

＜令和3年度 みやぎ農業担い手サミット関連資料＞

○ セミナー資料

テーマ「コロナ禍で見えてきた、これからの中の農業」

講 師 農業ジャーナリスト 窪 田 新之助 氏

○ 実践報告資料

令和3年度天皇杯受賞（農産・蚕糸部門）

実践報告者

仙台市 農事組合法人 仙台イーストカントリー
代表 佐々木 均 氏



令和4年3月

一般社団法人 宮城県農業会議
宮城県担い手育成総合支援協議会
宮城県認定農業者連絡協議会

はじめに

今日の農業を取り巻く状況は、基幹的農業従事者の減少や高齢化による恒常的な担い手の不足、新型コロナウイルス感染症の拡大による米をはじめとする農産物の需要減少、さらにはウクライナ等国際情勢の変化による生産資材の高騰など、困難な状況にあります。

こうした中、県内の認定農業者や農業法人など、意欲ある地域農業の担い手等が一堂に会し、今後の農業経営に「夢と希望」をもって取り組める魅力ある農業の実現に向けて、会員相互の研さんと意識改革を図るとともに、自らの経営改善に資することを目的に、「令和3年度みやぎ農業担い手サミット」を令和4年2月8日(火)に松島町の「ホテル松島大観荘」にて開催する準備を着々と進めました。

しかしながら、開催日が近づくにつれて、新型コロナウイルス感染者の急激な増加により、感染リスクが高まったことから、サミットはやむなく中止させていただきました。

しかしながら、サミットにおいて予定していた講演や事例発表の内容は、非常に示唆に富んだ有意義なものであったことから、参加を予定していた方々にぜひお伝えいたしましたく、講師・事例発表者にお願いして、講演レジュメをより詳細に再編集いただき、本冊子を作成いたしました。

皆様の今後の農業経営の展開にあたって、ぜひご一読いただきますようお願い申し上げます。

なお、本資料作成にあたり、ご協力いただきました講師・事例発表者をはじめ、関係機関の皆様に、厚く御礼を申し上げます。

令和4年3月

一般社団法人宮城県農業会議
宮城県担い手育成総合支援協議会
宮城県認定農業者組織連絡協議会

目 次

○ セミナー資料

テーマ 「コロナ禍で見えてきた、これからの農業」

講 師 農業ジャーナリスト 窪 田 新之助 氏

1. コロナ禍でも強い経営 1

2. 変容する資本主義 9

3. 農業界で起きていること 14

4. 顕在化する経済のデジタル化 23

5. フードバリューチェーン 35

○実践報告資料 45

令和3年度天皇杯受賞（農産・蚕糸部門）

実践報告者

仙台市 農事組合法人 仙台イーストカントリー

代 表 佐々木 均 氏

○ セミナー資料

テーマ 「コロナ禍で見えてきた、これからの農業」

講 師 農業ジャーナリスト 窪田 新之助 氏

プロフィール――

窪田新之助（くぼた・しんのすけ）農業ジャーナリスト。著書に『データ農業が日本を変える』(集英社インターナショナル)『図解即戦力 農業のしくみとビジネスがこれ一冊でしっかりわかる教科書』(技術評論社)『日本発「ロボットAI農業」の凄い未来』(講談社)など。

1. コロナ禍でも強い経営

1. コロナ禍でも強い経営

コロナ禍でも強い経営として二つを紹介します。共通しているのは「モノ」から「コト」への転換です。詳しくは次の記事をご覧ください。

①福糧

https://agri.mynavi.jp/2022_01_21_181618/

面白いようにコメが売れる 「食べ比べ」 からファンを作る、米卸の戦略

佐賀県鳥栖市に、休日は1時間待ちが当たり前という人気のカフェがある。客のお目当ては、日替わりで4品種のコメを食べ比べられるおにぎり。食後には隣接する米穀店で気に入った品種のコメを購入するという流れが生まれている。両店舗を手がけるコメ卸の株式会社福糧（ふくりょう）に話を聞いた。

休日は1時間待ちがザラ

JR久留米駅から車で5分ほど。福岡県から県境を越えて佐賀県鳥栖市に入るとすぐ、道を挟んで一面田んぼばかりの景色を眺める、おしゃれな雰囲気の建物が見えてきた。福糧の子会社である株式会社エヌケーフーズが運営するカフェ「FUKU CAFE(フクカフェ)」と米穀店「ふく福米（ふくふくまい）」だ。それぞれ開業したのは2018年5月と2017年12月。開店の30分前に訪ねたというのに、すでに店の前には人が並んでいる。顔触れはほとんどが女性。店内で用意している席数は52。客は開店と同時に次々に入店するものの、一度に全員が入りきれなかった。その後も新しい客が絶えない。開店から15分ほどして来店した客は、店員から1時間待ちになると告げられていた。

人気の理由は4品種の食べ比べ

客の目当ては、昼の定食に必ずついてくる4つのおにぎり。いずれも品種が異なり、しかも毎日変わる。この日は「さがびより」「ヒノヒカリ」「ミルキークイーン」「雪若丸」。大きさはコンビニのおにぎりの半分くらいだろうか。4つそれぞれにつまようじで作った旗を立てて、そこに品種名を書いている。テーブルには店が過去に扱ってきた20を超える品種の特徴を記した説明書を置いている。福糧の専務でエヌケーフーズ社長の檜原宏司（ならはら・こうじ）さんはその理由をこう語る。

「家族が『今日は何のご飯にする』という時、話題になるのはおかげであってコメではないですね。でも、ここでの主役はコメ。コメを食べ比べてもらって、コメについて30分でも1時間でも語り合ってもらう場にしたいんです」

店の中央に据えたテーブルにも、その日の4品種のおにぎりが並ぶ。定食のトレイのおにぎりを食べきったら、 “おかわり” ができる仕組みだ。どれだけ食べても料金は変わらない。つまり「食べ放題」なわけだが、檜原さんはあくまで「食べ比べ」という表現にこだわっている。

「食べ放題というと男性客が中心になってしまう。でも、品種ごとの味の違いが分かるまで食べ比べてくださいとうたえば、女性でも気にせず来てもらえますからね」

女性客でも入りやすい店づくりに力を入れている理由は、SNSで発信してくれるから。確

かに店内を見渡すと、女性客の多くは料理が到着すると同時に、スマートフォンでおにぎりを撮影している。

「我々にとっては配膳した瞬間が勝負なんです。そこでお客様がにこっと笑って、料理を撮影してくれれば、良かったなと思います」（檜原さん）

カフェの客が米穀店に流れる好循環

カフェで食事を終えた客の多くは、併設する米穀店に向かう。売れ筋商品は、コメを立方体にパッケージングした「キューブ」（300グラム入り）。価格が250～300円なので、「手頃だし、その形を面白がって、若い女性が家族や友人に買ってきます」と檜原さん。

米穀店では玄米や精米などのほかに、福糧の独自商品である有明海産の味付けのりや、もちむぎのフレーク、ドレッシングなども扱っている。いずれもカフェでは無料で試食できるようにしているもの。檜原さんは「カフェは試食会場でもあるんです。気に入ったら、ここで買ってもらう仕組みです」と語る。

客足はというと、コロナ禍でもむしろ順調に伸びているという。レジの通過数は2020年、2021年とも対前年比で20%増となった。2020年はゴールデンウイークまでの1カ月を休業していたことを付け加えておきたい。

カフェでの反応が、量販店への提案に

カフェと米穀店は、本業の卸事業にも好影響をもたらしている。一例を挙げたい。同社の独自商品に「ふく福米」がある。コシヒカリを7割、ミルキークイーンを3割で混ぜたブレンド米だ。ブレンドすることについて檜原さんはこう説明する。「稻は、本来違う品種を交配させ、それぞれの良い特徴を出すように品種改良されてきました。お米も同様で、違う種類のお米をブレンドして、両方の良いとこ取りをすれば、さらにおいしく楽しめます」試しに1年間、このブレンド米をカフェで出し続けたところ、「魚沼産コシヒカリ」や「さがびより」などを抜いて一番人気となった。続いて米穀店でも扱ったところ、こちらでも最も売り上げる商品になった。こうした結果を受けて、量販店に商品として提案した。

「一般にコメ卸が量販店に提案するのは価格。いかに安く提供できるかが勝負。でも、量販店は情報も求めている。うちのカフェは小さいけれど、お客様の『好む食感のお米』や『食べてみたい産地』など、消費者の反応を肌で感じて伝えることができる、いわゆるアンテナショップ。そこが卸が飲食店をやる強みですね」（檜原さん）

同社は、九州地方を中心に同様の店を展開する計画を立てている。「おにぎりを出すカフェだけだったら、ここまでうまくいかなかったはずです。コメ屋がやっているから、おいしいよねって思ってくれるのでしょうから、このスタイルを広げていきたいですね」

そう語る檜原さんは、ほかにもコメの新しい食べ方を検討している。2022年に仕掛けるというので、改めて紹介したい。

②ドリームファーマーズJAPAN

https://agri.mynavi.jp/2021_03_26_152489/

コロナ禍で売り上げが20%増になった観光農園 「体験」を売るSNSの使い方

大分県宇佐市・安心院（あじむ）で観光農園を経営する株式会社ドリームファーマーズ

JAPAN。2020年はコロナ禍ながら、収穫時期の売り上げを対前年比で20%増やすことに成功した。主な来園者だったツアー客の数が皆無に等しい状態にまで落ち込んだものの、新たに個人客を引き込んだ。挽回に貢献したSNSの活用法を紹介する。

2020年はツアー客がほぼ皆無に

ドリームファーマーズJAPAN（以下、ドリームファーマーズ）の共同代表は社長の宮田宗武（みやた・むねたけ）さんと副社長の安部元昭（あべ・もとあき）さん。2人はそれぞれ自分たちのブドウ園を営む一方、同社が安心院で運営する園地でブドウを生産。収穫物はドライフルーツやコンポートに加工もして直売している。

ドリームファーマーズの敷地内には園地や加工所、直売所、喫茶店を併設。2019年までは収穫時期ともなれば、大型バスで400台を超えるツアーの観光客が来ていた。毎回の勝負どころは短い滞在時間で観光客にどれだけの数のブドウや加工品を売るかにあった。宮田さんは「僕らはずっとモノ売りをしてきたんです」と振り返る。

「じやらん」の「遊び・体験予約」で「全国一の伸び率」

ところが2020年に事態が変わる。新型コロナウイルスの影響でツアーの観光客がほぼゼロになったのだ。ただ、ときにピンチはチャンスに生まれ変わる。宮田さんは「コロナ禍でモノ売りからコト売り、つまり体験を売ることに切り替えたんです」と語る。

ドリームファーマーズが代わって商品として大きく打ち出したのが個人客向けのブドウ狩り。その中身は、客に園地で1房をもいでもらうほか、土産用に1房とタオル、飲料、パンフレットなどを付ける。参加費は1800円（税別）。

園地ではブドウ狩り以外にも楽しんでもらえる工夫を凝らした。たとえば入り口には、海などに浮かべる丸い浮標（ブイ）を材料にブドウを模した造形物を飾ったり、園地の目の前にあるワイナリーのブドウ園を眺められる場所に椅子を置いたりした。喫茶店の外壁には県内の画家にブドウの絵を描いてもらった。観光客はそこで写真を撮ったり、たたずんだりして楽しむという。

集客に使ったのは、主に株式会社リクルートライフスタイルが運営する旅行予約サイト「じやらんnet」。宮田さんは「『じやらん』の担当者によると、『遊び・体験予約』部門での伸び率が全国一になったそうです」と話す。ツアー客と比べて個人客のほうが滞在時間が長いこともあって喫茶店や直売所を利用する人が多く、客単価は増加。収穫時期の売り上げは対前年比20%増となった。

個人客を呼び込んだSNS

では、なぜ個人客が大勢やって来たのか。宮田さんによると答えは二つある。一つは多くの個人客がSNSでブドウ狩りの様子を発信したこと、別の客を呼び込んだということ。

もう一つは2020年2月12日にYouTubeでチャンネル開設して以来、毎日1回以上は新しい動画を上げている「ドリームファーマーズちゃんねる」。YouTubeは動画やコメントなどを介してコミュニケーションを生む動画系SNSとして、情報共有の場にもなっている。「『動画を見てやって来ました』という人がむちゃくちゃ多かったです」と振り返る安部さんは、配信を始めた当初、チャンネル登録者数の目標を1000人に設定していた。

ところが1年が経った2021年2月には7000人を突破していた。

YouTubeで生まれた親近感

「農家のチカラで農村イノベーション。ドリームファーマーズJAPANの宮田です」「もっちーです」。動画の多くは2人のこんな語り出しから始まる。動画の内容はブドウづくりや会社のイベントやその準備、獣害対策などドリームファーマーズの日常がほとんど。ちなみに「もっちー」とはYouTube配信を仕掛けた安部さんのあだ名である。

「初めて来園したお客様からいきなり『もっちーさん』って声をかけられるようになつたので、最初は戸惑いました。向こうは動画で僕らのことを見ているので、初めてという感じがしていないんですね。僕らがしゃべってる、動いているということが親近感を生んで、多くの人に農園に行ってみたいと思ってもらえたんだと思います」

宮田さんは「コロナ対策の動画を流したことも来園を後押しした」と見ている。椅子やテーブルの間隔を空けたり、ブドウ狩りに使うはさみやかごの消毒などをしたりする動画を上げていった。「安心して農園を訪ねられると思ってもらえたはず」と宮田さん。

SNSをどう使い分けるのか

ドリームファーマーズが活用しているSNSは、ほかにFacebookとInstagram。それぞれどう使い分けているのか。安部さんは次のように説明する。

「YouTubeはファンづくり。僕らがしゃべったり動いたりしているから、親近感を持ってもらえます。ほかのSNSと比べて年配の方々も使いやすいから、幅広い層に訴えかけられるのもいい。Instagramは画像の美しさが特徴なので、商品の販売につなげる為に使っています。Facebookは企業情報を詳細に載せられるので、会社紹介ですね」

ファン獲得のためオンラインのセミナーや飲食会

「ドリームファーマーズちゃんねる」の登録者数が7000人まで達したいま、「密度も深度も高いファンをつくっていきたい」と安部さん。具体的にはオンラインのセミナーや飲食会を開催していく。初回は3月中に予定しているオンライン飲食会。募集人数は10人程度。ドリームファーマーズがつくったシャインマスカットのワインやドライフルーツを事前に発送し、当日はそれらを飲食しながら画面越しに雑談する。

オンラインセミナーについては、まずはブドウづくりを教える講座を検討している。安部さんは「たとえばブドウの剪定（せんてい）の仕方を動画で載せると、結構反響があつて、直接教えてほしいとやって来る人もいるんです。その中には僕らの商品のお客さんじゃない人も少なくない。課金制にして始めるつもりです」

コロナ禍を機にSNSで攻勢をかけるドリームファーマーズ。ファンを獲得する取り組みの詳細についてはいずれあらためて紹介したい。

福糧(佐賀県鳥栖市)

- ・ 本業はコメ卸。コメの生産から加工、流通、販売まで手がける。
- ・ 2017年12月に米穀販売店「ふく福米」、2018年5月にカフェ「FUKU CAFE(フク カフェ)」を併設して開店。
- ・ 翌々年にコロナまん延。でも、20年、21年とも売上げは前年比20%増



COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

「食べ放題」ではなく「食べ比べ」



COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

ドリームファーマーズJAPAN (大分県宇佐市安心院町)

- ・ブドウ農家の2人が六次産業を創出するため設立
- ・ブドウを自社で加工して直売や卸売するほか、観光農園を展開。
- ・収穫時期の観光農園への来客は大型バスで400台以上
→コロナ禍でほぼゼロに。
ところが、.....。



COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

2020年の売上げは前年比
120%

『じゃらん』の「遊び・体験予約」部門での
予約件数の伸び率が全国一に

COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

販売する相手と内容の変更

コロナ前

- ・ ツアー客向けにブドウやその加工品を直売。
- ・ 短時間でどれだけの品数を売るかが勝負。

コロナ後

- ・ 個人客向けにブドウ狩りという「体験」を売り始める。
- ・ 園地で1房をもいでもらうほか、土産用に1房とタオル、飲料、パンフレットなどを付ける。参加費は1800円(税別)。
- ・ 客は長時間滞在し、隣接する喫茶店や直売所も利用。

COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

個人客を集客できた訳

1)個人客がSNSでブドウ狩りの様子を発信、別の客を呼び込んだ。

2)2020年2月12日からYouTubeで始め、毎日一回以上は新しい動画を上げている「ドリームファーマーズちゃんねる」。



COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

SNSの使い分け

1) YouTube

「ファンづくり。僕らがしゃべったり動いたりしているから、僕らに親近感を持ってもらえます。ほかのSNSと比べて年配の方々も使いやすいから、幅広い層に訴えかけられるのもいい」

2) Instagram

「画像の美しさが特徴なので、商品の販売につなげるために使っています」

3) Facebook

「企業情報を詳細に載せているので、会社紹介」

COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

今後の展開

1)オンラインでの交流会

初回は3月中に実施した飲食会。募集人数は10人程度。ドリームファーマーズJAPANがつくったシャインマスカットのワインやドライフルーツを事前に発送し、当日はそれらを飲食しながら画面越しに雑談。

2)セミナー

ブドウづくりを教える講座を検討中。課金制にして始める。

COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

2. 変容する資本主義

2. 変容する資本主義

「1. コロナ禍でも強い経営」を受けて、資本主義の変容を巨視的に紹介します。

資本主義の変容とは次の二点で表現できます。

- ①価値の担い手が「物質的なもの」から「非物質的なもの」への転換
- ②経済成長のけん引役が「有形資本」から「無形資産（知的財産やソフトウェア、組織、ブランド等）」への転換

①②のような転換や傾向を把握したくても、世界的に主だった経済統計は非物質的な側面を十分にとらえきれていません。ただ、一部の調査研究（資料15）ではそれが確認できます。

産地や農業の経営において大事になるのは非物質化への対応であり、次の1)から3)への投資になります。とりわけ新事業の創出や成長、雇用の拡大にとって重要なのは3)経済的競争資産です。経営戦略の立案に関わるためです。

1) 情報化資産

コンピューターソフトウェアやデータベース

2) 革新的資産

研究開発投資（科学研究開発投資や天然資源開発、免許料や特許料、製品開発やデザイン、調査）

3) 経済的競争資産

人的資本、組織構造

2つの取り組みが
意味することとは？

→「資本主義の変容」

COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

資本主義の変容とは「非物質化」

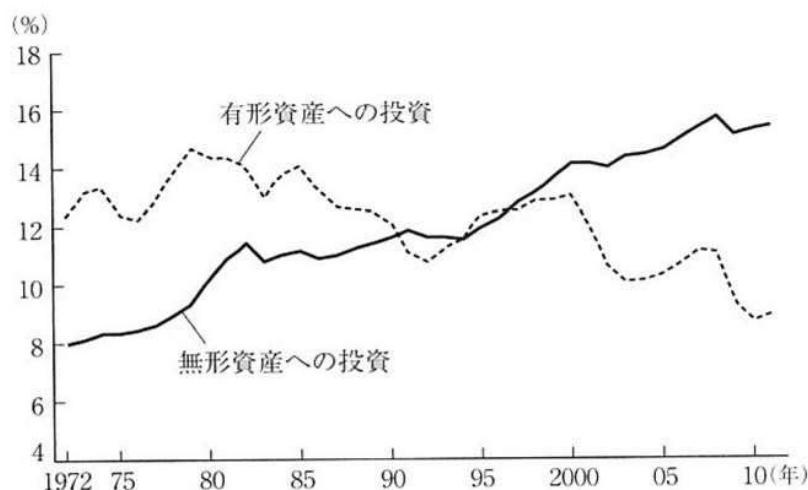
◇資本主義の価値の担い手
「物質的なもの」から「非物質的なもの」へ

◇経済成長のけん引役
「有形資本」から「無形資産(知的財産やソフト
ウェア、組織、ブランド等)」へ

COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

非物質化の根拠

アメリカにおける投資の内訳の推移



[出所]OECD(2013), p. 24, Figure 0.1.

出典:諸富徹「資本主義の新しい形」(岩波書店)

COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

生産の非物質化とは

1) 資本

旧)工場の機械設備

新)研究開発や経営戦略、ネットワーク

→「人的資本」

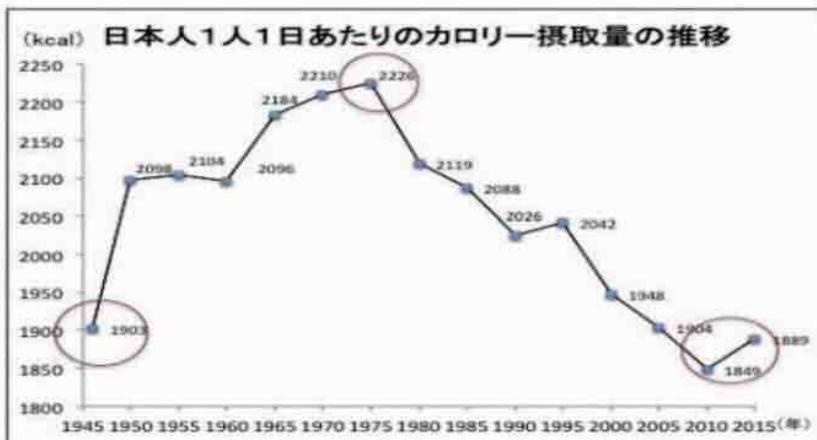
2) 労働

旧)肉体労働とその力

新)知的、コミュニケーション的、関係的、情動的な活動

COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

消費の非物質化とは



COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

無形資産の三つ

1)情報化資産

コンピューターソフトウェアやデータベース

2)革新的資産

研究開発投資(科学研究開発投資や天然資源開発、免許料や特許料、製品開発やデザイン、調査)

3)経済的競争資産

人的資本、組織構造

※**人的資本**が最も大事になる

COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

新たな成長を求めて

- ・「モノ」を作る(造る)ことで儲けることが難しい時代に
- ・「ペティ・クラークの法則」の通り、先進諸国における主軸産業は第一次産業から第二次産業、さらに第三次産業へと移行している。

※日本ではGDPに占める第三次産業の比率は56%(1970年)から73%(2015年)に

→「製造業のサービス産業化」の始まり

COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

製造業のサービス産業化とは

ex)自動運転化する自動車産業

キーワードはCASE

1. Connected(つながる)
2. Autonomous(自動運転)
3. Shared(共有)
4. Electrics(電動)

→渋滞予測や最適経路の提示、車内で音楽や映画の鑑賞などのサービス提供へ

COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

3. 農業界で起きていること

3. 農業界で起きていること

「2. 変容する資本主義」を受けて、農業界で起きていることを高知県を事例に紹介します。詳しくは以下の記事をご覧ください。

https://agri.mynavi.jp/2020_11_19_138818/

https://agri.mynavi.jp/2020_11_25_139899/

収量と品質で他県を引き離す「IoP」とは 農家所得2割増を目指す高知の挑戦

高知県が施設野菜の収量と品質で他県を一層引き離し、農家所得の2割増を目指す研究課題に取り組んでいる。とはいえる少なくとも収量では、県の主要野菜7品目のほとんどがすでに全国で最も高い中、さらに伸ばす余地はどこにあるのか。その答えは、作物の生体に関するデータを産地や農家個々の経営に活用する「データ農業」だという。

もっと楽しく、もっと楽に、もっと儲かる農業

「デジタルデータと農業を掛け合わせた『データ農業』の展開によって、もっと楽しく、もっと楽に、もっと儲かる農業を目指したい」

こう語るのは高知県農業振興部IoP推進監の岡林俊宏（おかばやし・としひろ）さん。そのために同県は2018年度から内閣府の地方大学・地方産業創生交付金を活用して「IoPが導くNext次世代型施設園芸農業」という研究課題に取り掛かっている。

「IoP」とは「Internet of Plants」の略で、本研究開発の「中心研究員」である高知大学農林海洋科学部特任教授の北野雅治（きたの・まさはる）さんが提唱する新たな概念だ。その意味するところは、作物の生理や生育情報を含めて、農業に関するデータを今まで以上に収集・蓄積して可視化し、栽培から出荷、流通に役立てていくことにある。

同県が考える農業のデータは主に3つある。1つは環境データ。これは気象や土壤、水といった植物が育つ環境に関するもの。場合によっては作物以外の微生物の働きを入れることもある。

2つ目は管理データ。これは人為的なマネジメントに関するもの。たとえば種子や農薬、肥料をまいた時期やその量、あるいは農業機械をどこでどれだけの時間動かしたのかも含む。人がロボットを通して間接的に働きかけることも、これに当たる。

3つ目は生体データ。作物の生育状態に関するもの。葉の面積、果実の糖度や酸度、収量といった作物そのもののデータである。

「ブラックボックス状態」の生体データ

3つのうち環境と管理のデータは生産の現場でも活用されるようになってきた。たとえば温度のデータを踏まえた加温をしている。あるいは、誰がどの農地でどんな作業をしたかといったデータを取ることで、作業の進捗（しんちょく）状況を明確にしている。

一方、生体データは技術の進展が遅れ、「営農の現場ではブラックボックスの状態」（北野さん）。そこで研究課題では、とくに生体データを取る技術の開発と普及を加速させていく。一例を挙げれば、施設内に設置したWebカメラで作物の葉の受光面積と明るさの度合いを経時的に計測し、光合成をより活発にするための摘葉の方法や栽植の密度などを検討している。

研究の推進体制として参画するのは、同県やJAのほか高知大学や高知県立大学、高知工科大学など。農学と情報科学での専門的な組織や人材が幅広く結集しているのは注目に値する。

独自の「IoPクラウド」を構築へ

2020年度の目標は同県独自の「IoPクラウド」を構築することだ。これでさまざまなデータの蓄積や連携、分析、診断などができるようになる。データを活用するといつても、まずは量が大事になる。その点で同県は優位にあるという。

「うちの強みは、種をまいて年に一回収穫して終わりの野菜はほぼなく、ナスやピーマンなど一年中収穫が続く野菜が多いこと。だいたいの野菜は8月に植えてから10カ月間は取りっぱなしなんですね。それだけ他県に比べてデータを取りため、そのデータに基づいて毎日ちょっとづつ栽培の改善を繰り返すことができる」(岡林さん)

といつても生産現場で大量のデータを取るには課題として、インターネットにつなげる環境をつくらなければいけないほか、カメラ画像から生育や着果の状況を自動で診断できるAI等の開発も必要となる。前者については段階的に進める一方、後者については同県農業技術センターが過去の試験研究で取りためたアナログデータがある。これをデジタルデータに変換する作業に取り掛かっている。

その過去のデータから作物の生育を予測する計算式をつくる。その計算式に現在進行形の生体データを取り込みながら、収穫の時期や量などをより正確に予測できるようにする。施設内で加温したり炭酸ガスを発生させたりして、収穫の時期は前後の微調整ができるようにもする。

一方で注目したいのは、「IoPクラウド」に出荷データを取り込むことだ。それが可能なのは、各出荷場のデータを蓄積しているJA高知の電算センターと連携するからだという。個々の農家が出荷した日時や量、品質、大きさなどのデータを取りため、将来的に産地として出荷する量を予測する。

さらに出荷データを踏まえて個々の農家の通信簿をつくり、きめ細かな営農指導につなげる。「たとえば売り上げが高くても利益率が低い農家の場合、『経営面積は大きいけど、栽培技術に課題があり収量が低い』、『労働力が不足している』、あるいは『過剰な投資をしている』などの原因が考えられる。データがあれば、今までよりも適切な営農指導ができるようになる」(岡林さん)

以上、高知県が目指す「IoP」と呼ばれる研究課題の構想をざっと理解してもらえたはずだ。後編で取り上げたいのは、多くの農業関係者にデータが持つ価値を理解してもらいながら、どうしたら生産現場で活用してもらえる流れをつくるのかについて。再び高知県を舞台に紹介する。

高知県に学ぶ「データ農業」普及の人材育成

今回は環境や管理、生体などのデータを活用した「データ農業」の普及について考えてみたい。そのために取り上げるのは前回に続いて高知県。同県では主要野菜7品目に限ると、施設内で環境データを測定する装置と炭酸ガスを供給する装置の普及率が53%に及ぶ。これだけの成果を挙げた理由に加え、この数字をさらに高める方策について、人材の育成という観点から紹介したい。

環境データの活用で5～30%の增收を達成

まずは高知県の実績を確認しよう。主要野菜であるナスとピーマン、シシトウ、キュウリ、ミョウガ、ニラ、トマトの7品目の平均反収をみると、トマトを除いて全国1位である。ちなみにトマトは全国4位で、収量が低くなりがちな高糖度トマトが主であることが大きな理由である（2018年、農林水産省調べ）。

これだけの実績を挙げている要因はデータに基づく環境制御技術が広がったからだ。県は2013年度から、施設内で環境データを測定する装置と炭酸ガスを供給する装置の普及を開始。その結果、導入した農家は反収を5～30%増やした。現在、両装置の普及率は主要野菜7品目の栽培面積の53%に及ぶ。県は収量が上がった分の経済効果だけで約26億円と試算する。品質ではメロンやスイカで玉揃いや糖度が安定するなど、実際にはより大きな経済効果を生み出しているとみている。

半世紀にわたるオランダとの交流の歴史

では、なぜデータに基づく環境制御技術を普及できたのか。その理由について高知県農業振興部IoP推進監の岡林俊宏（おかげやし・としひろ）さんは「古くからオランダと交流してきた背景があったことは無視できない」と説明する。

交流の歴史は半世紀ほどに及ぶ。岡林さんいわく「いまから40～50年前、高知はテッポウユリの産地で、オランダに輸出していたそうなんです。オランダはその遺伝資源をもとに品種改良したオリエンタルユリを開発し、逆にその球根を高知に輸出するようになりました。いまでは取引額は10億円にもなります」。

ユリがオランダとの交流の第1弾としたら、第2弾は1990年代の養液栽培、第3弾は99年からの環境保全型農業である。本稿のテーマとの関連で注目したいのは第4弾となる、2009年にオランダ・ウェストラント市と友好園芸農業協定を締結したことだ。主に環境データに基づいた環境制御技術の習得と学生の教育、企業の交流の三つの分野で友好を図ってきた。

オランダの視察や勉強会を定期的に開催

第4弾の交流の中でも重視したのは環境データに基づいた環境制御技術の習得だ。2009年のウェストラント市との協定締結から3年にわたって年2回、オランダの農業技術のコンサルタント会社から専門家を講師に迎えて、県職員向けに1週間の講習会を開催。講義の内容は植物生理や環境制御技術、経営戦略など多岐にわたるメニューの中から好きな項目を選択できるようにした。

講義はすべて英語。通訳は参加する県職員が務めた。言葉の壁もあってその場で内容を十分に理解できない職員は少なくない。そこで英語版の資料の日本語版を作ったほか、講義の内容を後日要約した資料を別に用意。それらを冊子としてまとめた。講義の内容について県農業技術センター技術次長の高橋昭彦（たかはし・あきひこ）さんはこう振り返る。「国内のどの本にも載っていない濃密なものだった。いまでも分からぬことがあったら冊子を読み返すほどです」

県内の農業関係者向けにも勉強会を開催。加えて協定の締結後に毎年30～50人の農業関係者を連れてオランダの施設園芸の現場を視察した。この中には農家や農業高校の学生も含

まれる。その人数は延べ300人を超える。こうした地道な取り組みにより、データに基づいた環境制御技術が収量や品質の向上につながることの認識が広がっていったのだ。

すでに述べた通り、2013年度からは、主に先駆的な農家の施設で環境データを取る装置や炭酸ガスを発生させる装置の実証試験を県の費用負担で開始。さらに環境制御技術に詳しい職員を「環境制御普及推進員」として県内5カ所にある普及組織で1人ずつ任命。彼らが機器の効果的な使い方を指導していった。

実証試験が奏功して「儲かる」ことを確認してからは農家も変わった。自発的に実証試験や情報交換をするようになったのだ。同県はこうした農家による勉強会の開催を支援するとともに、環境制御機器類の導入に対する補助事業を創設して普及を推進していった。

関心高める人間関係

それでも環境データに基づく環境制御技術への関心の低い農家は少なからず存在する。既述の通り、施設内の環境データを測定する装置と炭酸ガスを供給する装置の普及率は主要野菜7品目の栽培面積の53%。他県よりはずっと高いものの、同県は現状に満足していない。

前回紹介した「IoP」と呼ぶ研究課題では農家所得の2割増を目指している。そのためには、データに基づく環境制御技術を一層普及させなければならないと考えている。では、関心が低い農家に、どうしたら第一歩を踏み出してもらえるのか。

その一つの答えとしてIoP推進監の岡林さんが注目するのは、農家を取り囲む仕事上の人間関係だ。

「農家に普及できるのは県の普及員と農協の営農指導員だけと考えられているけど、それは間違い。農家さんによっては、むしろ、より頻繁に会っていて、長い付き合いなのは農協の集荷場の職員だったり、肥料や農薬を農家さんの圃場（ほじょう）まで、注文に応じて届けている購買の職員だったりします。彼らが農家から『データ農業なんて必要な』って聞かれて、『そんなんやらんでも、十分儲かってます』と言われたら終わり。普及できませんよね。だから彼らを巻き込んで普及しないといけないのです」

前回紹介した通り、施設園芸に取り組む農家には通信簿を配る予定。その配る役割として、農協の集荷場の職員や購買の職員に請け負ってもらいたいと考えている。

「集荷場や購買の職員にも農家の現状と目標を共有してもらうことが大事。目標に到達するために、こういう段取りを踏んでいくこうという情報が共有できれば、『データ農業』が一気に普及していくはずです」（岡林さん）

データ農業に関する研究は全国的に始まっているものの、いずれの成果も普及しなければ意味を持たないのは言うまでもない。先駆者である高知県の取り組みが示唆することは多いはずだ。

3、農業界で起きていること

COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

事例としての高知県

IoP(植物のインターネット)プロジェクトを
始動
→施設野菜の収量と品質を向上させて、農家
所得2割増へ

COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

IoPの概略図



生体データから出荷を予測

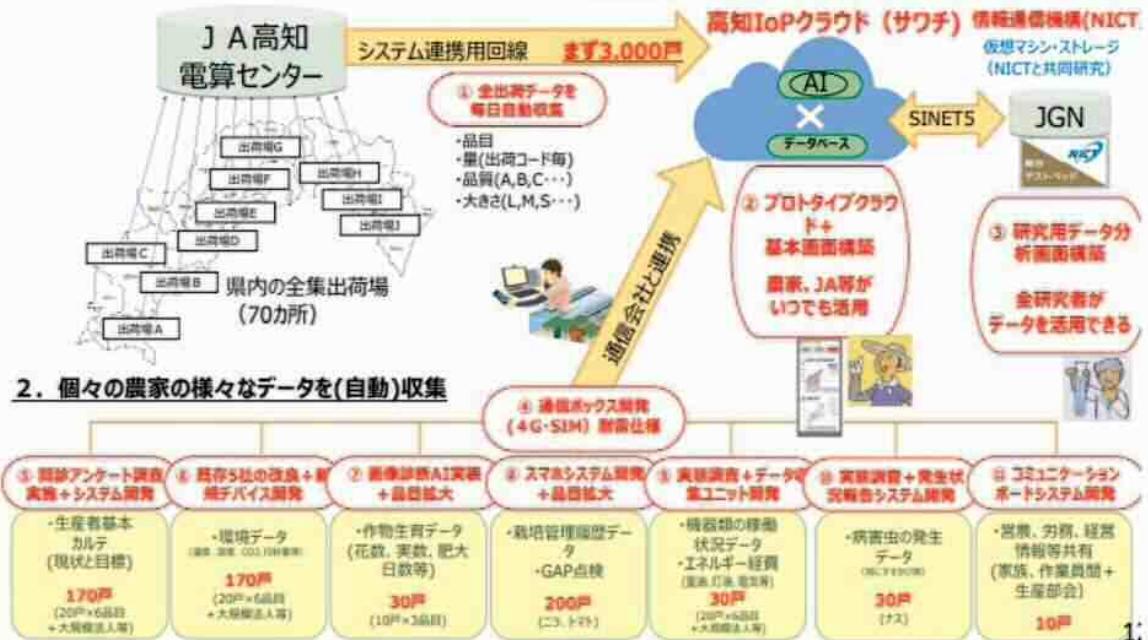
- 農業技術センターの実験データから作物の生育や収穫の時期を予測する計算式をつくる
 - 計算式に現在進行形の生体データを入れていき、より精密な予測につなげる
 - 農家個々の通知簿を配布する(電算センターとのデータ連携)
- ⇒ 農家所得2割増へ



COPYRIGHT©Shinnosuke Kubota

5. 現場データの収集体制の確立

1. 主要野菜6品目(ナス、ピーマン、キュウリ、シトウ、ニラ、ミョウガ)の全農家(約3,000戸)の全出荷データ(現在+過去3年)を一元化収集



高知県のまとめ

1) 情報化資産

生産、出荷、市場、研究のデータを一元的に管理

2) 革新的資産

光合成を最大化するための生体データの収集と最適な管理をする技術の開発とそれらの知的財産権の取得。

3) 経済的競争資産

環境制御技術専門員の配置、高知大学や高知工科大学を中心農学と情報科学の研究と人材育成の体制を整備

4. 顕在化する経済のデジタル化

4. 顕在化する経済のデジタル化

デジタル化もまた資本主義が変容する中で主だって現れた変化です。本節では農業におけるデータに三つの種類があることを紹介したうえで、佐賀県伊万里市におけるデータ活用の事例を紹介します。詳しくは以下の記事をご覧ください。

<https://smartagri-jp.com/smartagri/2262>

<https://smartagri-jp.com/smartagri/2263>

スマート農業

【事例紹介】スマート農業の実践事例

優れた農業経営者は産地に何をもたらすのか?キュウリで反収44tを達成した佐賀の脱サラ農家（前編）

一人の優れた農業経営者の登場は産地にどんな影響をもたらすのか——。

佐賀県のJA伊万里きゅうり部会は落ち込んでいた売上げが最盛期近くまで戻りつつある。当時よりも部会員数は2割程度減ったものの、若手を中心に環境制御技術が普及し、栽培面積と反収が急激に上がってきたためだ。

火を付けたのは、10年前に脱サラしてキュウリの栽培を始めた中山道徳さん（33）。前編では、就農から養液土耕栽培で10a当たり44tの収量を達成するまでの経緯をたどる。

部会員減も売上げ増

JA伊万里きゅうり部会では、平成のはじめに6億円まで落ち込んだ売上が2019年産では6億3000万円にまで回復している。さらに向こう1、2年のうちに最盛期だった6億7000万円に達する見込みだ。

部会員は当時より2割ほど減っている。それでも売上が右肩上がりなのは、環境制御技術によって反収が急増していることが理由の一つに挙げられる。

増収の理由についてはおいおい触れるとして、まずは産地を活気づけた中山さんが就農するに至った経緯を紹介したい。

自動車整備士からキュウリ農家に転身

中山さんが計44aのハウスでキュウリを作っているのは出身地の伊万里市大川町。佐賀県で初めて梨の栽培が始まった場所として知られる。

中山さんの実家もまた、梨農家だ。家業は長男が継ぐことになっていたことから、次男の中山さんは地元の高校を卒業後に愛知県の自動車整備士学校に入学。卒業後はトヨタ系列の自動車整備会社に勤めた。

兄が家業を継ぐと、父はもともと野菜に関心があったことからキュウリを作り始めた。これには経営計画を立てやすくしたいという思いも込めていた。梨は収穫が年に1回だけ。一方、キュウリはほぼ周年で取れる。

中山さんが社会に出て2年後、父が病気の手術で入院することになった。看病に訪れると、実家に戻ってキュウリづくりをすることを勧められた。

「別に会社を辞める必要はなかったんやろうけど、面白そうだったし、なんとなく農家に憧れたところもあったけんね」。

こうして10年前、脱サラしてキュウリづくりの道に入った。

1年目から30tを達成

周囲が驚いたのは、軒高2.4mのハウスで1年目から10a当たりの収量が30tを達成したためである。

JA伊万里のきゅうり部会では当時の平均収量は18tだったという。中山さんは「自分は若かったけん、先輩に教わった基本技術をしっかりやったのが収量に結びついたと思う」と振り返る。

脱サラ1年目でこれだけの成果を上げたことは周りの農家に刺激を与えた。

キュウリは儲かる——。そんな噂が広まり、JA伊万里きゅうり部会では従来の会員がとどまり、あるいは新たに入会するようになった。一時は60人まで減っていた部会員数は今では66人にまで回復している。

概して儲けたいと考えるのは若手だ。このためJA伊万里きゅうり部会でも若返りが進んだ。同部会は全国のJAの生産部会では珍しく、若手だけの集まり「胡青（きゅうせい）会」を設けている。

会員は主に50歳以下の農家。本部会と比べて、より先進的な技術を学ぶための情報交換会や視察会などを開いている。これは、若手のやる気に応えるためだ。胡青会の会員数は23人。つまりJA伊万里きゅうり部会の3割以上は若手ということである。

データによる「見える化」

こうした機運が生まれてきた中、中山さんは個人の経営としても産地としてもさらなる増収を図るために、2014年産から環境制御技術を試験的に取り入れていった。噴霧器や二酸化炭素の発生装置を導入したり、かん水を散水から点滴にしたりといったことだ。

後編で詳しく述べるように、一貫してデータによる「見える化」を重視してきた。

試験の成果情報は閉ざすことなく披露した。

中山さんは「うちの部会のいいところは、情報はすべて共有するところ。僕も最初は先輩からそうやって教わってきました。だから初心者でもすぐに優れた技術を身に着けて、収量を上げられる」と話す。

取材の現場に立ち会ってくれたJA伊万里果樹園芸課の松尾高広さんは「だから土耕でも1年目に30t、2年目に40tを取る人も出ています」と畳みかけた。

天敵昆虫の定着に欠かせない花粉資材と産地全体での雑草対策

高収量には天敵昆虫も貢献している。定植して1、2週間すると、害虫のコナジラミやスリップス、チャノホコリダニなどを退治するスワルスキーカブリダニ（以下、カブリダニ）を放飼する。そして防除効果を高めるために、次の二つのことを必ず行っている。

一つはカブリダニの餌となる市販の資材である花粉をまくこと。定植後はキュウリが花を付けているわけではない。つまり園内に餌がないままだと、カブリダニが繁殖しないのだ。もう一つは施設周辺の雑草対策。JA伊万里の松尾さんは「害虫は雑草地を経由して、施設に忍び込む」という。だから周囲の畦畔でする防草シートを張るか頻繁に草刈りをする。松尾さんは、雑草対策を確実に防除へつなげるうえで重要なのは、産地全体で取り組め

るかどうかだと語る。

「個々に雑草対策してもあまり意味がない。害虫は雑草のあるところで繁殖して、いずれ対策をした施設にも侵入してきます」

佐賀県内では2019年産で、害虫による被害が多発した。一方、JA伊万里管内では「ほとんど被害がなかった」と松尾さん。その理由について「産地全体で雑草対策ができ、天敵昆虫を生かしきれたから」と説明する。

産地全体でいっせいの行動をとれるのは、きゅうり部会が統率されているからに違いない。その原動力は個々の経営に加えて産地を発展させるという志である。

「共選共販で市場出荷する我々にとって出荷量を確保することは非常に大事。人口減少することが目に見えている中、個々の経営で規模の拡大や増収を図ることが求められていますね」

こうした考えから中山さんは土耕を止めて、固形培地による養液栽培を始める。収量は順調に伸びてきたのに、なぜ栽培法を変えたのか。次回紹介したい。

優れた農業経営者は産地に何をもたらすのか?固形培地は規模拡大への備え（後編）

佐賀県伊万里市でキュウリを養液栽培する中山道徳さん（33）は、土耕から固形培地に、整枝法は摘心からつる下ろしに刷新した。

従来の方法で反収40tを超えながらも栽培法の変更にあえて挑んだのは、生産の安定と省力化のため。

そこには規模拡大への備えとともに、産地の発展に向けた思いがあった。

土づくりや太陽熱消毒を省略したい

伊万里市大川町に広がる水田の一角に立つ軒高2.4mのハウス。入ってすぐに気づくのは、地面のどこにも土が見えないことだ。代わって敷いてあるのは白い防草シート。その上にココナッツの纖維を素材にした固形培地が一定の間隔で整然と並べてある。シートからの反射もあり、光が作物にまんべんなく当たっているのが印象的である。

中山さんが土耕を止めたのは、6~8月の土づくりや太陽熱消毒をしないで済ませたかったから。

「暑い夏の時期に土づくりのためといって、大量の麦わらや米ぬかを入れるのはめちゃくちやきつい。太陽熱消毒にしても同じ。自分でもそうなのに、従業員はそんな作業はしたくないですよね」

規模拡大の壁を取り払う

土耕栽培で収量を落とさないためには、土づくりも太陽熱消毒も欠かせない。ただ、それができるのは「若くて体力があるから」。いずれ年齢を重ねていったとき、満足のいく作業ができるか自信はない。

しかも農家が今後も減る中、残る農家は経営面積を拡大するのが望ましい。前回紹介した通り、中山さんはJA伊万里きゅうり部会に所属している。部会の主な出荷先は市場である以上、産地の維持と発展のためには生産量の確保が求められるからだ。

では、その時に従業員が自分と同じように土づくりや太陽熱消毒をこなしてくれるだろう

か。中山さんはそうなるとは思えなかった。

常識はひっくり返されるもの

固形培地には周囲から疑問視する声が挙がった。佐賀県では誰も試したことがなく、全国でも取り組んだ事例が少なかったからだ。

ただ、自信はあった。一つは施設園芸の先進国では固形培地を使うのは一般的だから。もう一つは過去の経験から、常識はいつかひっくり返されるものだということを学んだからだ。

「一例を挙げると、以前のキュウリづくりは根をとにかく広く生やしたほうが収量が上がるというので、辺り一帯に灌水することが常識やったですね。でも、海外では灌水する範囲は小さい根圏で構わない。むしろ適期に適量をまくことが大事。実際に試したところ、そっちのほうが取れたんです。それなら固形培地でもいけると思いました」

同時に整枝法は経験値が求められる摘心から、初心者でも適期だけ逃さなければこなせるつるおろしに変えた。つるおろしは産地として取り組みが少なく、個人として初めてだつたものの、初年度に10a当たりの収量で40tを挙げた。

「この40tは土耕と固形培地では違う意味を持つ」と中山さん。

既述の通り、土耕は経験がものをいう。一方、固形培地は養液の供給量と排出量、培地の重量、pHやECなどをデータで確認できるようになった。「見える化」したことでの中山さんは「自分以外でも管理しやすくなかった。つまり面積を広げていける素地ができた」と語る。

従業員が働きやすい環境づくり

中山さんは軒高が4mに及ぶ23aのハウスを建て、2020年産からキュウリの栽培を始めている。重視したのは従業員が働きやすい環境づくりだ。「軒が高い分だけ換気が良く、作業しやすくなっています」

ハウス内の特徴を挙げれば、さまざまな工夫から、人が重量物を持ち運びしないで済むようになっていることである。入り口の向こうにあるのは管理棟。施設内環境の制御盤や養液の貯留槽などを備えた場所だ。ここから栽培棟に向かって真っすぐなレールが敷いてある。収穫物を詰め込むコンテナを載せる台車を行き来させるためだ。

栽培棟に入ると、レールの左右にキュウリが植えてある。片側の直線距離は32m。この数字には意味があるそうだ。「奥からキュウリを収穫していくと、レールのところまで来た時にちょうどコンテナが一杯になるんです」

畝間で作業をする従業員を見ると、大人の膝上くらいの位置に椅子を搭載した小型の四輪車に座っていた。これはイチゴを収穫するために開発された台車。初期の摘葉に使っている。台車にはコンテナを載せられ、摘んだ葉を入れていく。

別の畝間には昇降台車があった。人が台車に乗って立ち、ハイワイイヤーに巻きついたつるを下ろす。立った時に手元にあるレバーを動かせば、車体が前後に移動する。

「これもそうです、コーティングさせたんです」

そう言って中山さんが指さした先の鉄骨は白色だった。特殊な塗料で白色にした目的は二つある。一つは光を反射させて作物に当てる。もう一つは鉄骨に熱を持たせないこと

で、夏場に室温の上昇を抑えることだ。

ちなみにこのハウスでは補助金の申請の関係で土耕を採用しているものの、近いうちに固形培地に変更するという。

「水田にハウスを建てているので、土耕だと場所によって排水性や肥沃度が違う。一方、固形培地は再現性がある。もう一つは作業性を改善。作業環境が悪いところは誰もしたがらないですよね。面積をさらに拡大するための雇用を増やすのであれば、まずはいかに良い作業環境を作れるが経営者には問われてくると思います」

中山さんは2022年までに30a強のハウスを増設する予定だ。JA伊万里管内ではその先駆的な取り組みに刺激を受け、キュウリの栽培で環境制御技術を導入する農家が増えている。同JAによると、2021年産では一戸の農家が固形培地を試すという。一人の優れた経営者によって産地に変革の気運が高まっている。

4、顕在する 経済のデジタル化

COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

データは
21世紀の石油なのか？

COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

世界の時価総額ランキング

2009年

順位	企業名	\$10億
1	中国石油天然気ペトロチャイナ	397
2	エクソンモービル	343
3	中国工商銀行	259
4	中国移動	210
5	マイクロソフト	209
6	ウォルマートストアーズ	195
7	中国建設銀行	189
8	HSBC	172
9	ジョンソン＆ジョンソン	168
10	ペトロbras	165

2021年1月9日時点

順位	企業名	\$10億
1	アップル	2221
2	マイクロソフト	1660
3	アマゾン・ドット・コム	1596
4	テスラ	834
5	フェイスブック	643
6	アリババ・グループ・ホールディングス	639
7	台湾セミコンダクター	615
8	アルファベット(グーグル)	596
9	ジョンソンエンドジョンソン	540
10	ウォルマート・ストアーズ	421

COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

データ農業の油田とは？



COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

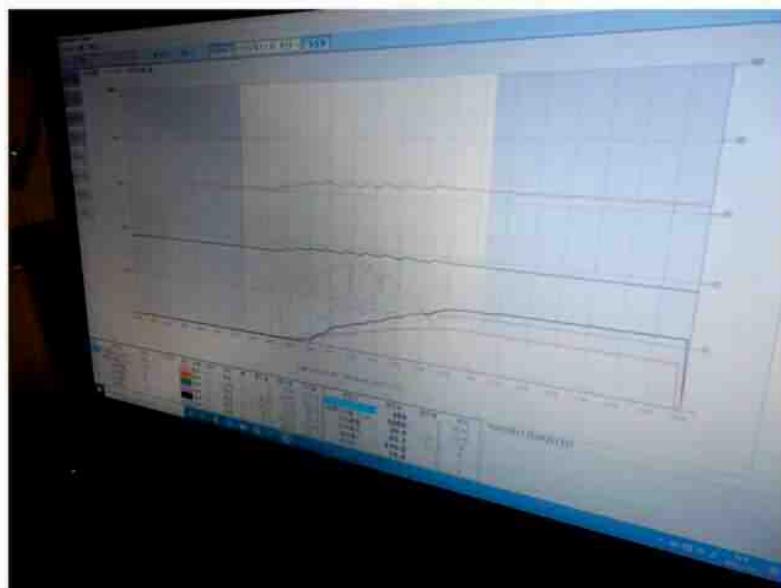
環境データの活用例 (佐賀県伊万里市の中山道徳さん)

- 2011年、自動車整備士から農家に転身
- 44アールのハウスでキュウリを栽培
- 反収は1年目から30トン、最高は44トン(全国平均の2倍以上)



COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

「増収の理由は何より品種、
そして見える化」



COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

実績



COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

中山さんに刺激を受けてキュウリを作る若手が増加



図 最近10年間の新規者の加入状況 (年度)



図 H30年の年齢構成(胡青会)

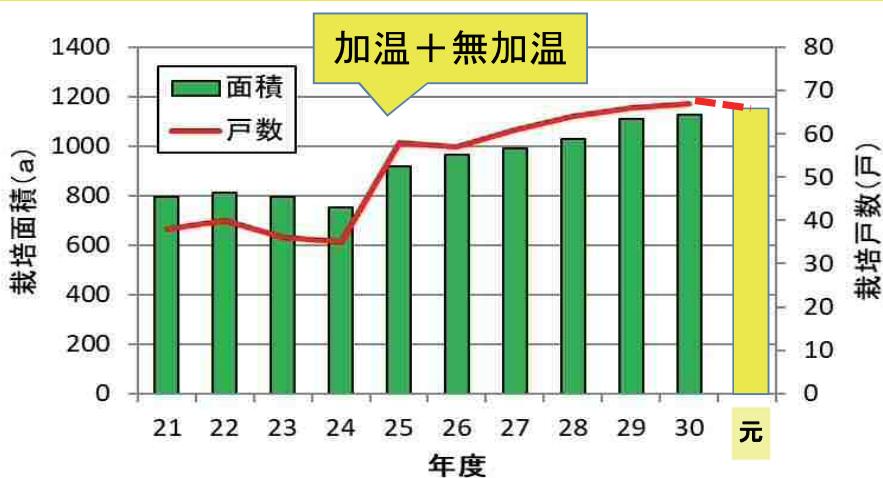
転載:JA伊万里の資料

環境制御技術への取り組み(23人中)

- ①自動換気装置による確実な変温管理 17名
- ②炭酸ガス施用による光合成促進 12名
- ③環境測定装置によるハウス内
環境の把握 10名
- 4 日射比例式自動灌水装置による
適切な灌水管理 7名
- 5 ドライミスト装置による適正な
湿度管理と作業性の向上 7名

転載:JA伊万里の資料

OJA伊万里きゅうり部会の推移



- ①24年までは、戸数35戸・面積800aと減少傾向！
- ②25年に部会の再編を行い、無加温ハウスも含めた部会となった。
- ③元年は、戸数68戸・面積1200a越え！

転載:JA伊万里の資料

データ活用で問われる 所属する共同体

- ・生産現場でデータの活用が広がるのはこれから(とくに農業界はデジタル化への対応が遅い)
- ・一方で先行して面白い取り組みをしている農家や産地が点々と存在
- ・地域だけではなく、それを超えた共同体の価値
- ・どこに所属するか、誰と組むかが経営で大きな差を生む



COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

5. フードバリューチェーン

5. フードバリューチェーン

本節では農業の成長を考えるもう一つの視座としての「フード・バリュー・チェーン」について紹介します。これは、食を基軸として農林水産物の生産から製造と加工、流通、販売まで付加価値を連鎖させるビジネスシステムのこと。契約に基づく栽培や電子商取引(ECサイト)などがその一例です。保護農政の下では十分に考慮されず、日本の農業にとって弱点といえるでしょう。

いずれの国においても商品の市場価値が下がって一般的な商品となると、利益の源泉は農業から離れていくのが常です。それでも確かな農業を形づくるのであれば、販売や加工などサプライ・チェーン全体の中で利益の源泉がどこにあるかを探しながら、ステークホルダー(利害関係者)との間で新たな関係を結び、ビジネスを創造していくことが欠かせません。

紹介する二つの事例は「2. 変容する資本主義」の1)から3)の資産への投資をすることで、現状の課題を打破しようとする試みでもあります。詳しくは以下の記事をご覧ください。

https://agri.mynavi.jp/2021_10_03_171431/

JAが青果の直接取引を促す理由 データ活用で円滑化、売り先確保

事業者間での青果物の直接的な取引を促進するECサイト「Tsunagu Pro(ツナグ・プロ)」が7月から始動した。真っ先に導入したのはJAはだの(神奈川県秦野市)。開発の段階から携わった理由と併せて活用の仕方と今後の展開について取材した。

主な売り手は農家ではなくJA

JAはだのが本店に併設して運営する、県内で最大級の農産物直売所「じばさんず」。午前9時に訪ねると、秦野市産や県産を中心とした鮮度の良い野菜や果物を目当てにした客ですでにぎわっていた。

農家が出荷してきた青果物のすべてが棚に並ぶわけではない。一部は同じ敷地にある小さな保冷庫で管理される。いざれも「Tsunagu Pro」を介して量販店や食品卸、学校給食事業者との契約が事前に決まっており、量がまとまった段階で分荷して各取引先に届けられていく。

Tsunagu Proを運営するのは鈴木輝(すずき・あきら)さんが経営する株式会社Tsunagu。2003年創業の同社は農業資材の販売業者として事業を興した後、2016年からTsunagu Proの開発に取り掛かった。

最近になって増えてきた青果物の直接的な取引を促すECサイトの多くは、売り手として農家を、買い手として個人や飲食店を主にしている。対してTsunagu Proが主な対象とするのは、売り手としてJA、買い手として量販店や食品卸、学校給食事業者などである。利用料は毎月定額の5万5000円のほか、手数料として販売高に応じて0.9%がかかる。

JAはオンライン上で農家から当面出荷する品目や規格、量、日時などのデータを収集。それを踏まえて取引先に商品を提案して、注文があった分を農家に発注する。逆に取引先から欲しい商品の提案を受けることもできる。

Tsunagu Proでは取引先への発注書や納品書などの帳票類の入力と出力も可能だ。組合長の宮永均（みやなが・ひとし）さんは「いままでは紙を使ってきたので、手間はかかるし誤記が発生することもあった。Tsunagu Proでこうした事務にかかるコストやリスクが大幅に軽減できるようになったのはありがたい」と評価する。

小規模農家に農産物直売所以外の売り先

Tsunagu Proを導入した別のJAは、共同販売（共販）する青果物の中から取引先に提案する商品を決めている。一方、JAはだのが個々の農家から集めることにしたのは、共販している品目が限られるため。管内の農家は多くが小規模の兼業であり、「市場に相手にされる規模ではない」（同JA）。代わって地場産をメインに扱う「じばさんず」が小規模農家の売り先としての役割を持っている。

同JAは就農を希望する人向けの農業塾を開いている。彼ら彼女らの売り先としても、じばさんずは重要な役割を持ってきた。

ただ、その販売高は微減している。2010年度に10億7000万円に達したものの、2020年度には9億7000万円にまで下がった。対策として販路の開拓を専門的に担う「販売係」を2019年度に設けて、量販店や小売店の営業に当たってもらっている。取引先から注文があった青果物は、じばさんずから買い取り販売している。

その甲斐あって、買い取り販売額は2018年度に940万円だったのが2019年度に1540万円、2020年度に2220万円と増えている。ただ、同時に事務手続きの煩雑さや間違いの発生が増えてきたことから、Tsunagu Proについては開発の段階から関わるほど期待を寄せてきた。

地域JAによる産地間連携の促進へ

注目したいのは、同JAがほかの産地からの買い取り販売でもTsunagu Proの活用を検討している点。じばさんずでは、北は岩手から南は沖縄まで全国40以上のJAの農産加工品を扱っている。

そのつてを生かして、同JAでは栽培していかなかったり端境期があつたりする青果物について、需要に応じて取引先にも切れ目なく販売できる体制をつくる。卸売市場を介さないことで流通にかかる日数は短縮され、鮮度の良い商品をそろえられる。農家が作りすぎて余りそうな品目があれば、提携先のJAに商品として提案する手を打つことも可能だ。

データによる円滑な取引を進めるため、提携先のJAにもTsunagu Proの導入を勧めている。もちろんほかのJAも同JAと同じ利益を受けられる。

同JAは買い取り販売する青果物については収穫する1～2週間前に農家へ発注している。Tsunagu Proを利用する農家が増えれば、播種（はしゅ）した段階で品目や栽培面積などのデータを入力してもらい、早期の契約栽培に結びつけていく。

宮永さんは「農協改革の一丁目一番地は販売力の強化であり、JAが責任ある販売、つまり買い取り販売をすることが求められている。そのためにはいつ、どんな品目が届くかをデータで早い段階で把握していかなくてはいけない。Tsunagu Proで農家にとって今以上に有益となる販売体系の確立を目指していく」と話している。

福岡ソノリク（前編後編の記事が2月と3月にマイナビ農業に掲載）

農産物の「保管」に新風。長期保管と品質向上をも実現する冷蔵技術とは
収穫した直後から鮮度が失われていく野菜や果物。保管の技術によって、それを大きく食
い止めることに成功した物流業者がある。長期の保管を可能にしたその技術は、食の流通
に何をもたらすのか。青果物流を専門にする株式会社福岡ソノリク（佐賀県鳥栖市）を訪ねた。

長期保管を可能にする「特許冷蔵」と「CA冷蔵」

「これだけ時間が経っても、色つやがあまり変わっていないですよね」。福岡ソノリク取
締役の園田裕輔（そのだ・ゆうすけ）さんが見せてくれたのは、シャインマスカットの外
観の写真。収穫直後の9月に入庫した時点と、翌年の1月時点では、写真で見る限りでは大
差がない。実際、売り物としての鮮度を保ったまま保管しておける期間は4ヵ月に及んだ。
他の品目では、ゴボウで8ヵ月、デコポンで7ヵ月、愛宕（あたご）梨で3ヵ月まで延ばせ
たという。これだけ長期間にわたって鮮度を保持できている背景には二つの保管技術があ
る。一つは「特許冷蔵」、もう一つは「CA冷蔵」だ。

前者は、青果物が分泌して自らの熟成や腐敗を促進する植物ホルモンのエチレンガスを、
換気によって庫内から強制的に排出する。同時に加湿器で野菜や果物が乾燥するのを防ぐ。
福岡ソノリクが独自に開発し、特許登録した技術だ。

後者では庫内の酸素や窒素、二酸化炭素の濃度を調整することで、冷蔵している野菜や果
物の呼吸を最小限に抑えて鮮度を維持する。リンゴでは一般的に活用されている技術だが、
物流業者でこの技術を持った設備を運営しているのは同社だけだという。

どちらの保管技術も鮮度保持という目的は同じであるものの、農作物によって適性が異なる。
このため同社はそれぞれ専用の倉庫を設けて、別々に活用している。

出荷の調整で端境期をなくす

福岡ソノリクがこれらの保管技術を活用する目的として顧客に提案することは主に二つある。
まずは出荷の調整だ。保管によって出荷できる期間を延ばすことで、国産の端境期を埋め、
産地リレーによる周年供給の体制を構築することに寄与できる。あるいは大雨や台
風の影響が予想される場合には、直前に貯蔵の限界まで収穫して長期保管することで、
産地や農家にとっての損害を抑えることができる。

もう一つは品質の向上だ。一部の品目では長期保管によって糖度が上がるなどの効果が出
ている。具体例を紹介しよう。

同社常務の酒井謙一（さかい・けんいち）さんは、鹿児島県種子島の特産のサツマイモ
「安納芋」を特許冷蔵した効果を次のように語る。「農家が安納芋を収穫するのは8~11月。
従来の冷蔵庫で保管しても、腐らずにもたせることができるのは1月ごろまででした。そ
れが特許冷蔵で保管することで1年まで伸びました。これにより通年での供給が可能になっ
たんです。さらに、糖度も上がりました」

CA冷蔵では北海道産のタマネギとジャガイモを貯蔵している。保管期間はそれぞれ10ヵ月
と9ヵ月に及ぶ。タマネギでは発芽抑制、ジャガイモでは糖度の向上という副次的な効果
を得た。委託元であるホクレンが、福岡ソノリクで長期保管した分を独自のブランドとし
て九州や中四国、関西、東海地方で販売している。

福岡ソノリクは、特許冷蔵とCA冷蔵の機能を備えた物流拠点を、本社がある鳥栖のほか、

鹿児島県鹿児島市と岡山県倉敷市、兵庫県神戸市に持っている。さらに関東、東北地方にも同様の機能を有した物流拠点を展開する計画。

園田さんは関東への進出についてこう説明する。「北海道や九州などの産地で収穫した青果物を消費地で貯蔵することで、注文を受けてから輸送を終えるまでにかかる時間を大幅に短くできる。もちろんそれができるのは冷蔵技術によって長期保管できるから」

ドライバー不足が深刻化して、2024年からは残業規制が始まる物流業界。長期保管できる機能を備えた物流拠点への期待はこれからますます高まるに違いない。

鮮度保持期間の安定と拡大へ

一連の技術が抱える課題は、品目ごとに鮮度を保持できる期間の安定と拡大だ。現状では、農作物の内部状態はもちろんのこと、収穫した畑や栽培期間中の天候などによっても保管期間が揺れ動く。

福岡ソノリクは今後、農作物の外観や重量、水分、熟度、糖度などのデータを取りながら、品目ごとに最適な冷蔵技術を開発する方針。同時に、エチレンガスを排出する機能を持ったトラックや菌やカビの繁殖を防ぐパッケージをつくり、輸送中も鮮度や品質を損なわないようにしていく。

青果物流業者が農産物の加工や商品開発に挑む理由

物流環境の悪化により、従来通りの量や質を保ちながら産地から消費地に生産物を輸送できるかどうかが不透明な青果業界。事態を開拓するため、産地や企業と連携した取り組みを展開する青果物流業者がある。青果の新たな価値を生み出す同社の挑戦に迫る。

東日本へ物流拠点を拡大する計画

青果物流を専門とする福岡ソノリク（佐賀県鳥栖市）の事業については以前紹介したが、その内容を簡単におさらいしたい。まず同社は、野菜や果物の鮮度を長期間にわたって維持する「特許冷蔵」「CA冷蔵」といった技術を持つ設備をそろえることで、荷主である産地や農家が出荷できる期間を延ばすことを支援している。

さらに輸送段階の鮮度の劣化を防ぐため、その原因の一つであるエチレンガスを排出する機能を持ったトラックや、菌やカビの繁殖を防ぐパッケージをつくり、輸送中も鮮度や品質を損なわないようにすることも検討しているところだ。

併せて、物流拠点を東日本にも拡大していく。既存の物流拠点があるのは本社所在地の佐賀県鳥栖市のほか、鹿児島県鹿児島市と岡山県倉敷市、兵庫県神戸市。今後は関東地方、さらに東北地方へと展開する計画を持っている。各物流拠点では特許冷蔵とCA冷蔵の両方、あるいは片方を整えた設備になる。

物流拠点間をリレー形式でつなぐことで残業規制に対応

常務の酒井謙一（さかい・けんいち）さんはその狙いをこう語る。「物流拠点をリレー形式でつないでいくことで、ドライバーの1日当たりの走行時間を最大9時間としたい」

これは、昨今のドライバー不足に加えて物流業界で2024年4月1日から始まる残業規制を意識したものだ。2019年の改正労働基準法を受けて、2年後、物流業界でも時間外労働時間

が年間960時間以内に規制される。その際、鮮度を保つため限られた時間の中で九州から関東へ長距離を輸送するには、一人のドライバーだけでは手に負えなくなる。複数のドライバーが物流拠点間をリレー形式でつなぐしかない。

物流の合理化には産地の努力も欠かせない。取締役の園田裕輔（そのだ・ゆうすけ）さんが特に産地へ求めることとして挙げるのは、出荷用の箱の改善だ。産地によって大きさの規格がばらばらだったり、鮮度が保ちにくい素材だったりする。大きさの規格が異なる箱を詰め込むのは「テトリスみたいで、熟練を要する」（園田さん）。だから手荷役（人手による積み降ろし作業）に時間も手間もかかる。熟練者をもってしても荷台に積んだら大きな隙間（すきま）が生じることがあり、これが荷崩れの原因になる。園田さんは産地にこう訴える。「現状の箱は設計がデザイン重視になっていて、サイズの不ぞろいによる積載率への影響や鮮度の維持についての検討がなされていません。今後の物流環境の悪化を踏まえれば改善すべきことです」

物流会社と産地がこうした努力を重ねれば、双方が連携できる余地が生まれてくる。福岡ソノリクがまず始めようとしているのは、産地の集荷拠点から物流拠点までの輸送の合理化だ。両拠点が離れていたり、集荷拠点で集められる青果物が少なかつたりすると、費用対効果が合わず輸送を断念せざるを得なくなる。こうした事態を避けるために、同社は自治体やJAと生産から集荷、輸送するまでの一貫した仕組みを構築する話し合いを始めている。

これと同じ課題について、農業法人から相談を受けることも多いという。最近では複数の農業法人と島根県を訪ねて、過疎地で耕作を放棄されている農地での農業生産から集荷、輸送までの仕組みをつくろうとしている。園田さんは「地元の人に農作業を手伝っていたきながら、力のある農業法人とともに新たな産地をつくっていきたい」と話す。

流通の過程で生じる産地の困りごとに商機

福岡ソノリクが産地で果たす役割は物流だけではない。最近では青果物の水洗いや袋詰め、パック詰め、1次段階のカット加工を行う「カミサリー事業」も展開している。

同時に、生産者とのネットワークを活用し、農業でどうしても生じてしまう規格外品を加工して商品化する事業も開始した。

「ソノリク農作物劇場」と名付けられたこの事業では、複数のパートナー企業と連携しながら、保存方法や加工方法、デザインを工夫することで、収穫期を過ぎたり規格外になつたりして出荷が困難となった農産物の魅力を掘り起こし、消費者のもとに新たな商品として届けることを目的としている。

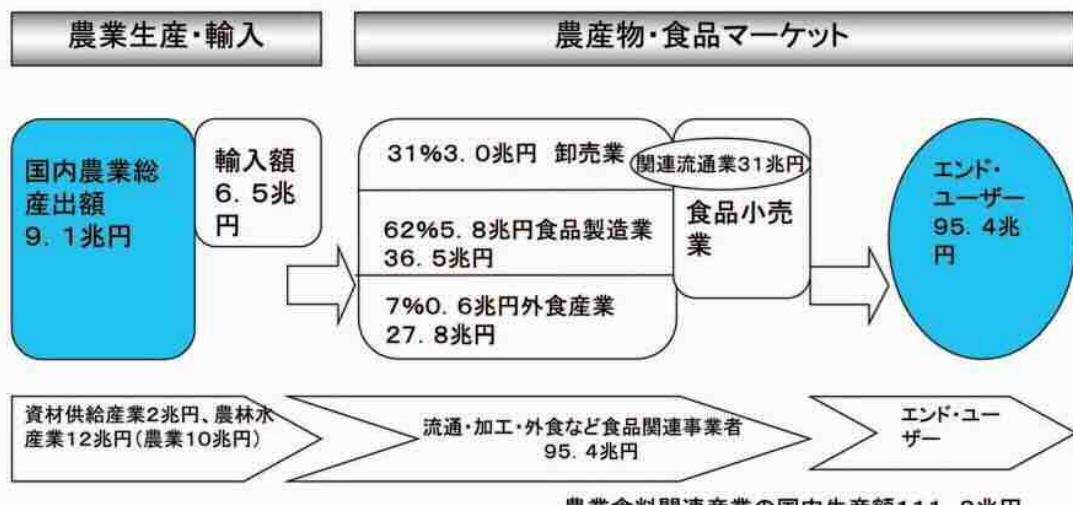
第1弾は日本への輸入用に生産を委託しているタイ産のオクラ。出荷できなくなった分を丸ごと乾燥させて粉末化、昨年1月に「御来楽（おくらく）」として販売した。加工会社やデザイナーなどと連携することで、「高速での商品開発が可能になっている」と園田さん。第2弾としてタイ産のアスパラガスを原料にした薬膳カレー「アスピリー」、第3弾として種子島産のサツマイモ「安納芋」を原料にしたジャムを製造して販売した。すでに次なる仕掛けも計画済みだ。

物流を合理化するだけでなく、流通の過程で生じる産地の困りごとを引き受け、新規事業に仕立てていく福岡ソノリク。その新たな試みは閉塞感漂う青果物流の業界に風穴を開けようとしている。

5. フードバリューチェーン

COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

フード・バリュー・チェーン全体で考える農業

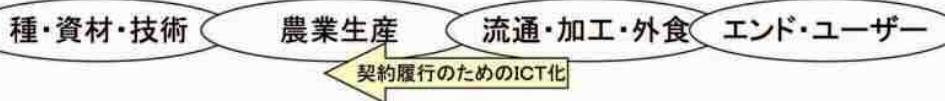


農産物がコモディティ化すると、利益の源泉は農業から離れる。販売や加工などフード・チェーン全体に視野を広げ、利益の源泉がどこにあるかを探しながら、ステークホルダー間の新たな関係を構築し、最適化するかが大事。

COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota
参照:「平成27年農業・食料関連産業の経済計算」農林水産省
平成27年3月

フード・チェーンの最適化と 第二ステージの農業のICT化

契約に基づく農業



ECや直売所による農業



顧客情報に基づく商品開発の農業



COPYRIGHT©Shinnosuke Kubota

デジタル化によるバリューチェーンの構築 (JAはだの)



デジタルデータで直売を加速する

Tsuraku Proの特徴はデジタルデータならではの性軽速動。
直売機能はもちろん、JA様の特徴を最大限にいかし、直売力UPのための強力なサポートツールがセットになっています。
Webでの予約販売・注文・生産者からの出荷予定データ収集、さらには生産者への出荷オーダーまで、
情報を通じてJA様の有効販売を実現し、直売力UPにつなげます。



COPYRIGHT©Shinnosuke Kubota

物流起点での バリューチェーンの構築

COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

「2024年問題」等の物流問題

- ドライバーの残業規制

物流業界では改正労働基準法によって2024年4月1日以降、時間外労働時間の上限が年間960時間に規制される（毎月平均80時間）

- ドライバーの減少

鉄道貨物貨物によると2030年度には2020年度比でが18%減る予測

COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

物流起点での バリューチェーンの構築



COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

ご清聴ありがとうございました

COPYRIGHT©Shinnosuke
Kubota

○ 実践報告資料
令和 3 年度天皇杯受賞（農産・蚕糸部門）

仙台市 農事組合法人 仙台イーストカントリー

代 表 佐々木 均 氏

令和 3 年度（第60回）

農林水産祭受賞者の業績 (技術と経営)

－天皇杯・内閣総理大臣賞・日本農林漁業振興会会長賞－

令和 4 年 3 月

公益財団法人 日本農林漁業振興会

天皇杯受賞

受賞財 経営（水稻、大豆、飼料米ほか）
受賞者 農事組合法人仙台イーストカントリー
住 所 宮城県仙台市

受賞のことば

代表 佐々木 均

この度は、第60回農林水産祭において天皇杯という大変栄誉ある賞を賜わりましたことは、身に余る光榮であり、組合員一同心より感謝申し上げます。

昭和45年頃に集落内で設立した転作組合を皮切りに、平成20年には農事組合法人を設立するなど、地域の仲間とともに汗水を流しながら地域の農業を守ってまいりました。

順調に経営を拡大している最中、平成23年3月に起きた東日本大震災により、農地は壊滅的な被害を受け、農機具、施設、自宅まで津波に流され、これまで積み上げてきたものすべてが一瞬にしてなくなりました。

当初は、組織の解散も覚悟しましたが、避難先で日を追って食料が乏しくなる状況を目の当たりにして、なんとかして米を消費者に届けなければという思いが強まり、震災後2か月後には被害の軽かった16haに田植えを行いました。秋には収穫した米を地域の皆様に食べていただき、営農に前向きな気持ちになっていただきました。

その後、被災農地での営農を立て直すため、水稻の直播栽培や消費者ニーズに応えた多品種栽培、地域で長年培ってきた味噌造りを活かした六次産業化の取組など、様々な工夫を重ねながら、1人ひとりの食に応える農業を目指して、作るところから食べるところまで見据えた営農を展開し、震災から地域が復興することを目指して取り組んでまいりました。

この度の受賞は、震災復興に果敢に取り組んだ、すべての被災農業者の成果に対していただいたものであることを深く心に刻み、今後は多くの仲間とともに仙台平野の水田を発展させ、50年後の未来も農業を続けられるように継承してまいりたいと思います。

最後になりましたが、この度の受賞は、これまで私どもを支えてくださいました地域の皆様や、日頃よりご指導いただいた各関係機関の皆様のお陰と考えております。

この場をお借りし厚くお礼申し上げます。

地域の概要と受賞者の略歴

第1図 仙台イーストカントリーの位置

1. 地域の概要

(1) 地域の立地条件

宮城県仙台市は、宮城県のほぼ中央部に位置し、東部には仙台平野といわれる平坦な水田地帯が広がり、西部は山岳丘陵地帯が続く中山間地域となっている。

気候は比較的温暖であるが、夏季にはオホーツク海高気圧から噴き出す冷たく湿った東寄りの風（やませ）により、農作物の生育に影響を及ぼすこともある。

平成23年3月に発生した東日本大震災（以下「震災」という。）では、沿岸地域を始め全域で壊滅的な被害を受けたが、同年11月に策定された仙台市震災復興計画では、東部地域は農業が成長力のある産業に生まれ変わる拠点として位置付けられ、「農と食のフロンティア」として復興するために様々な支援が講じられた。



(2) 仙台市の農林水産業の概要

仙台市は、耕地面積が5,082haで、そのうち約9割の地目が水田となっている（2020年農林業センサス）。作目は水稻を中心に、大豆・野菜の栽培や畜産など、様々な農業が展開されている。近年は、生産基盤の整備や農地中間管理事業等による農地の集積、集落営農組織の法人化が進み、50ha以上の経営耕地を有する経営体が増加している。また、市内産農産物を使った加工品開発や農家レストランなどの農業の6次産業化や環境制御技術を活用した施設園芸などの動きが見られる。

震災により、沿岸部の農地約1,860haが津波の被害を受け、そのほとんどが作付不能となつたが、その後の懸命な農地復旧工事の取組によりほとんどの農地が復旧した。

2. 候補者の略歴

昭和45年頃	・生産調整を機に転作組合が組織され、組合構成員4戸への農地集積が進む。代表理事の佐々木家もその構成員の1戸。
昭和49年	・地域の女性達が任意組織「神屋敷仕込み味噌クラブ」を結成し、冬の農閑期に転作大豆で味噌の製造・販売を開始。
昭和55年	・佐々木均代表理事がJAを退職し就農。
平成12年	・佐々木均氏、熊坂利美氏、庄子清一氏、遠藤睦志氏（故人）の4人で稻わらの収集販売を始め、任意組織「イーストカントリー」を設立。この4名が後の農事組合法人仙台イーストカントリー設立の中心メンバーになる。
平成19年	・神屋敷集落組合設立。水田経営所得安定対策を契機に水稻+大豆による経営をスタートさせた。
平成20年	・神屋敷集落組合から法人化し、農事組合法人仙台イーストカントリーが誕生（仙台市の集落型農業法人第一号）。
平成23年	・東日本大震災により農地・施設等が壊滅的な被害を受け、マイナスからのスタート。

平成24年～現在	・被災地支援リース事業や仙台市の復興事業「食と農のフロンティア推進特区」認定（第1号）を活用し、経営再建を図り現在に至る。
平成25年	・地域で続けてきた「神屋敷仕込み味噌クラブ」の活動を法人の加工・販売部門とし、農家レストラン「おにぎり茶屋ちかちゃん」及び農産加工処理施設を新設。
平成26年	・味噌加工施設の改良工事完了。

候補者の経営概要

1. 経営の概要

(1) 生産の概況

震災により経営面積の2/3が浸水し、農業用機械・施設などの大半を失ったが、そのわずか2か月半後には、浸水を免れた18haの水田で田植えを行い経営再開した。国の復興特区制度を活用した「農と食のフロンティア推進特区」の第1号の特区指定を受け、収益性の高いモデル的な経営体として復興を成し遂げ、令和元年は約80haで稻作や転作を行っている。

作物ごとの経営面積でみると、水稻約45ha、大豆約15ha、飼料用米約13haとなっており、その他に作業委託も約8ha請け負っている。また、震災を機に農産加工処理施設や農家レストランを整備し、従前より取り組んできた味噌加工に加え、おにぎり、惣菜等の製造を行うなど、6次産業化の取組にも力を入れており、まさに地域の農業・食の拠点としてめざましい発展を続けている。

第2図 年間作業体系

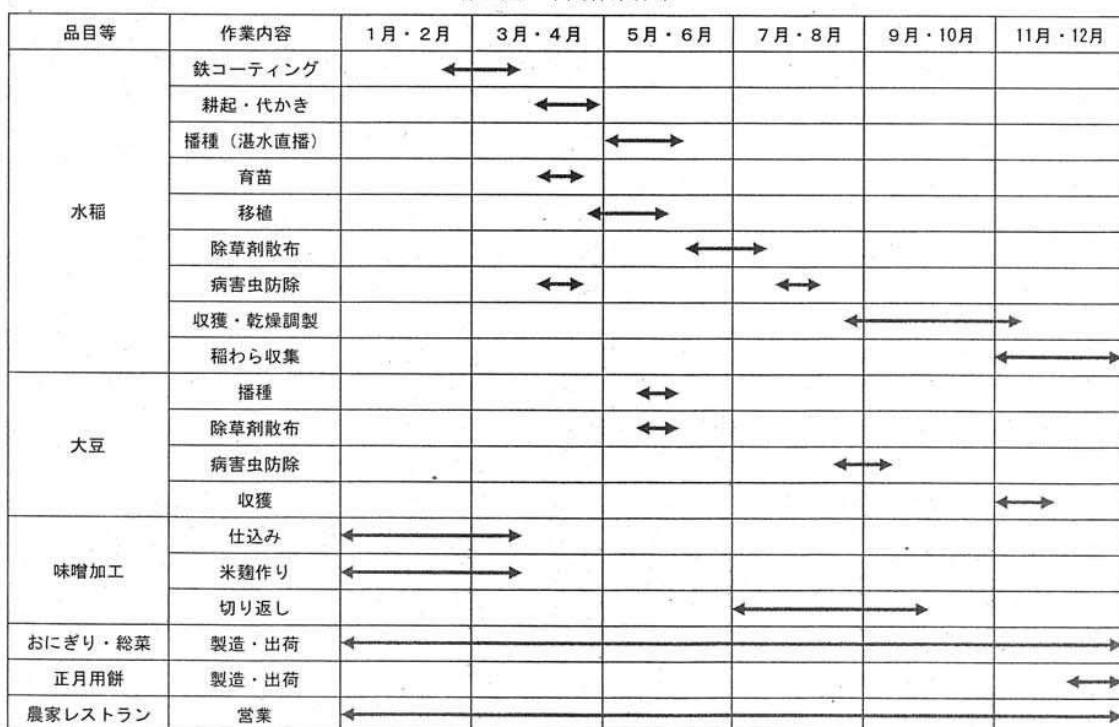




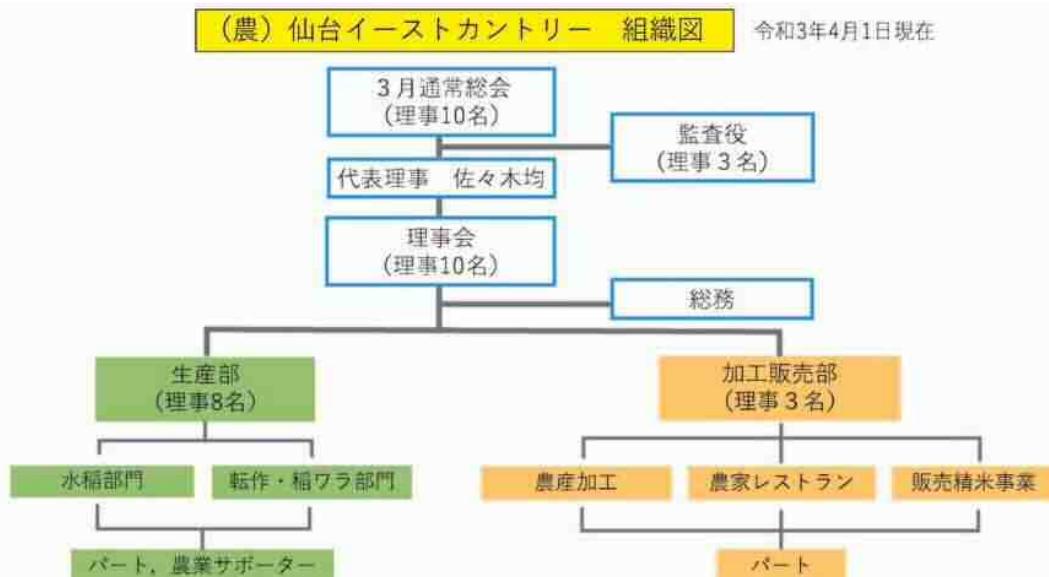
写真1 構成員の集合写真

(2) 組織の構成・経営の役割分担

平成20年に前身の神屋敷集落組合から法人化した仙台イーストカントリーは、構成員14名の農事組合法人である。

生産部門と加工・販売部門の2部門で構成され、生産部門は男性理事が担当し、加工・販売部門は女性理事2名が担当している。

第3図 組織図



第4図 生産・加工販売の状況



(3) 関連施設・機械

第1表 所有する農業用機械

機械名	台数	能力	年間利用時間	個人・共有の別
コンバイン	1	6条	123h	共有(1/10)
トラクター	3	120ps, 96ps, 60ps	266h, 300h, 208h	共有(1/10)
トラクター	2	70ps	229h, 293h	共有(1/10)
田植機	2	8条	61h	共有(1/10)
多目的田植機	1	8条	60h	共有(1/10)
乾燥機	4	32石、60石、65石、70石	7,227a	共有(1/10)
トラック	2	3t車、軽自動車	1,200km, 4,500km	共有(1/10)

第2表 所有する施設

施設の名称	摘要	個人・共有の別
食材供給施設 (農家レストラン)	1棟、88.1m ²	共有(1/10)
加工施設	1棟、117m ²	共有(1/10)
味噌加工施設	1棟、155m ²	共有(1/10)
乾燥調製施設	1棟、264m ²	共有(1/10)
バイブルハウス	13棟、4,500m ²	共有(1/10)

※共有の場合は(1/共有戸数)と記載



写真2 コンバイン



写真3 トラクター

2. 経営の成果

圃場特性を踏まえた適性品種の選定により、美味しく安全・安心な新米を消費者へ訴求するため、10品種以上の米を作付けして消費者の多様なニーズに応えるとともに、刈り取り適期を分散させることで水稻栽培における低コスト化や省力化も図っている。米の多品種栽培によって外食やホテル、直売所など多様な販売ルートの開拓にも繋がっている。

また、綿密な作付け体系と高度な栽培技術により、直近3か年における水稻の10aあたり平均収量は移植544kg、直播468kg、大豆の10aあたり平均収量は164kgといずれも県平均よりも高い実績をあげている。

さらに、農産加工処理施設や農家レストランを整備することで、付加価値が増大し、当組合の経営安定と成長に大きく貢献するとともに、震災で職を失った女性達の雇用機会の創出や地域の食文化の継承など地域全体の活性化にも貢献している。

第3表 近年の生産状況

作目	年度	作付面積	生産量	単収	販売量※1	県平均単収
水稻	H29	3,395a	182,036kg	536kg/10a	165,530kg	535kg/10a
	H30	4,750a	254,740kg	536kg/10a	238,385kg	551kg/10a
	R1	4,454a	249,201kg	559kg/10a	235,888kg	551kg/10a
	R2	4,247a	226,967kg	534kg/10a	211,766kg	552kg/10a
大豆	H29	120a	1,920kg	160kg/10a	1,920kg	139kg/10a
	H30	30a	456kg	152kg/10a	456kg	150kg/10a
	R1	70a	1,260kg	180kg/10a	1,260kg	137kg/10a
	R2	343a	2,135kg	61kg/10a ※2	2,100kg	174kg/10a
飼料用米	H29	724a	41,747kg	576kg/10a	41,747kg	-
	H30	872a	45,247kg	518kg/10a	45,247kg	
	R1	1,334a	70,967kg	531kg/10a	70,967kg	
	R2	978a	51,205kg	523kg/10a	50,799kg	
稲わら	H29	7,000a	1,461個	2個/10a	718個	-
	H30	7,000a	1,175個	1.7個/10a	1,004個	
	R1	13,700a	1,909個	1.4個/10a	742個	
	R2	10,200a	1,607個	1.6個/10a	1,165個	

※1 玄米+精米した量も含む。 ※2 農地整備後の圃場に作付けしたため収量が低い。

※3 水稻、飼料用米は直播栽培面積を含む。

受賞財の特色

1. 技術

(1) 水稻栽培

①低コスト化・省力化に向けた取組

水稻栽培において、コスト低減や農繁期の労働力分散を図るために、鉄コーティング種子による直播栽培や育苗箱全量施肥に取り組むとともに、遠隔地の水田では水位センサーによる管理を行っている。また、10品種以上の多品種栽培による作期分散を行うことで計画的な収穫作業を実現し、労働力の分散や農業機械等の効率的利用による機械費の低減等に繋げている。

②高品質化に向けた取組

移植と直播を組み合わせた栽培法の導入と10品種以上の多品種を作付けすることによって計画的な収穫作業を実現し、適期刈り取りによる品質向上に繋げている。また、栽培法と品種を組み合わせることにより、同じ品種でも異なる食味を作り出して、消費者の多様なニーズにきめ細やかに応えるとともに、収穫した品種は毎年全て構成員全員で食味を確認してから提供することで品質の保持を図っている。

③環境に配慮した取組

地域の自然豊かな環境を守るために、農薬や化学肥料の使用量を慣行栽培の半分以下に減らした「みやぎの環境保全米」の栽培に取り組んでいる。

④稻わらの活用

水稻を収穫した後の稻わらについては、輸入稻わらに依存せず安全・安心な国産稻わらを求める畜産農家や園芸農家が多いことから、耕畜連携に係る覚え書きを畜産農家と取り交わし、ロールベーラーを導入し供給している。

(2) 加工・販売部門

①高品質化に向けた取組

味噌の仕込みは、雑菌の入りにくい1月から4月上旬に仕込む寒仕込みを行っている。また、米麹には、ひとめぼれ麹を使用することで、ダマにならず均一な仕上がりとなるほか、大豆、米麹、塩の混ぜ合わせについては、機械ではなく手作業で行うことで、味噌汁にした時に麹の形が残るような味噌に仕上げている。

②作業環境の最適化への取組

HACCPに沿った食品衛生管理手法を取り入れ、加工・販売部門の従業員にもその考え方を理解してもらうことで、安全・安心な商品の提供を心がけている。

2. 経営

(1) 6次産業化への取組

震災後に加工・販売部門として農家レストランと農産加工処理施設を整備して本格的に6次産業化に取り組むことで地域の復興を加速させている。

具体的には、神屋敷集落で長年培ってきた味噌作りの技を活かし、自分達が育てた大豆（タンレイ）と米（ひとめぼれ）の米麹を使い、無添加の「神屋敷天然醸造味噌」を手作りしている。

また、当組合の多品種の米と「神屋敷天然醸造味噌」の美味しさを消費者に広く知ってもらうために、農家レストラン「おにぎり茶屋ちかちゃん」を平成25年に開設した。当レストランでは、米を最も良い状態で提供するため、糲と



写真4 農家レストラン

玄米で低温貯蔵した米を提供直前に精米し、炊きたてのご飯やおにぎりが主役のメニューを提供している。さらに、「神屋敷天然醸造味噌」を使ったしそ巻きや豚汁など、ご飯に合う惣菜も提供することで顧客から好評を得てリピーターを獲得している。

農産加工処理施設では、おにぎり、味噌、惣菜などを製造し、農家レストランの物販コーナーで販売したり、地元スーパーや直売所など13店舗で委託販売している。また、これらの商品をより多くの顧客に知ってもらうため、「ちかちゃんシリーズ」のブランドを立ち上げるとともに、商品にオリジナルラベルを使用することで認知度を高めている。

(2) 販売面での取組

米の多品種栽培の特徴を活かし、農家レストランで提供・販売する品種を変えることで、消費者に宮城県で栽培されている色々な米の味を楽しんでもらしながら、自分の好みにあった米を見つけ出してもらっている。米は保管方法にもこだわっており、普段は低温倉庫で糀や玄米で貯蔵しつつ、提供する直前に精米することで、消費者に年間を通じて美味しい米を味わってもらえるようにしている。



写真5 おにぎりプレート

飲食店やホテル等から要望がある業務用米やおこわ等に用いるもち米、粘りや甘味の強い米など多品種を栽培し、消費者や実需者の多様なニーズに丁寧に応えることで販路拡大に繋げており、現在は仙台市内の飲食店やホテル、地元スーパー等でおにぎりと惣菜の委託販売を行っている。

さらに「作るところから食べるところまで」を繋げる取組として、一般消費者向けの味噌作りワークショップや震災で味噌の保管場所を流された地域農家のため、熟成味噌樽のオーナー制度「Myタル」を展開し、「神屋敷天然醸造味噌」のファンを増やしている。その他、地域行事等での味噌作り体験や新米食べ比べイベントなどを開催し、米や味噌作りにおけるこだわりや美味しさを発信し、全体の売上向上に繋げている。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を受けて、ホテルや飲食店向けの業務用米及び農家レストランのイートインのほか、各種イベントでの売上が減少したが、アンテナショップである農家レストランを活用し、消費者向けの米販売やテイクアウト商品を増やしたり、販売が好調であったスーパーでの委託販売量を増やすなど、都市近郊に多様な販路を確保していた利点を活かして、売上の落ち込みを最小限にとどめている。



写真6 味噌作りワークショップ



写真7 スーパーでの販売の様子

(3) 高収益化の状況

生産部門と加工・販売部門の両輪で付加価値を生み出している。特に、アンテナショップである農家レストランを活用して取り組んできたPRの成果が現れ、加工・販売部門の収益が順調に伸びており、経営の安定と成長に大きく貢献している。また、加工・販売部門の持続的な取組は、雇用の創出、地域の食文化の継承など、地域全体の活性化にも貢献している。

(4) 経営移譲に向けて

生産部門では後継予定の若手理事達に経営者としての感覚を磨いてもらうため、年間の栽培管理計画の作成を任せている。また、各々に水稻の生産管理を任せ、収穫量・経費・利益を一覧に整理し見える化することで、若手理事達に生産性向上や低コスト化の意識を持たせている。

加工・販売部門では、60代理事から40代理事への承継が進められており、日々の製造・販売管理は40代理事が中心となって行っている。さらに、若手理事達を「せんだい次世代農業経営者育成ゼミ」に参加させ、財務管理や経営管理など経営者として必要な能力の向上を図っている。



写真8 次世代の経営予定者（生産部門）



写真9 次世代の経営予定者（加工・販売部門）

3. 女性の活躍

(I) 女性が働きやすい環境整備

農産加工処理施設や農家レストランは、女性が働きやすいように休憩所・水洗トイレ・更衣室等の環境整備を行っているほか、社員旅行の実施などを通じて職場内の風通しを良くするよう努めている。

また、シフト制を導入し、子育て世代が働きやすいように配慮することで、加工・販売部門設立後、これまで1人も退職することなく経営を行っている。

(2) 女性の積極的な登用

女性の活躍の場を広げるため、加工・販売部門は、女性のみで製造・販売・レストラン運営を行っている。

アンテナショップである農家レストランで得られた顧客の反応等を女性理事2名が生産部門へ伝達し、それが次年度の生産計画へ反映されるなど、経営方針の決定にも女性理事が参画している。

また、女性ならではの視点を活かし、当組合の農産物を活用した米粉カレーやミルキークイーンの甘酒、味噌作りキット、「農家の一汁一菜」とネーミングしたギフトなどの商品・メニューの開発を積極的に行っている。

さらに加工・販売部門の商品は、理事の佐々木千賀子氏をモデルとした「ちかちゃんシリーズ」で統一し、オリジナルラベルを使用することで、「おにぎり=ちかちゃん=仙台イーストカンטרי」という認知度向上の相乗効果を生み出している。

このような女性理事が主体となったPR活動が功を奏し、新型コロナウイルス感染症の影響を受ける中でも、農家レストランでのテイクアウト商品を増やしたり、販売が好調であったスーパーでの委託販売を増やすことで、売上の落ち込みを最小限にとどめることができている。



ちかちゃんのおにぎり

写真10
オリジナルラベルを使った
ブランドの統一



写真11 米粉カレー



写真12 ミルキークイーンの甘酒



写真13 農家の一汁一菜ギフト

(3) 女性の事業や地域農林漁業発展への貢献

震災によって周辺地域ががれきの山となる中、当組合のシンボルである岩蔵とその中の味噌樽は奇跡的に被害を受けなかった。女性理事の佐々木千賀子氏は、この奇跡の味噌を何とか残したいという強い思いから地域の仲間の女性達に声をかけ、味噌樽の移し替え等を行った。その結果、この味噌は、その年の秋に見事美味しい味噌として出荷することができた。



写真14 震災を耐え抜いた岩蔵

さらに震災によって農地を失い、職を失った地域の女性の働く場所を作り出したいとの思いから、平成25年に農産加工処理施設と農家レストランを新設し、地域の女性を積極的に雇用している。

(4) その他の特徴的な取組

加工・販売部門では、令和元年度から令和2年度の2か年にわたり、若手女性理事を中心に、商品原価の精査、販売店舗毎の売れ筋商品の整理による販売管理の見直しを行い、平成30年度と比較して売上高比110%を達成している。

また、専門家からHACCPによる衛生管理基準の指導を受け、女性理事だけでなく、従業員全員がその考え方を理解することで安全・安心な食作りに取り組みながら、食と健康の大切さや地域の食文化を直接顧客へ伝えている。

(5) 取組の波及性

女性理事2名を中心としたこれらの活動は、周辺地域の女性農業者、特に新規就農者を含めた若手農業者へ大きな影響を及ぼしており、佐々木千賀子氏は、農業改良普及センターと連携し、女性農業者向け研修会で講師を務め、自らの経験の伝承を行っている。また、佐々木こづ恵氏は、地域の若手女性農業者のリーダー的存在として活躍している。

普及性と今後の方針

1. 普及性

(1) 震災からの復興を牽引

震災後、多くの農業者が農業を断念せざるを得ない失望の中、地域においていち早く営農を再開し、無気力感に覆われていた農業者を勇気づけ、被災農業者が集まった組織作りのきっかけになり、復興に向けて仙台市東部地域の農業法人の設立を牽引した。

(2) 地域のシンボルである岩蔵を活かした味噌作りの取組

「神屋敷天然醸造味噌」は、大豆への転作が始まった昭和49年に神屋敷の農家の女性達がそれまで各家庭で作っていた味噌をもっと美味しくしたいと集まり結成した「神屋敷仕込み味噌クラブ」から始まり、現在、当組合に継承されている。なお、震災の津波によって、味噌樽が保管されていた岩蔵も襲われたが、奇跡的にほとんど被害を受けなかつたため、残った岩蔵で味噌作りを継続することができた。

当組合の「作るところから食べるところまで」を繋げる取組として、一般消費者向けの味噌作りワークショップを開催しており、毎回募集と同時に定員に達するなど大変好評を得ている。また、地域行事や小学生200名を対象とした出張味噌作り体験学習を10年以上続けるなど食育活動にも取り組んでいる。



写真15 食育活動（体験学習）の様子

(3) 将来の地域の農業を担う若者を応援

当組合では、新規就農を希望している若者を研修生として積極的に受け入れ、大規模土地利用型農業法人の経営を学ぶ機会等を提供している。これまで6名以上の若者が研修後に就農し、そのうち1名は集落外の非農家出身であったが当組合の理事として受け入れ、現在は次世代の経営者の一人として期待されている。

また、宮城県農業大学校の先進農業体験学習などで学生を積極的に受け入れ、将来、農業を志している学生にも農業の大切さや面白さを伝えている。

(4) 仙台市農業委員会会長として地域農業の持続的発展に貢献

当組合の代表理事である佐々木均氏は、仙台市農業委員会の会長としても活躍しており、特に震災後は被災農地の復旧に合わせ、新たに設立された法人等の担い手への農地の集積・集約を推進するとともに、農地パトロールによる遊休化の防止などの取組に尽力した。

また、宮城県農地中間管理機構やJA仙台と連携し、人・農地プランの実質化に向けて地域の話し合いの場に参画し、農地の集積・集約の推進、農地利用の最適化のほか、新規参入の促進にも積極的な役割を果たしている。

2. 今後の方向性

「米の多品種栽培」、「神屋敷天然醸造味噌」、「農家レストラン」の3つの取組により、「一人ひとりの食に応える農業」を実践し、「作るところから食べるところまで」に責任と誇りを持ちながら50年後の未来も地域農業を支えていく組合を目指していくこととしている。

(1) 米の多品種栽培

宮城・仙台の地で米作りのプロとして、多品種栽培を中心にひたむきに美味しい米作りにこれからもこだわり、顧客ニーズに応えていくこととしている。

(2) 神屋敷天然醸造味噌

味噌作りワークショップや熟成味噌樽オーナー制度「Myタル」の取組を通じて、ファンをさらに増やしながら、震災にも負けなかった60年以上続く岩蔵での「神屋敷天然醸造味噌」作りを今後も発展させていくこととしている。

(3) 農家レストラン・農産加工処理施設

HACCPの考え方を取り入れた食品衛生管理に取り組みながら、食と健康の大切さや地域の食文化を直接顧客へ提供していくこととしている。



農事組合法人仙台イーストカントリー

令和3年度（第60回）農林水産祭において天皇杯を受賞！



天皇杯の概要

- 令和3年1月23日（勤労感謝の日）に明治神宮会館（東京都渋谷区）で開催された令和3年度（第60回）農林水産祭式典で天皇杯を受賞しました。
- 「天皇杯」は、前年の農林水産大臣賞受賞者346点の中から選ばれた「賞の中の賞」です。天皇皇后両陛下に業績を直接説明する機会も設けられる「最高の栄誉」の賞になります。
- 天皇杯等三賞の褒章は、昭和37年から始まっており、宮城県の農業分野での天皇杯受賞は、昭和49年度の「山船越水稻協業生産組合（旧鹿島台町）」、平成13年度の「有限会社オジマスカイサービス」（登米市）につづき3例目、**20年ぶりの受賞**になります。

受賞に際して評価頂いたポイント

- 東日本大震災後の営農活動により、周辺農業者の営農継続意欲を喚起し、地域の農業復興に極めて重要な役割を果たした。
- 多品種栽培や直播栽培等の技術研究を重ね、収量は高位安定化し、品質も満足のいく水準をあげている。
- 女性たちの雇用の場、生きがいの場として六次産業化に取組み、地域農業・食の拠点として発展を遂げている。
- 後継世代の育成や農外からの人材雇用によって次世代への継承準備も着々と進めている。

(農)仙台イーストカントリーの概要

『一人ひとりの食に応える農業を目指して』



『一人ひとりの食に応える農業を目指して』

作るところから食べるところまで、需要者のニーズに応えた水稻の多品種栽培と地域で長年培ってきた味噌づくりを活かした6次産業化の取組により、震災からの地域の復興を牽引してきた。

経営理念

- 東日本大震災による津波被害を受けた農地を引き受け、仙台平野の水田を復興させ、守りながら50年後の未来も農業も続ける。
- 地域に根差しながら明るく前向きに胸を張って農業に取り組み、「自然との融合」をキャッチフレーズに、安全・安心な米や農産物を大切に育て上げ、自信を持って消費者に届けることを理念とし、経営に取り組む

シンボルマーク



シンボルマークが表現しているのは、仙台平野という大地のエネルギー、すなわち緑の泉から誕生する天恵の作物。さらにその造形は奮起し躍動するヒトの姿を表し、農業に従事する生産者の誇りと気概が込められている。

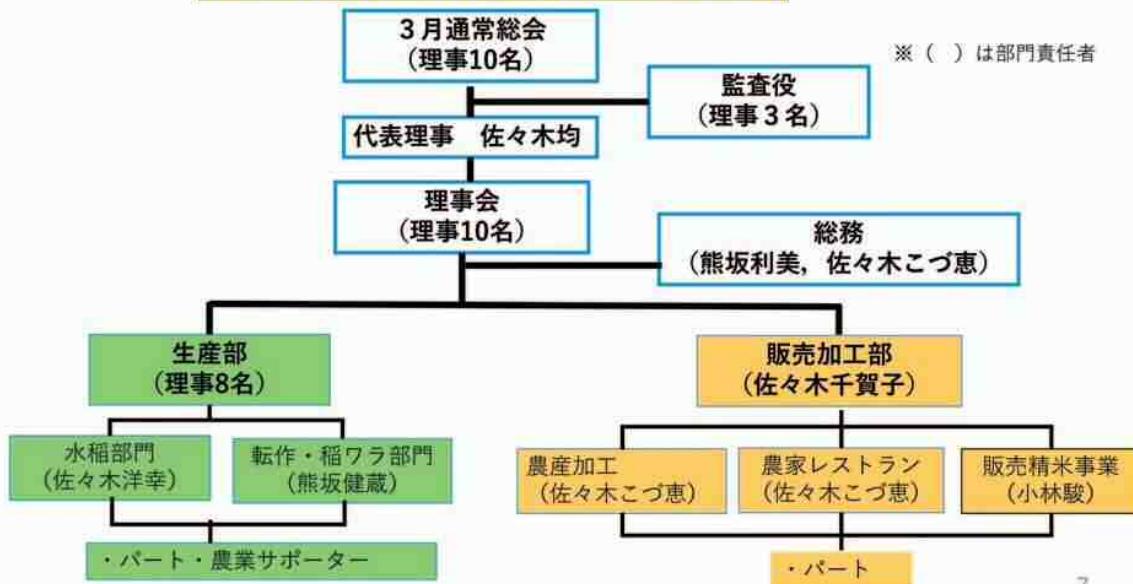
5

- ・所在地：仙台市若林区荒井字神屋敷224
- ・構成員：14名
- ・耕作面積：約70ha
- ・事業内容：水稻、大豆、飼料米の生産
稻わら販売
農家レストラン
農産加工（味噌、惣菜など）



6

(農) 仙台イーストカントリー 組織図 令和3年4月1日現在



7

生産部門



●経営規模

水稻 : 4,454a
大豆 : 1,509a (受託含む)
飼料米 : 1,334a
稻わら : 13,700a
作業委託 : 7,600 a

加工・販売部門

農産加工施設



おにぎり、味噌、惣菜等

おにぎり茶屋
(農家レストラン)



ランチプレート、豚汁等

- 委託販売 (9カ所)
- イベント販売

- レストランメニュー
- テイクアウト商品

8

(農) 仙台イーストカントリーのこれまでの経緯

年	内 容
昭和45年(1970年)頃	生産調整を機に転作組合が組織され、組合構成員4戸への農地集積が進む。代表理事の佐々木家もその構成員の1戸。
昭和50年(1975年)頃	地域の女性たちが任意組織「神屋敷仕込み味噌クラブ」を結成し、冬の農閑期に転作大豆でみそ製造・販売を開始。
昭和55年(1980年)	佐々木均代表理事、JAを退職し就農。
昭和49年(1974年)	地域の女性たちが任意組織「神屋敷仕込み味噌クラブ」を結成し、冬の農閑期に転作大豆でみそ製造・販売を開始。
平成12年(2000年)	佐々木均氏、熊坂利美氏、庄子清一氏、遠藤睦志氏(故人)4人で稻わらの収集販売を始め、任意組織「イーストカントリー」を設立。この4名が後の(農)仙台イーストカントリー設立の中心メンバーになる。
平成19年(2007年)	神屋敷集落組合設立。水田経営所得安定対策を契機に水稻+大豆の経営をスタートさせた。
平成20年(2008年)	神屋敷集落組合から法人化し、農事組合法人仙台イーストカントリーが誕生(仙台市の集落型農業法人第一号)。
平成23年(2011年)	東日本大震災により農地・施設等が壊滅的な被害を受け、マイナスからのスタート。
平成24年(2012年)～	被災地支援リース事業等や仙台市の復興事業「食と農のフロンティア特区」認定(第1号)を活用し、経営再建を図る。
平成25年(2013年)	地域で続けてきた「神屋敷仕込み味噌クラブ」の活動を法人の加工部門とし、農家レストラン「おにぎり茶屋ちかちゃん」及び農産加工施設を新設

9

神屋敷集落における集落農業の歴史(1)



神屋敷集落における集落農業の歴史（2）



神屋敷仕込味噌クラブで味噌加工販売活動が始まった頃の様子



コンバインでの刈取りの様子



水稻の多品種栽培の取組

11種類栽培

作業の流れ

-
- The diagram lists 11 rice varieties, each numbered 1 through 11 and placed in a vertical column of colored boxes. A large blue arrow points to the right, indicating the flow of the work process.
- | | | | | | | | | | | |
|------|--------|--------|--------|-------|--------|------|-----------|-------|----------|--------|
| ①五百川 | ②まなむすめ | ③ひとめぼれ | ④ササニシキ | ⑤だて正夢 | ⑥金のいぶき | ⑦つや姫 | ⑧ミルキークイーン | ⑨夢あおば | ⑩みやこがねもち | ⑪こもちまる |
|------|--------|--------|--------|-------|--------|------|-----------|-------|----------|--------|

品種毎の栽培スケジュール (R3)

	「品種」	田植時期	収穫時期
11種類 13通り の栽培	移植 ①五百川	5／上	9／上
	②まなむすめ	5／上	9／中
	③ひとめぼれ	5／中	9／中
	④ササニシキ	5／中	9／中
	⑤だて正夢	5／下	9／中
	⑥金のいぶき	5／下	9／下
	⑦環境保全つや姫	5／下	9／下
	⑧ミルキークイーン	5／下	9／下
	⑨夢あおば	5／下	9／下
直播	①ひとめぼれ	5／中	10／上
	②夢あおば	5／中	10／上
	③みやこがねもち	5／中	10／中
	④こもちまる	5／中	10／中

品種毎の主な用途

品種	栽培方法	主な用途
五百川	移植	一番早く収穫されるお米。地域の人へおふるまい。新米としてブランド化。
まなむすめ	移植	低価格・良食味のため業務用(外食チェーン等)に提供。
ひとめぼれ	移植	どんな料理にもあう飽きない美味しさ。業務用(ホテル)と家庭用に提供。
ササニシキ	移植	和食との相性が良い繊細な味わい。家庭用に提供。
だて正夢	移植	上品なもちもち食感。家庭用に提供。
金のいぶき	移植	ブチブチとした独特の食感のある健康玄米。家庭用に提供。
環境保全米つや姫	移植	光沢と白さが優れた良食味のお米。業務用(寿司用)と家庭用に提供。
ミルキークイーン	移植	粘りと甘みの強いお米。家庭用に提供。
夢あおば	直播・移植	飼料用米
ひとめぼれ	直播	直播栽培による食味の良さを活かして自社おにぎりとして提供。
みやこがねもち	直播	食味ともっちりとした食感を活かして、おこわ、切り餅として提供。
こもちまる	直播	冷めても固まりにくいため味付け餅として提供。

田植え（移植）作業の様子



稻わらを収集しハウス内で保管



地域のシンボルである岩蔵を活かした味噌づくり

=自家栽培した大豆と米にこだわった「神屋敷天然醸造味噌」=



震災を耐え抜いた築60年以上になる岩蔵



「神屋敷天然醸造味噌」

19

“作るところから食べるところまで”こだわった味噌作り



ファンを増やすための味噌づくり
ワークショップを開催



ワークショップはファミリー層にも人気

20

“作るところから食べるところまで”こだわった味噌作り

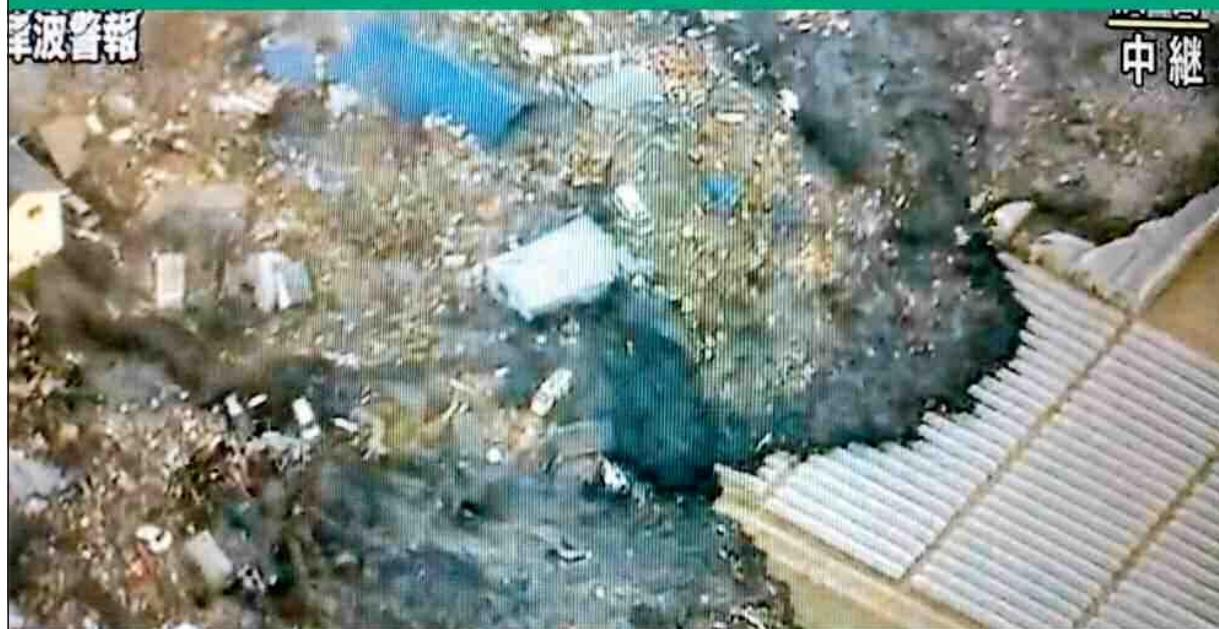


熟成味噌たるのオーナー制度「Myタル」
を開発し「神屋敷天然醸造味噌」のファン
を増やしている。

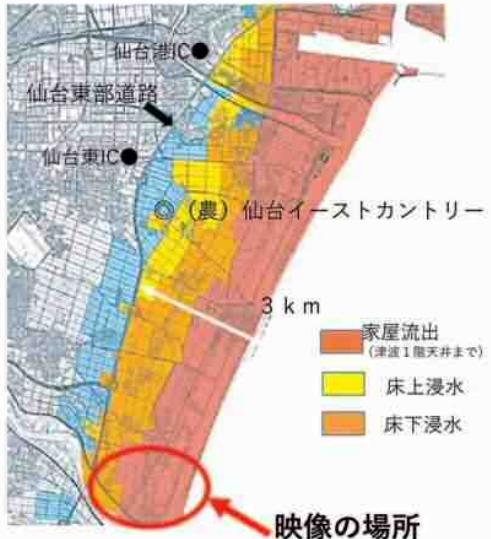
開発した味噌づくりキット

21

東日本大震災の被害状況



東日本大震災の被害状況



平成23年3月11日
地震発生 14:46頃
津波第一波 地震発生の約1時間後
津波の高さ7.2m(仙台港推定値)



(図及び写真は仙台市作成資料より引用) 23

東日本大震災の被害状況



当組合は津波により経営面積の2/3が浸水し、機械や施設の大半が流された。

(被害を受けた機械・施設)

・トラクター	3台
・田植機	1台
・コンバイン	1台
・3tトラック	1台
・軽トラック	6台
・乾燥調整施設	1式

など

24

地域の復興に向けた法人の再起

絶望的な状況の中、農業再開どころではなく、一旦は生産組合の解散を決めたが・・・



震災の2ヶ月半後に、法人設立前からの仲間・熊坂利美さんと娘婿の3人で再スタート



例年より半月遅く、浸水を免れた16haに田植えをし、秋には収穫した新米を作付ができなかった地域の仲間へ配った。

25

地域の復興に向けた法人の再起



- 平成25年に震災前から計画を立てていた農家レストランを前倒しで開店
- 店名の“ちかちゃん”は妻の千賀子氏の名前からとっている。
- 「震災で職を失った地域の女性たちの働く場所になれば」との2人の想いがこもったお店



26

構成員の変遷

設立時の構成員（理事）

8戸8名

戸	氏名	役職
1	佐々木 均	代表理事
2	笠松 清春	理事
3	高橋 信男	理事
4	高橋 康	理事
5	中里 新一	理事
6	庄子 清一	理事
7	熊坂 利美	理事
8	遠藤 陸志	理事

脱退した構成員

新たに加入した構成員

現在の構成員

10戸14名

戸	氏名	年齢	役職等
1	佐々木 均	68	代表理事
1	佐々木 千賀子	68	理事・加工部門
	佐々木 洋幸	48	理事・生産部門
	佐々木 こづ恵	45	理事・加工部門
2	熊坂 利美	69	理事・生産部門
	熊坂 健蔵	41	理事・生産部門
3	高橋 信男	81	理事・生産部門
4	高橋 康	63	理事・生産部門
5	庄子 清一	72	理事・生産部門
6	小林 駿	31	理事・生産部門
7	佐々木 学	73	理事・生産部門
8	阿部 隆	60	理事・生産部門
9	小野寺 正則	57	理事・生産部門
10	JA 仙台		構成員



加工・販売部門での女性の活躍



加工・販売部門での女性の活躍



オリジナルラベルを使用し、自分たちの商品を知ってもらうため
「ちかちゃんシリーズ」のブランドを立ち上げ認知度を高めている。

加工・販売部門での女性の活躍

販売戦略



当組合ではおにぎり茶屋をアンテナショップとして位置付けて、お米の多品種栽培
や「神屋敷天然醸造味噌」の取組を発信し、販路拡大につなげている。

30

加工・販売部門での女性の活躍



米粉カレー



ミルキーキーンの甘酒

加工・販売部門は女性のみで運営している。また、女性ならではの視点を活かした商品・メニューの開発を積極的に行っている。

加工・販売部門での女性の活躍



今後、本格的に展開する新商品「農家の
一汁一菜（いちじゅういっさい）」
こだわりのお米、神屋敷天然醸造味噌、
地域食材を使った惣菜を組み合わせたギ
フト商品

経営移譲に向けて

次代の組織を担う生産部の若手理事達



●震災による津波被害を乗り越えた農地
を守りながら

水稻の多品種栽培、「神屋敷天然醸造味噌」、農家レストランの3つの取組により、
「一人ひとりの食に応える農業」を実践し、「作るところから食べるところまで」に責任
と誇りを持ちながら50年後の未来も地域農業を支えていく組合を目指していく。