

# 利子助成対象者の投資と目標達成状況（6次産業化の取組み）

（平成23年度農山漁村振興緊急対策利子助成金等交付事業）

平成23年8月 農林水産長期金融協会

## 1. 目的

利子助成事業が農業の経営改善等に果たす役割や効果を明らかにするため評価・分析を実施している。その一環として個別、具体的な事業効果の事例を把握するため、特色ある利子助成対象者の投資と達成状況を調査した。

## 2. 調査事項

平成19年度に利子助成対象者となった中から調査対象者を選定し、経営の特徴や経営者の経営戦略を踏まえつつ、利子助成の対象となった制度資金を活用し、どのように経営を発展させてきたかをまとめた。

今年度は、特に6次産業化等の多様な経営への取組みに焦点を当てた。また、農業経営でのインターネットの活用、東北東日本大震災の影響と対応についても調査した。

6次産業化では、『農山漁村は有形無形の豊富な資源が存在する宝の山、様々な地域資源を活用して、儲かる農林水産業を実現し、農山漁村の雇用確保と所得向上を目指す』とされているが（農林水産省）本報告書では、生産・加工・販売のみならず、人材、景観、伝統文化等の地域資源を活かした取組みを紹介する。

農業経営でのインターネット活用も進んでおり、当協会が実施した調査ではホームページを開設している法人経営は3割もあり、調査対象農家が、販売等の面でどのようにインターネットを活用しているか紹介する。

## 3. 現地調査先

経営形態	調査対象者	経営内容、6次産業化の特徴	資金	頁
個人経営	群馬県みどり市 あざみ農園	ミニトマトの水耕栽培、加工品 自家店舗による直接販売	農業近代 化資金	2
個人経営	岩手県盛岡市 りんご工房きただ	りんご、コメの特別栽培、りんご加工品 伝統文化も生かした農業体験宿泊	L資金	7
法人経営	熊本県菊陽町 大自然ファーム	ニンジン、熱帯作物（マンゴ - 等） パッケージ包装による付加価値の増大	L資金	12
法人経営	熊本県南阿蘇村 木之内農園	イチゴなどの観光農園、各種加工品 農業人材育成、生命総合産業	L資金	17
法人経営	岩手県盛岡市 岩手ファーム	たまご、加工品、（飼料米利用） 地域産業としての雇用創出	L資金	23
参考資料：利子助成対象者の農業経営でのインターネットの活用状況				28

## あざみ農園（ミニトマトの水耕栽培、直売所での直接販売）

（調査日：平成 23 年 6 月 9 日）

群馬県みどり市笠懸町西鹿田 431

### 農家の特徴

1．群馬県みどり市は、わたらせ渓谷のトロッコ電車の発着駅である大間々駅がある、栃木県堺の内陸部に位置する。野菜中心の農業地帯であるが、近郊の消費地は桐生市と伊勢崎市で必ずしも大きくなく、ほとんどが東京へ出荷される。

2．あざみ農園は、このような環境の中で、直接、消費者に提供しようと試みるミニトマトの水耕栽培農家である。

あざみ農園はミニトマトを栽培する個人経営農家であるが、父親の阿左美和雄氏は周囲の農家同様、施設で土耕栽培し、JAに出荷している。長男の阿左美昌良氏は施設で水耕栽培し、その半分程度を自前の直売所で販売し、残りをJAに出荷している。

ここで取り上げるのは、利子助成対象となった水耕栽培と直販の取り組みである。

3．あざみ農園のコンセプトは『自ら生産し、自ら販売する、消費者に最も近い生産者』でありたい。

特に力を入れているのは、朝摘みミニトマトや加工されたジュース、ジャムを庭先にある直売所で販売する6次産業化である。顔の見える農産物として対話や試食を行うことで、客と生産者がお互いの理解の上で買っていただくことを基本に経営展開している。

消費者が納得できる、安全で「おいしい」ミニトマトを生産するために取り組んでいることは、

味の濃いトマトを生産するために、地下水と独自に配合した肥料、きめ細かな灌水・栽培管理

甘さとウマミのために、完熟収穫の徹底

新鮮さのために、朝摘みのとれたてを提供

安全性のために、通常年1～2作のところを年3作にし、栽培サイクルを短くすることで病害虫リスクを下げ低農薬にする

環境保全のために、培養液を循環させることと更新頻度を少なくすることで肥料をハウス外に極力出さない

「おいしい」ミニトマトの生産には努力と工夫を怠らない、これがあざみ農園の生命線である。

4．幸い、口コミで味の良さの評判は定着してきたが、水耕栽培されたトマトを直売所で完売できるまでには至っていない。直売所での完売と更なる規模拡大につなげることが現在の目標である。

口コミ以外に地域の多くの人に知ってもらいたい、食べてもらいたい、更に全国の多くの人に「おいしさ」を届けたいためホームページを立ち上げているが、インターネットで「おいしさ」を伝えられないのがもどかしいとのこと。

#### 農家の概要

経営内容： ミニトマト施設 90 a

内訳 水耕栽培： 40 a（年3作）

土耕栽培： 促成長期 30 a、抑制長期 20 a

従業員： 家族4人、パート午前のみ11人

経営内容： ミニトマト、ミニトマトジュース・ジャムの生産販売

生産量は施設での土耕、水耕栽培が半々。直売所で販売されるのは水耕栽培されたミニトマトのみ（水耕栽培売上の半分に当たる）

#### 利子助成対象の投資とねらいと達成状況

1. 後継者である昌良氏が就農するに当たり、これまで父親が土耕栽培していた施設の一部を水耕栽培施設に切り替えた。

平成19年：農業近代化資金の無利子化措置を活用し、20 aの施設を水耕栽培化するために1000万円を投資

平成20年：農業近代化資金の無利子化措置を活用し、需要に合わせ、更に20 aの施設を水耕栽培化するために860万円を投資

2. 水耕栽培の開始とともに、付加価値をつけるためジュース、ジャムの加工、販売単価の安定と品質に見合った価格で販売するための直売所経営を始める。

#### 経営発展過程と問題点の解決策

1. 経営発展過程

S47年 就農時は、多品目の露地野菜経営

52年 施設野菜導入（大玉トマト、ホウレンソウ）

64年 中玉トマトの周年栽培（ミニトマトに移行するため1年実験）

H2年 ミニトマト施設導入 高収入を上げるため

19年 長男が後継者として就農、20 aを水耕栽培化

水耕栽培ミニトマト販売用の直売所開設

20年 水耕栽培を20 a追加、

ハウスの賃貸で抑制栽培導入

## 2. 経営上の問題点と解決策

ア 直売所での販売価格は、開店当時（平成 19 年）のキロ単位 900 円は変えていない。

当初、直売所 = 安いという消費者感覚から高いと言われたこともあったが、試食や対話を通じ「おいしさ」に対する客の理解が得られ、定着した。

また季節や天候により甘みが異なることもあるが、対話で理解してもらっている。みどり市周辺は日本で最も高温を記録する地域にあり、食味の低下は夏季の高温によることが最も大きく、循環扇の導入、今年からは赤外線反射資材と細霧による冷房を導入し対処している。トマトも人間と同じで気温の高低差が必要で、ただ暑いのは疲れて糖度を増すことができないそうだ。

イ 施設栽培に不可欠な重油、資材価格、肥料の高騰など資材価格の高騰には苦慮しており、経費節減のために、1社に限らず、多くの会社の比較で安価なところから購入している。農家の最も不得意なところであるが、直販にチャレンジする姿勢がここでも現れている。

## 3. 東北東日本大震災との関連

周囲には瓦が落ちた家もあるが、物的には被害はなかった。しかし、購買力が低下しており、農産物の市場価格が低迷しているのには苦慮している。

また、計画停電で水循環装置が止まるため、エンジンポンプを購入した。

福島県で放射能汚染された地域の農業対策を聞いたところ、汚染されていない水が十分に安価で確保できれば水耕栽培は有効であるとのこと。

## インターネットの活用

### 1. HP を開設した理由・動機

自ら生産し、販売するためには、直売所を知ってもらうことが最も重要であるため。

また、直売所に来るのは比較的若い客が少ないため、インターネットを通じて客層を拡大するのも目標の1つであった。遠方の方が買いやすいようにインターネットでの販売も取り入れた。

### 2. HP の管理、効果、問題点

自己管理で、レンタルサーバーを利用している。

効果としては、HP を見て来る客も多く、営業時間や所在地のPR, 確認に役立っているが（電話での対応は大変）インターネットでの販売は今のところ少ない。

インターネット販売の一番の問題点は、生産者の生きた顔が見えず、また味を伝えることや試食ができないことである。これを解決するには直売所に足を運んでもらい、時間をかけて理解、評価してもらうしかないが、HP は直売所のPR に貢献していると評価している。

直売所で注文し、贈答品を送る客は多く、結婚式の引き出物として利用した客もいるが、全国規模にはいたらず、将来の課題である。

### 経営者の特徴

1. 後継者の昌良氏は、千葉大学で養液栽培（水耕栽培）を学び、1年間愛知県で研修した後、水耕栽培に取り組んだ。父親とは就農時から別の栽培方法を採用し、今なお栽培方法の改善に力を入れている。

消費者目線に立ったオリジナル品種を栽培することが目標である。

夢は大きく、全国に採れたてのトマトを提供するため、各地域に適正規模の農園と直売所を併設することである。

2. 当面の目標は、昌良氏がいなくても、変わらずに高品質なトマトの生産ができる栽培のマニュアル化である。

確かに、農業は個人の能力に依存する一方で、休日や視察する余裕もなければ本人が目指すオリジナリティを醸成することもできないであろうし、夢である各地に農場を設置するためには最低限必要な要件なのであろう。

### 今後の経営方針と課題

1. 今後の経営方針

ア 農業の面白い点は自分の考え次第で、多くのことが実行実現できること。

市場価格は安定せず、安定しても低価格であり、また、市場任せは経営を他人に任せ、責任は自分で取ることと同じであると考えている。全量引き取ってくれるという大きなメリットもあることは十分承知しているが。

イ これからの農業は、高齢化、デフレ、輸入の増加などで、大きな転換点に入って行くと考えている。これを乗り越えていくには、

自分で生産した、高品質なものの価格を自分で決めるか、

経営規模を拡大し薄利多売を行うかの2つの方法しかないと考えている。

一番良いのは両方できることだが難しいので、を選択し、『お客の要望に応え信頼を得ることを一番の喜びとし、その信頼を大きくする中で規模を拡大する』を経営の基本としている。

ウ 今後の経営方針としては、技術向上・効率化、農作業の改善、販売活動の強化拡大、財務管理・経営合理化・低コスト化、商品開発・差別化・ブランド化を上げている。

年間通じて「おいしい」と納得し喜んでもらえるよう、季節、天候による味、品質の低下、ばらつきを抑えることに取り組んでいる。

## 2. 調査員の感想

ア 昌良氏が直面した問題は、「直売所は安い」というイメージが定着していることであるが、確かに、これは直売所全体のためにも農家のためにも良いことではない。

流通時間の短縮、流通コストの削減で「安い、新鮮」は当てはまることが多いが、これに「おいしい」とか「安全」が加わるかどうかであろう。

味、品質を比較しての評価が大切で、美味しいものにするため時間と手間をかけているのなら（商品の差別化）、その価格差は妥当なものであり、食の安全、安心もその価値を評価するのであれば、それなりのコストを支払っても満足できるのと同じかと思われる。

イ あざみ農園のコンセプトは『消費者に最も近い生産者でありたい』であるが、生産者が消費者に品質や安全性について直接責任を持つということでもある。このため、『試食や対話』を重視することは最も普遍的で、確実な方法なのであろう。

『生産者の生きた顔が見える』は、生産物を保証する最たる「トレーサビリティ」であろうし、直売所での対面販売でしかできないことかもしれない。対話しながら買い物する楽しみもある。

その重責を担うのが、直売所で内助ならぬ外交を担当する奥様、HPにでてくる「さくらさん」である。

ウ 高速道路料金の割引で遠方にドライブしていた方も、それぞれ身近な所で、良いもの、美味しい物を発見し、「地産地消」を楽しむ良い機会かと思う。

駅から乗車したタクシーの運転手が、あざみ農園のミニトマトは美味しい、毎週3袋買いに行くと言っていたが、確かに美味しい。

群馬県みどり市の近郊の方は、あざみ農園の直売所で、地元の野菜の「おいしさ」を知ることができるかと思う。

それぞれの地域で、完熟した栄養豊富な、採れたて野菜の「甘さ」、「おいしさ」を発見、確認して下さい。

「にったみどり農協」のご協力に感謝します。

## 蔵のある果樹園 りんご工房きただ（リンゴ栽培、農業体験宿泊）

（調査日：平成23年7月6日）

岩手県盛岡市黒川 13 - 14

### 農家の特徴

1. 東北の短い夏は祭りで熱くなるが、盛岡の夏はさんさ踊りで熱い。  
8月1日から8月4日までのパレードには幼稚園から企業まで多くの市民が参加し、楽しむ。その準備のため、河原や公園で太鼓を先頭に練習する新人さんが多く見られる。  
りんご工房きただの北田晴男氏も45年間踊り続け、黒川さんさ踊りの保存会「黒川参差踊連中 副会長」として熱くなる1人である。黒川さんさは伝統さんさの1つで、岩手県指定無形民俗文化財になっているが、踊り方が少し違うのだそうだ。  
さんさの魅力は、さんさ、さんさの掛け声で輪になって踊ることから、誰でもレギュラーになれることだそうだ。太鼓、笛、踊りと役割も多く、それぞれ踊り方も違うことから難しいことも熱くなる一因とのこと。
2. 黒川さんさは、以前、日本民族舞踊研究会が東京で8年間、延べ6百人に講習したことで、全国にその愛好家が育ち、北田さんらは全国各地で指導している。愛好家たちは、勉強を兼ねて盛岡を訪れた際、北田さん宅に泊まり、夜遅くまで歓談することが多くなり、同居する親への気遣いから、空いていた蔵に泊めるようになった。その後、HPでのリンゴやコメの販売を通して知り合った客が農作業に訪れるようになり、蔵に泊まってリンゴ農家を体験するようになった。
3. 「きただ」のコンセプトは、リンゴとコメの特別栽培にこだわり、加工、観光を視野に入れた6次産業化であり、家族経営協定で決めた、家族にサラリーマン並みの賃金を払うことができる収益をあげることが目標である。  
盛岡市黒川は盛岡市の南端の山沿いにある、盛岡りんごの産地である。盛岡市は本州の県庁所在地で一番寒く、寒暖差が大きいため糖度の高い、甘味の強いリンゴができる。「きただ」では、雪が少ない利点を生かし、霜の降りるまで収穫せず、蜜入りを増すことで甘味の強いリンゴにしている。さらに、蜜入りセンサーで蜜入り度をチェック。中でも、「葉取らずサンふじ」は葉を摘まないで、味と蜜入りを最優先させたリンゴである。
4. 北田氏の肩書の1つに岩手県農業農村指導士がある。農業農村指導士は「農産物の生産を始め、1次産品を活用した加工・販売やグリーンツーリズム等に意欲的に取り組んでいる優れた農業者」が認定されるが、北田氏は農業、地域文化、グリーンツーリズムの融合した観光型の農業スタイルにチャレンジしている。  
「きただ」の家族経営協定には、「人の集まる農業、若者が憧れる農業」の実現が書かれているが、北田氏の農業観は『ゆかい、ゆたか、ゆとりの3Y農業』である。
5. パートナーの富士子さんの農業観は『農業は地球を救う』。震災後、北田夫妻が講師にな

った家族経営協定セミナーで、「今回の大震災後、私たちの生活の中で最も大事なものはぜいたくな生活でもなく、便利な生活でもないということを実感しました。多くの世界中の人々は被災した東北の人々の冷静さや助け合う姿に驚きエールを送ってくれました。岩手は食料自給率が100%以上の実績があるからこそ譲り合い助け合うことができたのではないかと思います。」

確かに、都道府県別食料自給率（平成20年度カロリーベース、農林水産省資料）では、100%以上が北海道、秋田県、山形県、青森県、佐賀県、岩手県の6道県しかなく、多くが東北であり、宮城県、福島県も80%前後で高い。

#### 農家の概要

経営規模： リンゴ280a、水田122a

家族労働： 家族4人、研修生1人

経営内容： 特別栽培リンゴ、コメ、リンゴ加工品（リンゴワイン、ジュース、ジャム、）  
農業体験宿泊

#### 利子助成対象の投資とねらいと達成状況

1. リンゴ栽培では農薬散布が最も重要な作業なため、適期に、効果的に防除ができるスピードスプレーヤー（農薬散布機）が必要となった。

H19：スーパーL資金510万円でキャビン付きスピードスプレーヤーを購入

2. それまで、防除は地域で行ってきたが、自分の適期に、効果的に防除ができるようになったため、半農薬の特別栽培が可能になった。

また、全身に農薬を浴びるため暑くても合羽を着て農薬散布していたが、キャビン付なので農薬を浴びることがなくなった。

息子が農業をやる気になった効果もある

#### 経営発展過程と問題点の解決策

1. 経営発展過程

H05：北田氏就農（それまでは盛岡タイムスの記者） リンゴ120a、水田150a

11：富士子氏就農（それまではNTTのマルチメディア担当）

農業体験型グリーンツーリズムを開始

19：長男就農

2. 経営上の問題点と解決策

ア リンゴは次年度分の新芽が8月にでき、当年のリンゴと同時進行して育つが、昨年の猛暑の影響で、今年はサンふじで5割、全体では6割程度しか収穫用の果実がついていない。



1 個しかならない木もあるなど、30 年来の不作が懸念され、何より大きな問題である。

イ 収穫期が短く多忙を極め、搬送作業と直接買いに来る客との対応が重なり、商品の説明、対応が十分できない。農作業場と家中の連絡方法、販売方法の改善が必要で、家族の協議事項になりそうである。

### 3 . 東北東日本大震災との関連

内陸部であったため、断水と停電が 3 日ほど続き、ガソリン等の生活物資の調達に 2 週間ほど要したそうである。震災後、リンゴ、コメの出荷ができず、また、4 月の体験農園への参加者は全くいなかった。

## インターネットの活用

### 1 . HP を開設した理由

富士子さんは HP , インターネットを推進する事業を担当していたこともあり、農業経営にインターネットが入っていないことへの不満、コミュニケーションツールとしてもっと活用すべきとの考えを持っていたので、退職時に自家経営用 HP を作り、更新してきた。

### 2 . HP の管理、効果、問題点

某社のプライベートホームページに登録し、自分で作った HP を流すことで、通信費程度で済んでいる。

効果としては、インターネットはいつでもアクセスでき、深く良く知ることができることから、農業を多くの人に知ってもらうのに最適で、長期的に活用しうる PR 手段として有効であると考えている。現在は主婦が使うことは少ないが、今後普及する、長い目で見ると必要があると期待している。

## 農業体験型グリーンツーリズム

1 . 平成 11 年、富士子さんの就農時に HP での販売を始め、リンゴやコメの栽培状況や農薬の使用について消費者に知らせてきた。注文を受けた客には農業体験を呼びかけ、農作業を手伝いに来る人も増えてきた。

平成 15 年には築 120 年の蔵を改造し、体験型農園として充実させた。一緒に、農作業し、食事を作り農家の生活を体験して下さいというのがセールスポイントである。

2 . 日本人ばかりでなく、アメリカ、スリランカ、韓国、ロシア、オーストリア、ハンガリーなどの国の人も日本のリンゴ農家を体験したそうで、この人たちが災害時にメールで「メールを送ってくれた」。

3 . 今年、平泉が世界遺産に登録され、国内外の注目を集められるようになったが、盛岡の農家にも来て、リンゴ農家を体験してほしいというのが現在の目標である。

将来、旅行会社の商品にしたいと希望を膨らませる。泊まって、農業体験して、ゆっくり

りしてもらい、リンゴの注文をもらえたら最高だ。後継者の夢は、現在 20 種類のリンゴを栽培しているが、将来は他国のリンゴの木を植え、「世界のりんご園」にすることである。

多くの地域で農業後継者が育たないといわれるが、中小農家でも足腰強くして食べていければ農家も元気になれると言う。

### 経営者の特徴

1. 新聞記者とマルチメディア担当の経験を生かし、年に 2 回、カラー写真入りの『りんご便り』を発行し、グリーンツーリズムでの交流、さんさ踊りなどの地域文化、季節の移り変わりなど、リンゴの話とともに地域で起きた出来事を発信している。最新号は、東北東日本大震災を取り上げている。

2. 北田氏は、盛岡市農業委員、盛岡市家族経営協定協議会会長、盛岡ブランド推進委員も務めている。

盛岡市家族経営協定協議会のセミナーで、平成 17 年に夫婦、息子、娘で締結した家族経営協定の内容を説明している。経営主本人は主に農作業全般、企画・渉外で食事の片付けも入るそうだが、奥様は主に農産物加工、記帳・税申告、家事、インターネット、グリーンツーリズム、産直で 6 次化相当分を担当している。特徴的なところは

ア 視野を広めるため、2 年に 1 度海外研修、イタリア、クロアチアに行った。次はドイツを予定している。

イ グリーンツーリズムを直接来て買ってもらい、付加価値をつける一手段と位置付ける。

ウ 目標設定し、効率的に実施し、安定経営ができ、人が集まり、ゆかい・ゆたか・ゆとりの 3 Y 農業を実現する。

3. 農業の面白いことは、自分でやればやっただけ、工夫を凝らせば凝らしただけ成果が上がる。会社勤めでは会社の方針、システムであきらめることもあるが、個人農家は家族の同意があれば自分で決めたことができる。そのためには家族でよく話し合うことが大切と考えている。リンゴ栽培は収穫期には多忙を極めるそうだが、それ以外は、雨が降れば、自然が作物を育ててくれると割り切り、リフレッシュできることが良いところである。多くは、温泉でゆったり、戦略を練るそうだ。

難しい点はやはり自然には勝てない、台風が来ればリンゴは落ちるし、花が遅いと玉が小さい。特に、今年は 30 年来の不作で心配だ。

### 今後の経営方針と課題

1. 今後の経営方針

ア 経営の基本方針はリンゴとコメのオンリーワンである。そのためには

・特別栽培：化学農薬と化学肥料を地域基準の半分以下に抑える有機栽培のことで、手間と

時間が掛かる上、収穫量も落ちるが安全と美味しさを優先している。

頑固に守り、特別栽培はリンゴが9年目、コメが11年目になる。

- ・「蜜入りりんご」：寒暖差が大きいので糖度の高い、甘味が強いリンゴができるが、雪が少ない利点を生かし、通常11月に入ってすぐに収穫するところを11月15日から収穫し、蜜を入れることで更に甘味の強いリンゴにしている。寒ジメのハウレンソウと同じで、霜が3度降りると蜜が入るそうである。
- ・「葉取らずりんご」：リンゴは葉を取ると色づきは良くなるが、仮死状態になり甘みが増さない。葉取らずリンゴは葉を取らずに栄養状態を保った上で熟させるが、日当たりを確保するためリンゴを半分ほど回転させつつ栽培する手間のかかったリンゴのことである。「葉取らずサンふじ」は葉を摘まないで、味と蜜入りを最優先させている。
- ・蜜入りセンサーで蜜入り度をチェック：10年前から導入し、ふじと北斗は蜜入り状態を厳しくチェックしている。

イ 今後は、販売活動の強化拡大、商品開発・差別化・ブランド化、加工部門・観光事業の拡大など、6次産業化を図るための付加部分を一層充実することとしている。

『リンゴとコメの特別栽培による差別化を図るため安全と環境保存型農業のこだわりをきちんと示し、この点をお客にアピールし、リンゴを買ってもらいたい、果樹園を見に来てもらいたい』ための条件整備である。

## 2. 調査員の感想

ア 「きただ」の取り組みは、単に生産、加工、販売の農業経営的側面に限らず、伝統文化（さんさ踊り）を含めた、有形無形の地域資源を活用した6次産業化である。市町村や農業生産法人が民芸コーナー、産直コーナー、体験型コーナー、宿泊施設のいくつかを複合的に運営するところがあるが、これを個人農家が取り組んでいることの新鮮さがある。個人農家の「農村の総合的な6次産業化」とも言えそうで、規模は小さくとも夢を乗せたチャレンジである。

取り組みを見れば、『ゆかい、ゆたか、ゆとりの3Y農業』が理解できる。豊かな交流ができる厚みのある人間になるよう努力しているとのことである。

イ リンゴは蜜入りがしっかりできて、味では負けないがセールスポイントであるが、蜜が入ったリンゴを知らずに、腐っていると勘違いされる方がまだいるそうで残念がっていた。パンフレットで「蜜入りりんご」の生産方法等を説明しているそうである。

ウ 蔵は築120年の年代物で、大きく、保存状態もよい立派なものである。今ではこの地区に1つしかないため、「蔵のある果樹園」としたそうである。

目印は、しゃれた看板であるが若干小さく、前の道路が少し曲がっているため、気付かず通り過ぎてしまった。訪問する際は、スピードを落とし、安全運転に心掛け、山側の農家の看板と蔵に注目して下さい。

「岩手中央農協」のご協力に感謝します。

## 有限会社 大自然ファーム（ニンジン、熱帯果樹：マンゴー）

（調査日：平成 23 年 6 月 23 日）

熊本県菊池郡菊陽町原水 6034

### 法人の特徴

1．熊本県菊池郡菊陽町は、熊本市から阿蘇に向かう途中にある農業地帯であるが、熊本市の水源として「水田湛水推進協定」を結ぶ良質な水の豊富なところでもある。

菊池郡一帯は、阿蘇の火山灰土、黒ボクの良質土壌で、1 m 掘っても石が出ないといわれ、深耕ができるため根菜の栽培が盛んな地域である。菊陽町ではニンジン（フルーツニンジン）が特産物になっており、菊陽町のマスコットキャラクターはニンジンをモチーフにした「キャロッピー」で、今年からキャロット焼酎も販売されているニンジンの特産地である。

2．大自然ファームの基本戦略は、『熊本県は大農業県であり、農業県は地産地消を超えて生産している。このため、消費地へ出荷することになるのだが、当然他県産とも競合する。そこでシェアを獲得しなければ生き残る術はない。』である。

大自然ファームは、ニンジン農家でありながら、熱帯果樹のマンゴー、バナナ、ライチにも取り組む、ちょっとユニークな農業法人であり、阿蘇の観光に南国の色を添える。

3．大自然ファームのコンセプトは、有機物循環農法に基づいた土づくりに重点を置き、品種の選択、施肥量、生育日数など栽培に関するデータを分析・実践し、「養分、食味」にこだわり、安心、安全でかつ健康に寄与するものを生産することである。

『いかに誠実に作物と向き合うか』である。

このため、有機物循環農法に基づき、ソイルクリーン（センチュウ抑制効果と多量の有機物が同時に得られるギニアグラス）をニンジン収穫後（夏季）に栽培し、残留肥料を吸収させ、大量の緑肥を鋤き込むことで、微生物に必要なエサ（有機物）と酸素を供給し、土壌改善している。無駄な肥料をなくし、十分な緑肥・有機質を入れたことで、新たな栽培時には計算された量の化学肥料と卵の殻を投入する、このようにして生産されたのが大自然ファームの甘い、食味の良いニンジンである。

4．もう一つの特徴は、販売先と出荷方法である。販売先は市場外流通が大半で、出荷の半数以上がパッケージ包装され出荷される。契約出荷しているのは関西、中四国、北陸の生協や福岡市のデパート、スーパー等であり、生協の指定産地になっている。

包装出荷については、販売店を見学したところパック状態が悪く、荷痛みがみられたのでパックしたニンジンの納品を提案、以来、充実させてきた。

パッケージ包装で鮮度の保持を図り、また付加価値をつけることができるようになった。

6次産業化の基礎的な整備が完了し、経営の拡充強化に取り組んでいるところである。

## 法人の概要

大自然ファームはニンジンのみの単作経営である。(注：施設園芸はグループ会社が経営)

経営規模： ニンジン 26ha (資本金 300 万円)

従業員： 15 人、12 人専従、3 人パート、  
うち、農業実習生 6 人

経営内容： ニンジンの生産、販売

## 利子助成対象の投資とねらいと達成状況

1. 補助事業を受けられることとなり、栽培から出荷までの作業効率を見直し、生産体制を複合的に整備することとした。無利子化資金で負担の少ない計画的な投資ができた。

平成 19 年：スーパー L 資金 38 百万円で選果場、冷蔵庫、ニンジン洗浄機、トラクターを整備

2. 冷蔵装置の拡大で梅雨時期の品質劣化する前の収穫、貯蔵が可能となり、新型ニンジン洗浄機の導入で作業員、水道代の軽減が図られ、選果場の拡大、選果ラインの見直しで処理量が増大し、安定した計画出荷ができるようになった。

当面必要な大型投資ができたので、返済期間の 15 年はこの稼働能力内で生産拡大することを考えている。加工部門等の新たな投資は将来の問題として考えている。

## 経営発展過程と問題点の解決策

1. 経営発展過程

S44 年：タバコ農家であったが、就農とともに酪農を始める。

H7 年：酪農から完全に撤退し、ニンジンの本格的栽培に転換

10 年：有機物循環農法とマンゴアの栽培を始める

13 年：法人化

17 年：長男、後継者として就農

熱帯果樹と施設野菜生産を切り離し、グループ会社「アップステアー」設立

2. 経営上の問題点と解決策

ア シーズン契約で、出荷期間である 12 月～6 月までの間、取引できるのが基本。

5 月中旬からは緑肥栽培、休耕。

7 ヶ月間の連続出荷であるため、気候・気象の変動、滋養分の変動などに考慮しての栽培管理、出荷数量の確保が最重要課題である。特に、今期は冬場の寒波と 1 月から 5 月までの少雨で生育に支障をきたすほどの影響がでた。

イ 『正当な単価で正当な取引』が基本方針。

生産、出荷を行うに当たり、当然コスト、利益、将来への体力が必要となり、まずこれが確保されなければ経営は継続できない。

取引である以上、相互利益をお互いに考えないと続かない。できるだけ先方の要望を聞き、栽培に反映し出荷計画を作成する。これを持って最終小売業者と商談し取引の合意となる。

更に消費者の利益も考えている。これには代価以上の価値をおいている。

『安全・安心』は当然で、『おいしい・甘い』などの食味改善、養分量の確保による健康への寄与などを栽培に反映させ、消費者の次回の購買意欲を確保する。

近年は消費者との交流を行い、消費の動向（サイズ、グラムなど各県で特徴がある）などを確認し、栽培出荷に反映させている。

バトンタッチのような一方通行な線での取引から、全体の利益を考える円での取引に変更することによって、長期的な安定取引が可能になると考えている。

### 3．東北東日本大震災の影響

出荷に関する影響はなかったが、パッケージ資材、1 way コンテナ、梱包などの資材に遅れや入手困難などの影響があった。

肥料がなにより重要であるが、使用している肥料の成分である魚かすが東北より入らなくなり、8月播種用の肥料確保に苦労した。

## インターネットの活用

### 1．HPを開設した理由、動機

会社案内のための開設で、メールアドレスの取得も目的だった。インターネットの普及でFAX中心であったやり取りがペーパーレスに変わってきたことも背景にある。

HPの内容は有機物循環農法の紹介、栽培工程や選果などを手軽に知ってもらうための情報発信で、日々の小さな変化はブログで紹介している。

### 2．HPの管理、効果、問題点

管理は自分たちで行っており、ブログもみんな考えて作っている。

情報発信としては効果があり、商談や視察などでこられる方もHPを見てくるので、スムーズに進めることができる。また、ブログは意外と小売店の店員さんが見ており、取り扱っている商品がどういう所で栽培されたかなどの確認・利用もされているようだ。

インターネット販売は、専用人員の配置や代金回収などメリットよりデメリットの方が大きく、少数品目を自社で行うには負担が大きいと考えている。また、インターネット販売されている取引先がいるので、無理に競合する必要もない。

## 経営者の特徴

1．後継者が考えていることは、農家は一番小さな文化であり、地域、家の知識、伝統、宗教など代々受け継がれてきたが、受け継ぐだけでは発展はない。社会は刻一刻と変化している。求められるものも変わり、時代の流れに乗らなければ取り残される。受け継いだものを土台に変化・発展の努力が大切だと言う。

2．父である前社長は、元々はタバコ農家であったが、毎日収入がある方が良くとかんがえて酪農を選択した。しかし、牛肉自由化により取引価格の下落、乳製品需要の低下など経営環境が厳しくなり、このまま続けるより畑作への転換が経営的にはプラスとかんがえ、種々の作物を経て、管理が少なく収穫期間の長いニンジンを選択し、大農家に成長させた。

また、マンゴー、バナナなどにも取り組んだ農業人である。

3．後継者は、学校卒業後熊本県庁に勤務しており、週末に帰宅援農していたが、農業経営の魅力、将来性を感じ農業専業となった。

大学では経営、流通を学び、会社経営には活用できるが、栽培など技術面の知識に関してはゼロからのスタートであった。しかし、それが全て不利に働くのではなく、マッサラで知らない分農業の固定概念がなく、別の視点から栽培を見直すことができたところもあるとのことである。

父との違いは親方と社長という表現が一番近いのではないかと言う。父は現場で率先して作業し、全体を引っ張ってきた。しかし、会社の成長に伴い、栽培面の拡大、従業員の増加、販売環境の変化など、現場だけでなく事務量も増加してきた。常に現場にいることは難しくなっており、各現場に責任者を置き、作業を遂行させることが必要になってきている。他産業では当たり前のことを少しずつ取り入れ、時代の流れ、求められているに対応したいと言う。

4．人間は食べていかなければならないので、食料を生産している強みは非常にある。その食料を栽培、ゼロから生産・収穫し、消費者の方から「おいしかった、まだ食べたい」と言ってもらえるのは喜びの1つだし、農業の魅力である。

それだけではなく、自営業であるため、自分の収入を決めることもできる。増やしたければ、規模拡大か品質を向上させて価格アップを図り、売り上げを拡大し利益を得ることも可能ではある。努力できる箇所も多いのも経営の魅力であると言う。

難しい点は天候、データを見て長期的に推定し対応はしているが、人間の手ではどうしようもないところがある。

できれば先の明るい産業にしたい。時間と家庭の両立も大切であり、収穫時期には3時起きして働くこともあるが、休耕期には長期間休暇がとれるので有意義に生かすのもこれからの目標である。

## 今後の経営方針と課題

### 1. 今後の経営方針

ア 当面は平成 19 年の投資で整備した施設の稼働能力を最大限生かし生産拡大する。現在のテーマは利益率の改善である。コスト、人件費、償却費の吟味、作業内容の確認・見直しなど、なすべきことが多くある。例えば、昨年 100 万円の作業機械への投資で人力作業分の人件費 30~50 万円のコストカットができ、2、3 年で元が取れる計算になる。

必要な投資と過剰な投資を見極め、計画的な投資計画を作成することとしている。今年の問題は来年に残さない、問題点があることは伸び代があること、反省し、改善することが大切とのこと。

イ 各作業の責任者には、コスト意識を持たせるようにしている。作業員全体の合計時給、例えば 10 分ではどれくらいになるのかを意識させ、準備から作業開始までのロスなどを把握させることも指導している。

ウ 今後売上げを増やすためには、収穫量の増加、秀品率の向上、コスト削減による利益率のアップが必要になり、播種後には発芽率、発芽揃い、栽培管理面では雑草、害虫、病気の対策が必要になるが、そのための圃場準備を計画的にやることが経営改善だとしている。

### 2. 調査員の感想

ア 経営を発展させるためには、日々経営改善に努めることが必要であるが、微細にわたり注意しなければならないことも多く、やりがいもあるが大変でもある。訪問した日は長雨の後の高温の日であった。高温下では熱中症が心配だが、中国からの実習生は寝る時間を削って夜遅くまで、インターネットでの母国サイトの閲覧、テレビ、電話をしており、その子達の健康管理が難しいと心配していた。気分が悪くなれば、当然、病院に連れて行かなければならない。

イ 法人化したのが、経営面でも家族経営的な側面が強いと感じられた。

筆者には、父の相談役が現場で生産を指導し、母の社長が人事を見、後継者の専務取締役が経営を管理し、グループ会社は長女が運営するなど、家族全員で奮闘していると感じられた。その分、まだまだ発展する余地もやることも夢も多いのかもしれない。

ウ 事務所に母の社長が父の相談役の言葉を揮毫した色紙がある。努力、実行、夢をそれぞれの色紙の真ん中に大書した、形のとれた 3 枚の色紙である。大農園に育てた夫婦合作の後継者たちへの思いがある。

どうにかなると思うのは甘えである、**努力**しない限り成功しないのが常である

よく聞いて考えてやってみること、**実行**しなければ喜びは勝ちえない

人は夢があるから努力する、**夢**なき者に進歩なし、子らよ夢を失わず



## 有限会社 木之内農園（イチゴなどの観光農園、農業人材育成）

（調査日：平成 23 年 6 月 24 日）

熊本県阿蘇郡南阿蘇村立野 203 - 1

### 法人の特徴

1．熊本県阿蘇郡南阿蘇村は、阿蘇山の南側、白川の原水池のある農業と観光が中心の風光明媚なところである。南阿蘇村は人口が 1 万人以上あるにもかかわらず、『村』であり、カルデラ特有の急斜面の草地と底に広がる田園風景、切り立った河川の美しさで、日本有数の観光地となっている。

木之内農園のある立野は熊本市側の入り口に当たり、交通的に恵まれたところである。熊本から大分に抜ける豊肥本線は阿蘇の標高差のある外輪を通過するため（立野駅にはスイッチバックがある）ゆったりと走る観光鉄道のような。

2．交通の要衝として、観光地として恵まれた環境にあり、観光農園は当然生まれたと思われるが、偶然で、かつ木之内均氏がゼロから開いた道でもある。

牛肉自由化、減反で農業苦境の中、地元農協が補助金なしのハウス事業を始めたものの導入する者がいないため、農協からハウスを導入するなら農業者にしてやると言われ（当時は農業台帳に登録されて農産物が販売でき、農地を所有できた）2 反栽培。しかし、一人では収穫が間に合わず、困り果てた時思い出したのが小学生時代の久能山のいちご狩り遠足で、農場脇の国道にいちご狩りの看板を出したところ、結構、寄る客もいて、その後口コミでウナギのぼりに増えた。手間もいらずに売ることができ、客に喜んでもらったのが観光農業の始まりとのこと。

その後、イチゴ栽培したい者にはノウハウを教え、栽培農家を増やし、阿蘇のイチゴを定着させた。

3．木之内農園のもう 1 つの特徴は、農業の人づくり。農業外の、農業が好きな人に農業の門を開き農業人を育成しつつ、農業のファンづくりをしている。

木之内氏は神奈川県のサラリーマン家庭で育ったが、阿蘇の立野に開設された九州東海大学農学部 1 期生である。農業を始めようとしたが誰も相手にしてくれぬ中、学生時代に手伝っていた農家だけが好意で土地を貸してくれたため現在の立野で農業を始めた。このことが、非農業者に農業の門戸を開くきっかけとなった。

4．木之内農園のコンセプトは、『ゼロからの出発』であるが、話を聞くとわかる。

木之内農園の基本方針は、『土づくり、作物づくり、人つくる = 農業の基本は土づくり、健康な土は生命力溢れる作物を育て、安全な作物は健やかな人を育てます。農業は人づくりに貢献します。』

5．木之内氏の憂いは、農村では昼間に若者がいないため農業法人への地域の要求が高まっ

ていくこと。例えば、地元の消防団はウイークデイの昼間の出勤となると、役場とJAと木之内農園の若手職員が中心になるなど農業法人の地域活動が増える一方で、しかも多くの地域から諸々の地域貢献（奉仕活動）が要求されるようになると、農業が産業として発展できるかと不安になる。若手の農業経営がつぶれては仕様がいないのではないかと、大切なのは地域振興と産業振興のバランスのとれた発展ではないかと憂う。

しかも、自分が就農した時期は4Hクラブが村ごとにあったが、現在、息子の時代には阿蘇郡に1つで20人ほどしかいない、地域力もなくなっていると言う。

#### 法人の概要

経営規模： 施設部門3.5ha（うちハウス3ha）、稲作部門4.3ha、露地野菜9ha

（資本金650万円） このほか共同経営園芸農場『花の海』16ha

従業員： 社員10人、常勤パート2名

経営内容： 観光農園（イチゴ、ブドウ、農業体験、カブト虫狩り）、

加工品（イチゴ、トマト、もち等の加工）、農業生産

#### 利子助成対象の投資とねらいと達成状況

1．自作地が2ha弱しかなかったため、農地を取得し、規模拡大を図る。

H19年：スーパーL資金15百万円で約7haの農地を取得。

2．施設イチゴや露地野菜（キャベツ、スイートコーン）の生産拡大ができ、就業機会の拡大に貢献した。

#### 経営発展過程と問題点の解決策

1．経営発展過程

S60：熊本県件南阿蘇村で借地、農業を始める。

62：農業者として認められ、翌年メロンの施設栽培を開始

H1：研修生の受け入れ開始、観光いちご狩り園を開始

5：農業新規参入研修者の本格的受入れ

6：ジャム、菓子など農産加工品の販売開始

9：法人化（社長：木之内均）

11：環境保全型農業への取り組み

12：福祉農園への取り組み

15：大型農場「花の海」共同設立

研修制度を分離し、NPO法人『阿蘇エコファーマーズセンター』設立

20：役員改選（会長：木之内均、社長：村上進）

この間、日本農業賞優秀賞等を受賞。いちごワイン「夢みるひまわり」、芋焼酎「阿蘇の魂」を九州東海大学と共同開発。

## 2．経営上の問題点と解決策

ア 昔、阿蘇のカルデラに溜まった雨は立野口で決壊し、現在、白川だけが立野口から熊本市に注ぐが、その決壊した狭小なところを白川と国道が通り、水と人の道になっている。木之内農園は白川と国道の間にある。交通の便、景観は良いが、狭小地のため、周辺での農地拡大が困難で、農地の集約ができない、手足を切られている状態で作業効率が悪いのが最大の悩みである。このため、遠隔地に経営用地を求めざるを得ない。

イ 従業員に給与を上げてやりたいが、現在の農業では右肩上がりに給料を上げていくことができない。収入増を図るため、回転力のある加工等、6次産業化に取り組んできた。みんな、誰でも6次化、6次化と言うが、2、3次のプロがない農業の中でどうやって6次化ができるのか、そんな簡単なことではないよ、全体のバランスを取ることが非常に難しいと言う。

ウ 農業の大型化は必ずしも有利ではない、大きくすれば合理化はできるが、非合理的なものも増える。干拓地や限界集落のようなまとまった土地のある所に、工業団地のような考え方で農業入植団地を作るのが理想だとのこと。

立野では農地の拡大、研修生の就農先を確保することが困難なため、人材育成や6次産業化で志を同じくする船方農場と連携し、平成15年、山口県埴生(ハブ)干拓地に大型農場「花の海」を共同設立した。16haに野菜・花等の苗物・ミニバラ・イチゴ等の施設を作り、生産、加工、販売を行う。

懸案であった研修生の就業先としても活用でき、干拓地であるため地域活動も少なく、産業としての農業生産活動に打ち込めることがメリットだそうだ。

## 3．東北東日本大震災との関連

震災の影響から観光目当ての外国旅行客が3割程度に落ち込み、回復していない、阿蘇全体の観光産業に大きな影響がでている。

以前日本人が海外に出ると大量にお土産を買い込むのと同じで、特に台湾や香港の客は日本人観光客の倍以上お土産を買うのでありがたい客であったとのこと。

なお、6月までの高速道路料金の割引措置は、来客の6割が福岡であるため福岡からの客が増えたが、これからの影響はわからないとのこと(熊本3割、その他1割)。

## 人材育成事業

1．木之内農園の社員全員が非農家出身である。多くの農家は非農家の人に門戸を開いていないが、木之内農園は誰でも受け入れているので結果として非農家の人に来やすいのではないかとのこと。

木之内氏が不思議に思っているのは、農業高校を出ても農業の資格を取れないこと（農業委員会が認めて農地を持つことができるようになる。最近は理解できるようになったとのこと）。もっと開かれていてもよいのではないかと、来る人は来る、帰る人は帰ると。食糧生産、日本農業、環境のためと言う人が意外と早く去り、自然や動物が好きで楽しいと思って仕事をしている人が残る、生活する上では農業はきびしいと言う。

2．国の審議会で見聞発表をした時、産業界代表委員に補助金を受けていても産業界では自ら後継者を作っているが、農業界は自分で後継者を育成しないと批判され、確かにその通りと思い人材育成に本格的に取り組み始めた。この時、農業代表者間の交流もできた。

平成 15 年、NPO 法人「阿蘇エコファーマーズセンター」を設立することになるが、これまでに 500 人以上が新規就農研修に参加し、1～2 年の研修後、77 人が就農し、41 名が独立している。この制度の独自性と思われるのは 2 点と思われる。

1 つは、卒業後に仮独立制度があること：新規就農者はまだ信用がなく農地を貸す者がいないため、木之内農園が代わりに農地を借りてあげ、実績を積み就農の道が開けるようにする。

木之内氏の歩んだ道である。

2 つ目は、熊本県内の多種の会員農家と連携し、多様な研修を可能としていること

更に、就職就農希望の研修生には、山口県の「花の海」を就職先として活用している。

3．このほか、賛助会員制度があり。農業体験コース、農業塾、海外研修、セミナー等に参加できる事業を実施し、「農業のファン」づくり、「エコファーマーサポーター」づくりをしている。

## インターネットの活用

1．HP を開設した理由

農場を紹介するため

2．HP の管理、効果、問題点

HP は従業員が余裕のある時作成している、サーバー代のみ。

HP の効果としては、以前、HP のコピーを持ってきた者には割引する企画をしたところ、2 割程度持参してきたので効果はあることがわかった。インターネットを見て観光地に来る客は意外と多いと実感したそうである。

来客の 6 割は福岡の都市住民だそうだが、阿蘇への観光客が減らないのは、単身者や赴任家族が多いことが理由の 1 つで、観光農業に関する限り、テレビや観光雑誌、インターネットの影響は大きいのではないかと推測される。

## 経営者の特徴

1. 木之内氏の小学生からの夢は農場主、近くの農家を手伝っていた。

喘息であったこともあり、中学時代から生協運動に興味を持ち、講演会に参加し、生協活動家にも知られるところとなり、後年、農業を始めると販売先として生協等を紹介してくれた。

熊本阿蘇にできた九州東海大学農学部の1期生。卒業後ブラジルへ、移民も進められたが1年半で帰国、この経験も現在アジアでの農業活動に生かされているという。

2. 冒頭で書いたように、帰国後、農業を始めようにも場所がなく、九州東海大学時代に手伝っていた農家が土地を貸してくれ、大学がある立野で農業を始めることになるが、大学とも幾多の共同研究をするなど、地縁も生かしている。

施設園芸を始めることで農業者に資格があることを知り、晴れて農業者になり、収穫しきれないことで観光いちご狩り園を開始するきっかけをつかむが、小学校の経験が生かされている。

3. 日本農業は内向き過ぎる、農業は世界中どこにでもある、日本の農業技術は高く、アジアの中で日本型農業を普及すればよいのではないかと、技術水準が違うだけで日本の優秀な農業技術は世界中に役立つ、外に出て農業をしても良いのではないと言う。

ブラジルに1年半いた経験を生かし、民間会社のアドバイザー等として中国には年3、4回出かけるなど海外事業にも係わっている。

海外での農業の技術協力は学者や研究者だけでは理想論になりがちで地元の人に受け入れられにくい。具体的に実践に落とせる現場経験や知識を持つ人が間に入り、協力することが大切と考え、手広く経験を生かそうとしている。

## 今後の経営方針と課題

1. 今後の経営方針

ア 今後の経営方針として、技術向上・効率化・農作業改善、販売活動の強化拡大、観光事業の拡充を上げている。

農業が産業として生きていくためには、いかに末端ユーザー（消費者）に近いところで結びつくかが大切、生産物の価値+ をどうやって作るかと言う。観光農業を本格的に導入したのは利益につながるからで、生産のみでは生きていけないからだ。九州のような遠隔地は関東とは違い流通コストが大きな課題である。

イ これからは6次産業から次代の生命総合産業を目指している。文化、福祉、教育は人が生きていく上で必要なもの、このことは日本、各地域で特徴があり現地ならではの活動ができ、これらと一体となった新しい生命総合産業として農業を考え、文化、福祉、教育との係わり合いを地域産業として捉えることが必要だ。福祉、教育分野で農業の持つ機能を

生かそうとする動きはあるが、ボランティアとしてではなく、地域産業にならなければ農業の継続性はないと言うのが持論であり、今後の戦略である。

## 2. 調査員の感想

ア 木之内氏の話のなかに、これからの農業の方向性、考えるべきことがあるかもしれないと感じた。

農業振興は地域振興と産業振興のバランスが大切と言う、地域にある文化、福祉、教育との係わり合いを地域産業、生命総合産業として捉えることが必要とも言う。など

イ 中学生の時、農業が好きで、生協活動にも興味を持ち、有吉佐和子の「複合汚染」を愛読していた。面白いことは、農業は変化が激しい、毎年新しい苦労があることと言う。そのまま成長し、直面した困難、経験全てを今の農業に生かしている。

ゼロから始めた「農業が好きな実践者」である。

ウ もう1つ付け加えておいた方がいいのは、農業、加工販売も軌道に乗り始めた平成7年、癌で下あごを切除し、再発の不安の中、農場を法人化し、研修生の育成に取り組んだ、不屈の人であることだ。

エ 木之内氏の人生訓は社訓である。

**地球的視野に立ち一粒の種をまく 仕事にほれ仕事を楽しもう  
危機はチャンス 人並みなら人並み、人並みはずれな外れん  
右手に夢を左手にそろばんを持って**

### 法人の特徴

1．岩手県盛岡市玉山区は大都市盛岡市というイメージとは程遠く、旧玉山村と言った方がふさわしい。日本百名山の1つ岩手山の裾野にあり、岩手ファームの展望台からは岩手山全様が望め、西洋風の事務所は山荘ホテルを思わせ、美しい景観にさわやかな風、避暑地にいる気分になれる。この恵まれた環境を卵の生産に生かそうとしている。

卵は物価の優等生である。これは、生産者にとっては経営上大きな負担であり、生き抜くために大変な企業努力がいる。高付加価値をつけるか、コスト削減を図るかである。

2．岩手ファームのコンセプトは『豊かな大自然から生まれるたまご』、『基本をきちんと守っています。だからたまごの品質は負けません。』

第1の特徴は、北東北の冷涼な気候と広大な土地を生かし、高品質の卵の生産にこだわっていること。鶏は体温が高く、羽毛があるため夏の暑さより冬の寒さへの対応が容易である。卵の生産には夏冷涼な方が適している。

土地が広いので、1ケージ2羽飼いを基本とし、ストレスのない、エサ効率の良い飼育ができるため、低コストで品質の良い卵を生産できる。通常の1羽飼いはケージを作るのに費用が掛かり、多数飼いで同時にエサを食べられない鶏ができ、食ベムラにより品質に影響がでる。2羽飼いが卵のためにも経営のためにも良いのだそうだ。

3．第2の特徴は、卵の種類が多いこと。白、赤、ピンクと品揃えも多く、消費者の需要に応えられるのが強みである。

白い鶏が白い卵を産み、赤茶色の鶏が赤い卵を産み、白と茶のまだらの鶏がピンクの卵を産むそうだ。ピンクの卵は、地元で生産された「飼料米」を使い、差別化を図っている。

また、加工卵にも取り組み、「味付ゆでたまご」は、社長の中村光夫氏が昭和48年に考案したもので、今回の震災では簡便で栄養があるものとして活躍したそうである。海水から抽出した塩と砂糖だけの自然の素材を使い、まるやかに仕上げた半熟卵で、消化・吸収も良い。

4．第3の特徴は、鮮度へのこだわりとコスト削減を図るため、集卵から包装までの一貫生産ライン（フルオートメーションライン）を導入していること。

昔は、人の手で卵を取り、荷車で運び、集められたものを洗浄包装していたため、破損や衛生的な問題や、人手を多く要し労働費が大きい問題があった。

現在では、卵は人の手を借りずにパーコンベアで自動的にGPセンターに運ばれ、そこで洗卵、殺菌、検卵、選別、包装される。透明検卵機でチェックされ、一個ずつ賞味期限

が印字され、その日のうちにパッキングされ、発送されるまでに改良されている。

品質を保証しつつコスト削減に努め、栄養豊富な、物価の優等生を消費者に送り届ける企業努力がなされている。

#### 法人の概要

経営規模： 成鶏羽数約 150 万羽 育成鶏約 30 万羽 （資本金 8 千万円）

施設用地は 50ha（東京ドーム 10 個分）

広い敷地に農場を分散させることで、鶏舎周辺施設にゆとりを持たせ、防疫対策においてもリスク分散している。

従業員： 社員数 200 名

会社設立当時は高度成長時代で、人員を確保するのに非常に苦労したが、会社が認知されるにしたがい募集すれば、集まってくるようになった。平成 15 年からは新卒の採用も行っている。一人で 4 鶏舎管理するなど、機械化で合理化を図っている。

経営内容： 鶏卵の生産、販売、加工品の販売、発酵鶏糞の製造販売

#### 利子助成対象の投資とねらいと達成状況

1. 得意先から納品要請があったピンク卵の生産のため、育雛施設、鶏糞処理施設の建設が必要となった。

H19：スーパー L 資金 4 億円で育雛舎の建設、既存育成舎の改善、鶏糞設備、農場内緑化を実施した。

2. ピンク卵の生産用飼料には地元農家に頼んで作ってもらった飼料米を 10% 混入し、他の卵と差別化を図り、本格的な販売体制を整えることができた。

#### 経営発展過程と問題点の解決策

1. 経営発展過程

S31：中村光夫社長、二戸で就農。1.5 ha の畑作と養鶏の複合経営であった。

37：土地が狭かったことと年間通じて働けるよう養鶏に専業。

45：規模拡大を図るため、現在の旧玉山村に有限会社 中村農場を設立したが、経営に失敗し会社を売却

52：現在の岩手ファーム設立

H02：インラインシステム化（バーコンベアで自動集卵）の導入

03：農場機械化によるインライン成鶏農場建設

05：皇太子様御成婚のお祝いの膳に岩手ファームの卵が使われる

19：ピンク卵専用鶏舎と GP センター建設



## 20：飼料米卵の生産と販売スタート

### 2．経営上の問題点と解決策

ア 販売先の85%が関東で、全農、生協、大手スーパー、加工会社等に出荷している。

しかし、飼育施設の進化により、狭い土地でもたくさん飼育できる施設が開発されたので関東の消費地に農場を建設する会社が増え、販売競争が激化している。

在庫を持ちたくないスーパーでは、その日に注文して、その日に届けることを要求するところも出てきて、採卵から配送終了までの時間問題、いわゆる「リードタイム」問題がでてきた。岩手からでは当日内配送はできないため、会社と商品価値を高めることで対処している。

イ 養鶏でもっとも悩ましく、大きな問題は、鳥インフルエンザ対策と防疫である。鶏は病気に弱い生き物なのでその対策が最重要課題になる。

一羽の野鳥がもたらす災難は1企業の問題にとどまらず、日本、全世界の問題に発展する大きな問題である。風評被害もあわせると、鶏肉、鶏卵の消費にも大きな影響を及ぼす重大事である。

このため、独自のチェックリストをもとに毎日チェックしている。

全ての鶏舎には野鳥の侵入を防ぐネットを張り、農場内の入場を制限し、各鶏舎の入り口には消毒槽と遮断機を置き、出入りの車を洗車するほか、従業員の消毒、農場内施設の定期的な消毒等を実践している。農場外でも、愛玩用に飼育している者への消毒剤の配布、立て看板による飛来鳥に餌の供与をしない呼びかけ等、細心の注意をはらっている。

また、病虫害を未然に防ぐため、施設内の除草等美化にも努めている。ひよこも蚊に刺されて病気になることもあるそうだ。

### 3．東北東日本大震災との関連

飼料は石巻、八戸、鹿島の工場から搬入していたが工場の被災で入手できなくなった。通常、飼料は5～7日分保管しているが、震災時には急きょ九州等に手配し秋田港経由の海上輸送や陸上輸送で窮地をしのいだ。また、停電で鶏舎内の空調、集卵装置も止まったが、その日のうちに発電機を借りて対処した。

鶏は生き物なので、全滅かと心配したが、迅速な対応で事なきを得たそうだ。大変な事態であったことは想像に難しくなく、対応力には驚かされる。

関東への卵の配送は1日間停止しただけで、一般道を利用した新鮮な卵の配送も継続し、「たまごの品質は負けません」を堅持した。

## インターネットの活用

### 1. HPを開設した理由

HPは企業イメージを高めるためと企業の情報公開の場として開設し、商品紹介と販売に活用している。

### 2. HPの管理、効果、問題点

営業管理者と業者で管理し、企業と商品のイメージの向上には十分に効果を上げている。

しかし、もともと卵は安価で、コスト軽減という観点から1個人への販売は割高となり、客にとってもデメリットであることから、インターネットを介しての拡販は考えていない。

なお、「味付ゆでたまご」は市販され、定着した商品である。インターネットを通じた直接の注文は月に10件程度にすぎないものの、一般販売へのPR効果はある。

## 経営者の特徴

### 1. 社長の中村光夫氏は、養鶏を拡大するため、現在地の旧玉山村に最初の中村農場を建設した。しかし、投資と収益のバランスが取れず経営がうまくいかなかった失敗がある。

現在の岩手ファームを同地区に建設し、この時の失敗をその後の経営に生かし、投資を収益のバランスに細心の注意を払うようになった。

当初、地元では養鶏は歓迎されず、雇用が最大の問題であったが、会社が認知されるにしがたい従業員も集まるようになった。

現在でも、地域を大切にし、地元の方を中心に雇用し、地元の農家に飼料米を生産してもらい、地域の農家に中熟発酵鶏糞を無償で提供している。

### 2. 農業の面白さは、生き物であるため、まだまだ未知数であることだそう。

また、中小企業でもまだやれる、やりがいがあることである。

長女の真理子氏が後継者として人事、経理等の管理面で中心となり働いているが、まだまだ気力は充実しており、人生訓は、トヨタの元社長の『闘争心から創造力が生まれる、窮地に立った時負けまいとして努力する』とのことである。

### 3. 趣味は花づくりだそうだが、農場内の広い庭園にはバラが咲き乱れ、生産環境ばかりでなく労働環境的にも素晴らしく、潤いとゆとりが感じられる。企業イメージにも役に立っているであろう。

## 今後の経営方針と課題

### 1. 今後の経営方針

ア 卵は物価の優等生であるが、各生産者は生き抜くために大変な企業努力をしている。

岩手ファームの経営方針は、安全、高品質、低コストであり、卵に高付加価値をつけ、コスト削減を図ることで生き抜こうとしている。

強みは品ぞろえが多いこと（白、赤、ピンク、加工卵）と環境を生かした良質な卵の生産である。

イ 競争が激化していることから、世の中の変化と先を読みながら、タイミングを遅れないように対応、行動することを心掛けている。

生活のため始めた養鶏ではあるが、地域のため、従業員のためにも経営がつぶれないように競争に負けぬよう販売活動の強化拡大していくこととしている。

## 2. 調査員の感想

ア 盛岡駅からいわて銀河鉄道に乗り、石川啄木記念館のある渋民駅の1つ先、好摩駅で降りタクシー10分ほどのところに、目の前に岩手山が広がる玉山区がある。

いわて銀河鉄道は何の変哲もない電車なのだが、車窓が近く、ピーピー鳴らして走ると妙に早く感じられ、天井に天の川でもあれば、訪問者にはたまらないと思いつつ、どこに行くのだろうかと期待する。

イ 養鶏場が工業団地のように大きく、機械化され、清潔な上に厳しい管理のもとで卵が生産されているのには驚いた。

岩手ファームの目標は、日本国民に優良なタンパク源を供給し、日本の食を支えたいであるが、確かに卵は栄養価の高い安価な食べ物で、主婦の強い味方であり、子供の好きなものは卵焼きである。卵かけご飯も、最も簡単で、おいしい、手軽な料理？である。

夢である地域の産業に発展させることは岩手県の震災復興にも欠かせないと思う。

競争が激しい中、岩手ファームばかりでなく卵生産者の皆さんには国民の食料を支えるためにもがんばっていただきたいと思う。

ウ 卵が好きな方、興味がある方は、岩手ファームのホームページ『めざせ！ニワトリ博士 マニアック 卵クイズ』に挑戦してみてくださいはどうか。

## (参考資料) 利子助成対象者の農業経営でのインターネット活用状況

(平成 22 年度利子助成事業の評価分析結果)

個人経営では、農業経営にインターネットを活用しているのは半数で、ホームページを開設しているのは7%に過ぎない。利子助成対象者は大規模農家が多く、一般農家での活用はかなり低いと思われ、パソコンでの経営管理の定着が先と思われる。活用方法としては情報入手がほとんどで、経営管理は半数、販売関係での利用は3分の1であった。経営診断で活用している農家は1割であるが、多いというべきであろう。

法人経営では、ホームページを開設しているのは3割もあり、インターネットを活用しているのは3分の2である。活用方法としては個人とは逆に、販売関係での利用が経営管理よりも多く半数もあり、販売面で積極的に活用されている。

活用状況	個人	法人
ホームページを開設	7	32
インターネットは活用	35	34
活用していない	58	34
回答者(%)	100	100

活用方法 (複数回答)	個人	法人
情報入手	89	82
経営管理	55	31
販売関係	35	54
経営診断	10	9
回答者(%)	100	100

### 個人経営

ア 経営形態別には、ホームページを開設しているのは露地果樹、施設花きが多く、販売関係での利用が高い。インターネットを活用していない割合が高いのは肉用牛肥育である。

活用方法については、多くが情報入手であるが、販売関係が多いのは露地果樹、施設花き、養豚で、一方、酪農、稲作で販売関係の利用が少ないのはJA等に依存している度合いが強いことによると思われる。稲作が青色申告等の経営管理での活用率が高いのはJA等の指導もあるかと思われる。

活用状況	稲作	畑作系	露地野菜	施設野菜	露地果樹	施設花き	茶	酪農	肉用肥育	肉用繁殖	養豚	全体
ホームページを開設	4	4	7	7	21	10	9	5	0	3	9	7
インターネットは活用	38	37	38	28	39	33	35	35	28	33	24	35
活用していない	58	59	55	66	40	57	55	60	72	64	67	58
回答者(%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

回答者（戸）	255	76	85	87	85	51	65	81	54	36	33	908	
活用方法 （複数回答）	稲作	畑作系	露地野菜	施設野菜	露地果樹	施設花き	茶	酪農	肉用肥育	肉用繁殖	養豚	全体	戸数
情報入手	93	97	87	90	80	86	86	97	93	85	64	89	338
経営管理	65	52	50	53	59	41	41	47	67	62	27	55	208
販売関係	29	23	37	30	59	45	38	16	47	15	55	35	132
経営診断	12	10	13	3	4	14	7	13	13	15	18	10	39
回答者（％）	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	-
活用者（戸）	108	31	38	30	51	22	29	32	15	13	11	380	380

## イ 活用方法の内訳

（注）複数回答であるが、全数が回答しているわけではないので 100%にならない。

情報入手	行政情報	技術関係	気象	マーケット情報	全体
割合（％）	87	54	61	34	100

経営管理	青色申告、税務管理	経営収支表の管理	全体
割合（％）	72	25	100

販売関係	受発注	出荷予約	消費者との交流	農場紹介	全体
割合（％）	42	21	37	40	100

経営診断	経営診断	技術診断	全体
割合（％）	67	26	100

## 法人経営

ア 経営形態別には、ホームページを開設しているのは露地果樹、施設花き、施設野菜、採卵鶏が多く、これらでは販売関係での利用が定着しそうな様相を呈している。他経営部門でも 3 割程度で開設されている。インターネットを活用していないのは、稲作、畑作系、養豚、鶏肉であるが、これらはホームページを開設している割合も低く、地鶏等を除けば広域的な個人販売をしていない業種に当たるのであろう。酪農も経営管理、販売部門での活用が低いのは、個人経営同様 J A 等に依存している度合いが強いことによる。経営診断は耕種部門で高いものの、畜産では低い。

活用状況	稲作	畑作系	露地野菜	施設野菜	露地果樹	施設花き	茶	酪農	肉用肥育	肉用繁殖	養豚	採卵鶏	鶏肉	全体
ホームページを開設	28	29	34	43	60	45	39	23	33	0	32	43	13	32
インターネットは活用	28	24	41	29	40	35	50	43	36	100	24	46	31	34
活用していない	44	47	25	29	0	20	11	34	31	0	43	11	56	34
回答者(%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
回答法人数	114	17	32	21	5	20	18	44	39	1	37	28	16	392

活用方法 (複数回答)	稲作	畑作系	露地野菜	施設野菜	露地果樹	施設花き	茶	酪農	肉用肥育	肉用繁殖	養豚	採卵鶏	鶏肉	全体	戸数
情報入手	77	100	92	73	60	81	81	83	81	0	86	92	71	82	212
経営管理	34	67	29	20	40	44	44	31	33	100	5	16	29	31	80
販売関係	58	67	58	53	60	81	63	21	56	0	48	60	43	54	140
経営診断	8	22	17	13	0	19	13	10	4	0	5	4	0	9	24
回答者(%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	-
活用法人数	64	9	24	15	5	16	16	29	27	1	21	25	7	259	259

## イ 活用方法の内訳

(注) 複数回答であるが、全数が回答しているわけではないので 100%にならない。

情報入手	行政情報	技術関係	気象	マーケット情報	全体
割合(%)	45	47	48	35	100

経営管理	青色申告、税務管理	経営収支表の管理	全体
割合(%)	59	49	100

販売関係	受発注	出荷予約	消費者との交流	農場紹介	全体
割合(%)	34	14	21	47	100

経営診断	経営診断	技術診断	全体
割合(%)	58	46	100