

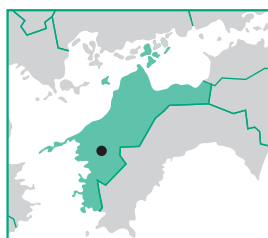
シリーズ

新・農業人

国産飼料確保とIT化を実施
進取果敢に畜産の未来を拓く

株式会社ゆうぼく 代表取締役

岡崎 晋也 さん



所在地 ● 愛媛県西予市
 設立 ● 1980年
 経営内容 ● 牧場運営、精肉加工、食肉販売、
 ネットショップ運営、レストラン経営
 牧場規模 ● 総飼養頭数 牛440頭、豚50頭
 従業員 ● 35人
 URL ● <https://yuboku.jp/>



豊かな自然とおいしい食事を求めて、週末は観光客でにぎわうレストラン(上右) 牛舎にはカメラが設置され、観察記録などITを活用して肥育データを保存・管理する(上左) 地域産の稲WCSを使用。牛ふんは堆肥化して地元の耕種農家に還元し、循環型農業を実践する(下)

若者が集まる肉牛牧場

愛媛県松山市の中心地から、西に車を走らせて1時間半ほどでレストラン「ゆうほく民」にたどり着く。岡崎晋也さん(39歳)率いる株式会社ゆうほくで育てたオリジナルブランド「はなが牛」などを使った料理が食べられるお店だ。住宅地にありながら、原木を柱や梁にゼいたくに使った店内、建物を囲む木々のおかげで、別世界に入ったような気分になる。庭ではバーベキューも楽しめ、精肉や加工品の売場もあり、首都圏よりわざわざ訪れる人気店だ。

さらに西南に車で20分ほど走った山沿いに牧場がある。440頭の牛が草を食んだり、塩をなめたりしている。すぐそばで豚も飼育している。晋也さんの父、哲さん(75歳)が異業種から農家に転身し、牧場を開いたのは1980年。肉牛の育成から始め、5年後に肥育までの一貫飼育体制を築いた。90年から精肉加工を始め、96年にはゆうほく民をオープンさせるなど6次産業化の先駆的な事例でもある。

晋也さんが経営に携わるようになったのは2013年。16年には代表取締役就いた。まもなく、新卒社員の採用にも乗り出す。現在従業員は35人。平均年齢は29歳という若々しい組織だ。立地条件だけ見ると、「ここに新卒の若い人が来るのだろうか」といらぬ心配をしてしまうが、さにあらず、ゆうほくが展開する多角的な事業、晋也さんの経営センスに共感した若者が集まってくる。

課題克服して飼料を国産化

ゆうほくが力を入れてきた一つが耕畜連携だ。哲さんのころから自家配合の飼料を牛に与えてきた。飼料が高騰した2007年ごろ、哲さんは地元の農家と組み、粗飼料を自分たちで生産・調達するコントラクター組織を立ち上げた。現在、ゆうほくはこの組織の運営からは退き、稲WCS(発酵飼料)を調達するヘビィユーザーとなっている。また地元の酪農家を作る稲WCSも仕入れており、稲WCSの年間使用量は約1500ロール(1ロール300kg)。粗飼料全体の87%にあたる。

肥育牛の場合、「稲WCSの使用比率が高いと牛肉の脂が黄色くなる」と言われていたが、晋也さんは毎年、関連する学会に出て最新情報を入手し、実際に検証。結果、脂

の色に問題がないことを確認してきた。高専出身で、卒業後は企業でIT業務に就いた経歴の持ち主。経営に携わるようになると、愛媛大学大学院の門をたたき、農学で修士号を取得した頭脳派だ。

耕畜連携への取り組みは粗飼料だけに留まらない。米、麦、大豆からトウモロコシに至るまで西予市産を中心に使っている。地元で手に入らない材料はみずから生産地を訪ね、調達している。濃厚飼料の国産比率は全国平均では13%（23年農林水産省調べ）だが、ゆうぼくでは約44%に達する。輸入飼料が高騰する環境下、耕畜連携はコスト面でもメリットが際立ってきた。輸入飼料に依存する場合と比較すると、2割ほど飼料代を抑えることができるそうだ。

ただ、手に入った原料を牛たちに与えるまでには苦労と工夫が伴った。西予市で多く生産される「はだか麦」の規格外品を手するルートをつかんだものの、牛が食べやすいよう粉碎機で砕いて牛に与えたが、消化不良でそのまま排せつされてしまった。飼料を扱う業者に相談し、圧ペン加工してもらうことで解決した。子実トウモロコシは地元では調達できず、四国全

域から手に入れるルートを見つけた。ところが、400^{キログラム}入りの1袋分を粉碎するのに9時間以上かかる始末。「これではとても間に合わない」と情報を集め、「シヨット玉」という小さな球状の研磨材を機械に投入した。するとうまい具合に表面が傷つき、わずか15分で粉碎できた。規格外の大豆を調達した時は、大豆に混入してしまう有害なアサガオのタネを除去しなければならなかった。牧場内にある堆肥の選別機を改良して使ったところ、事なきを得た。「お金をかけず手に入るもの、すでにうちにあるもので解決しようと考えました」。

食料安保を強く意識

晋也さんがとことん耕畜連携を追求するのは、単にコスト面のためだけではない。「国内で資源を循環する仕組みは絶対に必要」と語気を強める。

2022年、ナフイールドインターナショナルのスカラー（奨学生）として選出され、奨学金を元手に、世界各国の農業現場に足を運んだ。ナフイールドインターナショナルとは、国境を超えて一次産業分野のリーダーを育成するためのグローバルな奨学金制度だ。

その時、中東のカタールで見た牧場が、今も頭に焼きついていう。「砂漠の地で、エアコンをガンガンに効かせ、ミストを散布して2万頭規模の『高コスト

酪農』をしていました。そこまでは今は今後、隣国との関係が悪化し、食料の調達ができなくなることを想定していること。これに比べて、日本は平和ボケしていると痛感しました」。

「それまでは、食料安全保障をあまり意識していなかった」と振り返る。だが、中国がアフリカ豚熱への罹患によって減った養豚数を取り戻すべく、増産に動いた。その途端に飼料の国際価格が上がり、日本の畜産も影響を受けるなど「いづどうなるかわからない」という状況が日本にも起きている。この危機感が晋也さんを耕畜連携、国産飼料の確保に駆り立てている。

「国産飼料への置き換えはCO₂削減にもつながる。消費者から価



飼料米が入った大袋を天井から吊るして粉碎機に投入する(上) 地元産の麦などを加え自家配合する(下)

値として評価される日が来るかも」とほのかに期待も寄せる。晋也さんは国土交通省の計算ツールを活用し、輸入飼料を国産飼料に置き換えることで、CO₂がどれほど減るのか計算したところ、年間で485^{トン}の削減効果があると知った。食品輸送にかかる環境負担は明らかに減る。

主食用米の高騰により、飼料用米から主食用米に切り替える農家が増え、ゆうぼくが調達した24年産の飼料用米も、それまでの300^{トン}から10分の1に減った。「米農家の立場に立つと、仕方ないことかなと思います。それでも、できるだけ時代に流されず、耕種農家と持続的な関係を維持していきたい」と切実な思いを語る。

収益改善のため畜種変更

数々の難関を乗り越え、地元産及び国産比率を高めてきた実績を持つとしても、2020年以来的の飼料価格上昇に、晋也さんは並々ならぬ危機感を抱いている。「肉牛は導入から出荷までの2年間に何が起こるかわからない」。実際、輸入から国産への切り替えを徐々に進めてもなお、牧場全体の飼料代は高騰する前と比較し、年間で約5000万円増えた。加工や飲食で付加価値販売をしやすい環境にも、「飼料代の高騰はそれをも上回っている」。

そこで、3年前から牛の品種の構成を変え、頭数も少し減らし、22年の約600頭から現在は440



仕事にやりがいや喜びを感じてほしいと岡崎さん。スタッフの藤田さんと(上) 牛を追うワベンさん(下)

頭になった。交雑種が半分強を占める点は現在も同じだが、22年当時は交雑種に次いで多かったホルスタインをかなり減らした。代わりに和牛を増やしつつある。「和牛を導入したのは、生産コストに占める飼料代の割合が低いから」。飼料代の比率が高い割に、出荷価格が安いホルスタインの頭数を維持したまま、収益性を改善するのは困難だと判断した。なお、牧場にはジャージー種や、「F1クロス」と呼ばれる交雑種雌と和牛を交配させたオリジナルの牛など、畜種はバラエティに富む。

「ハイリスクハイリターン」といわれる和牛で着実に収益を確保するには、高度な飼養管理技術が伴う。「幸い、牛の死亡率は大幅に減ってきたんです。従業員

の細やかな観察力のおかげ。異常にいち早く気づき、『こうしたらどうか』と意見も出してくれ」と晋也さん。現在、牧場は6人体制。

藤田遥さん(27歳)をはじめ女性も活躍している。ゆうほくは、若手の採用や育成に力を入れ、若い人にとって働きやすい職場づくりをしている企業として、厚生労働大臣から「ユースエール認定企業」に選ばれた。

牧場では、晋也さん自身で開発した「キャトルック」という肥育管理システムも使われている。個体管理をデータ化するとともに、畜舎に設置したカメラによって個体の異常を知らせるというシステムだ。ITを武器とする晋也さんの本領がここで発揮されている。

新たな販路を海外に求めて

収益性の改善に向け、さらに新たな挑戦も始めた。今年からマレーシアへの輸出をスタートさせた。日本の畜産関係者が売り込みに力を入れているタイやベトナムと違い、競争が少ない。イスラム圏である同国への輸出に不可欠なハラール認証を取得できる屠畜場との接点を持てたことで輸出の道が開かれた。8月には、褐毛和種の「はなが和牛」と経産和牛「まどんな和牛」各1頭の肉が海を渡った。行き先は主に現地の飲食店だ。「うちでも飲食店を経営しているから、

将来はハンバーガーのレシピを現地に提供し、OEM製造してもらえればと思っています」と意気込む。マレーシアでの評判がよければ、隣国であるシンガポールやタイなどの市場にも広がっていききたいと晋也さんは考えている。

経営改善に余念がない晋也さんから、「もっと鬼の形相になって、収益改善に取り組む必要がある」という一言を聞き、正直驚いた。耕畜連携にしても輸出にしても、必要な情報を自分から取りに行き、現地の担当者と直接話し合い、結果を持ち帰り、従業員と検証し、答えを出してきた。そうした晋也さんが発した一言だけに重みがある。それほどに、日本の畜産が持続可能な産業でいられるかどうかの正念場にいるということなのだろう。畜産にかけるエネルギーの原動力はどこにあるのか。「牧場を継いだのは父のためではない。自分の知恵や実力がどこまで通用するか試してみたかった。それにはこの仕事はおもしろいと思いました」。二代にわたるフロンティア精神がこの行動力につながっているのだろう。

(新潟食料農業大学 青山浩子／文

藤井 大介／撮影)