

## 酪農家と二人三脚

九州・福岡に乳製品の味の素晴らしさで知名度を高めている企業がある。「糸島みるくぷらんと」だ。糸島地域の酪農家三四人と地元酪農組合の出資により設立され、独自ブランドを展開、販売することで酪農家へ利益を還元することを使命とする。

看板商品は「低温殺菌牛乳」と「のむヨーグルト」だ。伊都物語というブランド名で糸島地域を中心に販売していたが、地元福岡県をはじめ首都圏や海外にシェアを拡大中だ。

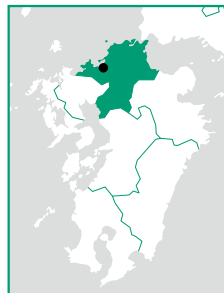
牛乳は六三度で三〇分間低温殺菌したうえ、ノンホモジナイズ化する。搾りたての生乳の味により近づけた。自主製造する「のむヨーグルト」はあえて濃厚さを前面に出す。通常、ヨーグルトドリンクは喉越しをよくするため水を加えあつさりした風味にすることが多い。しかし、糸島みるくぷらんとでは原料である生乳の味を十二分に味わってもらいたいと水を加えていない。その濃厚さやおいしさが評価されJAL国内線ファーストクラスやJR九州の豪華列車「なつ星」にも採用された。

## 経営紹介

### 原料である生乳の味を生かしたヒット商品 地域の酪農家が販売法人設立で活路拓く



生乳が納入されるタンク前で



福岡県福岡市

株式会社糸島みるくぷらんと

代表取締役 宮崎 英文

設立 ● 1992年

資本金 ● 2,000万円

売上高 ● 5億円 (平成30年)

事業内容 ● 生乳加工品の生産・販売

URL ● <http://www.itomonogatari.com>

糸島みるくぷらんとの強みは何といっても、酪農家とのつながりを活かした原料である生乳の圧倒的な「品質の高さ」にある。生乳は、毎朝晩糸島みるくぷらんとの役員である酪農家から納入される。

乳牛は無農薬の牧草・トウモロコシをはじめとする飼料を与え、一頭一頭健康状況を毎日注意深く観察するなど手をかけて育てられる。そんな乳牛から搾られる生乳を、近隣に立地している自社工場で新鮮なうちに商品化。これが最終商品のおいしさにつながり、評判を呼んでいるのだ。「毎日、素晴らしい生乳を入れてもらっています。その味をできるだけ壊さず、おいしい商品にして消費者に届けるのが私たちの務めです」と宮崎英文さん(七十一歳)は語る。

現在の福岡市の一部と隣接する糸島市に広がる糸島地域では第二次世界大戦後水田酪農が発展した。一九六〇年代後半、国の生乳増産政策の下、規模拡大・酪農專業化が進んだが、七九年に激震が走った。生産調整が実施されたのだ。加えて輸入飼料の価格高騰もあり、糸島の酪農家は激減。宮崎さんから残った酪農家は生き残り策を話し合った。議論を重ね出した方針は、乳業

メーカーに販売していた生乳を、自分たちで加工し牛乳として消費者に直接販売する、というものだった。「生乳の味には絶対の自信がある。その生乳の味を十二分に反映した牛乳を自分たちで作ろうと、皆、熱い思いでした」と宮崎さんは振り返る。こうして糸島みるくぷらんとは設立された。

### 販路拡大に悪戦苦闘

今でこそ看板商品を持ち、「酪農家集団」として地元で確かな知名度を持つ糸島みるくぷらんとであるが、これまでは逆に「酪農家集団」であるが故に苦難の連続だった。

当初、自前の生産工場を持たなかったため、販売会社として出発した。まず製品にしたのは「低温殺菌牛乳」だ。糸島市内への宅配を中心に販売を開始した。

しかし販路拡大は苦難の連続だった。「当社の社員は皆酪農家。牛と話すことは得意でも、人と話すことは必ずしも得意ではありません。当初は五里霧中でした」と苦笑する宮崎さん。社員は牛乳を入れたクーラーバッグ片手に住宅地図を見ながら慣れない飛び込み営業に奮闘するも、なかなか商品の

説明まで至らず販路拡大につながらない。また、社員は個人で酪農を経営しているため、通常時は朝、牛の搾乳などの世話をを行った後、営業を行い、夕方は再度搾乳に戻る必要があった。加えて牛のお産の時期などは牛にかかりきりにならざるを得ない社員も出て、なかなか営業活動自体が進まなかった。

その後、役所の売店で商品を置いてもらうなどの行政のバックアップもあり、少しずつ販路は拡大したが、それでも販売量は一日に二トがやっと。生産委託費用や輸送費を差し引くと利益はわずか、という状況が続いた。

牛乳一本で利益を上げていくのは難しいと考えた宮崎さんは、状況の打開のため「低温殺菌牛乳」に次ぐ第二の柱となる乳製品の開発を模索。全国のさまざまな乳製品を見て回った。その中で、地方の乳製品会社が作る、新鮮な生乳にこだわったヨーグルトドリンクを飲んだ社員が「これだ!」と確信。「自社の生乳もヨーグルトドリンクにすれば、原料の品質の高さで他社との差別化が図れる」と考え、開発に着手した。ヨーグルト製造機械メーカーと試作・試食を繰り返した。おいしさを引き出すためには委託製造では

なく自分たちで作ろうと自社工場を設立し、製品化したのが「のむヨーグルト」である。地元の小売店・スーパーなどに加え福岡の百貨店の即売会などで販売した。試飲してもらったお客さまはその味の濃厚さに皆驚いたという。瞬く間に評判が広がり、販路も広がっていった。前述の通り採用されたJALの機内食などの好評が伝わり、自国でも販売したいと台湾・香港・シンガポールへの輸出にも結び付いた。

また「のむヨーグルト」の販売量増加は「低温殺菌牛乳」にも好影響を与えた。「低温殺菌牛乳」の「のむヨーグルト」とセットで販売したところ、「低温殺菌牛乳」のおいしさの認知が進み、牛乳の売り上げが増加したのだ。こうして現在の二枚看板が確立した。

### 地域農業の発展のために

地元福岡を中心に知名度を確立した糸島みるくぷらんとが今後見据えているのが、首都圏、海外への進出だ。これまでも百貨店の即売会などに参加し、首都圏への販路拡大を模索していたが、求められる納入量に対し、生産能力が追いついていなかったこともあり、継

続取引にはつながっていないかった。そこでまず生産能力を向上する必要があると、二〇一八年に新工場を糸島市に建設。新工場では一日に四トのヨーグルト生産が可能であり、需要に対応できる体制が整った。これを受け、販売促進を本格化。精力的な首都圏での営業活動がオアシックス、ナチュラルローソンの受注に結び付いた。また日本公庫の「アグリフードEXPO東京」に出展するなど、引き続き商圏の拡大・知名度の向上に向け攻勢を強めている。「慣れなかった営業も百戦錬磨で今では名プレイヤーです」と宮崎さん。さらには営業部をつくり営業担当も置いた。

こうした取り組みにより売上増加、経営改善を果たした際、その先に見据えているのは地域の酪農家への還元だ。「酪農家によりつくれた会社であるからこそ、最終的に目指すのは、地域の生乳生産量の増加、酪農家の経営改善です。さらに地域が活性化し、酪農家の増加につながれば、こんなにうれしいことはありません」と語る宮崎さん。糸島産の生乳のおいしさにうなるファンを増やすため、糸島みるくぷらんとは今日も汗をかき続ける。

(情報企画部 高雄和彦)

# 出口 友洋さん

## 玄米で輸出、現地で精米し顧客獲得 輸出戦略に中山間地での自然栽培

長野県伊那市  
株式会社Wakka Agri 代表取締役



おいしい日本産の米を海外で食べってもらうために、玄米で輸出し現地で精米する。香港で始めたこのビジネスモデルが大成功。国産米輸出専門の商社を立ち上げ、今や日本全体の輸出量の約一割を扱つまでに。

健康志向の強い欧米向けに玄米専用品種の米作りを自ら手掛けることにし、長野県の中山間地域に農業生産法人を設立、自然栽培に挑戦している。

### 香港で「まずい米」に発奮

——香港に駐在していた頃、日本産米を口にしたことが、今日の発展のきっかけだったとか。

出口 日本のアパレル会社の駐在員として香港にいたとき、おいしいはずの日本産米が、おいしくなかった

んです。なぜだろうと思つたら、日本で精米した米を温度管理のないコンテナに積んで輸入していました。精米してから半年以上たった米もありました。

お米は生鮮食品なので、精米したときから劣化が始まります。玄米で輸入して香港で精米すればおいしい米が食べられると考えて、二〇〇九年に会社を辞めて、香港に「Wakka International」<sup>ワッカインターナショナル</sup>という精米会社を設立しました。

ワッカとは私の育った北海道の先住民族であるアイヌの言葉で「水」という意味です。水のように、なくてはならない存在になりたいという意味を込めました。

外国人にも知られている「魚沼コシヒカリ」とか「あきたこまち」の玄

米を日本から低温コンテナで運び、香港で精米したところ、日本食レストランや日本人駐在員家庭に大好評でした。

### 日本産米輸出の一割担う

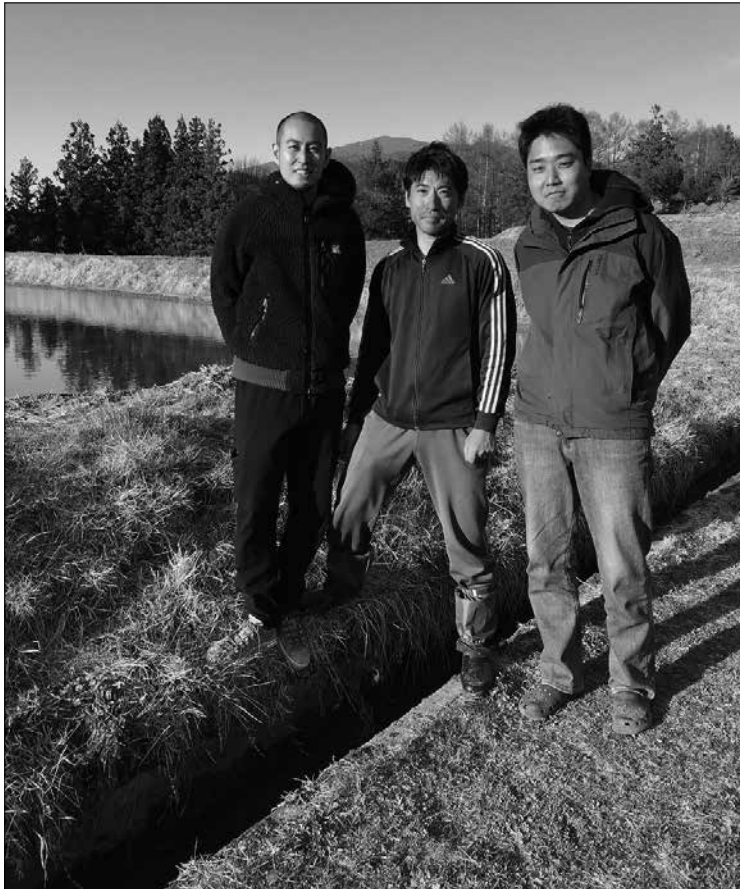
——現地精米が当たったのですね。

出口 私としては、おいしい日本の米を食べたいという、ごく当たり前のことを始めただけです。ビジネスとしてやれると確信したので、二年後にはシンガポール、さらに台湾にも進出しました。北海道から九州まで全国各地から米を集めているのですが、安定的に仕入れるために日本国内に自前の商社をつくる必要があると考え、一三年に日本産米の輸出専門商社「Wakka Japan」<sup>ワッカジャパン</sup>（資本金八〇〇万円）を札幌に設立しました。

一六年にはハワイに進出しました。アジアの三カ所では実店舗を持たず、ネットや電話で注文を受けて配達しています。ハワイでは初めて実店舗を開設しました。ハワイに配達会社がなかったのと、大きな駐車場を備えたショッピングセンターがあったからです。

一八年の輸出数量は約一四〇〇ト。日本全体の輸出数量は一万四〇〇〇ト弱なので、うちだけで一割以上占めています。現地での販売価格は、中間業者を挟まないのが中間コストが掛からず、適正価格に抑えることができます。安売りはしていませんが、他の日本産米と比べて高いというわけではありません。

アジアなどの漢字文化圏では「三代目俵屋玄兵衛」、ハワイなど英語



自然栽培では土壌や水の管理が大切。田に引く水を温めるため、上流部の棚田を貯水池代わりにして水を張る。左から出口友洋さん、市川滋彦さん、細谷啓太さん

文化圏では「the rice factory」のブランドで売っています。三代目は老舗感を出すため、俵屋は米屋、玄兵衛は玄米をイメージしました。英語名のブランドは、日本語に訳せば「精米工房」です。お客さまは、国によって異なります。アジアでは日本食レストランが八割、現地駐在員など個人が二割でしょうか。ハワイは個人客が六割です。

### 欧米人は「頭で食べる」

——米国への進出は、なぜハワイを

選んだのですか。

出口 世界の市場で勝負するには、ライバルであるカリフォルニア米に勝たなくてはいけません。米国本土進出のテストマーケットとしてハワイを選びました。

ハワイ市場への進出で、カルチャーショックを受けたことがあります。スーパーの米売り場には、精米と同じぐらい玄米の品ぞろえが多かったのです。私たち日本人はおいしいお米を食べたがりですが、アメリカ人は健康のことを考えて身体にいいお

米を選ぶのです。別の言い方をすれば、私たち日本人は胃袋で食べ、欧米人は頭で食べるのです。

——お米を選ぶ基準が違うのですね。  
出口 実はアジア市場でも、ジレンマを感じていました。日本産米について、アジアの人たちは一様においしいと言ってくれます。でも、毎日食べたいかと聞くと違う。長粒米が主流の国では、日本のお米はおいしいけれど、胃にもたれる、重たいと言われるのです。

彼らの好み合った真ん中のお

米が欲しい。そう思うようになりました。お米に対して消費者は三つのニーズがあります。「食味」「価格」「機能性」です。私たちは機能性の欲求に応える米を提供できていない。

### 長野県伊那市で米作り

——そこで、自ら米作りに挑戦したのですか。

出口 食味のいい米やコストを抑えた米作りは、日本各地のプロ農家にはありません。でも、食味や価格を追求のではなく機能性に特化した米作りなら、新規就農の私たちにも挑戦できるかもしれない。

一四年に香港から帰ってきて、妻の実家である愛知県内で二年間、米作りの修業をしました。何とかやれそうだと思つて、新規就農の場所探しを始めました。母校の信州大学の学長のご支援を得て、長野県伊那市の中山間地を紹介してもらいました。それがここ、伊那市長谷非持地区の棚田です。

二〇年近く耕作放棄地であった田んぼで荒れていました。でも、無農薬、無肥料の自然栽培方式で米作りを目指す私には好都合でした。土壌に農薬はもちろん化学肥料も残っていません。しかも借りる棚田の上は森で耕地がなく、水源地に近いので

#### Profile

でぐちともひろ

一九七八年札幌市生まれ。四一歳。山登りが好きで信州大学教育学部・野外活動専攻を卒業。経営コンサルタント会社を経て、アパレル会社の香港駐在員。二〇〇九年脱サラし、香港に現地精米会社である Waka International を設立。一三年日本産米輸出の専門会社である Waka Japan を札幌市に設立。玄米食専用品種の米を自社生産するため、一七年、Waka Agri を長野県伊那市に設立。

#### Data

株式会社 Waka Agri  
輸出用の玄米食専用品種の米を作る農業生産法人。二〇一七年から作り始め、三年目の一九九年は、中山間地にある約一〇〇枚の棚田六畝に作付ける。出口さんと共に担うのは、自然栽培で博士号を持つ細谷啓太さん、信州大時代の登山仲間市川滋彦さん。それに地元出身の若者が手伝う。資本金五〇〇万円。出口友洋社長。

水が汚れていない。水神様を祭る祠がある。南アルプスから流れる三峰川の水をたたえた美和ダムを見下ろす棚田からの景色が素晴らしく、一目で気に入りました。

そして二〇一七年四月に、農業生産法人Wakka Agriを設立し、借りた一・一畝で米作りを始めました。二年目の一八年産米からは四畝に広げ、信州大学のスキー山岳部と一緒にだった市川滋彦さん(四四歳)が農場長を引き受けてくれました。

### 機能性に特化した品種

——主力の品種は何ですか。

**出口** 機能性に特化した米作りを始めるに際して、どんな品種がいいのか探し、玄米食専用品種とでもいべきカミアカリという品種を見つけました。

静岡県藤枝市の有機栽培農家が品種登録をしている米で、栄養素の多い胚芽の部分が普通の米の三倍も大きいのです。カミアカリの生産農家は少なく、自然栽培に挑戦しているのはうちだけです。

自然栽培を大規模にやるには専門家の助けが必要です。そのために、自然栽培で博士号を持っていて、国際農林水産業研究センター(JIRCAS)にいた細谷啓太さん(三一

歳)に参加してもらいました。農業はもちろん肥料も使用しない自然栽培でよく米ができる、と疑問に思う人が多いのですが、放置しているのではありません。水田に引く水の温度やタイミングなど、きめ細かなしつかりした管理をしているので、自然栽培の米ができるのです。

二〇一八年産のカミアカリの収量は計画を下回りましたが、一八年産米では一〇割当たり五俵を目指します。単収は普通の米の半分ですが、何倍もの価格で販売できますから、計画通り収穫できれば採算は取れます。

一八年産は、作付面積を六畝に広げました。作付けするのは玄米専用品種のカミアカリが約八割、ササニシキ系の米が約一割、上伊那地方に伝わる伝統的なモチ米が約一割です。ササニシキ系の米は、あつさりした味で、アジア市場のど真ん中に位置付けられる米になると思っています。カミアカリは主に欧米市場に輸出します。

ここで米作りに携わるのは、市川農場長と細谷さん、それに私の三人ですが、Uターンした若者が今年から週に三日、手伝ってくれます。私は週末、家族の住む愛知県春日井市内の家に帰りますが、平日はここで

米作りに挑戦しています。

### 中山間地農業のモデル構築

——有機栽培でも草取りに人手がかかります。自然栽培だったら、もつと人手が必要ではありませんか。

**出口** 作業効率を上げる工夫はしますが、人手はかかります。来年以降、参加してくれる人がすでに決まっています。将来、もつと面積を広げたら、地元の農業高校や信州大学農学部出身の若者の仕事の受け皿になればいいかと考えています。

現在、日本の中山間地域はさまざまな課題を抱えています。農業者が高齢化して担い手が足りない。耕作されなくなり、耕作放棄地が広がっている。里山が手入れされなくなつて鳥獣害被害が増えている——。棚田では規模拡大も難しく、効率化のための機械化もままなりません。もうかる稲作農業のモデルがないのです。しかし、単収は少なくとも機能性に特化した米を、棚田で自然栽培というストーリーのある栽培方法で作る、高い価格で販売できれば、経営は十分成り立ちます。

ここで米作りを始めた棚田のうち六ヶは、昔ながらの手植え、手刈りで栽培しています。自然栽培のシンボリックな棚田です。いつの日か、こ

こに海外のお客さまを呼んで、田植えや稲刈りをしてもらおうと考えています。農泊してもらえば、海外のお客さまも喜んでくれるでしょう。この地域も潤います。

二〇年間近く、耕作放棄地だった棚田で、輸出を軸にした稲作経営のビジネスモデルを構築することで、中山間地域農業の一つの未来像を示せたい、と思っています。

——米の輸出について将来の構想は。  
**出口** 今年六月にニューヨークのショッピングモールに実店舗を開きました。さらに、今後五年のうちにさらに五カ所、合わせて一〇カ所にしたいですね。候補は、オーストラリア、北米ではロサンゼルス、カナダ、それに欧州ではロンドン、パリです。私は、海外で頑張っている日本人駐在員を応援したいのと、世界の人たちに日本のお米や食文化を深く知ってもらいたいと思っています。そのため、現地のメディアで米の炊き方を実演したり、販売担当者に米・食味鑑定士や栄養士の資格を取らせたりしています。

日本の米は、世界に誇れる食材です。お米の背景にある日本の文化まで海外の人に理解してもらえよう努力したいと思っています。

(ジャーナリスト 村田泰夫)

