

豚肉の高品質化と繁殖成績向上が 発展の条件と考える一貫経営

—6次産業への挑戦—

宮崎県児湯郡川南町

山道 義孝

1 地域の概況

山道義孝さんの農場などがある宮崎県川南町は、日向灘に面した宮崎県のほぼ中央に位置する総面積90.27Km²、人口17,205人(平成18年6月1日現在)の町である。

戦後、全国各地から農業を志す人々が集まり開拓されたことから「川南合衆国」とも呼ばれており、農業産出額は畜産を中心に207億円(平成19年)にのぼる、県内でも有数の農業地帯である。特に養豚は町の農業産出額の3分の1以上を占める基幹品目となっている。

2 経営の歩み

昭和44年、20歳目前に母豚7頭規模から養豚経営を開始し、昭和47年に(有)宮崎第一ファームを設立した。その後、徐々に規模拡大するとともに昭和63年から銘柄豚「あじ豚」の開発に着手し、平成元年には加工・販売部門(株)フレッシュ・ワンを設立した。しかし、法人設立当初の経営は順調ではなく、初めての営業であったこともあり苦労の連続であった。平成11年以降、3人の後継者が経営に参加したことで、生産～加工～販売まで各部門が拡充し、経営の一貫体系が確立した。平成18年に(株)フレッシュ・ワンの直営店「ゲシュマック」をオープンし、平成19年度に「あじ豚」の商標登録を取得した。

○これまでの歩み

昭和 42 年	高校卒業後埼玉県にて研修
44 年	母豚 7 頭から養豚経営開始
47 年	(有)宮崎第一ファーム設立(養豚部門)
63 年	「あじ豚」開発着手
平成 元年	(株)フレッシュ・ワン設立(加工販売部門)
12 年	新たな豚舎建設 (母豚 450 頭一貫経営)
18 年	直売レストラン「ゲシュマック」オープン
19 年	「あじ豚」商標登録

3 経営の概要

(1) 飼養規模および資本装備

○ 名 称	有限会社 宮崎第一ファーム (昭和 47 年 2 月設立)
○ 代 表	代表取締役 山道義孝
○ 事業内容	養豚経営
○ 飼養規模	母豚頭数 372 頭 肉豚頭数 4,000 頭 (常時) 出荷頭数 8,752 頭 (年)
○ 施 設	母豚 (種付舎 1、分娩舎 4、休憩舎 2)、育成豚 (育成舎 2)、肥育豚 (子豚舎 1、肉豚舎 8) たい肥舎 2、浄化槽、倉庫合計 9,30 m ²

(2) 農業従事者

続 柄		満年齢	農業従事日数	農業従事内容(役割分担)	
本 人		60	281 日	代表取締役、フレッシュワン含む	
妻		57	140	財務管理、フレッシュワン含む	
長 男		35	281	農場責任者(専務)	
長男の嫁		35	50	育児中	
計 4 人			752		
雇 用	常 雇	男	3 人	平均 33 歳	総計 843
		女	1 人	平均 62 歳	総計 281
	臨 時	男	2 人	平均 65 歳	総計 416
		女	—		

(3) 経営実績 (平成 20 年 1 月～12 月)

項 目	数 量
経営規模	
種雌豚飼養頭数 (頭)	370
年間肉豚出荷頭数 (頭)	8,752
収益性	
養豚部門総所得 (千円)	34,413
家族労働力 1 人当たり所得 (千円)	11,471
種雌豚 1 頭当たり所得 (円)	93,008
所得率 (%)	11.9
出荷肉豚 1 頭当たり生産原価 (円)	40,152
生産技術	
種雌豚 1 頭当たり年間平均分娩回数 (回)	2.46
種雌豚 1 頭当たり年間子豚離乳頭数 (頭)	28.3
種雌豚 1 頭当たり年間肉豚販売頭数 (頭)	23.5
平均肥育日数 (離乳～出荷) (日)	186
出荷肉豚 1 頭 1 日当たり増体量 (離乳～出荷) (kg)	0.67
飼料要求率 (肥育豚)	3.07
農場飼料要求率	3.35
種雌豚 1 頭当たり飼養管理労働時間 (時間)	40

4 経営の特徴

(1) 高品質の追求 (あじ豚ブランドの確立)

豚肉の輸入自由化により価格の安い輸入品との競争が始まり、周囲では規模拡大によるスケールメリットを追求するようになったが、コスト競争よりもテーブルミートとして消費者から選択される、付加価値を高めた豚肉を生産する道を選択し、ブランド豚肉「あじ豚」の開発などに取り組んだ。

「あじ豚」の開発

1) 肥育用素豚の改良・作出

肉豚の品種の組み合わせについて各方式を比較検討した結果、WLDに統一した。

「大ヨークシャー (W) の雌」に「ランドレース (L) の雄」を交配して生まれた一代雑種 (F1) である WL を母豚として使い、これに「デュロック (D) の雄」を交配して生産された子豚が、肉質のよい豚肉を生産する結果となり、すべての肉豚をこの交配方法で生産するようにした。さらに、同一品種も「系統」まで吟味することにより肉質と斉一性の向上を図った。

2) 肥育用配合飼料の開発

血統とともに肉質に大きく影響する「配合飼料」についても、飼料メーカーと共同で給与試験と肉質調査を続けた結果、動物性の配合原料を使わずにマイロ、麦、キャッサバを主原料とした肥育仕上げ用飼料を開発した。その結果、やわらかくてさっぱりとした、旨味の中にも甘みがあり、消費者が敬遠する「豚臭さ」をおさえた豚肉の生産が可能となった。

組織化による技術の研鑽、外部交渉力の強化

「あじ豚」銘柄を確立するため、「どこを切っても金太郎飴」を合い言葉に仲間を増やし、飼養管理の統一、飼料の一括購入、年間定額での枝肉販売交渉などを行った。

また、グループの仲間と一緒に、斉一性の重要さを認識するために、月末には全員で出荷先の食肉センターまで出向き、枝肉の勉強会を開催している。その他研修会も随時開催している。そのおかげで、現在では川南町内外の6農場で「あじ豚生産グループ」を組織し、年間2万3000頭を出荷するまでとなった。

(2) 繁殖成績の向上

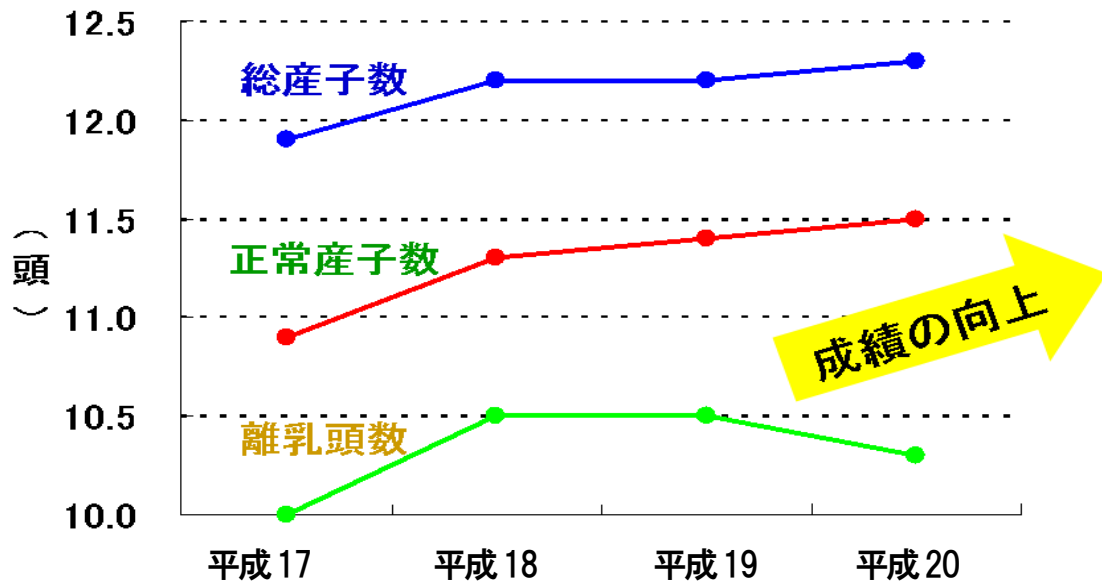
平成12年に、母豚300頭規模から母豚450頭規模まで増頭することを目指し、豚舎を増築した。しかし、この規模拡大の前後を通じて、①周辺が養豚の濃密飼養地域であったこと、②高温多湿地帯でのウインドレス豚舎の運転に不慣れがあったこと、などの理由から疾病に悩まされ、事故率が10%を越える年もあった。

そこで、生産面においては無理をせず豚にやさしい環境で健康的に飼養することによって、消費者ニーズに合致した高品質な豚肉の生産に努めることを経営方針の中心に据え、①種豚を自家育成から SPF 豚の外部導入に切り替えたこと、②管理獣医師による適時適切な衛生管理を行ったこと、③母豚450頭のキャパシティーに対し約80%の370頭を収容すること、④人工授精の導入により、行き届いた管理が可能となり、豚に対するストレスを軽減したことなどの改善を行った。

この結果、事故率が3%台まで急減し、年間母豚1頭当たり出荷頭数は24頭に、農場飼料要求率は3.35になり、安定して好成績を得るまでになった。

その他、地元酒造会社からの焼酎粕を原料に発酵飼料を給与したところ、腸内環境が改善され 夏季の増体の落ち込みを抑えることができた。さらに、地域内未利用資源の活用や飼料費の縮減にも寄与した。

(図1) 母豚1頭当たりの繁殖成績の推移

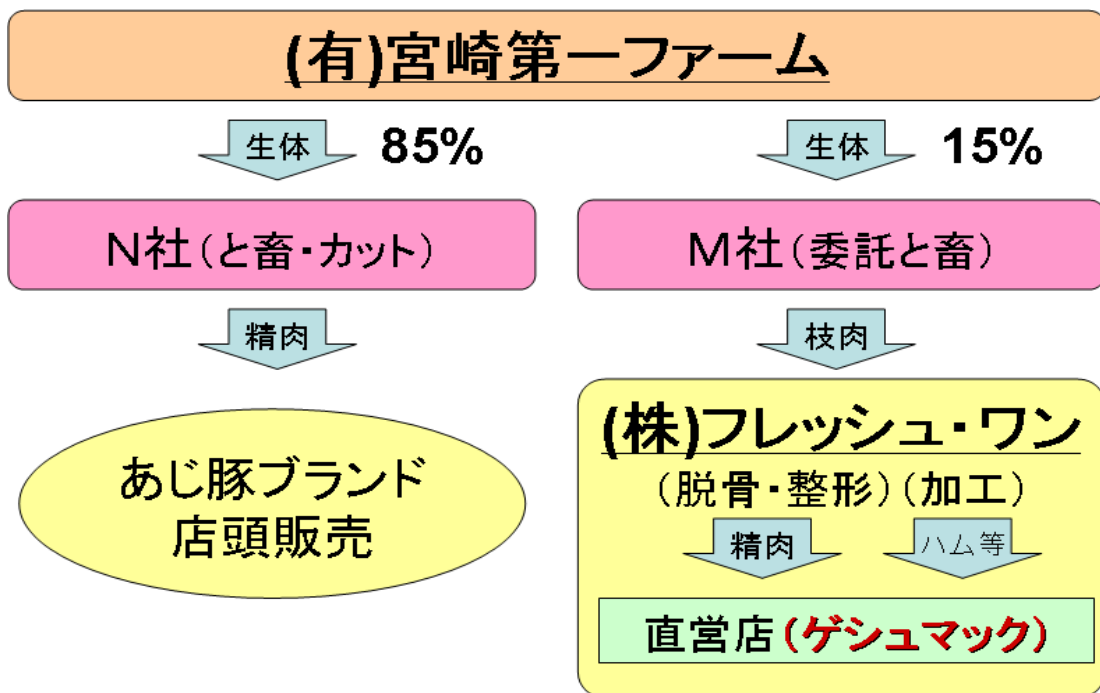


(3) 6次産業化への挑戦

後継者との経営多角化

養豚の研修を終えた長男が、平成11年に宮崎第一ファームの養豚部門（1次部門）に参加し、14年には、精肉やハム・ソーセージ加工の研修を終えた三男がフレッシュ・ワンの加工部門（2次部門）に参加した。また次男が営業・経営管理（3次部門）を担当したことで経営の6次産業化の充実を図った。

(図2) (有)宮崎第一ファームの流通経路



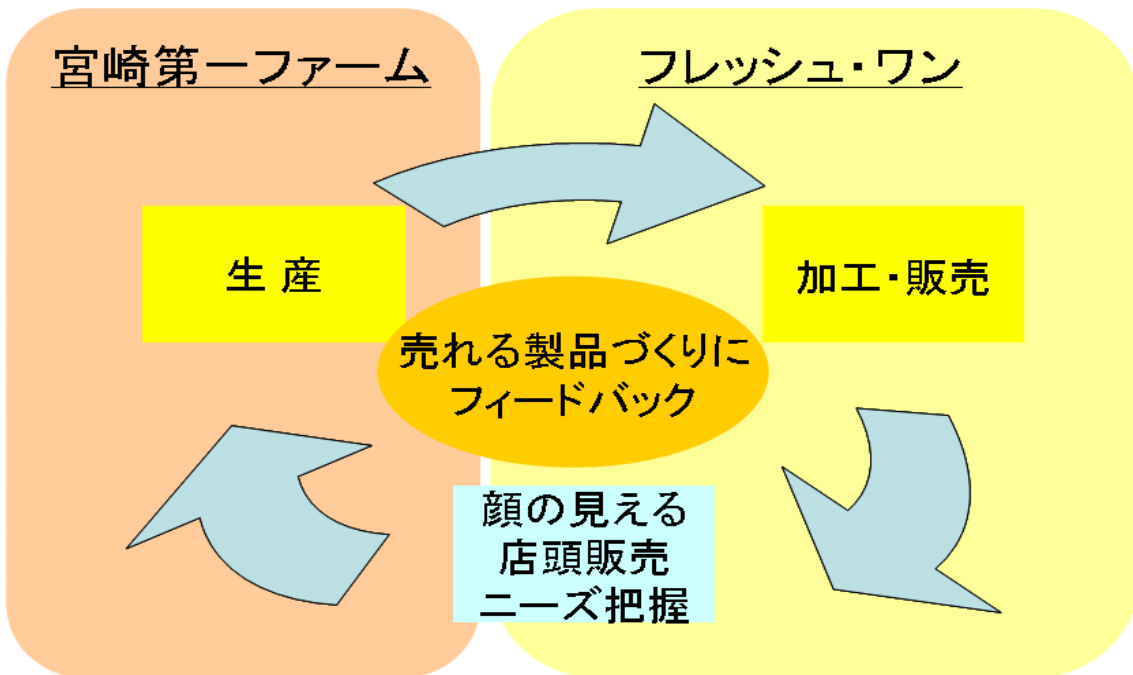
直営店ゲシュマックのオープン

平成18年に、それまで手狭だった店舗を移転して、新しい直営店舗「ゲシュマック」をオープンした。この店舗では精肉やハム・ソーセージなどの加工・販売を行い、レストランや見学スペースも設けている。

消費者ニーズのフィードバック

ゲシュマックでの販売を通じて、消費者のニーズを直接聞けることが、宮崎第一ファームの生産改善に大きく役立っている。

(図3) 消費者のニーズ把握と製品づくりへのフィードバック仕組み



5 周囲への貢献

(1) 地域への貢献

教育機関からの要請による体験学習などにはできる限り対応し、農業・養豚の理解促進を図った。また、地域内の耕種農家へのたい肥供給や植栽による豚舎周辺的环境整備などを行うなど、地域社会との共存に取り組んだ。

(2) 養豚業界への貢献

県や全国組織の養豚生産者協議会の立ち上げに関与し、養豚農家の意識向上や関係団体との協調など、養豚業の振興に寄与した。

- みやざき養豚生産者協議会 (MPC) 会長 (平成 15～20 年)
- 日本養豚生産者協議会 (JPPA) 役員 (平成 18～20 年)

6 これからの経営

(1) あじ豚ブランド力の向上

「あじ豚」のブランド力をさらに高めるため、グループの相互研さんでおいしさを追求する。

(2) 付加価値の向上

フレッシュ・ワンを通じた直販比率（現在 15%）を高め、付加価値の向上をめざす。

(3) 健康な豚の生産

アニマルウェルフェア（動物福祉）に配慮した飼育形態への移行および HACCP 認定農場を目指し、消費者へアピールすることにより、「あじ豚」のイメージアップを図る。

(4) 自家製たい肥を活用した野菜作りと乾草作り

自家製のたい肥を活用して野菜を生産し「ゲシュマック」へ供給する。また、現在、豚舎の発酵床にはオガクズを用いているが、将来的にオガクズの入手が困難になる状況を見越して所有地で干牧草を生産し、オガクズが不足する分を代替する経営内循環を実現する。

(5) 焼酎粕の積極的な活用

焼酎粕のリサイクル利用に関しては、現在発酵飼料として用いているが、今後エコフィードとしてさらに利用量を拡大させ、地域環境の改善と飼料費の節減に寄与すべく、リキッド（液状）飼料での給与を検討している。

今後も新たな課題解決へ向けた挑戦を続け、足腰の強い経営体を目指し、同時に消費者から喜ばれる経営を展開していきたいと思う。