課題名　琴浦梨生産部の新規就農者の育成確保及び園地継承支援
所属名　鳥取県　東伯農業改良普及所

＜活動事例の要旨＞

琴浦梨生産部は、販売額約 10 億円を誇る県内屈指の生産部である。しかし、近年は高齢化に伴う生産基盤の脆弱化が深刻な課題となっており、平成 30 年のアンケートを基にした将来予想では、令和 10 年に「産地消滅」の危機に直面するという極めて厳しい予測が示された。この事態を受け、新規就農者の確保と受け入れ体制の抜本的な整備を最優先課題に掲げ、関係機関が集結する「将来を考える会」や生産部内に「新規就農担当」の設置を提案した。

その結果、新規就農担当による産地の情報発信や就農希望者への対応が行われる仕組みや、円滑な園地継承を行う「琴浦梨バトン制度」が確立された。また、産地の将来ビジョンの周知・共有により産地が一丸となって次世代を支えるという主体的な組織風土が出来上がった。

一連の活動により、産地消滅というシナリオを回避し、生産基盤は安定的に推移している。かつてはほとんどいなかった新規就農者も、活動開始以降着実に増加しており、令和 9 年度以降も就農予定者が控えるなど、担い手確保の好循環が確立された。また、生産基盤の維持と近年の高単価に支えられ、令和 7 年度は合併後最高かつ県内 1 位の販売額を記録した。このように、仕組み（ハード）と意識（ソフト）の両面からアプローチした普及活動は、琴浦梨を県内梨産業を牽引する活力ある産地へと再興させる原動力となった。

１　普及活動の課題・目標

（１）背景

鳥取県の梨産業の中核を担う琴浦梨生産部は、平成 23 年に東伯梨生産部と赤碕果実部が合併することで誕生したが、生産者の高齢化に伴う離農が加速しており、発足から平成 30 年までの 7 年間で戸数の 30%、栽培面積の 40%を失う事態となった（図 1）。さらに、同年に全生産者を対象として実施した「今後の栽培意向についてのアンケート」では、今後 10 年間で戸数はさらに 80%、栽培面積は 67%減少するという極めて厳しい将来予想が明らかとなった（図 2）。

この結果を受け、産地維持に向けた新規就農者および後継者の確保、ならびに受け入れ体制の整備が急務となっていた。

（２）課題・目標

生産基盤の減少による産地消滅の危機を回避するためには、新たな担い手を継続的に確保するとともに、既存の優良園地を円滑に次世代に継承することが必要であると考えられたため、新規就農者の確保と園地継承の推進を一体的な課題として設定した。

活動に当たっては、産地全体で新規就農者を受け入れる体制を整備することに加え、産地の魅力を積極的に発信することで、年間２名以上の新規就農者を継続的に確保することを目標とした。また、就農希望者が条件の良い圃場に入植することで、早期に経営を安定させられるよう、園地の評価方法を確立するとともに、所有者と希望者の情報を整理し、円滑にマッチングできる園地継承の仕組みの構築を目指した。

本計画の特徴は、新規就農者の募集・確保のみを目的とするのではなく、就農後の経営基盤となる園地確保までを一体的に進める点にある。これにより、新規就農者の早期経営安定と後継者不在園の廃園防止を同時に図り、産地の持続的な維持・発展につなげることとした。

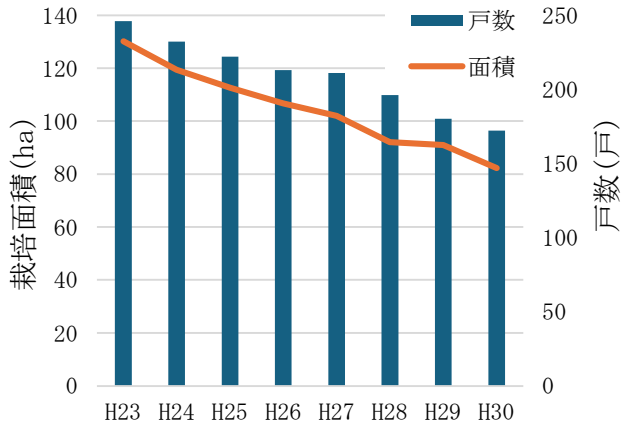


図1　栽培面積と戸数の推移

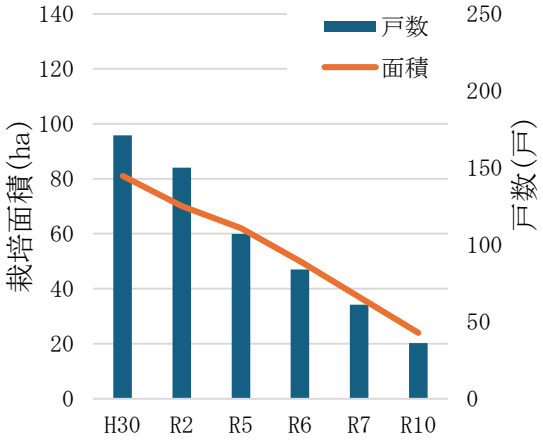


図2　栽培面積と戸数の予想推移

２　普及活動の内容

（１）新規就農者の確保

令和元年に生産部、JA、役場、県といった関係機関が集結して産地の未来を切り拓くべく「琴浦梨の将来を考える会」（以下、将来を考える会）を発足させた。本会では多角的な検討を行い、①町報やケーブルテレビを活用した「梨栽培の魅力発信」、②早期多収・省力化により新規就農者が取り組みやすいジョイント栽培の導入、③親元就農の促進と受け入れ態勢の整備を平行して実施した。これらの取り組みにより町内から就農相談者が現れるなど一定の効果が見られ始めた矢先、新型コロナウイルスの影響により活動停止が余儀なくされる事態となった。

ア　将来を考える会の再始動

コロナ禍で活動が停止した２年間（令和３～４年）の間に産地内での危機感の風化が懸念されたため、令和 10 年の将来予想に基づき、「今、手を打たなければ産地維持は困難である」という危機意識を関係機関と共有することから再スタートを図った。具体的には、生産部役員会や関係機関との協議を重ね、将来予測に基づいた具体的な数値を用いて担い手対策の必要性を繰り返し説明することで合意形成を進めた。この働きかけが起点となり、令和５年より「将来を考える会」は再び活動を本格化させることとなった。

イ　新規就農担当の配置

産地の魅力発信や新規就農者確保の取り組みを一時的な活動に終わらせず、継続的な仕組みとして定着させるためには、生産者自らが主体となって動く体制が必要であると考えた。

そこで普及所は、生産部内に「新規就農担当」を新たに設置することを提案した。当初は役割や活動内容が明確でなかったことから、生産部役員と協議を重ね、就農希望者への対応、産地体験会の運営、情報発信の中心的役割を担うことと整理した。その結果、より現場に近い視点での魅力発信や就農希望者と産地を繋ぐ「顔」となる役割を担うものとなり、活動に対する生産者の協力が得やすくなったほか、就農希望者に対するリアルな情報提供が可能となった（写真 1）。



写真１　新規就農担当

ウ　新規就農担当の募集活動への支援

（ア）　産地体験会の実施

琴浦梨の魅力を肌で感じてもらうべく「産地体験会」の開催を提案した。本会では新規就農担当が主体となって活動できるよう、普及所は企画、チラシや HP 等による周知、関係機関の事前連絡調整、当日運営補助等の後方支援に徹した。

令和6、7年とも6月に「大袋かけ」、9月に「収穫体験」を開催した。開催にあたっては関係者が繰り返し打ち合わせを行って準備した。本会では新規就農担当が自身の経験に基づいた説明を行うなど、参加者から「梨づくりの具体的なイメージが湧いた」と高い評価を得た。本取り組みを通じ、琴浦町での梨づくりを前向きに検討する候補者が現れるなど、産地 PR と担い手確保の双方において着実な成果が得られつつある（写真2）。



写真2　産地体験会

（イ）　就農相談会への出展

従来、県農業経営・就農支援センターが主催し、県内で開催している就農相談会への出展に加え、都市部で開催される県外の就農相談会への出展を新たに提案した。普及所は関係機関と連携し、産地の強みや支援制度を視覚的にまとめたPR資料の作成支援から当日の相談ブースにおける具体的な就農制度の説明といった専門的な助言等のバックアップを行った。また、新規就農担当とともに生産部内の移住・就農者から移住や就農当時に抱えていた不安や葛藤の聞き取りを行い、相談者が抱きやすい悩みや疑問を整理した。これらの内容を相談対応に反映することで、新規就農担当が自身の経験だけでなく、実際の移住・就農者の事例も交えながら、就農希望者の不安に寄り添った説明ができる体制を整備した（写真3）。



写真3　就農相談会

エ　生産部公式 Instagram による戦略的広報の展開

新規就農担当の設置に伴い、産地の認知度向上とファン層（就農希望者・消費者）の拡大を目指した新たな発信基盤として、生産部役員および新規就農担当が主導する公式 Instagram の運用を提案した。提案後、速やかに体制が整えられ、令和7年3月から投稿を開始した。普及所は運用担当者と密接に連携し、産地の日常と魅力を可視化するための企画提案や視覚的効果の高いイベント写真の提供など、コンテンツの充実を支援した。

アカウント開設当初は担当者による主体的な投稿は少なく、普及所からの企画提案や素材提供を中心とした運用となっていた。しかし、フォロワー数の増加や投稿への反応を通じて、産地の知名度向上やPR効果を担当者が実感したことで、情報発信に対する意識が高まり、自ら企画・投稿を行うようになった。その結果、運用開始から約1年で120件の投稿を行い、フォロワー数は900名を超える規模にまで拡大し、着実な成果を上げている（写真4）。



写真4　新規就農担当の活躍（Instagram）

現在も投稿に関する反応（いいね・フォロー等）は増加し続けており、産地情報をダイレクトに届ける有力な PR 媒体として成長を遂げていることから、今後も持続的な発信体制を維持できるよう継続的に支援していく。

（2）既存園の園地継承推進

ア　栽培意向調査の実施と園地マップの作製

産地の存続性を確保するには、リタイア予定の園地を早期に把握し、次世代へ繋ぐ仕組みが不可欠である。そこで、全生産者を対象とした「栽培意向および貸出可能園に関するアンケート調査」の実施を提案した。当初は「園地を貸し出すことへの抵抗感」や「個人情報が公開されるのではないか」といった懸念の声もあったことから、生産部役員と連携し、本調査は園地継承を円

滑に進めることを目的とすることや、情報の取り扱い方法について丁寧な説明を重ね、理解醸成に努めた。その結果、将来的に第三者への貸出可能な園地 11 件を把握することができた。

さらに、これらの園地を円滑に次世代へ繋ぐため、客観的な評価基準が必要と考え、立地条件や樹体状況を客観的に数値化する「園地評価」の導入を提案した。この提案は生産部役員会において「産地の資産を可視化する画期的な試み」として高く評価された。普及所は評価項目の素案を作成した上で、生産部役員とともに現場の実情に即した内容へとブラッシュアップを重ね、評価方法を確立した。これにより、園地の良否を客観的に比較できる仕組みが整備され、就農希望者との円滑なマッチングに向けた基盤を構築することができた。

イ　琴浦梨バトン制度の構築と円滑な園地継承の実現

新規就農における最大の障壁である「園地の確保」に対し、組織的な解決を図るべく「琴浦梨バトン制度」を構築した。

栽培意向調査によって把握した貸出可能園に対し、普及所が地域の指導員とともに園地評価を行い、栽培条件や基盤整備状況を多角的に評価し、園地情報をリスト化した。そのうち、一定の評価基準を満たす園を「継承推奨園」として選定し、就農希望者等へ優先的にマッチングする仕組みを整備した。本制度の運用により、令和 5 年には新規就農者 3 名へ 3 園、令和 6 年には 3 名へ 4 園（3 戸）が効率良く継承された。加えて、規模拡大を希望する既存生産者に対しても継承が行われ、令和 6、7 年で計 10 件の園地継承が行われている。このような流れが確立されたことで、新規就農者が生産基盤の整った園で営農開始できるとともに、後継者不在園の廃園防止にもつながる園地継承の流れを産地内に具体化することができた。

一方、制度を運用する中では継承推奨園の確保と就農希望者の確保を同じタイミングで進めることの難しさが明らかとなった。園地評価を行っても基準を満たさない場合や、適切な就農希望者が現れずマッチングに至らない事例もあった。そのため、園主から継承希望者の状況を尋ねられることも多く、継承を希望する園地と就農希望者の双方を継続的に掘り起こす必要があった。



図 3　将来ビジョン

また、園地継承を円滑に進めるためには園主本人の意向だけではなく、農地を相続する可能性のある親族の理解を得ることも重要であった。園主と就農希望者の間で合意していても将来の相続時にトラブルが発生するおそれがあるため、園主にはその場で結論を出さず、家族を含めて十分に検討した上で意思決定するよう働きかけた。この確認作業には時間を要したものの、将来にわたり安定した園地利用を図る上では欠かせない過程であった。

園地評価の実施に当たっては、普及員による調査は受け入れられても、評価結果を新規就農担当に見られることに抵抗を示す生産者もおり、評価に携わる者や情報の取り扱いに配慮する必要があった。また、これまでのマッチングでは、園地と就農希望者が同時に見つかった場合、双方に複数の選択肢を十分に示さないまま紹介を進めた事例もあった。園地条件だけではなく、園主と就農希望者の考え方や人間関係の相性が継承後の営農継続に影響する可能性があるため、今後は複数の候補を提案した上で双方の意向や役割分担、継承後の関わり方まで丁寧に確認し、納得に基づくマッチングを進める必要がある。

ウ　産地将来ビジョンの策定と当事者意識の醸成

新規就農確保に向けた様々な取り組みを円滑に運用していくためには一部の関係者だけではなく、産地全体の理解と協力が不可欠である。そこで、仕組みの形骸化を防ぎ、全生産者に当事者意識を根付かせるため、産地の現状や将来の数値目標、受け入れ体制を明確にした「産地将来ビ

ジョン」（図 3）を策定した。

本ビジョンでは、産地の深刻な状況を数値で示すとともに、具体的な数値目標や整備された受け入れ体制を明文化した。これを全生産者に周知・共有することで担い手確保を産地全体で取り組むべき課題として共有し、新規就農者を受け入れる土壌づくりを進めた。一方、本ビジョンの説明を普及所が行ったため、「普及所が進める取り組み」として受け止められる場面もみられた。生産者自身の当事者意識をさらに高めるためには、生産部役員や新規就農担当が自ら説明し、その必要性や将来像を自分たちの言葉で伝えることが重要であったと考える。

３　普及活動の成果

（１）産地消滅の回避

当初の将来予想では令和 10 年には産地の存続が危惧される厳しい状況であったが、担い手確保と受け入れ体制の整備を軸とした一連の取り組みにより、生産基盤の減少に歯止めをかけることに成功した。令和 2 年以降は生産者数・栽培面積ともに概ね横這いで推移しており（図 4）、危機的状況からの脱却を果たしている。

また、生産基盤の維持に加え、近年の高単価が追い風となり令和 7 年度の販売額は合併以降の最高額を更新した（図 5）。その結果、県内トップの販売額を記録するなど、活力ある産地へと再興を遂げた。

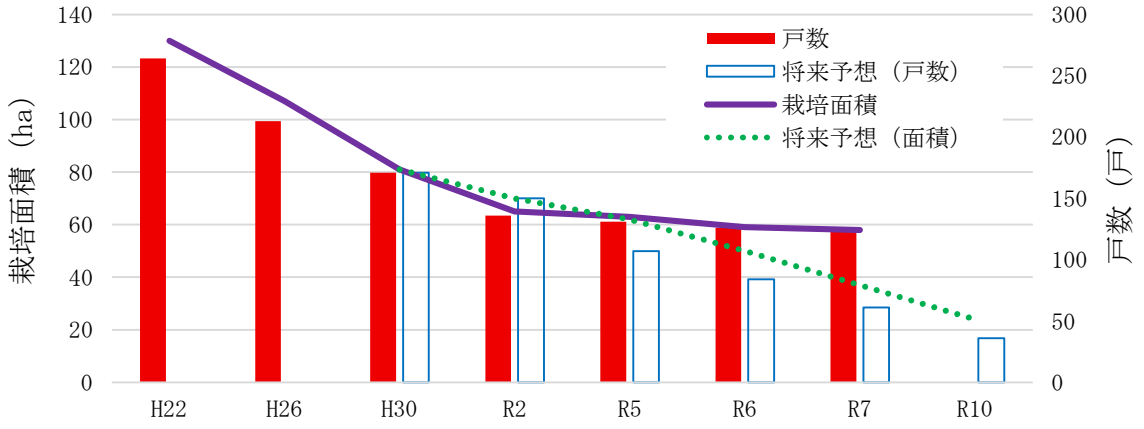


図4　生産者数と栽培面積の推移（将来予測との比較）

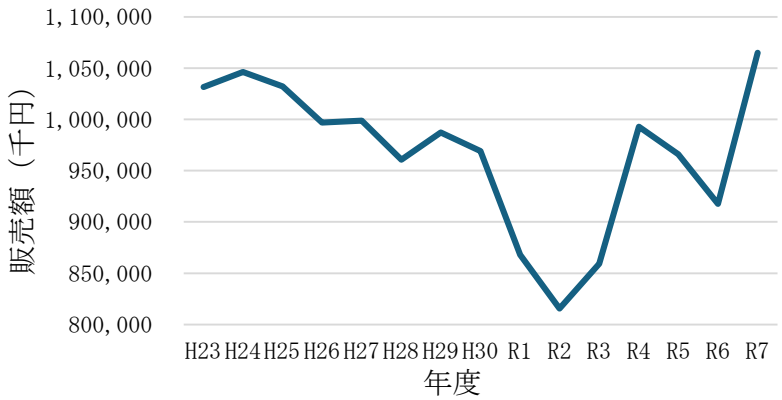


図 5　販売額の推移

（２）生産部における主体的な活動の定着と意識の改革

「将来を考える会」や新規就農担当の会議において、産地存続に向けた建設的かつ活発な意見交換が定着した。特に、新規就農担当が自らの経験を基に産地体験会や就農相談会の第一線で産

地の魅力を発信し続ける姿は生産部全体に好影響を与え、若手・ベテラン双方の良い刺激となっている。

当初は外部からの新規就農者募集に慎重な声が強く、親元就農を中心に進める意向であったが、取り組みの進展に伴い生産部役員の意識も着実に変わってきた。現在では、より多くの担い手を確保するためのアイディアを次々と提案される状況にある。令和8年度は多様な視点を反映させるべく、女性の新規就農担当が登用された。このように、生産者自らが「次世代の受け入れ」を自らの役割として位置付ける様になったことで、産地全体で新規就農者を迎え入れる体制が整備されたことは、一連の活動における大きな成果といえる。

（３）新規就農者の増加

一連の活動が行われる以前は、新規就農者がほぼいなかったのに対し、近年は毎年新規就農者を確保していることから、産地活性化への手応えを感じている。特筆すべきは、当初の目標を上回る実績を維持しているだけではなく、令和9年度以降も就農予定者が控えている点である。こうした傾向は受け入れ体制の整備や産地 PR が実を結んだ結果であり、琴浦町での梨作りに未来を感じ、高い意欲を持って飛び込んでくる若者の増加は産地全体の士気を大きく高めている。

４　今後の普及活動に向けて

（１）新規就農者確保の取り組みを継続

新規就農者の確保は一過性の取り組みではなく、中長期的な視点での継続が必要である。今後も Instagram や栽培体験会等を通じて積極的な産地の魅力発信を行うよう、引き続き支援していく。

（２）新規就農者の定着および生産安定の取り組み支援

新規就農者が就農後、早期に経営が安定するよう栽培指導や経営指導を支援する。また、生産部内の若手勉強会グループへの加入および活動への参加を促し、新規就農者同士や先輩生産者と交流を深めることで、産地全体で孤立を防ぎ、継続的にフォローアップする支援体制を構築する。

（３）産地の主体的な運営体制の確立

現在、一連の活動は普及所の提案が起点となっている側面がある。今後は生産部が自律的に運営を行っていけるよう支援を行うことで普及所が担う役割を段階的に縮小し、生産部が担う割合を拡大することで、より産地が主体となって取り組める体制の構築を目指す。

（執筆者　長谷川諒）