

七十七ビジネス大賞受賞

第18回(平成27年度)

企業 インタビュー

Interview

有限会社伊豆沼農産

代表取締役 **伊藤 秀雄 氏**



会社概要

住 所：登米市迫町新田字前沼149番地の7

設 立：平成元年（創業 昭和63年）

資 本 金：30百万円

事業内容：農畜産物生産、加工、販売

従業員数：40名

電 話：0220 (28) 2986

U R L：http://www.izunuma.co.jp/

農畜産物の6次産業化に取り組み食品の地域一貫生産販売システムを確立、「伊豆沼ハム」「伊達の純粹赤豚」に代表されるブランドを育てた先駆的農業生産法人

新緑の候、「七十七ビジネス大賞」受賞企業の中から、有限会社伊豆沼農産を訪ねました。昭和63年創業で、養豚・水稻を中心に、ハム・ソーセージの加工、農家レストランおよび直売所の経営を行う農業生産法人です。先駆けとして農畜産物の6次産業化に取り組み、地域の農家と連携した食品の一貫生産販売システムを確立するほか、知名度の高いブランドを育てています。当社の伊藤社長に、今日に至るまでの経緯や今後の事業展開等について伺いました。

——七十七ビジネス大賞を受賞されたご感想をお願いします。

このような大きな賞をいただいているのかと大変驚いたのを覚えています。またビジネス大賞の応募用紙を記入している際、これまでの当社の歩みを振り返ることができ、感慨深いものがありました。

農業を食業に変える

——創業時について教えてください。

私は、伊豆沼地域の農家の長男として生まれました。将来的には農家を継ぐつもりでしたが、どうしても大学に進学したいという気持ちがありました。家族から承を得て、大学受験に臨みましたが、予備校に通っている際に不慮の事故で父が亡くなってしまいました。そのためやむなく、大学受験を諦め、

知識が全くない状態で農業を始めました。

父の農家を受け継ぎ、昭和50年に水田4.2haと母豚10頭の経営から始め、当時流行っていた規模拡大型の農業を目指しました。母豚100頭規模の農業を行うため豚舎を増築しようと思いましたが、家畜排泄物の処理問題を理由に土地の取得ができませんでした。その一方で、私は大事に育てている豚に薬剤を投与して肥育効率を上げることや、誰が食べているのか分からない加工や流通に疑問を感じていました。そうした悩みの末に全く違う経営にベクトルが向いたのです。それが経営理念となる「農業を食業に変える」ということです。そこで規模拡大型の農業から付加価値型の農業を目指しました。

——経営理念について教えてください。

「農業を食業に変える」これが当社の原点です。農業とは「大地に種を蒔いて植物を育てること」と辞典にあります。それは農産物を生産するだけの意味であり、消費者に「食べもの」として農畜産物を届けるという意味は含まれていません。『食業』とは、生産者が農畜産物を「食べもの」と捉え、生産者としての責任と誇りを持って、食卓まで届けるという意味を表現した私の造語です。当社が何より大切にしているのは、自分たちの手で生産・加工・販売するということです。

さらに、この経営理念を原点に①私たちは、安心できる農業・食を基本に、地域の「人」「もの」「環境」の価値を再発見し、もっともふさわしい「産業」を創造し続けます、②私たちは志を共にしてお互いを尊重し、やさしさと笑顔の絶えない「場」を作り、ともに成長し続けます、③私たちは、精いっぱい環境にやさしい活動を行い、豊かな、そして素晴らしい自然を子どもたちにつないでいきます、という三つの柱を組み込んで「人と自然へのやさしさをもとめて」に進化させています。

——伊豆沼農産の成長の経緯について教えてください。

「農業を食業に変える」という思いの実現には何をすべきか考え続けた結果、豚肉の加工・販売、サービスを提供するレストランの経営にたどり着き、昭和63年に豚肉の加工所とレストラン「くんぺる」を個人で開業しました。これが伊豆沼農産の始まりです。その頃、養豚農家が肉屋を経営する例はありましたが、レストランを経営する農家はほとんどなかったと思います。当社の6次産業化の原点はここにあります。平成元年には、事業の拡大を見込み法人化しました。

平成12年、農家直売所を開設し、35戸の農家と協力して出荷団体である伊豆沼農産直売会を立ち上



本社と伊豆沼

げ、当社の豚肉やハム、ソーセージ等と、その直売会の会員が栽培した野菜や加工品、手芸品等の販売を開始しました。また、宮城県畜産試験場が生み出した赤豚の「しもふりレッド」の飼育を行うため、平成13年に8戸の養豚農家で伊達の赤豚会を結成しました。地域資源の価値を大事にし、そして農業を当地の産業に育てたいという思いから、地域一貫生産販売システムの構築が始まりました。

平成22年には産学官連携により「伊豆沼めぐみ乳酸菌」を、平成27年に「伊豆沼めぐみ酵母」を商品化しました。そして同年6月には、食農教育の場として食農ファームの「ラムサール広場」をオープンさせています。

——業務内容について教えてください。

現在は、養豚1,000頭／年間、水稲3haに加え、ブルーベリー30aの栽培を行っています。付加価値型の農業を追求し、ハム・ソーセージ等の加工食品の製造も行っており、自社直売所・レストランを始め、百貨店・インターネット等で全国に向けて販売、海外への輸出にも挑戦しております。その他、食農体験施設と生ハム体験工房で食農教育にも取り組んでいます。

農村の産業化

——地域一貫生産販売システムについて教えてください。

地域一貫生産販売システムとは、伊豆沼の地域の米、野菜、豚等の生産品を当社が加工し、当地で、レストランや直売所で販売するというものです。当社を育ててくれたのはこの伊豆沼の地域で、この地域とのつながりをとても重視しています。現在生産物を入れてくれる農家やノウハウを教えてくれる農家等、関わりを持っている農家の数は100軒ほどですが、今後は200軒まで増やしたいと思っています。

伊豆沼の地域では「ゆいっこ」というお互いがお

互いを助け合うという制度が昔から根付いています。私はこの伊豆沼地域に情報を発信、そして還元しながら地域の人とともに成長していきたいと考えています。

また当社では、地域住民の方々と埋もれている地域の生産品を一緒に見つけ出すことで、その地域資源を生かしたものづくりが欠かせないと思っています。これが「あるもの探し」で、そこから生まれてくる地域資源を商品として作り出し、全国に情報発信すれば、この伊豆沼の地域に多くの人が集まり、作った商品が売れるとさらに地域の雇用が増えるという好循環が繰り返されます。まさしく農業を産業化するということで、農村自体を産業化し、伊豆沼地域をブランド化したいと考えています。

オリジナルブランド

——「伊豆沼ハム」について教えてください。

宮城県内で愛情と時間をかけて育てられた生産者の顔が見える豚肉を使用し、ドイツマイスターの製造技術をベースとして、日本人に合った味付けで作り上げたのが、伊豆沼ハムシリーズです。ドイツマイスターとは、本場ドイツの専門技術職業における最高職位・国家認定資格のことです。ハムだけではなく、ベーコン、ソーセージを中心に、その他様々な加工品のラインナップがあります。平成18年には、世界最高峰に位置する「SUFFAドイツ国



伊豆沼ハム

「伊豆沼めぐみ乳酪」で金メダルを受賞した商品もあります。このコンテストは200名以上の審査委員が「味、感触、香り、外観」等200にも及ぶ項目を審査し、すべてに満点を取らないと金メダルを受賞することができないものです。伊豆沼ハムは不必要な添加物の使用をできる限り抑え、素材の味を生かした商品を作り続けた結果、金メダルをいただくことが出来ました。これは、当社が常に消費者の視点に立った商品開発と品質向上を行ってきた賜物だと考えます。

——「伊達の純粋赤豚」について教えてください。

「伊達の純粋赤豚」は、宮城県畜産試験場が7年の歳月をかけて生み出した「しもふりレッド」を純粋交配させて生産する肉豚で、当社の登録商標です。「しもふりレッド」の肉質は柔らかく、多汁性に優れており、霜降りの度合いも通常の豚肉が2～3%程度であるのに対して4～5%と高いです。また悪玉コレステロールを減少させ血液をサラサラにするオレイン酸が多く含まれており、融点が低く舌触りも良いという特徴を持っています。また出荷する前には3人の社員が必ず検食し、一定レベル以上のものを出荷しています。

県内外の百貨店、高級スーパー等で販売するほか、平成16年には香港にも輸出を開始しています。



しもふりレッド

——輸出への取り組みについて教えてください。

「伊達の純粋赤豚」の香港輸出の経緯は、日本貿易振興機構（JETRO：ジェトロ）日本食品等海外市場開拓委員会が平成15年11月に実地した海外現地調査にまで遡りますが、私はこの調査団の一員として参加しました。そこでは宮崎県産の黒豚が高値で取引されており、大変刺激を受けました。当時、日本で「赤豚」の販売を展開し始めた頃で、ここで赤豚を輸出することができれば話題性を高めることができると思い、香港の売り場担当者に赤豚の売込みを開始し商談を成立させました。100グラム当たり60香港ドル（1香港ドル≒14円換算で約800円）と日本の平均的な豚肉小売価格と比べ3～5倍高い価格にもかかわらず、高い評価を受けています。



伊達の純粋赤豚

産学官連携への取り組み

——「伊豆沼めぐみ乳酸菌」と「伊豆沼めぐみ酵母」を使用した製品について教えてください。

当社で「発酵生サラミ」を製造しております。そのため生サラミを作る過程で乳酸菌を使用します。以前はドイツで食肉加工用に培養された乳酸菌を使用していました。しかし、当社は地域の原材料へのこだわりから乳酸菌も地元産を使用できないかと考えました。宮城県産業技術総合センターの支援のもと、平成22年の初夏から秋にかけて伊豆沼周辺の植物から約70種類もの乳酸菌を採取し、そのなか

ら「発酵生サラミ」に最も適した乳酸菌を発見、植物由来の乳酸菌「伊豆沼めぐみ乳酸菌」として商標登録に至りました。発酵生サラミの製造は塩を使い低温でじっくり熟成させるため、ガスをつくらず、塩があっても育ち、低温でも育つという特徴の乳酸菌が必要です。これらの特徴をもつ伊豆沼めぐみ乳酸菌と伊達の純粋赤豚を原料に完成したのが現在の発酵生サラミです。独自の熟成方法により赤豚の旨みと程よい酸味があります。

そして「ふゆみず田んぼ」米でどぶろくと甘酒づくりへの挑戦も始めました。「ふゆみず田んぼ」は、収穫後も、田に水を張ったまま越冬させる、自然と共生して米を作る田んぼです。この方法で作った米を原料に、「伊豆沼めぐみ乳酸菌」を加えて甘酒を製造しました。

当社では、このような連携から「伊豆沼めぐみ乳酸菌」のほか、「伊豆沼めぐみ酵母」の商品開発にも成功しました。登米市等支援機関との協力により新たな商品を開発して、第三者である大学の先生によるデータの裏付けがあれば、信憑性もあり、話題性もあります。産学官連携こそ付加価値の源だと思います。今後も産学官連携を活用して、商品開発を行っていきたいと考えます。



甘酒「初恋さくら」

地域食材の魅力を発信するくんぺる

——「くんぺる」について教えてください。

レストランの店名「くんぺる」は、ドイツ語で仲間という意味です。たくさんの人たちに伊豆沼地域に来てもらい、地域の仲間たちが作った農畜産物を味わってほしいという思いから名付けました。「くんぺる」では、伊達の純粋赤豚や伊豆沼ハム、直売会のメンバーが作った野菜と地元の食材をふんだんに使っており、地場産食材が9割以上を占めています。特に古くから伝わる伝統料理で地域の旬の野菜を使った「はっと」や伊達の純粋赤豚を使用した「しゃぶしゃぶ鍋膳」など地域性のある様々なメニューを提供しています。その中で「伊達の純粋赤豚と地元野菜御膳」は平成24年に「第5回地産地消給食等メニューコンテスト外食・弁当部門 農林水産大臣賞」を受賞しました。この賞は農林水産省主催で、地場農林水産物の食材を活用している優れたメニューを表彰するというもので、当社の地域食材を大事にする姿勢が高く評価されています。

「農業を食業に変える」という理念のもと、農村の「場」で、農村で生産した「もの」と、農村で暮らす人たちの「こころ」を組み合わせた、物語性豊かな商品とサービスを提供し、地域食材の魅力を発信し続けていきたいと思っています。



レストラン「くんぺる」

食農教育を柱とした都市農村交流

——新しい取り組みである食農教育について教えてください。

地元で生産された農畜産物の直売所やレストラン「くんべる」を、当社が掲げる地元の生産者と消費者の距離を縮めるための拠点としておりましたが、現在では新たな施設で食農教育にも意欲的にチャレンジしています。

それが、平成27年6月にオープンした食農ファームの「ラムサール広場」です。伊豆沼のほitori 3.2haの敷地に、食農体験施設、生ハム体験工房、野菜畑と果樹園、放牧場等を設置しています。手作りウインナーやブルーベリー摘み取り、ヤギとお散歩など、大人から子どもまで参加できる食農体験プログラムを定期的に行っています。

生ハム体験工房では、オーナーを募って、ハムの仕込み作業を体験してもらいます。また自由に好きな野菜を栽培できるオーナー制の「くんべる農園」では、野菜畑のオーナーを募集中で、農作業に必要な設備や資材を提供し、1年サイクルの農業を楽しんでもらいます。これらの取り組みには、農畜産物を商品としてだけでなく、生産者の思いや「いのち」の大切さを伝えるものでありたいという当社の考えが中心に据えられています。地域資源を見つめ直し、魅力あるコンテンツとして消費者にアピールするのが大切だと思っています。伊豆沼農産で行っていることが、「いのち」を育てることから農業が始まっていることを学ぶ食農教育の機会づくりに役立つと信じ、また都会の人たちを呼び込む場にして都市と農村の交流による伊豆沼地域の活性化につながることを期待しています。

ちょっと不便がちょうどいい

——今後の事業展開について教えてください。

私たちが住む伊豆沼周辺にはたくさんの地域資源があります。しかし、現在は少子高齢化が進み、これまで営まれてきた行事、文化等が途絶えかけています。このままでは農村が廃れてしまいます。そこで体験ファーム「ラムサール広場」をオープンしました。体験ファームでは自然や農畜産業、郷土芸能、食文化等について知識がある地元のご年配の方々に先生にして「育てる、食べる、体験する」といったイベントを展開し、伊豆沼地域の良さや私たち伊豆沼農産の挑戦を知ってもらいたいです。

地域とともに

——事業を行う上で大切だと思うことについて教えてください。

基本理念を持って社員と情報を共有し、地域をはじめとする顧客に対し、自分の会社の理念を具体化した活動がどれだけ貢献できているか、常にチェックし修正することだと思います。



伊藤社長

長時間にわたりありがとうございました。御社の今後ますますの御発展をお祈り申し上げます。

(28. 5. 26取材)