

[Free Talking]

今なぜ消費者なのか

飯田技術事務所 飯田九州男

1. はじめに

昨年よりの食肉の輸入増、国内におけるバブル崩壊後の経済不況による消費の低迷、なにかんづく外食産業における売上不振は畜産物消費にも翳りを示し、輸入肉を含め食肉が市場にだぶつき、これらが畜産物価格の低下に結びつく大きな要因となっている。

国内の養豚経営者は資金、後継者、労働力確保、環境公害、生産物の品質問題等各々の経営の中で解決を求められている数多くの問題を抱えているが、それ以上に今重要なことはやはり生産物価格問題であり、現在の相場のまま推移すれば再生産すらおぼつかないのではないかと危惧される。

そして国内の畜産物価格を論ずる時、海外の動向を抜きにしては到底解決できない状態である。この価格問題は煎じ詰めていくと『日本の膨大な経常黒字』から全てが起因し、それから来る深刻な外圧と畜産物価格の国際化に帰結されてくる。

企業であれば本業の成長が鈍れば、合理化を進めながら当然新しく成長が期待できる分野や新たな収益機会を求めて事業内容の再構築や多角化が図られていく。

養豚経営の場合『生きもの』が相手であるだけに難しい面はあるが、やはり海外の豚価と競合できる生産費の確立と消費者の求める豚肉づくりを進めて行かないと、もはや国内で行き残りを図ることすらできないのではなからうか。

SPF豚はまさにその期待に応える養豚経営の

リストラにおける数少ない選択肢の一つではなからうか。

2. 養豚経営者の意識改革と消費者重視の時代

養豚経営者は現状を非常に厳しい局面を迎えているとの認識を当然持っているであろう。この点の筆者の考えは紙面の都合でまたの機会に譲るが、もう一つ養豚経営者に限らず畜産経営者全体に言えることであるが、自分達が食品を製造しているという自覚をどの程度持ち合わせているのか疑問に思う。従来わが国の畜産あるいは畜産学の目標が、家畜・家禽をいかに上手に飼育管理をし健康で病気を出さないかに主眼があったように思えてならない。学問的にも育種学、繁殖学、栄養学などが主流で、できた畜産物あるいはその品質についてはやや配慮に欠けていたのではなからうか。恐らくそれは戦後一貫してとられてきた生産至上主義からいまだに頭が切り換えられず、古い体質から抜け出せないためではないかと思う。

豚は屠殺され豚肉となれば、それが加工されようとされまいとこれは紛れもなく立派な食品であり食品素材であるが、同じ農業分野でも蔬菜や果樹などの生産者に較べて食品提供者であることへの意識が希薄であるように思える。もし食品を作っているという自覚があれば、当然直接人の口に入るものであるから、安全性などは最初に頭に浮かび正しく対応されるはずである。そして食品

提供者という認識があれば、例えば新しい差別化ブランド銘柄などを考えること自体これは立派な食品開発であり、発想もかなり変わってくるはずである。

豚肉がどのように加工されまた流通されようと最後は消費者の口に入り消化されるのだから、生産者としてはもっと消費者の声を聞き、ニーズがどこにあるのかを見極めた上、それに見合った品質の豚肉づくりをしていくべきではなからうか。つまり自分達の生産するものが出荷され、取引上の格付けが決まった時点で全てが終わるのではなく、生産サイドの背後には常に消費者が安全性などにつき関心を持ち注目しているとの認識があれば、自ずから生産した豚肉の品質に対してまでも厳しい責任を感じるはずである。

特に最近の国の諸政策は生産者優位の時代から生活者・消費者重視へと間違いなく変わりつつある。これからは生産者には内外から厳しい要求がなされ、甘えが許されない時代となることを念頭において、それでも生き残れる強い体質をつくって経営に当たるべきである。

3. 消費者は豚肉に何を求めているのか

筆者が過去数回行った畜産食品に対する消費者購買意識調査やいろいろ取材した結果によれば、食肉は他の食品素材に較べても比較的廉価で安定的に推移してきているため、どちらかと言えば価格面よりむしろ品質志向と言ってよいだろう。品質とは豚肉の場合、やはりその肉の持つ美味しさや安全性である。

一般に食肉の美味しさを左右するのは、調理後に口に入れた際に感じる肉の柔らかさや、多汁性に富むか否かという所謂テクスチャー、あるいは

呈味物質である遊離アミノ酸などの多寡、かおりなどがある。現在、食品全般に求められている風潮としては確かに低カロリー、低脂肪、低コレステロールがあるのは事実であり、豚肉の脂肪も忌避され赤身肉が要求されている。しかし筆者は豚肉は適度の脂肪があってこそ、むしろ豚肉らしさがあり美味だと思う。食品素材としての豚肉も最近は見直され始め、健康的で良質蛋白質としての地位を再認識されつつあり、豚肉消費の最も多い沖縄県が長寿県であることなど良く知られている所である。

日本人は極めて潔癖性の強い国民であり、神経質なところがある。従って食品全体に言えることであるが、消費者は『食の安全性』については強い関心を持っている。豚肉についても薬品類の残留、有害微生物による汚染等について厳しい監視がなされており、特に輸入肉については生産地あるいは生産者の顔が見えないこともあり、強い不安感を持っているのは事実である。

国内で生産される SPF 豚は多くの関係者が指摘しているように美味しさ、安全性などの面で消費者のニーズに適応した豚肉であると思う。しかし消費者に対しての情報・説明はいかにも不十分であり、これを正しく認識している主婦は皆無と言ってもよからう。

今後は機会あるごとに消費者への情報提供を積極的に行い、健全な普及に努めて戴きたい。

4. 消費者との協調路線

養豚に限らず畜産生産者には根強い消費者アレルギーがあり、反対に消費者からは生産者不信の声をよく耳にする。このことは健全な豚肉の消費拡大を図るためには極めて遺憾なことである。や

はりお互いに交流し、研鑽を積みながら理解し合うことが筆者は何よりも重要だと考え、関係者のご協力を仰ぎ昨夏、畜産食品に係わる川上から川中、川下に至る個人、法人による『卵と食肉のフォーラム』を設立し今日に至っている。会員は学識経験者、生産者、生産資材提供者、食品加工業者、流通業者、消費者などからなり、適宜フォーラム、見学会、懇親会などを開き、本音で話し合える会となるよう運営に努めている。

筆者はもともと生産者と消費者は対立する構図ではなく、協調すべき関係だと信じている。『生産者と消費者は信頼関係が大事である。食物は身近なところでまかないたい』という消費者の声は

我々養豚関係者の今後の進め方に何等かの示唆を与えてくれる言葉だと思うが如何なものだろうか。

わが国における SPF 豚の生産技術は長い時間をかけ関係者のたゆまぬ努力と熱意により、漸く確立され業界にも立派に受け入れられるようになった。生産レベルをしっかりとものに構築することで初めて規格通りの肉豚の生産と、消費者への安定的な供給が図られるわけで、この点の方向づけは正しかったと思う。今後はでき上がった豚肉の品質の保証と消費者への間違いのない情報提供を積極的に行うことが、消費者レベルからの期待に応え、ひいては確固たる市場での地位の確立につながるのではなかろうか。