

価格高騰の和牛

業者がメニューの工夫提案

共同購入でコスト低減の試みも

日本政府は2020年までに農林水産物・食品の輸出額を1兆円規模にする方針を掲げており、そのなかでも牛肉はタイへの優先的輸出促進食品に指定されている。

2010年4月20日、日本で口蹄疫が発生したことでタイは日本産牛肉の輸入を停止した。



阿部昌史代表理事

したが、翌年の4月22日から部位・年齢などの条件付ながら輸入が解禁されたことで、日本産牛肉のタイ輸出が急進した。

畜産生産者・食肉流通会社を会員として優良食肉の海外輸出を促進している首都圏ミートパッカー輸出推進協議会の阿部昌史代表理事も「農作物の海外輸出が増えている。和牛



バンコクで開催された和牛紹介イベント関係者ら(WAGYUSAMURAIで)



河上貴一代表

はその代表格のひとつ」と話す。同協議会では海外市場開拓・拡大のため、海外でセミナーを積極的に開催。「和牛のどこが優れているかを知り身近な食材としてほしい」と阿部理事は力をこめる。

協議会では今年2月、バンコク都内の高級レストラン「WAGYU SAMURAI」で和牛を紹介するイベントを実施。ここで講師を務めた埼玉県児玉郡・上里ファームの植井敏夫代表取締役は子牛の価格が上昇しており、今後さらに高級化が進むと報告した。植井氏は畜産業に40年以上かかわり、現在、埼玉県産のブランド牛「彩さい牛」を生産。餌に墨を混ぜるなど工夫を凝らしており、しつこさが少ない牛肉との定評がある。



植井敏夫代表取締役

植井氏によれば、11年までは生後8カ月の子牛が40万円前後だったが、15年に65万円を超え、系統のいい子牛は80万以上、なかには100万を超えるケースも出ているという。11年に口蹄疫が発生した後、頭数が減少しており今もなかなか増えないことが価格高騰が続いている理由とのこと。「頭数が不足しているからこそ、一頭一頭を大切に育てている。そのため、価格上昇がしていることをきちんと説明していきたい」とする植井氏だ。

鳥取産和牛の販路開拓に取り組み前田牧場(鳥取県)の河上貴一代表は和牛再生ステップアップ協議会などを通じて和牛のオレイン化を進めている。オレイン酸はオリーブオイルの主成分で通常より低温で溶解するため、和牛の脂肪からしつこさが取れ、肉質も柔らかくなる。さらに、部位によってはカットが難しいため、肉を事前にかットしやすい状態にして輸出することも検討。「海外市場を開拓し農家の収入を増やしていききたい。生産農家の経営が潤うことで後進が続くことになり」と後継者問題への対策にも余念がない。

また阿部理事は、「日本国内では今後も生産量が増えないため和牛価格の高騰は続くことは避けられない」として、料理を引き立たせるために少量を使用するなどの食べ方を提案。「ポリウムのあるステーキで和牛を染める人は限定される」として、フランス料理の高級食材であるファオグラの扱い方を参考にしてはどうかと呼びかける。

一方、和牛も部位によって比較的安い価格で提供することができるとも、日本各地ではいろいろな取り組みが始まっている。例えば、共同購入。企業グループ内で焼肉店、ステーキ店、ハンバーグチェーン、居酒屋などいろいろな業態を展開している場合、バラは焼肉、ロースはステーキ、低級赤身はハンバーグとの複数の部位を購入することで仕入れ価格を抑えることが可能となる。

ただ別会社、別チェーンが集まった共同購入では、これを仲介する流通業者が必要となり簡単にはいかないが、現在、「WAGYU SAMURAI」が中心となりバンコクではその試みが始まっている。

(倉林義仁記者)