若谷農園の経営から

（有）若谷農園 代表取締役 若谷茂夫さん

1. 若谷農園の経営状況

（1）小松菜の周年出荷

出荷先：デパート・料亭・スーパー・市内小中学校等

栽培場所等

①ビニールハウス（80a）年間 6 回収穫（参考 1a=100㎡ 10a=1ha ≒ 1 町歩）

②露地畑（50a）年間 4 回収穫

（2）くわい・一年一作

出荷先：関東・中京・関西方面等

栽培場所等：田んぼ（60a）

栽培の歴史等：江戸時代からの特産。現在は地域の 7 名で支え合いながら栽培しています。

2. 法人化して更なる高品質生産を目指す

・更なる高品質生産を追求し、消費者に選んでいただける商品づくりを目指します。

・収入を安定させるために、通年で収穫できる小松菜の栽培が中心となります。

・家族経営では難しく、人を雇用しての経営としました。そのために平成 14 年に、「法人化」しました。

・法人立ち上げの際に雇用した「素晴らしい青年」との出会いがその後の発展のエネルギーとなりました。

3. 見沼地域農業の今後の課題

①農業従事者の高齢化

②後継者不足

③遊休農地の増加

④担い手の育成

⑤新規就農者をいかに入れていくか

⑥体験農園、市民農園等を通しての都市住民との交流

4. 課題に対応しての実践

（1）農業生産法人（有）若谷農園の概要

設立：平成 14 年 12 月 11 日　資本金：300 万円

現在（平成 27 年 10 月）

栽培面積：小松菜 ビニールハウス 80a、露地畑 50a、計 130a

・くわい水田 60a、稲田 60a

社員：6 名・パート 35 名

主な出荷先：JA 全農さいたま、浦和中央青果市場（取扱店：大丸・高島屋・松坂屋・生協等）サイボクハム直売所（酪農広場）、市内小中学校約 100 校、都心の割烹料亭

（2）耕作放棄地を活かした小松菜栽培の取り組み

高齢化に伴って農業を継続することが困難になっている実態に加えて、後継ぎなどの担い手は不足しており、耕作放棄地は昭和 55 年以降増加の傾向にあります。

若谷農園では、この耕作放棄地を再び農地として再生する活動を行っています。

当園では、耕作放棄地再生活動として「耕作放棄地を活かした小松菜栽培」を行い、放棄され、雑草などが生い茂った農地を耕し、小松菜が栽培できる農地へと再生しています。

（3）環境にやさしい栽培方法を行いながら耕作放棄地を豊かな農地に再生

若谷農園では、耕作放棄地の再生を行う際に、自家製堆肥等の有機質を投入し、土壌改善や、化学肥料の低減・農薬の低減など、環境にやさし栽培方法で、荒地だった農地を豊かな農地へと再生させます。

その活動は、土つくりと化学肥料や農薬の使用低減に取り組む生産者として「エコファーマー認定」の認定を受けております。

（4）未来の元気な農業者を育成

若谷農園は、高齢化と担い手不足で耕作放棄された農地を再生させ、これからの農業の担い手を育成し、地域に貢献する農業経営を目指しています。

農業は生命維持産業。未来の農業者育成は必須課題です。

農業者減少で起きる食料自給率低下は、今後に大きな課題を残します。

（5）法人化のメリット

若谷農園では、平成 14 年 12 月 11 日に従来型の家族労働から脱皮して「農業生産法人 若谷農園」として新たにスタートしました。

法人化の目的は、若い農業の担い手を育成することです。

法人化を行うことで、農業者を志す若い人達に、収入面で安定した環境つくりが提供できると考えたからです。当園の最も大切なことは、若い農業の担い手を育成して地域貢献ができる会社になることです。

若谷農園は耕作放棄地の再生と農業の担い手育成で社会貢献できる農園を目指しています。未来の日本を支える食を守る農業者つくりを目指します。

むすび

見沼田んぼには規制はあるけれど、都市住民との交流の場・農業の担い手の活性化の場・豊かな農業実践の場です。

皆さんと手を携え、ご一緒に見沼たんぼ地域での農業活動を充実させていきましょう。

ファームインさぎ山、18年間の取組みから

萩原知美さん

1. 家族中心で経営

主人と２人で農業に従事していましたが、平成５年に会社を設立し、主人は農業を、私は流通部門を受け持つ形をとりました。企業からの体験の受け入れなども会社で行っています。長男も就農し野菜を生産していましたが、今は農業土木に転向しています。次男は会社従業員として雇用の形をとり、田んぼ体験の受け入れを主に実施しております。主人の元では定年帰農者が１名働いています。

2.グリーン･ツーリズムとの出会い

グリーン・ツーリズムという言葉と出会い、平成８年にその通信教育を受け、その一環としてのヨーロッパ視察研修の際にパリでグリーン・ツーリズムの第一人者といわれるアンリ・グロロー氏と出会いました。その時、自分は首都圏 30 キロ圏内に住んでいますが、どのような活動展開をしたらよいかと問いますと、あなたには消費者がそばにいる。そばにいる消費者に向けて発信しなさい。さらに、都市部で成功することは、地方の発信基地にもなれる、と言われました。

3. 農業体験の3本柱として、「米」「野菜」「農村生活体験」

その頃、たまたま地元小学校の生活科の授業をサポートしていて、さつまいもの栽培や米作り、草花遊び体験をした時の子供たちのキラキラした目が忘れられなかったのと、母親達に農村の豊かな生活が伝わっていないと感じたことから、生活科の実地を自分のところでやろうと思い、平成９年４月から自分なりのカリキュラムを作りました。
それから約 18 年、多くの人との出会いがあり、様々な気付きがありました。

まず、農業体験の４つのテーマを設けました。

①食の安心・安全
②教育としての農業
③農業の環境力
④福祉としての農業

自分で作る野菜が一番安心、ということからの「食の安心・安全」。「教育としての農業」については、生活科のサポートからの気付きによる。「農業の環境力」については、かつて天然記念物だった野田のさぎ山のさぎが昭和 47 年からぱったりといなくなったのはなぜか、と考えたとき、一番の原因は水田の消失であると思い至りました。また、江戸時代から生産していた柿渋の効用は防腐・防虫作用があるといわれております。ならば農業は環境への切り口にもなり得ると考えました。

また、子供たちの笑顔から力や癒しをもらえることから、農業には福祉としての面もあると思ました。最初は畑作業から始め、平成 13 年からは田んぼ作りも始めました。また、PTA 活動から、農村の生活文化が伝わっていないと気づき、農業体験の３本柱として、「米」、「野菜」、「農村生活体験」を考えました。

現在、小中学校、企業、福祉関係、子育て応援、環境団体などからの体験を、年間 8,500 人ほど受け入れていますが、この人たちとの出会いから、また新たな気付きが生まれました。

例えば、福祉団体の田植え時には、車椅子の子がどうやったら参加できるか考え、かつて見沼でも使われていた、舟を使うことを思いつきました。子育て応援の人達からは、田んぼ体験をしたことによって、子供たちがお米を残さず食べるようになったと聞きました。

また、環境団体との取組みから生き物にやさしい米づくりを実施し、無農薬・無化学肥料栽培を

水田体験

実施しております。そのおかげで、たんぼの生き物調査では、数多くの生き物を見ることができます。

4. 見沼田んぼのこれから

文化としての財産やダムとしての役割など多面的な機能を大切にして昨年は 40 年間耕作放棄地だったところの開墾を 180 名の若者と、スコップ１本で行いました。

今そこは、小学校の体験水田になっています。畔作りは大変な仕事でしたが、180 人の若者が、みんなで肩を組んでフォークダンスを歌いながら３周して作り上げました。

埼玉県警との取組みでは、やんちゃ過ぎる中学生の居場所作りとしての農業、というものがあります。学校ではちょっとやんちゃ過ぎる彼等ですが、１回目も２回目も、とても良く働いてくれました。３回目に来た時に、「感謝して食べます。」という言葉が出てきたのが、とても印象的でした。この取組みから、「居場所作りとしての農業」という新たな気付きを教えられました。農業者だけでは賄いきれない部分をサポートしてくれる市民活動団体の人々との交流からも、新しい気付きを貰いました。

また、フナノ作りからは、アートとしての農業を、藁を漉き込んでのカマドや土壁作りからは、農村文化の発信とそれを継承していくことの大切さを改めて気付かされました。

アンリ・グロロー氏の「消費者に向けて発信しなさい。」という言葉が、今、再び強く甦ります。農家は発信が苦手ですが、農家から発信することで、協力者・支援者を集めることができます。

見沼田んぼには、文化としての財産やダムとしての役割など、多面的な機能があります。見沼の、生きものを育む力を残していければと願っています。

5. 見沼たんぼの多面的な機能や価値を次世代に引き継ぐ

先人たちは見沼に家を建ててはいけなんだよと、見沼三原則によって、この地を耕し守ってきました。しかし、農家も高齢化や後継者不足で、不耕作地や荒廃地が目立って参りました。

各地で集中豪雨などの被害が発生しているのを目の当たりにしたときに、今一度、この見沼田んぼの役割を再認識する必要があるのではないかと思います。

首都圏 30km 圏に存在する緑地空間がもたらす多面的な機能や価値感を農業体験を通して、次世代へと継承していければと願っています。

森田園芸の取組みから

森田園芸 代表 さいたま市花卉園芸組合･元組合長 森田 博さん

1. 花卉主体の経営

事業を始めたころは、花の生産だけで食べていけるか不安がありましたが、政府の米の転作奨励を機会に田は貸し、花卉主体の事業に取り組みを変えました。

現在の事業環境は、次の通りです。

・耕作地　畑　120a
　　田　100a
・ビニールハウス　40a
・農機具　トラクター、トラック、軽トラック、花卉冷蔵庫、噴霧器 等

（1）従業員：4 名（夫婦、長男夫婦）、パート等

（2）生産／出荷

①花苗

・春用（3 月～ 7 月）サルビア、ベゴニア、マリーゴールド、ジニア、日日草、ポーチュラカ、その他
・秋用（10 月～ 12 月）（出荷最盛期である）パンジー、ビオラ、クリサンセマム、ハボタン、ナデシコ、アリッサム、その他

パンジー、ビオラは、夏の暑さに弱く寒さに強い。異常気象により夏場は異常に暑く、以前と栽培方法が変わりました。9 月初旬には出荷に合わせて植え付ける必要があり、以前は冷蔵庫（18℃）で種を蒔き発芽させ、9 月に植え付けていましたが、暑さのためとけてしまい栽培ができなくなりました。そのため現在は種苗会社へ依頼し軽井沢、八ヶ岳（標高 1,000 mで夜間が平地より 6℃位下がる）で栽培されたよい苗を送付してもらい、育て出荷しています。

②切り花

・冬（12 月）ボケ、切りハボタン（背丈 40cm ～ 50cm に栽培し、花を大きく成長させ出荷）。
（1 月～ 3 月）フリージャ
・夏　アスター（お盆用）

（3）販売先／出荷先

・注文　60%　花いっぱい運動によりさいたま市の公園、学校の花壇へ苗を出荷
・直売　30%　農協の直売所（8 ヶ所）
・市場　10%　フリージャとボケを出荷

市場へ出荷しても、セリにかけるのでなく相対取引であり、価格が安定しています。家族 4 人が、収入を増やすため、それぞれ担当を分担し売上の競争を行っています。

2. 経営展開

（1）花卉周年出荷の確立

ハウスを効率的に活用し、切花と花壇苗の組合せにより花卉周年出荷を行っています。

（2）積極的な土壌作り

近くの競馬場の馬糞、籾殻、直売所の米ぬか等を混ぜ 2 ～ 3 年掛け堆肥を作り土壌と混ぜ、ハウス内の連作障害を回避し、花壇苗の生育促進と花壇定植後の長期生育を図っています。その結果、パンジー等、花が大きく、長く咲いていると好評です。

（3）注文生産・出荷、安定出荷、高品質生産及び販売

注文による生産が多く、その納期に合わせた生育、開花管理により花壇苗の安定した出荷を行っています。また、徹底した温度管理により高品質な生産と販売ができています。

3. 花育

「花を教材に生命や個性について、子供などに考えてもらう活動」であり、「花卉（かき）の多様な機能に着目し、教育、地域活動に取り入れること」（農林水産省の定義）とあります。

（1）社会科見学

農家の仕事や花の育成を知らない都心の小学校 3 年生の社会科見学を受け入れています。生徒だけでなく、先生も勉強になったとの感想が寄せられています。

（2）職場体験

中学生の職場体験を 3 日間受入れています。女子は細かい、男子は力仕事を手伝ってくれ、体験した大宮小の卒業生が農業大学、農協等の仕事に就いたと聞いており、うれしいかぎりです。

4. 今後の課題と対応

（1）基盤整備事業の推進

農業農村整備は、水と土を対象に、自然との共生を図りながら営まれている農業を支援するため、水田で必要な農業用水を確保するためのダムや堰の建設、営農条件を改善するための水田、畑の整備、農産物などを運搬するための農業用道路の整備、農村の環境整備などを行っている事業の総称です。

見沼たんぼの農家は、高齢化、後継者不足による農地の荒廃化、都市住民への遺産相続による遊休農地化、また、米価格の半値への下落等により米の魅力が薄れる等の課題があります。これらの対策として農業農村整備事業により都市型農業の環境整備として付帯設備（直売所､トイレ、休憩所など）を充実する必要があります。

（2）農村地域のまちづくりの推進

見沼区膝子にある東部環境センターの建替えが予定されていますが、ゴミ焼却だけでなく、周囲に市民が集まれる環境（販売所、収穫体験農地、観光農園）を作り、若人、家族等が喜んで集う場所として整備（駐車場、トイレ、休憩所）してほしいと考えています。

（3）市民活動と農家の連携

市民農園の秩序ある活動の場と遊休農地を利用して、季節の花（菜の花、ひまわり、コスモス等）を植栽し、憩いの場として見沼たんぼの環境を整備し、農家・市民・行政の連携を図っていく必要があると考えています。

観光農園経営と6次産業化

ブルーベリープラザ浦和 代表 備藤行裕さん

移動販売車

1. ブルーベリーの観光農園中心の農業経営

当初、植木･苗木の生産販売をしていましたが、18 年前からブルーベリーの観光農園を開園しました。0.5 ヘクタールから始め、現在は 3.5 ヘクタールの規模です。

平成 25 年、加工施設を新設し、ジャムなどの加工品のほかに、洋菓子店のケーキやパンに使う真空パックのジャムペーストを、さいたま市や都内の洋菓子店で販売しています。加工施設の建設と同時に、9 ヶ所の農園に効率的に対応するため、移動販売車を導入し自家製ブルーベリージュース、ブルーベリージェラート、ブルーベリーシロップを使ったかき氷などを販売しています。なかでもブルーベリーシロップを使ったかき氷は一番人気です。

移動販売車の導入によって市内イベントにも対応できるようになりました。なお、移動販売車の導入は見沼たんぼ内には建物が建てられないことも一因でした。

生果 500 グラム入りパックも販売しています。観光農園と洋菓子店で年間 6,000 パックを出荷しています。市内学校給食にも採用されています。ただし、小口注文が悩みです。

農園付近を散歩中、あるいは自動車を止めて立ち寄る女性が多いことも特徴です。

2. 大都市近郊の洋菓子店への出荷拡大と通年販売

大都市近郊の洋菓子店への出荷拡大に努め、東北自動車道浦和インターチェンジから 5 分の立地条件を生かし都内にアピールをしたいと思っています。

更に、洋菓子店と協力して通年販売できる商品の開発を目指します。

3. トイレ･洗面所、駐車場を備えた休憩施設は必須 今後の農業経営の課題

観光農園に来る客の 90%が女性です。農園で働くパート従業員も女性です。トイレ・洗面所、駐車場を備えた休憩施設は必須です。

ところが、見沼たんぼでは建物の許可が下りず、水道･電気も通せません。未来遺産が認定されて、多くの人が見沼たんぼを訪れた時、同じ問題が出てくると思います。

オーガニックハーベスト丸山の取組みから

オーガニックハーベスト丸山 代表 丸山文隆さん

最初の直売所の設立に市の担当者として係わる

大学で「緑のまちづくり」を勉強し、卒業後、青山第一園芸で花のビジネスに携わった後、地元の大宮市役所（当時）に就職。その後、市役所で緑のまちづくりのための「緑基本計画」に携わりました。

また、全国的にも先駆けとなる大宮市内最初の直売所を細沼さんが作った時、市の担当者として共に設立に係わりました。

1. 夫婦2人と職員5~7名で経営・管理・運営

10年ほど前から、市役所を退職し夫婦で農業を営んでいます。農場は自宅周辺と市街地内、および北区、大宮区、浦和区、見沼区の見沼たんぼ内に20か所あり、これを、夫婦2人と職員5～7名で管理・運営しています。

施設栽培は行っておらず、多品種の露地野菜と若干の米を栽培しています。

品目としては、キャベツ、ブロッコリー、カリフラワー、サニーレタス、グリーンリーフ、白菜、小松菜、ほうれん草、大根、人参、さつま芋、里芋、ラディッシュ、ブルーベリー、ローズマリー、なす、ピーマン、モロヘイア等が挙げられます。

出荷先は大宮高島屋、浦和大丸（パルコ）、ヤオコー、マミーマート、ヨークマート、グッドファーム、農協直売所、学校給食、知人への直接販売などです。

デパート、スーパーでは売り場に特色を持たせるために、地場野菜コーナーの充実を図っており、需要は多いです。

また、学校や市民との交流のために、毎年、小学校のチャレンジスクールや中学校の職業体験の受け入れ、保育園の親子農業体験、見沼たんぼガイドクラブとの協働イベントの開催なども行っています。

2. 地産地消の気運が進み生産量が足りない状況

近隣農家や農業委員会のおかげで、遊休農地を大量に借入れ、安定した生産が可能となっています。また、機械化を進めており、職員の機械操作の習得等の能力向上に伴い、人件費等の削減が可能となり利益を確保できるようになりました。

また、地産地消の気運が進み、百貨店やスーパー、直売所など大手販売店より多くの依頼がきていますが、まだまだ生産量が足りない状況です。現在も、近隣にマミーマートやイトーヨーカドーが建設中で、直売所が入る予定もあり、さらなる需要の増大が見込まれます。

さらに、市長の方針で、学校給食にも地場産食材を使うようになり、徐々に給食契約も増えています。ただ、学校給食は、個々の指定場所に決められた時間に配達するため大変手間がかかります。あまりに少量の配達に応じるのは経営的に難しく、5,000円から1万円以上の注文のみ受けるようにしています。

若い、やる気のある職員が頑張ってくれていますが、それぞれが3年くらいで独立して農業を始めるため、若干人手不足です。職員のクオリティの向上を日々、心掛けています。

3.「ブランド化」による商品のプレミアム化と求められる「交流の場」の設定

見沼たんぼが未来遺産に登録されたことを生かして、ブランド化による商品のプレミアム化が必要と考えています。

具体的には、行政や民間活力による見沼たんぼ未来遺産の宣伝、イベント開催、共通ブランドロゴの作成などが挙げられます。例えば、大宮高島屋は未来遺産のPRに積極的に協力、イベントの開催などを行いました。

地方のように、単一品目の特産化ではなく、野菜・米・花・植木・文化・スポーツ・環境保全などをも含む地場産の多品目を地域ブランドとして、日本はもとより世界に売り出していくことをも視野にいれるべきではないでしょうか。

また、結婚や就農などで辞める人が多いため、女性を含む有能な職員の確保も重要な課題です。

さらに、今後はTPP対策等も含めて、地域全体に係わる基盤整備費だけではなく、個々の農業者の生産性の向上を図るための農業機械や施設への補助金を大幅に増額することも重要だと考えます。

また、農産物直売所や体験農園を単独で設置するのではなく、集客力のある施設に併設することも重要です。

見沼セントラルパーク構想や、東部環境センターの改修に伴って一般の人も入れる施設とするなど。市外の人もターゲットにできる道の駅や、スポーツ施設などとの農産物直売所の併設など。スポーツ施設は見沼でも建設可能で、ここに駐車場やトイレを設置することで、見沼での課題をクリアすることができるでしょう。

さらに、朝市だけではなく、既存施設（区役所や公民館など）を使ってのアフタヌーン市場の開催なども考えられるでしょう。

最後に、交流の場を設定すること。同じ農業者でも組合が違うと接点がありません。**農業者どうしの交流の場、農業者と生活者の交流の場、さらに農業者と異種業種との交流の場、この3つの交流の場を設定することが重要であると考えます。**