建設産業委員会行政視察報告書

１　視察期間

令和８年８月３日　午後１時３０分～午後３時００分

２　視察都市

静岡県牧之原市

３　参加者

芦川和美委員長、本間昭男副委員長、鈴木百合子委員、浦木尚行委員、大迫由美子委員、
江塚　学委員、芥川栄人委員
同行（研修時のみ）牧野ひろみ経済産業部長、新井禎章農林水産課長、
河合高宏農林水産振興グループ長、藤　大地農林水産振興グループ主査、
北澤友康農林水産振興グループ副主任
随行　村井智和主査

４　視察事項

持続可能な農業について

５　考察

次のとおり

Ⅰ　牧之原市　人口：41,344 人・面積：111.69 ㎢（令和８年４月１日現在）

1　持続可能な農業について

○ 波乗りレモンブランド構築と地域活性化

⑴ 概要

牧之原市では、茶価低迷の深刻化による農業所得の低下や茶園の荒廃化進展等の課題を抱える中､お茶に次ぐ目玉となる農作物の開拓と荒廃農地の収益化が求められていた。課題解決に向けた取り組みとして、令和３年１月の「ゼロカーボンシティ宣言」により「環境にやさしい農業の推進」を図るため、令和４年度より「オーガニックまきのはら事業」としてバイオ炭事業と新規特産品の掘りだしを実施した。令和５年８月に生産者が主役の部会が設立され、同年９月にブランド名「波乗りレモン」が決定した。令和８年２月には「波乗りレモン産地計画」が策定され事業を展開している。

① 担い手・新規就農および兼業モデルの考え方

専業農家に限らず、お茶を続けながら取り組める「兼業・副業モデル」として設計されている。地域おこし協力隊も栽培やＰＲに深く関わり、定住や農業継続への橋渡しとなっている。

② 茶農家へのアプローチと「その気にさせる」手法

茶農家に対し「お茶にかける労力の３割程度で十分」と負担軽減の方針を示して栽培のハードルを下げている。競合に対しても情報をオープンにしつつ、民間側（シンコムアグリテック株式会社）が販路やＢ級品の引き取り（高値買取など）を確実に担保し、「必ず買う・売れる」という信頼関係を構築して生産者のモチベーションを引き出している。

③ 数値目標とマーケティング戦略

当初から「日本一」を掲げつつ、数字が一人歩きしないよう配慮している。

生産量をわずかに上回る需要（ちょっと足りない状態）を維持することで、ブランド価値と価格・流通の安定を図っている。

④ 市民や民間事業者の巻き込み方とバランス

レモンを使ったケーキや商品開発の際、パッケージ、見せ方、ストーリーラインの語り方を厳しく指導・確認してブランドの質を担保しており、その徹底したコミュニケーション量が結びつきや巻き込みに繋がっている。

⑤　学校教育や地域との連携（地元高校生の取り組み）

小中学校の探求授業時に、考えても行動に移せなかった子供たちが高校生へと成長（商業科の生徒など）し、本事業に関わることで、実際にレモンを使った商品企画や給食メニューの提案といった行動を起こせるようになっており、主役として地域に関わるやりがいや楽しさを実感している。

⑵　考察

茶農業という共通の背景を持つ牧之原市が取り組むこの事業は、委託先民間事業者の機動力と、生産者主体の自主性を組み合わせたアプローチとして非常に参考になった。

専業農家に限定せず、既存のお茶栽培と両立できる「兼業・副業モデル」としてハードルを下げたことが、多くの生産者の離脱を防ぎ、新規参入を促す大きな要因になっていると感じた。

単なる農産物の生産にとどまらず、B級品の積極的な活用や高値買い取りによるモチベーション維持、さらには「ちょっと足りない」状態を維持する需給バランスのコントロールなど、ブランド価値を保つためのマーケティング戦略が徹底されている。

行政が初期の下地作りや補助金等の支援を行いつつ、早期に民間・部会が自立して活動するパートナーシップの形は、今後の磐田市における特産品振興や農業政策において大いにいかすべき視点だと感じた。