

えづらファーム

～脱サラ新規就農者、「農」の可能性に挑戦～



プロフィール

- ・ 江面暁人（1979年生まれ）

転勤（**非農家**）で全国を転々とし、大学進学を機に東京へ。
卒業後は人材・教育系上場企業に企画営業職として入社。
マネジメント業務を兼務。

- ・ 江面陽子（1980年生まれ）

京都府出身（**非農家**）、就職を機に横浜へ。大手食品・
化粧品会社にて商品企画を担当。

- ・ えづらファーム設立の経緯

2009年、自身のワークライフバランスに疑問を感じ脱サラ、農
業の働き方や可能性に惹かれ北海道へ移住。北見の畑作法人
にて1年間研修。

2010年、独立のため経営継承を前提に遠軽町白滝の農場（現農
場）にて2年間の研修。

2012年、経営継承事業でえづらファームとして独立

※既存の農家より経営（農地、機械、建物、住宅等）を約7000万円で継承



現在、新規就農（独立）11年目

農場の概要



【場所】北海道紋別郡遠軽町白滝（人口約500人）

【面積】約42ヘクタール（東京ドーム9個分）

【主作物】馬鈴薯、小麦、スイートコーン、甜菜、ブロッコリーなど

【出荷先】農協、企業（カルビー、クノール）、インターネット通販、百貨店、スーパー、レストラン等

【事業内容】畑作経営、農産物のネット販売、農産物の加工販売、農家民宿「えづらファーム」の経営、農業体験・住み込みボランティアの受け入れ、小麦細工「ヒンメリ」の企画・生産・販売、企業研修の受け入れ事業、収穫レストラン「TORETATTE」の運営 など

【労働力】夫婦 + ボランティア多数

【沿革】

2012年 2年間の研修の後、「えづらファーム」として経営を継承、独立

同年 農産物のネット販売を開始

2013年 農作業の住み込みボランティアの受け入れ開始

2014年 農業体験の受け入れ開始

2015年 農家民宿（簡易宿泊所）の認可取得

2016年 農作業を通じた企業研修の事業化

同年 海外からの農家民宿、住み込みボランティアの受け入れ開始

2017年 近隣の空き家を利用した一棟貸し（簡易宿泊所）の認可取得

2018年 正社員雇用を開始（担い手育成、事業多角化）

2019年 じゃがいもを使った加工品の商品化

2022年 収穫レストラン「TORETATTE」開業

【受賞歴】

2017年 HAL農業賞【チャレンジ賞】

2017年 コープさっぽろ 農業賞【優秀新規就農者賞】

2022年 「わが村は美しくー北海道」運動 【大賞審査委員特別賞】

2022年 北海道農業公社「新規就農 優良農業経営者」【最優秀賞】



新規就農までのあゆみ

- 2008年 職業としての「農業」への転職を決意。（働き方、ビジネスの可能性）
2009年 脱サラ&結婚→北海道へ移住
農業法人で1年間、経営継承先の農家で2年間農業研修
2012年 「えづらファーム」として独立

新規就農の方法

農業経営継承制度（※）を利用

既存の農家より経営（農地、機械、建物、住宅等）を約7000万円で継承。関係機関との返済計画では35年を想定。

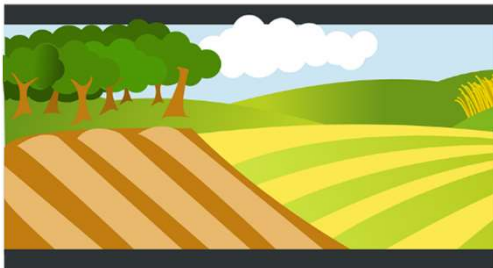
※全国農業会議所・全国新規就農相談センターの農林水産省の助成による事業

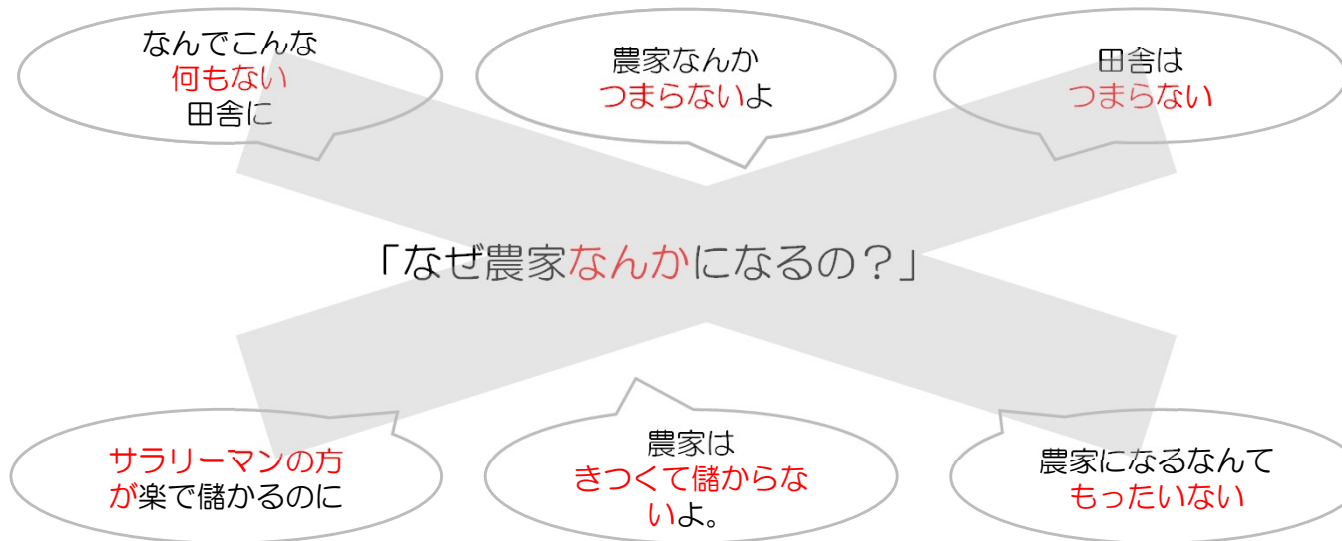
資金について

農地（約3300万円）…農地開発公社の農地保有合理化事業（10年間は借地代のみ。就農10年後に買戻し）

施設・機械（約3000万円）…就農施設等資金（無利子、償還期間12年）

その他経費（約700万円）…自己資金





「農業=きつい、もうからない、つまらない」「農村、田舎、地方=何もない、つまらない」
なのか??

えづらファームが目指したいこと

- ・ 農業、農村の魅力を伝える（仕事、文化）
- ・ 農業の可能性を誰もが想像しないステージにまで広げる
- ・ いつまでも持続可能な農業、農村、コミュニティの実現
- ・ 儲かる農業を実現

↓ そのためには

農業や農村に
一人でも多くの人に興味を持ってもらい
一人でも多くの人に足を運んでもらい
一人でも多くの人に魅力を感じてもらおう

「人の集まる農場」の実現

事業展開について

【農泊事業】

(ファームステイ)



【飲食事業】

(収穫レストラン)



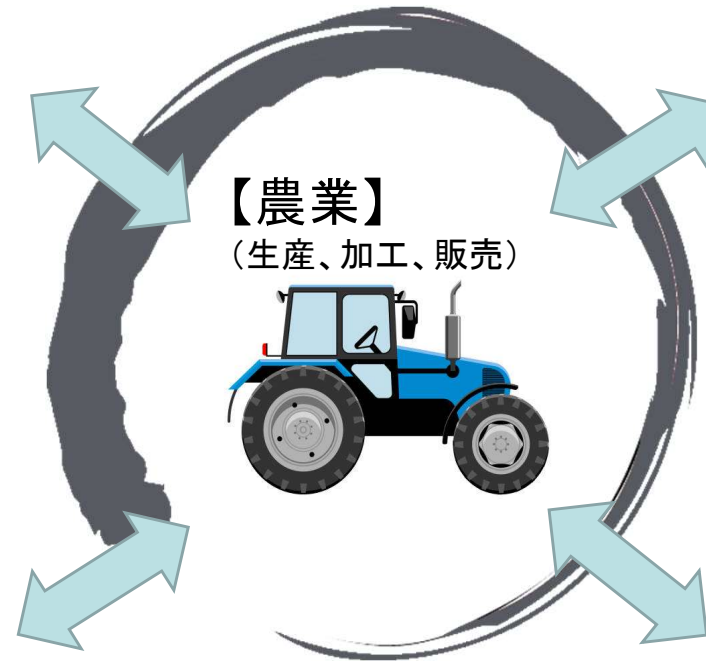
【教育的事業】

(企業研修・食育活動)



【文化的事業】

(農業体験・ボランティア・ヒンメリ等)



→農業を中心としてそれぞれの事業が相乗効果を生み出す仕組みを構築。

農業生産だけではなく農業が持つ多面的な可能性を開拓。

天候や情勢に左右されない、経営面でのリスクヘッジ。

農泊が年間延べ500名、住込みボランティアが年間70名。地域人口を超える交流人口を創出。「人の集まる農業」の実現へ。

【農業】作物生産、加工、販売

●原料出荷（JA、カルビー、クノール等）

小麦

甜菜（砂糖）

スイートコーン

ジャガイモ



●ネット販売、加工

スイートコーン

ジャガイモ

※付加価値をつけ薄利多売ではなく厚利小売

※販売先…一般消費者、道の駅、宅配システム、レストラン等

※販売方法…一般向け：HP、SNSのみ



えづらファームの基盤事業。

作物生産&加工だけで農場全体の売り上げの85~90%を占める。

【農泊事業】 農家民宿えづらファーム

農業・地域の魅力発信を目的に2015年に開業。自宅の2階、近隣の空き家を改装し宿泊施設として利用。農作業、田舎暮らし、農家の生活を体験してもらう。

【集客方法】

HP、SNS、OTA (Booking.com/ Airbnb)

【宿泊料金】 (子供は半額)

素泊まり6000円/人

2食付き10500円/人

【宿泊者内訳】

・家族構成について

子供連れ…51%

夫婦、友人など…49%

・インバウンド率

国内…62.3%

海外…37.7%

・国籍について

アジア…52% (シンガポール、台湾、中国、香港、タイなど)

北米・欧州…24% (アメリカ、カナダ、フランス、イギリスなど)



→ 年間、延べ**500名 (インバウンド率3割)** 程が宿泊！観光資源がないとされている場所で地域人口と同程度の交流人口の創出。



日本のファームステイ（農泊）の状況

ヨーロッパにおけるグリーンツーリズム先進国との比較

・農家民宿件数比較

ドイツ(人口約8,000万人)	・・・約16,000ヶ所	1件／5000人あたり
フランス(人口約6,600万人)	・・・約60,000ヶ所	1件／1100人あたり
イタリア(約6,000万人)	・・・約18,000ヶ所	1件／3333人あたり
日本(人口約12,000万人)	・・・約4000ヶ所	1件／30000人あたり

・農家戸数比較

ドイツ・・・	285,000戸	(1件／17.8戸あたり)
フランス・・・	371,000戸	(1件／6.2戸あたり)
イタリア・・・	1,679,000戸	(1件／93戸あたり)
日本・・・	2,605,000戸	(1件／651.3戸あたり)

(図表 2-31) ドイツ、フランス、イタリアの農家民宿、農村民宿の比較

	ドイツ	フランス	イタリア
農家民宿・農村民宿の箇所数	約 16,000ヶ所 (2008年農家民宿数をBAG加盟者数から推計)	約 60,000ヶ所 (2015年ジット・ド・フランス加盟者数)	18,121ヶ所 (2014年農家民宿のみ)
年間宿泊数	約 2,440万泊 (2011年ドイツ内の14才以上のドイツ語話者のみ)	約 2,870万泊 (2014年ジット・ド・フランス加盟民宿のみ)	約 1,080万泊 (2014年農家民宿のみ)
直接消費額	約 1,400億円 (2011年ドイツ内の14才以上のドイツ語話者のみによる農家・農村での休暇全体の消費額)	約 840億円 (2014年ジット・ド・フランス加盟民宿のみ)	約 1,001億円 (2002年アグリツーリズム加盟民宿のみ)
外国人比率	不明 (農家・農村民宿の予約・検索サイトでは外国語未対応のため、小さいと推測される)	13% (2014年ジット・ド・フランス加盟民宿)	44% (2014年農家民宿)
主なネットワーク組織	・ドイツ連邦農家民宿および田園ツーリズム事業協会(BAG)と、その下部組織「農家で休暇を」連盟 ・ドイツ農業協会(DLG)	・ジット・ド・フランス全国連盟 ・ようこそ農家へ(ピアンヴニュ・ア・ラ・フェルム) ・農家のもてなし(アキユイユ・ベイザン)	・アグリツーリスト ・テラノストラ ・ツーリズム・ヴェルデ

資料：各国資料（前節各国の項参照）

※農水省HPより引用

→日本はファームステイ・グリーンツーリズムではまだまだ未発展地域。潜在的なニーズに対して供給が追いついていない。インバウンド需要も含めて伸びしろが大きい。

【教育的事業】 ～農作業を通じた企業研修～

なぜ農業×人材育成なのか？

- ・作業の種類及び手法が豊富であり、プロセス化、チーム化、配置転換が容易
- ・消費者目線で直に商品に触れることが可能で、当事者意識を持ちやすい
- ・作業は比較的単純で初心者でもすぐに習得し生産性の向上を図ることができる
- ・監督側からも創意工夫の結果が容易に判別できる
- ・それぞれの個性、特性が行動に現れやすい など

企業側メリット

- ・研修後の社員同士のコミュニケーションが増える
- ・全く違う分野だからこそビジネスの基本の考え方が身に付く
- ・全く違う環境でリフレッシュできる(兼社員旅行)
- ・社員満足度が上がる
- ・採用活動で有利になる など

研修の企画から実施まで

数か月前から対象者と目的に合わせて企画を一緒に練ることもあれば、当日のみ作業を指導するだけの場合など様々。



→ **農業の可能性**を大いに広げる。新たな形での都市と農業（農村）との交流が生まれる。地域への経済効果も期待できる。今後は企業の福利厚生としての体験提供や提携農場としての展開も。

【文化的事業】 ～農業ボランティア、農業体験～

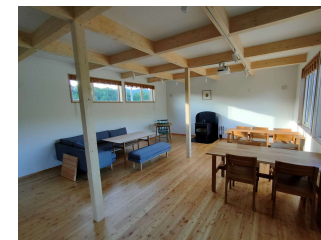
農業をより身近に感じ、地方で暮らすことの豊かさを伝えたい。



→先の人手不足も見越して、新規就農2年目から受け入れ。[HP](#)やSNSで募集し、国内外から年間**70名**が参加（応募は200名以上、書類選考&WEB面談の上、採用）。これをきっかけに農の道や地方での豊かな暮らしを目指し実現する人も。

【飲食事業】 収穫レストラン「TORETATTE」

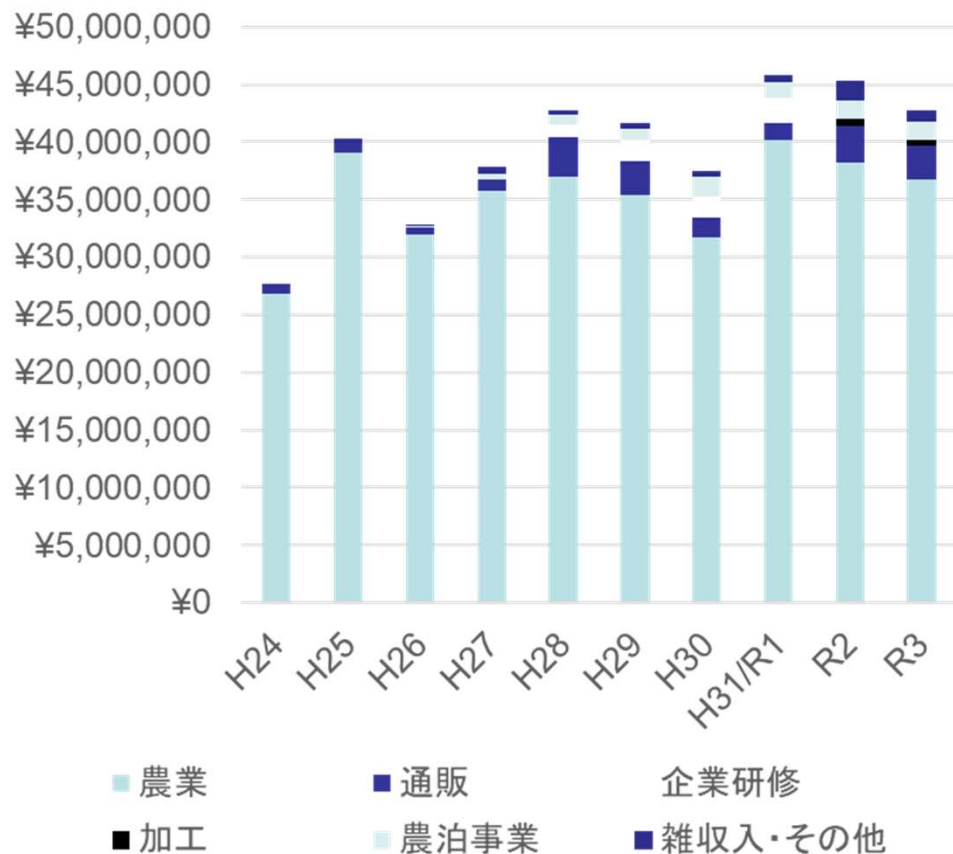
- ・営業時間(一般客向け)
毎週 木曜日、土曜日
11:00~15:00
※農繁期、冬期間を除く
※8名以上は予約式で通年受入れ
- ・収穫体験+レストラン(予約式)
農業内でガイド付きの収穫体験。収穫した採れたての野菜を使ってレストランで提供。
※夏季限定
- ・宿泊客の夕朝食の提供の場
宿泊客の客単価の向上
- ・アフターコロナのインバウンド需要回復にむけて



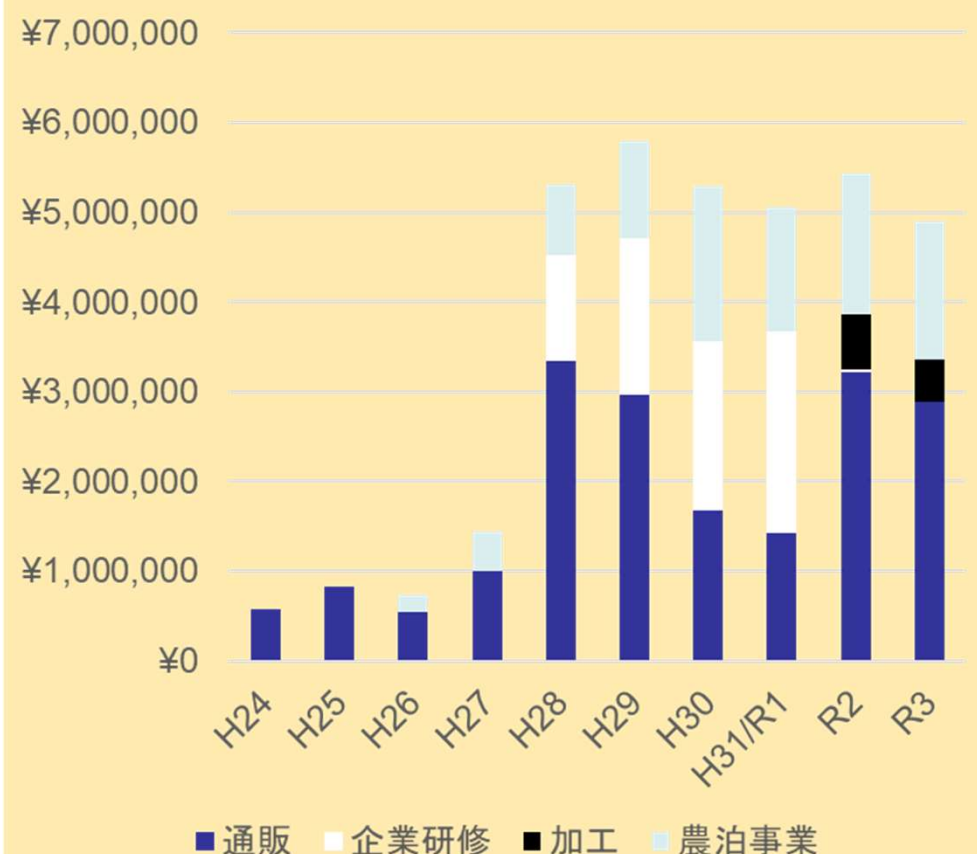
→えづらファームでは、作物が種から収穫を迎えるまでの一連の食物生産、その体験、生産物の直売、加工販売、そして調理して人の口に直接届けるレストランを行うことで食の一連のプロセスをここで完結できる。2022年事業開始。

えづらファーム売り上げ推移

売り上げ推移



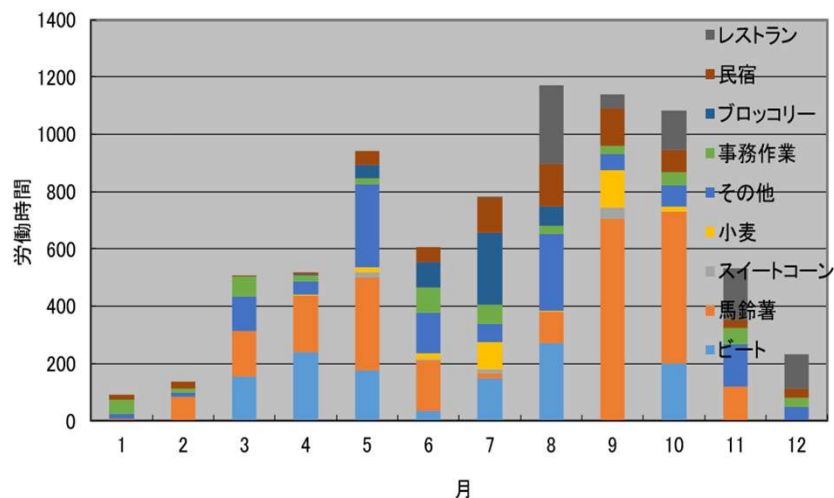
売り上げ推移(新事業のみ)



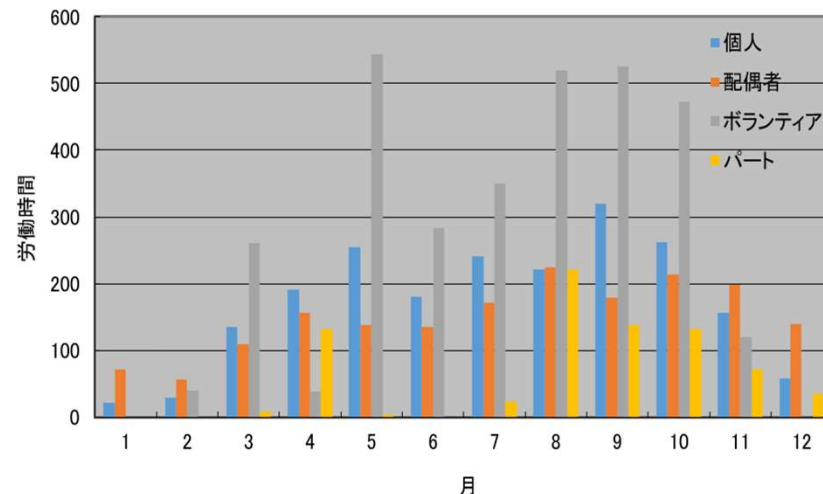
農業を基盤にした新事業から得られた利益が経営力を大きく押し上げた。
 新事業は売り上げ規模で比較すると小さいが利益率が高い。
 資金返済計画→当初は35年で計画→完済

えづらファーム労働状況

月毎の労働時間 2022年



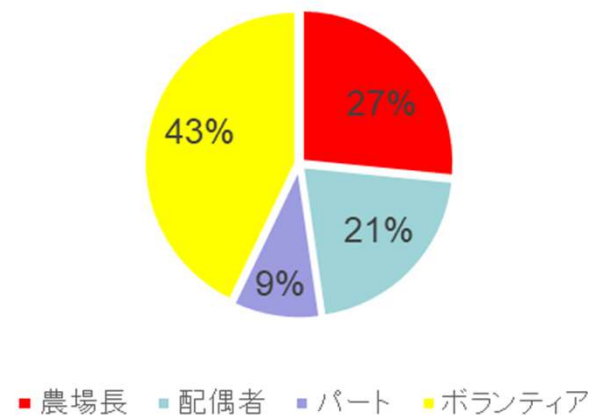
月毎の労働時間 2022年



【住込みボランティア受入れ状況】

- ボランティア年間約70名（国内8割、うち本州9割）
- 年間の農場の労働時間約8000時間に対し、約40%（約3200時間）を担う。
- 男女比（1：9）、学生8割
- 期間は1週間～1シーズン（平均は2週間程）
- シーズン中は常に3名ほど滞在。農繁期は4～5名
- 労働時間8時間／日、休憩2回、週休1～2日
- 個室、食事、作業着等提供。休みのアクティビティも。

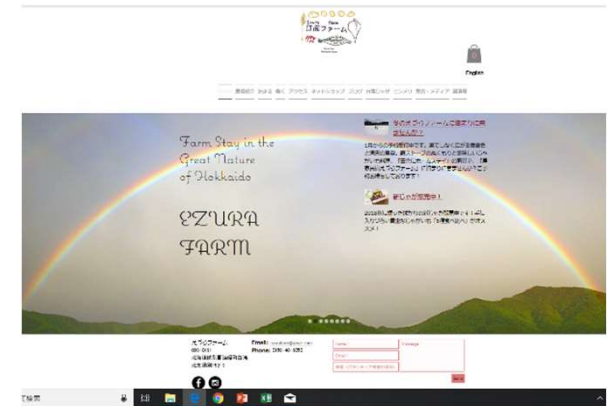
農場の年間労働の内訳



情報ツールの活用

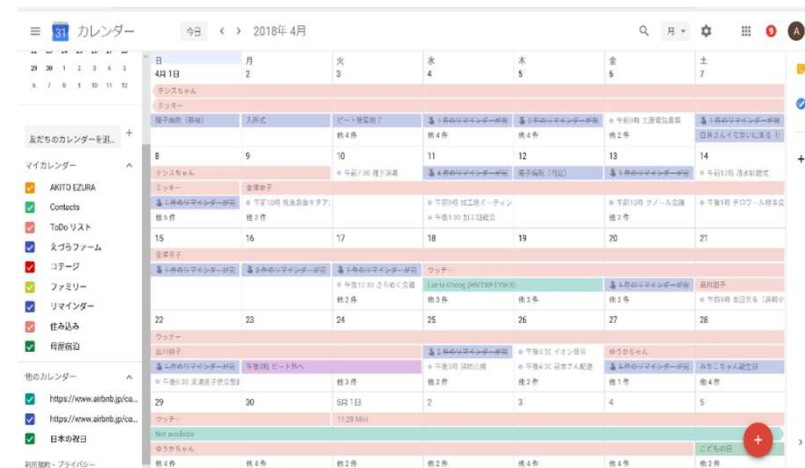
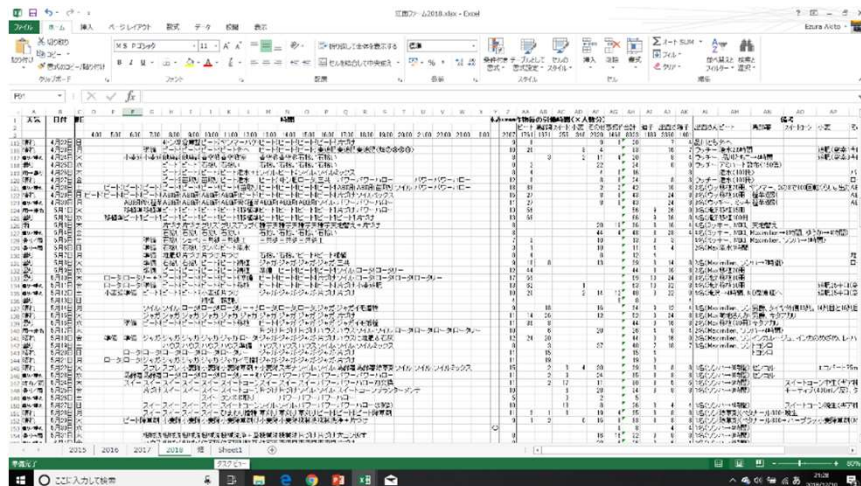
○ 経営上の情報戦略

- ・ファンづくりのための情報提供 顧客DB化
- ・ブランディング戦略 ハードではなくソフトの差別化
- ・誰に、何を、どのように？ ターゲット設定の重要性
- ・SEO対策 検索して見られなければ意味がない
「北海道、農家民宿」「北海道 農業 ボランティア」「北海道、ファームステイ」
「北海道 農業体験」「Hokkaido,farmstay」「Hokkaido,farm,volunteer」
- ・情報発信は営業活動



○ 農場内の情報共有について

- ・作業日報の共有 クラウド上にエクセルで管理→いつでも閲覧可能
- ・スケジュールの共有 グーグルカレンダーで予定を共有
→いつでもどこでも情報を引き出せるようにしておく。コミュニケーションの円滑化。



事業展開の考え方

- ・ 経営上のリスクヘッジ

農業は天候や市場価格などに大きく左右される→経営上のリスク
不作や将来の不測の事態にも収益の基盤となり得るものを

- ・ 本業はあくまでも「農業」・・・①②③④を全て満たすこと

①本業から派生する ②本業を圧迫しない

③本業と相乗効果を生み出す ④利益を生み出す(売上増／経費減)

- ・ 勝算はあるか！？～新参者や弱者が勝つために～

自分たちの強みを最大限に生かす(自己分析)

強い競合他社が少ない(勝てる)マーケットで勝負

先行者利益を最大限に生かす



- ・ 新しい可能性を見出せるか！？

これまでの所謂「●●」という概念に囚われない新たな可能性を探る

社会的意義、与えるインパクト

まとめ

「農村、田舎＝何もない」なのか??

農家民宿…年間延べ約600名 + 住み込みボランティア…年間約70名
観光施設がほとんど何もないこの場所に世界中から人が来てくれる。



●「何もない」場所で地域人口以上の交流人口を生み出している。自分たちにとって「何もない」ことが他の人には大きな価値がある。大切なのはどう見せるか。

「農業＝きつい、もうからない、つまらない、魅力がない」なのか??

農産物の付加価値販売、ネット直売、農家民宿、農作業を通じた企業研修、ヒンメリ…



●自分で経営する責任と醍醐味。農業は未開拓の部分が多い。発想や工夫次第でいくらでも可能性、ビジネスチャンスは見いだせる。

→農業も農村地域も伸びしろだらけ。アイデアと行動力でNO1、オンリー1になれる余地がたくさんある。