

新・農業経営者ルポ／第210回

ニッポンの農業をかっこよく！
牛飼いの次男坊の挑戦

ニッポンの農業をかっこよく！　牛飼いの次男坊の挑戦

グループ全体の年商約345億円、従業員数約1400名。60ほどの農場を持ち、約1万8000頭もの牛を飼育している。関連会社は21社。この数字は、鹿児島県を拠点に畜産を手掛けるカミチクグループのものである（2021年実績）。事業をここまで大きくしたのが、代表の上村昌志だ。畜産業界が抱える課題と正面から向き合い、革命を起こそうと走り続けている。

文・写真／新森雄大、写真提供／㈱カミチクホールディングス

畜産の6次産業化

「全部やる、生産も加工も販売も」

それがカミチクグループの特徴だ。いわゆる「6次産業化」であるが、この考え方自体はそう珍しいものではない。規模の大きくない農家でも、加工品販売・直売所・農家レストラン・農業体験などを手掛けているところはけっこうある。だが、カミチクグループは、そんな6次産業化の一般的なイメージとはどこか違う感じがする。

グループは㈱カミチクを中核とし、同社は食肉加工・卸売・商品企画などを手掛ける。生産部門は㈱カミチクファームなどが担当し、繁殖から肥育までの全てをこなす。さらには飼料も自給する。肉牛のほかに養豚を行なう会社もグループ内にある。また、「好価格」という考え方も大事にしている。生産者も販売者も消費者も、みんながうれしい価格というものだ。

カミチクのブランド牛肉には、A4以上の高級和牛である「薩摩牛」「薩摩牛　極」、オーストラリア産Wagyuを鹿児島で肥育した「南国黒牛」、飼料用米を多く与えて育てた交雑種の「玄米黒牛」などがある。最高級品も、手頃な価格のものも取りそろえている。

販売は量販店や飲食店へ卸すだけではない。カミチクの肉を広く食べてもらえるような提案も仕掛ける。関連会社で焼肉店を運営し、関東や関西を中心に展開。「うしのくら」「うしかい」「ビーファーズ」「BeBu-Ya」「かみむら牧場」などを擁し、海外にも店舗展開が始まっている。

かみむら牧場はワタミ㈱との合弁会社であるワタミカミチク㈱が運営する焼肉食べ放題の店だ。こちらは2020年6月に1号店がオープンし、感染症対策を徹底した店舗システム（非接触接客や換気など）でも話題になっている。カミチクファームが育てた肉をたっぷり食べられるとあって、人気も上々だという。現在進行形で店舗数を伸ばしている。

ほかにも、香港やベトナムなどに海外法人を構え、世界に向けて和牛の魅力を伝えている。

冒頭に掲げた疑問に戻る。カミチクの6次産業化は、ほかと何が違うのか？　事業内容からその回答を見出すなら、スケールの大きさや挑戦的な取り組み、といったところだろうか。だが、それだけではない感じがするのだった。

根っこにあるのは、牛飼いの誇り

「毎晩ね、父が焼酎を飲みながら言うんです。農業は生命の源をつくる素晴らしい仕事だ、と」

代表の上村昌志は語り出した。牛飼いである父の思いが原点なのだという。上村は鹿児島県谷山市（現在は鹿児島市に編入）の生まれになる。肥育農家で100頭ほどの牛を飼っていたが、経営は苦しかったという。上村の父は農業の素晴らしさをとうとうと語ったあと、「自分で値段をつけられない。だから農家は大きくなれん。お前たちの代で変えられるよう、



カミチクグループ代表 上村 昌志　鹿児島県鹿児島市

かみむら・まさし　1958年8月、鹿児島市生まれ。全国食肉学校を卒業後、会社勤務や共同経営を経て、85年に食肉卸売会社である㈲上畜（現・㈱カミチク）を設立。生産にも参入し、93年には㈲錦江ファーム（現・㈱カミチクファーム）も設立した。販売店や飲食店の運営にも乗り出し、事業領域を拡大させていった。活動エリアも鹿児島から九州全域、全国、そして世界へと広げている。

兄弟力をあわせて頑張れ！」と言うのであった。

上村家には3人の兄弟がいた。昌志はその次男である。父は長男に向かって「お前は家業を継いでいちばんの肥育農家になれ！」、次男の昌志には「卸売の会社を作って、兄貴の牛をしっかり売るんだ！」、三男には「肉に付加価値をつけられる商売をしろ！」と言い続けた。ここに、後のカミチクグループの原形がある。

「毎晩これを聞かされるもんだから、その気になる。まんまと牛飼いの誇りを植え付けられました」と上村は笑う。父が苦労している姿をずっと見てきた。悔しい思いもよくわかっていた。

また、こんなこともあった。上村が憧れていた同級生の女の子が、家の前を通るときには鼻をつまむのである。「臭いよね、汚いよね、でも、しょうがないよね、農業だから」と言われた。この出来事を、上村はずっと忘れられない。悔しさから「農業をかっこいいものにするんだ！」という思いも強くなったのだという。

父の言うとおりに長男は肥育農家を継いだ。現在は㈱上村畜産として運営。カミチクグループとは別会社だが、牛の仕入れ先になっている。そして、次男の昌志は食肉卸の会社に就職した。しばらく勤めたのち、23歳のときに共同経営の会社を起業。さらに26歳で独立。自身で食肉卸の事業を始める。三男もその仕事を手伝った。こうしてカミチクグループの歴史が動き出した。



グループを統括する㈱カミチクホールディングスなどが入る社屋。2021年8月にできたばかり。

農場を切り拓く

食肉卸の業界は超大手ばかりだ。その中で起業した上村は「生き抜いていくには、何か特色が必要だ」と考えるようになった。肉を担いで営業先をまわる中で、市場のニーズと生産者の考えにズレがあるとも感じていた。そこで思いついたのが「売りたい肉を自分で育てる」ということだった。生産にも乗り出すのである。

92年、上村は山を買う。場所は鹿児島県日置市吹上町和田。販売業務の合間にここへ通い、社員とともに木を切って開拓した。それが農場の第1号だ（現在のカミチクファーム上和田農場）。

肥育農家に育ち、牛飼いのノウハウも思いも知る。さらに、世の中のニーズも見えている。生産はすぐに軌道に乗った。翌年には生産部門を法人化し、これがカミチクファームの前身となった。



㈱カミチク加工センター。ここで食肉加工を行なう。

思い通りに牛を生産するためにはすべてに目が届くようにしたいと考え、繁殖から出荷までの一貫生産体制を構築していく。飼料にもこだわる。飼料メーカーや研究機関とも連携し、データ分析をしながら改良を重ねていった。

挑戦する、提案する

「生産者はA5の和牛に憧れます。その需要はもちろんありますが、じつは手頃な価格でそこそこ美味しい肉も求められている。A2やA3の和牛、ホルスタインや交雑種がよく売れるんです」



商品である「薩摩牛」の肩ロース。

ニッポンの農業をかっこよく！　牛飼いの次男坊の挑戦

上村はこんな話もした。また、牛肉の好みも人によって様々である。あっさりとした口当たりの肉を好む人もいる。

カミチクグループは新たな品種・育成法にも果敢に挑戦する。そのひとつが「南国黒牛」だ。オーストラリア産Wagyu（注：フルブラッド・ピュアブリード、和牛の遺伝子を93％以上持つ）の子牛を当地で10カ月飼育したのちに輸入し、鹿児島で肥育する。子牛の購入費が抑えられ、価格も和牛に比べて安く設定できる。分類は国産牛となるが、きめ細かな肉質と旨みは高級和牛にも負けていない。

乳肉一貫体制の生産にも取り組む。カミチクファーム伊佐農場では酪農を行なっており、乳牛に和牛の受精卵を移植して出産させる。生産コストを抑え、安価で美味しい牛肉を提供している。

顧客からの要望を受けて、店舗などにオリジナルブランド牛も提供可能だ。飼料の配合や与え方の調整など、肥育の自由度が高いことから実現できるのだという。

九州の飼料で育てる

ある日、農研機構の研究員から「阿蘇を見にいきましょう」と誘われ、上村は行くことにした。熊



カミチクファーム湯之浦農場（鹿児島県日置市）を見学させてもらった。やや高台にあって、東シナ海も見える。ここでは850頭の和牛を飼育しており、牛舎に近づくと牛が寄ってきた。大事に育てられていることが感じられる。



カミチクファームのTMRセンター。独自に配合したTMRをここで作っている。



阿蘇の飼料耕作地。

本県の阿蘇には美しい風景が広がっていたが、耕作放棄地もあちこちにあった。「畜産農家が安価な輸入飼料を使うからこうなる」と説明を受ける。そして、「畜産農家が覚悟を決めて契約しないとこの流れは止められない。カミチクさんが契約してもらえませんか」と相談を持ち掛けられたのである。

阿蘇の粗飼料組合を紹介してもらい、上村はその場で6人の生産者と契約した。できた飼料をすべて買い取るかわりにカミチクからも要望を出す条件だった。研究データをもとに、生産方法について細かく指示を出したりもした。

飼料生産者と畜産農家ががっちりと手を組んで協力することでいい関係が構築された。最初の契約があった2000年頃から、飼料生産者との契約は増えていく。現在の耕作者数は500を超える。

コスト的にはどうなのか？　上村は「やっぱり高くつきました、最初の頃はね。畜産関係者からも、きれいごとを言うな！ってバカにされましたよ」と振り返る。

それでも、この決断に踏み切ったのには理由がある。世界の人口統計を見て、危機感を覚えたのだ。日本の人口は減少傾向で、耕作放棄地が増えるの明らかである。一方、世界では人口が増加しており、食糧危機が懸念される。そうなると、輸入品の価格は高騰し、入手そのものが難しくなってしまう可能性もある。あとになって困らないように、国内の産地を守る必要があると考えたのだ。

コストを抑えるためにも知恵を絞った。発酵TMRを製造する施設を社内に置き、焼酎かすやデンプンかすなどの食品残渣を安価で買い取って混ぜている。出荷後の回送便を活用するなど、輸送コストの面でも努力した。

九州産飼料への取り組みは、最近になって成果が見えてきた。輸入飼料の価格が高騰し、飼料代は自社製のほうが安価になった。



冷凍加工品の「厳選和牛コロッケ」。業務用向けを中心に加工食品も展開。



カミチクファーム伊佐農場（鹿児島県伊佐市）。コメをたっぷりと含んだ飼料を与え、ミルクはあっさりとしたやさしい味わいに。



伊佐農場のミルクを使った乳製品も人気。ナチュラルチーズを中心に販売している。

コロナ禍で見えたこと

新型コロナウイルス感染症の流行はカミチクグループの業績にも大きな影響を与えた。外食向けの食材の出荷は止まり、運営する飲食店も休業を余儀なくされた。それでも、従業員を解雇することなく、給料を減らすこともなく、なんとか乗り切ることができている。

「始めたことはやり通す、という姿勢で私はずっとやってきました。でも今回は、辞める選択も必要だと思い知らされました」

辞めたことのひとつが、鹿児島県内の飲食店の閉店である。店舗従業員はグループ内の他職場へ配置換えした。飲食店部門は東京の関連会社が統轄していたこともあり、鹿児島での対応が困難になった。「従業員が振り回されてかわいそうだった。働く人が幸せにならない商売はしたくない」と上村は話す。また、「体制が中途半端だったことが露呈した」とも。ここでの反省は次へと活かされ、鹿児島に新店舗を計画している。

ニッポンの農業をかっこよく！　牛飼いの次男坊の挑戦

ここ数年、上村は日本全国を飛び回り、海外出張も多かった。それが移動制限もあって不可能になると、鹿児島県内を中心に現場を回る機会を増やした。すると、問題点がどんどん見つかる。

大急ぎで課題解決に動いた。ずっと突っ走ってきた上村にとって、「コロナ騒動は立ち止まって事業を見直すいい機会になった」のだという。

そのかいもあって、コロナ禍以降、カミチクグループの純資産は約14億円増えた。新会社も7社設立するに至った（関連会社も含む）。



伊佐市から物産館を引き受けて「伊佐牧場 直売所」として運営。カミチク自慢の肉や伊佐農場の乳製品を販売する。購入した肉を店舗で焼いて食べる「セルフ焼肉」も人気だ。

九州の農業を元気にする

農業を「若い人が憧れ、夢を持てる産業にしたい」と上村は言う。

カミチクグループは「日本の農業を強く、優しく、かっこよくする」という使命を掲げている。そのための活動を社内から進めていくとともに、業界全体へも広げていこうとしているのだ。

畜産の発展に向けて、95年に南九州国産牛生産販売確立協議会を立ち上げた。大規模な勉強会で、現在の会員数は39、飼育頭数の合計は約4万7000頭に上る。業界全体で革新的な取り組みに挑戦し、カミチクグループの6次産業化で形になったことも多い。



東京都内にある飲食店の「うしのくら麻布十番店」では、落ち着いた個室でカミチクの和牛を堪能できる。「4%の奇跡」というA5等級BMS10以上の最上級ランクの肉もある。

「たくさんの素晴らしい人たちと出会え、助けていただきました。今があるのはそのおかげ」と上村は振り返る。さらに続ける。

「そんな方々と協力して、業界の課題解決にもっと踏み込みたい」

2020年7月、九州の農業を元気にすることを目的に新会社を設立した。㈱九州ファームソリューションである。高齢化・事業承継・人材不足などの課題の解決に向けて、あるいは経営を見直して強い農業への転身に向けて支援する。この事業には食肉加工販売・飼料メーカー・人材派遣・商社・銀行・会計事務所・農業コンサルタントなど幅広い分野の企業・団体が参画している。



大阪府内にある直営のスーパーマーケット「生鮮市場richばんばん」。カミチクの肉のほか、選りすぐりの鹿児島の食材を提供する。

事業開始からすでに多くの相談が寄せられている。例えば、倒産寸前の牧場があった。また、種牛業者が後継者不在で廃業を考えていた。この2件の相談については、カミチクグループが会社を購入して対処している。事業の立て直しを図り、1年で黒字化した。

「ニッポンの農業には大きな可能性があります。課題は山積みですが、業界のみんなで取り組めば解決できるはず。業界を守り、発展させることは、関わるすべての人を幸せにすると信じています。この業界で働く人も、産地を抱える地域の人も、売る人も消費者も、みんな笑顔にしたい」

この事業は、上村が最もやりたかったことなのだという。九州ファームソリューションの人材募集には、全国から応募があった。

「農業への熱い思いを持った若者が多い！　うれしいですよね」と上村は期待を寄せた。（敬称略）