

[Free Talking]

東京食肉市場に於ける SPF 豚について

東京食肉市場(株) 小動物事業部

昨今の食料品市場は、各分野において産地間、国際間においての競争が激しくなっており、競合物品に打ち勝つための様々な工夫がされるようになってきた。その一つが、独自の特徴を明確化する銘柄の確立である。特に、輸入自由化問題の渦中にある米については従来でも銘柄が知られているが、最近ではその傾向が更に強くなっている。また、同じ食肉でも、牛肉については輸入自由化問題で揺れ動いた5～6年前に銘柄化が進み、東京食肉市場を基点とした「前沢牛」等、品質の伴った銘柄品は、輸入物及び国産物の中でも他の競合品を押し退けて大きく成長している。

同じように豚肉も、国際間の競争並びに生産者間との競争の中で、銘柄を求められる時代に突入したようだ。生産面においては繁殖率の向上、飼料効果の向上等による生産コストの軽減、また、販売面においては、肉質の良さはもとより、品種、飼養方法の明記等によって、銘柄品の銘柄たるゆえんを強調し、こだわりを持たせる必要が生じている。

この様な状況の中で、もともとは繁殖効率の向上を目的に研究された「SPF豚」が、肉質の面でも東京食肉市場において重要銘柄の一つとして大きな地位を築きつつある。

当市場では、ちょうど10年前に「SPF豚」表示の豚枝肉が初出荷されたが、当時はその意味がわからず、豚の一品種とっていた買受人が多々見られたものである。しかし、現在では「SPF

豚」の評価は消費者の安全志向と同時に、品質においても「キメ・シマリ」が良く、特に軟らかさ、美味しさ、脂肪質の点で「SPF豚」が優れているために、高い評価を受けている。例えば、去勢豚のモモ肉をスライスして手でひっぱると千切れるほど軟らかく、シンタマをヒレ肉として販売しているところさえ生じるほどである。また、品質はもとより、食品の重要な要素としての「安全性、衛生的」という点でも大きく評価されている。

一方、当市場では「SPF豚」のシールを骨盤上に貼りつけ、差別化商品として特徴を出している。当市場における「SPF豚」のシェアは10年前には10%弱であったが、現在では34～35%と高く、価格の上位出荷者をランク付けると上位5者が「SPF豚」で占められている。また、生産段階においては、コストの低減や経済効率の向上を主眼とした生産主義から、品種交配や飼料の給与方法など、飼育、衛生管理技術の研究に肉質重視の要素が加えられた結果、病気等が少なく、順調に育ち、色も良く、適度に厚脂の豚が生産されるようになっている。

消費者、小売店において「SPF豚」は、無菌豚としてのイメージが強いが、本来完全な無菌状態の豚ではなく、東京都食肉衛生検査所では、肺炎の「SPF豚」を比較的多く検出している。しかし、この原因は飼育段階より、温度の変化、輸送時のストレスによる一時的な肺炎であるとの説明を受けているため、この時点での注意が必要とさ

東京食肉市場に於けるSPF豚について

れるが、日常の飼養管理における呼吸器病対策も肉質に大きな影響を与えるため一層の注意が必要であり、「SPF豚」の有利性を充分発揮できる生産技術の改善、研究を期待するものである。

近年、豚肉の輸入量が急増しているが、特に、冷蔵技術の進歩に伴い国産豚肉と同じ流通ルートに乗りやすいチルドの通関量が急増している。これは、輸入豚肉が低価格というだけでなく、特定部位だけを多量に仕入れられ、しかも職人が必要ないほど整形の状態も良くなっているため、人手不足の量販店・外食産業で非常に好まれるからである。さらに豚肉だけでなく、安値の輸入牛肉も国産豚肉と競合関係を深めそうだ。これら輸入物との価格面での競争では、国産豚肉が勝負に打ち勝つことは至難の技であるが、ホルモン剤、抗生物質等の投与が危惧される輸入物との勝負は安全性及び味覚の点で勝利する必要がある。それには「SPF豚」が有効だが、現在流通している(株)シコム及び住商飼料畜産(株)の「SPF豚」の他に、今後は全農、日本農産工業(株)の商業化が進行中のため、これが出回れば全国シェアも40%前後にまで及んでくるはずである。このため、「SPF豚」の中でも更に差別化が必要になりそうだ。しかし、シェアの拡大に伴い、買受人からは、幾つかの問題点も呈示されている。ひとつは、「SPF豚」はテーブルミートに適したキメ、シマリの良い肉豚であり、高級ホテル、レストラン、小売店の商材としては最適であるが、いくら肉質、色が良くても、ドリップがでるような肉を作ってしまったら返品になってしまう。”ふたつ目は、「SPF豚」は基本的に食べて美味しいということだが、脂肪の薄い豚、肉の締まりの悪い豚、肉色の黒い豚では、一般豚、輸入豚肉

と同レベルになるので、高価格は望めなくなる。”というような点である。また、かつて見られた黒豚のまがい物のような豚が出てくる可能性もあり、生産段階においては、農場に導入するまでがSPF豚でも出荷時には一般豚にならないよう、同時にSPF豚の特徴である「安全性、衛生的」な看板を汚さぬよう、生産には特に注意を願いたい。また、「SPF豚」は一般豚と違い、食べて美味しい肉でなければならぬが、「SPF豚」でも上記のような品質不良の豚肉は加工用、惣菜用等の材料として家庭に入り込む可能性があり、これによって一般豚と同じ豚肉という誤った認識を持たれる危険性も生じてくる。これでは、十数年前の生めよ増やせよの結果、豚肉がマズイと言われて、豚肉消費が停滞した時と同じになりかねないので、この点でも生産段階での注意を望みたい。

一方、銘柄をさらに消費者にまで浸透させるために、市場や買受人に対する「SPF豚」の普及活動だけでなく、一般小売店のパンフレット等の宣伝資材を製作し、活発に啓蒙活動することも提言したい。牛肉に於ける銘柄化では、組織化された生産者と地方自治体との協力関係において、消費者対策に長じた地域で成功を治めている事を参考にすべきである。幸い、日本SPF豚協会による認定制度の発足が具体化し、生産面から販売面までの厳密なチェックによって、より良質な「SPF豚」が確立されるものと期待している。

最後に「SPF豚」は、その人気の高さから判断して今後さらにシェアの拡大が見込まれ、当市場及び買参人関係者の多くがその重要性を認識している。一方、当市場では今年度から1,200億円規模の予算で食肉市場施設整備計画が開始され、衛生的なセリ場、カット施設が漸次整えられる予

定である。そこで、関係者からは既存3ラインのと畜ラインの中から、「SPF豚」専用のラインを設け、衛生的なカット場を利用して部分肉流通を確立させるという案も出始めている。さらに、当市場では、枝肉歩留まりを現在の約67%から68%へと引き上げることを目標に作業の見直しもしている。このような流通サイドの意欲に対して、

生産者サイドでも「SPF豚」の銘柄をさらに高めるために、飼料の改善による脂質の向上、季節変動のない定質定重量の豚肉生産のための飼養管理による「キメ・シマリ」の向上を主に、より安全性の高い美味しい豚肉を生産し、東京食肉市場に出荷されることを願いたい。