

## 【参考様式3】 普及指導活動の概要

基本計画名	担い手の経営理念の実現
-------	-------------

### 1 計画の背景（現状、問題点）

これまでの普及活動において、担い手の確保、育成を目指して農業経営体の経営改善の支援を行ってきました。

普及センターでは平成23年度から農業・農村の6次産業化推進に取り組み、事業計画の策定およびその目標達成に向けた課題に対して支援しています。様々な専門家や関係機関等との連携により6次産業化にむけた支援体制も構築され、そのネットワークを生かし、令和4年度末までに121経営体が事業計画を策定し、そのうち、45経営体が国の総合化事業計画の認定を受けています。個々の農業経営体や集落営農組織等による農家カフェ運営や加工品開発、それに伴う施設整備や販路開拓など、それぞれの目標達成に向けて農山漁村発イノベーションサポートセンター（以下サポートセンター）や農山漁村発イノベーションプランナー（以下プランナー）等とともに支援しています。これら取組を通じ、経営改善に向けた成果が出ている一方で、自ら設定した目標を達成できた経営体は46経営体にとどまっています。短期目標の設定や課題の明確化など個々の経営体に応じたさらなるフォローアップが必要です。

経営力向上に向けた支援では農家カルテを整備し、令和4年度末までに640経営体に課題解決の提案、実践支援を行いました。経営改善に向けた提案のうち、GAP導入やスマート農業導入は効果が高くなりましたが、利益向上や雇用確保については経営改善の効果が出にくい結果となりました。

コロナ感染症流行等による農産物・食品流通の情勢変化や資材価格高騰など、経営改善、利益拡大には厳しい状況が続く中、確固たる経営理念を持って6次産業化やGAP導入などに取り組んだ経営体の多くはその成果を実感しています。

経営理念をもち、その実現に向けた目標設定や課題解決手法の提案、経営体が抱える多様な課題に応じた実践支援が必要です。

### 2 目標（めざす姿）

経営の発展や周囲への波及、地域の活性化につながるため、個々の経営体が経営理念を持ち、その実現に向けて課題、目標を設定しステップアップを繰り返しています。

### 3 普及活動の内容、方法

#### <活動内容>

各専門作目の活動では、それぞれ産地に対する支援を行うと同時に主要な担い手の技術支援、経営課題の把握に努めます。その中から特に経営面の課題が

明確になり集中的な支援が必要と考えられる重点支援対象を選定し、それぞれの経営理念や方針を確認しながら、当面の課題とその解決方策、年度末までに到達する目標を個々に設定し、その達成に向けて支援活動を行います。

例えば、生産物の高付加価値化、地域資源を活用した6次産業化による所得向上、障がい者や女性など多様な人材活用による労働力確保、事業承継など、個々の課題に応じた目標設定と解決方策の検討を行います。

## <活動方法>

### ① 6次産業化の支援

農業経営者等による生産物の高付加価値化や地域資源を活用したイノベーションの取組について、事業計画の策定から実践、目標達成に向けて、中小企業診断士や食品関連事業者等の専門家、サポートセンター等の関係機関と連携して支援しています。

特に経営発展や担い手育成に繋げるための6次産業化支援に活動を重点化し、経営のステップアップを目指しています。事業計画書の策定等による経営目標の明確化、およびその目標達成に向け、個々の経営体の発展段階に応じて支援しています。

各地域普及センターにおいて、6次産業化による経営改善の推進に取り組む63経営体をリストアップし、事業計画の策定およびその目標達成に向けた課題に対して支援しています。個々の農業経営体や集落営農組織等による農家カフェ運営や加工品開発、それに伴う施設整備や販路開拓など、サポートセンターやプランナー等の専門家を活用してそれぞれの目標達成を目指しています。

また、販売力向上やブランディングなど先進農業者の取り組み事例を学ぶ研修会を開催し、農業者の6次産業化への資質向上を図っています。



イチゴ農家によるカフェ



商品開発試作検討



販売手法を学ぶ研修会

### ② 経営力向上に向けた支援

経営力向上には法人化や事業承継、補助事業による施設導入、事業拡大に伴う雇用確保や省力・効率化に向けたスマート技術導入など、経営体に合った取組を行う必要があります。農業所得の確保や地域の活性化に向けて、利益向上や雇用確保の効果を上げていく必要があります。国の農業経営・就農サポート事業や農業経営高度化支援事業等を活用して関係機関や外部専門家と協力し、農業経営の円滑な継承や雇用就農者の定着に向けた労働環境整備などへの助言・提案を行い、経営体の抱える課題解決に取り組んでいます。

また、GAPはPDCAサイクルによる経営改善のツールとして活用されており、「食品安全」、「労働安全」、「環境保全」、「人権福祉」及び「農業経営の継続的改善」の5つの視点で取組を行います。経営改善を進める有効な

手法であり、引き続きGAP手法の導入、実践、認証取得、認証の維持と経営体それぞれの段階に応じた取組を支援しています。

各地域普及センターにおいて、経営課題のある96経営体をリストアップし、それぞれの課題に応じて支援しています。

収量アップや新品種導入、規模拡大など生産面での課題に対して、各品目担当による技術指導により経営改善を図っています。また、農業経営の法人化、事業承継、労務管理といった経営面の課題については農林水産支援センターと連携し、専門家によるアドバイス等を実施しています。

## 4 成果及び成果を上げた要因

### <活動結果>

令和5年度においては、年度目標を設定した経営体数が100経営体、うち6次産業化に取り組む50経営体、経営力向上に取り組む55経営体(うち5経営体は重複)が個々に年度目標を設定しました。

6次産業化に取り組む年度目標を設定した50経営体のうち36経営体にはプランナー派遣制度を活用し、商品開発や事業導入支援を行うなどの経営改善を支援しました。また、経営力向上に取り組む対象者に対しては農林水産支援センターの事業を活用した専門家派遣やGAPの取組により課題解決に取り組みました。

これらの取り組みの結果、自ら掲げた年度目標を達成した経営体数が43経営体、うち6次産業化による目標の達成が19経営体、経営課題の解決による目標の達成が25経営体(うち1経営体は重複)となりました。

### <対象の変化>

中長期の事業計画を策定する中で目標を明確にし、その達成に向けて年度ごとに課題を整理することができました。年度ごとにストレッチゴールを設定することで中長期目標の達成に向けて着実にステップアップしています。

### <目標と実績>

指標項目	単位	令和5年度当初	令和5年度実績	目標 令和8年度
経営課題・解決法策を検討し年度到達目標を設定した経営体数	経営体	—	100	131
年度到達目標を達成した経営体数	経営体	—	43	105

### <成果を上げた要因>

・6次産業化、事業承継、法人化などの経営課題のある経営体を重点支援対象者としてリストアップして個別に支援しています。

- ・個々の経営体が経営理念、中長期目標を掲げ、課題を明らかにすることにより、年度ごとに目標を設定することができています。
- ・6次産業化に取り組み始める経営体に対して、必要に応じてプランナーや専門家を活用し、中小企業診断士による経営診断や事業計画の作成、フードコーディネーターによる商品開発など、実現に向けて支援しました。
- ・経営力向上に向けて取り組む経営体に対しては、農林水産支援センターの専門家派遣を通じて税理士や社労士によるアドバイスを受けながら、法人化や事業承継、雇用管理など個々の課題解決を目指しています。
- ・生産面での課題に対しては各品目担当との連携により、収量アップや新品種導入、省力化等の技術指導を通して支援しています。
- ・経営状況を把握し、評価を行うとともに次年度に向けての計画の見直しや目標設定を行うなどPDCAサイクルによる経営のステップアップを支援しています。

## 5 残された問題点及び今後の取組

### <残された問題点>

- ・6次産業化への取り組みは、あくまでも経営改善の一つの手法であり、その経営体にとって経営の改善につながるものである必要があります。
- ・6次産業化への意向はあるものの、具体的なビジョンや目標といった事業計画が定まっていない経営体もあります。また、事業計画を策定したが、計画通りに進捗しておらず、目標達成が難しい経営体もあります。
- ・経営課題のある重点支援対象者毎の目標設定について、年度当初に明確な指標設定ができなかった対象がありました。特に年度をまたぐ栽培品目は目標設定が難しいこともありますが、明確な基準により目標達成の判断（検証）を行い、次年度に向けた課題設定、解決の提案につなげていかなければなりません。

### <今後の取組>

- ・普及センターでは6次産業化に取り組むことが経営改善につながるよう、個々の経営状況を把握し、経営体の事業計画策定、目標設定を支援します。計画通り進捗していない経営体に対しても、事業計画の見直し、目標の再設定など達成に向けて計画的に進められるよう支援します。
- ・各関係機関の専門家を活用し、経営状況の把握や改善方策等を検討します。
- ・対象者の課題解決に向け、新たな販売手法や販路開拓、SNS活用、パッケージデザインやブランディングといった販売力向上に向けた研修会等を実施します。
- ・普及指導員は対象者の経営課題について整理や適切なアドバイスを行い、対象者自身が成果目標または目標達成のための行動目標を具体的に設定できるよう支援します。

---

(基本計画名) 担い手の経営理念の実現

(課題名) ヨモギ産地の活性化に向けた取組

津地域農業改良普及センター

---

活動対象 津市高野尾地域 企業組合高野尾ヨモギ会 (代表理事 田中康章氏)

---

1 背景とねらい

企業組合高野尾ヨモギ会 (以下、ヨモギ会) は、高野尾地域で増加する遊休農地の活用や、耕作放棄地の再生利用を図るため、平成 28 年に開業した地元の直売所で販売する草餅に使用するヨモギの栽培を開始しました。ヨモギ会は、地元の花木生産者等 6 名によって同年に任意組織として結成され、平成 30 年には活動の発展を図るため、企業組合を設立しました。当時は約 20a であった栽培面積は、令和 6 年には約 120a にまで拡大しました。収穫したヨモギを用いて、「ヨモギペースト」及び「乾燥ヨモギ粉末」等を加工・販売しており、「私の事業計画」では、令和 6 年度の目標販売金額を 2,580 千円 (令和 5 年度実績 : 1,533 千円) と設定しています。

ヨモギ会による農地の保全、地域特産物を活かした有利販売等への取組は、地域の活性化につながるため、収量・品質の向上及びヨモギ商品の販路拡大に向けた取組の支援を進めています。

---

2 活動内容

(1) 収量・品質の安定化

ヨモギ会は化学農薬・化学肥料を使用せずに栽培を行っているため、耕種的な方法で収量・品質の安定化に取り組んできました。

ヨモギは多年草で植え付けてから数年収穫ができますが、3 年ほどで収量の低下が確認されたため、相談を受けた普及センターが三重大学と連携して原因究明と対策を検討しました。また、虫害については、夏期に問題となるアブラムシの対策として、春期の収穫を終えた株の切り戻しについて、効果を検証しました。

収穫について、春期は新芽が柔らかく食用に向き、手摘みを行っていますが、夏期から秋期にかけては、非食用の原料向けに省力的な収穫ができるよう、農業研究所と連携し、茶刈り機を用いた収穫体系を検証しました。

(2) 商品開発と販路拡大のきっかけづくり

当初は地元直売所向けの「ヨモギペースト」及び「乾燥ヨモギ粉末」の販売が主力でしたが、栽培面積の拡大に伴って、販路の拡大が必要となり、商品開発及び販売先の確保に係る取組を支援しました。商品開発については、ヨモギを使用した麺の開発

---

を目指し、麺製造業者への相談に同行し、課題の整理を支援しました

また、販売先の確保に向け、ヨモギ商品の魅力発信を図るために、ヨモギの効能等について千葉大学や三重大学と連携して整理し、それらを記載したパンフレットの作成を支援しました。また、PRや市場調査を行う機会として、県が主催する令和元年度「三重県フェア（商談会）」（東京都中央区）、令和4年度「食の大商談会 in みえ」等への出展を勧め、参加に至るとともに、FCPシートの作成を支援しました。

### 3 活動成果

#### (1) 栽培体系の確立

収量の低下について、繁茂した地下茎から発生するヨモギ自体のアレロパシー（他感作用）が原因の一つと考えられたため、3年に1度の植替えを行った結果、収量の安定化につながりました。また、春期の収穫を終えた株の切り戻しを行ったことで、アブラムシの発生が抑えられました。収穫については、ヨモギ会会員が茶刈り機に改良を加えた収穫機を導入し、省力的な収穫技術の確立につながりました。



手摘み収穫



機械収穫

#### (2) 商品開発と販路拡大

商品開発の支援により、令和2年には「ヨモギ麺」が商品化されました。

また、販売先の確保に向け、ヨモギ商品の魅力発信を支援した結果、商品のPR内容を確立したとともに、地元の直売所をはじめ、市内の道の駅や菓子製造業者等への販売につながっています。また、非食用のヨモギは、ヨモギ蒸し向けの原料需要があり、美容関係事業者への販売につながっています。



ペースト



粉末



麺