

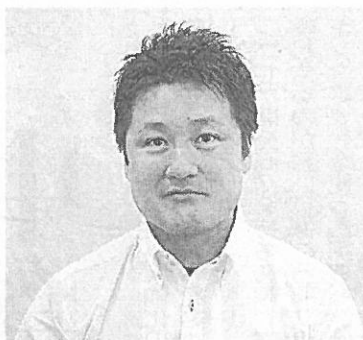
【第3種郵便物認可】

この人に 聞くに

新潟編

=上=

佐藤食肉常務取締役
佐藤広国氏



「宣伝下手」あるいは「おいしいものは自分たちが食べる」。ものを売るために激しい競争が展開される中で、なんともったいない——。そんな新潟評を払拭（ふっしょく）する新たな動きをシリーズで紹介していく。（山田由紀子）

企業や業界の枠を超え、阿賀野市を盛り上げる食の匠集団「あがの衆」。クラフトビールメーカー天朝閣グループ、乳酸菌開発企業パイオテックジャパン、畜産業の臼井農畜産、そして食肉販売・

加工業の佐藤食肉の4社が連携し、和牛と乳牛の交雑種「あがの姫牛（ひめうし）」を地域ブランドとして育成、販路開拓を行う。この6次産業化事業の旗振り役が佐藤食肉臼井農畜産が自社牧場で給餌し肥育、佐藤食肉がプロデュース・販売する。販売量は月産2ト程度のため、外食店、食品スーパー、インターネッ ト通販や力タロクギフ トなどの中 で適切な販路を選ぶ。また、佐藤食肉が生産するハンパ ーグやレトルトビーフ カレーなどに使用する「あがの姫牛」だけでなく、連携企業の商品や魅力を互いにPRしている。

企業連携で阿賀野に活力

だ。佐藤常務は「阿賀野の地場企業はもともと仲がいいが、阿賀野市が後押しする形で昨年11月に朱鷺メッセで開催された『フードメッセinにいがた』に出席した際に、チーム『あがの衆』という具体的な連携の形が見えてきた。各社が『あがの姫牛』を盛り上げ、阿賀野の魅力を広げていく」と語る。

「あがの姫牛」は、肉質が軟らかくまろやかな口当たりが特徴。赤身肉でありながら適度のサシがうまみを提供する。餌はスワレンイクビールの製造過程で出たビール粕に、パイオテックジャパンが提供する乳酸菌を使って熟成発酵し、それを臼井農畜産が自社牧場

ンレイクパブ エド修蔵、五十嵐邸ガーデンなど地域内の飲食店やホテル・旅館の目玉メニューとして提供したところ好評だ。阿賀野市は五頭山、白鳥が飛来する瓢湖など豊かな自然に恵まれている。徐々にあがの姫牛の飼育頭数を増やし、観光やグルメ目的の旅行者に食べに来ていただく。将来的には世界にその名が知られるブランドに育て上げた」（佐藤常務）と意気込む。

連携効果も大きい。あがの衆は、『あがの姫牛』だけでなく、連携企業の商品や魅力を互いにPRしている。「6月に例えば世界的な技術力を持つパイオテックジャパンの存在感が今回強調された。その手法は地域のネットワークを通じて、新たな「あがの衆」集団を生み出す、阿賀野地域の活性化を推進する。