

野菜ソムリエメンバーズ会員誌

野菜ソムリエ 通信

vol
4



成功者に聞く 持続可能な農業のあり方

脱サラして就農し、今年年商10億円超え。

京都の九条ねぎに特化したプロ集団を率いる

こと京都代表 山田氏にお話を聞きました。

農業生産法人
こと京都株式会社
代表取締役
山田 敏之 氏

日本野菜ソムリエ協会
理事長
福井 栄治



「九条ねぎ」に特化して

福井理事長（以下F）第57回（平成30年度）農林水産祭 多角化経営部門天皇杯受賞おめでとうございます。法人経営のカテゴリーで受賞されたのは御社が初めてだそうです。

山田氏（以下Y）ありがとうございます。農業における国の視点がこれまでと変わってきたということでしょう。

F 山田さんはそもそもなぜ、京野菜、それも「九条ねぎ」に特化して取り組まれているのでしょうか。

Y かつて私は企業で営業マンをしていましたが、32歳で実家に戻り、農業を継ぎました。初年度の売上は400万円程度。愕然としました。そこで農業を儲かるビジネスに変えたいと思ったのです。まず年商1億円を目標に据え、多品目栽培を辞めて「九条ねぎ」に品目を絞る戦略をとりました。九条ねぎは種まぎから収穫までのサイクルが早く一年を通して収穫できます。品目を絞ったことでコスト削減と作業効率もアップ。2年後には年商が4倍になりました。就農後に気がついたことはもうひとつあります。九条ねぎの定義が「京都でつくった青ねぎは九条ねぎ」というふわっとしたもので、販売されている九条ねぎの品質にばらつきがあることでした。お客さんから「九条ねぎ食べたけど、あまりおいしくないな」という声を聞くこともあったのです。調べてみると、そこにはおいしさより



「第57回（平成30年度）農林水産祭」表彰式で

もつくりやすさが優先された品種改良がありました。本来の京都伝統野菜の九条ねぎは約千三百年の歴史があり、農家で代々種を受け継いで守ってきた野菜です。私たちは「伝統を守っていく」ことを信条にしている会社ですから、このままほっといたらあかんやろと思いました。残念ながら原種は温暖化の影響で栽培が厳しくなり、当社では専門的観点から原種比率50%以上の品種「あんじょう」を丁寧に栽培しています。手間のかかる品種ですが、甘みとやわらかさを兼ね備えた九条ねぎに育ちます。

F なるほど。目標とした1億円はどのように達成されたのでしょうか。

ニーズをとらえ、年商10億超えに

Y ただ収穫して終わりではなく、生産者自らが加工も販売もすれば儲かると思ひ、九条ねぎのカット加工に着手しました。

農業生産法人こと京都株式会社
代表取締役 山田 敏之氏



当社の九条ねぎの品質と味のよさが受けて大ブームとなったことを機にラーメン店への直販を始め、就農から7年後に年商1億円を達成しました。その後、地元の生産者たちと委託契約を結び、自社以外でも生産・集荷するルートを拡大。生産から加工、販売までをトータルを行うことで安定供給を実現し、安定収入のある持続可能な農業を目指しました。

F 現在の年商規模に至るまでは、どんなことをされてきたのでしょうか。

Y ご存知の通り、時代は食の安心・安全を追求する方向に向かい、我々もHACCPに準拠した新工場を稼働し、時代のニーズに応えてきました。カット加工に加えて二次加工品も開発・販売。販路も拡大し、2016年に年商10億円の達成に至りました。

農業で成功するための視点とは

F 山田さんは日本の農業界の中で最も成功されているおひとりだと思えます。一般論として、農業は儲からない、きつい、天候のリスクも高い、子どもには継がせたくないという衰退産業になっています。多くの生産者さんに向けて、何かアドバイスをいただけますか。

Y 「責任を持って自分で売る」ということでしょうか。自分で値決めをすれば、そこに生産者のプライドや、ストーリー、自身の感情ものせられるんです。そういう発想ができれば、何か変わるのではないかと思います。

F 確かに。日本の農業には世界一の技術力があると思いますが、そこにマーケティングやブランディングの発



こと京都の九条ねぎ畑

想が欠けていることが多いですね。

Y 多くの生産者は、よそのの食べ比べをしない。それは自分が一番だと思っているからです。しかし、客観的には足りないことがあるかもしれない。自分の位置を知ることが大切なんです。たとえ高い評価が下されなかったとしても、今後の取り組みが変わってくるはずですから。

F マーケットとの対話は必要ですね。山田さんの会社では野菜ソムリエの社員がいっぱいいますが、その意義はどんなところですか。

Y 野菜を熟知している野菜ソムリエだからこそできる「食べる側」の提案などは、「野菜を売る」という意味で、今後の農業界に必要だと思っています。

F 「売る側」と「食べる側」の橋渡しをするのが野菜ソムリエですからね。



左から、業務用カット九条ねぎ1kg、市販用カップ九条ねぎ40g/70g、市販用九条ねぎ150g

今後はそこにある野菜のストーリーを様々な角度で語れる野菜ソムリエを育成していこうと考えています。

Y 客観的な評価システムの構築もして欲しいですね。例えば、あなたのトマトはこういう位置にあつて、どういった方に喜ばれるのか、何に向いているのか、そういうわかりやすい「お野菜診断」があれば面白いと思います。

F それは構築しましょう。最後に今後の展望をお聞かせください。

Y 日本の就農人口は今後200万人から20万人に減少します。単純に10倍つくらなければ現在の供給量に達しません。そうなると海外の安い野菜が増えてくると思いますが、農家は胸を張っていいものをつくり、生活者には高くても国産を買って食べたいと思ってもらえるようにしていきたいですね。



日本野菜ソムリエ協会理事長 福井栄治