

令和 3 年度輸出環境整備緊急対策委託事業
「米国における牛肉の流通に関する
実態調査」 報告書

2022 年 3 月 17 日

WASHINGTON | CORE

〈目次〉

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | 米国における牛肉市場概観・流通実態 | 9 |
| 1.1 | 市場概観..... | 9 |
| 1.1.1 | 米国食肉市場全体を占める牛肉消費量の推移..... | 9 |
| 1.1.2 | 米国食肉の卸売・小売価格の推移..... | 11 |
| 1.1.3 | 米国牛肉輸出入量..... | 11 |
| 1.1.4 | 米国産牛肉の主な品種..... | 13 |
| 1.2 | 流通実態・課題..... | 18 |
| 1.3 | 品質..... | 33 |
| 1.3.1 | 牛肉全体の格付・品質制度の概観..... | 33 |
| 1.3.2 | 牛肉各種の品質制度の概観～US Certified Beef Program～..... | 38 |
| 1.3.3 | 各種牛肉の品質面での違い..... | 41 |
| 1.4.2 | 各種牛肉の販売プロモ戦略..... | 61 |
| 2 | 消費者の高品質牛肉の認知度 | 65 |
| 3 | 和牛肉の米国への輸出促進戦略 | 81 |
| 3.1 | 和牛肉の米国への輸出現状..... | 81 |
| 3.2 | 和牛肉の米国への輸出戦略..... | 82 |

〈図表目次〉

| | | |
|-------|--|----|
| 図表 1 | 米国における種類別食肉消費量の推移（単位：100 万ポンド）..... | 10 |
| 図表 2 | 米国における種類別食肉生産量の推移（単位：100 万ポンド）..... | 10 |
| 図表 3 | 米国における種類別食肉の卸価格（左図）、小売価格（右図）の推移..... | 11 |
| 図表 4 | 過去 40 年間に於ける米国牛肉輸出入量の推移（単位：100 万ポンド）..... | 12 |
| 図表 5 | 過去 5 年間に於ける輸入元別の米国牛肉輸入量推移（単位：1,000 ポンド）..... | 13 |
| 図表 6 | 米国飼育牛の主な品種とその概要..... | 14 |
| 図表 7 | 品種登録別飼育牛数の内訳（2019 年時点）..... | 16 |
| 図表 8 | 肉用経産牛および肉用肥育牛の飼養頭数上位 5 州（2022 年 1 月時点）..... | 16 |
| 図表 9 | 肉用経産牛の全米分布図（2017 年時点）..... | 17 |
| 図表 10 | 米国牛肉市場の流通経路（サプライチェーン）の一例..... | 18 |
| 図表 11 | 米国における肥育農家の肥育牛の分布図..... | 20 |
| 図表 12 | 4 大パッカーが所有すると畜場と肥育牛の分布（2012 年時点）..... | 21 |
| 図表 13 | 中小規模のと畜施設と肥育農場の分布（2010 年）..... | 22 |
| 図表 14 | 4 大パッカーの事業概要..... | 22 |
| 図表 15 | 米国産 wagyu 生産事業者上位 5 社の売上高（単位：100 万ドル）と..... | 27 |

| | |
|---|----|
| 図表 16 : 米国 wagyu 生産事業者上位 3 社の企業概観・事業内容 | 28 |
| 図表 17 : 過去数年における牛肉の卸売価格・小売価格の推移 (単位: セント/1 ポンド) | 31 |
| 図表 18 : USDA のプライム、チョイス、セレクトのラベル表示 | 34 |
| 図表 19 : USDA 肉質等級・脂肪交雑の分類 | 34 |
| 図表 20 : 米国における牛肉の肉質等級別年間生産量の推移 | 35 |
| 図表 21 : Ralphs での牛肉販売状況の様子 | 36 |
| 図表 22 : USDA テンダーネスプログラムの表示ラベル | 37 |
| 図表 23 : USDA プロセス検証プログラムの表示ラベル | 38 |
| 図表 24 : CAB の年間販売数量 (100 万ポンド) と増減率 (%) の推移 | 39 |
| 図表 25 : 米国における wagyu の分類 | 41 |
| 図表 26 : 和牛肉の脂肪交雑の等級区分 | 42 |
| 図表 27 : 製品別米国牛肉購入量 (単位: 100 万ポンド、%) | 46 |
| 図表 28 : ステーキ用肉 (Pre-cut steak cut) の部位毎の購入量と割合 | 47 |
| 図表 29 : ロースト用肉 (Roast/Subprimal) の部位毎の購入量と割合 | 47 |
| 図表 30 : 過去 2 年間ににおける各主要部位の小売価格の推移 (単位: ドル/1 ポンド) | 49 |
| 図表 31 : Ralphs にて販売される牛肉製品 | 50 |
| 図表 32 : アンガス牛の消費部位と部位ごとの食べ方 | 51 |
| 図表 33 : 米国牛肉外食産業の仕向け先内訳 (単位: ポンド、%) | 52 |
| 図表 34 : E3 Meat Co. のオンライン販売サイト | 54 |
| 図表 35 : Snake River Farms のオンライン販売サイト | 55 |
| 図表 36 : 大手韓国系小売店の wagyu 販売コーナー | 57 |
| 図表 37 : 日系小売店の牛肉販売コーナー | 58 |
| 図表 38 : ニューヨークのマンハッタン・イーストビレッジ内の日系小売店の薄切り wagyu ... | 60 |
| 図表 39 : マンハッタンの米系小売店 A で販売されていた wagyu | 60 |
| 図表 40 : マンハッタンの米系小売店 B で販売されていた wagyu | 61 |
| 図表 41 : 2021 National Convention and Trade Show の様子 | 62 |
| 図表 42 : AAA によるメディアプロモーション | 64 |
| 図表 43 : Costco の wagyu 販売状況 | 66 |
| 図表 44 : ロサンゼルス の和牛肉・wagyu 取扱いレストランとその評価 | 70 |
| 図表 45 : ニューヨーク の和牛肉・wagyu 取扱いレストランとその評価 | 73 |
| 図表 46 : インスタグラムの wagyu 投稿内容 | 76 |
| 図表 47 : 和牛肉の対米輸出量 (トン) と販売額 (億円) の推移 | 81 |
| 図表 48 : 部位別の輸出量割合 (2021 年) | 82 |
| 図表 49 : ロサンゼルス 日系小売店での和牛肉の販売状況 | 83 |
| 図表 50 : マンハッタンの高級肉専門店での販売の様子 | 84 |

はじめに

農林水産省では、農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略に基づき、2030年までに輸出額を5兆円にするという目標を達成するため、生産から現地販売までのバリューチェーン全体を「プロダクトアウト」から「マーケットイン」に転換する必要があるとの認識の下、日本の強みを有する品目を輸出の「重点品目」として選定し、品目毎のターゲット国・地域の特定及び具体的な輸出目標・手段の明確化を行った上で、政策資源を重点的に投入することとしている。

米国の「重点品目」としては牛肉、ぶり及び茶が選定されたうち、牛肉については、和牛肉が世界中で認められるとともに人気が高く、引き続き輸出の伸びが期待されている中で、米国は、これまで香港・台湾等に次ぐ輸出実績があり、有望な市場となっている。

そのような中で、マーケットインの発想に基づき、和牛肉の米国への輸出促進を図るため、米国における牛肉全体及びその一部である和牛肉及びwagyu等について、流通に関する基礎データを整備するとともに、ターゲットとなる主たる市場（レストラン、小売店など）を特定し、併せて、消費者の和牛肉、wagyuをはじめとする高付加価値牛肉に対する認識を調査する。

エグゼクティブサマリー

① 牛肉全体及び各種牛肉の流通経路や流通量

- 米国は世界の牛肉市場において、生産量、消費量は世界第1位の水準を誇る牛肉大国である。牛肉は長年、米国消費者にとり最も好まれる食肉であったが、高額な販売価格、食文化の多様化、健康志向の高まりを背景として、最近では牛肉の消費量・生産量の伸びが鈍化傾向にある。
- 米国では、アンガス種を筆頭に、ヘレフォード種、ピエモンテ種など様々な品種の肉用牛が繁殖、飼育、流通されている。しかし、米国牛肉市場に流通している肉用牛の大部分は、他の品種と交配したクロスブレッド牛であるため、各種牛肉毎の流通経路や流通量は追跡、把握されていないのが現状である。米国ではアンガス種が市場全体の6~7割を占めるなど、米国の肉用牛の品種の中で主流である。
- 牛肉市場の流通経路は主に、生産（繁殖農家、育成農家、肥育農家）、と畜・食肉加工、卸売・小売にて構成されている。と畜・食肉加工事業者の大手4社（4大パッカー）は、市場競争力の強化に向けて垂直統合を更に進めつつあり、市場への影響力をより高めるなど、大きな政治力を擁している。
- 2021年のポストコロナの経済再開後、牛肉の卸売・小売価格の大幅値上げに伴い、連邦政府は4大パッカーの寡占的な市場構造を批判した。同政府は、と畜・食肉加工部門における市場競争を促す措置を行う方針を掲げているが、4大パッカーの反発を招く恐れがある。さらに、規模の経済によるメリットを得られにくい中小事業者が、新規参入や事業拡大を行うには困難な状況にある。現行の市場構造は長年に亘り継続されており、連邦政府による今回の取組みによって市場寡占化がどこまで解消できるかは疑問が残る。
- 4大パッカー以外に、wagyuの大手生産事業者 Snake River Farms などの中小プレイヤーが存在し、独自の流通経路を保有している。これらの事業者は、他社との差別化を図るために、飼養方法など独自のこだわりと品質を持ち高付加価値牛肉を生産、販売している。
- 一方、和牛肉の米国への輸出は主に日系流通業者・商社が従事している。和牛肉は一般的に日本国内の米国向け輸出食肉認定施設で食肉処理された後、冷凍で船便で米国へ輸送されている。税関通過後、日系商社が持つ自社冷凍庫へ保管、トラック輸送にて小売店やレストランへ納品されている。また状況に応じて、日本から冷蔵保存で米国内へ空輸される場合もある。

② 牛肉全体及び各種牛肉の主な仕向け先

- 一般的な牛肉の場合、繁殖牛の飼養地域は、テキサス州、オクラホマ州、ミズーリ州などの中西部に比較的集中しているものの全米各地に点在している。これに対して肥育牛の分布は、主な飼料であるトウモロコシの産地である、テキサス州、ネブラスカ州、カンザス州などの上位5州に集中している。また wagyu 飼養牛は、テキサス州、アイオワ州、オレゴン州に多く分布していると思われる。
- 牛肉の仕向け先は主に外食産業と小売店とが挙げられ、外食産業の方が多い。外食産業での仕向け先としては、レストランやバーが全体の7割を占めるなど、米消費者にとり牛肉はレストランで食べる食材であることが伺える。また最近ではコロナ禍の影響により、レストランの屋内飲食制限や巣ごもり需要を反映し、小売店での販売が増えたほか、オンライン販売も増えつつある。和牛肉や wagyu も同様の傾向が見られる。
- と畜される肉用牛は、一部の例外を除いて出生記録を追跡していないことから、食用牛の年齢や性別は特定されてない。USDA は、と殺された牛肉の安全性を検査する制度を展開している。と畜される食用牛の歯を見ればおおよその年齢が推定されるが、年齢や性別は審査の要件ではないため、それに関する情報は追跡されていない。
- 和牛肉は、日系商社による日本から米国へ搬送された後、顧客へ配達される。ロサンゼルス、及びニューヨークとも、レストランへの供給が圧倒的に多く、小売店（ロスには日系スーパー、ニューヨークは高級肉専門店など）でも一部販売されている。

③ 牛肉全体及び各種牛肉の品質、価格、食べ方

- 牛肉は USDA 格付制度に基づき、品質毎に8つの等級に区分されている。米消費者が小売店で購入できる等級は、「プライム」、「チョイス」、「セレクト」であり、このうち「チョイス」が全体の8割以上を占めるなど最も多く販売されている。牛肉全体の消費量の伸びが鈍化している中、米国消費者による高品質牛肉のニーズ拡大を反映し、「プライム」の生産量が過去5年間で増加する傾向にある。
- また USDA は、米国消費者による高品質牛肉のニーズに応えるために、「USDA テンダープログラム」や「USDA 認定ビーフプログラム」などの品質を保証する任意プログラムを展開している。特に「USDA 認定ビーフプログラム」の一つである「認定アンガスビーフ（Certified Angus Beef : CAB）」はブランドが確立されており、CABとしてラベル表示、販売されている製品を小売店で多く見かける。同製品は高品質牛肉として、通常の牛肉と比べて高額で売られている。
- 一方 wagyu は、CAB と異なり業界統一の認定プログラムは存在しておらず、wagyu 牛肉統一のブランド認証やラベル表示がない。米小売店で販売されている wagyu 製品は、「American Wagyu」、「Kobe-Style Wagyu」、「Kobe Wagyu」などと表示されてお

り、統一化されていない。またレストランでも、神戸肉流通推進協議会から正式な認定を受けていないにもかかわらず、「Kobe Beef」とメニューに虚偽表示した事例も過去に見られた。

- 和牛肉と wagyu の明確な違いは、定義そのものが異なることは勿論のこと、牛肉の品質を評価する規格（肉質等級と歩留等級）の判定基準が異なることにある。 USDA 格付制度は、牛肉の品質を評価することを目的としていることから、和牛の高品質な評価（特に脂肪交雑）を同制度では十分に表すことができない。
- 米国で最も多い牛肉の食べ方は挽肉である。一般家庭での朝食の定番であるほか、ハンバーガーやソーセージのパーティに使用されている。挽肉以外ではステーキが多く食されている。 また牛肉の中で最も多く使用されている部位はロイン系である。米国へ輸出される和牛肉も8割がロイン系であり、ステーキの需要が高い。 しかしアジア系アメリカ人が多いロサンゼルス地域では、ステーキに加えて、しゃぶしゃぶ、すき焼き、焼肉といった食べ方も見受けられる。

④ 消費者の和牛肉の認知度

- 小売店で販売される一般の牛肉と米国産 wagyu とでは価格差があることから、米国消費者は双方の違いを容易に認知することができる。また、牛肉を食する米国消費者のうちの25%程度は双方の違いを認識しているという。
- 一方、和牛肉と wagyu との差を理解する米国消費者は少ないのが現状である。その理由として、小売店で販売されている wagyu は、「Kobe Style Beef」や「Kobe Wagyu」として販売されていることもあり、その区分が曖昧である。さらに和牛肉を意識している一部のアジア系アメリカ人を除いて、大部分の米国消費者は、味や品質が良いければ産地はこだわらない傾向にあるため、和牛肉と wagyu とを区別して捉える概念がない。
- 和牛肉と wagyu との双方を取り扱う小売店は極めて少ないほか、双方を取り扱うレストランもごく一部である。そのため、オンライン販売を除いて、和牛肉と wagyu との違いを価格面、品質面で比較対象することができず、双方の牛肉を味わった上でその違いを認識する経験が持ちにくい環境にある。一部の消費者は、最高級の品質である和牛肉を求めてレストランへ赴き和牛肉を食するものの、大部分の米国消費者は、和牛肉と wagyu との違いは認識していない。

⑤ 和牛肉の米国への輸出促進戦略

- 米国におけるパンデミックの巣ごもり需要による高級食材のニーズ増大や2020年1月に発効された低関税枠の拡大もあり、2021年における和牛肉の対米輸出量は大幅に増加した。

また、米国へ輸出される和牛肉の部位では、ロインが全体の約8割を占めるなど最も多く、米国における和牛肉の需要はステーキであることが裏付けられる。

- 巣ごもり需要を受けて小売店やオンライン販売が増えつつあるが、和牛肉の消費形態の主流はレストランである。最近の物価上昇や深刻な人手不足を受けてレストランで提供されるメニューの単価は値上がりしており、レストランで和牛肉を気軽に楽しむことが一般的な米国消費者は難しくなりつつある。その結果、和牛肉の消費ターゲットはこれまで以上に富裕層であり、富裕層に訴求できる売り込みが必須となる。
- 米国では和牛肉をステーキとして味わうニーズが高い。しかし、ロサンゼルスとニューヨークとでは、和牛肉や wagyu の食べ方、好み異なるなど地域差が見られる。そのため、地域の実情に併せた和牛肉の販売促進が適切である。
- 米国では最近、「プライム」等級の高品質牛肉のニーズが伸びており、これに伴い和牛肉に対する需要拡大が期待される。しかし、富裕層は健康志向が強く脂身を避ける傾向にあること、他国による輸入量の増大から低関税枠の上限量を超える可能性があり、その場合は高額な関税率が適用され、和牛肉が大幅に値上げされることなど、和牛肉に対する今後の米国市場動向が注視される。