



令和7年度 事業計画

一般財団法人 笠間市農業公社

令和7年度 基本方針

〇テーマ

公社の経営自立化

自立化に向けて収益事業の強化

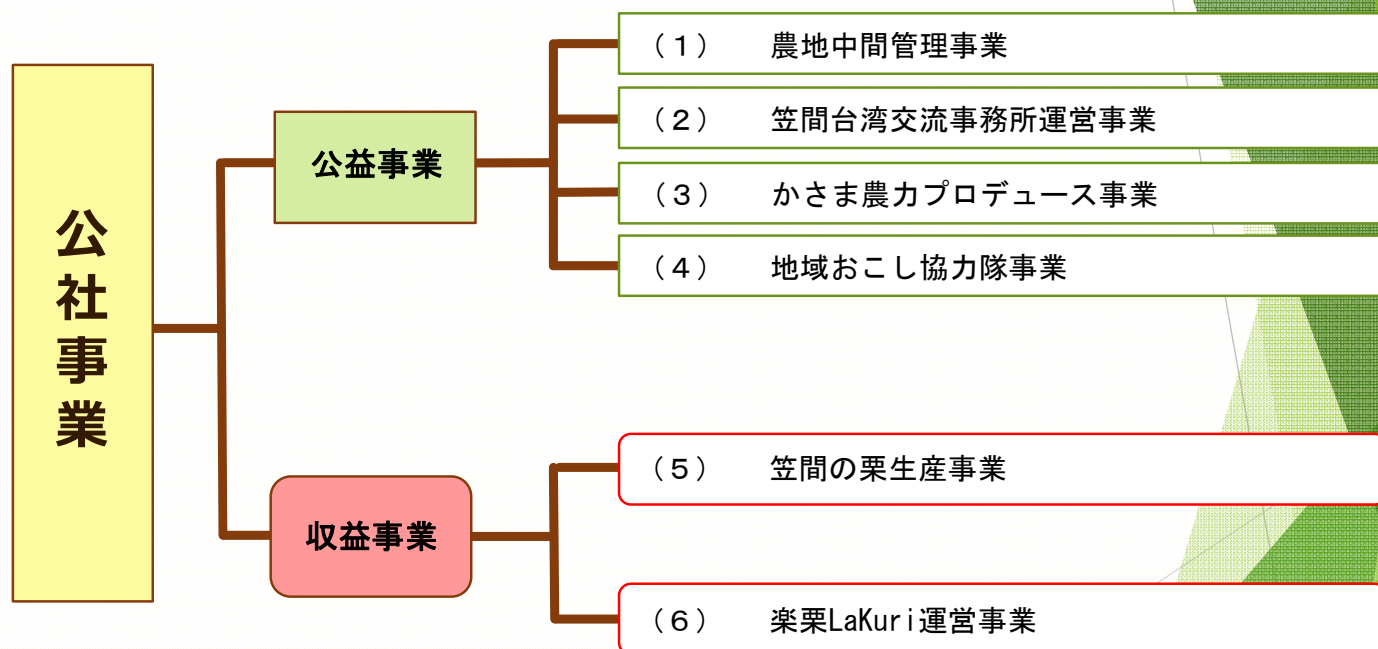
- ① ‘楽栗LaKuri運営事業’ 新商品開発など販売力強化
- ② ‘笠間の栗生産事業’ 良質な栗の生産、焼き栗やむき栗などの加工販売

令和7年度 特筆事項

令和6年度と比較して変化のある事業

- ① ‘農地中間管理事業’ 期間満了を迎える農地の対応、事務手続きの簡略化
- ② ‘地域おこし協力隊事業’ 協力隊1名増員予定、担い手の確保・育成

令和7年度 公社事業一覧



公益事業

予算額:413万円

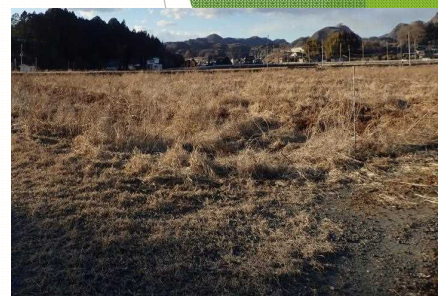
(1) 農地中間管理事業

概要

規模縮小や経営転換を希望する農地の出し手と規模拡大や新規就農により新たに農地利用を希望する担い手とのマッチング

近年の主要課題

- ・ 事業開始から10年が経過し、契約期間満了を迎える農地が約200haあるため、事務を簡略化しながら契約更新、耕作者や賃料変更等の手続きを進める
- ・ 契約期間中に耕作者の体調不良、機械故障等により荒廃農地となった農地に関する再生作業の対応
(草刈り作業委託者の選定、所有者への現状連絡等)
- ・ 土地改良工事が進んだことによる耕作者変更手続き



荒廃農地となった田んぼ

公益事業

予算額:2,505万円

(2) 笠間台湾交流事務所運営事業

a) 「食」・「観光」交流充実と拡大

農産物マーケティング貢献ノウハウと
現地で築いた関係各所とのネットワーク
を活かし、交流活動フィールドを拡大

復興支援 | 商工・教育・スポーツ・医療

b) 事務所新体制の確立

新事務所長（今年度副所長着任・市職員）
新体制のもと、市との協力連携を円滑にし
現地での活動推進力を強化する



農産物・食品のマーケティングに貢献した
企業・団体の表彰 **6年連続受賞**

公益事業

予算額:1,000万円

(3) かさま農カプロデュース事業

【1. 学校給食における台湾フルーツ購入事業】

- ・ 2品目：台湾バナナ・台湾パイナップル
- ・ 県内各自治体の食を通じた交流関心拡大と交流活発化に貢献
- ・ 過去の学校給食側要望傾向を台湾側と共有し納品改善を検討



交流給食でのふれあい（那珂市）

(3) かさま農カプロデュース事業

【2. 農産物PR事業】

a) 国内

- ・ 都内ホテル等への笠間市産食材販売（卸）
- ・ 市内病院の出産祝い膳食材販売（卸）

b) 台湾

- ・ 台湾側の栗供給受入れと菓子開発とPR連携推進
- ・ 輸出実践（市事業の委託等）

【3. グリーンツーリズム事業】

酒米田んぼオーナー制度

- ・ 県外のオーナー獲得に向けてPR
- ・ イベント参加者に次回のイベントの周知



酒蔵見学ツアーの様子

(4) 地域おこし協力隊事業

新たな協力隊員の受入れ

- ・ 現在女性隊員1名+1名
- ・ 市と連携した栗の担い手確保へ

活動サポート

- ・ 新規就農（栗）に向けた活動
- ・ 栗園場整備作業、栗選別作業、自主研修
- ・ 隊員の得意分野を活かせる体制の確保



収益事業

予算額:4,510万円

(5) 笠間の栗生産事業

生産部門

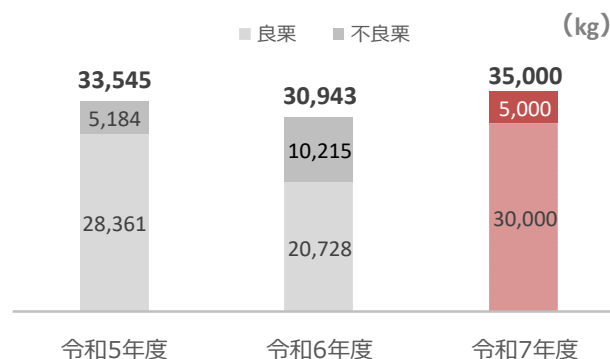
ほ場管理・担い手確保

- ・ 除草及び剪定作業の強化
- ・ 地域おこし協力隊事業を活用した人材育成

不良栗減への取り組み

- ・ 収穫体制の整備
- ・ 研究結果をもとにした天候や虫害への対策

収穫量



収益事業

予算額:4,510万円

販売部門

生栗出荷と栗ペーストの二大販売軸を維持しつつ、商品開発と露出機会増に努める

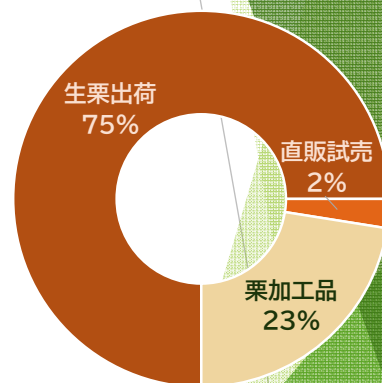
a) 生栗

- ・ JA、栗ファクトリー出荷 15 t

New・直販試売（選別作業所、JA直売所） 500kg

b) 栗加工商品販売

商品名	R6販売見込	R7販売計画	主要販売先
栗ペースト	17% 3.6t 35% 3.6t	17% 3.6t 35% 3.7t	楽栗LaKur i
焼き栗	400kg	400kg	イベント販売
冷凍焼き栗	200kg (500袋)	200kg	ふるさと納税 JA直売所
栗コロッケ	1200個+240袋	3,200袋	ふるさと納税 JA直売所



消費者に近い
PR商品



(6) 楽栗LaKuri運営事業

顧客規模拡大と販売チャネル充実に取り組み、売上額の維持向上と安定に努める

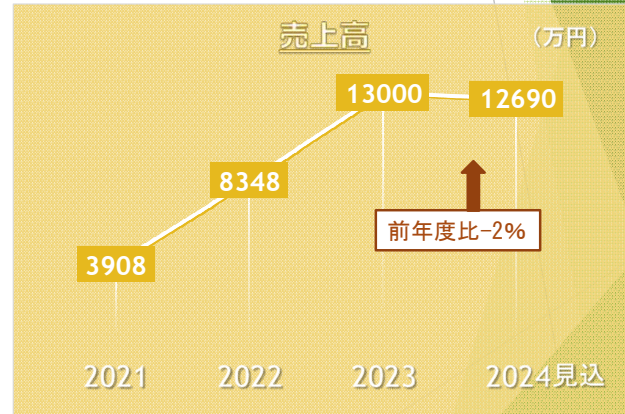
a) 2024年度営業実績概況

昨年度最高売上高同等で推移

- ・ 新商品ヒット
- ・ スポット雇用活用による人員確保

施設傾向

- ◆ 道の駅の「栗・モンブラン観光地」化
シーズンON/OFF、平日休日利用差激化
- ◆ キッチンカー台数、各店売上増大



b) 運営計画に対するアプローチ

1. 顧客規模拡大 (現場努力)

施設傾向に適応=売り抜く

売数コントロールとオペレーションで
販売機会の損失幅を縮小

商品品質と食品安全維持

製造管理意識) 仕上がりのバラつき
=リピート減防止・食中毒防止

客ストレス軽減

- ①行列の见えない (すぎない) 化
予約システム・web券売等の検討
- ②接客レベル向上

2. 販売チャネル充実 (Web露出努力)

HP&オンラインショップ ふるさと納税

シーズン需要への対応

Web検索情報整備

- ・ 楽栗情報との出会いやすさ=認知拡大
- ・ 情報内容の整備=興味、消費意欲

楽栗への来店意欲が高い来客により
キッチンカーの誤認防止、差別化