

SDGs から見える 10年後の会社の未来

本連載では、SDGsを実践する企業の事例を紹介させていただいております。

今回は、国内最大の養蜂家企業である株式会社杉養蜂園。蜜蜂の飼育から、蜂蜜製品の製造、流通販売まで、全工程を自社で行う、6次産業化(※)のモデル企業としても有名です。

※6次産業化…1次産業の農林漁業、2次産業の製造業、3次産業の小売業等の総合的かつ一体的な推進を図ること(1+2+3=6次産業)

シンワラボ 株式会社 代表取締役 加藤 シゲキ

第2回 株式会社 杉養蜂園

■代表取締役社長 米田 弘一

■本 社／熊本市北区貢町571-15 TEL 096-245-5538

■URL <https://www.0038.co.jp>



米田社長

株式会社杉養蜂園は、1946年、創業者（現顧問）杉武男氏が熊本で、3箱の巣箱から創業。現在、国内店舗73店、テレマーケティングセンター4箇所。海外店舗は、香港、シンガポール、タイの3カ国で展開。ニュージーランドでは、2019年、現地法人を設立。地元養蜂家との共同養蜂事業を行い、マヌカハニーを日本へ輸入。そうしたグローバル事業の展開は、米田弘一社長が1990年、

会社概要

大手生保から杉養蜂園へ入社してからの足跡
そのものである。

「杉養蜂園に移り、最初に任された仕事は、糸瓜ヘチマを販売することだった」米田社長のインタビューは、全く予想もしない話から始まった。当時、会社には糸瓜の在庫が積み上がっていた。減反政策から収入減に苦しむ農家の助けになればと買い取った大量の糸瓜の実。一つでも多くの糸瓜を販売すべく、まさに糸瓜を担ぎ、全国を行商に走り回る日々がスタートする。

当時は、店舗やテレマーケティングセンターも無く、九州の観光地やデパートの物産展で、熊本県の名産品として蜂蜜を販売する会社。大手流通企業から全国の観光地の土産物屋まで、米田社長は、日夜、飛び込み営業を続け、何とか糸瓜を売り切る。流通企業とのパイが出来ると、今度は品物が足りなくなり、糸瓜を仕入れるのに、中国の産地を飛び回ることになる程の営業成果。「全国の観光地や温泉を回るなか、人が集まる場所に蜂蜜を販売する店舗を作れば、安定して売れる」米田社長の糸瓜行商は、現在の杉養蜂園のグローバル展開の原点となる。

また全国の観光地にある直営店舗は、大きな副産物も生み出している。インバウンドで訪れた外国人旅行者から「自国で杉養蜂園の店を出したい」との申し出である。有名観光地を訪れると杉養蜂園の店舗があり、その信頼感から、中国やアジア各国での共同事業や販売代理店の要請となり、海外部門の売上げ拡大へとつながる。

SDGs活動内容について



養蜂事業へのこだわり
「健やか農蜂業」

相対性理論のアインシュタイン博士は「もし蜂が地球上からいなくなると、人間は4年以上、生きられない」蜂や鳥の生態も研究していた博士は、蜂が食物を作る（交配受粉）のに不可欠な存在であることをメッセージとして残した。世界の食糧の9割をまかなう100種類以上の作物のうち、70種類以上は蜜蜂が受粉を

媒介（2011年国連環境計画報告書）。

そんな蜜蜂の飼育を自前で行う杉養蜂園では「蜜蜂が健康的に生きられる自然環境を存続させることこそ生命線」と米田社長は言い切る。「健やか農蜂業 大自然の中では、養蜂業も農業もひとつ」として、創業以来、引き継がれる独自の生産哲学。長年に渡り、蜜源となるレンゲの種を米作農家へ配布し、環境保全



蜜蜂による花粉交配 いちごの花



植林活動

に努める。同時に年間約200本の植林活動も続けるが、蜜源植物は減少し続け、蜜蜂の飼育環境は年々、悪化している。

また温暖化が原因と言われる、大型台風や急激な豪雨、農薬や害虫（特に外来種）、と予測不能な外敵からいかに蜜蜂を守り育てていくか、生き物を扱う難しさはより増している。年々、猛暑日が多くなり、阿蘇の高地へ巣箱を移動させる期間も長くなった。また夏場は、熊本から秋田、北海道へと、蜜源植物の開花に合わせ、養蜂場を北上させる。こうした弛まぬ努力にも拘わらず、蜜源の花が全く咲かない年や蜜蜂の飼育が不調な年を何度も経験。

結果、良質な蜂蜜を求め、世界中の産地での調査を始める。

「フランスやスペイン、またニュージーランドでも強く感じるのは、都市のすぐ隣に自然豊かな田舎を残していること。新鮮な食材を直ぐ確保できる環境を整えている」米田社長は、日本を含め、アジア諸国が、自然を破壊して大都市化する弊害を強く感じている。



純粋なものを純粋なままに

「蜂蜜に加熱や混ぜ物をしない。純粋なものを純粋なままに」米田社長から何度も繰り返された言葉。蜂蜜が持つ天然の酵素や成分を壊さないことへの配慮である。

製造部門は、工場というより、まるで研究所のような雰囲気。蜂蜜やローヤルゼリー、プロポリス等の蜂産品に加え、蜂蜜やローヤルゼリーを配合した自然派化粧品を生産する。その健康面での効能は、熊本大学医学部との共同研究や海外の論文からも証明されている。



工場風景

昨今、SDGsが社会で浸透するにつれ、容器や梱包等のプラスチックや紙の素材にも、様々な認証（※1）や規制が求められて来た。長年の海外展開から、紙袋のコーティング塗料でも規制対象となる等、より厳しい国際基準に採まれてきた経験が活きる状況となった。

2018年、杉養蜂園は6次産業化から高い付加価値を創出し、地域の経済成長を力強く

牽引する「経済産業省 地域未来牽引企業」として認定を受けている。

(※1) 認証の例：FSC 認証 紙や木材商品の原料が、持続可能性に配慮された森林から切り出された資源であることを示す。Forest Stewardship Council 森林管理協議会の略称



健康経営優良法人認定(※2) 「ブライト500企業」

「Well-being」は、2015年、国連

でSDGs宣言が行われた際、明記されたキーワード。心と体、そして社会的にも健康な状態を表す、幸福感を象徴する言葉。英語で蜜蜂はBee。杉養蜂園では、蜜蜂と人間が共に健やかに生きる状態を「Well-being」と表し

ウエルビーイング

「健やか農蜂業」のサブメッセージとしている。

また社員の健康増進に会社が投資する、健康経営(※2)を推進。歩数アプリを使った運動習慣作りや健康的なレシピ紹介の食育活動等。そうした様々な活動は、定期検診の結果につながっており、高く評価されている。全国のトップ500社、2021年健康経営優良法人認定「ブライト500企業」として選出された。

(※2) 健康経営優良法人認定：日本健康会議による、健康経営の活動が優良な企業を認定する制度。大規模法人部門と中小法人部門に分かれる。



女性社員が9割 蜜蜂の世界

杉養蜂園では、社員460名のうち女性は392名、全体の85%を占める。女性管理職も多く17名、全社の管理職の49%となっている。「女性を中心に採用してきたつもりは全

くなく、自然とそうなった。そもそも蜜蜂の世界は、女王蜂を筆頭に、働きバチである雌蜂が9割。雄蜂は1割だから」と米田社長は笑う。

健康や美容に関わる商品を扱うため、働きながら知識を得られると応募する女性も多い。実体験に裏付けられた専門知識が顧客サービスの土台となる。夫の転勤で、他県へ異動を希望する女性社員も。全国に拠点を持つ体制が、長く働き続けられる会社として、社員にも喜ばれている。

また杉養蜂園では、各部門の若手社員をメンバーとする「SDGs委員会」が開催され、様々な活動を行う。本社・工場がある熊本フー

パルの月一回の清掃活動や一昨年発生した人吉豪雨災害での復旧ボランティア、フードドライブ(※3)や小中学校への出前授業(※4)等。委員会では、社内向けSDGs啓蒙用の動画・ポスターを作成。今ではSNSで社外へSDGs活動ニュースも発信している。

(※3) フードドライブ：家庭で余っている食品を持ち寄り、地域の福祉団体や集まった食べ物の配布を行うフードバンクへ寄付する活動。

(※4) 出前授業：企業社員や専門的知識を持つ社会人が、教育現場で子供たちに授業を行う。



海外での養蜂事業 パートナーシップ

2019年、ニュージーランド政府協力の下、現地法人を設立。養蜂技術の共同研究を行い、マヌカハニーの採取を行う。マヌカハニーの取り扱いを始めたのは、日本での大ブームより随分前から。当時、現地から直接仕入れたマヌカハニーは、5年以上も全く売れなかった。品質の高さに惚れ込み、現地養蜂家との技術研究を続け、ブーム到来時には「マヌカハニー」と言えば杉養蜂園」その代表的なブランドと



ニュージーランド貿易経済促進庁本庁にて 米田社長(2019年)

なる。今では、マヌカハニーは国を代表する輸出産品として、ニュージーランド政府がその品質を保証し、認証を与えている。

そのルーツは、先住民が薬として重用。代々、養蜂技術は受け継がれ、現代に至る。

こうした伝統的な養蜂技術における国際協力が、地元の雇用創出や技術発展へ大きく貢献するパートナーシップ事業となっている。



「2021年度 JICA(※5)中小企業・SDGsビジネス支援事業」に「バナアツ共和国(※6)での、株式会社杉養蜂園による養蜂事業」が選出。案件名は「生物多様性保全と女性の社会参加に貢献する養蜂ビジネスのための案件調査」10倍を優に超える応募総数のなか、高評価での採択となった。

そのきっかけは、バナアツで観光業を営む日本人からの一通の手紙。「観光以外、産業に乏しいバナアツ。養蜂事業を是非、行いたいので協力して欲しい」仕事がなく、収入が乏しい現地の女性が自立できる仕事として、養蜂事業を思いついた日本人からの日本最大の養蜂家への熱烈なラブレター。その手紙を契機に、バナアツでの養蜂事業化調査が動き出す。

まずは、JICA「中小企業・SDGsビジネス支援事業の案件化調査(中小企業支援型)」へ応募。事業化調査を行うプロジェクトチームが編成された。ニュージーランドで養蜂事業を手掛けている経験から、現地での養蜂

事業が新たな雇用を生み出し、働く人の生活水準の向上へ貢献することは確信している。

約一年間、現地での自然環境や蜜源植物の調査を行い、養蜂事業化が可能かどうか見極めねばならない。「新たな挑戦として、若い世代に託してみたい」米田社長は次のステージを見据えている。

(※5) JICA(ジャICA)：独立行政法人国際協力機構 ODA 支援や海外協力隊で知られる。開発途上国への国内企業による技術供与や海外進出等、SDGs ビジネス支援を積極的に行う。特に事前調査費用については、様々な制度を設置。

(※6) バナアツ共和国：南太平洋に位置する国で1300 kmにわたって連なる約80島の島々で構成される島嶼国。人口約30万人。産業は農業と観光業と乏しい。



養蜂作業風景



SDGs委員会メンバー(前列左から人事部/秋田夕希子、販売促進インバウンド部/山田裕子、総務部/宮本奏子、企画部/前田華穂
後列左から物流管理部/木村宏平、製造部/山口起磨、養蜂部/古賀文隆、企画部/森彩美、人事部/古澤陽太)

■ 取材ノート

シンワラボ 株式会社 代表取締役 加藤 シゲキ

経済産業省 九州経済産業局 SDGsパートナー機関
健康経営エキスパートアドバイザー

<https://shinwalab.jp> mail:shigeki.kato@shinwalab.jp



「海外はボーダレス」米田社長の言葉が強く印象に残る。成長に限界なし。仕入・製造・販売とあらゆる段階で、海外とのパートナーシップから成長する余地は無限にある、との自負だと理解している。

国際協力機構^{ジャイカ}JICA「中小企業・SDGsビジネス支援事業」に限らず、日本の中小企業の技術を途上国の発展に役立てる様々な仕組みがある。国内で時代遅れとなりつつある技術も途上国では大いに役立つ場合も。国連工業開発機関UNIDO東京事務所「サステナブル技術普及プラットフォームSTePP」制度は、技術を登録(審査あり)、英語資料の作成や途上国への紹介を行う。また、国際協力機構JICAインド事務所では、日本企業とインド企業との連携を目的とする「SDGsビジネス共創ラボ(つながるラボ)」を設置。

日本で「枯れてしまった技術」が途上国の持続可能な発展に役立つ分野は幅広く、ビジネス展開により、SDGs 17ゴール課題解決を成功させるサポート体制が急速に増えつつある。