

「青森県攻めの農林水産業賞」表彰結果

1 目的

生産・流通・販売面において「攻め」の姿勢で新たな挑戦や創意工夫を凝らし、収益力を高めるとともに、地域の活性化などに貢献している生産者や団体等の業績をたたえ、広く情報発信し、「攻めの農林水産業」への取組を一層促すことを目的に表彰するものです。

2 受賞までの経過

- (1) 令和3年 6月14日 募集開始
- (2) 9月30日 募集締切
- (3) 12月16日 選考委員会開催

【選考委員】

青森大学	名誉教授	菅	勝彦氏
弘前大学農学生命科学部	学部長	佐々木	長市氏
青森県生活協同組合連合会		鎌田	敦子氏
青森県農林水産部	部長	赤平	次郎

3 受賞者の紹介

(1) 収益力強化部門

大賞	有限会社ナチュラルファーム（おいらせ町）
有機JAS及び特別栽培農産物の生産拡大と、それら農産物を専門とした卸売業者との契約による有利販売により、環境に配慮した付加価値の高い野菜生産と大規模経営を両立し、地域農業をけん引しています。	
特別賞	株式会社イチカワファーム（八戸市）
肉用牛の預託事業から自家生産経営への転換とともに、上質な赤身が特徴の交雑種をブランド化し、地域の飲食店へ提供することで飛躍的に売上高を増加させるなど、地域農業をけん引しています。	
奨励賞	株式会社黒滝農園（つがる市）
積極的な農地集積等による水稻の規模拡大と、高収益作物の導入による複合経営を確立するとともに、加工品の開発や多様な販路の開拓による六次産業化に取り組むなど、地域農業をけん引しています。	

(2) 農山漁村づくり部門

大賞	株式会社百姓堂本舗（弘前市）
地域の先駆けとしてシードルの製造に取り組むとともに、りんご園での各種イベントによる交流人口の拡大や非農家が新規就農する仕組みをつくるなど、本県のでりんご産地を守る活動を展開し地域の活性化に貢献しています。	
奨励賞	AOMORI ベビーベビー研究会（青森市）
薄皮ミニトマトの新たなブランドの確立に向けて、市村をまたぎ栽培方法と販売体制を構築したほか、販売イベントなどを通じて県産野菜の認知度向上に寄与するなど、地域の活性化に貢献しています。	
奨励賞	かざまうら産直友の会（風間浦村）
優れた品質を持つ地元産の海藻に着目し、特色ある産直施設の運営により新たな生業づくりに寄与するとともに、高齢者の見守り体制の強化につながる移動販売など、地域の活性化に貢献しています。	

4 審査結果の講評

今年度は、「収益力強化部門」に3点、「農山漁村づくり部門」に3点、計6点の応募があり、選考委員会において、「収益力強化部門」は収益性の向上の観点を、「農山漁村づくり部門」は地域貢献の観点を重視して選考を行った結果、収益力強化部門では、大賞1点、特別賞1点、奨励賞1点を、農山漁村づくり部門では、大賞1点、奨励賞2点を表彰することとしました。

いずれの取組も、地域の特徴を十分生かしながら、「攻め」の姿勢で前へ踏み出すことによって、大きな成果を上げています。

<評価のポイント 収益力強化部門>

大賞「有限会社ナチュラルファーム」は、有機農産物の生産拡大とそれらの農産物の有利販売により、環境に配慮した付加価値の高い野菜生産と大規模経営を実現している点を評価しました。

特別賞「株式会社イチカワファーム」は、肉用牛の預託事業から自家生産経営への転換とともに、上質な赤身が特徴の交雑種のブランド化を実現させ、今後の更なる成長が期待される点を評価しました。

奨励賞「株式会社黒滝農園」は、水稻の規模拡大と高収益作物の導入による複合経営の確立とともに、加工品の開発や多様な販路の開拓による六次産業化を実現し、水田地域の先導役となっている点を評価しました。

<評価のポイント 農山漁村づくり部門>

大賞「株式会社百姓堂本舗」は、地域の先駆けとしてシードルの製造やりんご園でのイベントによる交流人口の拡大と、非農家が新規就農する仕組みづくりに取り組んでいる点を評価しました。

奨励賞「AOMORI ベビーベビー研究会」は、ミニトマトの新たなブランド確立に向けた市村の枠を超えた生産・販売体制の構築や、県産野菜の認知度向上に寄与している点を評価しました。

奨励賞「かざまうら産直友の会」は、地元産の海藻に着目し、特色ある産地直売施設の運営に加え、移動販売による買い物支援など地域の活性化につながる活動を評価しました。

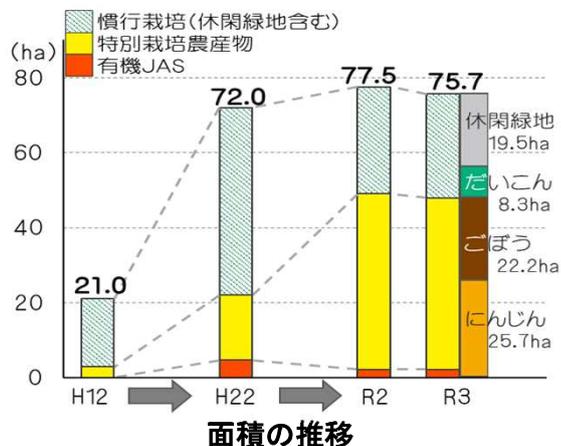
今回、受賞された皆様には、これからも「攻めの農林水産業」推進の先導役として、御尽力されますことを御期待します。

環境に配慮した農業生産と大規模経営の両立 ～有限会社ナチュラルファーム(おいらせ町)～

1 取組の内容

(1) 有機JAS及び特別栽培農産物の拡大

- 平成12年に法人化後、化学肥料と農薬をできるだけ使用しない農業を目指し、平成13年から有機JAS認証を取得
- 機械改良や機械作業に合わせた栽培方法で作業を効率化し、有機JAS及び特別栽培農産物の生産を拡大



(2) 有機農産物の卸売業者と連携した販売

有機農産物等の取扱いに特化した卸売業者と連携し、高単価での安定販売を実現

(3) グローバルGAPの認証取得

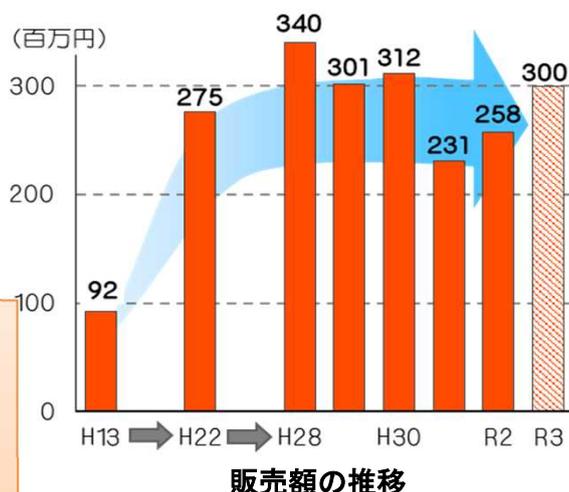
- 会社の信用度アップを図るため、平成25年にグローバルGAPの認証を取得
- GAPの取組により、バイオトイレの導入など労働環境を改善し、ほ場地図の作成など作業を効率化



除草機械に培土用ヘラを取付け

2 成果

- 有機JAS及び特別栽培農産物の面積を48haまで拡大し、販売額2億3千万円～3億円を10年以上にわたって確保
- 農地管理の良さが評価され農地が集まり、経営規模が75.7haまで拡大
- GAP認証の取得により、だいこんとにんじんの東南アジア市場の開拓と安定的な労働力確保を実現



輸出先でのPRチラシ

自社ブランド牛の生産で肉用牛の販売額アップ！

～株式会社イチカワファーム(八戸市)～

1 取組の内容

(1) 自分の牛を作りたいとの思いから経営を転換

- ① 2019年に飼料メーカーの預託事業から自社肥育に経営転換
- ② 地元工芸品「南部姫毬(なんぶひめまり)」にちなみ、「毬姫牛(まりひめうし)」として自社ブランド化



愛情込めて飼育

(2) ブランドへのこだわり

- ① 肉質がきめ細かく柔らかい交雑種(和牛×乳牛)の雌のみを飼育
- ② 地元ワイナリーからの搾りかすや、きな粉を配合したオリジナル飼料を使用
- ③ 自分の目で見て1頭1頭大切に育てる飼養管理



毬姫牛

(3) 地域に根差した活動

- ① 学校給食への食材提供や、地元保育園・幼稚園児の農作業体験を受入れ
- ② 「土づくりの匠」として、近隣市町村の野菜生産者に良質堆肥を供給
- ③ 県内牛肉の販路拡大や知名度向上を目的に、県内の若手生産者と協議会を設立



園児を対象とした農作業体験

2 成果

- 2020年度の売上高が約1億5千万円にアップ(預託事業時の約2倍)
- 「毬姫牛」を提供する地元飲食店や精肉店が増加
- 食育や耕畜連携により畜産業への理解醸成に貢献



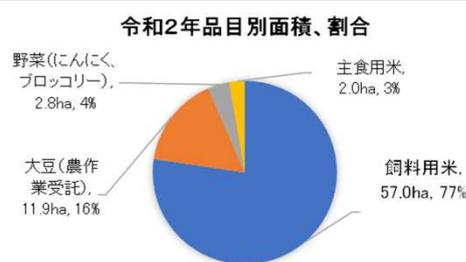
にんにくの高付加価値化と大規模化で販売額アップ!

～株式会社黒滝農園(つがる市)～

1 取組の内容

(1) 水田での安定生産が可能な高収益作物等の導入

- ① 水稻部門では、主食用米から飼料用米への作付転換を地域に先駆けて実施
- ② 転作部門では、収益性の高い野菜等(にんにく、ブロッコリー等)を積極的に導入し、複合経営を確立



(2) 「にんにく」を使った新商品開発と販路の開拓・拡大

- ① にんにくの下位等級品に付加価値を付けて販売するため、商品開発等に精通する専門家の支援を受けてオリジナル商品を開発
- ② 卸売業者との直接取引やインターネットを活用した通信販売など、自ら販路を構築
- ③ オリジナル商品はふるさと納税返礼品に採用され、地域農業の魅力PRに貢献

○ 黒滝農園が開発した商品一覧(時系列)

年度	商品名	主な販売先
H25	黒にんにく	① つがる市農産物直売所
	にんにく乾燥スライス	② むらおこし拠点館(つがる市)
	にんにく乾燥粉末	③ 街の駅あるびよん(つがる市)
H26	にんにく塩糀	④ 鮮魚市場マルコーセンター農産物直売所(五所川原市)
H29	にんにく塩糀・辛味	⑤ 通信販売(楽天市場、アマゾン)
H30	米少量パック米	
	黒にんにくなめらかペースト	
R1	黒滝農園ギフト用セット商品	

(3) 農地集積及び農作業受託による水稻・大豆の規模拡大

- ① 水田を維持管理できない農業者から農地を借り入れ、農地の集積を進めるとともに、耕作放棄地の発生防止にも寄与
- ② 耕作条件の悪い水田を所有している農業者からの依頼で、大豆の農作業受託・販売

一経営規模の比較一

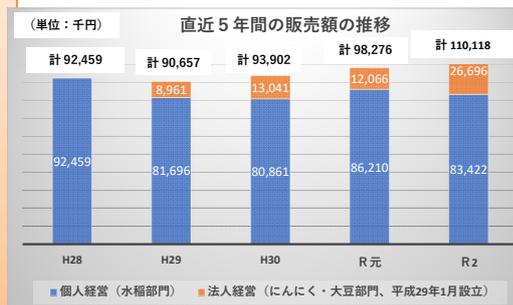
○ 就農時(昭和61年)水田 6.0ha



○ 現在(令和2年)水田 73.7ha
 (内訳: 飼料用米57.0ha、主食用2.0ha、大豆11.9ha、野菜2.8ha) ※
 ※ 上記内訳: 自作地23.1ha、借地38.7ha、農作業受託11.9ha

2 成果

- 米価下落を見据えた農業を早期に実践し、地域に普及(飼料用米拡大(0→57ha)、高収益野菜との複合経営)
- にんにくの高付加価値化などで、全体の販売額が1億円以上を達成
- 農地集積及び作業受託の拡大により地域農業の維持に貢献(経営規模: 就農時6.0ha→現在73.7ha)



地域りんご産業の維持・発展に向けた挑戦！ ～株式会社百姓堂本舗(弘前市)～

1 取組の内容

(1) りんご園に人を呼び込む

- ① りんご産業の維持・発展と、りんご園の持つ豊かな景観を未来へつなぐため「株式会社百姓堂本舗」を設立
- ② りんごが地域にとって大切なものであることに気づいてもらうため、本県地シードルの先駆けとして「弘前シードル工房kimori」を立ち上げ
- ③ 弘前大学白神酵母を用いた低温発酵・無濾過で、りんご本来の香りと味わいの「kimoriシードル」を製造
- ④ りんご園での魅力的なイベントの開催により、県内外や海外からの観光客を呼び込み、「りんご産業の置かれている状況」や「りんごのある暮らしの豊かさ」を発信



kimoriシードル



工房でのキャンドルナイト

(2) 次代を担う後継者への支援

- ① 親から子への承継だけではりんご産地を守れないことから、非農家を後継者に育てる場所として「kimoriキャンパス」を立ち上げ
- ② シードルを通じりんご栽培に興味を持った若者を社員として迎え、実践を通してりんごの栽培技術を伝授
- ③ 耕作できないりんご園の借り受けや作業受託により、放任園を解消



研修生による作業

2 成果

- 新しい観光コンテンツとして、りんご園での各種イベントは、りんごの街・弘前を盛り上げ、交流人口の拡大にも貢献
- 県内で10を超えるブランドのシードルが生産され、弘前市内での提供飲食店が60店舗あまりとなるなど、シードルの加工と消費が定着
- シードルを通じ、りんご栽培を志す新たな人財を誘引
- 「kimoriキャンパス」は、りんご生産の次代を担う6名の研修生を育成、また、市町村や営農大学の研修、青天農場等の受入れの場が拡大

これまでの常識を覆すミニトマト「ベビーベビー」！ ～AOMORIベビーベビー研究会(青森市)～

1 取組の内容

(1) 地域の新たな野菜ブランドづくり

- ① 青森県産の「強み」は、夏でも美味しい野菜を生産できる冷涼な気候と、収穫適期を熟知している農家の技術
- ② 全国で初めてのうす皮ミニトマト品種の産地づくり
- ③ 地域の「強み」と、新品種の「希少性・インパクト」がブランド化の要
- ④ 県産野菜の知名度向上と、農産物の販売価格向上を目的



栽培会議

(2) 生産者と地域企業が一体となり商品化

- ① 全て青森県内の企業とタイアップ
〔ロゴデザイン、専用パック、化粧箱
ネット販売、青果会社〕
- ② 青森市農業振興センターでの栽培研究と品質調査を開始
- ③ 産学官連携をベースに本格的な商品化
- ④ 青森市と蓬田村の各生産者団体の合併により生産性、技術力、PR力向上



専用個別包装

2 成果

- 全国ネットのテレビで、「青森県はトマトだね」との評価とPR
- 「県産野菜は美味しい」と地元の消費者が再認識
- ブランド化への取組が、様々な業界との連携を生み、販売の可能性を広げ、農家の意識改革に繋がったと同時に、新たに付加価値を目指す農家も増加



AoMoLink赤坂(東京)での販売活動



あomorikAWAIIギフト

産直活動から一歩前へ！村に広がる地域共生の笑顔 ～かざまうら産直友の会（風間浦村）～

1 取組の内容

(1) 「津軽海峡の乾燥海藻類」へのこだわり

- ① 「海藻の博物館」と「海の産直」をコンセプトに、乾燥海藻類に特化した産直施設づくり
- ② 乾燥海藻類をPRするため、キャラクター「ふのりちゃん」の製作と、調理品の店内での提供



海の恵みを今日も笑顔で！

(2) 産直ビジネスから、ソーシャルビジネスへ

- ① 令和元年度から、村内事業所への移動販売を開始。令和2年度からは、買い物が困難な高齢者宅へも拡大
 - 収益向上
 - 村民の利便性向上
 - 高齢者の見守り機能向上
- ② 令和3年度からは、ECサイトでも販売

“三方良し”
を実現！



高齢者の単身世帯に、村産品を活用した総菜を配達

(3) 「食」とおして、人づくり、地域づくり

- ① 村内外の観光・地域おこし団体、企業、大学等と広く連携し、「食」とおした体験交流活動を実践
- ② 村の基幹産業である水産業、観光業への応援活動とおして、村の「ファンづくり」に大きく貢献



東京都内で「べこ餅」づくりを披露

2 成果

- 令和元年の販売額が5,026千円にアップ（平成25年の約1.4倍）
- 令和2年の移動販売14回のうち、高齢者宅への個別販売は9回実施し、延べ100世帯以上が利用

産地直売所「ふのりちゃん」の販売額の推移

