

特集

TOKYO Xのネクスト・イノベーション (新しい畜産) を目指して

—チェックオフによる会費で生産・流通が連動した活動を運営—

植村 光一郎

TOKYO X-Association

産肉性や生産効率ではなく、おいしい豚肉生産を目指して東京都が作出した銘柄豚肉「TOKYO X」。そのブランド確立のために生産から処理加工、流通までの関係者が一体となってさまざまな活動を行っているのがTOKYO X-Associationである。

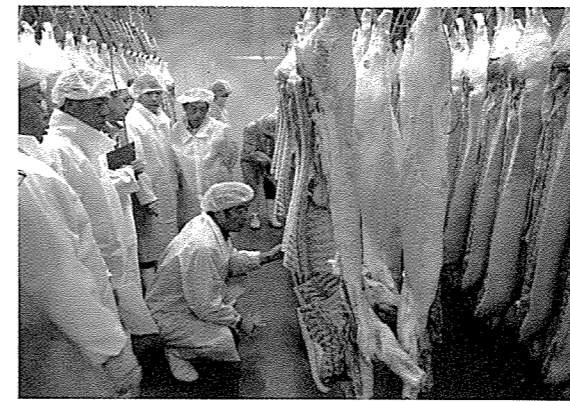
平成9年に東京都畜産試験場(当時)で開発された品種名「合成豚」、系統名「トウキョウX」は日本種豚登録協会(当時)によって登録されている。当初、一般豚との交配用あるいは純血種としての供用が検討されたが、究極のおいしい豚肉生産に向け純血種で最高品質を目指し生産が開始された。

「トウキョウX」の生産振興、販売拡大を図るための組織としてのTOKYO X-Associationを立ち上げることになり、その設立総会が36人の賛同を得て平成11年10月21日に東京都庁で行われた。この組織を役員主体で運営させるため、事業種ごとに代表を出す形で役員が選任された。百貨店代表(ハーティーミート:三越)、専門店(人形町今半)、外食(京王プラザホテル)、加工(大多摩ハム小林商会)、通販(環ネットワーク:らでいしゅぼーや)、生産者(東京都高品質系統豚生産出荷組合:TOKYO X生産組合)、量販店(セントラルフーズ:東急流通グループ)、食肉処理(ミートコンパニオン)の8事業者により活動がスタートした。

この役員会の中で、会費の徴収に当たり入金や年会費について討議がされたが、広く平等に徴収するには一律に商品価格に上乗せするのが「最も簡単で平等で確実だ」という意見に集約。ある種のチェックオフ制度を採用することにした。この金額の明細と使用経緯を毎年の総会時に提示し、審議している。この徴収額は納品金額の1%とし1頭当たり650円、年間500万円強になる。この会費を基に活発かつ積極的な活動が可能になっている。

会の運営経費はこの中で行い、他の一切の補助を受けていないのが大きな特徴である。定期的に掛かる経費は、認証マークシール、認定店証明書、パンフレット、しおり等で300万円ほどが支出され、残りは総会開催費や消費者交流費に充てられる。5年ごとに大きなイベントを行う計画があり、その一部を積み立ててそれに備えている。年1回行われる定例総会には、消費者を招いての交流会と報告会が行われ、生産者、流通事業者と消費者が常に交流を図り、その環境下で次年度の目標や方向性が決められる。

さらに、TOKYO Xには2つの協議会がある。生産協議会でも会費を徴収し、枝肉検討会やトレースに関わる関連商品の共同購入に充て、もう1つの流通の協議会と連動した活動を行っており、ゆるぎないフードチェーンが構築されている。



生産者と流通業者が一緒に行う枝肉・肉質検討会

当協会の規約や統制が取れている最も大きな要因は、当協会の設立された時代背景が大きく影響している。TOKYO Xが生産開始されたのが平成9年で、その環境はバブルが崩壊し最悪の経済環境にあった。その年は拓銀が破綻し、山一証券が解散した年であった。

そのために、生産者、流通事業者等に大きな危機感があり、TOKYO Xの4つの理念「safety」(安全性)「biotic」(生命力学)「animal welfare」(動物福祉)「quality」(品質)が守られ、生産者の「TOKYO X生産マニュアル」と販売店の「認定店制度」がぶれずに守られてきた。会費の徴収も、自身で判断し自身で行動しなければ、TOKYO Xの将来と存在価値創設は絶対ないと皆が感じたからだ。

大規模生産地と比較すると東京に生産基盤を置くTOKYO Xは地理的不利にみえるが、大消費地に隣接していることにより世界の優れた食材が手に入りやすいことや消費者のニーズが時間軸を含めたうえでの把握ができること、そして、生産者=消費者の関係がすでに出来上がっていることが大きなメリットとして働く。究極の「必要」である「欲しいもの」が肌身を通して感じることができ、消費者が本当に欲しがっている食材が的確に供給されるシステムを構築できる条件がそろっていることもプラス要因といえる。

活動の一環として、ボータレス時代の到来に向け世界各国との交流も行っている。基礎豚の「北京黒豚」、カナダの銘柄豚との交流

訪問も行った。また海外からはフランスの「バスク豚」、ハンガリーの「マンガリッツァ豚」や北米の企業養豚の方々が来日、交流を図り、多くのことを学んだ。

展示・商談会にも数多く出展しているが、第41回スーパーマーケットトレードショーでは食品展示会に115kgの生体肉豚を2頭出品して海外からのテレビ取材を受けたこともある。総会時の消費者交流会では、まだ認知されていなかった「animal welfare」を消費者に理解してもらうために食育のスペシャリストでもある服部幸應氏(服部栄養学園理事長)やanimal welfareの第一人者松木洋一氏(日本生命科学大学名誉教授)、食べられる国宝として有名な「マンガリッツァ協会」代表らとの対談も行ってきた。指定飼料の配合改良にも心掛けており、平成26年からは飼料米を15%配合し脂肪融点と脂肪酸組成の改善を図っている。

6年後に控えている東京オリンピック・パラリンピックに向け日本人のみではなく海外から来訪する方達にも認知してもらえ、地域の活性食材として広めていくような取り組みを行っていききたい。TOKYO Xのチェックオフの取り組みは、バブル崩壊の危機感から事業者皆がまとまり、主体性を持たなければ消費者に支持されないということから生まれた。小さなモデルではあるが少しずつ進歩しステージを一步一步登ってきた。TOKYO Xが生まれたときの危機的環境とは違うかもしれないが、日本農業が新しく経験するボータレス時代の到来は、畜産関係者にも大きな危機感をもたらしている。この危機感をチャンスに変えられる経営手腕が日本の生産現場に求められていると思う。

(うえむら こういちろう・TOKYO X-Association 会長)