



## 企業理念・100億宣言に向けた経営者メッセージ



代表取締役  
勝股 優

### 「梅の未来を拓く。地域とともに世界に広がる持続可能な食・農の価値創造企業へ」

株式会社勝股農園は、日本一の梅の産地・和歌山県みなべ町で培ってきた生産・加工・販売の知見を軸に、梅産業の未来を切り拓く新たな挑戦に踏み出します。日本の梅農家は高齢化・収量減少・後継者不足といった構造的問題に直面しています。私たちは、この地域の伝統産業を次世代につなぐために、梅を核とした“産業複合体”モデルへ進化し、地域経済の再生と持続可能な成長を実現します。  
売上高100億円は、単なる目標ではなく、「梅産地の未来を守り、新しい雇用と価値を創出するためのマイルストーン」です。私たちは、食・農・健康・観光・デジタルの領域を融合させ、梅の可能性を最大化する事業群を構築します。

## 売上高100億円実現の目標と課題

### 実現目標

2035年に売上高100億円を実現するため、既存の梅干し事業の安定成長を基盤に、複数の成長領域を設定します。具体的には、健康価値を訴求した高付加価値商品、業務用調味料・加工品、越境EC販売、観光・体験型アグリツーリズムなど、**新市場開拓と事業ポートフォリオ多角化**を進めます。これにより、梅干し市場規模のみに依存しない強靱な収益構造を構築し、地域生産者との連携拡大、若年層の就農促進、雇用の創出を実現し、**梅産業の未来を担うプラットフォーム企業**として地域とともに持続的な発展を目指します。

### 課題

以下の3点を主要課題ととらえ、これらの解決を通して、持続的な成長基盤を確立します。  
①**生産体制の確保**：農家の高齢化による供給量が不安定です。契約栽培や共同加工体制の構築が必要です。  
②**商品開発力の強化**：若年層・海外に響く高付加価値商品や業務用加工品の開発が不足しています。  
③**デジタル・海外展開の人材不足**：EC・SNS・越境販売の体制が弱く、専門人材の育成・採用が求められます。

## 売上高100億円実現に向けた具体的措置

### 目指す成長手段

- **6次産業化モデルの高度化**：生産・加工・販売の一貫体制を強化し、梅干しに加え、梅酒・梅シロップ・業務用調味料等の高付加価値商品の開発を通して、ギフト需要・業務用市場・健康食品市場など複数の収益源を育成することで、梅の価値の最大化を目指します。
- **D2C事業の成長エンジン化**：自社ECを中心にSNS・インフルエンサーとの協業を強化し、ファンコミュニティを形成します。定期便モデルでLTVを高め、国内外市場へのD2Cを拡大します。
- **新規就農者育成と地域連携強化**：農業研修や収益分配モデルによる若年層就農を支援し、生産体制の安定化と供給力向上を図ります。

### 実施体制

- ・ **デジタルマーケティング部門を新設**し、EC運営・SNS発信・広告運用・顧客データ分析を内製化します。これにより、D2Cと越境ECの成長を支える専門チームを整備します。
- ・ **商品開発・研究開発チームを拡充**し、機能性食品、業務用調味料、海外向け新商品の開発を継続的に行える体制にします。また、地域農家との「契約栽培プラットフォーム」や共同加工ラインを整備し、生産量の安定確保と品質向上を図ります。
- ・ **大学・企業・自治体との連携**により、人材育成・技術導入を進め、成長を支える強固な実施体制を確立します。



主力商品

○本社所在地：和歌山県日高郡みなべ町  
東本庄1256番地

○事業概要：紀州南高梅の栽培・加工・販売

○常時使用する従業員：13名

(2026年3月時点)

○現在の売上高：11億円

(2025年8月期)

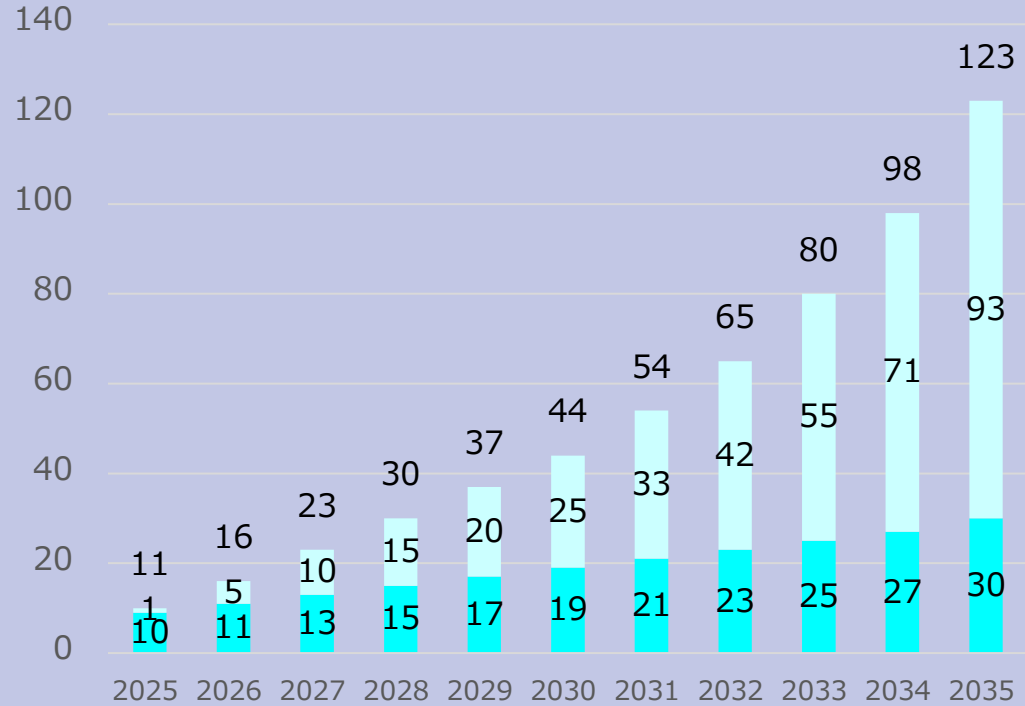
○法人番号：9170001016235

○Web：Webサイトなし

※本宣言は企業自身はその責任において売上高100億円を目指して、自社の取組を進める旨を宣言するものです

100億円に向けた具体内容

売上高



100億達成

- 海外比率：2035年に20%
- 業務用加工品比率：現行10%→2035年に30%
- 自社ブランド比率：10%→50%

■ 2035年に向けた「5段階ロードマップ」

- Phase 1：2025-2026 (基盤構築)** ・デジタルマーケティング部門設置 ・EC/SNSの内製化 ・契約栽培農家の拡大 (+20件) ・梅商品のリブランディング
- Phase 2：2027-2028 (商品拡大)** ・機能性食品・業務用調味料の第1弾リリース ・インフルエンサー企画の年間10本化 ・共同加工ライン整備
- Phase 3：2029-2030 (事業多角化)** ・観光農園・農泊の開始 ・海外向けフレーバー梅の展開 ・B2B商談会・外食チェーン向け営業
- Phase 4：2031-2033 (スケール)** ・ベンダー契約による量的拡大 ・定期便(頒布会)顧客3~5万人 ・OEM供給の本格化
- Phase 5：2034-2035 (100億到達ゾーン)** ・海外市場売上比率20%超 ・高付加価値商品のシリーズ定着 ・地域農家を巻き込んだ供給プラットフォーム完成

■ 100億に向けた5つのマイルストーン

- Milestone 0：**ビジョン共有**：戦略合意形成社内全体で100億戦略を共有 ・組織内の役割再定義 ・3年計画+10年計画の策定
- Milestone 1：**デジタル基盤構築**：EC・SNS・CRMの内製化→売上の“伸ばし方”を自社で制御できる状態へ
- Milestone 2：**高付加価値商品の軸作り**：機能性食品・梅だれ・パウダー→売上単価アップ×市場拡大
- Milestone 3：**海外EC本格展開**：米国・アジア向け商品→国内市場依存から脱却
- Milestone 4：**生産・供給体制の安定化**：地域農家との契約栽培/共同加工→100億に耐える供給能力を確保
- Milestone 5：**地域全体の産業モデル化**：観光・体験・B2B・ECが連動→「梅の産業複合体」を確立

■ 今すぐ着手すべき7つのアクション

1. デジタルマーケティング責任者を選任
2. EC・SNSを内製化する体制づくり
3. 来年発売する新商品の候補3つを決定
4. 定契約栽培農家の“優先20軒”を選定
5. 共同加工体制のパートナー選び
6. 海外向け商品(低塩・フレーバー)の試作開始
7. 2026年以降の採用計画(DX・研究開発人材)を作る。