

仲間と共に伸びる養豚経営

★ 消費者に愛される豚肉生産を目指して ★



(有) キングポークのメンバー

茨城県筑西市小栗 3487-2

北斗養豚有限会社 代表

小 菅 忠 一

1. 立地および慣行の概要

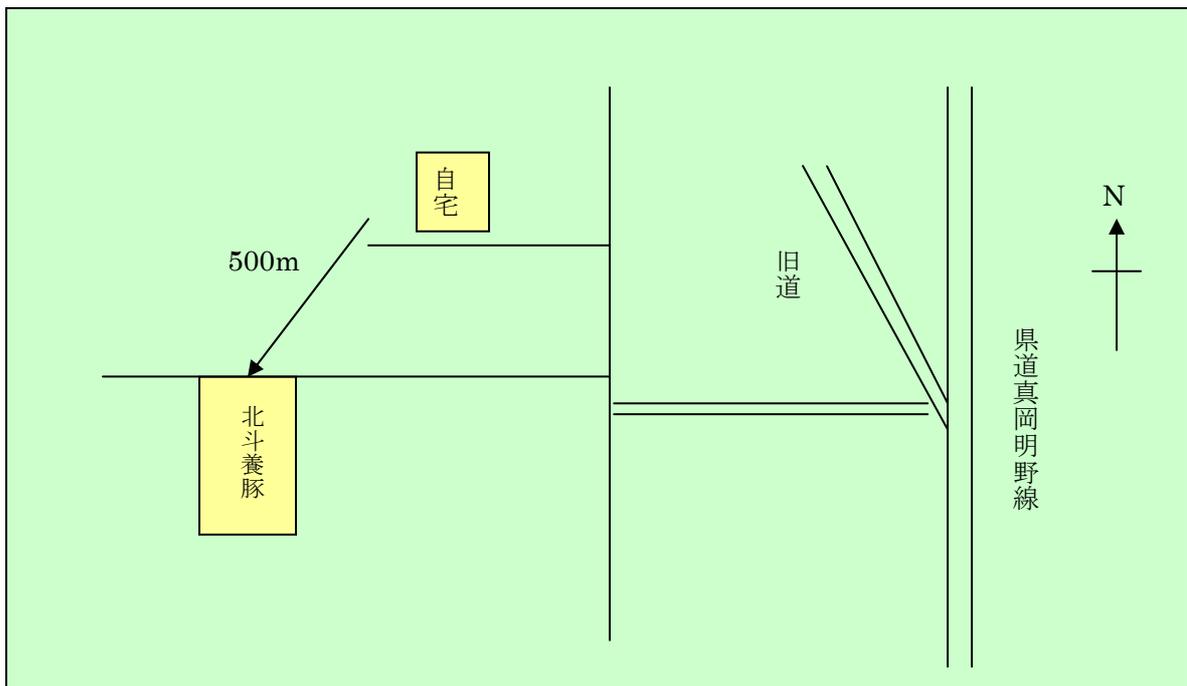
協和町は筑波山の北西部、首都圏80km に位置する総面積 36.24km²、人口 17,000人余りの気候と水利に恵まれた農業の盛んな町である。北部を除きほぼ平坦で、西に小貝川、東に観音川が流れ、関東ローム層に覆われた肥沃な農地を潤している。

農家戸数 1,307戸、耕地面積 2,270ha、農業粗生産額は 64.8億円で、内訳は米 11.8億円、野菜 35.9億円、畜産 4.7億円、その他となっている。

畜産では養豚が最も盛んで、以下酪農、肉用牛の順である。



2. 経営土地の分布状況



3. 農業経営の改善の動機と変遷

1) 庭先養豚からのスタート、徐々に規模拡大

私は高校を卒業した後、4年間の農外勤務を経て昭和38年に就農した。当時の我が家の経営は、米麦を中心とする主穀農業であったが、就農と同時に中ヨークシャー種1頭を導入、

いわゆる庭先養豚から養豚経営のスタートを切った。

昭和41年 少し離れた畑の中に50頭規模の肥育豚舎を建設して、規模拡大を図るとともに、家畜商免許を取得し、バークシャー、ランドレース等の種雄豚を導入、近隣の農家への種付け業も開始した。

徐々に300頭規模まで豚舎を増築、自分が種付けして生ませた子豚を買い取り、肥育経営を行っていた。当時様々な品種構成で生産されていた肥育素豚は、次第に **LWD、LWH** の三元交配に集約されてきた。

子豚市場での人気もこの2種類の交配が主流になり、子豚を肥育してみると、LWD の三元交配が最も枝肉のバランスがよく、発育・耐病性に優れ、ばらつきがないとの手応えを感じていた。

※ **LWD、LWH** : ランドレース種(L)の雌に大ヨークシャー種の雄(W)を交配して生まれた一代雑種の雌に、デュロック(D)及びハンプシャー(H)の雄を交配し生産されたもの

2) 種豚生産開始、ブリーダーに

昭和45年から自分自身納得のいくデュロックが欲しくなり雌を導入、純粋種生産・ブリーダー業を開始した。この頃から各地で行われていたバローショーにも、出品及び購買のため度々参加するようになった。

純粋種の生産は、その後自らアメリカに赴いて種豚を購入するなど、ブリーダーとして充実した時期を過ごし、繁殖豚80頭まで規模を拡大した。

3) SPF 肉豚生産に取り組む

ブリーダー業で得た利益を元に、昭和60年母豚220規模の SPF 一貫経営に取り組むこととなった。交換分合により水田の真ん中に農地を集積し、畜舎を建設した。同時に北斗養豚(有)を立ち上げ、養豚専業経営となった。

全て商系の **SPF 豚** による取り組みとなったが、商社が供給する種豚は、雌系の LW はともかく、雄系のデュロックについては、皮膚が厚く仕上がる肉豚の肉色・てりなど、自分の好みに全く合わない特徴を持つ豚であった。

結局 SPF システムによる一貫生産は、オーエスキー病の発生により、3年で止めることとなった。

※ **SPF 豚** : (Specific Pathogen Free) 豚の略語 豚の発育や飼料効率を阻害する特定の疾病を、最小限に抑えた健康な状態の豚

4) 自家生産豚による一貫生産システムへ

この経験は自分が長年ブリーダーとして、こだわりを持ち改良を重ねてきた豚の良さを再認識し、環境に左右されない豚自身の強健性がいかに重要かを、思い知るよい契機となった。

まだ古い豚舎で飼養していた自家産のデュロックと、国内各地の種豚場から導入したLWを用いて一からの出直しを図った。

その後はスーパーLなどの制度資金を活用しながら、徐々に経営規模を拡大、現在は母豚400頭の一貫経営を営んでおり、経理は妻が担当している。

※ 経営の経過

年 度	経営規模	内 容
S38年	1頭	繁殖豚・中ヨークシャー導入
S41年	50頭	1回目の畜舎移転、肥育経営へ
～43年	300頭	規模拡大、種付け業開始
S45年		デュロック種豚生産販売開始
S47年		渡米、デュロック種雄豚導入
S60年	母豚 220 頭	SPF 一貫生産、2回目の畜舎移転 北斗養豚有限会社設立
S63年		自家産種豚に切り替える
～H 8年	母豚 350 頭	畜舎増築、順次規模拡大
H 9年		銘柄豚 キングポーク生産開始
H 11年		有限会社 キングポーク設立
H 14年	母豚 400 頭	畜舎増築、規模拡大

4. 生産技術について 特に創意工夫した点と効果

1) 我が経営の育種方針

豚というのはつきつめれば「穀物を肉に換える家畜」である。発育に優れ、飼料効率がよく、健康で食べて美味しい肉質を持った豚が、よりよい豚であるとの方針をもって、改良に取り組んできた。

選抜は、増体や飼料効率など一般的な数値のほかに、肩の厚みや骨格、肢や蹄の質、皮膚被毛、身体の柔軟さなどにこだわりを持ち実施している。最終的には消費者に健康(安心)と美味しさを提供することを目的としている。

2) デュロック「タンカータイム」 出会い

デュロックを飼い始めた当初は、(株)埼玉種畜牧場から導入した種豚を基礎に、自家繁殖して改良を加え、身体の柔軟な筋肉にバネのある系統を好んで飼っていた。発育面で更なる改良を加えるため、昭和47年思い切ってデュロックの本場アメリカに渡り、種豚を導入することを決意した。

輸入商社の紹介により、テキサス州のオークションで「タンカータイム」という、自分の求めているイメージにぴったりの雄に会い購買を決めた。価格は一頭3,000ドルであったが、身体が柔軟でかつ大型、細かく短い毛が密生し、さらには自ら発する脂でアザラシのように光り輝く見事な豚であった。

帰国し、当時飼っていた雌豚 20 頭全てにこの雄豚を交配した。まもなく生まれた子豚達は、期待に違わぬ素晴らしい豚で、成長したものをバローショーに出品した。見事、上位入賞を果たし一躍業界の注目を集めた。交配希望や購入希望が殺到し、生まれる子豚は1年先まで予約でいっぱいという状態になった。

現在でも、デュロックについてはこの系統を基礎としている。



3) ランドレース・大ヨークシャーも改良、よりよい肉質へ



ランドレースと大ヨークシャーについても同様の視点で、国内の種豚場から、毛が細く柔らかい豚、肩幅の厚い丈夫な豚を導入した。10年間試行錯誤を重ね、概ね同様の特徴を併せ持つ3品種の系統が完成した。どの品種も常に5つの系統を維持し、近親交配による弊害を避けている。

毛が細い豚は筋繊維も細かいため、脂肪交雑も細かく入りやすい。スライサーや包丁でカットされた時、この脂

肪が薄く肉の表面を包み込むため、結果として日持ちのよい美味しい豚肉となり、消費者に支持されることになった。

4) 種豚の特徴に合わせた指定配合

飼料については、3社に依頼した指定配合したものを給与している。肥育用の飼料は、一般的なトウモロコシの他に麦や嗜好性に優れた菓子パン粉などをブレンドし、エキスパンダー処理（熱処理）して与えている。

また、ストール舎にいる妊娠豚については、太りすぎにより産子数が減らないよう粗脂肪粗蛋白を極力抑えた配合内容とし、分娩後の豚には乳量が多くなるようカロリーを上げて配合するなど、豚の状態に応じて内容を吟味した独自の飼料を与えている。

なお、子豚段階以降、抗生物質は一切与えていない。



5) ウィンドレス豚舎を主体に

畜舎は年間を通じて温度差の少ないウィンドレス豚舎が主体で、ストレスの少ない環境で豚を飼養するよう心がけている。

5. 販売方法の選択にあたって創意工夫した点

1) キングポーク誕生、ブランド化へ

販売については、3市場平均の上物基準に、永らく相対取引を行っていた。平成9年頃、肉質について絶大な信頼を寄せてくれている食肉問屋から、もっと出荷量を増やして欲しいとの要望があり、古くから我が家のデュロックを買ってくれている農家を組織化することを思いついた。



趣旨を説明して賛同してくれる農家を集い、デュロック以外の雌系 LW についても、北斗養豚の種豚に切り替え、さらに飼料の統一かも図ることとした。

趣旨を説明して賛同してくれる農家を集い、デュロック以外の雌系 LW についても、北斗養豚の種豚に切り替え、さらに飼料の統一かも図ることとした。

紆余曲折を経て、県西地方を中心に10名のメンバーによる母豚 2,220 頭規模

の生産基盤が整った。組織の名称については、豚の王様という意味をこめ、キングポークグループと名づけ、北斗養豚を原種豚生産農場、もう一ヶ所を母豚生産農場、その他をコマーシャル農場とする役割分担も決まった。

さらに生産する豚肉を「キング宝食(ポーク)」の名称で商標登録を行い、ブランド化にも取り組むこととなった。

2) 品質管理の徹底でブランド力強化

現在、メインの出荷先である神奈川県内の食肉問屋の場合には、神奈川県食肉センター、県内のスーパーの一部は茨城県中央食肉公社と、出荷先に応じて食肉処理場を使い分けている。

グループ共通の厳格なルールに基づき、以下のように品質管理を徹底し、より質の高い豚肉を販売している。

- ① 原則として HACCP に対応した食肉処理場において、豚のストレス、作業のスピード、冷凍方法、器具器材の消毒、作業員の衛生レベルに至るまでの基準を設け枝肉とし、独自の格付けを行う。
- ② 上物(70%)、中物(20%)の合計 90%のうち厚脂のものと肉色、締りの劣る物を除いた約 80%を銘柄豚肉キングポークとして流通し、残りは一般の豚肉として販売する。

キングポークに格付けされた場合、販売価格は庭先出荷体重の 62%に(3市場上物価格+規定の上乗せ)を乗じて決定し、運賃・食肉処理手数料は先方が負担する形を採っている。

格落ちなどを考慮しても年間の平均枝肉単価は、農家手取り換算で上物価格+30円前後となっており、養豚情勢が厳しい中、極めて有利な販売を展開している。

※ キングポークグループの構成員概要 (いずれも一貫経営、頭数は母豚数)

種豚生産農場			
北斗養豚 (有)	400 頭	原種豚生産・肉豚生産	
斉藤 孝夫	200 頭	LW 母豚生産・肉豚生産	
肉豚生産農場			
(有) 大畑農産	300 頭	本多 邦昭	200 頭
(有) 野本畜産	400 頭	木村 久夫	120 頭
上野 和喜	150 頭	野村 直義	120 頭
豊崎 淳	200 頭	増渕 隆男	130 頭

3) 販売会社設立、専門化により販路拡大

平成 11 年、生産量の増加による販路の拡大を図るため、豚肉販売に関する別会社（有）キングポークを設立、販売部門を専門化している。

代表取締役には私が就任、取締役にはメンバー全員が名を連ねている。活動の原資には、キングポークとして出荷された場合、問屋から1頭当たり 500 円の割戻金を設けるとともに、指定配合飼料についても、メーカーからトン当たり 1,000 円の割戻金を設け、これに充てている。

専用の事務所を北斗養豚の敷地内に構え、もと食肉販売会社のベテラン職員を営業担当に、女性事務員を経理担当として雇用し、販路の開拓、豚の出荷管理の徹底などに一層の弾みがついている。

4) 地元スーパーでの販売開始

平成 14 年からは「いばらきの味キャッチフレーズ（うまいもんどころ）」の使用を認可されるとともに、かねてからの念願であった県内スーパーでも取引が始まった。

地方の中小規模のスーパーにおいては、大手との差別化を図るため、地域の特色ある農産物を取り扱う機運が高まっていることや、茨城県で推進している地産地消運動、一連の食品偽装問題に端を発した、消費者の生産履歴の不明な豚肉に対する不安など、様々な要素が追い風となり、取引は順調に伸びている。

現在茨城県内では、商圈が極力競合しない3つのスーパーで、キングポークが販売されているほか、数店の豚カツ専門店でも、キングポークを店の看板メニューとして位置づけるなど、地元においても知名度が飛躍的に向上している。



スーパーでパックに貼っているラベル

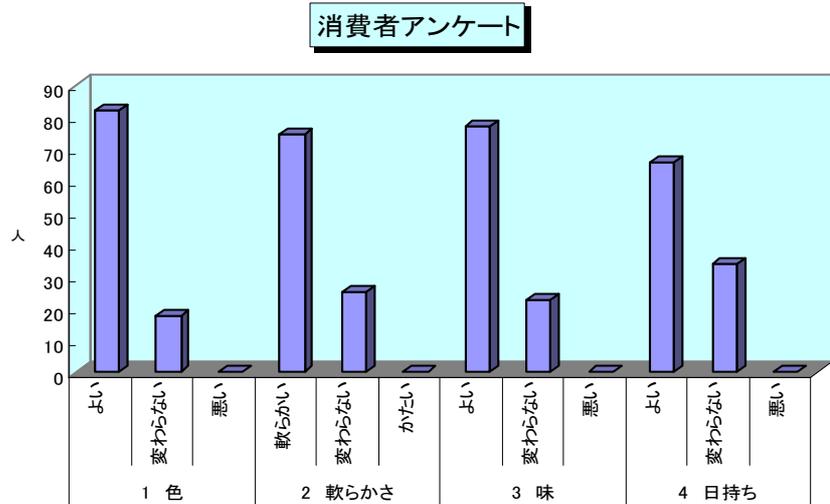
5) 消費者に積極的に PR

それぞれの売り場には、メンバー全員の顔写真入りのパネルが展示されている。メンバーも交代で定期的にアンケートと調査を行ったり、特買日にはチラシの配布など店頭販売を手伝い、自ら直接消費者にキングポークの特徴を PR することで、顔の見える関係を深めるよう努めている。

生産者の顔写真入りのパネルをかけて販売しているスーパー



食味に関するアンケート調査の結果は概ね好評で、消費者に「美味しい」と喜んでもらうことを励みに、メンバー全員が一層の研鑽を重ねているところである。



〇〇スーパー 双葉台店 無作為 100名 2003/2/18

5. 自分の経営改善を近隣に普及した点

1) 地域の有機肥料供給源として

一貫生産に取り組んだ当初から、糞は開放型発行施設により堆肥化、尿は活性汚泥法により浄化放流を行っている。増頭後はそれぞれ施設の機能強化を図り、家畜排泄物法に適合する施設が整備済みである。堆肥については、協和町や近隣の栃木県二宮町のイチゴ農家を中心とする園芸農家に供給しており、畜産農家が減少する中、地域の堆肥供給センター的役割を担っている。

※ 地域への堆肥供給量

S 60年	H 14年	次年度以降
450 t	760 t	800 t

2) 定例勉強会で技術の平準化

キングポークグループでは、毎月第2土曜日に協和町において、出荷先の食肉問屋も含めて勉強会を実施している。

各自の経営内容を発表したり、飼養管理面での技術を伝授しあうなど、数字をオーブ

仕事が終わってから集まり、
熱心に勉強しあう仲間



ンにした情報交換が特色で、毎回熱心に全員が出席している。

特に肉質については常にサンプルを持ち寄って、試食・研究を重ねており、その結果、飼料の配合や豚の選抜、飼養管理の改善に活かされている。

メンバーの多くは40～50代の働き盛りである。メンバーの多くに後継者が育っていることが、キングポークに取り組んでの、一番の喜びであり、誇りでもある。

6. 農業経営の改善が自家の経営及び生活に及ぼした効果

1) 生産基盤の拡大

現在、グループ全体で年間約 40,000 頭出荷できる体制が整ってきたが、昨年始まった県内スーパーの販売が順調で、需要に応じきれない状況にある。年間 50,000 頭の出荷を目標に、次のような対策を講じている。

- ① グループ内若手を中心とする規模拡大
- ② 北斗養豚での肉豚生産部門の拡大
- ③ 新規メンバーの加入促進
- ④ 増産後の品質水準の確保

現在、新規メンバーについては、候補が2名控えており、飼料・種豚をキングポーク専用更新中で数ヶ月経過したところである。

飼料や種豚の特徴を使いこなせない限り、キングポークとしての取り扱いが許可されず、出荷先の間屋が豚の仕上がり具合を見た上で、最終的なチェックをクリアすることが条件となっている。

※ キングポーク出荷量の推移

	13年	14年 (見込み)	15年 (計画)
グループ全体の出荷量	22,407	38,000	50,000
内キングポークとしての扱い	15,566	25,000	35,000

2) 消費者に愛される豚肉生産を目指して

私はスポーツが好きで、よくTV観戦を楽しむが、スポットライトを浴びている一流選手の陰には、常人の想像を超えた努力の過程があると常々思っている。自分自身、養豚を自分の生業と定めてからは、人の3倍努力を重ねてきたつもりである。伝染病の発生、豚舎

の火災、価格の暴落、…そのたびあきらめずに精進を重ねた結果、今日の経営があると
考えている。これからも養豚経営暦40年の様々な経験を活かし、消費者に健康と美味し
さを提供する、愛されるよう豚経営の確立をめざして、努力を重ねていきたい。

※ 平成 15 年 7 月 22 日

第 52 回全国農業コンクール（毎日新聞社 主催）にて

名誉賞ならびに農林水産大臣賞 受賞

※ 平成 15 年 11 月 23 日

第 42 回農林水産祭（農林水産省・(財)日本農林漁業振興会 共催）にて

(財)日本農林漁業振興会会長賞 受賞



MAINICHI



表彰状
名誉賞

茨城県 小菅 忠一 殿

あなたは毎日新聞社主催第52回全国
農業コンクール全国大会に書類審査現地審査
を経て出場しその研究成果を発表されました
審査の結果優良と認め推薦します

審査委員長 頼 平

上記の推薦により毎日新聞社賞を
贈りこれを表彰します

平成15年7月22日

毎日新聞社 代表取締役社長 齋藤 明 

賞状

茨城県

小菅忠一殿

あなたの出品財は第四十二回農林
水産祭参加の毎日新聞社主催
第五十二回全国農業コンクール
において特に優秀と認められた
のでこれを賞します

平成十五年七月二日

農林水産省 亀井善之



賞状

畜産部門

茨城県

北斗養豚有限公司 殿

あなたは第四十二回農林水産祭
参加表彰行事において特に優秀な
成績をおこめられましたので

これを賞します

平成十五年十月二三日

財団法人日本農林漁業振興会

会長 亀井善之

