

株式会社ミナカワ

業界の“常識”を覆した 高品質シイタケを販売

高品質ブランド 「ミナカワのシイタケ」

90年代後半以降、急速に進展した農産物貿易の自由化。とりわけ日本においてはシイタケやショウガ、ネギといった生鮮野菜のアジア諸国からの輸入が拡大しており、国内の生産者は厳しい価格競争に追いつまれている。

「安いアジア産と同じシイタケを作っているから負けるんです。我々は、それとは違う商品を作らなければならない」。品質のよさはいわずもがな、年間を通して安定した供給を確保すること。それが海外に対抗する唯一無二の方法と試行錯誤を重ね、今やシイタケ業界でその名を知らない者はないといわれる地位を築いた株式会社ミナカワの代表取締役・皆川秀吉氏は話す。

ミナカワが本社と工場を置く岩泉町は本州一の広さを誇る町。その面積の9割以上は森林に覆われていること、そして日本一の水の透明度を誇る龍泉洞や安家洞などでも知られている。同社ではそんな恵まれた自然環境を最大限に生かした栽培法を開発し、シイタケを生産している。ホダ(椎茸菌を植え付ける元)は森林から出る間伐材を主原料に天然のふすまなどを加えたものを自社で製造し、ホダへ散水する水も天然ミネラル豊富な地下水を利用。自然に負荷をかけることなく、無農薬で安全な菌床シイタケの一貫生産体制が確立されているのだ。生産数は一日およそ6800球。12月31日以外は休むことなく出荷され、しかも品質は最高ランクである秀品(Aランク)の比率が90パーセント以上を占めている。

品質・供給数ともに市場から高い信頼を得ているミナカワのシイタケ。その成功は、業界の“常識”を打ち破ることから始まっていた。



① 安定した供給体制もさることながら、徹底した品質管理による質の高さが「ミナカワのシイタケ」最大のセールスポイント。こだわりの消費者をターゲットに、現在の出荷先の99.9%は首都圏になっている。今春スタートしたネット販売品ほか、この冬からは高級感ある独自のパッケージで都内の高級スーパーでの販売もスタートしている。

新規事業への果敢な挑戦

同社は、そもそも自動車整備・販売業を中心に創業した企業である。現在も「カーセブン」の県内フランチャイズ展開をはじめとした自動車販売、そしてガソリンスタンド経営による燃料販売という事業が経営の一角を占めている。キノコの培養・栽培そして販売事業に乗り出したのは、先代の急逝にともない事業を引き継いだ、若き皆川社長の決断によるものだった。

「従来の石油や自動車販売では限界が見えていた。地方にいても首都圏を相手に商売できるものは何か。それが、以前から興味があったキノコの栽培だったんです」。全国的流通体制の確立、そして山間地である岩泉のイメージを逆に利用した産地化戦略。未知の分野ではあったが確信はあった。かくして平成4年、50坪のハウス2棟でシイタケ培養の研究をスタートさせた。

船出は順風満帆とはいかなかった。それは皆川社長の「組んだ菌床シイタケ」という参考事例のほとんどない栽培法によるものが大きい。「当時の岩手は原木(栽培)の一大生産地で、『菌床なんてシイタケじゃない』といわれました」と苦笑する。

しかし、それが皆川社長の狙いでもあった。自然にゆだねる原木栽培は天候や季

節によって生産量にバラつきがでる。しかも原木管理は手間がかかり、その作業は重労働でもある。一方の菌床の場合は4か月間は使用でき、重さも1.3kg程度。適切な管理を行えば年配者でも従事可能なのだ。「安定供給と職場環境の向上が望めるこの方法なら『家業』ではなく『事業』になる」。だから批判なんて気にならなかった」と皆川社長は当時を振り返る。そして平成7年には栽培拠点の「岩泉きのこセンター」を新設し本格的な生産・販売を開始。昨年の「菌床培養センター」新設を機に従来の190万床から430万床と、供給体制は飛躍的に向上した。

信念を持ったシイタケ栽培

同社の生産拠点のひとつである「大川ファーム」を訪れた。75坪のハウスが9棟建つここでは同社の生産量の約3割にあたる合計200,000床の菌床が栽培されている。

散水・換気・温度が徹底管理されたハウス内では、肉厚のシイタケがいたるところで顔を出していた。「同じ菌床でも出来のいいものと悪いものがある。品質向上のためには、いかにキノコに手をかけるかに尽きます」と皆川社長。管理を完全自動化せず、人の目と手によって栽培するこ



② 「決断即行動」がポリシーの皆川社長。とはいえ既存の事業と新規参入のメリットは徹底的に検証する。

③ 今年開業した「菌床培養センター」。徹底した衛生管理のもと、シイタケの菌床が日々製造されている。

④ シイタケの菌が植え付けられた培養土。温度や湿度にもよるが、およそ10日間でシイタケの菌が繁殖する。

⑤ 本社から約30分の大川工場。培養されたシイタケは新鮮なうちにサイズや品質ごとにパッケージングされる。

⑥ 長年の研究により製造した菌床に生育するシイタケは、肉厚でじくまで美味しいと評判の逸品。

⑦ シイタケの摘取りは毎日朝と夕方の2回。生育状況をチェックしながら熟練のスタッフがひとつひとつ手作業で収穫しパッケージングする。

と。それも毎日である。「農家が何十年もかけなければ経験できないことも、毎日生産する我々なら数カ月で経験しノウハウを蓄積できる。取り組む視点さえ間違えなければ、成功も早いんです」。

ファンドの認証も、そんな戦略の先見性と合理性によるものだった。

「我々中小の会社は、夢があったとしても先立つものに困る。ファンド受け入れにより、資金面はもちろん私たちの取り組む方向、伸ばしていきたい方向が間違いのないという確信が持てました。その上で色々な勉強をさせてもらえることが、夢への自信へも繋がっています」。

このファンドをもとに昨年新設された菌床培養センターでは、長年の研究により開発された菌床の生産ラインがフル稼働

していた。使用するオガクズは100パーセント地元産、その菌床の一部は町内の生産組織や個人のシイタケ農家にも供給されている。また使用済みの菌床は町の堆肥センターでリサイクルされ、有機肥料として利用されている。

将来を見据えた販売戦略

今期の売上げは前年比118パーセントを達成したミナカワ。好調な業績の理由は、こだわりの消費者をターゲットにした販売戦略にもある。

今年の春から参加したオンラインショッピング「まがりや.net」では、高級感あるパッケージのギフトセットを販売、その反響も上々である。さらに今後は品質の高いシイタケを選果した商品を首都圏の大手スーパーで

販売していく計画も進行中だ。そのため来春には東京事務所を開設して、より有利な販売体制を確立する準備も進んでいる。

「今まで培ったノウハウがあれば、将来的には県外に生産拠点を持つことも可能になるでしょう。そのためにさらなる技術の確立と人材育成が大切」と皆川社長はビジョンを語る。その到達点として、株式公開も考えていると話してくれた。

安全な食の提供、雇用や産業振興など地元への多彩な貢献、そして環境への配慮。同社の取り組みとその「夢」の行き着く先には、現代社会が内包する問題へのひとつの回答があるようにも思う。

まがりや.net
http://www.magariya.net

ファンドの視点

(株)ミナカワは、世界的に見ても高い品質の農作物を生産する「農業」と、現在の日本の国力の源泉である「製造業(生産管理)」の双方の強みを兼ね備えた企業と言えます。実際にシイタケ栽培現場に行ってみると、従来の日本の農業現場との違いに驚かされます。効率を重視しながらも、品質についてもむしろ従来のものより高いのです。そんなシステムを一代で作り上げた皆川社長の手腕は高い評価を得て当然と言えるで

しょう。また、ミナカワはシイタケ栽培以外にも自動車販売事業などを手掛けています。全く毛色の違う事業をマネジメントする力も極めて高いものだと思います。

日本の農業に新しい風を吹き込む(株)ミナカワには、数年後を目標としている株式上場をさらなる飛躍のチャンスととらえ、大きく羽ばたいてほしいと思います。

いわてインキュベーションファンド業務執行組合員
フューチャーベンチャーキャピタル(株)岩手事務所
石井 優

企業概要
 設立: 昭和38年10月
 代表者: 取締役社長 皆川秀吉
 所在地: 下閉伊郡岩泉町門字町35-3
 電話番号: 0194-25-4042
 資本金: 11,200万円(平成17年12月現在)
 従業員数: 87人
 業務内容: キノコの培養、栽培及び販売 / 自動車の修理及び販売 / 石油類販売 / 損害保険代理店業及び自動車損害賠償責任保険代理店業 / 不動産の賃借業
 U R L : http://minakawa-grp.co.jp