

常滑地域を豚食文化の拠点へ

株式会社知多ピッグ（常滑市）

事業者概要

- 所在地：常滑市久米字荒子 20 番地
- 代表者：都築 周典
- 設立年：平成 18 年 8 月 4 日
- 雇用者数：常時雇用 18 名 臨時雇用 3 名

取組概要

- 【生産（1次）】 年間出荷頭数 28,000 頭
- 【加工（2次）】 整備中
- 【販売（3次）】 直売所を整備中



取組までの経緯

当社が単なる養豚事業者から、情報交流拠点化を意識した加工所、直売所を整備することで、消費者へ直接ブランド化した「知多ポーク」の認知を高め、豚肉専門店ならではの、美味しい、楽しい食べ方、調味料の紹介などの PR をする。常滑地域だけではなく、知多・尾張エリアへも「豚食文化」を訴求させたいという思いから 6 次産業化を目指した。豚肉は大衆肉として消費市場に認知されているため、牛肉と比べ価格面でブランド展開が難しいが、総菜加工品におけるバリエーションで差がつけられることから、R5 年度に加工所、直売所の整備を実施した。

取組の特徴、強み

「安心・安全の豚肉の提供」を社是としている。

平成 21 年、畜舎を大規模改修した際、地域資源循環を意図とした地元食品工場の製造工程で余剰となる食品などのエコフィード原料とベース飼料をコンピュータ制御で栄養科学的に安定させて 混合した給餌方法「リキッドフィーディングシステム」を導入。

また 3 つある全ての農場で、シャワーイン・シャワーアウトを配備し、人の出入りを規制し 5 S を徹底ルール化している。

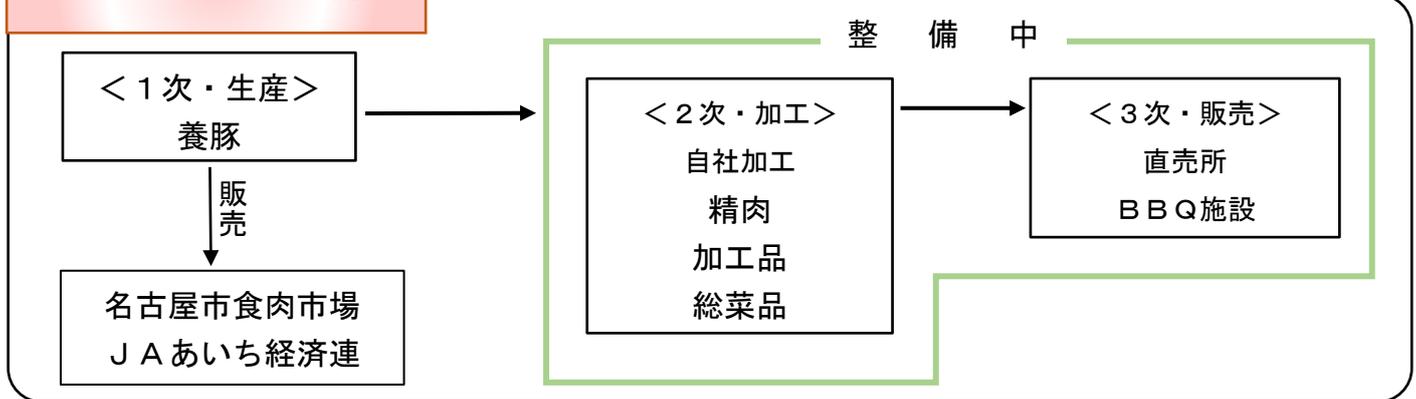
県内で唯一の S P F 認定農場として高度な衛生管理を実現している。

豚生体を市場出荷していたが、自社で加工、直売所を整備することで豚肉を余すことなく利用できる。

精肉の鮮度と品質はもちろん価格決定権があることで、売り上げの増加も期待できる。

総菜、加工品の販売や豚肉の美味しい食べ方を提案し、「知多ポーク」をブランド化することで、常滑市への観光客誘致、認知度アップに貢献でき、また新規雇用の創出可能性がある。

ビジネスモデル・連携図



取組の課題

- ◆ ブランド化
- ◆ 直売所で販売する、自社豚肉を使った加工品、総菜の製造
- ◆ 地元飲食店への直接卸しなどの販路拡大。
- ◆ 労務管理

課題解決の方法

現在「都築ポーク」「恋美豚」「知多ポーク」の3種類のブランド名を使用しているが、本施設では「知多ポーク」を用いてPRしていく。

労務管理については、社内の人材育成の教育か務管理の専門職を採用する。

取組の効果

なし（加工所・直売所を整備中のため）

活用した支援策

R5年度農山漁村発イノベーション整備事業

今後の展望

自社豚肉の精肉、加工品、総菜品の販売
自社豚肉を利用したBBQ施設の整備運営
売上高：全体で10%増（目標）
雇用者数：全体で30%～40%増（予定）



取組者のコメント

これまでは養豚事業に注力してきたが、飼料費の高騰などによる収支の厳しさや、市場出荷数の調整など、原価低減でも対応できない事情が度々発生し、経営は簡単ではなかった。今回6次化を実施することで、自社豚肉を生産から販売まで一貫して実施することで、経営収支の安定化を図るとともに、環境変化に適応した事業運営を進め、雇用の増加、地域発展にも貢献出来ると思っている。