

家族・仲間と築くエコブランド豚

「川上さん家(ち)の犬鳴豚(いぬなきぶた)」

有限会社関紀産業

大阪府泉佐野市



経営規模

母豚110頭の一貫経営

年間出荷頭数 2200頭

作業分担

繁殖部門 妻、長男、実習生1人

肥育部門 長男、社長、実習生0.5人

飼料部門 実習生0.5人＋社長

収集運搬 従業員(男)1人

(残渣・残飯収集、出荷、カット肉配達)

肉販部門 次男、妻

(一) 多様なエコフィード素材の利用(7~8^{トン}/日)

(ア) 水分の少なめの残渣(30~70%)

パンくず(1^{トン}/日)

麺生地(1^{トン}/日)

乾燥

自家配合飼料

(イ) 水分の少ない残渣(15%以下)

小麦粉

パスタ

コーンフレーク

お茶粕

その他

(2^{トン}/日)

発酵飼料

(2^{トン}/日)

(ウ) 水分の多い残渣(70%以上)

残飯(2^{トン}/日)

生麺(1.5^{トン}/日)

リキッド飼料

水分の少なめ、少ない残渣

① パン(1トン/日)



②めん生地デンプン・小麦(1トン/日)



③パン、生地乾燥(1トン/日)



④パスタ、小麦粉、お茶など



発酵飼料



- 乾燥パン粉 500k
- 乾燥生地 500k
- 生めん 800k
- ふすま 75k
- リンカル 10k
- 乳酸菌、麹菌 100cc
(20ℓのお湯に発酵菌をいれる。)
- 発酵飼料もどし 200k

(ウ)水分の多い残飯(70%以上)

① 生麺(1.5トﾝ/日)



② 残飯、ご飯(2トﾝ/日)



③ 残飯加熱攪拌機



④ 自家配合給与



⑤ リキッド給与



80°C以上にボイル

出荷肉豚1頭当たり飼料費・生産減価比較

(単位:円)

区 分	関紀産業	関紀産業	農林水産統計
調査期間	H20. 1~12	H21. 1~12	H20. 4~21. 3
飼料費	10,327	7,351	23,685
支払利子・支払 地代算入生産費	28,424	28,141	34,468
備 考	養豚経営診断 報告書より	養豚経営診断 報告書より	肥育豚生産費 より

(二) エコフィードを有効利用すれば “高く売れる豚”を生産できる！

① 飼料費が安い

⇒ 長期肥育が可能

⇒ ドリップが少ない

② 仕上げ段階で麦中心の飼料を与える

⇒ 肉色が浅く、サシ(霜降り)がはいる

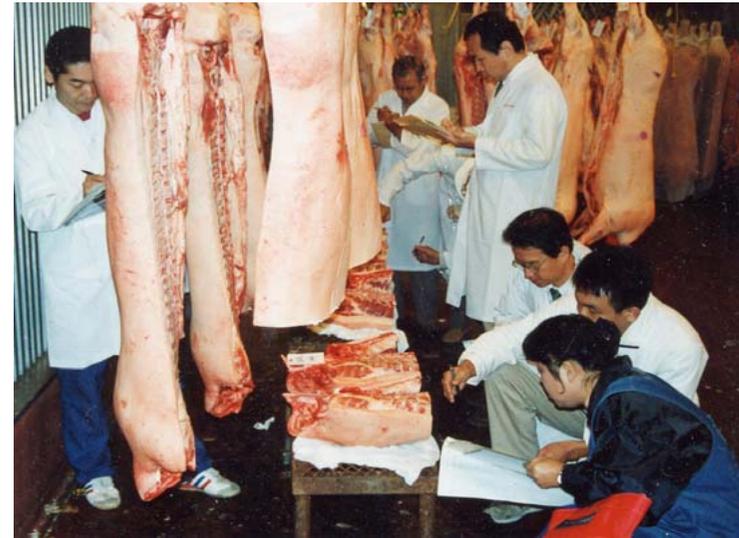
③ 豚がりサイクルに貢献できることをアピール

⇒ マスコミに取り上げてもらい、ブランド化をすすめる

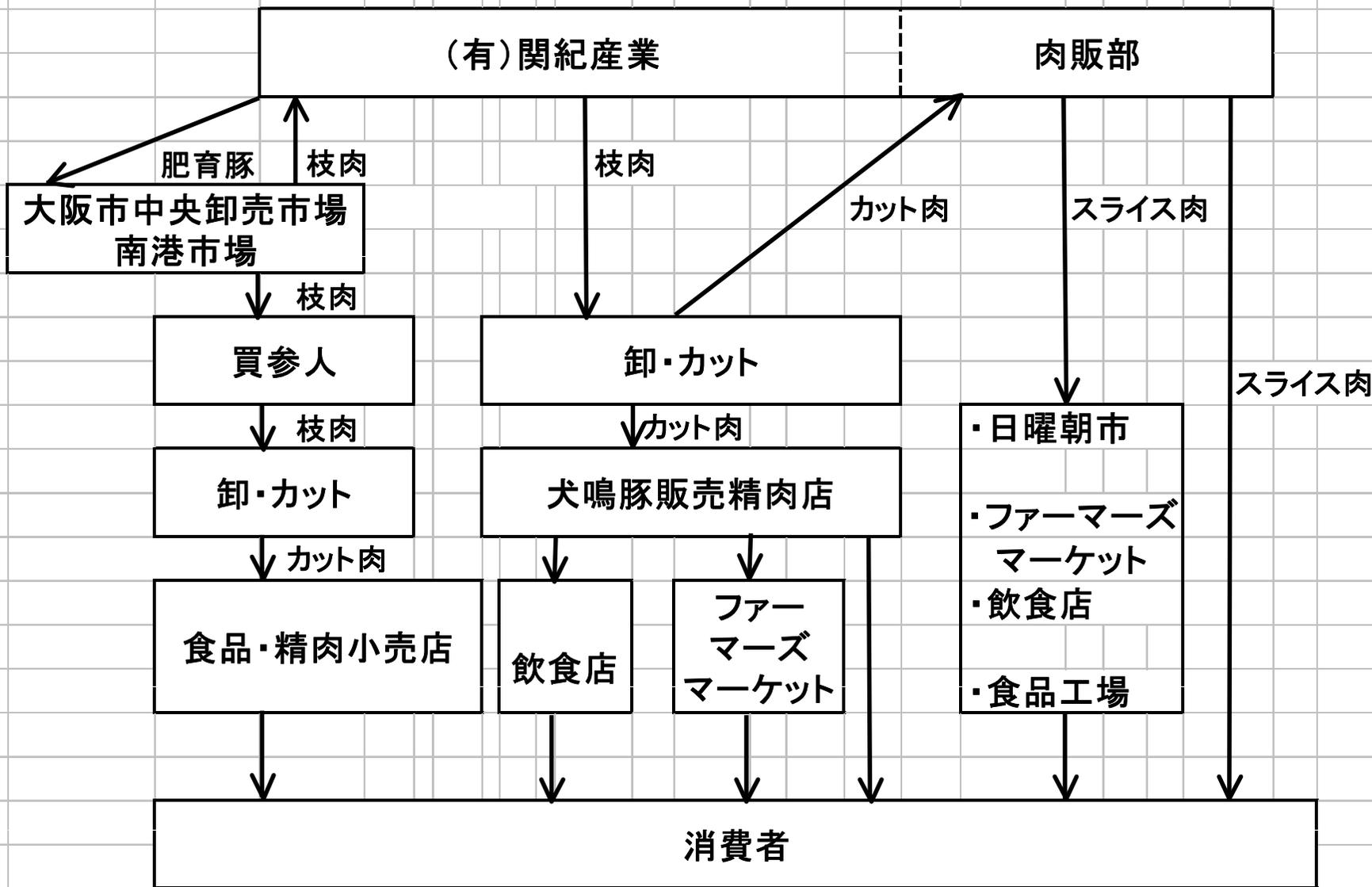


のブランド化

肉質研究会 大阪市食肉市場にて
(全大阪養豚組合主
催)



(有)関紀産業における肉販の流れ



① こーたり〜な(地元のファーマーズマーケット)



② 和ぎ(難波オリエンタルホテル)



③ 岸和田SA(阪和道下り線)



オリエンタルベーカリーの
犬鳴豚メンチカツサンド

発売の背景

当社は1950年に大阪(なんば)の地で創業し、地元の皆様に支えられて本年60周年を迎えることができました。60年間の感謝の意を込めまして、地元大阪の誇れる食材をパン・サンドイッチの具材として使わせて頂き、地元大阪の食材のおいしさを地元にも、また全国にアピールしていきたいと考えおります。
弊社の本社機能兼主力工場(泉佐野市)のある大阪・泉州地方の誇れる食材として、「川上さん家の犬鳴豚」を活用した商品を発売します。
※第1弾は「泉州たまねぎパン」を発売(2010年6月21日～7月31日の限定発売)
※第2弾は「だんじりのまち岸和田 かねちかの桃デニッシュ」を発売(2010年9月1日～9月30日の限定発売)

具体的内容

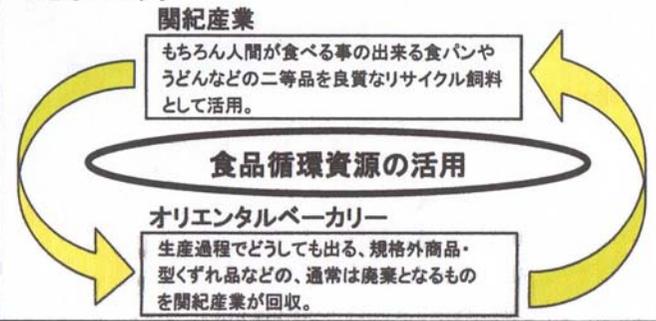
(有)関紀産業(泉佐野市)・クランデーワールド(株)(泉南市)・(株)オリエンタルベーカリー(泉佐野市)の協働により、「川上さん家のメンチカツサンド」を11月16日に発売します。
大阪唯一のブランド豚、(有)関紀産業の「川上さん家の犬鳴豚」(脂身の旨さが特徴)のミンチ肉を100%使った、メンチカツサンドをクランデーワールド(株)で製造し、大阪府が推奨している「大阪産(もん)」のロゴマークをパッケージにあしらった商品を発売します。

- 発売日:11月16日(火)
- 発売期間:11月16日～12月15日
- 商品名:川上さん家の犬鳴豚のメンチカツサンド
- 販売者:(株)オリエンタルベーカリー
- 小売価格:780円前後
- 販売店舗:新大阪駅・大阪(伊丹)空港・関西国際空港 他



環境への取組み

関紀産業とオリエンタルベーカリーでは、約10年前より食品循環資源の観点から、二用品活用の取組みをしております。関紀産業では、食品製造過程で出る二用品を有効利用することにより、飼料費を本来より軽減することに成功しました。普通の養豚場では、外国産の穀物で配合飼料を作り、これを豚に与えている為、生産原価の約60%を飼料費が占めます。そのため経営者としては短期間で成長・出荷のできる品種の豚(生後5～6ヶ月で出荷)を育て、1日でも早く売ることが重要になります。しかし関紀産業の「犬鳴豚」は、美味しい肉を仕上げる期間(生後5～8ヶ月)には麦中心(パン、うどん等)の餌を作り通常よりも約2ヶ月間長く飼育しています。だから、おいしい豚肉ができるのです。



発売期間 11/16～12/15

販売店舗 新大阪駅 伊丹空港
関西国際空港 他

(有)関紀産業の肉販実績(平成21年)

区 分		実績数値
市場出荷	肥育豚出荷頭数	2,230頭
	平均枝肉重量	82.5kg
	販売額(枝肉売上+消費税)	71,284,027円
	と場経費	5,718,371円
	手取額 ①	65,565,656円
カット肉仕入	仕入額 ②	35,353,264円
カット肉・精肉販売	販売額 ③	47,142,721円
販売収入(計)	①-②+③	77,355,113円
	出荷1頭当たり手取額	☆ 34,688円
	枝肉1kg当たり手取額	420円
	枝肉1kg当たりと場経費	31円

※日本政策金融公庫「担い手農業者の平成21年農業経営動向分析」

養豚一貫経営(法人)中央値では**30,700円**

儲かる養豚をするには？

- 他社よりも高く売る
 - I ブランド化
 - II 生産者直売
 - III 夏場(6, 7, 8月)に多く出荷する
- 他社よりも経費を下げる
- 課題
 - 繁殖部門の近代化

