

受賞者業績

「第35回青森県農業経営研究協会賞」受賞者

- 氏名 青森観光りんご園 かわむら ただのり 川村 忠則
- 年齢 昭和28年生まれ・63歳
- 住所 青森市大字田茂木野

経営内容

(平成27年)

農業労働力	本人、妻、子、子の妻 常時雇用2名、臨時雇用7名
経営耕地面積	普通畑339a、樹園地320a
主な作付作物	りんご310a、花き25a



川村夫妻

【業績】

6次産業化のトップランナーとしてりんご園をベースとした青森型観光農業の展開

青森観光りんご園は、昭和40年代に青森市田茂木野地区で観光りんご園を営んでいた18戸の農家で作った組織であるが、農業従事者の高齢化や来客数の減少により離農が相次いだことから、平成14年に川村家が「青森観光りんご園」の名称と共用の販売所のほか2農家の園地を引き継いだ。近年、北海道新幹線の開業や豪華客船の寄港等により地域の交流人口が拡大している中で、観光果樹園経営の草分け的な存在として地域をリードしている。

青森観光りんご園では、りんごを基幹とした観光果樹園を主体とし、早生から中生、晩生まで32品種のりんごのほか、おうとうなど39品目の特産果樹を組み合わせることで、年間を通じた収入の確保と通年雇用を実現している。

また、後継者夫婦の就農を契機に花き栽培を導入したほか、加工部門や農産物加工体験カフェの開設など多角的な経営を展開し、年間約4,000人の観光客を受け入れている。

この結果、粗収入3,683万円、所得597万円を達成するなど、家族個々の能力を最大限に発揮した理想的な家族経営を実現しているほか、青森型グリーンツーリズム及び経営の6次産業化にとって示唆を与える経営事例となっている。

1 経営の発展経過と概要

(1) 深い歴史と厳しい自然環境にある田茂木野集落

青森観光りんご園のある青森市田茂木野集落は、青森湾の海岸線より約9 km南、八甲田山麓のふもとに位置する。標高が137 mと高いことから青森市の中でも多雪地域であり、豪雪時には積雪が3 m以上となる。このため、雪の多い時は8割方のりんご樹で裂開や枝折れの被害があるなど、その修復作業に甚大な労力を要する年もある。

また、この集落は縄文時代前期から晩期にかけての土器や炉跡、住居跡が発掘されるなど、その歴史は古い。地名は地内にあったタモの古木に由来すると言われ、江戸期に入ってから雲谷村から分立し一村になったという歴史を有する集落である。

(2) 共同の観光りんご園を引き継ぐ

青森観光りんご園は、昭和40年代に青森市田茂木野地区で観光りんご園を営んでいた18戸の農家で作った組織であり、観光農園を訪れる観光客の配分調整やりんごの共同発送を実施していた。しかし、農業従事者の高齢化や来客数の減少により離農が相次いだことから、平成14年に川村家が「青森観光りんご園」の名称と共用の直売所のほか、残っていた2農家の園地を引き継ぐこととなった。

当初、経営主の忠則さんは溶接工として働いており、妻の富子さんがりんごの栽培管理から観光りんご園の予約と接客、りんごの発送まで一人で切り盛りしていたが、規模拡大に伴い、昭和50年から忠則さんも農業に専念することとなる。

川村家は観光果樹園経営の草分け的な存在であり、近年は国内のみならず海外にも交流範囲が広がっている。日本一の生産量を誇る青森県産りんごは、美味しさや外観の美しさといった品質面でも台湾をはじめアジア地域で極めて評価が高い。また、北海道新幹線の開業や豪華客船の寄港等により地域の交流人口が拡大している中で、川村家は「青森りんご」のブランド力を活かした『青森型観光農業』を展開・実践し、海外からの観光客を受け入れるなど地域をリードしている。



りんごのもぎ取り体験をする園児たち

(3) 経営収支の概要

経営概要（平成 27 年）は、樹園地 320 a、普通畑 339 a（内パイプハウス 25 a）となっており、販売額はりんご 3,069 万円、花き 594 万円、りんごジュース 20 万円で、経営全体の粗収益 3,683 万円、所得 597 万円を達成している。労働力は経営主夫婦と後継者夫婦の 4 人、常時雇用 2 人、臨時雇用 7 人の計 13 人となっている。

観光りんご園の来客数は、年間で約 4,000 人となっており、その割合は国内が 7 割、海外が 3 割である。国別では、台湾が一番多く（40%）、次いで韓国（20%）、中国（15%）となっている。また、平成 26 年以降、「飛鳥」や「クイーンエリザベス号」など大型客船の寄港に伴い、旅行会社（平成 26 年度 1 社・平成 27 年度 3 社）がりんごのもぎ取り体験をコースに組み入れたことにより、国内外の団体客の訪問が増えている。年間の観光収入は、観光りんご園の入場料が 150 万円、併設する直売所での売り上げが 300 万円となっている。

農業所得は、平成 23 年の東日本大震災の影響を受け観光入込客が 2,000 人まで減少したことから、わずか 34 万円までに落ち込んだ。その後、平成 26 年には未成園 30 a からの収量が増え 895 万円までに回復した。平成 27 年は、りんごの収量低下と秋の天候不良により雇用費が増大したため 597 万円となった。

〈表 1〉 経営耕地面積

（平成 27 年・単位：a）

地 目	面 積			
	所 有 地	借 入 地	特定作業受託	計
普通畑	234		105	339
樹園地（成園）	210		110	320
合 計	444		215	659

〈表 2〉 家族と労働力

（平成 29 年 2 月 1 日現在・単位：歳、日）

氏 名	続柄	年齢	年間農業 従事日数	年間兼業 従事日数	備 考
川 村 忠 則	本人	63	280		
川 村 富 子	妻	■	280		
川 村 仁	子	■	250	60	三男
川 村 美 紀	子の妻	■	250		

注）年間延べ雇用人数約 1,500 人・日（常時雇用 2 人、臨時雇用 7 人を含む）

2 経営の特徴

(1) 多角的な経営の実践

青森観光りんご園は、りんごを基幹とした観光果樹園であり、早生から中生、晩生まで 32 品種のりんごのほか、おうとうなど 39 品目の特産果樹を組み合わせることで、年間を通じた収入と雇用の確保を図っている。

また、授粉・摘果・収穫等の体験作業ができる「りんごの木ワンオーナー」制度も取り入れているほか、後継者夫婦が就農を契機に導入したトルコギキョウやスプレーギクを主体とした花き栽培、加工部門や農産物加工体験カフェの開設、西洋野菜を含めた 82 品種の野菜を作付けするなど多角的な経営を行っている。

(2) 後継者の就農が経営変革の転機に

平成 14 年、息子の仁さんが青森県営農大学校を卒業後、美紀さんと結婚した。このことが青森観光りんご園の経営において大きな転機となった。

後継者の妻の美紀さんは県南地方の非農家出身で、上北郡下田町の靴販売店に勤務していた。農業については、三男との結婚なので無縁と思っていたが、後継者として就農することになり、新たな展開に驚きつつも意欲につながったと話す。

経営主の忠則さんは「息子夫婦にはやりがいの持てる農業にチャレンジして欲しい」と考え、平成 15 年 8 月に家族 4 人で家族経営協定を締結した。



(3) 家族経営協定締結による意欲とやりがい

平成 15 年に締結した家族経営協定では、経営部門ごとの責任と経営内での役割を明確にするとともに、休日は月 2 回、労働時間は 8 時から 17 時を基本としている。

現在、経営主の忠則さんが果樹を主体とした経営全般、妻の富子さんが観光農園、後継者の仁さんが花き、後継者の妻の美紀さんが観光農園と加工、体験カフェ、花きを担当し、家族それぞれが意欲を持って農業経営に参画できる体制を築いている。

また、協定書には、「毎日始業前に家族会議を兼ねたミーティングを行うこと」や「息子夫婦の意向を踏まえて経営移譲を進めること」、「能力向上のため各種研修会にできるだけ参加すること」、「育児を夫も分担すること」等が明記され、後継者夫婦がより働きやすく暮らしやすい環境づくりに配慮している。

(4) 美味しいりんごを作るための取り組み

メインのりんご栽培では、糖度向上のため 30 年以上米ぬかを施用している。米ぬかは、10 a 当たり 50 kg 施用するとともに、米ぬかに剪定枝チップと稲わらを混合し、3 年間熟成された堆肥を 10 a 当たり 300 kg 使用している。

また、平成 23 年にはステビア農法を取り入れ、7 月から 8 月の薬剤散布時にステビア抽出液 (7 万円/18L) を 500 倍液で 3 回散布している。このことによって食味や着色、日持ちのアップを図っている。

このほか、省力化と食味向上の観点から半分を無袋と葉とらず栽培にする一方、周年販売のため有袋栽培の拡大や雪室貯蔵に取り組んでいる。

(5) 自力で開拓したりんごの販売

りんごの販売は、宅配を含む直接販売と生協やイオンなど量販店での販売が半々となっている。販路については、忠則さんが道の駅等の直売所、富子さんがジャスコ、仁さんがマックスバリュを担当し、量販店においてはインショップも行うなど販路を拡大している。

また、店頭で販売する贈答用りんごは、来店客の目の前で段ボールに詰め直すとともに、発送時には品種名と特徴、新品種等を記載したカラフルなラベルを果実やパッケージに張り付け、消費者の農業への理解を深めるなど信頼関係の構築に努めている。

ただし、平成 15 年に開始したインターネットによるりんご販売は、売る側、買う側双方の顔が見えず信頼関係を築きにくいとの理由から 2 年で取り止めている。

(6) 花き栽培への挑戦

後継者夫婦が花きを導入した理由は、りんごの収入が少なくなる8月から9月に収入を得るためと、花の方がりんごの栽培よりも手間がかからないということだった。

仁さんは青森県営農大学校において花きを専攻し、卒業後は青森市内の篤農家の元で花き栽培に関する知識と技術について1年間の研修を行っている。その技術を活かすべく、平成15年に、りんご樹50本を切り倒し320坪(1,056㎡)のパイプハウスを建設した。

品目は、トルコギキョウやスプレーギクを主体に作付けし、地元市場のほか、八戸市場や札幌市場に出荷している。

また、これまで捨てられていた摘果りんごやアルプス乙女等のミニりんごを花き市場へ30円/個で販売するとともに、農園で生産された花と野菜、果実を組み合わせ盛花風にした「ベジフルアレンジ」を美紀さんが考案し、インターネットショップで販売するなど新しい感覚とアイデアで新たな価値を見いだしている。

(7) 自家産物を活用した加工部門

平成22年、女性が主体となって加工部門を立ち上げ、乾燥機と冷凍機を自己資金で導入したほか、平成24年、26年には、県の若手女性起業を対象とした事業で真空包装機、製粉機等の加工機器を整備し、果実や野菜のペーストや乾燥粉末、ピクルス等を青森市内のレストランへ通年供給しているほか、東京の産直品取扱店へ販売している。

また、メインであるりんごジュースは、年間500本を農園での直売ないし宅配で20万円ほど販売している。このほか、出荷規格外の果実等を干し柿、りんごチップス、さくらんぼジャムなどの加工品として販売している。

特に、りんごチップスは軽くて美味しいことから外国人観光客に人気がある。また、加工品は保存料を使用していないため、ベビーフードとしての評判も高い。

(8) 農産物加工体験カフェの立ち上げ

平成25年、観光りんご園内に農産物加工体験カフェ(予約制)を開設し、来場者が自分で収穫した果実を使ってジュースやスムージーづくり、フルーツバイキングを体験できるようになった。体験カフェは、8月1日から11月15日までの期間限定でオープンし、体験料は500円(入園料無料・りんごジュース1杯分付き)からとなっている。

体験カフェの年間利用者は100人程度で売り上げは約5万円と高くはないが、観光りんご園の集客アップに貢献している。

〈表3〉農作物の生産・販売状況

(平成27年・単位：a、kg、本、円)

作物名	作付面積	数量		仕向け内容						
		10a 当たり 収量	総量	販売			経営		家計	
				数量	単価	販売額	種子	金額	数量	金額
りんご	310	2,419	75,000	74,880	■	■			120	■
花き	25	38,600	96,500	96,500	■	■				

注) りんごには、加工品のりんごジュースを含む

〈表4〉加工品の生産・販売状況

(平成27年・単位：本、円)

加工品	数量	仕向け内容			販売先・販売方法等
		販売			
		数量	単価	販売額	
りんごジュース	500	500	■	■	農園での直接販売・宅配 一本当たりの原価 ■円

〈表5〉青森観光りんご園におけるりんごの収穫時期別品種構成

8月	9月	10月	11月
ラリタン 夏緑 祝(大中) ビスタベラ 姫りんご*	サンつがる つがる あかね モーリーズデリシャス 未希ライフ ひろさきふじ めんこい姫 星の金貨 彩香 昂林	千秋 北斗 レッドゴールド スターキング・デリシャス ゴールデン・デリシャス 陸奥 メロー ハックナイン ジャンボ王林 トキ スタークジャンボ	王林 サンふじ ふじ 金星 アルプス乙女*

注) * 印：観賞用

〈表6〉 特産果樹の収穫時期別品種構成

月	品 種 構 成
6	さくらんぼ（佐藤錦）、グミ
7	さくらんぼ（サミット、南陽）
8	プラム、すもも（ソルダム）、もも、ネクタリン
9	シュガープルーン、栗、梨（幸水、新水、二十世紀、赤洋梨、長十郎）
10	ぶどう、梨（シルバーベル、ラ・フランス、ゼネラル・レクラーク、ジャンボ梨）
11	キウイフルーツ、柿

〈表7〉 農機具の所有状況

（平成27年・単位：台、年、円）

No.	種 類	規格・能力	台数	取得年	取得価額
1	トラクター	33ps	1	平成26年	1,000,000
2	草刈機		2	平成17・18年	830,806
3	肥料散布機		1	平成26年	325,790
4	マイコン選果機		1	平成18年	1,055,250
5	花選果機		1	平成19年	2,609,250
6	真空包装機		1	平成23年	540,000
7	乾燥機		1	平成23年	575,667
8	フォークリフト		1	平成17年	300,000

〈表8〉 施設・建物の所有状況

（平成27年・単位：坪、年、円）

No.	種 類	構造	規模	取得年	取得価額
1	店舗兼作業所	木造	100坪	平成19年	14,500,000
2	農作業所	鉄骨	80坪	平成16年	4,500,000
3	パイプハウス		80坪	平成25年	1,224,300
4	パイプハウス		80坪	平成16年	541,985
5	パイプハウス		80坪×4棟	平成11年	1,023,200

〈表 9〉 作目別経営収支

(平成 27 年・単位：円)

費 目	経営全体	作 目 別	
		りんご	花き
粗 収 益			
経 営 費	種苗費		
	肥料費		
	農業薬剤費（購入）		
	光熱動力費		
	その他の諸材料費		
	修繕費		
	賃借料・料金		
	物件税・公課諸負担		
	作業用衣料費		
	農業共済掛金		
	農具費		
	減価償却費		
	荷造運賃手数料		
	雇用労働費		
	利子割引料		
	りんご等加工仕入れ		
	雑費		
合 計			
所 得			

注 1) りんごには、観光りんご園の入園料、大型野菜、経営主夫婦が担当する加工品（りんごジュース）等の売り上げを含む

注 2) 花きには、西洋野菜・伝統野菜、農産物加工体験カフェ、後継者夫婦が担当する加工品（ドライフルーツ）等の売り上げを含む

3 地域農業への貢献

(1) 地域での雇用創出に貢献

安定的な雇用を確保するため特産果樹や加工部門を取り入れ、年間を通じた仕事を創出し、2人の常時雇用と7人の臨時雇用が働くなど、地域の貴重な雇用の場となっている。

平成26年には県の「農福連携による障がい者就農促進事業」により障がい者を受け入れたほか、平成27年度からは独自に障がい者を受け入れ、摘果りんごの片づけやカシスの収穫作業を実施し、労働力不足の解消のみならず雇用創出にも寄与している。

(2) 地域の人々の交流促進

平成26年から東青地域の温泉、人、自然、文化などの地域資源を組み合わせた体験交流型イベント「あおもり温泉体験まつり」に参画し、そのプログラムの一つとして「りんご収穫&生ジュースづくり体験」を実施しているほか、青森市内の幼稚園や保育園、小学校の農作業体験、中学生の職業体験、県内の高校教師を対象とした研修等を支援している。

(3) 後継者夫婦が若手農業トップランナー

平成20年、後継者夫婦は県が実施する「若手農業トップランナー塾（一期生）」へ参加し、6次産業化に向けた経営能力の向上と人的ネットワークづくりに取り組んだ。

同年、一期生の仲間たちで「トップランナー塾青春農場直売会」を組織し、イオン青森店内に直売コーナーを開設し、平成23年にはイオン田向八戸店にも同様のコーナーを設け、産直活動を強化した。

平成24年、トップランナーや農業分野を超えた県内各地の同世代の若者が集まるあおもり立志挑戦塾生と一緒に「あおもりマルシェ実行委員会」を立ち上げた。当初は新青森駅前、平成27年から青森市スポーツ公園わくわく広場に場所を移し、7月から10月までの月1回開催される若手農家の産直市は、人気イベントとして定着している。

このほか、平成26年には県内各地のトップランナーが集まり、「青森ファーマーズマルシェ」を結成し、首都圏の伊勢丹や高島屋など大手百貨店に農産物を出荷している。また、青森市内の飲食店に西洋野菜や伝統野菜を供給する「青森魅力野菜プロジェクト」など、新たな農業に取り組んでいる。

妻の美紀さんは、就農時から与えられた状況をそのまま受け入れるスタンスであったが、トップランナー塾に参加したことを契機に大きく変わりはじめ成長してきたといえる。美紀さんは今、青森マルシェ実行委員会の代表として青森市内はもとより県内の若手農業者を取りまとめ、夫の仁さんとともに自分たちの望む農業に向かっている。

これらの取り組みが認められ、平成24年には青森県青年農業士に認定され、翌25年には農村漁村男女共同参画優良活動表彰で農林水産副大臣賞を受賞している。

4 今後の展望と課題

(1) 経営の法人化

経営全体として家族全員が一致して掲げる目標は、「販売額 5,000 万円達成」である。

そのためには、将来的に経営の法人化を図り、対外信用力の向上や雇用環境の整備、そして各種制度面の活用による経営体制の強化が課題となる。

(2) 観光りんご園の充実

今後、さらなる集客と収入を上げるため、来訪客のニーズに応じた品種及び品目の見直し、そして改植等による生産力の向上を図る。

また、農産物加工体験カフェでは、石窯によるピザづくり体験など新たなコンテンツを増やすほか、生果を故郷に持ち帰れない外国人観光客のため、和のテイストを取り入れたお土産品の開発を行うことで観光りんご園の魅力アップと集客力を強化する。

(3) 花き部門の拡大

販売額を増加させるため、観光りんご園に次ぐ経営の柱である花き部門を拡大する。また、ベジフルアレンジや観光りんご園とのタイアップによって収益アップを図る。

(4) 労働力の確保

現在の雇用者は 65 歳から 80 歳と高齢化している。

今後は、若い世代の人材も必要であるが、りんごの袋かけなど技術が求められる作業もあるため、ある程度、経験と技術のある方を確保する。

また、農繁期には、これまでのように障がい者と学生アルバイトの労働力を活かす。

(5) 外国人観光客への対応

注意事項やマナーを中国語、韓国語、英語等で記載した看板とパンフレットを作成し、外国人観光客にもスムーズに対応できるよう環境整備を行う。

現地調査で聞き取りを行った部屋には、ドローンが 1 基鎮座していた。これは…、と忠則さんに尋ねると、最近通販で安く購入したとのこと。このドローンを使いりんご樹の上にテグス糸を張り巡らし、りんごの実に悪さをするカラスを撃退したいと話す。

それにはかなり高度な操作技術を要すると思われるが、操縦については、今はまったくできないとのことだった。果たして、このドローンが経営の革新的な機械となるのか、それとも高価な玩具で終わるのか。どちらになったとしても、多忙な生活の中でも夢を追い続けること、これも価値ある人生と教えてくれる。《選考委員会》



直売所入り口



直売所でのりんご販売



りんご・花き・野菜・加工品を使ったベジフルアレンジ



切干し大根・ドライズッキーニ



りんごチップス



花きハウス



各種野菜（コリンキー・エシャロット等）