

成功モデルから学ぶ
経営発展の道筋

6 channel



特集：6次産業化を牽引する“成功モデルたち”

こと京都（京都）／庄内こめ工房（山形）／コココファーム（熊本）
ひよこカンパニー（鳥取）／馬路村農業協同組合（高知）／あしきた農業協同組合（熊本）

6次産業化の達人たち

井口木材（京都）／飛騨山椒（岐阜）／牡蠣の家しおかぜ（岡山）



AFFrinnovation MAGAGINE vol.09

“AFFrinnovation”は、農業（Agriculture）、林業（Forestry）、水産業（Fisheries）の頭文字と、イノベーション（innovation）を組み合わせた言葉です。
農山漁村の地域資源を活用して、1次、2次、3次産業を結合することによりイノベーションを起こし、消費者までのバリューチェーンを形成する6次産業化を意味するものです。

〈特集〉

6次産業化を牽引する “成功モデルたち”

六次産業化・地産地消法が施行されてから3年。
その取組は急速に拡大しており、認定件数も1800件を超えた。
着実に6次産業化を展開していく事業者がいる一方で、多くの事業者が、
ビジネスとしての形を成すところで大きな壁にぶつかっている。
今回の特集では、6次産業化の優良な取組事例として、
「6次産業化推進シンポジウム」で表彰された、
農林水産大臣賞のこと京都をはじめ、
食料産業局長を受賞した5事業者の取組を紹介。
インタビューで見えてきたのは、
受賞者たちそれぞれの“揺るがない理念”。
6次産業化の先駆者たちはどのようにして
成功への道を切り拓いていったのか、参考にしてほしい。



シンポジウムには江藤農林水産副大臣も出席。全国から多くの、農林漁業者、農業法人、JA、民間企業、金融機関、6次産業化プランナーも参加した。



選ばれた6事業者は、いずれも売上高が1億円以上あり経営が安定、また、6次産業化を進める上で重要な、農林漁業者同士や異業種との連携、地域資源を活かした創意工夫などに優れ、今後の発展性も期待できる事業者として選考された。
(写真／こと京都の試食ブース)

「6次産業化を目指す方は経営を勉強して欲しい」と話すのは、こと京都の代表取締役の山田敏之さん。事業展開の途中で失敗し、そこで初めて経営を学んだ山田さんが言う。農業はビジネスだ。と伝えていくことも自身の使命とし、大学で学びながら、自らの取組を発信し続けている。

ネギで全国制覇を目指す！
京都で事が始まり、
6次産業化ビジネスで
新たな“こと”を起こす！



夏は2ヶ月半、冬は半年と栽培には時間と手間がかかる九条ねぎ。65cmから1m程に伸びた九条ねぎの美味しさのヒミツが、“ぬめり”。普通のねぎに比べ格段に多い。

自分で価格を決め、販路を開拓していく6次産業化

山田さんは、今から19年前に就農。独立心旺盛で、未知の農業をビジネスとして捉え、売上目標を1億円に設定した。しかし、就農1年目の売上は400万円。このままの方法では達成は難しいと感じ、生産体制を見直し、

農業生産法人 こと京都株式会社

やまだ としゆき
代表取締役 山田敏之さん(51)

1962年、京都の農家の次男として生まれ、大学卒業後、アパレル業界に就職。32歳で実家の農業を継ぎ、九条ねぎの周年栽培を行いながら、カットねぎ、ねぎ油など加工・販売に取り組む。6次産業化を推進する先駆者として全国各地から講演依頼が殺到する中、さらなる高みを目指すために、2012年に九州大学大学院 生物資源環境科に入学。趣味のトライアスロンからもすっかり遠ざかり、多忙な日々を送っている。

こと京都 株式会社 [京都府]

【こと京都の加工商品】



①カットねぎ ②京の九条の葱の油 ③京都九条のねぎマヨ
④京都九条のねぎ塩ドレッシング ⑤京都九条のねぎ醤油
⑥京の九条のねぎのグリーンカレー ⑦京の九条のねぎのポタージュ

「こと京都の加工商品」
と話す山田さん。狙いは当たった。

通年収穫が可能な九条ねぎのみを栽培することにした。効率化を図られ売上は伸びた。しかし、まだ目標には届かない。そんな中、山田さんは地元産地仲買業者が行っていた「ネギを加工して飲食店に販売をする」というビジネススタイルにヒントを見つけた。世の中にはラーメンブームの兆しもあった。地元業者との競争を避けるため、山田さんは、青ねぎを使っている関東のラーメン店を雑誌でチェック。そして、カットした九条ねぎを持って営業に出かけた。「京都の九条ねぎ農家がやって来た。しかも生産者が直接販売するから安い。絶対買いますよね。」

こと京都・山田社長のターニングポイント



商品作りにストーリーを
第2の事業スタート

九条ねぎをカットして、ラーメン屋に自ら販売するという、山田さんの6次産業化が始まった。甘さが凝縮された九条ねぎの人気は高く、ラーメン屋のねぎ屋さんというポジションを確立した。しかし、今度は生産が追いつかなくなり、不足分を知り合いの農家に頼み込むことに。その数およそ100軒。これが、後に九条ねぎ生産者

グループ「ことねぎ会」となっていく。そして就農から7年、目標にしていた売上1億円を達成する。これを機に「有限会社竹田の子守唄」(こと京都の前身)を設立。次の目標に掲げた、売上3億円を想定した加工場を建設した。そして、九条ねぎ栽培に欠かせない鶏糞を自社で生産する第2の事業を立ち上げる。養鶏場は、日本の原風景が残る山里、京都府南丹市美山町に建設。鶏糞は九条ねぎの肥料となり、九条ねぎの残渣は鶏のエサ



HACCP対応となっている本社工場。徹底した衛生管理が行われ、工場内には、ねぎに聴かせるためクラシック音楽が流れている。

の一部となる。二石二鳥の循環農法からは、質のいい卵も生まれた。



高齢化が進み田畑の維持が心配されている山里の美山町。
山田さんは地域活性化の一助になればと、観光農園の建設を考えている。

失敗しなければ学べなかった 根底となる経営学

さらに、卵を使ったケーキの製造など、第3の事業も始めた。しかし、山田さんは様々な困難に直面することに。2004年、鳥インフルエンザの影響を受け赤字経営に転落。その後、経営改革を行い売上を伸ばすも、2011年の東日本大震災では、取引先より納入ストップがかかり再び赤字に。2012年には、26年ぶりの厳冬による影響で不作に陥った。さらなる赤字を重ね、資金繰りにも行き詰まる。気丈な山田さんが「さすがに心が折れそうになりました。」と漏らすほどだった。山田さんは、天候不順によるリスクを少なくするために、生産スケジュール

の見直しと加工品の強化に乗り出した。そして、売上目標の3割を加工品に割り当てた。「加工品も作ればいいというものではなく、美味しくて、売れるものでなければなりません。プロと連携して、味付け、パッケージデザインなど進めました。」と話す。

九条ねぎの生産体制を拡大 新規就農者もバックアップ！

2007年に社名を「こと京都」に変更し、山田さんは、10億円の売上目標を掲げた。そして、生産体制を強化するために、九条ねぎ生産者グループ「ことねぎ会」を発足させた。これまでの100軒の契約農家との契約内容を見直し、改めて24軒の生産者と契約を結んだ。そして、山田さんの考え方に賛同して、九条ねぎを生産してくれる生産者の裾野を広げるために「独立支援研修生制度」を用意した。研修終了後は「ことねぎ会」に加入して、農地の紹介など多様な支援を受けられる。また、養鶏の実績が認められ、九条ねぎの栽培が美山町でも始まった。「土地・気候の条件が良く、大変質の高い九条ねぎが収穫できています。今後、美山町では地域活性化に関われるようなことを考えていきたいです。」と、山田さんは美山町に対する想いを語る。

農業で土地の歴史を伝える それがブランド力となる

2014年1月には、全国のねぎの産地と連携して「こと日本株式会社」を設立。提携した農家のねぎは、こと京都の営業力を使い、単価を確保しながら利益を上げていく。5年後には10億円、将来的には、「こと日本」での売上目標は200億円を掲げている。海外展開については「まずは国内を固めたいです。生産から加工までの仕組みを確立できたなら、いつかは、その事業パッケージを、海外に持っていくかもしれません。」と話す。

社名「こと京都」の「こと」には、京都の文化や、商品の背景を伝えていくという意味がある。山田さんがこれから発信していく「こと」は、京都から日本全国に広がっていくこととしている。



農業生産法人こと京都株式会社

京都市伏見区横大路下三栖里ノ内30(本社・横大路工場)
TEL:075-601-0668 <http://kotokyoto.co.jp/>

こと京都の6次産業化の取組は、動画インタビュー含め、「第6チャンネル」Webサイトで詳しくご覧いただけます。
<http://www.6-ch.jp/tatsujin/0060.html>

農業生産法人による 産地間提携・共同ブランド 「ベジレクト」を展開！

「地域の生産者がなんぼ頑張っても仕入れる側に値段を決められてしまいます。それを、生産者が広域に手を組むことによって、同等に話ができるレベルにしていきたいです。」と話す山田さん。実は「こと日本」設立前から、鹿児島、長野の農業生産法人と共に取り組んできたのが、産地間提携・共同ブランド「ベジレクト」。3社が大規模契約栽培で培った栽培技術やノウハウなどを集約。食品関連企業からの直接受注を受け、価格の決定権を持ち、適正な価格で販売を行う。また、各地の気候条件や得意分野を考慮しながらのリレー出荷が可能となるのが強みだ。



左から株式会社さかうえ(鹿児島県)の代表・坂上隆さん(44)、有限会社トッピーバー(長野県)の嶋崎秀樹さん(54)、右は山田さん。作付面積は3社あわせると東京ドーム約60個分の面積になるそうだ。「ベジレクト」<http://vegirect.com/>