

【 愛菜ファーム（株） 】

生産と集出荷体制の構築 ⇒ 消費者から信頼される野菜づくりを実現

- ◇ GLOBALG.A.P認証取得による栽培・出荷管理の徹底と、見学会等を通じて信頼を獲得
- ◇ 「物づくり、人づくり」→「品質認知、ブランド化」→「消費者直結、安定供給」と取り組むことで、**売上げが約23倍**に増加
- ◇ 環境制御システムの導入により、**品質の向上、作業労力の軽減**を実現

特徴的な取組

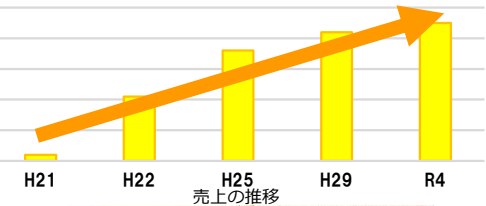
内容

GLOBALG.A.P認証取得

販路拡大

主力であるミニトマトのGLOBALG.A.Pにより社員の意識改革を進め、安全・安心を担保した上で、見学会や青果会社との商談交流会の開催等の取組を通じて、消費者からの信頼を獲得

売上が約**23倍**に増加



自社ブランド商品販売

農産物の差別化

自社ブランド「愛果菜（あいかな）」の販売促進活動を展開し、国内120か所へ出荷



自社ブランドのロゴマーク入りの商品

環境制御システムの導入

品質向上と作業労力の軽減

ICT技術（環境制御システム）を導入し、ミニトマトなどの品質向上と開閉作業の自動化に伴う作業労力の軽減



環境制御システムを導入した低コスト耐候性ハウス



ミニトマトの栽培状況

地域への貢献

平成21年度は21人だった雇用者数が、令和4年度には**85人**まで増加し、**地域の雇用の場**を提供。



ミニトマト選果場での作業状況

経営の概要（令和5年9月時点）

○経営面積 32.9ha（うち干拓地内：32.9ha）

○基幹作物（干拓地内／令和4年度）
露地：たまねぎ、にんじん、緑肥

低コスト耐候性ハウス：スナップえんどう、ミニトマト、トマト、メロン

○雇用者数：85名（通年、短期含む）

スナップえんどう



たまねぎ

