

○ 柿安本店、高級豚「プレミアムあぐ〜」の生産拡大へ、15年の取扱1万頭目指す

柿安本店は、百貨店の自社精肉店に導入している柿安オリジナル豚「沖縄島豚プレミアムあぐ〜」の取扱量を増やす。高額品ながら販売が伸びていることや牛肉依存からのリスク分散、健康志向の高まりに対応するのがねらい。赤塚保正社長は「当社の主力商品である松阪牛との二大看板に育ててゆきたい」と述べ、「あぐ〜」全体で現在の取扱頭数7千頭を2年後の15年に1万頭まで増やし、このうち「プレミアムあぐ〜」の比率を2〜3割まで引き上げる考えを示した。

精肉事業では、「松阪牛」をはじめとする牛肉が主力商品だが、01年の国内BSE問題を受けて、沖縄の「あぐ〜」に着目。04年から販売を開始した。その後、オリジナル性を高めるため、独自に開発したのが「プレミアムあぐ〜」だ。

「あぐ〜」全体の12年の取扱頭数は7,112頭で、沖縄県外における柿安のシェア率は70%。このうち、「プレミアムあぐ〜」は09年の販売開始以降、着実に取扱頭数を増やしており、現在は1千頭を超えている。100g当たりの価格は700〜800円と通常の「あぐ〜」より300円高いものの、最近では「プレミアムあぐ〜」に購買が移行している(赤塚社長)という。

赤塚社長は販売が好調なことに加えて、「01年のBSEや昨今の口蹄疫、一昨年の牛肉セシウム汚染の問題といった外的要因の影響で、牛肉関連商品の販売はダメージを受けている。リスク分

散も踏まえて豚肉の販売にも力を入れていきたい。また、特に年齢層の高い女性のなかで、豚肉は牛肉以上にヘルシーというイメージが強い、というアンケート結果が出ている(赤塚社長)と豚肉に注力する理由を説明した。

精肉店以外では、4月からレストランの「柿安銀座店」で、「プレミアムあぐ〜しゃぶしゃぶ」の提供を開始したほか、惣菜店でも「あぐ〜入りメンチカツ」などを販売中という。

今後は、佃煮などのギフト商品の開発や、東京・銀座に「プレミアムあぐ〜」の専門レストランの出店を行う計画。15年には「あぐ〜」の取扱頭数1万頭、シェア80%を目指し、このうち「プレミアムあぐ〜」は2千〜3千頭まで増やす方針だ。現在、沖縄県国頭群東村にある「柿安牧場」で生産しており、今後は牧場の数も増やしていく考え。

「あぐ〜」は、在来豚「アグー」の雄とランドレースの雌を交配させ、約250日間肥育(一般豚の約1.5倍)したもの。一方、「プレミアムあぐ〜」はこのうちメスのみを抽出。血統・肥育環境・生産者にこだわり、270日間肥育したものとなる。特徴は、①きめ細やかでやわらかい肉質②脂身の融点が低くとろけるようなおいしさ③豚肉特有の甘みが深い④「低コレステロールでさっぱりとしてヘルシー」⑤「泡盛の絞り粕をエサにすることでアミノ酸が増大し、旨みが際立つ」⑥「シークワサーの絞り汁を飲料にすることで臭みを抑制」。

○ 埼玉県知事と肉牛生産者が意見交換、埼玉県産和牛の輸出に意欲

農場管理獣医師協会(北村直人会長)はこのほど、埼玉・さいたま市内で上田清司県知事を囲みブランド「彩さい牛」など埼玉県産和牛の輸出に関する意見交換会を開いた。

同協会は、獣医師の立場から「彩さい牛」などの畜産物の第三者認証を行っている。この日の意見交換会では上田知事ほか、埼玉・群馬県内の肥育経営者でつくる「21世紀肉牛研究会」の会員、食肉流通事業者としてミートコンパニオン(東京・立川市、阿部昌史社長)が参加した。このなかで北村会長は、「消費者に向けて生産者、流通と農場管理獣医師の一体化したシステムを持つ『彩さい牛』が海外に輸出されていることは大変喜ばしいことで、埼玉県の畜産振興に活性をもたらす」と述べ、今後も県産和牛の輸出に高い期待感を示した。また上田知事は、「中国を中心とし

た東アジアへのアプローチは積極展開しており、そのプラスワンとしてのマカオやタイなどへの埼玉県産和牛輸出には大きな期待を持っている」とエールを送った。

一方、ミートコンパニオンの阿部社長からは、「埼玉県行政の信頼と我々民間の活力を合わせることで相乗効果を上げていきたい」とし、今後も官民挙げた輸出の取組みの重要性を訴えた。また同じく植村光一郎常務執行役は、「5月のタイフェックス出展、7月のジェトロ主催の合同商談会へのミッション参加があり、SAMURAI WAGYUとしての『彩さい牛』をこれまで以上にアピールしていきたい」と意気込みを語った。植村常務によると、埼玉県産和牛の輸出は09年9月から始まっており、マカオやタイ市場に1カ月当たり平均50頭分のロースが輸出されているという。