

平成 30 年度畜産物輸出産地緊急対策事業
新規解禁国・地域等のマーケットに適した畜産物を
供給するための課題調査

EU の豚肉現地調査報告書

- ドイツ・ベルギー・デンマーク



2019 年 8 月
(一社) 日本養豚協会 (JPPA)

はじめに

日本と EU との間では経済連携協定（EPA）が結ばれ、2019 年 2 月 1 日から発効している。

輸出拡大を目指す日本産豚肉については、現在まだアジア地域にしか輸出が実現していない状況で、新たな輸出先国の開拓に向けて様々な国・地域の調査を行っており、肉食の本場である欧米向けにも近い将来日本産豚肉を輸出し、その品質と美味しさの魅力を広め、日本産豚肉の消費拡大を図りたいと考えている。

EU との EPA をきっかけに、将来のヨーロッパ向け輸出解禁を見据え、特に肉の流通消費が盛んなドイツ、ベルギー、デンマークにおいて、現地のマーケットを直に視察し、今後の取り組み拡大のための貴重な情報を取得するべく 2019 年 6 月 25 日～7 月 2 日の期間において視察調査を行った。

本調査実施期間においては、欧州を熱波が襲い、ドイツの視察時には気温が 40 度近くとなる過酷な状況下での調査となったが、各国の視察先店舗や企業、各関係機関のご協力により円滑な調査を執り行うことが出来た。

本書をもって調査結果を報告するとともに、ご協力を頂いた関係各所に改めて御礼を申し上げます。

2019 年 8 月

一般社団法人 日本養豚協会（JPPA）
（日本畜産物輸出促進協議会 豚肉輸出部会事務局）

目次

1.	はじめに－調査対象国と欧州連合（EU）	5
1.1.	日 EU 経済連携協定と日本産豚肉の輸出	5
1.2.	EU における豚肉生産と調査対象国の位置づけ	6
1.3.	EU における原産地表示	8
1.4.	EU における日本食材	8
2.	ドイツ	9
2.1.	食肉消費傾向	9
2.2.	豚肉消費の推移	10
2.3.	国産豚肉と輸入豚肉のシェア	10
2.4.	貿易	11
2.5.	ドイツの大手輸入業者 / 販売業者	12
2.6.	部位別小売価格	13
2.7.	豚肉を使用するメインディッシュ	14
2.8.	主要小売企業	15
2.9.	市場の特徴と見通し	15
2.10.	鶏肉・牛肉・豚肉の国内生産	17
2.11.	特定の小売店舗におけるデータおよび写真	17
2.12.	消費者の志向（HACCP・トレーサビリティなど）	21
2.13.	日本料理および販売されている日本食	21
3.	ベルギー	23
3.1.	食肉消費傾向	23
3.2.	豚肉消費の推移	24
3.3.	国産豚肉と輸入豚肉のシェア	24
3.4.	貿易	25
3.5.	ベルギーの大手輸入業者 / 販売業者	26
3.6.	部位別小売価格	27
3.7.	豚肉を使用するメインディッシュ	28
3.8.	主要小売企業	29
3.9.	市場の特徴と見通し	31
3.10.	鶏肉・牛肉・豚肉の国内生産	31
3.11.	特定の小売店舗におけるデータおよび写真	31
3.12.	消費者の志向（HACCP・トレーサビリティなど）	35
3.13.	日本料理および販売されている日本食	37
4.	デンマーク	38
4.1.	食肉消費傾向	38
4.2.	豚肉消費の推移	38
4.3.	国産豚肉と輸入豚肉のシェア	39
4.4.	貿易	39
4.5.	デンマークの大手輸入業者 / 販売業者	41
4.6.	部位別小売価格	42

4.7. 豚肉を使用するメインディッシュ	42
4.8. 主要小売企業.....	43
4.9. 市場の特徴と見通し.....	44
4.10. 鶏肉・牛肉・豚肉の国内生産.....	44
4.11. 特定の小売店舗におけるデータおよび写真.....	44
4.12. 消費者の志向（HACCP・トレーサビリティなど）	46
4.13. 日本料理および販売されている日本食.....	47
5. 考察.....	48
5.1. 結論	48
5.2. 提案	49
別添1 EU視察調査訪問先一覧（時系列）	51
別添2 試食豚肉一覧	54

図表

図 1 調査対象国及びEU加盟国	5
図 2 輸出までの流れ	6
図 3 EUの豚肉生産の推移.....	7
図 4 EU域内の豚肉市場規模.....	7
図 5 国別生産量	7
図 6 ドイツの地図	9
図 7 ベルギーの地図	23
図 8 ベルギー各地域における豚肉のチルド製品別購買傾向 2013-2017年（単位：%）	29
図 9 デンマークの地図	38
表 1 対EU輸出関税率の合意内容	6
表 2 EUにおける主要な日本食材の輸入業者	8
表 3 ドイツにおける種類別食肉消費 2017年	9
表 4 ドイツにおける豚肉消費量の推移 2013-2017年	10
表 5 ドイツにおける国産と輸入豚肉のシェアの推移 2013-2017年（単位：1,000 MT）	10
表 6 ドイツの豚肉貿易（チルド・冷凍）2014-2018年	11
表 7 フランクフルトにおける豚肉小売価格 2019年7月（単位：1kg / ユーロ）	13
表 8 ドイツの代表的な肉製品の小売価格 2000年および2011-2017年（単位：ユーロ）	14
表 9 ドイツにおける骨付きポークカツレツの業態別平均小売価格.....	14
表 10 ドイツの大手食品小売企業 2017年.....	15
表 11 鶏肉・牛肉・豚肉のドイツ国内生産量 2013-2017年（単位：000MT）	17
表 12 ベルギーにおける種類別食肉消費 2016年.....	23
表 13 ベルギーにおける豚肉消費量の推移 2012-2016年.....	24
表 14 ベルギーにおける国産と輸入豚肉のシェアの推移 2012-16年（単位：1,000 MT）	24
表 15 商品分類別にみるベルギーの豚肉貿易 2017-2018年（単位：トン）	26
表 16 ブリュッセルにおける豚肉小売価格 2019年7月（単位：1kg / ユーロ）	27
表 17 ベルギーの大手食品小売企業 2016年.....	30
表 18 鶏肉・牛肉・豚肉のベルギー国内生産量 2013-2017年（単位：1,000 MT）	31

表 19	デンマークにおける種別食肉消費 2017年	38
表 20	デンマークにおける豚肉消費量の推移 2010-2017年	39
表 21	デンマークにおける国産と輸入豚肉のシェアの推移 2014-2017年(千トン)	39
表 22	デンマークの豚肉貿易(チルド・冷凍) 2014-2017年	40
表 23	品目別輸入実績(2017年、トン)	41
表 24	コペンハーゲンにおける豚肉小売価格 2019年7月(単位:1kg/クローネ)	42
表 25	デンマークの代表的な肉製品の小売価格 2014-2017年	42
表 26	デンマークの大手食品小売企業 2017年	43
表 27	鶏肉・牛肉・豚肉のデンマーク国内生産量 2013-2017年(単位:000MT)	44

1. はじめに—調査対象国と欧州連合（EU）

本調査の対象国はいずれも欧州連合（EU）の加盟国である。EU は域内貿易が自由であり、どの加盟国の港湾に商品を輸出しても、商品の域内移動には関税がかからない。他方で、域外に対して共通の関税が設けられており、どの国に輸出しても同一の関税率等の関税制度が適用される¹。また、「ユーロ」の通貨を使用している国は EU 加盟国 28 カ国のうち、19 カ国であり、今次調査の対象国であるドイツ及びベルギーはユーロ、デンマークはデンマーククローネを通貨としている。

図 1 調査対象国及び EU 加盟国



出所) eumag.jp

1.1. 日 EU 経済連携協定と日本産豚肉の輸出

日本と EU との間で経済連携協定（EPA）が結ばれ、2019 年 2 月 1 日から発効している²。この協定は世界最大級の自由貿易圏を形成しており、様々な商品の関税撤廃や投資ルールを整

¹ https://www.jetro.go.jp/world/europe/eu/trade_03.html

² <https://www.jetro.go.jp/biznews/2019/02/0bc710f17647c5a5.html>

備などを通じて貿易・投資を活発し、日本企業の欧州市場進出を促進するものとして期待されている。

豚肉については、EU から輸入される分については差額関税制度（分岐点価格）を維持したほか、長期の関税削減期間と輸入増に対するセーフガードが確保される一方、日本からの輸出に関する関税の即時撤廃が取り決めされた。

表 1 対 EU 輸出関税率の合意内容

	締結前	EPA 発効後 (2019 年 2 月以降)
豚肉 (HS コード 02 類)	46.7～86.9 ユーロ / 100kg	即時撤廃

出所) 農林水産省の資料よりプロマー編集

しかし、動物検疫等の理由から現在では EU への輸出が不可能である。輸出が可能になるためには EU 側による公衆衛生評価（または疾病リスク評価）作業を経ねばならず、さらに EU の食品衛生基準または履歴管理、アニマル・ウェルフェアなどの基準を満たす施設の認可が必要である。2019 年 6 月現在、家畜疾病の豚コレラが日本で発生していることにより、輸出解禁に向けたスケジュールは未定となっており、国内豚コレラの清浄化（最終発生から 12 ヶ月以上無発生）が先の課題となっている³。従って、本格的な輸出が開始されるまでは数年が要するとみられる。

図 2 輸出までの流れ



出所) 農林水産省資料及び農林中金総合研究所の資料よりプロマー作成

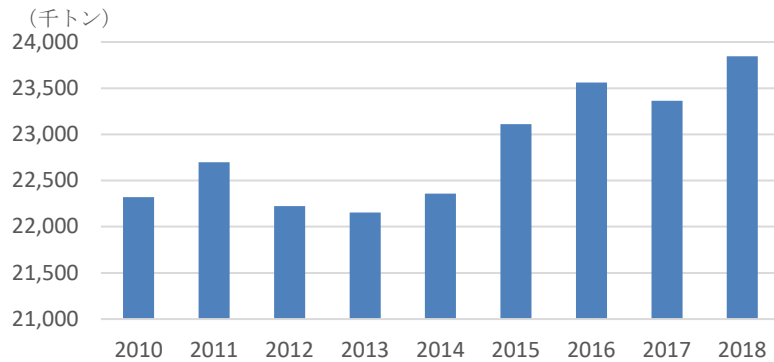
1.2. EU における豚肉生産と調査対象国の位置づけ

EU は中国に次ぐ世界第 2 位の豚肉生産地域である。2017 年の生産量は 2,300 万トン（約 2.5 億頭に相当）を超え、全世界の 2 割を占める。生産量は近年増加傾向にあり、10 年前に比べ約 10%に相当する 220 万トン増加している。

豚肉の輸出も盛んであるものの、輸出の多く（約 7 割）は EU 域内にとどまる場所が一つの特徴である。他方で、EU 域外からの輸入が非常に少なく、2018 年には 7,000 トンと、国内市場（約 2,200 万トン）の 1%にも満たない。

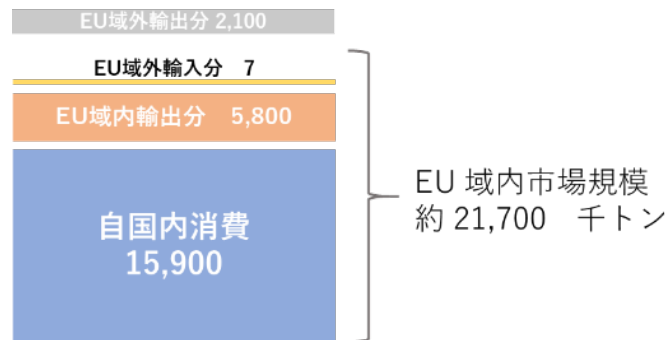
³ <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/nousui/dai25/siryou2-2.pdf>

図3 EU の豚肉生産の推移



出所) EuroStat

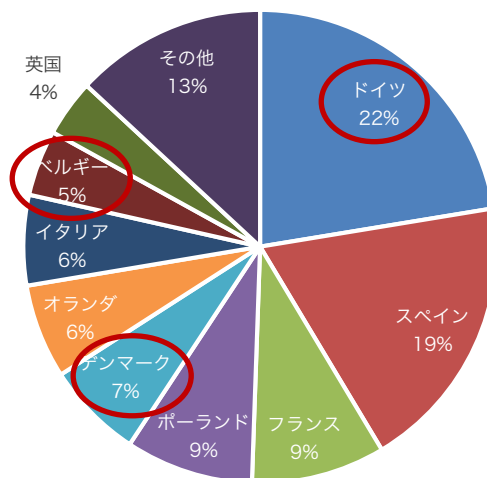
図4 EU 域内の豚肉市場規模



出所) EuroStat のデータを元にプロマー試算

今次調査の対象国は其中でも主要な豚肉の生産国であり、全体で EU 総生産量の約 35%を占める。それぞれの国内市場に関する特徴は次章以降に説明する。

図5 国別生産量



出所) EuroStat

1.3. EU における原産地表示

ドイツ、ベルギー及びデンマークの食品規格及びアニマル・ウェルフェア関連の規則は EU のそれに準じている。EU 食品基準においては生鮮果物、野菜、水産製品、はちみつ、オリーブオイル、卵などの食品への原産国表示が義務化されている。ウシ海綿状脳症（BSE）の広がりを受け、牛肉及び牛肉製品への出生地・飼育地・と殺場所などの原産地表記が 2002 年 1 月 1 日から、加工されていない豚肉・羊肉・ヤギ肉・家禽肉への原産国表記は 2015 年 4 月 1 日から、それぞれ義務化されており、基本的には動物の飼育およびと殺が行われた国の表記が必要である。しかしひき肉については「EU」、「非 EU」、「EU で飼育・と殺」、「非 EU で飼育・と殺」などと簡素化された表示が見受けられることもある。

「原産地名称保護（PDO）」、「地理的表示保護（PGI）」、「伝統的特産品保護（TSG）」などの品質制度では、地理的起源に関連する特性をもつ製品を保護し促進することを目的として、食品・飲料にラベリングをし、特別なカテゴリー化を行っている。

なお、原料として使われた食肉の場合、特に義務付けはないものの、2013 年に公表された欧州委員会の報告書によれば、表示は任意となっている。

1.4. EU における日本食材

前述の通り、EU 域内の物の移動は自由であり、加盟国間の越境に際し関税がかからない。そのため、1 カ国にとどまらず、EU 全域にまたがる物流網を有している輸入業者が多い。これらの輸入業者は日本食レストラン及びアジア系レストラン・小売店等に商品を卸しており、日本食材の輸出拡大に一役を買っている。それぞれの国において地元の輸入業者もあるが、今回の調査において広範囲に商品を輸入販売している主要な輸入業者は下記の通りである。

表 2 EU における主要な日本食材の輸入業者

	本部	流通網	ウェブサイト
JFC	英国 (ロンドン)	欧州全体に 8 支店有。最大手の日本食材輸入業者	https://jfc.com
SSP Trade & Consult GMBH	ドイツ (フランクフルト)	欧州全域、北アフリカにも販売。ドイツ市場に強い	https://www.ssp-trade.eu/content/
Foodex	フランス (パリ)	欧州全域に販売。フランス及びベルギー等に強い	http://www.foodex-group.com/index.php/jp/

出所) インタビューなどを元にプロマー作成

2. ドイツ

2.1. 食肉消費傾向

下の表 3 にみられるように、ドイツにおいては豚肉の消費量が最も多く、2017 年の国内消費量は 300 万トン近く、1 人あたりの消費は 35.9 kg となっており、食肉消費全体の 60%を占める。

図 6 ドイツの地図



表 3 ドイツにおける種類別食肉消費 2017 年

肉の種類	食肉消費量		食肉消費全体におけるシェア
	合計 (枝肉重量 1,000 MT)	1 人あたり消費量 (Kg)	
牛・子牛	827	10.0	17%
豚	2,964	35.9	60%
羊・ヤギ	47	0.6	1%
馬	2	0.0	0%
内臓	12	0.1	0%
家禽	1,030	12.5	21%
その他	64	0.8	1%
合計	4,946	59.8	100%

注：暫定値。直接消費される食肉のデータ。飼料および業務用に使用されるものや骨などの廃棄部分は含まない。その他のカテゴリーにはジビエ、ウサギを含む。

出所) ドイツ連邦統計局 (German Federal Statistical Office, Thuenen Institut, BLE)
2018 年 4 月

2.2. 豚肉消費の推移

豚肉は依然としてドイツにおいては最も食されているが、過去 5 年においては牛・子牛・家禽肉の消費もわずかながら増加してきている。表 4 は 2013 年以降のドイツでの豚肉全体消費量、1 人当たりの消費量のどちらにおいても減少してきていることを示しており、この傾向はおよそ 30 年以上続いている流れでもある。

表 4 ドイツにおける豚肉消費量の推移 2013-2017 年

	2013	2014	2015	2016	2017
豚肉消費量 (枝肉重量 1,000 MT)	3,109	3,128	3,085	3,022	2,964
1 人あたり豚肉消費量 (Kg)	38.6	38.7	37.9	36.7	35.9
1 人あたり食肉合計消費量 (Kg)	53.7	53.6	52.5	50.1	49.7

注：2017 年は暫定値。豚肉消費量は直接消費される食肉のデータであり、飼料及び業務用に使用されるものや骨などの廃棄部分は含まない。合計消費量には飼料及び業務用に使用されるものや骨などの廃棄部分が含まれている。

出所) ドイツ連邦統計局

2.3. 国産豚肉と輸入豚肉のシェア

表 5 ではドイツが国内需要向けに十分な豚肉生産を行っている上、国内供給のうち輸入豚肉及び豚肉製品の割合は数年にわたり約 2 割にとどまっていることがわかる。輸入肉はほとんど EU 産である。ドイツは豚肉及び豚肉製品の純輸出国であり、2017 年には自給率は 120% に到達している。

表 5 ドイツにおける国産と輸入豚肉のシェアの推移 2013-2017 年 (単位：1,000 MT)

	2013	2014	2015	2016	2017
国内純生産	5,507	5,528	5,576	5,590	5,461
豚肉および豚肉製品の輸入	1,152	1,165	1,100	1,103	1,139
豚肉および豚肉製品の輸出	2,347	2,355	2,398	2,501	2,489
合計使用量	4,312	4,338	4,278	4,191	4,111
(うち食肉消費量)	3,109	3,128	3,085	3,022	2,964
自給率 (%)	116.3	116.8	118.8	119.4	120.4

注：2017 年は暫定値。国内純生産には生きた豚の輸出入を考慮して換算。合計使用量には直接消費、業務用及び廃棄部分(骨等)を含む。

出所) ドイツ連邦統計局

2.4. 貿易

ドイツの豚肉自給率は極めて高く、チルドと冷凍の輸出量も輸入量を大きく上回る。表6のとおり、2018年にドイツは91.6万トン（約17億米ドル）のチルドおよび冷凍豚肉を輸入する一方で、178万トン以上（約44億米ドル）の輸出を行っている。EU域内の取引が輸出入の大半を占めている。EU域外の国々からのチルド・冷凍豚肉輸入は2,000トンに満たないのに対し、EU域内からは91.4万トンが輸入されている。EU域外からではチリの冷凍豚肉が多い。この傾向は過去5年ほど変化していない。缶詰豚肉や豚肉加工品も極めて類似した傾向があり、2017年の輸入は約72,000トンであったのに対し、そのうちEU域外からはわずか52トン、同年のソーセージやソーセージ加工品の輸入83,000トンにおいても、そのうちEU域外からは93トンであった。

表6 ドイツの豚肉貿易（チルド・冷凍）2014-2018年

国名	輸出量 (1,000 MT)	輸出額 (1,000 EUR)	輸出額 (1,000 US\$)	輸入量 (1,000 MT)	輸入額 (1,000 EUR)	輸入額 (1,000 US\$)
2014						
EU	1,467	3,234,527	4,298,746	991	1,719,034	2,290,502
非EU	289	565,937	747,067	3	14,077	18,588
合計	1,756	3,800,464	5,045,813	994	1,733,111	2,309,090
2015						
EU	1,422	2,907,932	3,228,684	921	1,395,777	1,549,684
非EU	354	679,866	753,442	3	12,885	14,297
合計	1,776	3,587,798	3,982,126	924	1,408,662	1,563,981
2016						
EU	1,401	2,955,385	3,266,719	919	1,461,148	1,614,893
非EU	433	907,763	1,004,804	0	2,134	2,375
合計	1,834	3,863,148	4,271,523	919	1,463,282	1,617,268
2017						
EU	1,421	3,309,979	3,745,413	913	1,626,120	1,836,064
非EU	415	945,515	1,068,217	3	10,355	11,651
合計	1,836	4,255,494	4,813,630	916	1,636,475	1,847,715
2018						
EU	1,338	2,819,547	3,331,661	914	1,417,589	1,675,824
非EU	443	895,680	1,057,944	2	7,234	8,576
合計	1,781	3,715,227	4,389,605	916	1,424,823	1,684,400

出所) ドイツ連邦統計局 2019年

豚肉関連の貿易動向を見ていると、ドイツはチルドや冷凍肉以外の取引も行っている。ドイツは2014-2018年の間で年平均1.7万トンの豚肉の内臓をEU域外の国々から輸入している

一方、平均して 37.2 万トンの豚肉内臓をこれらの国々に輸出している。2018 年の輸入額は 630 万ユーロで、輸出額は 3.77 億ユーロとなっている。輸出先は中国及び香港である。

また、ドイツは同期間中に平均して 7.2 万トンのラードと脂肪を EU 域外の国々に輸出しているが、輸入は年平均 1,000 トンに満たず、2018 年のその輸入額は 8.1 万ユーロであった一方、輸出額は 3,200 万ユーロであった。

ドイツはまた、豚肉加工品とソーセージの主要な純輸出国でもある。輸出額は 2014 年の 2,700 万ユーロから 2018 年の 3,800 万ユーロまで拡大している。他方、EU 域外の国々からの輸入は 2014 年の 180 万ユーロから 2018 年の 100 万ユーロへと縮小傾向にある。

塩漬け・乾燥・燻製の豚肉についても状況は類似しており、EU 域外の国々からの輸入は 2014 年 34.4 万ユーロから 2018 年 13 万ユーロへと減少した一方で、EU 域外への輸出額は 2014 年 1,200 万ユーロから 2018 年 1,840 万ユーロへと増加した。EU 域外の中で最も大きな割合を占めるのはスイスである。

2.5. ドイツの大手輸入業者 / 販売業者

以下は主な食肉専門の輸入および販売企業である。

1. ILKO-Lebensmittelhandel GmbH

企業名	ILKO-Lebensmittelhandel GmbH
企業形態	株式会社
住所	Postfach 7135 22831 Norderstedt, Hamburg
電話	+49 40646661800
ウェブサイト	ilko-hamburg.de

2. Seeve-Fleischvertriebs GmbH

企業名	Seeve-Fleischvertriebs GmbH
企業形態	株式会社
住所	Vor dem Hassel 19, D21438 Brackel
電話	+49 4185582244
ウェブサイト	www.seeve.de

3. Rungis Express

企業名	Rungis Express
企業形態	株式会社 (2016 年から METRO グループの傘下企業)
住所	Am Hambuch 2, 53340 Meckenheim
電話	+49 2225 883-0
ウェブサイト	rungisexpress.com

4. Schulte & Sohn Fleischwaren GmbH & Co.KG

企業名	Schulte & Sohn Fleischwaren GmbH & Co.KG
企業形態	株式会社
住所	Marie Bernays Ring 40 41199 Moenchengladbach, Germany
電話	+49 2166968656
ウェブサイト	gourmetfleisch.de

5. Kreutzers Gourmet GmbH

企業名	Kreutzers Gourmet GmbH
企業形態	株式会社
住所	Guerickestr.1, 93053 Regensburg, Germany
電話	+49 941 600 99 600
ウェブサイト	kreutzers.eu

6. Albers GmbH

企業名	Albers GmbH
企業形態	株式会社
住所	Mündelheimer Weg 6, D-40472 Düsseldorf, Germany
電話	+49 211 94 29 40
ウェブサイト	www.albersfood.de

7. Delta-Fleisch Handels GmbH

企業名	Delta-Fleisch Handels GmbH
企業形態	株式会社
住所	FleischGroßmarkt Hamburg GmbH - Sternstrasse 106, Halle D, Nordseite, EG, Lagerstrasse 11, 20357 Hamburg, Germany
電話	+49 40 431610
ウェブサイト	www.delta-hamburg.de

2.6. 部位別小売価格

表7 フランクフルトにおける豚肉小売価格 2019年7月(単位:1kg/ユーロ)

部位	価格(ユーロ)	円換算	店舗	原産国
ばら肉	12.99	1,559	Galeria Kaufhof	ドイツ
ばら肉	5.98	718	ALDI	ドイツ
肩ロース	7.9	948	Galeria Kaufhof	ドイツ
ロース	9.99	1,199	Galeria Kaufhof	ドイツ
ロース	37.5	4,500	Metzgerei Nolle (精肉店)	ドイツ
骨付ロース(チョップ)	28	3,360	Metzgerei Nolle (精肉店)	ドイツ
骨付ロース(チョップ)	39.9	4,788	Metzgerei Nolle (精肉店)	スペイン(イベリコ豚)
リブロース	8.99	1,079	Galeria Kaufhof	ドイツ
ミンチ肉	8.3	996	ALDI	ドイツ
ミンチ肉(オーガニック)	8.98	1,078	ALDI	ドイツ
ヒレ(オーガニック)	30.5	3,660	ALDI	ドイツ
(参考)日本の小売価格 (2019年7月現在)				
かた	-	1,520	-	国産
ロース	-	2,720	-	国産
もも	-	1,800	-	国産

出所)プロマー 1ユーロ=120円で換算。日本の小売価格はALICのデータを元に編集

表8 ドイツの代表的な肉製品の小売価格 2000年および2011-2017年（単位：ユーロ）

		2000	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
豚肉									
骨付きポークカツレツ	1 kg	6.31	5.02	5.21	5.44	5.36	5.22	5.23	5.47
ポークステーキ	1 kg	.	6.50	6.85	7.08	6.92	6.85	6.80	7.06
肉製品									
スライスサラミ	1 kg	.	11.44	12.05	12.59	12.52	12.58	12.28	12.23
ポークソーセージ	1 kg	10.10	5.27	5.72	6.09	6.07	6.02	6.00	6.14
スライスハム	1 kg	13.96	10.21	10.54	11.03	10.80	10.67	10.53	10.68

出所) ドイツ連邦統計局

表9 ドイツにおける骨付きポークカツレツの業態別平均小売価格

	単位	小規模小売店、 地域の市場、 スーパーマーケット	ディスカウント ストア	精肉専門店	ディスカウント スーパー以外の 食品小売店	セルフサービ スストア	全業態の 平均価格
骨付きポークカツレツ	1 kg	5.16	4.55	7.87	4.94	4.48	5.47

出所) ドイツ連邦統計局

なお、ドイツでもっとも見かける輸入豚肉はイベリコ豚であり、その価格帯はドイツ産豚肉より高い。

2.7. 豚肉を使用するメインディッシュ

豚肉を使用する料理としてはカツレツ、ステーキ、ローストなどであり、調理した野菜やイモと提供されることが多い。また、燻製、ソーセージ及びローストを赤キャベツや白キャベツの酢漬（ロートコール及びザウワークラウト）と共に食することも、とても好まれる。ソーセージのような豚肉加工品は豚肉そのものに比べてメインコースを安価に済ませることができ、スナックとしても利用できるほか、スライスまたはサンドウィッチでペーストとして利用することができるものもあるなど、用途が幅広い。日本のトンカツに似た料理としてシュニッツェルがあり、ドイツで良く食べられる。また、豚肉（ばら肉やモモ肉等）を塩で茹でた伝統的な料理としてアイスパインがある。



アイスパイン



シュニッツェル

2.8. 主要小売企業

表 10 ドイツの大手食品小売企業 2017年

企業名	住所	ウェブサイト	売上高 (百万ユーロ)	店舗数	市場シェア (%)
Edeka Zentrale AG &Co KG	New-York_Ring 6, D-22267 Hamburg	www.edeka.de	55.896	13,646	20.3
Schwarz GmbH & Co KG	Louis-Wackler-Strasse 2 73037 Göppingen	www.schwarz- gruppe.net	39.827	3,879	14.5
Rewe Group	Domstraße 20, 50668 Cologne	www.rewe- group.com	38.512	7,532	14.0
ALDI Einkauf GmbH & Co.	Eckenbergstraße 16 + 16A Essen, 45307	www.aldi.nord.de	30.453	4,140	11.1
Metro	Metro-Straße 1 40235 Düsseldorf	www.metroag.de	13.142	386	4.8
その他					14.9

出所) 食品新聞 (Lebensmittel Zeitung 2018、独自調査)

注：売上高は食品及び食品以外の売上の合計である。各企業の経営チェーンは下記の通り。

- ・ Edeka …ディスカウントスーパーグループ Netto 及びその他地域ディスカウントスーパー
- ・ Schwarz …LIDL 及び Kaufland
- ・ Rewe …Penny
- ・ ALDI…ALDI Nord 及び ALDI Sued の 2 つの経営分割があり、上記住所は ALDI Nord のものである。
- ・ Metro…Real
- ・ その他…Amazon、Lekkerland、dm、Rossmann、Globus

2.9. 市場の特徴と見通し

市場の特徴

ドイツは 1 人あたりの所得が高く、ヨーロッパで最も豊かな国々のひとつであるほか、2018 年の人口は 8,280 万人で、規模的にも最も大きな国のひとつである。歴史的に例を見ないかたちで、65 歳以上の高齢者人口が増えており、2016 年には 1,740 万人を記録した。その一方で、18 歳以下の人口はわずか 1,340 万人となっている。これに対し政府は同年に約 100 万人の若年層移民を受け入れ、長期にわたり約 8,000 万人で安定していた人口（2010 年では 8,030 万人）が急激に増える結果となった。およそ 5%がトルコ系またはイスラム系と推定されているが、人口の民族及び宗教に関するデータはないため、人口変動が豚肉消費に与える影響は不明である。

2016 年の食品・飲料総支出は 1 兆 5,770 億ユーロに達し、総家計支出の 9.4%にあたる。2017 年の 1 人当たりの平均購買力は 22,239 ユーロである。政府の最新の平均世帯支出調査によれば、1 ヶ月に食肉及び食肉製品にかかる支出は平均で 49.91 ユーロであった。特に子供のいない夫婦などの二人暮らし世帯での支出は最も高く 1 ヶ月に 58.65 ユーロで、そのうちおよそ半分に相当する 28.37 ユーロは食肉製品やソーセージなどの購入に充てられていた。一

一般的には女性より男性の方が食肉及び食肉製品への支出が高い。独身男性と独身女性のそれぞれの購入額は 26.14 ユーロと 23.61 ユーロであり、また収入が高いほど、より高価な部位や高価な肉の種類に支出する可能性が高くなると考えられる。

また、ドイツ市場のもうひとつの特徴としては、有機（オーガニック）食品が多く、急成長を遂げている点である。2012-2016 年の間にその消費は 35%増加したと推定されている。

さらに、2017 年のドイツ消費者の外出消費額は推定 784 億ユーロとなっており、支出先内訳はレストラン（306 億ユーロ）、ファーストフード店（252 億ユーロ）、職場のケータリング店（74 億ユーロ）等となっている。

前述の通り、ドイツで消費される食肉、特に豚肉や豚肉加工品の大部分は国産である。特別な種類の肉や製品に限って第 3 国からの輸入が行われており、その例としては米国やアルゼンチン産の牛肉、日本産あるいは他の国々からの和牛があるが、これらは主にレストランに使われている。



右上のロゴ「Bio」は、豚が有機飼料を食べたことを証明している



EUの有機ロゴ



ハム・ソーセージ等の調製品が多い

2.10. 鶏肉・牛肉・豚肉の国内生産

表 11 鶏肉・牛肉・豚肉のドイツ国内生産量 2013-2017 年（単位：000MT）

	2013	2014	2015	2016	2017
牛肉・子牛肉	1,118	1,143	1,143	1,139	1,129
豚肉	5,507	5,528	5,577	5,576	5,461
家禽肉	1,481	1,550	1,544	1,549	1,537
肉生産量合計	8,816	8,965	8,994	9,021	8,806

出所) ドイツ連邦統計局

注：生産量は国内生産に生きた動物の輸入を足したもののから生きた動物の輸出を差し引いたものである。
2017 年は暫定値。肉生産量合計には羊肉・ヤギ肉・馬肉・ジビエ・ウサギ・内臓を含む。

2.11. 特定の小売店舗におけるデータおよび写真

高級精肉店 Hielscher butchers (Bonn-Poppelsdorf)

ボン市街にあり昔から賑わうショッピングストリートにある歴史ある高級精肉店。こういったハイレベルなサービス、品質及び品揃えを提供する精肉店は価格と営業時間においてスーパーマーケットやディスカウント店舗との競争に勝てず、この数十年で急激に姿を消している。このことは表 7 においても示されている。この精肉店主は 40 年以上の勤務を経て間もなく引退の予定であるが、地域 15 店舗が加盟する精肉店のグループに属しているため、引退後でも同店のビジネスは継続可能とのこと。この店舗で取り扱うのは鮮肉と肉製品のみ。プレパックされた製品は置いていない。肉は顧客の要望に応じて、すべてこの店主によってカットされる。





中流スーパーマーケット Edeka (Bonn)

Edeka はドイツ国内の小売業の 20%以上を占める最大手の小売業者である。店舗の規模にはさまざまな展開があるものの、圧倒的に多いのは写真にもあるような中規模サイズの店舗であり、店内カウンターで販売するスタイルをとることにより従来の高級精肉店との競争を図っている。スーパーマーケットやディスカウント店舗と同じ土俵で競合することはできないが、顧客に対するハイレベルのサービス・品質・ラインナップをもって差別化を図っている。価格比較については表 7 を参照されたい。Edeka では顧客の要望に応じるカウンターの他に、ソーセージやスライスハムなどのパッケージ製品のディスプレイも見受けられる。



ディスカウントスーパー Netto

先述のとおり Netto は Edeka 社傘下のセルフサービス・ディスカウントチェーンであり、この写真の店舗は先ほど紹介した高級精肉店 Hielscher の近所ではあるが、低所得者層をターゲットとした店構えである。すべての肉は冷蔵ケースに陳列され、あらかじめパッケージングされる場合があり、真空パックなどにされている。冷蔵ケース以外にもパッケージングされた加工肉製品やソーセージの陳列棚がある。サービス・商品ラインナップ・価格、どれをとっても明らかに先述の2店舗と比べるとレベルが低い。



ディスカウントスーパー ALDI Sued

ALDI はドイツ最大のディスカウントチェーンであり、この大型店舗は郊外にあり、車による来客がターゲットである。肉は冷蔵ケースに、加工肉製品やソーセージは棚に陳列されている。サービスの質は極めて低いが、サイズの大きな徳用パッケージがたくさんの商品ラインナップで用意されており、価格も安い。



ディスカウントスーパー LIDL

LIDL はヨーロッパ最大の Schwarz グループのチェーン店舗でドイツ小売業の 14.3%を占める。この大きな店舗も郊外にあり、車での来客をターゲットとしている。肉は巨大な冷蔵ケースにあり、加工肉製品とソーセージは棚に置かれている。価格の安さと「特別奉仕」という表示を前面に打ち出した巨大なオレンジ色のサインが特徴的である。表 6 においてもその価格について触れている。品揃えも比較的多く、商品サイズも大きいため、特に大家族に向いているといえる。





2.12. 消費者の志向（HACCP・トレーサビリティなど）

消費者は食肉及び食肉製品の原産地に関心があり、ほとんどの小売店でも食べ物の品質と安全性を謳っている。「クオリティシール（QS）」制度は、トレーサビリティが万全であるなどサプライチェーンのすべての段階において定められた基準に則っているという品質保証を行うものである。ドイツにある加工業者・と畜業者は HACCP 基準に見合った運営を継続しなければならない他、国際食品規格を含むさまざまな品質保証制度の枠組みで定期的に認証を受けていく必要がある。ドイツでは民間の食品安全基準、すなわち第三者認証を含む制度（PFSS 制度）への加入率が高い。業界団体である「食品法及び食品科学協会」（BLL）によれば、サプライチェーンのなかで生産と加工段階を網羅する 4 つの PFSS がある。これら PFSS のなかにはグローバル・フード・セーフティ・イニシアチブ（GFSI）に承認されているものもある。GFSI は業界主導の活動であり、消費者の信頼構築に向けた厳しい基準を課しており、民間の認証団体による監査の実施を行うなどの厳密な公平性を保障するよう努める義務も含んでいる。さらにこういった民間の制度に加えて、大手食品小売業者は独自の食品安全基準（IFSS）を設け、自らの食品サプライチェーンを第三者監査により追加検証させるという取組も行っている。

2.13. 日本料理および販売されている日本食

日本食ブームに伴い、近年ではドイツの主要都市に日本料理レストランが増えている。特に日本人居住者の多いデュッセルドルフ、ベルリン及びフランクフルトには日本人料理人のレストランもあり、多店舗展開している場合もある⁴。他方で、米国と比べ、日本からのチェーン店はまだ進出していない。

⁴ 例えば寿司レストランのマルヤス (<http://www.maruyasu.de/>) やラーメン屋の匠 (<https://www.takumi-duesseldorf.de/>) 等。

日本料理風のレストランも数多く出来ており、特にスシが人気を呼んでいる。今次調査でインタビューした日本食レストランによれば、ドイツでは人気の高い日本料理はスシ、刺身とラーメンが人気である。豚肉を使った料理ではトンカツは最も人気があり、ドイツ料理のシュニッツェルに似ているため、なじみがあるようである。それ以外には豚の角煮やしゃぶしゃぶもあるが、脂身の多さが敬遠されるようである。

日本の豚肉料理に使われるのは高級豚肉とされるイベリコ豚であり、脂身が少なく、また焼くと固くなる点が問題であるとレストランのシェフが指摘していた。日本料理レストランは日本食材輸入業者及び METRO 等の業務用スーパーで食材を調達している。主な輸入業者としては日系の JFC 及び SSP の他に、デュッセルドルフに支店がある Japan Food Express⁵、韓国系の Panasia⁶及び高級食材の輸入業者である Albers Foods⁷等から購入している。

また、日本料理の人気上昇に呼応して、日本企業が現地で日本食材を加工する動きがみられる。味の素社が現地で人気の高い餃子はポーランドで⁸、日本ハムは日本風ソーセージをドイツで作っている⁹。



イベリコ豚を使ったトンカツ定食



15.0 EUR (レストラン「いろは」)



トンカツ定食用に使われるイベリコ豚骨付きロース 購入価格は 20 EUR/kg (レストラン「鮪元」)



⁵ <http://www.japanfoodexpress.com/>

⁶ <http://panasia.artbaum.com/>

⁷ <https://www.albersfood.de/>

⁸ https://www.ainomoto.com/jp/presscenter/press/detail/2013_06_25.html

⁹ http://nhfoods-europe.com/portfolio_page/porksausage/

3. ベルギー

3.1. 食肉消費傾向

下表 12 の通り、ベルギーにおいて豚肉は最も人気のある食肉であり、2016 年の国内消費量は約 43 万トン、1 人あたりの消費は 38.3 キロとなっており、食肉消費全体の 49%を占める。

図7 ベルギーの地図



表 12 ベルギーにおける種別食肉消費 2016 年

肉の種類	食肉消費量		食肉消費全体におけるシェア
	合計 (枝肉重量 1,000MT)	1人あたり消費量 (Kg)	
牛・子牛	160	14.2	18.1%
豚	432	38.3	49.0%
羊・ヤギ	13	1.1	1.5%
馬	6	0.5	0.7%
内臓	16	1.4	1.8%
家禽	206	18.3	23.4%
その他	49	4.4	5.6%
合計	882	78.3	100%

注：その他のカテゴリーにはジビエ、ウサギを含む。

出所) Statbel

3.2. 豚肉消費の推移

豚肉はベルギーにおいて最も消費されているが、表 13 にみられるように 2012 年以降の全体消費量及び 1 人当たりの消費量のどちらにおいても減少傾向にある。2016 年の 1 人当たりの豚肉消費量は 38.3kg であり、5 年前より 12%少ない。この減少は過去 10 年以上前から長期的な流れでもある。また家禽肉の消費は過去 5 年間に於いて急激に減少してきている。

表 13 ベルギーにおける豚肉消費量の推移 2012-2016 年

	2012	2013	2014	2015	2016
豚肉消費量 (枝肉重量 1,000MT)	478	480	475	438	432
1 人あたり豚肉消費量 (Kg)	43.3	43.2	42.6	39.0	38.3

出所) Statbel

3.3. 国産豚肉と輸入豚肉のシェア

表 14 ではベルギーが国内需要向けに十分な豚肉生産を行っている上、国内供給のうち輸入豚肉及び豚肉製品の割合は数年にわたり 13 万トン前後を安定的に推移している。生産量もまた 110 万トン前後で推移している。輸入肉は EU 産のものである。ベルギーは豚肉及び豚肉製品の純輸出国であり、国内消費の減少にともなって、2016 年にはその自給率は 133%に到達している。

表 14 ベルギーにおける国産と輸入豚肉のシェアの推移 2012-16 年 (単位 : 1,000 MT)

	2012	2013	2014	2015	2016
国内純生産量	1,110	1,131	1,118	1,124	1,061
豚肉および豚肉製品の輸入	127	135	129	128	133
豚肉および豚肉製品の輸出	759	786	772	815	762
消費量	478	480	475	438	432
自給率 (%)	127.0	135.2	128.6	128.3	133.2

出所) Statbel

2,000 年前の豚をよみがえらせて-メナピ豚

ベルギー北部フランダース地方にローマ時代に生息していた古代豚種のメナピ豚（Menapii）をよみがえらせる取り組みが 2011 年に始められた。ベルギーのゲント大学の考古学部、農学経済部及び畜産部が一緒になり、外部の養豚業者及び精肉業者と連携し、メナピ豚の復活に関する研究が行われた。このプロジェクトはフランダース政府の支援を受け、メナピ豚の商業生産及び販売を目的としている。

遺跡で発掘されたメナピ豚の骨から DNA を採取することに成功し、複数の交配育種を重ね、さらに飼料の研究と試験を行ったあと、遂にメナピ豚の商業生産にこぎつけた。2018 年 3 月からベルギーの精肉店 Dierendonck にて販売されているほか、メナピ豚のウェブサイトからも購入が可能である。メナピ豚は野生イノシシに近く、肉が赤く、味が濃く、そして脂身が多い点が特徴である。



メナピ豚及びその肉（Menapii Facebook 及び Dierendonck の店舗）

3.4. 貿易

ベルギーの豚肉自給率は極めて高く、チルドと冷凍の輸出量も輸入量を大きく上回る。表 4 のとおり、2018 年にベルギーは約 25 万トンの豚肉および豚肉加工品を輸入しているが、輸出はこの 3 倍相当にあたる約 78 万トンとなっている。輸出入ともにその多くは EU 域内での取引が占める。主要な輸出先はドイツ（2017 年総輸出の 32%）とポーランド（2017 年総輸出の 22%）であり、2 カ国で輸出全体の 5 割を占める。EU 域外から輸入される豚肉及び豚肉加工品は約 1,000 トンであり、その多くはタイからの豚肉加工品であり、2018 年の輸入額は 257 万ユーロであった。それ以外に EU 域外から入ってくる豚肉及び豚肉加工品の金額は過去 5 年間の 2014-2018 年においておよそ 300 万ユーロで推移している。

表 15 商品分類別にみるベルギーの豚肉貿易 2017-2018 年 (単位: トン)

	輸入		輸出	
	2017	2018	2017	2018
チルド	49,310	47,601	480,931	510,499
冷凍	7,107	9,206	48,303	48,064
ソーセージ及び豚肉加工品	66,564	68,281	91,792	87,969
燻製・塩漬け	11,959	13,093	13,051	13,171
内臓	78,777	83,950	90,930	90,609
脂肪・ラード	29,374	28,378	32,385	29,145
合計	243,090	250,509	757,391	779,498

2014-2018 年の EU 域外との豚肉取引の詳細をみると、ベルギーは年間平均で約 3.1 万トンの冷凍豚肉を輸出しており、2018 年は輸出額 5,350 万ユーロであった。その一方で、同じ年の冷凍豚肉の輸入額は 30 万ユーロであった。また、ベルギーは同時期において平均 4.8 万トンの内臓を EU 域外に輸出しているが、輸入はわずか 1,000 トン以下である。2018 年の内臓の輸入額は 15 万ユーロで、輸出額は 3,700 万ユーロとなっている。さらに同時期において、ベルギーは EU 域外に平均 3,000 トンの豚肉加工品とソーセージを輸出し、金額は平均 1,120 万ユーロとなっている。

3.5. ベルギーの大手輸入業者 / 販売業者

以下は主な食肉専門の輸入および販売企業である。

1. INTERVLEES N.V.

企業名	INTERVLEES N.V.
企業形態	株式会社
住所	Essensteinweg 13, 2930 Brasschaat
電話	+32 (0)3 231 69 34
ウェブサイト	intervlees.com

2. VAN AERDE NV

企業名	VAN AERDE NV
企業形態	株式会社
住所	Vosveld 6, 2110 Wijnegem
電話	+32 (0)3 360 85 78
ウェブサイト	www.vanaerdefoodgroup.com

3. Sopraco Group

企業名	Sopraco Group
企業形態	株式会社
住所	Kalverstraat 1, B-2440 Geel
電話	+32 14 58 02 22
ウェブサイト	www.sopraco.eu

4. MAREFLOW BVBA

企業名	MAREFLOW BVBA
企業形態	株式会社
住所	Jacob Jordaensstraat 80 2018 Antwerpen
電話	+32 3 500 14 20
ウェブサイト	maereflow.weebly.com

5. FN Global Meat B.V.

企業名	FN Global Meat B.V.
企業形態	株式会社
住所	Heliotrooping 700, 3316 KG Dordrecht, Netherlands
電話	+31 (0)78 6531 840
ウェブサイト	kreutzers.eu

3.6. 部位別小売価格

表 16 ブリュッセルにおける豚肉小売価格 2019年7月 (単位: 1kg / ユーロ)

部位	価格 (ユーロ)	円換算	店舗	原産国
ばら肉	7.49	899	Delhaize	ベルギー
肩ロース	9.45	1,134	ROB	ベルギー
肩ロース	12.45	1,494	Roland (精肉店)	ベルギー
ロース	12.65	1,518	Delhaize	ベルギー
ロース	10.45	1,254	Roland (精肉店)	ベルギー
ロース	18.85	2,262	La Passion du Gout (精肉店)	ベルギー
ロース	30.95	3,714	La Passion du Gout (精肉店)	スペイン (イベリコ豚)
骨付ロース	13.65	1,638	La Passion du Gout (精肉店)	ベルギー
骨付ロース	22.75	2,730	Atelier Dierendonck (精肉店)	ベルギー (メナピ豚)
ヒレ	15.6	1,872	Carrefour	ベルギー
ヒレ	20.85	2,502	La Passion du Gout (精肉店)	ベルギー
ヒレ	33.95	4,074	Roland (精肉店)	スペイン (イベリコ豚)
(参考) 日本の小売価格 (2019年7月現在)				
かた	-	1,520	-	国産
ロース	-	2,720	-	国産
もも	-	1,800	-	国産

出所) プロマー 1 ユーロ=120 円で換算。日本の小売価格は ALIC のデータを元に編集

ベルギー政府機関は食品の実価格に関する経年データを提供しておらず、唯一入手できるものは消費者物価指数であるが、食品は同指数の25%程度を占めている。2013年度を基準年(100)として、2019年2月までに消費者物価指数は108.52まで上昇、年率で約1.7%変動していることになる。

なお、ドイツと同様、ベルギーでもっとも見かける輸入豚肉はイベリコ豚であり、その価格帯はベルギー産豚肉より高い。英国産のバークシャー豚も販売されている。



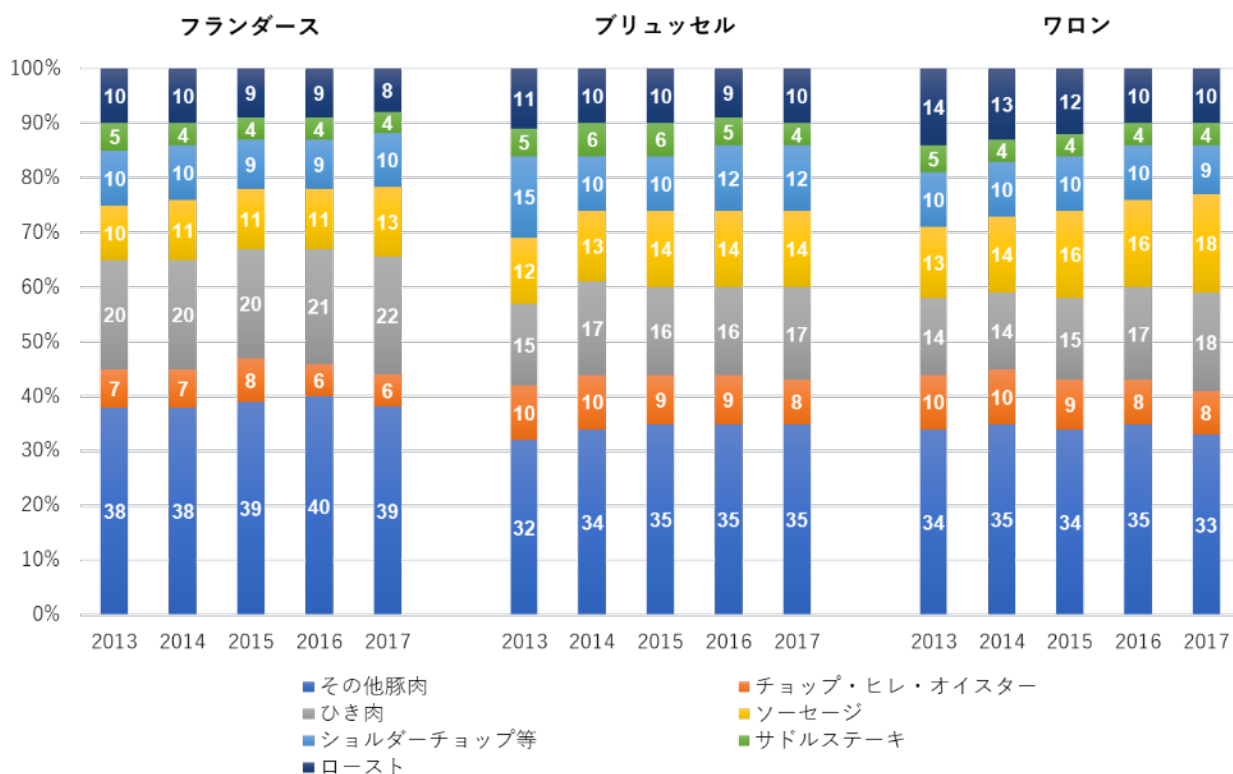
店舗内のイベリコ豚に関する広告。野外で穀物、ハーブ、ドングリを食べて育てられることを記載

3.7. 豚肉を使用するメインディッシュ

豚肉を使用する料理としては、ポークチョップ、ステーキ、ローストなどであり、調理した野菜やイモと提供されることが多い。また、燻製、ソーセージ、ローストを赤キャベツや白キャベツの酢漬け（ロートコールおよびザウワークラウト）と共に食することや煮込みに使用することも、とても好まれる。ソーセージのような豚肉加工品は豚肉そのものに比べてメインコースを安価に済ませることができ、スナックとしても利用できることから、下図の地域比較にもあるように、ベルギー南部の低所得者層の多いワロンにおいてはその利用頻度が比較的高い。ソーセージはスライスまたはサンドウィッチでペーストとして利用することができるものもあるなど、用途が幅広い。またかつてほどではないものの、ベルギー人は比較

的さまざまな部位を消費する傾向もあり、豚足や豚レバーなどの内臓も好まれている。

図8 ベルギー各地域における豚肉のチルド製品別購買傾向 2013-2017年（単位：%）



出所) GfK Belgium

3.8. 主要小売企業

2016年時点、ベルギーには7,163の小売店舗があり、詳細は下記のようにになっている：

- 延べ床面積1,500平方メートル以上の大規模スーパーマーケット 597店
- 延べ床面積500-1,500平方メートルの中規模スーパーマーケット 1,352店
- 延べ床面積500平方メートル以下の小規模小売店 4,477店
- ハードディスカウントストア（小規模加工食品販売店）737店

ベルギーでは近所に食料品店があることへの需要の高さから近年中規模の地域密着型スーパーマーケットが増加している。2000年以降はハードディスカウントストアの数が急増していたが、2010年代には出店増加率が緩やかになっている。ベルギーでは高価格帯の商品は高品質であると考えられる傾向があるため、EUの他国ほどディスカウントスーパーの人気は高くはない。

ベルギーの小売市場は他の EU の他の国ほど統合されておらず、グローバル企業のプレゼンスが大きい。大手 3 社である Ahold Delhaize グループ（オランダ系）、Carrefour グループ（フランス系）、及び Colruyt グループ（ベルギー系）が小売市場の 64%を占めており、その他 Louis Delhaize グループ（ベルギー系）、LIDL（ドイツ系）、ALDI（ドイツ系）、Intermarché（フランス系）、Metro グループ（ドイツ系）も含めたグローバル企業のシェア合計は 92.1%にも達する。

表 17 ベルギーの大手食品小売企業 2016 年

企業名	本部	ウェブサイト	市場シェア (%)
Colruyt Group	Edingensesteenweg 196, 1500 Halle	www.colruytgroup.com	26.6
Carrefour	33, avenue Emile Zola, Boulogne Billancourt, 92100, France	www.carrefour.com	18.7
Ahold Delhaize	Provincialeweg 11, 1506 MA Zaandam, The Netherlands	www.aholddelhaize.com	18.6
ALDI	Eckenbergstraße 16 + 16A, Essen, 45307, Germany	www.aldi.nord.de	11.0
LIDL	Louis-Wackler-Strasse 2, 73037 Göppingen, Germany	www.schwarz-gruppe.net	7.0
Louis Delhaize	rue de l'Esperance 84, Montignies-sur-Sambre, 6061, Belgium	www.louisdelhaize.be	4.7
Metro	Metro-Straße 1, 40235 Düsseldorf, Germany	www.metroag.de	3.7
Intermarché	Parc de Treville, 1, allée des Mousquetaires, Bondoufle, France	www.intermarche.com	1.8

2017 年のチルド肉の市場シェアについてはソフトディスカウントストアである Ahold Delhaize、Carrefour、Colruyt 及び Metro が 40.1%を占めており、この比率は過去 5 年間以上ほぼ変化がみられない。その一方で、ハードディスカウントストアは 2010 年の 6.2%から 2013 年の 13.3%へと、チルド肉の市場占有率を 2 倍以上に増やしている。また地域型スーパーマーケットも同様に 2010 年 17%から 2017 年 20%へとシェアを増やしている。このような販売店舗の台頭は従来の精肉店や地域の小さな市場等の存在を脅かしており、地域密着型商店の販売シェアは 2010 年 30.9% から 2017 年 19.9%へと大きく減少している。その他特定の業態に属さない小売業の販売シェアは 6.6%となっている。またそのうちチルド豚肉販売シェアについては 2010 年 10%から 2017 年 14%へと増加傾向で推移しているが、これはハードディスカウントストアによる販売が影響しているもので、従来の精肉店や地域の小さな市場などの商店によるチルド豚肉の売り上げは 2017 年までにわずかに 17%となっている。

2017年の豚肉の消費場所をみると、75%は家庭で豚肉を消費し、10%は親戚または知人宅、5%が外食、3%が職場や学校の食堂となっている。消費者が肉を購入する頻度や分量が減少傾向にあるため、家庭消費のシェアも同じく低下している。

3.9. 市場の特徴と見通し

市場の特徴

ベルギーは1人当たりの購買力の高い、人口およそ1,100万人の市場である。購買力平価をもとにした1人あたりのGDPは2017年で46,550米ドル、EU平均の41,170米ドルを上回る。ベルギーにおける食料品の年間家計支出は約4,650米ドルとなっている。

ベルギーは3つの地域に分かれており、政治及び行政の中心であるブリュッセル首都圏地域（人口120万人）、北部にあるフランダース地域（同650万人）、そして南部にあるワロン地域（同360万人）である。これら3地域の購買力及び消費者志向は地域間で異なる。また言語圏はオランダ語圏、フランス語圏及びドイツ語圏と3つあり、ドイツ語圏での消費者志向はドイツのものに近く、フランス語圏と重なるワロンではフランスに近い志向がみられる。ブリュッセルは外国人人口も多く、より都会的な特徴をもつ。先に示した図8ではフランダース地域ではひき肉の消費量が他の地域よりも多く、ワロン地域ではソーセージの消費が多いといった特徴がある。

3.10. 鶏肉・牛肉・豚肉の国内生産

表18 鶏肉・牛肉・豚肉のベルギー国内生産量 2013-2017年（単位：1,000 MT）

	2013	2014	2015	2016	2017
牛肉・子牛肉	250	258	268	278	262
豚肉	1,131	1,118	1,124	1,061	1,040
家禽肉	478	507	530	524	n.a.
肉生産量合計	1,999	2,016	2,063	1,991	n.a.

出所) Statbel

注：生産量は国内生産に生きた動物の輸入を足したものから生きた動物の輸出を差し引いたものである。

2017年は暫定値。肉生産量合計には羊肉・ヤギ肉・馬肉・ジビエ・ウサギ・内臓を含む。

3.11. 特定の小売店舗におけるデータおよび写真

高級精肉店 St. Henri (Woluwe St. Lambert-Brussels)

ブリュッセルの繁華街にあり昔から賑わうショッピングストリートにある歴史ある高級精肉店。こういったハイレベルなサービス、品質及び品揃えを提供する精肉店は価格と営業時間においてスーパーマーケットやディスカウント店舗との競争に勝てず、この数十年で急激に

姿を消している。このことは表 5 においても示されている。今回ブリュッセルへの現地調査の際にもブリュッセル中心部でこういった高級精肉店はここ以外に見当たらず、もう一軒あった類似店は閉店していた。この店ではチルド肉と肉加工品のみを販売しており、パック製品は置いていない。肉は顧客の要望に応じて、店員がカットする。



中流ハイパーマーケット Delhaize (Brussels)

オランダのグローバル小売企業 Ahold Delhaize 社の擁する Delhaize ブランドはベルギー小売業のトップ 3 に入っており、市場シェアは 18.6% を占める。街中の小さなスーパーマーケットから郊外の大規模ハイパーマーケットまで、さまざまなサイズの店舗を展開している。街中の店舗の典型的な販売スタイルは冷蔵ケースでの陳列であり、豚肉と豚肉加工品のラインナップは限られている（黒のトレイのパックの写真 2 点参照）。

一方で車で来客を視野に入れたハイパーマーケットでは店内に肉専門のカウンターが設けられ、従来的高级精肉店を意識したスタイルとなっており、低価格を売るハードディスカウントストアと同じ競争の土俵に立つのではなく、顧客に高いレベルのサービス、品質及び選択肢を提供している（価格競争については表 5 を参照）。また、ハイパーマーケットには巨大な冷蔵ケースやソーセージやスライスハムなどのパックの肉製品の陳列棚もある。





ハイパーマーケット Carrefour

フランス資本の Carrefour 社はベルギーで 2 番目に大きな食品小売企業であり 2016 年での市場シェアは 18.7%であった。視察した店舗は郊外にあり、車で来店する顧客向けのハイパーマーケットである。価格は極めて安いということはなく中価格帯であるが、品揃えはかなり豊富といえる。肉はあらかじめパッケージングまたは真空パックされたものが冷蔵ケースに、またパックされた肉加工品やソーセージが陳列棚にディスプレイされているほか、ソーセージやハムをオーダーに応じてカット・スライスし販売するサービスカウンターも設置されている。

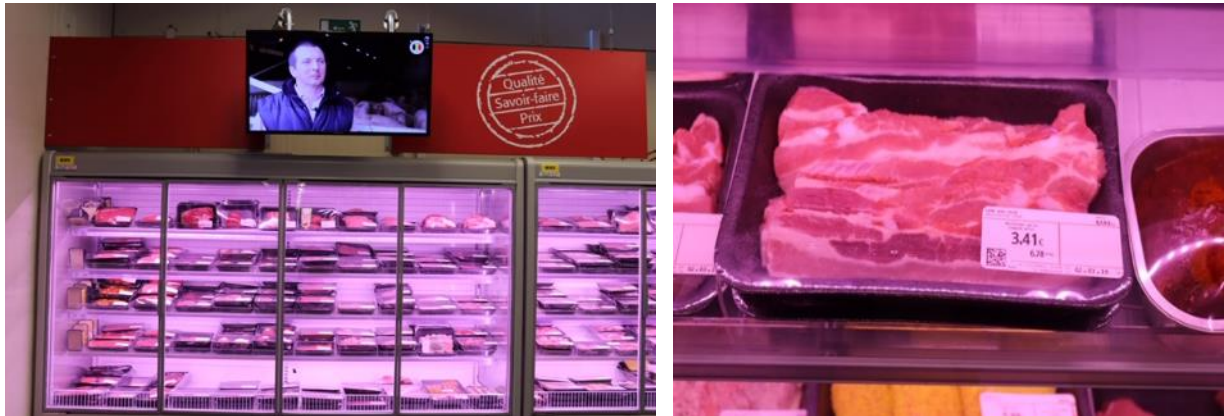




ディスカウントスーパー Colruyt

Colruyt はベルギー最大の小売企業である。今回訪問した店舗はどちらかといえば街中でも低所得者層エリアに位置していた。このエリアには多様な民族が暮らしており、ムスリムが最も大きな割合を占めている。この店舗では非常に限られた種類の肉・豚肉が背の高い冷蔵ケースにあり、肉加工品は簡素な棚に陳列されている。同店は低価格が売りであり、サービスレベルは極めて低い。





ディスカウントスーパー ALDI

ドイツ資本の ALDI は 2016 年時点、ベルギーの小売市場の 11%を占めている。視察した小規模なスーパーマーケットはブリュッセル郊外の低層住宅地に位置している。鮮肉、肉加工品、ソーセージなどが棚に陳列されている。利便性を売りにした店舗であり、品揃えやサービスは限定的なものである。表 5 にもあるように価格帯は安い。



3.12. 消費者の志向（HACCP・トレーサビリティなど）

ドイツと同様に、ベルギーの消費者は食肉及び食肉製品の原産地に関心があり、ほとんどの小売店でも食べ物の品質と安全性を謳っている。「クオリティシール（QS）」制度は、トレーサビリティが万全であるなどサプライチェーンのすべての段階において定められた基準に則っているという品質保証を行うものである。ベルギーにある加工業者・屠殺業者は HACCP 基準に見合った運営を継続しなければならない他、国際食品規格を含むさまざまな品質保証制度の枠組みで定期的に認証を受けていく必要がある。ベルギーの政府機関によれば、同国にはフードサプライチェーンに向けた 11 の民間の食品安全基準、すなわち第三者認証を含

む制度（Private Sector Food Safety Standard（PFSS））がある。食品事業管理者には食品安全管理システムを保障する認証を各自で取得していく義務があり、これはトレーサビリティ、不適合品管理、HACCPに基づいた手続きなどEU基準に則るものとなっている必要がある。

ドイツと同様、オーガニック食品に対する関心が高く、またイスラム教徒やユダヤ教徒も多いため、ハラールやコーシャなどの認証を取得している商品がスーパーマーケットでよく見かける。また、栄養表示に関する取り組みも小売店を中心に進んでいる。大手スーパーマーケットのDelhaizeはフランスで開発された「栄養スコア（Nutri-Score）」を自社商品に表示している。栄養スコアは「A」から「E」までの栄養評価を与え、5段階の表をパッケージに表示している。栄養成分として評価される「野菜」「果物」「食物繊維」などの要素が多く含まれる場合はプラス評価（A評価に近づく）に、逆に評価されない「糖分」「塩分」などの要素が多く含まれる場合はマイナス評価（E評価に近づく）になる¹⁰。この表示方法はフランス、ベルギー及びスペインで任意の導入が始まっており、2017年に世界保健機構（WHO）がこのシステムの勧告を公表している。これは欧州の健康に対する高い関心を示している¹¹。他方、豚肉については、脂身をそぎ落として販売されることが主流である。



ハラールのロゴが貼ってある鶏肉



EUの有機ロゴの他に下部にAからEの栄養スコアが表示されている



ロースのカット、脂身が削ぎ落とされている

¹⁰ <https://www.jetro.go.jp/biznews/2019/05/97a0f7a3e5d607f2.html>

¹¹ <http://www.fsc.go.jp/fsciis/foodSafetyMaterial/show/syu04690620294>

3.13. 日本料理および販売されている日本食

唯一存在感をもっている「日本食」は寿司であり多くの寿司レストランがある。寿司以外に日本食への認知および利用機会は非常に限られている。ブリュッセル及びアントワープには地域の日本人コミュニティや新しいもの好きのベルギー人向けに日本食レストランも複数ある。近年の日本食ブームにより、日本料理への関心が高まりレストランも増えているが、料理のレパートリーがフランス等の近隣国に比べると限定的である。

また、小規模な日本やアジア食材専門小売業もあり、日本のビールや酒などのほか、日本の海産物の瓶詰め、乾物、冷凍食品、麺製品及びソースなどを販売しており、豚肉はベルギー産に加えイベリコ豚がスライスして販売されている。

日本料理レストランで使われている豚肉はイベリコ豚であり、出される料理はトンカツが主流で、それ以外に豚の麩漬け等もあった。しゃぶしゃぶや生姜焼き、すき焼きといった料理はベルギーの日本料理レストランではまだ主流ではなく、豚肉を薄く切る文化がないためあまり知られていないとのことである。

ベルギーにある日本料理レストランの調達先は JFC 等の大手輸入販売業者の他に、フランスに拠点を置く Foodex、オランダに本部を置く中華系の Dun Yong Food¹²、ドイツに本部がある藤田食品¹³等である。あるインタビュー者によれば、豚肉の卸売価格は小売価格より 2-3 割安いとのことである。

日本食材店「田川」で販売される豚肉



イベリコ豚肩ローススライス (46 EUR/kg)



しゃぶしゃぶ用ベルギー産豚 (32 EUR/kg)

¹² <https://dunyongfoodservices.com/en/>

¹³ <http://www.jetfresh.de/>

4. デンマーク

4.1. 食肉消費傾向

下表 19 の通り、デンマークにおいては豚肉の消費量が最も多く、2017 年の国内消費量は 30 万トン近く、1 人あたりの消費は 50.6 kg となっており¹⁴、食肉消費全体の 45%を占める。

図 9 デンマークの地図



表 19 デンマークにおける種類別食肉消費 2017 年

肉の種類	食肉消費量		食肉消費全体におけるシェア
	合計 (枝肉重量 1,000 MT)	1 人あたり消費量 (Kg)	
牛・子牛	149	26.5	24%
豚	284	50.6	45%
家禽	191	34.0	31%
合計	623	111.1	100%

出所) AHDB. ヒツジ、ヤギまたは臓物を含まない。表 2 と数値が異なる点に留意。

4.2. 豚肉消費の推移

豚肉は依然としてデンマークにおいては最も食されているが、過去 10 年においては牛肉の消費量が微減した一方で、鶏肉の消費量が大きく増えている。また、近年のデンマークでの豚肉全体消費量及び 1 人当たりの消費量のどちらにおいても上下しながら、それぞれ 17 万トン及び 31kg /人で推移しているが、2010 年に比べると、ともに減少している。

¹⁴ なお、この数値は総供給量を示しており、デンマーク食品審議会によれば、実際の消費量はその約半分である。

表 20 デンマークにおける豚肉消費量の推移 2010-2017 年

	2010	2011	2016	2017
豚肉消費量 (枝肉重量 1,000 MT)	193	178	167	176
1人あたり豚肉消費量 (Kg)	34.8	31.9	29.9	31.4
1人あたり食肉合計消費量 (Kg)	84.1	83.9	108.8	111.1

出所) デンマーク統計局及びデンマーク食品審議会のデータを元にプロマー編集。食肉合計にはヒツジ、ヤギ肉または臓物が含まれていない。

4.3. 国産豚肉と輸入豚肉のシェア

デンマークは世界でも主要な豚肉生産及び輸出国であり、国内市場が小さいため生産の約 9 割を輸出に回している。輸入肉はほとんど EU 産である。デンマークは豚肉及び豚肉製品の純輸出国であり、2017 年には自給率は 1,000%に到達している。

表 21 デンマークにおける国産と輸入豚肉のシェアの推移 2014-2017 年 (千トン)

	2014	2015	2016	2017
国内純生産	1,944	1,954	1,943	1,896
豚肉および豚肉製品の輸入	219	211	187	188
豚肉および豚肉製品の輸出	1,937	1,972	1,963	1,908
合計使用量	226	193	167	176
自給率 (%)	860%	1,012%	1,164%	1,077%

出所) デンマーク統計局及びデンマーク食品審議会のデータを元にプロマー編集。食肉合計にはヒツジ、ヤギ肉または臓物が含まれていない。

4.4. 貿易

デンマークの豚肉自給率は極めて高く、チルドと冷凍の輸出量も輸入量を大きく上回る。2017 年にデンマークは 127 カ国に向けて豚肉の輸出を行った。表 22 のとおり、2017 年にデンマークは 19 万トンのチルドおよび冷凍豚肉等を輸入する一方で、190 万トン以上（約 45 億米ドル）の輸出を行っている。EU 域内の取引が輸出入のほとんど（97%）を占めている。EU 域外の国々からのチルド・冷凍豚肉輸入は 5 トンに満たないのに対し、EU 域内からは 18 万トンが輸入されている。EU 域外からではチリの冷凍豚肉が多い。この傾向は過去 5 年ほど変化していない。缶詰豚肉や豚肉加工品（ハム等）も極めて類似した傾向があり、2017 年の輸入はそれぞれ約 29,000 トンと約 68,000 トンであったのに対し、そのうち EU 域外か

らは合計でわずか3,600トン、同年のソーセージやソーセージ加工品の輸入25,000トンにおいても、そのうちEU域外からは75トンであった。

表 22 デンマークの豚肉貿易（チルド・冷凍）2014-2017年

国名	輸出量(1,000 MT)	輸出額 (百万 DKK)	輸出額 (百万 US\$)	輸入量(1,000 MT)
2014				
EU	1,376	20,417	3,766	214
非 EU	561	10,180	1,878	5
合計	1,937	30,597	5,644	219
2015				
EU	1,405	18,047	3,329	206
非 EU	567	10,609	1,957	5
合計	1,972	28,656	5,286	211
2016				
EU	1,342	18,553	2,701	182
非 EU	621	11,820	1,721	5
合計	1,963	30,373	4,422	187
2017				
EU	1,371	21,383	3,028	183
非 EU	537	10,627	1,505	5
合計	1,908	32,010	4,533	188

出所) デンマーク食品審議会

豚肉関連の貿易動向を見ていると、デンマークはチルドや冷凍肉以外の取引も行っている。AHDBによれば、デンマークは2017年に4.3万トンの豚肉の臓物（内臓含む）をEU域外の国々から輸入している一方、平均して37.2万トンの豚肉内臓をこれらの国々に輸出している。主な輸出先は中国及び香港である。

デンマークはまた、子豚の生豚の重要な純輸出国でもある。2017年の生豚の輸出は42万トンであり、部分肉に次ぐ輸出量である。輸出額は2014年の60億デンマーククローネ（約11億米ドル）から2017年の63億クローネ（約9億米ドル）まで拡大している。近年のクローネ安ドル高の影響でドル換算では輸出額が減少している。

表 23 品目別輸入実績 (2017年、トン)

	ドイツ	ポーランド	オランダ	その他 EU	EU 以外	合計
ベーコン	10,534	1,726	3,563	3,008	154	18,986
加工肉・臓物等	42,446	3,765	6,512	11,964	3,650	68,338
生豚	-	-	-	-	-	-
ソーセージ	11,362	9,812	50	3,612	75	24,910
缶詰	15,828	6,259	1,751	5,623	15	29,476
カット肉	33,192	1,474	3,517	6,429	1,171	45,782
枝肉	22	25	104	4	-	155
合計	113,384	23,061	15,496	30,640	5,065	187,646
シェア(%)	60.4	12.3	8.3	16.3	2.7	100

出所) デンマーク食品審議会

4.5. デンマークの大手輸入業者 / 販売業者

以下は主な食肉専門の輸入および販売企業である。

2. ESS-Food

企業名	ESS-Food
企業形態	株式会社
住所	Vesterbrogade 4A,2., DK 1620, Kobenhavn V
電話	+45 43469000
ウェブサイト	https://www.ess-food.com/

2. GB Meat Group

企業名	GB Meat Group
企業形態	株式会社
住所	Klostergardsvej 11 – Gjelbro 8882 Farvang
電話	+45 8687 0800
ウェブサイト	www.gbmeatgroup.com

3. Geia

企業名	Geia
企業形態	株式会社(スカンジナビア諸国に支店あり)
住所	Fuglevaenget 9, 9000 Aalborg
電話	+45 9634 0414
ウェブサイト	www.geiafood.com

4. Schulte & Sohn Fleischwaren GmbH & Co.KG

企業名	Schulte & Sohn Fleischwaren GmbH & Co.KG
企業形態	株式会社
住所	Marie Bernays Ring 40 41199 Moenchengladbach, Germany
電話	+49 2166968656
ウェブサイト	gourmetfleisch.de

4.6. 部位別小売価格

表 24 コペンハーゲンにおける豚肉小売価格 2019年7月 (単位: 1kg/クローネ)

部位	価格 (クローネ)	円換算	店舗	原産国
ロース	120	1,920	Fakta	デンマーク
ロース	195	3,120	Cleavers (精肉店)	デンマーク
骨付肩ロース (チョップ)	195	3,120	Cleavers (精肉店)	デンマーク
スペアリブ	145	2,320	Cleavers (精肉店)	デンマーク
リブロース	166	2,656	Irma	デンマーク
(参考) 日本の小売価格 (2019年7月現在)				
かた	-	1,520	-	国産
ロース	-	2,720	-	国産
もも	-	1,800	-	国産

出所) プロマー 1クローネ=16円で換算。日本の小売価格は ALIC のデータを元に編集

表 25 デンマークの代表的な肉製品の小売価格 2014-2017年

	2014		2015		2016		2017		
	クローネ	米ドル	クローネ	米ドル	クローネ	米ドル	クローネ	米ドル	
カット									
ヒレ	1 kg	58.61	10.8	54.88	8.9	53.71	7.8	55.14	7.8
ロース	1 kg	49.71	9.2	48.1	7.8	48.02	7.0	44.57	6.3
バラ	1 kg	48.78	9.0	49.44	8.0	48.75	7.1	50.84	7.2
モモ	1 kg	59.27	10.9	61.04	9.9	58.51	8.5	61.04	8.6
ミンチ肉	1 kg	39.32	7.3	39.23	6.4	38.39	5.6	41.14	5.8

出所) デンマーク食品審議会

4.7. 豚肉を使用するメインディッシュ

デンマークには豚肉を使った伝統料理がたくさんある。特にフリッカデーラと呼ばれるミートボールが有名であり、独自のソースを掛けて食べる。また、ローストポークやソーセージ、ベーコンといった食べ方も多い。クリスマスには豚のモモ肉をローストする「フレスケタイ」がジャガイモとともに供される。

また、国民食の一つとして挙げられる食べ物にレッド・ソーセージがある。豚肉を胡椒等で味付けされ、赤いケーシングに詰められて屋台などでも安価に食べることが出来る。



デンマークの国民食とされるレッド・ソーセージのホットドッグ。この屋台の商品は全てオーガニック

4.8. 主要小売企業

表 26 デンマークの大手食品小売企業 2017年

企業名	住所	ウェブサイト	売上高 (百万クローネ)	店舗数	市場シェア (%)
Dansk Supermarked (Salling Group)	Rosbjergvej 33, 8220 Brabrand	en.sallinggroup.com	-	600	30
Coop Danmark	Roskildevej 65, 2620 Albertslund	om.coop.dk	-	1,200	30
Dagrofa Aps	Kaerup Industrivej 12, 4100 Ringsted	www.dagrofa.dk	-	511	24
REMA 1000	Marsalle 32, 8700 Horsens	rema1000.dk	-	320	-
ALDI Denmark	Rorgangen 1-5, 2690 Karslunde	www.aldi.dk	38	187	-
その他					-

出所) 各社ウェブサイト等

注: 各企業の経営チェーンは下記の通り。

- ・ Dansk Supermarket … Bilka, Fotex, Netto
- ・ Coop Danmark … Fakta, Irma, Kvickly, Dagli'Brugsen
- ・ Dagrofa … Meny, SPAR, My Grocery

4.9. 市場の特徴と見通し

市場の特徴

デンマークは1人あたりの所得が高く、ヨーロッパで最も豊かな国のひとつである。社会福祉国家としても知られ、失業率が低く、所得の格差も低いと言われている。人口が570万人と少なく、農産物の輸出志向が高い（総輸出の25%は食品が占める）。他方で、人口が緩やかに増加傾向にあり、所得が高いため、高品質な食品の販売が多いという特徴がある。特に、オーガニック食品の販売割合が世界で最も高く、デンマーク食品審議会によれば小売販売の12%はオーガニック食品である¹⁵。デンマーク政府はこの傾向を後押ししており、2020年までに有機農業面積を全栽培面積の20%にまで拡大する政策を掲げている。なお、豚肉生産については、その割合はまだ数%にとどまっている。

また、Euromonitor社によれば、同国の食品販売総額は2015年に270億米ドルであり、その8割は小売業、残り2割は外食産業向けであるとしている。小売業は3大スーパーマーケットチェーン（Coop, Dansk Supermarked, Dagrofa）は全体の85%のシェアを占めており、寡占化が進んでいる。

前述の通り、デンマークで消費される食肉、特に豚肉や豚肉加工品の大部分は国産である。特別な種類の肉や製品に限って第3国からの輸入が行われており、その例としては米国やアルゼンチン産の牛肉があるが、これらは主にレストランに使われている。

4.10. 鶏肉・牛肉・豚肉の国内生産

表 27 鶏肉・牛肉・豚肉のデンマーク国内生産量 2013-2017年（単位：000MT）

	2013	2014	2015	2016	2017
牛肉・子牛肉	143	135	142	135	142
豚肉	1,944	1,954	1,943	1,896	1,966
家禽肉	161	147	156	157	160
肉生産量合計	2,248	2,236	2,241	2,188	2,268

出所) デンマーク統計局。ヒツジ、ヤギまたは臓物を含まない。

4.11. 特定の小売店舗におけるデータおよび写真

ディスカウントスーパーマーケット Fakta

デンマーク生産者組合（Coop）スーパーマーケット。全国に356店舗があり、市場シェアは単独スーパーマーケットとして最大。有機食品に力を入れており、多くの商品はオーガニックのロゴを添付している。

¹⁵ <https://agricultureandfood.dk/danish-agriculture-and-food/organic-farming>



Kafta の店舗。ケージフリーの豚肉商品をアピール

精肉店 Cleaver's

精肉店。コペンハーゲンのトーブハーレヌ（Torvehallerne）市場の中であり、様々なカットの豚肉を売っている。



高級スーパーマーケット Irma

Coop Danmark の高級小売店である。コペンハーゲンの他にデンマーク東部に 80 店舗がある。Fakta 同様にアニマル・ウェルフェアに重点を置いた商品を販売示している。



4.12. 消費者の志向（HACCP・トレーサビリティなど）

デンマークの食品規格及びアニマル・ウェルフェア関連の規則は EU のそれに準じている。消費者は食肉及び食肉製品の原産地に関心があり、ほとんどの小売店でも食べ物の品質と安全性を謳っている。「クオリティシール（QS）」制度は、トレーサビリティが万全であるなどサプライチェーンのすべての段階において定められた基準に則っているという品質保証を行うものである。デンマークにある加工業者・と畜業者は HACCP 基準に見合った運営を継続しなければならない他、国際食品規格を含むさまざまな品質保証制度の枠組みで定期的に認証を受けていく必要がある。

オーガニックに関する関心の高さの他に、畜産物についてはアニマル・ウェルフェアについても関心が高い。デンマーク最大のスーパーマーケットである Fakta はケージフリーの豚肉をブランド化し販売している。



Coop Danmark のケージフリー豚肉のブランド

4.13. 日本料理および販売されている日本食

ドイツ及びベルギーに比べて、デンマークには日本料理店が少なく、コペンハーゲンには 5 軒程度ある。在留日本人の数も少なく、顧客のほとんどは現地の人である。日本食としては寿司が最も知られており、ラーメンの店もあり、すき焼きはある程度知られているが、まだ主流ではないようである。

日本料理レストランで使われる豚肉はデンマーク産であり、イベリコ豚はあまり見られない。トンカツやすき焼きが提供されている。日本食材は JFC 等の輸入業者を通じた購入している。



デンマーク産豚肉を使った生姜焼き 165 クローネ (東京レストラン)

5. 考察

今次調査はドイツ、ベルギー及びデンマークの EU 加盟 3 カ国が対象である。1 章で述べたとおり、EU 域内の物の移動が自由であるため、物流が国を越境して行われており、日本食材の流通も国をまたがっている。輸入業者や流通している日本食材もまた、国をまたがって取引が行われている。また、3 カ国は同じ EU 圏内であり、なおかつ主要な豚肉生産、輸出国でもあるため、それぞれの市場の特徴が似通っている部分が多い。

今次調査では様々な部位や産地の豚肉を現地で購入し、調理の上試食したこともあり、EU 産豚肉と日本産豚肉についての相違を確認した。試食会に用いた豚肉の写真は別添資料として掲載している。

以下には今回の調査の結論を述べ、さらに日本産豚肉を EU に輸出するにあたり考慮すべき点を提案する。

5.1. 結論

豚肉の赤みが好まれ、脂身は小売りの時点で削ぎ落とされる

いずれの調査対象国においても販売されている豚肉では脂身がそぎ落とされ販売されていた。豚肉の伝統的な消費国であるこれらの国では、伝統的に皮付きの豚肉をローストして食べる文化があるものの、現在では脂身が敬遠される風潮が顕著である。

豚はハム等の加工品として主に使われ、精肉はロース、肩ロース、骨付きが多い

各国で生産される豚肉の大部分は加工向けであり、ハムやソーセージが販売面積の大きな部分を占めている。精肉として販売されるのは 1 割程度であると言われている。その中で、ロース、肩ロースまたは骨付きロースの販売が多い。

自国産豚肉が主流であり、スペイン産イベリコ豚は高級豚肉としての地位が確立している

3 カ国ともが EU の中で主要な生産及び輸出国であり、自給率が非常に高い。そのため、小売店やレストランで販売されている豚肉は自国産である。他方で、スペイン産イベリコ豚は高級食材とみなされ、販売価格も自国産より 50%以上高い場合がある。英国バークシャーの豚肉も見られるが、イベリコ豚ほど主流ではない。

アニマル・ウェルフェア、オーガニック、トレーサビリティ、栄養がキーワードである

これらのキーワードは欧州各国が政策の一環として進めている部分がある一方で、消費者側の関心も高く、それにこたえる形で小売店が様々な取り組みを行っていることが見て取れた。生産現場の状況についての関心と、栄養に関する関心が消費者の間では高い。

日本料理レストランの数は近年増えているが、豚肉料理はもっぱらトンカツのみで、レパートリーが少ない

デンマークを除いて、ドイツ及びベルギーで行った全てのインタビューで日本食ブームが起きているとのコメントがあった。日本料理レストランが増えている一方で、扱われる料理はスシ、刺身、ラーメンとまだ限られており、豚肉についてはトンカツが最も人気がある。

トンカツ用豚肉はイベリコ豚で足りるが、しゃぶしゃぶ等には脂身のある日本産豚肉に対する需要がある

現在ではトンカツに使われる豚肉は主にスペイン産イベリコ豚である。しかし、今後しゃぶしゃぶやすき焼き、生姜焼きなどの豚肉料理を提供する場合には、脂身があり味がわかる日本産豚肉を取り扱いたいとのレストランが多いとみられる。そのため、日本食のレパートリーが拡大している地域での一定の需要があると考えられる

日本食材輸入業者は広域に広がっており、大手は英、独、仏に集まっている

大手の輸入業者は欧州全域に流通網を持っているため、違う国の日本食レストランであっても食材の調達先は同じ企業である場合がある。これらの輸入販売業者は日系企業である場合が多いが、現地系または韓国・中華等のアジア系の輸入業者もある。他方で、肉については高級食材の輸入業者や地元の業務用スーパー（METRO 等）で購入する店もあり、ある程度多様化している。

価格は最も重要であり、豚肉は高級食材として見られていない

和牛と比べて、欧州の消費者やレストランのシェフは日本産豚肉の特徴を把握していない。そのため、欧州の顧客に好まれているスペイン産イベリコ豚をメニューから外して日本産豚肉を扱いたいという高い関心が見られなかった。日本産豚肉への関心はあるものの、価格次第であるとのコメントが大半であった。

5.2. 提案

今後対 EU への輸出を行う際に、以下の点について考慮する必要がある。

差別化できる豚肉を選ぶ

いずれの国において日本産豚肉に対する知識やイメージが全くない。豚肉の消費量が多く、なおかつ自給率の高いこれらの国に参入するためには、現在市場にはない特徴のある豚肉を提供しなければならない。インタビューの中で出された例としては黒豚やサシの入っている豚肉、またはストーリーのある豚肉であれば、消費者が関心を持つ可能性が高い。

消費者の関心があるキーワードに沿った物語を提供する

アニマル・ウェルフェア、オーガニック、トレーサビリティ及び栄養というキーワードに消費者の関心が高い。これらのキーワードに沿った物語を提供することが、市場参入をするきっかけとなる。スペイン産イベリコ豚はその肉質だけではなく、放牧そしてドングリ等の飼料で育つといった物語を消費者にアピールしている。日本料理は健康的で日本人は長生きというイメージがあるため、日本産豚肉の健康との関連性に関するデータを備えることが重要といえる。

ターゲットは日本食レストラン、日本産豚肉の特徴が活かせる料理も併せて提供する

小売店では自国産豚肉とイベリコ豚がほぼすべてを占めている。無名の日本産豚肉が小売に参入することは非常に難しい。日本食レストランであれば、関連性も有り比較的ハードルが低いといえる。さらに、日本産豚肉の特徴が活かせる料理を合わせて提供することも重要である。調査対象国ではまだ広がっていないしゃぶしゃぶ、すき焼きや生姜焼き等の料理とのセットで販売することを提案すべきである。課題となる薄切りの技法についてはトレーニング等によって工夫する。

価格が重要、イベリコ豚肉をベンチマークする

日本料理レストランにとって日本産豚肉を扱うインセンティブが今のところ大きくない。インタビューしたレストランのシェフによれば、価格が最も大きな決定要因となると考えられる。その際、高級豚肉として認識されているイベリコ豚の価格を参考に価格設定を行うべきである。自国産豚肉とイベリコ産豚肉の価格差は約 50%であるため、その間に収まる価格レンジでの提供が可能であれば、日本料理レストランへの参入可能性が高まる。また、日本からの輸送を考えると、価格を抑えるためには冷蔵ではなく冷凍での輸出も一案である。

日本料理先進国で調査を行い、日本食材の輸入業者を把握する

日本食材の主な輸入業者は日本料理先進国である英国、フランス及びドイツに拠点を置いている。これらの業者は欧州全域に物流網を有しており、輸出解禁の際に最初のコンタクトとなることから、主要な輸入業者を把握することが重要である。これらの業者からのコメントやアイデアを収集することでより効果的な輸出戦略を描くことが出来、さらにこれらの業者の協力を得ることによりスムーズな輸出開始が可能となる。

さらに、日本料理のレパトリーが多い英国やフランスは他の EU 加盟国の日本料理に影響を与えるといったコメントもあったことから、この 2 カ国の豚肉料理の実態を把握することが、将来の日本産豚肉の輸出の際に参考になると考えられる。

別添1 EU視察調査訪問先一覧(時系列)

ドイツ フランクフルト			
日時	訪問先	業態	メモ
6月25日(火)			
10:00	S S P Trade & Consult GmbH	輸入卸売業者	塩川氏(仕入部課長)、 内藤氏(課長)
12:30(視察)	Galeria Kaufhof Frankfurt An der Hauptwache	デパート	住所 Zeil 116-126, 60313 Frankfurt am Main
14:00	いろは	日本食レストラン	カンバヤシ氏
16:15(視察)	クラインマルクトハレ市場 (Kleinmarkthalle Frankfurt)	生鮮市場	住所 Hasengasse 5-7, 60311 Frankfurt am Main
17:00(視察) &イートイン	Metzgerei und Partyservice Richard Heininger	肉屋&レストラン	住所 Neue Kräme 31, 60311 Frankfurt am Main
18:30(視察)	REWE	スーパー	住所 Zeil 106/110, 60313 Frankfurt am Main
6月26日(水)			
9:30(視察)	NOLLE	肉屋	住所 Lessingstraße 2, 63263, Neu-Isenburg
10:30(視察)	Meyer Feinkost Fressgass	肉屋	住所 Große Bockenheimer Str. 52, 60313, Frankfurt am Main
11:30(視察)	Butcher & Deli Ebert	肉屋	*豚肉購入(シュヴェービッシュ・ハル 種)
12:00(昼食)	スシサークル	現地風日本料理屋 (回転寿司)	*餃子発見
13:00(視察)	REWE	スーパー	*豚肉購入(ドイツ産)
14:30	鮪元	日本食レストラン	坂元氏
15:50(視察)	GO ASIA(東方超市)	アジア系スーパー	*日ハムあらびきソーセージ購入 住所 Zeil 90, 60313 Frankfurt am Main
16:10(視察)	ALDI SÜD	スーパー	住所 Große Friedberger Str. 23-27, 60313 Frankfurt am Main
17:00	Panasia	輸入卸売業者	サカモト氏
18:40 (食味比較会)	いろは		3種類の豚肉食味比較、あらびき ソーセージ試食
20:40(視察)	tegut	スーパー	住所 Mailänder Str. 8, 60598 Frankfurt am Main

ベルギー ブリュッセル			
6月27日(木)			
15:00	デンマーク農業理事会	デンマーク農業団体	<u>住所</u> Rue Du Luxembourg 47 51, Bte 2 1050 Ixelles Sune Jin Christensen 氏 (EU advisor)
17:00	(独) 日本貿易振興機構 ブリュッセル事務所	日本政府系法人	<u>住所</u> Rue de la Loi 82, 1040 Bruxelles 大内田氏 (ALIC 出向者)
6月28日(金)			
13:30	のんべえ大学	日本食レストラン	末次氏、 食肉卸業 Royal Du Jardin 同席
16:30(視察)	Traiteur Roland	肉屋	<u>住所</u> Avenue des Saisons 94, 1050 Bruxelles
18:15	Restaurant SEINO	日本食レストラン	清野氏、ANZCO 木下氏同席(伊藤 ハム出向者)
6月29日(土)			
10:30(視察)	Market From Stockel	生鮮市場(マルシェ)	<u>住所</u> Place Dumon 1150 Woluwe - Saint - Pierre
11:00(視察)	TAGAWA	日系スーパー	*豚肉購入(スペイン産イベリコ、 ベルギー産) <u>住所</u> Stockel Square Shopping Center, Kerkstraat 96A,
12:10(視察)	La Passion du Goût by La Moutonnerie	肉屋	*豚肉購入(スペイン産イベリコ、 ベルギー産) <u>住所</u> Stockel Square Shopping Center, Kerkstraat 96A,
14:00(視察)	Delhaize	スーパー	*豚肉購入(ベルギー産) <u>住所</u> Wezembeeklaan 112, 1950 Kraainem,
15:15(視察)	Rob The Gourmets' Market	高級スーパー	*豚肉購入(英国産パークシャー、 ベルギー産) <u>住所</u> Boulevard de la Woluwe 28, 1150 Woluwe-Saint- Pierre
17:00	Atelier Dierendonck	肉屋	*豚肉購入(ベルギー産 Menapii) <u>住所</u> Rue Sainte-Catherine 24, 1000 Bruxelles Tanguy 氏
6月30日(日)			
	なし		

デンマーク コペンハーゲン

7月1日(月)

15:20(視察)	Irma	スーパー	住所 Vesterbrogade 1A, 1620 København
16:30(視察)	Slagteren ved Kultorvet	肉屋	住所 Frederiksborggade 4, 1360 København
16:50(視察)	Torvehallerne Copenhagen	生鮮市場	住所 Frederiksborggade 21, 1362 København
17:20(視察)	Fakta	スーパー	住所 Nørre Voldgade 15, 1358 København
18:30	レストラン東京	日本食レストラン	ナカザワ氏

7月2日(火)

08:17(視察)	Fotex	スーパー	住所 Vesterbrogade 74-76, 1620 København
10:20	ESS FOOD、デンマーク農業理事会	輸出入・卸売業者、農業団体	KENN氏、(ESS FOOD 前ドバイ支社副社長) カーステン氏(デンマーク農業理事会豚肉事業部門 海外市場本部長)

別添2 試食豚肉一覧



メナピ豚 骨付きロース (22.75 EUR/kg) 購入店：Atelier Dierendock



イベリコ豚 ロース スライス (30.95 EUR/kg) 購入店：La Passion du Gout



ベルギー産 骨付きロース (13.65 EUR/kg) 購入店：La Passion du Gout



イベリコ豚 バラ スライス (18.77 EUR/kg) 購入店: La Passion du Gout



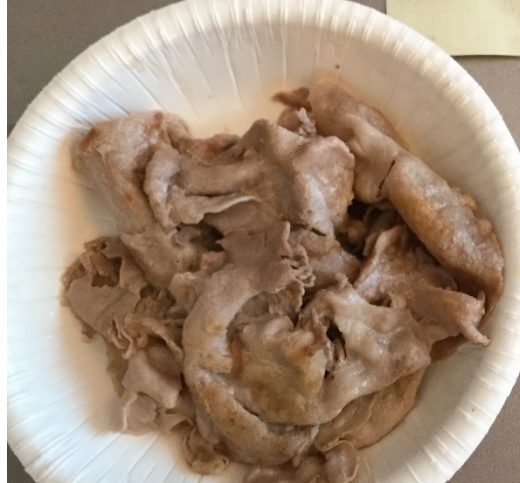
イギリス産バークシャー ロース スライス (27.10 EUR/kg) 購入店: ROB



ベルギー産 肩ロース (9.45 EUR/kg) 購入店: ROB



イベリコ豚 肩ロース スライス (46.00 EUR/kg) 購入店：田川



ベルギー産 肩ロース スライス (32.00 EUR/kg) 購入店：田川



ベルギー産 ロース (12.65 EUR/kg) 購入店：Delhaize



ベルギー産 バラ (7.49 EUR/kg) 購入店 : Delhaize