

1 養豚をとりまく近年の概況

図1は、1990年1月から2018年12月までの東京市場における豚肉価格の月次データをグラフ化したものである。豚肉の枝肉価格の中でも上物価格を取り上げている。赤線が実際の価格で、青線が、EPA法（Economic Planning Agency method）によって季節変動を除去した価格である。豚肉価格は、周知の通り、夏期に上がり、冬期に下がる。EPA法は、実際の価格（X）を、トレンド（T）・周期変動（C）・季節変動（S）・不規則変動（I）の4つに分割したものであり、 $X = T \times C \times S \times I$ で表現することができる。従って、青線は、 $X \div S$ で計算することができるのである。それ故、 $T \times C \times I$ の値ということになる。以下では、青線を、季節調整済価格と呼ぶことにする。

季節調整済価格に注目すると、山は、1992年1月、1996年2月、2001年12月、2008年3月、2015年2月にあらわれる。谷は、1993年8月、2000年12月、2003年8月、2009年8月にあらわれる。山から山まで、または、谷から谷までが1周期になるが、4年から7年ということになる。これが、ピッグ・サイクルと呼ばれるものである。

また、2014年以降、豚肉価格は上方にシフトしていることが分かる。すなわち、養豚経営にとっては、追い風になっているのである。

図1 東京市場における豚肉価格の推移

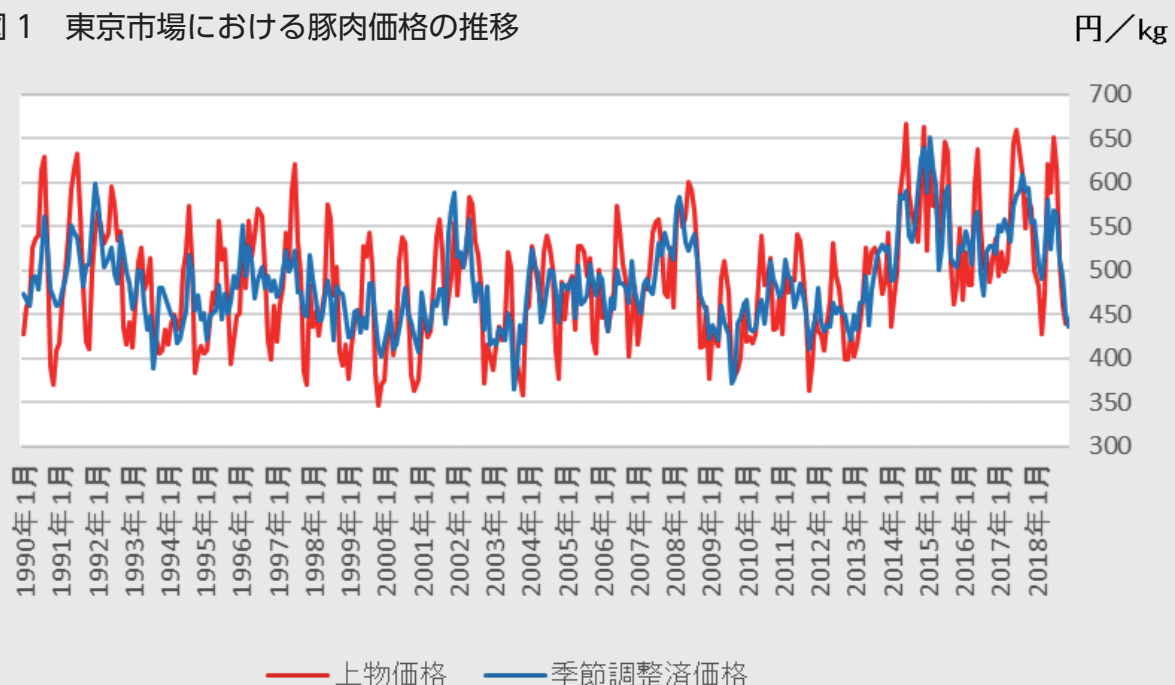


図1における実際の価格の中で、最低の価格を記録したのが、1999年11月の345円であり、最高の価格を記録したのが、2014年6月の666円である。

さて、2014年以降の豚肉価格が上昇した時期におけるわが国の養豚の構造について

見てみる。養豚飼養戸数は、全国で2013年（2月1日調査、以下同様）の5,570戸から2018年の4,470戸へと19.7%も減少している。また、種雌豚（子取り用めす豚）がいる戸数も4,620戸から3,640戸へと21.2%も減少している。ただし、豚全体の飼養頭数は9,685,000頭から9,189,000頭へと5.1%の減少に留まっている。また、種雌豚の飼養頭数は899,700頭から823,700頭へと8.4%の減少に留まっている。

今後は、2018年12月30日のTPP11の発効、2019年2月1日の日EUのEPAの発効によって、輸入豚肉の関税が下がり、輸入豚肉の増加を通じて、国産豚肉の価格低下が懸念されている。

表1 TPP11 および日EUのEPAにおける豚肉の差額関税制度

	従量税	従価税	分岐点価格
現行	482 円/kg	4.3%	524 円/kg
2018年度（12/30～3/31）TPP11	125 円/kg	2.2%	524 円/kg
2018年度（2/1～3/31）日EU EPA			
2029年度	25 円/kg	0%	524 円/kg

なお、TPP11 および日EUのEPAの発効に伴う差額関税制度は、表1のように関税が削減されることになる。ただし、分岐点価格524円/kgは維持されている。

図2 国産豚肉価格と輸入豚肉価格の推移

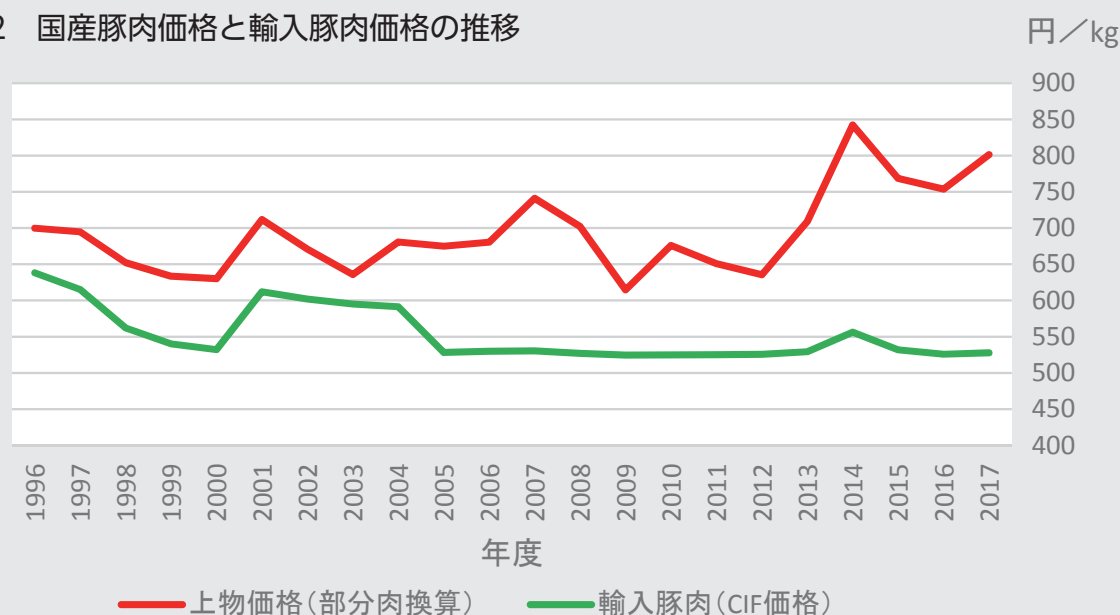


図2は、国産豚肉価格と輸入豚肉価格（CIF 価格）の推移を示したものである。こちらは、年度データである。国産豚肉価格は、輸入豚肉価格と比較するために、東京市場の上物の枝肉価格を0.7で割って部分肉に換算している。図1でも述べたように、2014年度以降、国産豚肉価格の上昇によって、国産豚肉価格と輸入豚肉価格が乖離していることが分かる。

また、輸入豚肉価格が、2005 年度以降、ほぼ分岐点価格 524 円／kg の辺りにあることが分かる。これは、現行の差額関税制度において、分岐点価格 524 円／kg の時に、輸入業者が支払う関税が、22,532 円／kg（＝524 × 4.3%）と最も小さくなるためである。そこで、安い部位と高い部位の豚肉を組み合わせ（コンビネーション）で輸入していることになるのである。

今後、従量税、従価税が下がることによって、分岐点価格辺りの関税でなくても、安い部位の輸入が増える可能性がある。このことから、わが国の養豚部門は、生産コストの削減と安い部位の輸入豚肉との差別化を図る必要があるといえる。

2 大分県の養豚

大分県の養豚の減少は、全国の減少割合を上回っている。養豚飼養戸数は、2013 年（2 月 1 日調査、以下同様）の 69 戸から 2018 年の 47 戸へと 31.9%も減少している。また、種雌豚（子取り用めす豚）がいる戸数も 56 戸から 35 戸へと 32.3%も減少している。同時期に、豚全体の飼養頭数は 153,600 頭から 137,600 頭へと 10.4%減少している。また、種雌豚の飼養頭数は 13,200 頭から 11,400 頭へと 13.6%減少している。

「おおいた豊後ポークブランド確立クラスター協議会」（以下、本クラスター協議会と略す）に参画するステークホルダーには、養豚農家と県養豚協会があるが、前者は 29 戸であり、養豚農家が個別に参画することになる。県養豚協会は、事務局が（公社）大分県畜産協会であり、養豚農家が組織として参画することになる。29 戸のかんりの養豚農家が県養豚協会に加入している。

統計上、大分県では 47 戸の養豚農家が存在するが、30 戸前後が大分県の養豚部門を牽引する農家と思われる。

3 おおいた豊後ポークブランド確立クラスター協議会の展開

（1）おおいた豊後ポークブランド確立クラスター協議会の目的

本クラスター協議会の目的として、下記の文章が謳われている。

「TPP や日 EUEPA の発効による豚肉競争の激化が懸念されるため、

- ①飼料米等の利用拡大による高付加価値化・飼料費低減、
 - ②豚枝肉中のオレイン酸測定、パック及び専用シール等の表示、
 - ③県域での統一豚肉ブランド化による県内外への差別化販売及び消費拡大推進、
 - ④ブランド豚の生産基盤強化のための規模拡大に取り組み、
- 大分県の畜産関係者が一体となって、新ブランドの確立、国産資源の有効活用、農家の収益性向上を目指す。」

以上のように、生産から消費までオール大分県という魅力ある取り組みになっていることが分かる。

本クラスター協議会の事務局は、株式会社大分県畜産公社（以下、本県畜産公社と略す）である。まず、本県畜産公社の概要から見ていくことにする。

(2) 株式会社大分県畜産公社の概要

本県畜産公社は、生体のと畜・解体だけではなく、枝肉のカットを行い、部分肉にまで仕上げる機能を保有している。いわゆる、産地食肉センターである。近代的な施設で、HACCPに基づく高水準な衛生管理を行っている。2017年7月末時点で、173名の従業員を擁する大規模な事業所である。本県畜産公社の株主は、大分県、ALIC（農畜産業振興機構）、市町村、系統農協、専門農協である。

2016年度の牛のと畜頭数は5,803頭、牛のカット頭数は2,500頭と、牛のカット率（カット頭数÷と畜頭数）は、43.1%であった。

2016年度の豚のと畜頭数は108,522頭、豚のカット頭数は104,227頭と、豚のカット率（カット頭数÷と畜頭数）は、96%にも上る。豚の場合、牛と比較するとカット率が極めて高いことが分かる。

搬入された豚の場合、東京・大阪・福岡市場の平均価格で、養豚農家から枝肉と内蔵を買い取り、本県畜産公社自らが、部分肉や副産物（骨・油）を販売しているのである。ちなみに、豚の場合のと畜料が1,950円／頭、カット料が2,500円／頭であった。

平成29年度（平成29年4月1日～平成30年3月31日、第46期決算公告）の損益計算書では、売上高が75億7,087万円であり、当期純利益が63万円と黒字経営になっている。

なお、本県畜産公社の安定した経営のためには、牛のと畜頭数は10,000頭、豚のと畜頭数は130,000頭が目標とのことであった。

本県畜産公社は、川上サイドに、養豚の「有限会社九重ファーム」、肉用牛の「町田バーネット牧場」を有している。また、川下サイドに、食肉小売の「地産ミートショップ おおいた」を有したり、レストランを「町田バーネット牧場」に併設したりしている。

以上のように、生産から消費まで一貫した取り組みを行っている。まさしく、六次産業化を実践しているのである。特に、豚では、ほぼ全量買い取り、リスクを負担しているところに、大きな特徴がある。



(有) 九重ファーム外観



(有) 九重ファーム豚舎（改修）内部



(有) 九重ファーム豚舎（改修）内部



以下、本クラスター協議会の4つの目標について、見ていくことにする。

（3）飼料米等の利用拡大による高付加価値化・飼料費低減

養豚経営では生産費の6割以上を飼料費が占めている。この飼料費を低減させるために、本クラスター協議会では飼料米の利用を推進している。ただし、この場合の飼料米は、大分県産に限られていない。

さて、中心的な経営体として、下記の4農場がある。

- i (株) 九重ファーム
- ii (有) 福田農園
- iii (有) 大地農場
- iv (有) 中川スワインファーム

iiの福田農園では、飼料米保存用タンクを整備し、地域で生産された飼料米を利用しようとしている。福田農園の場合は、耕種サイドからの要望に応える形で、耕畜連携を実現したのである。なお、福田農園はリキッド・フィーディングで豚を飼養している。飼料米は、粳米の状態では保存するが、利用するときに玄米に粳攪りし、炊いた玄米をリキッド・フィードに混合することになる。

（4）オレイン酸測定、パック専用シール、県域での統一豚肉ブランド化

ここでは、本クラスター協議会の目的の②と③を合わせて見ていくことにする。前述のように、飼料米の活用を目指している。具体的には、出荷2カ月前から飼料米10%以上を給与することとしている。

さらに、県がオレイン酸測定器を購入して、本県畜産公社に貸与している。オレイン酸測定器を用いて、豚肉のオレイン酸の測定を行い、中物以上の豚肉を県域統一の「米の恵み」というブランドで販売している。そして、オレイン酸含有率が42%以上の場合、「米の恵みプレミアム」というブランドで販売している。その場合は、本畜産公社が100円／頭のプレミアムを枝肉価格にプラスすることになる。

なお、従来からの「桜王」、「九重“夢”ポーク」、「錦雲豚」、「名水豚」の独自のブランド名を冠して販売されている豚肉も、基準を満たすものは「米の恵み」の認証商品になっている。

さて、「米の恵み」の流通は、現在、県内流通が中心で、福岡県・熊本県がそれに続く。さらには、大阪府にも販売している。2019 年からは、滋賀県・京都府へも販売する予定である。

一般的に、オレイン酸は、美味しさだけではなく、健康にも寄与されている。薬事法の関係で、現在、機能性を前面に出すことは難しいが、オレイン酸は、今後の輸入豚肉に対する差別化戦略になると思われる。

(5) ブランド豚の生産基盤強化のための規模拡大

前述の中心的な経営体が、ブランド豚の出荷頭数を増頭する予定である。表 2 の通り、福田農園を除く 3 経営体が、本県畜産公社へ約 4 万頭のブランド豚の出荷を増加させる計画になっている。

九重ファームは、前述のように、本県畜産公社の直営農場であり、ブランド豚の出荷頭数を倍増させる計画を立てている。

大地農場は、藤野屋商店の養豚部門である。養豚部門以外に、採卵鶏経営、飼料販売、畜産物加工等、様々な事業を行うグループ企業である。

中川スワインファームは、経営者が三代目である。就農前の 6 年間の飼料メーカーでの勤務経験を活かして、高度な経営管理技術を実践している。

表 2 ブランド豚の大分県畜産公社への出荷数の計画

(頭)

	2016 年度	2021 年度
i (有) 九重ファーム	10,000	20,000
ii (有) 福田農園	9,500	9,500
iii (有) 大地農場	0	20,000
iv (有) 中川スワインファーム	0	7,800
その他	48,800	48,800
	68,300	106,100

i の九重ファームは、玖珠郡九重町に立地する。前述のように、大分畜産公社の子会社である。豚舎を整備し（平成 28 年度の補正）、飼養頭数を拡大して（種雌豚 350 頭増、肥育豚 3,800 頭増）、ブランド豚の出荷頭数を 2016 年度の 10,000 頭から 2021 年度の 20,000 頭へ倍増を目指している。

ii の福田農園は、中津市に立地する。飼料米保存用タンクを整備し（平成 28 年度の補正）、地域で生産された飼料米を利用しようとしている。福田農園の場合は、耕種サイドからの要望に応える形で、耕畜連携を実現したのである。なお、福田農園はリキッド・フィーディングで豚を飼養している。飼料米は、粳米の状態でも保存するが、利用するときに玄米に粳摺りし、炊いた玄米をリキッド・フィードに混合することになる。ブランド豚の出荷頭

数変化はないが、地元産の飼料米を用いるところに特徴がある。

iiiの大地農場は、竹田市に立地する。豚舎を整備し（平成28年度の補正）、飼養頭数を拡大して（種雌豚1,200頭増、肥育豚20,000頭増）、2016年度には、ブランド豚を出荷してなかったが、2021年度に20,000頭の出荷を目指している。

ivの中川スワインファームは、豊後高田市に立地する。豚舎を整備し（平成28年度の補正）、飼養頭数を拡大して（種雌豚30頭増、肥育豚490頭増）、2016年度には、ブランド豚を出荷してなかったが、2021年度に7,800頭の出荷を目指している。

（6）ブランド豚のPR戦略

大分市内の量販店の店内に、ブランド豚の売り場を設置している。そこに、「米の恵み」の幟を立てている（写真1）。また、大分市内のコープ店の敷地内に直売店「地産ミートショップおおいた」を設置している（写真2）。消費者は「米の恵み」の豚肉を、他の豚肉と識別して購入することができるのである。本県畜産公社が豚肉の販売まで一貫している強みが現れている。

さらに、本クラスター協議会では、2018年に、書道協会とタイアップして、「米の恵みとんとん書道コンクール」を実施し、優秀な作品を表彰している。本クラスター協議会のHPには、下記の応募文が掲載されている。

「スマートフォンの普及から、漢字離れが進んでいると言われている昨今。米の恵みとんとん書道コンクールは、ペンや筆、お箸の持ち方を本コンクールをきっかけに、改めて見つめ直す機会になればという思いから実施いたします。最優秀賞には、副賞として米の恵み1頭分（約40kg相当）をプレゼントいたします。ノビノビ書いて、モリモリ食べる。参加対象も幅広く、ご家族揃っての参加で元気いっぱいの作品をお待ちしております。ご応募の際は、下記応募要項を必ずご確認ください。」

このような取り組みは、ブランド豚のPRに極めて有効と思われる。ブランド化の第一歩は、まず認知してもらうことである。

また、消費者に認知してもらう重要な戦略といえる。



写真1 大分市内の量販店内におけるブランド豚の売り場



写真2 「地産ミートショップおおいた」

4 おわりに

わが国の豚肉価格は、2014 年ころから高く推移し、養豚農家には有利な状況にあったが、全国レベルで飼養戸数、飼養頭数において減少していた。大分県は、全国レベル以上に減少していた。その上、2018 年 12 月 30 日の TPP11 の発効、2019 年 2 月 1 日の日 EU の EPA の発効によって、輸入豚肉の関税が下がり、輸入豚肉の増加を通じて、国産豚肉の価格低下が懸念されている。さらなる、養豚農家の減少が危惧されている。

このような中、「おおいた豊後ポークブランド確立クラスター協議会」では、本県畜産公社が事務局となって、県域統一ブランド豚「米の恵み」を確立し、その生産量を増加させようとしていた。ブランド化による豚肉価格のアップと、トウモロコシに飼料米を代替することによる飼料費の低減を通じて、養豚経営の収益性を高めることを狙いとしている。具体的には、4 戸の中心的経営体を軸に、ブランド豚肉の増加を目指しているのである。

本県畜産公社の場合、生産から消費まで一貫した強みを活かしている。特に、量販店内の売り場・直売所を設置することやパック専用シールを貼付することで、消費者は、ブランド豚と他の一般豚肉を識別することができるのである。さらには、書道コンクールを通じて、「米の恵み」というブランド名を多くの消費者に認知してもらう取り組みはたいへん優れている。豚肉を含めた食品は、「経験財」である。その消費の経験を通じて、今後の購買行動に影響することになるのである。

薬事法の関係で、現在のところブランド豚肉の機能性について言及することは難しいが、オレイン酸含量については、明確な量的基準があるので、今後の差別化戦略になりうる。それ故、オレイン酸含有率 42% 以上の「米の恵みプレミアム」の割合を高めることが、本クラスター協議会に残された課題である。

最後に、本県畜産公社におけるヒアリング調査で、「牛肉と比べて、豚肉にはマイナーなイメージがある。いかにイメージを上げるかが大切である。」ということを伺った。このことは、東日本が豚肉文化圏であるのに対して、西日本が牛肉文化圏であることとも関連していると思われる。それに対して、本クラスター協議会のように、生産から消費までのオール大分県という魅力ある取り組みを持続させることによって、まずはブランド豚肉のイメージを、マイナーからメジャーへと昇格させることが肝要である。このようなブランド豚肉の確立が、国産豚肉全体のイメージの底上げにつながるものと思われる。

(横溝 功)