

# が ん こ 村 新 聞

THE GANKO-MURA SHINBUN  
第8号  
発行所  
株式会社 **が ん こ 村**  
大阪市淀川区西中島 7-1-3-203  
電話 06 (6307) 3597  
FAX 06 (6307) 3598  
編集者: 坂井田節 青山浩子

あなたの産地に  
同いします!

が ん こ 村 産 地  
紹 介 レ ポ ー ト



脂肪分が少なく  
味の楽しめる『森林どりの』

ネットカリッチを使って育てられた『森林どりの』は全国のスーパー、量販店で販売されている。また、大手総菜チェーン店にも納入されるなど取引先を広げている。飼育段階から物流に至るまで味と鮮度にこだわった一貫管理体制に秘密があるようだ。



豊かな自然に恵まれ、水のきれいな場所として知られる岡山県新見市。ここが「森林どりの」のふるさとだ。「森林どりの」とは、丸紅畜産(株)が製造・加工

するブランド鶏のこと。飼育期間中、餌にネットカリッチを添加する。餌全体に占める割合はわずかだが、鶏肉の味に与える影響は大きい。脂肪分が少なく、鶏特有のくさみのない鶏肉に仕上がるといふ。「脂肪分は少ないながらも歯ごたえがよく、パサツとした食感もありません」と丸紅畜産(株)岡山事業所の後藤秀敏製造部長は話す。丸紅畜産では、1983年の創業当

初から鶏用飼料にネットカリッチを添加し、銘柄鶏として販売してきた。岡山県以外に鹿児島県、宮城県にも工場があり、全体の飼育羽数は年間約2900万羽。岡山工場から出荷されるのは約760万羽分で、すべて工場周辺にある18の養鶏場で飼育される。ネットカリッチ以外の餌、飼育環境も同じで、品質や味にブレがないようにしている。2004年に日本で79年ぶりに鶏インフルエンザが発生して以来、同社の養鶏場への関係者以外の立ち入りは一切禁止。加工が行われる岡山工場の衛生管理も万全だった。あらかじめ入浴をすませ、ガウンを着用して入った工場では、精肉にするための丁寧な作業が行われていた。ささみの筋をとったり、唐揚げ粉をまぶしたりと取引先の要望に応じた一次加工も行われていた。同工場で加工された精肉の多くは、兵庫県伊丹市にある物流センターを経由し、全国の取引先に届けられる。ス

ーパーや量販店のみならず、大手総菜メーカーなど供給先も広がっている。伊丹の物流センターに到着した「森林どりの」は近畿、東海、関東方面へと送られる。自社で物流センターを持つことによって、パッケージ、配達時間など取引先の細かい要望にも応えることができるという。輸送中はマイナス3℃を保ち、岡山工場で製造された翌日までは取引先に届けられるため鮮度も維持でき、ISO9000を取得した丸紅畜産。生産から流通に至るまでの徹底した管理が「森林どりの」の高評価につながっているようだ。



産岡山工場での作業

「が ん こ 村」といふ言葉、聞いたことがありますか  
味と安全にこだわったネットカリッチ農法による農畜水産物のブランド。ネットカリッチ農法とは、常緑広葉樹の樹皮をバイオマス変換技術で抽出・精製した木酢液を軟質炭素粉末に吸着させた「サンネットカE」(農業用)、「ネットカリッチ」(畜産用)を共通資材として用いた農法のことです。この新聞では、「が ん こ 村 商品 について何かと違うの?」という疑問にお答えするため、生産者やが ん こ 村 商品 を 扱 う ス ー パ ー など、ユ ー ザ ー さ ん の 声 を お 届 け し ま す。

山陽マルナカ 安藤正樹バイヤー



# 小売店は 心強い応援団!

(株)山陽マルナカ  
(本社：岡山県岡山市)



株式会社山陽マルナカは、山陽、関西地区で店舗展開をするスーパーチェーンである。2006年9月現在、岡山、兵庫、大阪、広島各県で66店舗がある。

このコーナーでは、ネッカリッチ商品を扱っているスーパー・量販店などを訪ね、流通現場の最前線の様子や、消費者のネッカリッチ商品に対するご意見を紹介していきます。

(株)山陽マルナカが近畿地区に本格的に出店を始めたのは約6年前。大阪および兵庫にある13店舗のうち、9店舗で「森林どり」が販売されている。

近畿地区の全店舗が扱う畜産品のバイヤーを担当する山陽マルナカ近畿事業部畜産部の安藤正樹さんは、店舗で販売するかどうかを判断する際の基準についてこう話す。「産地がしっかりとわかること、生産履歴がはっきりしていてトレースができることも当然重視しますが、最終的には味がいいかどうかに行き着きます」。

安藤バイヤーが「森林どり」の存在を知ったとき、まずムネ肉から食べたという。「味がいいと言われるモモ肉ではなく、あえてパサつきやすいムネ肉を選びました。しかし、森林どりはパサつきがなく、しっとりとしていたのが印象に残りました」(安藤バイヤー)

山陽マルナカ東大阪店の鶏肉コーナーでは、他の銘柄鶏も並ぶなか「森林どり」がもっとも広いスペースを占めている。それだけでなく、総菜コーナーで売られている唐揚げ、手羽フライ、味付けチキンなどにも「森林どり」が使われている。「加工品とはいえ、普段お客さまが買ってくださいしている商品を原料に使った方がより安心して食

べていただけるだろう」(安藤バイヤー)という考えから、精肉コーナーと同じ肉を使うようにしているという。ところで、東大阪店でネッカリッチ商品が扱われているのは鶏肉だけではない。すぐ隣の豚肉コーナーで売られているブランド豚肉『紅豚』もやはりネッカリッチ商品である。供給しているのは4面で紹介する(株)がんじゅうの生産者。「意図的にネッカリッチ商品を並べたわけではないのですが、味がいいということでしょうね」と安藤バイヤー。



同社に「森林どり」を供給している丸紅畜産西日本販売本部によると、山陽マルナカは鶏肉のロスが少ないスーパーとして知られているという。その理由を聞くと「売ればすぐに補充するということぐらいですが」と安藤バイヤーは控え気味に話す。しかし、買側側の立場からすれば、すき間なく商品が並ぶポリarium感のある売り場と違ってするのは確かだ。こういった企業の姿勢がネッカリッチ商品の消費拡大を支えているのだろう。

## こんなところでもネッカリッチ商品が!

沖縄市の首里城近くにある「さーたーあんだーぎーの店安室」。小麦粉、砂糖などを混ぜて油で揚げた菓子、サターアダーギーの専門店だ。噂を聞いて全国からお客さんがくるほどの人気ぶり。安室朝由社長は人気の秘密について、自ら経営する養鶏場の新鮮な卵をたっぷり使っているからだという。鶏の餌にはネッカリッチも使われている。外はサクッ、中はしっとりとしたサターアダーギーを食べると幸せな気分になりますよ。

那覇市首里久場川町1-20 TEL098-884-3060



ネッカリッチを使って農畜水産物を生産するがんこ村の仲間は、全国に広がっています。今回紹介するのは岡山県・沖縄県です。



◆関西地区

兵庫県：卵、パレイショ、トマトなど  
和歌山県：ミニトマト（ネッカパールミニ）、キュウリ、キヌサヤ、インゲン、梅など  
奈良県：卵など

◆中国地区

鳥取県：お茶、卵、白ネギなど  
島根県：生ラーメン、出雲そば、ミニトマト（ネッカパールミニ）、ヨーグルト、プリン、卵ドーフ、卵油、米、卵、牛乳、ピーマン、キュウリ、カブなど  
岡山県：鶏肉、卵など  
広島県：卵など  
山口県：カステラ、卵など

◆北海道地区

北海道：牛肉、ニジマス、サーモンなど

◆東北地区

青森県：牛肉など  
宮城県：鶏肉など

◆北陸地区

富山県：卵など  
石川県：豚肉など

◆首都圏地区

千葉県：落花生、サトイモ、豚肉など  
埼玉県：牛肉、豚肉、ネギ、ブロッコリーなど

◆関東地区

福島県：米、トマト、キュウリ、インゲン、リンゴ、糸ミツバなど  
茨城県：鯉など  
栃木県：牛乳、牛肉、卵、キュウリ、ナスなど  
群馬県：マイタケ、キャベツなど  
山梨県：卵など

◆中部地区

愛知県：牛肉、豚肉、卵、セロリ、スイートコーンなど  
三重県：豚肉、ハム、ソーセージなど  
長野県：エノキ、レタス、白菜、キュウリ、ピーマン、リンゴ、ニジマス、イワナ、ヤマメなど  
静岡県：お茶など

◆四国地区

徳島県：ネギなど  
香川県：キャベツなど  
愛媛県：ブリ、ハマチ、タイ、イチゴなど  
高知県：うなぎなど

◆九州地区

福岡県：ナシ、卵など  
長崎県：レタス、カボチャ、パレイショ、スイートコーンなど  
熊本県：牛肉、デコポン、レモン、ミニトマト、レタス、カボチャ（味平）、スナッフえんどうなど  
大分県：スイートピーなど  
宮崎県：牛肉、豚肉、キュウリ、卵、ピーマン、長ナス、レタス、オオバ、ダイコン、ニンジン、サトイモ、甘藷、トマト、ミニトマト（ネッカパールミニ）、メロン、ゴボウ、スイートコーン、ゴーヤ、切り干しダイコン、日向夏、各種有機野菜、その他野菜全般  
鹿児島県：ウナギ、豚肉、鶏肉、カボチャ、スナッフえんどうなど

◆沖縄地区

沖縄県：  
卵、牛乳、車エビ、サトウキビ、マンゴー、パパイア、バナナ、レタス、トウガン、赤ピーマン、カボチャなど



生産者の熱い思いが  
こめられた「紅豚」  
(株)がんじゅう

沖縄は独自の豚肉文化を持つことで知られている。その沖縄で育ち、全国に向けて供給されているのが「紅豚」といわれる銘柄豚。3名の生産者が育てており、年間に約7000頭が出荷される。

『紅豚』を扱うのは(株)がんじゅう。

沖縄電力の社員だった桃原清一郎さんが社内ベンチャーで立ち上げた会社である。同電力時代に養豚家と知り合った桃原社長は「良い豚を育てているのに消費者にはなかなか伝わっていないことを知った。生産から販売まで一貫体制が構築できれば解決できるのではないか」と思い、がんじゅうの設立に至った。

桃原社長は「紅豚」というブランドをつくり、自慢の豚肉を持って営業に



がんじゅうで「紅豚」を育てる生産者。前列が桃原社長

回った。デパートなどの担当者の反応もよく「あっさりしている」「脂の質がいい」などの高い評価も得られた。しかし、予想外のところで苦労も味わった。硬直化した豚肉の流通制度のために、新規の業者が入り込むのは簡単ではなかったのだ。「半年ぐらいはどこを回っても反応がなかった」という桃原社長だが、それでもあきらめずに営業を続けた。すると、東京のあるトンカツ専門店との取引が始まり、それがきっかけとなり販路が拡大した。現在、東京都内の複数のデパート、外食チェーンなどに供給しており「紅豚しゃぶしゃぶセット」などギフト商品も開発した。

生産者のひとり、喜納憲政さんは父親の代からの養豚家で、年間に3000頭を出荷している。喜納さんらががんじゅうの生産者は共通の餌を使っており、とうもろこし、小麦、サツマイモ



偶然にも「森林どり」の横に設けられた「紅豚」の販売コーナー (山陽マルナカ東大阪店)

などの原料に、ネッカーリツチを1〜2%加えている。共通の餌は全体の7割で、残りの3割にはそれぞれ異なる飼育環境にあわせた独自の餌を使用しているという。喜納さんの場合、パンのくずを乳酸菌などで発酵させて与えており、そこにもネッカーリツチを加えているという。「豚肉の味にもっとも大きな影響を与えるものは？」と尋ねると「やっぱり餌だと思うよ」と喜納さん。ネッカーリツチを使うことでくさみがなくなり、脂のきめが細かくなるなどの手応えを感じているそうだ。

山陽マルナカの安藤正樹バイヤーが「紅豚」の販売を決めたのは、肉のおいしさと生産者たちの熱い思いに心を打たれたからだだったという。喜納さんのお家で食べさせてもらった「紅豚」

は、確かに桃原社長や喜納さんたちの熱い思いが伝わってくるような深みのある味だった。



韓国にはポピュラーな鶏肉料理がある。「参鶏湯(サムゲタン)」といって、小さめの鶏の内臓だけを出し、餅米、高麗人参、ナツメ、クリなどを詰めて丸ごと煮込んだものだ。まったく辛くなく、鶏の出汁がしっかりと効いている。グツグツと煮立ったサムゲタンが出てくると、テーブルにおかれた塩やコシヨウで味付けしながら食べる。辛い料理が続いて胃が疲れたときもこれを食べると胃が休まる。韓国の人は夏バテ予防にもこれを食べるという。「森林どり」を取材したのはまだ夏の盛り。関係者の話を聞かせてもらいながら、「森林どりで作るサムゲタンはさぞかしおいしいだろうな」とふと思った。