

野菜（果菜、葉菜、根菜）、果樹、花卉


消費者のニーズを先取りした農業経営を実践

少量多品目、伝統野菜、直売、加工、農業体験・市民農園、農福

松本氏の農地は、横浜市港北区の港北IC近郊に位置し、周辺は公共施設や商業施設、住宅、工場等が立ち並び、都市化が著しく進行している地域である。



経営面積

経営する農地面積： 90a

うち市街化調整区域内： 90a

従業員数

家族： 2人

売上高

～1000万円

1000万円～
3000万円

3000万円～

栽培別内訳

露地 野菜（約30種類）
(84a)

施設 果菜類等（約15種類）
(6a)

その他



取組の特徴を教えてください

- ◆ ホテルやレストランなどでニーズの高い彩のある野菜を年間約50種類ほど生産し、JAの直売所、インショップ（量販店の中にある直売スペース）、中間流通業者を経由したレストラン、卸売市場に出荷しています。
- ◆ 野菜づくりは、ニーズを見極めた上で、「自分が作りたいものを作る」との方針であり、生産に集中し、作業のアウトソーシングをしています。例えば、自分で配送は行わず、野菜の適期には直接引き取りに来てもらうようにしています。
- ◆ ただ、販路の拡大に関連することは、積極的に行っており、消費者との交流やレストランのイベント等への参加依頼は、できる限り引き受けるようにしています。
- ◆ 今後も、販路を創出する取組として、横浜野菜をPRして、消費者や住民に野菜を好きになってもらう取組を積極的に行いたいと考えています。
また、女性の後継者育成に取り組み、そのメンバーとのつながりを大事にしていきたいです。





取組のきっかけを教えてください

- ◆ 以前は一般企業に勤めていましたが、実家のトマト栽培を手伝っているうちに、定番野菜の料理より、様々な彩のある野菜を使った料理がテーブルを飾った方が、食事が楽しくかつ美味しくなるのではと思い、形や色が珍しい野菜を生産し始めました。



取組の成功の秘訣を教えてください

- ◆ 野菜の生産に当たっては、出荷先の中間流通業者との信頼関係を築くことが重要であり、中間流通業者から、最終の実需者に情報が提供しやすいよう、収量や出荷期間の打合せは頻繁に行っています。

中間流通業者が“地場産野菜”として売り出しやすいよう、できる限り品質を保持するとともに、「今ほしい」というニーズに応え、鮮度の高い野菜を出荷できるようにしています。

また、特徴ある野菜を通じてレストランの新たなメニュー開発を提案するなど、ニーズの一步先に行く取組もしています。

- ◆ 形や色など珍しい野菜でも、需要を見極めることが重要です。そのため実需者や消費者からの引き合いがどれくらいあるか把握するため、試験的にある程度の量を生産し、その野菜を実際に食べてもらった反応を見て、作付面積を調整しています。利用者とのコミュニケーションは大事です。



ご苦労されたことがあれば教えてください

- ◆ 形や色など珍しい野菜は需要が高いと思い大量に生産したが、レストランや消費者からの引き合いが思ったほどなく、商機を失することもありました。
- ◆ また、珍しい野菜であっても、一定期間経過すると他でも生産され、代用されてしまうこともありました。



取組をしたいと考えている方に一言お願いします

- ◆ 効率化やコスト意識を持つことは重要ですが、自分の利益だけではなく、実際に野菜を使ってくれる実需者や消費者など関係する者と一体感を持ち、お互いがwin-winとなる“ワンチーム”を目指して取り組むことが大事だと考えています。

□野菜（□果菜、□葉菜、□根菜）、☑果樹、□花卉



品質にこだわった完熟の浜なし、浜ぶどうを直売

□少量多品目、□伝統野菜、☑直売、□加工、□農業体験・市民農園、□農福

三橋園は、横浜市港北区の地下鉄駅から約300mに位置し、周辺は住宅や小・中・高等学校、営業所や町工場が混在する地域の中にある。



経営面積

経営する農地面積：86a
うち市街化区域内：23a
(生産緑地：23a)

従業員数

家族：4人
非正規雇用：2人（パート雇用）

売上高

～1000万円 1000万円～3000万円 3000万円～

栽培別内訳

露地 (78a)	ナシ ブドウ	施設 (8a)	ブドウ	その他	
----------	-----------	---------	-----	-----	--



取組の特徴を教えてください

- ◆ 横浜市では、横浜で栽培された果実のブランド化を図っており、平成27年に横浜農協が「浜なし」として商標登録をしました。
横浜農協から認定された生産者でなければ「浜なし」の名称を使うことは許されず、三橋園では「浜なし」として、豊水と幸水を生産しています。
また、ブドウも「浜ぶどう」として、藤稔とシャインマスカットを生産しています。
- ◆ 品質にこだわっており、見た目もきれいで、樹上完熟のとても甘い、朝獲れ果実を販売しています。
消費者は品質を信頼してわざわざ買いに来るため、一度でも品質が悪いものを販売すると信頼を失いかねないので、何より品質には気を付けています。
多くの消費者には並んで購入いただいておりますが、生産量が追いつかないほどの人気です。





取組のきっかけを教えてください

- ◆ 本格的に果樹栽培を始めたのは、両親の代に規模拡大したことがきっかけです。今では幻のナシと言われ、入手困難となっている「浜なし」ですが、当時は、トラックドライバーの方に皮をむいたナシを販売したりと、相当苦勞をしたようです。



取組の成功の秘訣を教えてください

- ◆ 美味しい果物づくりのため、土づくりにこだわっています。市内の酪農家から堆肥を仕入れ、堆肥舎で半年間熟成してから使用しています。
- ◆ 安定して品質の高い果物を生産し続けるために、計画的に果樹を伐採して更新するようにしています。



ついまだ収穫できるのだからと、伐採を躊躇しがちですが、早め早めに更新をして、各成長段階の果樹があるようにすることが大事です。

- ◆ 販売面においても、品質に対する信頼を維持するため、品質が劣るものは大幅に値段を下げたり、ブドウの粒に歯抜けがある場合にはバラ売りするなど、工夫しています。

- ◆ 当地区では一体となって、よりよい果物の生産を目指すため、有識者を招いた勉強会を定期的に行い、技術の研鑽に努めています。

また、果樹棚の設置や補修も、地区で集まって共同で作業を実施しています。

このように、地区内の横の繋がりが強いため、農業後継者も地区のみんなで面倒を見て、その後継者が次の後継者の面倒を見る、といった若手農業者を育てる体制ができています。



ご苦勞されたことがあれば教えてください

- ◆ 昨年から農繁期にパートを雇用していますが、これまで経験の積み重ねで行ってきた農作業をどのように伝えるか苦勞しました。

そのため、例えば、摘果の際に、針金の輪を作って、これより小さければ摘果をしてもらう、といった工夫をしています。



取組をしたいと考えている方に一言お願いします

- ◆ 消費者に毎年来園してもらうためには、何よりも品質の高い果物を生産し続け、信頼を得ることが大事です。最近ではSNSで情報発信ができるので、収穫時期はもちろん、収穫後にも、どのような農作業を行っているか発信することも大事です。また、消費者からも情報発信していただいているので、それが良い緊張感につながっています。

☑野菜 (☑果菜、☑葉菜、□根菜)、□果樹、□花卉



安心・安全で美味しいトマトを消費者へ

□少量多品目、☑伝統野菜、☑直売、☑加工、☑農業体験・市民農園、□農福

飯田農園は私鉄駅から約800mの市街化区域内にあり、付近は住宅やアパート、飲食店、コンビニエンスストア、学校等が密集している住宅地である。



経営面積

経営する農地面積 : 39a
 うち市街化区域内 : 39a
 (生産緑地 : 29a)

従業員数

家族 : 4人
 正規雇用 : 1人

売上高

~1000万円 1000万円~3000万円 3000万円~

栽培品目別内訳

露地 (20a)	伝統野菜 (野崎白菜)	施設 (19a)	ミニトマト	その他	トマトジュース
	他7種類				シロップ漬け等



取組の特徴を教えてください

- ◆ オリジナルブランドのミニトマト「miu (みう) トマト」を袋培地栽培により生産しています。
- ◆ 「miuトマト」の栽培は、カツオやコンブ等の有機肥料を配合したオリジナルの栽培土を使用し、後味に海の恵みの旨味を感じるのが特徴です。糖度に基準を設け品質を確保するとともに、海外への販路や付加価値を高めるため有機JASの認証も取得しています。
- ◆ 糖度の基準を満たさないものや裂果したトマトを活用するため加工に取り組んでおり、透明のトマトジュースやシロップ漬け等を製造・販売しています。
- ◆ 農園は、駅に近くかつ住宅が密集している立地を生かし、農園前の直接販売を主体に、収穫体験や日帰りの農業体験にも取り組んでいます。
 また、百貨店やレストラン、ホテル等にも直接出荷しています。
- ◆ 常に5年先を考え、消費者との距離が近い立地を生かした、販売方法やイベント等を模索しながら取り組んでいます。





取組のきっかけを教えてください

- ◆ 生まれてきた子供に安心・安全な野菜を食べさせたいと、10年前に脱サラして親の後を継ぎました。それまで行われていたみつばの水耕栽培から好物のトマトに転換しました。



取組の成功の秘訣を教えてください

- ◆ 就農に当たっては、農業大学校やプラントメーカーの試験農場で栽培技術を学びました。農業大学校では雇用保険を受給しながら学べ、栽培技術の取得に集中できました。
- ◆ 美味しく食べてもらうため、トマトの品質に基準（糖度8.5度以上）を設け、常に高い品質を維持することで信頼が得られていると考えています。
- ◆ トマトへの灌水は、スマートフォンを活用して制御していますが、甘くないといった消費者の意見をいただいた際は、すぐに原因を分析し再発しないように努めています。
- ◆ 販路は、間に業者を挟まず、自ら営業して開拓してきました。今では口コミやSNS等で直接問い合わせがあり、様々なツールを活用しています。
- ◆ 加工品は年一品のペースで試行錯誤しながら開発し、好評の商品のみ継続販売しています。パッケージは自身でデザインし印刷は業者に委託し、購買意欲が向上する見映えにしています。



ご苦労されたことがあれば教えてください

- ◆ 開園当初、袋培地栽培キットを購入したプラントメーカーが収穫したトマトを全量買い取る契約でしたが、約3ヶ月で取引が終了してしまい、結果、直売を始めるきっかけとなりました。
- ◆ 地域住民から騒音や臭いなどのクレームがありますが、積極的に挨拶をするなど声かけをしたり、農作業の風景を見てもらうことにより地域とのつながりが深まり、今では農園をよく理解いただいております。
- ◆ 「都市農業では品質の良い作物を生産できる訳がない」と消費者に言われたことがあるため、実際に食べていただき、その考えを払拭していきたいと考えています。
- ◆ 有機JASの認証を取得しているため、周辺の農地から病気が感染しないよう、生産工程の管理に気を付けています。



取組をしたいと考えている方に一言お願いします

- ◆ 都市農業は消費者に近いという利点を生かして、様々なことができるので、常にチャレンジしていくことが大事です。