

世界を脱んだ養豚産業の生き残り戦略
国産豚肉でなければならない理由 part.1

2014年新春特大号 特別座談会 国産豚肉でなければならない理由 前篇 銘柄豚の抱える課題



(株)ミートコンパニオン 常務取締役
植村光一郎氏
堀江ファーム 社長
堀江光洋氏
農事組合法人富士農場サービス/有 TOPIGS 社長
桑原康氏

日本の養豚産業が国際競争を勝ち抜いていくには、日本市場の中で確実に評価される品質と価値のある豚肉を追及していかなければならない。今後はさらにそうした生産段階の取り組みを流通段階・小売段階にいかに関力につなげていく。価格重視の取引ではなく、生産段階の管理方法やコンセプト、理念などを、流通・小売業者の段階まで繋げていくことが重要となってくるだろう。国産豚肉でなければもたらせない価値を生み出し、提供していくためにはどうしたらよいのか。「国産豚肉でなければならない理由」をテーマに、(株)ミートコンパニオンの植村光一郎氏、堀江ファームの堀江光洋氏、農事組合法人富士農場サービスグループの桑原康氏に語り合っていた。本号と次号の2回にわけて、掲載する。

(編集部)

まずは、自己紹介をお願いいたします。

堀江 千葉県富里市で養豚をしています。富里市は農産物では、スイカとニンジンが生産が全国でも有名どころです。また、昔は中ヨークシャー発祥の地といわれたぐらいで、大正6年にイギリスから中ヨークシャーを輸入しまして、岩崎弥太郎さんの息子の岩崎久弥さんという人が末広農場1)というのを作ったのですが、うちの親父がそこへ勤めていたのです。

すぐ隣が養豚場だったので、私もそれで昭和33年から養豚を始めました。最初は堆肥をとるために、中ヨークシャーを1、2頭ぐらいの規模だったのですが、現在は母豚70頭、中ヨークシャーは15頭ぐらいです。

今は周りが市街地になってしまいましたもので、大変環境問題では苦労して養豚をやっています。土地はあるのですが、周囲がベッドタウンなので、これ以上農場の規模は広げられません。すぐ隣にあった末広農場については、跡地を千葉県畜産試験場が全部引き受け、千葉ヨークが一世代を風靡した時にはそこに残っていた豚がいたので、千葉県の豚というのはすごい勢いで伸びていったんですね。ところがその場所が成田空港の代替地になってしまっていて、そこだけで50町歩ぐらいが県の試験場として利用されていたのですが、現在は移転してしまいました。

後継者もおりませんし、私も岩崎久弥の農場で

育てられた人間なので、ここで何とか跡を継いで豚をやらうと取り組んでおります。

桑原 世界遺産で登録された富士山の麓、養豚2代目ですが、自称生まれた時から養豚をやっている養豚歴60年と言っております。

経営は種豚生産が主体で、原々種豚の育種農場と人工授精場の2カ所があり、雄ばかりの男子校のような農場の方では雄豚230頭、デュロック110頭、ランドレース40頭、大ヨークシャー40頭、バークシャー15頭、中ヨークシャー12頭、満州豚の雄6頭います。女子校の方は母豚280頭、ランドレース100頭、大ヨークシャー50頭、デュロックとバークシャーと中ヨークシャー30頭です。これだけ品種を持っている農場は少ないと思うのですが、どうせやるならば全部やっちゃえというわけで……。その他に凍結精液は1万本あります。

たまたま今日は、静岡の御殿場に金華豚という豚がいましたね。金華豚の凍結精液を委託で作って預かったのですが、こういったジーンバンク的な役割も担っています。それと、生産する豚は年間3500頭ぐらいしかいないのですが、それはほとんどが相対取引での直販です。来年は、純粋種の肉豚の肉質精度をもっと上げるために、たまたま後継者のいない食肉卸から「うちにやらないか」ということで声をかけてもらったので、六次産業的なことをする予定をしています。

植村 私どもはTOKYO Xを生産していま

1) 明治20年、三菱財閥は明治政府から富里町管内の土地の払下げを受け、この千葉県印旛郡富里町七栄で、343町歩余という広大な面積で、三菱は大正元年11月1日養鶏と養豚の事業を、末広農場と命名して開始。三菱合資会社社長として三菱財閥が隆盛を築いた岩崎久弥氏(三菱三代目社長)が大正4年から経営にあたる。末広農場で養豚は年間1000頭を生産し、豚肉はハム、ソーセージ、ベーコンなどの自家製造が行われた。敗戦後、財閥解体と農地改革により末広農場は閉鎖されている。

す。現在、TOKYO X-Association ができて15年。農家に豚が配布されて17年です。いまはだいたい出荷が9000頭、生産者は26戸です。普通は生産協議会だけしかありませんが、TOKYO Xの場合は流通協議会と調整しあいながらブランド化しているというのが他の銘柄豚と違うところだと思います。

また、ブランドイングということに、かなり力を入れてやっています。いま第5次ブランド化に入りかけているところです。第一次では一番背伸びをして高い商品と同じようなところに並べてもらうという形をとり、二次では美味しいということを皆に伝えるということをして、三次では生産の優位性、美味しいということの裏付けを。そして、四次というのは関わりを持たせるといことなのですが、これはヨーロッパですと、フードチェーンというのが一般的になっていると思います。日本でいえば、六次産業と同じような意味合いなのかもしれませんけれど。

いま、食育というものが取り上げられてきています。食育の大きな柱というのが、豚という面から食べ物に感謝するということと、もう一つは選食ということと、それと食を通して世界の環境問題を考えるという、三つの大きな柱があります。それが平成17年に食育基本法ができて、いろいろな形で取り組まれているのです。今までと違うのは、縦割りではなく、行政を跨いでいるために非常に良い形で展開されています。

肉がおいしいということを伝えるきちんとした10項目ぐらいの褒め言葉を考えました。一番人気があるのが「鼻から抜けるナッツのような香りがする」という、ワインも同じで口中香といつて口から入って鼻から抜ける時に香りが出るので、そういった形の言葉も、褒め言葉の中でどうして美味しいんだということを、販売店の人たちが聞かれた時にすぐ答えられるようにしています。そういった形のことまでやってブランド化しています。

——今後、TPP問題などについて考えると、海外からの圧力というのは非常に脅威となるでしょう。その中で、国産豚肉が勝ち残っていくためにはどうしたらよいのでしょうか。いま抱える課題として、生産コストの低減などについても様々な手は尽くしていると思いますが、それ以上に何が必要となってくるのか。国産豚肉の生産・流通・販売の中でいま一番の問題点はどこか、そして現状をどのように考えていらっしゃいますか？

植村 輸入されたアメリカ産、ヨーロッパ産の豚肉などもよく使っている中で、その良し・悪しというのはどういった部分かなと感じるのですが。まず一番最初に輸入の豚肉があまり入ってこなかった時には、部位というところロスが非常に足りなかった。なぜかというところ、トンカツに使われる量が非常に多いという理由なん

す。その中にある選食というのを我々も前面に出し、消費者が良いものを見極める力をつけて、フェアトレードで買ってくれる。そういった循環になると生産者が活性化するということです。だから、購買活動というのは生産工程の一工程の一部だということです。

あなたが良いものを選んで、きちんとした形で買うということは、生産工程の一部にかかわっているんです。それが生産者を応援することになるんですよ。と。それを関わりという形でいろいろところで食育と一緒に絡めて話しているんですけれどね。

小さい時から本物を食べさせて、その価値がわかるように力をつけてください。いまやりかけているのは、買って食べた後もそういった関わりを持って、例えば買っていないでも、常にTOKYO Xのことを思ってくれるような形のお付き合いをしていこうという。ただ、消費者向けにといつてもなかなか難しいんです。生産者も消費者もイコールだと、そういった形の考え方を持つということは、生産協議会と流通協議会の二つがあるということでしたのだと思います。

ブランドイングするということだと考えると、一番優れているのはワインだと思うのですけれど。ワインも美味しいということを、ただ個人が感じるのではなく、それを言葉にしていまう伝えていきますよね。そういった形でTOKYO Xも販売している人たちに、甘い香りだとか、

ですけれど。それが現状では、ロースの部分が国産では余ってしまったっています。

——なぜ、そんなことが起こってしまったのでしょうか？

植村 アメリカ産のものはバクテリアコントロールされて、真空パックされたまま船でチルド状態で運ばれてくると20日間ぐらい経っているんですよ。それがスタットになっているのですが、国産の豚肉については、いまだに企業養豚でやっているところは、シート巻きで段ボールに詰められて、1週間以内に売り切らなければならず、熟成がしっかりとできていないのが現状です。

昔はよく、安い定食屋でトンカツを食べると、肉だけ出てきて衣が残ったりというようなことがありましたが、今はどここの安い店に行ってもそんなことはないと思うんですよ。それはほとんどのトンカツ屋がUSロースを使っているからです。

バクテリアコントロールをして熟成をきちんとしてから、厚切りにした時に柔らかくサクッと切れる。確かに肉質としては、アメリカの豚は美味しくないのかもしれませんが、やっぱり厚く切った時の柔らかさというのは優れています。それと、油で揚げるので水っぽさなんかは感じない。そういったことが現場で考慮されていないのではないかと思います。生産地



農事組合法人富士農場サービスグループ
桑原康氏



堀江ファーム
堀江光洋氏



ころがあります。生産性を追うのもよいのですが、私はやはり自分の作った肉は自分たちで、いまお話があつたようにきちんと消費者まで繋げる方法を考えなければダメだなというように考えています。

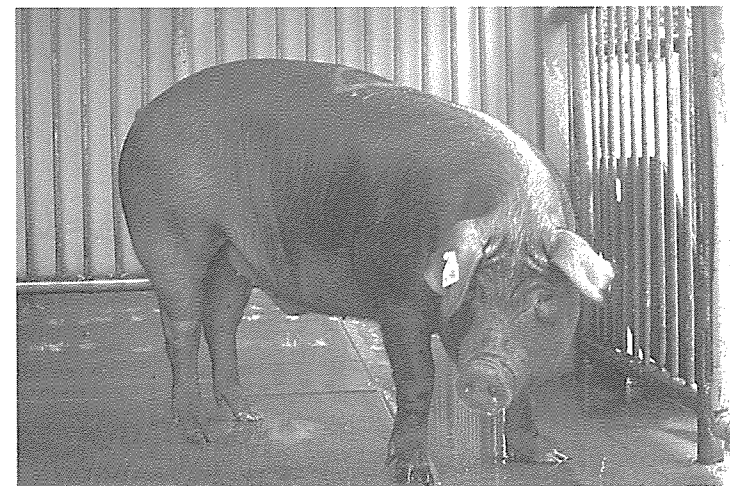
豚肉というのは、仰つたように熟成が大事なんです。いまは良い熟成庫がありますね。そこで、まい泉の取り組みがあつた時も、まい泉に行つて食べてもらったんです。すると、全然違うじゃないかと。ダイヤモンドポークもおいしいけれど、熟成した肉はさらに口の中で

おいしさが広がると言われました。肉の匂いというかが違うというんです。まい泉に納めている分については、15年前からエコフィードに取り組んでいるのですが、まい泉から出るサンドイッチのパンの耳を入れてもらつて、エコフィードを作つて豚に食べさせています。やはり、そういうことを消費者に伝えることも大切です。

近くにあるパンの製造会社から1日500〜600キロという量のパンの耳が廃棄されていたのですが、それを使えないかという話がありまして。有価でエコフィードを作つてもらっている会社に入れてもらつて取り引きしています。

やはりエコフィードもできた製品というか、生産された豚肉を使つてくれるところがなかなかないんです。廃棄物をしている方々は循環型で行こうよと言ってくれるのですが、なかなか循環しない。これがエコフィードの中で一番ネックです。

生産者は「俺らは豚肉を作ればいいんだ」とだけになってしまっているんですよ。俺らはブランドを作っているんだから高く売れという話ではなくて、そうではなくて、自分たちはこれだけ苦労して美味しいものを作っているのだから、消費者の人もわかってよ」という話をするんです。生産者が出ていくことによって、買ってもらう方にも理解してもらえらるんですね。千葉の場合、ナイスポークチバという生産者組織



出典：月刊養豚情報 2005 年 9 月号グラビア「TOKYO X」

TOKYO X

北京黒豚、イギリス系黒豚、デュロック種を交配させて作出した「TOKYO X」は、上質の赤身と脂肪がほどよく混ざった肉質が特徴。

植村 生産者と流通がきちんと繋がつていれば、それなりの価値を伝えて高く売る努力が必要だと思う。生産者がいくら良いものを作つても、売り手がきちんと説明できて販売できないれば、生産者は損をするような形になってしまいますから。努力した人が報われるような形のフードチェーンというのがきちんとできていないというのが、日本の悪い所だと思います。

ヨーロッパの例では、オーガニックとかフリーレンジとか、売り場がきちんとあるくらい、生産の優位性というのを伝えて、消費者もそれ

——良い豚をつくつたら、さらにそれを良い形に加工をして売っていくということですね。やはり、流通段階での対応ということですね。

生産性を良くしたり、産肉性を良くしたりというよりも品質的な部分でいいじゃないと、改良できる部分があるのにそれを直そうとしないところがマズイなと思っています。

衛生管理をした良い肉を、良い肉だから高く売らんかという考え方を持たないと、いつまでたつても豚肉は代替品に過ぎません。

——さらに付加価値をつけるという形でやつていかないとダメだということですね。そういう意味では、堀江さんの農場ではダイヤモンドポークという希少価値の高いものを作られて、外食店でもグレードの高いところへ販売されている状況ですけども、お互いに流通の部分まで連携しているような形でうまくできているのでしょうか。

堀江 ダイヤモンドポークについては、生産者が減つてきています。千葉の場合はどうしても生産性を追いすぎている部分があつて、肉の美味しさというか、肉の部分を置いてきていると

を理解している。フェアトレードでそれだけの付加価値をつけて買ってあげている。こういったシステムができない限り、いくら農家が良いものを作つても見返りがない限り、それは形だけで、きちんとした物流の流れにはならないのです。

それは一つ、生産から流通、そして消費者へときちんと伝えて繋げるべきだと思います。

日本の場合だと、畜肉関係は肉になつてからの優位性しか伝えていないから、大手スーパーのバックヤードに行くと、『オーガニック』とか『農協JAS』と書かれた箱がいっぱいありますが、それが店頭に出る時は一般の豚肉になつてしまっている。それを改めていかないと、日本の養豚はうまくいかないのではないのでしょうか。



(株)ミートコンパニオン
植村光一郎氏

があつて、その中で消費者を交えた懇談会があつて、そこで消費者の方に「何でうちの方では千葉県産を売っていないの」ということをよく言われます。そういう時は消費者の方に、そのスーパーに行つて言つてくださいます。それでは中では中小のスーパーで置いてくれるスーパーができましたね。やはり消費者からの声が大事なんです。

植村 パンの耳はどのくらいの量を餌に入れているのですか？

堀江 入れようと思つたら50%くらい入れられ



ますよ。ただ、いまは全体的に量が足りないの50%は使っていないです。それと、少しミネラルとかの添加はしているんです。アミノ酸というよりは、一番はリジン欠乏症になつてしまふので。サシはよく入ります、脂も美味しくなりますけれど、発育が遅れてきますね。そこらあたりの調整をちょっと……。

桑原 極端な人だと、60〜70%くらい入れる人もいますね。

堀江 そうなんです。やはり、その部分は考えないと。そのあたりはやはりエコフィードとはいえ、栄養管理ですね。

植村 リジンが少ない方が、サシが入るんですつてね。

堀江 リジンが4%以下だったかな？ そうすればサシが入ると言われていますね。

——まさに、まい泉の例などは循環型が成立している例ですね。豚ついても肉質そのものはすごく良いわけですね。循環型だけれども、豚肉そのものも商品価値が高いわけですね。

堀江 千葉県で試験をしたことがあるのですが、消費者の人を招いて、豚肉の食べ比べをして点数をつけてもらったのですが、皆さんエコフィードの豚肉を美味しいというんですけれどね。この時は中ヨークシャーも一般豚もテストしました。

中ヨークシャーの場合には昔、残飯養豚をし

は当然あるのではないですか。

堀江 全農系なのですが、房総ポークという銘柄を千葉県で一番早く立ち上げましたが、どうしても生産性を追っていくので、最後の餌だけで銘柄にしようとしても、なかなか無理があります。

消費者にいい肉と言ってもらふ肉を作るためには、どこかでひと手間をかけないといけません。同じ餌を食べて育った豚でも、「これとこれは肉が違うね」と言われてしまつたり。それでは本当の銘柄にはなれないですね。本当はどれを食べても同じという状態でないとい。特に三元豚の場合はそうですね。ここが銘柄をやっている中で、一番の課題です。

今は34戸あるのですが、大きくても130頭ぐらいの規模の農家が集まつて、年間4万頭ぐらい出荷していますが、でも大手の農場と競争していくので、かなり厳しいです。母豚もバラバラなので系統豚だけにしようとしています。餌もある程度統一していかなくてはなりません。

植村 餌の制限は？

堀江 専用飼料もあります。規則の中では60日以上は仕上げ期飼料を食べさせるということが決められています。ダイアモンドポークと違い、房総ポークの方はいろいろと課題があります。今までは一つのスーパーが1日100頭以上の処理をしてくれるスーパーがあるんです。



満州豚

まさに「黒い猪」といってもいいような満州豚。子豚は他の豚に例がないほど、抗病性・耐病性・生存率が高いという点が大きな特長。濃厚な味わいの肉質と甘い脂質が自慢

出典：月刊養豚情報 2012 年 8 月号グラビア「満州豚」



LYB 豚

このユニークな名前は、親豚のランドレース（L）・ヨークシャー（Y）・パークシャー（B）の頭文字を取って付けられたもの。豚肉自体に甘みがあつて、さっぱりとしておいしく、また食べたくなるおいしさが特徴。

出典：月刊養豚情報 2006 年 3 月号グラビア「LYB 豚」



だとか満州豚といった銘柄豚を出されていますが。

桑原 うちはいろいろな品種を持っているもので。かけ合わせはたまたま、うちの農場の中に5大品種、6大品種がいたので、どの豚とどの豚をかけ合わせたら、どんな肉質の豚になるかなという絵語りを実践したのですが。例えばLYB豚のランドレースにしても肉質チェックをして、たまたま地元で直接卸しているお肉屋さんで6戸あるもので、そのお肉屋さんにもいつも

枝肉チェックに行つて、家系ごとに何十年もチェックしたデータを集めているんですね。ただ、ランドレースでもね。デュロックよりもサシの入るランドレースがいたりして、デュロックよりも発育の良いランドレースとかね。LWよりも強靱性のあるランドレースとかね、やはりいろいろな家系があるんです。

ランドレースでもサシがある、しかも発育がいいなんていったらきりがありません。たまたま中ヨークシャーもいたもので、ランドレースに中ヨークシャーを交配して食べたら意外と美味しかった。

中ヨークシャーは脂肪融点が32℃で、普通の豚は38℃くらいですから明らかに融点が低いわけですね。これは面白いぞという感じで、今はもう亡くなつてしまつていいる方もいらっしゃるけれど、昔の先輩が「昔の豚の方がうまかったぞ」という話があつて。でも昔の人はあまり肉を食べていないからね、負け惜しみで言っているんだらうなんて思いながらもいたんですが（笑）。

でも、いざ中ヨークシャーとパークシャーをそのつもりで食べると、昔の豚っていうのは「うまいな、味があるな」というように思いますね。ただLYでも個性が合つて、今度は何をかけようかなと思つてパークシャーを交配したら、意外といいとこどりの豚ができましたね。ヨークシャーというのは意外に繊維が細くて、女性好みの豚で、逆にパークシャーは繊維が細いんだ

（2月号に続く）

桑原 ありがたいですね。

堀江 ところが、そういうところにもいま大手の養豚場が入つてきている。だから、いろいろと私の方も提案しているのですが、スーパーが小売りとしてどういう豚肉が欲しいのか聞いています。だから私などは極端に言えば、熟成豚を作つてしまえと、熟成庫で熟成した豚を供給しよう。そういうことを提案したりしています。

—それぐらい、明らかな差別化をしないと厳しいということでしょうか。

堀江 これからは肉の差別化が大切になってくる。どうしたら差別化ができるのか、そこでの勝負が大事になってくるでしょう。それと、トレーサビリティは日本でも一番早い段階からシステムを組んでいますので、いまはバーコードと携帯端末だけで、生産履歴がわかる仕組みになっています。

—肉の値段に勝るものというのは、やはり肉質ということでしょうか。

堀江 ええ、そうですね。最終的にはそこだと思います。

桑原 堀江さんのところは、雌系は試験場経由で？ デュロックはそれぞれ自由にしようという感じですか？

堀江 デュロックはサイボクさんが多いです。

桑原さんのところから来ているデュロックを使っている人もいますし、ただそこがバラバラすぎて少し問題なんですね。豚屋さんって、やはり凄く個性が強いというか、豚の好みがあるんですよ。これはいいけれど、これは嫌だとかね。

植村 そういう意味で、TOKYO Xが幸運だったのは、平成9年にできたんですけれど、この年は拓銀（北海道拓殖銀行）が潰れて、山一証券が解散した最悪の年なんです。それで農家の方々が危機感を持つてくれたので、四つの理念とかいろいろな規約を作ったのですが、それを全部一つ残らず守つていただけただけです。

その時代背景があつたからこそなんですよ。農家の方々って、皆さん社長さんですからね。それを一つにまとめるというのはいろいろと制約があつて大変ですよ。

桑原 でも、TOKYO Xはよくまとめているですね。

植村 スタートがその状態で、すごい危機感がありましたからね。ただ、一つになっていなければできなかったと思います。

—肉質が良いところが生き残るということでは？ 集約されてくるのかと思いますけれど、そういう意味では種豚といった視点からではどうなのでしょう？

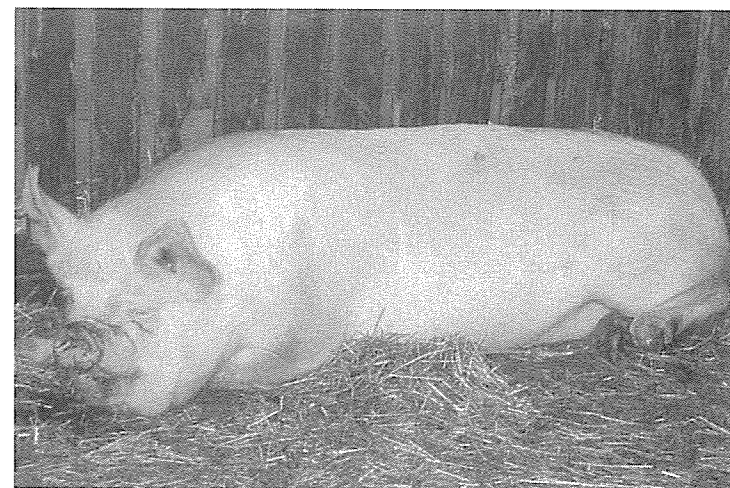
桑原さんはいろいろと、LYB豚

けれどもしっかりとっていて、ヨークシャーと違つてパークシャーは味が濃いつつ特徴があります。それにこの二つをかけ合わせると、昔の豚なもんだからこれがまた味のあるしつかりとした豚ができるんです。

—品種による差別化というも のに力点を置くとするのは、一つの方法なのでしょうか。

桑原 うちの農場の周辺はたまたま小さい規模の農場が多いので、コスト競争ではとても勝てるわけがないんですね。TOKYO Xではないけれど、いまは生産してもらつていいる農家さんに生産費保障ということで500円ずつ保証しているんです。

今年当たりは一般の肉豚が3万5000円としても、特種豚だと5万3000円とか、さっきの満州豚だと7万円ぐらいになるんだけれど。規模の小さい養豚家にやってもらつたら、再生産のできる保証価格で買い上げるとなると、売り上げの付加価値の高い豚肉をつくる。これを地域性として行っています。それに人材の能力を遊ばせておくのはもったいないし、でもお遊びしながらね、交配して作りながら売るといふのも変なんだけれども。市場は自分で作っていくものですから。



ダイヤモンドボーク

宝石の最高峰ダイヤモンドに因み命名された「ダイヤモンドボーク」。きめ細かくやわらかな肉質で、脂肪は厚いが脂の融点が低いいため口の中であとろけ、さっぱりとして甘みがあり、特にろうのように白く硬い脂身は臭みもほとんど感じられないことが特徴。

出典：月刊養豚情報 2009年8月号「ダイヤモンドボーク」