

品質＝味を保証する管理 TOKYO X-Associationの取り組み

TOKYO X-Association

植村 光一郎

TOKYO Xは、生産者組合と流通、小売業者が連携して独自の一貫体制を構築し、販売力を強化してきた。「おいしさ」を品質の根幹におくTOKYO Xの取り組みを紹介する。

はじめに

TOKYO Xは、7年の歳月をかけ開発された系統豚「トウキョウX」として、1997年に日本種豚登録協会（現・社）日本養豚協会）に登録されている。それまで改良目標になってきた効率化や生産性ではなく、おいしい豚肉をつくることを目的として改良が進められてきた。

当初は、止め雄としての使用も考えられたが、「究極のおいしさ」を追求すべく、トウキョウX同士の交配による肉豚生産方式がとられてきている(写真1)。現在TOKYO Xは、青梅畜産センターで種の管理を行い、品質の一定化を図っている。

TOKYO Xは、生産現場であるTOKYO X生産組合と流通、小売りを担当する流通協議会（TOKYO X-Association）の協力関係によって生産から販売までの一貫体制を

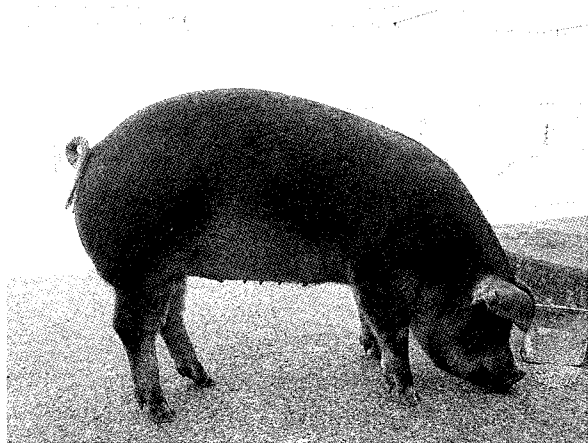


写真1 TOKYO Xの肉豚

構築している。

TOKYO X生産組合には現在28名が加入しており、生産地も東京都のみならず、茨城県、長野県、群馬県など近県に拡充している。生産体制においては、開発当初から4つの理念「Safety」「Biotic」「Animal welfare」「Quality」に基づいた生産管理マニュアルを策定し、このマニュアルに沿った飼養管理を実践している。

TOKYO Xがほかの銘柄豚と

一線を画す最たる点は、このTOKYO X-Associationの存在であろう。TOKYO X-Associationは、百貨店、食肉専門店、高級量販店、外食・レストラン事業者、量販店、加工食肉業者、食肉処理業者の代表が理事を務める流通協議会で、TOKYO Xの流通を一手に担い、また消費者からの要望を生産組合にフィードバックするなど、情報の共有化を実践している。

今回は、TOKYO Xのブランデ



写真2 肉質勉強会は生産者主体で開催



写真3 食育フェアでTOKYO Xについて解説する筆者

イングと品質を維持するための取り組みを紹介する。

東京で豚をつくるメリット

TOKYO Xの出荷が始まった当初は、バブル崩壊後の最も景気が悪い時期だった。北海道拓殖銀行が破綻し、山一証券が解散した時期で、その後も戦後最大の企業倒産が続いた。こうした状況から危機感で生産者同士の統制がとれたこと、さらに生産者の協議会と並列した流通業者の協議会がつけられたことが銘柄化の成功につながったことを確信している。

TOKYO Xの生産基盤は東京にあり、地価の価格、環境問題など地方に比べてデメリットがある。しかし反面大きな生活消費圏にあるため、消費者の細やかなニーズが時間軸も含めて手に取るように入ってくるというメリットがある。また、首都圏ということもあり、世界中の優れた食材が常にある状態なので、その食材とTOKYO Xのマリアージュ（食べ合わせ）を試すことやレストランのトレンドが把握できることも、ブランドを確立していくうえでは、非常に優

位だったと言える。

試食を実施する際にも、単品で実施することも必要だが、実際に提供される副食材、調味料や環境なども考慮した試食の方が、より一層その食材の真価を判定できる。なぜなら消費者は、食材を単体で食べるわけではなく、ほかの食材との相性やそのほかの食環境も考慮に入れて食事をするからだ。

こうした考えから、さまざまな形での試食を行っているが、それを容易にしているのは東京という立地である。これは、TOKYO Xにとって最大のメリットになっているといえるだろう。

肉質の検証・飼料などの検討

肉質の検証については、年2回生産者主体の肉質検討会を実施している。

農家ごとに約2頭ずつ出品し、その耳標に基づいた個体識別番号と性別、出荷日齢、枝肉重量、子豚期の給与飼料などを前情報として、飼養環境条件、生育過程を確認比較し、また枝肉での肉質判定を行って生産技術向上に努めている（写真2）。枝肉の肉質判定に

ついては、肉質を重視する和牛と同様に第5、第6の肋骨の間をカットし、ロース芯断面を見て行っている。

またこのときに、味の確認やほかの銘柄豚肉の試食なども実施し、比較検討なども行っている。

肉の品質に影響を及ぼす指定飼料の配合割合や飼養管理は開示されており、組合では常にさらに良い取り組みができるよう改善に努めている。

例えば最近の指定飼料の配合については、連作によるトウモロコシの栄養成分のバラツキを改善するため、トウモロコシの配合割合を減らし、小麦を代替するという改定を行っている。

指定配合飼料については、㈱ゼンケイに設計を依頼、前述の肉質検討会などにも参加してもらい、肉質を見ながら配合についても検討している。

食育を通じた消費者の理解醸成

消費者との交流は、①地産地消の取り組み②食料自給率のアップ③食育と広くかわり、それぞれについて啓蒙活動を行っている

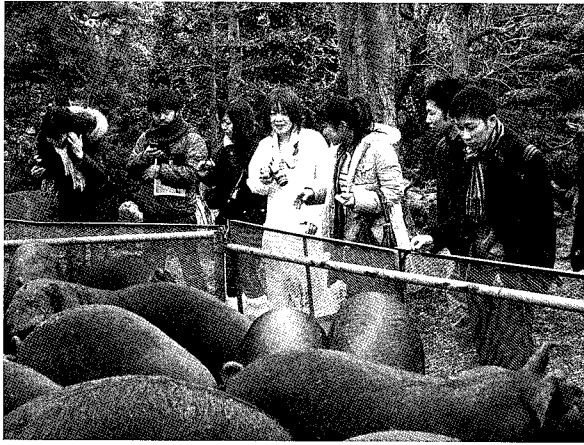


写真4 消費者を招いた見学会も開催

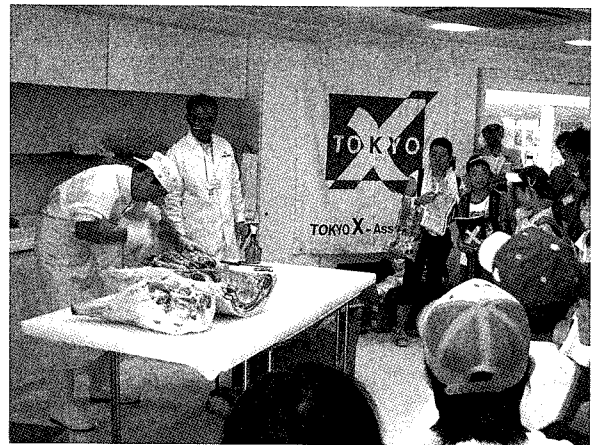


写真5 子どもたちを対象とした食育イベントでは、枝肉を解体しながら部位などを説明した

(写真3)。

①については、毎年1回、消費者交流会を開き生産者と消費者との交流を図っている(写真4)。

③については特に力を入れている部門である。なぜなら食肉の生産には、生産過程の優位性を消費者に伝えにくい「と畜」という工程があり、食肉と生きている家畜を結び付けることに気を使う必要がある。

しかし、幸い2005年に食育基本法が施行されてから、こうしたことも消費者に伝えやすくなってきた。同法では「いただきます」とは命をいただくことであり、穀物、魚や家畜にも命があり、尊厳ある命に対し真摯に向かい合い感謝すべきとされている。

TOKYO Xでも食育活動に積極的に参加している。そして、こうした食育イベントでは、参加者の前で豚が豚肉になる工程をきちんと説明し、また命の大切さ、命をつなぐ行為が食べるという行為であると話している(写真5)。

また、食事は人間の体をつくる大事な要素であることから、本当に良い食材を選ぶこと、そしてそれを適正な価格で購入することが

生産者を応援することにつながるため重要であることも伝えている。

こうした地道な活動を続けることで、食料自給率が上昇し、同時に環境の改善も自然に実践できて幸せな家畜たちが増え、再生産可能な循環型の養豚を構築させることにつながると私たちは考えている。

また冒頭でもお話しした通り、TOKYO Xでは生産工程にアニマルウェルフェアの考えを取り入れたストレスの少ない飼養管理方法を実践しているが、このことを消費者に正しく伝えることで、「健康に育った豚肉だからおいしい」という理解を得ている。これは、生体と食肉の境界をまたいで「TOKYO X」の付加価値をつくることにつながっている。

情報交流の重要性

情報交流については、生産者同士をはじめ、さまざまなかたちで実施している。例えば2006年には、TOKYO Xの基礎豚になっている北京黒豚の視察なども行い、現地での販売状況や家畜改良に使われている状況を目にしてきた。そ

して、中国での高級食材の取り扱い方や、販売は特設店のみでほかの食肉と全く別にする方式も学んだ。

また他方では、TOKYO Xと同様に稀少品種でおいしさを「売り」にしている沖縄県の「アグー」を見学した。「アグー」は体躯が小さく原種の特徴が強すぎるため、他品種と交配して「あぐー」として市場に出していることなどをご教授いただいた。

また、海外からの見学者も受け入れ、積極的に交流を行っている。

カナダから来た大型企業経営の生産者は、TOKYO X生産者の細やかな管理の仕方や、日本のニーズの繊細さに感心していた。フランスから来たバスク豚生産者協会の会長を含む生産者たちは、アニマルウェルフェアや都市型の循環型畜産に感銘を受けたと言い、TOKYO Xを食べながら大いに盛り上がった。バスク豚の生ハムの高級品は1本30万円するというのを会長から聞き、食を伝統と文化にまで高めたフランスのしたたかさを痛感した。このように、同業者をライバルとして見るのではなく、仲間としてみることで多



写真6 フランスからの視察団との交流会

くのことが見えてくる(写真6)。

トレーサビリティシステムの構築

また食肉の偽装表示などを避けるためにも、TOKYO Xでは遺伝子マーカーを使って肉から元の豚を調べられる技術を開発した。

子豚にはすべて耳標を付け、出荷前にあらかじめ毛髪などを採取しておき、それを個体ごとに保存。調査が必要なときには、照合できるシステムとなっている。

また前にも触れたが、耳標番号から飼料や投薬記録などの情報が取得できるようになっている。この番号は、肉のパッケージでもラベルに明記し、またQRコード化もして貼付して、消費者が必要としたときにはインターネット上で検索して情報を取得することが可能となっている(図1)。

この取り組みが可能となったのも、飼養管理マニュアルの徹底と、流通、小売りまでが一体となって取り組んできたことが大きいといえるだろう。

三位一体となった品質の向上を目指す

品質を保証し、確実に管理することは非常に難しいが、未知の可能性にかけ、挑戦し達成してきた。迷ったときは、消費者に聞いてきた。消費者は食の舞台で常に試行錯誤を繰り返しているのだから、最初に答えにたどり着くからだ。

そして、最終的には真摯に今起こっていることに向かい合うことが品質を保証することにつながるのだと思う。

TOKYO Xの目指すところは、生産者から消費者までが自分の役割を理解し、それを実践するということである。

つまり、農家は生産管理マニ



●TOKYO Xトレーサビリティのご案内
みなさまに安全・安心をお届けするため、生産農場から食卓までの「生産情報」提供を始めました！



生産体制

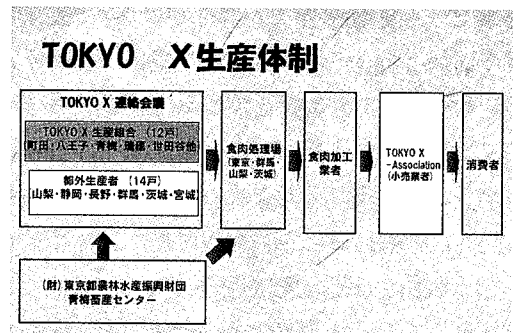


図1 HP上で、トレーサビリティが可能なシステムを構築。すべて個体管理されている

アルにもとづいた飼養管理を実践し、家族に食べさせたい豚肉づくりに励む。

流通事業者は生産者の思いを理解しながら、専門知識に基づいて消費者の要望を生産者にフィードバックする。

消費者は、より品質の良い豚肉を求め、またその生産の循環を機能させるためには、適正な価格で購入することが不可欠であると知る、という具合だ。

今、このような機能がTOKYO Xの環境として出来上がっていると確信している。

この信頼と、フードチェーンの機能が肉のこだわりを持つ生産者とそれを支える生活者の循環サイクルであってほしい。