

豚関連技術の開発と肉牛・酪農の行政・普及業績

神奈川県畜産技術センター 企画指導部
普及指導課長 仲澤 慶紀

はじめに

本県の畜産は、都市化の進展や高齢化、飼料価格の高騰などを背景に農家戸数、飼養頭数ともに減少傾向にあり、特に酪農における減少が顕著である。一方では、大消費地に近いというメリットを活かした消費者に密着した直販経営や加工販売による高付加価値化など、都市近郊の有利性を活かした経営が行われている。また、都市から発生する食品残さの有効活用や家畜ふん堆肥の利用など資源循環においても重要な役割を担い、加えて、近年では消費者とのふれあいを通じた命の大切さを学ぶ場など多面的な役割への期待も高まっている。都市化が進み、担い手確保が難しくなる中で、魅力ある産業として次世代に確実に継承し、畜産物の生産を持続するためには、消費者に本県の畜産物の価値を認識してもらうこと、国際情勢に負けない足腰の強い畜産経営体を育成していく必要がある。

1. 豚関連技術の開発

神奈川県の養豚の特徴は、高座豚として知られる優良な種豚生産の歴史と 920 万人の消費者を抱える環境の中で、血統と飼養方法を工夫しブランド化を図りつつ、テーブルミートとして特徴のある豚肉生産と付加価値を付けたハム・ソーセージ等の 6 次化商品の開発・高付加価値販売の 2 つの方向性がある。こうした中で、優秀な血統の保存、生産グループ内での精液流通等が豚の繁殖技術開発の大きな課題となっていた。

そこで、遺伝資源の広域利用や長期利用のために、豚胚の非外科移植用カテーテルの開発や超急速ガラス化保存方法による子豚生産に取り組み、さらに人工授精の利用効果を高める技術開発、DNA マーカー育種に関する研究で成果を上げた。

2. 肉牛・酪農の行政・普及業績

肉牛生産では、当時、生産者団体から、肉牛生産基盤の強化と既存牛肉ブランド以外の県内産牛肉について付加価値を付けたいとの要望が上がっていた。そこで、「かながわ和牛受精卵移植推進協議会」を設立し、酪農団体と肉牛団体に構成員となってもらい、酪農家の和牛受精卵移植事業を立ち上げ、市場評価の高い血統の受精卵移植に対する補助を実施し、子牛を県内保留することで、県内の和牛生産基盤を整備するとともに、事業で生産された牛肉のブランド化を図るため、「かながわ産牛肉販売促進協議会」を設立し、ブランドの定義を定め、「かながわ生まれ、かながわ育ち」をキャッチコピーとして、県民から幅広くブランド名を公募し、ブランド名称を「生粋かながわ牛」として立ち上げ、県内の肉牛振興につながった。

また、地域の酪農家からは、「地元産の牛乳を商品化して地域に貢献することで、持続的な酪農業を実現したい」との要請を受けて、酪農家、行政、関係団体によるプロジェクトチームを結成し、小ロットの原料乳を利用した地域限定牛乳の商品化に取り組んだ。酪農家と地域住民の交流によりニーズ把握とコンセプト開発を行い、店舗調査やグループインタビューの結果を乳業メーカーに提示しながら商談を繰り返し、乳業メーカーと協力してネーミング、パッケージデザイン、商品テスト、販売戦略構築、販路開拓など、3年半にわたる活動を経て「いせはら地ミルク」の発売に至った。このような地域限定畜産物の商品化等の実現に対する反響は大きく、様々な波及効果を生み、県内畜産の振興に大きく寄与した。