

食鳥で地域の中心的存在

岐阜県東濃(県南東部)に位置する中津川市の農事組合法人東濃ミートセンターは、同地域唯一の食鳥処理工場として地域のブロイラー生産の中心的存在といえる。

グループ三社で養鶏から加工販売、レストランまで関連事業を幅広く経営しており、養鶏農家とも協力関係を築き加工原料となるブロイラーを確保している。

一九六八年の創業当時から続く養鶏部門では、消費者が求める安全・安心への対応から抗生物質や抗菌剤を使用せず、こだわりの餌を与えて広々とした鶏舎で育てた自社ブランド鳥『恵那^{えな}どり』を生産する。

自社の加工場では、これらのブロイラーを原料として、味付け肉や加熱製品を製造する。「サラダチキン」などの一般的な商品に加え、「鶏ちゃん」(タレに漬けた鶏肉をキャベツなどの野菜と炒めたもの)など岐阜県産の原料を利用した地元郷土料理にも力を入れている。

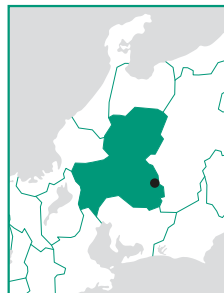
荒井幹広さん(五一歳)は大学卒業後旅行会社に勤務していたが、結婚を機に義父の経営する東濃

経営紹介

餌など工夫してブロイラーをブランド化 インテグレーションで原料確保し収益改善



今後の事業構想を語る荒井幹広さん(坂本工場にて)



岐阜県中津川市
農事組合法人 東濃ミートセンター
理事長 荒井 幹広

設立 ● 1968年11月
資本金 ● 2,000万円
事業内容 ● 養鶏、鶏肉加工品
URL ● <http://www.tonodelica.com/company/>

ミートセンターに入社し、二〇〇〇年に経営を引き継いだ。

味つけ肉など加工販売へ

当時、東濃ミートセンターは、自社や周辺農家が育成したブロイラーを処理し生肉として出荷する、食肉処理を主な業務としていた。地域内に同じような処理を行える工場がなかったこともあり、一定の収益は確保できていた。

しかし荒井さんは「ブロイラー業界は大規模化が進んでおり、付加価値の低い生肉の生産では大企業にかなわないと感じていました」と振り返る。「六次産業化」という言葉も知らなかったが、自社に生産部門を持つ強みを活かし、製品の差別化を進めることを決意したと言う。

最初に取り組んだのが、先代が立ち上げた自社ブランド『恵那どり』の強化である。〇一年の直営農場の開設を機に、消費者の健康意識の高まりに対応し、より健康な鶏のおいしい肉をアピールできるように餌や飼育方法を工夫した。さらに〇七年には、ブランドの知名度向上やイメージアップにつなげるため、自社製品を取り扱うレストラン「チキンハウス」を地元

開業した。

次に、『恵那どり』を原料とした切り身、味付け肉などの加工販売に取り組んだ。

店頭に並べられ消費者の目に入りやすい加工品に取り組むことで、ブランドの力を活用したいとの想いがあった。「生肉に比べ加工肉の販売が増加していると取引先小売店から情報を得たためです」

養鶏部門の規模拡大などの準備を進め、一二年、本社処理工場を改築し加工ラインを導入して切り身や味付け肉の製造を開始した。調理が簡単な加工肉への需要は大きく、売り上げは拡大していった。

現在では、商品ラインナップも増え、主力商品である冷凍加工肉『恵那どりのケイちゃん 味噌味、しょうゆ味』をはじめ十数種類を生産する。

地元農家との連携強化

加工品の販売が順調に拡大する一方で、経営の課題となったのが安定した県内産ブロイラーの確保だ。『恵那どり』商品の販売拡大には県内産の原料確保が不可欠だったが、岐阜県内の中小養鶏農家の経営環境は厳しさを増しており、このままでは廃業が進んで県内産

の鳥の確保が難しくなる可能性があった。

そのような状況の中、荒井さんは飼料業者からブロイラー仕入先である養鶏農家へ飼料の供給を行ってほしいかと提案された。具体的には、「東濃ミートセンターがまとめて仕入れた飼料を農家に供給し、成鳥はお互いの間で取り決めた価格で買い上げる」といったインテグレーションの仕組みだ。

取り引きがある農家に供給できる量の飼料を仕入れるためには多額の資金が必要となり、東濃ミートセンターにとつては経営のリスクが増す取り組みであったが、荒井さんは受け入れることを決断。

「われわれのような中小企業はこのままでは立ち行かなくなるとの危機感が強かったんです。もはや『自分だけがいい』でやっていけるような時代ではなく、地域で協力してみんなで生き残っていかねればいけないと考えました」と当時の想いを語る。

最終的には、売り手買い手双方が納得した利益を得られる仕組みをつくり上げた。育成に必要な経費をシミュレーションし、利益を上乗せして買取価格に反映するものにした。

双方が利益を分け合う仕組みはよりよいものを生産する意欲につながり、結果としてブロイラーの品質改善をもたらした。さらには、飼料の仕入量増加により単価が抑えられ、東濃ミートセンター本体の養鶏事業の収益改善にも貢献した。五軒から始まった提携農家は、現在では地元東濃の農家を中心に一〇軒以上に増加している。

生産技術では経験ある農家に学ぶことも多く、お互いに協力しながら良質なブロイラーをつくる努力を続けることができた。まさに好循環だった。

グローバル企業を目指す

今年三月、東濃ミートセンター創業五〇周年の節目の年に当たり、加熱加工も可能な新工場、坂本工場が稼働を開始した。この工場を最大限活用する上での課題として、荒井さんは以下の二つを挙げる。

一つ目は、魅力ある製品の開発とそれを可能にする組織体制の整備である。

今まで商品開発や品質管理は荒井さんが直轄で担当してきたが、事業を拡大していく上で全てを一人で管理することは難しいと感じていた。そこで商品開発と品質管

理それぞれの専門部署を立上げた。専門の社員を育成することで魅力的かつ、安全安心な食品を製造することが狙いである。

二つ目は、岐阜県産ブロイラーの生産拡大への取り組みである。「今後の事業拡大を見据えれば必要不可欠です」と荒井さんは話す。

東濃ミートセンターの強みは県産ブロイラーにこだわった製品であり、県内生産者の経営をどのように維持、展開していくかが今後の課題となる。既存の取引先の高齢化や設備の老朽化に対し協力して対応するとともに、提携農家を増やす、自社農場を拡大するなど生産強化を行うことも必要と、考えている。

今後目指すのは、地元岐阜の魅力の世界に広める「グローバル企業」(グローバル+ローカル)だという。二〇二七年にリニア中央新幹線の新駅が設置される中津川市は、下呂温泉や飛騨高山など、岐阜の観光名所への中継地として地域振興が期待されている。このチャンスを活用し、国内外の観光客に「岐阜の食」の魅力をアピールしていくことが目標だ。

(岐阜支店 吉田 敬太)



大野 泰裕 さん

北海道
株式会社大野ファーム 代表取締役社長

粗飼料の自給を基本にして畑作生産の強みを活かす 健康をキーワードに土づくり、牛づくりにこだわる



北海道の自然を活用し、自社グループで肉用牛の一貫生産を行っている。健康な土づくり、健康牛づくり、健康な人づくりをキーワードに循環型農業を目指す。とくに綿密な土壌分析や発酵させた牛ふんの堆肥活用など土づくりにこだわる。また健康な牛づくりのためデントコーンや牧草などの粗飼料は自給を基本とし遺伝子組み換え飼料を使わない徹底ぶりだ。

健康な牛づくり」にこだわろうと考えたのです。作り手の心意気のようなものです。

——消費者を意識したマーケットインの経営ですか。

大野 そうです。お客さんを常に意識しながら生産に取り組みたいという気持ちがある時からずっと持ち続けています。

——何かきっかけが？

大野 二〇〇一年九月に国内で初めてBSE(牛海綿状脳症)の疑いある牛が千葉県で見つかったとの報道が起きたとき、消費者にパニックが起きたのです。これがきっかけです。

健康重視のきっかけはBSE

——経営は「健康」をキーワードにさ

——牛肉の消費量が著しく低下して、日本中の畜産現場は直接あるいは間接に打撃を被り、重大事態でしたね。

大野 私たちは健康な農畜産物を食べる

——牛の畜産現場は直接あるいは間

つながると考えています。そこで、

まず安全かつ安心な餌を食べた健康

未来を担う子どもたちの「健康な人

ちの場合、牛が食べる安全な粗飼料

をできるだけ自給する、ということ

大野 大半の畜産農家や企業は輸入

を、ポリシーにしました。

肉用牛と畑作をセット

——グループ全体で四〇〇〇頭を飼育されていて、飼料の自給は可能？

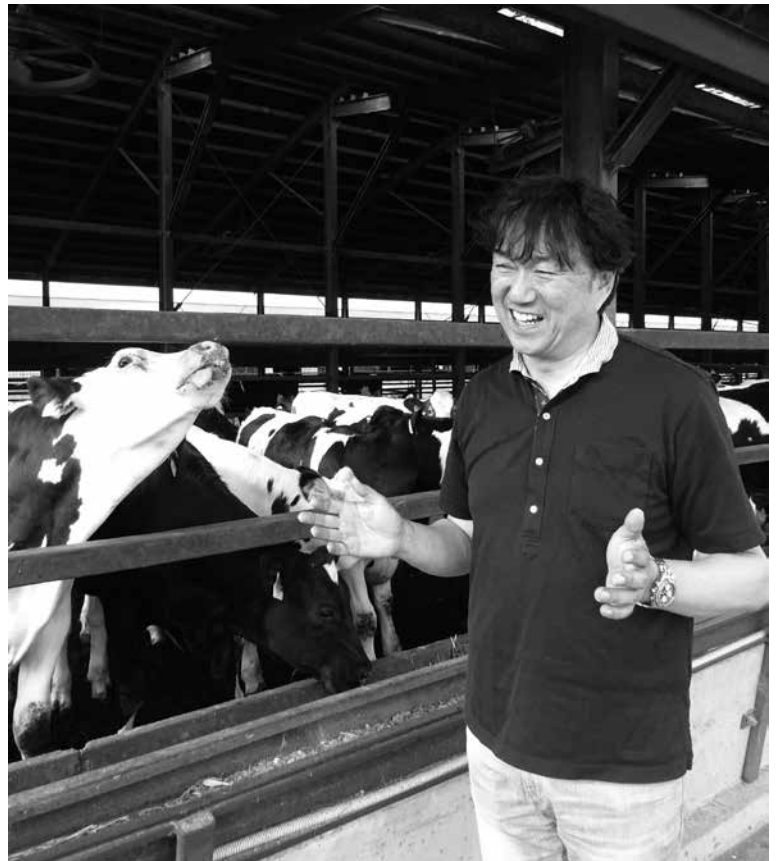
大野 もともと肉用牛飼育の五畝以外に、二二〇畝の土地で畑作なども行っており、その広大な農地で粗飼料のデントコーンや牧草を自家生産しているため、可能な限り地元で生産していこう、という考えです。

——北海道の畑作というと、ダイズや小麦がありますが、それらも飼料用に？

大野 ダイズや小麦は主として食品加工用の商品作物で、規格外のもの

——なるほど。

大野 大半の畜産農家や企業は輸入



肉用牛の生産現場で楽しそうに経営を語る大野泰裕さん

Profile
おおの やすひろ

一九六四年北海道生まれ。五四歳。畑作や畜産ベースの農家の四代目。八六年に就農と同時に法人設立。八九年豪州での半年間の農業研修中に出会った農業コンサルタントのエリック川辺さんに師事。その縁でSRUを立ち上げる。現在、北海道事務局長として多くの仲間と健康な土づくりの普及に努める。中小企業同友会で異業種交流し企業経営に磨きをかける。

Data

株式会社 大野ファーム
北海道河内郡芽室町に本社。大野泰裕代表取締役社長。資本金四五〇〇万円。一九八六年設立。肉用牛の一貫生産、畑作、農畜産物の加工販売やレストランを経営。子牛の育成を行う関連会社大野キャトルサービスと肉用牛の育成肥育を行う。グループで四〇〇〇頭を肥育。JGAG(家畜・畜産物、農場HACCPを取得。グループ全体で年商二三億円。社員はパートタイマーを含め二五人。

穀物などの配合飼料を使うことが多いですが、私たちのビジネスモデルの強みは、肉用牛肥育と畑作生産をセットにしていることです。これによつて自前の飼料生産が可能で、とくに子牛の育成牛用の牧草も大量に生産できます。麦わらも粗飼料として有効活用しています。

——このほかにも牛づくりの秘策がある？

大野 G M O (遺伝子組み換え)の原料は飼料にいつさい使わないという方針です。当然のことながら畑作で

もそれらの種子は使っていません。配合飼料もNON-GMO(非遺伝子組み換え)のものを購入しています。さらに、牛の成長を促進させる抗生物質(モネンシン)に関しても、副作用などのリスクがあるとみて、哺育時から出荷まで、私たちの場合、飼料には使わないようにしています。

——すごい徹底ぶりですね。

大野 実は、以前、米国農業事情を視察に行った際、ドイツ系移民で宗教的な理由で独自の生活スタイルをとっているアーミッシュの人たちが種子を守ろうとNON-GMOの種子にこだわっているのを見て、健康への取り組みはこれだと思ったのです。日本でもGMOの商業栽培を法律で制限していますが、北海道は条例で、許可制となっているほどです。

——四〇〇〇頭飼育のうち、年間の出荷頭数は？

大野 関連会社の大野キャトルサービスで生後一〇日ほどの子牛一五〇〇頭を七〜九カ月間育成し、その後大野ファームに移して二五〇〇頭を肥育という形で、全体として四〇〇〇頭を一貫生産しています。このうち年間の出荷頭数は約二〇〇〇頭です。

——ずいぶん多い。牛の健康管理に工夫は？。

大野 頭数が多いだけに、健康管理

プログラムを組み、早期発見・早期治療体制づくりはしっかり行っています。嘱託獣医師にお願いして定期的な健康診断を行い、病気の牛が出た場合の対応も十分です。

豪州で運命的な出会い

——土づくりに関してはどのような取り組みを？

大野 十勝地方の土地に合った作物の植え付けが基本と考えていますが、自然のサイクルに合わせた農業を行ってれば、肥料などを過剰に土に入れる必要もなく、また農薬も減らすことが可能です。

ただ、私の場合、若い時に豪州での農業研修で土壌分析などの手法を学んだことが今、すごく活かしています。

——と言いますと？

大野 一九八六年に就農してから三年後に豪州に半年間ほど、農業研修に行った際、エリック川辺さんという日本人が現地の農業経営者らに科学的な土づくりを基本にした農業経営のコンサルティングをされていて、ものすごく説得力がありました。

川辺さんの考えに共感し、それ以来、北海道にも来ていただき教える請うています。文字通り運命的な出会い、と言っているのです。

——具体的には、どんな点がポイン

トとなるのですか？

大野 土の中にあるミネラル分のバランスを整え、健康な土壌をつくれば健康で安全な作物が育つ、という考えです。ごく当たり前の発想のように見えますが、川辺さんから学んだことは土壌分析をしつかりと行い、その土地に合った土づくりを行う、という点です。

適正な肥料を土に与えミネラル分を補って土のバランスを整えることで、土中の微生物活動が活性化し、土が生まれ変わります。

——それが健康な土づくりなのですね。

大野 教えられた通り土づくりに取り組んだら、見違えるように畑が生き生きとし作物もおいしいのです。有機質の足りない畑には牛ふんを発酵させ、堆肥として使うようになり、牧場内の農のリサイクルシステムが定着しました。

——川辺さんとの出会いが転機となったのですね。

大野 川辺さんのコンサルティングに基づいた土づくりを実践するグループ、SRU(SOIL RESEARCH UNION、土壌研究組合)を仲間と一緒に立ち上げ、農業者仲間に声を掛けて勉強会を行ってきました。

SRUも早いもので三年後の二〇

二一年には設立三〇年を迎えます。

私自身は、北海道SRUの事務局長を務めています。土づくりへのこだわりが今日の成功につながったと自負しています。

——北海道内でも、この土づくりに賛同者が増えていくのですか？

大野 今では二五〇人ほどのメンバーが集まっています。綿密な土壌分析が基本ですが、自然の生態系を崩さずに共存していく持続型農業を目指します。

表現が難しいですが、SRU農法は、近代科学の英知も融合させた新しいタイプの有機的な農業を目指しており、いわゆる化学肥料や農薬を真つ向から否定してしまうような農法ではありません。

JGAP取得は安全の証明

——JGAP(家畜・畜産物)(日本における農業生産工程管理)や農場HACCP(衛生管理規格)認証を取得されているのですね。

大野 私は以前から生産工程管理の見直しを経営課題と考えていましたので、飼養衛生の管理規定の農場HACCPにチャレンジし二年がかりで取得しました。

その後、農水省担当者から、JGAP(家畜・畜産物)を取得すると二〇

二〇年の東京五輪の選手村などでの認定食材納入が可能になると聞き、社員の士気向上につながり、ビジネスチャンスに結び付くことを期待して取得しました。JGAP(家畜・畜産物)取得は日本で二番目、北海道では初めてでした。

——これらは生産工程や衛生管理面でのベストプレーヤーとなるためのお墨付きみたいなものですが、取得を必要と感じた？

大野 私としては、しつかりとした環境で肉用牛の生産に取り組んでいる企業だ、と多くの人たちに評価され、安全の証明にもなるので重要だと考えています。BSE問題時の教訓からも安全にはこだわります。

——大野ファームの牛肉は「未来シリーズ」という形でブランドイメージをアピールされているのですね。

大野 私たちの販売する牛肉は三種類です。F1、ホルスタインの去勢オスと最近では消費者ニーズに対応し和牛二〇頭を飼育しており、和牛は今後、増やしていく計画です。健康面に気を配った飼育で、いずれの牛もベストな状態であると自負しています。

——「未来」の名の由来は？

大野 私たちの健康な牛づくりとリンクするのですが、未来を担う子どもたちに食べてもらいたいとの思い

から希望が感じられるネーミングにしようと考えました。そして、爽やかな名前がいいだろうと「未来」に決めました。

——牧場内には「COWCOW Village」というネーミングで交流広場をつくっていますね。

大野 農場や牧場、牛舎などを消費者の皆さんに身近に感じてもらうと同時に、交流の場にしてもらうため、レストラン&カフェの店舗などもつくってVillageというネーミングにしたのです。

——レストラン&カフェの店舗で牧場の牛肉の料理などを出されていますね。

大野 健康な土づくり、牛づくりでこだわって生産した牛肉や、小麦、バレイショなど地元の新鮮な食材を使った料理を思う存分食べて、牧場を満喫していただきたい。

消費者との接点を持つというのは長年の計画でした。私たちの取り組みを知ってもらおうきっかけになると考えています。

——九月に北海道を襲った大地震の影響はいかがでしたか？

大野 幸いにして大きな被害はありません。停電が二日間に及びましたが、自家発電で対応できました。

(経済ジャーナリスト 牧野義司)