

新たな価値を創造するねぎ専作大規模経営
～天童発「^{とら}寅ちゃんねぎ」の躍進～

ねぎびとカンパニー株式会社
代表取締役 清水 寅（天童市）

1 受賞者の概要

清水寅代表取締役は、平成 24 年にねぎ単一経営で新規参入し、就農 3 年目の平成 26 年にねぎの栽培面積を 7.0ha に拡大した。雇用の増加に伴い、9 月に法人を設立し、雇用の安定的確保による生産体制の強化を図っている。

全国のねぎの作柄による価格変動リスクを回避するため、全量直接取引としている。また、一般的なねぎの出荷規格に合わせるのではなく、食味の追求を行い、実需者に訴求することで、新たなねぎの価値を創造している。



会社概要

設立	平成26年9月
資本金	1,000千円
従業員数	40人
経営面積	10ha
主な事業	ねぎ・ねぎ苗・肥料・ほうれんそうの生産・販売、加工食品の企画・販売

2 特色ある活動

(1) 短時間雇用の求人による労働力の確保

農業の人手不足の要因分析に基づき、1日8時間雇用ではなく、1日4時間、3時間という短時間の雇用を中心に求人し、2年間で115人の応募があるなど、十分な雇用の確保を実現している。

(2) 作業を時速で計算し、作業効率、労働生産性を向上

農作業の効率化を図るため、「どれだけの時速で仕事をしているか」に着目し、生産性を向上するために、雑草の発芽を抑制する技術を確立し、特許出願を行っている。

また、仕事をすべて項目化し、個人面談表で5段階評価することで、パート従業員のモチベーション向上を図っている。

(3) 圃場条件に合わせた作付け、ねぎの食味を追求した栽培管理

畑で栽培したねぎと水田転換畑で栽培したねぎの食味の違いに気付いてからは、畑を積極的に借り受け、土づくりの後、作付けを行っている。

日本一美味しいねぎづくりを目指し、自社で肥料を開発し、投入するほか、特殊な土寄せ方法を組み合わせ、糖度20度以上のねぎを作り出している。

(4) ねぎのブランド化

取引先の絞り込みに加え、高糖度の追求（現在の最高糖度22.5度）、1本1万円のねぎ「モナリザ」の販売、芸能界での「芸農人」としての活動など、商品価値を高める戦略に加え、SNSの話題やマスコミの取材に取り上げられる活動を行い、認知度を高めることで、ねぎのブランド力向上を図っている。

3 今後の発展方向

「モナリザ」、「真の葱」（8本1万円）の販売を伸ばし、露地野菜で10a当たり1,000万円の売上を目指す。この取組は、地域の農業者や農業を志す人にも夢を与えることができると考えている。