



中山間地の多い岡崎市東部で大規模水田作経営を展開する(有)小久井農場を紹介します。小久井農場では、コメ・小麦・大豆の生産だけにとどまらず、販売・加工に取り組むことで経営を発展させてきました。平成25年4月には直売所をオープンさせ、自社のコメや加工品とともに地域の農業者が生産した農産物を販売しています。

## 養豚業から水田作経営へ

県内でも有数の生産規模を誇る小久井農場ですが、四半世紀前には養豚業を営んでいました。経営の転機は、当時進められていた国際通商交渉（GATT ウルグアイ・ラウンド）において牛肉の輸入自由化が決定したことでした。平成元年、安い外国産牛肉との競争で国産豚肉の需要が低下すると予想した現会長の正秋氏は、以前から養豚に用いる稲わらを確保するために取り組んでいた水稲作へと経営の転換を図ります。



平成25年4月にオープンした農産物直売所を前に小久井正秋会長（右）と孝幸社長（左）

## 丁寧な作業で受託面積拡大

小久井農場のある岡崎市東部地域は、傾斜地も多いため、一筆あたりのほ場は小さく、法面の広いほ場が多数存在します。そのため、平坦地に比べて草刈などのほ場管理に費やす時間が多くなり、受託面積の増加が必ずしも効率的な経営に繋がるわけではありません。しかし、「地域の農地を自分達の手で守っていきたい」と考える小久井農場では、条件不利地でも進んで受託してきました。また、「農地は貸していただいているもの」と正秋氏が語るように、年4～5回行われる丁寧な草刈や自社で配合した肥料で行う土づくりは、地権者の間でも評判となり、当初5haだった受託面積は、平成26年4月時点で320haにまで広がっています。



受託するほ場は、大小様々だが、各種取り揃えた農業機械で経営の効率化を図っている。

広範囲に渡る農地を効率的に管理するため、小久井農場では1か月に1度、役員が集まり、作業の進捗状況を確認しています。さらに毎日の朝礼前には、社長自らが全従業員（役員含め32名）の予定表を作製し、その日の作業を確認しています。また、小久井農場では大小様々な受託ほ場に対応するため多数の農業機械を装備していますが、これらのメンテナンスを自社専属の整備士が行うことで、コスト削減に繋がっています。

## 価格決定権を自ら持つ

平坦部に比べ決して有利とは言えない営農条件の中で、小久井農場が収益を確保するために選んだのが、コメの直接販売でした。平成 11 年、現社長の孝幸氏の就農を機にライスセンターを設置し、庭先での販売を始めます。良質な自家配合の堆肥と山間地を流れる綺麗な水で栽培されるコメの評判は、地域住民を中心に口コミで広がりました。評判を聞きつけた市内の飲食店からも引き合いがあり、現在では生産したコメの 8 割を直接販売しています。

小久井農場では、販売部門の更なる強化と規模拡大に向け平成 15 年に法人化しました。販売面では、以前から自家用に醸造していた味噌を本格的に売り出すため、加工業者と検討を重ねて商品化しました。また、経営面でも 3 人の後継者が就農し、増加する受託水田に対応可能な作業体制が確立されました。



消費者の好みに応じた精米を行う直売所の米販売コーナー

## 農産物直売所の設置

法人化後もコメの購入者は着実に増えていた小久井農場でしたが、近年は受託面積が急増しており、新たな顧客の掘り起こしが必要となっていました。そのような折に、国が農業者の 6 次産業化を支援する施策を開始します。従来から味噌作りに取り組んでいた小久井農場でも、味噌の販売強化並びにコメの新たな顧客獲得を目的に「六次産業化法に基づく総合化事業計画」の認定を受けて平成 25 年に農産物直売所（以下、直売所）をオープンさせます。

現在、直売所では自社生産のコメや味噌だけでなく、地元農家が生産する農産物も積極的に販売しています。「小久井農場としての経営の柱は、あくまでコメと味噌なので、委託販売での利益は考えていない。それよりも、直売所の商品ラインナップを増やすことが重要」と孝幸氏が語るように、直売所への出荷手数料は低めに設定されています。そのため、地域の小規模農家を中心に出荷者が増えており、新たな販売チャンネルとして期待されています。また、消費者からも新鮮な地元産野菜が手に入ると人気を博しており、商品によっては、午前中の早い時間に完売してしまうそうです。



直売所には、地元で生産された野菜や果物が並ぶ

## 地域の食文化を担う

小久井農場では、地元の小中学校の生徒を含め年間 5,000 名近い学生の体験学習を受け入れています。さらに直売所の開設以来、餅つき大会や収穫祭といったイベントを定期的に行っています。参加者は毎回増加しており、平成 26 年 10 月に開催した収穫祭では、4,000 名近い参加者が集まったそうです。

孝幸氏は、「資材や人件費を考えるとイベント自体は毎回採算割れだが、地域の農業や食文化を考えるきっかけになれば」とイベント開催の意義を教えてくださいました。



自社で生産された大豆を用いて醸造される味噌は直売所の看板商品

執筆：農業経営課

取材協力：西三河農林水産事務所農業改良普及課