



農業生産法人
こと京都 株式会社

京都ブランドの確立に
向けた取り組み

+ 経営理念

農業生産法人として人・自然に感謝し、
心豊かに社会貢献します。

- 私たちは、自然に**感謝**し、食の大切さを守り農業を発展させます。
- 私たちは、人に**感謝**し、社員とその家族が幸福に生活できる企業にします。
- 私たちは、全てに**感謝**し、関わった人・地域に喜ばれる企業を目指します。
- 私たちは、社会に貢献する為、**心豊か**に仕事をします。



+ 社名の由来

京都をテーマに、こと(古都・事・言)を発信します。

古都

京都の昔ながらの
良いところを提供します。



事

物だけの提供ではなく、
事(ストーリー)を提供します。



言

売ることだけでなく、
伝えることにも重点を置きます。

+ 会社概要



- 設立 2002年5月1日
- 資本金 2100万円
- 従業員数 128名(内パート77名) 2016年1月現在
- 14期(27年度)売上実績 9億9千万円
- 15期(28年度)売上目標 12億円
- 16期(29年度)売上目標 14億円
- 主要商品 **九条葱**(カット葱、長葱、パウダー、チップ、ペースト、乾燥、
葱の油、ドレッシング、レトルト)・卵・京野菜全般)
- 事業内容 九条葱の生産・加工・販売
排卵養鶏、卵販売、京野菜の卸販売、通販事業

+ 九条葱(生産)部

九条ねぎの生産及び圃場の管理を行なう部署

- 産地 → 京都市内・美山・亀岡
- ことねぎ会(契約生産者会)の運営及び管理



+ 加工部（向島工場）

収穫した、全てのねぎの1次処理場

敷地面積: 2,000 m²
施設面積: 1,000 m²

- ねぎ原体の出荷はこの工場から
加工用は、調整作業後「横大路工場」に移動



+ 加工部 (向島工場)





加工部（横大路工場）

2010年12月竣工

HACCP修得の、2次加工場

敷地面積: 939㎡

施設面積: 563㎡

- カット・乾燥・パウダー・チップ・ペーストの出荷
- 衛生管理、品質管理、従業員への教育



+ 加工部 (横大路工場)



お客さまに直接届く商品を



+ 養鶏部

平飼いのこだわりたまご、「美山の子守唄」

- 平飼い有精卵 2000羽 (ボリスブラウン)
- 20坪鶏舎 × 9舎 1舎:250羽の内オス25羽
- 自家配合肥料(九条ねぎの根、発行大豆等)



+ 営業部

展示会、各イベントへ参加



+ こと京都の商品ラインナップ

▼ 1次加工品



▼ 2次加工品



+ こと京都の歩み

～ 就農から 1億への道 ～

1995 ・ 400万

九条ねぎの周年栽培開始

1997 ・ 1600万

カット加工 開始 / 東京へ営業

2000 ・ 2000万

脱サラ・就農
(当時32歳)
目標1億円!

2001 ・ 6200万

有限会社「竹田の子守唄」

売上が3倍に!

2002 ・ 9800万

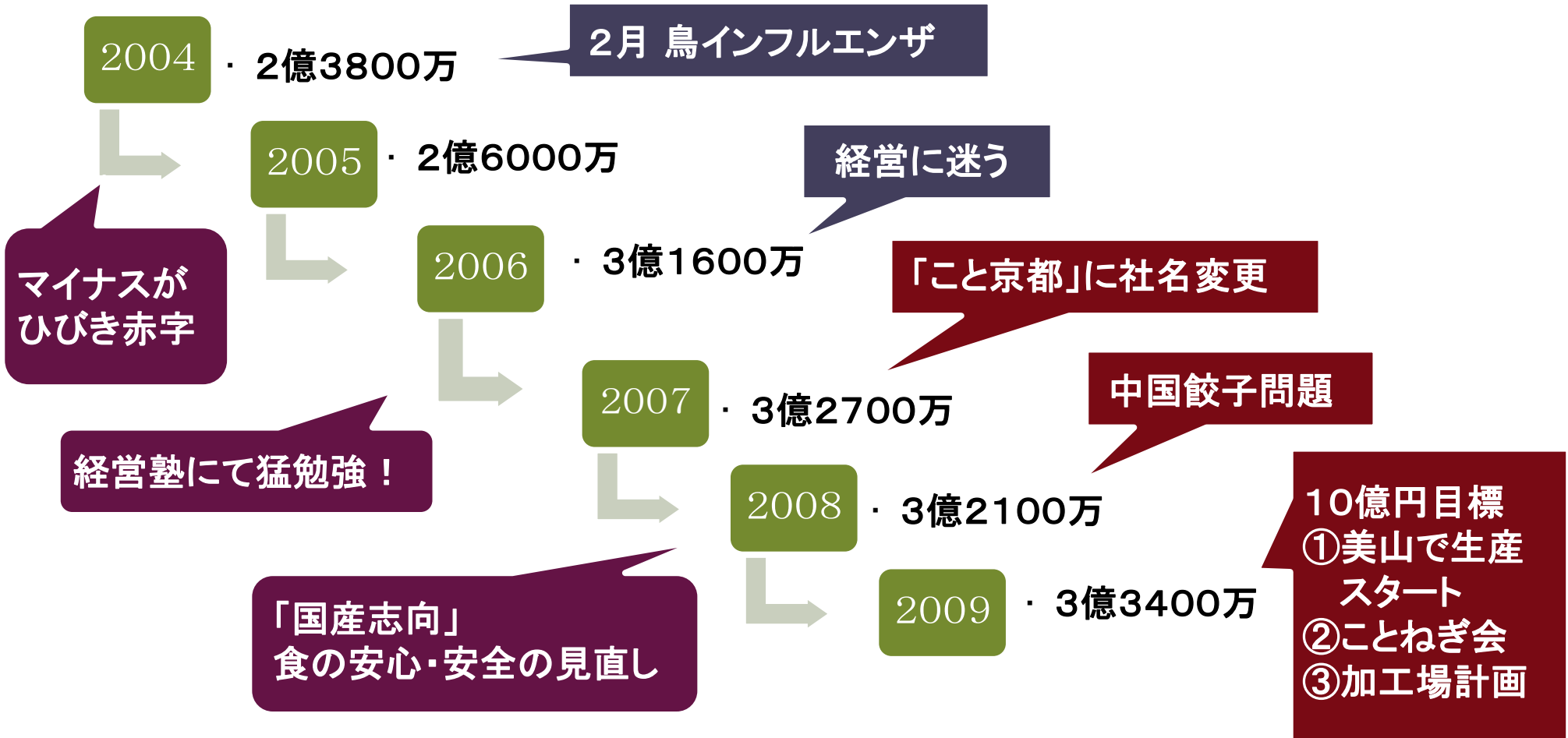
美山に養鶏場

2003 ・ 2億1000万

売上1億円達成!!

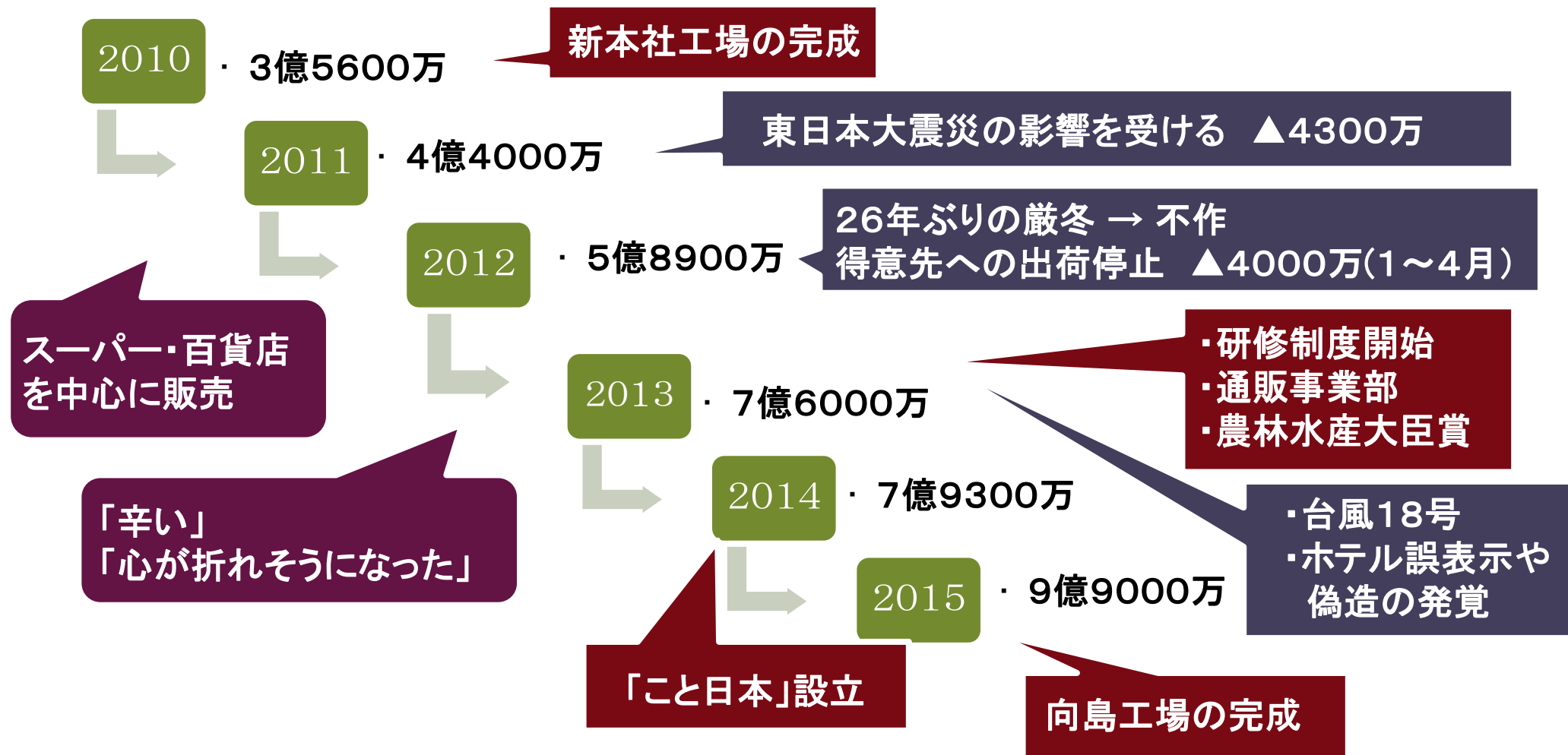
+ こと京都の歩み

～ 1億から経営、時代の変化 ～



+ こと京都の歩み

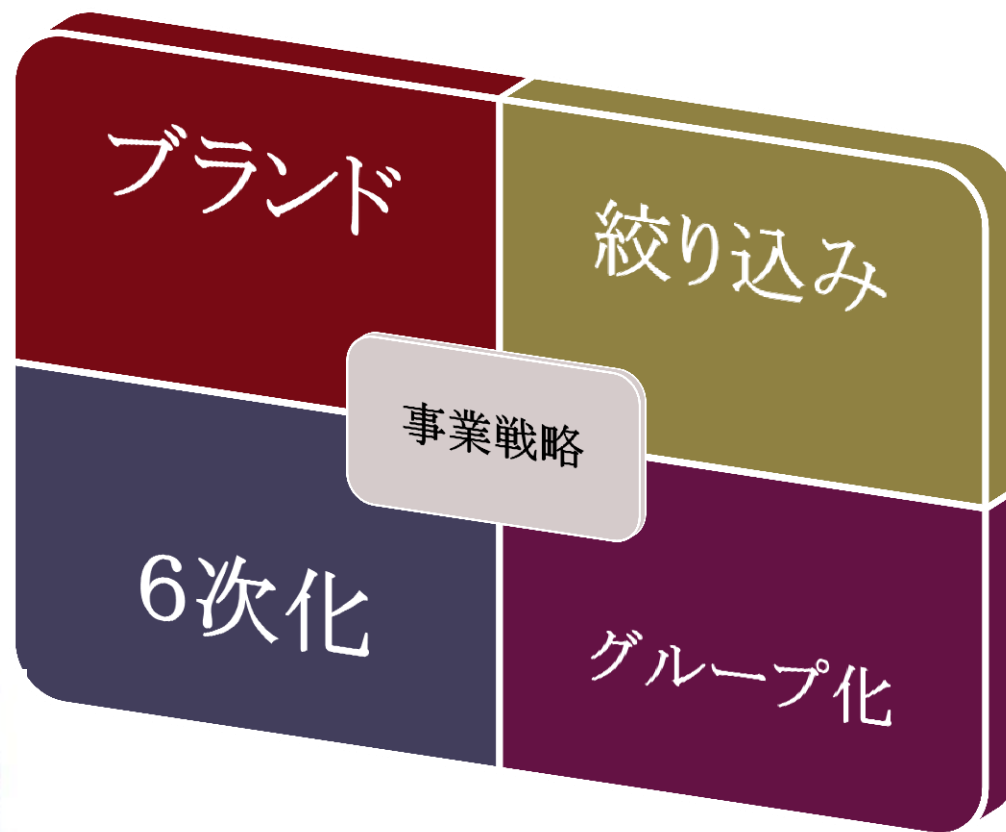
～ 農業ビジネスで目指す今後へ ～



+ こと京都の事業戦略

- ・京都
- ・伝統野菜
- ・農業

- ・加工品の強化



- ・商品
- ・地域
- ・販路

- ・ことねぎ会
- ・独立研修生制度

+ こと京都のブランド化に向けての取り組み

- 九条ねぎに**特化**する。
- 市場での高値になる**方法**を調べる。
- **加工**に切り替えて、自社販売。
- 京都で販売せず、**東京**へ。(ラーメンブーム)
- ラーメン**専門**の葱屋を目指す。
- 京都ブランドを**前面**に打ち出す。

+ こと京都のブランド化に向けての取り組み

- 生産者色を強く打ち出していく。
- 原産地表示の強化。(中国餃子の事件)
- 安定生産の為、産地分散。(市内、亀岡、美山)
- HACCP対応の工場。
- スーパーへの販売強化。
- 1次加工(パウダー・ペースト)で商品の幅拡大。

+ こと京都のブランド化に向けての取り組み

- 加工品強化。(自然災害による対応)
- 産地証明書！(ホテルからの誤表示、偽装)
- 研修生制度。(安定生産、生産色の強化)
- 現状の流通の把握
- こと日本(株)発足。(日本目線)

40万tの10%の4万t→200億円！

+ 京野菜の現状

品目数(京の伝統野菜): 35種(現存種)、絶滅種(2品種)、
準ずる(3品種)

京の伝統野菜の定義

- ①京都府内生産。
- ②明治維新以前からの導入栽培。
- ③野菜。(筍は含むがキノコ・シダ類は除く)



■家種:京都市内の上賀茂・鷹峯・鹿ヶ谷・太秦・伏見などで、
地域の農家が各家で種を伝承してきた。

■ブランド京野菜:平成14年度取り組み「ほんまもん京野菜」



京の伝統野菜
37品目

京の伝統野菜に準じるもの
3品目

現存するもの (35品目)

うち消費者向け出荷が少ないため、
ブランド指定していないもの 22品目

青味大根、桃山大根、茎大根、辛味大根、時無大根、佐波賀大根、佐波賀蕪菁、
鶯菜、松ヶ崎うきな蕪、大内蕪、舞鶴蕪、酸苺菜、京水芹、京ウド、ジュンサハ、
京ミョウガ、もぎ茄子、聖護院胡瓜、桂瓜、田中トウガラシ、終野ササゲ、畑菜

鷹ヶ峯とうがらし

絶滅したもの
(2品目)

こおり
郡大根

東寺蕪



京のブランド産品

(28品目)



京の伝統野菜以外のブランド認証品目
(13品目)

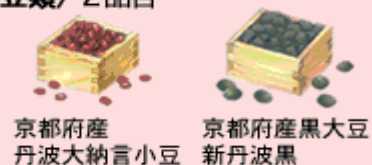
〈野菜〉 5品目



〈米〉 1品目 〈林産物〉 2品目
祝(酒米) 京丹波大黒本しめじ



〈豆類〉 2品目



〈水産物〉 2品目



+ 京野菜の現状

■ 京都府GDP:9.5兆円。

京都府農産物売上額:663億円。(GDP 0.7%)

* 野菜売上額:254億円

* ブランド京野菜売上額:9.1億円(九条ねぎ0.5億円)

* 九条ねぎ売上額:28億円

京都府農家戸数:30,663戸(専業農家戸数:5,713戸数)

* 京都市農家戸数:7,141戸(専業農家戸数:959戸数)



こと京都の事業戦略

■ブランドコントローラー(品目コントローラー)

九条ねぎの全体像を考えたプロデューサー

* 京都府内での九条ねぎの現状。

- ・生産量は、6,000t(冬60%・夏40%)。
- ・夏は、温暖化により(夏の夜温も30℃近い)作りにくい。
- ・**規模の小さい**ねぎ生産者。生産量の不安定による価格の乱高下。(京野菜全般)
- ・葱屋という仕入れ加工業者。20~25億程の商売。
京都のラーメン屋と共に発展。夏場の供給に苦慮し中国産へ。
- ・2008年の**中国餃子問題**のより業界の変化。中国産離れや、
産地の表示・生産履歴の提示・衛生基準の上昇。

* **大量(規模)・安定生産・一定価格・伝統を守る味**





こと京都の事業戦略

■全体像を把握して自社を優位に形成する。

- ・GI(地理的表示法)

 - 「こと九条ねぎ」品種の絞り込み

- ・こと日本(株) 2014年1月設立

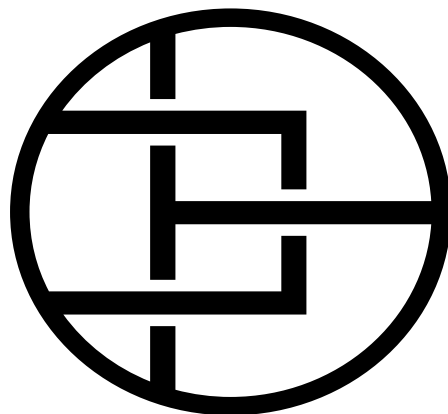
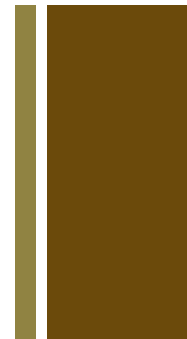
 - 「4万tのグループ」

- ・こと京野菜(株) 2016年12月設立

 - 「冷凍加工」

冷凍加工により、京野菜の品目コントローラー
を行い、京野菜の振興、農業の振興を行う。又、
絶滅しそうな品種の復活も行う。

+ 日本のねぎ専門商社



こと日本
株式会社

koto nippon co.ltd.

H26.1 設立

+ ■ こと日本 企業目標

* 日本のネギ専門商社。

• 日本の青ネギ使用量が、約10万t。

白ネギ使用料は、約30万t。

40万tの内10%は、輸入で調達。

• **10%**を我々のグループが生産および加工販売を行う。

• 日本全国での生産網で、気候・気象による農産物被害の
カバーを行い、**国産葱調達力の日本一**。

* 生産者との連携の組み方

• 権利と義務を明確にしたWin Winの関係。



ご清聴ありがとうございました

