

**第1回エコエリアやまがた推進コンクール  
優秀賞（山形県農業協同組合中央会長賞）**  
※掲載している情報は平成18年度時点のものです。

名 称	本沢ハウスぶどう部
所在地	山形市
<b>1. 当該集団の概要</b> (1) 構成農家戸数 76戸（本沢果樹部会86名のうち、ハウスぶどうでエコファーマーを取得した76名の生産者で構成されている。） (2) 設立年月日 平成15年4月 (3) 対象農作物 施設栽培のぶどう（デラウェア） (4) 対象施設栽培の面積 合計 52ha（内訳：加温栽培8ha、無加温栽培32ha、雨よけ12ha）	
<b>2. 取組の背景・経過等</b> (1) 活動地域の概況 山形市本沢地区は山形市中心部から南西方向に約7kmのところに位置する農村地帯で、平成18年4月現在の世帯数は1,152戸、総人口は3,577人である。地域の農業は西側の丘陵地ではぶどう、中央部は水田、市街地に近い前明石、掘込等須川流域は野菜地帯であるなど、農業形態も変化に富んでおり、本沢ぶどう、御手作米、掘込せりなどの農産物や本沢の青菜漬けなどの加工品など、全国に知られる農産物が生産されている。  (2) 本沢のぶどう生産の歩み 昭和29年12月、本沢地区のぶどう生産者が集まり本沢果樹組合（平成9年から本沢果樹部会）が設立された。当時、農業所得の大半が米生産に依存していた時代の中でいち早くぶどうの生産組合を設立し、桑園の転換や傾斜地の開拓によるぶどう園地造成を進めた。その後、昭和35年には県下に先駆けてジベレリン処理技術を導入、43年にはビニールハウス導入、また45年にはぶどうの冷蔵庫を導入するなど、常に最新技術の導入に心がけ、日本有数の産地に発展し、果樹王国山形をリードしてきた。  (3) 自然と調和した「本沢ハウスぶどう」生産への取組み 従来から本沢果樹部会では新技術の導入や最新施設の設置、全量検査などにより高品質ぶどう生産に努めるとともに、京浜地方での消費宣伝を通して「本沢ぶどう」というブランドを確固たるものにしてきた。 しかし、平成8年に大阪府など西日本で発生したO157事件を皮切りに、消費者の食への不信感を増大させる事件が毎年のように発生した。このため、本沢果樹部会では高品質に加え、安全安心を消費者に届けるため、農薬の適正使用推進、栽培履歴の記帳などを進めてきた。また、農業用廃プラスチックの集団的な回収も進め、自然環境の保全にも努めてきた。特に平成14年には千葉生協との消費者交流会を計画するまでに至った。ところが同年7月に全国各地で無登録農薬問題が発生し、計画していた交流会は中止となってしまった。本沢果樹部会では無登録農薬はもとより、農薬使用に関する問題は全くなかったものの、消費者離れと価格低迷という大きな影響を受けた。このような中で、JAやまがた全域の組織であるJAやまがた広域果樹部会では、県全体の生産者と連携し出荷時の防除履歴提出やリスク管理に伴う誓約書の提出など、様々な手立てを講じるようになった。 当本沢果樹部会では消費者に「安全安心」の取組みをどう伝えるべきか、独自に部会員が幾度も集まって検討した。その中で、消費者に信頼されるぶどう産地として今後とも継続していくためには、単に農薬の適正使用などの「安全安心」対策のみではなく、豊かな	

本沢地域の自然環境を守り、自然と調和した持続的なぶどう生産を進めていくことが最も大切であるとの認識に至った。このためには農薬使用低減とともに、土づくりや自然に負荷をかけない効率的な施肥法の検討、施設化により排出される廃プラスチックの適正処理や剪定枝の有効活用等、自然と調和したぶどう生産を生産者一人一人が改めて自覚するとともに、組織的、面（エリア）的に対応して、消費者にアピールしていくことが必要との結論に至った。その具体的な方策として、本沢果樹部会独自の対応で部会員各自が作成した持続性の高い農業生産方式の導入計画について県の認証を受け、エコファーマーを取得することとした。

#### (4) エコファーマー取得と「本沢ハウスぶどう部」の設立

平成14年度の秋から冬にかけて、部会員が何度も集まり、農業改良普及センターを始め関係機関の協力を得てエコファーマーに関する勉強会を開催した。この中で露地栽培は傾斜地に多く、機械除草が困難であり、当初は栽培の主流であり機械除草がしやすいハウスぶどう栽培者からエコファーマーを取得していくこととした。

平成15年3月から部会員が計画を申請し、同年4月に32名、6月に24名が認定され、これらのエコファーマーを構成員とする「本沢ハウスぶどう部会」を設立し、本沢ぶどう団地をエコエリアとして拡大していくこととした。

併せて、ポスターやリーフレット作成、出荷ぶどう箱へエコファーマー認証シールを添付などとともに、消費者との交流を進め、環境にやさしい、安全安心本沢ぶどうのアピールを進めていくこととした。

### 3. 農業経営・技術と取組姿勢

#### (1) 環境に配慮した農業技術の実践と工夫

##### ア 土壌診断に基づいた土づくり推進、剪定枝をほ場に還元、

ハウスぶどう部会員共同や個別で、剪定枝を砕く残条破砕機を導入し、剪定枝をチップ化し、腐熟剤を混合してバーク堆肥を作り、ほ場に還元している。これらの割合はおおよそ8割以上となり、剪定枝の野焼きはほとんど見られなくなった。また、堆肥はJA堆肥センターなどから搬入している。この他、油粕などの有機質肥料も施用しているが、窒素施肥量が過多とならないよう、土壌診断書を基準にしながら散布している。

##### イ オリジナル有機入り化成で化学肥料を大幅節減

肥料は土壌診断結果に基づき、JAやまがた広域果樹部会で開発した果樹専用の有機入り化成を原則として使用することとしている。動植物有機80%と微量要素などを含んだ「JAやまがたフルーツ有機80」、「JAやまがた有機ぶどう専用」が中心で、化学肥料の単肥はほとんど使用していない。エコファーマー取得前は有機質50%を含んだ「JAやまがたフルーツ有機50」が多かったが、より有機性肥料の施肥を進めるため、「JAやまがたフルーツ有機80」を散布する申し合わせを行った。

##### ウ 病害虫の出にくい環境づくりと化学合成農薬の節減

施設栽培と棚下の機械除草により、病害虫の発生しにくい環境作りを行うとともに、JA防除暦の化学合成農薬の3割低減を実施してきた。本沢ハウスぶどう部設立以降、周辺の地域でのエコファーマー取得農家が増加したため、現在では本沢ハウスぶどう部がリードして、JAやまがた西部営農センターぶどう部会としてエコファーマー用の防除暦を作成し、その中では農薬使用成分数は慣行レベル（特別栽培の比較の基準となる慣行レベル）の6割未満となっている。

また、本年5月からのポジティブリスト制度施行に伴い、収穫期が近いぶどうに水田用農薬が飛散することが懸念された。このため、水田航空防除協議会と連携して、ぶどう栽培ほ場に隣接する水田では粒剤を散布することとし、ドリフト防止に努めている。

##### エ 絶え間ない新知識と技術の習得

本沢ぶどうには時代の先端を開く新しい技術の導入で産地を発展させてきた。今後の環境保全型農業やぶどう生産の方向性を探るため、随時、長野県などで県外研修を実施している。また、防除暦説明会、新技術研修会、部会員間の樹園地巡回なども実施している。

オ エコ農業推進の環境づくり（施設化の推進）と後継者づくり

エコ農業推進と労力の軽減等を図るため、県の園芸産地拡大強化支援事業を積極的に活用し、傾斜地から水田転作田へのハウス移転を進めている。このことにより、エコ栽培はもとより、水田農業の活性化、前進出荷による有利販売、生産者の高齢化に対応した産地維持、後継者づくりなどが進むものと期待している。

カ 新たな技術の実証・普及

土壌の理化学性向上のため、希望者には圧縮空気注入機による土壌の膨軟化と土壌改良剤の注入を行い、根の健全化を進めており、3分の1の生産者が実施している。さらに、収穫後から秋まで、ハウス内で草生栽培を実施し、植物の力で土壌を柔らかくする試験を実施している。

キ 安全安心農産物生産への取組み

J Aやまがたを構成する団体として、平成15～16年度は山形県安全・安心農産物生産流通管理委員会が実施した「出荷前残留農薬分析事業」に積極的に参加した。また、17年度から開始された「やまがた農産物安全・安心取組認証制度」にも参加し、生産管理とリスク管理に努めている。生産履歴は全員が記帳し、出荷前に事務局が集めて内容が適正かを確認してから出荷することとしている。また、生産履歴は部会で保存し、出荷先からの問い合わせにはすぐに対応できる体制を取っている。

ク エコファーマーによる新たな産地イメージ（エコエリア）の構築

エコファーマーを取得したハウスぶどう部会員の生産したぶどうはエコファーマー認証シールを添付した出荷箱で出荷される。販売先は露地物とほとんど同じであるが、出荷先によってはすべてこの商品のみしか取り扱わないところが出てきた。

単価の面で慣行栽培に比べて大きな差はないが、今まで培ってきた高品質の本沢ぶどうというブランドに新たな「環境にやさしい」、「安全安心」というイメージが加えられ、環境保全型農業の先進産地としてのイメージを定着させたいと考えている。また、これらの環境保全型農業を先駆的に進め、消費者の信頼を得ていくことが、半世紀以上の歴史を有する本沢ぶどう生産者の責務であると考えている。

(2) 家畜排せつ物、稲わら、食品残さ、農業用廃ビニール等のリサイクル利用の実践と工夫

ア 剪定枝のほ場還元

剪定枝をチップ化し、パーク堆肥としてほ場に還元している。

イ 農業用廃プラスチックの適正処理

ハウスぶどう栽培では被覆用ビニールを1～3年で交換するため、廃プラスチックの適正な処理が必要である。本沢果樹部会では他に先駆け、平成11年から、部会が主体となって廃プラスチックの回収に努めており、J Aを通して適正に処理している。

(3) 温室効果ガスの排出の抑制等を含む先進的な環境保全型の農法の実践と工夫

① ハウス内の保温や加温効果を高めるため被覆材の二重被覆、循環扇の設置などを実施している。

② 土壌診断に基づいた有機質肥料主体の施肥を行っている。

(4) 持続的な環境保全型農業の実践と経営確立

ア 環境保全型農業の実践による販売価格の高位安定化

慣行栽培ぶどうとの価格差はあまり大きくない。しかし、ハウスデラウェアの単価についてみると、本沢産の単価は県内の平均単価より1～2割程度高く推移するなど、他産地から比較すると、常に本沢のハウスぶどうはトップクラスの単価を維持している。これらのことは、消費者からみれば安全安心農産物は当たり前であると言われる中で、エコファーマーを取得し、地道に環境保全型農業の取組み、消費者へアピールしている本沢ぶどう生産者の活動の成果であると考えられる。

このため、今後とも環境保全型農業によるぶどう生産を進め、産地を維持発展させていきたいと考えている。

イ 顔の見える販売を目指し、常に消費者の生の声を聞くマーケティングの実施、消費者にエコファーマーの取り組みを理解してもらうために、消費者の意見収集、PRには多彩な方法を取っている。

ひとつは従来から京浜地区での量販店等による出向き試食販売を実施しており、これには婦人部が積極的に参加し、直接、消費者の意見を聞き、それを生産にフィードバックしている。同時に、首都圏の市場関係者にアドバイザーを依頼し、販売促進に関するアドバイスを得ている。

次に千葉生協での販売ではパック内にアンケート用紙を入れ、消費者の声を回収してきた。また、地元の山形生協共立社に対しては17年にグループインタビュー、18年には消費者交流会を実施した。

さらに、平成16年に東京から量販店のバイヤーを招聘して部会員を対象としたマーケティング研修会を開催した。

ウ 各種資材を活用した消費者へのPR、理解の促進

消費者へのエコ栽培の取組みをPRするため、リーフレット、紙帯、ポスター（ポップ用）など様々な手法を活用している。

エ 徹底した品質管理とクレーム処理

出荷に際しては抽出検査ではなく、全量開封検査を実施し、品質検査には万全を期している。また、認証シール、チラシ等には部会への連絡先（電話、FAX番号）を記入している。商品に対するクレームはほとんど無いが、事務局であるJAやまがた西部営農センターでしっかり対応している。

#### 4. 周辺等への影響力・普及力

(1) 周辺地域へ環境保全型農業の波及（エコエリアの拡大）

平成15年4月にエコファーマーを取得し、直ちに環境と調和したぶどう生産を集団的に進めた本沢ハウスぶどう部の活動は、取組み当初から他産地の注目を集め、翌年の平成16年から着実に他地域へも広がっていった。

本沢ハウスぶどう部が設立された平成15年当初は、山形市周辺でのエコファーマー取得は野菜栽培者に若干見られるだけであって、果樹での組織的な取り組みは本沢が初めてであった。これを契機に16年には蔵王、南金井などのぶどう部会が環境保全型のぶどう生産を開始し、さらには、さくらんぼなど他の果樹栽培にもエコファーマーは波及していった。現在、本沢地区では特産であるアスパラガスの栽培者がエコファーマー取得を検討している。

表 東南村山地域におけるエコファーマー認定者数の推移

年 度	14	15		16	17
		4、6月 認定	8月以降認 定		
全認定者数（人）	62	132	135	321	368
ぶどうの認定者（人）	1	74	56	113	102
内 本沢果樹組合（人）	0	56	14	12	2

※15年4～6月認定は15年産ぶどうをエコ生産。15年8月以降は16年産ぶどうからエコ生産を開始。

(2) 本沢地域活性化の推進力

「ぶどうの里本沢」として、県内はもとより、全国に知られる産地となっている。

国道348号線と国道458線が交わる交差点の一角に本沢ハウスぶどうの直売所が常設されており、常に部会員が生産したぶどうが販売されており、本沢地域のPRに一役買っている。また、地元小中学校とのぶどうを通じた交流は毎年、マスコミで大きく取り上げられ、地域活性化に寄与している。

(3) 地元消費者等との交流によるエコ農業の理解促進（地産地消の推進）

エコファーマーについて消費者はあまり知らない場合が多い。このため、特に地元消

費者へ自分たちの取組みを伝えエコファーマーについて理解してもらうこと、また、意見をもらって生産にフィードバックしていくことがもっとも重要と考えている。

平成17年10月に山形生活共同組合共立社の組合員を対象にグループインタビューを実施し、エコファーマーのPRにより消費者の理解を促進するとともに、本沢ぶどうについて様々な意見を聞き、今後のぶどう生産と流通に反映させている。

また、平成18年6月に共立社の全組合員を対象に本沢ぶどうとエコファーマーに関するアンケートを実施しており、現在、集計中であるが、結果が出次第、今後の産地づくりに活用していく方針である。

さらに、同年7月26日には共立社の組合員の家族約50名を本沢に招いて消費者交流会を開催、エコファーマーについての紹介や話し合い、ハウスぶどうのもぎ取り体験などを実施した。単にぶどうだけでなく、それらが生産されている本沢の自然環境を消費者から直接感じてもらい、エコエリアについての理解が深められたと思われる。

#### (4) 地元小中学校との交流

山形市立本沢小学校では高学年の総合学習で本沢のぶどう生産を調査し、地域産業の理解に役立てている。また、夏休み前にJAと部会がデラウェアを学校給食に贈呈し、夏休み後はぶどう栽培農家がぶどうを持ち寄って学校給食にぶどうを提供するなど、子ども達の地域理解と食農教育の推進に役立てている。

さらに、山形市立第九中学校の生徒の勤労体験学習の一環として、ジベレリン処理をはじめ、一連のぶどう栽培管理作業を提供している。

#### (5) 地域の農業資源保全と活性化

本沢ハウスぶどう部会では県園芸産地拡大強化支援事業を活用し、傾斜地から平坦地への樹園地移転を進めている。これらは施設化することにより、防除回数の低減が図られ環境保全型の栽培が進展するのみではなく、傾斜地の過酷な労働強度を改善し、効率的かつ安定的なぶどう生産を進めるものでもある。また、地域水田の効率的な活用により、ぶどう産地の生産体制強化を進めるものであり、地域水田農業はもとより、ぶどう産地の活性化につながっている。

### 5. その他特記事項

(1) 今後、デラウェアのみではなく、消費者のニーズにあったシャインマスカットなどの大粒種も導入していく。

(2) 出荷に際しては全量開封検査を実施し、品質の確保と統一を行っている。

### 6. 取組の成果と展望

#### (1) 取組みの成果

今年度で設立52年目を迎える本沢果樹部会(旧本沢果樹組合)は絶え間ない新技術の導入と消費者ニーズの把握により、「本沢ぶどう」のブランドを確立するとともに、県内ぶどう生産者を常にリードしてきた。本沢果樹部会では廃プラの集団回収など様々な環境保全型農業を実践してきたが、消費者の安全安心志向に組合員一人一人が応えていくため、エコファーマーを取得した部会員で構成した集団が「本沢ハウスぶどう部」であり、組織的なエコ農業の面的拡大を進めた。

本沢ハウスぶどう部設立後、JAやまがた管内を始めとする他地域、他作物でのエコファーマー取得が増加するなど、周辺の農家に大きな影響を与え、エコエリアの拡大に寄与してきた。また、剪定枝をチップ化してほ場還元したり、JA内のエコファーマーをリードして専用肥料や防除暦を作成するなど、環境保全型農業の牽引役としての役目を果たしている。

さらに、活動は生産場面に留まらず、地元小中学校とのぶどうを通じた交流、県内外の消費者への積極的なアプローチと交流会などの開催、クレーム処理体制の確立など、果樹のみならず農作物産地全般の模範となる取組みを行っている。

マーケティング、販売面でも首都圏での婦人部による販売促進活動や販売店訪問により直接消費者に接してその反応を生産に反映させるとともに、地元消費者へのアンケート調査や交流会を開催するなど、消費者ニーズの把握と交流の促進に力を入れている。

これらの取組みが消費者に信頼され、安定して取引のできる産地を作っている。

## (2) 今後の展望

今後も引き続き、消費者に信頼され、消費者ニーズにマッチした本沢ぶどうの生産に努めていく。そのためには部会員間の話し合いをさらに進めるとともに、消費者交流会やアンケート調査結果をもとに、エコエリアとしての産地構築を進める。

- ① 消費者の信頼が得られる、持続的なぶどう生産ができる環境保全型農業を継続して進める。
- ② 消費者交流会やアンケート調査、消費宣伝など、顔の見える販売により、消費者の声を生産に反映させていく。
- ③ 多様な消費者ニーズに対応するため、消費者からの要望が多い大粒種の導入を進める。
- ④ 生産から消費までの産地戦略づくりに女性の参画を強める。
- ⑤ ぶどうの特別栽培についても検討していく。
- ⑥ 新技術の導入と技術の向上を進める。

(取組内容に関連したパンフレットの添付)

ポスター、リーフレット、アンケート用紙(千葉生協)、認証シール