

# ①農業（施設園芸）

売上5,000万円以上の経営体

「若者の所得向上」のための取組の方向性 P9

事例 1 単一品目の規模拡大 P10

事例 2 単一品目の規模拡大、周年生産 P11

事例 3 複数品目の周年生産、規模拡大 P12

事例 4 6次産業化+ブランド化+規模拡大 P13

# 【農業（施設園芸）】「若者の所得向上」のための取組の方向性

## 現状・課題

- ・5,000万円以上の販売額がある施設野菜農家数 57戸(2020センサス) ※3,000～5,000万の農家数は134戸
- ・時給1,500円になった場合、現状の所得を維持するには同じ経営規模なら反収を15～25%以上増やし、販売額を増加させる必要がある
- ・さらなる雇用増や時給増への対応には経営規模の拡大や周年生産化を図り、販売額増や周年雇用を可能とする必要がある
- ・他産業と競争しつつ雇用を確保するには、法人化し雇用環境が整った経営体を育成する必要がある
- ・販売額の増加には、多様な販売先の確保も必要



## 対策

### (1) データ駆動型農業による反収の最大化

#### 【事業者側の取り組み】

- ・データ駆動型農業の実践による面積当たりの収量の最大化を図る
- ・デジタル機器、省力化機器の導入による効率化、省力化を図る

#### 【県庁側の取り組み】

- ・SAWACHIの利用促進
- ・データ駆動型の営農指導による栽培技術向上への支援
- ・補助事業によるデジタル機器、省力化機器の導入支援

### (2) 規模拡大・周年生産化と法人化

#### 【事業者側の取り組み】

- ・規模拡大による販売額と雇用の増加
- ・周年生産による売上げと周年雇用の確保（作期分散や複合品目栽培）
- ・農業者から経営者へ経営管理能力の向上
- ・法人経営体への移行

#### 【県庁側の取り組み】

- ・法人の規模拡大にかかる施設整備への支援策を充実
- ・経営管理力向上のための経営スキルアップ支援（研修会開催、個別支援）
- ・法人設立に必要な労務管理等の知識習得支援

### (3) ニーズに応じた販売戦略

#### 【事業者側の取り組み】

- ・多様な販売先の検討による納得できる販路の拡大
- ・販路に応じた商品供給

#### 【県庁側の取り組み】

- ・専門家派遣等による販路開拓支援
- ・外商公社等と連携したマッチング支援

# 【農業（施設園芸）】企業等の取組具体事例① 「単一品目の規模拡大」

## ①企業の概要

事業者名：(株)尾原農園

従業員数：18人

(役員3人、正社員3人、外国人材4名、パート8人)

事業概要：施設栽培でピーマンを生産  
(120a)

## ②取り組みにより得られた成果

- **規模拡大**：2008年 48a → 2016年 90a → 2024年 120a
- **販売額**：2008年 2,250万円 → 2016年 6,700万円 → 2024年 1億6,600万円
- **雇用者数**：2008年 2人 → 2016年 10人 → 2024年 18人
- **反収增加**：2008年 16t/10a → → 2024年 23t/10a

## ③取り組みが必要となった経緯/背景

- データ駆動型農業に取り組むきっかけ  
→ 植物に最適な環境を整えて面積当たりの収量を増加させるため
- 法人化に至った経緯  
→ 雇用者をきちんと守る
- 規模拡大に至った経緯  
→ 雇用者の給料を払うため、規模を拡大し販売額を確保
- 経営者としての自己研鑽を積むに至る経緯  
→ 農家から経営者に変わらる必要があったため

## ④具体的な取り組み

### 【生産】

#### ■ 規模拡大

経営状況に応じて計画的に新規ハウスを整備し、経営規模を拡大→雇用者数と販売額を増加

#### ■ 反収の増加

早くから最新の環境制御技術を導入し、測定データに基づき作物に最適な管理を徹底

反収の増加：2008年 16t/10a → 2024年 23t/10a (44%UP)

### 【経営】

#### ■ 法人化 2014年 経営理念の策定等 → 福利厚生が整い、雇用者の確保につながった

#### ■ 経営管理能力向上に向けた自己研鑽

経営者スキルを磨くため、アグリマネジメントクラブへの入会や異業種交流会、マネジメント研修会へ参加

#### ■ 販路拡大 生産量の拡大に伴い、JA出荷と直接販売を組み合わせ多様な販売を実施

### ＜本事例を踏まえたポイント＞

- 最新の環境制御技術導入による高収量の実現と規模拡大による販売額の増加（事業者）
- 法人化とともに経営者スキルを伸ばすための自己研鑽（事業者）



# 【農業（施設園芸）】企業等の取組具体事例② 「単一品目の規模拡大、周年生産」

## ①企業の概要

事業者名：(株)MORITA家

従業員数：23人

(正職員3人、外国人材8人、非正規12人)

事業概要：施設栽培でピーマンを生産  
(180a)

## ②取り組みにより得られた成果

- **規模拡大**：2016年 55a → 2022年 80a → 2025年 180a
- **販売額**：2016年 3,800万円 → 2022年 5,600万円 → 2024年 9,100万円
- **雇用者数**：2016年 5人 → 2022年 9人 → 2025年 23人
- **周年生産**：2022年 夏秋栽培(21a)の開始による周年生産化

## ③取り組みが必要となった経緯/背景

- 法人化に至った経緯  
→ 安定した雇用確保と資金調達のため
- 規模拡大に至った経緯  
→ 雇用を守り給料をきちんと支払うために、販売額の増加が必要となったことに加え、地域から中古ハウスを使って欲しいとの要望もあり規模拡大に至った
- 周年栽培を始めた経緯  
→ 取引先からのすすめもあり、また夏場の仕事を確保するために始めた



## ④具体的な取り組み

### 【生産】

#### ■ 規模拡大

経営状況に応じて中古ハウスを確保・修繕し、コストを抑えた経営規模の拡大で販売額を増加

#### ■ 反収の増加

環境制御技術を導入し、測定データに基づき作物に最適な管理を実施

反収の増加：2016年 17t/10a → 2025年 18t/10a

### 【経営】

- **法人化** 2021年 経営理念の策定等 → 福利厚生が整い、雇用の確保につながった
- **周年生産** 経営規模拡大に伴い冬春栽培に加えて、夏秋栽培に取り組みピーマンを周年生産化
- **販路拡大** 夏秋栽培を始めたことで新たな販路が開拓でき、JA出荷と併せて多様な販売を実現
- **従業員教育** 部門制を導入し、従業員それぞれが必要な技術・知識を習得し、仕事を効率的に分担

### <本事例を踏まえたポイント>

- 中古ハウスを活用したコストを抑えた規模拡大（事業者）
- 周年生産化と多様な販売先の確保による安定経営（事業者）

# 【農業（施設園芸）】企業等の取組具体事例③ 「複数品目の周年生産、規模拡大」

## ①企業の概要

事業者名：はぐみ農園(株) 役員2人

従業員数：29人

(正社員11人(うち外国人5人)、パート7人、外国実習生11人)

事業概要：施設でピーマンを生産(277a)  
ユズ、菌床キノコ類、露地野菜  
などを生産(61a)

## ③取り組みが必要となった経緯/背景

### ■法人化に至った経緯

→規模拡大を視野に入れた人材確保のため、福利厚生をしっかりと整え、就職先として選ばれる企業になるように法人化

### ■規模拡大に至った経緯

→会社の経営発展のため

### ■品目拡大の経緯

→同じ品目だけでは作業がマンネリ化することから、日々の作業の中で従業員が新しい刺激を受けて楽しく農業を続けられるよう多品目栽培に取り組んだ

## ②取り組みにより得られた成果

■**規模拡大**：2007年17a → 2016年82a → 2021年157a → 2025年277a

■**販売額**：2007年1,400万円 → 2016年2,366万円  
→ 2021年1.3億円 → 2024年1.4億円

■**雇用者数**：2007年0人 → 2016年5人 → 2021年15人 → 2025年29人

■**栽培品目拡大**：夏秋ピーマン21a、ユズ20a、菌床キノコ類3a、  
露地野菜（サツマイモ）17aを栽培し、多品目による周年生産化

## ④具体的な取り組み

### 【生産】

#### ■規模拡大

就農後から数年おきに設備投資を行い、ピーマンの規模拡大を進め、販売額の拡大を実現

#### ■反収の最大化

施設ピーマンは、最新の環境制御技術の導入し、各種データの分析・活用により、最高期には26~27t/10a、現在(157a)は、24 t /10aと高収量を実現

### 【経営】

■**法人化** 2017年 基本理念、運営方針の策定 → 安定した雇用の確保

#### ■**複数品目の周年生産**

- ・2021年 ピーマンの夏秋作型を21aで取り入れ、ピーマンの周年生産化
- ・2022年 ユズ、菌床キノコ類、露地野菜等の多品目の生産を取り入れ、年間を通じて安定した仕事と販売額を確保

■**多様な販売先の確保** JAを中心に業務用や宅配、産直市など多様な販売先を確保

■**勤務形態** 週休2日制、変形労働時間制を取り、労使協定(36協定)結んでいる

### <本事例を踏まえたポイント>

- 最新の環境制御技術導入による高収量の実現と規模拡大による販売額の増加（事業者）
- 複数の品目による周年生産化、労務管理による安定雇用（事業者）



# 【農業（施設園芸）】企業等の取組具体事例④ 「6次産業化+ブランド化+ネット販売」

## ①企業の概要

事業者名：(株)篤農

従業員数：20人

(役員3人、正社員6人、外国人材6人、パート5人)

事業概要：施設でメロン生産・販売  
(1.6ha)、メロン加工品の生産  
販売、栽培指導

## ②取り組みにより得られた成果

- **規模拡大**：1994年 58a → 2016年 108a → 2024年 160a
- **販売額**：2016年 8,100万円 → 2020年 1億4500万円 → 2024年 2億6,500万円
- **雇用者数**：2016年 13人 → 2018年 16人 → 2024年 20人
- **女性の雇用**：2022年に2名の女性社員が入社（現在女性13名/20名）

## ③取り組みが必要となった経緯/背景

- 法人化に至った経緯  
→ 祖父の始めた事業で100年残したい
- ブランド化に取り組んだ経緯  
→ 将来の見通しを考えて
- 農家レストラン開業の経緯  
→ 東日本大震災のあと何か貢献したかったから
- ネット販売を開始した経緯  
→ コロナ禍で対面販売が縮小したため
- グローバル-GAP認証を取得した経緯  
→ 法人化し組織で会社を動かしたい、農薬の適正使用などを徹底したいとの想いから



## ④具体的な取り組み

### 【生産】

- **規模拡大** 補助事業等を活用し、就農時1994年の58aから2024年160aへ経営を大きく拡大

### 【経営】

- **法人化** 2016年 経営理念「三方よし」を策定  
(①社員の物心両面の幸福追求、②顧客満足と感動の創造、③社会貢献)
- **6次産業化** 2006年 農家レストラン（ベジフルッタ）での加工品販売  
2022年 ダイレクトショップ「M 1」オープン（現在はネット通販多忙のため休止）
- **ブランド化** 2019年 JA部会から独立し、独自ブランド「一果相伝」を立ち上げる  
2017年 GLOBAL G.A.P認証取得→事業活動の信頼性と販路の開拓
- **ネット販売** 2020年 インターネット販売開始(2020~2021と食べチョクで果実部門2位)
- **従業員教育** 社員の各種セミナーへの参加を促す

### ＜本事例を踏まえたポイント＞

- 最新の環境制御技術を導入し、高い収量性と品質を確保（事業者）
- メロン生産に加え、6次産業化やブランド化・ネット通販に取り組み販売額を増加（事業者）
- 法人化し、安定した雇用の確保と従業員教育に力を入れ、組織で経営する（事業者）