

○ 中国向け牛肉輸出解禁を見据え、食肉事業者が市場調査、日本産和牛への関心高く
現地ではオンラインショッピングやライブコマースで高級牛肉を販売

中国本土への日本産牛肉の輸出解禁を見据え、国内の食肉事業者が9月上旬、市場調査のために現地へ赴いた。調査を行ったのはニイチク（東京都江東区）とテクニカン（横浜市都筑区）、ミート・コンパニオン（東京都立川市）のほか、内蒙古财经大学の阿拉坦沙（アラタンシャ）准教授が同行し、北京市と河北省を中心に市場調査と日本産和牛に関する講演、カット実演などを実施した。

調査団に参加した植村光一郎氏（ニイチク監査役）によると、中国のWAGYUは外食での使用が多いため、新型コロナ渦で飼育頭数が落ち込んだものの、その期間に淘汰され、肉質の優れたものが残ったという。30 カ月齢近くまで肥育され、価格も日本国内の枝肉相場と遜色のない価格帯で取引されているという。一方、アラタンシャ准教授によると、中国のWAGYU生産頭数は年間約20万頭に上り、出荷されるWAGYU肉の2～3割は霜降り状態で仕上がり、ここ5～6年で中国産WAGYUの品質がかなり向上している。そして、オンラインショッピングやライブコマース販売の人気の高いという。

さらに、一行は牧場にも訪問した。そこではアンガスとWAGYUの交雑種やホルスタインとWAGYUの交雑種、豪州からの受精卵で生まれたフルブラッドのWAGYUが1,500頭飼育され、それぞれ30カ月齢の基準で肥育管理されていたという＝写真。出荷される枝肉の2～3割は上物規格で、枝肉重量は約500kgだった。



今回の訪問では現地の業界関係者に日本の格付け方法や日本式カットに関する講演、カットおよび調理実演も実施した。中国の関係者はことし7月上旬に日本の牧場や食肉市場、食肉センターを視察している。参加者は、輸入解禁に備えて日本式格付け、部分肉のカット、商品化などについて非常に関心が高く、とく



に格付けでは、歩留り等級や肉質等級の説明に質問が相次ぐなど、熱気に包まれていた。カット実演では、現

地WAGYUを使用して部分肉からの商品化が行われ、日本式のしゃぶしゃぶ用、すき焼き用、焼き肉用、ステーキ、西京みそを使用した味噌漬けなどが披露され、ライブ配信も行われた。

講演とカット実演を行った植村氏は、「歩留まり等級は肉質に影響はないと説明したのにもかかわらず、指数や係数について参加者から多くの質問が挙がった。参加者からは日本産和牛の全てを知り尽くしたいという熱意が伝わってきた」と振り返った。また、現地の牛肉の調理法は、火鍋などの煮込みや、焼き肉での利用頻度が高く、モモ、カタ、バラに人気が高い半面、ロースの人気は弱いという。そこで、日本式しゃぶしゃぶやステーキの焼き方、味噌漬けを提案し、試食で絶賛されたという。さらに、ライブコマースでは、TikTokを活用した販売形式で高級なWAGYU肉が飛ぶように売れているのにも驚かされたと話していた。日本で富裕層は高齢者に集中しているが、中国では富裕層の80%が45歳以下とされているため、オンラインショッピングやライブコマースで高級牛肉が抵抗なく販売され、活況なマーケットが形成されているという。