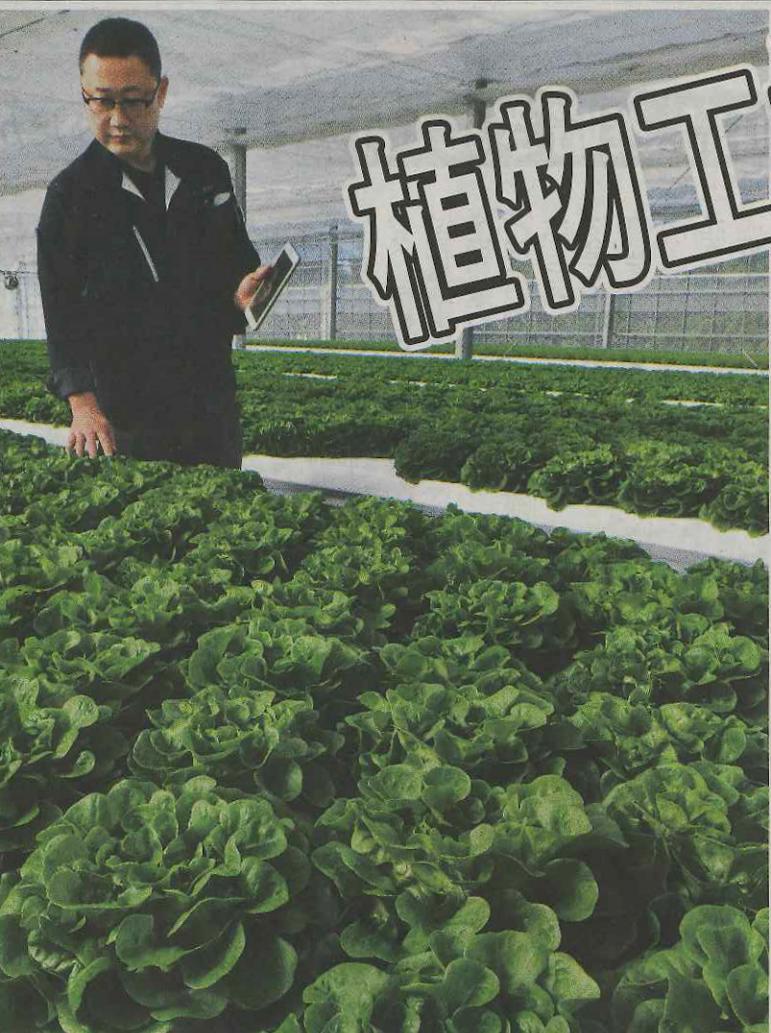


従来の植物工場は、多額の設備投資や運用コストを販売でカバーできないケースが多く見られた。その中で、マーケットトイントイン(需要に応じた生産・販売)で課題を克服しようとする動きが加速している。参入事業者は販路を確保した上で、

栽培施設を建設して生産に乗り出す。工場で野菜を安定生産できるので、近年の天候不順から需要が増している。スーパーは専用売り場を常設し、消費定着を後押しする。市場の拡大へ過渡期にある植物工場の現状を追った。(鈴木薫子)

# マーケットトイントインで活路



## 販売安定、生産に専念

JAIもアグリが開発した植物工場。スマートフォンやパソコンを活用して施設内環境を自動制御する  
(島根県出雲市で)

## 「赤字」半数、撤退も

植物工場は、施設内で高度な環境制御と生育予測を行い、野菜などの周年・計画生産が可能な施設のこと。人工光型と太陽光利用型、両型併用の三つに大別される。

日本施設園芸協会の調べでは、19年2月現在の全国の施設数は392。協会のアンケートで回答があった103社のうち、経営が「赤字」は49%に上る。多額の設備投資や光熱・水道費などの運用コストがかさみ、加えて販売先の開拓に時間がかかり、収益性が悪化する例が目立つ。廃業・撤退する業者も出ている。同協会は「植物工場を軌道に乗せるにはマーケットトイントインの取り組みが大前提だ」と指摘する。

をつくり、管内の個人農家も取り組めるよう、30アール規模の経営体系の構築も進め

る考え方だ。  
青果卸もマーケットトイントイン方式で植物工場事業に乗り出す。横浜丸中ホールディングス(横浜市)は、2020年春から静岡県で地元農業法人と連携してリーフレタスなどの生産を始める。生産した野菜は同社傘下の横浜丸中青果が買い取り、業務用として総菜メークーへの販売が決まっている。(鈴木薫子)

販路、コスト課題



スーパーは植物工場野菜を販売する専用売り場を常設し、消費拡大を後押しする  
(東京都調布市マルエツ国領店)

## 価格が一定で評価

### ■スーパー取引強化■ 専用コーナー続々



スーパーは植物工場野菜を販売する専用売り場を常設し、消費拡大を後押しする  
(東京都調布市マルエツ国領店)

と打ち出した専用売り場を常設している。「プリーツレタス」(80円・213円)など20~30種が並ぶ。広報担当者は「一定の価格で販売している点が受け入れられ、固定客が付いていく」と話す。

ライフコーポレーションは、植物工場野菜の取り扱いを強化している。現在は約20種類を販売し、客からは「農業を使わないと、洗わずに食べられる」などと好評だ。広報担当者は「取扱量は毎年2割増のペース」と話す。今後、専用コーナーを全店舗で展開する方針だ。

大手コンビニ各社も、植物工場で育ったレタスの仕入れを強化し、サンドイッチなど総菜の具材を使って

島根県出雲市の水田地帯に、16連棟の巨大温室ハウスが建つ。JAしまねの子会社、JAいもアグリ開発が3月に稼働させた太陽光利用型の植物工場だ。ハウスの仲間のサラノバレタスを水耕栽培している。

同社は、施設建設の計画段階から売り先の確保に走り、生産するレタスの全量で青果物販売業者との契約取引にこぎ着けた。「出荷が安定する植物工場の野菜は引き合いが強い」と手応えを得て、施設を整備。事業費は約7億円で、国・産地パワーアップ事業で半額助成を受けた。

販路に心配がなく、「収量性を高めるなど生産に集中できている」と柳葉俊介統括マネージャーは利点を話す。

島根県出雲市の水田地帯に、16連棟の巨大温室ハウスが建つ。JAしまねの子会社、JAいもアグリ開発が3月に稼働させた太陽光利用型の植物工場だ。ハウスの仲間のサラノバレタスを水耕栽培している。

同社は、施設建設の計画段階から売り先の確保に走り、生産するレタスの全量で青果物販売業者との契約取引にこぎ着けた。「出荷が安定する植物工場の野菜は引き合いが強い」と手応えを得て、施設を整備。事業費は約7億円で、国・産地パワーアップ事業で半額助成を受けた。

販路に心配がなく、「収量性を高めるなど生産に集中できている」と柳葉俊介統括マネージャーは利点を話す。