

フードシステム

鹿児島黒豚の品質保証の仕組み

一、鹿児島黒豚の復活

現在でこそ銘柄豚として人気を誇る鹿児島県の黒豚にも、苦難の歴史がある。一九六五年には、黒豚の出荷頭数は二万頭を数え、県内の出荷頭数の八〇%以上を占めていた。しかし、一九六八年に豚の枝肉格付けが行われるようになると、脂肪が厚くなりやすい黒豚の評価は下がり、生産頭数も次第に減少していった。七五年には出荷頭数は一万頭程度までに、総出荷頭数に対する比率も一%台にまで低下した。

その後、関係者の努力とグルメブームによって生産頭数は回復し、二〇〇〇年には二八万頭弱にまで増え、総出荷頭数に対する比率も一四%弱にまでに回復している。

二、品質保証の仕組み

このような生産回復の背景には、品質保証への取組みがある。たとえば、黒豚の生産者で構成される鹿児島黒豚生産者協議会は、一九九二年には「かごしま黒豚証明制度」を実施して、かごしま黒豚証明書を発行しはじめた。証明書には、生産者名(生産者グループ)、出荷年月日、証明者番号が記入され、県内で生産・肥育・出荷したパークチャー純粋種の肉豚のみに交付さ

れる。基本的には一枚の証明書が半丸正肉のパッケージ等に添付される。

また、協議会は、一九九六年に「ブランド産地指定基準」を定めて、その基準に沿った飼養マニュアルの作成と普及を行っている。このような努力が実を結び、二〇〇〇年四月に鹿児島県が推進している「かごしまブランド」の指定を受けることとなった。

現在、協議会に所属している二〇系列のうち、一四系列がかごしまブランドのブランド産地指定を受けている。出荷頭数は、二〇〇一年に約七万頭で、これは黒豚の総出荷頭数三二万七千頭の約二〇%に、協議会の総出荷頭数二〇万頭の三五%に相当する。ブランドを取得していない残り六系列は、基準を満たしていない場合や、すでに自らのブランドを確立して独自の販売ルートを確立しており、新しいブランドを必要としない場合などが考えられる。

このようなブランド維持のためには確実に品質を保証する仕組みが必要である。そこで、二〇〇〇年一月に導入されたのが販売指定店制度である。指定店の条件として、証明書の回収と一定数量の販売が義務付けられている。販売量は、レストランで一、〇〇〇kg以上、スーパーや精肉店で二、〇〇〇kg以上が指定店としての条件となる。数量の確認は基本的に卸(各系列)にまかされている。たとえば、半丸正肉に一枚

添付される証明書の回収によって推定される。半丸正肉が二五kgとした場合、二、〇〇〇kgを扱うスーパーや生肉店は年間証明書八〇枚を返還しなければならない。部分肉で流通される場合には、部位ごとの取引記録をもとに、小売の購入数量が枝肉数量に達した時点で、卸は小売店に証明書を発行することになる。ただし、詳細については各卸(系列)によって定められている。

三、小括

出荷頭数が小規模である場合は、閉鎖的な流通システムを構築し、その中においてブランドを確立することは可能である。生産者と流通業者、小売業者間の信頼関係構築はそれほど困難ではない。

鹿児島黒豚については、状況はそれほど容易ではなかった。当初はその定義を含め、ブランドを維持する仕組みはほとんど存在せず、ブームによって生産が回復した以降に生産・流通体系が構築された。しかも生産を拡大するに当たって、信頼関係維持にかかるコスト負担は重くなる。しかしながら、関係者の努力によって品質維持のためのシステムは整備され、証明書の発行と回収の一元化、販売指定店制度とのリンクの徹底など、ユニークな制度が導入されている。偽物に悩まされてきたこれまでの反省から生まれた工夫である。

(大江徹男)