

## 私の体験記

## 小売りの立場からみたSPF豚肉

株式会社総食 取締役社長 根本利昭

## はじめに

筆者がSPF豚肉を取り扱うようになったのは今から20年位前のことで、それ以来豚肉はSPF豚肉のみを販売し続けている。その間色々な悩みや出来事に出会ったが、これらの経験を踏まえながら、筆者なりにSPF豚肉について考えていることを述べてみたい。

## 1. SPF豚肉との出会い

店舗のチェーン展開をはじめて数店舗目を千葉市小倉台に進出させた時のことである。その小倉店の目の前にスーパーがオープンし、精肉売り場で「健康に良い豚肉」とのキャッチフレーズでSPF豚肉を売りはじめた。筆者は当時、そのような豚肉は見たことも聞いたこともなかったので、ウソではないかと思ったが、目と鼻の先の競争だから勝負せざるを得ず、価格でそれに挑戦し、何とか勝つことができた。当時は価格競争だけで、品質はあまり問題にならない時代だったから勝つたのであって、現在なら逆に負けていたかもしれない。

しかし、勝負には勝ったものの、時が経つにつれて非常に後味の悪い競争であったことに気がつき、これからは「健康に良い豚肉」とかを販売し、「他店と何かが違うことを実行し、何かが違うものを販売しなくては行けないのかなあ。」と漠然と感じた。その後、松戸市場を訪ね、SPF豚肉のことを尋ねてみたところ、「うちの市場にもSPF豚

肉とか、無菌豚肉とかいわれているものが上場されていますよ。」といわれ、早速雑誌や出版物などからSPF豚肉に関する情報を集め検討をはじめた。

(当時はSPF豚、無菌豚、清浄豚などの呼び方が入り乱れ、SPF豚の正しい理解を難しくしていた。)

そして、自分に都合の良いように、またそれなりのレベルで納得し、このSPF豚肉だったら将来競争の激化が予想される商業環境の中でも価格競争の渦に巻き込まれることなく、また独走することも夢でないかもしれないと思った。

## 2. SPF豚肉販売に取り組む

今まで述べてきた経過のなかで、筆者は「よし、SPF豚肉に切り替えよう！」と決心し、同時にこのSPF豚肉販売を武器にして独自のチェーン展開を進めようと考えた。しかし、全店舗をすべてSPF豚肉に切替えるのが何となく危険に思われたので、次の新しい店から順次SPF豚肉(当時はまだ無菌豚と呼ばれることが多かった)を採用していくことにした。一般消費者の反応は上々で、「臭みがない」、「柔らかい」、「美味しい」と評判になったので、今度は旧店舗でもSPF豚肉を取り扱うことにした。それから約20年経つが、決して順調に進んできた訳ではない。

## 1) SPF豚肉の取扱い開始

少しレベルの高い小売り店舗のチェーン展開をめざした「株・総食」は、いよいよSPF豚肉の販

売に乗り出すことになった。

### ①最初の試練

当初、この豚肉は“美味しい”、“柔らかい”、“臭みがない”等の評価を得て、きわめて順調に推移するかのように見えたのも束の間、大変な試練が待ち構えていた。SPF豚肉の販売を始めて何期目かの決算の時、大変な赤字を計上するハメになってしまったのである。その原因はSPF豚肉の精肉歩留りにあった。当時のSPF豚の枝肉はひどいもので一般豚上物の精肉歩留りが55%前後であるのに対し、SPF豚のそれは平均35%ぐらいしかなかった。その上、ロースの芯はあるかないかぐらい細く、通称3枚肉といわれるバラ肉は2枚しかない状態で、脂屋に脂を売るためにSPF豚を仕入れているような有様であった。得意先からは返品が山のようにでき、最後には“もういらぬ”といわれ、得意先も、売上高も、利益率も激減したのが赤字の原因であった。

### ②最大の危機

“強い味方になるはずのSPF豚肉がこんな有様なら、方針変換もやむを得ないかもしれない”と随分悩まされたが、原因はわかっているので、しばらく様子を見ることにした。この時期がSPF豚肉販売の最大の危機であった。

#### 2) 難問を抱えながら……

赤字と商業環境の変化に対応して、スクラップ&ビルドを繰り返しながら、もはや“弱い味方”になってしまったSPF豚肉を断念するかどうか何度も何度も検討した結果、次の期の決算を見て最終決断を下すことにした。

#### 3) ようやく見通しがたつ

このように悩んでいるうちに、SPF豚の生産技術が進歩し、枝肉の精肉歩留まりも急速に改善し

て、一般豚のそれに近づいてきた。同時にその年の下期の月次決算が黒字に転換してきて、この分でいくと、SPF豚肉の販売を続けられそうな希望が湧いてきた。

そこで今度はSPF豚肉の販売促進に力を注ぐこととし、まず、地域新聞の一面の下2段を3年間買い切り、SPF豚肉のイメージ・コマーシャルを載せた。その時のキャッチフレーズは、

“より確かな品に安心を！”

“見直しませんか？ 確かな品！”

“見直しませんか？ 安心なSPF豚肉を！”

などで、これを色々に使い分けて積極的に宣伝を繰り返した。そのうち、SPF豚肉の精肉歩留りもさらに改善され、景気の追い風による恩恵も受けて、累積赤字も消え、ようやく当社の経営に明るさをもどってきた。

#### 4) いやがらせ・妨害

SPF豚肉販売によりやく明るさが見えて、ホッとする間もなく、今度は周囲が騒がしくなってきた。同業者からは（筆者も以前は同じようなことを感じたが）、「そのような豚肉は無いぞ」、「おたく以外の豚肉は危険なのか」、「仲間の迷惑を考へろ」等のクレームのほか、もろもろの嫌がらせや妨害があった。

また、保健所からは、昼間の営業中に係員が度々店頭を訪れて、サンプルを採取していったり、後には保健所まで呼び出されて事情説明を求められたりもした。これらの事件は、SPF豚肉が世間の大きな関心を集めている証拠であり「SPF豚肉は将来必ずいける」という確信を筆者に与えてくれた。

#### 5) 勉強会

10年程前にシムコの主催で、生産者と流通業者

の合同研究会がスタートした。初会合の時、筆者のほかにもSPF豚肉に取り組んでいる大勢の仲間がいることを知って大変心強く思うと同時に、色々なアドバイスやヒントが得られ、大変参考になった。

このようにいろいろと勉強を重ねているうち、SPF豚肉の違いをハッキリと消費者にアピールするには豚かつ店の営業とSPF豚肉を使ったハム・ソーセージの製造販売が効果的との結論に達し、検討に着手した。検討を進めるうち、この二つの事業を成功させるためには、あらためてSPF豚肉に対する消費者の声に耳をかたむける必要があることに気づき、再度小売りに力を入れることにした。そして、可能な限りの情報を集めるために次のようなイベントを実施した。

## 6) イベント

### ①三角スピードくじの実施

当り7割、はずれ3割とし、当りくじには買い上げ金額の50%をその場で返金することにより、多くのお客様にSPF豚肉を食べてもらい、その反応を見ると同時に美味しさの再認識をしてもらうこととした。

### ②“豚かつ”、“豚しゃぶ”用肉の特売

SPF豚肉の特徴である「美味しさ」、「柔らかさ」、「嫌なにおいが無い」ことを広く知ってもらうとともに販促のために実施した。“豚かつ用”には当社のノウハウを利用した本格的なパン粉をサービスし、後には下ごしらえの無料サービスを行い、“豚しゃぶ用”には、ほうれん草を無料サービスして、その使い方を指導したり、しゃぶ鍋の貸し出しを行ったりもした。

### ③味噌漬けSPF豚肉の特売

SPF豚肉は柔らかく、調理後冷たくなっても固

くならないことを知ってもらうために実施した。当社独特の合わせ味噌に、一口サイズのSPF豚肉を漬け込んで「お弁当用味噌漬け」のネーミングで毎週火曜日に特売し、リピーターの割合と、お客様の反応を調べた。これは定期的に合計4回実施した。

### ④SPF豚肉の安全性のアピール

肉の中に薬剤残留の恐れがないことと、病原微生物の汚染がないことをアピールする目的で「お刺し身でも食べることができます。」という店頭広告を1週間、各店舗で行った。

### ⑤SPFの意味に関するPR

お客様の中には、“SPFと横文字で書いてあるこんな美味しい豚肉は輸入品ですか？”と質問する人がかなりあったので、地域新聞やチラシを利用してSPFの意味を説明し、それに合わせて半値セールを行ったりして積極的にPR活動を行った。

## 7) イベントの効果

\*多くのお客様から“美味しい”、“柔らかい”、“臭くない”ことが認められた。

\*多くのお客様にSPF豚を知ってもらうことができ、固定客が大幅に増えた。

\*「お刺し身でも……。」の店頭広告は、お刺し身で食べたいお客様は一人もなかったものの、SPFの宣伝と話題性では抜群の効果を発揮した。

\*お客様の声の中から……。

### ①ある関西のお客様

「なまじっかな牛肉よりずーっと美味しい。牛肉より安いからおなか一杯たべられ、とても満足した。これからはSPF豚肉を食べることに決めました。」

## ②ある主婦の方

「うちのお父さんは帰りが遅いのですが、この味噌漬けなら柔らかくて美味しいし、焼いておいても固くならないので、とても助かります。」

## ③多くの主婦の方

「このお肉はお刺し身でも食べられるんですってネ。」

このほか、将来豚かつ屋やハム・ソーセージ分野に進出する際に必要と思われるデータが沢山蓄積された。

## 8) SPF豚肉の人気メニューは“しゃぶしゃぶ”

イベントや色々な広告の効果もあって、当店のSPF豚肉の特徴を生かした“豚しゃぶ”は大人気となった。夏は冷しゃぶ、冬は温しゃぶである。その理由は、

- \* 家族全員に好まれる。
  - \* 特に子供が喜ぶ。
  - \* 家族全員が会話を楽しみながら食事ができる。
  - \* 簡単で、しかも見栄えがする。
  - \* 経済的である。
- などが考えられる。

SPF豚肉のしゃぶしゃぶは、ロース、肩ロース、モモ、バラ等、どんな部位でも利用できるし、SPF豚肉の良さを理解しているお客様は、他店より少々高くても喜んで買ってくれる。

また、豚の脂はコレステロールが多いという誤解を解くために、鳥肉（皮付）と豚のバラ肉のコレステロール分析値（鳥：93mg/100g、豚：79mg/100g）を店頭に表示したところ、しゃぶ用バラ肉が良く売れるようになった。

このように色々な事件や、試練に遭遇しながら、当社のSPF豚肉販売は徐々に軌道に乗ってきた

のである。

## 3. SPF豚肉の良さを知ってもらうために

## 1) 店舗診断

当社はSPF豚肉を販売しているので、その辺に重点をおいて、千葉県中小企業団体中央会の店舗診断を受けることにした。

★なぜ当店を利用しましたかの質問に対して、

- ①豚肉が美味しいから……………35%
- ②お店が近いから……………30%
- ③SPF豚肉を売っているから……………17%
- ④サービスが良いから……………10%
- ⑤その他……………8%

この調査から、①と③を併せると52%のお客様がSPF豚の良さを認めてくれていることがわかる。

★SPF豚肉と一般豚肉を併売することの是非について

SPF豚肉と一般豚を併売することによって、質の違いと価格の差を理解してもらえないのではないかと考え、街を往く人々にヒアリング調査してみた。その結果、

- ①併売すると、特にしゃぶ用肉に不信感が生まれる。
- ②大した価格差がなければSPF豚肉の方を買う。
- ③美味しければどちらでも良い。
- ④特売の肉を買う。
- ⑤パックしてある肉だから外見で判断できない。
- ⑥併売しているSPF豚肉は信用できない。

以上のことから、併売することは店の信用を失う恐れのあることが強く感じられる。

★その他

この調査時点では、販売しているテーブル・ミートは全てSPF豚肉であるが、ハム・ソーセージ・ベーコンや惣菜類にはまだ一般豚肉を使っていたので、早急にSPF豚肉に統一すべきであるとの勧告を受けた。

#### 4. SPF豚肉は和食の素材である

筆者の偏見かもしれないが、牛肉ブームに最近かげりが見えてきたような気がする。牛の焼肉は、ソウルオリンピックを契機にピークを迎え、2～3年続いたが、ステーキは平成5年頃がピークであった。ロースト・ビーフはこれからと思われるが、献立の組合せの関係から、和食には取り入れ難いであろう。牛肉の大消費地は関西であるが、ここ10年ぐらい前から牛肉の売上げが落ち込み気味という。関係者の話によると、「売上高を伸ばすのは牛肉だが、利益にならない。豚肉の方が利益率は良いが、売上高が伸びないので商売をした気にならない、というジレンマがある。しかし、牛肉だけでは事業は成立しないだろう。」とのことである。

その原因を筆者なりに考えてみた。それは、日本人は、和食に合う牛肉を求めているのであって、最近の輸入牛肉はちょっと違うのではないかということである。筆者等の調査でも、「SPF豚肉は牛肉よりもずっと美味しい。」「この豚肉ならなまじっかな牛肉を買うより美味しいし、安いので助かる。」「豚肉はまずいという今までのイメージが一新した。」「豚肉はまずいといって牛肉しか食べなかったお父さんもSPF豚肉なら喜んで食べてくれるようになった。」などの評価を得ている。

しかし、まだ多くの日本人は肉料理を良く知らないのではないだろうか。TV等の料理番組など

で勉強しても、面倒であったり、利用頻度の少ないものであったりすることも多いようである。また、スパイス・メーカーなどによると、一般家庭にスパイスが10種類以上常備されているところは非常に少ないそうである。しかし、ほとんどの家庭の台所には醤油をはじめとして、酢、塩、味噌、胡椒、唐辛子、わさび、和辛子、洋辛子、胡麻油、マヨネーズ、ドレッシングなどが常備されている。このような常備調味料の構成は、牛肉よりもどちらかという豚肉や鶏肉、魚料理に向いているように思われる。従って、主食のごはんが変わらない限り、美味しい豚肉は追い求められるであろう。また、女性が外で働くようになって、料理に時間がかけられなくなっている現代、短時間で美味しい料理を作るには良い素材を使う必要があり、SPF豚肉はそれに最適である。

このように見てくると、SPF豚肉は将来、わが国のテーブル・ミートの主流になることは確実なものではないだろうか。

#### 5. 豚かつ屋から見たSPF豚肉

SPF豚肉の販売に取り組んだ初期の累積赤字もようやく解消し、探し求めていた立地（千葉市幸町）に貸し店舗が見つかり、関係者の協力を得て豚かつ屋「大黒天」をオープンすることができた。

豚かつを調べてみると、その奥の深さに驚かされる。このメニューは寿司屋、ラーメン屋、てんぷら屋、和食堂、レストラン、その他ほとんどの食べ物屋にある。また、豚かつは和食であって、洋食ではカツカツだが、“その違いは”などと考えるのは楽しいものである。豚かつの客層は非常に広く、老若男女を問わない。また、定食単価は他

の外食メニューに比べて割合が高く、シーズンの波もあまりないが、夏は特に忙しくなる。豚汁を美味しくすると冬も客足は絶えない。

SPF豚肉の豚かつを食べると、まず、肉のジュシーさと独特の香ばしさが口一杯にひろがる。そして、ただ単に柔らかいだけでなく、フワツとした食感は何ともいえない。調理の段階では、加熱時間を短くし、余熱を利用することによって、ぶ厚い豚かつを美味しく仕上げることができるのである。

もし、将来飲食店をはじめたい人がいたなら、“豚かつ屋”がお勧めである。

## 6. SPF豚肉だけのハム・ソーセージ・ベーコンにチャレンジ

当社は、紆余曲折を経ながらも、豚かつ屋をオープンし、経営をなんとか軌道に乗せることができたので、今度はハム・ソーセージの番である。SPF豚=きれい・さわやか=空気・青空・山・樹・水……の連想から、自然環境にめぐまれた場所を選んで工場を建てることにした。さいわい、市原市の高滝ダム湖畔に恰好の場所が見つかり、ここに工場を完成させることができた。

これで「株・総食」はSPF豚肉だらけになってしまったが、あのとき、SPF豚肉を断念しなくて本当に良かった、とつくづく思う今日この頃である。やはりSPF豚肉は“強い味方”だった。

### 1) こだわりの製品

工場の場所選びにこだわったのだから、ハムづくりにも徹底してこだわることにした。原料はもちろんSPF豚肉、それに天然塩、ドイツ直輸入のスパイス類を用いて昔ながらの手作り、桜のチップによるスモーク、そしてスモークハウスは赤煉

瓦づくりとした。

ちょうどその頃、大手各社の加工品に陰りが見えはじめていた。需要と供給がアンバランスとなり、メーカー間でディスカウント競争が激化していたからである。従来品質ではそうなるのは当たり前で、筆者にとってはむしろ絶好のチャンスに思えた。

「良い品は必ず売れる」と。

### 2) お客様のニーズを探る

「私の小さな工場の製品にお客様は何を求めているのか？」

オリジナリティの時代が必ず来ることを期待して調査をはじめた。当社は、ホテル業務用の肉を取り扱っているのだから、これと結び付けることを考え、まず、ホテル業務用の需要を調べてみた。ところが意外にもホテルの需要が少ないことに驚いた。その理由をホテル側に尋ねてみると、次のようなことがわかった。

- ①各製品がホテル側のニーズにマッチしたものでなく、メーカーサイドの論理で製造されたものであること。
- ②オリジナリティの欠如。
- ③製品の規格（たとえば1本当りの大きさと重量の問題）。
- ④オーダーカットに対応してくれない。
- ⑤その他もろもろの問題。

### 3) お客様のニーズに応える

筆者は、ホテル側のニーズにすべて応えることを営業の基本とした。今ではSPF豚肉を原料に使うことで大変喜ばれている。現在、各ホテルからレシピがきて、先輩に教えられたとおりout-inにて製造販売することになっている。

#### 4) これからは本物が尊重される時代

日本の豚肉加工品は、ヨーロッパのそれと比べて品質の面でかなり遅れているように感じられるが、やがて本物の時代がくることは間違いないと思われる。そのとき、SPF豚肉を原料とした加工品は最高の評価を受けることになるであろう。

SPF豚肉を使って、昔ながらの手法と時間を費やして製造したハム・ソーセージ類は素晴らしい製品に仕上がる。その理由は良くわからないが、

- ①熟成時のピクルス液と浸漬時間の関係？
- ②加熱時の熱の伝導に要する時間の関係？
- ③煉瓦づくりのスモークハウス？
- ④スパイス？

今なお追求中である。

#### 5) 今後の予測

これから10年以内にマルチメディアの時代が来るといわれている。その時は、いつでも、どこでも、何でも買える時代で、裏をかえせば、いつでも、どこへでも、なんでも売れるようになるのではないだろうか。同時に流通革命がおきて、良い品が安く売れるようになるであろう。このとき、筆者は食材としてのSPF豚肉のほかに、加工品の販売に一層力を注ぐつもりである。

マルチメディアの時代にはSPF豚肉の評価はさらに高まるはずだし、諸物価は下がるものの、良い品はそれなりに買い求められるようになるからである。

#### 7. ホテルベンダーから見たSPF豚肉

ごはんを主食とする日本人相手の商売ならば、やはり素材の大切さに原点があることを忘れてはならない。

ごく最近の飲食業界では、飲食物の価格が昭和

50年頃の水準まで下落するのではないかと囁かれている。都心を中心にホテルが乱立して、ホテル間の競争が激しくなり、以前の半値ぐらいで食事ができるようになった。そのあおりで、ロードサイドのレストランが変調をきたし、なかには閉店に追い込まれるところもでてきた。

このような背景のなかで、ホテル側では目の色を変えて“安くて良い食材”を探している。これをホテルベンダーから見ると、「いよいよSPF豚肉が脚光を浴びる時が来た！」と考えて間違いないと思われる。なぜなら、料理のグロス原価を安く抑えることができることと、新しい食材として、新しいメニューの開発が可能になるからである。SPF豚肉を使ったメニューは価格を安く設定することができるので、今後の需要はかなり伸びると考えて良いであろう。

#### 8. SPF豚肉は既に一流ホテルでも使われている

東京全日空ホテルのレストラン「ル・パティオ」でSPF豚肉が使用されていることは良く知られている。筆者も同ホテルの岩瀬氏にお世話になり、帝国ホテル系の「ザ・クレストホテル」グループにSPF豚肉を納入している。クレストホテルグループは津田沼、立川、相模原、品川、静岡などにホテルやレストランを営業中で、今後さらに展開を続けるそうである。SPF豚肉は同ホテルグループの全店で使用されているが、総料理長の中尾氏は「SPF豚肉は食材として、品質面でも価格面でも大変価値があり、しかも素材が良いから調理もし易く、お客様からも喜ばれている」と話している。

#### 9. 当社のセントラルキッチンから見たSPF豚肉

今年の春にホテル用のセントラルキッチン兼サブライセンサーが完成し、ホテル向けの調理・加工品を製造している。ホテルから調理師がレシピを持ってきて料理を試作し、それをもとに、当社で調理したものが合格であれば、次回からホテルのオーダーに合わせて製造し、納品するシステムをとっている。そのとき感じることは、調理時間が短く、冷めても、冷凍保存しても硬くならず、温めるだけでできた味の味と風味が戻り、SPF豚肉独特のうまみにいささかの変化もないということである。

これからは、ホテル、レストラン等へSPF豚肉の特徴をよく説明し、調理師のアイデアを生かして商品化を進めることによって、SPF豚肉の消費はもっともっと伸びるのではないだろうか。

#### 10. SPF豚肉と黒豚の比較は？

「黒豚は本当に良く売れているのだろうか？」黒豚が有名なのは、黒豚の豚かつが有名だからであり、それに黒豚が有名になるまでに競争相手がなかったからではないだろうか。黒豚のハム・ソーセージ・焼豚等の加工品もあるが、それほど

有名ではない。以前、筆者は県の畜産試験場から黒豚の販売を薦められ、黒豚を販売しているスーパーをいくつか訪ねたことがある。そこでは、黒豚の豚かつ用としゃぶ用は売れるけれども、他の部位は安くすれば珍しがって買っていく人もいるが、大部分は普通の肉と混ぜて販売しているとのことであった。これに対して、SPF豚肉は豚かつ、しゃぶしゃぶ、ソテー、シチュー、焼豚、ハム、ソーセージ等何にでも使える（黒豚は豚かつだけ？）。このことから見ても、将采SPF豚肉はテール・ミートの主流になり得ると思われる。

#### おわりに

SPF豚肉を今後どのように発信させるか？さらに美味しい豚肉をどのようにつくり上げていくのか？飼料メーカーや、生産者、それに我々消費者が一致協力して研究していくことが必要であろう。また、はじめから高く売ろうとしなくても、市場経済の需要と供給の関係のなかで、いずれ高く売れる時代が到来することを信じて疑わない。