

# 日本農業の トップランナーたち

Japan Agriculture Award

複合経営と従業員の働きがいを両立



DX化と特定技能人材の育成



有機茶で鹿児島から世界へ



市場ニーズを捉えた複合経営



組織力で躍進する多品目産地



ブランド力で産地再生



秋冬桃で産地確立



エノキタケで日本一の産地構築



全国から農地引き受け



カモ肉生産に成功



# 第55回 日本農業賞【目次】

Japan Agriculture Award

## 日本農業賞とは

今回で55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。またそれぞれの取り組みの成果を全国に紹介し、優良事

## 表彰式 .....04

### 【個別経営の部】

【大賞】農事組合法人 濁川生産組合 新潟県新潟市

“本物志向”の米を軸に複合経営  
働き方改革で若手定着 .....06

【大賞】株式会社 農園たや 福井県福井市  
インドネシアとの協働を通じて  
農業・地域を担う人材を育てる .....10

【大賞】合同会社 さかもと 鹿児島県志布志市  
有機玉露、てん茶を  
鹿児島から世界へ  
生産から販売まで一貫体制 .....14

【特別賞】有限会社 岩崎ファーム 神奈川県横須賀市  
春の七草の市場開拓経験生かし  
新たな多品目の複合経営に挑戦 .....18



例として普及しています。今回より新設した「特別部門 食の未来賞」は、NHKの番組『うまいっ!』と連動し、生活者の視点から「私たちの食の未来を託したい」と思えるようなチャレンジングな取り組みをしている農や食の担い手を表彰しています。

第55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、「特別部門 食の未来賞」1件を大賞に、「個別経営の部」1件と「集団組織の部」1件、「食の未来賞」1件を特別賞、「個別経営の部」4件と「集団組織の部」2件を優秀賞に選びました。

### 【集団組織の部】

【大賞】飛騨野菜出荷組合 岐阜県高山市  
「飛騨はひとつ」が合言葉  
組織力で躍進するブランド産地 .....20

【大賞】倉吉西瓜生産部会 鳥取県倉吉市  
品質へのこだわりと  
若者の就農で復活した名産地 .....24

【大賞】吉備路もも出荷組合 岡山県総社市  
季節外れの冬に届く白い桃  
唯一無二のブランド産地に .....28

【特別賞】中野市農協きのこ部会 長野県中野市  
エノキタケのシェア全国1位  
地域の基幹産業へ成長 .....32

### 【特別部門 食の未来賞】

【大賞】中森農産 株式会社 埼玉県加須市  
最高の農業集団づくり、  
食料安全保障の確立を目指す .....34

【特別賞】株式会社 加藤商事 山形県新庄市  
デザイナーから農業に転身  
「世界一のカモ肉」目指す .....38



## 審査講評

審査委員長  
盛田 清秀  
(元東北大学 教授)

第55回日本農業賞を受賞された皆さま、おめでとうございます。この十数年、世界的に食料需給がひっ迫し、あらゆる食料・食品の価格が高騰しています。最後のよりどころである米も、一昨年夏以降、価格が急騰しました。

食料安全保障の強化が国民的課題となり、日本農業には安全・安心で高品質な食料安定供給への期待がいつそう高まっています。

そうした中、農と食の分野で先導的な活動を続けてこられた皆さまに、深い敬意と感謝を表します。今回の審査において評価された点は以下の通りです。

第1は、消費者に安全・安心で高品質な農畜産物を提供し、豊かな食卓・食文化を支える活動です。

独自に飼育技術を習得し、飼育環境や飼料に工夫を凝らしておいしいアイガモを生産する山形県の(株)加藤商事、伝統的食文化である春の七草粥の素材を供給し、観光農園も営む神奈川県(有)岩崎ファーム、62名の生産者が共同して安定的にエノキタケを生産し、全国シェアが35%にも及ぶ長野県の中野市農協きのこ部会は、おいしい食材や健康を維持する食材を提供し、伝統的食文化の保存に貢献していることが評価されました。

第2は、新たな担い手を確保し、持続的な産地体制を構築し再生する活動です。

高齢化で産地衰退の危機に陥っていたところ、新規就農者を確保して再生した118戸で構成する鳥取県の倉吉西瓜生産部会、95戸の桃生産者が品種分散と貯蔵により6カ月間の長期出荷を可能とし産地評価を高めた岡山県の吉備路もも出荷組合、トマトとホウレンソウを中心に761戸の生産者が統一ブランドで産地を確立した岐阜県の飛騨野菜出荷組合は、それぞれ品目が異な

るものの、積極的に新規就農者を募り、若手役員主導のもと産地を活性化したことが評価されました。

第3は、輸出促進や国際貢献によって新たな地平を切り開いた活動です。

独自に生産したばかり肥料を用いて早くから有機栽培に取り組み、生産した有機玉露および抹茶を輸出、ブランド化に成功した鹿児島県の(有)さかもと、緻密な作業分析を踏まえた野菜生産体制を構築、外国人労働力の成長を重視する福井県の(株)農園たや、海外市場の開拓、人材育成を通じた国際協力という形で日本農業の国際化、国際貢献に取り組んでいることが評価されました。

第4は、食品価格高騰のもと、国内農業の持続的発展、再生を目指す活動です。

地域農業の担い手として働きがいのある企業を目指し、米、野菜の生産に加え、餅加工にも取り組んでいる新潟県の(農)濁川生産組合、稲作を中心に330haを作付け、食料安全保障の担い手として自らを位置づけ、飛躍的な規模拡大を目指す埼玉県の中森農産(株)は、高齢化で生産基盤の弱体化が懸念される土地利用型農業のあり方を示していることが評価されました。

「令和の米騒動」がまだまだ収束しない中、食料安定供給への消費者の期待、それに応える日本農業としての責務が高まっています。

今回の日本農業賞では、食料の安定供給、地域農業・地域社会の持続的発展、新たな担い手の育成、さらには世界とのつながり方において、先進的取り組みとその手法が示されています。受賞された皆さまが、日本農業を牽引するリーダーとして今後とも活躍されることを祈念いたします。



写真：野村和幸

# 第55回 日本農業賞



## 日本農業の輝く トップランナーたち

第55回日本農業賞表彰式 令和8年3月7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8年3月7日、東京都渋谷区のNHKホールで第55回日本農業賞の表彰式を開催しました。個別経営の部、集団組織の部、特別部門食の未来賞で大賞に輝いた7組、特別賞3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10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  
井上 樹彦



日本の農業は、エネルギー価格や輸入肥飼料の高騰、気候変動、災害の激甚化、従事者の高齢化や担い手不足も重なり、厳しさを増しています。そこで、今回から、特別部門としてNHKの番組『うまいっ!』と連動した「食の未来賞」を新設しました。時代の変化に合わせて独自の工夫をこらして成果を挙げている、日本の未来を託したくなるような人たちに応援します。

### 主催者あいさつ

JA全中代表理事会長  
神農 佳人



受賞された皆さまには、担い手育成、生産性向上の取り組みや技術革新、地域資源の有効活用などにおいて、日本農業を力強く牽引いただいております。これまでの長きにわたる努力・研鑽の積み重ねに、深く敬意を表します。JAグループは皆さまのような地域のリーダーとともに、日本の「食」と「農」を支え、豊かなくらしと活力ある地域社会の実現を目指してまいります。

### 来賓あいさつ

農林水産大臣  
鈴木 憲和



受賞された皆さまの努力と研鑽、我が国の農業への多大な貢献に深く敬意を表します。  
日本の農業や食が、世界の皆さんを幸せにし、もっと稼げる産業になる、そんな未来を、日本農業賞を受賞される皆さまの知見を借りて、実現していきたいと思っております。今後も各分野のリーダーとして一層ご活躍いただき、我が国の農業を、さらに稼げる農業へと変えていく大きな力となることを期待しています。

水稲

トマト

チンゲンサイ

# “本物志向”の米を軸に複合経営 働き方改革で若手定着

新潟県新潟市

農事組合法人 濁川生産組合

代表理事 **田村 雄太郎** さん

新潟市の濁川生産組合は、収益の7割以上を占める水稲を軸に、トマトなどの園芸品目や、餅加工を手掛け、強靱な複合経営を展開している。柔軟な勤務体制の導入や残業の抑制、有給休暇の完全取得推奨など、労務環境の改善を推進。従業員8人中6人が20代と、若手の占有率が高い。

濁川生産組合についての詳細は右の二次元コードからもご覧いただけます



## 受託面積を年々増加

日本海沿岸と、広大な田園地帯の間にある新潟市北区的濁川地区。水田農業が盛んな新潟県内において珍しくトマトの産地で、県内屈指の生産量を誇る。水稲とトマトの複合経営が盛んで、至るところに園芸用のパイプハウスや鉄骨ハウスが立ち並ぶ。

この地区の水田の半分以上、91ha(令和7(2025)年)を引き受けるのが、農事組合法人 濁川生産組合だ。「今年も3haほど増える。そろそろ乾燥調製設備を大きくしなければ」。近年急激に受託面積を拡大し

てきた法人代表理事の田村雄太郎さん(40)は、こう話す。

同法人は、平成元(1989)年に地区内の農家5戸で、水稲作業を受託する農事組合法人として設立。特産トマトの栽培に注力したい水稲農家のニーズに応える中、平成6(1994)年には法人によるトマトの生産、平成10(1998)年には餅加工を始めるなど、徐々に経営を多角化してきた。

水稲の受託面積は当初の12haから年々拡大し、設立から30年ほど経った平成29(2017)年には5倍の60haを突破。令和3(2021)年以降は離農の加速とともに急激に増え、10年ほどで約30ha増加した。現在

## 新潟県新潟市

新潟県の北寄りに位置し、全国の市町村の中で最も米の生産量が多い。夏季は高温多湿で、冬季は低温で雪が多く、日照時間が少ない。濁川地区は、市内北部の日本海側にあり、県内では珍しく昔からハウストマトの栽培が盛ん。



肉質がしっかりしており、甘味と酸味のバランスの良さが好評の「にごりかわトマト」



も、「田んぼを引き受けてほしい」という依頼は絶えない。粗収益は、水稲が7割以上を占め、トマト、餅などが続く。

## 元従業員からの電話が転機に

経営の転機は平成17(2005)年頃だ。「外出向けに新潟の『コシヒカリ』を探している」。岡山県にUターン転職した元従業員からの電話だった。

元従業員の話を受け、その年から和食レストランを展開する外出チェーンに出荷したところ好評だったため、直接販売を強化。米の仕入れ販売も始め、平成20(2008)年には精米施設が完成し、本格的に米の直接販売を開始し、受託面積も増やした。

顧客ニーズに応じて工夫しているのが、1袋1.5kg単位での米の出荷だ。スーパーなどでは見かけない規格だが、出荷する飲食店の炊飯釜は1升炊き(重さは1.5kg)のため、お店での米の計量の手間が省ける。こうすることで、飲食店の“1升炊きニーズ”に応えている。外出チェーンの店舗数増加に伴い、法人の出荷量も順調に増え、売り上げの多くを占めるまでに成長した。

近年の課題は、夏の暑さ。特に猛暑が厳しかった令和5(2023)年、新潟県内の「コシヒカリ」の1等米比率は全県で5%ほど。濁川生産組合の「コシヒカリ」も猛暑のダメージを受けた。そのため、暑さに強い「に



(上) 業務向けの直接販売に対応するための精米施設  
(左) 1袋1.5kgの米を運ぶ従業員

じのきらめき」や「みずほの輝き」といった品種を試している。さらに、注目しているのがドローン。これまで人海戦術で行っていた追肥作業などをドローンに置き換えることで、大規模面積の管理をより精密かつ迅速に行う体制を整えたいと考えている。

## スマート農業技術で1人で16haを管理 中干し延長も実践

水稲栽培では、スマート農業技術の導入を進めていることも同法人の特徴だ。トラクターをはじめ、田植え機やコンバインをクボタ製に統一し、同社の営農支援システム「KSAS」を活用し、10年以上前から実証試験を兼ねて導入している。システムの圃場マップ機能により、土地勘のない若い従業員でも圃場の位置が分かるようになっている。

また、圃場ごとの作業記録や、収量コンバインで測定した収量データの記録を基に、トラクターや田植え機で可変施肥を実施。圃場内の収量が少ない部分に肥料を多くまくなどして収量・品質を高めるなど、作業・収量データを基にした効率的で無駄の少ない営農を実践している。こうしたシステムの活用により、労働生産性を向上した。水稲担当者1人で約16haもの面積を管理している。

また、農水省の「みどりの食料システム戦略」でも注目されている、“中干し延長”も実践する。これは、中干しを通常の期間より1週間以上延長することで、水田から出るメタンガスの排出量を3割ほど削減する取り組みだ。温室効果ガスの排出削減量を「クレジット」として国が認証する「J-クレジット制度」を活用し、県内の法人とともに令和7(2025)年から取り組みを本格化させている。

## 経営耕地面積

(単位:a)

	田	畑	耕地計	農用地合計
経営面積	8974	286	9260	9260
経営受託面積	8776	286	9062	9062

## 作物の種類と作付面積

(単位:a)

種類	面積
水稲	8434
トマト*	156
チンゲンサイ*	23
ハウレンソウ*	16
スイートコーン*	11
その他野菜*	131
合計*	8771

## 水稲生産の単位当たり労働時間

(単位:時間)

区分	10a当たり労働時間
濁川生産組合 令和6(2024)年	8.8
全国 令和5(2023)年	9.5
対比	▲0.7

※全国の10a当たり労働時間の出典: 農林水産省「農業経営統計調査/農産物生産費 令和5年度農産物生産費(個別経営体)」(区分:50ha以上)

※は延べ面積

「ここに田んぼを預ければ大丈夫」という組織を目指す。



トマトの定植作業



冬はトマトのハウスを活用してリーフレタスやチンゲンサイなどを栽培

## 新たな作型導入で 9、10月のトマト出荷へ

水稲に次ぐ収入の柱が、トマトをはじめとする園芸品目だ。約30棟のパイプハウスや鉄骨ハウスで栽培する。

作型は春と秋の2作。2、3月に植えて5~7月に収穫、その後、同じハウスで7、8月に植えて9~12月に収穫する。それぞれ7、8段ずつ収穫、JAに出荷する。県内屈指のトマト産地である濁川地区では、昔からこの年2作が主流だが、「7、8月の暑さで、秋作の収量が悪くなっている」(田村さん)のが課題だ。

こうした理由から令和3(2021)年に、5月に植えて7~10月に収穫する夏秋の作型を導入した。水稲の育苗ハウス3棟を含む計4棟で、コンテナ栽培する。

9、10月は近年、トマトの単価が最も高くなる時期。暑さで岐阜などの夏秋産地からの出荷が手薄になる上、周年産地の端境期が重なる、といった要因があるためだ。そうした意味でも、単価の高い9、10月に出荷量を増やすことは有利販売につながる。田村さんは「4~12月の8カ月間安定出荷できることは、取引先にも喜ばれる」と手応えをつかむ。

ただ、夏秋の作型は、やはり収穫期が暑くなるため、ハウスには遮光ネットを使用。屋根部分のフィルム表面には暑熱対策の資材を塗って暑さ対策を施す。また、

水稲の収穫時期と重なるが、自動かん水ができる設備や養液栽培の導入を進めていて、収量・品質の向上と作業の省力化を推進している。

トマトの他にも、秋から冬にかけてリーフレタスやチンゲンサイなどを栽培。トマトのハウスを活用するだけでなく露地でも栽培し、冬の仕事の確保につなげている。

## “働き方改革”で若手従業員の定着へ

同法人の最大の特徴は、従業員の若さとその定着率の高さにある。20代を中心としたメンバーがそろい、新卒採用も継続的に成功している。農業大学の新卒者や、将来の独立を目指す農家子弟など、意欲ある若者が集まる背景には、田村代表が進めてきた“働き方改革”がある。

労務管理で意識しているのは、残業の抑制だ。繁忙期を除き、基本的には残業をさせない方針を徹底している。夕方にはすぐに帰宅できる環境が、若手や家庭を持つ従業員から支持されている。

勤務時間は、柔軟に設定できるフレックスタイム制を採用。夏場の酷暑対策として、朝早くから働き、日中の最も暑い時間は長く休憩を取るか、早めに切り上げるなど、従業員の健康と作業効率の両立を図っている。

休暇の取得も重視し、年間休暇取得80~90日を遵守する。これとは別に年次有給休暇の完全取得を強く推奨。8割以上は消化されていて、多くの従業員が年間20日程度取っているという。また、休日出勤がないよう徹底することで、休んだことで周囲に迷惑をかけていないかという罪悪感も減らす。子育てや、家族の介護が必要な従業員のために、子どもの看護休暇や、介護休暇も取り入れる。

### 濁川生産組合における役割分担



### 労働力配分の状況

(単位:時間)

		農業労働総計	水稲部門	野菜部門	その他*
		28204	7447	15077	5680
構成員	男	7080	3700	2340	1040
構成員	女	1940	—	1940	—
雇用	男	9647	3747	3780	2120
雇用	女	9537	—	7017	2520

部門毎に担当を分けているが、繁忙期には互いに調整している。  
※その他は精米、餅加工、事務等の労働時間(令和6(2024)年度)



男女別の更衣室やシャワー室を設置



濁川生産組合のメンバー

さらに、コンテナ型の男女別更衣室を完備。男女別のシャワー室も1台ずつ設け、昼休憩の前や、仕事終わりにシャワーを浴びて帰れる環境を整えた。これらは5年ほど前に整備されたもので、従業員が快適に過ごせるよう工夫している。

令和7(2025)年には、従業員の労働安全を守ろうと、JGAP(農業生産工程管理)を取得した。また、現在の役員は従業員から登用されており、従業員が経営を担うというキャリアパスを提示。若い従業員のモチベーションの向上につながっている。

令和8(2026)年度も2人の新入社員が入る予定だ。田村さんは「従業員が幸せに働ける環境をつくるのが、経営の要。それが結果として、お客様に本物のおいしさを届けることにつながる」と、従業員の働きやすさを追求する理由を話す。

## 規模拡大を見据え、設備更新へ

令和8(2026)年の水稲の受託面積は、94haほどになる見込みだ。将来は120~130haほどでも対応できるよう、億単位の費用がかかる乾燥調製設備の増強を計画。将来の受託増を見据えた先行投資として迷いはない。

設備の増強により、1日当たりの収穫量が増え、ひいては受託面積の増加につながる。「規模が拡大するにつれ、それを受けられるだけの器(設備)を整えておかなければならない。出口の方からつくらないと」(田村さん)。

今後の経営展望について、田村さんはあえて「大きな夢は見ない」と現実的だ。規模の拡大一辺倒ではなく、預かった田んぼを確実に守り抜きたいという考えだ。

田村さんは「極端に大きいことをしようとは思っていない。ただ、地域の農地を安心して預けられる体制を常に整えておきたい」と将来を見据えている。

## 審査講評

盛田 清秀 委員長

5人の組合員が従業員8人とともに92.6haの農地で水稲を主体にトマト等の野菜も栽培し、総収入2億6359万円を上げている。地域の農地を守りつつ効率的な生産体制を組み、高い収益と健全な財務により持続的な経営を営んでいる。

評価された第1点は、地域農業の担い手として農地を保全し、従業員の働きがいを重視するという経営理念を掲げ実行していることである。労働環境や育児休業・介護休業・退職金制度などを整え、常時雇用の従業員比率が高く、他産業並みの処遇を確保している。この結果、従業員は20代が中心となり(8人中6人)、労働環境整備後の男性離職者はゼロとなっている。

第2は、労働条件を改善する一方で、残業を減らし、生産効率を高め、安定した収益と健全な財務を実現し、経営の持続性が確保されている。具体的には、水稲作では作業記録・圃場収量把握・自動可変施肥などを可能とする機器・ITシステムを導入、野菜作ではスマートフォンによる遠隔かん水等を可能とするICT機器を導入し、効率的な作業管理と高い生産性を実現している。

第3は、組合員の60歳定年制を導入し、経営幹部の世代交代が図られている。現代表理事は40歳、専務理事51歳、常務理事44歳で、マネジメントの持続性が確保されている。

第4は、圃場整備が行われていない湿田地帯という劣悪な農地条件のもと、地域農業と農地の守り手として確固たる地位を築いている。10a区画水田の畔抜きで圃場を拡大しつつ、現在は地区農地の半分を集積し、今後も施設・機械装備への投資により農地の受け手としての役割を果たす計画である。

以上、大豆生産組合を前身にもち、経営マネジメント継承、若い担い手確保、高い収益性と強固な財務基盤の構築によって経営の持続性を確保し、地域農業・農地の守り手としての役割を果たしていることが高く評価できる。

ベビーリーフ

# インドネシアとの協働を通じて 農業・地域を担う人材を育てる

福井県福井市  
株式会社 農園たや

代表取締役 **田谷 徹** さん

ベビーリーフを主体にした野菜栽培で、1億円を売り上げる。生産スタッフ13名のうち、8名はインドネシア人だ。国際協力機構（JICA）と連携したプロジェクト等に取り組み、国境を越えた農業人材の育成で「協働」を実現している。

農園たやについての詳細は右の  
二次元コードからもご覧いただけます



## 苦労した海外での生活 家業を継ぐために帰国・就農

田谷徹さん(51)のキャリアは、インドネシア中部にあるスラウェシ島でスタートした。大学を卒業した平成9(1997)年、青年海外協力隊の一員としてこの島に渡った。スラウェシ島は、日本から飛行機で10時間以上かかる場所にある。「私が希望した任地はパナマとガーナ。しかし、希望が通らず、スラウェシ島で任務に就くことになりました」と田谷さん。

田谷さんが派遣されたのは、島の主要都市マカッサルから100kmほど離れた場所にある「バルー」と

いう町だった。ここで田谷さんは、複数の村を活性化させるプロジェクトに携わった。「就任して1~2年は苦労が多かったです。現地の言葉は分からないし、食べ物も口に合わなくて体重が激減。顔面麻痺を患ったこともあります。地域のしきたりにも馴染めず“マイノリティー”であることの辛さを痛感しました」。

ただ、地域開発の仕事はやりがいがあった。田谷さんは地域開発の専門家になろうと、平成15(2003)年からインドネシアの大学院で農村社会学を学び始めた。そんな折、福井市で農園を営む父親から「戻ってきてほしい」と連絡が入り、田谷さんは帰国と就農を決意した。

## 農業生産人材は8名が外国人 DXを導入して作業進捗を管理

現在、農園たやでは、通年栽培のベビーリーフを主体に、ズッキーニやルッコラなどの野菜18品目を組み合わせて生産している。経営面積は施設と露地を合わせて4.8ha、所有するハウス数は35棟。13名のスタッフが農業生産に携わっていて、うち8名がインドネシア人だ。

栽培品目が多岐にわたると作業の段取りが複雑になり、ミスや時間のロスが発生しやすい。インドネシア人



野菜の収穫作業をした後、バック詰め作業に取りかかるインドネシア人スタッフたち

のスタッフとコミュニケーションのすれ違いが生じるケースもある。「私自身、インドネシアで活動している間、同じような課題を経験した」(田谷さん) ことがきっかけで、外国人労働者とDXの相性の良さに気づいた。「外国人労働者と一緒に働く上では、言語に依存しないコミュニケーション、つまり視覚や仕組みを使ったコミュニケーションが重要だと感じました」。

取り入れているDXの一つが、ハウスごとの作業進捗や日報のクラウド管理だ。スタッフにはスマートフォンが貸与され、スタッフはGoogleフォームで作業内容や時間を記録する。その記録を共有することで、直近で行うべき作業内容をスタッフ自らが判断でき、能動的に作業を進められるようになった。田谷さんは「ミスや時間のロスが減った結果、ハウスを無駄なく活用できるようになり、生産性もアップしました」と話す。

入力したデータを集計することで、品目ごとの作業時間から時間単価を計算できるため、時間短縮や生産性向上への意識が高まった。データが根拠になり、作業を効率化するためにどこをどう改善すべきかを数字で判断できる。品目ごとの時間単価と管理者側が考える技術の改善点の一覧はスタッフ全員で共有し、生



(左) 日報の入力画面。技能実習生が楽に入力できるように簡素化されている  
(右) インドネシア人の技能実習生がスムーズに仕事を覚えられるように、社内YouTubeに作業内容を記録した動画をアップ

産性が低い作業があればスタッフと相談した上で、作業方法を変えるようにしている。

令和6(2024)年には「機械を導入することで生産性が上がるのでは」という試算結果を元にベビーリーフの収穫機を導入した。その結果、これまで農繁期には平均20時間ほどあった残業をゼロにできた上、目標とする売上高も達成できるようになった。こうしたデータに基づく効率化や省力化によって、時間あたり4500円という高い労働生産性を確保している。

野菜の販売先は仲卸、生協、スーパー、JA直売所など多岐にわたる。ブランド化により高単価を維持しており、売上高は1億円余(令和6(2024)年度)まで拡大した。

## 帰国後の就農まで手厚く 技能実習生を支援

田谷さんは、平成20(2008)年からインドネシア人技能実習生の受け入れを開始した。「自分が海外に出られないなら、自分の農園に海外の方を呼んで、ここで研修をしよう」と思ったのが始まりだ。

受け入れのきっかけは平成14(2002)年、インドネシア西ジャワ州にあるタンジュンサリ農業高校と福井県農林高校の間で友好提携が締結され、翌年から交換留学が始まったことにさかのぼる。インドネシアでの活動経験が豊富な田谷さんに福井県農林高校から依頼があり、交換留学の事業で通訳やアドバイザーを担った。交換留学事業が終了した後は、タンジュンサリ農業高校から「日本での農業研修をさらに充実させたい」という希望があり、田谷さんと同校で協力して新たな農業研修プログラムを開設。平成20(2008)年に同校の卒業生を対象とした農業研修プログラムがスタートした。これにより、同校を卒業した若者が、農園たやの技能実習生として働けるようになった。

言語に依存しない、視覚や仕組みを使ったコミュニケーションが重要。

## 福井県福井市

九頭竜川が流れ、川の豊かな水が、同市を含む北西部の農業用水として使われている。県内は年間降水量が多く、冬季には大雪が降る。稲作が中心だが、同市は、上流から流れてきた土砂などの堆積物により栄養分が豊富な土壌であることに加え、地下水位が安定しているため、園芸品目の栽培に必要な水はけが良好な土地である。





収穫したばかりのワサビ菜



パック詰めしたベビーリーフは産直サイトなどで販売する



ベビーリーフを栽培しているハウス



田谷さんとスタッフたち

農園たやでは、今では農業生産と並ぶ事業のもう一つの柱として「インドネシア事業部」を設置。事業部として二つの取り組みを展開している。

その一つが、JICAの「草の根技術協力事業」を活用した「技能実習生の帰国後就農・起業支援を通じた人材還流促進プロジェクト」だ。

「草の根技術協力事業」は、国際協力を希望する日本の団体や学校などが、開発途上国の人々を対象に、経済や社会の開発・復興のために行う国際協力活動のこと。農園たやのプロジェクトでは、インドネシア農業省から派遣される技能実習生を対象として、ビジネスプランの作成から派遣前の準備、帰国後の就農支援まで一貫してサポートする内容となっている。農園たやとJICAが協議を重ねて立ち上げた独自プロジェクトで、令和4(2022)年10月にスタートした。毎年、同省から派遣される50人前後の技能実習生をサポートしている。

「このプロジェクトで私が最も重視するプロセスの一つが、ビジネスプランの作成です。来日にあたって具体的なビジネスプランを作ることで、技能実習生は日本で働く目的が明確になります。はっきりとした目的があれば、実習先で能動的に働けるようになり、積極的に技術を身に付けようとするでしょう。結果として優秀な人材が育つのです」と田谷さんは説明する。

「日本で働いた技能実習生には、ぜひ自国で農家と

して成功してほしい。彼らの姿が現地の若者の憧れになれば、技能実習生として来日する外国人がさらに増えると思います」と、プロジェクトを通して実現を目指す未来を思い描く。

### 特定技能を県内農家へ斡旋 現地からのサポートも

「インドネシア事業部」のもう一つの取り組みは、インドネシア人の特定技能人材を県内農家へあっせんする事業だ。現在は、県内の11農家に人材をあっせんしている。いずれもインドネシア農業省が認定した村落研修センターで訓練を受けた優秀な人材で、「彼らはやがて農家になくはならない存在になるようです。彼らを受け入れている農家からは『もっと長く、うちの農園にいてほしい。何か方法はないか?』『今後も自分の“右腕”として働いてほしい』といった声がよく聞かれます」。

日本で働く特定技能人材をサポートする環境も整えている。インドネシアで3名の現地スタッフを雇用し、現地から定期的にカウンセリングなどのサポートを実施している。加えて、特定技能人材に対しては、日本での普通自動車免許の取得を後押しするなど、日本での仕事に集中できるようにしている。

農園の経営安定化と事業発展を目標に、農園たや

では人材育成にも力を入れている。農園に入社した新卒スタッフは、数年間、農園で実務経験を積んだ後、青年海外協力隊員としてインドネシアで活動することになっている。現地での彼らの主な仕事は教職で、農園たやとの関わりが深いタンジュンサリ農業高校の講師として農業技術などを教える。これまでに2名の女性スタッフがインドネシアに渡った。うち1名は帰国後に農園たやのインドネシア事業部の部長に就任し、「草の根技術協力事業」と農業特定技能人材の斡旋で中心的な役割を担っている。

もう1名は農業生産部門の副農場長に就任し、インドネシア人との協働の実現に向けた取り組みを現場で支えている。田谷さんは、今後こうした人材にそれぞれの部門のマネジメントを任せ、将来的には経営をも引き継いでもらいたいと考えている。

インドネシア人のスタッフの中から優秀な人材を発掘し、農業現場のマネージャーとして採用する取り組みも進めている。彼らには将来的に、経営にも参画してもらうことを見据えている。そのための教育も進めており、通信制大学「インドネシア国立オープン大学」と業務提携した上で、働きながら大学や大学院の卒業資格を取得できるプログラムを構築中だ。自社の人材だけでなく他社へ斡旋した人材も、本プログラムで学べるようにするという。

さらには、地域の農業経営を支える人材を育てていく計画もある。令和7(2025)年4月には、福井県とイン

## 審査講評

盛田 清秀 委員長

農業と「インドネシア事業」を兼営するユニークな経営体。農業部門では4.8haの農地でベビーリーフを主体とする施設園芸を営み、インドネシア事業では技能実習生を受け入れるほか、日本での研修経験をビジネスプラン化して帰国後に生かすJICAプロジェクトの実施、インドネシア農業省と連携した地域内人材派遣を行っている。

評価された第1点は、情報化を進め作業ごとの時間単価を算定し、収量の安定性、栽培期間の組み合わせにより品目を絞り込み、効率的な営農体制を構築している。この結果、残業はゼロで時給1500円を支払っている4500円/時間の労働生産性を確保し、作付回転率が向上、キャッシュフローに余裕が生じ、新たに第2農場を計画するに至っている。

第2は、販売先は仲卸、生協、スーパー、JA直売所と多様で、全量契約取引で1束単位の出荷対応を行い、ブランド力を生かして高単価で販売している。売上高は1億円余り、法人所得1647万円と安定した収益を確保している。

第3は、外国人労働力を受け入れ、加えて人材育成を通じた国際貢献を行い、それを収益事業としている。代表者は青年海外協力隊経験があり、日本人社員2人(若手女性)に海外経験を積ませてリーダーとし、インドネシア農業省との連携による特定技能実習生あっせん(11戸に40名)、JICAプロジェクトによる技能実習生のビジネスプラン作成支援と帰国後のフォロー、外国人受け入れに伴うトラブル集作成と解決策提示などを行っている。

第4に、地域レベルで外国人受け入れを支援するとともに、ITツールに習熟した若手外国人労働力に適合した農作業のDX化を自前で進め、生産性の高い経営を確立している。

以上、農業経営の効率化、生産品目のブランド化による高収益経営の確立に加え、外国人人材育成を事業化し、ユニークな方式の農業国際化を進めていることが評価された。



外国人実習生を受け入れるためのノウハウをウェブサイト「サマサマ手帳」で公開

茶

# 有機玉露、てん茶を鹿児島から世界へ 生産から販売まで一貫体制

鹿児島県志布志市

合同会社 さかもと

代表社員 さかもと しゅういち ろう  
**坂元 修一郎** さん

有機茶生産に40年以上前から取り組む合同会社さかもと。茶の生産、商品の製造・加工まで自社一貫で行う。現在は5.6haで有機JAS認証の玉露・てん茶を生産し、ほぼ全量を欧米等海外に販売、高い評価で高単価を確保している。有機栽培に不可欠なぼかし肥料の自社生産も手掛け、複合経営を確立している。

さかもとについての詳細は右の  
二次元コードからもご覧いただけます



大賞

Japan  
Agriculture  
Award



## 母の死を機に 化学肥料・農薬無使用に転換

代表社員の坂元修一郎さん(70)は鹿児島県志布志市の坂元園製茶の三代目として生まれ、高校卒業後の研修を終えた後、親元就農した。当時は父の意向で栽培面積を拡大し、家族一丸で慣行の茶栽培に取り組んでいた。転機は40年前。母が64歳の時にがんで亡くなった。健康を支える農産物、食はどうあるべきなのか——自問を繰り返した坂元さん。「健康を手に入れるには土が健康であり、その土で作られた作物が健康でなければならない」と強く思うようになった。

### 鹿児島県志布志市

北部から東部にかけて丘陵山間地帯で、市域面積の約6割を森林地が占める。中部から西部にはシラス台地が広がり、志布志湾にかけて穏やかな勾配となっている。年平均気温は17℃。年間の平均日射時間は2102時間、年間降水量は2458mmで降雪はほとんどない。



当時は国内で有機栽培や特別栽培の認証制度が確立されておらず、どの品目でも周囲に取り組む農家はいなかった。「無農薬で茶作りなんてできないだろう」と厳しい言葉を掛けられることもあったが、坂元さんはまず化学肥料の使用を一切やめ、無肥料、無農薬での栽培を始めた。

### ぼかし肥料作り 地域の未利用資源に着目

しかし、無肥料では茶の木が栄養を蓄えることができず、収穫に至らなかった。そこで自然のものを使った肥料作りを開始。地域で眠る未利用資源に着目した。坂元さんは「落ちていたものを拾ってみた。使えるものがたくさんありそうだと気づいた」と振り返る。さまざまな文献を当たる中、江戸時代にまとめられた資料にあった「堆肥などを発酵させて成分を淡くする肥料」にヒントを得て、ぼかし肥料を作り始めた。

志布志港(志布志市)は、畜産が盛んな九州向けにアメリカ、カナダ、オーストラリアなどからトウモロコシや大豆といった穀物飼料を運び込む飼料流通の窓口となっている。坂元さんは、志布志港に毎月大量に運び込まれる輸入飼料が、輸送中にコンテナの結露によ



自社製ぼかし肥料。近隣農家だけでなく県外農家も購入する

り湿気を含み一部が廃棄される現状を知った。

坂元さんは廃棄される飼料の活用を目指し、飼料会社と交渉。産業廃棄物の処理に関する資格を取得し、引き受けるようになった。現在のぼかし肥料は、この飼料廃棄物の穀物を原材料の中心に据える。その他、近隣の食品会社で発生する副産物の焼酎かすやお酢のもろみ、魚の残渣なども肥料に入れているという。近隣の採石場から採取されるミネラル分が豊富な鉱物資源も加え、肥料の成分を高める。

40年間、試行錯誤しながら作り上げたぼかし肥料は、お茶を栽培する全ての圃場で年8回に分けて散布。元々は酸性で痩せた土地だったが、今では地力が向上し病害虫を寄せ付けない土に仕上がっている。土は微生物が活発に活動し、棒を地中に立てると1mほど簡単に刺さるほど軟らかく、ミズのつくる団粒構造が多くみられる。茶の木の間が張りやすく、健全な木の育成を支えている。土中の微生物が有機物を分解・無機化することで木が利用できる栄養素が供給され、多様な微生物環境が病原菌の抑制につながっている。茶畑には雑草もほとんど見当たらない。2カ月に1回ほど、高圧温水除草(100℃近い高熱の蒸気・熱湯を植物の根元に噴射し雑草を枯らす方法)を実施しており、除草のための薬剤も利用しない。

以前、水だけを入れた花瓶で慣行栽培の茶の木と、



自社製ぼかし肥料を使用する同社の圃場では団粒構造が多く見られ、地表にも糸状菌が多く確認できる



坂元さんが考案した「散水氷結法」により茶葉が凍結している茶園(外気温-5℃)

同社の茶の木を1カ月育てる試験を行ったところ、同社の茶の木は慣行栽培より明らかに樹勢がよかった。坂元さんは「豊かな土壌で育った茶の木は水を吸い上げる力が強く、茶のうまみに必要なアミノ酸などの成分をよく吸収し、風味や甘みの増した高品質な茶に育つ」と分析する。

茶生産の大敵である霜への対策にも特徴がある。茶葉に直接水をかける「散水氷結法」を同社が日本で最初に考案・実施し普及させた。圃場は厳寒期には-8℃に到達することもあり、一般的な防霜ファンでは効果が不十分だったという。アメリカの文献を基に節水型スプリンクラーを提供したメーカー、試験場などと組み、この方法は現在、全国の茶や果樹栽培で使われる。

## 各地の農家が肥料を導入 有機農業の広がりに貢献

同社で生産するぼかし堆肥は年間2500t。自前で使用する分を除き、その多くは九州の農家へ販売している。県の肥料登録を取得し、買い求める農家は米、野菜、茶、果樹などさまざま。フレキシブルコンテナ(400kg)や20kg袋での販売に対応し、年間で10万~11万袋を売り上げる。窒素成分を高めた商品なども展開。肥料散布期の春、夏、秋に注文が集中するため、仕入れ、発酵、切り返し、網こし選別の作業時期を調整している。元は自ら使うために作った肥料だったが、現在は経営を支える事業の一つにまで成長した。

肥料は直接販売の他、JAを通じた販売も実施。坂元さんは肥料を購入する農家に対して、品目を問わず使用時のアドバイスや技術指導を行う。希望する農家には製造の方法なども公開し、各地での循環型農業の実現に貢献してきた。「農業は健康な土作りが基本。うちがこれまでやってきた失敗を知ってうまく活用してほしい」と坂元さん。志布志市では有機栽培や輸出に対応した茶の生産が増加。有機茶生産は、43戸で栽

健康を手に入れるには土が健康であり、作物が健康でなければならない。

り方により差別化し、しっかりすみ分けをしていくことで持続可能な茶生産ができる」と強調する。

若い就農者を増やすことも坂元さんの希望だ。就農定着へ向けた支援や青年農業者に対する総合的なアドバイスも積極的に行い、鹿児島県立農業大学校の農家留学研修、新任普及指導員の農業体験研修も受け入れる。同社内では、女性従業員の意見を反映させて、女性が働きやすい環境を整備し、作業効率性も向上させている。

「私のような家族経営者が、日本の農業を支えている。売り方次第で確実に儲かるという姿を見せれば、若い就農者も増える。地方が盛り上がるには、一次産業の振興が肝心だ」と坂元さん。地域経済と茶業界のさらなる発展を目指す。

## 審査講評

盛田 清秀 委員長

有機茶生産に40年以上前から取り組み、現在は5.6haの茶園で有機JAS認証の玉露、てん茶(抹茶加工)を生産、ほぼ全量(95%)を欧米等海外に販売している。規模は大きくないが、海外市場を独自に開拓して高単価で販売、有機茶経営を軌道に乗せている。併せて、有機栽培に不可欠なばかし肥料の自社生産に早期から取り組み、重要な収益部門に育て上げ、複合経営を確立している。

評価された第1点は、有機栽培にこだわりを持ち、有機転換当初は市場で全く評価されない中、地域の未利用資源(穀物・調味料製造残渣等)を用い、堆肥を自社生産して土作りに注力し、また一番茶のみの収穫によって生産性と品質の向上を図り、安定した収益を得ている。

第2は、有機栽培開始当初はブランド基盤が弱く販売に苦労したが、有機玉露を主力商品にEU、アメリカ、スイス等海外市場を独自に開拓し、「シングルオリジン」茶葉としてブランド形成に取り組み、ほぼ全量を海外で販売するに至ったことである。またてん茶向きの品種を導入し、抹茶を好む海外需要にも対応している。

第3は、畜産廃棄物、飼料製造や黒酢生産に伴う残渣等を原料に、地元(山林、竹藪)で採取した微生物を利用して独自のばかし肥料生産に早期から取り組み、有機栽培の基盤を構築。生産した肥料は自経営に使うほか、地域の農業者にも販売し、経営の柱に育て上げている。

以上、茶生産経営としては中小規模ながら新興産地において有機生産に早期から取り組み、ブランド形成を通して欧米主体の需要を取り込み、輸出で成長してきたことは、独自に取り組んだばかし肥料生産を含め、その先進性、革新性が評価できる。



志布志市の市長(左から3人目)とともにシアトル市長と会談した坂元さん

(2022)年に2435万円だったものが令和6(2024)年には5000万円を超えた。その後も順調に推移している。現在の輸出量の割合は、玉露7に対して抹茶が3程度。いずれも1kg 2万6000円程度と、高価格帯での販売を実現する。海外では「誰が」「どこで」「どのような方法で」生産したかが重視されることから、同社が生産、加工、販売を一貫して行うことも付加価値となっている。石臼挽きしたものを「抹茶」と呼ぶなど、生産過程のストーリーもブランド形成に一役買っている。

## 品質水準を高めて地域のブランドに成長させたい

坂元さんは、今後も有機栽培茶の人気の高まることを見据え、地域の若手生産者らが自社と同水準の有機茶生産ができるよう、栽培技術の伝達に力を入れる。「鹿児島から世界へ」を合言葉に、「鹿児島のお茶を高級赤ワインのロマネコンティに匹敵する、評価の高いブランドに育てたい」と意気込む。「抹茶ブームを背景に生産が拡大している中国産などとは、価格面で競合しても勝つことができない。各産地で品種や作



さかもとの社員、従業員

### 経営の概要(令和6(2024)年)

合同会社の設立年	平成27(2015)年
加入JA	JAそお鹿児島
作付面積	485a
構成	本人含め13人(代表社員1人、副代表社員1人、専務2人、社員・従業員9人)
茶の生産量	2156kg
肥料の生産量	2500t

### 品種別面積 (単位: a)

品目	面積	品目	面積
さえみどり	115	おくみどり	55
はると34	97	やぶきた	40
せいめい	91	つゆひかり	14
きらり31	73		

### 作業体系

1月	肥料散布1回目、2回目 落葉除去
2月	肥料散布3回目、春整枝 防寒・防霜対策(スプリンクラーのみ)
3月	枯死苗植え替え、落葉除去
4月	上旬: 二重被覆 下旬: 一番茶摘採、荒茶製造(5月まで)
5月	下旬: すそ刈り、すそ剪定
6月	夏整枝1回目
7月	肥料散布4回目、シンクイムシ除去 夏整枝2回目、すそ刈り
8月	肥料散布5回目、夏整枝3回目
9月	肥料散布6回目、7回目、秋整枝1回目
10月	秋整枝2回目、すそ刈り
11月	秋冬防霜対策(スプリンクラーのみ)
12月	肥料散布8回目、落葉除去

※有機栽培では茶園の周辺2mまで除草剤を使用できないため、2カ月に1回程度は各圃場の高圧温水除草を行うとともに、毎月2~5回程度手作業による草取りも実施

## EU・アメリカで直接販売 抹茶ブームが後押し

現在同社で生産する玉露と抹茶は、ほぼ全量をEUやアメリカへ販売している。そのうち8割ほどはティーショップやバイヤーへの直接販売を行う。海外輸出のきっかけは、坂元さんが志布志市市議会議員をしていた平成22(2010)年頃。市の生産品を海外へ売り込むことを目的にアメリカ・シアトルで視察を行った。シアトル市長との会談や、当時ティーブランド「TEAVANA」を買取したばかりのスターバックスとの意見交換を通して、茶の需要が今後増えていくことを確信したという。独自に日本産・中国産の茶の市場調査を行った結果、海外には日本にない高級茶のマーケットが存在し、日本産には参入の余地があると判断。市議会議員を辞職後、海外戦略に注力した。

輸出に向けて本格化した頃は日本茶(緑茶)の認知度が低く、販売先を見つけるのが難しかったため、欧州の鹿児島県人会にサンプルを持ち込み、興味を持ってくれる事業者を探した。他には無い「有機玉露」の色や味をPRし、高級緑茶という欧州での新たなジャンル開拓の取り組みを続け、徐々に需要が増加。欧州の茶業界で口コミも広がり、今では富裕層をターゲットとした「さかもと」ブランドを確立している。

昨今の抹茶ブームも後押し、年間の輸出額は令和4



茶加工場の外観

密植を抑えた圃場



茶加工場の内部。蒸し・挟み・熱乾燥を行い、生葉を荒茶へ加工する

培面積447.3ha(令和7(2025)年)まで増えた。鹿児島県は有機茶生産が全国で最も盛んな地域になった。

## 一番茶だけを収穫する高級茶 品種選びは顧客の意見から

同社が生産する茶は、全国でも珍しい有機玉露。一番茶だけを収穫・加工・販売することも他社にはない取り組みだ。二番茶以降は刈り捨て、茶葉を圃場に返して木に養分を戻す栽培方法を採用。密植を避け、10a当たり1700本程度に抑える。

収穫を一番茶に絞ることで、4月下旬に摘採を終え、暑い時期の作業を減らし従業員の負担を減らす。慣行栽培では一般的に10a売上が30万円程度であるのに対し、同社は高品質・高付加価値化で同200万円と大幅に高めることに成功している。

生育する品種も海外需要を意識する。有機栽培できる耐病性を持つのはもちろん、欧米人が求める「渋み、苦みが少なくうまみが強い」品種を選択。令和元(2019)年から改植を進め、現在は作付面積4.85haのうち、「さえみどり」115a、「はると34」97a、「せいめい」91aなどを中心に栽培している。

海外からの注文は、ブレンドより1品種ごとに販売する「シングルオリジン」の需要が高く、受注に応じて加工する。坂元さんは海外の顧客から「海外ではこれまで茶はミルクや砂糖などと混ぜて飲むことが多かったが健康志向の高まりで、何も足さずに茶だけで飲めるものが求められる」と指摘を受けた。健康志向の高まりで①大量のカフェインを摂取しない②血糖値の上げ下げに影響を及ぼさない③ミルクや糖分を混ぜずシンプルな飲み方でうまみを感じられる——玉露の需要が今後も世界的に伸びると確信する。

春の七草

エダマメ

ブルーベリー

サツマイモ

トウモロコシ

キャベツ

# 春の七草の市場開拓経験生かし 新たな多品目の複合経営に挑戦

神奈川県横須賀市

有限会社 岩崎ファーム

代表取締役 **岩崎 泰樹** さん

春の七草という競合が少ない品目を柱に、市場ニーズを捉えた多品目の複合経営に取り組む。県外での生産を拡大し、加工や観光農園といった6次産業化にも挑戦。地域雇用と次世代育成を通じて持続可能な農業を目指す。



特別賞

Japan  
Agriculture  
Award



岩崎ファームについての詳細は右の二次元コードからもご覧いただけます



## 春の七草に商機を見出した父 地域を思う気持ちを引き継ぐ

代表取締役の岩崎泰樹さん(49)は、「地域農業を発展させるには利益を確実に出せる品目が必要」と、常に模索する父・重夫さん(75)の姿を見て育った。

重夫さんは昭和63(1988)年、近隣の仲間と「三浦七草会」をつくり、春の七草の出荷を始めた。1月7日の七草粥という、限られた期間の需要に応えなければならず、年末年始も働くことになるが、冬に高収入が得られる。しかし、春の七草は、自然に自生しているときは病気に強いものの、栽培すると病気にかかりやすく、

発芽の揃いも良くない。特にゴギョウとホトケノザは、登録農薬が少なく病害虫の防除が難しい。夏期に太陽熱による土壌消毒を行うなど、栽培技術の確立に努めた。泰樹さんは、高校時代には父の農業を手伝うようになり、農業系の短期大学を卒業後に就農した。

## エダマメで夏の収益アップへ 「はねっ娘会」を結成し産地化

次に考えたのは、夏の収入アップだ。市場関係者から「エダマメは需要があり収益性がある」と情報を得て、平成8(1996)年に「三浦七草会」の仲間とエダマメの生産を開始。平成10(1998)年には「はねっ娘会」を立ち上げ、春の七草とエダマメのグループ出荷を本格化させた。春の七草とエダマメは令和元(2019)年、神奈川県「かながわブランド」に登録され、令和5(2023)年3月、泰樹さんが中心となって「はねっ娘会」全員がJGAP青果物2022(栽培・収穫・取扱い)えだまめの個別認証を取得した。

## 家族経営の販売部門を法人化 信頼度アップで需要も増

春の七草もエダマメも鮮度が命だ。収穫後はすぐ

### 神奈川県横須賀市

横須賀市は、東京湾と相模湾に面した三浦半島の中央部に位置する。起伏の激しい丘陵地が市域の大部分を占めている。三方を海に囲まれた温暖で風通しの良い気候を生かした露地野菜が中心。ダイコンやキャベツなどの栽培が盛んで、国の指定産地となっている。



(左)春の七草(右)エダマメ



限られた期間に多くの人手を必要とする春の七草の調製作業

に冷却し、速やかに出荷する体制を実現するため、平成17(2005)年、岩崎家の販売部門を法人化して(有)岩崎ファームを設立。平成30(2018)年から泰樹さんが経営を担っている。

エダマメは、茶豆由来の香り豊かな白毛品種「あまおとめ」にこだわる。しかし、莢が柔らかく根元近くに実が付く特徴があり、機械で収穫すると傷がつきやすい。(有)岩崎ファームでは、根元から切り取って収穫し、出荷調整で2~3莢を付けて枝を切る「切り枝出荷」をする。コールドチェーンにより鮮度保持も欠かさない。令和6(2024)年度のエダマメの平均単価は1000円/kgと、神奈川県の経済性指標と比べ20円ほど上回る。

エダマメのおいしさがマスメディアで取り上げられるようになると、「おいしいものをもっと届けたい」と、泰樹さんは経営の規模拡大に挑む。

農地中間管理機構を活用した農地の購入や借入により、横須賀市のほか、三浦市、東京湾を挟んだ千葉県富津市に経営耕地を拡大。三浦市ではブルーベリーを、富津市ではサツマイモの栽培を始めた。その

結果、経営耕地面積は県内外合わせて935aとなり、県内の経営体でも有数の経営規模に成長。常時雇用15人に加え、収穫期は1日100~150人のパートタイムを雇用しており、地域雇用の受け皿になっている。

## 直売所や観光農園にも挑戦 地域の後継者をリード

令和3(2021)年から、ウェブサイトで春の七草やエダマメなどの販売をスタートした。令和6(2024)年には、三浦市に農園カフェ直売所とブルーベリー農園を開業。エダマメやトウモロコシ、ブルーベリーの直売のほか、サツマイモを焼き芋アイス、焼き芋はちみつバターなどに加工し販売する。ブルーベリー農園では摘み取り体験もできるようにした。

泰樹さんが代表取締役になって以降、次々と新しいことにチャレンジをしたかいて、令和6(2024)年度の粗収益は3億円を超えた。県内の耕種農家ではトップクラスだ。地域の農業全体が元気になる必要があると、後継者の勉強会の会長も務め、次世代の農業者をけん引する。

順調に見えるが不安もある。春の七草は、調製作業も輸送も人手不足の影響が出ている。七草粥の文化も少しずつ失われていこう。時代の変化にいかに対応するかを考えた結果が、果敢なチャレンジへの原動力だ。「子どもや孫の世代に、良い状態で農地と経営を託したい」。父・重夫さんから受け継いだ農地と地域への思いが泰樹さんの原動力となっている。

岩崎家の生産・販売体制 令和6(2024)年現在

岩崎家の農業経営						
個人経営 岩崎重夫氏		法人経営 (有)岩崎ファーム				
経営部門	品目	経営部門	品目	作業内容	販売先等	
生産	春の七草	仕入・販売	春の七草	出荷調整	市場	
	エダマメ	納入	エダマメ		直売	
	その他	生産・販売	キャベツ	栽培管理	市場	
		生産・販売	サツマイモ	栽培管理	直売	
		生産・加工・販売	トウモロコシ	加工	直売	
			ブルーベリー	栽培管理	直売	
				加工	直売	
					摘み取り	

(有)岩崎ファームの作物の種類と作付面積 (単位: a)

種類	キャベツ	サツマイモ	トウモロコシ	ブルーベリー	ラッカセイなど	合計
面積	750	300	100	50	30	1230

個人経営 岩崎重夫氏 (単位: a)

種類	春の七草	エダマメ	その他	合計
面積	600	900	300	1800

※(有)岩崎ファームは、春の七草とエダマメを岩崎重夫氏から仕入れている



(有)岩崎ファームの皆さんと泰樹さん(中央)

先祖が残してくれた土地をきれいな状態で次世代に残したい。

ホウレンソウ

トマト

特産野菜

# 「飛騨はひとつ」が合言葉 組織力で躍進するブランド産地

岐阜県高山市

## 飛騨野菜出荷組合

組合長 **今井 秀和** さん

総農家戸数761戸、栽培面積328haを誇る、岐阜県・飛騨地域最大規模の産地組織。四つの専門部会と7地域支部からなり「飛騨はひとつ」を合言葉に、組織の団結力を生かした、「飛騨ブランド」野菜を確立している。大半が60歳以下という若い役員構成が組織の活力源となっている。



大賞

Japan  
Agriculture  
Award



「飛騨トマト」の紹介は右の  
二次元コードからもご覧いただけます



### 七つの出荷組合を統合 「飛騨はひとつ」を体現

飛騨地域の野菜栽培は、昭和30年代に始まった。当初はダイコンやキャベツなどの露地栽培が中心だったが、昭和40年頃に同地域で雨よけハウスが開発されると、夏ホウレンソウや夏秋トマトの栽培が盛んになり、各地区に野菜出荷組合が設立された。昭和から平成にかけては、県や国による農地開発が進んだ。

平成7(1995)年に現在の高山市と飛騨市にまたがる6つの農協が合併し、JAひだが発足。これを機に7つの野菜出荷組合による「飛騨・野菜出荷組合協議

会」が組織された。スケールメリットの追求と飛騨ブランド確立の機運が高まった平成14(2002)年3月、組合員1000名を超える飛騨野菜出荷組合が誕生。翌年には下呂市の組合も合流し、現在の組織体制の基礎が整った。

飛騨地域は、岐阜県の面積の4割を占める広さだ。「県の半分近くを占める飛騨地方で一つの組合ができるというのは、当時は考えられないことだった」と副組合長の中井康則さんは振り返る。設立後は、初代組合長が掲げた「飛騨はひとつ」というスローガンを合言葉に、役員と組合員に加えてJAや県など関係機関が一致団結し、「谷が違えば水も違う」といわれる中山間地域において、出荷規格の統一、集出荷施設の再編・整備、物流体制の再構築を進めてきた。

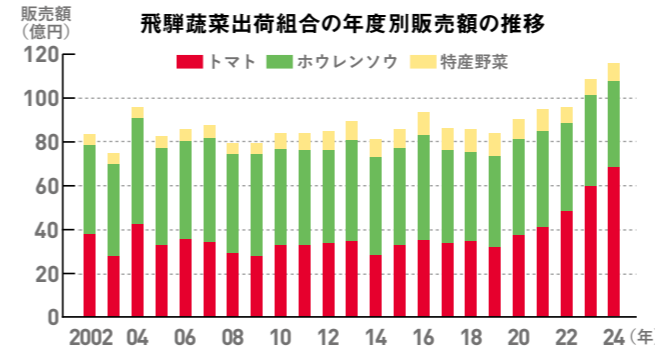
令和5(2023)年度には、ほうれんそう部会、トマト部会、特産部会の3部会を合わせた販売額が100億円に達し、令和6(2024)年度には過去最高の115億円を記録した。1年前に組合長に就任した今井秀和さん(55)は、「これまで関係者全員が取り組んできたことが、ここに来て実り始めた」と、組織力の成果を強調する。「広域の組織ですから、各地区からいろんな意見が出るのは当然のこと。今も組合活動を支えるのは、

### 岐阜県高山市、飛騨市、下呂市、白川村

飛騨地域は本州のほぼ中央に位置し、北アルプスなど急しゅんな山々に囲まれた中山間地域。標高200m~1300mに点在する耕地では、夏の冷涼な気候や昼夜の寒暖差を生かした野菜生産が盛ん。広葉樹林が多く、土壌は豊か。雪解け水を水源とする清流がくまなく流れる。高山市の年平均気温は11.4℃。



夏秋トマト栽培の様子



『飛騨はひとつ』という理念です。それぞれの思いをくんだ上で、組織の一体化を進めています。思い起こせば、トマトの品種転換の成功で、力を結集して取り組む意義を感じた人は多いと思います」(今井さん)。

### 耐暑性品種に段階的に移行 収量が3割アップ

夏でも冷涼な高地の気候を生かし、販売額の増加をけん引しているのがトマト部会(部会員361名)だ。栽培面積は約122ha、出荷時期は6~11月までで約1万2000tを出荷する。

部会の転機になったのは、誰もが納得して導入できるように時間をかけて進めた品種の切り替えだ。

耐暑性品種の導入検討を始めたのは10年以上前。高温により、着果不良や裂果が多発したことをきっかけに品種転換を検討した。平成27(2015)年から3年間にわたって品種比較試験を行い、収量性や食味などを検討した結果、「麗月」の採用を決定、令和3(2021)年から段階的に移行を進めた。高温でも安定した着果性と裂果の少なさ、優れた収量性を確認するとともに種苗会社、農林事務所、JAなどと連携して肥培管理技術も確立させた。新品种は市場から「劣化が少ない。赤くても硬く棚もちが良い」と高評価を得て、令和3(2021)年に全面的に切り替えた。多くのトマト産地が夏場の品質の安定に悩む中で、組合の販売額は令和4(2022)年に47億円、令和5(2023)年に59億円と2年連続で過去最高額を更新。令和6(2024)年には、単価上昇もあって68億円まで伸ばした。

「麗月」導入前は10a当たりの収量が8.4tだった

が、令和6(2024)年には11.8tと4割増えたほか、裂果などで加工にまわす玉数も半減したことで、部会員の収入増に直結した。部会では、今後も気候変動を見据えて標高差を生かした作型分散などの対策を継続し、安定供給と価格競争力の維持を図っていく。

### 機械化、省力化、簡素化を推進 作業時間の短縮に力を注ぐ

トマト部会は、自走式の防除ロボットや自動かん水技術などを活用するほか、選果場の再編整備をはじめ、箱詰めロボットの導入やモールドトレイによる定数出荷など出荷の省力・効率化を進めてきた。また、運送業界の深刻な人手不足を考慮して、A・B・Cの3等級だった出荷規格を令和6(2024)年度からA・Bの2等級に集約。さらにトマト用とホウレンソウ用のパレット、荷受け用と出荷用のパレットも共通化し、選果と輸送作業にかかる時間を大幅に短縮した。

ほうれんそう部会では、人手不足の解消、作業時間の短縮、労力軽減のため、組合では農機メーカーと共同で全国初の収穫機を開発。今では約半数の農家が導入し、200~300台が稼働している。その他にも軟弱野菜調製機の導入、計量機や自動包装機をベルトコンベヤーで連結するライン化なども進め、ホウレンソウの販売額は平成21(2009)年に46億円を記録した。ただ、近年は労働力不足や夏の高温により停滞し、令和6(2024)年度は40.5億円にとどまった。

ほうれんそう部会は事態を打開するため、遮光資材の活用をはじめ、チューブ散水による均一なかん水技術の導入、最終かん水時期のルール化、真空予冷装置の導入などを精力的に進めている。また、播種面積の定期報告を義務化し、精度の高い出荷予測を市場に発信している。

### 第三の柱を目指す特産部会 35品目70種類以上を生産

トマトとホウレンソウが出荷額の86%を占める同組合において、新規作物の開拓を担っているのが特産



箱詰めロボットとモールドトレイの採用により胴打ちが減り、高速化とともに品質向上を実現

緑の番人として、飛騨の農業を維持していくことが使命。



(左) 涼やかな気候風土を生かして夏季にホウレンソウを栽培  
(右) ほぼ全面を巻き上げて換気でき、倒壊しても再建しやすい「雨よけハウス」

部会(206戸)だ。組合設立当初は「露地部会」として露地品目を中心に生産していたが、雨よけハウス栽培が進んだことを機に名称変更。トマトとホウレンソウに次ぐ第三の柱となる品目の育成を視野に栽培に取り組み、平成29(2017)年にはミニトマトとシュンギクがそれぞれ販売額1億円を達成した。

部会では約35品目70種類以上を生産・出荷しており、令和6(2024)年度は6億8000万円の販売額だった。20代の新規就農者から70代の定年農者まで、小規模農家を含む多様な農業従事者の受け皿となっている。「特産品の栽培が広がったのも組織力のおかげです。例えば、初期費用がかかるパプリカ栽培は、長期的に取り組める若い人が挑戦することが多いです。一方で手軽に始められる宿儺カボチャは、定年農者など高齢者が始めやすい。部会がしっかりフォローしているので、初心者も安心して挑戦できます」と今井さんは胸を張る。

特産部会は、トマト部会やほうれんそう部会に所属している農家も多く、基幹品目の栽培前や農閑期に他品目を栽培して収益を確保したり、周年での雇用を創出したりとメリットも大きい。部会を横断した交流も生まれやすく、意見交換を通じて組合員は視野を広げ、さまざまな作物について知識を増やしているという。

今後は、ミニトマト、シュンギクに続いて栽培面積が拡大している特産品を模索しながら各地域で各品目に注力する考え。標高差を生かしたり出荷を検討していて、年間販売額1億円を目指す。他にも、宿儺カボチャの栽培農家が増えていることから、全地域に広げる予定だ。

### 10年間で251名の新規就農者 スムーズな世代交代も実現

担い手確保のため、JAや自治体と連携して就農フェアや農業体験ツアーなどを実施している。就農希望者を発掘し、技術力・経営力の向上に尽力している。就農希望の若者に対しては原則2年間の研修機会を設定し、技術・知識の習得から経営指導、農地の確保まで手厚く支援する。こうした取り組みを通じて、10年間で親元就農135名、新規就農116名の計251名という、まとまった数の担い手を着実に確保してきた。

世代交代がスムーズに進んでいるため、高齢化や



飛騨野菜出荷組合のメンバー



(左) 多様なニーズに合わせて、小箱、スタンドバック、弁当バックなどの商品を用意している  
(右) 主要な販売先である関西圏のスーパーで行っている消費宣伝活動

人口減少が著しい中山間地域でありながら、管内では生産者が増えている。農業に憧れる都市部からの移住希望者に加え、地元で就農する若者も一定数いる。副組合長の橋戸雅彦さん(54)は「山に囲まれた飛騨は、陸の孤島のようなもの。しかし、それが結束力や若者の就農につながっている面もあります。暗い中ヘッドライトをつけて、朝の3~4時から熱心に作業している若者たちを見ると頼もしく感じます」と目を細める。

現在の役員の大半は60歳以下で、機械化が進む前の親世代の苦勞を見て育ち、「何とかしたい」と感じていた世代でもある。部会でスマート農業の技術導入が円滑に進んでいるのはこのためだ。「昔は大変なことも多かったですが、魅力ある産地になったのは、この地でずっと農業を頑張ってきた先輩方のおかげです。農業は基幹産業であるとともに、稼げる職業です」と役員は口をそろえる。

### 持続可能な農業と 信頼される生産現場を目指す

JAひだの担当者は、「1日の寒暖差や標高差、平野部にはない地の利を生かした野菜生産が特色になっている」と解説する。積雪の多い飛騨地域では冬の栽培品目は限られているため、主に菌床シイタケを補完品目として周年雇用体制を整備。組合員による規模拡大によって栽培面積も増え、新たな雇用も生んでいる。加えて、組合独自の基準による減農薬・減化学肥料による栽培「ひだクリーン農業」、50項目のチェックリストに基づく独自の農業生産工程管理「ひだGAP」を推進。持続可能な農業、信頼される生産現場を目指す。

未来を見据えた取り組みも進行中だ。ほうれんそう部会は、令和8(2026)年春から稼働を目指すJA全農岐阜の共同調製場設置プロジェクトに参画し、労働力不足の解消を目指している。また、栽培にこだわりを持った有志が特別栽培農産物ガイドラインに準拠した「飛騨高山ヘルシートマト」を生産している。

「飛騨は水もいいし、空気もいい。この地域の緑の番人として産地を守っていきたい」と話す今井さん。販売額が伸びている今こそ「飛騨ブランド」の価値を高める絶好の機会と捉える。年間130億円達成を目指して産地の維持・拡大を図っていくつもりだ。

### 審査講評

盛田 清秀 委員長

傘下にトマト部会(361名)、ほうれんそう部会(281名)、特産部会(206名)の品目別3部会を抱える761戸の出荷組合。部会活動が活発で、播種や生育の状況をきめ細かく集約するなど生産予測情報を出荷先と共有し、取引先・市場からの高い評価を得て産地地位を確立し、生産額を大きく伸ばしている。

評価された第1点は活発な部会活動である。トマト部会では、耐暑性品種への切り替えによる品質・収量の向上、防除ロボットや自動かん水システム導入による生産性向上、2024年問題に対応した出荷規格の簡素化などに取組んでいる。ほうれんそう部会では高温期の遮光対策、収穫機の共同開発・導入による生産性向上、出荷後の品質維持のためのコールドチェーン構築、播種面積等生育データの出荷先との共有を行っている。また特産部会では、伝統的野菜の維持、新規作物の導入を積極的に進めている。

第2は、部会活動をまとめ上げる出荷組合全体の取り組みである。全戸加入のGAP部会を設置し、環境保全型農業の実践と安全な野菜を掲げて産地ブランドである「飛騨ブランド」の確立を図っている。この結果、出荷額を大きく伸ばし、産地が成長している。

第3は、担い手確保に成功していることである。体験ツアーの実施、短長期の研修受け入れ等で就農希望者を募り、就農後の支援にも積極的で、10年間で親元就農135名、新規就農116名を確保している。こうした担い手が産地の成長を支えている。これら若手部会員は研究会組織に所属し、技術研修や消費宣伝活動などに参加している。

以上、活発な品目別部会活動による充実した気候変動対策、収穫機械の開発・導入やIT化による生産性向上、出荷規格簡素化やコールドチェーン対応など流通対策などで生産性の向上、市場からの高評価につながり、担い手確保とも相まって産地全体の成長を実現したことが評価できる。

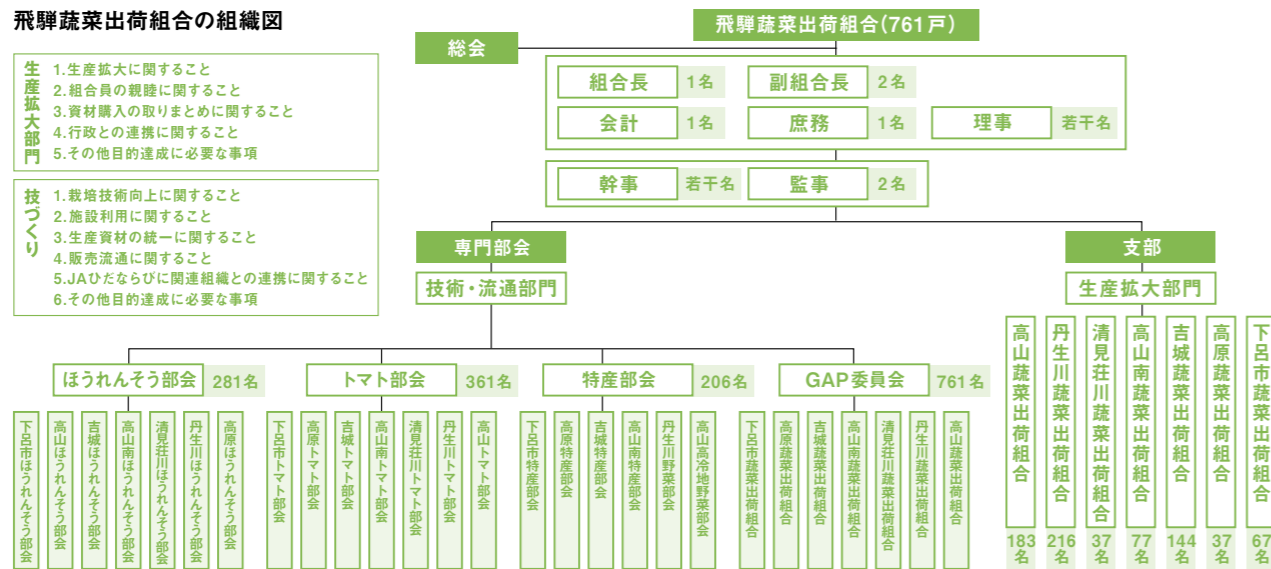
飛騨野菜出荷組合における過去10年間の新規就農者数の推移

品目	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	合計
夏秋トマト	8	17	27	21	24	13	18	14	11	10	163
ホウレンソウ	7	9	9	13	11	16	3	5	8	3	84
特産野菜	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	4
	15	26	37	34	35	30	22	19	20	13	251

飛騨野菜出荷組合の年代別生産者数(令和6(2024)年度)

年齢	~29	30~39	40~49	50~59	60~69	70~79	80~	合計
生産者数	10	76	131	162	177	156	49	761
割合	1.3%	10.0%	17.2%	21.3%	23.3%	20.5%	6.4%	100%

飛騨野菜出荷組合の組織図



スイカ

# 品質へのこだわりと若者の就農で復活した名産地

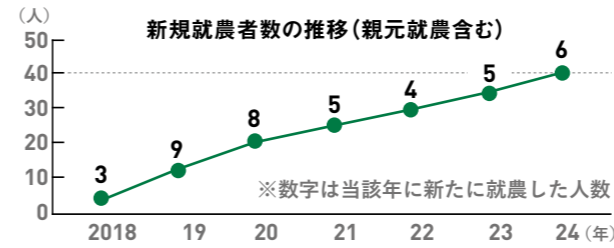
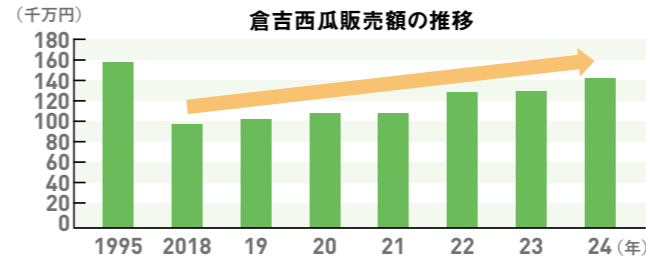
鳥取県倉吉市  
倉吉西瓜生産部会

みや さか まさ たか  
部会長 宮坂 真生さん

スイカの名産地だが、長年にわたって販売額が減少し続けてきた倉吉西瓜生産部会。鳥取県中部地震で地元が大きな被害を受けた中、復活を目指したプロジェクトが立ち上がると、収益性の向上、新規就農者の確保に力を注ぎ、わずか8年で販売金額を15億円にV字回復させた。



倉吉西瓜生産部会についての詳細は右の二次元コードからもご覧いただけます



に倉吉西瓜の魅力や品質の高さをアピールし交渉する中で、平均単価は上昇していき、令和3(2021)年には平均単価1kg当たり252円に。その後も変動はあるものの高い水準をキープし令和7(2025)年は同259円となった。新規栽培者への栽培指導により高品質なスイカが増産されたことが、平均単価上昇の一因となった。宮坂さんは「品質が認められ、市場での単価が上がり、販売額も微増する年が出てきた。生産者の気持ちが上向きに変わっていった」と振り返る。

## 40人の新規就農者が誕生 生産部会の3割を占め活気を生む

部会では「倉吉西瓜産地強化・加速化プラン」の補助金を使い、新規就農者の募集を積極的に始めた。生産者募集のチラシを配布、定植や収穫などの「農作業体験会」、県内外での就農相談会への参加、ネットでの情報発信など幅広く行った。結果、平成30(2018)年から令和6(2024)年の7年間に倉吉には40人もの新規生産者(親元就農含む)が誕生した。しかも、全員が離農することなく定着している。

新規就農者の顔ぶれはさまざま。県外から倉吉という土地に魅力を感じて移住してきた人もいれば、「倉吉の西瓜作りは儲かるらしい」という噂を聞き、地元の非農家の若者たちが興味を持つ例も増えた。先に就農した友人に誘われる形で就農したといった若者グループもある。

宮坂さんが親元就農したのは20年前。携帯電話販売会社で働いていたが、30歳になる頃に市場が飽和状態になってきたのを感じた。スイカ生産者の両親の後を継ぐ形で、以来生産部会での活動にも関わってきた。

生産者である祖父母のところに、都会に暮らす農業経験がない孫が戻ってくる「孫ターン」といった現象も起きた。

令和7(2025)年時点では、生産者の総数は118戸。

プロジェクト立ち上げ時より減少したものの、新規就農者が40人と生産者全体の約3割を占め、活気は増している。「技術指導や圃場の用意など、部会としてもできるかぎりのバックアップをしてきた。さらに、行政による生活面での補助金が出るといったことがうまく回っている」。

## 「親方制度」で新規就農の定着率を高める 若手生産も積極的に関わり

定着率を高める効果を発揮しているのが、「親方制度」による2年間のインターンシップだ。親元就農ではない農業初心者が、部会が紹介した親方のところで2年間修業する。親方は50代のベテランの生産者が中心で、研修期間中はインターンには行政から給料も支払われる。

農業技術はもちろん、農業経営の在り方も親方の元で学べる。例えば、農業機械を「買うべきか借りるべきか」といった生産者にとって重要な判断の仕方も研修中に学べ、非常に実践的だ。また、夫妻で就農する場合は、夫は男性の親方のところ、妻は夫妻で経営している親方のところに分かれて研修する。それぞれの親方から学んだことや情報を持ち寄って相談できるようにしている。

研修後、定住・就農という段階になると、まず生産部会に加入してもらう。圃場は部会で用意した農地を、新規就農者に優先的に回してもらえる。これは耕作放棄地の解消手段としても機能し、新規就農者の確保と共に耕作放棄地の再生も進み、令和4(2022)年から令和7(2025)年の4年間で3.7haが再生された。

新規就農者の増加には、若手生産者の活動が大きく貢献している。令和2(2020)年に新設された「新規就農者担当役員」は、新規就農から成長した若手部会員が自ら声を上げて新設した。本人がさまざまな苦勞をしたことを踏まえ、農業初心者に寄り添った支援を行った。部会でもその活動を評価し、令和5(2023)



倉吉西瓜生産部会の役員も働き盛りの世代が活躍

スイカで儲ける姿を見せたことで、地元の若者たちが振り向いてくれた。

## 高齢化で販売額はピーク時の半分に 部会、JA、行政が連携して復活プラン

倉吉西瓜生産部会では平成7(1995)年の販売額15.8億円をピークに販売額が減少しつづけ、平成27(2015)年には約半分の8億円でまで落ち込む。大きな原因は生産者の高齢化だ。ベテランが引退する中、次世代への継承は進まず、生産者数はピーク時の333人から128人に減少し、栽培面積も生産量も大きく減少した。単価の低迷も響いた。平成7(1995)年に1kg 202円だった平均単価は、20年後も上がらないばかりか、同200円に下がっていた。生産者数の減

少と収益性の低さが重なり、長期低落を止めることができなかった。

こうした中、平成28(2016)年に発生した鳥取県中部地震で部会員たちの気持ちに変化が起きる。「倉吉西瓜で大きな被害を受けた倉吉の人達を励まし、地元を盛り上げたい」という声が上がった。平成29(2017)年、ピーク時の販売額越えを目指す「倉吉西瓜16億円達成プロジェクト」が立ち上がった。

地震で家が損壊した農家も多く、「稼がないといけないという危機意識が高まったのではないかと、昨年12月に生産部部会長に就任した宮坂真生さんは振り返る。令和2(2020)年にはプロジェクトを確実に進めるための取り組み指標を示した「倉吉西瓜産地強化・加速化プラン」が県で採択され、行政からの支援も得られるようになる。

プランでは①新規就農者の確保②担い手の育成③優良農地の継承④収益性の向上⑤ブランド力の向上の5点を重点項目とした。

部会を中心に行政、JA鳥取中央などと連携して目標達成を目指した結果、令和4(2022)年には販売額12億円を突破し、令和7(2025)年には最盛期に迫る15億2000万円にまで伸ばした。部会が市場関係者

### 鳥取県倉吉市

鳥取県西部の大山山麓に位置する久米ヶ原台地は火山灰土である黒ボク土壌の肥沃な畑地が形成され、スイカ栽培の中心となっている。大山山麓から流れる清涼な水が豊富で、黒ボク土地帯では畑地かんがい整備されている。また、鳥取県はスイカの生育期間にあたる4月から6月の日照量が多く、交配時期の5月の天候が安定しているため、甘くておいしいスイカが安定的に生産できる。





苗の生育状況を確認する部会員



最新機能を備えた選果機があるスイカ選果場



生産部会も立ち会うスイカの選果



しっかり実が詰まった倉吉西瓜



年からは「産地振興プロジェクト部」として、新規就農からの若手担当者を5人に増員した。

「若手生産者たちは休憩時間などに情報交換や相談を行い、一人でできない作業はお互いに協力し合っている。若手の生産者たちのつながりもいろいろできているようだ」。若手たちにベテラン生産者も刺激を受け、日ごろから技術的な会話を積極的に行うなど、生産部会全体に活気が生まれている。

### 部会全体で高品質維持に注力 信頼感で市場価値を高める

「倉吉のほかに大きなスイカの産地がある。販売量では絶対勝てないし、ブランド力でも勝てない。追いつける部分があるとしたら『品質』だと思って、頑張ってきた」と宮坂さん。部会ではスイカの高い品質を維持するため細かい仕組みが構築されている。

取り扱っているスイカの品種は4種あるが、それぞれ定植が日ごとに決められ、圃場での栽培管理も細か

く決まっている。

一番大事な「交配」は、一玉一玉に統一した印を付け何月何日に交配したかが分かるようになっており、出荷日までの日数を一元管理できる。

また、指導部長と指導部員5人が、常に生産者からの疑問に答えるほか、圃場巡回や定期的な指導会を行っている。

情報通信技術(ICT)を活用した生産者への支援も充実している。プロジェクトの補助金で導入したメーリングシステムは、JA鳥取中央の指導員や職員から生産者全員に対してさまざまな情報を一瞬で伝えられる。栽培管理情報、風や大雨への対策、水やりの指示や病害虫の防除対策など、刻々と変化するリアルタイムでの注意情報や対策が一斉に流され共有される。

部会員のみが見られるYoutubeチャンネルでは、ベテランの生産者が「伸びていくツルの仕立て方」といった栽培のさまざまなノウハウを動画で伝授している。

こうして育ったスイカは、出荷前に選果場で全量検

査が行われる。厳しい基準に合格しないと出荷はできない。

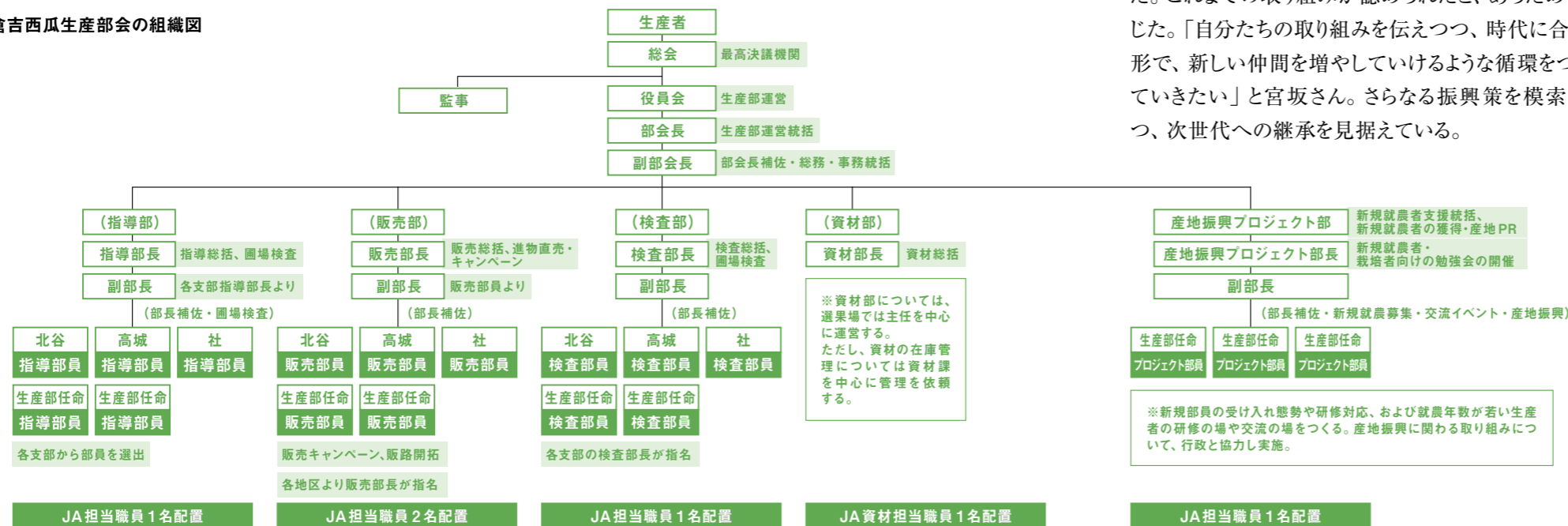
令和6(2024)年には選果機を、最新機能を備えたものに刷新。サイズや秀品、優品といった4つの階級の判定だけではなく、カメラの内部センサーで、糖度や実の熟し具合、スジや空洞がないかなどの品質判定も行う。

ただ、すべてを機械に任せているわけではない。選果機を通す前に検査員が全ての玉を触り、叩き、目で見て判定する作業も必ず行われる。人間と機械による二重チェックとなっている。

こうして一定の高い基準をクリアした倉吉西瓜だけが市場に届くようになっている。ブランドとは「安心感」だと宮坂さんは考える。スーパーでお客さんが苦勞して選ばなくてもこの産地のスイカなら絶対においしいと安心して買えるような力だ。

昨年、東京の市場で宮坂さんは仲卸の人から「倉吉のスイカを日本一として売りたい」という言葉をもらった。これまでの取り組みが認められたと、あらためて感じた。「自分たちの取り組みを伝えつつ、時代に合った形で、新しい仲間を増やしていけるような循環をつくっていきたい」と宮坂さん。さらなる振興策を模索しつつ、次世代への継承を見据えている。

#### 倉吉西瓜生産部会の組織図



※資材部については、選果場では主任を中心に運営する。ただし、資材の在庫管理については資材課を中心に管理を依頼する。

※新規部員の受け入れ態勢や研修対応、および就農年数が若い生産者の研修の場や交流の場をつくる。産地振興に関わる取り組みについて、行政と協力し実施。

※その他：農業改良普及所や市役所農林課などの行政や市場など

### 審査講評

盛田 清秀 委員長

生産者118戸の西瓜部会で、下部組織活動が充実している。特に「産地振興プロジェクト部」は新規就農者の確保、就農・経営支援活動に取り組み、産地衰退期を脱し、成長過程に復帰する上で大きな役割を果たしている。

評価された第1点は、産地再生を成し遂げたことである。30年ほど前に出荷額がピークに達して以降、高齢化によって出荷額が半減、さらに10年前の鳥取県中部地震で大きな被害を受け、産地の継続が危惧されるに至った。それ以降、担い手確保、優良農地継承、収益性の向上、ブランド力向上などを柱とした産地強化プランに取り組み、出荷額はほぼ最盛期にまで回復している。

第2に、産地ブランド力構築のため、完熟堆肥投入やミネラル分補給などの土作り、耐病性・耐暑性に優れた品種導入、大玉生産のための整枝法・栽培法の改良、ICT技術の導入に取り組みとともに、交配日の記録による出荷日の一元的管理を行い、その情報を市場と共有している。この結果、産地評価を高め、高価格販売を実現している。

第3に、県内外に向けたリクルートを実施し、最近の7年で40名の親元就農・新規就農者を確保している。就農後は技術指導だけでなく、新規就農者が担当者となった産地振興プロジェクト部が経営サポートを担当し、経営縮小農家のハウス資材を提供するなど、ニーズに合った営農・生活支援を行っている。この結果、この10年間の定着率は100%となっている。

以上、衰退過程に陥っていた産地が、新規就農者の確保を含めた担い手育成とその定着、栽培管理の高度化、栽培情報の集約と市場との共有によって産地ブランドを確立し、高価格販売を実現していることは高く評価できる。

桃

# 季節外れの冬に届く白い桃 唯一無二のブランド産地に

岡山県総社市

## 吉備路もも出荷組合

組合長 **劔持 雅** さん(右)

前組合長 **板敷 隆史** さん(左)

冬のお歳暮に桃を贈る。「桃の常識」を打ち破る12月出荷で、東京市場のシェア9割をつかんだ吉備路もも出荷組合。一丸となった共選で6～12月の長期出荷・高単価販売を確立し、組合設立から17年で販売高は1.8倍に増加。新規就農者を呼び込んでメンバーの若返りを実現し、若手役員が産地を盛り上げる。

吉備路もも出荷組合のInstagramは右の二次元コードからアクセスできます



大賞

Japan Agriculture Award

### “桃の常識”を覆した半年間のリレー出荷

「冬の桃といえば吉備路」。東京市場で圧倒的な存在感を放つ「冬桃がたり」が、吉備路もも出荷組合(組合員95戸)の代表ブランドだ。組合は、露地栽培で11月から12月という“常識外れ”の出荷時期を実現し、6月からの半年間に及ぶ長期リレー出荷を確立した。

岡山の桃は7、8月に収穫する「白鳳」と「清水白桃」を中心とした夏季ギフトが主流で、8月の盆を過ぎると出荷がひと段落するのが一般的だ。しかし、組合

は労働力の分散と安定的な経営を目指し、早生から極晩生までを組み合わせた戦略的な品種構成への転換に取り組んできた。

組合が展開する「桃がたり」シリーズは、その象徴的な取り組みだ。主力品種が出荷を終えた8月下旬から9月中旬に出荷する桃を「夢桃がたり」、9月中旬から10月上旬の桃を「晴桃がたり」、そして11月中旬から12月にかけて出荷する極晩生の桃を「冬桃がたり」として商標登録し、晩生品種の出荷リレーを構築した。

「冬桃がたり」の存在は、産地の特色を際立たせている。平成19(2007)年に組合のメンバーが導入した「玄桃」と呼ばれる品種は、秋の成熟期間が非常に長い。冷え込みの早い地域では栽培が難しいが、吉備路の温暖な気候を生かすことで高品質な生産が可能になった。

### 11～12月の東京市場でシェア9割

「冬桃がたり」の導入当初は摘蕾、摘果や収穫のタイミング、追熟や出荷方法など不明な点が多かったが、岡山大学や県農業研究所などと協力して技術開発を進め、若手の部会員を中心に成功例が出始める

### 岡山県総社市

岡山県総社市から倉敷市北西部に広がる吉備地域は、瀬戸内海特有の温暖で雨の少ない気候に恵まれた県内有数の農業地帯にある。成熟期の曇雨天を嫌う桃の栽培には理想的な気候と高梁川流域の肥沃な土壌、水はけの良い丘陵地を生かし、明治初期から桃の生産が盛ん。



吉備路もも出荷組合の選果取扱い品種と出荷期間

区分	品種・ブランド	6月			7月			8月			9月			10月			11月			12月		
		上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬
県推奨	はなよめ																					
	さきがけはくとう																					
県推奨	日川白鳳																					
県推奨	加納岩白桃																					
県推奨	白鳳																					
県推奨	清水白桃																					
県推奨	おかやま夢白桃																					
	川中島白桃																					
県推奨	白麗																					
	瀬戸内白桃																					
県推奨	ゴールデンピーチ(黄金桃)																					
	恵白																					
	桃水																					
組合オリジナル	夢桃がたり																					
組合オリジナル	晴桃がたり																					
	《新たな品種》																					
組合オリジナル	冬桃がたり																					

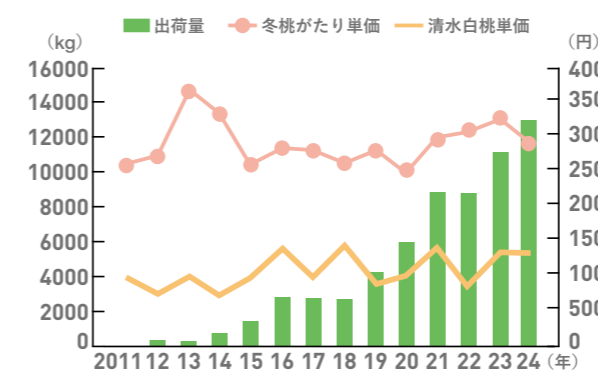
と次第に栽培が広がっていった。令和6(2024)年の栽培者は組合員の半数の約50戸に上る。

現在、「冬桃がたり」は東京、大阪、岡山の市場に出荷され、11、12月の東京中央卸売市場における桃の取扱量の9割以上を占めるまでになった。導入当初から積極的に栽培に取り組んできた前組合長の板敷隆史さん(52)は、「栽培は難しいが、他の桃と比べて3倍近くの単価が取れるのが最大の魅力。着果してから極めてゆっくり成熟するので、労力の分散にもなる」と手応えをつかんでいる。

長期出荷は単に出荷期間を延ばすだけでなく、夏の短期間に集中する収穫、出荷作業の分散につながる。計画的な作業や安定した雇用が可能となり、好循環を生み出している。組合員1戸あたりの平均経営規模は、組合が発足した平成19(2007)年当時の21.5aから令和6(2024)年には29.1aへと拡大しており、経営の規模拡大と安定化に寄与している。

令和6(2024)年の栽培面積は27.6haに達している。同年度の販売金額は約2億5000万円に上り、組合発足当初の約1億4000万円から15年間で79%増を遂げた。

「冬桃がたり」出荷量と単価の推移(「清水白桃」との比較)



### 新規就農者が活躍する風通しの良さ

組合のもう一つの大きな特色は、多様な担い手が活躍できる風通しの良さにある。役員10名のうち8名を若手が占め、その平均年齢は47.6歳と、世代交代が円滑に進んでいる。

就農希望者の受け入れを始めた平成23(2011)年以降、21名が新規就農して組合の中核的な存在として定着しているのも特徴だ。組合長の劔持雅さん(51)は、「ここは小さな産地で、昔から絶対的なリーダーがいまません。お堅い決まり事もないし、みんなが対等に分け隔てなく接する空気が、私自身も含めて心地良いと感じるのでは」と話す。

劔持さんの前任で、組合長を6年間務めた板敷さんも新規参入した一人。平成13(2001)年に兵庫県から移住して就農した。当時は「Iターン」という言葉すらない時代で、「私が就農した後ずっと新規就農がなく、この産地はなくなるのではないかと心配していました」と振り返る。

風向きが変わったのは平成23(2011)年、県からの紹介で組合として初めて県外からの研修生を受け入れたことがきっかけだ。「仲間が欲しかった」という板敷さんが“親方農家”となって受け入れると、翌年から毎年続けて研修生がやってくる循環が生まれた。

その後、組合や県、JAによる栽培指導や研修会など技術面をサポートする取り組みや、空き園地のマッチング、研修圃場での若木育成といった就農後の経営安定を図る支援が拡充していった。近年はベテラン農家だけでなく、新規就農者や若手後継者も研修を受け入れるようになった。

こうした手厚いサポートに加え、新規就農者を引き

もらった恩を若者たちに送りたい。恩を返すとそれで終わってしまう。

組合では輸送試験や海外バイヤーの視察受け入れを積極的に行う中で、令和7(2025)年に香港から産地指定での出荷依頼を受けるなど、国際的な評価が高まっている。「吉備路のもも」を届けるための鮮度保持技術や輸送方法の確立を進めていく。

組合は、若手と女性、後継者と新規参入者といった多様な力を融合させ、組合員の総意による共選と長期出荷リレーを武器に、理想的な産地モデルを築き上げた。中規模産地が「桃の常識」を覆し、地域の農業に活気をもたらし続ける。

## 審査講評

盛田 清秀 委員長

95戸の生産者が農地27.6haで桃を栽培、販売額2億5000万円余りの中規模産地である。新品種の採用、出荷時期の異なる品種の組み合わせで6月中旬から12月中旬まで出荷期間を延長、他産地との競争を回避し、高価格販売を実現している。また小規模生産者や兼業農家が多い中、平成19(2007)年の組合発足以降、定年帰農19人を含む40人の新たな担い手を確保し、若手を中心とした役員体制で産地を運営。平成30(2018)年の西日本豪雨の被害を乗り越え、栽培面積、販売額を伸ばしている。

評価された第1点は、6カ月間の長期出荷体制を組み上げたことである。かつては夏場の白桃出荷に集中していたが、作業分散、長期間の収入確保を目指して晩生種を探索・導入、15ないし16の品種・ブランドによる12月中旬までの出荷体制を構築し、市場評価を確立した。

第2に、6次産業化とブランド化によって産地ブランド確立に努めている。冬場の桃は「冬桃がたり」などのネーミングで高価格での販売を実現しブランド化を図っている。また、規格外品を原料にピューレなどの加工品を開発、地元産直施設での直売、併設のカフェでパフェ類を提供するなど6次産業化に力を入れ、収益化を図っている。

第3に、担い手確保と若手役員主導の産地運営体制の構築である。新規就農者への園地あっせんなどの支援、就農者の経営定着を知った希望者の参入などで新規参入だけでなく定年帰農、親元就農、Uターンなど新たな担い手を順調に確保し、生産者数、栽培面積が令和元(2019)年以降増え続けている。また新たに担い手となった若手が役員となり、現在は組合長を含めて役員の8割を占め、産地活動をリードしている。

以上、多品種栽培による長期出荷、ブランド化や6次産業化への取り組み、産地活性化を牽引する若い生産者による役員体制の構築が評価できる。



丘陵地に広がる桃畑



選果場の様子



夏季剪定講習を受ける組合員

寄せるのが「居心地の良さ」だ。新規就農者から「地元の農家との垣根がなく仲間になれる」「目標となる先輩がいて、ともに産地を盛り上げたい」との声も聞かれる。板敷さんは「就農相談で雑談をしているだけで来てくれるんです。空き園地の当てもないのに『総社に来ちゃいました』と引越してきた人もいて、みんなで慌てて土地を探したこともあります」と笑う。

組合員の2割を占める女性の活躍も目覚ましい。組合では、発足当初から女性を役員に登用するなどして参画を促してきた。平成25(2013)年には若手組合員の妻たちが「インスタ女子部」を発足。InstagramなどのSNSを活用し、女性目線で桃の魅力を発信している。令和3(2021)年には地元ラジオの生中継に出演して「冬桃がたり」をPRするなど、広報活動を担っている。また、繊細な管理技術は県内の品評会で高く評価され、上位入賞の常連となっている。

組合員同士が支え合う団結力も強い。平成30(2018)年の西日本豪雨の災害では、組合員の園地のうち2.4haで樹木の流亡や土砂流入という甚大な被害を受けた。しかし、被災直後から組合員同士がすぐ情報を共有し、手を取り合って復旧作業にあたった。この迅速な活動により、令和3(2021)年には被災前の栽培面積を回復。その後はさらに拡大に転じている。この危機を乗り越えた力こそが、現在の産地を支える精神的な支柱となっている。

### 三つの生産組織の合併で誕生 品質管理を徹底

吉備路もも出荷組合は平成19(2007)年に三つの生産組織が合併して誕生した、比較的新しい組合だ。一元集荷によってロットを拡大して有利販売につなげ、雇用作業員による共選によって生産者の労力軽減を両立させることで、産地の存続を図るのが目的だった。

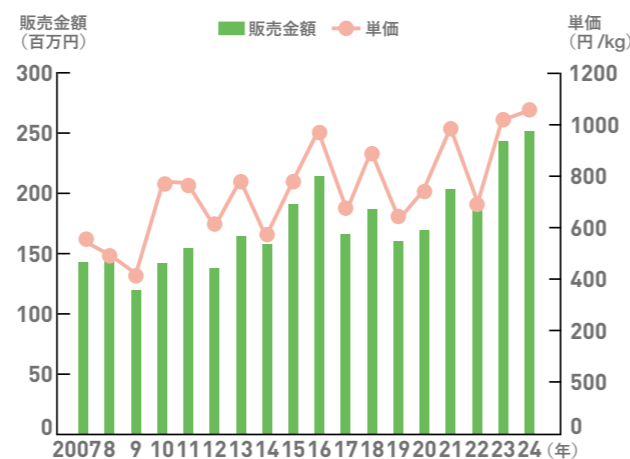
複数の組織が一つになり、個々の生産者の栽培技術と桃の品質の高位平準化を進めるとともに、品質を客

観的に担保する仕組みとして平成23(2011)年に光センサー選果機を導入した。周囲の産地と比べて導入は後発だったが、それまでの目視や経験に頼っていた選果をデータに基づく糖度検査へ切り替え、徹底した品質管理によって市場からの確固たる信頼をつかんだ。

品質の確保とともに力を入れたのが、ブランドと販売力の強化だ。それまでの地元中心だった出荷先を、大消費地である首都圏を狙った出荷に切り替えた。平成25(2013)年からは県内で先駆けて岡山空港からの空輸便を導入し、果実にキャップを付けて鮮度を保って出荷する体制を整えた。地元の市場単価が高騰する中元の時期でも首都圏に継続出荷するルールを遵守し、地元市場よりキロ単価で300~500円高い水準を実現している。

規格外品の活用にも力を入れている。地元の食品加工業者や大手食品メーカーと連携し、低糖度や外観不良の果実をピューレに加工する仕組みを構築した。このピューレを原料としたコラボ商品が販売され、年間を通じて「吉備路もも」の名前が消費者の目に触れる機会を創出している。加工用途が確保されたことでロス不安が軽減され、より意欲的な栽培管理に専念できるようになった。

年次別販売金額の推移



選果前の「冬桃がたり」

成功の背景には、組合員が一丸となった強固な共選体制と販売戦略がある。その根底にあるのが、全員の合意形成を最優先とする組織文化だ。事務局を務めるJA晴れの国岡山吉備路アグリセンターの片岡幹博センター長代理(49)は、「それぞれの思いを話しながらも謙虚に他人の考えを補い合うのが私たちの組合の文化」と説明する。この姿勢こそが、市場から確固たる信頼を得られた理由に他ならない。片岡センター長代理は「組合員の皆さんは本当にまじめ。全量共選出荷を意識してくれています」と誇らしげだ。

### 切れ目のない長期出荷と 海外への拡販

組合は6月から12月までの長期リレー出荷について、さらなる拡充を目指す。現在、出荷の谷間となっている10月に成熟する有望品種の特性調査を進めており、「桃がたり」シリーズを中心に完全に切れ目のない出荷を確立させる計画だ。

海外への輸出拡大にも積極的に取り組む。県内産の桃はJA全農おかやまが平成20(2008)年から香港へ、平成24(2012)年から台湾への輸出に乗り出した。現地の高級スーパーや百貨店などで販売されているが、部会の桃は販促イベントなど単発での輸出にとどまっている。

エノキタケ

ブナシメジ

# エノキタケのシェア全国1位 地域の基幹産業へ成長

長野県中野市

## 中野市農協きのこ部会

部会長 **横田 康明**さん(右)

副部会長 **樋口 和久**さん(左)

農閑期の副業から始まったエノキタケ栽培。昭和32(1957)年より中野市内で試行錯誤しながらの栽培が始まり、のちに液体種菌システムの導入、培養センター施設の共用などにより、品質の安定と生産性の向上に注力し、日本一の産地を築いた。

JA中野市によるきのこの紹介は  
右の二次元コードからもご覧いただけます



特別賞

Japan  
Agriculture  
Award



エノキタケ栽培の様子

た。生産過剰とともに暖冬による鍋需要の減退が響いていた。部会員の経営は厳しくなり、新たな生産対策を迫られるようになった。

同JAは、同部会と特別対策委員会を立ち上げた。このとき、種菌製造期間の短縮と大幅な収量性向上、栽培日数の短縮が期待できる「液体種菌システム」の導入に踏み切った。従来のおが粉、米ぬか主体のおが種菌(固形種菌)からの切り替えは、国内初の試みとして注目された。

同システムはキノコ菌糸を液体培地で培養する。培養期間は20%短縮され、栽培培地1本当たりの種菌生産コストは約80%に削減された。生産量は年間3万tから5万tに増えた。

また、販売対策では国内シェアの高さを生かし、無理に生産して市場価格を下落させない戦略をとった。3~8月の需要減退期はPOSデータ等から需給バランスを推測。部会全体で計画生産を行い、価格調整機能を発揮した。

### 部会員の切磋琢磨が好影響 技術と収量・品質の向上へ

同部会はエノキタケとブナシメジの合計8グループで組織する。エノキタケ栽培は6カ所の培養センター(13棟)を有し、5つのグループが培養センターごとに活動する。品質を一定に保つため、JAと部会が分業して生産に当たる。同JAが種菌の開発を担当し、各培養センターで複数の部会員が栽培用培地を製造する。部会員は資材調達などを気にせず、栽培管理に集中できる。

販売面でも工夫する。基本的に共同計算方式をとっているが、各グループのロット販売は別売り別精算方式としている。直売・直取引は60.2%を占め、量販店30社と相対取引をしている。

「流通コストや実需者確保の観点から部会自ら販路を決める。グループ間で切磋琢磨するため、品質と収量の向上につながる」(横田部会長)。

### 消費拡大へ機能性を訴求 生産意欲高まり部会に結集

同JAはエノキタケの健康機能研究を進め、「血清

おが種菌、液体種菌コスト比較 令和7(2025)年JA中野市価格

種菌種類	価格	接種本数	栽培培地1本あたり 種菌コスト
おが種菌	70円/本	32本(ビン)	2188円/本(ビン)
液体種菌	71000円 400(ℓ)	40000本(ビン)	1775円/本(ビン)

JA中野市エノキタケ流通形態別販売額 (千円)

	令和4(2022)年	令和5(2023)年	令和6(2024)年
加工ほか	156676	177524	175324
直売・直販	6460216	7400047	8287533
市場	3896377	4218804	5296904

脂質改善」「花粉症改善」「抗高血圧」「糖尿病予防」の効果学会やテレビ等で発信していった。平成元(1989)年に日本癌学会で「エノキタケと健康に関する疫学調査」が発表され、大きな反響を呼んだ。令和5(2023)年には、エノキタケ機能性表示食品「えのたんGABA」を発売した。

また、市内の小学生向けには「きのこの食育講座」(年4回)、全国の生協向けには学習会(年6回)を開き、キノコに興味・関心を持ってもらえるよう、大人と子どもの食育活動に取り組んでいる。

こうした広報活動の効果とコロナ禍以降に家庭料理需要が増えたことも相まって、令和4(2022)年からエノキタケ販売単価は上昇に転じた。

「有意な結果は消費者に訴求する。反響があると生産意欲が高まり、部会への結集が強まる」(横田部会長)。食の安全・安心対策にも余念がなく、平成30(2018)年にJGAP、令和4(2022)年にASIAGAPを取得し、取引先から選ばれる産地を目指す。

エノキタケ産地として認知されると、ブランド力が高まり経営も安定した。令和6(2024)年の一戸当たりの販売金額は2億1500万円に達した。後継者も育っており、部会の平均年齢は51.9歳だ。

横田部会長も平成16(2004)年に親元就農した。「部会全員で生産技術の研さん、品質の向上に努めていく」とし、消費者の期待に応える産地づくりを進める。



きのこ部会のメンバー

### JAと一体で産地化を進める 純白エノキタケ開発で生産拡大

中野市農協きのこ部会は83名(エノキタケ生産者62名、ブナシメジ生産者31名)で組織する。令和6年(2024)度のエノキタケ生産量は4万2460t、販売額は137億6088万円に達した。実に国内シェアの35%を占める。

前身の中野市農協えのき茸部会は、中野市農協とともに昭和39(1964)年に発足した。同部会は令和7(2025)年にぶなしめじ部会を統合し、名称を「中野市農協きのこ部会」と改めた。

同部会・部会長の横田康明さん(57)は、「JA中野市と協働で技術や品種の改良を進めてきた。製造工程を分業するなどして産地化に取り組んだ」と語る。

昭和63(1988)年にJA独自の純白系品種「中野JA」を開発すると、市場に支持され生産量は増えていった。純白系の開発は産地の念願であった。元来、エノキタケはクリーム色をしているが、この頃を境にスーパーの売り場は純白系に切り替わった。

### 培養センターを整備 省力化で生産量5万t

中野市内で冷房栽培が導入されたのは昭和40(1965)年のことだ。周年生産が可能となり、エノキタケの生産量は一気に1万tを超えた。

エノキタケ栽培は、もともと各生産者が各自の施設で詰め込みから培養もしていたが、品質がばらつくという問題を抱えていた。同JAは品質の平準化に取り組み、平成5~8(1993~96)年にかけて5カ所の培養センターを建設した。同センターが稼働し始めると品質と生産量が安定し、平成12(2000)年には生産量3万t、販売額100億円を超えた。

しかし、平成15(2003)年以降は価格低迷に陥っ

### 長野県中野市

中野市は長野県北東部に位置する。年平均気温は11.8℃、冬季は-10℃以下まで下がる。降水量は少なく、ブドウや桃、リンゴなどの果樹栽培や菌茸類栽培に適している。JA中野市管内は販売農家の割合が63.6%と高く、農業が地域を支えている。



米

# 最高の農業集団づくり、食料安全保障の確立を目指す

埼玉県加須市

中森農産 株式会社

代表取締役 **中森 剛志** さん

農地ゼロからスタートし、わずか10年足らずで作付面積330haまで拡大した中森農産。集めるのは、後継者のいない農地。集落営農組織から事業継承し、日本の農地の減少を食い止める。取り組みの根底には、「日本の食を守る」という強い使命感がある。

中森農産についての詳細は右の二次元コードからもご覧いただけます



大賞

Japan Agriculture Award

## 意識高い系の大学時代 東日本大震災を機に就農を決意

中森剛志さんが埼玉県加須市で就農したのは平成26(2014)年。26歳のときだった。「日本農業の一番の課題はプレイヤー(農業者)がいないこと。なのに、なぜ自分は解決のために農業を始めないのか」と自問自答を繰り返した末、一大決心をした。

中学生のころから世界の食糧問題に関心のあった中森さんは、東京農業大学に進学した。学ぶ中で、日本農業の課題にも目を向けるようになった。在学中には、中山間地域の農産物を取り扱う青果店や、イタリ

アンレストランを開業した。中森さんは「なんちゃって意識高い系の学生だった」と当時を振り返る。

転機は大学4年生のときに発生した東日本大震災だ。青果店で扱っていた米やジャガイモが売り切れ、食料が手に入らなくなった。一方、訪れた被災地の農村には活気があったことに衝撃を受けた。身近に食料がある大切さを実感した。「地域活性化ってなんかいいよねっていうレベルから、食料安全保障のためにも是が非でもやっていかなくては行けないという決意が変わった」。

### 中森剛志代表取締役のプロフィール

- 平成22(2010)年4月 青果流通業を学生起業
- 平成23(2011)年3月 東京農業大学卒業
- 平成28(2016)年5月 個人事業主として農業経営者となる
- 平成29(2017)年2月 中森農産株式会社設立、代表取締役に就任
- 令和7(2025)年4月 栃木県、島根県、山口県にて事業承継を行い、代表取締役に就任

→ 現在に至る

### 埼玉県加須市

加須市は利根川と荒川に挟まれた低地・沖積平野に位置し、肥沃な土壌と豊富な水資源を生かした稲作が盛んだ。温暖な気候と平坦な地形で米麦の二毛作も広く行われており、東京近郊という立地と交通網の整備により、新鮮な農産物を迅速に出荷できる流通環境にも恵まれている。



中森農産の事務所外観



加須市には基盤整備が進んでいない農地も多い

## わずか10年でメガファームに担い手のいない集落営農を事業継承

平成28(2016)年に農地10haで独立を果たし、平成29(2017)年に法人化した。企業理念には食料安全保障の実現を掲げ、規模拡大を進め、現在では作付面積延べ330haを担うメガファームへと発展を遂げた。米をメインに、麦や大豆、そばを生産する。

急成長を支えたのは、「集約より集積」という独自のアプローチだ。創業初期には、半径10km圏内で農地を積極的に取得。規模が安定した後、半径5km以内への圃場集約を推進し、作業の効率化と、スケールメリットを生かしたコスト削減を両立する。

さらに令和7(2025)年には栃木県・島根県・山口県で後継者のいない集落営農組合や農業法人の農地を引き受け、事業を継承した。子会社化し、社内の若い担い手を所長として送り込む。

中森さんが特に力を入れるのが、中山間地域の中山間地

### 中森農産が掲げる企業理念

#### Mission(使命)

- 農業がもたらす価値を最大化し、人々の食を守り抜く
- 日本農業の生産能力を高め、未来永劫継承する

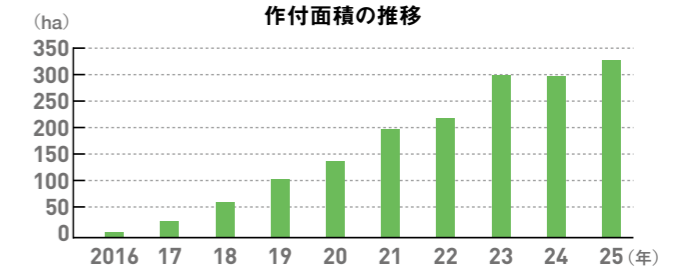
#### Principle(行動方針)

- 1 伝説のチームを作ること  
～世界最高の農業集団となり、伝説を作れ～
- 2 人を大切にすること ～与える人間になれ～
- 3 進化し続けること  
～現状維持は後退だ、可能性を追究しろ～
- 4 毎日が新しい人生のスタートである  
～小さい事にくよくよするな～
- 5 法令を遵守すること ～ルールは守れ～
- 6 農場を改善し続ける ～今、改善しろ～
- 7 安全な食と地域環境に貢献し続ける  
～私達は支えられている、勘違いするな～

### 農業用機械類の所有・利用状況

機械名	台数	能力	年間利用時間	所有
トラクター	12	35～113馬力	13440	個人
コンバイン	5		1600	個人
田植機	5		2400	個人
管理機	3		4320	個人
乾燥機	8		8000	個人
籾摺機	4		6500	個人
色選機	3		6500	個人
フォークリフト	3		1200	個人
トラック	15		27000	個人

### 作付面積の推移



平地を耕す人はいる。自分が担うのは失われていく中山間地。



有機米の田植えの様子

ろに全国から問い合わせが来るようになった。目指すは、全国で行き場を失う農地10万haを2050年までに、新たな担い手として継承し、守り抜くことだ。

### 全国屈指の人材確保力 鍵は若者に未来示すマネジメントポリシー

中森さんの10万ha構想に欠かせないのが、人材育成とスマート化だ。

地域の担い手として積極的に若い世代を採用し、そのほとんどが他業種から転職してきた農業未経験の20~30代だ。求人への応募数が年平均50人と、全国屈指の人材確保力を誇る。その秘訣は、待遇やキャリアプラン、人事評価制度などのマネジメントポリシーを明確に示すことにある。「あなたの頑張りで、ここまで目指せるというビジョンを示さなければ、人は来ない」と中森さんは断言する。

中森農産では中堅企業の平均賃金を基準に給与テーブルを設定する。初任給は23万円。マネージャーやオペレーターといった複数のコースを設け、自



作業の効率化と省力化のため、自動運転機能を備えたトラクターを導入

動昇給の要件も示すことで、社員は習得すべきスキルが明確になり、10年後の給与も見通せる。

中森さんがマネジメントポリシーにこだわるのは、自身の経験が基になっている。中森さん自身も、就農を思い立ってから、実際に就農するまでに3年かかった。「異性との出会いがなくなり、給料は激減、もしかしたら破産して、人生が崩壊するかもという恐怖から始められなかった。意外にも人並みに悩んでいた」と思い起こす。

だからこそ若者たちが農業に二の足を踏む気持ちに共感し、キャリアビジョンの提示を重視する。将来的には社員の年収1000万円を目指している。

### 独自AIを開発 誰もが収益性の高い農業を再現できる仕組みに

経験のない若者が農作業で成果を上げるためには、どうすればよいか。

無人でも作業できる「ロボットトラクター」や「ロボットコンバイン」、ドローンを導入し、省力化や低コスト化



中森農産は30代の従業員が多い

を実現。社内SNS (LINE WORKS)や進捗管理ツールも導入し、効率化も推進する。

さらには、独自のAIシステム「Travis(農業生産総合デジタルツイン)」を開発し、実装する。圃場情報やオペレーションデータ、経営管理データ、気象データといった膨大なビッグデータを解析し、より収益性の高い生産計画を自動立案するシステムだ。

例えば育苗管理では、ハウスのセンサーからリアルタイムの温湿度情報を取得し、Travisが社内SNSを通じてオペレーターへ適時作業指示を自動で発出する。水管理でも同様に、各圃場への注水タイミングをTravisが判断し、Googleマップと連携して現場スタッフを圃場まで案内する。これまで熟練者の「勘と経験」に依拠していた判断を、データに基づいた意思決定へと転換している。

「人にはどうしても得意不得意がある。でもシステムを活用し、できないことを補うことで、誰がやってもちゃんとこの畑で収益が上げられる。再現性のある農業にできる」と中森さんは強調する。意欲ある若手とAIをセットにして、マネージャーとして地方に送り出すことが狙いだ。

### 首都圏から地方に若者送る 加須市が人材供給のハブに

「埼玉県加須市が人材供給のハブになる。ここは農業者を育てる教育機関」と中森さんは語る。毎年、地方から首都圏に転出してくる若者10万人を「捕まえ」て、地方に“送り返す”のに最適の場所だと考え、就農場所として選んだ。

加須市は東京都心から電車で約1時間。農業に興味を持った若者が都内から気軽に訪れることができ、試用期間中にも通える距離感だ。家賃相場も都心より安く、移り住むハードルが低い。

農地は平地ながら、基盤整備が進んでいない点にも着目した。一筆一筆が小さく、農道も狭い。「ここで農地を集めて、収益性の高い農業ができれば、中山間地域でも生かせる」と、教育センターとしてのメリットと捉えた。

経営理念に掲げる「世界最高の農業集団」を、加須市に集う若者たちとつづっていく。

### 環境配慮型農業も推進 国際競争力のある次世代モデルに

規模の拡大と並行して、収益性の高い有機農業へのシフトも積極的に進めている。耕作面積のうち50haを有機JAS認証取得可能な有機的管理手法に転換。オーガニック米として高単価での販売を実現する。併せてソーラーシェアリングも実施し、環境配慮型農

業を進める。

さらに販売面では、海外市場へ展開していきたい考えだ。食品メーカー向けの業務用米を主力とするBtoB(企業間取引)、ノベルティー需要などを通じてBtoBtoCに海外市場を加え、国際競争力のある「次世代の日本型水田農業モデル」を確立していく。

「自分がおじいちゃんになった時に、孫から『何で日本の農業を守ってくれなかったんだ』と泣きつかれるような未来ではいけない」と中森さん。食料安全保障の重要性が高まるのを見据えた今、その使命感を軸に、日本の農業と食の未来へつなげる現場づくりへ挑戦を続ける。

## 審査講評

盛田 清秀 委員長

役員を含む30人余りの社員で米、麦、大豆、そばを主作物に330haの農地を耕作。将来的に10万ha規模の経営体を目指し、わが国の食料安全保障に貢献するというミッションを掲げる。AIを用いたシミュレーションを基に精密な経営計画を作成し、収益安定化と独自の経営成長モデルの構築に挑戦している。

評価された第1点は、高齢化が進んだ水田農業において有数の大規模経営を成立させ、さらに新たな手法により飛躍の規模拡大を展望し実践している。特に経営規模拡大手法が独創的で、高齢化等で担い手不在に陥った全国各地の農業法人への出資で傘下に収め、各地域で農地の引き受け手として経営成長を図っている。各傘下法人による適正規模での最適生産を実現し、グループ全体の経営効率と持続性を確保しようとする、新たな規模拡大モデルである。

第2は、社員の処遇に意を用いている。グループ全体で規模拡大を図る場合、傘下法人の生産性向上、経営の成長と持続性確保が不可欠であり、その条件は傘下法人の自立的運営を担う人材確保と育成である。それには適正な処遇が必要であり、職種別俸給表に基づくポストに見合った処遇を明示している。

第3は、AIを用いた数万年分の営農シミュレーションを基に精密な営農計画を作成し、経営計画手法に革新をもたらす、経営の持続性を高めようとしている。

第4は、ソーラーシェアリングなど環境保全型農業に取り組みつつ、収益安定にもつなげている。また大規模営農にふさわしいIT技術の導入にも積極的である。

以上、すでにわが国有数の大規模土地利用型経営であり、将来は国の食料安全保障に貢献できるほどの規模拡大を目指す壮大な構想を持っている。またそれを実現するための経営成長モデル、経営計画策定手法を準備している。食料安全保障をミッションに掲げ、新たな経営成長モデルを実践に移していることが評価された。

アイガモ

# デザイナーから農家に転身 「世界一のカモ肉」目指す

山形県新庄市

株式会社 加藤商事

代表取締役 **加藤 貴也** さん

地元のそばに合う食材探しをきっかけに、カモの飼育を始めた。独学で飼育法を学び加工・販売まで手掛け、「世界一のカモ肉をつくる」のが目標だ。デザイナーだった前職の経験を生かし、SNSを駆使した情報発信、加工品開発、農福連携など多彩な取り組みで「最上鴨」ブランドを育て、地域農業と国産カモ肉の可能性を切り開く。

加藤商事についての詳細は右の  
二次元コードからもご覧いただけます



特別賞

Japan  
Agriculture  
Award

## 帰郷し一念発起 独学で飼育法を学ぶ挑戦

加藤貴也さん(44)は、東京のIT企業で冊子やウェブサイトのデザインを手掛けていたが、多忙さから28歳で帰郷した。

「地元のそばに合う食材を作れないか」――。実家が米とそばを栽培する加藤さんは、実家のそばを扱う取引先からの一言をきっかけにカモ肉に着目、国内でも数少ない飼育と販売に踏み出した。

もともと挑戦心が旺盛な性格。周囲には米作りでアイガモ農法をする生産者はいたが、肉を目的に飼育

する人はいなかった。洋書を取り寄せるなどして独学で飼育法を学んだ。

飼育を始めたのは平成27(2015)年、ビニールハウスで200羽からのスタートだった。品種は卵の供給が安定しているチェリパレー種。1、2年目は順調だったが、キツネやタヌキ、テン、ネズミなどに狙われるようになった。飼育舎の日々の巡回が欠かせなくなって負担が増し、大雨や雪による浸水なども重なり、ウインドウレス飼育へ移行した。

令和6(2024)年時点で、1万8000羽を飼育し、年間約3万羽を出荷する。照度や空調はカモの成長に合わせて細かく管理。ひなにはラジオを聞かせ、人に慣れるよう工夫している。

## 品質にこだわり SNS駆使して販売促進

カモのふんは堆肥にして畑に還元する。実家で栽培するそばのそば殻も敷料として再利用する。また、飼料の米を地域農家から購入するなど資源循環を実現している。規模よりも品質を重視。国内のカモ肉の8割が輸入品とされる中、品質から海外産に挑む。

品質向上へ最もこだわるのが「腸を育てる」ことだ。



加藤さんとカモ



カモ肉を加工する施設

飼料にもみ米、もみ殻、黒こうじ、ミネラル、カキ殻などを加えて腸内細菌を活性化。さらに、ひなのうちからもみ米を与え、丈夫な胃をつくる工夫をしている。飼料はカモの成長に合わせてもみ米の割合を増やす。最終的に50%まで高めることで脂の色や味が良くなるという。飼育期間は75~90日で、1羽ずつ重さを見ながら出荷時期を判断する。これにより、野生味が強い海外産とは異なる、きめ細かくてやわらかい肉と甘くて軽やかな脂のカモ肉を生産できる。

出荷割合は精肉が95%、加工品5%ほど。カモ肉の販売高は令和4(2022)年度7500万円、令和5(2023)年度8000万円、令和6(2024)年度9000万円と年々増えている。

加工品はコンフィやみそ漬けなどを製造する。今後、加工品の割合を10~20%へ引き上げる考えで、鴨ラーメンや油そば、パストラミやテリーヌなど新商品の展開も視野に入れる。熟成肉にも着目し、国内では希少な熟成カモ肉の生産を始めている。熟成によるやわらかさとうまみに手応えを感じ、ブレンドする専用の塩も開発した。

カモ肉は赤身が多く栄養価が高い。不飽和脂肪酸が多く含まれ健康食としても注目される。ロースト、コンフィ、鴨南蛮、鴨しゃぶなど料理の幅も広く、加藤さんは「需要が伸びる余地は大きい」と期待する。

マーケティングも自身で行っている。写真や動画撮影用の機材一式をそろえ、撮影ブースや食器も用意。いつでも制作・発信できる体制を整えている。SNSは

カモ肉は「最上鴨」の  
ブランド名で販売

インスタグラムを軸に週1回更新。ショート動画を重視し商品説明だけでなく、農場の日常や加工品の開発過程も届けている。フォロワーは約1万人。30~50代が主な購買層だが、将来を見据え若い世代の関心も狙う。売れ行きが伸びる年末年始に、効果的に情報発信している。販路は東京や

福岡の飲食店約100社と契約。イベント出展も積極的に行い、最近はおそばを提供して好評を得た。

## 農福連携も推進 楽しく働ける会社づくり

地域発の新たなブランドとして育てる考えで、ブランド名に地域名を冠した「最上鴨」としたのもその表れだ。地域一体でのブランド化を目指す。今ではふるさと納税の返礼品としても活用され、地域振興にも寄与する。JR新庄駅でそば店「かもん」も出店し、そばとカモ肉の文化継承にも力を入れる。「地理的表示(GI)保護制度取得も目指したい」と意気込む。令和7(2025)年からは「山形県ふれあいパートナーシップ企業」として農福連携も推進する。パッケージへのシール貼りや桐箱の制作を福祉事業所へ依頼しており、今後も連携を深める考えだ。

加藤さんは日頃から新たな加工品作りのヒントをすぐに試し、アイデアと行動力で会社を引っ張る。一方で「大きな賭けになるような挑戦はしない。トライ&エラーを繰り返して、小さな成功を積み重ねていくのがモットー。これまでたくさんの失敗もしてきた」と振り返る。

加藤さんと共に、飼育からと畜、加工、販売、そば店運営まで、15人の従業員が働く。加工施設は食品工場を居抜きで購入して整備した。1200平方メートルの建物にと畜から処理、加工までの設備を備える。事務所にはミニシアターやトレーニングルームを設置し、従業員や家族がくつろげるようにした。AIの活用も進めており、日々の管理での疑問点を入力してアドバイスを得ている。まだ試行段階だが、従業員が同じ水準で管理できる体制づくりを図る。従業員やその家族が気軽に利用でき、「楽しく働ける会社」を目指す。

今回の受賞を「これまでの挑戦が間違っていなかった証。従業員に感謝している」と喜ぶ。今後も若い世代にもカモ肉の魅力を届け、地域と国産カモ肉の振興に力を注ぐ。

## 山形県新庄市

山形県の北東部に位置する新庄市は、最上地方の中心都市。奥羽山脈と出羽山地の山々に囲まれた新庄盆地にあり、南西部には最上川が流れる。年平均気温は約13℃、冬季は積雪が多く、豊富な水資源を生かした稲作が盛んな土地。人口は約3万2000人で、農家人口(販売農家)は約4300人。



山形県

# 第55回 日本農業賞の受賞者

## 個別経営の部

大賞 新潟県新潟市  
農事組合法人  
濁川生産組合



大賞 福井県福井市  
株式会社  
農園たや



大賞 鹿児島県志布志市  
合同会社  
さかもと



特別賞 神奈川県横須賀市  
有限会社  
岩崎ファーム



優秀賞

群馬県伊勢崎市  
株式会社 国太郎  
(小松菜)

石川県白山市  
有限会社 河内農村振興公社  
(水稲、大豆、加工品、飲食)

奈良県山添村  
株式会社 大和園  
(茶)

長崎県平戸市  
前川 耕市  
(イチゴ、アスパラガス、ブドウ、水稲)

## 集団組織の部

大賞 岐阜県高山市  
飛騨蔬菜出荷組合



大賞 鳥取県倉吉市  
倉吉西瓜生産部会



大賞 岡山県総社市  
吉備路もも出荷組合



特別賞 長野県中野市  
中野市農協  
きのこ部会



優秀賞

山梨県南アルプス市  
南アルプス市農業協同組合果実部会柿専門委員会  
(柿)

愛媛県今治市  
松尾坊ちゃん倶楽部  
(柑橘)

## 特別部門 食の未来賞

大賞 埼玉県加須市  
中森農産  
株式会社



特別賞 山形県新庄市  
株式会社  
加藤商事



### 第55回 日本農業賞 審査委員

※役職は、プレス発表時点(令和8年1月26日時点)

「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)  
柴田 道夫(東京大学 名誉教授)  
白岩 立彦(京都大学 名誉教授)  
菅谷 純子(筑波大学 生命環境系 教授)  
納口 るり子(筑波大学 名誉教授)

原 珠里(東京農業大学 国際食料情報学部 国際食農科学科 教授)  
松田 二子(東京大学大学院 農学生命科学研究科 教授)  
宮田 智(日本生活協同組合連合会 執行役員 ブランド戦略本部長)  
永野 博孝(日本放送協会 解説委員室 解説委員)  
相沢 孝義(日本放送協会 コンテンツ制作局 第2制作センター ライフ 部長)  
杉山 隆之(全国農業協同組合中央会 農政部 部長)

「特別部門 食の未来賞」  
中央審査会委員

委員長 盛田 清秀(元東北大学 教授)  
倉石 真理(マイナビ農業 編集長)  
和田 明日香(料理家、食育インストラクター)

佐藤 庸介(日本放送協会 報道局経済部副部長 兼 解説委員)  
相沢 孝義(日本放送協会 コンテンツ制作局 第2制作センター ライフ 部長)  
元広 菜穂子(全国農業協同組合中央会 広報部 部長)

