

バイオマス技術で樹皮から粗飼料を開発し 畜産・農・林業の収益力向上に貢献

偶然から生まれた炭素飼料『ネッカリッチ』

「土壌が改良され、パリッとしていながら、葉の柔らかいレタスができるようになった」「豚の下痢が減り、豚舎の悪臭も減った」

宮崎みどり製薬(株)が製造販売する植物性混合飼料『ネッカリッチ』のユーザーからは、その効能を証明するコメントが多々寄せられているが、原料となる樹皮(バーク)に、動植物の成長を促す働きがあることがわかったのは、全くの偶然であったという。

着目したのは創業者の廣崎可也(かなり)さん。2代目の岩切(いわきり)好和さん(現会長)、そして山口さんへと引き継いで続けた研究開発の結果、製品化に成功した。

「創業時の当社の社名は九州産業(株)といい、製紙用チップの製造を手がけていました。紙の原料となるのは樹木の中心部で、製紙の工程で使われない樹皮は産業廃棄物でしたが、その処理に投資をするような時代ではありません。雨ざらしの状態で放置された樹皮が発酵して、隣接する田んぼに黒い液が流れ込んでしまったのです」

田んぼの持ち主からクレームが出たが、実際に刈り取りをしてみると3割の収穫増で、しかも3等米が2等米にグレードアップしていたという。

「そこで、樹皮に植物の成長を促す成分があるのではないかと初代は考え、樹皮の炭化事業を行う熱化学部を設けたのです」

「熱化で豊かに」という意味を込めて名づけられ

『ネッカリッチ』は51年に動物用医薬品許可を取得し、販売を開始した。ところが翌年、東京本社を撤退し、本社でも大幅なリストラが行われた。

「それを機に、宮崎みどり製薬(株)に社名を変更したのですが、人材不足のため私自身が営業にも出向くようになりました。十分な予算もないままに出張で飛び回り営業ルートを開拓する日々が続きました」

地道な努力の結果、全酪連や全農、大手商社を通じて販路を拓き、『ネッカリッチ』は宮崎大学農学部との共同研究開発を経て、昭和57年に動物用混合飼料『スーパーネッカリッチ』として、60年には植物用特殊肥料『サンネッカE』として発売された。

さらに、「杉のおが粉が牛の飼料に使える」という声を聞き、杉の間伐材で新たな粗飼料の開発に着手。産学共同で研究を進め、科学技術振興機構(JST)などの補助金支援を得て、平成15年には牛用粗飼料『ウットンファイバー』を開発。翌年から販売を開始し、「成長が早く、甘味のある肉質になる」と好評を得ている。

ユーザーの認識向上と、知名度アップをめざして

今年5月に3代目代表取締役社長に就任した山口さんは、今でも4名の営業マン(全従業員は40名)を率いて、自ら自社製品の売り込みに汗を流す日々を送っている。

「製造の現場で、計算とおりの結果が必ず出るとは限りません。顧客の情報を製造担当者に伝えて、こうすれば売れるという実績を示すことが大切です」との営業主導の販売方針で業績を伸ばしてきた。

自ら「完全なトップダウン」といってはばからないが、それはワンマンという意味ではなく、情報伝達

た『ネッカリッチ』は、樺、椎などの常緑広葉樹皮を炭化処理し、その過程で得られた木酢液を混合してつくられる。日本で唯一、農林水産省の認可を受けているこの炭素飼料は、約280種の有機酸・有機化合物群と、10余種のミネラルを含んでいるという。

「動物でいえば、乳酸菌(プロバイオティクス)が腸内で飼料をイオン化することで栄養素が消化吸収されます。それは植物の場合も同じで、このイオン化を活発にする役割を果たすのが『ネッカリッチ』なのです」

苦境を乗り越え、自ら営業ルートを開拓

創業者の廣崎さんは鹿児島高等農林学校を卒業すると台湾へ渡り、営林署の署長を務めた。帰国後、昭和33年に九州産業(株)を創業した。

製紙用チップ製造の傍ら、『ネッカリッチ』の研究開発を始めると、昭和45年に熱化学部を広崎総業(有)として独立。そこでは、木酢液を原料とする健康飲料水の製造も手がけた。

山口さんは、49年に九州産業(株)に入社する。その頃、『ネッカリッチ』は販売に向けて準備が進められていたが、東京の大学で金属工学を学んだ目に、その将来性は感じられなかったという。

「抗生物質が全盛の時代でしたし、その対極の炭で生物を活性化するというのは、有機化学を勉強した人間からはありえない話にしか思えませんでしたね」

の大切さを表現する言葉だ。

「トップの言葉が末端に1割しか届かないとすれば、その企業の勝率は1割。それがイコール利益なのです。10割の利益をあげるためには自分の意志を100%伝える必要があるのです」

そして、100%の情報伝達のために必要なのは、従業員の待遇向上でもあると語っている。

今では『ネッカリッチ』と『ウットンファイバー』の将来性について、「原料のある限り、なくなることはないだろう」と山口さんは見ているが、「当社の製品を買ってくださるエンドユーザーにしっかりと認識してもらい、使い続けてもらうことが大切」と、基本に立ち返ることを忘れてはいない。

自ら陣頭に立つて営業力を強化する一方、今月には大阪の流通部門である(株)がんこ村(昭和62年設立)をネッカリッチ(株)と組織変更するなど、ユーザーとの結びつきをさらに強化する方針を示している。社内では、執行権を行使できる人材育成も課題の1つだ。

宮崎県の地域ブランドの知名度を全国的に高めることは、山口さんの願いでもある。

「宮崎信用金庫さんには日頃からお世話になっていますが、体力と、風を読む感覚に自信がある間に、製造メーカーとしてもっと力をつけていきたいですね。それこそが宮崎の雇用促進、活性化につながるはずですから」との信念をもって、さらなる躍進を誓っている。

所在地 宮崎市大字赤江飛田945
TEL 0985(53)4133
FAX 0985(53)4124
URL <http://www.midorinm.co.jp/>

(宮崎信用金庫大塚支店に日本フルハッシュに加入)



『ウットンファイバー』の製造工程



『サンネッカE』で色良く育ったトマト



がんこ村での販売風景



『サンネッカE』のユーザー