朝日新聞　第3種郵便物認可

豚熱乗り越え「ひまわり」咲いた

感染被害 豊田などの養豚農家

豚熱（CSF、豚コレラ）が26年ぶりに国内で確認されてから9月で2年。被害を受けた豊田市や周辺の養豚農家3軒が今月、豚肉に「とよたひまわりポーク」と名付けて販売を始めた。市の花・ヒマワリにちなみ、ヒマワリの種を餌に加え、地元密着を強調する。豚肉パックに貼るロゴのデザインを市内の小中高校生から募集しており、「地域に愛される豚肉」を目指す。

トヨタファームで飼育されている豚＝鋤柄さん提供

「とよたひまわりポーク」を立ち上げた鋤柄雄一さん（右）と加納俊彦さん＝豊田市

とよたひまわりポークは、昨年2月に県内の養豚施設で初めて感染が確認されたトヨタファーム（豊田市）や、別の発生施設の業者らで販売を始めた。市内のスーパーマーケット3店で週500キロほどを販売。販路はさらに広がる予定で、市内企業の社員食堂でも使ってもらう方向で調整が進んでいるという。

トヨタファームの鋤柄雄一代表(51)によると、今年2月ごろ、付き合いのある食肉製造・販売「フィード・ワンフーズ」（横浜市）の西日本事業部（豊田市）の加納俊彦営業部長(58)から「豚熱で苦しんだ業者同士、手を携えて販売できないか」と持ちかけられた。これまでほかの養豚業者とはライバル関係だったが、鋤柄さんは「ともに豚熱被害を受けて同志みたいな面もある」と、提案を受け入れることにした。

とよたひまわりポーク用の豚には、粉末状にしたヒマワリの種を配合飼料に混ぜて与えている。ヒマワリの種で、豚肉にうまみが増すとされているという。今は中国産の種だが、将来は市内の学校や豊田スタジアム周辺に植えられたヒマワリから採れる種を使えないか模索している。「食べやすく、買いやすい肉にしたい」と鋤柄さんは話す。

新ブランド立ち上げ「地域に愛される豚肉に」

豚肉パックにはヒマワリの絵をあしらったマークがついている。消費者により身近に感じてもらおうと、市内の小中高校生から新たなデザインを募集中で、「地域密着」をアピールしていく。

豚熱が発生した1年半前、鋤柄さんの施設では感染拡大防止のため、田原市の関連農場も含めて7231頭の豚を殺処分し、敷地内に埋めた。その直後、近くに住むという女性から「殺された豚の前を通学路にしている。子どもたちがかわいそうだ」と電話で抗議を受けた。「どの家庭の食卓にも上る豚肉を作っているのに、養豚業への理解が得られていない」とショックを受けた。

昨年7月に経営を再開。飼育する豚は約3500頭と、豚熱の発生直前の半分まで回復したが、「地元から愛されないと養豚業を続けられない」と話す。

ロゴの募集は10月31日まで。9月後半に募集要項がフィード・ワンフーズのホームページに掲載される予定。問い合わせは同社の加納さん（0565・32・2661）。

（小山裕一）