生した栗園

平成30年にオープンしたricca

人気のスイーツ。看板商品はモンブラン

スは良くない立地条件だが、蓋を開けてみると、年間約3万人が訪れるスポットになった。

東京でもトップクラスのレストランでパティシエを務めた勇生さんの本格的なフランス菓子が味わえることも大きな魅力だが、里山の農業を守ろうと取り組んできた同社のこれまでのストーリーが地元メディアでも取り上げられるなど都市住民の共感を呼んだほか、交流型農業を通じて地道に関係人口を醸成してきたことが、付加価値になっていたことは想像に難くない。

店を代表するスイーツが、山鹿市内産の栗と九州産の生クリームで作るモンブランで、喫茶やテイクアウトを合わせて年間約3万個も販売する人気商品となっている。

伸生さんが生産する自社の栗園だけでなく、地域農家4軒からも仕入れた栗を、自社加工施設でペースト状にして使用する「山鹿でなければ食べられない味」(勇生さん)だ。

他にも、山鹿市内産の栗を使った栗ジャム、市内産のブルーベリーや桃を使用した生菓子、「あいがもん倶楽部」のアイガモ米の米粉を使用した焼き菓子やパン、ジェラートなど、里山の恵みにこだわったスイーツがずらりと並ぶ。

素材の県産比率は約6割に及ぶ。

仕入れ価格は、条件不利地域の中山間地農業が成り立つよう高めに設定している。それだけ商品価格も高いが、年間販売額は開店以来伸び続けており、令和元年度には1億5000万円を超えた。

令和2年度には、コロナ禍の影響で、業務用アイスの販売額が激減したが、riccaの販売額は伸び続けている。

広がる里山再生プロジェクト

令和3年には、伸生さんが、高齢化した近隣の農家から柿園30aとタケノコ園70aを継承した。

山鹿市には、渋柿を半乾燥した「あんぽ柿」に加工生産する「菊鹿町干柿研究会」があったのだが、メンバーの高齢化で継続が難しくなり、伸生さんは、同研究会の乾燥施設も継承した。

さっそく、長男の邦彦さんと三男のパティシエ・勇生さんを中心に、このあんぽ柿を使った新たなスイーツの開発に着手。あんぽ柿の中に栗ジャムやアイスなどを詰めた柿のスイーツを「酒落柿」シリーズとして、平成4年春からテスト販売を始めた。

同社社長の幸夫さんは、

「効率や規模だけで考えたら、里山の農業は消えてしまう。規模より価値を追求し、里山を起点としたさまざまな事業がクラスター状につながることが、地域の価値を向上させ、里山農業の新しいカタチや地域コミュニティの再生につながると思うのです」と言う。

令和5年に完成予定の新・熊本空港内の商業施設にも、同社のブースが設置される予定だ。関東・関西・海外の観光客に里山の魅力を発信し、里山体験などの誘客につなげたい考えだ。

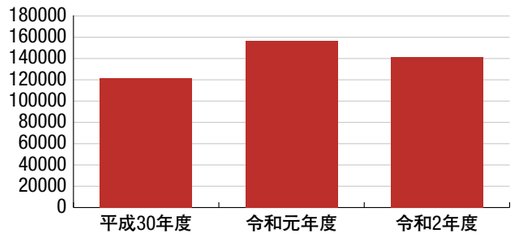
長男夫婦が企画・営業をはじめ経営全体を統括し、次男夫婦が農業生産を担い、三男夫婦がその農産物を活かした「食」を創出するという、家族ぐるみの6次産業化の形が完成した現在、幸夫さんは新たに、地元の自伐型林業家や製材所と連携した住宅建設に着手。里山の林業再生の可能性もさぐっている。

父の思いは、息子たち世代の専門性を活かした役割分担によって高度化され、地域の人々も巻き込みながら里山に新しい風を吹き込み始めている。

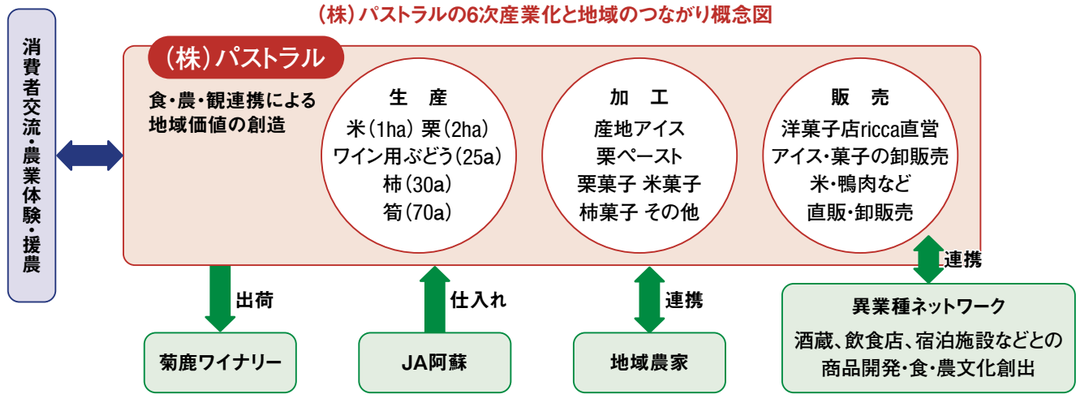
平成9年	株式会社パストラル設立
平成18年	熊本県中小企業経営革新計画承認
平成19年	財団法人熊本県起業化支援センターより1,000万円の出資
平成19年	ベンチャープラザ西日本2007ビジネスプラン発表
平成20年	東京ベンチャーフェアJAPAN2008出展
平成20年	地域産業資源活用事業計画認定(経済産業省、九州農政局)
平成20年	九州ニュービジネス大賞奨励賞受賞
平成20年	農事組合法人「やまが栗風舎」設立
平成24年	里山農業参入(あいがもん倶楽部)
平成28年	食・農・観の連携による地域価値創造基本構想の策定(アッサンブラージュプロジェクト)
平成29年	6次産業化総合化事業計画認定(九州農政局)
平成29年	熊本県初の事業性評価融資(無担保・無保証)決定(日本政策金融公庫農林水産事業:スーパーL資金(1億7千2百万円))
平成30年	菓子・喫茶「ricca」開業
令和3年	菊鹿町干し柿研究会のあんぽ柿事業を承継 里山林業活性化プロジェクト始動

閑静な住宅街で年間3万人を集客

年間販売額推移(単位:千円)



(株)パストラルの6次産業化と地域のつながり概念図



令和3年に譲り受けた渋柿圃場

邦彦さん、伸生さん、勇生さん家族

審査講評

盛田 清秀 委員長

全体を統括する経営者夫婦と、それぞれ担当部門(農業、冷菓製造販売、スイーツ製造販売)をもつ3組の息子夫婦が協同して6次産業化を実現している。また里山・里山農業を守るというミッションを重視し、耕作放棄が懸念された栗園、柿園を引き受け、さらに林業再生にもチャレンジしている。各部門の責任が明確で自立した運営・経営が行われるとともに、部門間の支援・連携関係が効果的に行われており、理念が実践に裏付けられている。

評価された第1点は、6次産業化の実行と完成度の高さである。無価値とされた規格外農産物を原料とした小ロット多品種アイス製造事業から始まり、長男夫婦によるアイスのオーダーメイドシステム構築で300品目のアイスを300社に販売するまでに成長させた。また2男夫婦が合鴨農法稲作130a、栗200a、ぶどう20a、加工用渋柿30aなどの里山農業を展開し、3男夫婦による洋菓子部門への原料供給にもつなげ、各部門が連携する6次産業化を展開している。

第2に、里山・里山農業を守ろうとする強い情熱であり、全国に向けて発信するメッセージである。小規模農家の規格外農産物を価値化し、耕作放棄化されつつあった栗園を引き受け、あんぽ柿として加工されていた後継者のいない柿園を引き受け、市街地から離れた土地で洋菓子店とカフェを開設し、里山とその資源を保全するモデルを構築している。

第3に、家族経営としての連携のあり方である。農業、農産加工、販売を3人の息子が妻と共同で担い、全体を経営者夫婦が統括し、部門間の連携と協同による6次産業化を実現している。

以上の取り組みを通じて、里山・里山農業存続に向けたメッセージを発信し、林業再生の取り組みを開始しつつ、地域資源を活かした、地域の再生・経済活性化のあり方を提示し実践している。持続的な里山及び里山農業モデルとして高く評価された。

昭和50年代から有機農業に取り組む

環境にやさしい農業で消費者と信頼関係を築く

長崎県南島原市

農事組合法人 ながさき南部生産組合

会長 近藤（こんどう） 一海（かずみ）さん

昭和60年、有機農業による産直事業を目指す生産者たちが設立した「ながさき南部生産組合」。地元九州の生協と始まった提携は、関東、東北、関西に広がった。平成17年に直売所「大地のめぐみ」を開設し、インショップ事業、農泊事業にも着手。今後は、食を核に地域産業が連携する「地域商社化」も視野に入れている。

★★★ 特別賞 Japan Agriculture Award

有機栽培と産直事業に活路を求める

農事組合法人 ながさき南部生産組合は、昭和50年、東京青果（株）勤務を経て24歳で帰郷した近藤一海さんが、有機農法の研究の場として立ち上げた南部蔬菜生産組合と南高果樹研究会の2組織が前身となっている。

大手青果卸売会社での勤務経験から、「市場流通では生産者に価格決定権がない。生産者自ら価格決定にかかわり、生計を立てられる農業のあり方を考えた」と近藤さんは言う。

有機農業も産直も珍しかった当初、集まった生産者は、南部蔬菜組合が5人、南高果樹研究会が7人の計12人。栽培方法の研究と同時に、近藤さんは販路を求めて、有機農産物への関心の高い生協やスーパーに通い続けた。

研究会設立から9年後に実現した初めての提携相手は、中堅スーパーのマルエツ。間もなくコープ鹿児島、大地を守る会（現・オイシックス・ラ・大地）との提携も始まり、昭和60年、2組織を統合し「ながさき南部生産組合」に改組した。

その後、提携相手は生協を中心に全国に広がり、それに伴って生産者も増加。平成3年に法人化した。現在、組合員は南島原市、雲仙市、島原市と島原半島全体で143人、年間事業高は約21億円。事業高の7割は生協などとの産消提携による取引だ。

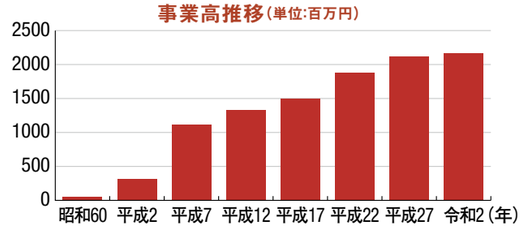
提携関係が広がる中、栽培基準を策定・厳格化。有機栽培、農薬不使用栽培、慣行農法より農薬を5割以上削減（現・特別栽培）の3段階に分類しての品質管理体制を構築した。

さらに、残留農薬検査結果の公開や、消費者が直接現地を訪れて圃場を確認する公開監査制度を全国に先駆けて取り入れるなど、提携先との信頼関係を強めてきた。

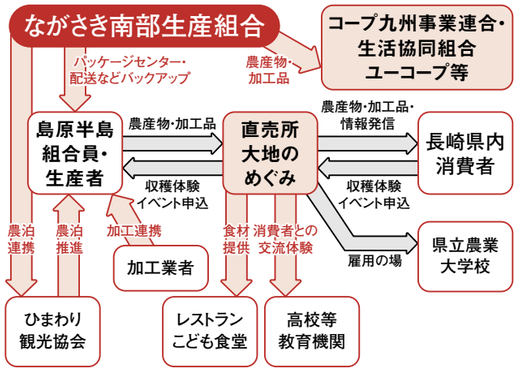
これらの取組みは、消費者が現地を訪れて農家民泊するなど、食に関心の高い消費者との交流事業にもつながった。

長崎県南島原市・雲仙市・島原市

長崎県東南部にある島原半島を構成する3市。農業粗生産額が約550億円と県全体の4割を占める農業地域だが、傾斜地に段々畑が点在する条件不利地域が多い。主要品目は、バレイショ、柑橘類、イチゴなど多岐にわたる。半島中心部に雲仙普賢岳があり、周囲に温泉郷が点在する。平成30年、「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」として原城跡などが世界文化遺産登録された。



図表2 概念図



がった。

産消提携・交流事業から インショップ・直売事業へ

平成17年には、長崎空港や長崎市に近い諫早市に直売所「大地のめぐみ」を開設。島原半島から同直売所への物流網を整えた。

残留農薬検査結果の店内提示、同社の栽培基準に沿った商品ラベル分類など、食の安全・安心へのこだわりを発信。若い子育て世代の顧客が増え、現在、売上高は約2億円。

当初は「女性を元気に」をねらいに、農家の妻や高齢者の出荷を促し、売上も経営主ではなく直接本人の口座に振り込む形をとった。その結果、小規模な圃場でも意欲的に生産・販売する女性や高齢者が増え、耕作放棄地の解消につながった。

一方、直売所では、消費者との交流イベントや地元高校との連携も積極的に行っている。また、スイートコーン収穫体験など島原半島での農業体験イベントの申込み窓口、地元レストラン約50軒への食材販売、こども食堂への食材提供なども、同直売所が担う。

傾斜地が多く圃場は小区画

直売所「大地のめぐみ」外観

ながさき南部生産組合青年部のメンバー

直売所は、これまで大都市圏の消費者が中心だった従来の産消提携だけでなく、地産地消型の新たな都市農村交流を広げるきっかけにもなった。

平成18年からは、インショップ事業も開始。現在、鹿児島県に19カ所、福岡県に12カ所、長崎県内に5カ所、神奈川県内に2カ所と計38カ所に増え、事業高の約3割は、これら直販事業が支えている。

市町村合併を機に、平成20年に設立された「南島原ひまわり観光協会」が民泊を中心とする観光事業の振興に力を入れると、かねてから消費者交流を通じた民泊の経験が豊富だったこともあり、農家民泊を積極的に推進した。

同市内全体では、漁業者なども含め、民泊受入れ登録者が約200軒になり、国内客年間約1万人、インバウンド約2000人規模の民泊事業へと発展。民泊で年間100万円以上の副収入を上げる農家も登場した。

令和元年度以降、コロナ禍により同事業も休止されたが、今後、農業と観光を融合した新たな事業展開が期待される。

島原半島全体での「地域商社化」を視野

平成30年、同生産組合では、「中期ビジョンプロジェクト～2030年に向けて」を策定した。生産強化戦略、販売戦略だけでなく、観光・食品関連業者と連携し、地域ぐるみで事業化を考える「地域商社」構想や、廃校を活用した宿泊・飲食施設開発なども盛り込まれている。

「経営とともに、理念や経営方針も次の世代に引き継ぎたい」と近藤さんは言う。創立メンバーから次世代への事業継承が進み、現在、組合員の平均年齢は57歳。組合員の2割が40歳未満だ。

平成25年には、父親の代から同生産組合員という中村大介さんが代表理事に就任し、近藤さんは会長に退いた。

中村さんを代表に、会員制の勉強会「AGRITP」も組織された。同生産組合のメンバーか否かを問わず、専業・兼業の枠も超え、地域の若手生産者や農業に関心のある若者が集まる勉強会で、意識や価値観の共有を醸成する場でもある。

「この地域には、私たちの生産組合以外にも、有機農業や産直事業に取り組んでいる組織があります。今後はそういう組織と、物流を含めどう連携していくのかを考えていくのも、私たちの世代の課題だと思います」と中村さんは話している。

受賞者たちの言葉

私たちの宝もの、私たちの原点

個別経営の部

茨城・農業法人 深作農園有限会社 代表取締役 深作勝己さん

農とともに、人として成長し続けたい

土と人間は似ていて、長い間、手間と時間をかけることでどこまでも成長できると感じています。地域に根付いてきた先人たちの思いや意志を受け継ぎ、また次の世代へとつないでいくことが私たちの使命だと思っています。

個別経営の部

石川・有限会社岡元農場 代表取締役 岡元豊さん 雅子さん

100年先へつないでいく

100年前から栽培を続けてきた「加賀丸いも」。この地域でしか育たない大切な特産物を守り、子どもたちへの食育活動などを通して、次の100年先へつないでいきます。

個別経営の部

岐阜・吉野ジーピーファーム 代表取締役 吉野毅さん 専務取締役 聡子さん

安全・安心・美味しい豚づくりを推進

「食卓に美味しい笑顔と安全・安心をお届けします」を胸に刻み、養豚に励んできました。今後も食べてくださる方の事を考えた豚づくりに努め、農畜産業を目指す若者が夢と希望を持てるように頑張りたい。

個別経営の部

奈良・有限会社 奥田園芸 代表取締役 奥田嘉一さん

喜ばれる苗を多くの人に

コロナ禍で花苗の需要が高まりました。最近は、黄色やオレンジなど明るい色の人気があり、花から元気をもらおうとする人が多いようです。今後も社員、実習生、県内生産者と力を合わせ、より多くの人にいい苗を届けたいです。

集団組織の部

静岡・JA伊豆の国苺委員会 委員長 飯田寿夫さん

主産業として地域を支える

昔から仲間同士が助け合う土地柄で、何をするのも農家が主導で産地を引っ張ってきました。今後も先人が積み上げてきた歴史と伝統をいかし、会員同士の結束力をさらに強め、産地の発展を目指します。

集団組織の部

京都・JA京都にのくに万願寺甘とう部会協議会 会長 添田潤さん

産地発展へこれからもチャレンジします

「万願寺甘とう」産地として、常にチャレンジしてきたからこそ、日本農業賞受賞につながったと思います。この賞を頂いたことで満足してはなりません。これからも、常にチャレンジし、産地発展のためにステップアップしていきます。

集団組織の部

岡山・JA晴れの国岡山船穂町ぶどう部会 会長 浅野三門さん

手間惜しまず、さらなる品質向上へ

「アレキ」は、他品種の3倍手間がかかります。それでも栽培するのは、「アレキ」にまさるブドウはないと確信しているからです。これからも苦労して栽培方法を確立してくれた先人たちへの感謝を忘れず、さらに品質を高めていくために努力していきます。

集団組織の部

愛知・あまイチゴ組合 組合長 佐藤進さん

組合一丸で次世代の担い手を育成

生産組織が集まって広域の組合ができたことで、生産者同士のつながりが深まりました。イチゴ産地をさらに発展させるため、組合一丸となって、次世代を担う生産者を育てていきます。

食の架け橋の部

熊本・(株)パストラル 社長 市原 幸夫さん

里山農業の新しいカタチを創りたい

私たちは、“モノ”よりも、都会と農村をつなぐ“コト”を重視した交流型農業を目指しています。「価値」を発信しなければ里山農業は維持できません。今は気付いていない里山の資源はまだまだあるはずで、それを掘り起こし、地域の魅力の創出につなげていきたいですね。

食の架け橋の部

長崎・農事組合法人 ながさき南部生産組合 会長 近藤一海さん

地域の自立と自然との共生を目指します

「みどりの食料システム戦略」が打ち出されるなど、私たちの取組みがようやく農政に評価される時代が訪れたと感じています。世代は代わっても理念や経営方針を継承し、この条件不利地域で成り立つ農業をつないでいけたらと思っています。

第51回日本農業賞の受賞者

個別経営の部

[大賞] 茨城県鉾田市
農業法人 深作農園有限会社

[大賞] 石川県能美市
有限会社 岡元農場

[大賞] 岐阜県高山市
有限会社 吉野ジーピーファーム

[特別賞] 奈良県桜井市
有限会社 奥田園芸

集団組織の部

[大賞] 静岡県伊豆の国市
JA伊豆の国苺委員会

[大賞] 京都府綾部市
JA京都にのくに万願寺甘とう部会協議会

[大賞] 岡山県倉敷市
JA晴れの国岡山船穂町ぶどう部会

[特別賞] 愛知県愛西市
あまイチゴ組合

食の架け橋の部

[大賞] 熊本県山鹿市
株式会社 パストラル

[特別賞] 長崎県南島原市
農事組合法人 ながさき南部生産組合

[個別経営の部]優秀賞

栃木県宇都宮市
有限会社 エフ・エフ・ヒライデ
(ユリ)

富山県高岡市
有限会社 今城農園(水稲)

宮崎県川南町
有限会社 ハマユウ尾鈴ポーク
(養豚)

[集団組織の部]優秀賞

宮城県東松島市
株式会社 ぱるファーム大曲
(水稲、大豆、麦、施設ミニトマト、ホウレンソウ)

島根県津和野町
わくわくつわの協同組合
(無人ヘリ防除、稲WCS作業受託など)

愛媛県西予市
東宇和農協 野菜生産出荷協議会 きゅうり部会(キュウリ)

[食の架け橋の部]優秀賞

宮城県仙台市
株式会社 仙台秋保醸造所
(ワイン用ブドウ)

[食の架け橋の部]奨励賞

和歌山県海南市
FROM FARM
(みかん援農・ドライフルーツ)

福岡県福岡市
ノウカノタネ株式会社
(ナス、スモモなど)

第51回日本農業業「個別経営の部」「集団組織の部」

審査委員

委員長
- **盛田 清秀**(元東北大学教授)
- **安藤 光義**(東京大学大学院 農学生命科学研究科 教授)
- **鎌田 壽彦**(東京農工大学 名誉教授)
- **柴田 道夫**(東京大学 名誉教授)
- **嶋田 裕之**(日本生活協同組合連合会 代表理事統括専務)
- **白岩 立彦**(京都大学大学院 農学研究科 教授)
- **菅谷 純子**(筑波大学 生命環境系 教授)
- **八木 洋憲**(東京大学大学院 農学生命科学研究科 准教授)
- **合瀬 宏毅**(アグリフューチャージャパン 代表理事理事長・校長理事)
- **渡辺 祐子**(日本放送協会 制作局 第3制作ユニット 専任部長)
- **生部 誠治**(全国農業協同組合中央会 農政部長)

第51回日本農業業「食の架け橋の部」

審査委員

委員長
- **盛田 清秀**(元東北大学教授)
- **伊藤 聡子**(フリーキャスター、事業創造大学院大学 客員教授)
- **大村 美香**(朝日新聞社 文化くらし報道部 be編集記者)
- **榊田 みどり**(農業ジャーナリスト、明治大学 客員教授)
- **図司 直也**(法政大学 教授)
- **二瓶 徹**(株式会社 テロワール・アンド・トラディション・ジャパン 代表取締役)
- **渡辺 祐子**(日本放送協会 制作局 第3制作ユニット 専任部長)
- **福園 昭宏**(全国農業協同組合中央会 参事 兼 JA改革・組織基盤対策部長)

※役職は、プレス発表時点(令和4年1月末)

日本農業のトップランナーたち
第51回日本農業賞に輝いた人々

編集／NHK・JA全中
発行／全国農業協同組合中央会(JA全中)
制作／日本農業新聞
令和4年6月発行