



日本中央競馬会
特別振興資金助成事業

全日畜ワークショップ（熊本会場） 畜産の多角化経営が成功するためのポイントとは

速報レポート

- ◎ 開催日 令和5年10月30日（月曜日）
- ◎ 時間 13：00（開会）から16：00（閉会）
- ◎ 会場 ホテル熊本テルサ（テルサルーム）

令和6年1月

全 日 畜

（一般社団法人 全日本畜産経営者協会）

はじめに

私たち、畜種横断の畜産生産者の団体「全日畜」は、令和4年度から5年度の2か年、日本中央競馬会畜産振興事業として「多角化による畜産経営強化調査事業」を実施しております。

この事業は、我が国で推進されている農業の6次産業化の取組事例の多くが農協系統を通じた調査となっており、農協系列とは異なる経営を行う商系畜産経営者の多角化に係る事例情報が少ないことから、これらの調査を行うとともに、意見交換等を通じて、今後の6次産業化を含めた多角化経営の発展方向や成功のためのノウハウ、失敗しないための留意事項などを「指針」として作成し、これから畜産物の加工、販売、輸出等を志向する畜産経営者に情報提供することを目的としています。

本書は、令和5年10月30日（月）に実施した、全日畜ワークショップ（熊本会場）「畜産の多角化経営が成功するためのポイントとは」の概要を整理した「速報レポート」です。今回は国内でも畜産生産が最も盛んな地域の一つである九州地域で多角化経営を実施しておられる畜産生産者の方々の事例を基に、多角化を行うに当たってのメリット、デメリット注意点などについて熱心な討議が行われました。多くの方にご覧いただき、多角化を経営をこれから行なおうとする場合の参考となれば幸いです。

令和6年1月

一般社団法人 全日本畜産経営者協会
(全日畜)

目 次

・ ワークショップ（熊本会場） プログラム	1
発表者の紹介	2
・ 全日畜 畜産経営の多角化ワークショップ（熊本会場）の概要	3
◎本事業の概要とワークショップ開催の趣旨説明	4
◎ワークショップ第一部 事例紹介	5
◎ワークショップ第二部 意見交換	2 2
・ 発表者資料	3 8
有限会社 那須ファーム	那須 修一 氏 資料 3 8
カミチクグループ 株式会社カミチクファーム	西 浩二 氏 資料 4 2
有限会社 ふくどめ小牧場	福留 洋一 氏 資料 5 2
・ 会場アンケート結果	5 5
・ 現地調査概要	5 9

畜産の多角化経営が成功するためのポイントとは

- ◎ **開催日** 令和5年10月30日（月曜日）
- ◎ **時間** 13:00（開会）から16:00（閉会）
- ◎ **会場** ホテル熊本テルサ（テルサルーム）
〒862-0956 熊本県熊本市中央区水前寺公園28-51
TEL096-387-7777
- ◎ **プログラム**

第一部 13:00 ~ 14:25

多角化経営を実施されている畜産経営者から、多角化するに当たっての問題点や課題等についての報告発表

休憩 14:25 ~ 14:40

第二部 14:40 ~ 16:00

会場参加者も含めて、経営を多角化するに当たっての注意点や必須事項などについて、発表者を交えて意見交換を行い、経営の多角化が成功するためのポイントについて考える。

一般社団法人 全日本畜産経営者協会
(全 日 畜)

1 全日畜「多角化経営」ワークショップ（熊本会場）の概要

- ◎ 開催日 令和5年10月30日（月曜日） 13:00 ～ 16:00
- ◎ テーマ 畜産の多角化経営が成功するためのポイントとは
- ◎ 会場 ホテル熊本テルサ 1階「テルサルーム」

2 多角化経営にかかる体験・課題等について意見交換を行います

	<p>熊本県の畜産経営者</p> <p>有限会社 那須ファーム 代表取締役 那須 修一 様</p> <p>（養鶏経営者から）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・昭和43年3月創業、現在の(有)那須ファームは平成5年12月設立 ・熊本県宇城市で成鶏5万羽を飼養し、鶏卵の生産と生協への産直をメインに、自社農場での直販、全国の有名百貨店、地元の百貨店でも販売、ネット販売、香港への輸出等を行っている。また、マヨネーズ（ぴよマヨ）をはじめとした鶏卵・鶏肉の加工販売を行っている。 ・経営の基本理念を「にわとりと卵を通して人のお役に立ちたい」として、安全で美味しい卵をつくり続け、環境への配慮や地域・社会貢献を通して、長期的で持続可能な価値(サステナビリティ)を創造していくことを目指している。 ・地域との連携では、「飼料用米夢挑戦推進協議会」の会員となって、地元の休耕田を活用し、飼料用米栽培、養鶏飼料として利用するプロジェクト参加などに取り組んでいる。
	<p>鹿児島県の畜産経営者</p> <p>カミチクグループ 株式会社 カミチクファーム 取締役 西 浩二 様</p> <p>（肉用牛経営者から）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・1985年6月「有限会社上畜」として鹿児島市で創業（現株式会社カミチク）し、法人組織による肉用牛、酪農、養豚経営に加え、畜産物の加工・販売。外食産業までの多角化経営を行う大型企業グループ ・肉用牛約15,000頭、乳用牛約2,000頭（搾乳牛1,000頭、子牛・育成牛1,000頭）計17,000頭を飼養している。 ・生産者として、美味しい牛肉をお届けしたいという情熱を伝えるために、カミチク独自の「6次化スタイル」を確立した。 ・家畜の飼料生産、乳・肉一貫経営による牛肉、生乳生産、畜産物の加工・販売、乳、肉の販売店、レストラン運営、そして、輸出まで手掛け、地域資源の循環利用による資源利活用によるコスト削減を図っている。
	<p>鹿児島県の畜産経営者</p> <p>有限会社 ふくどめ小牧場 取締役 福留 洋一 様</p> <p>（養豚経営者から）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・鹿児島県鹿屋市で、2012年に「ふくどめ小牧場」を開始。 ・家族経営で、養豚一貫経営、加工・販売、レストラン経営の多角化を行っている。 ・モットーは「まっすぐ、丁寧に、手間ひまをかけて」 ・飼養頭数は、自分たちの目が届くだけの頭数で、飼育から加工、販売までをひとつの場所で行っている。 ・牧場に隣接しているカフェで店頭販売とランチの提供を、ガラス張りの加工場では解体・製造の現場を見ることができ、その場で加工、販売を行っている。 ・特徴は、日本では唯一ここにしかないサドルバック種とその交配種を飼養し、加工はドイツのハム、ソーセージ加工技術修業した洋一氏が、商品優先ではなく素材を100%活かすことを優先した加工・製造を行っている。

全日畜 畜産経営の多角化ワークショップ（熊本会場）の概要

日 時： 令和5年10月30日（木） 13:00～16:00

場 所： ホテル熊本テルサ1階「テルサルーム」

発表者： 那須修一 有限会社 那須ファーム 代表取締役

西 浩二 株式会社 カミチクファーム 取締役

福留洋一 有限会社 ふくどめ小牧場 取締役

参加者24名

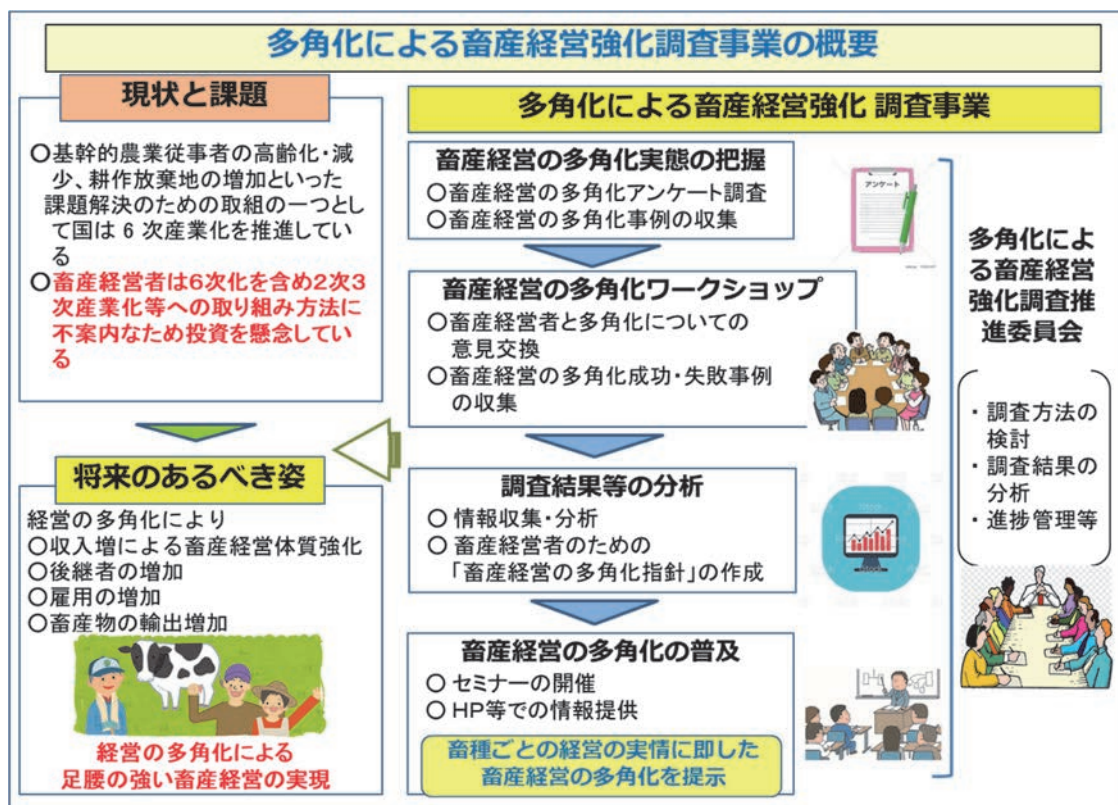
内訳：生産者4名、行政1名、飼料メーカー1名、畜産関係団体12名

全日畜6名



ワークショップ会場風景

本事業の概要と多角化ワークショップ（熊本会場）の概要



10 数年前に6次化が推進されたが、うまくいかない事例も多くある。しかし、全日畜の会員の中には、非常にうまく取り入れて、発展させておられる方がたくさんおられる。

6次化は非常にいい経営安定の手法と理解している。そこで、これまでの失敗の原因は、十分な準備もなく、また販売先のあてもなく、安易に取りかかった結果ではないかと考えて、まずは失敗しないための条件、その条件をそろえて、いろいろな隘路を切り抜けていくためにはどうすれば良いかということを目指してまとめ、それを示すことによって、その条件が全て整っていて、実行できる方は実行してもらい、その条件が整わない場合には、安易に手を出さないほうがいい、やめたほうがいいということと言えるような指針を目指している。

そのためにアンケート調査を行った。また、このようなワークショップを行なって、先進的にうまく経営しておられる方々のお話を聞き、さらに、成功に至るまでの大変な苦労や注意点、失敗等も伺い、指針に活かしたいと考えている。

ワークショップ第一部 事例紹介

○ ゲストからの発表（事例紹介）

発表者：那須 修一 氏（有限会社 那須ファーム 代表取締役）

◆経営の概要

・農場の所在地は熊本県宇城市松橋町にあって、鶏卵の生産・販売に加えて、鶏卵・鶏肉の加工販売をしている。採卵鶏5万羽、育成鶏2万羽規模は、全国の採卵農場からすると平均以下になっている。なぜ5万羽で止めてきたかという点、危機管理の1つとして、大きなトラブルがあったとしても、私1人で隅々まで確認ができる羽数だということで、これはこの20数年この状態で、拡大は一切していない。従事者数が役員も含めて



19名というのはいくつか多いが、これは販売・直販の面への労力の配分が必要となるからである。多角化については、産直と直販、それからマヨネーズ加工やっている。

◆経営の理念・特徴

・創業は昭和43年で、以来、鶏と卵に特化して、ほかの仕事をしたことはない。いろいろな組織や団体の会長や理事長をしたことはあるが、仕事として養鶏場以外には携わったことはない。

・環境への配慮は、畜産にとっては昔も今もこれからも最も重要なことになるが、我が社の投資額のおよそ15%が鶏ふんの発酵処理、あるいは雨水排水対策になっている。これはお金を生むところではないし、反対に、毎年こちらには600万円、注ぎ足しているという状況。

・地域・社会貢献であるが、これは農業法人としての特徴に絡んでいる。どういう特徴が普通法人、一般的な法人と違うかという点、農業法人は居住圏の中に事業所があるので、地域の一員となる。だから、地域の役職等も全部、受けている。地域活動もしなければいけないので、農業法人の代表者というのはとても忙しい。

・衛生管理システム HACCP を導入している。これは25~26年前に関東で卵によるサルモネラ中毒を起こした。それからずっと調査をして、最終的にはイギリスだったということで、イギリスにも調査で出向いた。それから、NASAの危害分析重要管理点で、結局、宇

宙飛行士の食品を製造するときの衛生管理システムであるが、この HACCP に出会って、それから少しずつ始めた。

・ GP センターの HACCP 認証についてである。ちょうど熊本地震が平成 28 年で、もう 7 年過ぎたが、この年の 5 月に、もう 25~26 年も GP の HACCP、それから農場 HACCP に取り組んだ。GP HACCP は管轄が厚生労働省である。農場 HACCP は農林水産省である。2 つの認証を受けなければいけない。

・熊本地震で、鶏舎は耐震構造であったから倒壊は免れたが、農場の GP センターや鶏舎内部構造は甚大な被害を被った。その為、HACCP については厚生労働省の第 1 号認証を受けるところだったが申請ができず 1 年遅れたので第 10 号になった。

・農場 HACCP はもっと遅れてやっている。行政では GAP のこと等も推進しており、どちらがどうなのか考えてしまう。HACCP について申し上げると、GP センターは厚生労働省、農場は農林水産省で、インライン農場は農場の中に卵 GP センターがあるわけだから、これが一体化できないものだろうか考える。そこは横断的にしてもらわないと、なかなか進まないのではないかと。サテライト GP だったらいいが、GP と農場は別途で二重に認証を受けないといけない。時間と労力もかかり疑問に感じている。

・水については、運よく阿蘇山系からの伏流水利用が可能になっている。ちょうど農場の下、幅 10m ぐらいを流れている。それをさらに BMW 技術によって名水百選のような水にして鶏に飲ませようということである。コンビニの水と試験をしてみると、我が社の水のほうがよかったものだから、卵を作るよりも水を売って水商売のほうがもうかるなと思ったこともある。

餌へのこだわりであるが、産直は主に生活協同組合とやっている。当初は全部、自家配合だったが、数十年前から産直先の指定配合飼料利用になり、これが全体の 60% 程度である。地域のもみ米も使用する。そうすると、そちらの産直のほうは自家配合でやっていただきたい。あるいは、合成アミノ酸は使用しないでください。色々そういう条件をクリアしながらやっている。ですから、餌もそういうふうに分けるということである。卵も分けなければいけない。例えば飼料用米の卵は A 社向けの卵、指定配合は B 社向けの産直卵と分けなければいけない。だから、餌のライン、卵の集卵ラインを二重三重にして分別管理をしなければならない。

・熊本地震のことで 2 つだけ申し上げたい。建物は耐震構造だったからどうにか倒壊は免れたものの、舎内設備が全て損壊した。結局、採卵鶏 5 万羽、育成鶏 2 万羽の鶏を全て手

で給餌しなければならない。不可能である。そこで、配合飼料メーカーから5～6名がすぐ駆けつけていただき手給餌で対応した。その間に、仮補修で2万5,000羽分が自動給餌、集卵ができようになった。2万5,000羽は食肉として出荷しなければならなかった。労力的にも極限状態というところに、飼料メーカーに応援をいただいて、そのために2万5,000羽が助かった。おかげで1年後には復旧して、元どおりの施設・設備と羽数に復興することができた。

・もう1つは、地域の飼料用米も、もみの状態で使用する。鶏に粳摺りをさせるという発想であり、粳摺りのみで1kg当たり30円以上ぐらい費用がかかります。粳の状態では未登熟米を含み配合設計上では飼料工場では玄米利用が無難なところであると思います。

自家配合装置も被災しましたが修理できる判断したが、トラブルが続いた。そういう状況のなかで、新設・更新しなければいけないというときに、畜産クラスターのハード事業を活用するため飼料メーカーにその窓口をしていただいた。

・配合飼料メーカーにしても、配飼協にしても、配合飼料を製造して、それを販売営業拡大するというのが目的なはず。当场では、粳米の自家配合飼料給与は、1万5,000～6,000羽分であるが、その設備の更新新設の窓口をしていただいた。これは、これまで取り組んだ中で今でも非常にありがたく感じている。本日は恩返しの1つとして参加している。

◆多角化部門の内容

・産直は50年経過している。昭和49年に東京で健康卵を食べる会というのができて、産直が始まったが、その1年前に熊本で始めていたので、全国一早い産直ではないかと思っている。

・マヨネーズは2回目のリニューアル中である。大企業の子会社と取り組むと、製造ロットが大きい。そして、凍結液卵を使わなければいけない。だから、今、中小企業と取り組みを始めて、まもなく2回目のリニューアルができる。そうすると、小ロットで生の卵を使える。当然、卵はこちらから出すということある。

・インターネットについては、時間の関係でインターネットの販売会社数社と提携して、そこに送るといようなやり方に変えた。それは、ネットを通じて来たら、消費者の方はすぐ返信が欲しい。明日、卵が欲しい。なかなか時間の制約がある。そうすると、かえって信用を落とすことになるから、ネット販売会社とやっている。

◆多角化に取り組んだ動機や不安定要素

・養鶏の不安定要素は3つある。これは創業当時に調査をした。その頃、人口5万人以下

の市町村の可処分所得は76万4,000円であった。昭和40年、生まれていない方もいっぱいいらっしゃると思うが、そのようなものであった。何が不安定なのか、これは経営計画を立てるときに調査した。そうすると、卵に限らず農畜産物は純粋競争下の中での価格形成であるということが分かった。だから、需要と供給によって純粋に価格が決まる。原価は関係ない。だから、買い手市場になる。そうすると、所得弾性が起こるとということが分かった。

・結局、卵が1個5円になっても買い手がないことがあり得る。そうした事もこの半世紀で起こっており野菜であれば、市場に持っていても値段がつかない。畑や田んぼで廃棄、耕耘して漑き込んでしまう。所得弾性という不安定さがある。

それと、製造原価が高い。製造原価で最も高いのが餌とヒナである。不況が来たから餌とヒナを辛抱できるかといったら、できない。

もう1つは、生き物であるということである。以上、この3つが不安定要素である。

・これをどのように克服すれば安定するかということでスタートした。この不安定要素は、今日になってむしろ、鳥インフルエンザ、世界的な穀物の高騰、猛烈台風や酷暑などの自然災害、アニマルウェルフェアについては農水省から6月に飼養管理基準が出たが、SDGs等そうした対応すべき課題が多くなってきているというのが現状ではないかと思っている。

・マヨネーズのシェアはA社が約80%、B社が約10%、残り10%に多くの中小販売者がいる。養鶏農家としてマヨネーズを作ったらどこに隙間があるか。それは何か。差別化商品と、卵の生産農家が開発したものということでの戦略である。

一貫して鶏と卵を通して人のお役に立ちたい。これは創業精神である。昭和43年に事務所に大きく掲げたものでもある。今も経営理念として毎朝、全員で唱和している。

・安全・安心の問題として、トレーサビリティというのは当然なことであるが、アカウントビリティ・説明責任も重要である。あるいは1つの質問があればすぐさま説明する、お答えするというのが大事ではないかということである。

・国産飼料のこだわりということでは、JAに出荷していない農家さんと飼料用米生産利用組合をつくっている。これも2年にわたるプロジェクトをやって、平成22年にこの組合を設立して、今16年間取り組んでいる。

・今まで加工商品でチキンカレーを作ってみたが、見事に失敗である。何かというと、当社の鶏を使ってお肉にすると、ものすごいコストがかかる。輸入した若鶏の肉だったら3分の1の価格である。どんなに頑張ってもそれには太刀打ちできない。結局、ものすごく

高くつくということであり、きちっと販売先と提携ができるといったことをしてから取り組まないといけない。その時点は試験開発ということで6,000パック作ったが、なかなか販売はスムーズではなかった。マヨネーズについては、非常に調査を綿密にして進めた。

・産直・直販で重要なことは、できるだけ消費者の方と直接話せる関係をいかにつくるかということが重要である。それをずっと5年、10年続けると、無人販売店でもどんどん売れる。あるいは、地域の物産館に置いても売れる。今、那須ファームで利益率が一番高いのは無人販売店と地域の道の駅物産館である。

・地域と絡めて、地域のいろいろな資源の循環も必要だけれども、地域の中では経済的な循環が必要である。地域の飼料用米をモミ米でいただいて卵生産し地域の物産館なり、あるいは農場の近くの無人販売店や手渡しで販売する。そうすると、少なくとも地域の中で経済が循環する。

◆多角化の海外展開と課題

・当初、香港の調査をした。調査をした国はいっぱいある。香港、タイ、シンガポール、台湾、それぞれ相当調査に行って香港とつながった。私のテーマは国際産直で、あくまでも産直にこだわるということである。香港と産直の関係ができ、香港に那須ファームの口座がある。卵が売れたら、うちの銀行に香港から直接お金を送ってくる。その代わりに、物流のことやインボイスのことなどは全て農場でしなければいけない。

配送試験をやったりした。香港の港では卵ダンボール扱いも乱雑で、投げても割れないようにどういう梱包をするかというところまで調査をやった。

・当時は、日本国内で鳥インフルエンザが出たら全てがストップだった。ですから、香港側と話して、双方で動きましようということにしたところ1年ぐらいたって各県単位になりリスクが大分軽減された。各県単位になったから、熊本県で発生しても他県は全部できるわけである。各県単位になって、正月に鳥インフルエンザが出たのが熊本だったので半年間ストップし、それが今まで3回ありやはりリスクが大きい。だから、個別の農場ではなかなか取り組みがしづらい。

・では、どうするか。私が考えたのが、九州各県で1農場ずつ仲間を集めて、任意組合か事業協をつくる事だが、誰が事務局をするかという個別の農場ではなかなかできづらい。そうすると、餌のメーカーさんなり、あるいは販売路を持つ、販売力のある大きな卵業者さんでないとスムーズにはいかないところだと思う。だから、今、休止中である。

・タイは市場性がないのでビジネスとしてはいかがと。シンガポールも相当調査したが、

市場性がなかった。シンガポールでは日本の百貨店でマヨネーズを6日間で700本売ったから、向こうのバイヤーさんはびっくりである。社員が2人のプロモーションで新記録である。

しかし、毎日100本、売れるかという、そうではない。百貨店やスーパーでマヨネーズが売れるのは日本国内でも1本か2本。でも、それでは後々のビジネスにならない。シンガポールでは、申請書を8カ月かけて作って、シンガポールAVA申請という段になって、再々度の調査して、市場性がないと判断し書類を翻訳する前に撤退を決めた。

・台湾は、当時期待がもてそうで面白いかなと考えた。実は日本第1号の卵が那須ファームから行くはずであった。ぎりぎりになって向こうからもバイヤーと業者が来て、契約をしようとなった。そして、台湾の卵の食品安全衛生法を調べたら、なかったのが、那須ファームはやむなく撤退した。その後、卵の食品安全衛生法はできたようである。

・飼料用もみ米を利用する上での課題は未登熟米のもみ米。やはりもみ米の品質である。配合飼料工場ではもみの状態では使えないと言われる。未登熟米があると産卵が、がたと落ちる。やはり飼料工場では玄米ベースになる。だから、我が社で使う場合はAさん、Bさん、Cさんの飼料用粳米を混合して使う。だから、フレコンバッグで500kgずつ検査し混合する。もみ米の状態であったら、2年間常温保存できる。

◆多角化を行っていく上での要望

・この1年、卵価が上がってきたが、メディアはこぞって「物価の優等生」とか、「エッグショック」とか発信する。もはや皮肉ではありませんかと、こちらは思う。70年前に18円、15円という証拠があるわけである。

この半世紀、単位あたりの産卵量が40~45%上がった。それは飼料、飼育・飼養管理、家禽栄養学、育種・遺伝、環境整備、施設・設備、防疫・衛生、これは直接、環境がよくなるように業界全体が取り組みをした結果である。これは生き物であり生命現象としての産卵としては、これ以上のイノベーションはないと思う。では、あと10%をどうやって上げるかという、また50年、60年かかってもできるかどうか、生命現象ですから、神様の領域にも入る部分もあるわけだから分からない。

・今後、何が大切かと言うと、さらに関係・関連業界が一丸となって適正価格に持っていくことである。これしかないと思う。我が社だけの問題ではない。業界全体として適正価格を、国民的なコンセンサスでいかに持っていかである。もちろん行政も含めて関係者が一緒になって取り組まなければならない。

・小規模養鶏農家にもいろいろと支援はいただいているところであるが、畜産関係で言うと、畜産施設用地は全て宅地か雑種地でないといけない。そして、固定資産税は宅地並みである。こういう部分は業界として、養豚もしかりだと思うが、産業振興面から要請していかなければいけない。

発表者：西 浩二 氏（株式会社 カミチクファーム 取締役）

◆カミチクグループの6次化スタイル

・我々カミチクグループで提唱している「6次化スタイル」がどういうものなのか。我々は独自に6次産業化したモデルを進めてきており、今でも形を少しずつ変えながら発展させながらグループ全体で取り組んでいる。生産から、消費者に届くところまでを、グループで一貫して取り組んでいる。



・6次化スタイルは、1次産業、2次産業、3次産業で構成される。1次産業については、餌づくりから人工授精のための種雄牛も飼っている。生まれた子牛を肥育して肉にする。それを2次産業のほうに回して、そちらで食肉として加工し、3次産業のほうで、一般の消費者に届ける。この形で、我々グループとして取り組んでいる。1次産業から3次産業まで、それぞれ会社の役割がある。餌づくりと牛の飼育については、カミチクファームからクオリティファームまで、2次産業でカミチク、クオリティミート、ケイズミートソリューション、3次産業でピーススマイルプロジェクトなどいろいろある。そして、海外での取り組み。

・それとは別に、農業を支えていく、農家をサポートするという目的でつくられた会社で、九州ファームソリューションという会社もある。また、畜産をしていく上ではどうしても物流は今後問題になってくるということもあって、物流支援として九州ファーム物流という会社もグループ内にある。その全部を統括するところとして、カミチクホールディングスという会社がある。グループ会社は、このカミチクホールディングスの下で多くの会社が一丸となって畜産物を、生産から、安心できる形で消費者に届けていくところまでを、我々の6次化スタイルということで取り組んでいる。

◆経営の概要

・当社の設立は昭和 60 年で、食肉加工会社として有限会社カミチクを創設した。それから少しずつ部門を増やして、今は1次産業から3次産業まで全部そろえて全 16 社、それ

と関連企業が2社になっている。2022年12月現在、従業員数が全部で1,500名。消費者に届ける店舗が、外食で28、量販店で2つ、物産館に5店舗を展開している。

➤ 1次産業

- ・6次化のうち。まず1次産業部門について説明する。

- ・肉用牛の飼養頭数に関しては恐らく、日本で1番ではないが日本のトップクラスの飼養頭数。現在、飼養頭数は約1万8,000頭の牛を飼養。肉用牛が1万6,300頭、乳用牛が1,000頭程度。農場は、直営、預託を含めて、鹿児島、宮崎、熊本、大分で約50農場を展開している。これで、トータル、大体1万8,000頭程度の牛を飼っている。

- ・この餌づくりについては、国産の粗飼料を使ってTMRを作るという事業に10年以上前から取り組んでいる。この粗飼料生産については、今はSDGsの一環となるが、農場から出る堆肥を耕種農家の方々に提供しながら、そちらで粗飼料を作って、それを私たちのところで購入して、私たちのところで牛の餌のTMR飼料として確保して、自分たちの農場で使うものの外、必要な農家にはそれを販売して資源を循環するやり方に取り組んでいる。餌づくりに関しては、特に九州の阿蘇のほうで粗飼料を作っていた。

- ・「高い繁殖・育成技術」ということで、当社は、種雄を管理する種畜場も持っており、自分たちの農場で使う凍結精液は自分たちで作って、体外受精卵やOPUの卵、受精卵についても、我々のところで作ったものをグループで使っていくという形を取っている。

併せて、「乳肉一貫体制」でホルスタイン種に黒毛和種の種をつけたり、ホルスタインの種をつけたりしているところであるが、私たちは全部ではないけれども、その一部に黒毛和種の受精卵を移植するというやり方をしている。

一般的な生産フローとしては、通常、和牛の子牛を作る場合、和牛繁殖雌牛に和牛雄牛の精液をかけて和牛の子牛を生ませる。当社は、和牛受精卵をホルスタインに移植して和牛の子牛を産ませる。さらに、そこから牛乳を搾って乳製品に加工することをやっている。

➤ 2次産業

- ・2次産業部門については、カミチクグループが最初に取り組んだところである。最初は牛を屠畜場から持ってきて枝肉を確保するというだけの会社であった。どうしても数を確保していくために、自社農場での肥育を始めたのが約32年前。今カミチクグループの2次産業部門の食肉加工は、40年を迎えるが、食肉加工を始めて大体8年たったところで肥育牛の生産を始めた。

- ・今はその自社農場で生産された肥育牛を屠畜して加工し、それを消費者へと第3次のと

ころまで届けるところまでつなげた。さらに、最初は牛肉だけで始めていたが、最近では豚肉のカットも始めて、併せて養豚農場も経営を始めている。

その他、特筆すべきところとして、生食の製造を始めている。2012年9月に、鹿児島県では初になったが、生食に対応できる工場ということで認可を受けている。今現在ユッケや牛のたたきなどを提供することができる。

➤ 3次産業

・3次産業としての一番の目的は、生産者の思いを消費者まで届けるという思いを持って仕事をしている。私たちのところで作った牛肉を消費者へ届けることが最終の目的として外食事業も展開している。

東京、大阪を中心に30店舗、焼肉店を中心に経営している。最近は、直売事業も始めた。伊佐牧場、鹿児島の大口のほうで始めた直売所では、肉を売っているが、その横でお客様がセルフの焼肉をするという店舗を、また、同様の店を鹿児島県吹上でも展開している。直売所も併設しているので、昼間はセルフで焼肉を食べているお客にはいろいろ肉を買っていただいている。

・「究極の産地直送」と書いてあるが、私たちのところは生産から最終的な販売までグループで一貫して持っているので、全てを自分たちのグループの中で処理することができる。生産農家が子牛を市場に出して、それを肥育農家が肥育して、屠畜場に出してお肉屋さんが買って、それをまたさらにお肉屋さんがお店やレストランに売っていくということになる。当社はここを全て自分たちでやって、できるだけコストを抑え、お客様が満足する価格で提供するということを目標にやっている。

・お客様が満足する価格で提供というのを、「好価格」という表現をしている。高い価格ではなくて、好きな価格、よい価格、お客様が喜んでもらえる価格ということで、「好価格」で提供することを目標にしてやっている。

➤ 海外展開

・海外戦略としては、和牛の肉を国内だけで消費するというのは今の生産状況からいうと限界に近いところもあるので、これを海外にまず持って行って、海外でも和牛のお客様を増やしていきたいということで、海外にも展開している。

・今、鹿児島、九州を中心にやっているこの6次化スタイルを、海外にも展開できないか、海外でも同様につくれないかということで、日々努力している。

・人材交流として、のある国々、ベトナム、インドネシアといったところからも積極的に

実習生を受け入れて、このスタイルを勉強してもらおう。こちらでマスターしていただいて、いずれは自分たちの国に帰ってもらって、このスタイルを向こうでも展開していただこうということで考えている。

海外での外食事業は、香港の外、ベトナム、台湾での焼肉店も展開しており、お客様には喜んでいただいている。

◆農家の課題解決への協力

・九州ファームソリューションという会社を最近、立ち上げた。農家の皆さんは、飼料が高い、資材が高い、生産性が上がらないなど、いろいろ苦勞している。私たちが連携をしている会社がたくさんあって、今日参加されられている伊藤忠飼料さんも一緒に連携していただいている会社である。それ以外に畜産関係の機器を扱う会社など、いろいろな方々と協力しながら、農家の抱えている課題をそれぞれ解決していこうということで立ち上げた会社が九州ファームソリューションという会社である。

・農家の課題の吸い上げというところまで、なかなかうまくきれいに拾えているところはないが、少しでも農家さんが困っていることを我々が解決してあげたいと思っている。一番重要なのは、農家といろいろな業者も含めて、みんなで連携して畜産を盛り上げていきたいと思いますということを目的につくっている会社を展開している。

・カミチクグループは、牛の餌づくりから外食まで一貫体制で手がけるというスタイルで、このビジネスモデルを展開しているところであるが、グループのビジョンとしてこれをさらに世界中に展開したいという目的で仕事を進めている。

発表者：福留 洋一 氏 (有限会社 ふくどめ小牧場 取締役)

◆経営の概要

・鹿児島県鹿屋市で法人組織による養豚一貫経営、生産物の加工、販売並びにレストラン経営を行っている。

現状、母豚が300頭で、飼育している豚は、日本唯一の品種である「サドルバック種」とオリジナル豚「幸福豚」である。豚肉のおいしさは脂身にあると言われており、「サドルバック種」は人肌でも溶けるような脂身の柔らかさと旨みが特徴で、ヨーロッパでは「幻の豚」と呼ばれている。「幸福豚」は「サドルバック種」をかけ合わせたオリジナルの品種で、脂の旨味を受け継ぎながらも、赤身の多さと柔らかさをあわせ持つ



ている。2品種の外、白豚も含めて母豚300頭の一貫経営であるが、その中でサドルバックは30頭である。その中に、サドルバックの雄を止め雄として使った「幸福豚」というオリジナルの豚の2品種を販売している。サドルバック種もヨーロッパでは非常に有名な豚である。

・1971年に父の福留公明が養豚を始めて、1995年に福留畜産を企業化した。現在、会社は、父、母、私、兄、妹の5人家族で運営している。兄が生産現場、私が加工部門、妹が販売部門、経営管理を担当している。

◆多角化に取り組んだ経緯と動機

・6次化、多角化農業で、いろいろな問題がある。兄も私も小さい豚小屋で、父親や母親の背中を見て育っているので、どうしても両方、豚を飼いたい、継ぎたいという思いがある。しかし、我が家の場合は、私は小さい頃からお小遣いはもらわない。働いたら給料を払うという形だったので、私も豚を飼いたいと小さい頃から言っていた。そのとき父が、お前は駄目だと。養豚は兄が継ぐ。お前は違う仕事をしろと言われた。

・豚の飼育をして、いい餌を給与して豚を出荷しても、歩留まりが悪いので値段が下がる、それはおかしいのではないかということ、父も日々ずっと思っていたようで、「おまえは肉を販売すればいいんじゃないか」と、小さい頃から教育された。

・そこで、群馬に全国食肉学校というお肉屋を育てる学校があるが、そこに高校を卒業して入学した。そのときは、養豚はしないで、肉を販売していこうと考えていた。当時は、まだ6次産業という言葉もない時代であったが、肉屋を営むいろいろな友達が出てきて、自分の夢など語り合い、自分たちの豚を自分たちで販売していきたいという話をした。

・父の6次産業で失敗した話になるが、売れる部位というのは決まっている。豚の場合は肩ロース、バラ、ロースで、ウデ、モモは余っている。余ったウデやモモはどうしているのかと聞いたら、安く投げ売りしていると。しかし、そういうことはしたくない。当場のように小さい農場は1頭1頭、大切に育てているので、もし自分たちが6次産業をするのであれば、1頭まるごと全て販売して命をいただくという責任を果たしたいなと思っていた。当時18歳だったが、将来のことを考えて、自分が肉屋になって自分たちの肉の販売をやっても、それではうまくいかないなというのが、漠然と頭の中にあった。

➤ 海外留学

・父は鹿児島県鹿屋の出身で、そこから出たことがない。小さい頃から、そういう農家は続かないのではないかと、若いうちにいろいろ海外などに行って友達をつくって、英語を覚

えて、情報交換をして、1年に1度、遊びに行ったり、遊びに来てもらったりして、そういう農家でないと今からの若い子たちはやっていけないのではないかとということで、兄弟3人、兄、私、妹は1年間、イギリスに留学をさせてもらった。

・語学留学をして、それから自分たちで考えなさいということで、うちの兄が最初にイギリスに行って、その後、オランダは養豚が盛んなので、オランダの養豚学校に行った。私はイギリスに1年、その後ドイツに行って、妹はイギリスに1年、中国で7年間、通訳やホテルの関係の仕事をした。

・私は、イギリスで語学勉強の後に、ドイツに渡った。ドイツで肉屋を見たら、日本とは異なっていて、お肉屋さんといったら肉とハム・ソーセージ両方を一緒に売っている。農家から豚を連れてきて、自分たちで屠殺する。それで全てを使う。だから、ロースや肩ロースは全て生肉で、バーベキューなどで販売して、スジや端切れは、ソーセージを作って付加価値をつけて販売する。それで1頭まるごと売れる。それを見て、自分もドイツに行って、勉強したいとなり、ドイツに行くことにした。

・つてもなくドイツに行って、いきなりハム・ソーセージの勉強をさせてくれと言って、30店舗ぐらい全て断られた。バイエルン州のミュンヘンの近くにヘルマンズドルフというオーガニックのファームが1カ所あり、そこは、小さいが、現在の当場に似ていて、昔に返って質のいいものを作ろうということをやっていた。そこにほれ込んで、何回も断られたが、何とか受け入れてもらい、そこで勉強することになった。

・ドイツは、日本の就職事情とは違って、学校に行きながらやらないといけない。3年間修業と勉強をして、ゲゼレ（職人）を取った。ドイツには、ハム・ソーセージのマイスター資格というのがあるが、それを取って日本に帰るときふと考えたのは、当時鹿児島では黒豚を飼っていて、それでハム・ソーセージを作って販売するというのを考えても、売れないだろうなという思いが頭をよぎった。鹿児島の黒豚は良いが、私たちのように小さい農家が、個人で販売するとなると、どうしても大手には勝てない。まわりすべてが黒豚なので、黒豚のソーセージであると言っても、差別化は難しい。

➤ サルドバック種との出会い

・ドイツにはサドルバック種という豚がいて、今、ヨーロッパではほとんどいない絶滅危惧種のような豚である。すごくいい豚で、ドイツでも飼っていた。この豚を見て、この豚で勝負がしたいと考えて、兄と父がドイツに来たときに、当場の強みは養豚なので、この豚を見せて、どうしてもこの豚で勝負がしたい、黒豚でなくてサドルバック種で勝負がし

たいと訴えた。当時はドイツからの導入は無理だったので、アメリカで探してもらった。オハイオ州の大学に保存のために飼われているサドルバック種がいて、私がドイツから日本に帰ってくる3年前、最初に雌4頭、雄1頭の5頭を輸入した。

➤ サドルバックの飼育

・餌は自分たちで丸粒を潰して自家配合を製造し、水もきれいな水を使い、そして、趣味で庭が好きだったので、農場も誰に見られてもいいように木を植えて清潔にした。サドルバックは昔の豚で、放牧に向いている。ヨーロッパではアニマルウェルフェアの基準が厳しいことを学んでおり、放牧も取り入れながら、飼育している。土地の制約があるので、ヨーロッパの飼育方式を日本に全て持ってくるというのは難しい。そのため、自分たちの基準で豚に幸せな環境で飼育するため、広い畜舎をつくって豚を育てている。

◆多角化に取り組むときの課題など

➤ 加工・販売施設の建設

・帰国して、初期投資を抑えるために工場は自分たちで手づくりにより建設した。機械も見積もりをしてもらったが、ハム・ソーセージを作るには1億円ぐらい投資が必要ということでした。帰国してハム・ソーセージを作ろうと考えていたけど、1億円ぐらいかかるぞと言われ、それだけの投資はさすがに無理だと思った。

・そこで、ドイツで中古の機械を全部集めて、コンテナを1台借りて日本へ送って、初期投資を抑えた。しかし、工場はあまり小さいと量も作れないし、やっていけないと思ったので、工場だけは広くとった。自分たちで枝肉を解体・製造・販売、そこでカフェができるような形の店舗を建設した。

・解体施設は全てガラス張りで、解体するところも外からお客様は見られるようにした。血がついていたりするところをみるのはお客は嫌かもしれないが、それも1つの食育かなと考えている。こういうふうに解体されて、こういうふうな横の部屋で腸詰めされてというのも全て見られるようになっていて、その横で販売もして、レストランで食べられるという形をとっている。

・精肉、ハム・ソーセージを販売して、お肉を販売したのが2012年なので11年目になる。最初は週に2頭、屠畜してもらって、それを解体してハム・ソーセージを作っていた。最初は命をいただく責任という格好いいことを言っていたが、正直、どういう販売をしていかも分からなかった。

・畜産専業だったので、豚は、問屋に販売すれば100%買ってくれるが、加工品販売やお

肉は、それを潰して加工品やお肉をつくっても 100%売れるわけではない。豚1頭を解体したら枝肉になって80kgぐらいであるが、それを2頭で160kg。最初は週に160kgも販売できなくて、母親と一緒に、父がいないときにごみ箱に捨てたりした。最初はそういうことを繰り返していた。

・兄には、頭を下げて、私がハム・ソーセージを製造して6次化するので、5年間は我慢して私に投資をしてくれと頼んだ。5年間は絶対赤字だから投資をしてくれないかということで始めて、本当に1年目、2年目、3年目、4年目は赤字であった。人も雇わなければいけないし、苦しい4年間が続いた。安売りはしたくないということがあって、営業はしなかった。

・あるとき、サドルバック種が日本にいるのだねということで1人の有名なシェフが目を付けてくれた。そこから徐々に広まって行って、お肉をレストランで使ってもらえるようになった。ハム・ソーセージを大手の百貨店やセレクトショップ、こちらでいったらディー・アンド・デルーカさんの全店舗で販売してもらえるようになった。

・5年目以降からは徐々に経営もよくなり、5年目以降からはコロナ期間中も、生産のほうはよくなかったが、ハム・ソーセージ、精肉の販売は毎年10~20%売上げが伸びている状況である。

・コロナ感染症の拡大期間中は、輸入も入ってこなかったもので、国産の豚も値段が高かった。それからリピーターもついてくるという形になった。現在、生ハムも作っているが、イタリアでアフリカ豚コレラが流行して、生ハムがないのでそうした需要が出てきて、生ハムの売上げが伸びた。単価も高いので、販売まで2~3年かかると思う、大変である。

◆多角化を進めてからの課題

・問題点は、最近の餌の価格である。今どう頑張っても厳しい状態である。餌も大きな課題であるが、豚は餌を食べたらその分の排泄物が出る。耕種農家もやめているので、堆肥の処理も非常に問題になっている。堆肥をいっぱい使う作物があればいいが、近隣にはない。そして、畜ふん尿は、豚だけでなく、鶏ふんもあれば、牛ふんもある。鹿屋市は家畜飼育密度の高いところで、規模拡大は考えていないが、たい肥の処理が一番頭を抱えている。小牧場なので頭数を増やしていなくて、減らして行ってクオリティを上げていこうという話をいつも兄としている。

・養豚の場合は働き手もいない。今2人、ベトナムの技能実習生がいるが、生産現場の要員の募集をかけても農場のほうにはほとんど働き手が来ない。労働力の確保の問題もあつ

て、頭数を増やすのではなくて、頭数を減らしてでもクオリティを上げていこうかなと、生産担当の兄と話し合っている。頭数を減らして、その分、ハム・ソーセージが売れば利益、売上は上がっていくので、そういうふうには持っていこうと考えている。

◆屠畜に関する要望

・ドイツのヘルマンズドルフというオーガニックの会社で働いていたが、その会社のオーナーは、もともとドイツで2番目に大きいハム・ソーセージの会社を持っていた人の息子さんである。その息子は、工場的なのは嫌で、大きな会社を継がないと言って、オーガニック系のものを作りたいという志向を持っていた。

・村に住んで、40年前にそこで少し昔に返ってクオリティを上げたものを販売して、その村の人たちが豊かに暮らせるようにしたいと願ってやっていた。その会社は、ドイツの昔ながらの自家屠殺をしており、小さな部屋のきれいなところで自分たちの豚は自分たちで屠殺していた。そうしたら、内臓や血など全て使えるので、そうしたことが私にできないのかなと考えている。

・そうしたものを求めているお客さんいて、現在はインターネットの時代なので、食が豊かになって、お客様のニーズも、安いものを求める方もいるかもしれないが、そうではなくて、屠殺まで自分たちで丁寧にして、全てを使い切ったというのも1つのブランドづくりになるのではないかなと考えている。そうやって付加価値をつけていきたいという願いがある。しかし、日本では、と畜場法があり、所管は厚生労働省であるので、なかなか難しい。何とか、行政の力でドイツのような手法ができる方策はないかと願っている。

進行役：松原 英治（全日専門員）

3人のゲストから貴重な御報告をいただきました。発表内容を含めて、質疑応答などは第二部でお願いしますが、第一部を終了する前に、今回発表していただいた内容についての質問を、全日畜の内田専門員と神谷専門員にまとめてもらいたい。

内田 賢一（全日畜専門員）

3人の方に次の3点についてお聞きしたい。

1点目としては、経営の多角化に取り組むに当たって資金的な問題、専門的な人材の確保など、いろいろ苦労されたと思うが、多角化事業に取り組む上で失敗しないための秘訣があったら、御紹介していただきたい。

第2点目は、生産した畜産物の販売で顧客の開拓についてはいろいろ御苦労があったと思う。顧客の開拓についてはどのようなことを重点に進めてきたか、お聞かせいただきたい。

3点目は、経営の多角化を始めてから多角化部門の運営が順調になるまでにどの程度の期間があったらいいのか。どの程度の期間辛抱すればうまくいくようになるのか、教えていただきたい。先ほどふくどめ小牧場さんの場合は大体1年から3年と言われていたが、そんなに長く辛抱しなければ順調に伸びていかないものかどうか、それを短縮する方法についてもお聞かせいただきたい。

神谷 康雄（全日畜専門員）

カミチクファームさんに2点、ふくどめ小牧場さんに1点、補足をお願いしたい。

カミチクファームは非常に規模が大きいギガファームかと思う。事業計画の策定などを行う上で非常に大変ではないかと考える。生産から加工・販売、レストランまで事業が進めておられる。1つお聞きしたいのは、事業計画の策定や予算管理を行う場合に、畜産生産部門、加工・販売部門、外食産業部門と多岐にわたるが、経営全体の可視化はどのようにされているのか、お伺いしたい。最近は経営指標を見える化することが必要だということで、畜産部門も大手の通信会社がスマート畜産機器メーカーなどと提携して、いろいろ家畜管理から経営管理までを行えるソフトなどもかなり開発されてきているところがある。その辺をカミチクさんではどのように取り入れられているのか、補足いただきたい。特にDX やクラウド化といったところをもしやられておるのであれば、どのようなソフトでやられておるのか、教えてほしい。

それと、人材確保など、特にこういうところが問題だということがあれば補足していただきたい。

ふくどめさんについては、先日、牧場に行きましたら、長男が生産部門、洋一さんが加工部門、長女の智子さんが商品管理と販売部門ということで、3人のきょうだいがうまく分業をされているというところを拝見させてもらった。3人で経営戦略をどのように図るかということについて、合議制なのか、社長さんが全部引っ張るという形なのか、その辺をもう少し教えてほしい。

（第一部終了）



発表者、調査推進委員、開催県他の皆さん

ワークショップ第二部 意見交換

○ 第一部の質問に対する回答

進行役：松原 英治（全日畜専門員）

第一部最後にあった質問について、発表者の皆様にお答えいただきたい。

1, 失敗しないための秘訣、2, 顧客の開拓、3, 多角化部門の運営が順調になるまでの期間について。



発言者：那須 修一 氏（有限会社那須ファーム）

◆失敗しないための秘訣

・失敗しない秘訣として、私が取り組んだことは、事前調査をかなり綿密にするということでありました。特に私どもは営業が不得意です。ですから、販売についての調査はかなり優先するというのをいたしました。

・それと、計画です。計画といえば計画になるわけですが、細かくするほど、こういう状況になったら黄色の点滅がつく、ここまで行ったら黄色がつく、この状態だったら赤の点滅になるというのが分かるようになります。そういうのは計画の中で取り組むときの順序としていました。

◆顧客の開拓

・顧客の開拓はホームページも1つの方法だと思います。ネットについても少しはあるわけですが、先ほど発表しましたように、時間的なものがありますので、ネットの販売会社と提携してやっています。

・1つは、消費者に対して信頼関係をつくる。例えば専門のバイヤーさんとの信頼関係です。そのためには間違った商品の提供等がないというようなことです。それについては1年、2年かかります。1つの信頼の構築ができますと、もう自動的に受注があるというような経験はしております。

・もう1つは、消費者の目線というか、本来、消費者というのは非常にわがままです。私も消費者の立場になるとそうです。いいものを安くというのは、これはごくごく一般的です。その中でどういうものを訴えていくかというと、私の場合は卵やマヨネーズというも

のですので、食ということでの文化的なものを含ませていきたいとは思っています。そう
いう中で信頼関係を築いていきたいと思います。

・例えば、道の駅の話をしませんが、道の駅はまさにそれです。地域の方々ではないんです。
一般的にスーパーなりが商圈を設定するときは、半径 10km にしましょうか、15km にしま
しょうかということで、それで販売戦略を練っていくわけです。道の駅には設立から 6 年
間、関わったんですが、年齢層や、どこから来ているのか、調査すると分かってきます。
そうしますと、道の駅の商圈というのは時間だということが分かりました。大体、最大 2
時間です。2 時間先からもお見えになる。

・それと、市街から 7 割の方が来る。年齢層はどうか。年配者が多い。そうすると、おの
ずとターゲットとしていくものが見えてくる。60 歳以上の方が多から、60 歳以上に対
してはどうかということで調べますと、日本の財産の 6 割以上は 60 歳以上の方が持たれ
ている。だから、あと 10 年間は大丈夫です。そういうことが、マーケティングをやると
分かってきました。あと 10 年後はどうするかというのは、これからまたするということ
が分かってくるということではないかと思えます。

◆多角化部門の運営が順調になるまでの期間

・私の場合は急がないでじっくりといく。どかんというような取組はしてきませんでした。
少しずつということですが。

・那須ファームの経営はどうかというと、もう 25~26 年、5 万羽で止めていますので、
次の段階に入らないといけない。今の我が社のビジネスモデルであと 10 年はいいい。でも、
10 年後はどうするかというのに今、取りかかっているところです。6 次化につままして
は、今のところ全て自己資本で取り組んだということです。そういうことで、こちらのペ
ースでいけたのかなということですが。

・失敗例もあります。東京営業所をつくったんです。私としては 3 年、4 年は先行投資だ
ということですが、コロナが始まって狂ってしまった。結果的には 5,000~6,000 万円の
累積赤字を東京営業所に出しました。だから、これは撤退せざるを得ないということです。

発言者：西 浩二 氏（株式会社カミチクファーム）

◆失敗しないための秘訣

・失敗しないための秘訣ですが、私たちもそれを知りたいというのが実情です。先ほど那
須さんから話がありましたが、事前に調査するというのは重要だと考えております。重

要ですが、そのときに一番気をつけていることは、自分たちだけでできることではないんです。

・何かしようとしたときには、そのときどきにいろいろな専門の方々が既にやっているの
で、そういった方々との連携を重要視しながら進めていっているのが実情です。

・私たちのところも、やめてしまったことはたくさんあります。情勢の変化によって、もうこれはやめる、これはしないほうが良いという判断をそのときそのときでしながら進めてきているというのが実情です。

・私たちは「6次化スタイル」という形で進めていますが、まだまだ完成型というところには至っていない。これからも時代の流れによって変化していくものと考えています。そこに向けて、やって駄目なものはやめていく、その繰り返しでやってきているというのが現状です。その中で大きな失敗が今のところまだないので、何とか今でも進められております。

◆顧客の開拓

・最初に始まった会社は牛肉を販売する会社でしたので、その中でお客様のニーズをつかみながら販売してきたので、顧客の開拓では、1次産業として、顧客からの要望に応えるために生産を始めました。

・それをさらに進めるために、3次産業、お客様への販売、外食というところまで進めて、顧客開拓というところでは、これまでの流れの中でお客様はついてきていただいている。だからといって、その上にあぐらをかいているわけにはいかない。お客様には「カミチクの肉を使ったらすごくよかったよ」という話になるように、私たちも1次産業から3次産業まで常に努力していく必要はあるのかなと考えております。

◆多角化部門の運営が順調になるまでの期間

・カミチクが始まって40年たっております。今もまだ変化しながらやっている会社です。確立するまでには実際にどれぐらいかかるのか、基礎ができたのがどれぐらいなのか、私どもでは何とも判断できないところではあるんですが、情勢に合わせて少しずつ変化しながら今、進めていっているというのが現状です。

発言者：福留 洋一 氏（有限会社ふくどめ小牧場）

◆失敗しないための秘訣

・失敗しないための秘訣ですが、自分のところも養豚農家が多くて、うちは6次産業化し

て、いろいろな養豚農家の息子さんが来て、6次産業化の話をしてくれ、見せてくれというのですが、やらないほうがいいよと言います。自分は20~30年前から、やると決めて、ドイツへ行ってマイスターを取って、日本に帰ってきて、サドルバックという日本にない品種の豚を連れてきてやっているのですが、それでも難しいです。

・うちがよかったのは、兄がいて、僕がいてということだったのですが、1人でやる場合は、いつも言うんですが、勧めはしません。やるんだったら、豚1頭、病気させないように飼って出荷したほうが絶対に利益にはつながる。

・養豚より販売のほうが、人前に出たり、お客様に会ったりして、どうしてもそちらが優先になってしまう。6次産業を進めていても、主体は第1次産業の畜産、農業部門なので、主体がぶれてしまうと全てが駄目になっていくと自分は思っているの、いろいろな人に話をしますが、あまり勧めはしないですし、苦勞をしますと言います。

◆顧客の開拓

・皆さんは、ネットで販売すればいいと言いますが、ネットというのはそんなに売れるものではないですし、ネットをすれば毎日見ないといけないので、そのために1人、事務もつかないといけないし、慣れていないので失敗もありますし、そういうストレスも溜まります。

・鹿屋の人口は10万人ですが、食肉店は2~3店舗です。そこは戦えるけど、インターネットをやれば全国、下手すれば全世界のお店と戦わないといけないということだから、そこから選んでもらうというのは非常に難しいことです。

・自分たちもこうやって6次産業をして、取材を受けて、いろいろな有名な雑誌などに載るんですが、そんなに成果が出るというわけでもないです。テレビも最初は来ますが、そこから2~3か月たったら、ぱたっとなくなる。リピーターは少しはつきますが、それでもそのときだけ頑張っただけで、その2~3か月後、何だったんだろうということで精神的なものもありますし。6次産業化というのはなかなか難しく、いろいろと苦勞があります。

◆多角化部門の運営が順調になるまでの期間

・運営が順調になるまでの期間ということですが、うちは5年間です。その5年間は値段もよくて養豚部門はすごくよかったです。兄貴も「大丈夫だ。やろう、まだまだ大丈夫だ」というのでやっていましたが、さすがに今、豚価も下がり、餌も上がりとなると、「もうやれないよね。絶対もう無理だね」とみんなには言います。その5年間に僕は投資しても

らって、今年度は精肉のほうでカバーできるぐらいまではできたのですが、お勧めはしないです。1つの道のプロになったらいいのではないかなとは思いますが。

進行役：松原 英治（全日畜専門員）

・カミチクさんに、事業計画、予算管理について、経営の可視化と経営上の課題について、ふくどめ小牧場さんに、経営全体の経営戦略についての質問です。

発言者：西 浩二 氏（株式会社カミチクファーム）

◆事業計画と予算管理の可視化

・事業計画の策定については、先ほど発表の中でも触れさせていただきましたが、会社がたくさんあるグループですので、その関係を統括する会社としてカミチクホールディングスという会社があります。グループ会社として、毎月、経営戦略全体会議がありまして、各部門、ファームの代表、肉の代表、産地の代表という人たちが全員集まって、月1回、経営状況を、月ごとに発表する日があります。

・マイナスになったらマイナスになった理由、プラスになったのであればどうしたらプラスになったのかというのを、全て細かく情報共有する場を月1回、持っています。その中に外部の経営関係の会社も入っていただいております、またいろいろと助言をいただき、全事業計画と月ごとの計画を進めております。

・各月、各年度の予算についてもそのつど決めていて、達成度がどうかというところを毎月、確認しています。特別に何かを使っているということではないですが、毎月その数字を持っていて、今何が問題かということがそのつど分かって、経営に関わる全員がそれを共有できる体制を取るようにしています。

・私たちはファームの担当として出るんですが、私たちも、豚肉の販売がどうなっているかといったところまで全て情報を共有する形が取れるようになっていきます。今後、そういうやり方がよくないということであれば、効率的なやり方で進めていくのだろうとは思いますが。

◆経営の課題

・課題につきまして一番問題になっているのは、人員確保の問題が重要になっています。海外からの実習生など若い人たちが働いておりますが、その方々に日本語でコミュニケーションを取ってちゃんと伝わるようにするということが、各々の農場が苦勞しています。

・それから、連携を取るということです。自分たちグループ内だけの連携ではなくて、自分たちの周りのいろいろな業者との連携を細かく取っていく、その連携を取る段階がすごく難しかったりはします。例えば、国産の粗飼料で牛を飼うという話になったときに、どこで入手できるのか、その人たちと連携するためにはどうすればいいのか、ということです。そういった連携をつくっていくことで苦勞がありますし、また今後、新しく連携する先をつくる際の課題について考えているところです。

発言者：福留 洋一 氏（有限会社ふくどめ小牧場）

◆経営全体の経営戦略

・毎月、決算をして、そこで数字を見ながら話し合うというのは、毎月しております。生産部門とハムソー加工のほうは別々なので、来月はこうだな、こういう時期だから来月は豚価も下がるのではないかとということで連携はしながら、お互いを尊重しながら、こういうふうにやりたいというのを話しながら、さらに、年に1度、大きい話合いをしています。機械の導入や人材の採用についても話合いをしながらやっています。

○ 意見交換

発言者：熊野 義幸 氏（有限会社コーシン 代表取締役）

・私の経営も6次化で頑張っていますので、那須さんや福留さんの話は参考になりました。うちの場合は、養豚の宣伝になればいいかなと思って最初は考えて、今は息子がやっています。毎週木曜日に精肉を提供していただいて、まるごと1頭、豚足から内臓から全部うちの商品として加工販売しています。自動販売機で生ハムなども販売して、顧客が結構、来ていただいています。ホテルなど、いろいろな方との取引が少しずつ増えてきています。

・堆肥はほとんど無償で提供しておりますが、どうにもできないで養豚をやめようという人が結構おります。

・最近熊本では、餌は八代など近場からきているのですが、鹿児島、宮崎、長崎からの輸送は時間もかかるので、小さい規模の養豚家は運送会社が運んでくれないんです。運送会社のほうの力が強くなって、キャンセルしたりする計画性のない養豚家は相手にされない状況で、母豚頭数の多い養豚農家でないと運んでもらうということができない。



発言者：松本 道夫 氏（熊本県配合飼料価格安定基金協会 理事長）

・今日は大変貴重なお話をお伺いしたわけですが、お話を伺っておりまして、国の方針や、我々が取り組んできたのは、経営基盤の拡大ということで規模拡大をしっかりとやろうというのが大きなスローガンとして掲げられています。

・那須ファームさんやふくどめ小牧場さんは、目の届く範囲内で家畜を飼いながら、それに付加価値を高めて、いかに経営を安定させていくかというお考えです。しかも、いろいろお話を伺っていますと、国が補助金を出したからとか、そういう話はほとんどなくて、いずれも自分で考えて、自分で行動して、自分で実績を上げておられるわけです。そここのところに非常に深く感銘を受けました。

・カミチクファームさんの取り組みですが、この日本から世界的な企業まで畜産を発展させられたというところも、我々の想像を絶する努力があったと思うんですが、本当に敬意を表したいと思います。お三方を含めて、深く感銘を受けました。ありがとうございました。



発言者：本山 夕起子 氏（鹿児島県配合飼料価格安定基金協会 常務理事）



・本日は御三名様の貴重なお話を、大変ありがとうございました。那須ファームさんとふくどめ小牧場さんは、規模を増やすことにはあまり重点を置かれずに、目の届く範囲での付加価値、あるいはお客様に満足いただけるものをしっかりつくっていくということに重点が置かれていらっしゃるということ。カミチクファームさんは、全国的に、あるいは世界的に目を向けている企業でいらっしゃいます。今はベトナムなど、いろいろなところを先進的に苦労して開拓されていかれているということで、敬意を表したいと思います。

・先ほど那須ファームさんから、アニマルウェルフェアのお話が出ておりました。今ヨーロッパ等でアニマルウェルフェアを実施していない国からの輸入を、規制まではないんですが、差別化するという話があります。例えば、卵にしましても、ケージ飼いの卵の値段、1日1回、外に出るような飼い方でのお値段、あるいはオーガニックで平飼いのお値段というように、卵も経営形態で付加価値が全然違ってくるといって売り方をフランス等でやっているという話を伺います。今後そういったアニマルウェルフェアも取り込んだ付加価値というような取り組みについて、お聞かせいただきたいと思っています。

◆アニマルウェルフェアの取り組みについて

発言者：那須 修一 氏（有限会社那須ファーム）

・OIE（国際獣疫事務局）にたしか百何十か国ぐらいが加入していますが、採卵鶏についてはなかなか合意ができていないというようなことです。日本でも今までは畜産技術協会がアニマルウェルフェアの指針を出していますが、今年6月27日に農水省が飼養管理基準を出しました。昨年からパブリックコメントがあったわけですが、飼養管理基準については、日本の農水省も相当頑張ってなされたとは私は評価しております。

・なぜかと申しますと、もともとヨーロッパから始まって、アメリカに行って、日本もそうですが、家畜に対する文化的なものが、基本的なところが全く違うんです。日本の家畜に対する思いは、まずは牛や馬を農耕用として飼って、大切に育て、やってきた文化です。だから、ヨーロッパ基準を日本に持ってきても、もともとの家畜に対する文化的なものの根本的な違いがあると思っています。そこで、農水省はよく飼養管理基準にまとめられたなと思います。

・日本の風土や国の状況からしまして、平飼いはなかなか難しい。現実的に場所がないということもありますし、各県の養鶏協会によっては平飼いはいいが、外に出すのは鳥インフルエンザのシーズンはやめましょうという申合せをしたり、いろいろなことがあります。

・鶏のアニマルウェルフェアについて、人の目から見たアニマルウェルフェアということがあると、私は思っています。だから、鶏の立場からアニマルウェルフェアも考えないといけない。生産者の立場から言うと、鶏に聞いてくださいと言いたい部分もあるわけです。

・鶏のウインドレスハウスについて、矛盾していることがOIEにはあるんです。生まれて死ぬまで太陽の光を見ない。でも、それはOIEは何ら言及もしない。オーケーです。それに止まり木をつけなさい、砂浴び場を云々と言っていますが、生まれて死ぬまで太陽の光を見ないんですが、それはオーケーです。そんな矛盾があります。世界的に全部開放型にして、平飼いにしましょうか。卵1個500円、600円になっても皆さんいいんですねという論理になっていかざるを得ない。

・それともう1つ、国内では、御存じかと思いますが、過激な集団もあつたりします。

アニマルウェルフェアについてはそうです。でも、重要なことだとは思っています。それは社会的要求として出てきていると思っています。

発言者：西 浩二 氏（株式会社カミチクファーム）

・カミチクファームで具体的に何があるんだろうというのと、考えつかないというのが実情です。強いて言えば、前にはやっていたが、鼻輪がない牛が最近います。

・牛を飼っていて、病気にならないようにするための快適な環境をつくるというのは、牛を飼う者として損耗防止という観点からは、敷料の状態などについて、常に細かく目を行き届かせるようにしていることはありますが、アニマルウェルフェアということで具体的に何かやっているというのは考えつかない。

発言者：福留 洋一 氏（有限会社ふくどめ小牧場）

・自分はドイツに8年間いたので、そこで体感した話でしますと、あちらはかなり厳しいです。養豚にしてみたら、ストール飼いは駄目だとか、豚の去勢は1頭1頭、麻酔をしない、もしくは去勢は駄目ですというのが、広がりつつあります。

・ヨーロッパの人たちは玉がついていたら早く成長して、ホルモン注射を打てばと言うんですが、どうしてもにおいはするので、特に日本人の場合はほかの国の方と比べて舌が肥えていて、香りとか、そういうのは敏感なので、無理かなという反面、ストール飼いは、日本ハムさんなどはしないというのを多分打ち上げたのではないですか。

・豚がどういうふうに飼われているかということに世間の目が向くのは当然なことだと思いますし、ヨーロッパもそうになって、10年後、日本もそんなふうになっていくのかなと思います。

・日本とヨーロッパは違うので、そこで日本は日本独自のものをやればいいのかと思います。ストールをやめて放牧をすると、土地も要りますが、畜産の増設や新設は周りに反対されてつけれない。農地を集約しようとしても、それが難しい。豚の餌を作ろうと思っても、ばらばらにしか買えない。

・集約できれば、それが問題を解決するだろうと思いますが、集約ができないので、ヨーロッパのようにしなくとも、日本独自のアニマルウェルフェアをつくっていければ一番いいのかなと思います。

◆自家屠畜場の整備について

発言者：鈴木 一郎（全日畜 常務理事）

・と畜場については農水省ではなく食品衛生ですから厚労省の所管ですので、農水省と厚

労省はその方面ではいつも連携していますが、人と家畜で省庁間の壁があるとは聞いております。何とかその壁を突破するためには何かと考えると、1つは、経済特区を利用して、その地域に限って整備できるようなことができないのかと。



・知見の少ない中で、今すぐに何とかできそうなことでは、特区で申請して、そこだけで自家と畜ができるようにできないのかなと。正式な手続きとなると、法律改正になると思いますので、人間の衛生のほうから言ってくる厚労省の壁はすごく高いと思います。

発言者：福留 洋一 氏（有限会社ふくどめ小牧場）

・自分で屠殺したいのは、自分たちで大切に育てた豚は自分たちで最後までというのと、屠畜を依頼しても、内臓は手に入らないんです。どの豚か分からない内臓をお金で買ってくださいと言われます。僕らは自分たちで育てた豚の内臓が欲しい。鹿児島は畜産の頭数が多いわけですから、そういうので僕はブランドが作りたいたいと思っています。

進行役：松原 英治（全日畜専門員）

・制度的な問題がかなり大きいような気がしますので、それを解決するのは、鈴木常務が申したように、経済特区を、例えば鹿屋市から申請して受け入れられれば、経済特区としてやるということだと思います。

・ヨーロッパでもそのようなものが見直されているという事例などがあれば、それをベースに説得するという事は可能だと思いますが、制度的にややこしいのはいっぱいあって、それは経済特区を使って1つ1つ見直していくという流れになると思います。

発言者：鶴田 克之 氏（熊本県配合飼料安定基金協会 常務理事）

・カミチクさんに、今の規模は、社長さんの考え方一つでここまで来られたかどうか。



・ふくどめさんでは、輸出は考えられていないのかということと、自分で屠殺解体することは、1つのアイデアですが、ジビエは自家屠殺をやっていきますので、応用できないのかと思いました。

・那須さんは、飼料用米を使われていて、これからも今までどおり飼料用米は確保できる

見込みなのでしょうか、それと、稲作農家とどんな付き合いをされていくのでしょうかというのをお聞きしたいなと思っています。

発言者：西 浩二 氏（株式会社カミチクファーム）

◆カミチクファームの経営方針

・社長の上村昌志は3兄弟の次男でございます。もともとの実家は肥育農家でして、毎日お父さんが焼酎を飲みながら話をしていたのが、長男は肥育をなささい、次男は肉を加工して卸をなささい、三男はその肉を売って回りなささいと。それを毎日のように刷り込まれて、今それが形になっているというところでございます。

・カミチクグループとしては、中期目標、中期計画で、2030年の時点での各グループでの売上目標をつくっているところでして、社長の方針としては、まだまだ拡大していくという計画になっております。国内だけでなく国外にも積極的に販売していく計画ですので、さらに拡大は続いていくのだろうと考えています。

発言者：福留 洋一 氏（有限会社ふくどめ小牧場）

◆食肉の輸出について

・現在、週に20頭、解体して販売しております。その肉は、今レストランは2週間待ちです。ハムソーは全て販売できて、1頭まるごと販売できております。ですので、海外は考えておりません。骨や皮が残るので、それで犬のおやつを作ったりしています。

◆自家での屠殺に関連して

・ジビエの自家屠殺ですが、ジビエは家畜ではないのでオーケーですが家畜は駄目です。
・アニマルウェルフェアとの関連で、車に積んで運ぶことについても言われます。アメリカで聞いたのは、屠場が逆に農場に行くのがあるんです。トレーラーで屠殺するようなのがあって、農場に行ってそこで屠殺をするというのがあるみたいです。ドイツにもそういうのがあって、負担を減らしているのが屠場で働く人も少ないんです。
・今までは豚の頭は副産物になるのでもらえなかったんですが、2～3年前から、自分の豚の頭を買い取るように言われます。最初は駄目だと言っていたのに、それが今になって買い取りなのかと。屠場料も払っているのに、1個300円で買っています。

発言者：那須 修一 氏（有限会社那須ファーム）

◆飼料用米の確保について

・飼料用米の作付面積は2万 ha ぐらい、昨年よりも増えています。もっと増えるところだったんですが、実は宇城市は平坦地の部分で国営の基盤整備事業が700ha か750ha ぐらい進んでおりまして、そこにいる稲作農場の方が基盤整備事業の工事で作付ができなかったりということがあって、今後はもっと増えていくと思います。

・仲間の養鶏場さんのもの、うちの農場で保管してあげているものですから、60 坪の専用倉庫が満杯になりまして、あと40～50t ぐらいの専用のタンクをつけないと、来年からは無理なのかなということです。今年は専用倉庫に入りきらなくて、作業倉庫にも今30～40t 入れているという状況になっています。

・飼料用米については、750 万円を県単で補助をいただきましたが、全体事業費は1,700 万円でしたので、組合の名義で登記し、那須ファームが全額を負担しています。組合運営費として固定資産税が毎年8万円かかりますが、組合名義で登記してあるので、那須ファームからそれを支払いするわけにはいかないわけです。私が個人的に固定資産税も払っているということです。今後、少し改善していかなければならないと考えていますが、稲作農家さんには言えないので、こちらが負担していかないといけないと考えています。

◆出席した事業推進委員からの発言

発言者：松木 英明 氏（事業推進委員 千葉県農業協会 事務局長）

・本日は貴重なお話をお三方からお聞かせいただきまして、ありがとうございます。お三方のお話を聞いて、まず思った感想は、生産者が物をつくって売るといふことの難しさと、これは本当に大変なことだなと改めて感じた次第です。

・ふくどめさんから、本業がぶれてはいけないといった言葉をいただきまして、私は元県職員だったんですが、実際に現場に行ったときに、酪農家がアイスクリームを作って、それでしばらく本業が不振になったといった話も聞いていたものですから、そういう意味で本当に大変だなと。

・那須ファームさんのお話で、営業が不得意ということをよく認識されているというお話だったと思うんですが、それがゆえに事前調査が本当に必要だというお話を伺って、おいそれと6次化に踏み込んではいけないんだなと。逆に、踏み込むのであれば、覚悟を持つ



て取り組まなければいけないのだなということを感じた次第です。

・カミチクさんのお話は、加工の側から消費者の要望を取り入れるために生産部門に入ってきたというのは、本来、農水省が考えていたストーリーとは違う話なのかもしれないんですが、非常に興味深い話でした。そういうノウハウ、精神を生かしていかなければいけないのだなということを感じた次第です。

・ふくどめさんから、環境問題、ふん尿の処理のお話がありました。最近、千葉県で開催したシンポジウムで話題になったのは、畜畜連携というような取組が優良事例として紹介されていました。その内容は、養豚農家が耕作放棄地に堆肥を投入して、コントラクターが請け負って、そこにデントコーンを作付け・収穫し、サイレージ化して酪農家と肉牛農家に供給するという連携がうまく回っているという事例が紹介されていました。ふんの処理、堆肥の処理のヒントのひとつとして紹介させていただきます。

発言者：三宅 俊三 氏（事業推進委員 山口県配合飼料価格安定基金協会 常務理事）

・今日お聞きしました事例で、家族経営の発展型の牧場から、カミチクさんという日本を代表するような企業まで、同一のテーブルで多角化をとということで、ある面では非常に難しい場だったのかもしれませんが、この3事例の中で共通する点は何かないかという視点でお話を聞かせていただきました。



・単なる生産、あるいは加工・製造・販売では、今の世の中で経営を継続することは難しいんだなというのが一番の印象でした。お三方共、いろいろな試行錯誤の中で差別化を目指し、オリジナリティを目指していく、あるいはその結果が今の経営安定、あるいは経営継続につながっているんだなど。

・具体的に言えば、豚の品種であったり、飼育方法、餌であったり、あるいは全体の生産システムであったり、オリジナリティというものがあって初めて経営があるんだなというのを痛感させていただいた次第です。

・2点目は、昨年度、山口で開催したワークショップで、地方の企業にとって、地元とのつながりが経営を継続していくための不可欠な条件だと感じました。具体的には、耕種農家、あるいは道の駅を通じた地域の住民・消費者、そういうところとの連携は、これからも経営を安定化させ、もっと伸ばしていくという点では不可欠な条件だろうと感じました。

発言者：川村 治朗 氏（事業推進委員 千葉県配合飼料価格安定基金協会 常務理事）

・皆さんがお話しされたとおり、家族経営の中で6次産業化、商社としてもやっているカミチクさんの経営と、比較するのも確かに難しいと思って私も聞いていました。お三方ともお話の中で、自分の信念があつて、それに向かって進んでいるなというのが非常に印象に残りました。



・これからの私たちの役目は、多角化経営が成功するためのポイントを考えていかなければいけないと思っております。もともと畜産農家ですから、生産が基本ということで、そこが揺るがない程度に6次産業化を進められているということもよく分かりました。これから生産者が多角化をするためのポイントを1つでも2つでも挙げるとしたら、どこに気をつけたらいいかということをお教えいただければと思います。

◆生産者が多角化をするためのポイント

発言者：那須 修一 氏（有限会社那須ファーム）

・1つは、多角化で商品を開発するとなると、商品開発にはそれぞれ専門家がいるので、商品はできるんです。それも補助事業もあつたりします。そこまではたやすくできるんですが、その先のことです。

・我々生産者は、生産を基本として産直・直販などをやるわけです。ですから、はっきり言って、営業力はあまり持たない。実は営業タイプではないんです。ですから、販売のほうですね。販売のほうにはまず補助事業等はありません。ですから、そちらのほうが一番のポイントになるのではないかと思います。

発言者：西 浩二 氏（株式会社カミチクファーム）

・私たちのところで考えたみたときに、何が重要なのかと思うと、自分たちだけでは結局、何も完成させることはできない。多くの人たちと連携するというのが一番重要なのではないかなと思います。いろいろな人たちと緊密に連携を取ることが一番重要ではないかと思っています。

発言者：福留 洋一 氏（有限会社ふくどめ小牧場）

・地元に応援してもらえ、愛される企業であるということも大切なのではないかと。今まで販売してきて、営業も大切だと思うんですが、誰かが勧めたとか、そういうストーリーも併せて伝えていけば、一番強いものになっていくのではないのかなと思っています。10 あって 10 を狙うのではなくて、その中の3でいいから、そこのお客様に会社のイメージを分かってもらえればよいと思います。

発言者：鶴園 眞佐彦 氏（全日畜理事 鹿児島県配合飼料価格安定基金協会 理事長）

・那須さん、西さん、福留さん、いろいろな立場からすばらしい発表、また意見交換の中で質問に対してご丁寧な説明をいただきました。

・カミチクさんは耕畜連携でも御相談して、カミチクさんはよく知っておるんですが、熊本県の八代地区は、我々が若い頃はイグサの大産地でしたが、イグサで成り立っていかなくなってきた方々と連携を取られて、TMR の素材にするための飼料を作ってもらって、そういうグループの皆さん方を大事にしながら、そして地域の方々をしっかりと支えていくという、大きくなって企業理念があって、本当にいい取組をされているなと思いました。

・那須さんにおかれては、農業法人ということで、地域の中でそれぞれの役割を担いながらしっかりといかに貢献していくか、規模も社長自身自身が経営の中でしっかりと見られる部分からどんどん広げて加工部門、道の駅などいろいろなところとの取組をしていただいて、本当にすばらしい、地域の方々と一緒になった畜産経営をやられている。

・福留さんは、ヨーロッパ、ドイツ、アメリカと世界を見てこられて、そういう中で我々が普通考えられない、畜産の常識という1つのルールではなくて、畜産の中にはいろいろな選択肢があるという話を伺って、なるほどと感じました。

・鹿児島の大学の先生で北海道大学に研究に行かれて今、畜産を学んでいる先生がいますが、その方が鹿児島といえば和牛で、霜降りを追っていき和牛の世界ですが、A3 を追求していきたいということです。なぜそういうことに取り組むんですかと私が質問しましたら、自動車もトヨタの中にもレクサスから小型車、大衆車までいろいろな種類がある。また、そこにはホンダ、スズキ、日産などいろいろなメーカーもある。それが売れているということは、それだけ多様なものを求めている方々がおられる。その多様性にどう自分たちが市場調査をしながらやっていくか。これは食肉の世界でも大事なことだと。そういうのを現下に言われて、なるほどなと思いました。

・私が今一番考えているのは、食料・農業・農村基本法が 20 年ぶりに改正されようとしております。先ほど熊本県の松本理事長からもありましたが、20 年前の基本法は、国際社会で対等に、勝てるまではいかなくても対応できる経営が農業経営に求められておりました。しかし、今度のウクライナ情勢や新型コロナウイルス感染症拡大の中で、日本も食料安保、食料自給について考えなければならない。もう一度、家族経営の在り方、中山間地での集落の在り方、畜産のみならず耕種も含めて生産者の生き方が今問われていて、それに対応できる形の基本法につくり変えようという動きがあるわけです。

・この中で、今日お三方が発表していただいたそれぞれの家族経営、企業経営、農業法人の経営が、専門員の皆様方のしっかりとしたまとめで、いい提言集ができて、また国の大きな動きの中で全日畜のワークショップがその指針として評価されることを願っております。

(第二部終了)



会場参加の皆さん

中規模の日本型養鶏で、産直・直販をメイン にした多角化経営

有限会社 那須ファーム
代表取締役 那須 修一



発表のポイント

1. 経営の概要
 - 1-1 経営の概況
 - 1-2 経営の理念
2. 多角化部門の内容
3. 多角化に取り組んだ動機
4. 多角化に取り組んだ成果
5. 多角化を行っていくうえでの課題
6. 多角化を行っていくうえでの要望

1

1 経営の概要 1-1 経営の概況

- 所在地 熊本県宇城市松橋町古保山1748-1
- 経営形態 鶏卵の生産・販売、鶏卵・鶏肉の加工販売
(オリジナルマヨネーズ)
- 経営従事者数 役員／3名 従業員／16名
- 飼養羽数 採卵鶏：成鶏5万羽・育成鶏19,000羽
(鶏種は赤玉系鶏種)
- 多角化品の製造販売
 - ・オリジナルマヨネーズ(ぴよマヨ)の委託製造販売
 - ・生協への産直をメインに、自社農場での直販、全国の有名百貨店、地元の百貨店でも販売

1 - 2 経営の理念

- 卵づくりへの追求
- 環境への配慮
- 地域・社会貢献
- 衛生管理システムHACCPを導入して、徹底した衛生管理
- 鶏卵GPセンターHACCP認証登録
- 那須ファームの水
- 給与飼料へのこだわり



2

2 多角化部門の内容

- 生協への産直をメインに、自社農場での直販、全国の有名百貨店、地元の百貨店でも販売。以前は、香港へも輸出。
- マヨネーズ（びよマヨ）の委託製造販売。
- インターネットによる通信販売。



3 多角化に取り組んだ動機

- 養鶏における3つの不安定要素の解消。
- マヨネーズを通して、新しい食の提案。
- 「にわとり」と「卵」を通して人のお役に立ちたい。
- たまご農家だからこそ実現できる魅力ある商品を提供したい。
- 明確な安全性やトレーサビリティ、そして美味しさを大事にしたい。
- IPコーンの国産飼料の給与に拘り。
- 飼料用米で育った鶏の卵など、厳選した素材のみでつくった「びよマヨ」を製造販売したい。



3

4 多角化に取り組んだ成果

- 経営の多角化により、安定した収益確保を目指す。
- 国内産飼料の飼料用米の利用により、飼料高騰による飼料費の増を軽減。
- 販路は、生協をメインに、都内のデパートやスーパーで、販売が安定。
- 水田を活用した地域資源の飼料用米の利用、鶏ふんたい肥の耕種農家への還元と、域資源循環型養鶏を確立して地域貢献に寄与。



5 多角化を行っていくうえでの課題

- 国際産直による鮮度の高い卵を通じて、日本の食文化である「卵の生食」の普及を目指して海外市場への浸透を図ること。
- 生産部門と販売部門との間で偏らないように、労働配分の適正なバランスを図ること。
- 飼料用粳米を利用する上での未登熟米（粳米）についての対策。

4

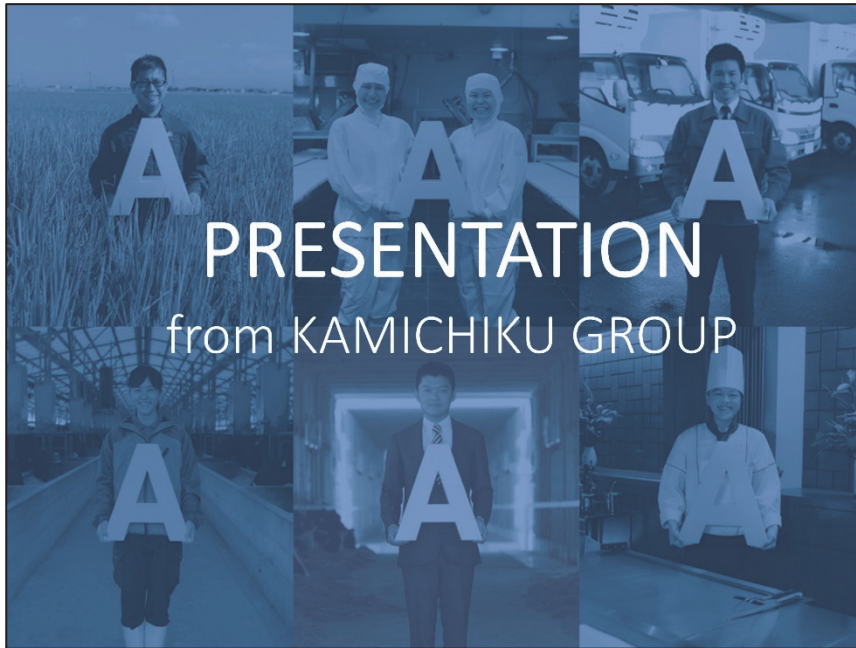
6 多角化を行っていくうえでの要望

- 販売する卵の適正な価格形成が行われ、中小規模の養鶏業でも産業として成り立つ仕組みづくり。
- 地域と連携して地域農業を支えている中小規模養鶏農家に対する支援。
- 鳥インフルエンザ発生農家に対する再生産までの期間の十分な資金補償。

ご清聴ありがとうございました



5



6次化スタイルとは

6次化スタイルとは

カミチクグループ独自の6次産業化モデル。
 牛の飼料づくりから牛・豚の飼育、酪農、
 牛肉の製造・加工、販売、小売、飲食業ま
 でをグループ一貫体制で取り組むこと。

1

カミチクグループとは

カミチクグループの6次化スタイル - エサづくりから牛の飼育、加工、販売、外食まで -

1次産業	2次産業	3次産業
エサづくり 人工授精 飼育・酪農	製造・加工 企画・開発 営業	小売 通販 外食
1次産業 - エサづくり・牛の飼育 - ・(株)カミチクファーム ・(株)カミチクファーム阿蘇産山農場 ・(株)古城種畜場 ・(株)クオリティファーム	2次産業 - 製造・加工・営業 - ・(株)カミチク ・(株)クオリティミート ・(株)ケイズミートソリューション	3次産業 - 小売・通販・外食 - ・(株)ピースマイルプロジェクト ・ワタミカミチク(株) ・(株)九州産直市場 ・(株)クイファーマーズ
海外事業 KAMICHIKU VIETNAM JOINT STOCK COMPANY (ベトナム) FS-kamichiku Company Limited (韓国)		
1次産業支援 (株)九州ファームソリューション	物流支援 (株)九州ファーム物流	
グループ管理統括 (株)カミチクホールディングス 役割 カミチクグループの方針決定・人材管理・資金管理		



事業内容

・ 飼料づくりから牛・豚の飼育、酪農、牛肉の製造・加工、販売、小売、飲食業までのグループ一貫体制で「6次化スタイル」を推進

設立

・ 昭和60年（1985年） 有限会社上畜

会社数

・ 全16社（うち2社が海外現地合弁企業）+ 2社 関連企業

売上高

・ 約400億円 2022.12現在

従業員数

・ 約1,500名 2022.12現在

店舗数

・ 外食 28店舗（東京・大阪・福岡・香港・ベトナム）
・ 量販店 2店舗（大阪） ・ 物産館 5店舗（鹿児島・熊本）



私たちの6次化スタイル

① 1次産業

② 2次産業

③ 3次産業



飼養頭数は日本トップクラス

飼養頭数：約18,000頭

（肉用牛 16,300頭 / 乳用牛 1,000頭）

※上村畜産（約400頭）野崎畜産（約300頭）スギモトファーム（約480頭）を含む

農場数：約50農場

（鹿児島・宮崎・熊本・大分）



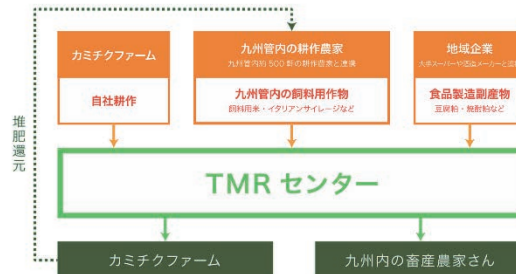
耕作からオリジナル飼料製造までのノウハウ

TMR発酵飼料というオリジナル飼料をつくるノウハウを持っています。九州管内の耕作地、休耕地の活用や農家への堆肥還元の取り組みなど、SDGsの一環として、環境保全型畜産を推進しています。

環境保全型畜産の実現

- ・ 休耕地の活用：九州の粗飼料組合と連携し、九州管内の休耕地を活用し、飼料用イネ・米をつくる。
- ・ 食品残渣の活用：地元企業から出る食品副産物をエサの原料に活用。
- ・ 堆肥還元：家畜排せつ物を農地の肥料として 堆肥の還元を推進。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



4

高い繁殖・育成技術

種畜場、体内・体外授精卵、OPU技術を活用し、優秀な子牛づくりができる体制が完成。



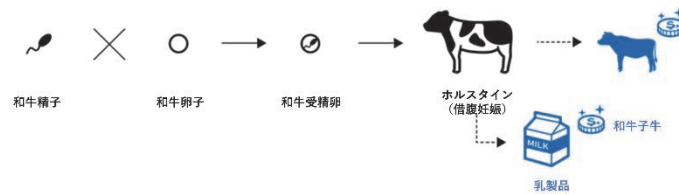
乳肉一貫体制

ホルスタインの雌牛に和牛の受精卵を移植し、和牛の子牛を産ませます。この母牛から搾乳できるミルクで収益を得るという**独自の体制**で**コストダウン**を実現します。

一般的な生産フロー



カミチクの乳肉一貫フロー



1次産業のまとめ

- ・ 飼養頭数は日本トップクラス
- ・ 耕作からオリジナル飼料製造までのノウハウ
- ・ 高い繁殖 育成技術
- ・ 乳肉一貫体制

私たちの6次化スタイル

- ① 1次産業
- ② 2次産業
- ③ 3次産業

顧客のニーズに対応した商品開発

自社農場から 食肉処理工場、食肉加工場、
食肉加熱加工場を所有しております。

市場ニーズにマッチした牛肉・豚肉・加工食品
を開発します。



※食肉処理工場 = ISO22000認証（鹿児島食肉センター）

※食肉加工場 = スライスパック、焼肉パック（ケイズミートソリューション）

※食肉加熱加工場 = 牛スネ肉の赤ワイン煮込み、豚のやわらか角煮など（丹波センター）

7

生食製造

2012年9月5日付けで鹿児島県初となる生食対
応工場として許可を受け、ユッケや牛たたきな
どの提供が可能になりました。



2次産業のまとめ

食肉処理工場、食肉加工場、食肉加熱加工場を
活用し、お客様のニーズに対応した商品提供
(牛肉・豚肉のみならず、加熱加工食品まで)

私たちの6次化スタイル

- ① 1次産業
- ② 2次産業
- ③ 3次産業

生産者の思いを届ける

自社グループで作った牛肉を真心込めた接
客やサービスで、6次化スタイルの最終ラ
ンナーとしてお客様に提供します。

カミチクグループの外食事業

●東京・大阪を中心に約30店舗経営。



カミチクグループの直売事業

●伊佐牧場 直売所 本店 (鹿児島県伊佐市)



●お肉の直売所 吹上 (鹿児島県日置市)



10

究極の産地直送

エサづくりから牛豚の飼育、製造・加工、飲食、販売・小売まで携わることで、安全・安心な高品質の商品をコストを抑えて安定的に仕入れることによりお客様が満足する価格で提供できる。

一般的な仕入れ



カミチクグループの仕入れ



3次産業のまとめ

- ・ 付加価値を創造する
- ・ 究極の産直経営
 - ① 直営の外食店舗
 - ② 直営の直売所
 - ③ 取り組みパートナー様

海外戦略

- ① 和牛のお肉を世界へ
- ② 6次化スタイルを世界へ
- ③ 人材交流





海外外食事業

■香港 鹿児島焼肉 Beefar's



■香港 牛舞 by Beefar's



25



■ベトナム WAGYU DINING USHINO KURA



■台湾 幸せの焼肉食べ放題 かみむら牧場

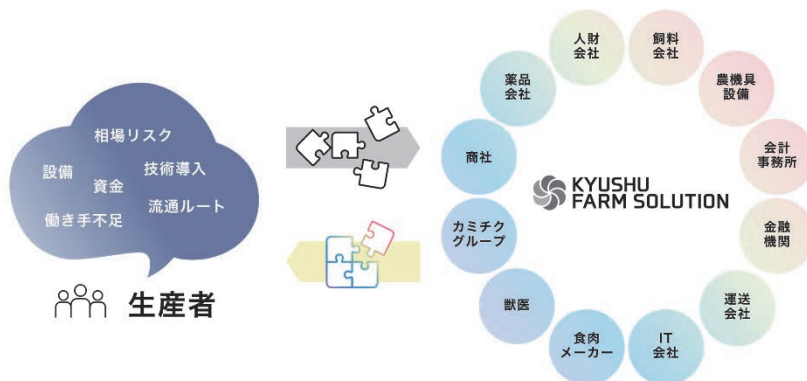


13



九州の農畜産業の発展のために、全てをサポートする

生産者ごとの課題を洗い出し、的確な改善サポートを実施します。



カミチクグループのビジョン

牛のエサづくりから外食までを一貫体制で
手がける私たちは、このビジネスモデルを
世界中で展開します。



ふくどめ小牧場

2023年

1. 経営概要

- 代表者:代表取締役 福留俊明
- 農場所在地:鹿児島県鹿屋市獅子目町81-1
- 経営形態:法人組織による養豚一貫経営、
自社豚を使用した生産物の加工、卸、販売。
- 従業員:家族7名、雇用10名(パート含む) 2023年現在
- 飼育頭数:母豚300頭、総頭数4000頭
- 経営歩み:
 - 1971年 (父)福留公明現会長が畜産開始
 - 1995年 法人化「福留畜産」設立
 - 2004年 イギリス原産の希少種「サドルバック」に加え、
サドルバックと白豚の掛け合わせたオリジナル豚
「幸福豚」の生産に乗り出す。
 - 2012年 自社の豚肉を原料にした加工品の製造・販売開始
社名を「福留畜産」から「ふくどめ小牧場」に改称
 - 2021年 長男福留俊明が社長に就任



2. 名前の由来



なぜ“小”牧場(しょうぼくじょう)なのか?よく質問をされるのですが、これには**3つの意味**があります。



ー正直さー

牧場というと、広大な草原で飼っているイメージがあると思います。しかし、当牧場は広大な土地ではなく、自分たちの目が届く範囲の広さの牧場です。その方が、1頭1頭大事に育てることができるからです。「小」という文字には、「見栄を張らずに行こう。」という気持ちが込められています。



ー将来性ー

当牧場の目標は、頭数を拡大することを目標にしていません。現状維持もしくは縮小し、更なる品質の向上に努め、お客様に、もっと安心を提供できるよう、当牧場で生産したサドルバックと幸福豚を加工・販売していくことを目標としています。



ーコンセプトー

～小さな幸せを食卓に届けたい～
みなさん誰もがおいしいものを食べるときに「幸せ」を感じると思います。当牧場では、コンセプトとして小さな幸せを食卓に送ることができる商品提供に努めたいと思っています。

3. こだわり



①「餌～ひと手間かけた自家配合の餌～」

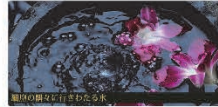
豚肉の品質、味は餌によって大きく影響を受けます。弊社ではトウモロコシをメインに、麦・海藻粉末などを自家配合したオリジナルの餌を与えています。



ひと手間かけた自家配合の餌

②「水～細胞の隅々に行きわたる水」

平成17年に水質改善のために地下水を再度掘り上げ、地下約80mに、良質な水の層にたどりつきました。人間の70%は水でできていると言われ、体内に入れる水が体の細胞の隅々に行きわたるため、水の質も健康状態に影響するとも言われています。豚も同じで、飲み水が良いほど健康な状態を保てます。



細胞の隅々に行きわたる水

⑤「サドルバック」&「幸福豚」

サドルバック種という豚の品種を平成18年度から導入し、美味しい豚肉作りに取り組んでいます。サドルバック、幸福豚(サドルバック種を掛け合わせたオリジナルブランド豚)は、ふくどめ小牧場でしか味わうことが出来ません。



牧場の環境を美しく保つ

③「環境～牧場の環境を美しく保つ」

豚舎と書えば、汚い・くさいというイメージが付いています。弊社では、悪臭対策として少しでも周りに迷惑をかけないため、餌にEM(微生物)を混ぜることで、においの軽減・肉質の向上に努めています。また、牧場の周りに松などの木を植えて、汚いというイメージの改善に取り組んでいます。この牧場の環境を美しく保つというこだわりは、社長の「食べ物は目で食べる」という教えからのものです。



兄弟の力を合わせた商品作り

④「豚肉加工～兄弟の力を合わせた商品作り」

次男の洋一が、ソーセージの本場ドイツで7年間修業をしたのち、ドイツの国家試験である食肉マスターを取得しました。お客様の食卓に「幸せ」をお届けするため、長男俊明が育てた最高の豚(サドルバック・幸福豚)と、マスター洋一の最高の加工技術のコラボで、おいしいハム・ソーセージを作ります。

4. 農場



農場入口

～緑あふれる一見農場とわからないところが社長のこだわり～



サドルバック専用の豚舎

～ここではサドルバックのみ1部屋に限られた頭数のみで飼育～



農場にある放牧場

～限られた豚のみ放牧している～



飼料工場

～豚の品種に合わせて自分たちで自家配合のこだわり～

5. 加工・販売



解体から製造まで店頭販売商品すべてここで製造。



～販売エリア～
販売しているものを



加工場

販売所



6. マイスター洋一



ドイツ国内で、こだわりのハム・ソーセージを作っていることで有名な“Herrmannsdorfer”で7年間の修業ののち、**国家試験を合格、マイスターを取得**。
ドイツ伝統の味と、ふくどめ小牧場にしかない幸福豚で、みなさまの食卓に笑顔をお届けできるよう、初心を忘れず、美味しいハム・ソーセージ作りに取り組む。

～マイスター洋一の作るハム・ソーセージの特徴～

- ①減塩
- ②スパイスをすべて独自の配合で行う
- ③添加物をなるべく使わない製法で製造

このこだわりによって賞味期限が若干短くはなりますが、ここでしか味わえない豚本来の旨味を引き出したハム・ソーセージを堪能していただきたい。

Meister Youichi
食肉業界で世界最高峰のドイツ フライッシュ・マイスターを取得

食肉業界において世界最高峰のドイツでフライッシュ・マイスターを7年間の修業ののち取得したマイスター洋一による豊富な種類のハム・ソーセージ。本場の味を取り取り再現する為、スパイスの配合などはすべてドイツで学んだ知識にて配合しております。そして、自分たちの豚はすべて自分たちが責任を持って販売まで行う種類のものと、自社で育てたこだわりの豚で作っています。

イギリス産の最少産サドルバック種。ふくどめ小牧場で唯一の品種を守り育てた幸福豚を主産している子豚。幸福豚は肉質が柔らかく、食味がよく、食肉率が非常に高いです。

（株）ふくどめ小牧場

7. 販売商品



詳細は別途商品説明参照。

— ハム・ソーセージ —

ハム、ソーセージ、サラミ、生ハム等々常時約40種類ほど取り揃えています。ブロック、スライス対応可。他にもギフト商品もご用意しております。

— 精肉 —

サドルバック、幸福豚各部位毎にブロック、スライス、皮付き、骨付き等対応可。数に限りがあるため事前の相談が必要です。他にもギフト商品もご用意しております。

8. お問い合わせ

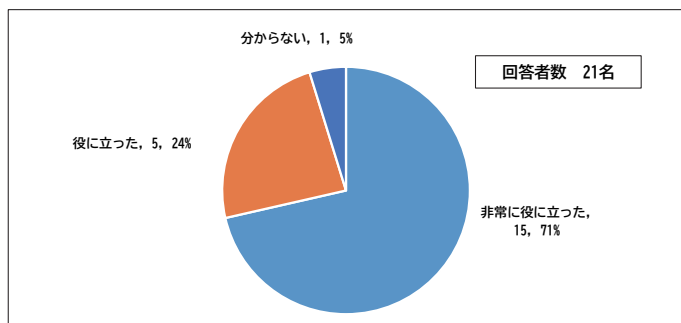


有限会社ふくどめ小牧場

住 所：〒893-0044
鹿児島県鹿屋市獅子目町81-1
TEL：0994-48-2324(加工・販売直通)
<10:00～17:00お問い合わせ時間>
FAX：0994-48-2315(加工・販売直通)
店休日：毎週月・火曜日
MAIL：info@fukudomesmallfarm.com
URL：https://fukudomesmallfarm.com/

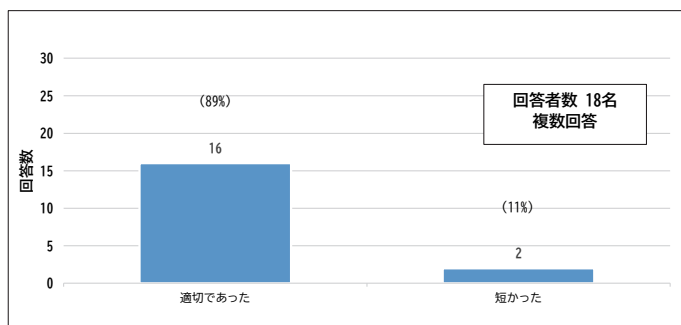
<p>問1 回答者の属性</p>	
<p>行政機関, 1, 5%</p> <p>畜産経営者, 3, 14%</p> <p>飼料メーカー, 1, 5%</p> <p>畜産団体等, 16, 76%</p> <p>回答者数 21名</p>	<p>回答者の属性は、「畜産団体等」が76%、「畜産経営者」が14%、「飼料メーカー」及び「行政機関」が各57%であった。</p>
<p>問2 畜産経営の「畜種」</p>	
<p>回答者数 3名 (複数回答)</p> <p>酪農 (33%)</p> <p>肉用牛 (33%)</p> <p>養豚 (100%)</p>	<p>前問で、「畜産経営者」と回答した者の3名の「畜種」については、「養豚」が100%で、「酪農」及び「肉用牛」が33%であった。 複数回答の1名は、「酪農」、「肉用牛」及び「養豚」の複合経営である。</p>
<p>問3 「畜産の多角化経営が成功するためのポイントとは」への関心度合い</p>	
<p>関心がある, 4, 19%</p> <p>大いに興味がある, 17, 81%</p> <p>回答者数 21名</p>	<p>ワークショップのテーマである「畜産の多角化経営が成功するためのポイントとは」への関心度合いは、「大いに興味がある」が81%、「関心がある」が19%で回答者全員の関心が高かった。</p>

問4 本日のワークショップは役に立ったか



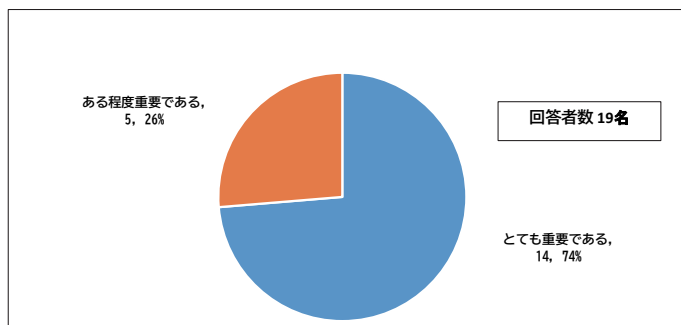
ワークショップが役に立ったかについては、「非常に役に立った」が71%、「役に立った」が24%と、大多数の回答者が肯定的な回答をしている。他方、「分からない」が5%あった。

問5 時間配分について



時間配分については、「適切であった」が89%であった。そのほか、「短かった」が11%であった。

問6 「多角化による畜産経営強化調査事業」は重要と考えるか



「多角化による畜産経営強化調査事業」は重要と考えるかという問に対しては、「とても重要である」が74%、「ある程度重要である」が26%と、全部の回答者が肯定的な回答をしている。

問7 (自由意見)

- ・ 経営者の企画力、行動力が重要と感じた。
- ・ 信念を持ち、主体の畜産がブレない程度でがんばる。ダメだと思ったら辞める勇気。
- ・ 成功するためには会社の規模をしっかりと把握し、事前調査することが重要。那須氏、福留氏はそれぞれを小規模ながらも可能な範囲を把握して多角化している。(目の届く範囲内)、(付加価値) カミチクグループは規模が大きくなければなるほど連携を取ることが難しくなっており、苦労されていることも多く、今後も課題が出てくるのかと思われる。
- ・ 多角化経営とは、幅広い概念であると考えられる。そのうち6次産業化はその一部でもあるし、多角化経営から離れたものとも考えられる。本県においては、一次産業者が焼肉レストラン、チーズ、ヨーグルト、産直などを行っている。その他に変わったところでは、アパート経営やコンビニ経営を行っている事例があり、これらも多角化かなと感じている。
- ・ 多角化経営の取り組みやポイントなど詳しく聞くことができ、とても勉強になった。現状に満足することなく、さらなる高みを目指しているところや分析を細かくしている所に大変感銘を受けた。
- ・ 畜産業界に足を踏み入れてまだ数ヶ月だが、畜産業界に大きな変化が訪れているのは薄々感じていた。畜産経営者が変化を求められている中、多角化による戦略の重要性はとても大きな事柄だと思う。本日のワークショップで、多角化のための試行錯誤がうかがえたこと、非常に貴重な会だったと思う。失敗しないための工夫、これからの動向に対する考え(アニマルウェルフェアなど)。飼料メーカーとしても、この多角化戦略がうまくいくようサポートしなければならぬと痛感した。生産者とともに、畜産業界を盛り上げたいと感じた。
- ・ 畜産経営における規模拡大の限界(農地・環境問題への対応)のある中での収益力向上へのアプローチに誰でも成功できる手法はなく、マーケティングを密に、試行錯誤のうえで成功したものだけを残す(引き際も事前に事業計画に織り込む)という経営者のセンスの間われるところなので、農業の専門家が取り組むにはハードルがあるのだなと思った。6次化の専門家の育成であったり、規模拡大以外での稼げる畜産へのサポート(販売部門への補助や指導できる行政職員の配置など)があると取り組みやすくなるのか、動機付けにはなるが難しいかといった感想である。本日は貴重な機会をもらい感謝する。
- ・ 本業の経営の安定、人員の確保を行った上で、多角化を始めることが必要とのふくどめ牧場の話はそのとおりだと思う。本業のマイナスをカバーできるまでに多角化がうまくいくのは非常にまれなケースかと(思う)。

「アンケート調査」にご協力をお願いします



このアンケートは、全日畜が取組んでおります「多角化による畜産経営強化調査事業」のために活用させていただきます。本日の全日畜ワークショップ「畜産の多角化経営が成功するためのポイントとは（熊本会場）」についてご感想等をお聞かせください。

問1 どちらからの参加ですか。以下のいずれかに「O」印を記入してください。

- (1) 畜産経営者 (2) 飼料メーカー (3) 畜産団体等 (4) 行政機関
 (5) 農業大学校等 (6) 施設機械メーカー
 (7) その他（具体的に：_____）

問2 問1で、(1)畜産経営者と回答した人にお聞きます。あなたの畜産経営の「畜種」は何ですか。以下のいずれかに「O」印を記入してください。（複数回答可）

1. 酪農
 2. 肉用牛
 3. 養豚
 4. 養鶏（採卵鶏）
 5. 養鶏（ブロイラー）
 6. その他（具体的に：_____）

問3 本日のテーマ「畜産の多角化経営が成功するためのポイントとは」の「関心度合い」についてお聞きます。

1. 大いに関心がある
 2. 関心がある
 3. あまり関心がない
 4. 全く関心がない
 5. その他（具体的に：_____）

問4 本日のワークショップは役に立ちましたか。

1. 非常に役に立った
 2. 役に立った
 3. あまり役に立たなかった
 4. 全く役に立たなかった
 5. 分からない
 6. その他（具体的に：_____）

裏面も記入をお願いします。

問5 ワークショップの時間配分等はいかがでしたか。（複数回答可）

1. 適切であった
 2. 長かった
 3. 短かった
 4. 意見交換の時間が少なかった
 5. その他（具体的に：_____）

問6 多角化による畜産経営強化調査事業（目的：畜産経営の多角化のメリット・デメリットを考え、今後の多角化取組成功のための指標を示す）は、これからの畜産経営において重要とお考えですか。

1. とても重要である
 2. ある程度重要である
 3. あまり重要ではない
 4. 全く重要ではない
 5. 分からない

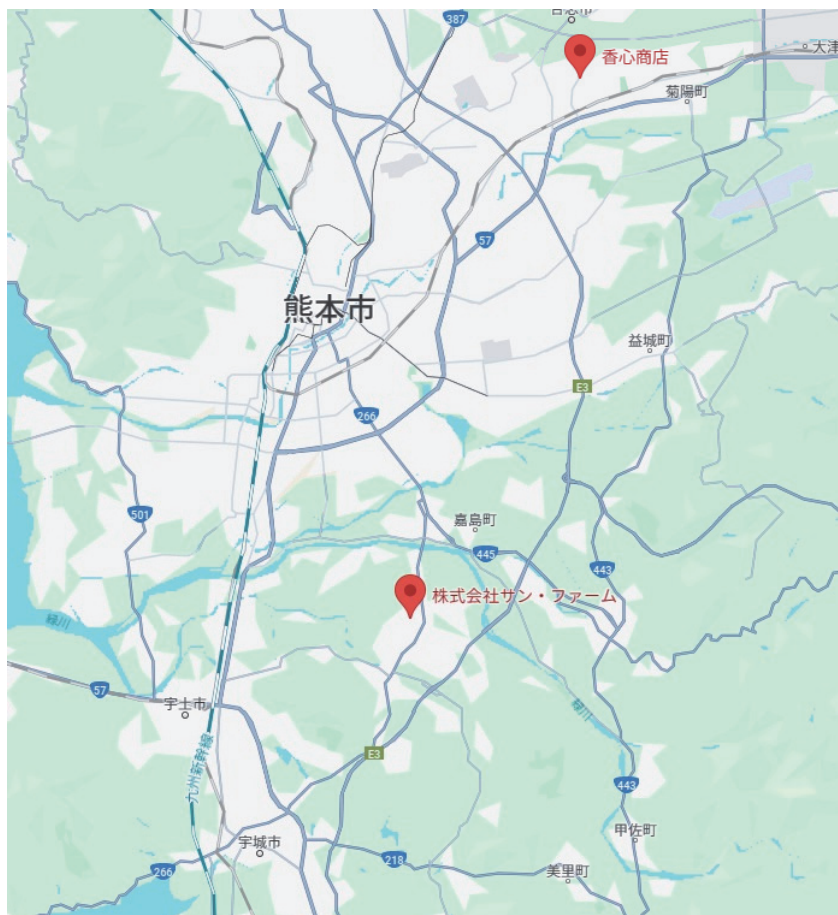
問7 本日のワークショップのテーマ「畜産の多角化経営が成功するためのポイントとは」について、ご意見を自由にお書きください。

（自由意見欄）

ご協力、ありがとうございました。

現地調査概要

1. 有限会社コーシン
2. 株式会社 サンファーム



1 有限会社コーシン

関連会社 有限会社 阿蘇グリーン農園 (代表取締役 熊野 義幸 氏)

【香心ポーク】直売所 (香心商店)の現地調査概要

日時 : 令和5年10月31日(水) 9:30~10:30

調査地 : 【香心ポーク】直売所 (香心商店)

〒869-1115 熊本県菊池郡菊陽町沖野2丁目14-14

参加者 : 前日のワークショップ熊本会場の参加者から12名

説明者 : 代表取締役 熊野 義幸 氏

(1) 有現会社コーシンの概要

1) 家畜飼養頭数と豚肉生産量

飼養頭数：母豚 600 頭

出荷頭数：2021 年 37,000 頭、2022 年 40,000 頭以上

2) 沿革

昭和 55 年 養豚業創業

平成 3 年 法人化

平成 20 年 阿蘇プラント新設稼働

平成 24 年 香心ポークブランド立ち上げ

平成 30 年 農場 HACCP 認定

3) 施設概要

繁殖豚舎 2 棟、分娩豚舎 3 棟、子豚育成舎 1 棟、肥育豚舎 7 棟

汚水処理施設 2 基、たい肥処理設備 3 基、管理棟 3 棟

4) 多角化の概要

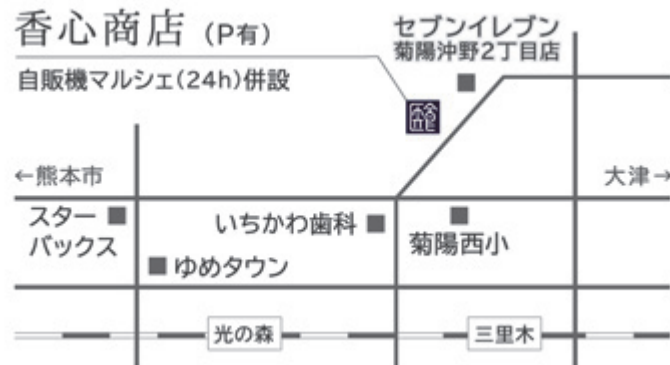
①加工品生産

「香心ポーク」ブランドで精肉、ハム、ベーコン、ウインナー、サラミなどの豚肉加工品を生産

②製品販売

ネット通販、直接販売（関連会社 有現会社 阿蘇グリーン農園直売所）を実施

(2) 関連会社 有現会社 阿蘇グリーン農園直売所（香心商店）



- 1) 「香心ポーク」ブランドの精肉、豚肉加工品は関連会社である(有)阿蘇グリーン農園の直販所(香心商店)で販売されていて、店舗には自販機も設置されている。



2) 沿革

平成 14 年 法人組織として、(有)阿蘇グリーン農園を設立

平成 19 年 直売所にて自社商品販売開始

平成 24 年 「香心ポーク」ブランド立ち上げ

令和 4 年 香心商店リニューアル

(3) 調査のポイント

(a)香心ポークについて

- ・味と安全性に拘った最高品質のブランド豚として、平成 24 年「香心ポーク」を立ち上げた。
- ・抗生物質を使わない無添加（天然のミネラル、鉄、Mg を豊富に含んだ阿蘇の黄土（リモナイト）をミックスしたオーガニック飼料）と阿蘇の天然ミネラル水で育てた臭みのない豚肉。
- ・豚肉は SPF 豚で、一般的な豚肉の 4 倍以上の鉄分、Mg を含む栄養価がある。
- ・「香心ポーク」は数千頭の中からかれたエリート豚で、5%程度がブランド豚を名乗ることができる。
- ・豚種は LWD、WWL など。トップの雌豚を 20 頭/週程度選別している。

(b)加工販売の香心商店について

- ・加工販売部門は 3 名の要員で運営。
- ・香心商店では、自販機 4 基を設置しているが、これは、事業再構築制度の助成金で設置。1 基 1,500~2,000 千円の費用がかかる。3/4 の助成があった。
- ・1 週間で 10 頭程度の肥育豚を買い戻し、加工処理して販売。インターネット販売もしている。
- ・メンチカツなどの総菜は自社で製造。ハム、ソーセージなどは委託加工している。



説明者の熊野義幸氏(後列日代理から2番目)、熊野博崇氏(左)、推進委員、熊本県配合飼料価格安定基金協会理事長、常務理事、ほか関係者

2 株式会社 サンファーム現地調査の概要



日時：令和5年10月31日(水) 11:30~13:00

調査地：株式会社サン・ファーム 「ひなたまごっこ」本店直売所

所在地：熊本県熊本市南区城南町今吉野



ひなたまごっこでの説明（説明者：代表取締役 八幡 みわ 氏）

(1) 株式会社サンファームの概要

1) 家禽飼養羽数

飼養羽数：成鶏 85,000 羽

2) 沿革

昭和23年 初代八幡信雄氏が益城郡城南町で養鶏を開始

平成6年 法人化（株式会社サンファーム設立）

平成19年 消費者交流施設（直営店舗）「ひなたまごっこ」オープン

平成29年 耕種農家と連携し飼料用米の給与開始

令和3年 子ども食堂フードリボン IN どんぐりの森」オープン

令和4年 子実トウモロコシの生産開始

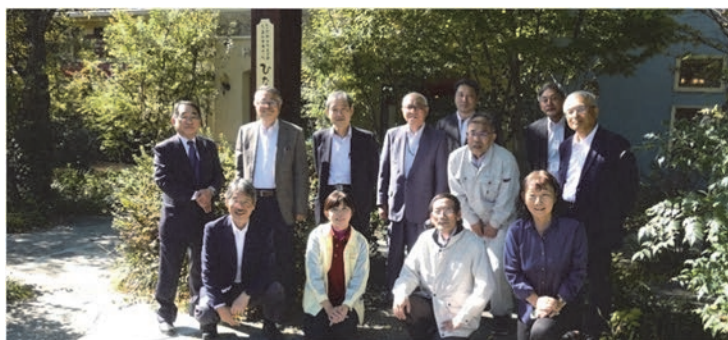
3) 労働力：役員4名、社員49名（男性6名、女性39名）

4) 多角化の部門

- ・採卵養鶏事業
- ・卵菓子製造・直売事業
- ・菓子加工輸出事業
- ・6次化コンサルティング事業、
- ・パークゴルフ事業
- ・太陽光発電事業
- ・ヘルスケア事業
- ・子ども食堂事業
- ・災害支援事業

(2) 調査のポイント

- ・採卵養鶏事業、お菓子製造販売、SDGs の取り組みの一環で太陽光発電事業にも取り組む。
- ・飼料用米 21ha の生産、子実用トウモロコシ（2期作で）の生産にも挑戦するなど国産飼料生産利用にも積極的に取り組む。
- ・卵の出荷は生食用が 9 割以上、うち 6 割が生協、3 割が自社販売。
- ・加工品については、はじめはなかなか売れなかったが、一次品だけでなく加工品を作ってその美味しさを消費者に実感してもらうことで、素材の魅力度も増す効果があり、徐々に売り上げが伸びていった。客層は年配者が多い。
- ・「ひなたまごっこ」には年間 10 万人のお客がある。
- ・輸出にも取り組み、輸出先はマカオ、ハワイなど。
- ・労働力確保については、正社員は週休 2 日、リフレッシュ休暇付与、各種手当支給など待遇を良くして確保に努力している。生産現場は外国人特殊技能実習生を半分以上雇用している。
- ・6 次化に取り組むことにより、農業の面白さ、楽しさを実感することができるため、職員採用面でも、農業分野以外の事業があることよって、「小さい頃からサンファーム商品のファン」というが動機で応募する学生もいて、人材確保のプラス要因となっている。
- ・鶏ふんは、高床式ケージで飼養しており、2 年でオールアウトしたとき、搬出して 1 カ月発酵させて耕種農家などへ販売。水田への散布は、当社のマニュアルスプレッダーで散布するようにしている。
- ・DX の取り組みも行っており、ソフト会社に委託して、生産管理、予算管理を DX 化して、受注などに係る経理関係はエンドユーザーと結び管理できるようにした。
- ・熊本地震では 3 億円以上の被害を出したが、国などからの支援もあり、幸い 3～5 年で復旧させることができた。
- ・食の大切さに目を向け、子供の食育にも力を入れていて、子ども食堂活動も行っており、中学生まで無償。昨年は 150 食程度の利用。
- ・今後、国や県には、大切な食を後世に残すために、子供たちが農業をしたいと思えるような夢がある施策や、耕作放棄地の解消による自給率アップの施策を要望したい。



説明者 八幡みわ氏（前列左から 2 番目）、推進委員、
熊本県配合飼料価格安定基金協会理事長、常務理事、ほか関係者



「全日畜」は畜種横断の畜産経営者の団体です



全日畜HP <http://www.alpa.or.jp>
全日畜HP <http://www.alpa.or.jp>
全日畜HP <http://www.alpa.or.jp>
全日畜HP <http://www.alpa.or.jp>