JA西印旛とれたて産直館 印西店×JA全農ちば×JA富里市×JA東日本くみあい飼料

# 生産者とJAグループが一丸で守り、育む千葉の銘柄豚「房総ポーク」

共創するチカラ

全国でも有数の豚肉出荷量を誇る千葉県。20を超える銘柄豚がひしめく千葉県の中でも、「房総ポーク」は着実にファンを増やし続けている。JAグループちばは、そのブランドの立ち上げから生産者に寄り添ってブランド化に取り組み、首都圏でのPR強化を図る。良質な肉質にこだわる肥育農家、ブランド力向上に奮闘するJAグループちばの取り組みを紹介する。

## 肉質への追求が生んだ旨味の余韻が続く豚肉

銘柄豚「房総ポーク」は、販路の開拓に苦戦していた千葉県の中小規模の農家が集って、大規模生産者と同等の頭数を確保し、有利販売につなげようと、2004年に立ち上げた。ブランド化するにあたり、最もこだわったのが品質の統一だった。LWDまたはWLDの3元交雑種を原則とし、現在は更なる品質安定のため千葉県畜産総合研究センターで造成された「ボウソウL4」を基礎豚に使用している。また、肉の味や色が決まるとされる出荷前の約60日間、海藻粉末やビタミンEを配合した専用飼料を与えている。これにより、豚肉特有の臭みが少なく、すっきりとした味わいと旨味の余韻が続く「房総ポーク」を作り出した。

販売先は、県内を中心に茨城県や東京都の飲食店などで、JA全農ちばが年間2万4000頭を出荷する。畜産部畜産酪農課の千正理方副審査役は「『房総ポーク』を指名で購入されるお客様が着実に増えていると感じています」と手応えを話す。

一方で、コロナ下の販路拡大に課題も感じている。株式会社味香り戦略研究所で行った食味検査では、一般的な豚肉と比較して、スッキリとした旨味が非常に高いという検査結果が報告されているが、コロナ下で試食販売ができない状況が続いているからだ。「『房総ポーク』の独創的な味わいとやわらかい肉質は、食べて知ってもらうのが一番です。少しでも消費者に直接食べてもらう機会を作りたいです」と千正副審査役は局面の打開を懸命に模索している。

2021年10月には、千葉県内で人口の多い柏市の柏高島屋ステーションモールと柏高島屋との全面的なタイアップにより、館内のレストランで「房総ポーク」を使用した期間限定メニューを販売した。テレビ等のメディアが開催するプレゼントキャンペーンなどに賞品として提供するなど、機会の創出にも余念がない。今後、県内での更なる知名度向上のため、SNSやメディアでの露出を増やすなどPRを強化していく計画だ。

## 生産者の思いとともに販売するのが使命

千葉県印西市にある、JA西印旛とれたて産直館印西店は2010年にリニューアルオープンし、ガラス張りの開放感溢れる店舗に生まれ変わった。2021年7月には同店内に全農のお肉工房がオープン、対面による量り売りで千葉県産の精肉を取り扱っている。

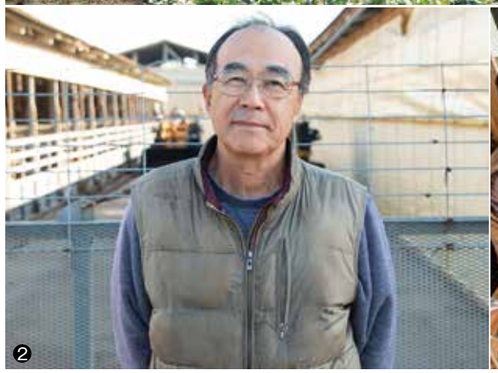
JA全農ちば畜産部畜産酪農課の髙橋弘邦調査役は「近隣の競合店は効率を重視し、カット工場で加工した肉をパック詰めにして各店舗に配送するのが主流です。だからこそ、全農は〝必

【販売店】

**JA西印旛とれたて産直館印西店**

千葉県印西市西の原 4-3
TEL. 0476-48-2200
営業時間 / 10:00 ～ 17:00
定休日 / 毎週月曜日、年末年始

❶「房総ポーク」を扱う全農のお肉工房
❷開放感溢れる、とれたて産直館印西店
❸JA全農ちば畜産部畜産酪農課の千正理方副審査役（左）と髙橋弘邦調査役（中央）、株式会社SCミートの馬場勝信店長（右）
❹「房総ポーク」のブランドマーク



【生産者（取材・撮影協力）】**塩澤英一**さん
千葉県富里市十倉

❶専用飼料を納入する様子
❷房総ポーク販売促進協議会の会長を務める塩澤英一さん
❸情報交換を密に行い、すぐに対策を講じる
❹「房総ポーク」の専用飼料
❺塩澤さん（中央）とスリランカから来日したスタッフのティリーナさん（左）とサチラさん（右）
❻塩澤農場の豚舎内
❼JA富里市営農部販売課の五十嵐護さん
❽JA東日本くみあい飼料株式会社東関東支店の井上慶太主査

要な人が必要な分だけ買える〟対面の量り売り販売を選択しました」と話す。消費者が適量を購入できる対面販売は、消費者の利便性を高めるだけではなく、販売時に直接コミュニケーションをとれることが大きい。

髙橋調査役は「対面販売のときに生産者の思いを消費者にお伝えするようにしています。生産費がどんどん高くなる中で、それを安く売って大量にさばくのは私たちの使命ではありません」と熱く語る。そうした熱意が伝わり、近隣の量販店で販売する豚肉と比較して割高な「房総ポーク」に、半年たらずで固定客がつくようになった。

とれたて産直館印西店のお肉工房の店長を務める、株式会社SCミートの馬場勝信さんは「『房総ポーク』はなんといっても脂が美味しい。脂の美味しい肉が、本当の美味しい肉。その自信があるから、脂身も見せるように販売しています」と話す。

開店当初から、馬場店長は消費者の反応を見ながら試行錯誤を繰り返してきた。その1つが3㎝超の厚切り肉だ。競合店との差別化を図るためにトライしてみたところ、予想を超える反響を呼び、1日に約10kg売れるほどのヒット商品となった。

また、馬場店長は、SNSなどに上げられている動画で若者の厚切り肉の楽しみ方を研究していた。その時に見つけたのが「ダイヤモンドカット」だ。肉の背面から縦方向に、表面からは斜め方向に切り込みを入れると、肉の切れ目が美しいひし形に見えることから、バーベキューなどで〝映える〟と人気となっていた。厚切りの肉にも火が通りやすく、やわらかく焼き上げることができるため、肉本来の旨味を逃がさないという特色もある。「房総ポーク」とカットの相性の良さがあいまって、厚切り肉の人気を後押しした。

馬場店長は「この厚切り肉を7枚も買っていくお得意様がいます。最近では、わざわざ東京から足を延ばして買いに来てくださる方もいます」と手応えを話す。この厚切り肉を目当てに遠方から買い物客が来るのは、スタッフにも良い刺激となっている。

## 厳しい状況をチームで乗り越える

富里市で塩澤農場を経営する塩澤英一さん（66）。現在の飼養頭数は、1400頭。繁殖から肥育まで一貫経営で「房総ポーク」を生産している。

2004年のブランド発足以降、塩澤さんは房総ポーク販売促進協議会の会長として、千葉県北東部から九十九里沿岸地域に点在する生産者を取りまとめてきた。発足当初、49農場あった会員戸数も現在は17農場にまで減少。「房総ポーク」は県内外からも評価が高いものの、18年という年月の中で自立経営を望む生産者や高齢化による廃業で離脱する会員が増えてきた。特に後継者問題はブランドの維持のためにも大きな課題ととらえ、行政やJAグループと協力して取り組んでいる。

塩澤さんは「会員数が減ると飼料の仕入れ量が減り、生産コストを下げるのが難しくなります。それでも『房総ポーク』の専用飼料は、一定レベルの飼料をブレンドするなど従来からコストを抑える工夫に努めています」と話す。

現在、「房総ポーク」ではJA東日本くみあい飼料から仕入れたトウモロコシ、飼料用米、サツマイモ、キャッサバなどに海藻粉末とビタミンEを配合した専用飼料を使っている。日頃からJA東日本くみあい飼料の井上慶太主査と連絡を取り、価格高騰の兆しが見えた段階で「房総ポーク」の肉質に影響を与えない配合に変更する提案を受けている。だからこそ、「飼料価格高騰の折、その影響を抑えられている」と井上主査に対する塩澤さんの信頼は厚い。

専用飼料によって肥育された塩澤農場の豚の平均枝肉重量は77～78kg。JA全農ミートフーズを経由して、年間2800頭ほど出荷し、JA西印旛とれたて産直館やJA富里市産直センター、JAきみつ味楽囲（みらい）さだもと店、県内のスーパーなどで販売される。「巣ごもり需要の影響で豚肉は全般的に消費が増えました。ただ、外食産業が緊急事態宣言で休業していたため、内臓関係の売れ行きは不振で買取価格が下落しました」と塩澤さん。そうした状況の中でも、「房総ポーク」は個人の固定客がつくなど多様な販路を確保していたため、コロナ禍による打撃は比較的小さかったという。

塩澤さんは「飼料や燃料価格の高騰など厳しい状況が続いていますが、美味しいものには人を和ませる力があります。これからも、食べた方に〝美味しい！〟と喜んでいただけるよう、美味しい豚肉を作り続けていきたいと思っています」と笑顔で話す。