

特別企画 駆け上がる地域農業の担い手たち  
アグリフードEXPO輝く経営大賞 経営部門(西日本エリア)

## 有限会社フクハラファーム

- 規模拡大の秘訣は、農地がフラットで大規模経営に向いていたことと、周囲からの信頼を得られたこと。
- 農地を集約する際、1区画を1ヘクタールに拡大し、スケールメリットの追求を念頭に取り組んだ。
- 家族経営の限界を感じ、法人化。  
これを契機にコメの販売にも打って出た。
- 合鴨農法などによる完全無農薬の有機農法や、環境に配慮したコメが好評。
- 顧客がいらないコメや野菜をつくる発想はない。
- ICTを導入し、農作業を見える化して情報共有を図った。

「彦根の美田を次世代につなげたい」という思いを原動力にする一六〇ヘクタールの大規模稲作経営者である。実需者への直販を通じ、販路を独自に開拓して経営を伸ばす。





「アグリフードEXPO輝く経営大賞」は、日本公庫が地域の優れた農業経営を表彰し、多くの経営者の目標となる姿を示すことにより、地域農業や食品産業の発展に資することを目的として、二〇〇五年度に創設されました。全国各支店から受賞候補者の推薦を受け、社外有識者による選定委員会の審議を経て、毎年選定されています。

平成二六年度の受賞者は、株式会社ミスズライフ(長野県)と有限会社フクハラファーム(滋賀県)です。前号に続き、受賞ポイントについて、選定委員会会長の大泉一貫氏(宮城大 学名誉教授)が紹介します。

**規模拡大は覚悟が最も重要で現在も拡大の途上にある**

「彦根の美田を次世代につなげたい」。滋賀県彦根市にあるフクハラファーム代表取締役の福原昭一さん(五九歳)の思いだ。

一六〇畝という広大な耕作面積に

**Data**

有限会社フクハラファーム  
代表取締役 福原昭一氏  
事業内容(規模) 稲作(一六〇畝)、露地野菜他(二三畝)  
設立年 一九九四年  
資本金 八〇〇万円  
所在地 滋賀県彦根市薩摩町

も驚くが、それを拡大してきたプロセスも驚きだ。福原さんは大学卒業後、地元土地改良事務所に勤めた。二畝ほどの実家の稲作を手伝う兼業農家だったが、次第に稲作にのめり込み、今では一六〇畝のわが国有数の大規模稲作経営に成長した。

専業農家になったのは大学を卒業して一二年後の九〇年。すでに一〇畝の規模になっていた。九四年には二五畝、九八年には一気に七〇畝となり、以降二〇〇二年一〇〇畝、〇八年一四〇畝、一二年一六〇畝と拡大してきた。現在も規模拡大の途上にある。この規模拡大の実績が、受賞の大きなポイントである。拡大できた秘訣は何か。福原さんは、「彦根の農地はフラットで大規模経営に向いていたというのが大きかったし、預かった水田をきちんと管理しているのを見て、周囲が信頼を寄せてくださったというのもありました」と言う。

私は、規模拡大に向けた福原さんの思いや覚悟が最も重要だったと思っている。

「専業になった一九九〇年当時、わが県の稲作農家のトップは四〇畝の規模を誇っていました。それなら、自分分はせめて五〇畝の規模を目指そうと考えていました」

彦根市の南部に位置する地元の稲

枝地区には、およそ一五〇〇畝の農地があり、規模拡大の可能性が大いに感じられる場所だった。三〇畝になるまでは規模拡大のベースをつくる時期と考え、さまざまな試みを繰り返した。

当時、稲枝地区には規模拡大を目指す專業農家がつくった「稲枝受託者組合」があり、組合員は三〇人で、いずれも、それぞれが所属する集落内部の農地を集積していた。福原さんも組合に加入したが、新参者が短期間で規模拡大するには、他の農家と競合しないよう配慮する必要があった。

そこで、集落を飛び越え、地域全体を見回して預けてもらえそうな人のところへ頼みにいくことにした。たとえ稲作の仕事がなくても、毎日のように水田に出て、預けてもらえそうな人の情報を得ては、任せてほしいと頼む日々が続いた。

**拡大の仕方が他と違うからこそ今日の規模が実現した**

そうこうするうち、「人から聞いてきたのだが、耕作してもらえないか」と、水田を預けてくれる人が増えていった。規模は既に三〇畝を超えていたという。無理をしなくても、自然に農地が集まるような状況が生まれ

ていた。

もし、集落外に視野を広げていなければ、農地にも限界があり、話を聞きつけて預けてくれる人も現れず、これほどの規模にはならなかったのではないかと。規模拡大の仕方が、他の大規模農家と違っていたから、今日の規模が実現したのだろう。

拡大が順調に進んだのは、これに伴って、機械体系を整備していたことも大きい。福原さんは昔から機械



に乗るのも、操作するのも好きだそう。作業中に機械が故障して、計画通りにいかないことが嫌だったこともあり、少々過剰気味と思われるほどに代わりの機械をそろえていた。

また、乾燥調製施設に関しては、二〇一四年に新たなライスセンターを竣工して乾燥機を四基導入した。乾燥調整施設の更新は投資金額も大きいことから、ここ数年悩んでいたという。これまでは、專業農家になっ

た年に五〇畝を目標にして建設した施設で、能力の三倍近い粉を処理していたので限界を感じていた。コストは抑えられてきたが、このままでは今後の規模拡大に支障を来たすと判断し、新たな投資に踏み切ったのである。

集落を越えて規模を拡大してきた福原さんは、やがて農地分散に悩み始める。そこで、大規模経営仲間四、五人と利用権の交換や受託農地の再配分を協議し、面的集積を加速させ、およそ九〇〇筆強の農地を三五〇筆まで集約する。一区画も一畝ほどに拡大し、スケールメリットを追求しやすくする取り組みを行ってきた。

それでも、規模が拡大するにつれ、一人ではなかなか対応しきれないことも多くなってくる。二五畝まで拡大したところから、人手不足などで家族経営の限界を感じ始めていた。そこで、一九九四年にアルバイトを雇用し、その後「福原農園」を法人化して「フクハラファーム」に名称変更。これを契機にコメの販売にも打って出た。

九三年にウルグアイ・ラウンドが合意に至った。外国産米が日本へ入ってくると聞いて、福原さんが強く思ったのは「これからは純粋な国産米をつくり、勝負していかなければならない」ということ。早速、特別栽培制度

を申請し、九四年産米からコメの個人販売を始める。幸いにも、その年、五〇〇件もの顧客を獲得した。前年の冷害による米騒動も関係していたのだろう。その後、顧客数は減少するものの、現在でも半分近くがリピーターだという。

**コメや野菜づくりは顧客と向き合うことが基本にある**

中でも、一九九八年から合鴨農法や米ぬか利用などによる完全無農薬の有機農法を始めたが、環境に配慮したこのコメが好評を得ている。現在も、ミルクキークイーンの「あいがも君が育てたお米」といったブランド米がよく売れている。

ちなみに経営面積は公称一六〇畝としているが、二〇一三年のコメの作付けは一五七畝。主食用米が五割強、加工用米が五割弱。

五割強の主食用米は、完全無農薬米などの家庭用米が三割強、業務用米が七割弱といった比率。主力である業務用米は複数の大手商社や実需者などと契約しており、加工用米も実需者と直に結び付いている。

フクハラファームのコメづくりは、全て顧客と向き合っているということだ。顧客がいらないのにつくるといっ

た発想はない。これはコメに限らず、野菜生産をはじめフクハラファームの基本的な考えと言ってよい。

流通業者や実需者への直販を通じて独自の販路を開拓し、経営を伸ばしている点も受賞のポイントになっている。

栽培品種は主食用米が「ミルキークイーン」「コシヒカリ」「ゆめおうみ」にこまる」で、加工用米は「日本晴」「ヒメノモチ」など、全部でおよそ一〇種類。それぞれ異なる用途に対応して、作期の分散を図っており、刈り取り時期から逆算して田植え時期やほ場、品種を決めていく。

一〇㍑当たりの収量は、主食用米で五六〇キログラム、加工用米は六〇〇キログラムといったところ。比較的多収が期待できる「ゆめおうみ」などは、七〇〇キログラム以上を収穫することも可能という。ただ、一般論として、多収にすると稲わらの処理が課題になる。たとえば、一〇〇馬力のコンバインをもつても稲わらの量が多く、作業に影響を及ぼしてしまう。従って、多収を要する「飼料米」は、フクハラファームのコメを使いたいという畜産農家がいなければ、前向きにはなれないという。

代わって加工用米が転作の中心を占めている。加工用米の価格は主食

用米の七〜九割が普通。一二年産米では主食用米とさほどの差もなく、ほどよい価格で、そこに一〇㍑二万円の「水田活用の直接支払交付金」が付く。一二年の一〇㍑当たり粗収益は主食用米を少々上回る品種もあった。フクハラファームの稲作経営は、来る補助金は拒まないが、補助金を受け取るために大きく経営内容を変えることはしない。



話を伺っていると、これまで、スケールメリット、収量、品質、販売先この四つを稲作経営の判断基準としてやってきたようだ。

**情報共有し農場を  
見える化するため  
ICTを導入した**

「自分が社長であるうちは現状のままでもよいが、心配は次世代へつなくために経営手法などを社内ですう共有していくかだ」と、次の課題を

こう指摘する。三五〇筆に及ぶほ場の田植えの時期の決定の仕方。品種、作業順番を決めて作業計画をつくるには、規格化がどうしても必要だ。

「石が多い」「ぬかるみがある」といったほ場の特徴や、それらを改善するため誰がどういった作業を行った、その結果はどうだったのか、またそのほ場で過去に何がつくられたのか、これらの情報をほ場ごとの作業計画に落とし、適期の水管理、施肥の時期の判断を皆が共有していく。それができれば、長い経験がなくても誰もが同じように作業できるようになる。しかし、実現には細かくデータをとっていかねければならない。フクハラファームの「見える化」が必要になったのだ。

そこで、二〇〇九年から富士通株式会社と一緒に、前述のような項目のデータベース化に取り組み。それを計画に反映できれば、面的集積・ほ場の大規模化と合わせたスケールメリットの追求がよりはっきりする。労働力に余力も出てくる。その余力を再生産に向けたというのが福原さんの考えだ。

こうした外部機関と連携したICT(情報通信技術)導入への取り組みも今回の受賞ポイントの一つである。これによって、生産の効率の改善

点も見えてきたというが、全体としてはまだ緒に就いたばかりだ。

大規模稲作経営を目指していたフクハラファームが一三年から、キャベツなどの露地野菜の栽培を始めた。当初の七畝を一四年には一三畝に増やす。新ライスセンターが稼働し、一〇月上旬にコメの収穫乾燥を終え、労働力をキャベツの収穫に向けられたのが大きい。

稲作経営者が販売額を拡大するために最も可能性が高いのは、露地野菜の生産も行うことだ。一五年には二〇畝へ拡大し、販売額四〇〇万円を視野に入れる。

稲作の作業の無駄を省き、野菜生産を拡大するなど、戦略的な部門への資源の集中投下を図ろうとしているのだろう。福原さんが目指しているのは「大規模稲作複合経営」である。そのためには販売力の強化と全体の「見える化」が必要となっている。フクハラファームの課題はここにある。

(大泉 一貫/文 河野千年/撮影)

※写真説明／一五頁・平坦で広大なほ場を歩く福原昭一さん。一六頁・次の作付けへ向けて準備が整えられているほ場。一七頁・昨年竣工したライスセンター内には、出荷を待つ米袋が積み上げられている。一八頁・インタビュー時の福原さん。後ろの壁一面には趣味の写真が飾られている。