

農業振興に関する年間調査テーマ調査報告書

令和8年3月13日

千葉県議会環境経済委員会

委員長 白鳥 誠

副委員長 須藤 博文

山崎 真彦 渡辺 忍

椛澤 洋平 蛭田 浩文

櫻井 崇 森山 和博

三須 和夫 石橋 毅

1 所管事務調査事項

農業振興について

2 所管事務調査事項の選定理由

農業従事者の高齢化や後継者不足は全国的な課題であり、本市においても農家の減少に伴う耕作放棄地の増加が見込まれており、美しい田園風景、手入れされた美しい山々という本市の財産が損なわれる危機的な状況である。

このため、本委員会では、「稼げる農業」にするべく、食のブランド「千」に代表されるブランディングによる販売力の強化、スマート技術や農地の集約・集積による生産性の向上等、農業従事者の所得向上に資する取組について調査を行う。

3 調査の経過及び結果

(1) 令和7年9月10日 環境経済委員会

千葉県農業基本計画に基づく本市の施策展開について、経済農政局から以下のとおり説明を受けた。

1 本市における農業の特性や現状、課題や今後の方向性

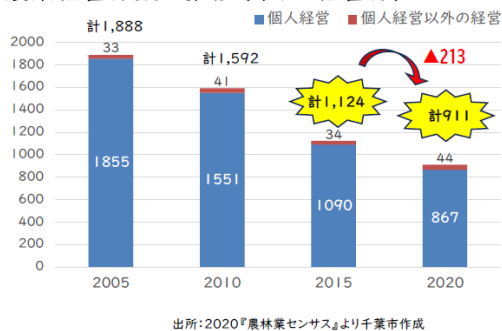
(1) 本市の農業の特性

- ・都心までは概ね1時間程度でアクセスでき首都圏の大消費地と近接。
- ・市北部や東部に大規模な農地が見られ、市西部や中央部等でも、生産緑地地区を中心とした都市農業が行われており、市街地と農地が共存している。

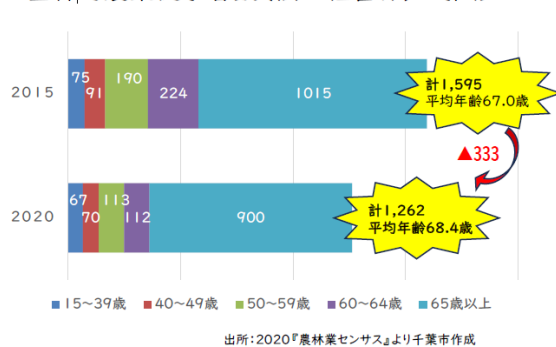
(2) 本市の農業の現状

- ・2020年の本市の農業経営体は911経営体で、5年前に比べて213経営体減少。
- ・農業経営体のうち、個人経営体の基幹的農業従事者は1,262人で、5年前に比べ333人減少。平均年齢は68.4歳。

農業経営体数の推移(単位:経営体)

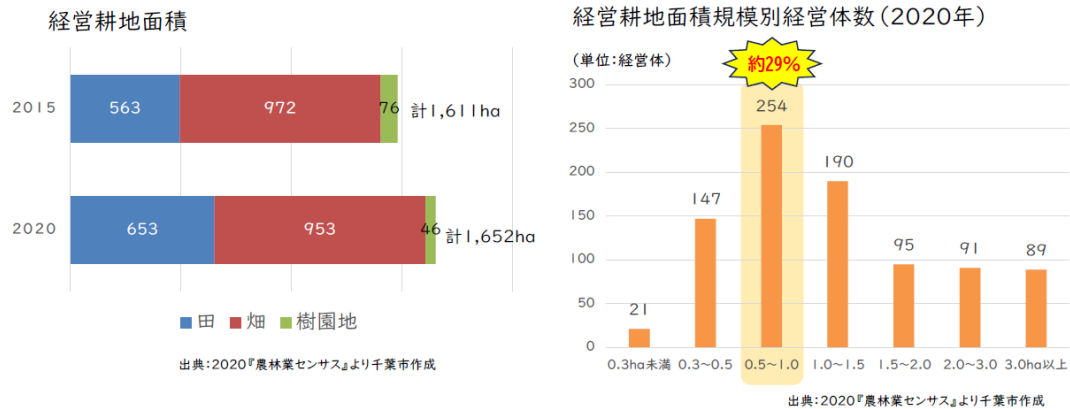


基幹的農業従事者数(個人経営体)の推移



- ・経営耕地面積は、2015年から2020年の5年間で田の面積が増加。
- ・経営耕地面積のうち約58%が畑であり、経営耕地面積規模別経営体数(2020年)は0.5~1haが254経営体で最も多く、全体の約29%を占める。

- ・農業者の高齢化や後継者不足により、荒廃農地面積は2023年では767haとなっており、発生防止・解消が課題。



(3) 本市の農業の課題と今後の方向性

① 農業経営者数の動向

(現状) 農業経営者の減少と高齢化により、本市農業の持続性が低下している状況
 (課題・対応) 40代以下の青年農業経営者を確保する必要

本市農業の魅力を高め、本市で就農する若者を増やす

② 販売規模別農業者数の動向

(現状) 販売規模の多寡によって農業経営の持続可能性に差が生じている状況
 (課題・対応) 販売金額を増やし、農業経営体の持続性を確保することで減少を食い止める必要

農業経営体の経営力が向上するよう支援を行う

「農業経営者数」の動向

年齢層	～29	30-39	40-49	50-59	60-69	70～	計
2005	1	26	147	442	533	710	1859
2010	1	11	94	362	433	645	1546
2015	0	9	48	163	395	475	1090
2020	1	19	30	109	275	477	911
2030	1	10	10	39	186	325	571

※2005～2015：農林業センサス「年齢別農業経営者数(販売農家)」
 2020：農林業センサス「経営主年齢階層別の経営体数(総数)」
 2030：千葉市農政部にて試算

「販売規模別農業者数」の動向

販売規模	～300万円	300～500	500～1000	1000～3000	3000～5000	5000～1億	1億～3億	3億～	計
2005	1446	150	156	73	21	12	1	0	1859
2010	1228	135	100	64	14	4	1	0	1546
2015	841	96	71	60	15	6	1	0	1090
2020	658	87	76	59	17	11	2	1	911
2030	394	59	41	52	14	8	2	1	571

※2005～2015：農林業センサス「農産物販売規模別農業者数(販売農家)」
 2020：農林業センサス「農産物販売規模別農業者数(総数)」
 2030：千葉市農政部にて試算

2 千葉市農業基本計画の基本目標や計画体系

(1) 基本目標

【基本目標】

農業の持続性を高め、100年先の未来に農業と食をつなぐ

～売上げ3,000万円以上を目指し、農業が若者に選ばれる職業となるよう、農業の魅力を高める～

【2030年の目標】

今後10年間（2020～2030年）で以下を達成することを目指す。

- ・40代以下の青年農業経営者の数を100人
- ・売上げ3000万円以上の規模層を10%

（2）千葉市農業基本計画の計画体系

基本目標を踏まえ、3つの方向性に基づき、各方向性に位置付けられる施策として、様々な事業や取組をアクションプランとして位置付けている。

施策展開の方向性1：農業の担い手を確保・育成し、農業の持続性を確保する

施策展開の方向性2：生産力や販売力を強化し、農業を成長産業化させる

施策展開の方向性3：農と森林が持つ多様な機能を保全、活用し、市民に憩いや潤いを与える

3 施策展開の方向性に基づき展開している主な施策

No. 1 ニューファーマー育成研修

No. 4 学生向けの新規就農施策の実施

No. 8 農業後継者への発展支援

No. 15 耕作放棄地の発生防止と利用促進

No. 22 食のブランド化推進

No. 23 経営能力・販路拡大に対する支援

No. 45 有害鳥獣対策の推進



《当局の説明に対する委員の主な意見》

- ・新規就農者の募集に当たっては、市内のみならず全国からの応募につながるよう展開されたい。
- ・いすみ市の有機農業と学校給食に関する取組など他市の先進事例を研究し、少しでも千葉市に取り入れていくべきではないか。
- ・若い世代に対して本市の都市農業の魅力を伝えるため、プロモーションの方法を検討されたい。
- ・地域の若手農家への農地の集積に関して、意欲ある担い手への集積を進められたい。
- ・出荷基準であれば廃棄になってしまうものを加工して販売するなど、売上げの高い農家は工夫している。収入の多角化を支援することで所得向上に取り組まれたい。
- ・農業が脚光を浴びるよう当局には鋭意取り組まれたい。
- ・著名人の起用やメディアの活用によるPR方法を検討されたい。

《課題整理・調査の方向性》

- ・当局の説明にあった若者が集まり農地を集約し始めているような地域など、最近の千葉市の動向が見える地域を調査したい。
- ・農業者の規模の大小に合わせた支援メニューが必要であり、それぞれの成果を見ていく必要がある。
- ・生産地であり消費地でもあるという都市農業の特徴を生かし、いいものを地域で作っていることが分かれば、消費者の間で地産地消の動きが進むと思われる。有機農業にこだわる必要はないが、やはり地域の産品と一緒に食べていこうという機運を千葉市内で醸成していくためにも、市内の実情を知りたい。
- ・農業経営者が2005年から2020年にかけて半減し、2030年でさらに半分近く減るような状況であり、その点がまず一番大きな課題である。千葉市としては40代以下の農業従事者を増やしたいという方針であり、若い世代は自ら労力をかけるよりも、スマート農業など効率的に行う方向のほうが関心を持ってもらえるのではないか。千葉県内でスマート農業の実証実験を行っている自治体が幾つかあるので、他自治体の状況などを研究していくのがよいと考える。
- ・県内でもいすみ市などは移住者が増えており、参考にすべき成功事例である。有機農業の取組など、少しでも千葉市に展開できるよう調査し取り入れていく必要がある。
- ・農業で生計を立てるのは大変な時代であり、高額な農業機械を導入して農業を行うと、体は楽になるものの実際の収入は少ないのが実情である。
- ・やはり現場の声を聞くことは大切である。若葉区のいちごマラソンに協力してくれた大規模農家や、意欲を持って新規に就農した人など、様々な人がいるため、実際に見てもらいたい。
- ・庭先販売や、商品を加工して販売しているような工夫を行っているところが高い売上げを上げているが、そのような農家も家族構成が高齢化しており、岐路に立っている。そのような部分を市がいかにサポートしていけるかという点が重要である。
- ・4,000万円ほどの所得の大規模農家が1件あるという説明があったが、そのような大規模農家と小規模農家について、作っている品目や家族構成、兼業か専業かなど実態を見たい。
- ・グリーンツーリズムについては、体験したものは記憶に残るという観点から、単に観光の1メニューとしてだけでなく、農業を体験してもらおうグリーンツーリズムとしてのチバノサトに本格的に転換していけるような施策を、農政部から提案してほしい。
- ・ブランド「千」については、商品1個を売り出すには生産量が足りず難しいとの答弁があったが、都城市では肉と焼酎の町として売り出し、これらの産品が売れに売れて、他の商品にも波及した結果、ふるさと納税1位の都市になった例がある。

イノシシが害獣であるというのであれば、千葉ジビエと名付けて売り出すなど、ブランド「千」として、千葉市といえばこれだ、と言えるものを打ち出しつつ、それ以外にもおいしいものがあるという方向で、新たな資源を発掘していく必要があると考える。

- ・本日の説明や質疑を通して感じたこととして、例えば、所得が3,000万円ある農業者が何を生産しているのかと尋ねても、正直なところ、具体的な答えがなかったように感じる。所管は取り組んではいるものの、成果や結果をより具体的に示すことはできないのかと感じた。

(2)令和7年 10月 15日～17日

行政視察(長野市、福井県、地場もん屋総本店、富山市公設地方卸売市場)

年間調査テーマに関する視察は、下記のとおり。(詳細は「視察報告書」参照)

【長野市】

長野市は、高速交通網の整備により三大都市圏(東京・名古屋・大阪)へのアクセスが良く、都市部へ新鮮な農産物をいち早く出荷できるという立地上の強みを持つ。果樹をはじめとした農産物の販売戦略や担い手確保にかかる施策を本市取組の参考とするため、長野市の取組を調査した。

<長野市産果樹ブランド化戦略>

1 概要

長野市農業の主力である果樹生産の底上げを図るため、令和5年2月に「長野市産果樹ブランド化戦略」を策定。知名度の向上、他産地との差別化、産地としての地位確立という3段階のフェーズを設定しており、果樹のブランド価値を形成、リピーターの創出を目指している。

2 ブランド化戦略の活用

①市場概況・集計結果分析

- ・長野県産のリンゴ、桃、ブドウの市場における取扱い状況を分析
- ・アンケートから産地知名度、購入場所、購入目的を分析

②戦略に基づく主な事業

- ・R6. 8. 15～18 ようこそ!おいしい・さわやか信州(兵庫県西宮市)
- ・R6. 8. 31 出張!なが農マルシェIN錦糸町テルミナ(東京都墨田区)

生産者も参加し自ら販売、PRを実施、観光・移住定住などを合わせてPRしているイベントもある

→イベントの開催から、飲食店コラボレーションにつながった事例あり

▷生産者と事業者や店舗の結びつけ、販路の開拓・拡大を支援

3 今後の方針

- ・店舗や事業者などでの取扱い（B to B）の拡大・強化
 - ・インバウンドへの提供 等
- ▷消費拡大・高付加価値化による農業所得増加『売れる農業』の推進を図る。
- ▷農業の魅力を発信し、専業・副業を問わず、多様な農業の担い手の確保を目指す。

<農業の多様な担い手の確保と育成にかかる取組>

1 概要

長野市の農業就業人口は年々減少するとともに、平均年齢は上昇しており、本市と同様に後継者不足及び高齢化が課題となっている。

長野市では親元就農者支援事業によって親から子へのスムーズな事業継承を支援し、農業研修センターでは多様な人材の確保、育成を行っている。

2 主な施策

①親元就農者支援事業

目的：農家の子が親の元気な時期から親とともに経営を担い、徐々に経営継承してもらおう

対象者：認定農業者の子（孫）で、転入又は退職を伴って1年以内に親元就農した者 転入又は退職をした日の年齢が50歳未満
(令和5年度まで45歳未満→令和6年度から50歳に拡大)

助成金額：120万円/年を3年間支給（市単独事業）

②農業研修センター

目的：定年帰農者、農業に関心のある市民、農業への参入を希望する企業など多様な人材を新たな農業の担い手として育成するため平成29年4月に開設。
令和7年度からリンゴ栽培コースを新設し、長野市特産のリンゴ栽培を担う人材の確保・育成を図る。

その他、農業体験受入事業等の市単独事業や地域おこし協力隊との連携、国事業の活用により、多様な担い手の確保・育成に取り組んでいる。

<「農×食」体験ツアー>

1 概要

長野市では、令和7年度から、長野市への移住や就農を検討している方向けに「農×食」体験ツアーを実施している。農業体験に加えて地元農家と交流しながら地元食材を味わい観光地を巡ることで、農業者と新規就農希望者のつながりを作ることを目

的とする。

2 ツアーの内容

対象者：長野市外在住の18～60歳の者で新規就農を検討している者

事業の仕組み：委託会社に委託（委託料1,076千円）

ツアー参加者の旅行代金を市が補助（補助額20,000円/人）

農業体験としてツアー参加者を受け入れた農業者に市から謝金
(6,000円/回)

3 開催実績・課題

桃の収穫体験ツアー R7.8.9～10 3名参加

リンゴの収穫体験ツアー R7.11.14～15（予定）

- ・初回の桃の収穫体験ツアーの参加者の中に、地域おこし協力隊として長野市への移住を検討している者がいた。
- ・PR期間が短く、満足な広報が行えなかったことが課題である。

《委員の主な所感》

＜果樹ブランド化戦略＞

- ・長野市はリンゴ、桃、ブドウのブランド化を進め、イベントやPRで販路拡大を図っている。生産者と販売者の連携による販路開拓も重要な視点である。
- ・本市においては食のブランド「千」の再構築、認知度向上が必要である。特産品を選定し、まずはその特産品に注力して、全国にPRしていくことが重要と考える。

＜農業の多様な担い手の確保と育成にかかる取組＞

- ・長野市の親元就農者支援事業は、農家の子が農業を継ぎやすくする助成金として市単独事業で行っている。こうしたインセンティブを持たせた制度は農地を守るために有効と考えられる。千葉市も家族経営農家が多いため、同様の事業の導入を検討すべきだと感じた。
- ・農業を産業として育成するためには、高齢化や農家減少を問題視するだけでなく、一定の収益を得ている層への支援も必要であると感じた。

＜「農×食」体験ツアー＞

- ・参加者が少なく、広報手段に課題があると感じたが、観光と農業体験をミックスして移住につなげていくという取組は新しい発想で参考になった。千葉市ではチバノサトを観光ではなく農業体験に転換させていくべきだと感じた。
- ・農業体験や新規就農希望者の呼び込みは十分ではないが、一定数の確保は可能と考える。

【福井県】

福井県は、県内農業を取り巻く情勢の変化や新たな課題に対応するため、令和6年3月に「次世代へつなぐ、希望あふれるふくい食・農・環境計画」を策定した。農業・農村の課題解決のため、農業関係者のみならず、福井県民や福井を訪れる人々を巻き込んだ多面的な施策を展開している。

生産性の向上、所得増加の取組、新規就農者の支援等、本市施策の参考とするため、福井県の取組を調査した。

<次世代へつなぐ、希望あふれるふくい食・農・環境計画>

1 概要

福井県では、平成31年3月に策定した「新ふくいの農業基本計画」が令和5年度で計画年度を終了することから、新規就農者をはじめ、女性や若者など多様な人材の参画を促すとともに、新幹線開業等のチャンスを生かし、新たに福井を訪れる人々、県民を巻き込んだ多面的な政策を展開するため、令和6年3月に本計画を策定した。

このうち、特に4K農業（希望あふれる・かっこいい・稼げる・感動）の展開について重点的に説明を受けた。

2 主な施策

①担い手の育成

○ふくいモデルの詳細

ワンストップ就農窓口

- ↓ ・園芸カレッジや里親のあっせん ・就農地の照会
- ↓ ・経営計画策定や補助事業活用の支援

園芸カレッジや里親農家にて栽培技術研修

- ↓ ・園芸カレッジ1年、里親農家1年の計2年の研修期間
- ↓ ・R7までの10年間で342人が入校し、267人が独立就農・就業
- ↓ ・ハウス1棟、農地10アールで模擬経営

就農・就業

▷ワンストップ就農窓口で詳細な経営計画の策定を支援し、園芸カレッジでの模擬経営や里親農家で実践的に研修することで、就農後の定着率は8割となっている。

○インキュベーション機能の整備

・インキュベーション機能：

レンタルハウスやリース圃場を整備し、新規就農者に貸し出すことによって、就農初期の技術的課題・経営的負担を軽減する施策

・インキュベーション圃場設置のメリット

栽培面積を徐々に増やし、経営規模のギャップ解消
栽培地や品目選択までの期間を確保
初期投資の軽減により確実な所得確保・資金の準備
支援内容の差別化により就農希望者を確保

②リーディングファームの育成

○リーディングファームの現状

・リーディングファーム：

売上げ1億円を超える企業的な農業経営体

次世代を担う経営力の高いリーディングファームが、4K農業のフラッグシップ
モデルとしてふくい農業をけん引する。

・令和4年度 15経営体→令和10年度 30経営体を目指す。

○農業経営アクセラレーションセンター

・農業経営アクセラレーションセンター：

リーディングファームを育成する他分野の専門家によるコンサルティング体制

・経営体ごとの経営計画の策定指導など多分野の専門家による伴走支援を行う。

<集落営農の取組、高い集積率を実現している取組>

1 現状・課題

集落営農組織数：562 経営耕地面積：15,915ha

・リーダーの後継者、オペレーターがいないという課題

→集落営農救援隊（JA・市・県で構成）

令和6年度から14集落に対して作付計画、経営改善など個々の課題解決を
伴走支援

→スマート農業機械の導入支援

▷高い集積率は集落営農によるものであるが、新しく集落営農組織ができることは考
えづらく、既存の組織が存続困難にならないよう支援している。

<流通拡大やPRの取組>

1 概要

県産品の流通拡大やPRにおいては大規模な予算を割いて動画やリーフレットを
作成しており、各種施策において福井の食の魅力及び認知度向上について取り組んで
いる。

2 主な施策

①旬の里ふくい（食のブランド化・販路拡大施策）

目的：福井県の食のブランド化のため

地産外商として福井の食を県外に売り込むため

ターゲット層：B to Bが主で、首都圏等都市圏バイヤーやレストラン関係者

②美食福井（美食福井ブランドアップ事業）

目的：新幹線開業に向けて福井の食の魅力及び認知度向上のため

ターゲット層：事業内の取組ごとにB to C、B to Bを設定

選出方法：首都圏に販路を拡大できる品質・生産量のある県産品24品目

▶美食福井は外部委託でプロモーション動画を作成。

1品ごとに生産者の思いや歴史的背景や文化に絡めて紹介するなどして消費者の購買意欲に効果的にアプローチしている。

《委員の主な所感》

＜次世代へつなぐ、希望あふれるふくいの食・農・環境計画＞

- ・千葉市におけるリーディングファームの存在が重要だと感じた。経営規模が大きくななくても、考え方や姿勢で本市農業をけん引する農業者・経営体を選び、その理想の実現を支援し、本市農業のモデルとなる取組を進める必要がある。
- ・福井県の園芸カレッジは営農継続に高い成果を上げている。園芸カレッジでの模擬経営や里親農家での実践的な研修など、千葉市もより実践的な取組を導入する必要性を感じた。

＜集落営農の取組、高い集積率を実現している取組＞

- ・集落営農救援隊を組織して14集落に対して伴走支援、作付計画などの課題を解決するほか、ICTを活用した機械導入や猛暑に対する設備導入を支援する取組や販路支援、研修など育成にも力を入れている点は参考になった。

＜流通拡大やPRの取組＞

- ・千葉市のブランド「千」においては、商品選定やブランドの方向性を明確化するとともに、福井県が流通量確保等の理由からブランド品目を24個に絞ったことを踏まえ、「千」も品目を絞ることが必要ではないか。
- ・PRの手法については、動画制作に多額の予算をかけても再生数が伸び悩むことから、動画をより多くの人に届ける工夫が必要である。動画をイベント等で活用している点は本市でも取り入れられる可能性がある。
- ・福井県では地産地消を進めるために学校給食も担当しているとのことで、千葉市や千葉県でも農政関係部署が学校給食にもっと関連できるとよい。

【株式会社富山市民プラザ 地場もん屋総本店】

「地場もん屋総本店」は、富山県の野菜産出額向上、安心な食材での地産地消、中心市街地の賑わいの創出を目的として平成22年10月に設立され、主に富山市で採れた野菜や果物、加工品などを販売している。

地産地消の拡大と中心市街地の活性化を目的とした本事業を本市取組の参考とする。

1 概要

「地場もん屋総本店」では、中心市街地活性化を目的として市内全域の地場産物を購入できるアンテナショップとして設立され、市内の農家から農産物を集荷して委託販売を行っていた。生産者と消費者それぞれに直接コミュニケーションを取れるという強みを持つ。

2 設立経緯

・平成17年4月に周辺6町村と合併し「新富山市」となり、合併後は各地域の連携により、特色ある地場産物の販売促進等を一体的に展開し、地域農業の活性化と地域間交流を促進するものとして富山とれたてネットワーク事業を立ち上げ、平成22年10月に地場もん屋総本店を設立した。

・地場もん屋総本店のテーマとして、富山市内の農林水産物の情報発信と販売促進、中心市街地におけるにぎわい創出等が挙げられる。

3 委託販売システムの仕組み

・委託販売システム：

出荷会員（生産者）が店舗または集荷拠点へ生産品を持ち込み、価格設定を行い、店舗での売上げから販売手数料を引いた金額が納入される。

・納品方法：①生産者が店舗へ直接納品

②集荷拠点へ納品（拠点は富山市内7か所）

・販売手数料：①直接納品 市内生産者 売上げの20%

市外生産者 売上げの23%

②集荷拠点 市内生産者 売上げの25%

市外生産者 売上げの28%

・出荷会員数の推移：H22 122人→R6, 449人

・売上げ・来客数の推移：H22 55,547千円 72,261人→R6 400,625千円 329,514人

4 課題と対策

・課題1 商品不足

→未登録生産者の開拓と勧誘

出荷先に選んでもらえるよう魅力的な店舗経営や付加価値を提供 等

・課題2 集客と販売促進

→商品のワンパターン化を防ぎ既存客を飽きさせない品揃えの強化

こだわりの栽培方法など出荷会員の想いを消費者へ伝える機会の創出 等

・課題3 出荷会員の啓発

→作付計画、施設園芸、新作物、圃場の管理と適切な農薬・肥料の使用についての講習会の開催 等

5 補助金（地産地消推進事業）、市との関わり

・富山市補助金（地産地消推進事業補助金）は集荷にかかる人件費、車両費に使用
▷直接納品が75%であり、売上げに大きく貢献しているとは言い難いが、利用者から大変重宝されている。拠点を巡回することは、農家と直接交流するという地場もん屋の本旨に通ずるものだという認識。

《委員の主な所感》

- ・地場もん屋総本店における市の補助金は市内各地の集荷拠点の運営費に充てられ、市域全体をカバーする事業となっているため、費用対効果には課題があるものの小規模農家の支援としては意義があると考えます。また、固定客を獲得することで、農家の売上げが月200万円に達する事例もあり、販売促進に貢献している点は評価できる。
- ・本市においてもJAとの連携を模索しながら、地産地消、中心市街地の活性化、千葉市の新名所創造等を目的とした店舗の開設を提案していきたい。農業振興とまちづくりや交通政策等の行政における連携を深め、一体化した取組が必要と感じました。

(5)令和7年12月1日 環境経済委員会

年間調査テーマ報告書の中間とりまとめにかかる委員間での意見交換を行った。

《委員の主な意見》

＜食のブランド化推進、販路拡大＞

- ・長野市ではブドウなどの売るべき特産品がすでにあり、どのように売るかという段階だったが、本市のブランド「千」については何を売るかという方向性を定めなければいけないと感じた。
- ・他の自治体を視察して、本市のブランド「千」において、「千」に認定されるメリットが実感できないことや、市民における認知度の低さなど、今一度方向性を議論したい。
- ・今回県外視察で調査した自治体と千葉市では状況が異なることから、そのまま取り

入れることは難しいと思うが、ブランド「千」の方向性を明確に決めるのは大事で、千葉市が率先して行うのか、事業者発信なのかは検討が必要である。

- ・富山市の地場もん屋はJ Aとは異なる主体が運営しているが、千葉市では新たな戦略は何か、J A等と協力しながらできることがあるのか、千葉市ならではの取組を考えたい。

<農業の担い手育成・持続性確保>

- ・千葉市の農業基本計画では売上げ3,000万円以上を目指すとしていたが、福井県では1億円としていた。本市において大規模農業のポテンシャルを持っているのかを含めて、今後の市内視察で確認したい。
- ・本市では大規模に営農できる広い農地がないので、小規模・家庭農業が中心になる。そのような層を育成し、次世代へ引き継いでいく体制づくりを行政として行っていくことが重要である。
- ・千葉市では大規模農業は難しいので小規模の兼業農家が中心になる。後継者不足や有害鳥獣の被害など、農業を続けるのが難しい状況がある中で、どのように維持し、生産してしっかり売っていくかを考える必要がある。
- ・長野市の親元就農者支援事業が大変参考になった。親から子へ引き継ぐことができれば一定の農業者を維持できると考えられ、国の立てつけだけではなく、市独自の形で支援を強化できるとよいと思った。
- ・J R東日本等の大手民間企業では、副業の位置づけで農業に携わる機会をつくっているという事例があり、農業分野を活性化するアイデアになるのではないか。
- ・政令市である本市においてはスマート農業などの新しい形を先進的に進めていくのがよいのではないか。様々な選択肢の中から千葉市に一番合っているものを見極めていきたい。

<農政センターの機能強化>

- ・千葉市ならではの名産品をつくるのは非常に難しいが、官民共同で農政センターを活性化させて、農家のために開発・研究をしてほしい。

(6)令和8年1月19日

行政視察(株式会社MoWG、合同会社TheTatsukoFarm、千葉市農政センター)

本市農業をけん引する農業者の理念及び経営戦略等を調査するとともに、農政センターの機能強化について調査するため、現地調査を実施した。

【株式会社MoWG】

1 代表者・企業経歴

2018年 農家研修、千葉県立農業大学校を経て千葉市花見川区で就農

- 2019年 一部圃場で有機 J A S 認証を取得
- 2021年 11月法人化 株式会社M o W G 設立
- 2023年 千葉県内第 1 号となるみどり認定を取得
有機栽培中心の野呂圃場をオープン

2 経営理念・会社概要

経営理念：MoreWithGreen (MoWG) 自然とともに

人と地球が共に生きれる未来をつくる

- ・有機・減農薬農業が当たり前の社会をつくる
- ・機械化・効率化を進め農業従事者の所得を他産業と同等にする
- ・高齢者と若者が共に学び生きれる町づくり

耕作面積 : 約10ha (2026年 1 月現在ハウス87棟)

主な品目 : コマツナ、ホウレンソウ、キャベツ、ネギ、ニンジン、モロヘイヤ等

主な販売先：イオン、イトーヨーカドー等

収穫数量 : 2025年 60万袋

売上げ (目標) : 2025年 約8,000万円

3 M o W G の特徴

- ・都市近郊型農業 (中量中品目)

都市近郊 (店舗に近い) という立地を生かし、多品目を組み合わせて販売する。

- ・有機農業の取組

創業より有機農業にチャレンジし、有機 J A S 認証、みどり認定を取得。

食品残渣からつくられた堆肥 (みどり産業) を使用し、環境負荷を軽減。

▷有機農業の課題である大量かつ安定的な生産に取り組み、付加価値を高めた農産物の販売を実践している。

▷農地利用最適化推進委員とも連携し、農地の拡大、事業成長に積極的に取り組むビジネスモデルである。

【合同会社TheTatsukoFarm】

1 代表者・会社概要

2022年 東京の商社勤務から千葉市ニューファーマー育成研修を卒業し、千葉市緑区で就農。本市補助金「未来の千葉市農業創造事業」や国の補助金「経営発展支援事業」等を活用。

耕作面積：約85a（施設栽培：15a 露地栽培：65a）

主な品目：トマト、イチゴ、枝豆、ブロッコリー、サツマイモ等

2 TheTatsukoFarmの特徴

・高設隔離栽培

土壌から培地を隔離する隔離栽培の栽培方式を導入することで、土壌病害虫被害のリスクを軽減し、また、作業負担軽減、生産性の向上を図る。

・栽培環境のモニタリング

温度、湿度、二酸化炭素濃度等を計測し、成育に最適な環境を維持する。

▷栽培環境のコントロールにより高品質なトマトの栽培に取り組み、農政センターやイノチオアグリ株式会社、株式会社誠和等外部の知見を得て実践している。

▷オンラインショップや庭先販売（直売所）など出荷以外の販売手法を取り入れ、最盛期は直売所の売上げが良好である。年間を通じた収入の安定化が課題である。

▷広い農地が確保できない本市で成功するビジネスモデルである。

【千葉市農政センター】

○農政センターのハウス設備

ハウス内には、生産性を向上させる様々な設備を導入している。

- ・高軒高ハウス
- ・環境モニタリングシステム
- ・環境統合制御版
- ・二酸化炭素施用機
- ・ヒートポンプ
- ・太陽光発電パネル（電力供給用）等

▷ニューファーマー育成研修では上記設備を導入したハウスを使用して栽培を行っている。

▷電力によって加温するヒートポンプを使用したイチゴ及びトマト栽培に注目し、令和4年度から燃油削減実証実験を実証中。

《委員の主な所感》

＜株式会社M○WG＞

- ・大型スーパーへの販路開拓により安定した売上げにつながっている。創業から有機農業に取り組み、有機JAS認証やみどり認定を取得し高付加価値化を図っている。確かな経営理念と将来への展望を持ち、確実に規模を拡大している有望な農業者であり、1つのビジネスモデルとして学び、市として応援していきたい事例である。

- ・農業法人の規模拡大のためには農地の確保が課題であり、近隣農家との関係性の構築や農地利用適正化推進委員との連携が重要である。
- ・有機圃場の拡大に伴い、学校給食への活用に積極的に取り組んでほしい。
- ・生産者の意見を聞き、今後の千葉市の名産になるものについて、他産品との差別化、価格の安定性、千葉市の気候や土壌の特性等の観点から検討することが必要であり、専門家の意見を踏まえて議論していくことが重要であると感じた。

＜合同会社TheTatsukoFarm＞

- ・栽培環境のモニタリング等のデジタル技術を駆使し施設栽培に熱心に取り組まれていた。トマトの施設栽培においては、目標設定を明確にすること、栽培環境の厳密なデータ管理が求められ、従来の農業とは形を変えており、農政センターの教育機関としての役割が強くなっている。
- ・新規就農に係る設備投資の負担の大きさを実感した。また、酷暑により数か月にわたりトマトの栽培、収穫ができない状態になったとの話を聞き、農業の不安定さが新規参入の障壁となっている。年間を通した安定収入の実現が課題である。
- ・不良品や規格外のものを極力出さないことを含め、それらを廃棄処分しないための生産物の無駄のない活用が必要である。
- ・栽培方法の改善には栽培に携わる者の意見が重要であることから、市が意見を集め、共有する仕組みを作ることが重要だと感じた。

＜千葉市農政センター＞

- ・ニューファーマー育成研修において、研修生がハウスを利用して模擬経営を実施することで、より実践的な研修ができる環境となっている。
太陽光発電を利用し、よりクリーンなエネルギーで栽培されるよう環境への配慮もされており、市内農家と比較するよい機会となった。
- ・燃油削減実証実験の結果や、生産性向上のための各種設備の効果について今後も確認したい。

(7)令和8年3月6日 環境経済委員会

報告書取りまとめのため、委員間討議を行った。

＜委員の主な所感＞

- ・農政センターにおけるより実践的な研修や有機農業の研究の必要性を感じた。
- ・農業分野における外国人雇用、共生が今後の千葉市の課題になるのではないかと感じた。
- ・市内農家の視察は有意義であったが、今後の見通しを考える上で、農政部とともに千葉市全体の農業者の状況をより丁寧に確認できればなお良かったと感じている。
- ・ブランド「千」の取組についてはまだ議論の余地があると考えているが、一定の見通し

- を持って市が進めていることは理解した。認知度向上に共に取り組んでいきたい。
- ・新規就農者支援については農業者の視点に立った支援が必要であり、また、家族農業者が持続可能な形へ移行できるよう丁寧な支援を進めてほしい。
 - ・既存農家の法人化や農業法人の誘致、フランチャイズ方式の活用など、農業法人を増やすための仕組みづくりに取り組んでほしい。
 - ・長野市の「農×食」体験ツアーのような施策は本市にもすぐ取り入れられるのではないか。
 - ・ブランディングや千葉市の農業としてのアイデンティティを持つことが大切であると同時に、福祉や観光など他分野と連携して本市の農業を発展させていく必要があると感じた。

4 まとめ

千葉市の農業は、地域の食を支えるだけでなく、景観の形成、環境保全等多様な機能を有する重要な産業であるが、全国的な傾向と同様に、農業経営体数の減少や農業従事者の高齢化が進み、本市農業の持続性が低下している状況である。1年間、「稼げる農業」という視点で調査を行い、本市農業の維持・発展のためには、多面的な施策が必要であることを改めて実感したところである。

販売・PR力の強化に当たっては、食のブランド「千」のさらなる魅力向上のため、ブランドの方向性を明確化するとともに、ブランド「千」の軸となる商品について、他との差別化、価格や流通量の安定性、本市の歴史等の観点から改めて検討されたい。

また、地方卸売市場の再整備に合わせて、余剰地となる民間活用地において、広く千葉市産品やブランド「千」の認定品を取り扱い、認定品の収益向上については千葉市産の農畜産物の販売促進の一助となる施設の設置について検討されたい。

本市農業をけん引する担い手の確保・育成に当たっては、意欲ある農業者の規模拡大においては農地の確保が課題となっていることから、近隣農家との関係性の構築や農地利用適正化推進委員との連携により農地の集積を推進し、地域に根差した担い手としての営農を支援されたい。

また、家族農業者については高齢化の加速とともに持続的、安定的な経営が年々困難になっていることから、機械購入補助や技術研修等スムーズな事業継承や継承後の経営発展に資する支援を強化し、親元就農の推進に努められたい。

さらに、農政センターにおいては、新規就農者の就農後の収益の安定や定着のため、より実践的な研修ができるよう研修環境を整備するとともに、生産性向上に資する新たな技術や設備の実証実験を積極的に実施し、農業者のための研究・研修施設としての役割をさらに強化されたい。

このほか、調査報告書及び調査過程で各委員が述べた意見等についても参考にさせていただき、今後のさらなる施策の推進に努められたい。