

○ 和牛、国産牛が前年上回るも畜産品は2.2%減と不調—8月スーパー売上

2012年8月の量販店の販売は、猛暑によりアイスクリームや飲料は好調だったが、野菜の相場安、さんまの不漁で食料品が苦戦し販売総額は6カ月連続で前年同月を下回った。

日本チェーンストア協会が24日に発表した8月の販売概要によると、会員57社(7,842店舗)の総販売額は1兆417億円と、店舗調

整前で2.2%減、店舗調整後で1.3%減だった。

食料品は1.5%減(店舗調整後、以下同じ)の6,660億円で、うち畜産品が2.2%減の669億円となった。畜産品では、7月に続きセシウム問題が一巡し、和牛、国産牛は前年を上回った。しかし、逆に豚肉、鶏肉は不調、ハム・ソーセージも動きが鈍かった。

△チェーンストアの畜産品の販売動向

	販売額 (億円)	前年比(%)		前月比 (%)	好調品目	不調品目
		(調整前)	(調整後)			
11年9月	685	100.6	97.3	98.4	鶏肉、豚肉、ハムソー	和牛
10月	719	99.9	96.7	105.0	鶏肉、豚肉、ベーコン	和牛
11月	732	100.6	96.9	101.8	豚肉、ベーコン	和牛
12月	865	101.0	98.1	118.2	豚肉、鶏肉、ハム・ソーセージ	和牛
12年1月	763	100.2	96.7	88.2	鶏肉	和牛、豚肉
2月	686	103.2	99.7	89.9	鶏肉、ベーコン	豚肉、国産牛肉
3月	667	93.5	93.7	97.2	鶏肉	豚肉、牛肉
4月	665	92.8	93.6	99.7	ベーコン	牛肉、豚肉、鶏肉
5月	684	93.4	94.4	102.8	国産ブランド豚、和牛	牛肉、豚肉、鶏肉、ハム
6月	663	93.9	95.5	97.0	和牛、銘柄豚	鶏肉、ハム・ソーセージ
7月	659	94.7	96.2	99.4	和牛、国産牛	豚肉、鶏肉、ハム・ソーセージ
8月	669	96.1	97.8	101.5	和牛、国産牛	豚肉、鶏肉、ハム・ソーセージ

○ ハンガリーフェア・セミナーで“食べられる国宝”マンガリツァ豚が紹介

日本ハンガリー友好協会(東京・品川区、河野洋平会長)はこのほど、東京都内で同国産食材や食文化を紹介する「ハンガリーフェア」を開いた。一般参加者や食品事業者など両国関係者ら100人が参加。ハンガリー大使館によるハンガリーのミニ講座や歴史と食文化のセミナーのほか、来日したハンガリー国立マンガリツァ飼育業者連盟のトート・ペーテル会長からハンガリー固有の豚で“食べられる国宝”と呼ばれる「マンガリツァ豚」が紹介された。マンガリツァ豚を使用したハンガリー料理をはじめ、サラミやワイン、菓子の試食、雑貨、民芸品などが展示された。

ペーテル会長の説明によると、マンガリツァはハンガリー固有の豚。1833年に複数の地中海系の豚が交配され、キシユイエヌー領にて誕生し、世界で唯一体が毛に覆われている豚で、ウーリピッグ(羊豚)と呼ばれている。脂肪率も最も高く、第二次世界大戦までは数百万頭規模が飼育され、サラミ系の加工原料のラードの原料とされた。だが、その後、赤身率の高い豚が求められるようになり、1970年代には300頭にまで減少、91年には198頭と絶滅寸前に追い詰められた。こうしたなか、91年にマンガリツァ飼育業者連盟が設立さ

れ、遺伝子バンクから飼育業者、食肉産業を含めた消費者までの流通経路が確立され、新たな市場ニーズに合った生産方式の開発がなされた。94年には遺伝子保護を主目的に国立マンガリツァ飼育業者連盟(MOE)が設立され、▽遺伝子保護▽血統証明書の発行▽イヤータグによる群の管理・証明▽マンガリツァ豚の宣伝・啓蒙活動——などが行われるなど、国挙げてブランド化に取り組んでいるという。現在は、同国の食肉加工業者ピック社が月間1,500頭を扱うなどマンガリツァ豚の販売普及に力を入れているほか、繁殖雌豚は8千頭にまで回復しているという。

当日は、日本でアグリフードチェーンを通じた「TOKYO X」ブランド化に取り組んでいるとして飼育者連盟と交流のある「TOKYO X-Association」の植村光一郎会長が招待され、植村会長は「食べる国宝というコンセプトと、トート会長の食べるという目的を持たせることで明確な目的意識の持った結果、急激な増頭に結び付き、そのプロモーションに敬意を払う」とあいさつした。その後、同じく招待された日本獣医生命科学大学の永松美希教授と交えてマンガリツァ豚の飼養管理や日本の市場ニーズについての意見交換が行われた。