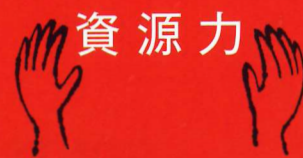


こと京都の現在の取り組みについて掲載されました！



6次産業化の原点、  
「地域にあるもの」から始まる6次産業化

- ① こと京都株式会社
- ② 有限会社飛騨山椒
- ③ 株式会社粟



京都の伝統野菜「九条ねぎ」から、  
全国制覇のネギビジネスへ！

農業生産法人 こと京都株式会社

京都府京都市伏見区横大路下三栖里ノ内30  
TEL:075-601-0668 http://www.kotokyoto.co.jp/



代表取締役 山田敏之(やまだとしゆき)さん  
1962年、京都の農家の次男として生まれる。大学卒業後、アパレル業界に就職するが、時代の流れるに農業が大事になっていくと感じ32歳で就農。九条ねぎによる6次産業化で成功も失敗も経験し、「農業はビジネス」ということを学ぶ。著者に「脱サラ就農、九条ねぎで年商10億円」(PHP研究所)。



1日約3トン以上の九条ねぎが収穫され、運ばれてくる向島(むかいじま)工場。

- 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
- ⑤京の九条のねぎのグリーンカレー
- ⑥京の九条のねぎのポタージュ



関東のラーメン店に  
京野菜の九条ねぎを営業  
こと京都の6次産業化は、ラーメン店への九条ねぎの売り込みから始まった。山田敏之さんは、地元業者との競合を避けるため、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。当時は白ねぎが主流だったが、豚骨ラーメンのブームにより青ねぎも受け入れられると信じた。「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。」山田さんのネライは当たった。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ていった。九条ねぎの生産が追いつかなくなると、不足分を知り合いの農家100軒に頼み込み、これが、九条ねぎ生産者グループ「ことねぎ会」の前身となった。

基本は九条ねぎ  
地域生産者と連携  
2008年に中国の冷凍餃子事件や食品偽装問題などが起こり、国産品においても安全・安心な商品が求められる時代になった。そこで山田さんは、10億円の売上目標を掲げ、生産体制を強化するため「九条ねぎ生産者グループ」こと「ことねぎ会」を発足。100軒の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。「契約農家には、JGAP認証(食の安全や環境保全に取り組み農場に与えられる認証)取得に励んでいただき、販売計画にも参加してもらい、当社の経営にとって重要なパートナーとなつていただきました」と山田さん。6次産業化を進めていく中、失敗や挫折を経験した山田さんは、「農業はビジネス」と考え、改革を進めていった。



美味しさの秘密はこのぬめり!!

夏は2カ月半、冬は半年と栽培に時間も手間もかかる九条ねぎ。65cm~1m程に伸びた九条ねぎの美味しさの秘密が「ぬめり」。普通のねぎに比べ九条ねぎは格段に多い。

加工商品



資源力

京都府の「京の伝統野菜」に認定されている九条ねぎは、葉肉が厚く、特有のぬめりがある風味が良い。こと京都では、栽培方法を常に研究し、品質向上と作業の効率化を図っている。

販路開拓



全国各地で開催されている京都の物産展や6次産業化に関するイベントなどに積極的に参加し商品をアピール。



未来構想

南丹市美山町に養鶏場を建設し、九条ねぎの栽培や米の栽培を始めた。地域活性化の一助になればと観光農園の建設を構想。

New!!

岩谷産業と合弁会社「こと京野菜」を設立  
冷凍の京野菜流通事業で国内外に京野菜を出荷

こと京都と岩谷産業が野菜冷凍加工の合弁会社「こと京野菜」を2015年12月に設立、亀岡市に京野菜専門の冷凍加工工場を2016年度内に設け、国内外に本格出荷を始めていく予定だ。九条ねぎや堀川ごぼうなどの京野菜を、岩谷産業のフレッシュアイ製法を使った独自技術で味や栄養価を損

なわずに冷凍加工。これにより、輸出に不向きだった野菜の販路拡大にもつなげていく。4月には、シンガポールで飲食事業者向けの展示会で冷凍野菜を出品。引き続き、東南アジアや欧米の和食レストランなどに売り込み、10年後に売上高6億円を計画している。



「こと京野菜」の資本金8千万円は、こと京都が25.1%、岩谷産業が24.9%を出資し、残りをJAグループや府内金融機関のファンドなどが拠出。社長には山田敏之氏が就任した。

(2014年1月14日取材)

新規就農者の開拓と  
全国のねぎ産地と連携

2010年、新たに本社工場を立ち上げ、販路はラーメン店などの飲食店の他に、食品スーパー、百貨店へと大きく拡大。山田さんは、さらに生産量を確保するために、新規就農者を育成するシステムを用意した。新規就農者は、農業研修を終えた後、「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制度だ。そして、2014年には、全国のねぎの産地と

連携する「こと日本(株)」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。こと京都の2013年の売上は7億1千万円。2018年には15億円という目標も掲げている。そして、こと日本としては将来的に200億円の売り上げを目指している。社名の「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。山田さんが発信していく「こと」は、京都から日本全国に広がっている。