

共栄近文二期地区における取組及び効果

令和5年度に完了した「国営緊急農地再編整備事業 北野地区」は「共栄近文二期地区」の受益内であり、農地再編整備事業の実施に伴い効果が発現。

農地再編整備整備事業では、農地の大区画化により代掻きや畦畔の草刈り時間の短縮に繋がったとともに、事業をきっかけとしてGNSSガイダンスや自動操舵システムを導入したことで、更なる労働時間の短縮に繋がったことで、**高収益作物の作付面積が拡大**。また、暗渠排水を活用した地下かんがいを導入したことで、直播栽培も拡大している。

さらに鷹栖町内では、農地再編整備事業をきっかけとして新規就農者数が増加、若手農業者が増加したことにより、**休止していた祭りが復活、田んぼダム等への参加者増による防災の強化、若手を中心とした地域のイベント開催にも繋がっている**。

「北野地区」の用水は、近文頭首工から幹線導水路、近文幹線用水路を經由して配水されていることから、「共栄近文二期地区」にて頭首工及び用水路を改修し、**用水を安定的に供給することで、地域の農業経営の安定化を図るためにも計画的な事業の実施が必要**。

◆国営緊急農地再編整備事業「北野地区」をきっかけとした効果

【スマート農業の導入】

大区画ほ場のメリットを最大限に利用するため、事業をきっかけとしてGNSSガイダンスシステム及び自動操舵システムを活用したスマート農業の導入が進んでいる。

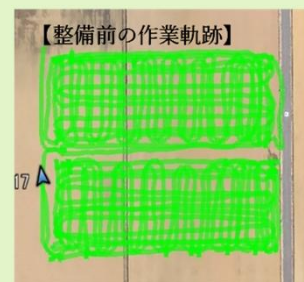
北野地区での整備をきっかけとして、受益者がGNSSガイダンスシステムを導入、水稻の代かきや施肥作業に自動操舵機能を活用した**効率的な農作業を実現**。

鷹栖町では令和4年度より補助事業（農地耕作条件改善事業）を活用しながら導入、**令和8年度時点で65基が稼働している**。

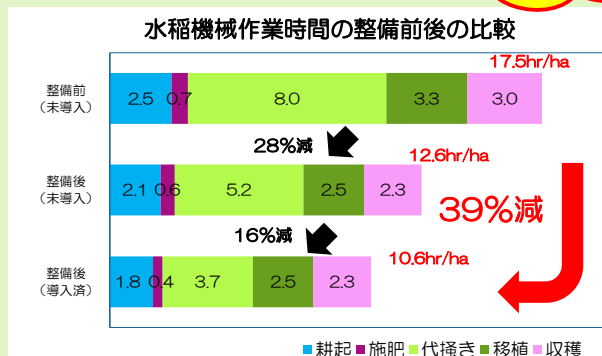
【水稻機械作業時間の軽減】

整備前後の労働時間を比較できる受益者を対象として集計を行った結果、ほ場の大区画化により、整備後のほ場では農業機械の巡回回数の減少や作業速度が向上し、水稻のほ場での主な機械作業時間は、整備前の17.5hr/haから整備後には12.6hr/haと28%（△4.9hr/ha）削減された。

事業による基盤整備に加え、さらにGNSSガイダンスシステム・自動操舵システムを導入したほ場では、整備前と比較して**作業時間が約4割軽減**。



農作業時間の軽減



※「導入」とは耕起、施肥、代掻き作業にGPSガイダンス付作業機を導入

◆国営緊急農地再編整備事業「北野地区」をきっかけとした効果

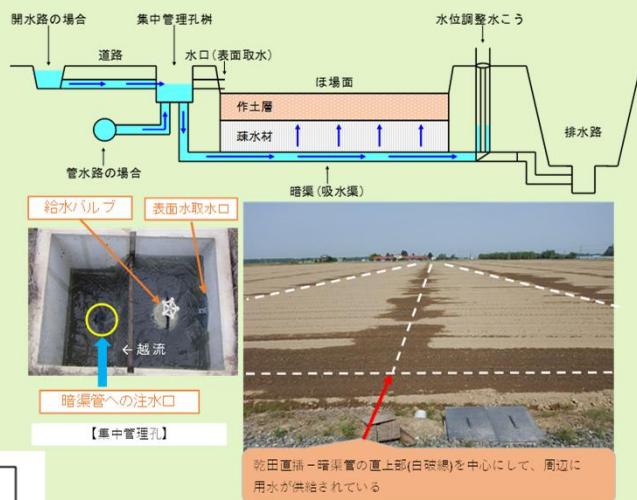
【地下かんがいによる直播栽培の拡大】

区画整理に併せて「地下かんがい」を導入したことで直播栽培への取り組みが拡大。

直播栽培は、育苗作業及びハウスの増設を必要としない栽培方法として普及しており、作業時間は、整備前の移植栽培と整備後の乾田直播栽培の作業時間を比較すると、作業時間が14.5hr/haから5.4 hr/haとなり、**63%の節減**に繋がった。

鷹栖町内では、52haで直播栽培に取り組んでいる。
(湛水44ha、乾田8ha)

移植・直播の作業時間の比較



集中管理孔・地下かんがい模式図

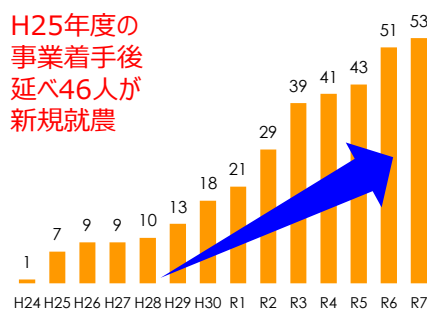
農作業時間の
軽減

【新規就農者の増加】

事業を契機として鷹栖町内の新規就農者が増加。若手農業者が増加したことで、高齢化により休止していた地域の獅子舞保存会が復活、地域のイベント開催など、**地域の活性化**に繋がっている。

また、堰板の操作が必要となる「田んぼダム」への取り組みや、町内の水防訓練にも、**地域の防災強化**にも繋がった。

新規就農者延べ人数（鷹栖町）



田んぼダムへの参加



地元神社の獅子舞
(鷹栖町HPより)

地域の活性化

防災強化

【高収益作物の導入】

省力化により生み出された時間を活用し、**高収益作物であるトマトの養液栽培の作付け面積が拡大**。加工品は町内の物産館やネット等で販売している。

また高収益作物である「トマト」「きゅうり」の導入にあたり、鷹栖町が運営する「あったかファーム（農業交流センター）」で研修、**新規就農を支援**している。

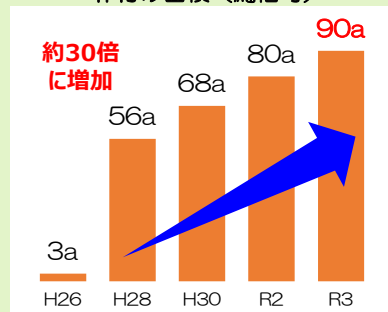


鷹栖町農業振興公社、旭川高専、鷹栖町で共同開発したトマトのお酒「リコピナーージュ」



鷹栖町の完熟トマト100%のトマトジュース「オオカミの桃」

トマト養液栽培
作付け面積（鷹栖町）



※養液栽培とは、水に溶かした肥料を植物の株元に届ける栽培方法。収量の増が期待できる。



あったかファームでの研修
(鷹栖町HPより)

新規就農者への
支援

高収益作物の
作付拡大

6次産品の販売

◆地域の活性化及び取組み（鷹栖町）

【鷹栖町ブランド推進協議会】

令和4年4月に農業者4名、地域おこし協力隊1名、大学教授1名の計6名で結成。全員が蔬菜の作付に取り組む複合経営を実施。

協議会の目的は「たかすてき(鷹栖町の隠れたすてき)」をテーマとして、鷹栖町産農産物のブランド力向上、町民のシビックプライド醸成、地域資源の活用による、地域の持続可能な成長の可能性追求であり、産官学で連携して農産物の販路拡大・魅力発信・認知拡大に向けた取組みを実施。

〈主な活動事例〉

- ・「たかすてき」を標語としたロゴシール、ポスター、ポップ等を小売店に設置
- ・小売店での野菜販売（協議会コーナー設置）、宅配サービスへの出品
- ・6次化商品の開発（米粉ケーキ、米コーヒー）
- ・SDGsの観点から、農協の出荷規格に合わない農産物の組織的な出荷を実践
- ・学校給食への定期的な食材供給
- ・イオン北海道の「イオンチアーズクラブ」と連携した食育活動
- ・養護学校生徒の職業体験受け入れ
- ・農研機構が開発した冷涼地向けのサツマイモ新品種「ゆきこまち」の試験栽培を開始



鷹栖町ブランド推進協議会
「たかすてき」ロゴマーク



鷹栖町ブランド推進協議会メンバーの農業者



チアーズクラブのトマト収穫体験



小売店の協議会コーナー

新規就農者の取組

地域農産物の
ブランド化

【NAT（ナット）】

令和元年設立。NAT「Next Agri.Takasu」は、新規就農者8名(うち地区受益者5名)、普及指導員1名で構成。目的は、持続可能な農業経営を目指し、自分たち新規就農者と鷹栖町の営農レベルを向上させること。

活動内容は、今まで経験や感覚で受け継がれてきた営農技術を、明確な根拠に基づきアップデートすることを主題として、その研究で学んだことをSNSへの投稿などで情報発信している。また、食味に拘ったブレンド米の販売や新規作物への挑戦を行い、収益の一部を子供たちに向けた食育活動につなげる形で、地域貢献も行っている。

〈これまでの研究事例〉

- ・収量を安定させる施肥工程 → 水稻の収量を安定させるため、窒素切れが起きにくい施肥工程
- ・直播栽培の研究 → 直播栽培の収量を安定させる手法



北海道青年農業者会議の発表で優秀賞受賞



ブレンド米の生産



NAT構成メンバー

6次産業化

持続可能な
農業経営

【田んぼアート】

JAたいせつ青年部が生産地と消費者とのつながりを深めることを目的として、旭川市東鷹栖で平成18年より開始。

6月に農業関係団体や旭川市内の小学生による田植え体験により田植えを実施。8月中旬には「田んぼアート」の魅力発信のため「田んぼアートフェスティバル」を開催。フェスティバルでは地元農産物の販売や飲食店ブースを出展。

地域イベントの
開催



R7年度の田んぼアートフェスティバル（JAたいせつHPより）



田植えには旭川農業事務所職員も参加（R8.6.5）



◆地域の活性化及び取組み（鷹栖町）

【合同会社「eMIPLUS(エミプラス)」】

地区受益者7名により、令和5年8月設立。

令和4年から「PATATAKITCHEN(パタタキッチン)」という名称で、近郊のイベントなどにキッチンカーでの飲食物販売を行い、認知度や販売ノウハウが高まってきたことから、6次産業化を視野に会社を設立。

また、鷹栖町内に6次産業化の拠点となる「パタタカフェ」をオープン。自社及び地域で生産した農作物を利用した飲食物を提供。

北野地区ににぎわいをつくろうと、令和6年より「音THE笑(オンザショウ)タカフェス」を企画、開催。

タカフェスでは、町の特産品を紹介したイベントも実施され地区の活性化に貢献。

6次産業化



【PATATAKITCHEN(パタタキッチン)】

地域イベントの開催



【タカフェス】



【PATATA Cafe】

【たかすのおむすび物産展】

(東京都江東区東陽町)

鷹栖町の米農家「たかすタロファーム」の代表、平林悠さんが、おむすび専門店「たかすのおむすび物産展」を令和8年3月にオープン。

店舗では、鷹栖町及び旭川市東鷹栖の米農家が生産する「ゆめぴりか」を100%使用。

平林さんは、東京から鷹栖町へ新規就農し、水田24haで年間約140tの米を生産している。

鷹栖産米を使ったおむすびの販売により、首都圏で地域をPRするためにも、農業水利施設を整備、農地への安定的な用水供給が重要。

6次産業化

ブランド化

新規就農者の取組



【鷹栖町物産館「たかまーる」】

ドラッグストアの複合施設として令和7年11月オープン。

町特産のトマトジュース「オオカミの桃」やトマトドレッシング、鷹栖町の日本酒のほか、農産物と町内産牛乳を使用したソフトクリームを販売。

鷹栖町の買い物環境の向上と、町特産品の販売・PR機能を備えた新たな施設がオープンしたことで、新たな地域農産物の販売拠点として地域経済の活性化が期待。



6次産品の販売

地域経済の活性化