

6次産業化した町ぶどう郷勝沼

ワインツーリズム人気

(山梨県勝沼地区)

勝沼はワインツーリズム人気で観光地として発展している。日本一のぶどう郷が6次産業化した。大資本の立地より、まずブドウ栽培者ありきである。地域を支えるブドウ栽培農家、観光農園、ワイナリーの実態を観たい。日常の原風景である。

1 ワインツーリズム観光

勝沼(甲州市)は結構、観光地である。人口8000人の小さな町に、年間250万人の観光客が訪れる。人口1人当たりの入込観光客数は、鎌倉市118人、北海道富良野市83人、などであるが、勝沼は300人である(表1参照)。超有名な観光地より、勝沼は観光密度が高い。ちなみに、軽井沢は449人である。軽井沢を除けば、勝沼は最上位にある。全国トップレベルの観光地域といえよう。

観光農園でのブドウ狩り、ワイナリーでのテイステイングやワイン購入の客が多い。風光明媚な田園都市

の散策も人気の背景だ。観光客は女性が多い。女性比率6割以上といわれる。「ワインは女性を呼ぶ!」

は至極名言と思う(山梨日日新聞18年12月24日付け「時標」)。

洒落たレストランが多い。ワイナリー付設もあるが、独立した街のレストランも洒落たものが多い。勝沼バイパス沿いの下岩崎にあるピストロに入ると、ここは東京銀座の有名フランス料理店のシェフが開業したフレンチであるが、フランス人ツアー客も大勢いた。景観と美食が楽しめる。

勝沼はブドウ発祥の地であるが、

明治初期、ワインが本格的に産業化したのも勝沼であった。大正期には、欧州系品種の導入、養蚕業の衰退に伴い、桑畑がブドウ畑に転換されていった。

観光農園も明治期に発生したが(明治25年宮光園)、大きく発展したのは戦後、1958年の新笹子トンネル開通(国道20号線)や、1977年の中央自動車道の開通で、団体系の観光客が増えたことが要因だ。その後も、マイカーによる家族連れ観光客が増えた。近年は農家の高齢化、後継者不足によって減少しているが、今でも観光ブドウ園は150軒ある。一方、少子高齢化の影響もあって、近年はブドウ狩りより

叶 芳和

1943年、鹿児島県奄美大島生まれ。一橋大学大学院経済学研究科博士課程修了。元・財団法人国民経済研究協会理事長。拓殖大学、帝京平成大学、日本経済大学大学院教授を歴任。主な著書は『農業・先進国型産業論』(日本経済新聞社1982年)、『赤い資本主義・中国』(東洋経済新報社1993年)、『走るアジア遅れる日本』(日本評論社2003年)、『新世代の農業挑戦』新書版(全国農業会議所2014年)など。



(単位：千人、人口比は人)

表1：入込観光客数の比較

市町村別	人口	延べ人数	人口1人当たり
甲州市	32	3,132	99
(旧勝沼町)	8	2,480	296
甲府市	193	4,877	25
北杜市	45	6,005	133
富士吉田市	49	7,661	156
富士河口湖町	25	6,829	270
長野県松本市	243	5,123	21
〃 軽井沢町	19	8,529	449
〃 小布施町	11	(1,100)	103
〃 安曇野市	95	5,088	54
神奈川県鎌倉市	173	20,424	118
北海道函館市	266	5,250	20
〃 小樽市	122	8,060	66
〃 富良野市	23	1,890	83
〃 美瑛町	10	1,680	163

(注) 人口は2015国勢調査。入込観光客数は2018年。北海道は実人数。小布施町の()内は10年前の値。

もワイナリー訪問客の方が増えているようだ。

現在、山梨県にはワイナリーが81あるが、そのうち32が勝沼地区に立地する日本一のワイナリー集積地である。このように、勝沼はブドウ栽培、そして、それを1次産業とした2次産業(ワイン製造)、第3次産業(観光)の集積で栄えてきた。現在も、表2に示すように、農家の95%はブドウを栽培し、経営耕地面積の83%はブドウ園が占拠し、就業

ぶどう狩り・通信販売

売上1億円

久保田園 久保田雅史氏

勝沼はブドウ狩り観光農園が多い。久保田園(4代目園主・久保田

雅史氏)は売上高1億円、一番人気の観光ブドウ園である。勝沼のど真

ん中に位置し、ブドウのほか一切ない地域だ。久保田氏はマーケティングに優れ、新品種開発にも積極的で、「赤いシャインマスカット」も持っている。

大学で経済学を学び(マーケティングに興味)、2001年卒業、父の跡を継いで就農した。当時の売上高は2000万円。03年にテレビの「王様のブランチ」に取り上げられ、売上は4000万円に増大、その後、ネットを利用したブドウの紹介や、トイレを綺麗にするなどの改善の結果、6500万円、7500万円と伸び、近年のシャインマスカット効果で1億円に上昇した。大学で学んだマーケティング手法を活かしたという。アレヨアレヨという間に、1億円になった。本人曰く「バブルだ」。

久保田園は経営面積2・4haである。ブドウ狩り観光農園、通販をしている。シャインマスカット(30a)、巨峰・ピオーネ(70a)など、約50種類のブドウを栽培している(まだ販売していないものを含めると80種類)。シャインマスカットは06年に品種登録された新しい品種で、糖度が高く、果皮は青々としている。また、果皮が薄くて柔らかく、皮ごと食べられ、ジュースで上品な甘みと香りが楽しめる。現在、一番人気のある品種である。市場価格は巨峰

1000円、シャインマスカット1700~1800円である。久保田園はシャインマスカットだけで売上が数千万円になる(注、仕入れを含めて。販売の30~40%は仕入れ分)。

ブドウ狩りの価格は、どの品種も1600円/kgにしている(今年からはシャインは値上げ予定)。こうすることで、消費者がどれを買うか、嗜好を見やすい。「自分は売れるものを作る。あるものをどう売るか、これは農家の姿だ」。マーケティングに秀でている久保田氏の経営戦略である。

赤いシャインマスカット

久保田園は、「赤いシャインマスカット」を持っている。シャインマスカットの果皮は青色であるが、13年に果皮が赤いシャインマスカットを売り出した。久保田氏が開発した新品種である。「赤いシャインマスカット」とは「ワード」がすごい。集客力がある。「他人が何を言っても、うちが一番だ。客はうちに集中している」

今、久保田氏はオリジナル品種を3品種持っている。差別化に成功しているという。このイノベーションが「1億円農家」の背景だ。

1300年の歴史がある在来品種、甲州種も栽培している。生食用

24 日本ワイン比較優位産業論 現地ルポ 第4回
6次産業化した町ぶどう郷勝沼ワインツーリズム人気

表2：勝沼町のブドウ農家の推移

(単位：戸、ha、人)

	農業経営体等			就業構造		
	農業経営体数	販売目的でブドウ栽培		就業者数	農業従事者	比率(%)
		農家数	栽培面積			
2005	1,194	...	623	5,244	2,055	39.2
2010	1,084	1,043	...	5,063	1,694	33.5
2015	989	944	571	4,816	1,744	36.2
山梨県	17,970	7,247	3,103	409千	28千	6.9
全国	1,377千	32,169	12,997	8,919千	2,004千	3.4

(出所)「農林業センサス」。就業構造は統計局「就業構造基本調査」。山梨県、全国は2015年値。

表3：ブドウ生産の推移 (山梨県)

(単位：ha、t、億円、円/kg)

	結果樹面積	出荷量	産出額	平均単価
2000	4,230	54,800	263	480
2005	4,140	52,100	249	478
2010	4,060	41,800	251	600
2015	3,910	38,500	242	629
2016	3,860	39,600	281	710
2017	3,820	40,400	324	802

(資料) 農水省「作物統計」、「生産農業所得統計」。

のほか、ワイン向け加工用も栽培している。加工用の収量は生食用の1.5倍で、10a当たり2〜2.5t、粗収入10a当たり40万円になる。加工用の分は、ワイナリー向け販売300〜400kg、残り300kgは自家用のため委託醸造している(720ml300本、マルサン葡萄

酒)。自家用のワインは、ブドウ狩りに来園する観光客に販売している(白1500円)。久保田園のブドウ狩りには年間2万5000人も来る。9月のトップシーズンには1日1500人、去年は2000人も来たという。労働力は、常雇1人、5月以降は主婦パートも使う。栽培の時期は10人、収穫期の9月は30人雇用する。時給1250円、1日1万円、月収25万円である。筆者コメント…久保田園の高収益の背景には、ブドウ栽培業界の供給

約40年前、筆者は「4つの革命」を提唱し、借地による規模拡大という「土地革命」を展望した(拙稿「農業革命を展望する」『経済評論』1980年11月号。拙著『農業・先進国型産業論』所収)。この借地農業論から演繹した、理論上の農家

矢野貴士氏(1980年生)との出会いは興味深いものであった。甲州市の農業経営者たちと懇談する機会があり、筆者はブドウ農家の将来の姿について私論を述べた。近い将来、ブドウ栽培の経営形態は多様化する。観光園を含めて生食用ブドウを栽培する農家、生食用とワイン醸造向け加工用ブドウを栽培する兼業農家のほか、加工用専業がが発生し多様化していくだろうと予想を述べ、皆に感想を求めた。価格が安く経営が成り立たないと見られる「加工用専業」など誰も考えていなかった。

3 毎年、ブドウに点数を付けられている 加工用ブドウ専業 矢野貴士氏

力の低下もある。表2、3に示すように、近年、高齢化などから農家数が減少し、出荷量も減少している。消費需要はこれほどの減少はないので、価格が上昇し(高級化要因も大きい)、残っている農家はその恩恵を受けている。「残存者利益」だ。

ブドウ価格はkg当たり、05年478円、10年600円、15年629円、17年802円と上昇した。労働集約型作目一般でみられる興味深い現象がここでも確認できる。もちろん、マーケティング、イノベーションの成果も大きい。

矢野氏が「加工用専業農家」であって、現実にはまだ存在していなかった(と思っていた)。ところが、「すでに一人いますよ。熊本から最近来た人」という発言があった。皆驚いた。そこで、調べてもらって、矢野貴士氏に会った。矢野氏との出会いは衝撃的であった。

掛け職の仕事を研修した。

現在、経営耕地面積は1・6 haである（自作13 a、借地1・5 ha）。高齢農家やじいさんが他界した農家など8戸の地主から借地している。耕作放棄地にすると周辺から嫌がられるようである。

地代は、全部（1・5 ha）で10万円。10 a当たり6600円だ。安い。粗収入は10 a当たり60万円、1・5 haで900万円（推定）であるから、地代の売上高原価は1%である。今後も借地で規模拡大し、2年後、3 haを目指している。すべて加工用ブドウである。品種は甲州（60 a）、デラウェア、マスカットベリーA、ピノスワールなど。将来、どの品種も増やすが、日本食に合わせやすい甲州が多くなると見込んでいる。

この地域のブドウ農家は生食用と加工用の「兼業」が多い。加工用専業は矢野氏だけである。加工専業でやるというと、「無理ムリといわれた」。加工用は単価が安いからだ。実際、シャインマスカットは1500円/kg、観光園卸し800円、これに対し、加工用の甲州はJA買取り240円である。

ブドウが働きを採点している
加工用ブドウは「粗放的栽培」といわれる。規模拡大できるのも、粗放的栽培で済むからだ。筆者がそう指摘すると、矢野氏「片手間でなく、一生懸命、醸造用ブドウを作っている。ワイナリーが一生懸命ワイン造っているように」「摘粒があるかないかだけの違いです」「愛情欲しない生物はいない。手を掛けただけだけで反応してくれる」。

「ブドウは人を見ている。手抜きはできない」「ブドウは黙って見ていて採点する。お前の働きはこうだよ」と。500円/kgのブドウだったり、2000円のブドウだったり「手を抜いたら手を抜いただけの収入になる。やったらやっただけの収入になる」

矢野氏は「毎年、ブドウに点数を付けられている」という。ブドウが矢野氏の働きを採点している、それがブドウの価格だという。なんと素晴らしい哲学だろう。

今年2000円のブドウだったら、来年は3000円と採点されたいと頑張るのが普通だ。だから、粗放的栽培だなんてことはないという。

このような哲学で経営している以上、矢野氏は将来、立派な経営者になると確信した。

矢野氏のブドウは、240円/kgもあるが、300円、500円もある。もっと高くてもいいよといって買ってくれるそうだ。

栽培者の名前入りワイン

取引先ワイナリーは、各栽培者のブドウをブレンドして醸造することが多いが、矢野氏は自分だけの「単一」のブドウで醸造してくれることを願っている。このタンクは矢野のタンクと決められて、栽培者の名前がボトルのラベルに載る（畑の代わりに、栽培者の名前入り）。このワインは矢野のブドウで造ったものと名前が入ると、励みになるといふ。

4 委託醸造

共同組合型ワイナリー

（有）マルサン葡萄酒 若尾亮氏

勝沼は、戦前から、農家が地区や集落ごとに組織した共同醸造組合による小規模なワイナリーが沢山ある。（有）マルサン葡萄酒（若尾亮代表）も、1935年（昭和10年）、地域の共同醸造場「勝沼第5地区ぶどう酒共同組合」が前身である。63年（昭和38年）法人化し、マルサン葡萄酒になった。ブドウ狩り観光園「若尾果樹園」も経営している（50年前から）。現在、果樹園60 aに、シャインマスカット、ピオーネなど、25種類のブドウ品種を栽培している。シャインマスカットは1800円/kg、ピオーネは1500円で販売している。醸造施設の横に上った階段を上がると、展望台になっている。山々とその麓に広がるブドウ畑の景観が素晴らしい。

すでにそういうワイナリーがあるよ。うだ。「日本ワイン」表示規制になり、原料ブドウが不足気味になっていく以上、原料ブドウを確保するため、ワイナリー側の対応も変化が出てきたようだ。

農業経営者としての「小作」の優位性を見る思いがする。矢野氏は最近、菱山地区に古民家を買って転居した。新住民ながら最古参になり、地域を支える人になろうとしている。

ワイン醸造は、甲州種ブドウ使用量2万5000ℓ（ワイン720mlで2万5000本）である。年産2万5000本のうち、4割（1万本）は委託醸造分である（農家数30軒）。農家がブドウを持ってきて、手数料をもらって醸造、全量引き取ってもらうシステムである。農家はワインを自分の観光園で販売している。ブドウ1kgでワイン1本（720ml）できるが、多い人で500本。委託醸造分は皆、一緒のタンクで醸造する。（注、勝沼には100%委託醸造からなるワイナリーもある。「プロックワイナリー」という。）

つまり、2・5万本のうち、1万本は委託醸造、1・5万本は若尾氏が販売する分である。出荷は県内外



若尾果樹園（勝沼町勝沼）

の飲食店や酒屋に出す。売店売りが2〜3割近くある（本数ベース）。8、9、10月に仕込んだものを3月に瓶詰めし、1年間で売り切る（ビンテージなし）。この冬はテイステイング客が多かったという。

「混醸」もある。観光園で余ったブドウを全部つぶして造る（ロゼワインができる）。従来、畑に捨てていたブドウだ。混醸（ブレンド）の割合は毎年変わるが、例えば2017年産はピオーネ23%、マスカットベリーA9%、巨峰7%などで、「若尾果樹園2017」ワインとして2160円で売り出した。好評のようだ。10年からこの混醸を始めた。若尾氏の甲州は、棚式で栽培し、

10a当たり1.5〜1.6tと少ない。房の調整はしないという。農家から買い取る甲州は230〜250円/kg。繋がりを考えて、悪くない価格で買っているという。

時代を考える時あり ワイン醸造減らし、観光園維持

若尾園の歴史は古い。果樹栽培は江戸中期には手掛けていた。当地は甲州街道の宿場町で、街道沿いで脇本陣（役人たち専用の宿泊所）を経営していた。通貨も若尾家で発行していたらしい。明治になって、特定郵便局もしていた。

ブドウ狩り観光園は50年前に始まるが、一見客は1割、9割は常連である。女性客が6割以上だ。ブドウ狩りに来るお客さんたちは、「お父さんお母さん、いるか」「おお、おじさん久しぶり」とやってくる。一番、お客さんを離さない商売の仕方だ。若尾氏にいわせると、この接客は父母が何十年前前からやっていたことだが、「今っぽい」という。食べ放題などやると、このやり方は変わるとみている。

若尾氏は、歴史を振り返りながら、時代のことを考える時があるという。08年に婿養子で若尾家に入った。あと10年、自分の仕事が増える。生食用ブドウは手間がかかる。一方、

従業員は1人パートのみ。どうするか。義父の考えは「全部ワインにする、畑は甲州」の方向のようであるが、若尾氏はワインの生産本数を減らし（2万本以下に）、生食用（観光園）は維持の方向を考えている。いま日本ワインブームだが、ワインプー

5 手搾りの葡萄酒 農家組合ワイナリー

——菱山中央醸造(有) 三森斉氏

ムは気にしない。EPAもうちには影響しないとみている。若尾氏は、長期思考をよくする、地道な人である。昔の戦いでいえば「籠城型」を思わせる。マーケティングに秀でた先述の久保田雅史氏と対照的である。

一口飲んで、「ワツハツハー、ワツハツハー」という気持ちになった。ある化粧品会社のテレビCMに、年齢不詳の女性を「50歳」「40歳」「60歳」と言い当ててっこしていたが、ふたを開けてみると70歳！。一同皆、ワツハツハー、ワツハツハーと歓声を上げる。お見事！という若さだということである。菱山中央醸造のワイン（甲州）は、そんな天晴なワインである。それで取材を決めた。

4月初め、勝沼は桜満開であった。駅周辺が花見の公園である。勝沼ぶどう郷駅を降り、歩いて10分くらいのところ、「ぶどうの丘」の入口辺りに、菱山中央醸造(有)がある。周辺すべてブドウ畑である。菱山地区は勝沼でも一番いいブドウが取れると定評がある。

菱山中央醸造(有)（三森斉代表、54歳）は、農家組合ワイナリーである。農家がブドウを持ち寄り（10月中旬）、

当初、組合員は60軒あったが、離農や高齢化で、現在、ブドウを持ち寄って委託醸造する農家は25軒である。自家消費は少ない人は一升瓶50本（720ml 125本）、多い家は一升瓶100本である。昔は全員、農家が持ち帰りであったが、現在は6対4、農家持ち帰り6、会社キープ4（販売用）である。

生産規模は一升瓶換算4000本（720ml 1万本）の小さな蔵である。生産能力は5000本可能であり、今後、生産を増やす方向だ。農家がここに持ち込む量は生産量



菱山中央醸造の木製の搾汁機と破砕機



の1%程度である。この地区の農家は平均150a作付けしている。10a当たり単収は1・5〜2tで、多くは生食用ブドウであり、醸造用も農協やワイナリーに販売する。自家消費のためこの共同醸造場に持ち込むのは、少ない人は100kg、多い

人で300kgである。農家の粗収入は150a規模で1500万〜2000万円のようだ。

同社の始まりは、昭和初期、国から菱山地区に葡萄酒の醸造免許が三森家に下りたのが始まりである。勝沼はコメが取れないので、葡萄酒を造っていた歴史がある。昔は「酒税」が確立されていなかったが、酒税が課税されるようになり密造が始まったので、大正から昭和初期にかけて、お上主導で共同醸造場ができた。個人ではなく、地区や集落単位で共同免許が出た。これがさらに集約されて今日に至っている。三森氏の話によると、地元資本の大手である勝沼醸造(株)などは庄屋的な存在だったので個人免許が出た。一方、外部資本のマンズワインなどは共同醸造場を会社ごと買収して進出してきたワイナリーである(昭和初期は免許が出なかったのが買収)。今、勝沼に30余あるワイナリーの産業構造はこうして形成された。

熟したブドウ、手搾り

菱山中央醸造の甲州ワインの旨さの秘密は何か。農家の人たちが自分の晩酌用に造っているの、とても贅沢に仕込んでいる。

昔ながらの「手搾り」である。写真に見るように、木製の破砕機や搾

汁機を使っている。今の搾汁機は3代目で、1950年代(昭和30年代)から使用している。手搾りであるため、歩留まりは半分である(大手ワイナリーの機械搾りは7〜7割5分)。機械搾りだと、果皮の周りの渋みまで果汁となり、苦みが入りやすくなる。

もう一つは、原料ブドウの品質が良い。菱山地区のブドウは美味しいと定評がある。東京大田市場でも評判が良い。この高品質ブドウ地区の農家が、自分が飲むためのワイン造りであるから、完全熟した、選りすぐりのブドウを持ち寄る。菱山のブドウの旨味や、遅摘みならではの味わいがするワインだ。ワインは8割はブドウで決まるといわれる。特別の原料ブドウで造る以上、旨いワインになるのは当たり前だ。

もっとも、三森氏によると、昔は味が違っていたようだ。25年前(90年代前半)までは、美味しくなかった。三森氏が就農したのは92年であった。その2年後、イケダワイナリー(株)の池田氏(醸造家)に技術を教わって美味しくなったという。

現在、3種類のワインを造っている。甲州の辛口、甘口、ロゼワインである。甘口は補糖しているのかと思いきや然に非ず、酵母菌が糖分を分解するのであるが、発酵時間を少

し短くし、発酵を途中で止めると糖分が残り甘いという。第3のロゼワインは、生食用の残り物を使う。巨峰、ピオーネ、マスカットベリーAなどの混醸で、毎年味が違う。昔からこれはあった。昭和30〜50年頃はデラウェアが多かったが、近年はマスカットベリーAと巨峰が多い。3種類とも、販売価格は2000円プラス消費税である。ラベルのない葡萄酒たちである。

農業生産法人「ぶどうばたけ」

三森氏は「農業生産法人ぶどうばたけ」も経営している。経営規模5ha、すべて借地である。70筆、遠く山梨市まで広がっている(車で20分)。父から経営を継承した当時は1・8ha、法人化(2006年)した頃から増え始め、5年前に5haになった。最近、シャインマスカットが大ヒットしたので、担い手が増え、土地流動化が従来に比べ抑制されている。地代は10a当たり3万円であるが、安いところもあり、5ha全部で100万円である(10a当たり平均2万円)。10年後、7haを目標にしている。5haのうち、4haは巨峰、ピオーネ、シャインマスカットなど生食用の栽培、1haが醸造用で、ワイナリー向け販売、自社のオリジナルジュース向け、共同醸造場向けである。畑

は草生栽培で、除草にヤギを活用している畑もある。従業員は家族プラス雇用5人（月給15万〜20万円）。売上高は1億円を目指している。

後継者・三森基史氏（27歳）は東京農大（農学科）卒業、米国コロラ

6 勝沼の比較優位は何か

勝沼は、ブドウ栽培、ワイン造り、入込観光客数250万人というサービス産業で発展している。ブドウ農業を基にした6次産業化で発展している。将来も、同じように発展できるであろうか。

ブドウ栽培は、1950年代、勝沼が独走状態であったが、その後、北海道や長野、岡山など全国に広がった。

ワイナリーの展開を見ても、国産ブドウを使用する日本ワインの大手資本は、最近、山梨県内の北杜市や南アルプス市、長野県に自社園を開設する動きがあり、メッカ勝沼のシェアは低下傾向にある。また、日本も長期的には自社畑でワイン造りを行なうワイナリー（仏のシャトー／ドメーヌ型）が増えると思われるが、勝沼は小面積の果樹園が密集し、自社畑を所有するワイナリーは成長困難である。他の産地がワイン適地として発展する可能性がある。

一方、ブドウ狩り観光園は、依然、

ド大学で2年間研修し、すでに就職している。ワッハッハーのワインを造っている共同醸造場も、「ぶどうばたけ」も、競争力のある経営である。益々の発展が期待される。

勝沼が強い。景観の良さに加え、東京に近いという利点がある。このように考えると、勝沼の「比較優位」は「観光農園」ではないか。マルサンの若尾氏が、将来、ワインづくりを減らし、家業の観光園を規模維持するという話があったが、これは経済学的にも正解かもしれない。

勝沼の興味深いことは、ワイナリー業界は地域のなかで技術交流がある点だ。先述した、菱山中央醸造の三森氏はイケダワイナリーに技術を学んだ。マルサンの若尾氏は中央葡萄酒で研修を受けた。フジッコワイナリーの醸造責任者は勝沼醸造から流出した。なかで技術者が動いている。シャトーメルシャンはシュエリリー製法や甲州きいろ香の技術を公開し、産地の発展に寄与した。

こうした技術交流の場があることが、今後も、勝沼のワイナリー業界の発展を支えていこう。小規模ながらも、もっとうまいワインの作り手の集積地として発展が期待される。

農村経営研究会

新たな農村ビジネスのプラットフォーム

本会は有志の農村経営者と企業人が業種や地域を超えてネットワークし、農業・農村の事業開発をともに進めていくための実践的研究会です。

日本人よ 農村力を 引き出せ！

株式会社農業技術通信社
「農村経営研究会」事務局

TEL : 03-5155-3740 FAX : 03-5155-3741
Email : customer@farm-biz.co.jp 担当/ 昆 和子

〒169-0075 東京都新宿区高田馬場 1-34-8 大輝ビル302号