来年度FSSC22000取得を計画しており、製品の品質のみならず事業全般の品質向上を図る。

佐賀の「佐賀県産開拓豚」は、ランドレースと大ヨークシャーとデュロックを交配した3元交配豚だ。新鮮・良質・安全をモットーに育成した「自然育ちの素朴な味」を目標に生産・販売。肉質はつやのある淡いピンク色で肉の締まりが良く、保水性に富む。脂肪は白く、つやがあり、良質であるため脂締まりが良い。食べると軟らかく、多汁性に優れ、肉、脂肪に甘みがあり、風味も良くヘルシーだ。

TOKYO X

おいしさを最優先し
消費者啓もうにも注力

TOKYO Xは、おいしさを最優先して開発された。おいしさを決める要素は、味、食感、香りの三つで成り立っている。実は、味と食感の優位性は広く認識されていることなのだが、香りについての優位性はまだ認識されていない。この豚の開発には香りについても、造成開発時に考慮されている。

基礎豚に「北京黒豚」が使われているが、この豚のもつ脂肪酸構成由来のナッツのような甘い香りが鼻から抜けるのが特徴で、この香りに魅了されているヘビーユーザーがTOKYO Xを支えている。この香りを強調するため、仕上げ期の指定飼料には、ふすまとアルファルファミールが8%弱含まれている。

飼養期間はTDN72とカロリーベースが低くなり長くなるが、腸管内の新陳代謝が良くなることと、腸管内でのインドールやスカトールなどのガス成分が血流に乗って筋肉中の脂肪に沈着することを防いでいる。この香りの良さが徐々に広まり、西多摩地区麺組合でTOKYO Xを使った肉汁うどんが大きな反響を呼び地域活性化に一役かっている。

2013年度のTOKYO X一Association会員は、14社337店舗が登録。生産農家戸数は28戸で肉豚出荷数は約9千頭が出荷されている。

その中で、生産者と生産出荷に関する協議、流通・販売などの検討、枝肉検討委員会、トレーサビリティ検討委員会、認知活動の実施。さらに、食育事業参加、アグリネイチャー事業参加、地産地消事業参加、AW認証マーク事業参加、生産拡大委員会の開催、農場HACCPの研究会参加などの事業を行う。

TOKYO Xは、生産基盤が東京という大都市のニーズでつくられ、生産性向上に対する取り組みの結果、平成24年度の年間出荷頭数は3万5986頭となり、前年度実績を上回る出荷頭数を確保した。

このように生産者からの支持を受ける要因は、前述の完成された交配・飼育基準によって良質な豚肉の生産に携われること、茨城県銘柄豚振興会による継続したブランディング活動による消費者の知名度向上、食肉産業展における銘柄豚肉コンテストでの最優秀賞獲得（2002年）、販売店の指定制度による銘柄保護などの各種施策で銘柄の信頼度向上につなげていることがあげられる。

生産者が安心して養豚に深くかかわっていることを消費者に説く活動をしている。

そして、食料自給率や自然環境に消費者の購買活動が大きく関与しており、日本の農業力活性化の重要な要員であることも説いていく。具体的な広報活動としては、学校給食の栄養士や栄養教諭対象の食育講演、海外からの生産者や政府関係者を生産農場に招いての交流会、農業系大学での講義や消費者交流会などを行っている。

植村会長は、「生産基盤が消費地であるため消費者や流通事業者の必要性を生産現場に落とし込むことが可能になった。生産事業者、流通事業者、生活者が協調して一つになり機能しているTOKYO Xのモデルが、きたるべきポーダーレス時代における〝攻めの農業〟に少しでも貢献できることを祈念する」と述べる。

県外からの注文増加
継続した広報も奏功し

茨城県銘柄豚振興会

茨城県の銘柄豚「ローズポーク」は、地元茨城ってローズポークが誕生した。

ローズポークの出荷日齢は約190日齢で110㌔前後に仕上げる。とくに130日齢からは飼料に大麦を加えてじっくりと仕上げることによって、生産される豚肉は弾力と軟らかさを兼ね備えた締まりの良い赤肉となる。断面には適度に脂肪が交雑しており、光沢もある。

ローズポークでは生産農家を指定しており、衛生管理や出荷成績などを定期的に確認することで銘柄の品質を維持している。養豚を取り巻く環境が厳しさを増す中ではあるが、生産農家戸数は大きく変化することなく、のことし3月現在で継続して34戸が継続して生産にあたっている。

また、指定生産農家の生産性向上に深くかかわっていることを消費者に説く活動をしている。

そして、食料自給率や自然環境に消費者の購買活動が大きく関与しており、日本の農業力活性化の重要な要員であることも説いていく。具体的な広報活動としては、学校給食の栄養士や栄養教諭対象の食育講演、海外からの生産者や政府関係者を生産農場に招いての交流会、農業系大学での講義や消費者交流会などを行っている。

植村会長は、「生産基盤が消費地であるため消費者や流通事業者の必要性を生産現場に落とし込むことが可能になった。生産事業者、流通事業者、生活者が協調して一つになり機能しているTOKYO Xのモデルが、きたるべきポーダーレス時代における〝攻めの農業〟に少しでも貢献できることを祈念する」と述べる。

「TOKYO X」のロゴマーク

いばらきの高品質豚肉

ローズポーク

「ローズポーク」のロゴマーク

地産地消にも注力
多様な銘柄広範に供給

杉本食肉産業

小売、卸、外食、ギフトなど幅広い事業を展開する杉本食肉産業㈱（名古屋市中区、杉本達哉社長）は、地元中京圏以外にも営業エリアを拡大。幅は広い。売上構成比は17～20%とそれほど高くはないものの、グループ店舗、量販店、ホテル・レストランなどさまざまな販路を有し、国産だけで年間750㌧を取り扱う。

銘柄和牛で有名な同社だが、豚肉についても国産、輸入物と取り扱いの範囲は広い。売上構成比は17～20%とそれほど高くはないものの、グループ店舗、量販店、ホテル・レストランなどさまざまな販路を有し、国産だけで年間750㌧を取り扱う。

国産と輸入物の取扱比率は約半々。輸入物はデンマーク、カナダなどの産地から仕入れ、主に業務用に仕向ける。国産については7～8割をオリジナルブランドで占め、「愛知みかわ豚」「尾州豚」「尾張豚」については商標登録済み。

また、国産銘柄豚を活用したハム・ソーセージをグループの「愛知畜産加工協同組合」で製造している。

国産の仕入れは名古屋市中央卸売市場南部市場での相対取引が中心。牛肉とともに地産地消にも注力する同社では、地元の生産者によって育てられた豚を、オンレール加工体制が敷かれ、安全・安心が確立された市場と畜、解体された商品として供給できることを最大の強みとしている。

また、生産者については「県内でもトップクラスの肥育技術をもった方がたばかり」としつつ、さらなる品質向上のため密に情報交換し、現場の「生の声」をフィードバックすることでつねに改善点を探っている。

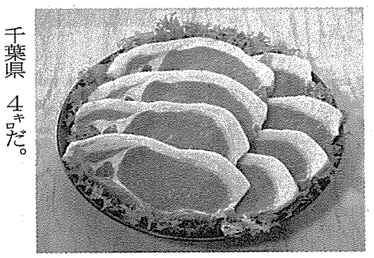
愛知県産

尾張豚

「尾張豚」のロゴマーク

SCミートグループ

「美明豚」豚肉の柱に
健康、おいしさ好評得る



美明豚のロース

千葉県千葉市の本社を拠点に、おいしさと安全性を追求した高品質な食肉を東日本中心に販売する㈱SCミートグループは、レストランなどの外食店や直営店舗を中心に「美明豚」（びめいとん）の販売を積極的に展開する。

美明豚は茨城県行方市で㈲中村畜産が生産しているSPFの豚肉だ。品種はLWDで、最上級の配合飼料に乳酸菌、ビフィズス菌、納豆菌、海藻、パイナップル粉末、ウコン、酒かすなどをバランスよく設計された天然素材美明豚専用飼料と60日以上与えて、185日間育てた豚で出荷体重もやや大振りの11㌔だ。

SPF豚だけに健康で、甘味とコクはもとより、風味があり、軟らかいほか、歯切れが大変良く、さっぱりしたおいしい豚肉として消費者から高い評価を得ている。独立行政法人家畜改良センター調べによる、うまみ成分、ビタミンEも一般の豚肉に比べ豊富で、脂肪融点も低く、口溶けが良いと高く評価されている。

平成16年には美明豚の生産振興および流通の確立を図ることを目的に茨城県中央食肉公社内に「美明豚マーケティング振興協議会」も立ち上がっており、毎年開催される茨城県豚枝肉共励会で最優秀賞を12、13、15、16、17、18年と毎年のように受賞し、23年度には農林水産大臣賞を受賞する栄誉に輝いた。

8月からは東京都中央卸売市場食肉市場の仲卸店舗への出店も決まり、食肉総合ディーラーへと大きく飛躍しているSCミートグループの鈴木良夫社長は「茨城公社で育てられる美明豚の75%を購買して、グループで経営している小売部門14店舗で販売するほか、外食レストランや卸売企業などに納入している。健康でおいしい豚肉であるとユーザーに大変好評なので自信をもって販売できる」と、これからもグループの豚肉販売のメーンブランドとして営業展開する意向だ。

またグループでは、茨城が生んだローズポークも販売している。永年かけて系統造成された茨城が生んだ銘柄豚であり、130日齢から大麦を加えた専用飼料でじっくり肥育した豚として、おいしさと安全・安心の豚肉として販売している。この他に茨城県産、千葉県産、山形県産などの豚肉も積極的に仕入れて卸販売している。さらにユーザーの要望に対応して来国産およびカナダ産ポーク、メキシコ産なども販売メニューに加えて豚肉部門の業容拡大を目ざしている。