

血統管理の重要性を確認 TOKYO・X、MOE会長が会談

ハンガリーの固有種マンガリツァの肉が日本に輸入されたのは2009年。その輸入開始から5周年とFOODEXの出展に合わせて、全国マンガリツァ飼育連盟(MOE)のトート・ペーテル会長らが来日。3月3日に、東京都港区の在日ハンガリー大使館でTOKYO X-Associationの植村光一郎会長と会談した。

戦後マンガリツァは198頭にまで激減したが、1頭ごとに血統証明書を発行するなどの徹底した遺伝子保護活動により2013年には母豚7,327頭、種雄300頭、肉豚として5万頭までに回復した。

植村会長の質問に答え、トート会長はその増頭手法について、第1段階はマンガリツァをどう守るか。第2段階は血統の管理の徹底と、血統の研究の継続。第3段階は市場にどのように出して行くか。大きく3つの段階を経たと説明。

「とくに大学の研究機関などと一緒に血統の管理を徹底した。種の保存、管理、市場を三身一体で考えることにより、ブランディングも生まれ、認知度も高まった。そうすれば、頭数も増えてくる」。



市場をつくるには一定の頭数を生産する必要があるが、マンガリツァは一般豚に比べ繁殖率が低く飼育期間も長い。12~14カ月・140kg出荷をめどにしており、18カ月飼育も珍しくない。

そのため、飼養農家を増やすには、飼育の考え方もインフラも異なる白豚の生産者には提案せず、「MGが好きな、小規模農家にピンポイントに提案した。1戸当りの飼養頭数は20年前は15~20頭だったが、現在は40~50頭、多い農家で200頭にまでになった。大規模なところは適さない」。価格面では、ハンガリー国内マンガリツァは一般豚に比べ、枝肉で1.5



トート会長から植村会長(右)にマンガリツァの「2013閉じた血統証明書」が贈られた

倍、精肉で3倍の取引されている「この価格差でなんとかブランディング費用が捻出できる。イメージ戦略も必要だ。次は、体の7割を占める脂肪の付加価値を高めたい」と述べた。植村会長はXの系統管理方法や、全生産農家で飼料を統一し、昨年1月から飼料用米を使用していることなど説明。豚のブランド化について情報を交換した。