

シリーズ

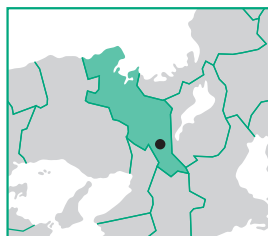
新・農業人



オリジナルブランド商品を次々と開発
「カッコいい農業」で農業界を震撼させる

ロックファーム京都株式会社

村田 翔一 さん



所在地 ● 京都府久御山町
 設立年 ● 2019年
 経営規模 ● 九条ネギ10ha、ホワイトコーン5ha、
 黒枝豆1ha、イチゴ20a
 従業員 ● 約30人(研修生およびパートタイマーを含む)
 U R L ● <https://rockfarmkyoto.co.jp>

妻の村田玖美さんと。「あざといちご」は主にイチゴ狩りで提供しファミリー層を取り込む(左)「京都舞子コーン」は購入希望者からの問い合わせが絶えない(右上)販売会社「京葱SAMURAI株式会社」の仲間の河村嶺さんと(右下)

負けず嫌いの経営者

「できひんって言われたらやりたくなんですよ。負けず嫌いというか、子どもなだけなんです。」
 自身の性格について笑顔で話すのは、ロックファーム京都株式会社代表の村田翔一さん(38歳)。2019年1月に設立された同社は、「農業をカッコよく」をコンセプトに、次々と新しい事業に取り組んでいる。社名の「ロックファーム」には、それまでの屋号である「村岩農園」の「岩」の意味のほか、「(これまでの農業を)震撼させた、揺るがしたい」という村田さんの熱い想いが込められている。
 今ではグループ全体で従業員30人を抱え、主力の九条ネギだけで10畝を超える経営面積へと拡大した。さらに新しい品目と自社ブランドの展開にも取り組み、「京都舞子コーン」と名づけられたホワイトコーンは、直売所に出せば50畝を超える大行列、オンラインショップでは入荷待ちとなる人気商品だ。他にも五つの品種を組み合わせて、異なる味わいを楽しめる自社産イチゴのブランド「あざといちご」も、収穫時期によって見た目や味が変化する黒枝豆「麻る美」などを世に

送り出している。

さらに村田さんは、府内の若手農業者仲間と立ち上げた「京葱SAMURAI株式会社」の代表も務める。九条ネギをはじめとした京野菜の販売部門を同社に集約し、まとまったロットを確保することで販売力の強化を図っている。

消防士から農業の道へ

村田さんの祖父と父は兼業農家だった。子どものころから農業が身近にあっても農業を継ぐ気持ちはなく、むしろ「農家の息子」であることにコンプレックスを感じていた。学生時代に実家の農業を手伝ったのも、他のアルバイトより条件が合っていたからだ。当時、村田さんのネギの作り方は「めっちゃ下手」だったという。

負けず嫌いの性格のため、ネギの出来が他と比較して目に見えて悪いことが悔しく、村田さんは地元先輩農家に教えてもらいながら技術を磨き始めた。

大学を卒業した2008年、村田さんは地元で消防士となった。消防士を志したのは同級生が多かったこと、村田さんの父親がなりたかった職業であることが理由で、必ずしも自分のやりたい仕事

というわけではなかった。

消防士の勤務体制は、1カ月のうち10日勤務、10日非番、残りは休みというサイクルだった。これはとても農業と相性がよく、村田さんは仕事の合間に実家の農業を手伝う時間が増えていく。

14年ごろから父親も村田さんに農作業を任せるようになり、村田さんは農業と真剣に向き合い始める。売上高も年2000万円、3000万円規模となり、自分の努力が売上や利益として積み上がったっていくことの面白さや、ネギがうまくできたときの周囲の好意的な反応がうれしく、「ゲームのような感覚でどんだんのめり込んでいったんです」(村田さん)。

消防署にいても農業のことを考えてしまうほど就農を意識するものの、あと一歩踏み出せない時期が続いた。このとき、インターネットで検索して出てきた農業コンサルティング会社に思い立って相談の電話をかけたことが転機となる。たまたま電話に出たのは会社の副社長で、2時間ほど村田さんの話を聞き「そんなに悩んでいるなら、参加してきたらいい」と紹介されたのが、日本農業法人協会主催の「次世代農業サミット2017」

だった。

このサミットには全国から農業経営者が集まっており、地元の農業者しか知らなかった村田さんは衝撃を受ける。普段は同業者と天気の話などしか交わしてこなかった村田さんは、彼らの話にまったくついていけないことにも愕然とした。しかし、「人生で初めて『こんな人たちになりたい』と思える目標ができた」イベントとなった。

またこのとき、売上高5000万円程度の規模に到達していた村田さんは、参加した他の経営者に「片手間での経営はすごいな」と驚かれた。このことで、今まで自分のやってきたことが間違いではなかったと自信もついた。

次世代農業サミットを経て就農への思いを強くした村田さんは、京都府の補助事業を利用し、中小企業診断士の経営診断を受けた。診断士からも「経営の数字は悪くない」と太鼓判を押してもらい、「心の中ではもう決まってるんやろ?」との一言で、村田さんはつい

に就農への決意を固めた。親や先輩農家からは「農業は稼げない。独立はやめておけ」と反対されたが、妻の玖美さんだけは二つ返事で賛成だった。玖美さんの



栽培技術を長年磨いてきた主力商品の九条ネギ

後押しもあり、村田さんは消防士を辞めて18年に就農。今度は本気でやりたいと思える仕事だった。

「任せる姿勢」が奏功

独立時の経営課題は販路開拓だった。当時は地元の野菜カット工場にほぼ全量を卸していたが、それ以上の取引量拡大は難しく、新しい販路の開拓が急務だった。そして、村田さんが営業に専念するためには、生産を任せられる人材が必要であった。

人材を募集するにあたり、村田さんは「自分が応募したくなるような会社じゃないと、いい人材は来ない」と考え、2019年1月に会社を設立。自社のコンセプトで

ある「カッコいい農業」を前面に出したホームページを作成した。すると40人以上から応募があり、そこから3人を19年4月に採用する。

村田さんは、自身が実践を通じて技術を磨いてきたこともあり、3人にも同じように実践から学んでほしいという思いがあった。そこでこの3人にネギの生産を任せ、村田さんは営業に奔走した。要所要所では指導をしていたものの、「売り上げが半減してもいい」と覚悟を決めていたという。しかし、この任せる姿勢が新社員の心に火をつけ、結果としてこの年は生産量が増加。村田さんの販路拡大の成果もあって、売り上げも前年から増加した。



現在は組織づくりに力を注ぐ。写真中央は広報担当の下村なつみさん

自社ブランドの開発秘話

ネギの生産体制が整ってきたころ、連作障害対策としてホワイートコーン（スイートコーン）の栽培を開始した。久御山町ではネギの後作といえば水稲が主流だが、ロックファーム京都にはノウハウも機械もないので、同じイネ科で村田さんの親戚が栽培していたホワイートコーンを選んだ。当初は親戚のブランドで販売していたが、スイートコーンの直販で行列ができてほどの人気を誇る静岡県の農業者を見学したことをきっかけに、同社でも直販を始めることにした。

村田さんはまず、「売れるマーケットがあるか」という点に着眼した。ネギ栽培で培った土づくりの技術を生かした高品質なホワイートコーンの生産には自信があった。

しかし、町内には別のホワイートコーン生産者もおり、普通に販売すれば競合することが目に見えていた。そこで村田さんは発想を切り替え、独自ブランドをつくり、マーケットそのものをつくってしまおうと決めた。

商品のネーミングは玖美さんやその友人、パート従業員と話しながら考えた。複数候補を考えたなかで評価が高かったのが、京都の舞妓とかけた「京都舞コーン」だった。発売初年である2019年の売り上げは伸びなかったものの、小規模なテストから始めたことでリスクを抑えた。翌年にはメディアで紹介されて人気が急拡大。今では作ったら作った分だけ売れるほどの商品となった。

京都舞コーン以外にも21年には「麻ろ美」、22年には「あざといちご」と次々に自社ブランドを開発している。特にあざといちごのイチゴ狩りは、最大で一日2000人が農園を訪れるほどの人気だ。イチゴ狩りは親子連れの客が多く、

これまでとは異なる新しい顧客層へのアピールにもつながっている。

さらなる拡大に向けた組織づくり

急成長中のロックファーム京都では現在、組織づくりが大きな課題となっている。

最初に入社した3人をはじめ、複数の社員が独立就農するために退社した。農業人材を輩出できた一方、自社での人材定着やノウハウ、技術の蓄積が進んでいない。

今後の経営の方針として「今いる従業員で最大限の仕事をしていこう」と社員に伝えている。そのためにも全体としての生産性や効率性を重視している。2023年の秋にはそれまで達成できなかった収穫量の目標を達成し、これがきっかけとなって社内の雰囲気も変わってきているという。

また、組織体制の変革にも取り組んでいる。ロックファーム京都は自社ブランドを形成してBtoCの事業にも取り組んでいるため、ブランディングやPR、接客販売を担う人材が必要になる。これまで同社では農業事業部、営業販売部など、機能別に部署を設置していたが、縦割りが進むと横の連携が難しくなり、かといって村田さ

んが口を出すと指示が混乱し、うまくいかないことがあった。

そこで24年2月に組織を一新し、生産から販売までで1部署、いわゆるバックオフィス業務で1部署の合計2部署に整理した。組織のラインがシンプルになり、部長を中心に生産から販売まで一貫性をもって見られるようになった。村田さんも指示は部長を通じて出すようにしており、現場での不要な混乱が抑えられている。

「24年は勝負の年になる」と村田さんは話す。組織づくりの課題に対して一定の取り組みを進め、その成果も出始めている。ここで進化できるかどうかは会社としての命運がかかっているという。しかし、そこに悲壮感や焦燥感は見られない。それができるだけの人材がロックファーム京都には集まっているという自信があるからだ。また、村田さんも「自分が視座を高く持っていたら、いずれチャンスが訪れるかな」と常にポジティブに前を見据えている。

ワクワクするような「カッコいい農業」の「ロック」な取り組みはまだまだ続く。

（農林中金総合研究所

長谷 祐／文 蛭子 真／撮影）

