

【海外拠点】山口銀行青島支店、山口銀行大連支店、山口銀行香港駐在員事務所

【現地駐在】TTB 銀行(タイ・バンコク)、HD 銀行(ベトナム・ホーチミン)



【青島支店】

中国ビジネスにおける挑戦者インタビュー/秋川牧園(常州)農業有限公司、張建友副総経理

株式会社秋川牧園（本社：山口県山口市）は、安心安全な食べ物づくりのパイオニアとして、無農薬無投薬の食品の製造・販売を手掛けています。同社は現相談役である秋川實氏が、ご実父の意思を継ぐ形で 1972 年に一念発起し創業。常に時代を先取る形で安心安全な食べ物づくりと向き合ってきました。今回は、株式会社秋川牧園が現在進行形で挑戦している、中国における中国国内向けの若鶏の無投薬飼育の展開について、その苦労や精神、中国での事業展開の魅力を、現地、常州で責任者を務める張建友副総経理にインタビューさせていただきました。



張建友副総経理（常州事務所にて）

1. 秋川牧園（常州）農業有限公司の設立について

戦時中幼少期を中国大連で過ごした創業者である秋川實(現：秋川牧園相談役)が、2009 年 12 月（当時 77 歳）、香港の食品展示会へ参加し、市場価値を見出し、ゆかりある中国での事業展開を決意。中国における若鶏の無投薬飼育の挑戦がスタートしました。最適地の選定、当局との交渉、協力企業探しなど、頻りに中国へ足を運びました。2011 年には合弁協議の最終段階まで到達したものの、その時の中国では「安心安全な食への意識はまだ十分に高まっていない」との判断に至り、断念。その後 2016 年からの香港への輸出開始を経て、2017 年 2 月、「機は熟した」と再挑戦を決意。同年 4 月より私もチームに加わり、夏には協力企業の選定を終え、12 月には法人設立、販売開始に至りました。

中国進出プロジェクトチーム 5 名のうち私を含めた 3 名は、当時、山口大学に在籍する留学生で、秋川牧園でアルバイトをしていたメンバーでした。そのため、日本の文化はもちろん、秋川牧園の企業文化を理解していたため、関係当局や営業先に対して、アルバイト経験に基づき、日本本社の意思を、より深く伝えることが出来たのではないかと思います。秋川牧園が、日本で開発した無投薬飼育の技術を、安定的に中国で実現するには数多くのハードルがありましたが、3 名のうち 1 名は、事前に日本の農場で研修した上で農場専属となり、現地採用したスタッフを教育しながら実現に向けて尽力してくれたことが成功につながったと思います。

2. 「秋川鶏（秋川牧園が飼育する無投薬の若鶏）」について教えてください。

鶏は、病気になるリスクを減らすために一般的に抗生物質を餌に混ぜて飼育されることが多いですが、当社では、抗生物質等を与えずに飼育する方法を1980年代に確立しました。中国では年々食の安全に関心が高まりつつありますが、薬を使わずに飼育する若鶏は少ないため、ここにビジネスチャンスを見出しました。現在、当社の若鶏は「秋川鶏」という名前で日本式飲食店を中心に販売しています。

（1）温度と湿度の管理、鶏舎の清潔を保つ

無投薬飼育にあたって最も重要なのは、鶏が病気にならない環境を整えることです。温度・湿度を小まめにチェックしている他、鶏舎の床や1鶏舎あたりの飼育数などにも当社のノウハウを生かして、鶏にストレスが掛からないよう留意しています。



張副総経理ご提供 鶏舎の様子

（2）飼育全期間無投薬であること

当社の飼育過程では、中国においても、全期間抗生物質等を使用していないことを誇っており、当地における若鶏の無投薬飼育のモデル企業となっています。また「秋川鶏」は、特に旨味が凝縮されており、鶏油・肉の味はもちろん、料理の段階から香りが段違いであるご評価頂いています。



張副総経理ご提供 スーパー陳列の秋川鶏

3. 販路拡大について肌感などを教えてください。

中国国内でも、民間の認証会社による認証の下、様々な企業から「無抗鶏(※抗生剤を使っていない鶏)」の販売は行われています。しかし、現時点での中国の無抗鶏は「出荷前数日間抗生剤が与えられていない鶏」「抽出検査により抗生剤数値が基準以下の鶏」に認証が下りています。秋川鶏とそれらの鶏が市場に出た時、その違いは消費者にとっては分からないのが実情となっています。特に、スーパーの店頭においてそれらの「無抗鶏」と「秋川鶏」が並んだ場合には、同じように「無抗」と謳うにも関わらず当然ながら価格に差が生じます。日本において国産か外国産かを確認して購入するケースがよく見られるように、中国においても消費者が、生産エリアや生産日時、消費期限を見て購入する傾向はありますが、生産者やその背景（鶏肉の生育過程など）を調べて購入するケースはまだまだ少ない状況です。食文化という課題にも直面しています。前述の通り秋川鶏はやきとりやチ



筆者撮影「タオバオ」の秋川鶏

キンステーキといった素材そのものを楽しむ料理に向いていますが中国の食文化では、強い香辛料と一緒に焼く、煮るといった料理に使われることが多く、素材の旨味と香りを覆い隠してしまいます。これでは秋川鶏の味の魅力を活かしにくいと思います。

現在の販売先の多くは素材本来の味を活かしやすいやきとりを取り扱う日本料理屋ですが、今後はネット販売にも力を入れる予定です。最近では「TikTok」や「小红书」などのSNSにて宣伝された商品を同ページ内のリンクから購入することができます。利用者がページを見て秋川鶏の特徴をしっかりと理解し、時には調理方法に関心を持ったうえで購入するという一連の流れが、秋川鶏に特に向いていると感じています。まずは口に入れて頂かなければ最大の良さを実感してもらえませんが、インフルエンサーを活用したブランディングや日本と同様に需要の伸びている冷凍食品の生産にも挑戦していきたいと考えています。

4. 今から中国進出をお考えの企業へアドバイスはありますか？

まずは商品の商標登録を行うことです。人気の日本酒など、有名商品に近いネームは同業者により先行して商標登録がされており、希望する商品名での展開が出来ない可能性があります。真に展開したい商品に関連した商品名も同時に登録すると良いと思います。その他、コストの安さのみを優先させて内陸部から進出を検討することは危険です。情報の集中度、行政の完成度などを考えれば、都市部の方が結果的にコストの面、タイムパフォーマンスの面、成功率の面で優位性があると思います。

中国という国は最近でこそ「脱中国」という言葉が使われる通り、「人件費の安い中国で生産し、日本を含めた世界に輸出する」というビジネスモデルは、成り立たなくなっています。一方で、「14億人のマーケット」という観点ではどうでしょうか。日本においでますます人口が減少している状況を考慮すると、チャレンジする価値は十分にあると思っています。自信と信念があればその道は開かれると思っていますし、そこに遅すぎるということありません。我々の中国事業は今はまだ発展途上ですが、「私たちは必ず中国の皆様に必要とされる」と思ってやっています。

5. 取材を終えて

設立当時の状況についてお聞きした際に「若鶏の無投薬飼育は必ず出来ると思っていた」「絶対にやりきらないといけないと思っていたことは覚えているが、苦労したことについては覚えていない」と、お答え頂いたシーンがありました。その発言から、中国にも安心安全な食を届けたいという信念と、個人創業から50年以上に亘り積み上げられてきたノウハウからもたらされる絶対的な自信を感じたこと、またそれらの精神は海外市場へ挑戦することにおいて非常に重要な要素であることを感じました。

自然環境に大きく左右されるモノを扱う中で、安定的に市場へ供給し、無投薬であり続けることは筆者が想像する以上に難しいことだと思います。この記事で、安心安全な秋川鶏が中国無抗鶏市場に、今も立ち向かっていることを多くの方に知って頂き、応援の一助になれば幸いです。

山口フィナンシャルグループでは、お客様の海外事業展開を引き続き応援させて頂いています。ご関心のある方はぜひお取引店へお問い合わせください。

(山口銀行青島支店 平田 理)

秋川牧園 HP <https://www.akikawabokuen.com>

