



生産性アップと 販路拡大へ即行動！ —鮮度重視のネギで 売上1億円めざせ—

八幡市

しぶ や ま さ き
渋谷昌樹さん (30)



7月に法人を設立、さらなる経営規模拡大をめざす渋谷昌樹さん

就農して8年、元気な若手農業者から法人経営者へ。渋谷昌樹さんは持ち前の行動力と経営センスで、九条ねぎを柱とした大規模経営に挑戦している。そのキーワードは「強い生産の現場」をつくることだ。

立地を生かし “鮮度で勝負”

(株)渋谷農園の朝は早い。夏場は、夜明けとともに収穫が始まる。3～4人ずつ2班に分かれて作業を



収穫したネギの出荷調製をスタッフが流れ作業で分担する

行い、午前8時頃までに収穫を終えると、作業場での出荷調製がスタート。作業員が1本ずつ外皮をむき、はかりに載せて5～6本ずつ結束（フィルム包装）していく。収穫から調製まですべて手作業だ。

「ネギは収穫後の鮮度低下が早いので、収穫・調製作業は時間が勝負」と渋谷さん。いまの人員体制になった昨年以降、正月三が日以外は毎日出荷を続けている。

父の朋和さん（61）はサラリーマンだったが、祖父母が亡くなって就農。それまでの水稻と露地野菜（ナス、ダイコンなど）に加えて、ハウス栽培を始め、新たにキュウリ、九条ねぎを導入した。

渋谷さんは近畿大学農学部出身。最初から農業をすると決めていた訳ではなく、就活も経験したという。しかし、家の農業を手伝う中で、「消費地に近く、京ブランドの野菜もある。こんなに条件がそろっていて農業をやらない手はない」と決心し、卒業と同時に就

農した。

コンビニ、宅配に販路を拓く

就農後は父とともに、徐々に農地を借りて経営規模を拡大。現在の栽培面積は約8.4haで、主力のネギ(2.5ha)のほか、秋冬ホウレンソウ(1ha)、ナス(10a)、水稲(4.5ha)、ハウスで春秋キュウリ(30a)、万願寺とうがらし(20a)などを生産している。この間、ネギとキュウリ、ホウレンソウは父から全面的に経営を任せ、渋谷さんが“経営者”として生産と販売に責任を持つ体制へ移行してきた。

今年7月、(株)渋谷農園を立ち上げた。これを機に、渋谷さんが代表取締役となり、父は専務として市場や店舗への搬送を担当、母のはるよさん(59)、妻の愛さん(31)は取締役として経理や労務管理を分担する。スタッフは、ハローワークなどを通じて雇用し、現在、正社員2名、パート(フルタイム)19人を数える。

主な販路は、府南部地方卸売市場(京印)、JAの直売所、京阪百貨店やイズミヤのインショップ(店内店舗)など。いずれも販売額は伸びているが、さらに先を見すえて、新たな販売先の開拓に取り組んでいる。

大手コンビニチェーン(ローソン)や百貨店系の食材宅配事業者(阪急キッチンエール)との取引は、いずれも自分から“飛び込み営業”した行動力の成果だ。特にコンビニは、東京で開催された経営セミナーに参加して講師のCEO(最高経営責任者)に直接売り込み、店で棚持ちする「鮮度」を武器に取引継続を勝ち取っ



渋谷農園の礎を築いた父・朋和さんと。



作業の予定を丁寧に説明し、スタッフらの円滑なチームワークに気を配っている。

た。

生産の現場をもっと強くする

渋谷さんが経営者として一番力を入れているのは、生産の現場を強くすることだ。“名人”といわれる生産者がいれば、自分から教を請いに出かけていく。「わずか数年の経験しかない自分が、この道数十年のひととの技術の差を埋めるために、どうしても必要なこと」と考えて、関西一円の生産者を訪ね歩く。

「農家は『生産』が出发点。『加工』はあくまでそこから派生した結果にすぎない」。6次産業化に話をかけると、こんな答えが返ってきた。

それは必ずしも特別なオンリーワンの技術を持つという意味ではない。現場のムリ・ムダ・ムラをなくし、誰でもできる当たり前のことを、真似できない程の高

いレベルで実行することを、渋谷さんはめざしている。だから、「現在の課題は、畑の生育管理で廃棄ロスを減らすこと。まず足元を固めることが大切」と言い切ることができる。

「経営を軌道に乗せて、子どもたちの世代においしいものを届けられる会社にしていきたい。そのために、若い就農希望者をどんどん受け入れていきたい」と夢を語る渋谷さん。5年後、10年後の姿が楽しみだ。