トップインタビュー（第10回）

会社への「共感」がお客を呼ぶ

2016.01.07

埼玉種畜牧場・サイボクハム社長 笹崎静雄氏

埼玉県日高市でレストラン、精肉店、ハム・ソーセージ工場などを経営する埼玉種畜牧場・サイボクハム。養豚から食肉加工、販売まで「完全一貫経営」を貫く世界でも希有な存在の畜産企業だ。「食とは人に良いもの」との思いから徹底して品質にこだわりつつ、「食と健康のユートピア」創造を目指す。

――埼玉種畜牧場・サイボクハムは埼玉や山梨に3つの牧場を持つほか、本店ではレストラン、ミートショップ、ハム・ソーセージ工場、日帰り温泉施設などを併設し、年間400万人が訪れる人気です。何が消費者に受けているのだと思いますか。

（写真／菊池一郎）

笹崎：週末には関東一円からお客様が集まります。我々の会社への「共感」「共鳴」があるからだと思います。

当社は1946年に父（龍雄氏）が創業以来、種豚の育種改良を中心とする養豚業を営んできました。おいしい豚肉を求めて品種改良に挑み、自家製の飼料にこだわって、「ゴールデンポーク」「スーパーゴールデンポーク」などの銘柄豚を生み出してきました。その後、肉豚の生産、ハム・ソーセージの製造にも取り組みました。

「食」という字は「人に良い」と書きます。安心、安全で新鮮な人に良いものを提供するため、私たちは良いエサと良い水を与え、愛情をかけて健康な豚を育て、おいしい肉を命懸けで出しているつもりです。加工品は保存料や着色料を使わず、自然の味を大切にしています。こうした方針、取り組みを理解する方が、「あそこの肉を買いたい」「トンカツが食べたい」と何百軒、何千軒ものショップ、レストランを通り越し、はるばる来てくださっているのです。

店は思いを伝える場

――養豚業を営んでいたサイボクハムは75年、直売にも乗り出しました。どんな狙いがありましたか。

笹崎：当初は育種改良で誕生した肉を、一般消費者に直接評価してもらいたいという思いがありました。今は店を私たち作り手の思い、考えを伝える場にしたいと考えています。良いものをつくろうとすればコストがかかり、決して安くはなりません。米国産の豚ロース肉は100グラム100円で売っている店もあるのに、うちの肉は250～260円。この価格差を埋めるのが店の役割です。

私たちは汗をかき、愛情を込めて肉を作っている。店では販売員が消費者と接する中でこういう商品の世界をきちんと説明し、お見せする。「世界」を「見せ」る。すなわち、店は「見世」なのです。… 続きを読む