

美味しさは健康な豚から、安全は基本に忠実な防疫意識から ～地元で愛される豚肉『パールポーク』に夢を託して～



有限会社 河井ファーム肉よし
(かわいふあーむにくよし)
三重県志摩市阿児町

推薦理由

平成 21 年の統計数値によれば、三重県内の養豚経営戸数は 66 戸であり、決して多くはなく、かつ減少し続けていることも事実ではある。しかし、後継者が育ち、やがて主力となり、仲間同志で切磋琢磨^{せつさたくま}している姿も散見できる。

今回、当事業で推薦する「有限会社河井ファーム肉よし」は、そうしたたくましい後継者が育ち、すでに経営主となり手腕を奮っている事例で、畜産振興の旗手として三重県畜産の先導的役割を期待している。

現経営主は、平成 12 年に就農するまで大手スーパーで生鮮食品の販売を担当してきた経験を活かし、生産者としての経営理念や哲学を追究するとともに、父や仲間たちから学び取った養豚技術に安全生産品のための施設整備、管理技術の高度化を徹底し、種雌豚 1 頭当たり年間肉豚出荷頭数 23.1 頭という成績から推察できるような高い生産成績を収めている。

経営の目標として「地元の皆さんから支持される美味しい豚肉を提供すること」を掲げている。この目標のために「美味しい豚肉とは」「支持されるとは」について、推考した結果が、「安全で安心して食べられる健康な豚を生産すること」であった。

このために取り組んでいる主な具体的内容は、次の通りである。

①HACCP の理念にかなう防疫を主眼とした衛生対策

平成 15 年から取り組んだ豚舎建築では、設計段階から、防疫のためにエリアを想定し、作業性に富んだ豚舎を作り上げた。農場全体の作業をひとつずつ見直し、作業手順やチェックポイントを確認しながら、HACCP 理念にかなうマニュアルを家畜保健衛生所の協力を得ながら自ら設計した。

②良質で安価な飼料購入

飼料の購入に際しては、個人経営のみでは、特に価格面でのメリットを出せないのが実情であるが、広域な養豚仲間との連携により、質、価格の両面で納得できる契約購入を実現している。

特に、この飼料設計に基づいた給与体系を構築することによって、肥育日数の短縮、分娩子豚数の増加など、目に見える成果が表れている。

③適期適切な人工授精

この農場では、防疫を大前提、かつ主眼においた衛生対策を徹底している。生体の種雌豚導入をせず、W（大ヨークシャー）種とL（ランドレース）種の精液を導入することで、インファームブリーディングを実行し、防疫に臨んでいる。

また、種付けは90%を人工授精で実施し、その適期・的確な作業により優秀な繁殖成績を上げている。

このような優れた経営成果や積極的な経営姿勢は、養豚経営者はもとより、畜産研究者、行政担当者からも認められているものであり、称賛すべき事例であると当審査委員会で評価した。

（三重県地方審査委員会委員長 後藤 正和）

発表事例の内容

1 地域の概況

平成16年に旧志摩郡の5町が合併して志摩市が生まれた。市全域が伊勢志摩国立公園内に位置し、リアス式海岸が織りなす風景や全国屈指の好漁場からは三重ブランドに認定されている伊勢エビ、あのにふぐ、的矢かき、あわびが獲れ、この地域の観光の顔になっている。

市の人口は平成22年6月現在で5万7,000人余りの小さい市であるが、平成20年度の伊勢志摩地域への観光レクリエーション入込客数は、953万3,000人と賑わいをみせている。

農業では、水稻を基幹作物としながら、温暖な気候を活かしたイチゴ、メロンなどの施設園芸やタマネギ、甘藷などの露地野菜との複合経営形態が多い。

畜産では、戸数は少ないものの酪農、肉用牛、養豚、採卵の専業農家がみられる。

平成18年度の農業産出額は、合計22億4,000万円のうち、米5億9,000万円、野菜5億5,000万円、養豚5億1,000万円を占めている。

《畜産農家戸数》

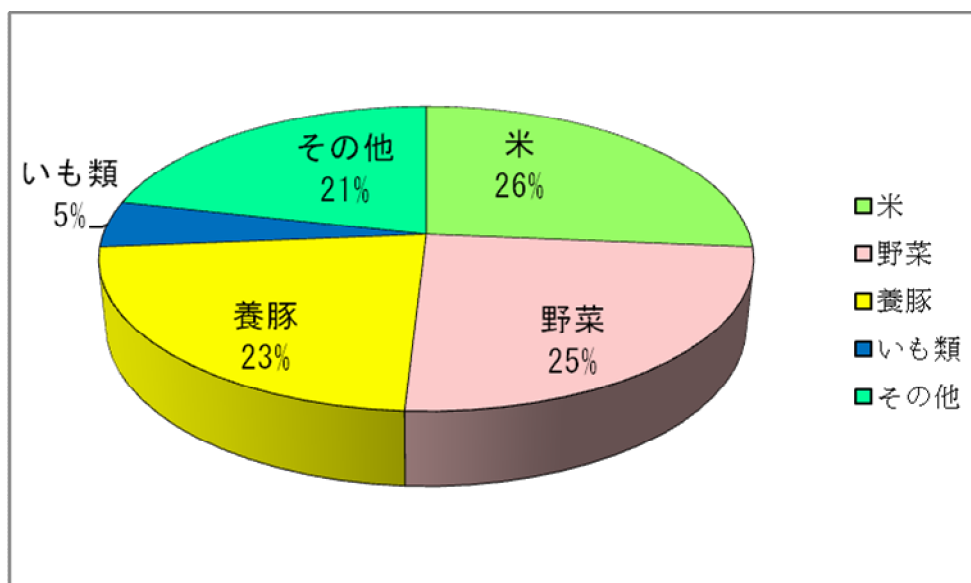
畜種	酪農	肉用牛	養豚	採卵鶏
農家戸数	4戸	3戸	4戸	1戸

※農林水産省「平成19年畜産統計調査」

《農業産出額》

区分	米	野菜	養豚	いも類	その他	計
産出額	59 千万円	55 千万円	51 千万円	11 千万円	48 千万円	224 千万円

※農林水産省「平成 18 年生産農業所得統計」、野菜は同省「平成 18 年度野菜生産出荷統計」



2 経営・生産活動の内容

1) 労働力の構成 (平成 22 年 6 月現在)

区分	経営主との続柄	年齢	農業従事日数 (日)		部門または作業担当	備考
				うち畜産部門		
構成員	本人	43	310	310	経営全般	役員
	妻	44	310	310	繁殖部門	
	父	68	310	310	堆肥化处理、出荷準備	
	母	62	310	310	作業補助	役員
従業員	男性	60	310	310	ふん尿処理	
	男性	35	310	310	飼育管理全般	新規雇用(前年度は2ヵ月間(50日)の就労)
	男性		310	310		

2) 過去5年間の生産活動の推移

	平成 17 年	平成 18 年	平成 19 年	平成 20 年	平成 21 年
畜産部門労働力員数 (人)	4.0	4.0	4.0	4.0	3.8
飼養頭数 (頭)	180	182.8	191.9	189.8	183.8
販売・出荷量等 (頭)		3,729	4,471	4,270	4,243
畜産部門の総売上高 (千円)	107,352	120,631	145,973	151,406	131,299
主産物の売上高 (千円)					130,581

3) 経営の実績・技術等の概要

(1) 経営実績（平成20年6月～平成21年5月）

経営の概要	労働力員数		構成員	2.4 人	
	(畜産部門・2000時間換算)		従業員	1.4 人	
	種雌豚平均飼養頭数			183.8 頭	
	肥育豚平均飼養頭数			1,918 頭	
	年間肉豚出荷頭数			4,243 頭	
収益性	養豚部門年間総所得			16,803,275 円	
	種雌豚1頭当たり年間所得			91,422 円	
	所得率（構成員）			6.4 %	
	種雌豚1頭当たり	部門収入		1,434,632 円	
		うち肉豚販売収入		710,452 円	
		売上原価		1,301,259 円	
		うち購入飼料費		867,761 円	
		うち素畜費		0 円	
うち労働費		218,801 円			
うち減価償却費		73,384 円			
肉生産性	繁殖	種雌豚1頭当たり年間平均分娩回数		2.44 回	
		種雌豚1頭当たり分娩子豚頭数		29.0 頭	
		種雌豚1頭当たり子豚離乳頭数		24.7 頭	
	肥育	種雌豚1頭当たり年間肉豚出荷頭数			23.1 頭
		肥育豚事故率			%
		肥育開始時（離乳時）	日齢	21.5 日	
			体重	7.15 kg	
		肉豚出荷時	日齢	175 日	
			体重	116.1 kg	
		平均肥育日数（離乳～出荷）			153.5 日
		出荷肉豚1頭1日当たり増体量（離乳～出荷）			0.710 kg
		肥育豚飼料要求率（離乳～出荷）			
		トータル飼料要求率			
		枝肉重量			74.3 kg
		販売価格	肉豚1頭当たり平均価格		32,209 円
			枝肉1kg当たり平均価格		434 円
		枝肉規格「上」以上適合率			37.6 %
出荷肉豚1頭当たり差引生産原価			円		
種雌豚1頭当たり投下労働時間			41.9 時間		
安全性	総借入金残高（期末時）			174,191,168 円	
	種雌豚1頭当たり借入金残高（期末時）			947,721 円	
	種雌豚1頭当たり年間借入金償還負担額			37,013 円	

4) 家畜排せつ物の処理・利用状況

(1) 処理の内容

処理方式	一部分離
処理方法	<ul style="list-style-type: none"> ●肉豚舎 旧肉豚舎は、おがこ豚舎であり、ショベルカーで、ふん尿と一緒にコンポストに投入していたが、この夏に完成した新肉豚舎は、スノコ豚舎となり、ふん尿を固液分離して処理できるようになった。 ●繁殖、分娩、離乳舎（スノコ豚舎） ふんと尿を分離し、ふんはコンポストへ、尿は浄化槽へ分離される。 ●コンポストは2基設置。 1週間程度の処理後、排出され、堆肥舎へ搬出。 季節によるが3回程度の切り返しの後、すべてを袋詰めする。コンポスト容量 18m³×2基 ●利用者 近在の兼業農家が主たる利用者である。露地野菜を栽培する専業農家も20戸ほどが定期的に利用している。 全量、小売販売に供しており、JA、ホームセンター等への販売はない。 ●全体の状況 利用希望の多い時期には在庫が不足する状況であり、堆肥在庫の販売に苦慮する状況はない。
敷料	肉豚舎におがこを利用

(2) 利用の内容

内容	割合 (%)	用途・利用先等	条件等	備考
販売	100%	近在の兼業農家、露地栽培農家が利用		
交換				
無償譲渡				
自家利用		家庭菜園として自家利用もしているが、全体量からみればゼロに等しい。		

3 経営・活動の推移

年次	作目構成	飼養頭数	経営・活動の内容
昭和41年	稲作、養豚	種雌豚3頭	父が養豚をスタートさせた
〃 49年	養豚専業	種雌豚100頭	規模拡大
〃 56年	店舗開店		自宅の隣に『肉よし』（小売販売店）開店 ホテル、旅館、飲食店に業務用配達も業務に
平成3年			国道沿いに「肉よし」本店開業 自社ブランド『パールポーク』の生産販売を開始
〃 4年			有限会社『河井ファーム肉よし』として法人化
〃 9年			コンポスト導入し、堆肥化を効率化
〃 10年		種雌豚120頭	
〃 12年			本人就農（大手流通スーパーからの転身）
〃 13年			浄化槽建設、尿の浄化处理開始
〃 14年		種雌豚150頭	
〃 15年			繁殖舎（♀200頭収容）建設
〃 16年			分娩舎（60房規模）建設
〃 17年			離乳舎（子豚1,060頭収容）建設
〃 18年			肉豚舎（肉豚360頭収容）建設
〃 20年		種雌豚180頭	日本養豚生産者協議会理事、青年部会長（平成21年度も）
〃 22年			肉豚舎（肉豚500頭収容）建設中、8月完成

4 経営・生産活動の内容

1) HACCPに基づいた防疫を主眼においた衛生管理

平成12年に現経営主が就農を決意する以前には、豚舎の老朽化や環境対策への投資等の課題があり、両親は経営の縮小もしくは廃業も視野に入れていたが、後継者の意志を確認後、豚舎等の整備を始めた。

この頃、畜産物を始め食の安全性等について社会的な関心が高まり、生産者に求められる内容も高度化し、また、責任も大きくなってきた。

そのような情勢の中で、豚舎の整備をするに当たり安全性の確保と作業の効率化を目標に掲げ、民間の養豚コンサルタントの指導を仰いだ。

その結果、動線に無駄のない、安全性についてはエリアを明確に区分できる防疫体制に適した豚舎が完成した。豚は週単位や群単位で移動することを基本にし、移動後の豚房は、洗浄消毒、乾燥、そして余裕をもった空舎期間を持てるようにした。

外部からの入場者に対しては、シャワールームでの洗浄が基本順守事項である。従業員の農場内の移動については、防疫手段として、ポイントで長靴や手袋の交換をするようにしている。また、午前、午後で作業の場所（豚舎等）を分けられるような作業体系、作業

時間を常に考慮している。

これらの取り組みのために地域の家畜保健衛生所の協力も得ながら、自らHACCPの理念にかなうマニュアルを作り、活用している。農場全体の作業をひとつずつ見直し、作業手順やチェックポイントを確認しながらシステム化することは、容易ではなかったが、システムが完成した現在では、どこかで問題が発生すれば、すぐに対応できる体制が整い、安全な豚肉の生産に自信を持てるようになった。

[豚舎の設計等について]

豚舎の設計に当たっては、敷地内で無理なく、かつ、無駄なく、効率的に使用できるように配慮した。例えば、豚舎の方向については、豚舎の熱効率を考慮し、棟を東西方向に合わせた。また、繁殖部門、子豚部門を敷地の奥まった位置に、肉豚部門を出入り口付近に配した。これは外部からの入場者をできるだけ内部に立ち入らないようにするための配置であり、飼料タンクの位置も、こういった考えの下に配置を決めた。

2) 環境改善に燻炭液や光合成細菌を利用

豚舎内や堆肥化施設で発生する臭気を抑えるために、自家生産した燻炭液（木酢酸）を噴霧している。燻炭用の材料は稲の脱穀後に発生するモミガラであり、地域内外の農協ライスセンターから無料で収集している。（運搬を依頼する場合、運賃は必要）原料のモミガラは、産業廃棄物であり、これを利用することは、資源循環の役割を果たしていることにもなっている。

燻炭液の散布をするようになってから、母豚の乳のpHも改善され、子豚の下痢も減少したと感じている。

モミガラは、燻炭液の製造原料となるとともに、堆肥化処理段階での水分調整材としても利用している。年間の利用料は、4 tトラック（枠付き）で20～30車、10 tトラック（同）で5車程度である。

豚舎内の臭気を抑えるためには、上記燻炭液の散布とともに、光合成細菌も利用している。前者は速効性を、後者は安定的な効果を期待して使い分けている。

3) 全粒粉砕トウモロコシ飼料の給与

この飼料は、東海地域を中心とした「やまびこ会」が共同で使用するものである。（「やまびこ会」については後掲）

畜産飼料に占めるトウモロコシの割合は高く、飼料としての品質がトウモロコシに左右されることも明白である。一般的に飼料会社ではトウモロコシを粉砕し、大きなツブは養鶏用に、小さなツブを養豚用に仕向けるが、これでは栄養分に偏りが生じる。

このことからやまびこ会の会員は、「全粒粉砕トウモロコシ」を使用したオリジナル飼料を作り、給与している。

さらに、この飼料はビタミンEを添加して、豚肉の保存中の肉色変化が少なくなるようにしたり、大麦を加えることで肉のしまりを改善できるように工夫されている。

この飼料に出会ったのは、今から10年ほど前であり、従前から取引のあった飼料会社か

らやまびこ会の紹介を受けた。この飼料は、現在、日本養豚事業協同組合（組合員 400 戸）も使用している。飼料は、毎年 4 半期ごとにその内容を生産者や専門家が検討している。商社がトウモロコシを買い付けている。2社の商社が関与することにより、質や価格ともにだんだんと生産者の意図するものになってきた。

全国一律の飼料設計を基本としつつも、地域的情勢（気候、飼養豚等の条件）に合わせた複数の設計により、満足のいく飼料を入手することが可能となった。飼料の種類（生産ライン）を多く持つと大量生産によるコスト低減の効果が薄れることも懸念されるが、地域的にも真ん中である「やまびこ会」のメンバーが中心となって意見を集約してきた結果、総合的に満足の得られる飼料の生産・供給が可能となった。

飼料品質の向上・維持にあっては、2社の商社が関わることから、原料の質そのものについても留意しているようすがうかがわれる。質や価格については、他の飼料と比較する場合、配合内容や添加物が異なるので、同じ条件での比較はできないが、総合的な判定として「上クラス」の「中以上」程度の位置にあると判断している。

4) 高い生産性を生み出す飼育管理

上記の飼料を給与したことにより、それまでの成果と大きく変化した点は、繁殖成績が向上したり、肉豚の餌の食い込みにより肥育成績や肉質も向上したと感じている。肥育日数については、従前の飼料と比較すると 30 日程度の肥育期間の短縮効果がみられた。

豚舎の建設に当たり、防疫や作業性を重視したことは前述したが、適切な環境下と緻密な管理下で飼育することにより、繁殖成績から出荷成績までを向上させている。

大手の養豚場見学によって学び、採り入れた技術は、「ウィークリーシステム」と「人工授精」であり、ともに、衛生管理面からの効果が期待されるものである。前者は、豚の移動作業そのものの効率化と移動後の「洗浄～消毒～空舎期間確保」で防疫を強固なものにする。また、後者は、種雌豚の生体外部導入をなくしたことで外部からの汚染をシャットアウトできるようになった。

種付けのおおむね 90%程度を人工授精で対応していることもあり、分娩成績等は抜群で、年間平均分娩回数 2.44 回、種雌豚 1 頭当たりの年間哺乳開始頭数 26.3 頭、同肉豚出荷頭数 23.1 頭等の数値が示すように高い成績である。

なお、適切な飼育環境を保つために、密飼いをしない、空調等に留意し飼育段階に応じた温度・湿度の管理をするといった基本事項を順守して飼育管理に当たっている。

生産成績のうち、肉豚の上物率は、37.6%（上中物率は、74.1%）とふるわなかった。この要因については、次のように判断している。この養豚場で使用するやまびこ会の肥育飼料により肥育期間が短縮されたことは明白であり、格落ち理由の 67.9%が「厚脂」であることから生育の早さが要因であると推察される。

この生育の早さは別の見方をすると、「疾病のない環境」で飼育されていることの証明でもある。また、肥育中期以降は、ほとんど治療や薬品を必要としていない。このことは、種雌豚 1 頭当たりの診療医薬品費が、3 万 1,000 円であり、中央畜産会の集計データ等と比較しても安く、衛生管理が徹底されていた結果であると言える。

また、管理面においては、現場でのデータ収集やこれらのデータを集計・分析し、次の行動の基にしていることも言うまでもない。

データの分析は、自らの手でパソコンにも入力しているが、やまびこ会関連の飼料会社のパソコンにより勉強用にも利用し、成績の比較に役立てている。

5) 会社形態を活かした直販体制

父が養豚を本格的にスタートさせたのは、昭和49年であり、当時の種雌豚規模は100頭であった。昭和56年には自宅の隣に食品の小売販売店「肉よし」を開店するとともに、観光が盛んな地域の特性を活かして、ホテルや旅館、飲食店などに業務用配達も始めた。店舗は、平成3年に地域の基幹国道沿いに「肉よし支店」として開店し、次に記述する自社ブランド「パールポーク」の販売も始めた。

店舗は食品全般を取り扱っている。販売割合で見ると卸販売が60%、小売販売が40%となる。当期のファーム肉豚出荷頭数は、4,243頭であり、この内264頭が「肉よし」の小売に供されている。店舗で取り扱う豚肉量の10%未満の量であるが、販売状況をアンテナショップとして把握し、嗜好をみながら業務全般の販売につなげていこうとしている。

6) 自社ブランド「パールポーク」の生産・販売

パールポークは、三重県が推進する地産地消運動の産品として、大手スーパー系で取り扱われたり、自社内の「肉よし」で販売されたり、地元のレストランで使われてきた。

パールポークの特徴は、脂肪がさっぱりしており、ほのかな甘みがあるのでバラでも食べやすいとして女性や高齢者からも好評である。出荷段階で「メス」の中から選抜されたものである。

品種としては、WL（メス）にD（オス）をかけ合わせている。種雌豚は前述のように自社生産し、安全性を最優先するために外部からの生体導入に頼ることはない。

現在、自社ブランド「パールポーク」として販売に供しているが、やまびこ会の飼料を使っていることから、県内を主なシェアにしているスーパーから契約取引の話もあった。肉質に理解があり、前述のような理由（厚脂）で「中」に格落ちとなったものも「上」価格で取引するという条件等も提示されたが、スーパーから求められる頭数を仕向けると、地元を提供できる頭数が少なくなってしまうことや、出荷先（と畜場）を名古屋という遠隔地にせざるを得ない状況があったことから、将来の販売戦略も含め総合的に判断し、敢えてこの契約を避けたこともあった。

7) これらの技術を育成できた背景

この経営者が就農を決意したのは33歳の時であった。就農以前は、流通大手スーパーで生鮮物販売担当として、現場で販売の第一線に立っていた。職場の環境からすれば、データ収集・分析を基に次の経営戦略に向かうことは日常の行為であり、ここで身につけた経験をそのまま養豚現場へ持ち込むことができた。

就農のきっかけとなったのは、父の言葉であったが、就農後、短期の内にすべてを任さ

れる立場になった。養豚については全くの素人状態から、ひとつひとつの情報や技術を積み上げ今日に至っている。

生産については、父の経験や養豚コンサルタントの指導により問題を解決し、前職で積み重ねてきたマーケティングの知識を基にして消費者ニーズを模索してきた。その結果としてたどり着いた経営方針のひとつが、安全で安心して食べられる豚肉の生産を最優先に置くということだった。

新しい世界から飛び込んできた後継者が何でも得ようとする姿勢は、同世代の養豚仲間たちが素直に認め、称賛したところである。

5 地域農業や地域社会との協調・融和のために取り組んでいる活動内容

1) 東海地域を中心とした養豚グループ「やまびこ会」の活動

この会は、愛知、静岡、長野、三重の養豚生産者 25 戸で構成されている。

この会は、平成 10 年に設立され、当事例は平成 12 年に参加した。参加のきっかけは、飼料会社の紹介によるものである。

この会では、個々の経営では対応できない飼料の大量仕入れによる価格の低減や飼料品質の安定、高位化を図ってきた。商社による飼料原料の買い付けにより、これを実現している。当初は東海地域を中心としたグループであったが、この飼料の取り扱いについては、対象者を全国に広げ、その会員は 400 名ほどになっている。「ゆめシリーズ」と呼ばれているのがこの会が取り扱う飼料である。優れた飼料がもたらす成果は、前述の通りである。

やまびこ会は、飼料の購入を基礎としたグループであるが、同年代の若者が集うことから生産成績の比較検討や先進事例の視察、勉強会の開催など、積極的な姿勢の養豚仲間でもある。

2) 日本養豚生産者協議会（JPPA）青年部会長、その他としての活動

対メキシコ F T A 交渉の際に日本の養豚業を守ろうと立ちあがった協議会がこの組織の前身であり、平成 18 年 3 月に J P P A として組織化された。

この経営主は、平成 21 年度の理事として務めるとともに、この組織の青年部会長として、養豚振興や消費拡大のために大きな経験を積んだ。平成 21 年 11 月には、全国の若い養豚生産者の協力を得ながら「俺たちの豚肉を食ってくれ！2009 in お台場！」の中心人物として、手腕を振るった。

また、平成 20 年度、21 年度には日本養豚事業協同組合の理事にも就いた。全国の仲間を当県に招き、先進的な 6 次産業化事例を見学したり、大手スーパーの販売戦略を学ぶ場を提供した。

県内の養豚生産者が減少する中で、上記のやまびこ会のように県域を越えた仲間との交流や、活動の場を全国に広げた当経営主の意欲は並々ならないと想像するところである。

このような活動を経験したことにより、全国各地に仲間が生まれ、絆が深まったことについて、目には見えないが大きな財産を得たと感じている。

3) 地元での養豚仲間等との交流

県内を活動範囲とする養豚組織としては、三重県養豚協会があり、先輩たちの経験と後輩の活動力をミックスしながら、ここでも役員として活動してきた。

また、グループとしては小さくなるものの地域（家畜保健衛生所管内）を限定した若者のグループでは、お互いの生産成績等を公表しながら、互いに発展することを目的として、勉強の場をもっている。

一方、視野を転じるとそこには消費者の顔が見えてくることも、畜産を取り巻く昨今の状況である。平成17年度には、養豚生産現場を正しく知ってもらうには、どういった情報提供をしていけばよいのかという命題を負って、畜産協会の事業に取り組んだ。いわゆる常連客を主体に集め、豚肉を通して生産現場のようすについて情報提供・情報交換を行った。その後は、なかなかこのような機会を生み出すことはできないが、今後、販売に力を注いでいく上では、重視したいと考えている。

学校からも社会見学や出前授業への要請があった。

飼料を持参したり養豚について説明し、養豚への親しみと理解を深めて、よいイメージを持ってもらいたいとの希望ではあるが、多くの生徒たちを現場へ招き入れることの困難さもあり、ジレンマを感じている。

6 今後の目指す方向性と課題

1) 地元消費の拡大

地域の皆さんに支持される豚肉を生産し提供していきたいと考えている。現在も自社店舗「肉よし」で、自社の豚肉を販売しているものの、数量は限られている。

当地は全国屈指の観光地「伊勢志摩国立公園」内でもあり、地元のレストランで地元の食材として使ってもらっているが、今後は、一人でも多くの観光客や地元の皆さんに「普段の食材」として利用してもらいたいと願っている。

そのためには、誰もが安心して食べられる豚肉を庶民的な価格で提供することや、美味しい豚肉の生産が基本であると感じている。

安心のためには、防疫を基本とした衛生管理を実施することである。また、美味しい豚肉の生産のためには、ストレスのない健康な豚を飼育する技術が必要だと感じている。

2) 販売部門の拡充

養豚部門の飼育管理については、決して手を緩めるものではないが、やがて完成する肉豚舎等も含めると農場施設全体としての完成をみることになる。また、前述してきたように、この施設の能力を活かすだけの飼育技術も身につけてきており、安定的な生産ができるようになってきた。

これらのことを踏まえ、消費の拡大という目的のために、経営主として販売部門への力の配分を高めていくことを視野に入れている。

3) 防疫体制に問題はないか再度検討

この度、宮崎県で発生した口蹄疫については、多大かつ多方面への惨禍となった。

同じ養豚業に就く者として、心痛の極みではあるが、これを機会に再度自社の防疫体制に問題はないか再点検し検討していくことが、この惨禍を今後に活かす責務だと感じている。

4) 仲間と共に元気のある養豚業を目指す

就農以来、養豚の技術や経営のノウハウについては、父を始めとしてたくさんの養豚仲間から得てきた。見えない財産を積み上げてくれた仲間感謝するとともに、今後も仲間との絆を深め、日本の養豚の振興のために一丸となって歩んでいきたい。

【写真】



豚舎外観



種雌豚舎



離乳舎



自動給餌器



コンポスト



肉よし店内



試食即売会



当該経営主はJPPAイベントで青年部会長として手腕を振るった