



脱サラ、農業に夢をかけ……………	2
京都のニューファーマー 梅本 修さん (京丹后市弥栄町)	
苗100万ポット出荷、受注生産で安定経営…	4
チャレンジ農業法人 株式会社 アグリイベリス (舞鶴市)	
異業種の経営者に学ぶ ―私の経営論― ……	6
大石 博司さん (大石酒造株式会社)	
頑張ってます、われら新規就農者！ ……	7
藤尾 平さん・泰恵さん (相楽郡和束町)	
農業経営者へのアドバイス ……	8
商品をブランド化する ―2つのポイント―	
農業法人ニュース ……	8



修さんとパートナーの明子さん

脱サラ、農業に夢をかけ —自然農法にビジネスチャンスを見いだす—



雪の下でじっくり育った有機野菜
(ニンジン) です

京丹後市弥栄町

うめもと おさむ
梅本 修さん
(45歳)

東京でのサラリーマン生活から丹後半島での野菜づくりに転身して10余年。見ず知らずの土地で自然と向き合い、チャンスを着実にものにしてきた。「健康な野菜をつくるには自然農法しかない」と梅本さん。そこには丹後の風土を生かした営農計画と確かな経営感覚がある。

“危機”の時代だから入植

梅本さんは、もともと「農」に関心があり、大学では農芸化学を専攻した。大手食品メーカーに就職し、営業所勤務を経て東京本社の宣伝部へ。就農に心が傾いた契機は、日本の農業が市場開放をせまられ危機が叫ばれた平成5年のウルグアイ・ラウンド交渉だった。「農業のいまがどん底だというなら、これから逆に伸びていくチャンスだと思った」という。

やがて旧弥栄町の「町外入植者登録制度」を知り、休暇を利用して何度も現地を訪れ面談を重ねた。「農業



は厳しい。生活が出来ないからやめとけ！」という声を押し切って、丹後国営開発農地（黒部団地）への入植を決めたのは平成9年の春、就職から10年目、33歳のときである。

功を奏した経営転換

入植当初、梅本さんは、生涯所得と年間所得の目標を設定し、これを実現できる作目と栽培面積を確保するという戦略でスタート。契約栽培である葉タバコ、ダイコン、カブラを中心とした複合経営によって、苦しみながら順調に足場を固めていった。

ところがある日、梅本さんは、学校給食の食材に輸入農産物が使用されていることを知る。「未来を担う子供たちに安全で安心な野菜を提供したい」、そう考えた梅本さんは、経営方針を転換する。徐々に契約作物の栽培面積を減らし、カンショやニンジンなどの有機栽培や、九条ねぎ、黒枝豆などの京野菜を取り入れていった。

いまでは、年間の栽培品目は約20品目を数える。学校給食への食材提供から始まった販路は、地元スーパーや関西圏のこだわりレストラン、有機農産物を扱う仲卸しグループへ広がった。ホームページを使った直売も行っている。こうして、経営転換後の梅本農場は、順調に粗収入をあげている。

家族みんなで“楽農”する

収穫したばかりの土が付いたまん丸の「聖護院だいこん」。洗浄機で荒洗いした後、梅本さんは奥さんの明子さん（42）と一緒に1つずつ手で丁寧に洗う。家族ぐるみの“大根洗い”は、いまでは梅本農場の冬の恒例行事だ。

この時期には「金時にんじん」や貯蔵熟成させたサツマイモ（紫芋など）も出荷する。今冬は京都市内の百貨店の物産展でも出張販売した。

実は、梅本さんがめざした農業経営は「楽農（楽しむ農業）」だ。入植当初は、冬はスキー場でゆっくり過ごすのが恒例だったが今はそうはい

かない。「冬スキーが楽しめる」と農業をはじめたのに、それどころじゃなくなった」と笑う。

丹後へやってきたとき、3歳だった長男はもう中学3年生。この間、築数百年の民家の古材をこつこつ集めてこだわりの自宅も新築した。明子さんの両親が商売をたたんで大阪から近所へ引っ越してきた。「農業という仕事は、家族みんなで目標に向かって頑張れるし、喜びを分かち合える」。梅本さんはしみじみそう語る。



出荷作業中。新鮮な野菜を全国に発送します。

有機JAS認証を取得

「自然の恵みを受けて、健康でおいしい野菜をつくり、自然に恩返しをする」というのが梅本さんのモットーだ。

府の「エコファーマー」に認定されたが、消費者に「農薬を10回やる所を3回にした」と説明すると「3回もやるの？」と驚かれ、無農薬・無化学肥料にしなければ、と痛感。平成17年からEM菌による自然農法を本格的に開始した。

河川敷の刈り草や落ち葉、モミ殻などが原料の堆肥は、梅本さんの言葉を借りれば「野菜のためのフカフカベッド」。肥料は米ヌカ、油かす、カニ殻などにEM菌を使って発酵させた自家製ボカシ肥料を投入する。

「ボカシ肥料を畑にまくと、最初はヌカ漬けのにおい、やがて梅干しのおいにおい変わってくる。畑にいい微生物が増え、それが野菜を育てて

くれる基になる」と梅本さん。トラクターには使用済みてんぷら油のバイオディーゼル燃料を使っている。

EM自然農法で栽培している畑のうち、無農薬・無化学肥料期間が2年を超えた1.4haについては、平成19年末に有機JAS認証を取得。名実ともに「有機農産物」を名乗れるようになった（現在は2.1ha）。

梅本さんは3年後を目標に、経営面積のすべてを有機栽培に切り替えていく計画だ。

2つの目標をめざす

梅本さんにはこれからの目標が大きく2つある。

1つは、ブドウやモモなど果樹の有機栽培だ。かねて志を同じくする仲間と果樹組合を立ち上げたが、平成16年の台風禍、翌17年には豪雪に見舞われ、いまだに見送り状態のまま。

もう1つは、障害者が働くことのできる農業の仕組みをつくること。繁忙期には近隣の作業所から手伝いに来てもらっており、「本人に適した1つの仕事ならエキスパートになれる。障害者が自立するための農業ができれば」と願う。

梅本さんの熱い挑戦はまだ続く。

プロフィール

昭和38年 大阪府高槻市生まれ。
神戸大学農学部を卒業後、大手食品メーカー勤務を経て、平成9年就農。11年認定農業者。15年府エコファーマー、19年有機JAS認証を取得。20年「全国担い手育成総合支援協議会会長賞」受賞。府指導農業者。NPO法人「エコネット丹後」理事。

経営状況

■従事者

梅本修さん・明子さん夫妻
明子さんの両親、松井輝俊さん・栄子さん
*臨時雇用 延べ約200人/年

■経営内容

有機JAS野菜2.1ha
（サツマイモ、西洋ニンジン、鹿ヶ谷かぼちゃ、タマネギ、九条ねぎ、トマト、ナス、ピーマンなど）
自然農法野菜1.5ha
（ジャガイモ、聖護院だいこん、金時にんじん、黒枝豆など）
契約野菜1.4ha
（ダイコン、大カブ、葉タバコ）



農業法人のページ

株式会社 アグライベリス

舞鶴市

苗100万ポット出荷 受注生産で安定経営

— マニュアル化を図り、
事業多角化めざす —

- 資本金 / 300万円
- 経営内容 / 花苗・野菜苗の生産販売
ハウス23棟 (65 a)
- 役員 / 代表取締役 後守 貴博さん
取締役 後守 美幸さん
- 労働力 / 社員2名 パート：常雇用3名 臨時20~25名
- 沿革 / 平成 12年 脱サラ就農
花苗の生産開始 (ハウス6棟)
- 15年 野菜苗の生産開始
- 16年 台風災害でハウス全棟が浸水
- 18年12月 (株)アグライベリス設立 (ハウス18棟)
- 19年 園芸品の通販大手と取引を開始



代表取締役の後守貴博さん

「農業も一つの事業です。生産をシステム化し、販売チャネルを確保すれば、経営のやり方も変わってくる」。後守さんはこう言って胸を張る。新規就農して6年目に農業法人アグライベリスを設立し、すでに野菜苗・花苗の出荷量は年間100万ポットを突破した。当初から明確な経営ビジョンを掲げ、常に見越した農業経営に取り組んできた結果だ。

■販売エリアは福井から兵庫まで

平成16年10月に府北部を襲った台風23号で由良川がはらん、水没した観光バスの乗客ら全員がヘリで救出されたという出来事も記憶に生々しい舞鶴市志高地区。その現場近くに、(株)アグライベリスのハウス群は建ち並ぶ。

ハウスは天井まで浸水し、災害ボランティアの支援を受けてようやく復旧したのはその年の年末だった。就農5年目、順調に業績を伸ばしていた矢先のことだった。「どんなリスクにも対応できる“強い経営”を考える契機になった」と代表取締役の後守貴博さん (34) は振り返る。

現在、ハウス23棟 (延べ65 a) でトマトやピーマン、キュウリなどの野菜苗約50品目、パンジーやビオラ、ペゴニアなどの花苗約20品目を生産。出荷先はホームセンターやスーパーで、販売エリアは半径100km圏内、府北部を中心に福井県や兵庫県にまで及ぶ。

通常、市場経由だと出荷してから店頭へ並ぶまで3~4日かかるが、地元産の直販商品だとわずか半日という“鮮度”が強みになる。



(株)アグライベリスを支える若きスタッフ

■出荷量の9割は受注生産

アグリイベリスの経営の大きな特徴として、生産の分業、作業のマニュアル化があげられる。

後守さんは従業員だけでも生産を行えるよう、播種日から出荷日、出荷数量などを細かく示し、「ホウレンソウ（報告・連絡・相談）」の徹底を図ってきた。ゆとりのある作業体系、ムダのないスケジュール調整などの仕組みをつくる一方、「その先の事業展開を検討していくのが経営者としての仕事」と言い切る。

そうした経営を可能にしているのが、スーパー等との契約栽培（受注生産）だ。直販契約を結ぶことによって、安定した売り上げの見通しや設備投資、雇用など明確な事業計画を立てることができる。

受注にあたっては、品目や数量はもちろん、「〇月〇日に花が咲いた状態で」という注文も付けられる。当初は「そんな無茶な…」と頭を抱えたこともあった。「どうすれば対応できるか」と発想を切り替え、その注文を作業計画に落とし込んでいく。

自社の生産能力を超えて受注したときは、つくれない分を信頼できる他の農家に外注して対応してきた。「まずは取引先をみつけ信頼できる、売り上げを確保することが大事」というのが後守さんの考えだ。舞鶴市の公共施設の花壇にも納品するなど、いまでは直接の受注生産が全体の9割を占め、「常時、半年先の出荷量まで決まっている」という。

近年は家庭菜園の需要増に伴い、野菜苗の生産を拡大させている。平成19年に園芸品の通信販売大手と販売契約をしてからは、野菜苗と花苗の比率が逆転。育苗と出荷が集中する3～5月の繁忙期には25人の臨時パートを雇うまでになった。



(株)アグリイベリスのハウス群

■企業的経営を求めて

後守さんの場合は、新規就農というより起業家として農業に参入したといったほうがぴったりする。

家はもともと兼業農家で、短大を卒業後、福知山市内の飲食店で調理師をしていたが、「農業で何か事業をおこしたい」と脱サラ。それも他産業並みの収益を、と花苗の生産に着目した。

花苗栽培は、ハウスなので天候にあまり左右されず、年間を通じて需要があり、計画生産がしやすい。なによ



日々の管理には細心の注意を払う

り魅力なのは「作業工程は多くても、手順をマニュアル化しやすいことだった」と後守さん。職人気質の生産というより、企業的経営に向けたジャンルといえる。

兵庫県内の大規模花き農家で半年間研修した後、府農業総合研究所で植物生理学や栽培技術を半年間学び、平成12年に就農。研修先の農家ではいきなりハウス数棟の管理すべてを任せられ、「量産のノウハウを体験し、先進農家に負けない自信がついた」という。

初年度はハウス6棟でスタート、出荷量は花苗10万ポット弱にすぎなかった。取引先は、後守さんがホームセンターなどに足を運んで独自に開拓。以降、ハウスを徐々に増やし、3年目からは専従者1名と常雇いのパート2名を雇用するなど、企業化に取り組んだ。

台風災害の翌年（平成17年）には年産50万ポットに到達し、就農から6年後の同18年末に法人化。そして昨年、当面の目標だった「年産100万ポット」をクリアした。

■事業の多角化へ夢広がる

社名の「イベリス」は、スペインのイベリア半島に自生している草花。花言葉の「心をひきつける」にちなんで、いろいろな人とかわり合っていきたいという思いを込めたものだ。

後守さんにとって、多くの人と付き合い情報を収集するのが経営力の極意になっている。ネットワークは「農業」の枠だけにとどまらない。商工会議所や地元金融機関が主宰する集まりを通じて、異業種の経営者とも交流を深め、興味がわけば京阪神方面へも講演を聴きに出かけていく。

これからも苗生産一本で、とは考えていない。今年から野菜づくりに着手する計画だが、さらに鉢物、切り花のほか、茶やシイタケ栽培も…と、アイデアが次々に浮かんでくる。課題だった人材確保については、今春、府立農業大学校の卒業生を採用することにした。

「特定品目の大量生産・大量販売は、もはや不可能に近い。多品目化してそれぞれの売り先を確保する。経営の拡大とは、そんな事業ユニットをどれだけ揃えていけるかだと思う」と後守さん。5年先、10年先にはどんな新しいステージが生まれているのか楽しみだ。

● 農業者年金の魅力 ●

農業者年金には

「認定農業者・青色申告者への保険料助成」や
「保険料全額控除」のメリットがあります

—— 詳しくは農業委員会へにおたずねください。 ——

私の経営論

—「酒の館」ショップで 顧客のすそ野を拡大—

大石酒造株式会社（亀岡市）

代表取締役 おおいし ひろし 大石 博司さん

1941年 南桑田郡禰田野村（現・亀岡市）生まれ（68歳）
63年 甲南大学卒業 海外でボランティア活動に従事
64年 家業の酒造業を継承
89年 酒蔵見学「酒の館」開設 株式会社に改組
93年 八木町に酒蔵を増設
95年 茶房「酒喜庵」開店
2006年 「酒の館 亀岡駅前店」開店

創業は元禄年間。父が戦死し、戦後は母が切り盛りしてきたこともあって、大学を出た翌年、8代目当主となりました。酒米は丹波の山田錦・五百万石、水は保津川の伏流水を使い、ベテランの丹波杜氏が自然酵母を手間ひまかけて熟成させる、江戸時代さながらの生酛仕込みで醸造しています。

◆伝統はしっかり活かして、集客

家業に従事するや、製造直販をめざして東京・新橋に居酒屋を出し、その後、地元亀岡にも出店しました。大きな転機はいまから20年前のこと。それまでは大手酒造会社に“桶売り”をしていましたが、生き残るためには地酒ブランド（翁鶴・鬼ころし）の確立が必要だと考えました。それを形にしたのが300年の伝統資産を生かし、実際に蔵に足を運んでもらう集客型のミュージアムショップ「酒の館」の開店でした。

かつて使われていた仕込み桶など酒造りの道具や資料、麴を発酵させる麴室、瓶詰め作業などを見学できるほか、旧精米所の建物を利用した茶房、直売所や試飲コーナーを設置。秘蔵酒（5年熟成）の量り売りもしており、若い人や女性にも親しんでもらおうと、酒徳利の代わりに空にな

っても使えるおしゃれなガラスボトルを用意しています。

開店してちょうど20年。商品を販売する以外にも楽しみを提供することで、保津川下りや湯の花温泉などとともに観光ツアーのコースにもなり、いまでは年間3万人のお客様にお越しいただいています。

◆商品開発を怠らず、顧客拡大

伝統を守り続けるには時代の動きを感じ取り、お客様のニーズに合った商品開発が欠かせません。原酒や大吟醸、にごり酒などお酒の商品アイテムは、季節限定品を含めると40種類以上を数えます。

近年は「ゆず」や京都・大原の「しそ」を使ったりキュールを開発、お酒の化粧水や米ヌカ配合クリーム、酒ケ

ーキ（ゆず）、麴だけでつくった甘酒も商品化しています。販路の開拓にと、昨年から東京ビッグサイトの展示会にも出品しています。

また、平成8年には中国・天津に合弁会社（現在は上海郊外）を設立、中国国内とアメリカにも輸出しています。海外からのお客様もよく来られますが、昨年、ロンドンで毎年開かれている世界酒類コンテストで当社の生酛純米酒が入賞しました。

◆「自今生涯」をモットーに酒造り

私の好きな言葉は「自今生涯」。これは堀場雅夫さん（堀場製作所最高顧問）の言葉ですが、誰も1秒前には戻れない、すべては今ここにある、という意味です。酒造りにたとえると、麴がよければよい酵母菌ができる。酵母菌がよければ、おいしい酒ができ上がる。今日ベストを尽くさなければ、素晴らしい明日は来ないと考えて酒造りをしています。

どうすればお客様に喜んでいただけるのか。お客様の反応をしっかり見て、時代に合ったものをつくり、お酒になじみのない層にまで支持を広げていきたい。農業でも同じように、マーケティングを行うには直販が最もよいでしょうね（談）。



頑張ってます

われら新規就農者！

農業って、 家族でできて楽しい

相楽郡和束町：藤尾 平さん・泰恵さん



農作業は いつも 二人で

◆農業って家族でできる！

藤尾さんは、兵庫県尼崎市の出身。10年間は工作機械のメーカーで勤務。一方パートナーの泰恵さんは、自然大好き派、お父さんの実家のある和束町で時々お茶の作業を手伝っていたこともあり、もともと農業に対する関心が高かった。

二人で将来のことを話し合うなかで、「農業って、家族でできて楽しそう！」との思いが大きくなり、大阪で開催された新・農業人フェアで、香川県のレタス、タマネギ農家を紹介され研修したのが農業への接近の始まりだった。

◆なじみのある和束町で

香川県の研修では、「後継者になってほしい」という話もあったが、思いと異なるところもあり、19年3月に研修を途中で終え、新たな就農先を探すこととなった。どこへ行こうか迷った結果、農業をめざすのなら、親戚があり、農業に親しんだ和束町へ行こうと決めて、泰恵さんの叔父さんにあたる辻さんの家に住まわせてもらうこととなった。辻さんは和束町では大きな茶生産農家。なんとか、ここ京都で農業の道を開こ

うと努力した結果、周囲の協力もあり、農地が借りられることとなった。

◆不安が一杯の日々をのりこえて

農業で何を作るのかを考えたとき、和束町ならばお茶とのイメージが強いが、藤尾さんは、お茶を選ばなかった。お茶は初期投資が大きく、とてもできないと考え、野菜の方が、少ない資本でも取り組めると思い、野菜主体の農業をめざしている。

しかし、技術研修も十分でなく、作りながら覚えていく農業では、収入も心もとなく貯金を取り崩す覚悟の生活で、不安が一杯であったと、苦勞を語る。

◆レストランとのコラボも

現在は和束町内で農地を借りて野菜づくりに励む毎日だ。「農作業はいつも楽しく二人でやっています」と笑顔を絶やさない泰恵さん。話が、かわいなお子さんの話に移ると、「寒い花菜の畑も暖かくなります」という藤尾さん。これからは、多品目少量生産の経営で、レストランなどとコラボしながら、楽しい農業をめざしたいという。



二人で仲良く花菜の収穫

<藤尾 平さん・泰恵さんのプロフィール>

- 年齢
平さん／33歳 泰恵さん／36歳
- 出身地
兵庫県尼崎市
- 経営の概要
●露地野菜 60a
(花菜、えび芋、ナス、水稻)
- 将来の夢
レストランとのコラボ



農業経営者へのアドバイス 商品をブランド化する—2つのポイント—

(有) エヌ・エフェクト 名瀬 浩史



商品を生産・販売している者であれば、誰もが商品を「ブランド化」したいと考えているでしょう。世の中にはブランド化した商品が数多くあり、農作物も例外ではありません。では、どのようにすればブランド化できるのでしょうか？残念ながら、その方法はよく分かっていません。ただ、ブランド化した商品やその商品を作り出した事業者には共通点があるとされています。ここでは、その共通点の中で重要となる2つのポイントについて見ていきましょう。

まず重要となるのが品質です。食物であれば「美味しさ」「安全性」などがそれに当たります。ブランド化したいという背景には、他の商品と品質に違いがなくても、ブランド化すると売れやすい、利益率が高くなるといった考えが少なからずあります。しかし、商品をブランド化するプロセスにおいては、他の製品より優れた品質であることが第一条件となります。もちろん、いったんブランド化して消費者の日常生活に深く根ざした商品に成長すると、たとえ競合商品の品質がレベルアップしてブランド化した商品の品質に特徴がなくなったとしても、売れ続けるケースは

あります。しかし、最初から他の製品と比べて品質が優れているわけでもないのに、ブランド化できることはないと言ってもよいでしょう。消費者が「これ美味しいね!」「安心して食べられるね!」と思う商品であることがブランド化の大前提となります。

次に重要となるのが、品質の良さを消費者に対してどのように伝えるのか・見せる（魅せる）のかという点です。最近では、生産者の顔写真を商品のパッケージに掲載する方法は当たり前となっています。例えば、写真だけではなく、生産者のホームページやブログを立ち上げて、「こだわり」や「美味しさ」についての詳しい情報を発信する方法があります。またチラシを作成し名刺として出会った人たちに手渡す方法もあるでしょう。情報は発信しなければ伝わりません。ひとりでも多くの人に魅力を伝えるための情報発信が不可欠です。

ブランド化の条件として重要となるのは、まずは品質、そして伝え方です。この2点を押さえていただきたいと思っています。

農業法人 ニュース

会員農業法人らが農大生を激励!



2月24日、法人経営者会議の会員経営者らが、綾部市にある府立農業大学校を訪れ、学生たちと懇談。自社をPRすることを通じて新しい農業経営を紹介して、学生を激励しました。

これは、農大生に、農業法人を就職先のひとつとして認識してもらおうと企画された取り組み。

懇談会では、「どんな人材を求めているか」興味をもって学び取ろうという姿勢が大事、専攻は問わないなどのやりとりや、農業経営は、やりようによっては計り知れない可能性を秘めている「今、農業は、若い人の能力を結集できるかどうかに興亡の分かれ目。それを実現する場が農業法人。ぜひ、力を貸してほしい」などとエールを送ったほか、説得力のある名言も飛び交った。学生も熱心にメモを取るなどして強い関心を示していました。

編集局から

◆雇用不安が広がるなかで、国、自治体などで雇用対策が打ち出されている。全国農業会議所も都道府県農業会議と連携して、農業法人等が、新たな就業希望者を雇用して研修を実施する場合、研修に係る費用の一部を助成する支援をスタートさせる。

この支援は一時的な雇用ではなく農業の技術を習得してもらい就労(農)の定着をめざしてもらうものと言えよう。施策を活用して景気が低迷する中で、農業経営者、就労者もこの難局を乗り越えていってほしいものだ。

経営と農政がわかる

「全国農業新聞」

—お申込みは市町村農業委員会へ—

発行/2009年3月

発行者 **京都府農業会議** (京都府担い手育成総合支援協議会)

〒602-8054 京都市上京区出水通油小路東入丁子風呂町104-2 京都府庁西別館内 TEL.075(441)3660(代)