

# 新しい畜産「3K」への道

『企業の将来はトップで99%が決まる』(船井幸雄)と言われるが、その企業体と同様に、地域にも組織を導くリーダーが存在する。あふれる情熱と哲学をもって、地域活性化に挑む地域クリエイターの本質に迫る！

## 地域クリエイターの履歴書

### 第16回

# 宮治 勇輔 氏



- 1978年 神奈川県 藤沢市に生まれる。
- 1999年6月 大学の友人を呼んでバーベキューを開催。「こんなに美味しい豚は食べたことがない！」という大きな反響に驚き、農業に関心を持ち始める。
- 2001年3月 慶應義塾大学総合政策学部卒業
- 2001年4月 株式会社パソナ入社 金融機関への人材派遣営業チームに配属
- 2002年6月 コンサルティング営業部門の立ち上げに伴い、24名のうちの一人に最年少で選抜される。
- 2002年9月 全国にわたる大プロジェクトの立ち上げに参画。事務局長的立場で、全部門および全国支店との折衝を担当。プロジェクトから部署昇格に伴う業務フロー確立に取り組む。
- 2002年10月 毎日早朝の勉強時間を積み上げた結果、「新一次産業創造」のビジョンが固まり、約1年後に会社を辞める決断をする。
- 2002年11月 新一次産業創造プロジェクトを推し進めるためにビジネススクールに入会。
- 2002年12月 会社に大阪転勤を言い渡される。
- 2003年1月 コンサルティング営業(営業推進部)として大阪着任。関西全域を2名で担当。
- 2003年1月 ビジネススクールの関西事務局を立ち上げ。インキュベーションセンターに入居し、週末、ビジネススクールの運営を行う。
- 2004年1月 会社に退職の意を伝える。
- 2004年6月 地元藤沢で、友人知人160名を呼んでバーベキューを開催。会社を辞めることと、実家に戻って一次産業を革新する決意表明を行う。
- 2004年7月 6月末で退職し藤沢に戻る。
- 2004年8月 友人知人お世話になっている方に、メールマガジンの発行を開始。バーベキューを毎月行うようになる。
- 2004年11月 前職の後輩に茅ヶ崎で成功している土産物屋の社長を紹介してもらう。
- 2004年12月 土産物屋の社長に茅ヶ崎の肉屋と湘南地域活性化の活動をしているNPO法人の理事長を紹介してもらう。
- 2005年1月 みやじ豚の流通経路が確保できる。湘南地域活性化の活動に参画。銀座の料亭街でみやじ豚イベントを開催。
- 2005年3月 月に5回のイベントを開催。
- 2005年5月 参画していた湘南地域のポータルサイト、「湘南スタイル.jp」を開設する。

### 栢尾 圭亮(とちおけいすけ)

船井総研入社後、地域創造・活性化チームに志願し、創設に情熱を注ぐ。現在は、地域再生行脚100を実践し、成功事例を求めて全国を渡り歩く。  
連絡先:keisuketochio@funaisoken.co.jp

地域クリエイターの  
探究家

これまで3K（汚い、きつい、かっこ悪い）と呼ばれてきた畜産業。しかし現在、特にイメージの良くなかった「豚」という畜産分野において、地域、そして業界を新しい3K（感動する、稼げる、かっこいい）へと革新しようとする人物がいる。

今回ご紹介する地域クリエイターは、神奈川県藤沢市で豚のブランドである「みやじ豚.com」を立ち上げた宮治勇輔氏、その人である。

宮治氏は大学卒業後に都会での会社勤めを経験した後、兄弟（兄 勇輔氏、弟 大輔氏）揃って帰郷、現在はこだわりの豚を育て、畜産業そのものを新しい3K（感動する、稼げる、かっこいい）にしようと奮闘中である。

その手法は、彼の提唱する「バーベキュープロデューサー事業（豆知識①を参照）」に集約される。バーベキュープロデューサーとは、特定の豚肉のブランド化のために、バーベキューという機会を設定し顧客の輪を広げ、一般の生活者を「みやじ豚ファン」に、そしてファンを「みやじ豚サポーター」に変える役割を担



生まれたばかりの子豚。6カ月で成長する。

う。この戦略は徐々に成果を上げ、購買する生活者が感じる価値/価格は確実に上がり始めている。

実家の養豚業を、そして畜産業、ひいてはマチを変えていこうとする宮治氏。その背景にはどのような決断があったのか。今回の地域クリエイターの履歴書では、宮治氏のとる畜産業界革新の手法と共に、彼をクリエイターたらしめた決断に迫る。



## 「歴史に名を残す」養豚家?!!

自らの豚のブランド化を通じ、全身全霊で畜産業の革新に取り組む宮治氏。しかし、同氏の視点は最初から養豚にあったわけではない。彼を養豚への情熱を駆り立てたもの。それは、三国志と衝撃的なバーベキューを通じた感動、そして鮮明な成功イメージにあった。

**栞尾** こんにちは!! 今日、自らの名前を冠された豚「みやじ豚」、そしてこの豚を通じた地域全体の活性化に邁進されている宮治さんに色々とお聞きしたいと思っています。

**宮治氏** みやじ豚、といってもまだまだ道半ばなんですよ。情熱だけが先行している。今はまだそういう状態ですね。

**栞尾** しかしながら、まちおこしのリーダー達はその情熱こそが必要と言われていています。宮治さんの場合、畜産業界、そして地域活性化への原動力、情熱はどのように生まれたか、ぜひお聞かせ下さい。

**宮治氏** 実は、実家の養豚業を通じて畜産業界を本気で変えたいと思ったのは比較的最近なんです。ちな

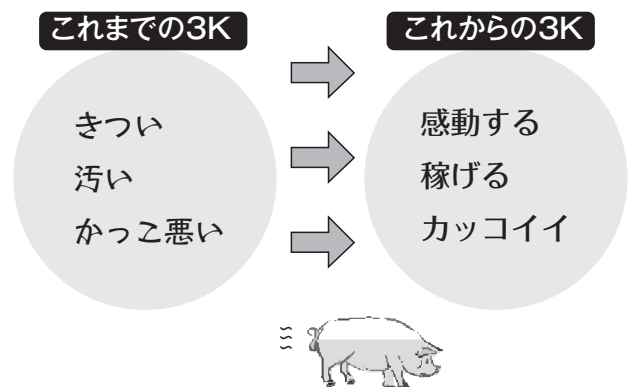
## 豆知識① 「バーベキュープロデューサー」

読んで字のごとく、自らの肉を生活者に直接届けるためのイベント「バーベキュー」のプロデューサーである。宮治氏の場合、独力で構築した人脈によって定期的なメルマガを配信、同メルマガ内でイベントへの参加を呼びかけている。

バーベキューの最もよいところは、豚肉の食べ手である生活者の顔を直接見ることができるということ。そこに新しい3Kの一つ「感動」があることは言うまでもない。

また同時にこの事業は、最終的にもう一つのK「稼ぐ」を実現することにもつながる。現在、みやじ豚を手に入れられるのは、このバーベキューイベントに参加した一部のコアなファン、サポーターのみ。これによって、みやじ豚の正しい価値を知る生活者に、正しい価格で販売することが可能になっている。

【図表1：これからの「3K」像】





みに、学生のときは農業の世界に足を踏み入れようなんてこれっぽっちも考えていませんでした。

**枋尾** そうだったんですか!!!? ぜひ、そこら辺のお話からお聞かせ下さい。

**宮治氏** 昔から、経営者になりたいという夢は持っていました。高校生の時に吉川英治の小説、特に三国志にのめりこんでしまって、いつしか、「自分も一国一城の主 = 経営者となって、歴史に名を残したい」と思うようになっていました。しかしまさか、実家の養豚業を通じてとは思ってもありませんでしたよ。

**枋尾** なるほど。では、なぜそこに実家の養豚業を通じて、というお話ができたのですか。

**宮治氏** きっかけはバーベキューでした。

畜産農業では、毎年豚肉の品評会である共進会という会が開かれるのですが、そこで品評用に提出する豚肉のうち、半分くらいにあたる25kgは、畜産農家に戻ってきます。でもそんな量、到底一家族で食べられる量ではありませんよね。ですから、私は親しい友達を呼んでバーベキューパーティーを開いたのですが、その反応がビックリするものだったんです。

「おいしい!!」

「こんな豚肉、食べたことない!!」

「どこで売っているのか教えて!!」

畜産農家に寄せられるのは、卸業者から「脂が多い」「肉の締まりが悪い」など肉についてのクレームばかりだと思っていた私は、正直この時感動しました。こんな人に喜んでもらえる場面が畜産農家にあるのかと…。

しかも、毎年品の評会の度に面白いように同じ現象がおきるのです。これを体感して、これは形を変えれば、具体的には生活者と農家を直接つなげることができれば、農業も面白いビジネスになるのではないかと思いはじめたのです。

**枋尾** そこで出てきたのが、新しい3K（感動する、稼げる、かっこいい）だったんですね!!

**宮治氏** ええ、徐々に私の中に抽象的なイメージがわいてきました。現在の、「みやじ豚.com」を考えたのも大学を卒業するこの時期です。ただ、農業で実業家、という考えには正直至りませんでした。

でも起業はしようと思っていました。そこで就職してから毎朝5時半に起きて早朝の7時～8時くらいまでカフェでのんびり、将来構想を練る時間をもつようにしていました。本を読んだり、将来の経営計画をイメージしたり…。ところが不思議なことに、そのとき思い描くのは、どうしても養豚家の自分、「みやじ豚.com」で成功し、業界を変えていく自分でしかないのです。イメージは具体的になるばかり。「こうなったらやるしかない」と決断したのはちょうど25歳の



宮治兄弟（中央：大輔氏、右：勇輔氏）。左は枋尾です。我々は同年代です。

頃だったと思います。



## 人と人との出会いが 生み出す、みやじ豚の強さ!!

新しい畜産業を目指し、「みやじ豚.com」を立ち上げた宮治氏。しかし、突然事業が成り立つわけではない。宮治氏のビジネスモデルを支えたもの、それは、友であり、親であり、そして兄弟であった。

**栞尾** いよいよ、「みやじ豚.com」のスタート。しかし当初はなかなか大変だったとお聞きしています。

**宮治氏** これまでまったく畜産業を継ぐつもりではなかった私ですから、それは当然かもしれませんね。はじめ、父親からは「お前のやっていることは農業じゃねえ」なんていわれましたから。でも、人生はうまくいくようにできているんです。素晴らしい人たちのつながりが自分を支えてくれたんです。その一人が弟の大輔です。

私自身、最初は現在のパーベキュープロデューサー事業で新しい3Kを実現できると考えていました。パーベキューで生活者と触れ合うことで3Kの一つ「感動」を実現し、同時に限られたお客さまにファン、サポーターになっていただくことで、もうひとつのK「稼げる」を実現しようと考えていました。しかし、養豚の現場は私をパーベキュープロデューサーにだけ専念させてくれるほど甘くはありません。畜産業は365日、24時間ですから。そこで私を助けてくれたのが弟の大輔でした。

実は、弟もやはり私と同様、大学を卒業後、普通に会社員として働いていたのですが、ちょうど私が「み



「愛情が一番!!」と語る大輔氏

やじ豚.com」の構想を実現しようと思っていたその時期に、実家を継ぐために戻ってきていたのです。改めて私の構想を話したわけではない、時期をあわせたわけでもない。しかし…兄弟のあうんの呼吸というものなのでしょうか。いまでは、彼は現場を、私は販売をという役割分担が自然と出来上がっているんです。

**栞尾** 兄弟の助け合いが、宮治さんの構想を加速させたのですね。その他にもヒトの縁があったのですか。

**宮治氏** みやじ豚を直接お客さまに販売するためにはお店が必要です。しかしお肉屋さんをやる設備をそろえようと思えば莫大なコストがかかりますし、もちろんその在庫を持つこともできません。どうしようと思っていた矢先に、前職の後輩が紹介してくれた茅ヶ

## 豆知識② 「みやじ豚のこだわり」

正しい安全、安心とは一体なにか？ あるファーストフード店では、暗闇に閉じ込められた動物が、ただ出荷を待つという状況であるという。一方でみやじ豚は品質へのこだわりをみせる。

豚という動物が、非常にナイーブだということはあまり知られていない。実は同じ区画に兄弟ではない知らない豚がたくさんいることは豚たちにとって大きなストレスとなっているといわれている。そこでみやじ豚では、1区画に同じ親から生まれた兄弟たちだけを入れるようにしており、ストレスを減らしている。また餌も、安いというもろこしではなく、大麦を中心に構成し栄養状態のバランスを整えているという。



ストレスなく育てられた豚だからこそ…

崎のお土産物屋さんがお肉屋さんを紹介してくれたのです。この肉屋さんが存在し、初めて我々はお客さまへの販売ができるようになりました。

みやじ豚の活動を通じて、もっとも強く思うこと。それは事業において一番重要なことは、精緻な事業計画でも、資金でもなく、それを動かそうとするヒトだということです。

## 「農業」と「地域」の 更なる相互発展を目指す

走り始めた「みやじ豚.com」。その挑戦はまだまだ途上であると宮治氏は語る。しかし、同氏の目線はみやじ豚を超えた、畜産業、農業の改革、そして地域の活性化へと続いている。宮治氏の最終的な目的とするものはなにか、それはヒトが住みたいと考える地域づくりであった。

**枅尾** 宮治さんの取り組まれているバーベキュープロデューサー事業の現状についてお聞かせ下さい。

**宮治氏** 月に一度、バーベキューの案内と近況報告を兼ねて、友人知人お世話になった方、みやじ豚を食べてくださった方に対してメールニュースを発行しています。昨年の8月には950名程度だった読者が、2000名を超えました。このメールニュースでイベントの集客を行っています。今年に入ってイベントは月に2回から多いときは5回開催し、1月から6月までの半年間で延べ800人を超える人にみやじ豚を食べていただきました。そして7月から、みやじ豚を自宅で食べたい方にも直販できるようになりました。これで、みやじ豚のファン、サポーターの方には、これまでの単なる豚肉とは違う価値と価格で、我々の思いを届けることができるようになると思います。これで、みやじ豚で生産から生活者の口に届けるまでを一貫してプロデュースする成功事例ができます。

**枅尾** と、いうとその先があるのですね。

**宮治氏** はい、二つの事業を考えています。一つが畜産業、農業の改革。もう一つが地域の活性化です。

私は、バーベキュープロデューサーのようなブランド化の仕組みをあらゆる養豚家、あらゆる農業に広めることができないかと考えています。多くの農家で、

自分のテーマをかけたこだわり商品を安心、安全という付加価値と共に、信頼でつながったお客さまに提供する。そうすれば、二つのK「感動」「稼ぐ」が実現する。そして同時に、そういった川上から川下までの仕組みをマーケティングやプロデュース業として農家が構築することで初めて、最後のK「カッコいい」が生まれると考えています。

そして最後が地域の活性化です。

農業が新しい3Kとなる。そうすれば、もちろん農家をやりたいと思う人が増えるでしょう。しかし、農業というのはその土地に住むのが基本です。その土地が好きでなければ住みたいとは思えません。すると、農業はできません。例えば藤沢で農業をしてもらうためには、藤沢を好きになってもらって藤沢に住んでもらわないといけないのです。藤沢という地域が魅力的でなければ、農業をやりたい人も住めないのです。農業をしているときに接する、花や土、空気といった自然はもちろん、その土地の歴史風土をいかし、どれだけ魅力を発見し、磨き上げていけるかに農業の未来があります。ですから、今後は地域の活性化を農業の新しい3K化と同時にやっていく必要があると考えています。農業の活性化と地域の活性化は車の両輪のようなものなのです。

宮治氏が「みやじ豚」を立ち上げるときに語ったことば、人の縁。しかし同氏が重要視する人の縁は、同氏がみやじ豚、そして日本の畜産業界の改革にかける思い入れが創り出したものに他ならない。みやじ豚の成功、それによって日本の畜産業、農業が新しい3Kに近づくそのときこそ、日本のあるべき姿像が見え始めるのかもしれない。



“バーベキュープロデューサー事業”のひとコマ