

第1部・価格転嫁の実現① 値上げと同時に付加価値高める対策講じる—TOKYO X ユビキタスシステム導入、アニマルウェルフェアの確立で安全・安心をアピール

大手メーカーによる食品の値上げが相次ぐ中で、畜産物など一次産品はその多くが市場取引で形成されるため値上げは難しい。しかし、生産コストの上昇に農家が耐えられずに国内生産基盤が瓦解してしまえば、その回復はさらに困難といえる。飼料価格高騰という難局をどう乗り越えていくか、生産・流通・小売での取組みを追った。

東京生まれの高級ブランド豚肉「TOKYO X」。この豚肉を取扱う流通、販売業者らで組織する「TOKYO X-Association(アソシエーション)」(植村光一郎会長)は10月1日から取引価格を値上げした。同組会は49企業・210店舗で構成。東京をはじめ関東近郊の農家から全量を買取り、都内限定で販売している。発足以来、「生活に根ざしたブランド化」を目指すために生産サイドからの値上げ要求には一切応じてこなかった。ところが、数年前まで増加基調にあった生産頭数も、過去2年間は7,000頭と頭打ちに。2007年度は目標頭数の66%に落ち込む見通しだ。さらにここきて飼料価格が高騰。生産者から「飼料代が高くなり利益が取れず、生産意欲が沸かない。後継者にも引き継げない」という声が上がった。「TOKYO X」は霜降りでジューシーな肉質が売り物の半面、生育や歩留まりなど一般豚より生産効率が悪い品種。生産基盤を失えば、生活に根ざしたブランドどころではない、「消費者が買いたい時に供給できないのが、生産・流通業者として一番恥ずかしいことだ」(植村会長)。

枝肉取引価格 正肉歩留まり	647円/kg 60%~62%
改定前	$647円(/kg) \div 0.6 + 122円(/kg) + 12円(/kg) = 1,212円(/kg)$
改定後	700円/kg $700円(/kg) \div 0.6 + 122円(/kg) + 13円(/kg) = 1,302円(/kg)$
※122円は脱骨手数料、パック、デリバリーなど諸経費。13円は会費(1円値上げ)	

では、価格改定を行うにはどの程度の値上げ幅がよいのか。植村会長は言う。「我々には1,250円(kg)という銘柄豚の卸値の天井がある。それを超えると国産牛の価格帯に突入してしまう。流通サイドとしてはそれを逸脱する形での価格帯は設定したくなかった」。そのため、大幅な値上げを求める生産者側との妥協点という形で1,302円に落ち着いた。そして何より重要なのが、値上げを消費者・バイヤーに如何に理解してもらうか——。組合では、価格改定と同時に「品質向上」「ユビキタス導入」「アニマルウェルフェアの確立」を打ち出した。

まずは品質向上。出荷頭数が頭打ちとなった原因に、これまで販売側から生産農家に対して十分なフィードバックができていなかったことや育成飼料を認定してこなかったことなどから、結果的に「TOKYO X」格別の豚が生産されてしまったことが指摘されている。そのため、生産農家で組織する「TOKYO X生産組合」(榎戸武司会長)が開く生産会議に積極的に出席して、消費者の声・志向を伝えるなどして肉質の改善・改良を行う。また、これまでの仕上げ飼料に加えて、育成飼料も指定飼料として認定することで肉質のバラツキ、格落ちを解消する。さらに、原種豚を生産スキルの高い農家に優先的に供給することで、生産資源の効率的活用を実施する考えだ。(4面につづく)

第1部・価格転嫁の実現① 値上げと同時に付加価値高める対策講じるーTOKYO X

(3面からのつづき)一方で、10月からユビキタスシステムを導入する。「TOKYO X」は生後3カ月以内の全ての子豚に耳標を取り付けることで個体管理を実現している。そこで、購入した商品の貼付される2次元バーコード(QRコード=写真)を用いて、生産情報が確認できる体制を構築した。携帯電話を使って、「生産者名」「営農地域」「経営規模」「生產品目」「販売方法」「経営特徴」が個人情報として検索できる仕組みで、安全・安心を求める消費者の志向に応える。そのほか、十分な換気と採光、ゆったりとしたスペースを保った開放型豚舎の中で豚本来の生理機能に沿って飼養するといった、「TOKYO X」の持つアニマルウェルフェア的要素を積極的に訴えていく。EUが、独自の家畜福祉基準をクリアした畜産物にラベルを貼付して付加価値を付けているほか、欧米の大手スーパーやハンバーガーチェーンなどが家畜福祉を通じて差別化を図っている。そうした海外のトレンドを国内で先取りした形だ。

価格改定を決めた9月のアソシエーションの臨時総会。会員からはもう少し小幅な値上げを求めるなど慎重な声も上がった。これに対して生産組合からは、「指定飼料の価格が2000年から06年の平均価格に比べ現在の価格差は1万600円も高くなっている。生産コストの上昇を枝肉価格に換算すると67円の値上げになる。今回の値上げ(637円→700円)でコスト上昇を全て担っているわけではない。我々もさらなる経営努力を図っていく」と強調した。植村会長は「飼料代が上がったから値上げするというような単純かつ甘いものではない。自分たちから付加価値を付けて、ステージアップしていくなかで価格を上げる方向に持っていけないと、小売や流通、そして消費者に理解はされないだろう」と力を込める。(つづく)

○ イタリアンの巨匠がUSポークの魅力を紹介ーUSMEF

米国食肉輸出連合会(USMEF)は15日、東京・渋谷区のベターホーム協会渋谷教室でアメリカン・ポークの料理教室を開催した。一般の消費者にアメリカン・ポークの魅力を知ってもらい、日常の料理に取り入れてもらうために企画したもの。日本でのイタリアン料理を代表するシェフであり、エノテカピンキオーリ総料理長の辻智一氏から“おもてなしレシピ”として、「肩ロース肉のスペツァティーノ黒オリーブ風味」(豚肉の煮込み)と「ロース肉のソテー・アンチョビとケッパーのソース」の2品が紹介された=写真。当日は主婦ら32人が参加し、熱心にメモを取っていた。実演では辻シェフ自身も、アメリカン・ポークについて「普段自分の店では黒豚を使っているが、実際にソテーしてみるとジューシーで全く見劣りせず、驚いている」と話していた。

