

# LEDによる完全室内イチゴ栽培

～新発田をいちごの街に～



# 株式会社 新発田ファームについて

新発田をいちごの街に！新発田ファームは一貫して、越後姫の栽培、品質向上と高付加価値化にチャレンジしています。

## 会社概要

「健全農業経営を通じて、新発田の地域社会に貢献する」を经营理念として、2014年に設立。現在、53haの水田耕作に加え、2021年から、新発田をいちごすることを目指し、約410坪の温室ハウスで越後姫栽培を開始。

- ◆年商：90,942千円
- ◆営業利益：8,795千円
- ◆従業員数：6名  
(令和6年実績)

## 実績






2021年から本格的ないちご栽培を開始、苗づくりから生産、販売まで一括したノウハウを蓄積。株数は7000株、収穫量5トン。現在は、越後姫に加え、収穫時期が早い「ベリーポップすず」を栽培。自社ECサイトやグループ企業「とんとん市場」など独自販路を複数持つことが強み

## アピールポイント

- ◆キネス本田でのLED栽培は、専門スタッフが常駐し、栽培管理体制を構築
- ◆四季なりでの生産を実施。特に夏場6月～12月に出荷、販売できる越後姫の栽培に挑戦
- ◆首都圏などへのPRキャンペーンなどにも積極的に参画。越後姫の知名度向上に寄与



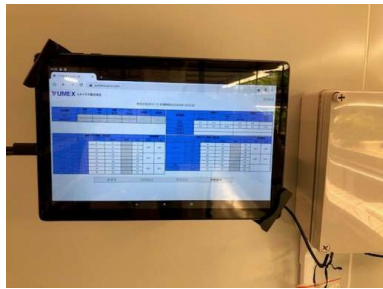
## LED設備・栽培の特徴とメリット

-  室温環境を調整することで、四季成り栽培が可能。通年での収穫・販売ができる。
-  LEDライト照射量、室温管理で糖度、粒の大きさを変えることができる。
-  閉鎖された施設で栽培することによって、無農薬栽培が可能となり、新発田市の進める「オーガニックビレッジ」事業にも貢献
-  ハウス栽培のイチゴが収穫できない時期にも生産が可能となり、希少な新発田産越後姫として高付加価値化と知名度向上が期待できる。
-  地中熱ヒートポンプを導入することにより、CO2排出削減にも効果的

# 当社が提案するLED栽培の特徴と強み



提携企業が独自開発した制御システム・LED照明・送風ユニット・栽培棚・温湿度CO2センサ・栽培ポットなどを活用することで、安定的な栽培、収穫が可能



左：温度、湿度、CO2量、風量などを監視する外部モニター  
中：独自設計の栽培棚。4段で960株を栽培  
右：ポットタイプの苗、不良苗はポットごと交換することで病虫害の蔓延防止



当社はLED栽培の実績はないが、県内最大クラスの大型鉄骨ハウス（410坪）での豊富な栽培、販売実績と提携企業からの技術サポート体制を構築

左：県内最大410坪の鉄骨ハウスで統合環境制御による栽培を実現  
中：収穫適期を逃さない組織体制  
右：独自のECサイトで県外へも販路を構築



# LEDイチゴの活用案

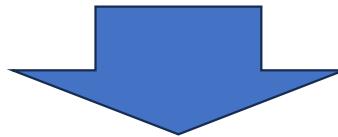
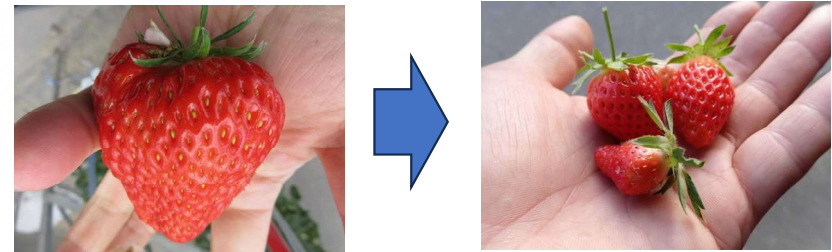
## ◆越後姫（えちごひめ）の収穫時期と旬

新潟県は冬の寒さが厳しく日照時間が短いため、「越後姫」の収穫時期は早い物でも1月ごろからとなります。最盛期は2月中旬頃から5月にかけてで、6月頃まで続きます。

品種	月	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
越後姫		収穫期	最盛期	最盛期	最盛期	最盛期	最盛期	収穫期	休止期	休止期	休止期	休止期	収穫期

収穫期
  最盛期
  休止期

3L以上の大粒の越後姫が収穫されるのは、気温が下がり、二番花が実をつける2月から4月頃が最盛期。6月まで収穫が可能であるが、粒は小さくなる。



## ◆LED室内越後姫の栽培戦略

ハウス栽培の越後姫は2月から6月が最盛期となる。LEDによる完全室内栽培は、室温を一定に保つことで、収穫時期の調整が可能となる。このため、収穫、販売時期が通常の越後姫と被らないよう、6月から12月を収穫期に設定することで、市場価値を高めます。

品種	月	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
越後姫		収穫期	収穫期	収穫期	収穫期	最盛期	最盛期	最盛期	最盛期	最盛期	最盛期	最盛期	最盛期

収穫期
  最盛期
  高価格期

通常、越後姫の市場販売は、1月から6月であるが、通年での収穫を目指し、最盛期を6月から12月とすることで、希少性をアピールするとともに、市場販売、EC販売、各種イベント、キャンペーンなどで積極的の発信する。



# LEDイチゴの活用案



新発田市は、県内有数の温泉地月岡温泉があり、当施設にも多くの観光来訪が期待できる。



5 採れたてのイチゴを使って観光客向けの簡単な「お菓子づくり体験」などを企画

四季なりの優位性を活かし6月～12月の販売  
(希少化・高価格化)

LEDでの無農薬栽培  
PR (高付加価値化)

観光客を対象とした  
体験事業  
(観光資源化)

夏場を実施する首都圏  
等でのPRイベント  
(知名度向上化)

■通常、イチゴが市場に出回らない、夏、秋、初冬に市場投入することで、高価格販売の可能性を探る。

■LED、無菌栽培による無農薬栽培を実施することで、高付加価値化を進める。

■月岡温泉に近接する立地環境を活かして、積極的に観光客を受け入れ、イチゴを使ったお菓子づくり体験を実施する。

■イチゴが市場に出回らない、夏場などに、商談会やPRイベントを行うことで、希少性をアピールし、知名度を向上させる。

# 新発田ファームの主な販路

丹精込めて栽培したイチゴを多くの人に味わってもらうため、様々は販売チャンネルを構築することで、安定的な収入を確保しています。

## 青果物市場出荷



## 直売所・スーパー出荷や 首都圏でのPR販売



## 新発田ファーム ONLINE STORE の開設

### 商品一覧



# 新発田ファームによるCSRの取り組み

新発田ファームは自社の利益追求ではなく、通年栽培、収穫を強みとして、越後姫の知名度向上と高付加価値化を訴求します。

- Point1 企業雇用型地域おこし協力隊員の雇用による次世代育成
- Point2 新発田産越後姫の知名度や付加価値向上のための首都圏キャンペーン等への参画
- Point3 小中学生等による学習活動などを積極的に受け入れ、新発田産越後姫への関心を深める

## Point 1

地域おこし協力隊員2名を採用して、生産ノウハウから、マーケティング、販路開拓などをOJTで進める。

## Point 2

利益追求<知名度向上による高付加価値化目指し、首都圏などで行われるPRイベント参加や百貨店などの催し出展を行う。

## Point3

小中学生が行う課外活動、学習活動に協力するとともに、県内外からの視察、研修なども積極的に受け入れを行う。

## ■その他

新発田市が進める「オーガニックビレッジ」の趣旨にのっとり、無農薬での栽培を進めるとともに、CO2削減などにも積極的に協力する



# 新発田ファーム取組事例



いちご苗づくりから、栽培、  
収穫まで一貫生産

外国人観光客、研修生などの  
受け入れ

羽田空港でのPR販売等や有名人への  
提供での情報発信



新発田ファーム  
Shikata Farm

# 新発田ファーム組織体制

株式会社  
新発田ファーム

水稻  
チーム

- 設立：H26.4.1
- 経営面積  
・53ha
- 作付品種  
・コシヒカリ  
・わたぼうし  
・こしいぶき  
・新之助等
- 担当社員数  
・男3人女1人

いちご  
チーム

- 事業開始：R2.10月
- 経営面積  
・410坪ハウス  
(県内最大クラス)
- 作付品種  
・越後姫  
・ベリーポップ
- 担当社員数  
・男2人  
パート女4人

新規  
LEDチーム  
(予定)

- 事業開始：R7.10月
- 経営面積  
・キネス本田プレ  
ールーム960株
- 担当社員数  
・男2人(併任)
- 地域おこし協力隊  
員2名採用
- 民間企業受入れ型

## 地域おこし協力隊員の活動内容

新発田ファームに入社いただく「地域おこし協力隊員」については、下記の業務に従事する。

- ①LEDいちごの栽培管理、収穫、マーケティングや新規販路の開拓
- ②小学生などの施設見学、学習活動への対応。観光客の受け入れ。
- ③いちごを使った、スイーツづくり体験や加工品の開発。その他、新発田ファームの業務全般

### 栽培



- 栽培マニュアルづくり、データ集積・分析（室温、湿度、風量、CO<sub>2</sub>）による最適化検証
- 市場データに合わせた収穫販売時季の検証

### マーケティング／販路戦略



- 首都圏等でのPRイベント参加とニーズの把握
- 新規販路の開拓、取扱店の掘り起こし
- PR用チラシ、フライヤーの作成
- オンラインサイトの更新によるティザー発信、予約受付とECビジネスの拡大

### 視察研修／観光客対応



- 国内外からの視察研修の受け入れに伴う、案内、説明、資料づくり
- 地元小中学生等の課外学習の受け入れに伴う、案内、説明、資料作り
- 観光客受け入れに伴う、魅力的な体験等のコンテンツづくり

### 商品開発／その他



- スイーツづくり体験等の体験メニューの開発
- 魅力的な加工品（ジャム、バター）等の開発・販売
- LED越後姫を活用した、高付加価値化の展開
- その他、新発田産越後姫全体のブランド化戦略の検討・実施