



東京

TOKYO X

東京産のブランド豚肉が大評判。  
新品種として認定された「TOKYO X」には  
新鮮な魅力がいっぱい。

とうきょうえつくす

## 東京生まれの画期的な 霜降り豚肉の衝撃

東京にブランド豚肉があることをご存じだろうか。そのひとつが「TOKYO X（とうきょうえつくす）」。アルファベットだけのユニークなネーミングは、交雑のX（クロス）と未知の可能性を表すX（エックス）という2つの意味を込めた東京生まれの豚であることに由来する。

東京都農林水産振興財団（旧東京都畜産試験場）が7年の歳月をかけて開発した。生産効率を優先した品種改良ではなく、おいしくて安全で良質な脂肪を備えた理想的な開発が目的。5世代にわたる交配と選別を繰り返した末の成功だった。

交雑は、脂肪の質に優れた北京黒豚、細かい筋繊維が多く味のよいバーケシ

ヤー種、発育が早くて霜降りのサシ（脂肪交雑）が入りやすいデュロック種という3品種で完成され、1997年（平成9）7月に日本種豚登録協会によって新しい品種（系統）として認定された。三元交配による豚のなかで、遺伝子が固定された新品種として認定されたのは初めてのこと。同年10月から都内での販売が始まった。

当初は三越、東急、高島屋、紀ノ国屋、人形町今半など限られたルートでの販売だったが、現在では扱う店舗も増え、西友、東急ストア、大丸ピーコック、ダイエー、京王ストア、ジャスコなどスーパーの一部店舗や生協でも販売されるようになった。

「TOKYO X」の流通は、販売組織であるTOKYO X-Associationという協会があり、東京都立川市のミートコンパニオン内に事務局が置かれている。

販売は原則としてこの協会の会員に登録された指定販売店だけに限られる。

これは、ブランドを偽物から保護し、1頭ごとに生産から販売までを管理するトレーサビリティの徹底を確保するためである。

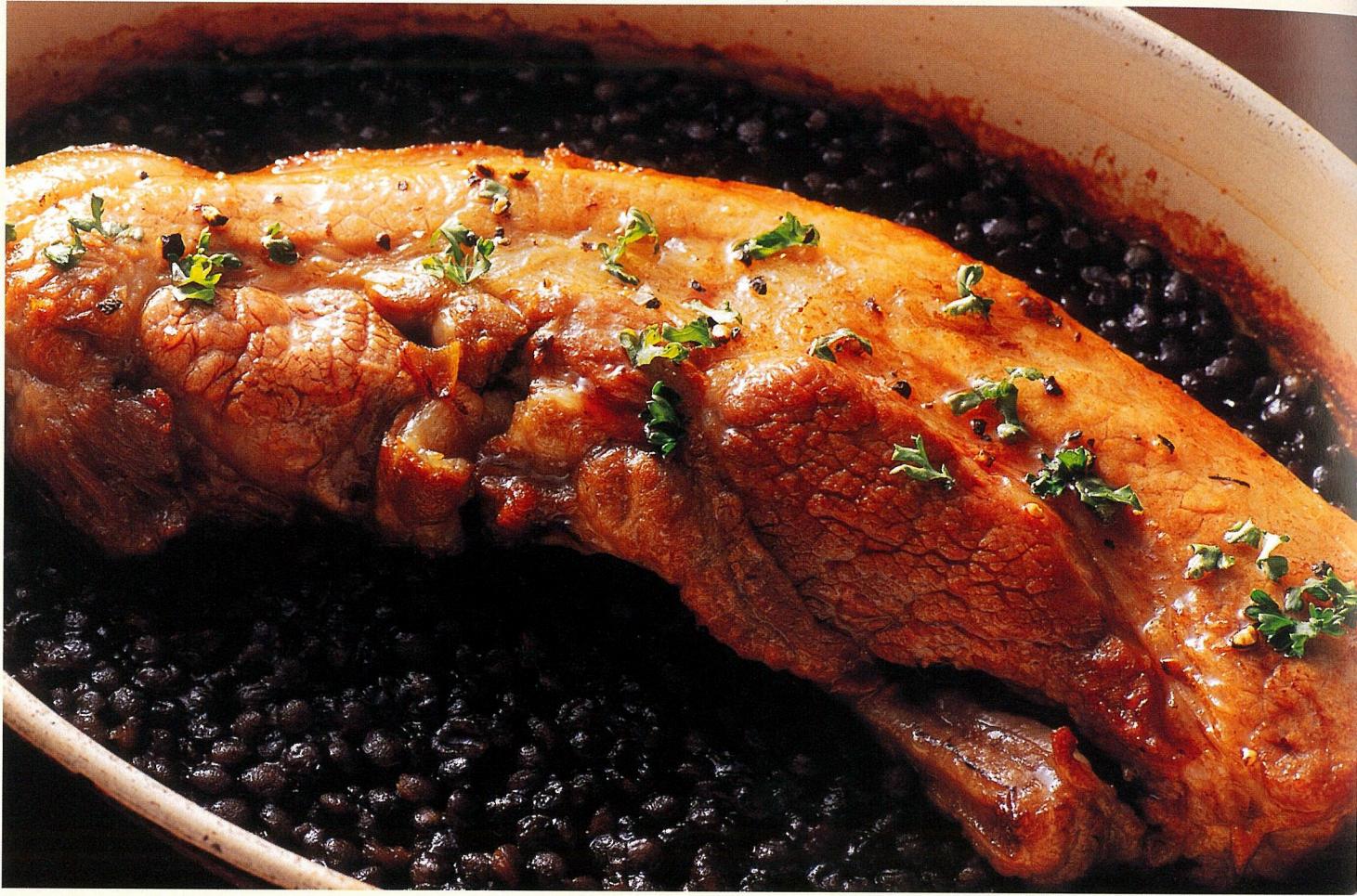
肉質の最大の特徴は、良質の白い脂肪と、赤身にサシが入っていること。つまり霜降りの豚肉であることだ。



上：霜降り豚肉と評判になった「TOKYO X」の切り身。  
下：TOKYO X-Association が認定した販売店に掲げられる証明書。

販売は原則としてこの協会の会員に登録された指定販売店だけに限られる。これは、ブランドを偽物から保護し、1頭ごとに生産から販売までを管理するトレーサビリティの徹底を確保するためである。

肉質の最大の特徴は、良質の白い脂肪と、赤身にサシが入っていること。つまり霜降りの豚肉であることだ。



ばら肉のロースト、レンズ豆添え 「TOKYO X」のばら肉のおいしさを引き出すため、味つけは塩とこしょうだけ。フランス直輸入のレンズ豆と一緒にオーブンで焼き上げ、最後の仕上げに焼き汁をかける。



リエット(パン付き)

「TOKYO X」をブイヨンと白ワインで煮立て、塩味を効かしてペースト状にしたフランスの郷土料理。



肩肉のロースト

「TOKYO X」のローストは、淡いピンク色に仕上げるのがポイント。スライスすると、香ばしさが倍増する。



シェル・ドゥ・リヨンの外観。JR中央本線の国立駅北口から徒歩3分。



料理制作／シェル・ドゥ・リヨン

東京都国分寺市光町1-39-21

マーキュリーマンション1F

電話 042-580-1026

「TOKYO X」の存在を新聞記事で知ったという、フレンチビストロのシェル・ドゥ・リヨンのオーナーシェフ、村上理志さんは次のように話す。

「初めて試食したとき、口当たりのよさと、脂身のジューシーさに感動しました。そして、この地元産のブランド豚肉を使った料理を看板に、自分の店をオープンする決心をしました。真っ白でもちのようないい粘りのある脂肪、その特質を生かした料理をリーズナブルな価格で提供したいと思ったのです」

ここでいう粘りとは、かたくなく、またやわらかすぎないという脂肪の状態を指し、豚肉の品質の良し悪しを判断する基準のひとつになる。良質の脂肪が適度に入ると肉の保水性が高まり、料理で熱したときに肉汁を外に逃がない。そのためジューシーな食感が得られるというわけだ。

「それに焼いたときの香りもいいです。ナツツのような甘い独特の香りがします。それには肉の味わいを引き立てる効果があり、その香りが忘れられないというリピーターも多いんですよ」

有名な三國清三シェフのオтель・ドウ・ミクニでスー・シェフ（副料理長）を8年間務め、さらにフランスのリヨンにある三ツ星レストランでも3年間の修業を重ねた村上さん。

「TOKYO X」は村上さんをとらえて離さない。

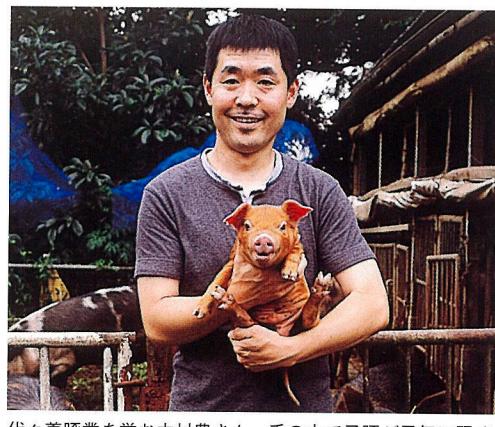
「粘り」のある脂肪  
— 口当たりのよさに感動 —

## 安全性と快適な環境を 重視した生産理念

TOKYO X-Association 会長の植村光一郎さんの案内で、町田市にある中村豊さんの豚舎を訪れた。中村さんは「TOKYO X」生産組合の副組合長。

「豚の健康管理には特に注意しています。子豚の腹がへこんでいれば、飼料を食べていない証拠。また母豚の場合

るものである。



代々養豚業を営む中村豊さん。手の中で子豚が元気に騒ぐ。

①は、安全性を追求することが消費者の安心や信頼につながるという考え方である。そのため、肥育期間中には飼料に抗生物質を添加せず、子豚にはワクチン以外の予防的な投薬は行わない。また、指定配合飼料の原料は非遺伝子組み換え（non-GMO）で、残留農薬の心配がないポストハーベストフリー（PHF）の植物性原料を採用し、動物性の魚粉は使わない。

③は、豚にストレスを与えないよう十分なスペースや換気などを確保し、快適な環境の中で育てること。

「アニマルウエルフェア、つまり動物福祉であり、動物の生理機能に合わせた飼育環境でなければ健康な豚に育たないという考え方です」と植村さんは説明してくれた。

「TOKYO X」は生後約110日から指定配合飼料を与えられ、日齢約210日、体重115kgを目安に出荷される。肥育期間は普通の豚より1ヵ月間ほど長い。

# 5世代にわたる交配と選別が生んだ 安心と信頼のキーワード

中村さんは、豚の顔や様子を見れば健康かどうかがわかるという。生産者には、交配方法や指定配合飼料の与え

方、出荷体重の目安など、一定の基準と共にルールが定められており、それを守ることのできる養豚農家だけが生産者として認定される。繁殖では純粹交配を遵守し、決められた個体以外や他品種との交配は禁止されている。

「TOKYO X」の生産には、東京SABAQ（さばく）と呼ばれる4

## 新たなチャレンジ ユビキタスシステム

に拡大した。

生産から販売までの一連の流れを支えているのは生産者・流通業者・行政の3者による密接な連携である。耳標の装着によるトレーサビリティが早くから実現したのも、この連携が有効に機能したためである。

「TOKYO X」の06年度における出荷頭数は、7000頭を超えた。販売当初は約1800頭にすぎなかつたが、マスコミに多く取り上げられたことをきっかけに、ブランド名が広く浸透するようになった。こうした需要の高まりに対応して生産者数も増加し、07年には東京都内外の生産者は26戸

販売スタートから10年目にあたる07年、新たな挑戦が始まった。ユビキタスシステムの導入である。従来のトレーサビリティシステムを土台に構築されたもので、商品パックに2次元バーコードを印字したラベルをつけ、それを消費者が携帯電話のカメラにかざすと、生産者や飼料などの生産履歴情報が得られる仕組みだ。

豚肉のユビキタスシステムによる個体識別管理と生産履歴の情報開示は国内初の試みであり、同年11月に三越日本橋本店を皮切りに本格導入が始まった。こうした「TOKYO X」のブランド戦略は全国の地域ブランドの推進関係者からも注目されている。

右：多摩丘陵の小高い丘にある中村畜産の豚舎。約500頭を飼育。写真左が子豚の育成舎、右が成長した豚が入る肥育舎、その奥に分娩舎がある。種付け舎には母豚の運動スペースが設けられている。

下：指定配合飼料の一部。2段目は右から順に非遺伝子組み換えのとうもろこし（配合率20%）、マイロ（同29%）、肉の脂肪の質を高める大麦（同25%）。



上：日本カイハツミートのフレッシュセンター内の枝肉加工室。熟練の速い手さばきでカット処理され、部位別に真空パックで販売店に送られる。

下：「TOKYO X」の枝肉は日本カイハツミートに搬入され、フレッシュセンター内の冷蔵庫に収納。0度に保たれた庫内には約130頭分の枝肉がぶら下げられている。



左：肉の格付けの様子。格付けは日本格付協会の評価によらず、「TOKYO X」独自の評価方法に基づき専門員が判定。肉質に応じてランクが決定され、全体の90%以上がAランク。