

販売革新部門



さとう いさお
佐藤 勲

(群馬県 高崎市)

1 地域の概要

高崎市は群馬県西南部に位置し、古くから交通の要衝、商都として栄えてきた県内で最も人口の多い都市である。標高 60mの平坦地から 800mの山間地にかけて農地が分布し、平坦地は米麦の二毛作が盛んに行われ、榛名山南麓を中心とした丘陵地ではナシやウメ等、果樹の大産地が形成されている。耕地面積 5,278ha、総農家数 5,572 戸で、一戸あたり耕地面積は 1.2ha と群馬県の平均(2.1ha)より小さい(2020 年農林業センサス)。

高崎市における花き生産の歴史は古く、昭和初期からサイネリアなどの花鉢生産が始まり、昭和 30～50 年代にかけては輪ギクの産地が形成された。現在は、平坦地域を中心に鉢花・花壇苗の生産が盛んに行われている。



図 1 高崎市の位置



写真 1 東農場の外観

2 経営の概要

佐藤氏は、高崎市で薬物野菜を生産する農家の長男として生まれた。ほ場は、JR 高崎駅から近い場所に位置していたこともあり、昭和 50 年代にはほ場周辺の都市化が進み、農地の確保が困難になっていた。そこで、限られた面積の中で効率良く、収益性の高い農業経営を目指すため、大学卒業後は農業研修生として米国コロラド州の花壇苗生産者のもと 2 年間研修を受け、昭和 63 年に就農した。就農を機に生產品目を野菜から花壇苗へと全面的に転換した。現在、パンジーを中心とした花壇苗を年間 65 万鉢生産している。

栽培面では、「人に喜ばれる高品質な花苗づくり」をモットーに、鑑賞期間が長く、強く美しい花壇苗を生産するため、オリジナル品種の育成やきめ細かなかん水管理をはじめとする高品質生産技術を確立した。



写真 2 アメリカ研修時代(昭和 61 年)

販売面においては「生産者主導で販売価格の設定をしたい」と就農当初から考え、園芸店との契約販売にいち早く取り組むとともに自社製品のファンの意見を汲みながらマーケティングを行うファンベースマーケティングによるブランド価値の向上に取り組み、年間農業所得

5,500万円を超える高い収益を実現した。

表1 経営耕地面積（令和5年）

	田	畑	計
所有地	0.7ha	0.3ha	1.0ha
借入地	0ha	0ha	0ha
特定作業受託	0ha	0ha	0ha
合計	0.7ha	0.3ha	1.0ha

表2 作物・部門別経営規模（令和4年）

作目・部門	作付面積	生産量
花壇苗	43 a	650,000 鉢

表3 労働力（令和5年）

	労働数	うち50歳未満
家族または役員	3人	1人
常時雇用	15人	5人
臨時雇用（年間延べ雇用数）	0人	0人
研修生	0人	0人

表4 収支実績（令和4年）

項目	金額
農業収入金額	12,406万円
うち農産物販売額	12,172万円
うち加工・販売その他関連事業の額	0万円
うち雑収入、補助金、奨励金等の金額	234万円
経営費	6,861万円
農業所得	5,544万円

3 経営の特色・成果

佐藤氏が育成したパンジーやビオラは、地元ホームセンターの小売価格と比較して10倍以上の高単価で販売されている。高価格設定にも関わらず集客力とブランド力のある商品を生み出したのは、以下の取組によるものである。

（1）長く楽しめる、強く美しい花苗づくり（高品質生産）

消費者のもとで綺麗に咲き続ける花壇苗をつくるためには、かん水管理が重要だと考えた佐藤氏は、15年もの年月をかけて根量が多く、根鉢の上層から下層まで満遍なく根を張らせ

ることのできるかん水技術を確立した。加えて、適切なタイミングでのスペーシング（鉢広げ）による徒長伸長の抑制や計画的な生産、出荷管理による鑑賞適期での出荷、徹底したほ場衛生管理による病害虫の発生抑制に努めた。

その結果、佐藤氏が生産する花壇苗は全国トップレベルの品質を誇り、国内最大規模の品評会である「関東東海花の展覧会」において、平成10～16年度にかけて7年連続で金賞を受賞するなど、これまで数多くの品評会で上位入賞を果たしている。



写真3 高度なかん水技術はテレビで紹介された



写真4 品評会で数多く入賞

(2) 販売ネットワークの構築による定価販売

大手の園芸店や高品質生産に取り組む県内生産者と連携し、市場を介さず園芸店へ直接販売する出荷団体「IGN グループ」を結成した。佐藤氏は、グループのチーフリーダーとして全国約200店舗の園芸店へ配送するシステムを構築するとともに、生産した花壇苗を生産者主導の価格設定で全量を注文販売した。

また、この取組においては出荷にかかる経費を全て出荷先園芸店が負担する方式を取っていることから、荷造運賃手数料を大幅に抑えることができた。その結果、令和4年度の所得率は44.7%と、他の花壇苗経営では類を見ないほどの高い所得率水準を実現することができた（参考：群馬県農業経営指標における花壇用苗物の所得率は28.6%）。

(3) 世界に一つだけの花（オリジナル品種の育成）

「定番商品だけでは、この先の発展はない。まだ世界にない、お客様に喜ばれる花を作りたい」と考え、独学でパンジーの育種に取り組んだ。試行錯誤の末、平成28年にパンジーのオリジナル品種「ドラキュラ」を育成し、「IGN グループ」の販売網を通じて全国へ出荷した。

この品種は、SNSや園芸雑誌等で取り上げられたことをきっかけに人気を博し、1鉢1,000



写真5 全国へ配送

円以上の小売価格にも関わらず、入荷当日には開店前から行列ができるなど、各園芸店の目玉看板商品となっている。そのため、園芸店からの引き合いが強く、現在もなお需要に供給が追いつかない状況が続いている。この取組が、収益の飛躍的な向上を果たした。

その後も、他に類を見ない花色、花型の品種を続々と作出し、世界中のガーデナーたちを魅了し続けている。現在、パンジーとビオラにおいては100%オリジナル品種を作付けしている。コロナ禍での生活様式が変化することに伴い花壇苗の需要が伸びる流れに乗って、佐藤氏は毎年着実に売上を伸ばし、令和4年はついに売上高1億2千万円を突破した。また、荷造運賃手数料をはじめとする販売コストを削減することで5,500万円を超える農業所得を確保するまでに至った。

【パンジーオリジナル品種】



写真6 「ドラキュラ」



写真7 「ローブ・ドウ・アントワネット」



写真8 「エッグタルト」



写真9 「クレールドゥリュヌ」

(4) ラベルデザインで品種の魅力度アップ

オリジナル品種の魅力を更に高めるため、ネーミングやラベルデザインの制作を取引先の園芸店に委託している。「ドラキュラ」や「ローブ・ドゥ・アントワネット」などに代表される花の雰囲気にあったネーミングは、豪華で贅沢感あふれる商品のイメージを更に引き立たせ、高単価の販売へとつなげている。



写真 10 サトウ園芸オリジナルラベル

(5) ファンベースマーケティングによるブランド価値の向上

佐藤氏は、既存顧客との交流を大切にしている。リピート購入する消費者を「ファン」に位置づけ、パンジー・ビオラの開花期である毎年冬に「ファン」を招く「パンジー・ビオラ見学会」を開催している。現在では、北は山形県から南は鹿児島県まで、全国各地から 150 名以上が参加するイベントへと成長し、参加者の中には登録者数 10 万人以上のユーチューバーやインスタグラムのフォロワー数 5 万人以上のインフルエンサーが存在し、SNS を通じて商品の紹介や拡散を行う。こうした「ファン」の存在は、商品を低コストで PR する上での大きな助けとなっている。



写真11 「ファン」を招いた見学会

また、「ファン」の声を反映した品種育成に取り組みたいと考え、見学会の中で試交品種の人気投票を行うなど、「ファン」から率直な意見を求めるよう努めている。「ファン」の声に耳を傾けながらマーケティングを行い、「ファン」とともに新商品を作り上げる販売戦略が、次の人気品種の育成につながると考えている。

4 地域への関わり

(1) 生産組織の活性化

佐藤氏は、就農した翌年の平成元年に群馬県鉢物研究会に入会した。平成22年～23年にかけて同研究会の会長職を2年間務め、会員の栽培技術向上や、販売強化、マーケティングに関する研修会を精力的に実施した。

特に、会として初めて実需者向け商談会を企画・立案し、会員50名（会員の9割以上）が参加した。自分の商品を持ち寄り、生産者自らが販売小売価格を設定し、市場関係者や小売店と販売交渉を行った。これまでは市場任せの販売が当たり前だったが、この取組を通じて多くの会員が新たな販路を開拓できた。生産組織の中で、生産者自らが生産情報を発信するとともに生産者主導で販売価格を設定し、売り込もうとする気運を醸成することができた。



写真12 実需者向け商談会

(2) 研修生の受入れと就農定着に向けた支援

県内外から研修生を積極的に受入れ、これまでに10名の研修生が新規就農者として就農している。就農後も技術が安定するまでは、研修生のほ場に自ら出向き、丁寧に栽培指導を行った。また、「IGNグループ」への入会を希望する研修生を快く受入れ、販売面においても手厚いサポートを行い、独立へと導いた。

研修生たちは経営が軌道に乗り始めると、佐藤氏から吸収した高い技術力と販売ノウハウを基に、オリジナル品種の育成や園芸店への直接販売などに積極的に取り組み、花壇苗経営を安定、発展させることができた。個性的な商品生産に取り組む彼らは、花壇苗生産者として強い存在感を誇示し、花き産業の発展に寄与している。



写真 13・14・15・16 群馬県内で活躍する研修生たち

(3) 地域コミュニティーへの貢献

佐藤氏は、地域農業を担うリーダーとして長年、群馬県農業経営士や高崎市農業委員を務め、若手就農者の視察研修等も積極的に受け入れている。地域のイベントに積極的に参加するなど、農業以外の分野の交流にも力を入れている。

また、毎年高崎市内の障がい者施設や病院等へ無償で花壇苗を提供し、人々の憩いの場づくりや景観の維持等に貢献している。



写真 17・18 障がい者施設、病院への植栽材料の提供

5 今後の方向

(1) オリジナル品種の海外展開

今後、種苗会社と連携してアメリカやヨーロッパ、中国等をターゲットにしたオリジナル品種の販売を目指す。すでに、アメリカやヨーロッパの農場で委託生産を視野に入れた栽培試験を開始しており、海外マーケットの開拓による更なる収益の確保を目指したい。

(2) 切り花用パンジーの育種

国内外の切り花生産者と連携し、世界的にも例が少ない切り花用パンジーの品種育成を手掛けたい。この取組により、ブライダル向けの需要や輸出による販路の開拓が期待できる。

6. 女性の活躍等

(1) 家族経営協定の締結

休日制や給料制の導入により農業と生活の分離を図るとともに、経営方針や家族の役割分担を明確にするため、昭和 61 年に家族経営協定を締結した。妻は、元銀行員である経歴を生かし、経理担当の立場から積極的に経営に参画している。

昨年、娘が就農したことを機に、後継者となる娘を含めた家族経営協定の見直しを考えている。妻や娘がより一層、意欲とやりがいを持ち、主体的に経営に参画できる環境を整えたい。

(2) 女性従業員の活躍と定着支援

常勤の従業員を 15 人雇用し、内 11 人が女性で構成されている。子育てや親の介護等と両立できるよう、女性従業員の生活に配慮し、勤務時間は基本的に午前中のみ、週休日を土日にするなど、ワークライフバランスに配慮した勤務形態を取り入れている。

また、労働強度にも配慮している。土詰め作業を機械化するなど軽労化を図るとともに、女性には出荷調整や植え付けなど労働の負担が軽い作業を中心に依頼するなど、誰もが長く勤められる職場環境に配慮している。

その他の取組としては、近年の温暖化により、夏場のハウス内気温が 40℃を超える日も珍しくなくなったことを受け、従業員に空調服を支給するなど、労働環境の改善を図っている。従業員同士の円滑なコミュニケーションを促すため、親睦パーティーを開催している。

その結果、常勤の従業員全員が 10 年以上勤続し、中には 30 年以上勤続している者もいる。長期間の雇用によって、職場のリーダーが育ち、作業の段取り、準備は従業員自らが進んで取り組むようになった。



写真 19 ハウス内の様子



写真 20 土詰め機の導入による軽労化



写真 21 親睦パーティー

販売革新部門



有限会社 のうだ NOUDA
(徳島県 上板町)

1 地域の概要



上坂町は、徳島県の北東部に位置しており、町の大部分が、吉野川の北岸に位置する。北部山麓地帯は中生層に属し、和泉砂岩からなり、土質は酸性度が強く、南部の平坦地帯は第四紀新層に属する砂質土壌で比較的良質である。農業では、南部では水稲をはじめ、ブロッコリーなどの野菜類が栽培され、北部の中山間部では、柿などの果樹類が栽培されている。また、藍染めの原料となる藍や、高級和菓子に利用される阿波和三盆糖の原料となるサトウキビの産地でもある。

図1 上坂町の位置

2 経営の概要

豚を飼育・加工・販売する経営体であり、現在、年間出荷頭数は1,440頭となっている。自社店舗「アグリガーデン」で食肉加工から販売までを行い、商品の70%を消費者へ直接販売することで、利益率を高める仕組みを構築している。平成22年から徳島県のブランドサツマイモである「なると金時」を豚に食べさせる取組を開始し、平成25年に自社ブランド「阿波の金時豚」として商標登録している。メディアを活用した積極的な販売促進を行っている。

表1 経営規模（農場部門）（令和5年）

年間出荷頭数	主な施設	生産量（豚肉）
1,440頭	肥育豚舎1棟 340㎡ 育成豚舎1棟 150㎡ 繁殖豚舎1棟 250㎡	72t／年

表2 経営概要（6次産業化部門）

施設名	開業年	施設の概要	商品例
アグリガーデン	平成19年	食肉の加工販売店	豚の部位10品目 豚汁・カレーライス

表3 労働力（令和5年）

区 分	労働数	うち 45 歳未満
家族または役員	3 人	2 人
常時雇用	3 人	2 人
臨時雇用（年間延べ雇用数）	1 人	1 人
研修生	3 人	3 人

表4 労働時間（1人あたり）

平成 30 年経営改善計画書	令和 5 年経営改善計画書
2,400 時間	2,000 時間

3 経営の特色・成果

（1）経営転換の経緯と戦略

先代の納田伸春氏は、平成 15 年に経営継承を行い、同社の先駆けとなる（有）トライファーム上板を設立したが、後継者が離農したため、経営廃止を考えていた。そうした中、伸春氏の娘婿となった現在の経営者である明豊氏が、肉の美味しさに感動し、平成 18 年に経営継承を行った。

当時は、品質の良い商品を販売しても市況での価格が頭打ちとなっていた。そこで、平成 19 年に「アグリガーデン」をオープンし、消費者への直販を行うことで良品質な豚肉を自社で定めた価格で販売することでの経営改善を図ったが、1 週間に 2 頭分しか販売できない状況だった。

この状況を打開するため、自社独自のブランド豚の開発と食肉加工までできる販売店舗を設けることで、利益率の向上を目指した。

（2）ブランド化

他県ブランド豚では、高値を付けても「美味しいけど高い」と評価され、需要が伸びにくい状況となっていた。そこで、自社店舗での販売であれば市場を通さないため、比較的安価に高品質な豚肉を消費者に提供することができることから、生産した豚肉のブランド化し自社店舗での販売を図った。まず、県特産のブランドサツマイモである「なると金時」を与えると肉質が良くなることをから、「なると金時」を与えた豚をブランド化することを試みた。「なると金時」を栽培する 10 戸の農家から規格外品を安価で入手できる体制を整え、子豚時と出荷調整前に与える肥育方法を確立し、平成 25 年に「阿波の金時豚」として商標登録した。

また、食肉加工技術を学び、自社店舗で食肉加工することで、育成した豚の品質を自社でも確かめることができる体制を整え、品質改善に努めてきた。「良い商品と求めやすい値段」を武器に、地元新聞への記事の掲載、地元テレビ放送への出演、首都圏での営業活動の実施など PR 活動に努めた結果、その美味しさから口コミが広がり、徐々に固定客が増加した。現在では 1 日に約 4 頭分の豚肉を売り上げ、月に約 100 頭分を販売している。さらに、お盆や年末年始には 1 週間で最大 54 頭分を売り上げている。



写真1 「阿波の金時豚」のパンフレット

毎年増頭を続けているが、アニマルウェルフェアの観点から、繁殖、育成、肥育の畜舎全てで1頭当たり1㎡以上の広さを確保している。また、バイオベッド方式の豚舎にすることで、豚独特の臭いを抑え、衛生的で過ごしやすい環境を整えている。

先代経営者が、地鶏を平飼いして高付加価値を付け販売していた仕組みを豚に取り入れ、ストレスを与えない広いスペースで飼育するとともに、通常150日で出荷する豚を200日まで飼育する方法を確立した。飼育日数を増やすことで経費はかかるが、赤身の旨さや脂の旨さが増し、平成12年に徳島県豚共進会の枝肉品質を評価するコンテストで最高位の農林水産大臣表彰を受賞した。



写真2 アニマルウェルフェアに配慮した豚舎



写真3 育成豚舎



写真4 飼料のサツマイモ「なると金時」



写真5 バイオベッドの製造

(3) 6次産業化

a 販売店舗「アグリガーデン」

県内の食肉加工を行う販売店で食肉加工技術を学び、自社生産の豚肉を加工から販売まで一貫して行うことで、経費削減や品質改良に繋がり、令和5年の売上げは、平成18年の8倍にまで拡大した。

オンラインショップを活用し、豚の部位10品目を販売している。規格は薄切り、焼き肉用、ブロックなど、大きさや厚さを選択可能であり、様々な商品をそろえることで幅広い顧客ニーズに対応している。自社で飼育・管理した新鮮な豚肉の販売体制が整っていることに加え、自ら食肉加工を行うことで肉の状態を常に把握することができるため、冷凍でなく冷蔵で発送することが可能となり、県内のみならず九州から北海道まで、一般消費者や料理人から引き合いの強い商品となっている。



写真6 販売店舗「アグリガーデン」



写真7 ショーケース



写真8 食肉加工



写真9 オンラインショップ

(4) 経営規模の拡大

平成 25 年における年間出荷頭数は 630 頭であったが、規模拡大を図り、令和 5 年には年間出荷頭数は 1,440 頭まで拡大した。また、今後 5 年で、本社のある上板町に隣接する阿波市において、繁殖、育成、肥育の各畜舎を増築する計画である。

規模拡大に伴い課題となる糞尿処理については、平成 27 年に糞尿を堆肥化するための攪拌装置を整備し、高品質な堆肥づくりを行える体制整備を進め、令和元年から年間 750t の堆肥を生産している。生産された堆肥は、地域の野菜農家に試用してもらうことで、野菜の品質向上につながる実証できたことから、農家の信頼を得て毎年利用されている。こうした取組が地域で認められ、地元 JA 及び 2 市町、民間企業、野菜農家 4 戸と共に畜産クラスター協議会の立ち上げを予定するに至っている。

(5) スマート技術の導入

令和 2 年に IT 企業や大学など 7 社とともに、「スマート農業実証プロジェクト事業」を活用し、養豚繁殖モデルスマート農業実証コンソーシアムを設立した。繁殖部門では、精液の活力検査を簡単に行えるようになったとともに、畜舎に設置したカメラにより、分娩予兆検知、パソコンを通して遠隔で体調を判断できるシステムを試験導入し、2 年間の実証を行った。

その結果、経験のある職員が目視による管理を行わなくてもよくなり、作業時間を 30% 削減することに成功し、見回り人件費等の削減を実現した。さらに、これまで飼育の事故率が 5% 程度あったが 3% 程度に抑制できた。

今後、豚の飼育管理マニュアルを作成し、技術の安定化を図る。また、従業員を 1 名増員予定であるが、現在の畜舎で経験を積むことで、新たに整備する畜舎での品質管理の徹底につなげていく。

導入技術



写真 10 スマート農業実証プロジェクト

(6) サステナブルでエシカルな取組

「みどりの食料システム戦略」を推進するため、新規就農者を含めた地域の耕種農家 4 戸に堆肥を年間 750t 供給している。年間 3,000t 近い糞尿を発酵させ、養分を凝縮することで、高品質な堆肥を製造しており、地域農家からの評価も高い。更なる豚飼育能力の向上、堆肥

づくりとその活用に向けて、地元 JA や民間企業（飼料会社）などを構成員とする畜産クラスター協議会を設立する予定である。

堆肥を活用した耕種農家では、循環型農業を実践して栽培された野菜として、高単価で販売することが可能となっており、所得向上につながっている。

また、耕種農家で選別された規格外の野菜は、母豚の飼料に再利用している。今後は、高齢化し離農する農業者の農地を4ha 借り受けて、自社でも圃場で野菜生産を開始する計画である。

このような持続的な農業の実践と地域貢献の取組が評価され、令和5年に第5回「とくしまエシカルアワード」で最高賞の徳島県知事賞を受賞している。

また、明豊氏は、令和元年に徳島県養豚協会の副会長に選任され、現在も精力的に活動している。



写真 11 堆肥利用者



写真 12 堆肥利用者の野菜畑

4 地域への関わり

明豊氏は、地元の上板町立高志小学校のPTA 会長を務めるとともに、当該小学校と連携し、小学生に対して、養豚施設の見学受入れや「阿波の金時豚」を使った給食の提供、調理実習などを通じた食育授業を実施している。



写真 13 「阿波の金時豚」を使った給食

5 今後の方向

令和 10 年までに、畜舎（繁殖舎、育成舎、肥育舎）の増設を行うことで、売上げを更に拡大する方針であり、組織体制として、牧場部門と店舗部門に加えて、新たに堆肥部門と耕種部門を設置する。堆肥部門では、地域農家との連携を強化するとともに、袋入り製品を開発し、ブランド堆肥として販売していく。

また、令和 10 年以降には、自社ブランドである「阿波の金時豚」を提供する専門飲食店の開業を予定している。当該店舗では、自社製品を使用することで仕入経費を抑え、随時、経営状況を確認・分析しながら利益率を高めていきたい。これにより、同社全体で、年間売上を現在の 1 億 3 千万円から約 5 億 3 千万円まで伸ばす計画である。

さらに、人員体制としては、現在の従業員 2 名を牧場長に育成し、更に 1 名を追加採用する。新たに設置する耕種部門では新たに 2 名採用し、農場長に育成するとともに、堆肥部門と飲食部門でも各 1 名を雇用し、工場長と店長に育成する計画である。

こうした計画を着実に実践していくことで、生産から販売、飲食提供まで、一貫して行える仕組みを確立し、同社のブランドを確固たるものにしていきたい。



写真 14 納田牧場

6 女性の活躍等

本社の職員 10 名のうち 6 名が女性であり、現在は牧場の繁殖舎・育成舎と販売店舗で働き、全員が 50 歳未満となっている。

牧場での子豚の出産・育成については、男性よりも女性の方が細かな気配りができ、また力仕事が少ないことから女性にも取り組みやすい部門であることから、引き続き、女性職員を積極的に採用し、配置する方針である。

また、地元教育機関と連携して行う牧場視察などの食育活動についても、今後は女性社員で対応することを考えており、食育を積極的に推進する社員の育成に取り組む。特に販売店舗においては、丁寧な接客対応とともに、女性客層が来店しやすいよう女性職員を配置している。

さらに、現状では、年間の休日は隔週 2 日であるが、経営を多角化し、部門を増やすことで完全週休 2 日制を実現していく予定としており、女性についてはさらに産後休暇、育児休暇を取りやすい環境整備を進める。

働き方改革部門



株式会社 みっちゃん工房
(熊本県 益城町)

1 地域の概要

益城町は、熊本県の中央北寄りに位置し、熊本市に東接し県庁まで 8.5km、熊本空港まで 8km の距離にある都市近郊の町で、高速道路とも益城・熊本空港インターチェンジで結ばれ、交通の便に恵まれた町である。農地は、南部山麓地帯に中山間農地が、中央平坦部には水田地帯が、そして北部台地には畑地帯が展開している。

益城町の経営耕地面積は約 165ha である。もともと本町の農業経営は、稲作を中心とした普通作地帯であったが、近年はスイカなどの瓜類を主とした施設園芸の取組が盛んに行われ、県下でも有数の産地を形成してきた。

しかしながら、農家の高齢化が進んでおり、農家戸数の減少が見られるとともに、不作付け地の拡大が進んでいることに加え、主食用米の需要が減少する中で、他の作物の作付けに転換を促進することで、農地の維持を図っていくことが課題となっている。



図 1 益城町の位置図



写真 1 益城町に広がる農地

2 経営の概要

当該法人は、代々、益城町で野菜農家として営農しており、現在、ベビーリーフの生産・販売を行っている。現代表である光永カオリ氏は、平成 16 年に野菜農家である親元に就農し、平成 22 年に父親から経営を継承、平成 27 年に現法人「株式会社みっちゃん工房」を設立した。ベビーリーフは、女性でも栽培や作業がしやすい作物として平成 13 年から栽培を開始し、現在では約 3ha を栽培している。

従業員が意欲を持ち、精神的に安心して働けるようにするためには、働きやすい環境の整備や従業員との信頼関係の構築が重要との考えから「①人を豊かに、②食を豊かに、③社会を豊かに」という経営理念を掲げ、働き方改革に着手した。

女性が多い職場のため、ライフステージが変化しても仕事を続けることができるよう、完全週休 2 日制の導入や有給休暇の取得促進、パート従業員を含めた育児・介護休業制度等の導入を進め、これまでに育児・介護休業制度を利用した従業員の全員が職場復帰を果たしている。

また、従業員との信頼関係を築くため、毎年の決算報告会の開催や定期的な面談の実施に

より、従業員への情報開示や対話を行う場を設定した。特に決算報告会は、売上と利益が増加した際に賃上げを約束するなどにより、従業員のコスト意識を醸成する場として機能している。

また、外国人技能実習生等に対しては、20代前後の大事な時間を単に日本で働いただけの時間にはしてほしい「日本に青春しに来てほしい」との思いから、週1回の日本語学習や会社の費用負担による普通自動車免許取得など、日々の生活や仕事の質が向上するよう支援している。

こうした従業員に寄り添った「働き方改革」を行うことで、県外からの求人応募や従業員の定着につながっている。

表1 経営耕地面積（令和4年）

	田	畑	計
所有地	0.0ha	0.0ha	0.0ha
借入地	0.71ha	2.9ha	3.61ha
計	0.71ha	2.9ha	3.61ha

表2 作物・部門別経営規模（令和4年）

	作付面積	生産量
ベビーリーフ	2.98ha	79.2t
合計	2.98ha	79.2t

表3 経営耕地面積、作物・部門別経営規模等の推移

	令和3年	令和4年	令和5年
経営耕地面積	3.2ha	2.98ha	2.98ha
ベビーリーフ	2.5ha	2.98ha	2.98ha
水稻	0.7ha	0.0ha	0.0ha
延べ作付け面積計	18.2ha	23.84ha	23.84ha

表4 労働力（令和4年度）

	労働数	うち		
		45歳未満	女性	外国人
家族または役員	1人	0人	1人	0人
常時雇用	12人	10人	11人	6人
臨時雇用（年間延べ雇用数）	5人	1人	5人	0人

表5 労働時間（1人あたり）

平成30年 (前回認定時)	令和5年 (今回認定時)	令和5年年 (現在)
2,400時間	2,171時間	2,171時間



写真2 圃場の様子



写真3 育休中の従業員が工場を訪れた時の様子

3 経営の特色・成果

(1) 経営の特徴について

『従業員の生活を守れない経営者は経営者として失格である。』

代表である光永氏は、この言葉を念頭に経営をしてきた。従業員が安心して働ける環境や安心して生活できる賃金、それを保証することは経営者としての責任であるとの思いがある。

代表自身、バブル崩壊後の就職氷河期を経験しており、賃金格差や向上心を奪われるような厳しい労働環境、労働条件を目の当たりにしてきた。そういった状況が、働くという意識や未来への希望を失わせることを肌で感じてきた。そのような体験から、代表本人が就農した当初から、働きやすい職場を意識して環境を整えてきた。

働きやすい環境を整えることで従業員の心と体が元気になり、日々の生活に活力が生まれ、その活力が仕事への意欲につながる。それを実現させることは経営者としての重要な責務の一つだと考えている。

また、労働環境を整えるだけでなく、従業員を理解することも重要であると考えている。従業員と向き合い、思いを共有することで信頼関係が生まれる。その信頼関係で従業員が安心して働くことができると考えている。

このような思いから法人化するにあたり、以下の経営理念を掲げた。

- ①人を豊かに（従業員が働きやすい環境づくりと従業員への利益還元）
- ②食を豊かに（どのような環境にある人にも健康で元気になるような食の提案）
- ③社会を豊かに（地域の農業の活性化、地域の雇用促進）

「人を大切に、食を大切に、社会を大切に思う。」会社を作っていくことを掲げている。

また、行動指針として「私に、家族に、お客様に、恥じぬ仕事」を掲げている。一番大切な誰か、子どもであったり、親であったり、恋人であったり、自分にとって大切な誰かを思いながら仕事をする、大切な人に対して恥ずかしくない仕事をする、正しくより良

い商品作りにつながるのの考えに立った指針である。

経営理念を決めた際、従業員へ作成に至った思いを含めて説明をした。その後、新しく入社した従業員へはその都度、必ず経営理念の説明をしている。会社＝経営理念＝私（従業員）であることを社内の勉強会などで意識付けしている。

この経営理念と行動指針を毎朝の朝礼の時に唱和し、1日の仕事の基にしている。



写真4 唱和している経営理念と行動指針



写真5 代表の光永カオリ氏

(2) 福利厚生を充実させながら、生産性向上を実現

従業員のほとんどが女性であり、従業員数が増える中、従業員の生活やライフステージが変化しても復帰できる体制が必要であると判断し、「産休育休支援」、「退職金共済への加入」、「パートを含む健康診断の実施」、「完全週休2日制の導入」、「有給休暇100%取得目標」、「独自の生命保険と傷害保険加入」などを次々に導入してきた。

働き方改革を制度化 2010年～2023年までに14項目を規程

1. 2010年4月 従業員に合わせた休日の設定	7. 2019年8月 完全週休2日制導入
2. 2010年12月 雇用保険への加入 育休取得の導入	8. 2020年4月 コロナ禍での休憩室の開放、職業体験
3. 2011年7月 正社員の退職金共済への加入	9. 2020年5月 全従業員の有給消化100%目標を掲げる、AT車の導入
4. 2015年9月 新工場の建設、休憩室の開放	10. 2021年9月 男女別のシャワールーム設置
5. 2016年10月 パート従業員の退職金共済加入	11. 2022年4月 完全週休2日制の導入
6. 2019年4月 子どもの看護休業、介護休業を規程 パートを含む全従業員の健康診断 全従業員に会社独自の生命保険、 傷害保険加入	12. 2022年7月 SDGs 勉強会を実施
	13. 2022年5月 外国人従業員とのより良い意思疎通 のための通訳を雇用
	14. 2023年1月 有給休暇の取得推進 隔月おきに有給休暇取得を義務付

当該法人は、そのように福利厚生を充実していく中であっても、業績を着実に伸ばしてきた。平成30年と令和4年で業績を比較すると、総労働時間は11%減少し、売上は134%増加した。

また、年間生産量も第3期（平成30年8月期）50,470kgから第7期（令和4年8月期）には73,738kgまで伸び、1時間当たりの生産量が1.48kgから2.32kgになった。ベビーリーフの価格が10年以上低迷しているなか、総労働時間に対する売上は、平成30年は1時間当たり4,479円だったが、令和4年は5,000円になり11%増加した。一人当たりの労働時間も平成30年の195時間（月平均）から令和4年は163時間まで減った。

生産性が上がったのは、自動包装機を導入したことが一番の要因であるが、完全週休2日制や有給休暇の積極的取得の推進で休日が増えたことで、日々の疲れが軽減され、私生活での時間のゆとりもでき、仕事へ向かう体力を維持できたことも要因であると考えている。

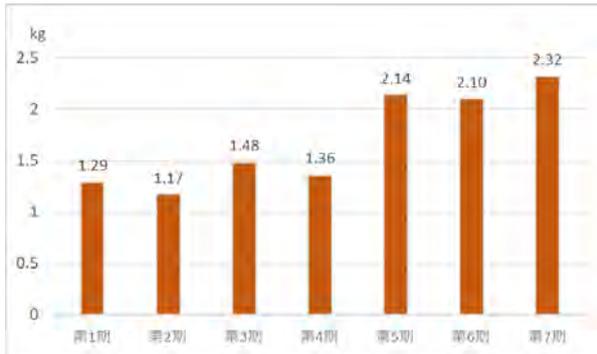


図2 1時間当たりの生産量

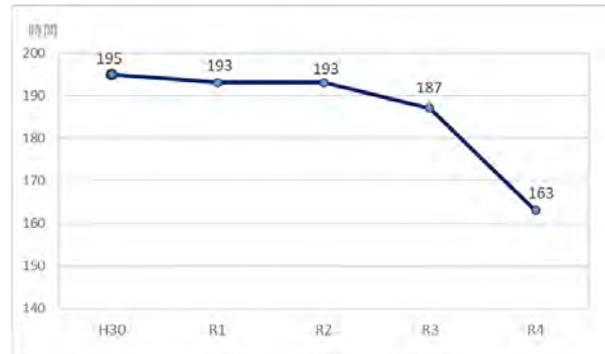


図3 1人当たりの月平均労働時間

加えて、一つ一つの作業効率を高めたことも生産性向上につながっている。従業員のけがやミスをきっかけに作業機械に注意を促す印をつけたり、一つ一つの作業を視覚的に分かりやすくしたり、機械の階段に手すりを付けたりして、全ての従業員にとって作業工程を明確に、かつ安全に働けるような工夫を行った。それにより、外国人技能実習生や年長の従業員もミスなく働きやすくなり、総じて作業効率が上がった。

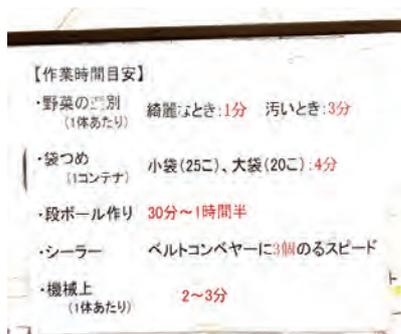


写真6 作業スピードの目安を掲示



写真7 出荷規格をわかりやすく掲示

(3) 従業員との対話・人材育成

毎年、決算報告会を開催し、全従業員に対し経営状況を説明している。その際、経費の内訳を前年度と比較し、売上に対して人件費と資材代といった経費が削減できていた場合には、全体的な賃上げを実行することを取り決めている。新しい資材を購入するごとに、その資材の価格を伝えるようにしており、自分たちの行動が会社の経営に直結することが理解されたことで従業員のコスト意識が高まった。従業員のモチベーションも上がり、経費節減がなさ

れ、令和2年から令和4年の3年間で賃金を平均12%上げることができた。また、実際に賃上げされたことによって、さらに資材の無駄遣いや無駄な残業をしないよう従業員が心がけるようになった。

また、福利厚生を充実させることに伴い、売上げの減少や経費の増加につながっていないか従業員とともにチェックし、利益が上がらないと給料は上がらないことを意識してもらっている。従業員一人一人が人件費を考えるようになったことで、有給休暇や福利厚生費についても経費であるという意識が持てるようになった。売上と経費を意識しながら生産性を上げることを働く上での共通認識としている。

また、定期的に従業員との面談を行い、従業員の考えなどを聞く場を設けている。そこでの対話を重ねる中で、従業員から時代や一人一人に合った福利厚生や働き方にして欲しいなどの建設的な意見が出るようになった。特に子育て世代だけではなく全従業員のライフスタイルに合わせた働き方に関する意見が出るようになり、それを取り入れながら時代と従業員に合わせた働き方にその都度修正できるようになった。また、面談で従業員同士の摩擦や経営者との考えの相違を極力なくすようにしたことで、信頼関係を構築してきた。

人材育成については、新卒の新入社員には、3年前からビジネス能力検定2級の資格を持つ従業員が週1回3か月間、社会人に対するの職業教育やキャリアアップの講習をしている。経営理念や行動指針の説明も併せて行い、会社を理解してもらえよう努めている。

外国人従業員には、技能実習生時代より毎週1時間、勤務終了後、希望者への日本語学習の時間を設けて、電話応対などの研修を行っている。外国人従業員からは「この授業を受けることで日本語に対する理解が深まり、日々の生活や仕事がとてもし易くなった」などの意見が出ている。学習機会を得て日本語力が高まり、自動車免許を日本語で取得することもできた従業員や受発注の仕事や請求書作成などもできるようになり、スキルアップによる昇給につながった従業員もいる。また、日本文化への理解を深めるため入社3年目まで毎年1回、研修旅行を行っている。研修旅行があることで、仕事ばかりではなくなり、東京など普段は行けない場所への旅行を心待ちにしながら仕事も楽しくなったという。

平成28年から外国人技能実習生を受け入れてきたが、そのうち1名が、技能実習生としての任期を終えて帰国した後、再び会社に戻って働きたいとの意向を示し、現在は、通訳としての在留資格を有し、専属で雇用している。外国人従業員と意思疎通をより図るために活躍している。

また、技能実習生の中には、自国に戻り、みっちゃん工房のような農業をやりたいと夢を持つ者もあり、ただ日本で収入を得て帰国するというだけでは終わらず、将来のキャリアビジョンを描ける職場となっている。



写真8 決算報告会の様子

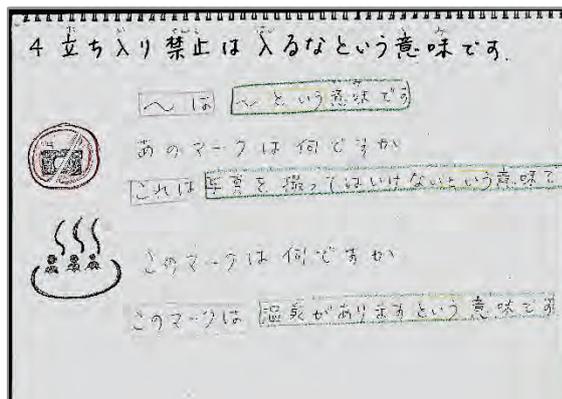


写真9 手作りの日本語教材

また、年1回、他社との合同勉強会を実施し、ビジネスマナー講座やワークショップを通じてスキルアップに繋げている。他社と交流すること自体に新鮮味を感じ、違う作物の栽培方法や他社の経営方針から学ぶことも多く、仕事をする上で大いに刺激を受けている。



写真10 他社との合同勉強会



写真11 SDGs 勉強会

(4) その他

会社のキャラクターやパッケージは従業員がデザインしたものである。誰よりも商品のことを分かっている従業員にデザインを任せるのが一番ステキなものができると思ったからである。

従業員が自分たちの商品を好きになれば、より良い商品作りにつながり、それが仕事へのやりがいや愛社心を持つことになると考えている。

デザインの決定は、商品や会社のことを深く考え、商品を買っていただくお客様の気持ちになって従業員みんなで行った。このことで従業員が自分たちのデザインしたキャラクターや商品に特別な愛情を持つようになり、また、そのデザインした商品がお客様から喜ばれることで、自分たちの作った商品に対して誇りを持つようになった。さらに自社のキャラクターは自分自身であるという共通認識を従業員が持つまでに至った。商品の品質も格段に良くなり、ただの商品ではなく自分たちの商品であるという認識が生まれたからであると考えられる。

農業はメーカーである。より良い商品を作るためには作り手の意識を高めること。そのこ

とがこれからも必要であると考えている。



写真 12 従業員がデザインした包装

MP みっちゃん工房



図 4 従業員がデザインしたキャラクター

4 地域への関わり

会社が位置する熊本県益城町は、平成 28 年 4 月、最大震度 7 の熊本地震の震源地である。その当時、働いていた従業員の半数が住む家を失い、会社に身を寄せる者もいた。被災を乗り越え、ベビーリーフ生産を継続できたのも、社員みんなで協力し、地域に助けられたことにある。そのため、地域貢献に対する思いは強く、地域の子どもに対しての取組を積極的に行っている。

地域の小学生の校外学習を受け入れ、野菜作りを子どもに見学してもらうことにより、身近に農業を感じてもらい取組を行っている。また、教職員の職場体験も行っており、農業の経営的な面も説明し、農業の厳しさなども知ってもらう機会としている。

加えて、地域の子ども食堂へ野菜の提供も行っており、これら地域の子どもたちに接する機会を通じて、従業員の社会貢献への意識、安心安全な商品作りへの意識が高まることにも寄与している。また、コロナ禍には、エッセンシャルワーカーである地域の学校や病院の職員向けにベビーリーフを無料配布した。

また、益城町はスイカの生産者が多いが、高齢や病気、家庭環境の変化でスイカの生産が困難になった生産者に対して、ベビーリーフの栽培方法や栽培管理をすべて教えて自社への出荷者になってもらっている。出荷者の数は、平成 30 年には 3 軒（2 ha）、令和 4 年には 2 軒（2.5ha）である。スイカに比べ軽量であるため、作業がしやすいことから高齢となった農家にとっての安定した収入となり喜ばれている。



写真 13 小学校の校外学習



写真 14 子どもの職業体験

5 女性の活躍等

ベビーリーフは女性でも栽培や作業がしやすい作物と考え、栽培を始め、規模拡大していく中で、子育て世代の女性従業員を多く雇用するようになり、各世代の従業員で勤務時間を融通し合って経営を行ってきた。そのような中で、新しく子どもを出産する際に退職するパート従業員が出始めた。すぐに代わりの従業員を雇入れることは難しく、たとえ雇入れたとしても技術が身につくまでには時間がかかる。また、従業員同士で勤務時間を融通するのにも少人数の人員では限界があった。せっかく積上げた経験や技術を、出産を理由に終わりにしてしまうことは会社にとって痛手であった。また当時は、会社に福利厚生が決まった制度がなく、育休後の仕事復帰に対して不安を感じる従業員もいた。

これらの経験を通して、従業員の生活やライフステージが変化しても復帰できるきちんとした体制が必要であると判断し、パート従業員を含めた育休産休などの制度を導入し、働き方改革を進めてきた。

結果、産休後の離職者が減り、従業員の定着が図られ、平成22年から令和4年まで従業員5名（パート3名正社員2名）が出産し、そのうち4名が産休後に職場復帰した。また残り1名も家庭環境が整ったことと、働きやすさを理由に7年ぶりに仕事復帰を果たした。今後、男性従業員が結婚・出産の折にも、積極的な育休取得を推進したいと考えている。

当該法人は、20名の役員・従業員のうち約8割が女性である。女性に長く楽しく働いてもらいたいと働く環境を整えてきたが、それは誰にとっても働きやすい職場づくりのきっかけに過ぎない。今後も、性別や国籍に関係なく、それぞれのライフステージに合わせ、誰もが働きやすい職場環境のため、従業員の意見を聞きながら改善を進めていく。



写真15 耕うんを行う従業員



写真16 笑顔の従業員

6 今後の方向

令和4年、現代表が経営を継承し12年目にして、初めて男性を雇用するようになり、現在3名の男性従業員が働いている。身体的なことで女性には難しかった作業や体力面できつい作業を男性従業員が行うなど、役割分担を行っている。また、今までと違った視線からの仕事の意見も出て、大いに参考になっている。

また、代表は今後も、賃金や休暇などの環境は引き続き整備していきたいと考えている。それと同時に、従業員自らが仕事自体にやりがいを感じてもらえるような取組にしていきたいと思っている。会社で今後やっていきたいことを従業員と意見を出し合い、どうしたらそれを実行できるかを一緒に考え、自分たちの会社であるということをもっと実感してもら

えるようにしていきたいと考えている。「会社が大きくなることはうれしい。大きくなる過程に私もいるから。」という従業員からの言葉が代表の心の支えになっている。従業員とともに会社を発展させ、従業員がそれをうれしく思う体制づくりを今後はしていきたいと考えている。



写真 17 みんな笑顔の従業員



写真 18 出産を控えるベトナム人従業員

担い手づくり部門



はやかわ
有限会社 早川農場
(埼玉県 加須市)

1 地域の概要

埼玉県加須市は、埼玉県の東北部、関東平野のほぼ中央を流れる利根川中流域にあり、利根川の堆積で形成されたという平坦地で、都心から概ね 50km 圏内に位置し、東西と南北それぞれ約 16km の広がりがあり、都市機能が集積する市街地とその周辺に広がる農村地域がある。

太平洋側気候の属する内陸性の気候で、晴天の日が多く、年間平均気温は約 15℃、降水量は約 1,300mm である。冬は北西の季節風が強く、空気が乾燥し、夏の日中はかなり高温になり、雷雨も発生する。

道路網は、東北縦貫自動車道と国道 122 号が南北方向に、国道 125 号と国道 354 号が東西方向に走り、東側で国道 4 号につながるなど広域幹線道路が整備されている。鉄道は、東武伊勢崎線と東武日光線が通っている。

加須市の農業は、肥沃な大地に恵まれ、県内随一の穀倉地帯として稲作を中心に発展してきたが、高度経済成長期以降では、都市近郊地域という地理的条件を生かし、施設園芸、施設花き、畜産等を組み合わせた複合的な経営も定着している。

図 1 加須市位置図



2 経営の概要

有限会社早川農場は、「人づくり」、地域での「仲間づくり」を理念として、埼玉県内随一の穀倉地帯である北埼玉地域の農業を守り、地域の先輩方から受け継いだ技術を継承して、おいしい米を作ることや儲かる農業を実践し、将来を担う若手の育成を積極的に行い独立就農に向けて全面的に支援している。



写真 1 加須市名物こいのぼりの田んぼアート

平成 16 年に地域でいち早く法人化し、若い従業員の採用や研修生の受入れ、機械化一貫体系の構築などにより規模拡大を図っているほか、農産物検査登録検査機関として登録した。

近年はスマート農業機械の導入や IT を活用したほ場管理システムを活用することで、作業の省人化・省力化にも取り組んでいる。

販売面では、消費者への直接販売に加え、高砂製菓株式会社（製菓業）や株式会社ベンチャーウイスキー（蒸留所）との契約栽培に取り組むことで広い販路を確保している。

表1 経営耕地面積（令和5年）

	田	畑	計
所有地	0.2ha	0ha	0.2ha
借入地	58ha	0.3ha	58.3ha
計	58.2ha	0.3ha	58.5ha

表2 作物・部門別経営規模（令和5年）

	作付面積	生産量
水稲	52ha	235.8t
小麦	20ha	60t
大麦	2ha	4t
水稲（作業受託）	3ha	—
小麦（作業受託）	2ha	—
合計	79ha	—

表3 経営耕地面積、作物・部門別経営規模等の推移

	令和3年	令和4年	令和5年
経営耕地面積	76ha	78ha	79ha
水稲	54ha	55ha	52ha
小麦	15ha	16ha	20ha
大麦	2ha	2ha	2ha
延べ作付け面積計	71ha	73ha	74ha

表4 労働力（令和5年）

	労働数	うち45歳未満
家族または役員	0人	0人
常時雇用	5人	4人
臨時雇用（年間延べ雇用数）	90人	90人
研修生	0人	0人

表5 労働時間（1人あたり）

平成28年 （前回認定時）	令和3年 （今回認定時）	令和4年
2,600時間	2,200時間	2,000時間

3 経営の特色・成果

（1）地域の田畑を守る

都心から50km圏内で都市近郊に位置することから他産業への人材流出が多く、農業の

後継者や担い手の不足が深刻な問題となっているため、当法人では「地域の農地を荒らさない、地域の田畑を守る。」「先輩方が培った技術を継承しておいしいお米をつくる。」を基本理念として営農活動を展開している。

(2) 儲かる農業の実践

地域でいち早く平成16年に法人化し、雇用労働力を確保して規模拡大を行う大規模主穀作法人としてパイオニア的な経営体であり、地域のモデルとなっている。

経営安定の基礎となる低コスト生産の実現に向けて、導入している農業機械を最大限効率的に利用するためのオペレーター育成や、農業機械をメンテナンスすることで長期的な利用の促進、中古農業機械の活用など様々な取組を実践している。さらに、生産効率を高めるため、農地中間管理事業等を活用した規模拡大と集積・集約化、畦畔除去による区画拡大、米麦二毛作の実践、レーザーレベラーによる圃場の均平化等に取り組んでいる。また、近年の肥料高騰に対応するため、地域内の養豚農家と連携し、堆肥を積極的に活用することで化成肥料を減らすなど循環型生産及び低コスト化に努めている。



写真2 トラクタ等農業機械の一部



写真3 従業員が操作する自脱型コンバイン

(3) 経営者としての資質向上

埼玉中小企業家同友会、倫理法人会や商工会議所等へ加入して、人の育て方や企業のあり方、職場環境の整備などを学ぶとともに、異業種交流等を積極的に行うことで、経営者としての資質向上と持続可能な経営に必要な知識の習得に努めている。

(4) 経営安定のための戦略

販売面では「こいのぼり古里米」の商標登録、低温貯蔵庫の整備及び農産物検査員資格の取得、農産物検査登録検査機関として登録することで、販売先からの信用を高めるとともに商品価値を向上させることで販路拡大を図っている。また、当法人で生産する主食用米の70%は栽培前に品種・価格を決定する契約販売を行い、残りは自社で消費者などに直接販売しており、加工米や新規需要米は県内の製菓会社や米麴会社と契約するなど安定的な収益の確保に努めている。

また、大麦は県内の蒸留所へウイスキーの原料供給を行っており、こうした取組により経営の安定だけでなく、消費者との繋がりが実感できることで従業員のモチベーション向上にも繋がっている。



写真4 ウイスキー原料の供給先



写真5 早川農場のお米で作ったせんべい

(5) スマート農業への取組

当法人では、生産ほ場が約 450 枚に分散しているため、同時に複数人で作業する必要があることから、タブレット端末やスマートフォンを活用して、ほ場の位置確認や作業管理記録を社内で共有できるほ場管理システムを導入することで作業の効率化を図っている。また、農薬散布用ドローンや直進アシスト付きのトラクタなどのスマート農機を導入するとともに、最新のスマート農機の知識や技能を習得するために、生産者を中心に組織されている「北埼玉スマート農業研究会」に加入することで、更なる作業の効率化に取り組んでいる。



写真6 直進アシストトラクタ

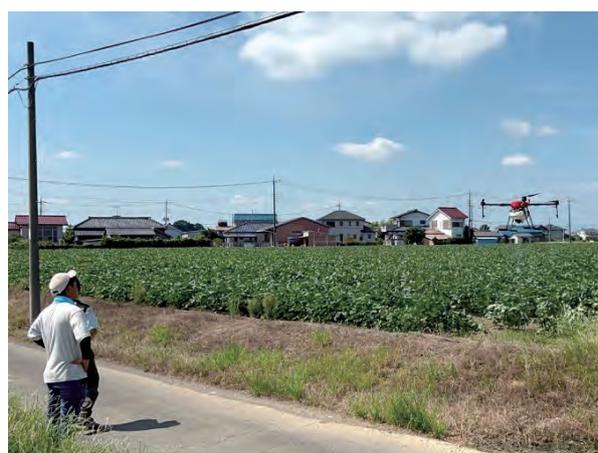


写真7 ドローンによる防除

(6) 将来を担う若手の育成

農業の後継者や担い手を確保し、地域の農業を守るため、当法人では「人づくり」と地域での「仲間づくり」という経営理念を実践しており、平成 25 年から農業経験のない非農家出身者を含む従業員の雇用や研修生の受入れを開始した。

若手社員の中には将来、自分も早川農場の様な経営を行ってみたいと夢を描いていた者もいたが、特に非農家出身者の場合は、就農時の農地の確保や資金面等ハードルが高く、公的な融資も難しい状況であった。このため、農家・非農家を問わず従業員・研修生として積極的に採用して、当法人で農業機械の操作、生産、販売等に関する経験を積ませて独立就農をさせる取組を開始した。独立就農した後も、独立就農した者の経営が安定するまでは当法人の農業機械や施設を貸し出すほか、労働力についても人的な派遣を行うなど、早期経営安定に向け全面的にサポートを行うことで、農業への定着を図っている。こうした取組のほか、農地や販売先の確保についても、当法人が行政機関や販売先から協力を得られるようサポートを行っていることから、独立就農希望者は確実な将来像を描きながら安心して働くことができる仕組みを構築している。

現在では、当法人の経営理念を継承した4人が独立就農し、県内随一の穀倉地帯北埼玉地域の水田農業の担い手として活躍している。

さらに、持ち帰り飲食サービス業や飲食店等をフランチャイズ展開している企業の直営農場（加須市で企業参入、新規に米生産を開始）への技術アドバイザーも受け持っており、企業の農業参入への手助けも行っている。



写真8 独立を目指す従業員の皆さん①



写真9 独立を目指す従業員の皆さん②

(7) 青年農業者組織「ヤング農マン KAZO」を設立、若手農業者の活性化

早川氏が中心となり、平成25年加須市内で農業に従事する若手農業者男女21名で青年農業者組織「ヤング農マン KAZO」を設立し、初代会長として活動を開始した。市内の農業者同士の連携を密にして、地域農業の課題解決や魅力発信、地元生産物の紹介等を積極的に行うなどの取組を行っている。この取組により、孤立しがちな若手新規農業者を地域農業の仲間として受け入れる環境が整備され、一人一人がチャレンジ心を持って農業経営に取り組んでいる。



写真10 会員栽培施設の視察



写真11 会員栽培圃場の視察

4 地域への関わり

県内随一の穀倉地帯である北埼玉地域では、高齢化による地域農業の担い手不足・後継者不足により遊休農地が増えており、大きな問題となっている。このような中、当法人の支援を受けて生産拡大した法人や独立就農者が約420ha規模の土地利用型農業を行っており、当法人の「地域の田畑を守る」という経営理念・経営方針が着実に実を結んでいる。また、新たに就農した若手経営者とお互いに情報共有を行い、切磋琢磨することで地域農業の活性化に向けた取組の重要性が継承されている。



写真12 独立就農のお祝い

5 今後の方向

現在行っている契約栽培や各企業間との連携、水田活用直接支払い交付金の対象となる戦略作物の栽培の充実させることで、経営の更なる安定化を目指すとともに、新たな担い手の発掘を行う。

また、令和5年9月に県内の農業法人と米卸売法人が共同出資により設立した新会社と当法人が連携して、全国から大規模主穀作経営を目指す若い就農希望者を募り、当法人がこれまでに培った人材育成のノウハウを提供することで、新会社に入社して3～4年を目途に「のれん分け」方式により地域の担い手として独立就農できるよう全面的にサポートする。