



建設業と農業の共同化による  
新たな農業分野の構築と  
循環型社会への対応について  
ダイジェスト版

建設産業と農業を考える会



## ■調査・研究の目的

### ●調査・研究の背景

建設業は、将来も含め公共投資が抑制される現状の中、工事量が減少し経営がきわめて厳しい環境に追い込まれている。こうした事情により経営規模の縮小による人員削減等が進められていくとすれば、雇用の受け皿であった建設業は、ある意味その存在意義を失うことになる。また重機等も使用されない状況が負の連鎖を呼び、経営を圧迫している。

また、建設廃棄物の処理費が嵩む中、一部の廃棄物を除いてはリサイクルされないことから、循環型社会への取り組みを考えた場合、非常に非効率である等の課題がある。

### ●調査・研究の目的

今後の建設業の方向性を探るため、津軽・生命科学活用食料特区を利用した農業を行い、雇用の確保を含め経営的に成り立つかを研究する。また、建設廃棄物、食料残渣等をリサイクルすることによって農地の土壌改良材や有機肥料等に利用できるかを合わせて調査研究する。津軽・生命科学活用食料特区を最大限に利用し、農業の活性化及び循環型社会への取り組みを産・学・官の連携により、建設業の再生と一体として安心できる生活を保障されるような産業構造を追求していきたい。

本調査・研究において方向性を示し、次のステップとして会社設立等に向け具体的な行動に移す足がかりとする。

## ■基礎調査

中南地方農林水産事務所・弘前地域農業改良普及センターの協力で資料の提供及びレクチャーを実施。

- 津軽地区休耕地の調査
- 津軽地域における主な栽培品種とその概要

## ■視察

弘前市川合地区「小堀農園」にてハウス栽培「冬型農業」を調査。

- 大手食材会社との契約栽培により安定した収入を確保
- 冬型農業に切り替えた事による繁忙期の人員確保が容易になった

## ■視察

岩手県「小岩井農場」において観光農場の可能性とバイオマス発電への取り組みを調査。

- 年間観光客55万人を確保し、経営にシめる割合が高い
- 観光と二次加工製品を結びつけ、ブランドのイメージアップと中央でのレストラン経営など販路・事業を開拓している

## ■視察

板柳町「板柳町ふるさとセンター」において販路の開拓と二次加工品の可能性を調査。

- 二次加工品のブランド化により生食用の販売も増加している
- 大手デパート等へ職員の直接営業が販路の開拓に大きく寄与している

## ■視察

弘前市向外瀬地区のハウス栽培を中心とした野菜づくり農家「石田農園」を調査。

- 低農薬栽培で大手スーパーとの契約栽培が主力
- 1年を通じた作付けと収穫が可能なハウス栽培を経営の中心にしている

## ■研修

農業参入事例の講演会を開催。

- 三菱総研において「建設業者の農業参入」をテーマに研究している方を講師に迎えて全国の農業参入事例を紹介してもらい、今後の活動計画に反映させた

## ■問題点と課題

### ■経営と販売

- 園地整備と初期投資
- 収益金額と労務費
- 技術開発と経費
- 経営形態
- 他産地、他園地との差別化
- 販路の確保
- ブランド化と戦略
- 二次加工と加工場及び製品化
- 観光農園と貸し農園
- 天候と相場のリスク

### ■作業の習熟と労務管理

- ピーク時労働力の確保
- 作付け品種の組み合わせ
- 農地集中と効率の良い作業

### ■地域の未来と事業の将来性

- 循環型社会への対応
- トレーサビリティと情報公開
- グリーンツーリズムへの対応
- 地域コミュニティとの連携
- 建設廃棄物のリサイクル
- 建設業とのマッチング

## ■建設業者の農業参入におけるメリット

### ●経営

- 資金力や経営実績があるので初期投資や借入が容易
- 経営ノウハウの蓄積
- 補助金などの制度が多い
- 特区を活用した施策を利用できる
- 技術習得を容易にするための施策が多い
- グループで参入することによりリスクの分散ができる
- グループ参入のスケールメリットが期待できる
- 過剰人員の投入により雇用の確保ができる

### ●作業と労務管理

- 技術マニュアルに沿って作業を行うことが得意
- 従業員のほとんどが農業に携わっている
- データの管理と蓄積が得意
- 繁忙期の人員確保が容易
- グループ間で技術の融通ができる

### ●園地等の基盤整備

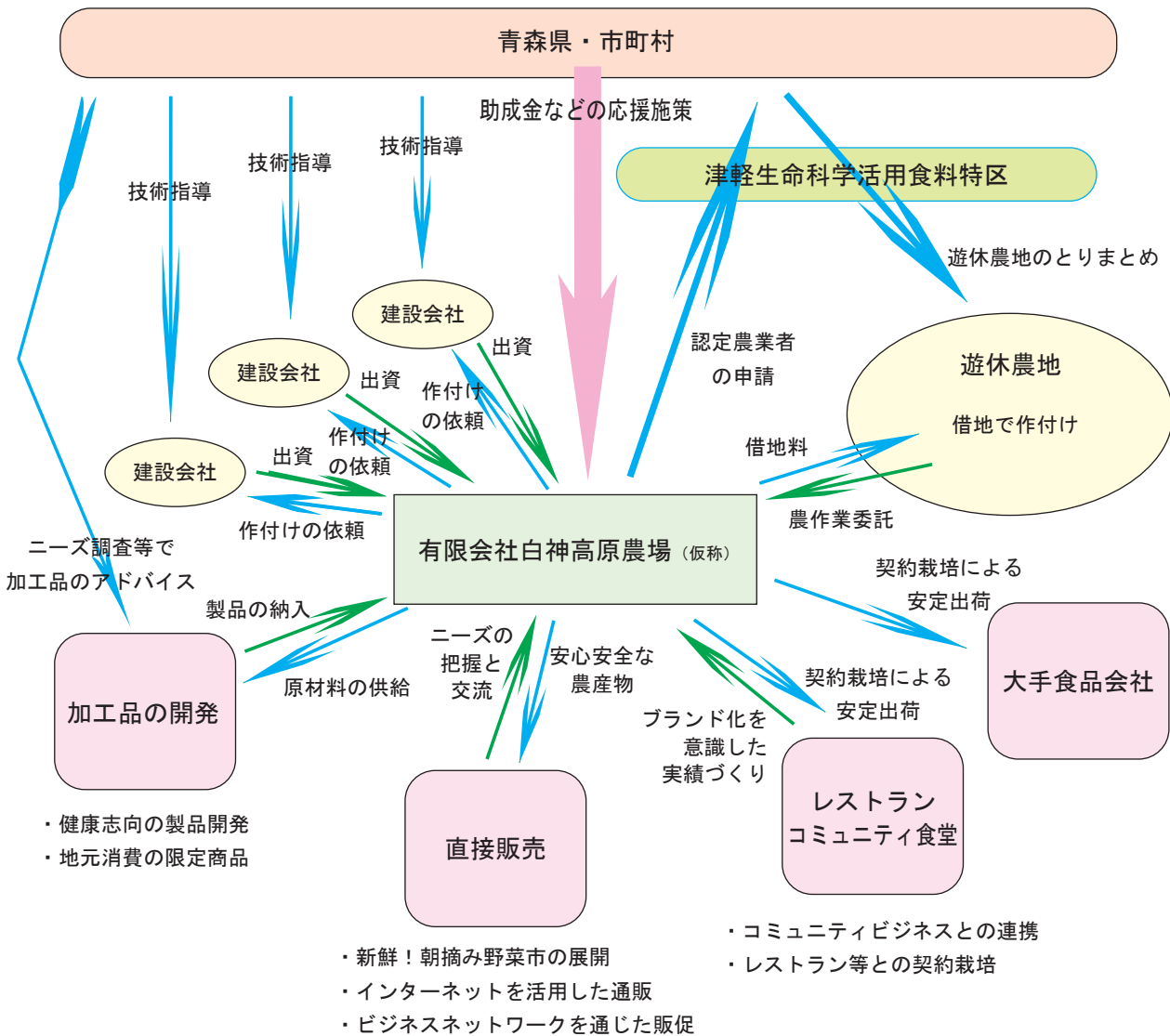
- 園地整備における自社施工が可能である
- 残コンクリート等建設資材の転用ができる

### ●事業の将来性

- 後発の利点として収益性の高い作物を選定できる
- ビジネスネットワークを活用した販売が可能
- 循環型社会への取り組みが社会的要請となっているため無農薬、減農薬、有機栽培が基本になる
- ライフスタイルの変化によりグリーンツーリズム、農村回帰がブームになりつつある
- 都市と農村を結ぶ拠点となる可能性がある
- 地域コミュニティと連携したコミュニティビジネスと連動できる
- 直営レストランや加工品の開発により安定した価格を設定できる

■農業生産法人運営イメージ

- 有限会社を設立し、農業生産法人になることにより多くの助成が受けられる
- 認定農業者の申請により低利の融資が受けられる
- 遊休農地を利用した路地栽培と各社の土地を利用したハウス栽培
- 「世界自然遺産白神産地」と清涼感をイメージさせる「白神高原野菜」ブランドの確立
- 地域コミュニティとの積極的な連携＜地産地消と顔の見える農業の推進＞
- グリーンツーリズムや体験型観光拠点としての市民農場「白神高原農場」の運営
- 都市における「田舎帰り運動」と連携した農園付き別荘・住宅などの開発
- 県の総合販売戦略課と連携しフェア等への積極的な出展を行い販売先の開拓に努める
- レストランや加工工場の経営



## ■農業参入スケジュール

---

### 2005（第1ステージ）

- 農業生産法人（有限会社）の設立
- 農業経営参入推進事業の活用
- 認定農業者の申請
- グループ各社の土地を利用して実験農場（栽培ハウス）を建設  
（あおり「冬の農業」施設整備対策事業活用）
- 生産指導を受けながら多くの品種を作付け、技術の交換を図る
- 作付け品種の絞り込みと人員配置の仕組みづくり
- 「新鮮！朝摘み野菜市」の展開
- 農場・共同集出荷場など拠点づくりの検討
- ブランドデザインの策定

---

### 2006

- 生産技術の習得と情報交換
- ブランド化に向けたアクション
- グリーンツーリズムの調査研究
- 循環型環境農業の調査研究
- 本格的生産に向けた販路の開拓
- 農場・共同集出荷場など拠点づくり

---

### 2007（第2ステージ）

- グループによる本格生産開始
- グリーンツーリズムや体験型観光関連施設の検討と実施計画の策定
- 二次加工品の開発

---

### 2008

- 農村と都市をむすぶ拠点づくり
- 二次加工品製造・販売
- 直営レストランの検討

---

### 2009（第3ステージ）

- 農村と都市をむすぶ拠点づくり、市民農場「白神高原農場」の運営
- 直営レストランの展開