まる亀畜産　株式会社
『しがぎん』サステナブル評価融資

発行日：2024 年 9 月 30 日
発行者：株式会社しがぎん経済文化センター
産業・市場調査部

本文書は、まる亀畜産株式会社（以下、「まる亀畜産」または「同社」という）が滋賀銀行から『しがぎん』サステナブル評価融資（以下、「本ローン」という）を受けるにあたり、株式会社しがぎん経済文化センター（KEIBUN）が発行するものである。なお、『しがぎん』サステナブル評価融資とは、お客さまのサステナビリティ経営と有意義な目標設定に対し、外部機関による評価やモニタリングを通じた伴走支援により、企業価値の向上を後押しする融資である。

1.会社概要

社名および事業内容	飲食部門：焼肉店「カメチク」経営 ・まる亀畜産株式会社 牧場部門：近江牛の肥育と繁殖牛の飼育 ・亀井牧場 ・株式会社まる亀こうし牧場 ・株式会社光之介かめい牧場 ・株式会社真矢かめい牧場
所在地	飲食部門：滋賀県近江八幡市桜宮町 298-4 牧場部門：滋賀県近江八幡市大中町 594
創業	飲食部門：2016 年 牧場部門：1970 年
従業員数	グループ合計 58 人（2024 年 8 月末時点）

（1）事業概要

まる亀畜産は滋賀県近江八幡市に本店を置き「カメチク」の屋号で近江牛ホルモン焼肉店を経営し、1,700 頭もの近江牛を肥育する滋賀県有数の牧場である「亀井牧場グループ」のグループ企業である。亀井牧場のルーツは 1970 年に代表者亀井頌司氏の祖父、利男氏が近江八幡の地で創業したことに始まる。亀井牧場は 2 代目となる利次氏（頌司氏の父）が、高級和牛種である近江牛専門牧場として事業を拡大した。頌司氏は亀井牧場で修行を積んだ後 2013 年に独立し近江牛専門牧場「株式会社まる亀こうし牧場」を

Copyright © 2024 Shigagin Keizai Bunka Center CO.,LTD. All Rights Reserved.

設立した。2016 年には焼肉店「カメチク近江八幡店」を開業し、2020 年に飲食部門を独立させ、まる亀畜産を設立した。現在は 3 店舗の焼肉店があり、「カメチク近江八幡店」、「犇カメチク草津店」の 2 店舗に加え、2024 年 3 月に地元近江八幡市で「カメチク横丁」を開業した。新店舗では屋上に手ぶらで来店し「都市型 BBQ」が楽しめるオープンテラスや、最新の瞬間凍結機や真空包装機を導入した精肉厨房を設けている。焼肉店と合わせて近江牛精肉店を併設しており、これまで商品化できなかった塊肉のネット販売などECサイトでの販売も強化していく方針である。同社では新店舗を通じ近江牛を更に広めるとともにそのブランド力を高め、地元や畜産農家を活性化させたいと考えている。

■カメチク横丁

〔出所：同社ウェブサイト〕

まる亀畜産の特徴は、近江牛をリーズナブルな価格で提供できることである。近江牛専門牧場「亀井牧場グループ」の直営体制により、同牧場から仕入れる新鮮な近江牛を直営店ならではの価格で提供している。また、真空パックにして冷蔵で届けられる生肉を開店直前にカットすることや、朝にと畜されたホルモンをその日のうちに提供するなど、新鮮さにも徹底してこだわっている。

■カメチク近江八幡店

■牧場の牛舎

〔出所：同社ウェブサイト〕

Copyright © 2024 Shigagin Keizai Bunka Center CO.,LTD. All Rights Reserved.

【近江牛について】
　近江牛は約 400 年の古い歴史がある。江戸時代は肉食が禁止されていたが、彦根藩は牛肉を養生薬の名目で将軍家などに献上をしていた。滋賀県は豊かな水に恵まれ、古くから稲作が盛んで、稲ワラが牛の飼料として用いられてきた。近江牛の特徴は脂の融点が低く、牛肉の香りや風味に関与していると言われるオレイン酸を多く含んでおり、神戸牛、松阪牛とともに日本三大和牛の一つとされている。

（2）企業理念

　まる亀畜産は「本当に美味しい牛肉を生産し、お届けする」ことを目指し、近江牛を老若男女問わず全国、また海外の多くの人に食してもらいたいと考えており、2024 年 2 月に下記のパーパスを策定した。

－PURPOSE－　パーパス　～私たちの会社や仕事が地域社会に存在する意義～

まる亀畜産株式会社　カメチク　PURPOSE

～　人と牛、その一切れに感謝をこめて、
その一皿に感動をのせて　～

私たちの仕事には農産物や飲料の生産者様や、仕入れ先様など多くの「人」の想いがつまっています。
その中でも「牛さん」は尊い尊い「命」を私たちにくださっています。
私たちはそういった多くの「人」と「牛さん」に「感謝」し、それを「感動」というかたちで地域の方々に
還元してまいります。たった 100 グラムほどの一皿に、何十人、何百頭の想いを込めて、
「感謝」のバトンを「感動」というゴールに繋げていきます。
これが、私たちの仕事です。

〔出所：同社提出資料〕

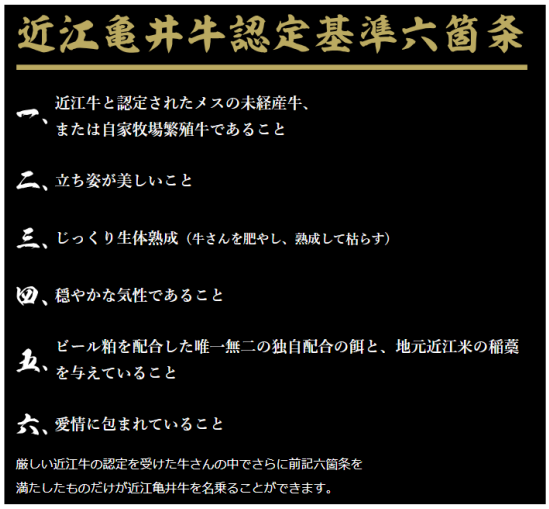
　「その一切れに感謝をこめて」には、生産者や牛一頭一頭への感謝の気持ちが込められている。亀井牧場グループでは、牛一頭一頭に毎日声をかけスキンシップを取りながら世話を行い、牛にとって最高の環境を整えている。デリケートな牛がリラックスできるように牛舎は天井高が 8 mある開放的なもので、常に心地よい音楽が流れている。近年「アニマルウエルフェア[1]」が提唱されており、家畜にとって清潔さや温度管理などの適切な環境、良質な飼料や水の給餌、丁寧な取り扱いなどが良好なアニマルウエルフェアの実現につながるとされている。亀井牧場グループでは、古くからアニマルウエルフェアに通じる肥育を行ってきた。
　「その一皿に感動をのせて」には、お肉の提供を通じて、お客様に感動を与えたいという気持ちが込められてい

[1] Animal　Welfare：家畜を感受性の持つ生き物として誕生から死を迎えるまでの間、ストレスをできる限り少なく、行動要求が満たされ、健康的な暮らしができる飼育方法を目指す畜産のあり方

Copyright © 2024 Shigagin Keizai Bunka Center CO.,LTD. All Rights Reserved.

る。そのために、まる亀畜産では代表者の開業時の思い「本当に美味しいお肉を、気軽に、お腹いっぱいに！」をモットーにお肉を提供している。「本当に美味しいお肉」では、近江牛の中でもさらに高品質とされる「メスの未経産牛」など独自の６つの基準を満たした自社の高級ブランド和牛である「近江亀井牛」を提供している。「気軽に」では、居心地の良い店づくりを心掛けている。そのため、外観は居酒屋のようなイメージで、店内もカウンターとテーブルを居酒屋のように設置し、家族連れや友人同士で賑やかに楽しめる空間としている。QSC[2]を高めていくことや、ホスピタリティ[3]の精神を重視し、お客様に心から喜んでもらえるよう従業員一人ひとりが明るく親しみやすい接客に努めている。「お腹いっぱいに」では、自社牧場直営の強みを生かし、高品質な近江牛をリーズナブルな価格で提供している。亀井牧場グループは肥育・繁殖の畜産部門から焼肉店の運営まで近江牛を通じた６次産業化を実践している。その中でまる亀畜産はこのモットーを実直に実践することで、消費者に一番近い立場で近江牛を更に広めることに努め、地元のみならず遠方から来店されるお客様に愛される店舗を目指している。

■近江亀井牛の認定証と認定基準六箇条



〔出所：亀井牧場グループウェブサイト〕

また、上記の実現のために以下のバリュー（行動指針）を掲げている。これらの項目は、当社のパーパスを実現するために全従業員にとって必要な心構えを表しているものであり、創業以来大切にしてきた価値観を明文化したものである。

[2] 「Quality（クオリティ）：品質」、「Service（サービス）：接客」、「Cleanliness（クリーンリネス）：清潔さ」
[3] Hospitality：心のこもったおもてなし、歓待・歓迎、サービス精神

Copyright © 2024 Shigagin Keizai Bunka Center CO.,LTD. All Rights Reserved.

ーVALUEー バリュー

～価値観　行動指針～

1. 商品に心を込めて感動を与えよう

自家牧場直営の近江牛を清潔な店内で、きれいな盛り付け、丁寧な仕込み、心を込めたサービスを自信をもってお客様に提供する

2. 常に元気に明るくお客様満足度100%を目指そう

元気に明るくお客様を笑顔でお迎えし、お客様の年齢やいで立ちにあったきめ細やかな心配りでおもてなし、すべてのお客様が笑顔で満足して帰られるようにする

3. 近江商人・三方良しの商品、サービスを提供しよう

生産者、出入り業者さんに感謝され、お客様に感謝され、仲間に感謝されるような商品を提供するお店であり続ける

4. 仲間を思いやり、ありがとうの精神で仕事をしよう

仲間を労う思いやりをもち、相手の気持ちを考え、気持ちよく働くことができる環境をみんなでつくる

5. 目標を定め、己に厳しく目標に向かおう

会社のビジョンを理解し、自分のビジョンを定め、周囲を尊重し、自己の成長意欲をもつ

6. 失敗を成長に変えよう

失敗とは一生懸命する中での成長の基であり、怠慢で起こす失敗は失格である

7. 個々の尊重と仲間の意見を聞き、スタッフ満足度100%を目指す

一人一人が、嘘なく真っすぐに仕事に向き合い、積極的にコミュニケーションをとり、個々の意見を尊重し合い、しつけ合い、楽しくてやりがいのある職場をつくる

8. 先を考えて行動すべし

お客様や仲間の行動をよく観察してこの先に起こるだろうことを予測し、全体を上から見るような視点をもって、求められるプラス@を実行する

9. ワンチームであれ

会社はワンチームであり、みんながひとりではなく仲間という意識を強くもち、全店舗が助け合って成長する

10. セオリーを重んじ、セオリーを疑え

新しいことをするのは素晴らしい挑戦であるが、古くから続くものもまた、素晴らしいものである

まる亀畜産株式会社　亀井頌司

〔出所：同社提出資料〕

Copyright © 2024 Shigagin Keizai Bunka Center CO.,LTD. All Rights Reserved.

2.まる亀畜産のサステナビリティ

亀井牧場グループでは、自社の近江牛の肥育や提供が、顧客満足、関係する事業者や地元の発展、そして自社の永続的な発展につながり、ひいては社会貢献にも資すると考えている。その考えは SDGs の思想に一致するものであり、テーマを３つに分け、それぞれの具体的な取り組みを定めている。

１つ目のテーマは「近江牛ブランドへの取り組み」であり、自社事業の強みである「良質なお肉の提供」などを上げている。２つ目のテーマは「環境への取り組み」である。カメチクでは食品ロスの削減につながる新しいメニューの考案や、包装・備品等の廃プラの削減などに努めている。３つ目のテーマは「お客様の笑顔への取り組み」であり雇用環境の充実や付加価値の創造を掲げている。従業員に対しては、偏りがちな勤務となる牧場や飲食店での働き方や福利厚生の改善に取り組むとしている。お客様や取引先には「笑顔」をキーワードとしている。その「笑顔」を引き出すのは良い労働環境にあると考えており、働きがいのある職場づくりに努めている。

また、亀井牧場グループの独自の肥育方法は、高品質で持続的な近江牛の生産につながっている。飼料は地産地消を実践し、地元・滋賀の近江米の稲ワラや自家栽培の牧草、滋賀県内のビール工場から仕入れるビール酵母を配合したものを与えている。牧場のデジタル化にも注力し衛生管理、牛の治療歴管理、母牛の発情周期管理など「近江牛 DX」を推進している。また、循環型農業にも取り組み、乾燥させた牛糞とオガ屑と混ぜ合わせたものを牛床として利用し、汚れた床敷は敷地内で発酵させ、堆肥として再利用している。

■亀井牧場グループの SDGs の取り組み

取り組みテーマ	重要課題	主な取り組み
近江牛ブランドへの取り組み	●良質なお肉の提供 ●スマート牧場の推進 ●食の安心安全	●良質な近江牛の飼育、ECサイトでの全国販売　等 ●自動化の推進、飼育のデジタル化　等 ●店舗での衛生管理　等
環境への取り組み	●循環型農業 ●食品ロスの削減 ●廃プラ削減	●牛糞を再利用した牛床、近江米の稲ワラを飼料に使用 等 ●食材の効率利用　等 ●包装・備品等の変更　等
お客様の笑顔への取り組み	●雇用環境の充実 ●付加価値の創造	●福利厚生の充実、働きがいのある職場づくり　等 ●QSCの取り組み、新メニューの開発　等

〔出所：同社提出資料より KEIBUN 作成〕

Copyright © 2024 Shigagin Keizai Bunka Center CO.,LTD. All Rights Reserved.

3.サステナビリティ目標の設定

（1）サステナビリティ目標

<table>
<tr><td>テ　ー　マ</td><td>「近江牛を通じた、まちの活性化」</td></tr>
<tr><td>貢献する SDGs</td><td>
</td></tr>
<tr><td>K　P　I</td><td>KPI①：飲食店の来店客数
KPI②：精肉部門の購入者数</td></tr>
<tr><td>目　　標</td><td>KPI①
<table>
<tr><th colspan="5">目標</th></tr>
<tr><th>2023 年度</th><th>2024 年度</th><th>2025 年度</th><th>2026 年度</th><th>2027 年度</th></tr>
<tr><td>57,600 人</td><td>71,000 人</td><td>73,500 人</td><td>76,000 人</td><td>78,500 人</td></tr>
</table>
KPI②
<table>
<tr><th colspan="5">目標</th></tr>
<tr><th>2023 年度</th><th>2024 年度</th><th>2025 年度</th><th>2026 年度</th><th>2027 年度</th></tr>
<tr><td>2,300 人</td><td>7,100 人</td><td>8,000 人</td><td>9,000 人</td><td>10,000 人</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>内　　容</td><td>【対象範囲】
KPI①：同社が運営する飲食店 3 店舗（近江八幡店、草津店、カメチク横丁）の来店客数の合計
KPI②：カメチク横丁精肉店での店頭販売、EC 販売、ふるさと納税の購入者数の合計
【期間】
事業年度（10 月 1 日～9 月 30 日）を基準とする
例）2023 年度（2023 年 10 月 1 日～2024 年 9 月 30 日）</td></tr>
</table>

（2）サステナビリティ目標の有意義性

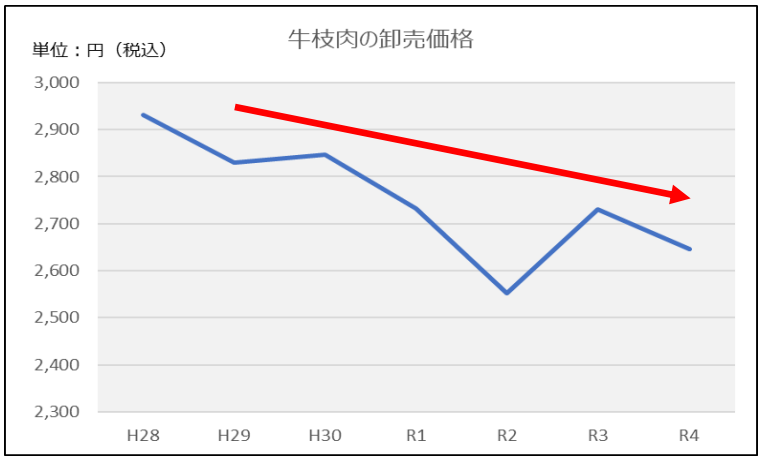
まる亀畜産は本ローンの組成にあたり、KPI を事業ごとに設定し、目標値を掲げている。以下にて、その取り組みの有意義性について見ていく。

日本の農畜産業は高齢化に伴う担い手不足や農地面積の減少といった深刻な課題を抱えている。また、ウクライナ危機や円安の影響による飼料や燃料の高騰で生産コストが高まり、厳しい収益状況となっている。

Copyright © 2024 Shigagin Keizai Bunka Center CO.,LTD. All Rights Reserved.

牛肉の枝肉価格[4]の推移を見てみると、コロナ禍で外食やインバウンドが落ち込んだことから、枝肉相場は急落した。その後、経済活動の再開に伴い、一旦回復したものの、物価の上昇による消費者の生活防衛意識の高まりなどの影響で前年を下回る状況となっている。牛肉全体の消費が輸入牛肉や豚肉にシフトしていると考えられ、枝肉価格の低迷はさらに経営を圧迫する要因になっている。

■牛枝肉の卸売価格の推移



〔出所：農林水産省「食肉流通統計」大阪市食肉市場　和牛去勢「A-5」〕

日本は食料の多くを輸入に頼っており、世界的な人口増加や地球温暖化の進行による天候不順により、海外からの食料調達も不安定さを増している。

政府は中長期的に取り組むべき方針として、食料・農業・農村基本法に基づき、「食料・農業・農村基本計画」を定めており、情勢変化等を踏まえ、概ね５年ごとに見直しされている。令和２年３月に出された同計画では、「我が国の食と活力ある農業・農村を次の世代につなぐために」をサブタイトルとして、食料自給率の向上と食料安全保障の確立のため講ずべき施策と数値目標等が設定されている。将来にわたって、国民に対する食料の安定供給を確保するためには、農業の成長産業化を進め、国内需要にも輸出にも対応できる国内の生産基盤を高めることで、生産の維持・増大と所得向上を実現していく必要があるとしている。そのためには国産農産物の消費拡大、地産地消、和食文化の保護・継承、食品ロス削減などを推進する必要があるとしている。

また、農畜産業や農村は国民生活に必要不可欠な食料を供給するとともに、国土保全、景観、食文化、伝統文化を支えてきた。その生産基盤が失われ、地域コミュニティの衰退が一層進む地域が発生すれば、国土の均衡ある発展の観点からも問題であるとしている。それらを回避するためには、農業・農村の重要性についての国民的合意の形成や農業の持続性確保、農村の振興など、農業の成長産業化に向けた改革を行うことが、国民生活の安定と国際社会への貢献につながるとしている。

4 セリにかけられる牛の価格。と畜後に頭部、尾、手足などを切取り、革や内臓を取りのぞいたあとの状態

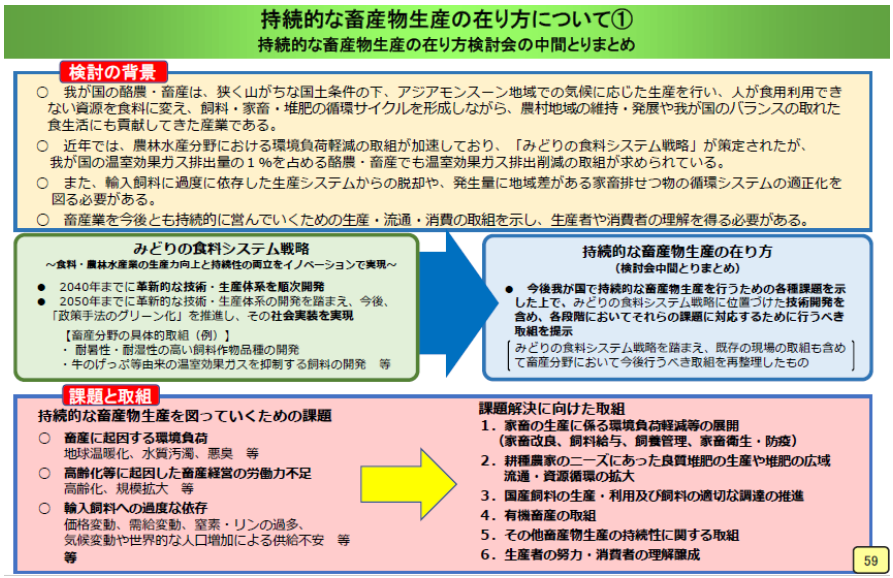
Copyright © 2024 Shigagin Keizai Bunka Center CO.,LTD. All Rights Reserved.

■食料・農業・農村基本計画

〔出所：農林水産省「食料・農業・農村基本計画」〕

農林水産省では、「みどりの食料システム戦略」を踏まえ、令和３年６月に持続的な畜産物生産の在り方検討会の中間とりまとめを公表して、持続的な畜産物生産を行うために必要な環境負荷低減、耕畜連携などの取り組みの方向性を提示している。その中で、畜産・酪農に取り組む意義が記載されている。飼料、家畜、堆肥という循環型サイクルを形成していることや人が食用利用できない資源を飼料として利用していること、食品加工を含めた関連産業の裾野が広いこと、耕種農業が困難な場所での土地利用、地域雇用の受け皿であることなど、農業の持続性という面も含め、畜産業は我が国の必須の産業であるとしている。

■持続的な畜産物生産の在り方について



〔出所：農林水産省「持続的な畜産物生産の在り方検討会の中間とりまとめ」〕

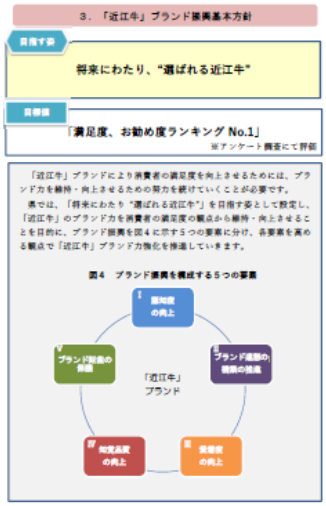
Copyright © 2024 Shigagin Keizai Bunka Center CO.,LTD. All Rights Reserved.

一方、滋賀県では、“日本三大和牛”の「近江牛」のブランド振興のみならず、滋賀県の地域ブランド力全体の向上につなげるべく、平成 28 年 3 月に「近江牛　ブランド・販売戦略」を策定して、各種方策を講じている。また、令和 3 年 12 月の「近江牛ブランド振興基本方針」では、ブランドの振興および近江牛の販売促進を支援する県の推進方針を策定し、生産者および流通・販売業者を中心とする関係者が連携して一体的に取り組むとしている。

「近江牛」ブランドは畜産農家、流通・販売業者のみならず、観光事業者など、多くの滋賀県民が恩恵を受けている。地場産品でもある近江牛の認知度アップ、販売促進は県内経済への影響も大きく、また、農畜連携や資源循環、農山村地域の活性化など地域の農業にも貢献するものである。

■滋賀県の「近江牛」戦略

〔出所：滋賀県「『近江牛』ブランド販売戦略」〕



〔出所：滋賀県「『近江牛』ブランド振興基本方針」〕

今回のまる亀畜産の取り組みは、近江牛専門牧場直営という強みを生かし、都市型のオープンテラス BBQ レストランと EC サイトを中心に牛肉の小売りを行うものである。新たな顧客の開拓と全国の消費者をターゲットにすることで、コミュニケーションの場とすることや、新たな需要の創造、ひいては近江牛の認知度アップと消費拡大につながることを狙いとしている。

前述のとおり、元々、肥育農家であり、飼料や肥育方法にこだわり、牛にとって最高の環境を整え、高品質の牛肉を生産してきた。しかし、取引価格は現物の適正価格というより、和牛の相場価格に大きく影響を受けるため、生産者の収益性に反映しないという側面もある。同社は、それを改善するべく、6 次産業化にこだわり、自ら加工・販売することで、新たな付加価値を生み出し、生産者の所得向上と安定して経営できる仕組みづくりを行ってきた。生産から飲食・販売まで一貫して行うことで消費者のニーズをより把握しやすくなるとともに、畜産業の意義や環境、安全衛生面への配慮や取組状況を発信しやすくなり、消費者の理解醸成にも役立つ。また、近江牛の消費拡大は国内および国際的なブランド価値向上にもつながる。ひいては畜産業の持続可能性のみならず、農業を含めた循環型システムの維持・向上にもつながるものである。よって、今回の取り組みは国および滋賀県の方針にも合致したものであり、有意義な取り組みである。

以上

Copyright © 2024 Shigagin Keizai Bunka Center CO.,LTD. All Rights Reserved.

しがぎん経済文化センター　会社概要

社名	株式会社しがぎん経済文化センター
代表者	取締役社長 波田 晋一
所在地	〒520-0041 滋賀県大津市浜町 1 番 38 号
設立	1984 年 3 月 21 日
資本金	1,000 万円
株主	株式会社滋賀銀行
TEL	077-526-0005
FAX	077-526-3838

Copyright © 2024 Shigagin Keizai Bunka Center CO.,LTD. All Rights Reserved.

留意事項

1. KEIBUN の第三者意見について

- 本文書については滋賀銀行が、借入人に対して実施する『しがぎん』サステナブル評価融資について、借入人のサステナビリティ経営と設定する目標の有意義性に対する第三者意見を述べたものです。KEIBUN は第三者意見にかかる業務を行う際、常に誠実に行動します。
- その内容は現時点で入手可能な公開情報、借入人から提供された情報や借入人へのインタビューなどで収集した情報に基づいて、現時点での状況を評価したものであり、当該情報の正確性、実現可能性、将来における状況への評価を保証するものではありません。また、当該情報が重要な虚偽または誤解を招く陳述が含まれる場合や、業務上必要とされる注意を怠って作成された陳述または情報が含まれる場合、必要な情報を省略するまたはあいまいにすることにより誤解を生じさせるような場合に、それを認識しながら評価は行いません。適切に第三者意見にかかる業務を行うため、その職務遂行能力を必要とされる水準を維持します。
- KEIBUN は当文書のあらゆる使用から生じる直接的、間接的損失や派生的損害については、一切責任は負いません。

2. 滋賀銀行との関係、独立性

- KEIBUN は滋賀銀行グループに属しており、滋賀銀行および滋賀銀行グループ企業との間および滋賀銀行グループのお客さま相互の間における利益相反のおそれのある取引等に関して、法令等に従い、お客さまの利益が不当に害されることのないように、適切に業務を遂行いたします。
- また、本文書にかかる調査、分析、コンサルティング業務は滋賀銀行とは独立して行われるものであり、滋賀銀行からの融資に関する助言を構成するものでも、資金調達を保証するものでもありません。

3. KEIBUN の第三者性

- 借入人と KEIBUN との間に利益相反が生じるような、資本関係、人的関係などの特別な利害関係はございません。

4. 本文書の著作権

- 本文書に関する一切の権利は KEIBUN が保有しています。本文書の全部または一部を自己使用の目的を超えて、複製、改変、翻案、頒布等をすることは禁止されています。

Copyright © 2024 Shigagin Keizai Bunka Center CO.,LTD. All Rights Reserved.