

報告会では冒頭、近畿農政局生産部畜産課の岡野博課長が「年末に需要が高まるすき焼き、しゃぶしゃぶは和食の一つ。正しい知識を幅広く普及し、消費者の信頼を確保しながら進んでほしい」とあいさつ。



京都公取協報告会であいさつする佐野会長

換行い親ぼく

京都青年会が新年会で

来賓では、京都市食肉協同組合の佐野泰三理事長が「皆さんの協力で組合運営も比較的スムーズにいくようになった。4月に消費税増税を控え、全肉連からは外税表示で統一する旨の要望が届いているが、判断がむずかしい面もある。た

ており、情報提供の必要性が感じられると指摘。最後に「ごく少数ではあるが不適切な表示がみられた。啓もう・指導を強化していきたい」と報告した。

続いて京都府食肉公取協の今村匡良専務理事がアンケート集計結果を次のとお

名古屋肉三水会協同組合（杉本達哉会長）は先ごろ、名古屋市内の社会福祉施設138施設に牛肉567キを寄贈した。今回で40回目。昭和49年からの継続事業で、児童、高齢者、障害者、保護関係の施設（6390人、178世帯）に贈られた。

贈呈の後日、名古屋市健康福祉局を同会の専務名古屋市から感謝状が贈呈された。左から梅村氏、大橋氏、加藤専務、船戸部長

名古屋三水会に感謝状

理事を務める合資会社なか彦の加藤功代表、会員である佛三河屋精肉商會の大橋猛社長、昨年度入会した梅善の梅村美智明社長が訪問。河村たかし市長（代理

業。とくに育ち盛りの子どもたちにはたくさん食べていただきたい。末端の販売は引き続き厳しい環境にあるが、今後も継続していきたい」と述べている。

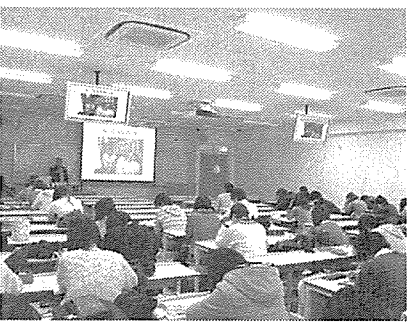
また、現在は第4次ブランド化戦略が遂行されていることも説明。食育を絡めながら、消費者が良い食材を選別できる能力を身に付け、その食材に見合ったフェアトレードで購入し、購入を継続することで良い生産者が増え、食料自給率が上がり地産地消も活発になる。消費者の購買活動は、生産に大きくかわっており生産工程の一部を担っていることを消費者に啓もうしている。それが、いま行っている第4次ブランド化だと締めくくった。

最後に、海外と日本の畜産の違いについて質問が出たが、講義を受け持ったTOKYO X-I Associationの植村光一郎会長は「残念だが、生産者、流通、消費者の関係が日本の場合には希薄であるように思う」と答えた。

植村会長が特別講義

「TOKYO X」の戦略

TOKYO X-I Associationは、日本獣医生命科学大学で食料・農業・農村論の特別講義として応用生命科学部・動物科学科を対象に「TOKYO Xのブランド戦略と販売戦略」について昨年12月20日の2限目の90分の講義を行った。



ブランド、販売戦略について講義が行われた

講義内容は、TOKYO Xが生産協議会と系統豚「トウキョウX」という遺伝的優位性を獲得し、同社が加入し

今回のSQFの取得にきるといことが最低限の課題となっており、今

品



品

品質で安全かつ衛生的な工場を旨とし、SQF