

“雲仙うまか豚<sup>モミジ</sup>『紅葉』” 小さな養豚集団が成し遂げた  
地場消費の拡大と銘柄定着



長崎県開拓農業協同組合  
南部種豚改良組合「紅葉会」  
長崎県西彼杵郡多良見町  
設立年月 平成3年9月

<推薦理由>

- ① 紅葉会（代表：平木 勇 氏）は、平成3年度の発足以来、一貫して生産豚肉の安全性を重視し、飼料原料、飼料添加物に意を注ぎ、安全・安心をセールスポイントにした生産・販売体制を構築し、消費者の求めに即応した安全で安心な高品質の豚肉供給に努め、地域銘柄の確立による消費の拡大は経営の安定に大きく付与する等、少数の構成員ながらも10年余りの地道な活動が着実な成果を上げており、県内では唯一、先駆的にして他の模範となる生産集団である。
- ② 銘柄豚「雲仙うまか豚『紅葉』」は、平成12年度長崎県商工労働部物産流通振興課が発行した冊子「長崎県の食材」に、味・品質・安全性の面から長崎県を代表する食材の一つとして紹介されるとともに、平成11年度には、雲仙普賢岳噴火災害後の島原半島の農業立国を目指す「がまだすアグリ王国」の紹介誌に、半島の優れた畜産物として掲載されるなど、本集団が生産する豚肉は、県内に止まらず広く県外へも宣伝される長崎県の特産物として認知されている。
- ③ 畜舎環境、とりわけふん尿処理には特段の留意を注ぎ、養豚経営開始以来、耕種農家との補完結合を図り、ふん尿の耕地還元による環境汚染の防止に努めてきたところであるが、平成16年11月からの「家畜排せつ物法」の施行に対処し、構成員3戸は既に汚水処理施設を整備しており、残り1戸も15年度中の整備に向け検討するなど、環境保全に対する認識が極めて高い。

また、既設の処理施設については、県内養豚農家の視察研修の場に提供するなど、汚水処理施設整備の啓発に大きく寄与されている。

（長崎県審査委員会委員長 池 尾 辰 馬）

## <発表事例の内容>

### 1 経営管理技術や特色ある取り組み

平成元年当時、養豚経営戸数の減少が深刻化し、飼養規模の拡大が進む一方で、養豚経営の孤立化が見られる中、開拓農協傘下の島原半島の養豚経営者は、少数ながらも年齢が30～40歳と若かったこと、母豚飼養規模が50～100頭の中規模一貫経営であったことなど、比較的同質の経営者で構成されていたことから、各戸持ち回りの勉強会を定期的に開催し、開拓農協等の職員も含めて、自由闊達に意見交換する雰囲気の中で、お互いの技術や経営と意識の向上を図ってきた。

このような中で、生産販売する肉豚について一定の自負を持ちつつも、必ずしも豚価に反映されていないことから、平成3年に長崎県開拓農協 南部種豚改良組合「紅葉会」を設立して、肉豚の銘柄化に取り組み、銘柄豚の地場消費の拡大と定着を目指した。

豚肉販売、肉質改善などについて積極的な取り組みを行うために、これまでも開拓農協の肉豚取引先の一つであった地元パッカーを「紅葉会」のメンバーに加え、開拓農協等の指導を得つつ、①飼養技術・枝肉成績・生産コスト比較などの勉強会、②会員による枝肉の相互評価を行う研修会、③生活改善グループなど消費者との交流会、④県外銘柄豚活動団体との交流会、⑤店頭販売促進会などを定期的に積み重ね、「雲仙うまか豚『紅葉』」の地場消費の拡大と定着に努めた。

養豚生産者4戸という小集団ながら、平成14年4月現在で、地元島原半島に33店舗、長崎市とその周辺に12店舗で、「紅葉」シールの貼られた、生産集団を明らかにした豚肉が販売されており、消費者の評判も良い。

「紅葉」豚として販売される枝肉は、開拓農協扱いの一般豚の枝肉価格の20円/kg増しで販売されており、銘柄化の努力と定着は養豚経営の安定に大きく貢献している。

#### 1) 銘柄化の取り組み

##### (1) 紅葉会の設立

開拓農協種豚供給センターからの種豚供給が廃止されたことから、種豚のバラツキが目につくようになった。そこで、種豚の安定的な確保と斉一性の保持を目的に、平成元年に組合員養豚家のうち島原半島に所在する8戸で、南部種豚改良組合をつくった。

このようなことから、肉豚の品質についてもそれなりの自負を持っていたが、必ずしも豚価に反映されていないとの意識もあった。大消費地から遠く、また大手パッカーとの取り引きが主力となっている中で、「せっかくおいしい豚肉を生産しているのだから、生産者自らの顔が消費者に直接見える販売をしよう」との声が組合員から上がり、生産者の顔が見える銘柄豚の定着を目指して、平成3年9月に組合員6戸の参加で取り組むことになった。

早速、ネーミング作業に取り掛かり、銘柄名は、秋に雲仙岳を一面に染める「紅葉」をイメージし、「おいしい」を「うまかと」と表現する方言と豚の「とん」

をもじって、「雲仙うまか豚『紅葉』」とした。生産集団名は長崎県開拓農協南部種豚改良組合「紅葉会」となった。

## (2) 地元パッカーとの関係

豚肉販売や肉質改善などについて積極的な取り組みを目指して、開拓農協の肉豚販売先の一つである地元パッカーに銘柄化の取り組みに協力を依頼したところ、先方も「豚肉の差別化について、思いを巡らしていた」とのことで快諾を得ることができ、「紅葉会」のメンバーとして共に、特徴ある豚肉づくりに取り組むことになった。

## (3) 品質向上と斉一化のための取り決め

開拓農協などの指導を得ながら、前身の種豚改良組合で進めてきた種豚の確保と改良を基礎として、給与飼料や衛生管理の検討を行い、その後は、その都度検討と見直しを行うこととした。当初、一部にドリップの問題などの指摘もあり、自ら給与飼料の検討改善を進め、また、と場の冷蔵施設や枝肉輸送方法の改善要請なども行ってきた。

現在は次のとおりとなっている。

- ① 肉豚生産用の雌側には自家生産かグループ内で生産されたLWを用い、雄側にはD種を利用している。種豚は、D種およびLW生産用のL種（雌）とW種（雄）を特定の種豚場から導入している。
- ② 給与飼料は市販の配合飼料であるが、天然アミノ酸中心の配合に、和漢の生薬の素材として古くから用いられている植物成分や酵素を添加した良質で特定のものを使用。
- ③ 健康に育った肉豚が、安全でおいしい豚肉の生産につながるとの考えから、衛生プログラムにそった管理と適正な飼養管理を徹底している。

## (4) 口コミによる評判の拡大

良質な豚肉であるとの確信があったものの、当初は、小売店舗では肉に変わりはないとのことから、他の豚肉と同様の取り扱いであった。そこで、店舗の了解を得て、主婦層に的を絞って店頭などでの販売促進や無料試食会を催し、交流と消費宣伝に努めて、口コミによる評判の拡大を勝ち取るなど、地道な販売努力を重ねた。

徐々に評価も高まり認知されてきたことから、平成6年から豚肉販売用トレイに「紅葉」シールを貼ることにしたところ、予想以上にシールの効果があり、販売の拡大に目途がついた。

## 2) 活動内容

### (1) 定期的な勉強会

定期的な勉強会の継続が「紅葉会」設立の契機につながっている。生産者自らの資料に、開拓農協が時系列的に整理した会員の実績のまとめなどを加えて、繁殖・子豚育成・肉豚販売や生産コストなどを検討して飼養管理の見直しに活かし、生産成績と収益性の向上に努めてきた。この中で、経営成績の検討や養豚の

今後の厳しい見通しなどの勉強が銘柄化に取り組むきっかけとなった。

勉強会は定期的なものとして継続されていて、生産技術や経営に係る事項および環境対策に関する問題に加えて、銘柄豚生産の責任感を培っている。

#### (2) 会員による枝肉の相互評価で枝肉研修

年2回の枝肉研修会のほか、「紅葉豚」を取り扱っている地元パッカーの処理場で、部分肉の品質について会員相互の部分肉評価を行い、併せて食肉担当者を講師に研修を行っている。これを会員各自の飼養管理の見直しの材料とし、また統一的に用いている給与飼料や種豚についての評価と検討を行っている。

#### (3) 生活改善グループなど消費者との交流会

地域で活動している生活改善グループや婦人会などと、「紅葉」豚肉を使った料理を囲みながら、食味などの感想を聞かせてもらうほか、「紅葉会」の活動や食の安全などについて意見交換を行って交流を図り、情報収集と「紅葉」豚肉の定着に努めている。

#### (4) 販売促進活動や店舗との意見交換

豚肉トレイへの「紅葉」シールの貼付、精肉売り場への「紅葉」パネルの掲示のほか、定期的に会員全員参加で店頭活動を実施。店頭活動では無料試食で「紅葉」豚肉をアピールするほか、豚肉料理のレシピ入りチラシを配布して豚肉の消費拡大にも努めている。

店頭活動の機会には、販売店の食肉担当者からの要望を聞くなど、店舗との意見交換も大切にしている。

### 3) 銘柄豚の販売

#### (1) 「紅葉」豚肉の特徴

「雲仙うまか豚『紅葉』」は、雲仙山麓の緑ゆたかな環境の中で、おいしい水と天然アミノ酸中心の配合に和漢生薬の素材である植物成分を添加した飼料で育ち、「紅葉」豚肉は柔らかくてコクがあり、柔らかさの中にもしっかりと歯ごたえで、臭みの少ないことが特徴である。

#### (2) 販売条件

地元島原半島の食肉センターでと畜処理された枝肉は、紅葉会のメンバーでもある地元パッカーが自主格付けを行い、上物に格付けされ厳選されたものが「紅葉」として流通する。その数は毎週約70頭前後である。

「紅葉」として販売される枝肉は、開拓農協取り扱いの一般豚の建値より、枝肉1kg当たり20円高く買い上げられ、有利な販売条件となっている。なお、パッカーから販売店への卸は、カット肉に処理されているものの、枝肉1頭単位で販売されているとのことである。「紅葉」として格付けされなかった枝肉は、一般豚肉として卸されている。

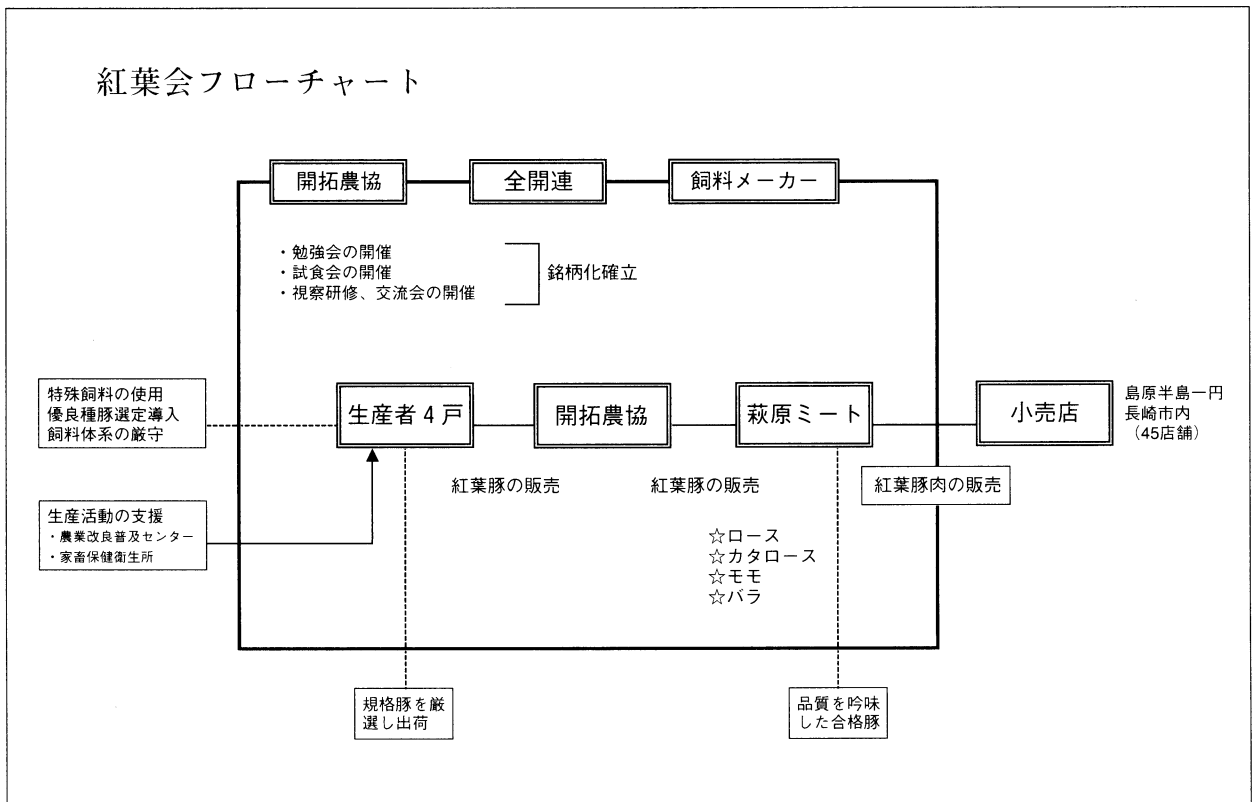
#### (3) 販売頭数と店舗数

肉豚販売は全量開拓農協取り扱いで、開拓農協の肉豚販売先である大手パッカーと地元パッカーに振り向けられる。地元パッカーに仕向けられた肉豚のうち、

枝肉が上物に格付けされたものが銘柄豚「紅葉」として扱われる。

「紅葉」豚として販売された肉豚頭数や、「紅葉」豚肉の取り扱い店舗数の推移は、後掲の活動の推移に示すとおりである。

「紅葉会」設立後から数年間に、販売店舗数や取り扱い頭数の増加がみられ、その後一進一退の状況にみえる。複合経営を営む会員の耕種部門専念による養豚部門休止などに伴う会員数と母豚頭数の減少という状況や、大手パッカーなどの売り込み攻勢に見られるような、地場のスーパーや食肉店も巻き込んだ、食肉流通の激しい競争の中にあることを考慮すると、その後の一進一退は一定の定着を表している。



## 2 経営・活動の内容

### 1) 地域の概況

「紅葉会」の構成経営体4戸は県南部の島原半島に所在し、そのうち2戸は半島中央にある雲仙岳北側の山麓に、他の2戸は南西側の山麓にそれぞれ位置している。島原半島は県内でもっとも農業が盛んな地域で、4戸も露地野菜や施設園芸などの盛んな地区にある。

## 2) 構成員の経営概況

(平成14年4月現在)

区 分		A	B	C	D	
従事者数	経営主の年齢(歳)	47	48	54	50	
	家族人数(人)	7	6	5	5	
	従事者数(人)	4	4	2	2	
	雇用者数(人)	0	0	0	0	
収入状況	農業収入(円)	62,127,876	39,948,986	43,247,573	47,373,644	
	(内、養豚収入)(円)	62,127,876	39,948,986	43,247,573	47,373,644	
	農外収入(円)	0	0	0	0	
	収入合計(円)	62,127,876	39,948,986	43,247,573	47,373,644	
経営地	耕地	田(a)	0	0	0	0
		畑(a)	70	100	50	40
		計(a)	70	100	50	40
	養豚用地(a)	70	50	35	40	
	山林・原野(a)	0	0	40	0	
飼養状況	成雌豚(頭)	86	60	50	68	
	成雄豚(頭)	8	6	6	7	
	繁殖候補豚(頭)	10	0	4	10	
	子豚(頭)	616	367	419	428	
	肥育豚(頭)	374	416	257	286	
	年間出荷頭数(頭)	1,668	1,135	1,182	1,290	

### 3) 活動の推移

年次	グループ活動の推移	構成人数	母豚頭数	銘柄肉豚の 販売頭数	販売店舗数
H 3	長崎県開拓農協南部種豚改良組合『紅葉会』発足(9月) 販売推進試食会(2回) 販売推進協議・勉強会(1回)	6名	506	2,732	20店舗
H 4	販売推進試食会(3回) 販売推進協議・勉強会(7回) 販売先意見交換会(1回)	6名	480	3,055	35店舗
H 5	販売推進試食会(4回) 販売推進協議・勉強会(11回) 枝肉研修会(1回) 販売促進消耗品購入(ナベ、クーラー、ガスコンロ、 テント、テーブル、のぼり) 先進地視察研修(講演、飼料工場・屠場視察)	6名	425	2,824	40店舗
H 6	販売推進試食会(6回) 販売推進協議・勉強会(5回) 婦人部研修会(1回) 販売促進消耗品購入(ハッピー、ラベル、チラシ) 先進地視察研修(講演、食肉市場・店舗視察)	6名	413	2,726	40店舗
H 7	販売推進試食会(5回) 販売推進協議・勉強会(6回) 取引先交流会(2回) 販売促進消耗品購入(風船) 先進地視察研修(講演、飼料工場・尿処理施設・店舗視察)	6名	453	3,159	40店舗
H 8	販売推進試食会(5回) 販売推進協議・勉強会(5回)	6名	431	3,202	40店舗
H 9	販売推進試食会(4回) 販売推進協議・勉強会(6回) 販売促進消耗品購入(ラベル、パネル) 先進地視察研修(屠場・店舗視察、銘柄豚試食)	5名	402	3,191	40店舗
H 10	販売推進試食会(6回) 販売推進協議・勉強会(8回) 販売促進消耗品購入(ラベル、パネル、ミニのぼり、 レシピ入チラシ) 消費者交流会(1回) 優良種豚導入(海外合成豚) 先進地視察研修(銘柄豚加工製造店・店舗視察)	5名	405	3,270	40店舗
H 11	販売推進試食会(4回) 販売推進協議・勉強会(5回) 販売促進消耗品購入(ジャンパー、ラベル、Tシャツ、 帽子、レシピ入チラシ) 枝肉研修会(2回) 消費者交流会(1回) 優良種豚導入(海外合成豚) 先進地視察研修(飼料工場・店舗視察、銘柄豚試食)	5名	390	3,393	40店舗
H 12	販売推進試食会(1回) 販売推進協議・勉強会(4回) 優良種豚導入(県外優良種豚、海外合成豚) 先進地視察研修(食肉市場・店舗視察)	5名	374	3,368	40店舗
H 13	販売推進試食会(2回) 販売推進協議・勉強会(3回) 販売促進消耗品購入(ラベル) 先進地視察研修(銘柄豚販売店舗視察)	4名	302	3,076	45店舗

4) 豚の飼養戸数・頭数の推移

		飼養戸数	種豚頭数		子・肉豚頭数	合 計
			雌	雄		
県	S.57	2,717	29,455	2,111	289,736	321,302
	H. 4	697	25,062	2,225	278,811	306,098
	H.14	220	18,600	1,390	174,360	194,350
開拓農協	S.57	14	653	51	5,070	5,774
	H. 4	10	899	97	8,154	9,150
	H.14	7	573	59	6,406	7,038
紅葉会	S.57	8	348	27	2,723	3,098
	H. 4	6	480	49	4,372	4,901
	H.14	4	264	27	2,405	2,696

※開拓農協には、紅葉会も含む。

5) 肉豚出荷頭数の推移

	平成3年度	平成8年度	平成13年度
開拓農協	13,660	13,401	11,050
紅葉会	8,604	7,581	5,616

※開拓農協には、紅葉会も含む。



6) 経営の実績・技術等の概要

(1) 経営実績

期 間		平成13年 1月～12月		経営実績 (平木氏)
経営 の 概 要	労働力員数 (畜産)	家 族 (人)		2.0
		雇 用 (人)		0.0
	種雌豚平均飼養頭数 (頭)			49.1
	肥育豚平均飼養頭数 (頭)			277.7
	年間子豚出荷頭数 (頭)			0
	年間肉豚出荷頭数 (頭)			1,182
収 入	養豚部門年間総所得 (千円)			11,657
	種雌豚 1 頭当たり年間所得 (円)			237,424
	所 得 率 (%)			28.5
益 性	種 雌 豚 1 頭 当 たり	部門収入 (円)		831,033
		うち肉豚販売収入 (円)		831,033
		売上原価 (円)		578,384
		うち購入飼料費 (円)		342,321
		うち労働費 (円)		94,990
		うち減価償却費 (円)		33,037
生 殖	繁	種雌豚 1 豚当たり年間平均分娩回数 (回)		2.46
		1 腹当たり子豚ほ乳開始頭数 (頭)		10.9
		1 腹当たり子豚離乳頭数 (頭)		10.2
		子豚育成率 (ほ乳開始～離乳) (%)		93.9
		種雌豚 1 頭当たり年間子豚出荷・保留頭数 (頭)		24.3
産 性	肥	種雌豚 1 頭当たり年間肉豚出荷頭数 (頭)		24.1
		肥育豚事故率 (%)		1.8
	肥	肥育開始時	日 齢 (日)	120
			体 重 (kg)	60
	肥	肉豚出荷時	日 齢 (日)	197
			体 重 (kg)	113.6
	育	平均肥育日数 (日)		77
		出荷肉豚 1 頭 1 日 当 たり 増 体 重 (kg)		0.69
		肥育豚飼料要求率		3.2
		トータル飼料要求率		3.1
枝肉 1 kg 当 たり 平 均 価 格 (円)		441		
枝肉規格「上」以上適合率 (%)		81.1		
種雌豚 1 頭 当 たり 投 下 労 働 時 間 (時 間)		89.6		
安 全 性	総借入金残高 (期末時) (万円)		113	
	種雌豚 1 頭 当 たり 借 入 金 残 高 (期 末 時) (円)		23,055	
	種雌豚 1 頭 当 たり 年 間 借 入 金 償 還 負 担 額 (円)		11,527	

## (2) 技術等の概要

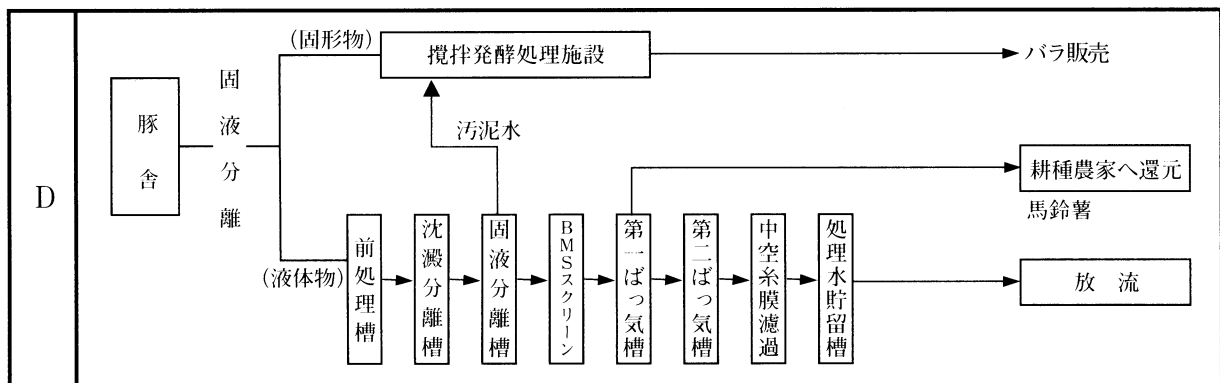
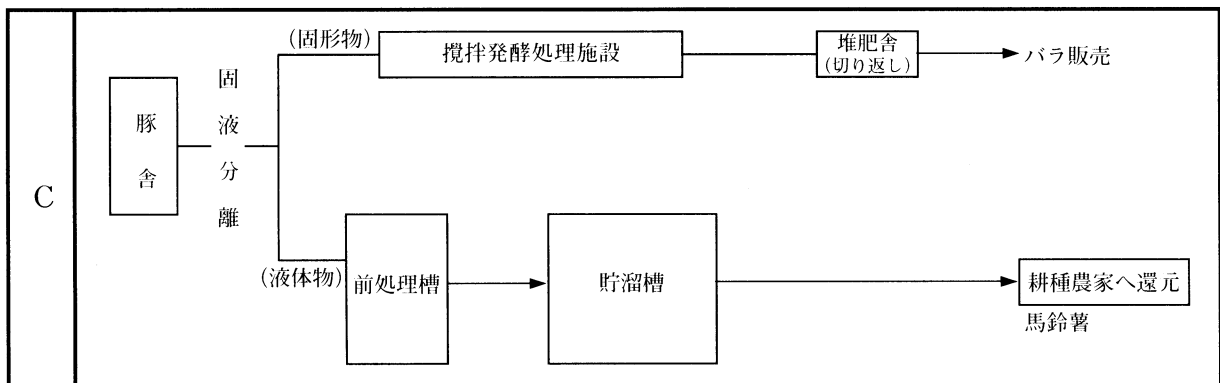
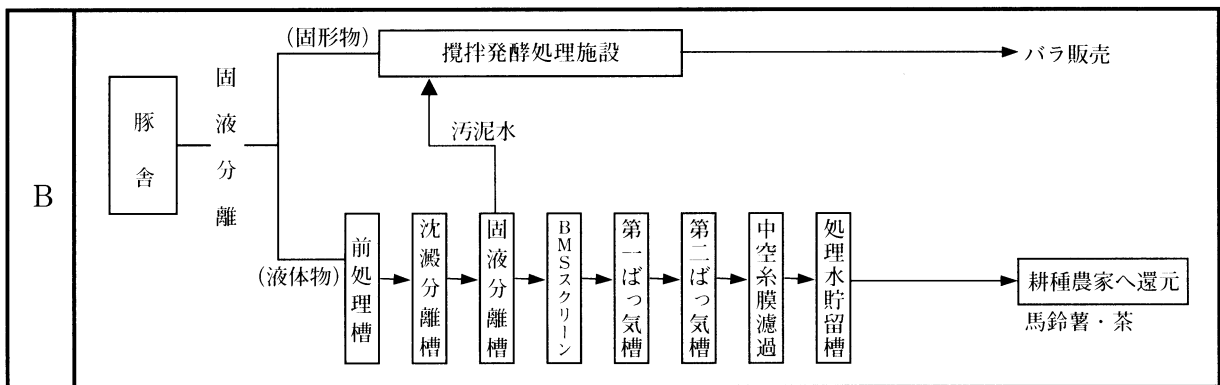
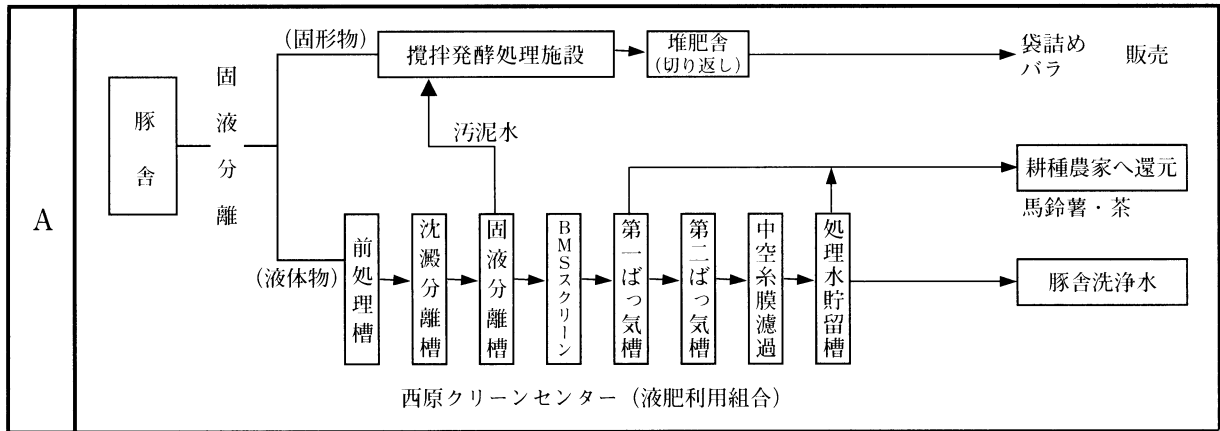
主な飼養品種	種雌豚：L W 種雄豚：D
協業・共同作業の実施	出荷作業
自家配合の実施	なし
施設・機器等共同利用の実施	なし
生産部門以外の取り組み	銘柄豚の販売促進活動
種豚の整備	外部導入主体
S P F 豚生産	なし
繁殖豚の飼養方式	ストール
雌雄別飼いの有無	行っていない

## 3 家畜排せつ物処理・利用方法と環境保全対策

### 1) 家畜排せつ物の処理方法

経営区分	A	B	C	D
①固形分の処理				
攪拌式発酵施設(ロータリー式)	○	○	○	○
〃 (スクープ式)				
通気式堆肥舎	○			
堆肥舎			○	
②液体(尿・汚水)の処理				
活性汚泥法(連続式)	○	○		○
中空糸膜設置	○	○		○
曝気槽			○	

③ 処理フロー図



## 2) 家畜排せつ物の利活用

### (1) 固形分

(%)

経営区分	A	B	C	D
販 売	90	25	20	50
交 換			30	
無償譲渡		25	50	20
自家利用	5	50		30
そ の 他	5			
(備 考)	袋詰・バラ 攪拌2カ月 堆積1カ月	バラ 攪拌2カ月	バラ 攪拌2カ月 堆積1カ月	袋詰・バラ 攪拌3カ月

### (2) 液体分

(%)

経営区分	A	B	C	D
土地還元	15	100	80	
放 流				90
洗 浄 水	15			10
そ の 他	70		20	
(備 考)	放流基準クリア 耕種3戸と液肥 利用組合設立	近隣の茶畑や 馬鈴薯畑に施用	近隣の馬鈴薯畑 に施用	放流基準クリア

## 3) 評価と課題

### (1) 処理・利活用に関する評価

各経営の立地条件に合わせた処理と利用が行われている。農業が盛んな地域で、豚ふんの完熟堆肥は地域で一定の評価を得て、利用されている。尿汚水も液肥として利用されてきたが、家畜排せつ物法の施行から広範囲な利用と対応ができるように、放流基準をクリアできる処理方式が導入されつつあり、積極的な対応は評価される。

### (2) 課 題

地区によっては放流基準をクリアした処理水を放流できない所がある。処理水の放流と液肥活用について地区の理解を得ていく努力が必要。堆肥販売配達や液肥施用への労務対応が必要で、時期によっては豚舎の一般管理を含めて労力配分上の課題がある。

#### 4) その他

豚舎周辺の整理整頓と環境整備には、各経営でそれぞれの対応がなされている。

花木や季節の草花の植栽から、周辺の清掃まで、対応に個人差はあるが、一様に環境美化には積極的な取り組みがなされている。今後は、同一水準までの組織的な取り組みが課題となる。

### 4 地域農業や地域社会との協調・融和についての活動内容

養豚の安定という大きな目標があったものの、「紅葉会」の活動は生産した肉豚(豚肉)の地場消費の拡大と定着を目指したものであり、自ずと地域社会との関わりをもつ活動が展開されている。

生活改善グループとの交流会は、「紅葉」豚肉の消費拡大にとどまらず、食品の安全性などの話題にまで発展する。

島原半島に点在するスーパーでの店頭販売促進活動や店舗との意見交換は、地域社会との交流が深まる場である。

半島内の各地で催される農業まつりや村おこしイベントなどにも積極的に参加し、また、県民向けの情報誌「長崎県政だより」のクイズへの応募者用プレゼントとして「紅葉」豚肉の提供を行ったこともある。

環境対策への積極的対応は地域社会との協調を目指し、その責任を明らかにするものである。完熟堆肥の調整と販売・流通は地域の耕種農業経営者から一定の評価を得ている。

### 5 後継者確保・人材育成等と経営の継続性に関する取り組み

現在、各経営主が40から50歳半ばにかかっており、後継者の育成と確保が具体的課題となりつつある。飼育規模が中規模であることから、労働力として緊急性を要しないことや、現経営主の全員が経営継承する前には農業以外の場で働いた経験を持っており、外の空気を吸うことの大切さも分かっていることなどから、今のところ後継者の全面的な経営参加はない。

経営の持続性の確保を前提に環境対策施設等への資本投入も行っており、後継者の新しい感覚での経営参加が待たれるところである。

### 6 今後の目指す方向と課題

「紅葉」豚肉の評判もよく、生産量の増加について販売先からの要望が強いが、当面は、今後予想される厳しい養豚情勢に備えて、規模拡大ではなく、取得後20年程を経た豚舎施設の整備や生産成績の改善による更なる経営内容の充実をグループの経営目標としている。

大幅な生産量の増加は考えていないことから、大口顧客への販売拡大は難しく、地元、島原半島全域の消費者を中心として、消費者に顔の見える、「安全」で「安心」「信頼」される「紅葉」豚肉の生産に努める。

銘柄豚として、高品質で斉一性のある肉豚生産が不可欠であり、小集団であることの困難も多いが、開拓農協や関係機関との連携や協力を得て信頼の継続と定着に努めたい。