

alicセミナー

日本産牛肉の米国向け輸出動向と 輸出拡大に向けた取組

2024年8月15日（木）～9月13日（金）

（独）日本貿易振興機構（ジェトロ）
ニューヨーク事務所 岡田卓也

自己紹介



- | | |
|----------|-------------------------|
| 2011年 3月 | 麻布大学 獣医学部 獣医学科 卒業 |
| 4月 | 農林水産省 入省（生産局 畜産部 畜産企画課） |
| 2013年 7月 | 外務省 国際協力局 国別開発協力第三課 |
| 2015年 4月 | 宮崎県 農政水産部 畜産新生推進局 畜産振興課 |
| 2017年 4月 | 農林水産省 生産局 畜産部 畜産企画課 |
| 2019年 4月 | 同 消費・安全局 動物衛生課 |
| 2021年 4月 | 独立行政法人 農畜産業振興機構（alic） |
| 7月 | 独立行政法人 日本貿易振興機構（JETRO） |
| 9月 | 同 ニューヨーク事務所（現職） |

alicセミナー受講にあたっての注意事項

- 本セミナーをお申込みいただいた方以外へのURLの転送はご遠慮ください。
- 録画、録音、資料印刷等の保存行為につきましてはご遠慮ください。
- YouTubeの動画視聴に関する技術的なご質問にはお答えできかねますので、ご了承ください。
- ご登録いただいたアドレスは、alicセミナーの開催以外の目的で利用いたしません。
- セミナー後は、アンケートにご協力をお願いします。
下記URLのアンケートフォームからご回答ください。

<https://www.alic.go.jp/consumer/foods/event.html>

セミナーの流れ

● **01** 米国における牛肉消費動向

● **02** 日本産牛肉の輸入動向

● **03** 日本産牛肉の米国内流通の実態

● **04** 日本産牛肉の販路拡大に向けた課題

● **05** 日本政府・業界による取組

01 米国における牛肉消費動向

米国における牛肉消費動向 ①

米国は牛肉の生産・消費大国。

生産量・消費量ともに世界第1位。
一人当たり年間消費量も25.2キログラムとかなり多い。

鶏肉消費量が増加している中でも
牛肉消費量も維持・やや増加傾向を示すなど、
「牛肉文化」が根付く。

牛肉生産量トップ10 (2023年)

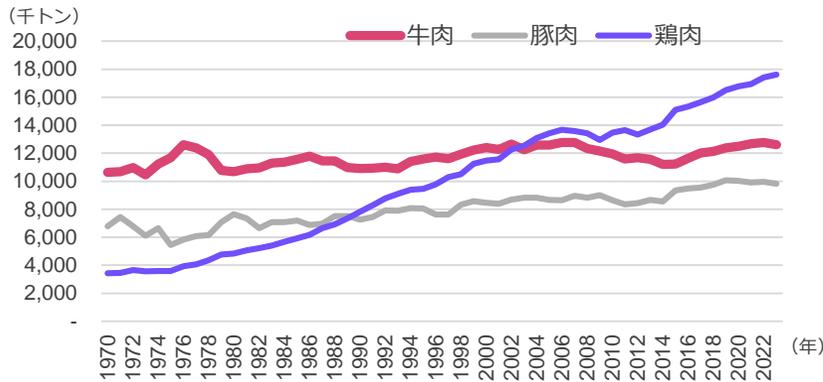
順位	国	生産量 (千トン)
1	米国	12,286
2	ブラジル	10,950
3	中国	7,530
4	EU	6,460
5	インド	4,470
6	アルゼンチン	3,300
7	豪州	2,224
8	メキシコ	2,215
9	ロシア	1,365
10	カナダ	1,326

資料：USDA/FAS「PSD」

牛肉消費量トップ10 (2023年)

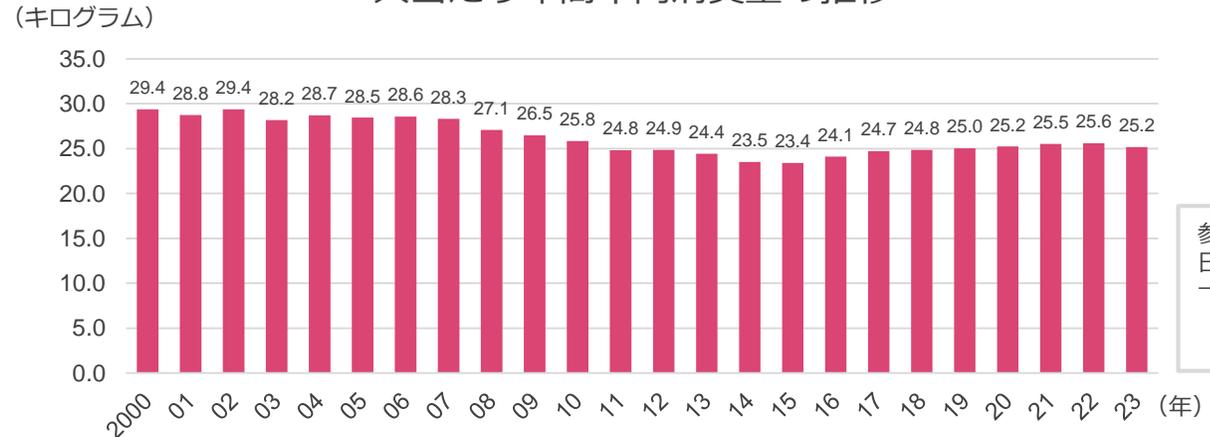
順位	国	生産量 (千トン)
1	米国	12,725
2	中国	11,682
3	ブラジル	8,105
4	EU	6,160
5	インド	2,970
6	メキシコ	2,175
7	アルゼンチン	2,101
8	ロシア	1,582
9	日本	1,225
10	英国	1,185

米国における牛肉・豚肉・鶏肉の消費量の推移



資料：USDA/ERS「Livestock and Meat Domestic Data」

一人当たり年間牛肉消費量の推移



参考：
日本における
一人当たり年間牛肉消費量
▶ 6.2キログラム/人・年

資料：農林水産省

資料：USDA/ERS「Livestock and Meat Domestic Data」

注：骨なし販売重量ベース（枝肉重量に歩留まり率69.8%を乗じた数値）

米国における牛肉消費動向 ②

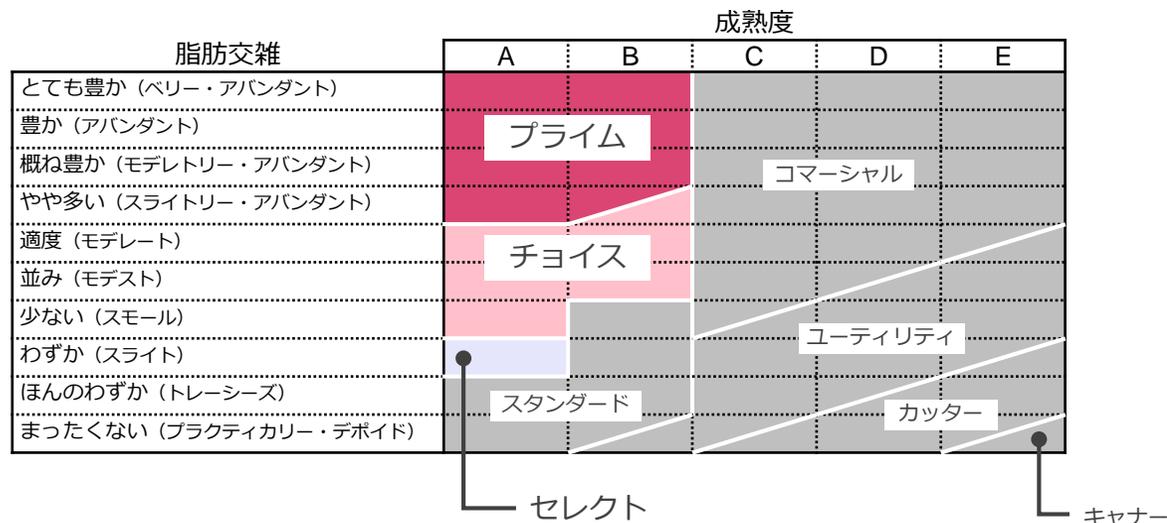
近年、USDA肉質等級で最高等級「プライム」それに続く「チョイス」の生産割合が増加。

その背景には、肉用牛改良の前進だけでなく

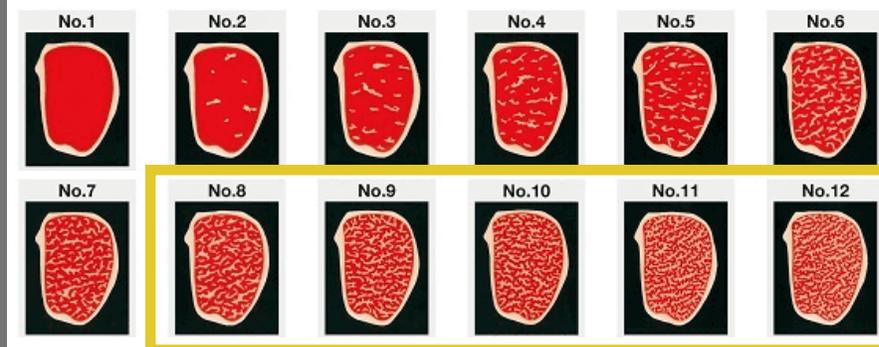
- ・ 高品質の牛肉の需要の増加
 - ・ 高騰級牛肉の販売価格の上昇
- などがある。

食肉業界に精通する調査会社は、高品質でより柔らかく美味しい牛肉には「より多くの支払いを行ってもよい」とする消費者層がいるとして、高級牛肉のターゲット層になると考察。

USDA肉質等級の分類



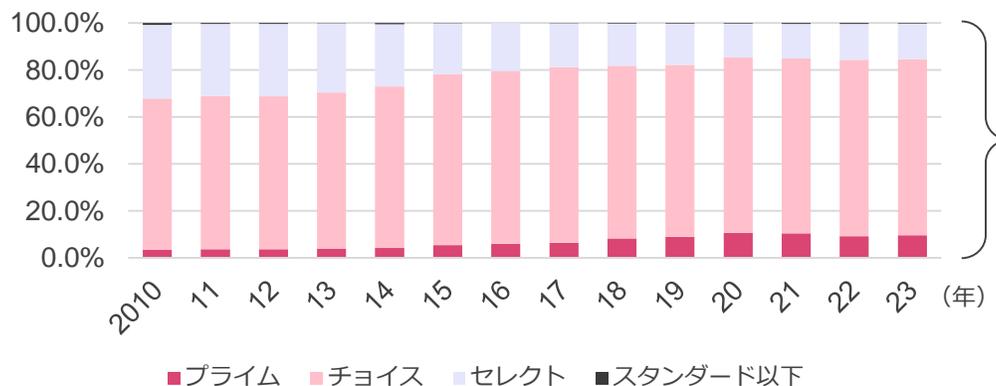
日本における牛肉脂肪交雑基準 (B.M.S. : Beef Marbling Standard)



肉質等級「5」

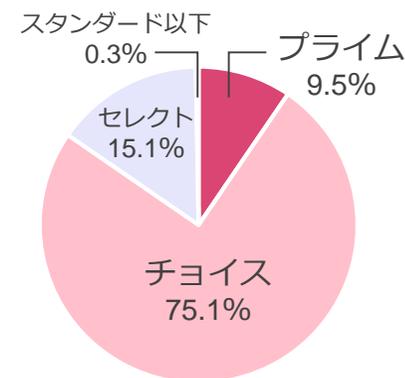
資料：公益社団法人 日本食肉格付協会

USDA肉質等級別の生産割合の推移



資料：USDA/AMS「National Summary of Meats Graded」

【2023年】



米国における牛肉消費動向 ③

米国では、ステーキ、バーベキュー、ハンバーガーによる牛肉の消費が多い。

➤ ステーキによく使われる部位

- ✓ ロイン系部位
 - ・ ストリップロイン
 - ・ リブローズ
 - ・ テンダーロイン
- ✓ 非ロイン系部位
 - ・ 肩ロース (デンバーステーキ)
 - ・ トモサンカク
 - ・ イチボ (ピカーニャ)

➤ バーベキューによく使われる部位

- ✓ 非ロイン系部位
 - ・ ブリスケ

➤ ハンバーガー (パテ) によく使われる部位

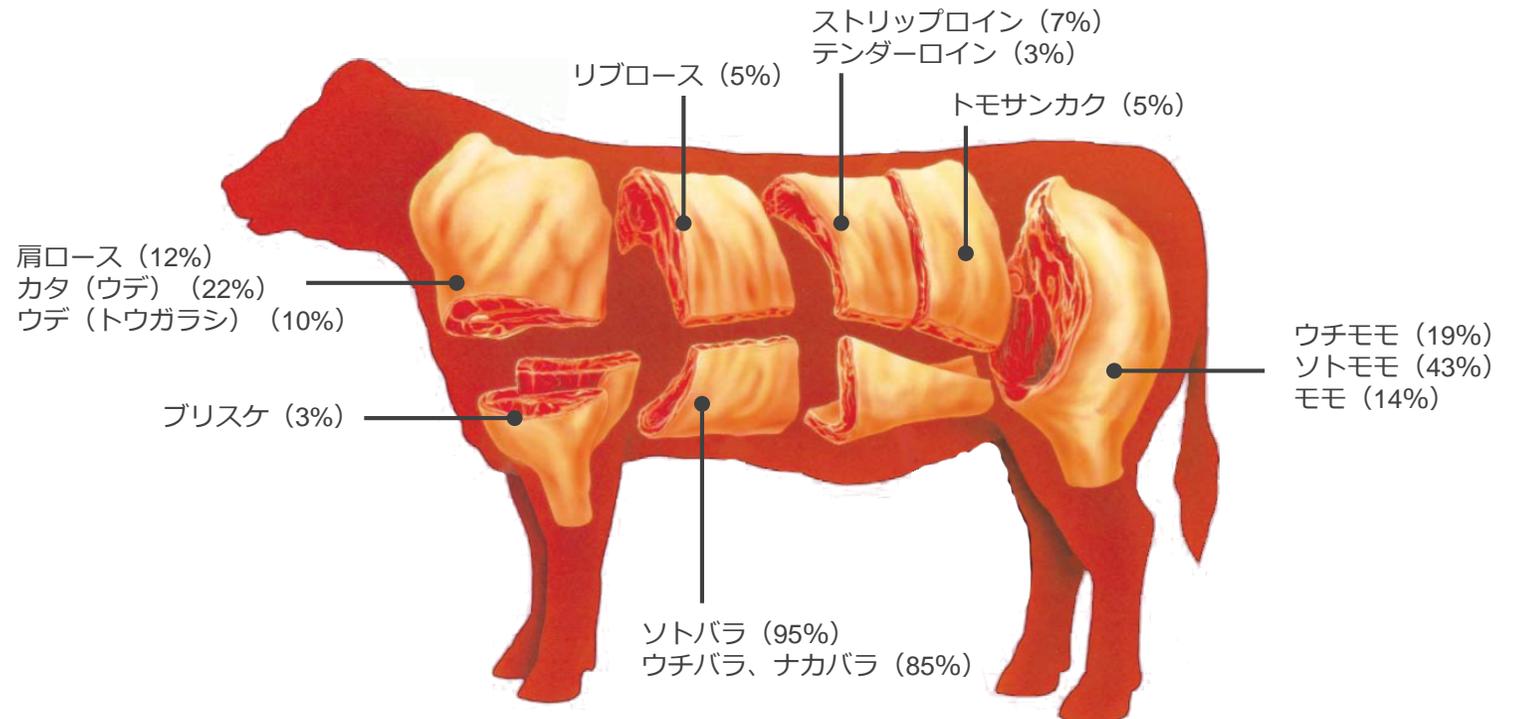
- ✓ 非ロイン系部位
 - ・ 消費が少ない部位をミンチにして使用

※米業界では、牛1頭の価値を高めるためにこのような部位の需要が見られる国に輸出。

➤ 米国内で消費の多い部位

- ✓ ロイン系部位 (ストリップロイン、リブローズ、テンダーロイン)
- ✓ ブリスケ
- ✓ 肩ロース
- ✓ トモサンカク
- ✓ イチボ (ピカーニャ)
- ✓ ウチハラミ

【参考】米国産牛肉の部位別輸出割合 (2022年)



資料 : USMEF

02 日本産牛肉の輸入動向

日本産牛肉の輸入量の推移

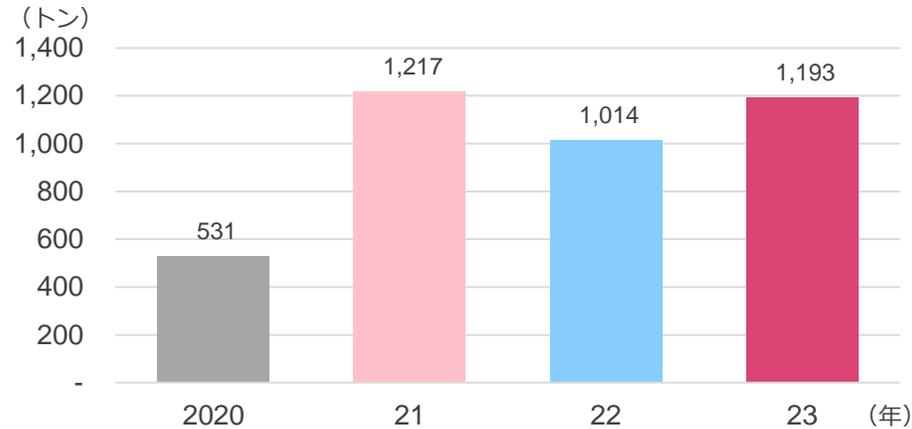
日本産牛肉の輸入量は
2021年から23年まで
概ね1000～1200トンで推移。

過去3年間で大きな増加は見られず。
やや伸び悩みを示している可能性。

ただし・・・
いわゆる「コロナ特需」が見られた2021年を
例外として捉えた場合にはやや増加傾向とも言える。

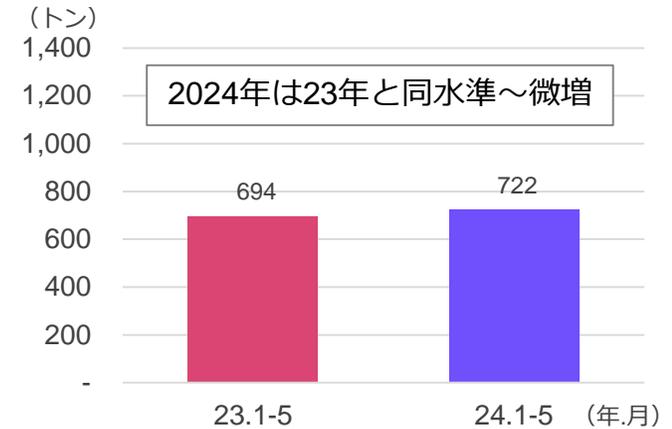
日本産牛肉の月別の輸入量を見ると、
2023、24年と1月から2月に多く輸入し、
3月以降は減少傾向（後述）。

日本産牛肉輸入量の推移（年別）

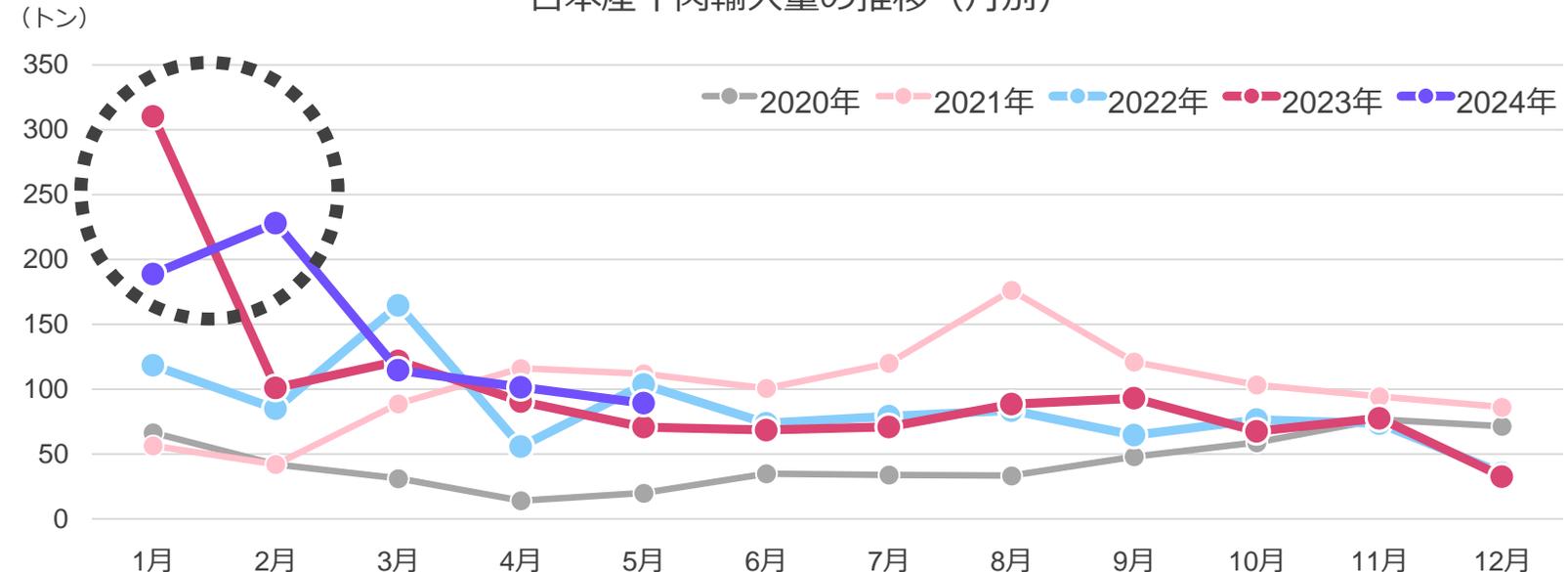


資料：USDA/FAS「GATS」

2023・24年1-5月の累計輸入量



日本産牛肉輸入量の推移（月別）



資料：USDA/FAS「GATS」

日米貿易協定（低関税・複数国枠）

日米貿易協定により、
2019年までの低関税枠200トンから
2020年以降は複数国枠ながらも
低関税枠65,005トンを確認。

一方で、米国は2021年5月から
ブラジル産牛肉の輸入を再開。
圧倒的な量のブラジル産牛肉を輸入。

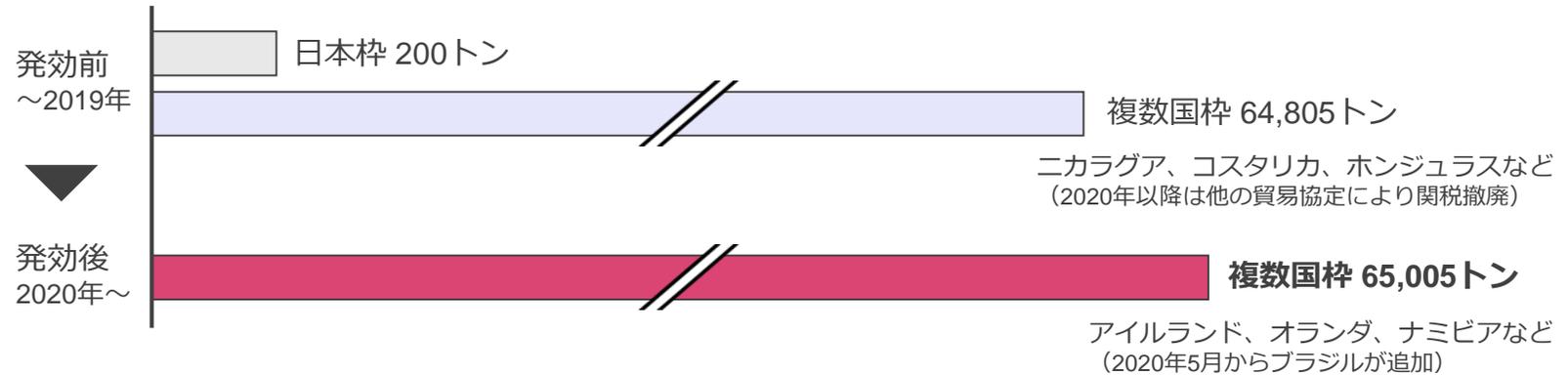
ブラジル産牛肉が
複数国枠の大半を占めるようになり、
2022年以降早期に消化するようになる。

- ・ 2021年：83%（12月17日に消化）
- ・ 2022年：95%（3月28日に消化）
- ・ 2023年：97%（5月2日に消化）
- ・ 2024年：96%（2月27日に消化）

日本産牛肉の低関税対象数量を見ると、
いずれの年も200トンは超えている。

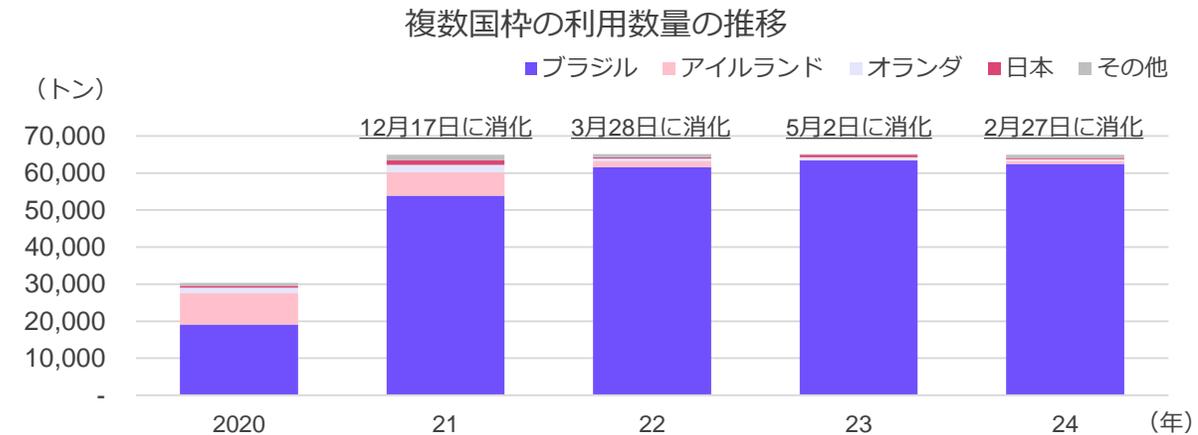
➤ 日米貿易協定において、米国による日本産牛肉の低関税枠について規定。

協定発効前は、日本向けに低関税枠200トン（税率4.4セント/キログラム）が設けられていたが、協定発効後は、複数の国で枠を分け合う複数国枠65,005トン（税率4.4セント/キログラム）が設けられた。



➤ 2020年5月の輸入再開に伴い、ブラジル産牛肉が複数国枠の対象に。

ブラジル産牛肉の輸入は、2016年8月に開始、17年3月に不正問題を受けて輸入停止、20年5月に再開。2021年以降、ブラジル産牛肉の輸入量が大半を占める形で複数国枠を完全に消化。



- 日本産牛肉の低関税対象数量
- ・ 2020年 531トン
 - ・ 2021年 1,204トン
 - ・ 2022年 339トン
 - ・ 2023年 626トン
 - ・ 2024年 402トン

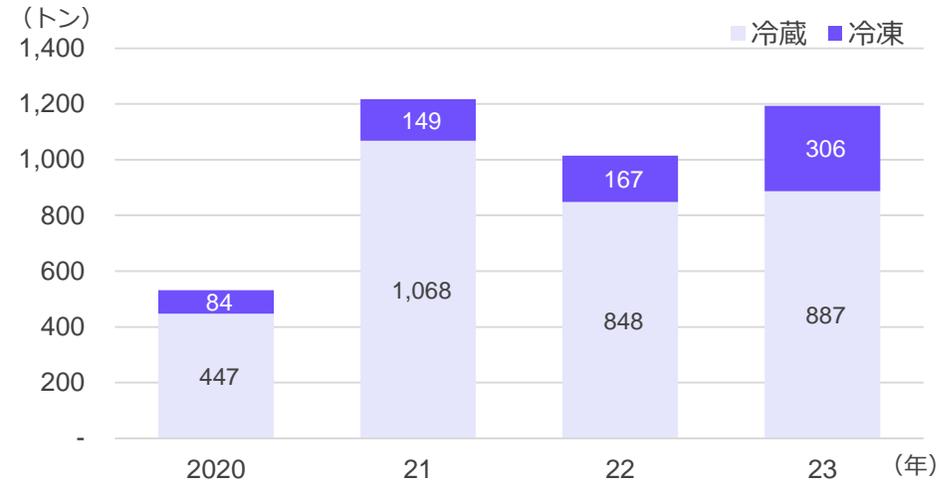
冷蔵・冷凍牛肉の割合

2023年に冷凍牛肉の輸入量が大幅増加。
月別の推移を見ると、
1～3月に冷凍牛肉を大量に輸入。

つまり、低関税枠の早期消化を見込んで、
早期に冷凍牛肉を輸入することで対応。

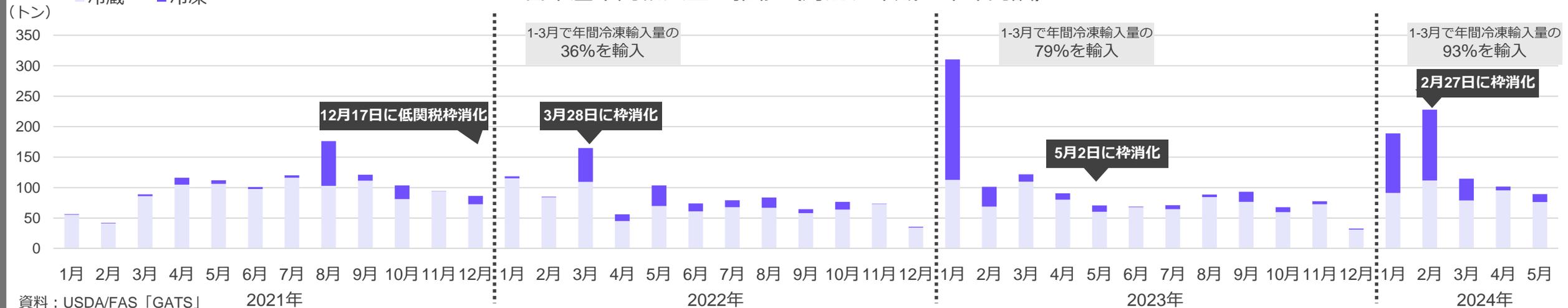
ただし、主なターゲット層である高級レストランなどでは
冷蔵牛肉を求められることから、
冷凍牛肉を販売することには労力がかかる。

日本産牛肉輸入量の推移（冷蔵・冷凍内訳）



資料：USDA/FAS「GATS」

日本産牛肉輸入量の推移（月別、冷蔵・冷凍内訳）



資料：USDA/FAS「GATS」

ロイン系部位・非ロイン系部位の割合

米国ではロイン系部位の消費が多く、
日本産牛肉も輸出の大部分がロイン系部位。

➤ 2023年実績：ロイン系部位 79.4%
非ロイン系部位 20.6%

一方で、
非ロイン系部位の輸出量も徐々に増加。

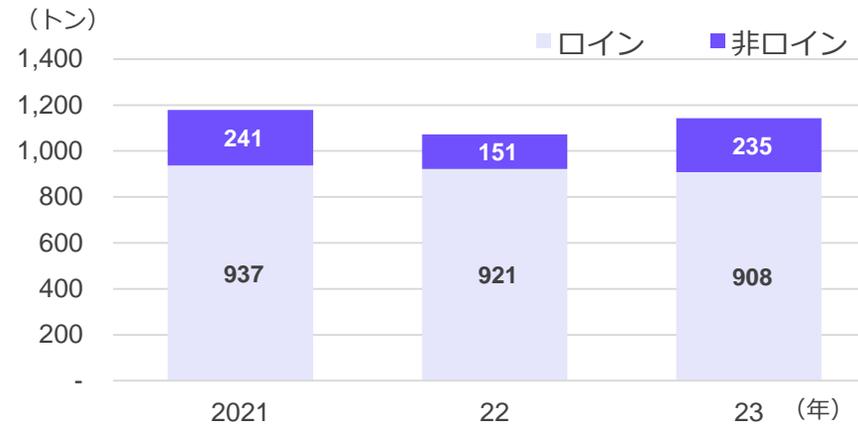
➤ 日本産牛肉のうちロイン系部位の割合
(・2021年 20.5%)
・2022年 14.1%
・2023年 20.6%
・2024年(1-6月) 31.5%

非ロイン系部位としては、
かた、うで、ももの部位が多い傾向。

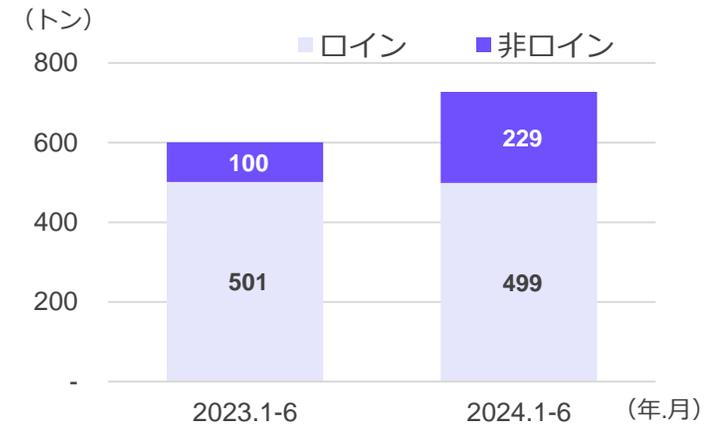
一般的に、
ロイン系部位が牛1頭に占める割合は約14%。
牛1頭の価値を引き上げるためにも
非ロイン系部位の需要創出は重要。

ロイン系部位と非ロイン系部位の「輸出量」の推移

年間 (2021~23年)

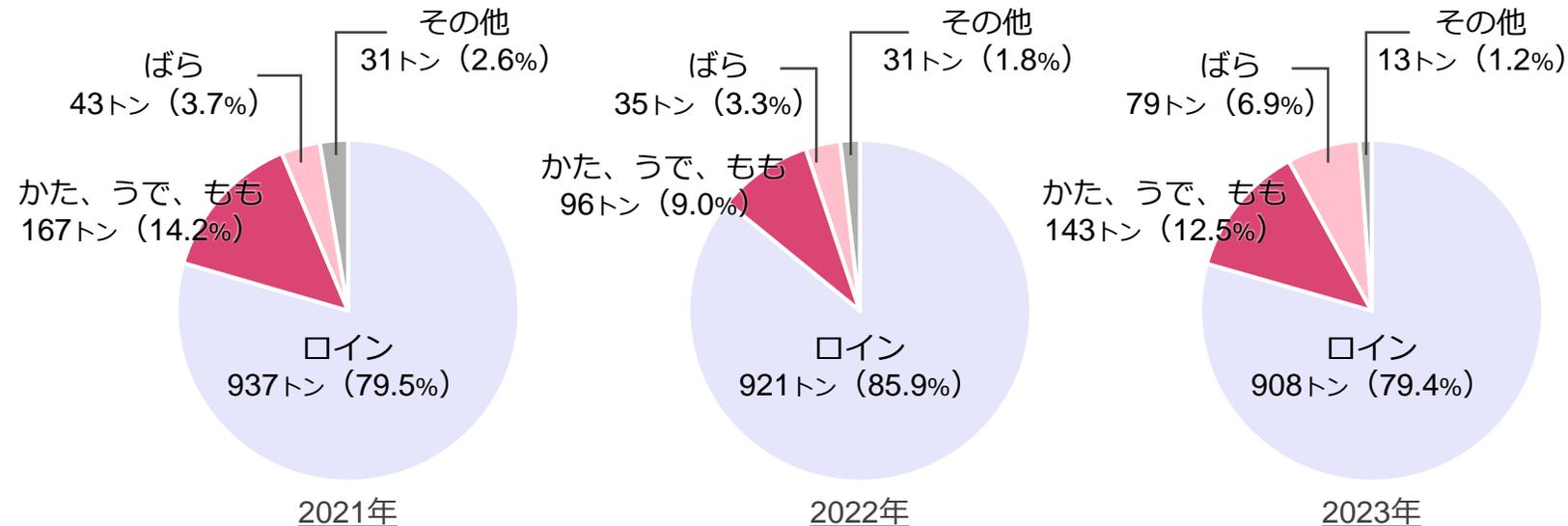


1~6月累計 (2023、24年)



資料：財務省「貿易統計」

ロイン系部位と非ロイン系部位の「輸出量」の割合



資料：財務省「貿易統計」

03 日本産牛肉の米国内流通の実態

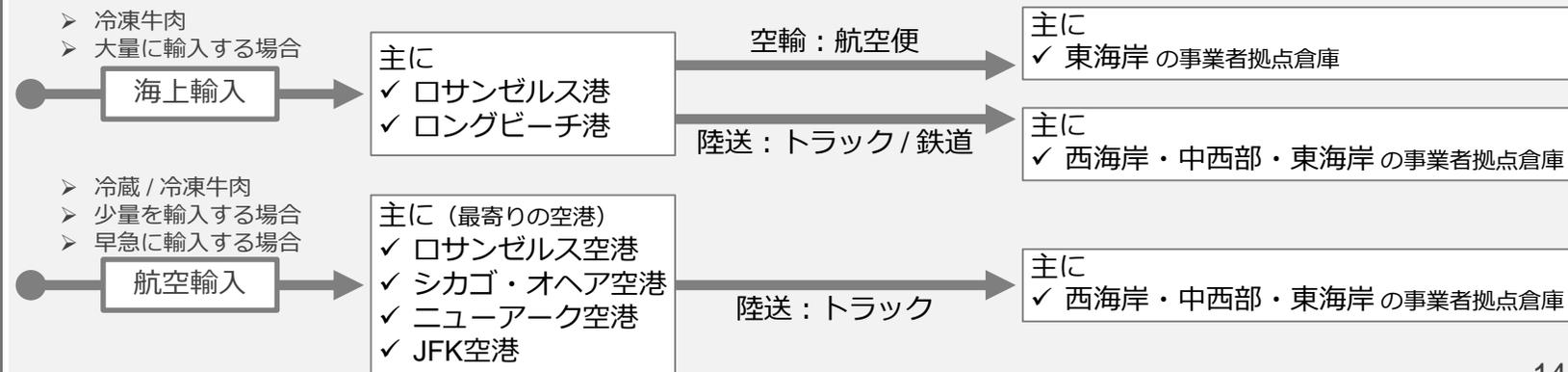
日本産和牛の輸入後の流通経路

海上輸入では、ロサンゼルス港やロングビーチ港など西海岸が主な輸入経路。

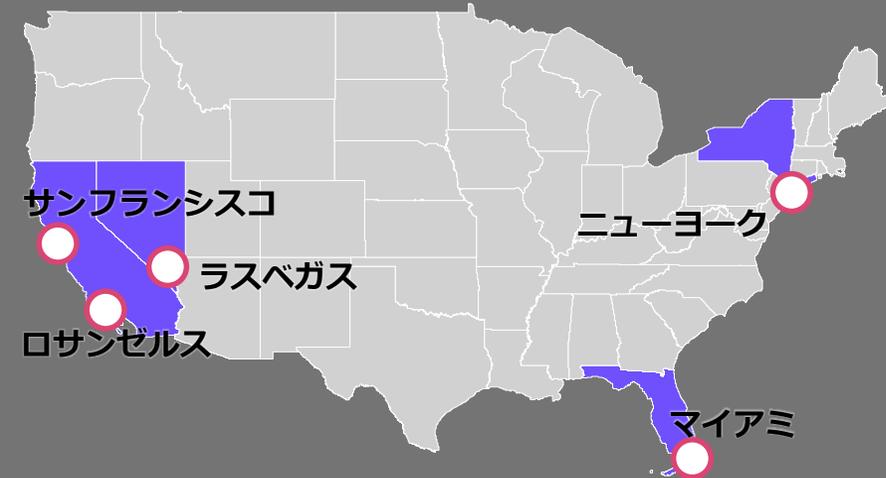
航空輸入では、輸入・卸売事業者が多いロサンゼルス、シカゴ、ニューヨークが主な輸入経路。

東海岸の拠点に輸送する場合であっても、ロサンゼルスから輸入することも多い。

輸入後は、主に陸送によって各拠点へ。急を要する場合には、空輸によって輸送。



米国における日本産和牛の主な消費地



輸入の玄関口でもあるLAやSFに
輸入・卸売事業者が多く集まる。
米国最大都市であるNYにも
輸入・卸売事業者が多い。

流通・消費量が多い都市は、
・ロサンゼルス、サンフランシスコ
・ニューヨーク
・ラスベガス、マイアミ

輸入後の配送の容易性、人口、年収水準、高
価格帯のレストランや小売店等の有無が
主要な消費地を決めている。

▶ ロサンゼルス (カリフォルニア州)

- ✓ カリフォルニア州最大の都市。米国内でもニューヨークに次ぎ2番目に人口が多い。
- ✓ 土地・住宅の価格の高騰等による人口流出もあるが、都市圏人口は増加傾向に回復。
- ✓ 米国最大級の貿易港を有し、世界中の物資の発着点。
- ✓ セレブも多く暮らし、高所得者層が多い。
- ✓ ヒスパニック系が半数近く。アジア系も11.6%と他地域と比べて大きな割合。

▶ サンフランシスコ (カリフォルニア州)

- ✓ ロサンゼルスと並ぶカリフォルニア州の経済や工業の中心地。
- ✓ 市内人口、都市圏人口はそこそこ。広域都市圏人口は米国最大規模。
- ✓ シリコンバレーに隣接しIT産業などの経済活動が活発。年収水準は最高水準。
- ✓ 観光地としての評価も非常に高く、米国内外から人気都市の上位にランクイン。
- ✓ 米国最大の中国系コミュニティを有し、アジア系が34.5%を占める。

▶ ニューヨーク (ニューヨーク州)

- ✓ 米国最大の人口を擁する都市。世界有数の巨大経済都市。
- ✓ 物価や家賃の高騰による人口流出もあるが、移民受け入れもあり直近はやや増加傾向。
- ✓ ビジネスの中心地として、あらゆる分野で米国内外への大きな影響力を有する。
- ✓ 世界有数の巨大経済都市。富裕層が最も多く住む都市として世界1位。
- ✓ 「人種のるつぼ」「人種のサラダボウル」と呼ばれるように多様な人種で構成。

▶ ラスベガス (ネバダ州)

- ✓ ネバダ州最大の都市。西海岸から比較的近距离（車でも4時間）。
- ✓ カジノ、高級レストラン、ナイトライフで知られる世界的リゾート都市。
- ✓ 観光地として人気の国立公園へのツアーの拠点でもあり、観光客が通年訪問。
- ✓ 家族連れや定年退職後の居住地としても人気が高まっている。
- ✓ 年収水準は比較的高い程度。

▶ マイアミ (フロリダ州)

- ✓ フロリダ州主要都市。近年、NYやSFなどの大都市からの富裕層の移住が増加。
- ✓ 市内人口は伸び悩んでいるが、都市圏人口は600万人にも上り、全米でも上位。
- ✓ マイアミ市は商工業都市だが近接するマイアミビーチ市は富裕層の別荘地。
- ✓ 米国内外からの観光地として人気。
- ✓ ヒスパニック系が72.3%と多く、食文化も色濃く根付く。

日本産牛肉の輸入玄関口
人口も多く年収水準も高い
アジア系が多い

巨大経済都市
人口も多く年収水準も高い
多文化が入り混じる

西海岸から近い
世界的リゾート都市
観光客向け高級レストラン

世界的リゾート都市
観光客向け高級レストラン
富裕層の別荘地

日本産和牛の主な流通形態

日本産和牛の輸入量の90%以上を
日系輸入・卸売事業者が占めると推察。

最近では日系輸入・卸売事業者から
米系食品 / 食肉卸への
アプローチが増えている印象。

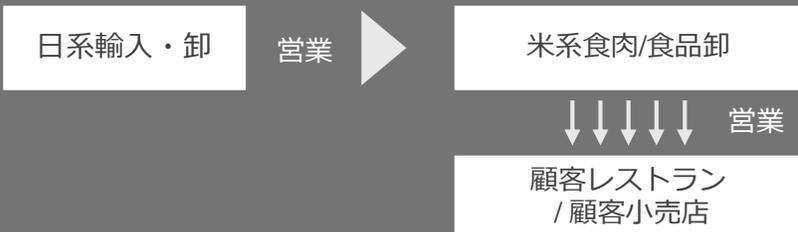
販路拡大の手段



最も主流な営業方法。直接的に正確な知識に基づく営業が可能。
成約可能性も高いが非効率的。



ブローカーが存在するなど商流の構築は容易でない。時間を要する上、不確実。これまでに属人的に商流を構築したケースあり。



米系食肉/食品卸の顧客への商流構築が可能であり効率的。
米系食肉/食品卸向けの教育が必要。

主なプレイヤー

(輸入・卸)

- ✓ 日系輸入・卸
 - ・日本国内に本社を置く食肉大手の関連企業
 - ・独自に米国に本社を置く食肉輸入企業
- ✓ 非日系輸入・卸
 - ・米系卸大手のグループ企業
 - ・米系食肉輸入企業 等

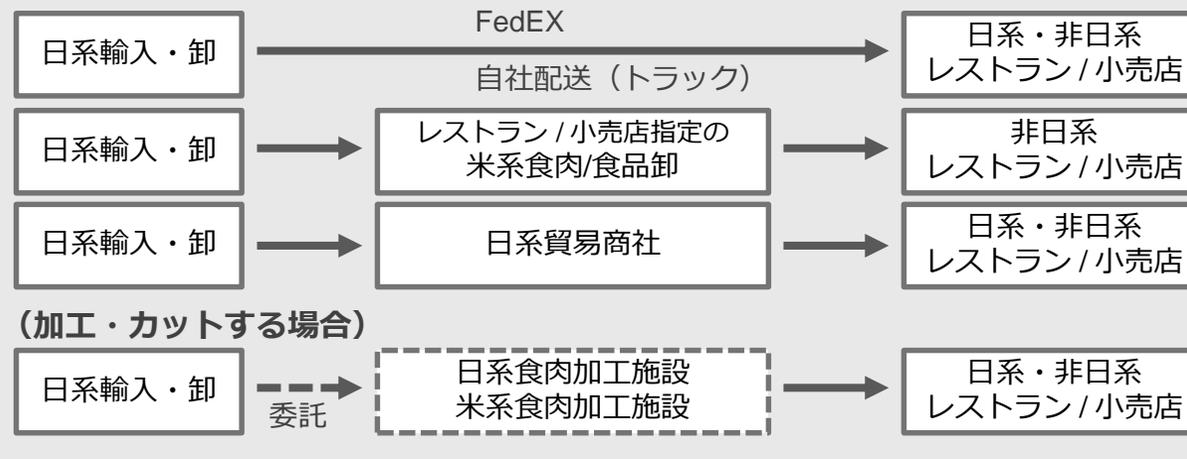
(レストラン)

- ✓ 高級日本食レストラン
- ✓ 寿司店
- ✓ 焼肉店 / 韓国式焼肉店
- ✓ ステーキハウス
- ✓ 高級洋食店

(小売店)

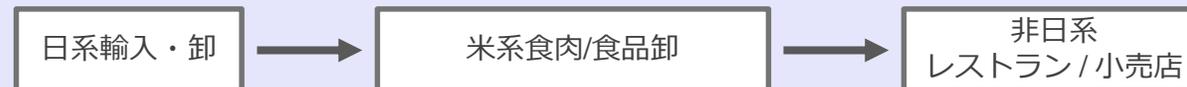
- ✓ 日系スーパーマーケット
- ✓ 高級米系スーパーマーケット
- ✓ 米系倉庫型スーパーマーケット
- ✓ 精肉店
- ✓ ECサイト

主流の流通形態



増加している流通形態

上記の流通形態に加え、日系輸入・卸から米系食肉/食品卸へのアプローチ
またはその逆のアプローチによって、米系食肉/食品卸への販売が増加傾向。



米国における日本産和牛等の価格帯

日本産和牛のロイン系部位の小売価格は
191.37米ドル/ポンド (6,474円/100グラム)

非ロイン系部位の小売価格も
113.43米ドル/ポンド (3,837円/100グラム)
とかなり高価格帯。

USDAプライム等級の5倍近く、
他国産Wagyuの2.5倍以上の価格帯。

小売事業者からは、
「日本産和牛にはそれだけの価値がある」との声。

米国内のステーキハウスにおける
日本産和牛のメニュー価格も
472.31米ドル/ポンド (15,977円/100グラム)
とかなりの高価格帯。

このような高価格帯になる背景には、
✓ 在庫リスクを踏まえた価格設定
✓ 実際の歩留まりから単価の上昇
✓ インフレによる経営コスト増を踏まえた価格設定
などがあるという。

日本産和牛等の小売平均価格

牛肉の種類	ロイン系部位		非ロイン系部位		調査対象数
	米ドル/ポンド	円/100グラム	米ドル/ポンド	円/100グラム	
日本産和牛	191.37	6,474	113.43	3,837	ロイン系部位115製品 非ロイン系部位28製品
豪州産Wagyu	74.98	2,516	42.21	1,428	ロイン系部位18製品 非ロイン系部位16製品
米国産Wagyu	74.39	2,536	30.75	1,040	ロイン系部位117製品 非ロイン系部位129製品
USDAプライム等級	39.82	1,479	23.27	650	ロイン系部位138製品 非ロイン系部位54製品

資料：ジェットロNY調べ（調査期間：2023年2月～24年7月）

注1：16都市・56店舗を調査。

注2：1米ドル=153.44円（三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「月末・月中平均為替相場」の2024年7月末TTS相場）。

日本産和牛等のステーキ平均価格

牛肉の種類	ロイン系部位		調査対象数
	米ドル/ポンド	円/100グラム	
日本産和牛	472.31	15,977	20メニュー
豪州産Wagyu	100.98	3,416	6メニュー
米国産Wagyu	124.42	4,209	13メニュー
USDAプライム等級	77.21	2,612	19メニュー

資料：ジェットロNY調べ（調査期間：2023年2月～24年7月）

注1：ステーキハウス10店舗のオンライン調査。

注2：1米ドル=153.44円（三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「月末・月中平均為替相場」の2024年7月末TTS相場）。

04 日本産牛肉の販路拡大に向けた課題

現状と課題解決に向けた考え方

全体として見ると、
主要消費地では需要が伸び悩む。

ロイン系部位の価格帯がターゲット層をかなり制限している状況。

そのため、
①新たな消費地の開拓
②非ロイン系部位の需要創出
に取り組むことが大事。

➤現状

主要消費地における日本産和牛の需要の伸び悩み

- ✓ 日本政府、都道府県、業界等によって、LA、SF、NYといった主要消費地でプロモーションを実施してきた結果、日本産和牛の輸入量が増加。
- ✓ しかしながら、直近では日本産和牛同士で競合するなど、当初のような伸びは見られず。

ロイン系部位が高値過ぎるため事業者や消費者の購入意欲が高まらない

- ✓ 高級牛肉を取り扱う外食・小売事業者からも「日本産和牛は高価過ぎて手に余る」との声。
- ✓ 消費者は、ホリデーシーズン、誕生日、記念日などの「特別な日」に高級牛肉を消費する傾向にあるものの、その中でも高価格帯の日本産和牛はターゲット層が限定的。



➤現状を打破するために必要な考え方

01 新たな消費地の開拓

- ✓ 日本産和牛の流通量が多いと推察される地域以外に新たな消費地を開拓。
- ✓ パンデミック後の人口動態等も踏まえ、
 - ・人口の多い（市場規模が大きい）地域
 - ・高所得層や高級レストランが多い地域
 - ・観光客が多い地域
 - ・和牛に関心を持つ食肉卸がいる地域がターゲットになり得る地域。

02 非ロイン系部位の需要創出

- ✓ 日本産和牛の価格に幅を持たせ、事業者や消費者に価格帯の選択肢を付与。
- ✓ 非ロイン系部位を取り扱うアジア系・ヒスパニック系事業者が重要なターゲットとなり得る。
- ✓ 一方で、非ロイン系部位を取り扱いづらい米系事業者への普及も模索する必要。

新たな消費地の開拓

主要消費地には一定の流通量がみられ、
更なる輸入量増加のためには、
新たな消費地を開拓する必要あり。

主要消費地以外でも高級牛肉を取り扱う事業者が増加しており、
日本産和牛にも十分に機会があると推察。

新たな消費地を開拓するためには、
地域に根付いた米系食品 / 食肉卸への
アプローチが必要。

高価格帯でありリスクを伴う日本産和牛を取り扱ってもらうためには、
利益の出し方なども含め理解醸成が必要。

➤現状

主要消費地における動向

- ✓ LA、SF、NY等の主要消費地では、「Japanese Wagyu」「A5 Wagyu」として日本産和牛の認知度が向上。日本産和牛を取り扱う日本食レストラン、ステーキハウス、その他の高級レストランが増加。
- ✓ 主な輸入・卸売事業者の拠点は主要消費地に多く、日本産和牛同士で競合するなど新規開拓が容易ではない状況。

主要消費地以外における動向

- ✓ 主要消費地以外において、他国産Wagyuなどの高級牛肉の取扱いが増加している都市もあり、日本産和牛に興味を持つ事業者が増えている都市も見受けられる状況。
- ✓ 一方で、主な輸入・卸売事業者の配送網が主要消費地に充実しており、他の地域に進出するに当たっては配送の課題もある。
- ✓ また、外食・小売事業者には決まった食品・食肉卸と既に提携している事業者が多い。輸入・卸売事業者にとっても新たな消費地の開拓には経営リスクも付随。

➤必要な対応

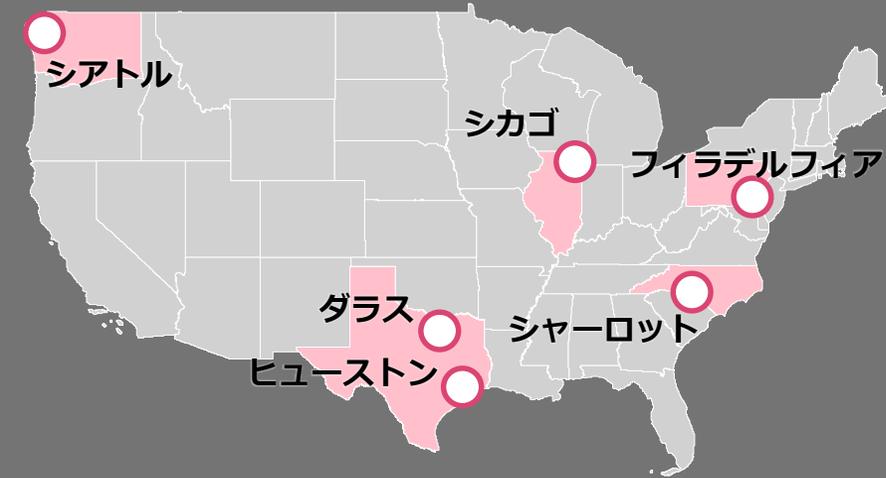
01 米系卸売事業との関係構築

- ✓ 新たな地域で顧客（外食・小売事業者）を獲得するためには、地域に根付いた米系卸売事業者との提携や関係強化が不可欠。
- ✓ 米系卸売事業者が自身の顧客（外食・小売事業者）に対して、日本産和牛を販売するための営業活動を行えるような教育が必要。

02 商売目線でのアプローチ

- ✓ 米系卸売事業者に日本産和牛を扱ってもらうためには「日本産和牛の美味しさ・素晴らしさ」のみでなく、「日本産和牛＝儲かる商材」であることを伝える必要。
- ✓ ロイン系部位のみでなく、同時に非ロイン系部位を紹介することで、事業者の選択肢と消費の裾野を広げることが重要。

新たな消費地の例



主要消費地以外にも
機運が高まっている都市がある。

人口、年収水準、高級牛肉を扱う外食・小売
事業者の有無等を踏まえて、
新たな消費地を開拓することが必要。

例示した地域以外にもポテンシャルを
秘めた都市が複数存在。

▶ ヒューストン/ダラス (テキサス州)

- ✓ ヒューストンがテキサス州最大、ダラスは同州3番目の都市。
- ✓ ヒューストン・ダラス・オースティンの三大都市で形成される「テキサス・トライアングル」へ富裕層が流入。富裕層の別荘購入が多いが、今では定住者も増加。
- ✓ 多種多様な民族や宗教を持つ人々が居住。地理的にもその多くが中南米系。
- ✓ 南部名物のバーベキューも有名であり、食肉文化が根付く。

人口が多い
富裕層の流入
高級牛肉を扱う食肉事業者

▶ フィラデルフィア (ペンシルベニア州)

- ✓ ペンシルベニア州最大、東海岸で2番目を誇る大都市。
- ✓ 多くの観光スポットがあり、NYから車で2時間、ワシントンD.C.から車で2.5時間と立地に恵まれ、多くの人々が往来。
- ✓ 繁華街では受賞歴を誇る有名シェフが集まり、美食を堪能できる場所としても有名。
- ✓ 年収水準は高くないが、貧富の差も大きいと言われ、高級住宅街も存在。

人口が多い
立地に恵まれた観光地
有名シェフも多い

▶ シカゴ (イリノイ州)

- ✓ イリノイ州最大の都市。米国内でもNY、LAに次ぎ3番目に人口が多い。
- ✓ 鉄道・航空・水運などの交通・物流の中心地として発展した物流のハブ。
- ✓ 米国内に広く流通網を持つ有力な米系食肉卸が拠点を置く。また、日系輸入・卸も拠点有する。
- ✓ 年収水準はかなり高く、北部には高級住宅街が集中。

米国最大規模の都市
物流のハブで配送網が発達
有力事業者が多い

▶ シャーロット (ノースカロライナ州)

- ✓ ノースカロライナ州最大の都市。
- ✓ 州内には名門大学が多く、シャーロットは優秀な学生の金融業界の就職地域として注目。一方で、高齢者向け施設も充実し、リタイア後の居住地域としても人気。
- ✓ 白人系が39.7%、アフリカ系が34.7%と続くが、移住者には白人系が多い。
- ✓ 南部名物のバーベキューも有名であり、高級牛肉を扱う事業者も比較的多い。

人口が比較的多い
高齢・高所得層の流入
高級牛肉を扱う食肉事業者

▶ シアトル (ワシントン州)

- ✓ ワシントン州最大かつ米国北西部最大の都市。米国の主要貿易港であるシアトル港やタコマ港に隣接。
- ✓ 西海岸のLAやSFと比較して生活費を抑えやすく、IT系人材などの移住が増加。
- ✓ 航空・宇宙産業やIT産業などの世界的な有名企業も多く拠点を有し、年収水準はかなり高く、高所得層が20%程度居住。
- ✓ 日系コミュニティの形成の歴史も古く、多くの日本人労働者が移住した経緯あり。

日本産牛肉の輸入窓口
富裕層が多い
アジア系・日系が多い

非ロイン系部位の需要創出

かなりの高価格帯のロイン系部位には二の足を踏む事業者や消費者に対して、値ごろ感のある非ロイン系部位の需要を創出することがターゲット層の拡大につながる。

非ロイン系部位の取扱量増加に向けて、

- ・非ロイン系部位の認知度の向上
- ・米系事業者の取扱技術の向上
- ・調理方法の普及

など根気強い教育・普及活動が必要。

それとともに、非ロイン系部位の取扱いがあり、販売機会を得やすいアジア系レストランへのアプローチも必要。

➤現状

米国では非ロイン系部位を使用する頻度が少ない

- ✓ 米国人では「美味しい牛肉＝ロイン系部位」が一般常識。非ロイン系部位は脂肪交雑が少なく比較的硬い部位であるとの認識。
- ✓ 非ロイン系部位を扱う事業者は日本食レストランや焼肉店 / 韓国式焼肉店等に限定的な傾向。
- ✓ 小売事業者においても非ロイン系部位を見たことがない事業者が多い。

非ロイン系部位を取り扱うための技術不足

- ✓ 取扱い経験が乏しいこともあり、カッティング技術の不足と調理方法等の知識が不足。知識・技術を身に付けなければ、歩留まりも大きく変わってくるため、利益につなげづらい。
- ✓ 日本産和牛に関する一般的知識、商材としての価値の認識などの営業知識（利益の出し方、高級商材を扱うリスクと回避、各ブロック・部位の売り方と調理方法など）が不足。。

➤現状を打破するために必要な考え方

01 根気強い教育・普及活動

- ✓ 非ロイン系部位に対する印象を変えていく必要。実際の非ロイン系部位の美味しさや柔らかさの認知度を向上しなければならない。
- ✓ ロイン系部位のカッティング技術と調理方法を普及する必要。
- ✓ 新たに取り扱う事業者に生じるリスクも踏まえた商売目線に立ったプロモーションが必要。

02 アジア系も重要なターゲット

- ✓ 根気強く米系事業者に対する教育・普及活動に取り組むとともに、比較的需要を創出しやすい焼肉店 / 韓国式焼肉店、火鍋等のアジア系レストランへの販路の拡大も必要。
- ✓ 特に、焼肉店 / 韓国式焼肉店においては、多くの部位が使われることから販売機会を得やすい。

05 日本政府・業界による取組

【米国PF】シェフ養成機関への和牛コース設置 ①

シェフ等養成機関と連携した教育で シェフ・ブッチャーの意識改革を狙う

01 日本産和牛の非ロイン系部位を 生徒にとって馴染みのある食材に

生徒の段階から日本産和牛の非ロイン系部位に触れてもらうことで「身近な高級食材」として啓発。

02 地域のシェフ・ブッチャーの参加を促し 即効性も期待

教員のシェフネットワークを駆使して、現役のシェフ・ブッチャーの参加を募ることで、地域への普及を図る。

03 日本産和牛の非ロイン系部位を扱う 教育環境を整備

養成機関側の知識・技術の強化にもつながら、関係構築・維持により日本産和牛の教育機能を持続。

04 産地・業界を巻き込み より深みのある経験を供与

日本側の産地・業界と連携することで、より専門的な知見を付与するとともに、商流構築にも寄与。

調理学専攻を有する大学として有名なドレクセル大学に「和牛コース」を設置する試み。

主な狙いは・・・

- ✓ 日本産和牛に関する知識やカット・調理技術の教育環境を整備すること
- ✓ 日本産和牛をシェフ・食品業界関係者の卵である生徒にとって馴染みのある食材にすること
- ✓ NY以外の都市フィラデルフィアで日本産和牛の認知度を向上させて根付かせること

➤ ドレクセル大学（マサチューセッツ州フィラデルフィア）

① 歴史・概要

1891年、前身機関であるドレクセル芸術・科学・産業研究所が設立。現在では全米屈指の体験型教育プログラムを持つ総合研究大学として確立。

② 調理学・科学専攻

調理学専攻課程では、調理技術だけでなく、その科学、歴史、文化、政治、経済についても深く探求。卒業生は、シェフ、研究シェフ、パティシエ、製品開発者などの食品業界で活躍。



➤ 2023年度の取組

2023年10月～11月の約1カ月の間に、計6コマの講義・実習を開催。【学生・シェフら32人受講】

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| ① 和牛の基礎・産地や銘柄・他国産Wagyuとの違い | ② 和牛の栄養成分・調理技術 |
| ③ 冷解凍技術・和牛の部位・カッティング技術の基礎 | ④ 非ロイン系部位（肩ロース・ウデ・モモ）カット技術 |
| ⑤ 調理実習・レシピ開発 | ⑥ 開発レシピ試食会・修了証交付 |

➤ 2024年度の取組（一部予定）

① 大学同窓生ディナーイベントにおけるプロモーション【2024年5月】

- ✓ 卒業生シェフ等に和牛コースへの参加を呼びかけ。
- ✓ 2023年度を受講生の代表（学生・シェフ）によるプレゼン及び試食メニューの提供などのアウトプットの場を設定。

② 短期集中講座への変更【2024年10～11月】

- ✓ 地域のシェフによる参加を一層促すべく期間を縮減。一日当たりの時間を延ばすことで、内容を削減せずに実施。

【米国PF】 シェフ養成機関への和牛コース設置 ②



【米国PF】 商売目線と牛教育活動プログラム ①

米系食肉卸と連携した商売目線の教育で 新たな消費地における商流開拓を狙う

01 商売目線に立ったセミナーにすることで 日本産和牛を魅力的な商材に

日本産和牛の美味しさやその背景のみ説明するのではなく、「儲かる食材」であることを啓発。

02 連携したプロモーションを実施することで 米系食肉卸の知識・技術も向上

セミナー受講側のレストラン・精肉店だけでなく、セミナー提供側である米系食肉卸にとっても営業活動に要する知識・技術の向上の場に。

03 地域のレストラン・精肉店の参加を促し 新たな消費地としての機運醸成

米系食肉卸の人脈を用いることで、レストラン・精肉店関係者など幅広く参加を募集。新たな消費地における商流構築を図る。

04 輸入事業者と連携し 効率的な営業活動のモデル構築

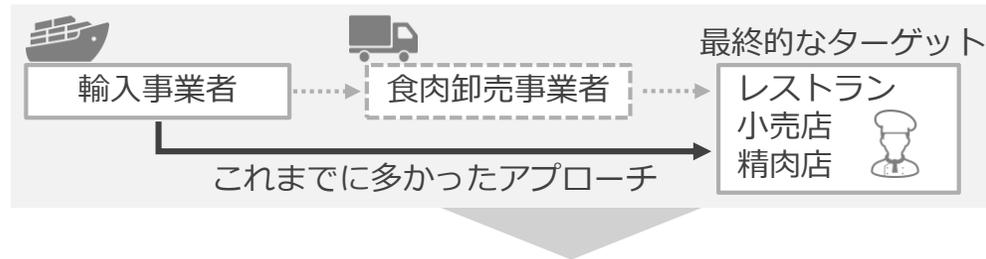
新たな消費地で商流を拡大するためには、輸入事業者が直接エンドユーザーにアプローチするのではなく、既存の流通網を有する米系食肉卸への販売を増やすことが効率的。

米系食肉卸事業者と連携し、新たな消費地の開拓に向けた商売目線の教育セミナーを開催。

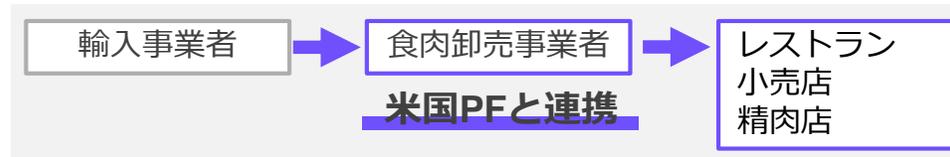
主な狙いは・・・

- ✓ 米系食肉卸の日本産和牛に関する知識・技術の向上と商流の拡大
- ✓ レストラン・精肉店の日本産和牛に関する知識・技術の向上と商流の構築
- ✓ 新たな消費地において日本産和牛の認知度を向上させて根付かせること

➤ サプライチェーンの川上のプレイヤーを巻き込んだ教育活動



- ✓ 日本産和牛に関心を有する川上の事業者と連携することで、当該事業者が有する顧客へのアプローチが可能。
- ✓ 既存の流通網に乗せることが可能であるため、効率的な商流構築が可能。
- ✓ 新たな地域において、一つの成功事例を作ることで、それを見習う食肉卸売事業者が増えていくことを期待。



➤ セミナー内容

- ✓ **講義**
日本産和牛の基礎、格付け、他国産Wagyuとの違い、ロイン系とロイン系以外の部位の魅力の講義
- ✓ **カットティング・デモンストレーション**
カットティングが難しいロイン系以外の部位のカット技術に関する説明
- ✓ **試食・レシピ紹介**
ロイン系部位とロイン系以外の部位の食べ比べ
協カシェフによるレシピ紹介・試食
- ✓ **商談会**
日本産和牛に興味を抱いたレストランや精肉店との商談会

【米国PF】 商売目線和牛教育活動プログラム ②



【米国PF】 Annual Meat Conference 和牛ブース出展 ①

米系商流に入り込むべく 食肉事業者が集う場でプレゼンス向上を狙う

01 食肉事業者が一堂に会する場で 和牛の認知度・注目度を向上

米国食肉市場における認知度・注目度を上げるための広報として絶好の機会として捉え、日本産和牛のプレゼンスを向上。

02 専門的知見を発信することで 非ロイン系部位の理解を醸成

日本産和牛の生産ストーリーの発信、非ロイン系部位のカット・調理方法の説明、歩留まりやコスト計算等の考え方などの紹介。

03 試食提供を行うことで 非ロイン系部位の需要を創出

非ロイン系部位の美味しさと品質の説明、複数のロイン系部位の紹介を通じて、非ロイン系部位のネガティブな印象を払拭。

04 ブース出展を通じて 食肉業界・事業者との関係を構築

あらゆる場面で米国食肉業界や食肉事業者と連携を模索すべく、和牛ブースの出展を通じて、事業者・関係者との関係を構築。

米国食肉業界団体・小売業界団体が主催する会合（食肉展示会）に和牛ブースを出展。

主な狙いは・・・

- ✓ 食肉関係事業者が一堂に介する場でのプロモーションによる和牛のプレゼンスの向上
- ✓ 食肉卸、外食・小売事業者との商談に繋げること
- ✓ 食肉関係事業者への教育・普及活動の実施と関係構築

➤ Annual Meat Conferenceの内容

- ✓ **主催者**
北米食肉協会（NAMI） / 主要食肉業界団体、食品産業協会（FMI） / 主要小売業界団体
- ✓ **開催期間**
例年3月中下旬に開催（2024年は3月18日～20日、2025年は3月25日～27日予定）
- ✓ **開催場所**
年ごとに変更（2024年はテネシー州ナッシュビル、2025年はフロリダ州オーランド予定）
- ✓ **内容**
業界関係者によるセッション（食肉需給、消費者動向、規制、業界の課題に関するステージセッション）
食肉展示会（米国内外の食肉業界団体、食肉企業、政府系機関等による食肉製品等のブースの出展）

➤ 主な出展者

- ✓ **米国食肉大手**
JBS USA、Tyson Foods、National Beef Packing、Cargill、American Foods Group、Creekstone Farms、Agri Beef 等
- ✓ **高級志向牛肉**
Certified Angus Beef、Certified Piedmontese Beef 等
- ✓ **米国産Wagyu**
Meyer、Snake River Farms（Agri Beef）、IMPERIAL American Wagyu Beef 等
- ✓ **米国外企業等**
Trusted Veal from Europe（オランダ産仔牛肉）、Bord BIA（アイルランド産牛肉）、AHDB（英国産食肉）
Uruguay Meats（ウルグアイ産牛肉・ラム肉）

【米国PF】 Annual Meat Conference 和牛ブース出展 ②



【米国PF】和牛フェス@タイムズスクエア ①

米系事業者と連携し 日米事業者みなで和牛の機運醸成を狙う

世界への情報発信地と称される

01 タイムズスクエアでの開催

多大な宣伝効果を期待できるタイムズスクエアにおける和牛フェスの開催を後押し。

米系事業者と日系事業者がペアとなる

02 日米事業者連携ブースの出店支援

日米事業者が連携したブースで和牛メニューを提供することで、多様な人種・年齢層の一般消費者向けに深く入り込むことを期待。

米系事業者が「出店する側」に立つことで

03 米系事業者の主体性を育成

米系事業者に「和牛を売り込む」主体性を持ってもらうことで、和牛の米系商流構築・拡大に向けた機運を高める。

影響力のある政治家を招待し

04 日本のプレゼンスを向上

和牛及び和牛イベントの集客力を紹介することを通じて、日本のプレゼンスの再認識・向上を図る。

NYタイムズスクエアにおける和牛フェスを開催。

主な狙いは・・・

- ✓ 大きな宣伝効果を見込むタイムズスクエアにおけるプロモーションによる日本産和牛の認知度向上
- ✓ 日系事業者だけでなく米系事業者にも日本産和牛のプロモーションに取り組んでもらうこと

➤ 日米事業者連携ブースの出店を支援

- ✓ 日系輸入・卸売事業者と米系和牛取扱事業者がペアになって出店する和牛メニュー販売ブースを支援。
- ✓ カリフォルニア州、ニューヨーク州、テキサス州、フロリダ州などの米系和牛取扱事業者（食肉卸、レストラン、精肉店）が参加。
- ✓ いなり、ステーキ丼、フレンチディップサンドウィッチ、串、すき焼き丼、バーガーを提供。

➤ ステージイベントを支援

- ✓ シカゴ在住シェフによる日本産和牛のカッティングデモンストレーションの実施。
- ✓ 和牛の基礎・産地などに関する情報を発信。
- ✓ 和太鼓による演奏などのサブイベントも実施。

➤ ニューヨーク州の政治家等を招待

- ✓ ニューヨーク州上院議員のイウェン・チュー氏（民主党）らを招待。
- ✓ ステージ挨拶で日米事業者が連携したイベントの実現を喜び、試食した日本産和牛のおいしさを強調。

➤ 来場した消費者の声

- ✓ 日本産和牛だと米国ではステーキとして提供されることがない部位でも柔らかいということに驚いた。
- ✓ 日米のコラボレーションとストリートフードらしくない高級食材を使うコンセプトが面白い。

➤ 出店した事業者の声

- ✓ 世界の流行の発信地で和牛をプロモーションでき、日本産和牛を広く発信できた。
- ✓ ステーキ文化の米国ではロイン系部位が注目されがちであるが、非ロイン系部位でもおいしく食べられるということを知ってもらった良い機会となった。

【米国PF】和牛フェス@タイムズスクエア ②



➤ ALICのウェブサイトでは、米国を含む**北米の畜産に関する情報**を随時発信しています。
ご関心のある方は、是非ご覧ください。



<https://lin.alic.go.jp/alic/week/us.htm>



➤ 米国輸出支援プラットフォームのウェブサイトでは、
日本産牛肉を含む**日本産農林水産物・食品の輸出に関する情報**を随時発信しています。
ご関心のある方は、是非ご覧ください。



<https://www.jetro.go.jp/agriportal/platform/us/>



ご清聴ありがとうございました。

【ご注意】

- ✓ 本日の講演内容は発表者の見解に基づくものであり、報告者が所属する組織の公式見解ではありません。
- ✓ 講演内容および資料は情報提供を目的に作成したものです。主催機関および講師は資料作成にはできる限り正確性を期すよう努力しておりますが、保証するものではありません。本情報の採否は各自のご判断によって行ってください。
- ✓ また、万一不利益を被る事態が生じましても、主催機関および講師は責任を負うことができませんのでご了承ください。

アンケートにご協力をお願いします。下記URLのアンケートフォームからご回答ください。

<https://www.alic.go.jp/consumer/foods/event.html>

メールマガジン 広告募集します



「畜産の情報」「野菜情報」「砂糖類・でん粉情報」
の3誌でそれぞれ募集中です！

配信日は、原則毎月10日（砂糖類・でん粉）と25日（畜産、野菜）。
詳細はこちらをご覧ください。

https://www.alic.go.jp/koho/mng01_000275.html



公式ホームページバナー広告募集

- 掲載料:10,000円/月(縦60ピクセル、横150ピクセル)
- 申込み期間:随時
- 申込み方法:メールにて受付

申込み方法や期限などの詳細は
機構ホームページでご確認ください。
さい。



広告募集ページ



バナー広告掲載イメージ
トップページ右上部のバナー広告コーナーに掲載

総ページビュー数
700万件以上！
(2022年度実績)

総セッション数
390万件以上！
(2022年度実績)