

第52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

資源循環型農業を実現



職員教育で離職率0



若手の雇用創出



独自ブランド確立



有機JAS認証取得



「量より質」で世界一へ



“レモンアイランド”復活



高単価で有利販売



ユズで持続型村づくり



地元産米で酒造り



ジビエ発“楽しい農業”



NHK・JA全中

第52回 日本農業賞【目次】

Top Runners of Japanese Agriculture

日本農業賞とは

今年で52回目となる日本農業賞は、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、日本農業の確立を目指して、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、それぞれの取り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52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」2件を特別賞、「個別経営の部」4件と「集団組織の部」3件、「食の架け橋の部」2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。

表彰式（令和5年3月4日 東京都渋谷区・NHKホール）04

【個別経営の部】

大賞 有限会社 エヌ・オー・エー 宮城県登米市

米、麦、大豆+繁殖牛経営

資源循環型農業を実現
効率・省力化へ最新技術を駆使06

大賞 服部農園 有限会社 愛知県大口町

米店やおむすび店を経営

米価下落を機に経営改革
職員教育注力し離職率010

大賞 ライスフィールド 有限会社 島根県松江市

米一筋、山陰屈指の大規模経営

どんな田んぼも引き受け拡大
安定した給与で若手の雇用を創出14

特別賞 苅部 博之 神奈川県横浜市

都市農業の価値を磨き、次世代へ

横浜の農業の強みを追求し
「苅部ブランド」を確立18

【集団組織の部】

大賞 JAやさと有機栽培部会 茨城県石岡市

部会の平均年齢は48歳

JA部会所属の全員が販売する
野菜で「有機JAS認証」を取得20

大賞 JA愛知みなみスイートピー出荷連合 愛知県田原市

“スイートピーを高級花に”

圧倒的な質の高さで
日本一から世界一へ24

大賞 せとだエコレモングループ 広島県尾道市

瀬戸内海に浮かぶ日本一の産地

度重なる危機を乗り越え
“レモンアイランド”が復活28

特別賞 JAとぴあ浜松玉葱部会 静岡県浜松市

「日本一」のタマネギ早出し産地

他産地に先駆けた市場出荷で
高単価での有利販売を実現32

【食の架け橋の部】

大賞 馬路村農業協同組合 高知県馬路村

6次産業化で新たな基幹産業に育成

人口800人の村の挑戦
ユズを軸に持続型村づくりへ34

特別賞 合同会社 ねっか 福島県只見町

米消費を拡大し雇用創出

米を使った酒造りで
水田と地域を次世代につなぐ38

特別賞 株式会社 日向屋 和歌山県田辺市

次世代につながる“楽しい農業”を目指す

地域を巻き込み鳥獣害対策
関係人口増やし地域に活力40

受賞者たちの言葉

私たちの宝もの、私たちの原点42



写真:荻原 明

審査講評

審査委員長

盛田 清秀

（元東北大学教授）

第52回日本農業賞を受賞された方々は、世界的食料危機のもと国産食料安定供給の先頭に立ち、消費者の信頼を得るとともに、農業者が取り組むべき指針を示しています。

受賞者の特徴は、第1にわが国の食料安全保障に貢献していることです。島根のライスフィールドは、数百haの水田において高い技術で低コスト稲作を実現しており、宮城のエヌ・オー・エーは粗飼料自給を実現し、肉用牛と稲作の循環型大規模複合経営を営んでいます。

第2は、不利な地域条件にあつて特色ある農産物、加工品生産を通して、地域農業活性化を図っていることです。高知の馬路村農業協同組合は農地が乏しい急傾斜地帯においてユズとその加工品に特化し、製品を全国ブランドに育て上げました。和歌山の日向屋は、獣害が頻発する中でシカ・イノシシの加工とジビエ料理提供までのネットワークを構築しています。また福島県のねっかは、水田単作の豪雪地帯にあつて米を原料とする多様な酒類生産に取り組み、愛知の服部農園は都市化地域で社員を重視した大規模水田経営を営み、不利な地域条件を克服しています。

第3は、安全・安心な農産物を提供する努力を重ねていることです。茨城のJAやさと有機栽培部会は、有機農産物の生産・出荷に長年取り組み、消費者団体と強い信頼関係を築いています。広島県のせとだエコレモングループは、輸入自由化による苦境を乗り越えて国産レモン産地再生を図ってきました。

第4は市場ニーズに対応した農産物生産に取り組んでいることです。JA愛知みなみスイートピー出荷連合は、高品質花き生産により市場評価を確立し、世界を視野に入れた販売戦略を展開しています。静岡のJAとぴあ浜松玉葱部会は、独自品種の育成によってタマネギの早出し産地の地位を確立しています。また神奈川の苅部博之さんは、都市地域にあつて多品目野菜・果樹生産に取り組み、全量を直営の販売所で販売しています。

食料をめぐる国際環境は大変厳しい状況にあります。国産食料の安定供給、多様な気候と風土条件を生かした特色ある持続的な農業・食料生産を発展させることは、わが国農業の責務と言えます。受賞された皆さまが、日本農業を牽引する役割をこれからも発揮し続けるよう祈念いたします。



日本農業の輝く トップランナーたち

第52回日本農業賞表彰式 令和5年3月4日 NHKホール（東京都渋谷区）

表彰式

JA全中とJA都道府県中央会、NHKは令和5年3月4日、東京都渋谷区のNHKホールで第52回日本農業賞の表彰式を開催しました。個別経営、集団組織、食の架け橋の3部門の大賞7組、特別賞4組に表彰状を贈り、功績を称えました。

日本農業賞は意欲的に農業経営や技術改善に取り組み、地域社会の発展に貢献している農業者や営農集団を表彰するとともに、その成果を全国に紹介し、優良事例として普及しています。この冊子では、式の模様と表彰を受けた11組の先進的な取り組みをご紹介します。

主催者あいさつ



NHK会長 稲葉 延雄

受賞された皆さまの取り組みは、いずれも農業の未来を切り開く素晴らしいもので、地元の農産物を大切にしながら、消費者のニーズに真摯に向き合ってきた成果であり、日々の努力に心より敬意を表します。

NHKは、これからも食や農業のあり方を正面から見つめる番組を制作するとともに、全国の放送局を通じて地域の活性化に貢献し、日本農業の魅力と可能性を世界に発信してまいります。

主催者あいさつ



JA全中代表理事会長 中家 徹

受賞された皆さまは、それぞれの地域の特性を生かし、仲間とともに知恵を出し合い、努力を積み重ねて困難を乗り越え、農業に希望の光や新たな道を拓いて来られた方々ばかりです。

皆さまの取り組みが、JAグループの「国民が必要とし消費する食料は、できるだけその国で生産する『国消国産』』という考え方を大きく前進させるものと考えており、我々も農業と地域の振興に一層の役割を発揮してまいります。

来賓あいさつ



農林水産大臣 野村 哲郎

受賞された皆さまは、現場の最前線で担い手不足等の課題に向き合いながら、地域の農業を守り、未来へつなげていくため、たゆまぬ努力と多くの創意工夫を重ねられた結果、今日の成果を収められました。

今後も各分野のリーダーとして一層ご活躍されることを期待するとともに、わが国の農業の発展を牽引する大きな力となることを願っております。

米、麦、大豆＋繁殖牛経営 資源循環型農業を実現 効率・省力化へ最新技術を駆使

宮城県登米市
有限会社エヌ・オー・エー
代表取締役 たかはし りょう 高橋 良 さん

宮城県登米市は「赤とんぼが乱舞する産地を目指そう」を合言葉にスタートした「環境保全米」発祥の地。
(有)エヌ・オー・エーは、地域の農家110戸から水田作業を受託し、米麦や大豆など123haを栽培する他、黒毛和牛(繁殖牛)124頭を組み合わせた大規模な耕畜連携農業を展開する。
畦畔(けいはん)を取り除いた大区画圃場(ほじょう)ではGPS搭載の大型農機、牛舎では情報通信技術を駆使し、効率的で省力的な「ハイブリッドFARM」を実現している。



大型農機を活用し効率化 繁殖牛をICTで確認

登米市は、流域面積が東北最大の北上川が流れ、ラムサール条約に登録(昭和60年)された湿地、伊豆沼・内沼がある。エヌ・オー・エーのある中田地区はそうした豊かな水環境に育まれた肥沃な登米耕土にある。
水稻や麦、大豆などの面積は延べ123ha。大規模経

作物の種類と作付面積 (令和3年) (単位:a)

種類	主食用米	飼料用米	大豆	大麦	小麦	飼料作物(WCS含む)	合計(※)
面積	1,149	470	6,195	1,562	1,089	1,886	12,351

(※)表作9,296a、裏作3,055a

宮城県登米市

宮城県登米市は、県北東部に位置。東側に北上川が流れ、川を境に東部は丘陵地帯、西部は旧中田町のある平坦な水田地帯で、県内有数の穀倉地帯。内陸性気候に属し、冬季の積雪量は少なく、東北地方の中では比較的温暖な地域。三陸縦貫自動車道の登米インターや、東北自動車道までつながる、みやぎ県北高速幹線道路が開通したことで、県庁所在地の仙台市(約70km)へのアクセスにも恵まれている。



営のなか、作業は3人のオペレーターでこなしている。これを支えているのが、畦畔を取り除いて1〜3haに整備した大区画圃場と大型農業機械の活用だ。GPS(衛星利用測位システム)を装着した大型トラクターで土を掘り返し、均平機(レーザーレベラー)で平たんにする。水稻は種

経営の現況 (令和3年)

耕種部門				
種類	品種	直播・移植	作付時期	作付面積(a)
主食用米	ササニシキ	直播	4月〜10月	340
	ひとめぼれ	直播	4月〜10月	699
	つや姫	移植	5月〜9月	70
	みやこがねもち	移植	5月〜9月	40
	計			1,149
飼料用米	ササニシキ	直播	4月〜10月	63
	ひとめぼれ	直播	5月〜10月	90
	夢あおば	直播	5月〜10月	317
	計			470
大豆	ミヤギシロメ	—	6月〜11月	3,195
	タチナガハ	—	6月〜10月	3,000
	計			6,195
大麦	ホワイトファイバー	—	10月〜6月	1,562
小麦	夏黄金	—	10月〜6月	1,089
飼料作物(WCS)	飼料用青刈麦	—	11月〜5月	1,321
	イタリアンライグラス	—	10月〜9月	565
	計			1,886
合 計				12,351
畜産部門			(令和3年)	
品目	種類	頭数		
黒毛和牛	繁殖牛	124頭		
同	肥育牛	3頭		
同	子牛	75頭		



(有)エヌ・オー・エーの高橋良代表取締役の家族と構成メンバー

もみを毎時10kmの速さで乾田直播を行い、薬剤散布もGPS搭載のブームスプレーヤーで効率的に広い圃場(ほじょう)に散布するので重複部分がない。育苗や田植えなどの春作業を大幅に軽減しており、一般的な作業時間に比べ4割も削減できている。主食用品種は「ササニシキ」「ひとめぼれ」「つや姫」「みやこがねもち」の4品種と、必要最低限。乾田直播の作業を効率よく進めるために地域の農家から直播作業を受託して団地化し作業効率を上げている。

繁殖牛の飼養頭数は牛ふんを堆肥化して農地に散布できる頭数としているため、土づくり用の堆肥は100%自給。粗飼料・敷きわらも自給している。繁殖牛の牛舎は、和牛では珍しい牛が自由に歩き回れるフリーストール牛舎で、管理はICT(情報通信技術)を駆使。AI(人工知能)センサーで繁殖牛の発情や疾病の兆候を察知し、分娩舎ではカメラで状態を監視する。

高橋良代表取締役は「耕種経営は近隣農家から受託した農地を利活用するため大区画化を行



自動操舵システムを搭載したレーザーレベラー



風の少ない夜間を実施するブームスプレーヤーでの防除作業(青色LED使用)

い、GPSを装着した大型農業機械で効率的に作業している。繁殖牛においてもICT技術を導入することで作業員の労力が軽減でき、低コスト経営を実現している」と話す。

生産組織間の“結”を重視 サステナブルな農業目指す

エヌ・オー・エーは「Nakada(なかだ) Organic(オーガニック) Agriculture(アグリカルチャー)」の略。前身は、昭和55年に6戸の農家で結成した新井田麦作組合で、転作による大麦の生産拡大を目指して結成された。当時米の生産調整が増える一方、高齢化の進展や担い手不足などで農地の維持が難しくなっていた。個別経営から機械の共同利用による生産コスト低減と規模拡大を目指し、受け皿となる組織の設立が求められていた旧中田町では圃場整備事業の活用に合わせて、独自の相互補償制度で転作団地を形成。集落ごとの円滑な生産調整実施への基盤が築かれた。生産組織は11に増え、取り組みは集落や地域の枠を超えて町全体の農家を支援するまでに発展。集落単位の生産調整水田の団地化につながった。
昭和59年、同組合の働きかけもあって、旧中田町に町農業生産組織連絡協議会が発足した。コンセプトは「生産組織間の結(ゆい)」。人手が足りないときはお互いを



大区画化された圃場での乾田直播作業

助け合い、地域で貸し出し希望の農地が出たときは、どの組織が受けるのが最も効率がいいかを判断。「何かあれば応援してくれる仲間がいる」という安心感が各生産組織に生まれた。

同組合は、地域農業の担い手として経営を大規模化していくためには、組合組織ではなく「経営の一体化」が必要と考え、平成12年に(有)エヌ・オー・エーを設立し、高橋良氏が代表取締役に就任した。水稻、麦、大豆、飼料作物などを生産し、農業や化学肥料に頼らない自然の力を生かしたサステナブル(持続可能)な農業を目指した。経営面積が拡大する中で、散布用の自家製有機堆肥が不足。そこで平成20年、高橋代表取締役が経営していた黒毛和牛繁殖経営を会社に移管し、飼養頭数を増やすとともに、近くの畜産農家2戸から稲わら、もみ殻、ふん尿を受け入れ有機堆肥を確保するなど、経営安定につなげた。

受託する農地は、事務所から2km以内に集め、分散した農地を地域ぐるみで交換して集約、団地化し、農作業の効率化を図っている。距離にこだわるのは、作業受託で規模拡大したものの、農機の移動に時間がかかったり、区画が小さくて作業が効率的にできなかったりした事例が過去にあったからだ。農地の利用調整は他の生産組織との連携・調整が必要だが、新井田麦作組合時代から話し合いで築いた信頼関係とリーダーシップで、調整をスムーズにしている。

現在、長男の高橋伸取締役とともに、役員3人、社員7人の10人で地域農業の振興に取り組んでいる。

自己完結型の資源循環型農業 リスク回避の経営を実践

登米市の農業産出額は畜産が約50%、米が35%を占める。新井田麦作組合時代から牛ふんなど地域の資源を有効に活用する資源循環型農業を進めてきた背景がここにある。また、平成10年に、宮城県内の生産者と消費者でつくるNPO法人「環境保全米ネットワーク」が発足し「環境保全米」への関心が高まった。旧中田町農協は平成8年に環境保全米協議会を設立しており、環境保全米Bタイプ(減農薬減化学肥料栽培)を中心に栽培していた。「単に農作物を生産するだけでなく、自然環境を意識した取り組みが重要であり、未来の子どもたちに豊かな自然を引き継ぐとともに、安全で安心な農作物を地域だけでなく、広く消費者に届ける」ことにも狙いを定めていた。

エヌ・オー・エーは、有機堆肥の元となる稲わらやもみ殻、ふん尿は自前、米ぬか、規格外大豆も還元し、地力増進に役立てており、耕畜連携による自己完結型の資源循環型農業に取り組んでいる。また、有機堆肥

や粗飼料を自給しているのも、昨今の肥料・飼料高騰の影響を最小限に抑えている。

畜産部門では、畜舎をフリーストール式にした他、屋根の遮光を工夫して温度変化を小さくし、ファンを多く取り付けて通気性を良くし、牛のストレスを軽減している。ICT利用では、繁殖牛の首にAIセンサーを取り付け、発情の兆候や疾病などを随時スマートフォンで確認できる牛個体管理システムを導入。分娩舎には分娩監視・発情発見システムや監視カメラを設置して事故防止に努める。これまでは、夜中に目視確認していたが、ICT利用後は自宅にいながら通知があった際に対応すれば良く、作業員の労働時間と精神的負担が軽減されている。

子牛を健康に育てるため、飼料箱は成長に合わせて3段階に調整し、子牛に無理な負担がかからないようにしている。

高橋代表取締役によると、「耕種も畜産も、あえて高い目標を掲げずにリスクを回避してきた」という。米は多収を目指すとは害虫の危険性が増すため、平均的な収量をあげるようにしてきた。「繁殖牛舎をフリーストール牛舎にしたのも、母牛がストレスなく過ごせることを狙った。その方が安定した生産が見込める」と強調する。



AIセンサーを付けた繁殖雌牛



子牛の成長に合わせて飼料箱を3段階に調整

「ササスベシャル」商標登録 みそ「登穀」ブランド化

特別栽培米や大豆は「みやぎの環境にやさしい農産物認証・表示制度」の認証を受けている。エヌ・オー・エーの生産した農産物の販売は、JAみやぎ登米への出荷を基本としつつ、地元飲食店からの「地元の米を使

いたい」との要望に応え、直接精米し販売している。特別栽培米の「ササニシキ」は「ササスベシャル」の名称で商標登録し、通信販売で消費者に直接販売している他、地元の老舗加工業者「ヤマカノ醸造(株)」に届けている。

大豆は「ヤマカノ醸造(株)」と地元の集荷業者に販売している。ヤマカノ醸造と連携して開発した、特別栽培米(ササニシキ)と特別栽培大豆(タチナガハ)を100%使用した、みそ「登穀(とこく)」は、生産者のこだわり、加工業者の伝承技術によってできたコラボ商品。地産地消の登米ブランド商品として認証されている他、宮城県認証食品にも認定され、県内飲食店や消費者から好評だ。同社は「循環型農業から生まれた『登穀』ストーリー」として消費者や流通業者に情報発信している。高橋代表取締役は「生産者は原料を安定供給し、加工は加工のプロにお任せする。加工のプロとの連携で商品化し、お互いが得意な分野に専念することで、無理のない経営に取り組んでいける」と話している。



みそ「登穀」と特別栽培米「ササスベシャル」



デザインにこだわった米袋

次世代支援にも注力 農業のカッコ良さPR

後継者や若手の支援にも積極的だ。畜産農家の研修や、宮城県農業大学の先進農業体験学習など各種研修生を受け入れしている。平成26年には「登米乾田直播研究会」が発足した。登米地域では、畑状態の田んぼに種子をまく乾田直播の割合は約2%。高橋伸取締役は代表として、若い担い手とともに現地検討会や情報交換会を行い、乾田直播栽培技術の向上と普及に取り組んでいる。

地元小学生への農業体験学習にも取り組む。農業体験で清潔感あふれる大きな畜舎や先進的な大型農業機械を見ることで、「農業のカッコ良さ」をPRしている。高橋代表取締役は「乾田直播栽培は長靴をはかない米作り。米作りといえば泥だらけになって作業するという従来の概念を払しょくしたい。スニーカーでできる農業に転換していることを子どもたちに見せることで、農業の素晴らしさを知ってほしい」と話す。



畜産農家を対象にした研修会

審査講評

盛田 清秀 委員長

宮城県登米市は「赤とんぼが乱舞する産地を目指そう!」を合言葉にスタートした「環境保全米」発祥の地で、水田経営面積93ha(作付面積123ha)、黒毛和牛繁殖牛124頭からなる大規模複合経営を営む。環境保全型農業を目指し、経営内の有機物循環により粗飼料自給率は100%を達成。生産した米・大豆をみそ製造業者に供給して地域特産味噌の開発につなげている。

評価された第1点は、耕種部門(米麦大豆・飼料)と畜産部門(黒毛和牛繁殖)が大規模で、高い技術と経営管理により経営を確立していることである。稲作では乾田直播を導入して移植同等の収量を上げ、労働時間を40%削減し、93haの水田を3人のオペレーターで担当する。米麦大豆とも単収は高い。畜産ではフリーストール牛舎においてスマートフォンで牛の状態を確認できる個体管理システムを導入し、省力化しつつ事故防止、繁殖管理の向上につなげている。

第2は、経営内で粗飼料を100%確保し、飼料価格の高騰にも対応できる畜産を目指していることである。経営内で生じた家畜排泄物は堆肥化して自経営と地域内生産者に供給し耕畜連携を実践している。

第3は、地域麦作組合を起源とし、現在でも地域の生産者・住民から信頼を得て土地利用型大規模経営を展開していることである。他の生産組合と協議会をもち、リーダーとして組織間の農地交換分合を推進し、農地団地化を実現している。

第4は、生産した米と大豆を地域の食品会社に供給し、地域ブランドみそを開発したことである。

以上のように、資源循環型の大規模複合経営(耕種・畜産複合)を高い生産性を実現しつつ確立するとともに、地域の生産者と連携して農地集団化を実現し、川下の食品加工業とも連携するなど地域農業の担い手として優れた活動を行ってきたことが高く評価できる。

米店やおむすび店を経営

米価下落を機に経営改革 職員教育注力し離職率0

愛知県大口町

服部農園有限会社

代表取締役 ^{はっとり} 服部 忠 ^{ただし} さん 取締役 ^{はっとり} 服部 都史子 ^{としこ} さん

平成26年の米価大暴落の際の危機感をバネに、“生産者”から“農業経営者”となるべく、思い切って舵を切った愛知県大口町の服部農園。特別栽培や循環型農業の実践、直営店舗の運営などさまざまな取り組みが奏功し、同町の農業において、中心的な役割を果たす存在へと成長した。職員を大切にする雇用条件等も魅力となり、同農園には就農を目指す若者も集まっている。



米価下落で初の赤字 研修参加で経営者意識醸成

大口町に町内外から美味しいお米を求めて消費者が集まるお店がある。米店「ハットリライスマーケット」とおむすび店の「オムスビハットリ」だ。同町で米を約100ha栽培する服部農園の創業者の娘である服部都史子さんと夫の忠さんが経営する。

忠さんが服部農園で就農したのは、平成7年のこと。就農のきっかけとなったのは、創業者である服部靖宏さんが脳内出血のため、病床に伏してしまったことだった。当時、都史子さんと交際していた忠さんは、これ以降、

都史子さんとともに農園を守るべく尽力してきた。

就農4年後の平成11年、服部農園はさらなる経営の発展を目指して法人化。平成26年には忠さんに経営が移譲された。代表取締役就任時の悩みは、2～3年で職員が辞めてしまうこと。長く働いてもらえる環境整備が最初の仕事と取り掛かった矢先、大きな危機に直面する。米価の大幅な暴落だ。米価が過去3年比で34%下落し、初の赤字に転落。さらに大規模な農地転用もあり、水田15haを平成29年、5haを平成30年に失った。「営農継続に強い危機感を覚えた」と振り返る。

そこで忠さんは「市場価格に大きく影響されているようではいけない。自分達が希望する価格で、米を売れるようにならなくては」と考え、まず最初に始めたのは、米の直接販売だった。その第一歩として「経営をまなぶといい」と恩師に勧められたのが「マネジメントゲーム研修(以下、MG研修)」という経営者育成研修に参加。ソニーが開発した体験型プログラムで、参加者は製造業の社長になりきって経営を疑似体験し、経営感覚や利益意識などを身につけるものだった。

初めてのMG研修では20人以上の参加者がいたが、忠さんはダントツの最下位になった上、仮想上の会社を倒産させてしまった。この結果に愕然とするともに、経



町内外から客が訪れる「ハットリライスマーケット」



「ハットリライスマーケット」内にある「オムスビハットリ」でおむすびを提供する服部さん夫妻

営者としての未熟さを痛感。「確かに当時の自分には、経営者として至らない点がたくさんあった。それまでは、『農作物の生産をするのが農業経営者』と思い込んでおり、きちんと利益をあげるためのアクションは、ほとんどと



自家米を使ったさまざまなおむすび

ていなかった」。しかし、MG研修に参加した結果、忠さんは農業経営を行ううえで、「職員教育」「差別化」「広告宣伝」の三つが大切だということに気づかされた。これが、服部農園にとって大きな転機となった。

職員教育を最優先 研修を実施し、職場環境改善

さっそく、服部農園の改革に乗り出した忠さんと都史子さん。二人が三つの中で最も重視したのが、職員教

育だった。背景には、「職員こそ会社の財産」「職員の能力を最大限に引き出すことで、会社の力と魅力が底上げされる」という考えがあった。

それは、職員の影響からだった。当時の服部農園に在籍していた職員は、社会にうまく馴染めず、結果として服部農園にやってきた若者が大半。「たとえば、学校を中退した者、引きこもりだった者や、転職回数の多い者など、この仕事は嫌になったら辞めればいいと軽い気持ちで入ってきた若者たちでした」と都史子さん。一方で、彼らの誰もが服部農園では元気に働いていた。それは、「職員同士が仲がよく、いつも職場には、草野球チームのメンバーが集っているような雰囲気があったからかもしれない。彼らがプロ意識をもって仕事に向き合ってくれたら、服部農園の差別化がはかれるだけでなく、彼らの人生も大きく好転するのではと思いました」

まず始めたのは、日々、少しずつできる取り組みだ。具体的には、事務所内の掃除と道具の整理整頓、仕事上で関わった人々への手書きのハガキの送付、服部農園を担当している経営コンサルタントのブログへのコメント投稿など。ハガキは複写で書き、書いた内容は控えが残る。「掃除」「複写ハガキ」「ブログへのコメント」を一



服部農園の皆さん

愛知県大口町

愛知県北西部で、名古屋市からは車で30分ほどの都市近郊に位置する。都市化による農地の転用が進み、近年は工場や物流倉庫、住宅などが次々と建設されている。町内の耕地面積は455haでそのうち水田は349ha。町内では水稻を中心に六条大麦、ポインセチアやハイビスカスなどの生産が盛ん。比較的温暖な気候で、年間の平均気温は15.9℃。



一つ一つ丁寧に取組み、毎日継続することで、次第に職員の内面に自信と達成感が養われていった。また、ハガキを書いたり、コメントをしたりと自分の思いを文字にすることで、簡潔に伝えるという力もつき、職員同士の指示出しは的確になり、さらには朝礼の時間は充実しつつも短くなったという。

職員自らが「生産者ではなく経営者」に変わるため、農業技術の勉強会や経営研修など、より専門的な研修も行い、「全員経営」を実現。併せて、社会保険を整備するなどして職場環境を改善していった結果、農園を辞める職員はいなくなった。研修と職場環境の改善に取り組み始めた平成26年以降、採用3年以内の離職率は0%となっている。



若い職員が活躍

鶏ふん使い循環型農業 特別栽培米を安定販売

服部農園は、栽培面でも差別化を図っている。とくに象徴的なのが、平成28年から手掛ける特別栽培米だ。化学農薬・肥料を一切使わずに栽培している。手間が増えても特別栽培米を栽培し始めたのは、展示会での出会いがきっかけだった。平成28年に大規模な食品展示会に参加し、服部農園のブースを出店した際、ブースに立ち寄った来場者の1人に、「無農薬のお米を探しています。服部農園さんで作れませんか」と聞かれた。当時、慣行栽培でしか米を作っていなかったが、都史子さんは特別栽培米にはニーズがあると確信して、即座に「作れますよ!」と答えた。その後すぐに、化学農薬・肥料不使用の特別栽培に着手した。

化学農薬・肥料を使わずに米を栽培するための基盤もあった。循環型農業として平成22年から、県内にある養鶏場へ飼料用米、もみ殻、米ぬかを提供する一方、養鶏場からでた鶏ふんを堆肥化して使用。さらには26年にエコファーマーの認証も取得して以降、化学農薬・肥料の使用回数を減らす取り組みを続けてきた。

こうした取り組みが、決断を後押しすることに。平成28年から現在にいたるまで、服部農園は特別栽培米を作り続け、都内の有機米専門店などに安定的に販売している。しかし、特別栽培米に関しては、課題もある。特別裁



先輩職員が後輩を指導

大麦も48haで栽培

培米を作っている田んぼの面積は、令和3年時点で6haで、慣行栽培の68haの1/11ほど。慣行栽培でできた米の1.5倍の値段で売れるが、収量が少なければ、かかった手間に見合う利益が得られないこともある。忠さんは「今後、収量と利益を上げていくことが重要」と話す。

また、作業分散・省力化のため、麦用播種(はしゅ)機を活用した乾田直播栽培(畑状態の田んぼに種子をまき、出芽がそろった後に入水する栽培法)の導入や全肥元肥料施肥、病害虫発生予察の活用、農業用ドローンによる防除、直進アシスト付き田植え機の導入、さらには圃場(ほじょう)管理用システムを用いた圃場・作業管理を実践。その結果、10a当たりの作業時間は、水稻で全国平均の87%、大麦で95%に省力化されている。

職員に裁量を与えているため、若い柔軟な発想を生かした作業改善も、生産性向上に貢献している。移植苗運搬時の野菜運搬車の活用、ぬかるみ防止板の活用、出勤シフト制の採用、作業場での4S(整理、整頓、清掃、清潔)実践など、今では省力化・効率化・作業管理にとって欠かせないものとなっている。

店舗はママの応援団 コロナ禍でも売上を維持

販売面では、地域の消費者と密接につながっているのが一番の強みだ。ブランド品種が少ない愛知県産米は、他府県での販売には向かないと判断し、「自分が育った町の米」を付加価値として地元ターゲットを絞った販売戦略を立てた。地元の飲食店、小売店、住民を顧客化する取り組みを展開してきた。

平成30年には大型精米機を併設する直売店舗「ハトリライスマーケット」をオープン。「ママの応援団」をコンセプトに子連れ客も楽しく安心して買い物ができるよう間取りと配置、品ぞろえ等を工夫した。さらに、店舗の中央には、靴を脱いでくつろげる畳敷きのスペースやおもちゃも準備。子どもがおもちゃで遊んだり、売り場に隣接されたガラス張りになった精米所を眺めたりしている間、親はゆっくりと買い物を楽しむことができる。

また、精米所に設置されている混米機や精米機といった機械には、大きく番号が振られており、玄米が白米になるまでの過程を知ることもできる。季節に合わせてさまざま



毎朝一緒におむすびをつくる服部夫妻



子連れ客も楽しく安心して買い物ができる間取りと配置にこだわった店内

なイベントを開催することで、現在ではたくさんの人々が「ハトリライスマーケット」に集い、服部さん夫婦や他の住民との交流を楽しむ、地域の交流の拠点となっている。

コロナ禍で売上の8割近くを占めていた業務用需要が激減する中、地域の一般顧客拡大に舵を切り、社員がチラシを制作して近隣にポスティングした。お米を年間予約する制度も人気を集め、徐々に住民への直接販売が増加。コロナ禍でも総売上を維持できるようになった。

都史子さんは「コロナ禍で売上が激減しても、地域の人々が店舗の商品を積極的に購入し、私たちを応援してくれました。これまで何度も地域の人々に支えていただいたからこそ、今の服部農園があります。今後も、服部農園でさまざまな取り組みを行いながら、もっと地域を盛り上げていきたいです」と夢を語る。



お店を訪れた子どもたちからの手紙



番号を振り、精米の工程が分かるようになった精米所

審査講評

盛田 清秀 委員長

都市地域で農業を守るという理念で町の水田面積の30%を占める102haを借り入れ、地域密着型の大規模水田経営を営む。農地転用が毎年のように発生して経営水田が移転を迫られるなか、人材育成・社員成長を重視し、100年後も続く経営を目指している。また、代表取締役の妻である取締役が財務・労務管理、直営店舗運営に加え、消費者とのつながりを大切に、通信誌や手紙等による情報発信や新商品開発に重要な役割を担う。

評価された第1点は、人材育成を重視し、研修、地域活動を通じた社員の自立・成長に積極的に取り組んでいることである。その結果、財務関係書類を全員が読みこなし、作業計画も社員が立て実行する。ごみ拾いなど地域のボランティア活動に社員が自主的に参加し、住民から農業の担い手として認知されている。2014年以降の採用者で離職者はいない。

第2は、作業分散・省力化のため乾田直播を採用し、ドローン防除、直進アシスト機能田植え機導入などで米麦作の省力化を達成している。また、通年雇用のため秋冬作の野菜作、自社直売所におけるおむすびの製造・販売などにも取り組む。

第3は、代表取締役と協力して取締役の妻が経営に積極的に参画し、財務と労務の管理、店舗運営、顧客と地域への情報発信(情報誌・手紙・SNS)に力を入れていることである。このため、子連れ客が気軽に立ち寄れ、地域住民への販売が主力となるなど、地域密着型の販売活動が行われている。

以上のように、都市化が進み農地転用が頻発するなかで、100年先まで農業と農地を守る経営を目指し、効率的な大規模水田経営を営み、社員の成長を大切にし、地域の消費者から支持される経営を目指していることが高く評価できる。

米一筋、山陰屈指の大規模経営

どんな田んぼも引き受け拡大
安定した給与で若手の雇用を創出

島根県松江市

ライスフィールド有限公司

代表取締役 吉岡 雅裕さん
よしおか まさひろ

島根県松江市のライスフィールドは、水田の経営面積238haに加え、作業受託も460haに達し、山陰屈指の大規模水田経営に取り組む。地域で高齢化が進む中、「どんな田んぼでも引き受ける」という信念で農地を積極的に引き受け、地域農業の維持に貢献。社員を地元JA並みの安定した給与体系で雇用し、若手の雇用創出にもつなげている。

約20年の会社勤めを辞め
16aの水田借り就農

松江市街地から車で15分ほど。水田に囲まれた一角にライスフィールドの事務所がある。夕方になると、一日の作業を終えた社員たちが続々と戻ってきた。大半が20代、30代の若者だ。20代の社員は「同世代が多く、働きやすい。安定した給料もありがたい」と話し、満足気だ。

社員たちをまとめるのが、ライスフィールド代表の吉岡雅裕さん(64)。市内の兼業農家に生まれ、高校卒業後は県内の農機販売会社に就職。サラリーマンとして働き、農機の販売のため県内の農家を回った。そうした日々を

送り、取引先の農家と接する中で、米作りに可能性を感じ、惹かれた。「米は、作っても儲からないと言われるが、野菜などと違って収益の見通しが立てやすい。やっていける自信があった」(吉岡さん)。賞与をもらう直前、約20年勤めた会社を辞め、一念発起して就農を決めた。

実家の手伝いではなく、自ら経営したいという思いから、農地を借り16aで農業を始めた。当初は面積が小さく、土木の仕事を掛け持ちして生計を立て、朝から晩まで働いた。機械は中古品や譲ってもらったりしたものを修理し



育苗ハウスで生育を確認する吉岡さん

島根県松江市

島根県松江市は、県東部にあり鳥取県と接する。約20万人が暮らし、山陰地方で最大の人口を有する。米の他、花のボタンや薬用ニンジンなどの生産が盛ん。12～2月は曇天が多く、日照率は30%前後。汽水湖の宍道湖があり、海抜0メートル地帯に田んぼ広がっている。



ライスフィールドのメンバー

つつ活用した。そうした中、昔からの知り合いで同じ稲作農家だったライスフィールド社員の福田博明さん(74)と農機の共同利用を始め、現在の礎を築いた。

積極的に引き受け農地を維持
地権者は400戸以上

ライスフィールドがある宍道湖北東の沿岸は、平野部が中心で日照条件も良く、松江市の米どころだ。一方で、地下水位が高く、米以外の作物を作ることが難しい。海抜0メートル地帯にあることから、大雨による水害も経験した。宍道湖は日本海からの海水が混じり合う汽水湖で、冬季には田んぼに雨が降ってもすぐに川に流れるように水門を開ける。だが宍道湖を伝って川から塩水が流れ込むため、2月頃から水門を閉めて塩水をポンプで排水して真水をためていくなど、この土地ならではの大変さがある。

それでも、「良い田んぼだけ借りると、条件が悪いところは残ってしまう」という考えから、「どんな田んぼでも借りてきた」と吉岡さん。地域で高齢化や後継者不足が進む中、積極的に農地を引き受けてきた。平成14年には、持

続的な運営と一層の農地集積を目指して法人化。スピード感のある決定ができ、後継者の育成などを考慮して有限会社を選んだ。

規模拡大を進め、令和4年度の農地集積は246haに達した。ライスフィールドに農地を貸し付ける地権者は、422戸、総筆数(土地の数)は1,460筆。所有する農地も103筆、15haに達し、就農当初の16aから比べ、大きく規模を拡大した。令和3、4年には、高齢化により組織運営ができなくなった二つの集落営農法人も吸収合併した。

預かった農地は丁寧に管理することを心がける。農作業中に道路に落ちた土の掃除も徹底し、きれいにしている。こうした何気ない取り組みが地域との信頼につながっている。

省力化へ先進技術も導入
面積拡大に備え施設整備

現在、主食用水稻199ha、発酵粗飼料(ホークロップサイレージ=WCS)用稲29ha、ソバ1.3haを作付けする。米は「コシヒカリ」や「きぬむすめ」、「越のかおり」などを中心に需要に応じた10品種を生産。3月中旬に育苗を始め、10月に収穫を済ませ、年内には出荷を終える。

面積拡大に備え、令和2年には、乾燥調製機械と乾燥機8基、処理能力80tのライスセンターを増設。令和3年には、1棟で約2,500箱の育苗が可能な育苗ハウス4棟を

経営規模の推移

(単位: a)

年度	部門	主食用水稻	WCS用稲	ソバ
令和元		13,222	1,811	183
令和2		14,256	1,549	176
令和3		17,798	1,744	184



増設した育苗ハウス

増やした。

大規模化する中、限られた人員でこなすため、作業の省力化につながる技術も積極的に取り入れる。平成30年からは、トヨタの管理システム「トヨタ豊作計画」を導入、県内では珍しかったスマートフォンによる作業・管理の共有を実現した。

現在は、作業管理を記録・共有でき、地図上で確認できる「アグリノート」や苗箱を減らせる密苗田植え機の導入に加え、水田に直接種子をまく直播（ちよくは）栽培などを取り入れる。こうした積み重ねで労働時間を削減し、一人当たりの年間労働時間を2,500時間程度に抑えている。今後は、2,000時間まで削減するのが目標で、大手企業や公務員並みの時間外勤務の削減を目指している。

この他、地元の松江工業高等専門学校と共同で、スマートフォンを使って水田の水管理を行う装置の研究も進めている。

また、平成29年には、島根県GAP認証制度「美味（おい）しまね認証」の第1号認証経営体となり、令和元年には国際水準GAPガイドラインに準拠する「美味しまね上位認証」も先駆けて取得。誤認のない生産工程管理を実現している。

地域とのつながり大切に 耕畜連携で地域資源循環

経営理念の一つとして「人とのつながり」を掲げる。吉岡さんの人に支えられてこそ、経営は成り立つという哲学からだ。

施設の所有状況

施設の名称	摘要	利用作物・ 稲	個人・共有 の別
主な施設 ライスセンター 育苗ハウス 米検査倉庫 機械倉庫 倉庫兼事務所 ほか	処理能力 80トン／日、44トン／日 面積 360㎡4棟、560㎡4棟 1棟 3棟 1棟	主食用水稻 主食用水稻 主食用水稻 全作物 全作物	すべて 法人所有



面積拡大を見据え整備したライスセンター

そのため、大切にしているのが地域との協力だ。米の検査は全量をJAや問屋に依頼し、市内の酒造会社の依頼を受けて輸出用の酒造好適米も供給。JAなどと連携して近隣の児童への農業体験や職場体験にも協力している。

米は直売を行わず、全量をJAや地元の卸に出荷。播種（はしゅ）前契約を基本にした生産による需要に見合った供給で、信頼関係を構築し、地域の事業者と強固な関係を築いている。

国産飼料のニーズが高まる中、耕畜連携の取り組みも推進。平成11年に発酵粗飼料（ホールクロップサイレージ＝WCS）用稲のコントラクターとして生産を始め、12年には地元の農家とJAくびき湖北WCS生産組合を設立、組合長に就任した。面的集積とともに団地化を進め、畜産農家に安定供給している。

ライスフィールドでは、WCS用稲の専用収穫・調製機械も導入。原油・資材高騰、資材不足の中、稲わらともみ殻の畜産農家への供給、堆肥還元にも取り組み、地域資源の循環利用も実現している。

平均年齢は39歳 安心して働ける職場づくり

「地域農業を維持していくため、自分達がリタイアしても継続できる経営体になりたい」と話す吉岡さん。若手の雇用に積極的に取り組み、社員が安心して働ける職場づくりに力を入れている。現在、ライスフィールドの社員は16人。社員の平均年齢は39歳で、ほぼ毎年、入社する若者がいる。

市街地に近く、仕事の選択肢が多い中で、人を引き付けるのが安定した給与制度だ。十分に生活できる給料がないと社員が安心して働けないと考え、「結婚して、子どもができて養える給料」を社員に支払う。意識するのは、地元の就職先の代表と言えるJA並みの給料だ。

基本給の他、役付手当と家族手当を支給。退職金の積み立てもある。併せて、年2回賞与を支払う。

始業時間は午前8時、終業時間は午後5時で休憩時間1時間を設ける。休日は、日曜日の他、祝日、夏期、年末年始などと定める。農作業の繁忙期など仕事量が多いときは、ローテーションで休みを取るなど工夫している。

毎年、社員旅行も企画。コロナ下の近年は自粛しているが、過去には北海道やベトナムなどに行き、社員間のコミュニケーションにつなげている。

粗収益に対する人件費は3分の1を占める。手厚い給与体系を維持するため、年間を通じて仕事をつくらせている。山陰地方では、冬場は雪が降り、園芸作物の生産が難しい。冬場の仕事を確保するため、土木作業を



道路の補修工事をするメンバー

行う子会社「コーケンシビル」を設立。道路の補修工事などを請け負っている。また、田植え後から稲刈りまでの間や農閑期には無人ヘリによる防除や堆肥の散布を受託する。



地域の畜産農家へ供給するWCS

仕事の進め方は従業員に一任 やる気引き出し自立を促す

社員にしっかりした給料を支払う一方、吉岡さんは「自ら考え、自発的に動く社員に育ててほしい」と強調する。やる気を引き出すため、仕事の進め方は社員に任せるのが吉岡さんの方針だ。

OJT、OFF-JTの教育を取り入れ、先輩社員に新人教育の責任を与え、自立や成長を促している。また、草刈りや堆肥散布など業務ごとにグループを作り、メンバーで話し合い、進め方を決めている。一日の締めに行う全社員参加のミーティングにも吉岡さんは参加しない。作業が遅れている従業員がいれば、仲間が助ける。従業員の自立を促すことで、そうした風土が築かれている。

平成30年に入社した能海直人さん（25）は「話しやすい雰囲気があり、仕事がしやすい。今後も働き続けたい」と話す。

行政やJAが開く研修会にも社員を積極的に参加させ、意欲・技術向上につなげている。



吉岡さんは「地域の皆さんが協力してくれたから、あまり苦労したと思ったことはないなあ」と明るく話す。70歳での経営移譲に向け、入念な準備と後進の育成を進める考えだ。

同族経営にこだわらないのが吉岡さんのポリシー。地域農業の維持を第一に考えた上で、経営の持続を目指しており、後任の代表として選んだのが平成22年に入社した福田充男さん（44）。吉岡さんに指導を受けながら経営を学んでいる。

福田さんは「新しい技術を積極的に取り入れて、規模

拡大に対応していきたい」と意気込む。今後は300haへの規模拡大が目標だ。

吉岡さんは「地域の農家が喜ぶ姿が見たくて農地を引き受けてきた。地域が元気になってきてうれしい」と話す。

ライスフィールドは、米どころの美しい田園風景を守っていく。



一日の最後に行うミーティング。吉岡さんの姿はなく、社員が主体となって進捗（しんちょく）を管理する。

審査講評

盛田 清秀 委員長

山陰の水田単作地帯で経営水田面積238ha、作業受託延べ面積460ha（無人ヘリ防除を含む）を営む大規模経営体である。地域の信頼を得て農地の面的集積を果たし、高い効率に裏付けられた経営を確立している。社員16人に他の事業体に負けない給与を支払い、定着率が高い。代表者は会社勤務から農業に転じ、20年で現在の経営を構築した。事業継承計画に基づく社員への経営移譲を進め、事業の持続性が確保されている。

評価された第1点は、山陰の平坦な水田単作地帯において、稲作（主食用199ha、WCS用稲29ha）主体の経営を確立していることである。経営収益は安定しており、農地の団地化、高性能機械の導入・運用など効率的な営農の仕組みを構築している。

第2は、耕畜連携である。国産飼料へのニーズが高まるなか、WCS用稲を畜産農家に供給し、堆肥を受け取って圃場に施用して地域資源循環を行っている。

第3は、他事業体並みの給与を支払うことで社員のモチベーションを高く維持し、定着率も高いことである。毎日の作業計画は社員ミーティングで決定・実行されるなど自主性が発揮されており、農機具庫の整理整頓・清掃が行き届いている。

第4は、次世代への経営移譲を計画的に進めていることである。関係機関と連携して経営移譲計画を策定し、社員から幹部社員を抜擢し、社内認知と経営者教育を進め、確実な事業継承を進めている。大規模法人経営における事業継承モデルとして評価できる。

以上のように、水田単作地帯で高い効率を持つ大規模水田経営を確立し、社員に地域平均レベルの給与を支払い、定着率を高めている。また事業継承を進め、耕畜連携に取り組み、地域農業・農地を守る担い手として位置づいていることは高く評価できる。

都市農業の価値を磨き、次世代へ

横浜の農業の強みを追求し 「苺部ブランド」を確立

神奈川県横浜市

苺部農園

代表 苺部 博之さん
かるべ ひろゆき

横浜の地で13代続く苺部農園の代表、苺部博之さん(52)は、5つのこだわりを実践し、自家直売所を軸に年間2,000万円を売り上げる都市農業のトップランナーだ。

自ら育種したオリジナル野菜を含めた約100品目を2.5haの農地で栽培し、常時20〜30品目を販売。細部まで行き届いたこだわりの根幹には、博之さんの「大産地に負けない『苺部ブランド』を確立する」という熱い決意があった。



特別賞

Japan Agriculture Award

父への憧れを胸に就農 独自ブランドで大産地へ挑戦

博之さんは小学生の頃、市場で値付けの基準となる「値頭」を務めるほどの野菜作りの名人だった父の勉さんに憧れ、農家を継ぐことを志した。都内の大学にある農学部を卒業した後、就農。憧れの父のもとで農業を学ぶ喜びを感じる一方、全国の大産地とのブランド力の差に愕然とした。「父が最も力を注いでいたキャベツでさえ、大産地の半値しかつかない。品質は負けていないはずなのに」と悔しい思いをする日々が続いた。

「価格を裏付ける大産地のブランド力とは、豊かな供

給力と消費者に信頼された品質だ」と考えた博之さんは、横浜の農家ならではの強みを模索。辿りついた答えは、産地の近くで生活する消費者の多さだ。「新鮮かつ高品質な農産物を消費者に届けられれば、大産地にも負けない『横浜ブランド』か『苺部ブランド』を確立できる」という思いのもと、平成11年に自家直売所「FRESCO」を開店した。



苺部さんのご家族と従業員の方

不安乗り越え直売に注力 5つのこだわりで信頼獲得

ただ、開店初年度は年間売上200万円程度と低調で、壁に直面した。思うように売上が伸びない不安を抱えながら、直売と市場出荷を両方こなす忙しい日々を送った。開店から5年経ち、売上が少しずつ軌道に乗り始めたころ、



直売所の主な年間販売品目



常に新鮮な野菜が並ぶ自家直売所「FRESCO」



苺部大根を収穫する博之さん



オリジナル野菜の苺部ネギ



カラフルさが目を引く野菜が好評



FRESCO
Karube

5つのこだわりを五角形で表した直売所のロゴマーク

父が他界。現状の出荷体制では厳しいと判断した博之さんは、市場出荷を徐々に減らし、平成17年には直売に絞った現在の体制に移行した。「市場出荷をやめる不安はあったが、地道に努力すればいつか花開くという自信の方が大きかった」と振り返る。

経営で大切にしていることが5つある。このこだわりこそがお客さんを惹きつける「苺部ブランド」の源だ。まず1つ目が「鮮度」。イモ・タマネギなどの貯蔵系以外は、全てその日の朝収穫した野菜を販売し、品薄になったら再度収穫してすぐに陳列する。

2つ目が「わくわくするような彩りと品ぞろえ」だ。色彩感覚豊かな妻のみゆきさんの意見を積極的に取り入れ、「きれいだから食べてみたい」と感じる陳列を目指している。また「ここでしか買えない野菜があれば、看板商品になるはず」という思いのもと、平成12年からオリジナル品種の育成を続けている。完成まで10年以上の月日を費やした、ピンク色の色鮮やかな「苺部大根」や地元の在来種と他品種を掛け合わせた「苺部ネギ」、鮮やかな色合いが目を引く「苺部人参」などを育成。唯一無二の魅力として「苺部ブランド」の価値向上につながっている。

3つ目が「土づくり」。稲わらを主体に、米ぬかや牛ふんなどを配合。すべて市内産を使い、資源の地域内循環を心掛けながら、持続可能な農業を目指している。

4つ目が「品種選定」。苺部さんは食味の良さにこだわって品種を選んでいる。「お客さんからは『いつ来ても美味しい野菜が買えるので、何度も通っています』と好評です」と博之さんはうれしそうに話す。

5つ目が「情報発信」。みゆきさんが中心となってブログやSNSで情報発信する他、より親しみを持ってもらえるよう、旬の野菜を収穫する「畑の見学ツアー」を年5〜6回実施している。

これらが集客の原動力となり、現在の売上は自家直売所を中心に、学校給食やJA直売所での販売含め年間2,000万円に達する。県外からの来客も増え、10店舗以上の飲食店にも食材を卸している。「この受賞を通して、横浜の農家として全国の大産地と肩を並べられたことを誇りに思う」と喜びを語る。

家族一丸で加工品を生産 地域間連携にも貢献

加工品にも力を入れている。母のみつほさんの作る梅干しは、JA横浜支部の品評会で20年連続優等賞を受賞している他、「苺部ネギ」を贅沢に使ったピリ辛調味料「苺部ネギじゃん」や、みゆきさんがラベルをデザインしたトマトジュースなどを販売。新たな試みとしてワイン生産にも取り組み、異業種の仲間とともに10aの畑でワイン用のブドウ栽培を始めている。

県内農家との連携や次世代の育成にも積極的だ。博之さん自らが代表となり、県内の熱意ある農家7人を集め、「神七(かなセブン)」を結成。現在では計8人となり、消費者との交流イベントの開催や加工品の共同開発などを行っている。また非農家出身の新規就農希望者を対象に、農業の知識や技術を指導する「百姓塾」や、農業に興味を持つ人に農作業を体験してもらう「農業塾」を開いている。「百姓塾」では過去3人が入塾し、3人とも就農を果たしている。



ネギのうま味と辛さが後を引く「苺部ネギじゃん」 同農園の新鮮なトマトを贅沢に使ったトマトジュース

地域とともに農業を次世代へつなぐ 農家レストラン開店を目指して

「ただ野菜を作るだけでなく、横浜の農業のブランド力、そして苺部農園のブランド力を高めながら、次世代につないでいくことが農業で、自分自身の使命だ」。真剣な顔つきでそう語る博之さんが、今後の最大の目標として掲げるのが「農家レストラン」の開店だ。同農園の新鮮な野菜をシェフがすぐに調理し、見晴らしの良い畑の景色を眺めながら自家製ワインとともに味わってもらうことで、「お客さんへ新たな食体験と非日常空間を提供したい」と意気込む。

神奈川県横浜市

県東部に位置する政令指定都市で、総人口は約377万人と特別区を除き全国最大。また近隣には首都圏の大消費地があり、流通市場に恵まれている。神奈川区、泉区、保土ヶ谷区を中心に「横浜キャベツ」の銘柄が確立され、野菜指定産地となっている。年平均気温は15.8℃、年平均降水量は1,689mmと年間通して農作物が栽培しやすい気候にある。



部会の平均年齢は48歳

JA部会所属の全員が販売する 野菜で「有機JAS認証」を取得

茨城県石岡市

JAやさと有機栽培部会

部会長 いわせ なおたか 岩瀬 直孝 さん

30戸の農家が野菜の有機栽培に情熱を注ぐ
茨城県のJAやさと有機栽培部会では、
取得が難しい有機栽培の「有機JAS認証」を全員が持ち、
JAを通じて販売する。
規模拡大ができない中山間地で、有機に農業振興の活路を見出した。
“販路”をJAが確実に担保することで、
農家が生産に注力できる環境を実現。
毎年、就農希望者を受け入れ、同じ志の農家を増やし続けている。



農家×JAで有機野菜を産地化 学校給食でも食材を採用

「とにかく安全なものを供給したいというのが根底にある」という部会長の岩瀬直孝さん(64)。29歳の時に家業の農業を継ぐため、地元企業を退職。10年ほど慣行農法で野菜・水稻・梨を生産していたが、農薬や化学肥料に依存する自らのやり方に疑問を抱き、平成8年に野菜を有機栽培に転換した。

「なんで有機なの?家族の具合が悪いのか?」
有機栽培を始めた当初は周囲からそう言われることも多かった。JA関係者の一部にも理解してもらえない

こともあったが、平成9年にJAやさと有機栽培部会を設立して理解者を増やしていった。平成23年に部会長に就任して以降、10年以上にわたり、部会を牽引している。

「子育て世帯に手に取ってほしい」と情熱を注ぐ一方で、栽培にかける手間や有機栽培の肝である土づくりへのこだわりを消費者に伝えられず、価格だけで判断されていることにジレンマを抱えてきた。

それでも子どもたちには地元で育つ有機野菜を食べる機会を作ってほしいとの願いが叶い、令和3年からは石岡市内の小中学校の給食へ有機のレタスやキュウリを提供している。令和4年には小松菜も提供し、取扱量は拡大した。



有機小松菜とニンジンを使ったメニューが提供された石岡市内の給食

生協と有機で農業振興 地域資源活用し土づくり

JAやさと管内は斜面が多く、大型機械での農作業が難しい。高齢化が進み、農業人口が減る中でどうやっ



20〜80代までの担い手がそろうJAやさと有機栽培部会のメンバー

て農業振興をするか——光明が見えたのが「有機」だった。きっかけはJAが昭和51年から安全・安心の国産にこだわる東都生協と取り組んでいた、市場を経由せずに農産物を取りする「産直事業」。人気商品だった野菜の詰め合わせ「野菜ボックス」に有機栽培した野菜を入れたところ、生協から思った以上に高い評価を受け、有機農産物の需要を実感した。生産拡大のために、平成9年に9戸の農家でJAやさと有機栽培部会を設立した。
栽培5原則は、①化学肥料は使用せず、有機肥料100%で栽培②除草剤及び土壌消毒剤は使用しない③化学合成農薬は使用しない④輪作・緑肥を重視する⑤ゲノム編集・遺伝子組み換えされた種子を使用しないこと——とする。

部会が最重視するのが、土づくり。地域の家畜ふんや落ち葉、稲わら、もみがらを原料にした堆肥で有機物を豊富に取り入れる。有機JAS制度に適合した品質の良い堆肥を供給してもらうため、同じJA部会である鶏卵生産組合や稲作部会との結びつきを大切にする。

近年は畜産農家の離農の影響で地元産堆肥の確保が難しくなっており、竹を粉碎・発酵した堆肥の導入にも試験的に取り組んでいる他、有機の稲わらを生産拡大できるよう準備を進めている。

害虫対策には化学的に合成された農薬を使用せず、防虫ネットや輪作で虫害を抑える。

有機JASに使用可能な資材は、日本農林規格で定められているため、一般販売されている資材はJAが資材証明を取得し、原材料等を確認している。

農家単位で有機JAS認証取得 単価は慣行栽培の3倍超

有機JAS制度とは、国が定める規格に適合した生産

であることを第三者機関が検査し、認証された団体等に「有機JASマーク」の使用を認めるもの。注目すべき点は、農地、種苗・育苗、肥料、病虫害防除、栽培や製造の記録など、その食品が生産される全工程で、一貫して基準に則った管理がなされていることを証明する必要があることだ。つまり農産物や加工品のトレーサビリティを担保するマークであるとも言える。慣行農業では、生産者が収穫後そのまま出荷し、JAの選果場等でパック・袋詰めされて市場等に出荷されるのが主流だが、有機JAS認証を得るために、野菜のパック詰めなどは各農家の作業場を登録している。



販売前にJA集出荷場に並ぶ有機栽培部会のレタス

手間やコストをかけても認証取得にこだわるのは、他産地との差別化のためだ。「有機野菜」として表示・販売するには、第三者機関による審査を受ける有機JAS認証が必須。部会組織が拡大して生産量が増えれば売り先を広げる必要があり、「ただ有機農法をやっているだけではいずれ行き詰ってしまう」と部会で議論した。認証取得の理解が得られずに部会を脱退した農家もいたが、平成13年には全員が取得した。

実際、部会の主な出荷先である生協では、農家が生産した野菜を全量引き取ることができなくなり、別の販路が必要になった。現在はパルシステムや生活クラブ生協等の取引の他、余剰分を東京の青果市場等にも出荷している。

部会で出荷する有機野菜は一般的なS・M・L、秀・

茨城県石岡市

茨城県の中心部に位置する石岡市八郷地区は、周囲を日本百名山である筑波山などに囲まれた盆地状の地形で、平地は少ない。耕地面積は約4,900ha。水稻を中心に、果実や野菜、畜産、花きなどの複合経営が行われている。土壌は関東ローム層、黒ボク土壌であり、環境保全型農業に力を入れている。東京都心から約70kmとアクセスも良く、古くから産直販売への販路が確立されてきた。



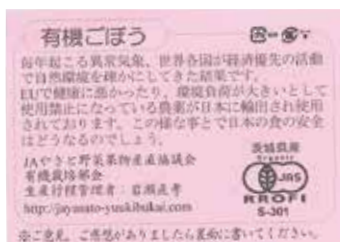
優・良など大きさや見た目による区分がなく、1袋当たりの重さを基準に取り引きするため、秀品率によって手取り額が大きく変わることはない。茨城県産の慣行栽培のレタスが東京・大田市場で平均1玉37円に対し、部会が販売するレタスは同121円で取引されている。

「ネギの太さ」や「キュウリの長さ」など品目によって求められる条件や、有機野菜でも評価が落ちる傷や虫食いの程度などは別途定め、部会員全員で目ざろえ会を開いている。「昔は穴があいた小松菜でも消費者は購入してくれたが、今は見た目も重要」(岩瀬部会長)。毎朝JAの集荷場に集まる野菜はどれもきれいに調製され、袋詰めされている。

マーケットインに基づき
週単位で計画栽培

同部会は事務局をJA営農流通部営農指導課が担い、部会の中に、①販売部②栽培部③広報部を設置。農家も積極的に部会運営に関わる仕組みを作っている。販売部はJA職員と定期的に生協等と商談を行う。同部が得た情報は、速やかに栽培部に共有され、栽培計画を年2回、策定。週単位で出荷品目、数量を決め、計画栽培する。出荷計画を立てて欠品のリスクを抑えることで、取引先の信頼を獲得できるという。取引先から要望があった品目は導入に当たって栽培部が試験栽培し

た後に部会で講習会を実施し、普及に取り組んでいる。購入者の満足度アップを目指し、年1回はアンケートを実施。個別包装する野菜1つ1つには、生産者のメッセージカードを入れている。



有機JAS証明と農家の思いを伝える
「メッセージカード」

JA農場で2年研修
部会員のメインは40代

JJAが力を入れるのが、有機農業の担い手育成だ。JJAが開設した研修専用畑「ゆめファーム」等では、毎年1組の夫婦を受け入れる。初年度から1人の農業者として専用園地で栽培を始め、指導役の先輩農家の知恵を借りながら実践的な有機農法を学べる仕組みを整えた。同時に有機JAS認証の農地取得には、耕作放棄地以外は丸2年かかるので、研修と同時に卒業後の畑を見つけ、土づくりを始める。

令和4年3月時点で30戸が加入するJA部会。地元以外の出身が8割で、多くが県外から定住し、部会活動に取り組んでいる。移住したばかりの研修生を孤独にさせず、地域に慣れさせるには先輩農家とのつながりが大事だという。八郷地区では古くから家畜のふんを農業に生かしてきた経緯と地域の理解があり、慣行農業と有機農業の対立もない。販路の確保をJAが担保することで、経験が少ない農業者でも管理に集中できる。

これまで24家族を受け入れ、家庭の事情で離脱せざるを得なかった3家族以外がJA部会に加入した。20～80代が所属する同部会の平均年齢は48歳と県内農家の平均68歳に比べ大幅に若い。「子どもがアトピーだから自分で安全なものをつくりたい」と食への関心が高い人もいれば、販売単価の高さに魅力を感じる人など、部会に参入する動機はさまざまだが、40代の農家が最も多い。夫婦で参入が条件のため、女性陣は広報やPR面で部会とも関わる機会もあり、JA運営にも参画している。

今こそ農家・消費者みんなで
循環型農業の意義を考えたい

環境や健康への配慮から、世界ではオーガニックな食料生産を推進する動きが加速。欧州では「Farm to



生協向けカタログでは、有機のこだわりが詳しく紹介されている



一般消費者への認知度アップのために
始めたインスタグラム



令和4年に作成した部会のロゴ
マーク。部会員同士のつながり、
支えてくれる人とのつながり、生
産する様々な有機野菜を3色の
葉と輪で表現している

Fork(農場から食卓まで)」戦略により、有機栽培農地の割合を令和12年までに25%にするという野心的な目標が掲げられている。

日本でもこうした流れを受け、令和3年5月に農水省が公表した「みどりの食料システム戦略」では農薬や化学肥料の使用を大幅に低減していくとともに、令和32年までに有機農業の取り組み面積を耕地面積の25%まで拡大することを目指している。

ただ、国内の有機JAS認証取得農地の割合はわずか0.3%。認証を受けていない農地も含めても0.6%しかない。有機農業の拡大には、農産物販売で過半を占めるJAの役割は欠かせない。同部会の担当職員であるJA営農指導課の酒井健朗さんは「有機の拡大にはJA・生産者間の連携以外に、農家同士が農業の多様性を認め合うことが重要だ」と強調する。

主要品目である、レタス・ニンジン・ネギは、作付面積・生産量・販売金額のいずれも増加している。例えば、有機レタスは令和元年～3年の3年で面積が0.4ha増え、出荷量が8t増となった。部会の販売高は2年に1億6041万円、3年に1億7958万円と増加。近い将来、販売高2億円超えを目標にしている。

今回の受賞をきっかけに、「自分も有機栽培の道に進みたいという農家が1人でも増えればいい」という岩瀬部会長。有機JASマークのついた食品を買うことは、消費



「生産拡大に向け、JAとしてできる限りのサポートはしていく」と話す酒井さん

審査講評

盛田 清秀 委員長

長年にわたり有機野菜の生産・出荷に取り組み、生協等消費者団体向けを中心に約40品目を供給する30戸の出荷団体である。実際の経営をモデルとした経営収支を提示し、研修農場を整備して新規就農者の確保・育成に取り組み、地元八郷以外の出身者が24戸を占めるなど成果を上げている。担い手確保に成功し、持続的な有機野菜生産体制を確立し、有機農業の実践と消費者団体との強い連携により有機農産物生産組織としての地位を確立した。

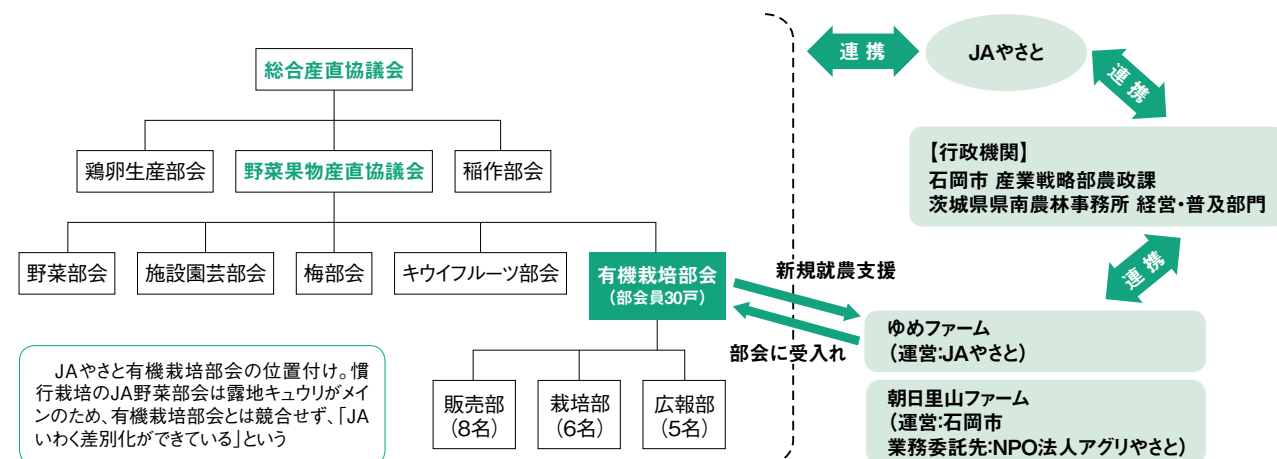
評価された第1点は、25年に及ぶ有機野菜の生産・出荷体制を継続し、消費者団体との強固な信頼関係を構築してきたことである。部会員全員が有機JAS認証を個別に取得し、生産品目、品質、出荷形態に関するアンケートを実施して消費者の要望を的確に把握し、品目や出荷形態の改善を継続的に進めている。

第2は、新規就農者への支援体制が充実していることである。JAや地元の石岡市が運営する研修農場において、就農希望者に2年間の技術・経営指導を実施し、就農時には圃場が確保できる仕組みを構築している。事前に示される経営モデルと相まって、新規就農者が安心して有機野菜生産に取り組める。その結果、部会員30戸中24戸が地元八郷以外の新規就農者である。

第3は、出荷における綿密な協議と調整である。生産状況を的確に把握してシーズン当初の生産・供給計画との調整が的確に行われている。

以上のように、長年にわたって有機農産物の生産と供給に持続的に取り組み、新たな担い手を確保して供給拡大に対応してきたことが有機農産物の持続的・生産・供給モデルとして高く評価できる。

図1 JAやさと部会組織機構図



“スイートピーを高級花に”

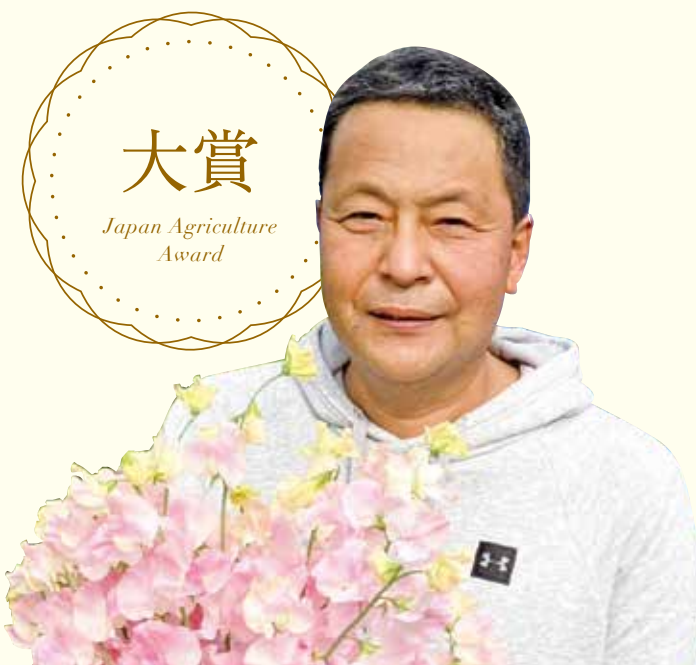
圧倒的な質の高さで 日本一から世界一へ

愛知県田原市

JA愛知みなみスイートピー出荷連合

こくば れいじ
小久保 禮次さん

「スイートピーを高級花に」を旗印に生産者が一丸となり、花きが高騰したバブル景気時代を大きく上回る高値販売を実現する産地がある。愛知県田原市のJA愛知みなみスイートピー出荷連合だ。市場を裏切らない圧倒的な質の高さで、全国平均の7割高と他産地を寄せ付けないトップ産地としての地位を確立。この品質を武器に今、日本一から世界一へ——。産地の躍進が続いている。



量より質で生き残り 全国平均の7割高で販売

JA愛知みなみスイートピー出荷連合（以下、部会）は田原市の農家11戸で構成する生産部会。花き生産が盛んな同JAの部会の中では小さな組織だが、全員が方針決定に関わって足並みをそろえて全量を共選共販し、少数精鋭の産地として生き抜いてきた。

最大の売りは、取引先市場から「日本一」と信頼される高い品質だ。部会が出荷するスイートピーは、「花が大きい」「輪数が多い」「花茎が太くて長い」「日持ちが良い」という条件全てを満たした高級ブランドとして定着し

ている。

令和3年度の部会の市場販売価格は1本60.8円で、全国平均と比べ64%高い（日本農業新聞「日農INDEX」）。元年～3年度の3カ年平均は1本56円と全国平均（32.7円）を約7割上回る。この価格水準は、高単価に沸いたバブル景気時代の平均価格（同50円超）をも上回る。

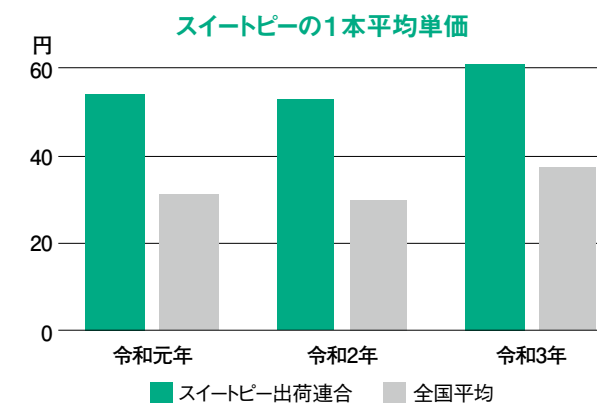
こうした高値販売を実現した背景には、部会員が一丸となり取り組んできた栽培技術の向上と選荷の徹底、販売の創意工夫など、一朝一夕では成し得ない物語が



部会員と女性部メンバー

愛知県田原市

愛知県南部の渥美半島に位置し、年間を通じて温暖な気候と、地域のほぼすべての畑に整備された豊川用水のパイプラインによる潤沢な水源により、施設園芸の一大産地として発展している。令和3年度の市町村別農業産出額は849億円で全国2位と全国屈指の農業地帯として花き、野菜、畜産が盛ん。花きはキク、バラ、鉢物類を主力に産出額332億円と全国1位。



ある。小久保禮次さん(59)は「産地として“量より質”で生き残りをかけ、努力を重ねてきた成果」と胸を張る。

バブル崩壊で価格が暴落 高級路線転換に活路

同市でスイートピー栽培が始まったのは1970年（昭和45年）代。以来、名曲「赤いスイートピー」に象徴される“時流に乗った花”として人気が高まり堅調な販売が続いていたが、全国的な生産拡大とバブル景気の崩壊を受けて相場が暴落。販売価格は1本30円台まで下落した。

生産者は低い単価を補うため規模拡大を強いられる一方、農村地帯で人口の少ない同市では雇用の確保が容易でなく、家族総出で朝から晩まで働かなければならない状況に陥っていた。

苦境に立たされた生産者らは今後の産地の在り方について議論を交わし、出した結論は「安価で大量に出回る一般向けの花からの脱却」だった。「贈答や葬儀などに使われる高級花の市場を創造する」という目標を掲げ、平成7年にJAの部会として「渥美スイートピー出荷連合」を設立。スイートピーを取り扱う専属のJA職員も配置された。小久保さんは「高値販売などできるわけがないと部会を離れた人もいたが、残った生産者で一致団結して進み続けた」と振り返る。



色鮮やかなスイートピーが整然と並ぶ小久保さんのハウス

ハウスは創意工夫の“玉手箱” 終盤の全国シェアは9割

小久保さんの栽培ハウスに足を踏み入ると、ずらり整然と並ぶスイートピーに圧倒される。「企業秘密も多い」という現場はまさに創意工夫の“玉手箱”だ。

管理作業の3分の1を占めるとされる誘引は、「支柱誘引」を導入した。一般的な「ひも誘引」は、上下に張ったひもにスイートピーのつるを固定するが、作業に手間がかかる上、一度張ったひもは間隔を変えられない課題があった。



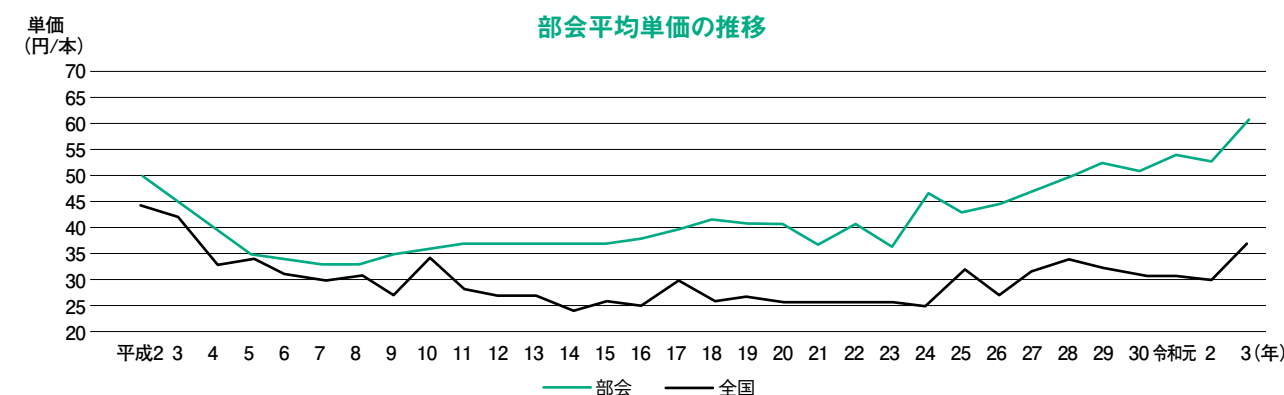
固定具「止め吉」



スリット入りフィルム

そこで開発した「支柱誘引」は、ひもの代わりに針金を支柱として上から吊るし、独自開発した固定器具でつるを留めることで、作業の効率化とつるの自在な間隔調整の両立を可能にした。

病害を未然に防ぐ「スリットマルチ」の導入も効果抜群だ。



切れ込みの入ったフィルムで土の表面をおおうことで、土壌水分の適正化と病害抑制、反射光による光合成の促進につながった。切れ込みの間隔と長さ、フィルムの色、種まき用の穴などはメーカーへの特注だ。

こうした技術により労働時間を30%削減することができ、秀品率も年を追うごとに向上。収穫の長期化にもつながった。この他にも、部会員が環境管理や肥培管理などの技術を試行錯誤して確立し、他のメンバーと共有して底上げにつなげてきた。エンドウやコチョウランなど、他品目の栽培方法からヒントを得た技術もある。

全国的にスイートピーの収穫が終わりを迎える4月、部会員のハウスはまだまだ収穫の真っ最中。4月に出荷するスイートピーに占める部会産の全国シェアは9割に上る。小久保さんは「やろうと思えば5月まで出荷できるが、シーズンが長くて疲れたらやめる」と笑う。

最大の難敵「シミ」克服 温湿度制御で出荷量が増加

スイートピーは他の花き品目と比べ、気温や湿度、日照時間などの天候に左右されやすく、安定生産が難しいとされる。最大の難敵とされるのが「花シミ」で、出荷時に判別しづらい上、出荷後にシミが発現してクレームにつながるが多い。

この克服につながったのが、ヒートポンプと環境モニタリングシステムによる環境制御を組み合わせたシミ防止対策の確立だ。部会の有志4人で「ヒートポンプ利用研究会」を発足。播種（はしゅ）から11月までの夜間冷房や曇雨天時の除湿などにより、出荷時のシミを大きく減らすことができた。

令和3年度は10月の高温によりヒートポンプ未導入者で出荷量が17%減った一方、導入者で18%増加したことで、部会



導入が進むヒートポンプ



扇形箱詰め法

全体の出荷量を維持することができた。「従来はシミがかなり出ていたが、ゼロにできた」（小久保さん）実績から、部会では今後、全戸でヒートポンプを導入する方向だ。

日本一のブランド確立へ 全箱検査を徹底し、箱詰め工夫

高い品質の花を出荷しても、自ずと高級花として認められるわけではない。そこで、ブランド確立に向けて部会が取り組んだのが、「卸売会社の信頼を得ること」だった。

部会のお荷出品が“最高級品”であることを卸売会社に実感してもらい、高級花として定着させるため、選花を厳格化。秀品率は10～15%と非常に少なく、本当に良いものだけを秀品とする姿勢を徹底した。役員3人が出荷日に毎日、1回目の検査を実施する徹底ぶり。雨天などで花シミの発生リスクが高い日は全箱検査をする。

この役員検査に加え、JAの専任職員が毎日全箱を検査するダブルチェック体制で見落としがないよう努めている。令和5年度から専任担当となったJA花ポートセンターの河合啓杜さんは「シミは判別しにくいので念入りに検査している。これまで長年、クレームがないので責任重大で緊張する」と話す。

箱詰めにも部会のこだわりがある。スイートピーの花弁は繊細なため、輸送中や花店の小売段階で傷が付きやすい。そこで、輸送中に花が動かず、小売りでバケツに入れる際にも花が絡みにくい詰め方を開発した。

従来は50本を結束するが、部会では女性部が1本1本を互い違いに組んで25本ずつ扇形にして上下2段で結束する「扇形箱詰め法」を考案。花が傷みにくいだけでなく、箱の中で花が隙間なく上を向いて咲くことで箱の開封時の見た目が華やかで、ブランド化にも貢献した。



役員による厳しい検査

出荷前から売り先確定 「品質保証」で絶対的な信頼

高い品質への揺るぎない自信を武器に、他産地に先

駆けて平成31年から取り組むのが「品質保証」だ。出荷時期や品質等級に応じ、出荷箱に「品質保証書」を挿入す

る。保証期間は、秀品は小売店に届いてから10日間、優品は7日間。出荷先で1本でも不良品があった場合は、補償として100本入りの箱を送るとともに、出荷者には出荷停止のペナルティを課している。

一般的に、切り花は見た目が同じでも栽培管理によって日持ちの良否が異なるため、品質保証を導入する産地は見られない。一方、同部会は小規模産地で全部会員の栽培状況を確認できるため品質を統一でき、選別出荷の徹底と合わせて品質保証を実現した。小久保さんは「（シミなどは）絶対に出ないから保証できる」と言い切る。

こうした取り組みを通じ、部会のスイートピーはトップ産地としてのブランドを確立。現在の取引先は、大田花き、なにわ花いちばなど主力10市場。出荷物の95%はセリ前契約で、5%が一番セリで取引され、「出荷前にほとんど売り先が決まる。“どんなものでもいいから部会の花がほしい”とさえ言われることもある」（JAの河合さん）ほど引き合いが強い。

新たな市場を見据え輸出へ 1本500円超で販売も

部会では平成31年から市場経由で輸出に乗り出している。令和3年は香港、シンガポール、マレーシアを中心に全出荷量の5%程度となる87,800本を輸出。国内市場からの引き合いが強いため輸出向けを大きく増やすことはできないが、アジアの他、米国、EU、オーストラリアなど10カ国ほどに拡大中で、今後は20万本以上の輸出を目指している。

現在、同市は農水省の輸出拡大実行戦略の中で「輸出重点品目の産地リスト」に登録され、同JAはスイートピーを主力品目として位置付ける。行政と産地を挙げた輸出促進の取り組みの中で、海外の展示会への出品や外国人バイヤーの視察受け入れなど、輸出への機運は高まる一方だ。

輸出先国において、部会のスイートピーは1本500円で販売された事例もあるという。「私たちのスイートピーが海外で高い評価を得られれば、スイートピーだけでなく日本の花は素晴らしいと評価される。先駆けとして挑戦し、



品質保証書

世界中に日本の高品質な花を送りたい」と意欲を燃やす小久保さん。輸出を通じて日本の花き業界の活性化に貢献したい考えだ。



外国人バイヤーによる産地視察

審査講評

盛田 清秀 委員長

渥美半島に位置する11戸のスイートピー生産出荷組織である。切り花延命剤の登場で遠隔大産地との競争に直面し平均単価が大幅に下落。産地消滅の危機に見舞われたが、高品質生産に活路を見出し高級花市場を切り開いた。国内市場で確固たる地位を築き上げ、世界市場を視野に入れて輸出にも挑戦。産地規模に対応した市場戦略（高品質化による商品差異化）が秀逸である。

評価された第1点は、市場動向を的確に分析し、規模で対抗できない小規模産地として高品質花の生産に特化し、市場評価を確立したことである。高品質生産への転換は困難を伴ったが技術の底上げを図り、20年かけて市場の信頼を勝ち得るまでとなった。

第2は、栽培難度の高いスイートピーの安定生産のため、新誘引法や独自マルチ方式を開発、支柱固定具の改良などを独自に創意工夫し、部会員への普及を図ってきたことである。ヒートポンプや環境モニタリングシステムの導入など、最新技術・設備の導入によるコスト低減や品質改善などと相まって大きな成果を上げた。

第3は、共選共販における秀品区分の厳格化、出荷前のダブルチェック徹底、クレーム商品へのペナルティなど品質保証を徹底したことである。また切り花の日持ち保証を行うなど産地評価を高め、産地ブランド確立に努めている。さらに容易にまねのできない独自の出荷荷姿（箱詰め法）を開発し、製品評価を高めている。この結果、コロナ禍の影響をほとんど受けずに出荷量を維持している。

以上のように、市場構造的的確な分析を踏まえた小規模産地戦略を採用し、生産面での技術革新、販売面での厳格な品質管理、差異化された荷姿開発等により、産地評価を確立したことが高く評価できる。

瀬戸内海に浮かぶ日本一の産地

度重なる危機を乗り越え “レモンアイランド”が復活

広島県尾道市

せとだエコレモングループ

会長 ^{みやもと}宮本 ^{こうろ}悟郎さん

日本一のレモン産地、
広島県尾道市瀬戸田町の「せとだエコレモングループ」は、
156戸全員が特別栽培に取り組み、
皮まで安心して食べられる「せとだエコレモン」のブランド化に成功した。
いくつもの危機を乗り越え、
周年出荷と加工品開発でレモンを1年通じて楽しめる食材に変身。
島の土産店には加工商品が並び、
Uターン就農する後継者も増えるなど、
瀬戸内海の“レモンアイランド”が見事な復活を遂げた。



自由化や寒波で産地壊滅 “日本一の産地絶やすな”

同町でのレモン栽培の歴史は古く、明治時代に始まったとされる。昭和元年には静岡県から商業栽培のための品種を導入し、11年から増殖。38年には全国の生産量の75%（900t）を占める日本一の産地となった。ネーブルも同様に明治期に導入され、大正から昭和にかけて栽培が広がり、日本一の産地に発展。2品目で日本一となり、名実ともに柑橘王国となった。

だが、平穏は長くは続かず、大きな危機に見舞われる。39年のレモンの輸入自由化だ。単価は1kg160円から100

円に下落し、壊滅的な打撃を受けた。価格が安くなっても調理法に限られ、需要には限界があったためだ。日本一の産地でありながら、多くの生産者が「レモンはもうだめだ」「到底食べていけない」と温州みかんへ切り替えた。あつという間に生産量は3分の1に激減し、産地の存続に黄信号が灯った。

そんな中でも諦めなかったのが、瀬戸田町農協（現JAひろしま）の常勤役員（当時）だった永井安一さんだ。農協に勤務しながら自らもレモンを栽培し、瀬戸内の温暖な気候と島の斜面がレモンに適していることを実感していた。「瀬戸内でなければ国産レモンは作れない。歴史ある産地を絶やすわけにはいかん」。生産者にレモンを栽培し続けてもらうため、一軒一軒説得して回った。

永井さんが産地を維持するために踏ん張る中、自由化から11年が経った昭和50年に状況を一変させる事態が訪れる。輸入レモンに使用されていた農薬の発がん性問題だった。輸入品の安全性が不安視されたことで、国産レモンが再び注目されるようになり、生協等からの購入希望が入るようになった。

だが、ようやく追い風が吹き始めた矢先、またしても大きな逆風が島を襲う。島を挙げて増産運動を展開しようとしたが、52、56年に寒波が発生。レモンの樹は枯れ、



島の斜面に広がるレモン畑



甘みと酸味のバランスが良く、
芳醇な香りが特徴の「せとだエコレモン」



選果場ではベテランのパート従業員が手選別

生産量はわずか数トンに。「瀬戸田のレモンは終わった」「国産レモンはなくなる」。誰もがそう考え、産地は消滅寸前まで追い込まれた。

それでも、永井さんは諦めなかった。生産者一人につき1a（苗10本）を植えてもらう「一農家一畝運動」を、農協を挙げて展開。農協が苗や接ぎ木に補助金を出した。熱意が伝わり、「1aならば」とレモンを植える生産者が徐々に増え、生産量も回復。自由化から24年が経った平成元年には600t弱まで戻った。平成10年代に入ると再び日本一の産地となり、ようやく永井さんの奮闘が実を結んだ。

“皮まで食べられるレモン” 産地全体で特裁に認定

永井さんの熱意を受け継いだのが、宮本悟郎会長だ。宮本会長はJA広島果実連の東京支所長を務めていたが、永井さんに請われ、平成15年にUターンして地元のJA三原（現JAひろしま）に加わった。果実連の職員として、生産量は増えてもなかなか思うように需要が伸びないことを実感していた宮本会長。ここで足踏みしていると他産地に追い抜かされると危機感を持ち、市場に大きく左右されてきた産地の歴史を踏まえて、「販売と生産が直結したレモン生産」ができないかと考えた。輸入物と差別化するため、“皮まで食べられるレモン”を合言葉に、化学合成農薬や化学肥料を慣行栽培に比べて5割削減

し、新たな売り先を確保しようと動き始めた。

レモンは風キズや果実に褐色の病斑ができるかような病に弱く、病害虫も発生するため、化学合成農薬や化学肥料を使った方が効率的に安定生産ができる。そのため、当初は手間のかかる栽培方法に難色を示す生産者も多かった。宮本会長は「誰も取り残さず、産地全体で日本一を目指したい」と生産者を説得。同時に生産者が取り組みやすいよう、防除暦を記入しやすいよう改善するなど工夫した。毎月7地区10会場で栽培説明会（現在も継続）を開き、記入できない高齢な生産者は地域皆で手伝った。多くの生産者は使用する農薬等にこだわりを持っていたが、JAの丁寧な説明と永井さんが築いてきたJAへの信頼感もあり、当時200戸以上の生産者全戸が特別栽培に移行。平成20年には県で初めて全戸が特別栽培農産物認定を受けた。

これを機に「せとだエコレモン」が誕生し、生産者がエコレモングループを結成。①環境ホルモンの疑いのある農薬は使用しない②除草剤は2回以内③混植園は農薬飛散の可能性があるのでエコレモンとして認めない④定期検査で農薬残留調査・防除履歴の記載提出——などの独自の基準も決めた。手間が増え、適期の判断など熟練の技と知識が求められることも増えたが、「瀬戸田レモンが国産レモンを半世紀以上守ってきた」との誇りが、産地全体の原動力となった。



レモンの生育状況を確認する宮本会長④

広島県尾道市瀬戸田町

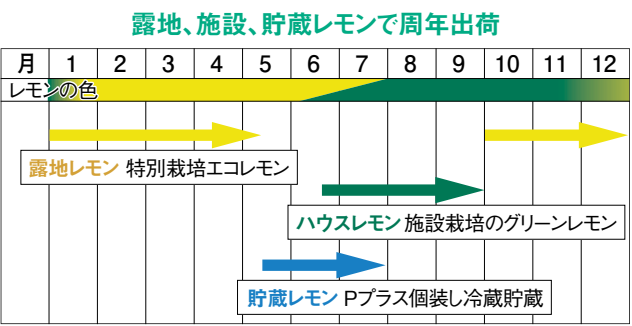
広島県尾道市瀬戸田町は、同市と愛媛県今治市を結ぶ瀬戸内しまなみ海道の中央に位置し、生口島と高根島の二つの島からなる。年間降水量は1,100mm前後と少なく、瀬戸内特有の温暖な気象条件がレモンや柑橘の栽培に適している。レモン、はっさく、ネーブルオレンジの栽培が盛んで、近年はレモンの町として地域おこしに取り組み、多くの観光客も訪れている。



加工品は20種以上
JA間連携で周年出荷

特別栽培でどうしても出てしまうのが、外観の悪いレモンだ。生産者からも「価格が安い加工原料が増える」と不安の声が多く出ていたため、JA直販センターが地元の食品会社を中心に複数の会社に商品化を相談。皮まで安心して食べられることで、レモンを丸ごと使ったレモン飲料の「ふるさとレモン」や、「はちみつレモン」など、多くのヒット商品が生まれてきた。現在、商品数は約20種に達し、「捨てるレモンはない」状況だ。生産量全体の3割が加工原料となるが、人気商品の開発で加工原料向け単価も上がり、生産者の手取り収入向上に大きく貢献している。

加工品とあわせて、1年を通じて楽しんでもらうため、特殊フィルム^①の活用とJA間連携による周年出荷も実現した。もともとレモンは暑い夏場に需要が増えるが、露地物は秋から冬に出荷が限られ、国産レモンは国内の大きな需要に応えられずにいた。そこで、鮮度保持フィルム(Pプラス)で個包装し、長野県のJAながののリンゴ用冷蔵庫を出荷が終わってあいている夏季に活用させてもらうことで、貯蔵レモンが夏まで出荷できるようになった。10～5月頭までは露地レモン、5～7月末までは貯蔵レモン、6月下旬～9月末まではハウスレモンを、切れ目なく出荷する体制が整った。



貯蔵レモンは鮮度保持フィルムで個包装



鮮度保持フィルム(Pプラス)で個包装した貯蔵レモン

JAと一体となった取り組みが奏功し、平成22年に1kg238円だった単価は、令和3年には1.4倍の331円まで上昇。広島県が定める経営指標の273円を2割も上回り、レモンが“稼げる”品目として復活した。

レモンで地域が活性化
島に戻る若者も増加

生産努力に加え、県や市、果実連とともに地道なPR活動にも取り組んできた。テレビや新聞、雑誌からの取材には全て応え、東京にある、県のアンテナショップや首都圏のスーパーで販促活動を展開した。平成25年には県が「おいしい!広島県」と銘打ったキャンペーンの一環で、県産レモンを全国に大々的にPR。県が50種にも及ぶさまざまなレシピを提案し、“塩レモンブーム”も起きた。同年に広島で開かれた全国菓子大博覧会(菓子博)ではレモンがテーマとなり、一気にレモンを使ったお菓子が増加。県産レモンが一躍脚光を浴びた。

現在では、レモンといえば広島県を連想するほど知名度が上がり、需要に供給が追い付かない状況だ。地元だけでなく県内の土産店や東京の、県アンテナショップには、レモンを使ったお菓子やジャム、飲料に加え、ハンドクリームなどの美容商品が並ぶ。レモンケーキは今やもみじ饅頭と並び、広島を代表する土産商品となった。また、3月には「せとだレモン祭」が開かれ、県内外から多くの観光客が訪れる。かつて、広島市の消費者にすらあまり

年度別国産レモンの収穫量と瀬戸田産レモン比較							単位:トン
年度	全国	広島県	全国比	瀬戸田町	全国比	県内比	
平成25年	9,446	5,767	61%	2,426	26%	42%	(寒波)
平成26年	10,095	6,199	61%	2,669	26%	43%	
平成27年	10,052	5,618	56%	2,420	24%	43%	
平成28年	8,459	5,220	62%	2,068	24%	39%	(寒波)
平成29年	8,259	4,790	58%	1,842	22%	38%	
平成30年	7,088	3,569	50%	1,159	16%	34%	
令和元年	11,209	6,284	60%	2,878	25%	46%	

広島県・瀬戸田町産 JA 広島果実連 調べ

知られていなかった瀬戸田町のレモンがこの10年間で全国区となり、瀬戸田町は誰もが認める“レモンアイランド”となった。

その結果、島に若者たちも戻り始めた。平成20年に2人しかいなかった30代以下の生産者が、現在は9人まで増加。自身も14年前にUターンしたJAひろしま柑橘事業本部の片山武志課長代理は「単価が上がり、知名度も上がったことで、生産者のやりがいや誇りも高まった。さらに、レモン祭など、さまざまな取り組みを地域が一体となって盛り上げてくれることが、私にとっても生産者にとっても何よりもうれしい」と地域の盛り上がりを喜ぶ。



約20種に達するJAオリジナルの加工商品

ICT活用し寒波を克服
地元のカキ殻を活用

それでも日本一の産地として、これからも歩みを止めるつもりはない。これまで幾度となく産地を襲ってきた大敵の寒波に備えるため、令和3年度には町内6地点に温度計を設置し、過去10年間の気象庁データを基に低温ハザードマップを作成。4年度には設置数をさらに増やすとともに、JAが保有する地図情報システムと連動させ、各レモン園地の収穫時期情報を各農家と共有する取り組みを始めた。今後さらに設置数を増やし、生産者によりきめ細かく情報を発信していく方針だ。

今年度からは、持続可能な農業を実現するため、地元特産のカキの殻を原料とする肥料を導入する計画だ。地元の未利用資源を活用して環境調和型農業に取り組むことで、SDGsやみどり戦略にも対応していきたい考え。



3月下旬にJAの施設で開かれた記念式典

「歩みを止めてしまえば、他産地に抜かされてしまう。常に時代が求めることを先取りし、挑戦を続けていきたい」と話す宮本会長。常に10年、20年後の産地を見据え、今後も挑戦し続ける覚悟だ。

審査講評

盛田 清秀 委員長

瀬戸内海に浮かぶ2島の156戸の生産者による、特別栽培レモンの出荷団体である。昭和39年のレモン輸入自由化で大打撃を受け生産面積が激減、さらに昭和55年前後の2度の寒波で壊滅的打撃を受けたが、1戸1a運動などの地道な取り組みを経て産地再生を図ってきた。レモンの周年供給に努め、独自基準の特別栽培により消費者の支持を得て、国産レモン産地として再生した。

評価された第1点は、自分たちの栽培地域がレモンの生産適地だという強い信念のもと、安全安心を求める消費者ニーズを先取りし、国産レモンの灯を消さない努力を継続してきたことである。また農業・除草剤の使用低減、農業飛散の懸念からエコレモンの混植を認めない、防除履歴の提出を義務化する、残留農薬検査を定期的実施するなどのきめ細かな独自基準を順守し、消費者の求める「皮まで食べられるレモン」を提供している。

第2は、露地レモンの収穫時期は10～4月であるが、一時にたくさん食するわけではないレモンの周年供給に取り組んでいることである。鮮度保持フィルムによる個包装、夏季にリンゴ産地で空く冷蔵庫の利用などで出荷時期の延長を図り、さらにハウス栽培による供給などを組み合わせ、年間を通してレモンを供給し、産地としての責任を果たしている。

第3は、菓子製造業者等との連携である。加工向け原料にエコレモンを提供、魅力ある新商品開発につなげ、レモン出荷のピークに対応しながらエコレモンの認知度を高めている。

以上のように、国産レモンの灯をともし続け、レモンの周年供給に向けた取り組みと地域の関連事業者向けの原料供給に取り組んできたことが高く評価できる。

「日本一」のタマネギ早出し産地 他産地に先駆けた市場出荷で 高単価での有利販売を実現

静岡県浜松市

JAとぴあ浜松玉葱部会

たばた よしのぶ
部会長 田幡 吉伸 さん

JAとぴあ浜松玉葱(たまねぎ)部会は、年明け早々の1月初旬から出荷が始まるタマネギの「日本一の早出し産地」として全国に知られている。平成初期をピークに部会員の高齢化による出荷量の減少が続き、産地低迷の危機にあったが、JAや行政等と連携し、超早出し品種の選抜や、農地の再生と再分配に注力。平成22年に125haまで減った面積は令和3年に163haまで回復し、産地が活気を取り戻した。



戦後すぐから早出しに注力 単価は全国平均の倍以上

JAとぴあ浜松玉葱部会のタマネギは、水分を多く含んでみずみずしく、辛みが少なく甘みが強い。水にさらさなくてもサラダなどで食べることができ、生食を全国に広めた先進産地だ。出荷適期は1月から他産地の出荷が始まる3月までで、その期間は首都圏で圧倒的なシェアを誇り、他産地の追随を許さないほど。令和2年からは「はるたま」という名称で出荷し、健康志向など生食需要の拡大もあって徐々に認知度が上がっている。

同部会の田幡吉伸部会長によると、同市のタマネギ

栽培の歴史は古く、昭和20年代後半から市場への早出し出荷による有利販売を目指し、自家採種による早生系統の選抜など努力を積み上げてきた。昭和40年代には3月下旬に出荷できる、当時としては日本一の早出し品種を開発。高単価が狙える極早生品種の選抜をスタートした。「毎年1日ずつ、30年で1か月」の前進化を目標に、関係機関が一体となって早生品種の選抜に挑戦。徐々に出荷時期を早め、現在では年明け早々の1月初旬から出荷する早出しが可能となった。

全国に例を見ない早出しを可能にするのは、品種選抜に加え、生育時の温度管理をはじめとする高い栽培管理技術だ。ムラなく肥大化させるためには、圃場(ほじょ



JAとぴあ浜松のブランドタマネギ「はるたま」

JAとぴあ浜松

JAとぴあ浜松は、東京と大阪のほぼ中央、静岡県の最西部に位置しており、東西、南北とも約30km、約560km²の面積を有する。管内の大半が海岸地帯・天竜川右岸地帯・浜名湖岸地帯の平坦地で、北部には中山間地、中央西寄りに浜名湖がある。全国でも有数の日射量と温暖な気候を生かし、チンゲンサイや馬鈴薯(ばれいしょ)、タマネギ、ガーベラなどさまざまな農産物が生産され、大都市圏の市場でも高く評価されている。



田幡部会長(中央)と部会の皆さん



タマネギの実りを確かめる田幡部会長(左)とJAとぴあ浜松の河合課長

う)に太陽光を均等に効率よく当てる必要がある。そこで、畝間の数を増やし、65cmの幅の狭いマルチを用いる二条植えの栽培方法を確立。全国でも日射量の多い浜松市の特徴を生かし、品質と生産性を大きく向上させた。その結果、令和3年は全国の平均より倍以上の販売単価を実現した。

高齢化で面積1/5に減少も 農地再生、幹旋で増加に一転

他産地との差別化による単価アップで、近年では県外からも新規で就農する若手が増えている。ただ、平成20年代までは作付面積、共販実績ともに減少を続け、産地の存続が危ぶまれていた。タマネギ生産を支えてきた農家の多くは小規模な兼業農家や高齢農家で、部会員の平均年齢は70歳を超え、毎年廃業する農家も多かった。平成初期の571haをピークにタマネギの作付面積は減少し、平成22年には125haと5分の1近くまで落ち込んだ。

こうした産地の危機を食い止めるため、平成19年に同部会とJA、県や浜松市などが「玉葱産地の改革に向けたプロジェクト」を立ち上げた。平成21年には「浜松市南部地区農地利用調整協議会」をつくり、規模拡大を目指す部会員に農地を集積していく方針を決定。翌22年にはJA出資型農業生産法人として「とぴあふあー夢」が設立された。

とぴあふあー夢は新規就農者や若手部会員の栽培技術向上のための研修と、農地のあっせんを一体的に行う。荒廃農地の再生にも取り組んでおり、平成22年から令和3年までに7.5haを再生し、借り手がおらず一時的に管理していた農地も含めて24haを担い手に再分配した。研修生も受け入れており、技術や知識を1〜2

年で習得し、部会に加入して独立就農していく仕組みで、同期間に新規就農したのは16人に達する。1ha以上の面積で経営する農業者もあり、合計栽培面積は16.5haと部会全体の10%を超えている。とぴあふあー夢は「優良農地のつなぎ役」として、部会員や新規就農者を支援し、地域農業の活性化に貢献している。

関係機関と一体となった取り組みが奏功し、同期間で部会員数は894人から649人へ245人減少したものの、部会全体の作付面積は125haから163haまで回復した。

次世代へつなぐタマネギ生産 春を感じる季節の商材に

農地あっせんが追いつかないほど、規模拡大を目指す生産者が増えている。田幡部会長は、次世代の農家もこの地で安心して生産できるよう、これからも同部会の強みを生かした販売を継続していくため、「努力を積み上げていくことが重要だ」と話す。「日本一の早出し産地」のブランドを確立できたのは、「毎年1日ずつ、30年で1か月」という目標に向けて、たゆまぬ地道な努力を続けた結果だ。現在も、高齢農家の負担軽減や規模拡大に向けた省力化のため、播種(はしゅ)機など機械活用にも挑戦している。

令和2年に出荷を始めたばかりの「はるたま」のさらなる知名度アップにも力を入れる。みずみずしい新タマネギを食べて、「春を感じてもらえる、季節の商材として楽しんでもらえるブランドを育てたい」(田幡部会長)と夢を語る。

田幡部会長は「今回の特別賞受賞によって、これからを担う部会員の気概につながっている。農業が地域の職業選択の一つになり、さらに産地と地域を活性化することができればうれしい」と期待する。

6次産業化で新たな基幹産業に育成

人口800人の村の挑戦 ユズを軸に持続型村づくりへ

高知県馬路村

馬路村農業協同組合

きのした しょうじ
専務 木下 彰二さん

かつて村の基幹産業だった林業に替わり、ユズでの村起こしを進めてきた高知県の馬路村農協。果汁・果皮・種と、ユズをとことん活かす6次産業化で村の新たな基幹産業に育て、同時に商品と共に村をまるごと売り出す戦略で馬路村ファンも獲得。近年は、人口減少・高齢化の中、関係人口創出にもユズが大きな武器になっている。



大賞

Japan Agriculture Award

林業衰退からの起死回生 ユズの6次産業化に賭ける

馬路村でユズ栽培が本格的に始まったのは、昭和42年。森林組合がユズ苗木生産を始めてからだ。

その後、農協が地域農業の基幹品目としてユズに注目し、栽培の推進を本格化。昭和50年にはユズ専用の集荷場も設置した。その中心となったのが、昭和48年に馬路村農協に入職したばかりの東谷望史・前組合長だった。

林業が盛んだった頃は、商品として誰も着目していなかっただけに、ユズ栽培には、ほとんど手がかけられていなかった。

たため、青果としての外観では市場評価を得るのは難しかった。それを逆手に取り、ほぼ無農薬で栽培されていたことを武器に、青果ではなく果汁としての出荷を始めた。

「平地が少なく日照時間も短い山村で、どんな農産物が適しているのか模索する中で、ユズにたどり着いた。……というより、ユズしかなかったというのが正直なところだったのではないのでしょうか」と、同農協専務理事の木下彰二さんは言う。

加工原料の果汁では、取引価格が青果の半分以上。そこで、昭和54年、東谷さんを中心に初めて自ら農産加工に乗り出し、「ゆず佃煮」を商品化。昭和58年には「ゆずみそ」「ゆずジャム」も製造し、全国各地の展示会や百貨店イベントに参加した。ただ、当時はほとんど売れなかった。

転機が訪れたのは昭和61年。ぽん酢しょうゆ「ゆずの村」が東京都内の百貨店主催の「日本の101村展」で最優秀賞を受賞し、一躍脚光を浴びた。

これを機に、産直の顧客管理にコンピューターを導入し、当時はまだ珍しかった生産・加工・販売を一貫して行う産直の通信販売事業を確立。この年、初めて販売額は1億円を突破した。

さらに平成2年には清涼飲料水「ごっくん馬路村」が同

農産部門賞を受賞。製造が注文に追いつかない爆発的ヒット商品になった。同農協では、村を挙げてユズの増産に踏み切り、コールセンター部署も設置。平成5年には新加工場も建設。同年、売上が10億円を超えた。



ゆずの森加工場外観

商品とともに村を発信 6次産業化で農業所得周年化

この爆発的ヒットの背景には、ユズ商品を単に“モノ”として売らず、商品とともに村そのものを発信する戦略があった。

『『堂々たる田舎であり続ける』が、私たちのキーワードです』と、同農協営農販売課長の長野桃太さんは言う。

「ごっくん馬路村」は、「馬路村公認飲料」としてPR。川で遊ぶ村の子どもたちが「みんな、ごっくんやりゆうかえ!」と視聴者に呼び掛けるテレビCMなど、住民を主役に据え、村の魅力を伝えるポスターや商品パッケージを次々と送り出した。

この戦略は、商品販売だけでなく、都市住民に馬路村のファンを生み出すことにもつながり、観光人口が大幅に増加する相乗効果を生んだ。

また、平成8年にユズ果皮の乾燥施設を整備すると、年間を通じて農業所得を得る仕組みを整えようと、果汁だけでなくユズをまるごと生かせる加工品開発を進めた。

春は集荷したユズの花を使った化粧品を開発。夏の収入源としてはトウガラシ栽培を推進して「ゆずこしょう」を商品化。果皮はチョコピールや

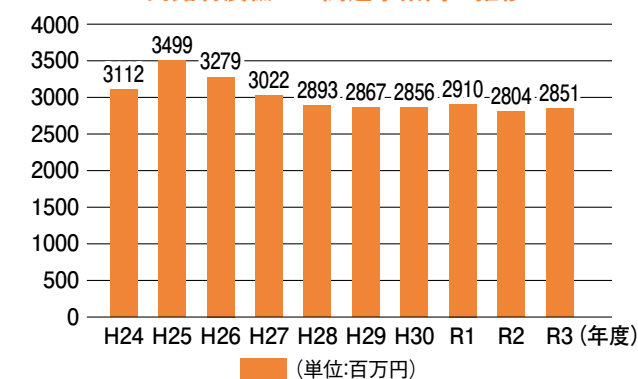


夏の収入源となるトウガラシ 種子オイルも加工原料に

「ゆず湯の素」などに加工。タネも、高知大学と連携し、抽出したシードオイルで化粧水など8品目を「umaji」ブランドとして商品化するなど、これまで約60種類のオリジナル商品を生み出してきた。

「今は、葉を商品化できないか、商品開発室を中心に研究を進めています」(木下専務)

馬路村農協ユズ関連事業高の推移



開発されたユズ商品は60種類以上

村ぐるみの循環型農業 景観づくりに発展

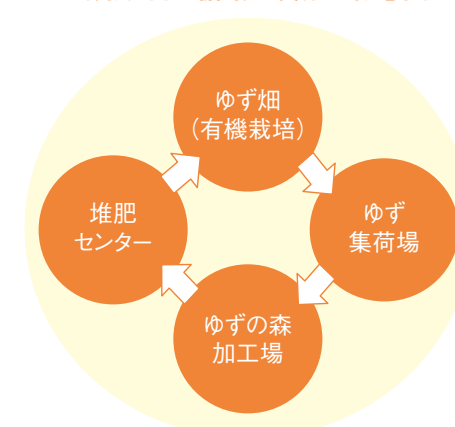
ユズの実・果皮・タネを加工原料に活用した上で、それでも排出される残渣(ごんさ)は、馬路林材加工協同組合の製材所から排出される木の皮などの木材残渣などと一緒に堆肥センターで堆肥化し、ゆず部会の組合員に無償で提供する。

もともと化学合成肥料・農薬の使用が少なかったこともあり、平成13年、有機JAS(日本農林



堆肥センター

馬路流自然循環型農業の概念図



高知県馬路村

高知県東部に位置し、徳島県と県境を接する林野率96%の山村。名杉の産地として知られ、かつては村内に営林署が2カ所設置され、森林鉄道も走るなど林業で繁栄した。林業低迷後は人口減少が進み、昭和35年の3,425人をピークに令和4年は834人。一方で、昭和50年から農協を中心にユズ生産・加工に本格的に取り組み、平成17年にはユズ関連事業高が30億円を突破。ユズ産業が村内最大の雇用の場となっている。



規格)認証制度が発足したのを機に、村全域で有機栽培に取り組もうと「馬路村ゆず栽培の指針」を策定。有機栽培、あるいはそれに準ずる減農薬栽培(化学合成肥料・殺菌剤不使用)での肥培体系を整え、村ぐるみでの循環型農業を実現した。

さらに、持続的な地域づくりは、農業の枠を超え、村と連携しての景観づくりに広がった。

平成14年には、貯木場の跡地に地域活性化拠点を兼ねた新加工場を建設する「ゆずの森」構想に着手。景観づくりの成功事例として有名な観光地・黒川温泉(熊本県南小国町)などをモデルに、貯木場跡地に雑木林の緑の空間を生み出し、その中に黒を基調にした木造外観の新加工場や化粧品製造工場、パン工房「ゆずの花」、直売所「ゆずの森」などを整備した。

「ゆずの森」は、地域住民の憩いの場になると同時に、工場見学を含めた観光スポットに成長。この森を会場に開催される毎年秋の「ゆずはじまる祭」は、約3,000人が集まる一大イベントとなっている。

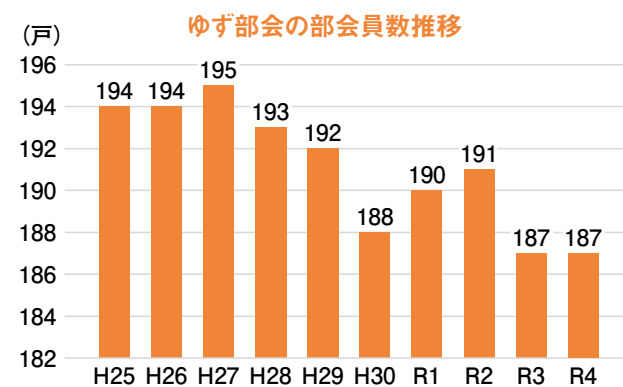
村内唯一の宿泊施設「馬路温泉」なども黒を基調にし、町並み全体の統一感を生み出した。また、「ゆずの森」に隣接して流れる安田川の改修や新たなユズ園の造成も、コンクリートに頼らず自然景観を重視し、石積みを基本に近自然工法を用いている。

行政と連携を深め ユズを入り口に関係人口創出

現在、ゆず部会の農家戸数は185戸。人数にして約400人と村民の5割近くを占める。ただ、村の人口減少と高齢化には



兼業小規模の家族農業が主体



歯止めがかかっていない。

また、村の耕地面積は約60haしかなく、大半の部会員が小規模兼業。高齢化も進んでいる。立地条件からユズ生産量にも限度があり、平成19年には2年連続の不作で商品の欠品を起こし、多くの取引先を失った。

そのため翌年から、同じ栽培基準を導入した近隣の産地と栽培契約を締結。産地間連携でユズのブランドを創出する関係構築に動き出した。

加工事業の面でも、商品のナショナルブランド化で卸販売が増加し、事業規模が30億円に達した一方で、都市部の量販店で商品が手に入るようになったことで通販事業の顧客が減少するなど、「村のファンづくり」という視点では新たな課題も浮上している。

この状況下、同農協や行政、その他の村内組織とも連携し、持続可能な村づくりに向けて、ユズ産業を軸に外部人材の確保や関係人口を増やし、他産業も掘り起こそうとしている。

商品開発では、通販限定のプレミアム商品を生み出し、再び村のファンづくり拡大に向けて動き出した。村の「ふるさと納税」返礼品も、馬路村農協のユズ商品が柱になっており、これを関係人口の確保に結びつけたいとの思惑もある。

さらに、平成15年、東京都内の百貨店で開かれた特産展に出展した際には「特別村民制度」をPRし、1,000



ワーキングホリデーに訪れた応援隊

人の特別村民を集めた。特別村民の特典は、村を訪れた際に村長室で村長と一緒に「ごっくん馬路村」を飲めるという遊び心のある制度だが、現在、登録者は約1万人に達し、実際に村を訪れる特別村民も少なくない。令和2年には東京都内で「馬路村特別村民大交流会」も開催された。

平成29年には村が中心となって「ふるさとワーキングホリデー ゆずとり応援隊」がスタートした。農協も、交流人口拡大施設として整備した農協住宅「深山荘 甫木別館」を宿泊施設に提供している。この事業は、日当7,000円でユズ収穫作業をしてもらうもので、収穫時の人手不足対策に毎年10~15人が、泊まりがけで作業に参加する。

また、農協が約1haのユズ団地を造成し、農業生産法人(株)ゆず組合を立ち上げて希望者に貸与するなど、新たな担い手の確保対策にも乗り出した。

令和4年には、副業・多業でのIターン者を呼び込むべく、村が特定地域づくり事業協同組合の「馬路村地域づくり事業協同組合」も設立。Iターン者確保の課題のひとつになっている単身用住宅も増設中だ。



Iターン者でもある営農販売課長 長野さん

村では、行政・県・農協・森林組合・馬路温泉運営協会、商工会などで組織する「馬路村産業振興座談会」を年4回開催し、村内組織の横断的な連携も進めている。

馬路村は平成の大合併の際に自治体合併に参加せず、馬路村農協も、平成31年のJA高知県発足時、合併参加を見送った。農協にとっても村にとっても、地域の基幹産業となったユズ加工事業は、単なる事業ではな

く、馬路村という地域の存続の鍵を握る存在となっている。

「山間地で平地が限られている村内では、年に1度搾る果汁の冷凍保管施設を建設するスペースがなく、村外の施設に保管し、そこから毎朝、村内の加工施設まで果汁を運んでいます。効率を考えれば、加工施設も村外にあったほうがいいのですが、それでは村内雇用の場がなくなり人口も減少するため、それはできません」と話す木下専務は、こう言葉を続けた。

「先人が築いてきた経済基盤に、労働力不足や高齢化という今の村の課題を解決する取り組みができれば、新しい地平が見えて来ると思うのです」

平成29年には、周辺自治体と連携し、廃線になっていた森林鉄道跡が日本遺産認定も受け、この鉄道跡ルートを観光ルートとして整備。石積みの段々畑を眺められる「ゆずロード」が新たに誕生している。馬路村の「ゆずの村づくり」は、今も進化を続けている。

審査講評

盛田 清秀 委員長

急峻な地形の多い山間地域にあり、林野率96%という限られた農地しか存在しない過疎山村(人口約800人)において、40年近くにわたりゆずに希望と活路を見出し、自力でゆず加工品を開発し続け、ポン酢や清涼飲料水など全国ブランド商品を生み出し、地域経済・地域雇用の創出につなげてきた。

評価された第1点は、山間・急傾斜・災害頻発という極めて厳しい地域条件のもと、衰退する林業に代わる品目としてゆずに着目し、加工品開発に取り組み、事業収入28億円という大きな成果をあげたことである。ブランド商品の開発に成功し、生産者からのゆず買取価格は県内で最も高い。

第2は、「馬路村」の名を冠した全国ブランド商品を生み出したほか、継続して新商品開発を進め、ゆずの機能性に着目した研究開発や種子・皮を活用した商品化を進めていることで、それを支える研究開発の専門家を雇用し、農協内に4人のデザインチームを置いていることである。

第3は、新たな雇用創出、地域社会の底支えにゆずビジネスが貢献していることである。外部委託されることの多いコールセンターを農協内に設置して15人を雇用するなど、Iターン者を含めた雇用創出、定住人口確保に貢献している。また地域インフラ整備など村事業への資金拠出により地域活性化に貢献している。

第4は、次世代リーダーを計画的に育成し、事業継続が見通せることである。馬路村農協のゆず事業成功は創業リーダーに負うところが大きい。リーダー交代が順調に行われている。

以上のように、劣悪な地域条件のもと内発的発展の手本のような自律した取り組みを40年近くにわたり展開し、地域経済の活性化、定住人口の確保に貢献してきたことは極めて高く評価できる。



石組みのユズ畑

米消費を拡大し雇用創出

米を使った酒造りで 水田と地域を次世代につなぐ

福島県只見町

合同会社ねっか

代表 脇坂 斉弘さん

過疎高齢化で遊休農地が増える中、福島県只見町で農業者と醸造家の5人が合同会社ねっかを設立。地元産米をお酒にする醸造所を設立した。「只見ブランド米協議会」も立ち上げ、主食用米、米焼酎、日本酒、どぶろく、リキュール…と、さまざまな形で米消費を拡大し、雇用も創出。子どもたちの地域教育にも取り組む。目標は「次世代が帰って来たいと思えるまちづくり」だ。



地域の水田を守るため 町に酒蔵が欲しい！

南会津町にある酒造会社の専務だった脇坂斉弘さんに、只見町でトマトと稲作の複合経営を営む4人の農業者が「酒蔵を作りたい」と相談したのは、平成27年のことだ。

只見町の水田面積は約400ha。良質米産地だが、過疎・高齢化が進み、町外への転居や機械更新期の離農で、耕作放棄田が増加。既に町内農地の4割以上を、中心的な担い手でもある4人で耕作する。

今後の基盤整備で、さらに離農者が増えかねない。主食用米と作期の異なる酒米を導入すれば、4人の受託

面積を増やせるが、肝心の売り先がない。酒蔵ができれば、販路確保だけでなく、冬期雇用の場にもなり、夏の農業との複業でU・Iターン者を呼び込めるのではないかと、との期待もあった。

日本酒や焼酎の新規免許取得は、規制が厳しい。ただ、4人の農業者のひとり、馬場由人さんが平成17年に地域の特産品を50%以上使用する「特産品焼酎免許」が創設されていることを調べ、「米焼酎を作ろう」と5人で意気投合した。

「それから全国各地の米焼酎を買い、毎日のように集まって飲み、どんな焼酎がいいか、イメージを具体化しました」（脇坂さん）。

ただし、免許申請には最低10K1以上、本数で約2万



ねっかを立ち上げた5人の役員

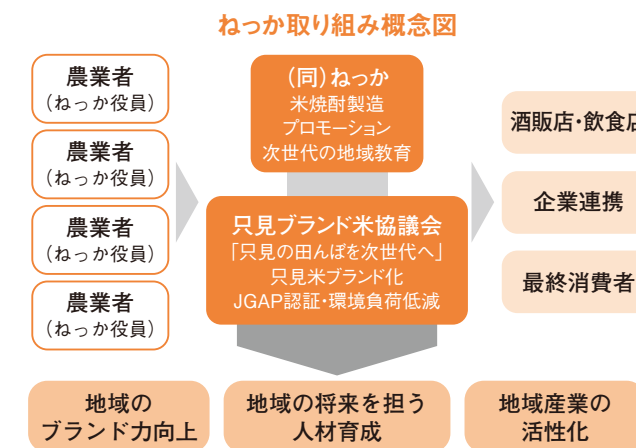
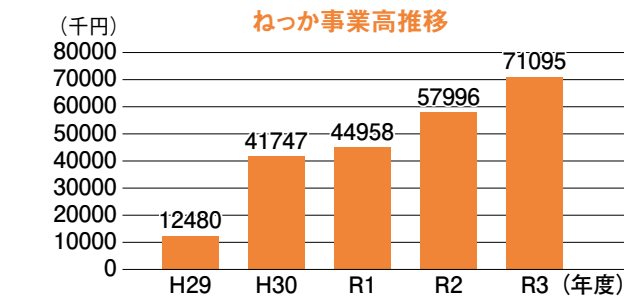
福島県只見町

福島県西端で新潟県と県境を接し、人口は約3,800人。日本有数の豪雪地帯。林野率は77%で、総土地面積のうち耕地面積はわずか0.8%。耕地の約8割が水田で、米・大豆中心の土地利用型農業とトマト生産が盛ん。町内を流れる只見川は、戦後、「只見特定地域総合開発計画」で巨大ダムと水力発電所が多数建設され、現在も首都圏への電力供給基地となっている。

本分の売買契約書が必要で、製造も始めていない酒の予約注文を大量に集めなければならなかった。

後押ししたのは、地元の人々。初年度の契約販売量の9割は町内消費でまかなった。

申請条件が整った平成28年7月、5人で合同会社ねっかを設立。翌年1月に免許が交付された。町も職員1人を出向させて事業立ち上げを支えた。



主食用米販売組織も誕生 地元雇用の創出にも貢献

平成29年4月、会社設立から7カ月という早さで米焼酎「ねっか」が誕生した。

4人の農業者のひとりで合同会社ねっか会長の三瓶清志さんは「最初は脇坂に給料を払えるか確信がなく、酒造会社を辞めさせていいのか躊躇した」と苦笑するが、日本酒の醸造技術をベースにした個性的な米焼酎は、国内外で高く評価され、令和4年度は輸出を含め出荷本数が約6万本に急増した。

現在、ねっかの正社員は3人、パート雇用は2人。うち4人はIターン者だ。原料用米の圃場(ほじょう)として、ねっかが約7haを経営。機械作業は役員の農業者に作業委託し、原料用米が不足した時は役員から購入。逆に役員は各農場の雇用者の冬期仕事をねっかの誕生で確保できるようになった。

平成29年には、主食用米販売組織として、ねっか役員を中心に「只見米ブランド協議会」も設立。JGAP認証米を「南会津只見産コシヒカリ」のブランドで共同出荷を始めた。



ねっかを手にする三瓶清志会長



只見町の水田風景

「ねっかは会社ではあるが、役員を中心としたネットワークのような組織」(脇坂さん)で、役員が各自の農業経営をしつつ、販売や労働面の相互扶助の調整をねっかが担う。

令和4年には、特定地域づくり事業協同組合「只見働き隊事業協同組合」も誕生。夏は農作業、冬は酒造りで新たな人材を周年雇用できる仕組みもできた。町もIターン増加を視野に単身者住宅を造成中で、ねっかは地域に人を呼び込む起爆剤になりつつある。

広がる共感と連携の輪 次世代の地域教育も重視

平成30年から「18歳の酒プロジェクト」が始まった。高校3年時に稲作と酒造り体験をしてもらい、2年後の成人式に自分たちが仕込んだ米焼酎をプレゼントする企画だ。その後、小学5年生に稲作体験後、その米で作った焼酎を9年後の成人式にプレゼントするプロジェクトも始めた。

中学生のSDGs(持続可能な開発目標)教育にも取り組む。プラスチック・コーティング肥料が海洋マイクロプラスチック問題につながっていると知り、液体ペースト肥料に切り替える意義を「逆に中学生から教えてもらった」と三瓶さんは笑う。

これらは次世代の地域教育の一環だ。町内の子どもたちの大半は、高校卒業後に町を出る。大人になって地域の魅力に気づき、この地域に住みたいと帰って来てもらえる地域づくりをしたいという思いが込められている。

現在、ねっかが酒造用に使う米は約35t。協議会の主食用米販売量と合わせて100t近くになる。

商品のクオリティーとともに、取り組み自体に共感した固定ファンコミュニティが生まれ、町内外の企業との共同開発商品も増加。米焼酎、全国初の輸出用清酒製造免許の交付で誕生した日本酒、どぶろく、リキュール…と、製造する酒類の幅も広がった。

「酒造りは手段で、目的は地域の田んぼを守ること。役員のアイデア次第で、また他の展開があるかもしれません」と話す脇坂さんに、三瓶さんも言葉を続けた。

「只見の米をどう消費に結びつけていくか。それをねっかが考え、われわれ農業者は土地をどう守り、米を作り続けるか考える。その両輪の体制ができたのです」。

次世代につながる“楽しい農業”を目指す

地域を巻き込み鳥獣害対策 関係人口増やし地域に活力

和歌山県田辺市

株式会社日向屋

代表 岡本 和宜さん
おかもと かずのり

和歌山県田辺市上芳養の日向地区。
中山間地域にあり人口減少が進むこの地区を
次世代につなげようと活動するのが株式会社日向屋だ。
耕作放棄地の増加などで鳥獣害が増える中、
地域農業を守ろうと狩猟に取り組み、
ジビエ(野生鳥獣の肉)の解体処理施設の誘致にも尽力。
農業体験の受け入れなどを通して
関係人口の拡大にも貢献し、地域に活力を生んでいる。



特別賞

Japan Agriculture
Award

狩猟チームを立ち上げ成果 葛藤の中、ジビエに着目

日向屋の代表を務める岡本和宜さん(44)は日向地区出身。実家は梅や柑橘を栽培する農家で、高校卒業後に地元でホテルマンとして働いた後、親の要望を受けて実家に戻り就農した。

就農後、ぶち当たったのが深刻な鳥獣害だ。日向地区では近年、猟師の高齢化や担い手不足などによる耕作放棄地の増加で鳥獣害が増え、イノシシに園地を掘り返されたり、鹿に梅の木を食害されたりといった被害が増えていた。花火で追い払っても効果は数日しかなく、

地域の農家からも悲鳴が上がっていた。

「このままでは農業を続けていけない」。岡本さんは被害の深刻さを痛感。地区内の若手農家らに呼び掛け、日向屋の前身となる「チームひなた」を平成29年に結成。メンバー全員が狩猟免許を取得し、狩猟を始めた。農家からの情報を基にわなの設置を進め、活動1年目で100頭以上を捕獲。地域からは感謝の声が上がった。

一方で、狩猟に取り組む中で疲弊し、自分の手で動物を殺すことにやるせなさを感じていた。「被害があるとはいえ、動物を殺して農業をする行為がやりたい農業なのか。子ども達がこんな農業の姿を見て、やりたいと思っ

てもらえるだろうか」。ホテルマンとして働き各地から訪れる人と接する中、人とつながる楽しさや大切さを感じていた岡本さん。一方で就農後は、地元以外の人とのつながりが希薄だったことも悩みだった。野生鳥獣の命を無駄にせず、地域に人を呼び込み、農業の魅力を伝えられる方法はないか——。葛藤する中、岡本さんが考え出したのが、地域資源としてのジビエの活用だった。

地元には解体処理施設がなかったため、メンバーと共に誘致に動いた。狩猟に取り組む姿が地区内に浸透していたこともあり、誘致に対して住民から反対はなかつ

たという。岡本さんらの呼びかけに応えようと、地元の区長らも協力。平成30年にジビエの解体処理施設「紀州ジビエ生産販売企業組合ひなたの杜」の誘致を実現。活動の幅を広げようと、同年に日向屋を立ち上げた。

処理施設、レストランと連携 捕獲から販売までの体制確立

現在、日向屋は12人のメンバーで構成。日向地区は農業が基幹産業で、「地域の存続は、農業の継続・発展と切っても切れない関係にある」(岡本さん)。次の世代に地域をつないでいくため、持続可能性が高い農業を実践し、若者が自らやりたいと思える農業の姿を目指している。

柱となる鳥獣害対策では、狩猟だけにとどまらず、「ひなたの杜」や同地区でジビエ料理を提供する「レストランキャラバンサライ」と連携し、捕獲から処理・加工、調理、販売の連続した体制を構築。地域を巻き込んだ取り組みへと発展させた。

ジビエの安定供給を進めるため、地域内の農家によるわな捕獲を支援し、地域外の捕獲協力農家との橋渡しも担う。農家の鳥獣害対策の意識改革にもつながり、地域全体の鳥獣害対策と活性化に貢献。同地区を中心に約80人が狩猟に協力するようになり、平成29年～令和3年の5年間で鹿やイノシシ約600頭を捕獲した。

関係人口生む狩猟や農業体験 梅やミカンの加工品作りにも力

農業の魅力を伝え、地域の活気につながる関係人口の増加につなげようと、農業や狩猟の体験などにも力を入れる。年2回ほど行う狩猟体験ツアーでは、実際に山へわなの見回りに行くところから始め、獲物が掛かっていたらその場でと殺。「ひなたの杜」で解体まで体験できるようにすることで、解体処理施設を解体・販売するだけでなく、人が集まる地域の新しい観光資源にした。ジビエを食べて学ぶイベント「ジビエを知る会」も開いている。

若者に農業の楽しさややりがいを感じてもらい、就農やU・Iターンのきっかけにしまらおうと、高校や大学での授業・講義にも積極的に出向き、フィールドワークや農



収穫した柑橘は「みるみ」を見ながら出来を話し合う



「ひなたの杜」で販売するジビエ



わなを設置するメンバー

業サークルの活動も受け入れる。地元の小中学生向けには、ミカンの収穫体験や狩猟、ジビエの加工体験などを行っている。

また、田辺市が行う首都圏在住者向けの関係人口講座の講師としても活躍。講座を機に移住し、日向屋で農作業に従事する田中和広さん(33)は、移住前に岡本さんと話した際、「お前の人生だから好きにしたらいいよ」という一言が移住の後押しになったという。「仕事を任せてもらえ自由さがあるのが日向屋の魅力」と満足げだ。

この他、日向屋では、2haで梅やかんきつを栽培。生果として出荷する他、梅干しやジュース、ジャムを生産し、販売している。原料は地元の農家やJA紀南からも仕入れている。自社の電子商取引(EC)サイトで販売する他、飛び込み営業などを重ねて販路を増やし、創業時に約500本だったミカンジュース(1本180ml換算)の販売量は、令和4年度には1万6000本まで増えた。

今後は、岡本さんのアイデアで、イノシシ・鹿の内臓や骨、柑橘の搾りかすなどの残さの活用を検討。堆肥にすることで、新たな地域資源としての活用を目指している。

日向屋を立ち上げ、「人とのつながりが増えた」と話す岡本さん。ジビエや農業体験を通じ、日向地区に多くの人が訪れるようになった。「若者が継ぎたい、楽しそうと思える農業を実現するのが目標。その答えにたどり着けるよう活動を続けていきたい」とまだまだ挑戦を続ける考えだ。



ジビエについて食べながら学ぶ「ジビエを知る会」



ミカンジュースなど自慢の加工品

和歌山県田辺市

和歌山県田辺市は、県の中南部に位置し、県内2位の約7万人が暮らす。面積は1,000km²を超え、近畿地方の市で最大。太平洋に面し、黒潮の影響による温暖な気候を生かして梅や温州ミカンなどの柑橘の生産が盛ん。平成27年には、400年にわたり高品質な梅を持続的に生産してきた農業の仕組みとして、隣接するみなべ町にまたがる「みなべ・田辺の梅システム」が世界農業遺産に登録された。



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

宮城・有限会社エヌ・オー・イー 代表取締役 高橋良さん

「ハイブリッドFARM」目指す

農業は筋書きのないドラマ。農業政策が変化する中、地域の農家、社員らと先行きを考え、着実な道を歩んできました。資源循環+ICT導入による最先端の「ハイブリッドFARM」を標榜していますが、さらに、若者が魅力を持てる農業を目指していきます。

個別経営の部

愛知・服部農園有限会社 代表取締役 服部忠さん 取締役 都史子さん

100年後、町にこの景色を残したい

人材育成に取り組み、働く人より豊かな人生を応援する。循環型農業を導入し、地力の高い農地を育む。さらには、地域との絆づくりも。これらを通して、10年後、100年後も、大口町に美しい田園風景を残したいです。



個別経営の部

島根・ライスフィールド有限会社 代表取締役 吉岡雅裕さん

地域農業維持を第一に後進育成

地域農業を維持したいと、どんな田んぼでも引き受け、規模を拡大してきました。就農時は暗い話が多かったですが、地域農業が元気になってきてうれしいです。今後は代表を譲るため、社員ら若手の育成に力を入れていきます。



個別経営の部

神奈川・苅部農園 代表 苅部博之さん

農家としての誇りを胸に、挑戦を続けたい

書を成す方を書家といい、絵を描く人を画家と呼ぶならば、私は農の力で社会を耕す「農家」でありたいと思っています。農業によって社会を下から支える生産者として、これからも誇りを持ちながら、挑戦を続けたいです。



集団組織の部

茨城・JAやさと有機栽培部会 部会長 岩瀬直孝さん

おいしい、健康な、豊かな食卓を届けたい――

一番苦労したのは、土づくりの基本である堆肥づくり。発酵の度合いを試行錯誤し、自分が納得できる堆肥を作るまでに3年かかりました。嫌いだっった野菜も、やさとのものは食べられたという声をもらとうれしい。土づくり、堆肥づくりに原点回帰しています。



集団組織の部

愛知・JA愛知みなみスイートピー出荷連合 小久保禮次さん

品質のさらなる向上が使命

日本一の産地として認められた品質をさらに高めていくのが使命です。特殊な技術が必要とする厳しさはありますが、それだけに楽しさとやりがいがあります。ぜひ意欲のある仲間に入っていただき、産地を発展させていきたいです。

集団組織の部

広島・せとだエコレモングループ 会長 宮本悟郎さん

誰一人取り残さず、全員で

誰一人取り残さないという気持ちで皆で助け合い、生産者全員が特別栽培に移行したおかげで、今の日本一の産地があります。今後も地域の未利用資源のカキ殻を使った環境調和型農業の実践など、全員で挑戦を続けます。



集団組織の部

静岡・JAとびあ浜松玉葱部会 部会長 田幡吉伸さん

産地の長所を伸ばし、次世代へつなぐ

浜松市が「日本一のタマネギ早出し産地」として知られるまでになったのは、100年前から先人たちが積み重ねてきた努力の賜物です。浜松のタマネギを食べて春を感じてもらえるように、これからも努力を積み重ねていきます。



食の架け橋の部

高知・馬路村農業協同組合 専務 木下彰二さん

小さな村の大きな挑戦は続きます

人口800人足らずの小さな村が、どうすれば生き残っていけるかを考え続けながら、行政とも連携して「ゆずの村づくり」を進めています。大切なのは、村にどれだけ愛着があるかどうかです。



食の架け橋の部

福島・合同会社ねっか 代表 脇坂育弘さん

次世代に地域をつなぐために

ねっかのお酒や米が、只見町を訪れるきっかけになればと思っています。豪雨で寸断された只見線が、令和4年、11年ぶりに再開通。只見駅前にどぶろく製造所もできました。ぜひ味わいに来てください。

食の架け橋の部

和歌山・日向屋 代表 岡本和宜さん

若者が継ぎたい、楽しいと思える農業目指す

農業を楽しいと思うには、つながりが必要です。日向屋もつながりから生まれた多くの縁でできています。若者が継ぎたい、楽しいと思える農業を実現し、魅力ある職業と思ってほしいです。農業や日向地区に魅力を持ってもらえるよう活動を続けます。



第52回日本農業賞の受賞者

個別経営の部

- [大賞] 宮城県登米市
有限会社 エヌ・オー・エー
- [大賞] 愛知県大口町
服部農園 有限会社
- [大賞] 島根県松江市
ライスフィールド 有限会社
- [特別賞] 神奈川県横浜市
苅部 博之

集団組織の部

- [大賞] 茨城県石岡市
JAやさと有機栽培部会
- [大賞] 愛知県田原市
JA愛知みなみスイートピー出荷連合
- [大賞] 広島県尾道市
せとだエコレモングループ
- [特別賞] 静岡県浜松市
JAとびあ浜松玉葱部会

食の架け橋の部

- [大賞] 高知県馬路村
馬路村農業協同組合
- [特別賞] 福島県只見町
合同会社 ねっか
- [特別賞] 和歌山県田辺市
株式会社 日向屋

【個別経営の部】優秀賞

長野県箕輪町
根橋 英夫(酪農)

富山県黒部市
有限会社 林農産
(水稲、大豆、白ねぎ)

三重県志摩市
有限会社 河井ファーム肉よし
(養豚)

愛媛県今治市
越智 修二(里芋、水稲、麦)

【集団組織の部】優秀賞

埼玉県深谷市
農事組合法人
埼玉産直センター
(ミニトマト、イチゴ、ブロッコリー)

愛媛県八幡浜市
八協柑橘共同選果部会
(温州みかん、中晩柑類)

長崎県雲仙市
島原雲仙農協
西部ミニトマト部会
(ミニトマト)

【食の架け橋の部】優秀賞

長崎県波佐見町
半農半陶の里波佐見
地域内循環プロジェクト
(水稲、野菜(ジャガイモ、キャベツ))

福岡県岡垣町
株式会社 グラノ24K
(アスパラガス、ブドウ)

【食の架け橋の部】奨励賞

北海道本別町
前田農産食品株式会社
(小麦5品種、ビート、ポップコーン、緑肥など)

東京都練馬区
ねりまワインプロジェクト
(ブドウ、ワイン)

第52回日本農業賞「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)

佐藤 庸介(日本放送協会 解説委員室 解説委員)

山岸 秀樹(日本放送協会 メディア総局 第2制作センター ライフ 統括プロデューサー)

生部 誠治(全国農業協同組合中央会 農政部長)

第52回日本農業賞「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 暮らし報道部 編集委員)

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 現代福祉学部 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)

山岸 秀樹(日本放送協会 メディア総局 第2制作センター ライフ 統括プロデューサー)

福岡 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5年1月時点)

詳しくは

日本農業賞

検索



をご覧ください。

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5年6月発行