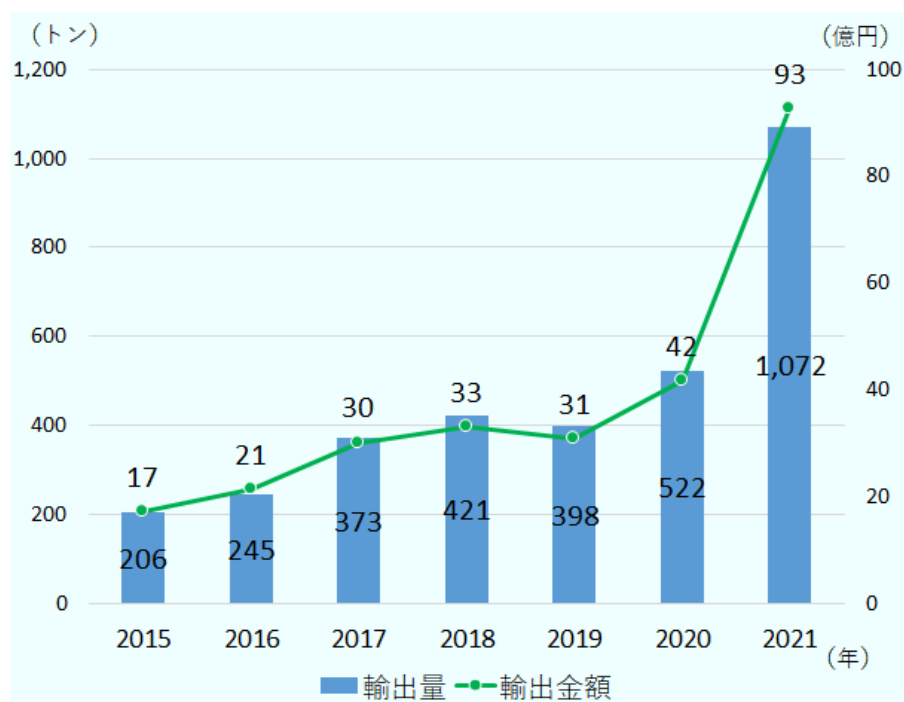


### 3 和牛肉の米国への輸出促進戦略

#### 3.1 和牛肉の米国への輸出現状

米国ではパンデミックの巣ごもり需要による高級食材の需要拡大に伴い、和牛肉の対米輸出量も大きく拡大した。これまで和牛肉輸出量は販売量・金額とも増加傾向にあったが、2021年には前年比で倍増するなど大きく躍進した。また、2020年1月に発効された低関税枠の拡大も和牛肉の対米輸出を後押しした。これまで日本の低関税枠は当初200トンであったが、日米貿易協定により同枠が他国と共同で6万5,005トンまで拡大された（日本枠200トン、複数国枠6万4,805トン）。通常26.4%の関税が課せられるが、低関税枠では1キロ4.4セントの低関税が適用される。

図表 47：和牛肉の対米輸出量（トン）と販売額（億円）の推移

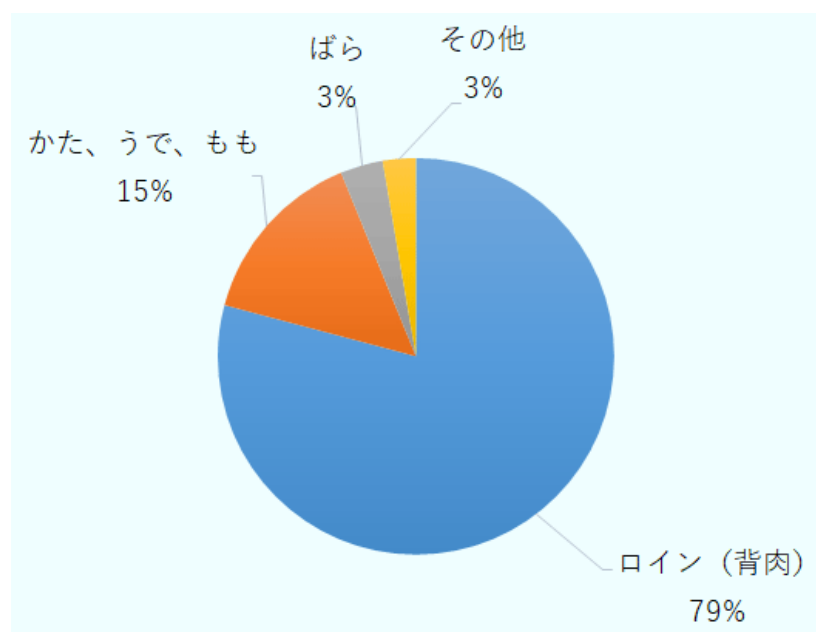


出所：日本貿易振興機構（JETRO）<sup>107</sup>

また、米国へ輸出される和牛肉の部位を見た場合、ロインが79%、次いでかた、うで、ももが15%であり、米国での和牛肉需要はステーキであることが裏付けられる。

<sup>107</sup> 日本貿易振興機構（ジェトロ）、「和牛の消費トレンド」と成長する植物肉産業の現状（米国）2022年2月14日  
[https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/special/2022/0201/5cadd1ec849c715f.html?\\_previewDate\\_=null&revision=0&viewForce=1](https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/special/2022/0201/5cadd1ec849c715f.html?_previewDate_=null&revision=0&viewForce=1)

図表 48：部位別の輸出量割合（2021年）



出所：日本貿易振興機構（JETRO）<sup>108</sup>

### 3.2 和牛肉の米国への輸出戦略

現時点で全体市場の割合は小さいものの、パンデミックによる巣ごもり需要を契機として、オンライン販売サイトによる和牛肉の販売が増えつつある。米国では経済再開によりレストランでの屋内飲食制限が2021年内に撤廃されたことで、外食産業が回復しつつある。しかし、米国における最近の物価上昇やウェイターやウエイトレスの人手不足によるレストランで提供されるメニューの単価が値上がり、レストランでの食事は以前よりも増して支出が大幅に増えている。そのため一般的な米国消費者が、記念日などの特別な日を除いて、レストランにて和牛肉という高級食材を常に食することは難しくなっているのが実情である。その結果、和牛肉のターゲットはこれまで以上に富裕層を対象として売り込むことが必要となる。

日系和牛輸入業者の話によると、パンデミック後の物価上昇により、高額な和牛肉のニーズは、カリフォルニア州ではシリコンバレーの富裕層居住地にてより一層高まっているという。富裕層は一般的にパソコンやインターネットの利用頻度が多いことから、和牛肉のオンライン販売は功を奏しているという。これらのユーザーに和牛肉を売り込むために、多くの富裕層が関与している株投資サイトにオンライン広告を掲載したところ、需要の取り込みに成功したという。レストランでの食

<sup>108</sup> 日本貿易振興機構（ジェトロ）、「和牛の消費トレンド」と成長する植物肉産業の現状（米国）2022年2月14日

[https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/special/2022/0201/5cadd1ec849c715f.html?\\_previewDate\\_=null&revision=0&viewForce=1](https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/special/2022/0201/5cadd1ec849c715f.html?_previewDate_=null&revision=0&viewForce=1)

事がより高額となっていることもあり、これらのインターネットユーザーの富裕層は、オンライン販売サイトで和牛肉がレストランよりも低額で販売されていることから、同サイトでの和牛肉の購入に魅力を感じているという。米国では富裕層が厚いため、これらの顧客へ訴求できるようなオンライン広告による和牛肉の販売促進は効果的である。また既述のとおり、オンライン販売サイトでは和牛肉や米国産 wagyu の違いや説明を掲載しているため、消費者は購入時にそれを容易に認知することが可能となる。

またロサンゼルスでの和牛肉の販売戦略として、アジア系アメリカ人が多く居住することからしゃぶしゃぶやすき焼きの食べ方のニーズが高い。特にアジア人に対する販売方法として、ステーキ以外の新たな食べ方やロイン系以外の部位の販売などが効果的である。店舗調査の結果、ロサンゼルスの一部の日系小売店では、鹿児島県産和牛が様々な部位で冷凍販売されていた。日本から輸入された和牛肉（Beef From Japan）であることが強調されていたものの、全て冷凍販売されており冷蔵販売と比べて品質の良さがあまり感じられなかった。小売店での販売の回転が遅いことから、ブロック肉を裁断して全て売り切るまでにかかなりの時間を要する。そのため冷蔵の状態での販売はごく稀であり（特売日など）、常時店舗には置くことはできないという。そのため小売店での和牛肉は冷凍販売されていることが多い（日系和牛肉輸入業者の話）。実際に筆者が同じ店舗に別の日に訪問した際には宮崎牛が冷蔵販売されていたが、その後訪問した時には冷凍販売のみであった。このような背景からも小売店での和牛肉の販売はかなり制約があると見られる。また、Costco でも米国産 wagyu が販売されているが、同様の位置づけにあるという。実店舗での販売には限界があることから、同社は自社のオンライン販売サイトでの販売に注力しているという。またロサンゼルスでの別の米系高級小売店でも米国産 wagyu が販売されており、販売価格は1ポンド49ドル程度であるという。上位の富裕層を除いて、高収入所得者でも米国産 wagyu の販売価格が50ドルを上回ると買い渋りが起こることから、実店舗での販売促進には価格面でも限界があるという（日系和牛肉輸入業者の話）。

図表 49：ロサンゼルス日系小売店での和牛肉の販売状況



※左図：2021年8月に訪問した際に冷蔵販売されていた宮崎牛。右図：2022年3月に訪問した際に冷凍販売されていた鹿児島産和牛。

出所：ワシントンコア調査員撮影

そのため、ロサンゼルスではレストランでの和牛肉の売り込みがより適していると思われる。既に和牛肉をしゃぶしゃぶやすき焼き、焼肉などをメニューとして提供しているレストランが多く商流が形成されている。また、一般的な米国人を対象としてはステーキの需要があるため、現在米国産 **wagyu** を顧客へ提供しているレストランやキャビアなどの高級食材を売りとした高級レストランへの需要が高いと見られる。

一方、ニューヨークでは、米国産 **wagyu** を含め和牛肉は、一部の日系小売店での販売を除いて、高級食材や肉専門店にて販売されていることが多い。マンハッタンに位置し和牛肉を多く取り扱う肉専門店では宮崎牛が販売されていた。

図表 50：マンハッタンの高級肉専門店での販売の様子



出所：ワシントンコア調査員撮影

またニューヨークで **wagyu** が販売されている店舗は本来、富裕者層を対象とした高級食材店であり展示用ガラスケースで冷蔵販売されている。そのためこれらの店舗に和牛肉を販売した場合、これらの顧客へ効果的に訴求できることから効果的であると思われる。ワシントンコア調査員が店舗を訪問した際に、ガラスケースの裏側に作業をした店員に質問をしたところ、販売されている牛肉や

wagyu の質問に適切に答えていた。そのため、和牛肉に知識がない顧客でも、店員からの説明を受けて和牛肉に対して理解を深めることが可能となる。

特別感のある食材を求めるバイヤー向けの食見本市「2022 Winter Fancy Food Show」が2022年2月にラスベガスで開催されたが、来場者はレストラン経営者や流通業者などの実需者であったため、一般の消費者と異なる米国産 wagyu の認知度はかなり高かった。また、和牛肉と米国産 wagyu との品質や味の違いも理解していた。特別感や高級食材を求める実需者は富裕層向けの新たな食材を求めている。これらの実需者は、三ツ星といった高級レストランへ仕入れをしていることから、これらのバイヤーに対して和牛肉の販売宣伝も効果的であると見られる。

一方、米国への和牛肉の需要拡大を阻害する要因も幾つか見え隠れする。業界関係者の話によると、2020年以降施行された低関税枠が2022年3月上旬時点で既に8割に達しており、近々上限に到達するという。その理由として、複数枠国の中にブラジルが含まれているが、ブラジル企業の JBS SA がブラジル産牛肉の米国への輸出増加を大幅に増やしていることが挙げられる。そのため、和牛肉の米国輸出向け関税率が上限後に26.4%へ引き上げられることから、米国内で流通される和牛肉価格が大幅に跳ね上がる。更に富裕者層は健康意識が高いことから、脂肪分を多く含む和牛肉 A5 を避ける可能性もあり、今後の米国における和牛肉の市動向が注目される。

本事業は、農林水産省輸出・国際局の委託により、ワシントンコアが実施したものであり、本報告書の内容は農林水産省の見解を示すものではありません。