

近代食堂 9月号(旭屋出版)原稿

2006年7月24日

“当初は少ない輸入量” 米国産牛肉輸入再々開後の状況

6月29日訪米中の小泉首相はホワイトハウスの歓迎晩餐会で、ブッシュ大統領の地元テキサス州産の「コーベビーフ」ステーキを前にして非常にご機嫌だったと報道された。それもそのはず、このところ日米間で大きな問題の一つであった「牛肉輸入再々開問題」が、解決した後での訪米であったからである。

はてさて、テキサスに神戸があったのか？ ステーキがエルビス・プレスリーのラブミーテンダーにあやかってヒレスステーキ(テンダーロイン)だったのか？ などという勝手な詮索はさておき、一応は両国首脳に祝福されて米国牛肉の輸入再々開が始ったのは厳しい状況をしのいで来た焼肉業界にとっては明るい話題であろう。

とはいうものの前回(8月号)でも少し触れたが、輸入される量となると当初の3~4ヶ月は、BSE発生以前の輸入量(月間2~3万トン)の10~15%程度、つまり月間2~3,000トン程度しか輸入されないと思われる。米国の格付けA40や出生証明で20ヶ月齢以下が証明されるのは、当分はこの程度の量と推定される。

そのほとんどは牛井用ショートプレートや焼肉用ショートリブ・チャックリブ、それに一部の肩ロースなどで、輸入時の全箱検査で通関時間が大幅に長くなるため、チルドは少なく大部分が冷凍牛肉になるはずである。また、内臓はハラミ、サガリ、タンを合計しても、たったの2~300トン程度しか入ってこない。また、リブアイ、ストリップロインなどのロインについては、米国が夏場のバーベキューシーズンのため需要が大きく、高値が続いているため当初はほとんど輸入されないはずである。

また、カナダ産牛肉の輸入量も解禁後12~4月まで累計で114トン、5月単月でやっと120トン(BSE以前の1/10以下)しかなかった事も同様である。現在の北米産牛肉の市場規模と供給量は過去の10分の1以下となってしまったのだ。そういった理由から輸入が再開されたからといって米国産牛肉の供給が元通りになるのは、望むべくもない事がお分かりいただけると思う。

しかし、価格に及ぼす影響となると話は別である。米国が停止状態の間に着実にポイント稼いだ豪州であるが、3月末の穀物肥育牛の飼養頭数は896千頭と過去最高を記録し、5月連休明けにはショートフェッドの安値売りも見られた。これは、明らかに日本市場で

バッティングする米国産牛肉の再々開を意識したものであった。その後6月に入ってから、豪州パッカーの安値売りも一段落し、需給が締ってきた。この傾向は盆前まで続き、盆明け後は米国産入荷とともに再び下がるものと思われる。

この様に心理的な影響によって豪州産も国内産も相場は上下しながら、米国産牛肉の輸入量増加とともに長期的には下落して行くと予測する。いずれにしても今後の焼肉ビジネスの見通しは、徐々に明るくなるものの厳しい状況はまだしばらくは続くものと考えている。そのような状況から焼肉店としては仕入れやメニューへの対応を慎重に進める事が必要だ。

次に筆者に対して、過去2ヶ月でもっとも多くの方から質問を受けた事項について述べてみたい。それは；

「もし輸入検査で背骨などSRM（特定危険部位）が発見されたら、また全面ストップなるだろうか？」であった。

当然の心配である。万が一重大な違反で全面ストップした場合は、焼肉業界は再び大混乱になる事は間違いない。また、前回の停止とは比べ物にならないほど長期間アメリカ産牛肉の輸入はストップするはずだからだ。

これに対して政府の立場では、明白な回答はできず、「発生した問題の重要度によって、どの様に対処するかを決めたい」と言うのが精一杯だ。

しかし、筆者の答えは「全面ストップは、今後はまずあり得ない」である。

簡単にその理由を述べると以下のとおりである。

- ・米国農務省の対日輸出書類に背骨付き牛肉の記載を出来なくした。つまり書類上の問題は起こり得なくなった。
- ・処理施設では屠畜場（スローター）と食肉処理場（ファブリケーター）が分かれており、枝肉の洗浄もしっかりしているため、特定危険部位の肉への付着など汚染はあり得ない。また、対日輸出牛肉はJ規格として他の牛肉とは最初から分離されて食肉加工されるため、背骨の混入もあり得ない。
- ・唯一SRMが混入する可能性があるのは、出荷時に別のカートンが間違えて混じる事だが、これは一食肉処理場の問題であって、全体のシステムの問題ではない。
- ・米国側より、万が一問題があったとしても、それは当該処理施設のみにすべきで、「二度と全面的なストップにならない様に」との強い要望がある。

従い、今後は経営を大きく左右する様な「全面禁止」などは、北米産に関しては無いと思っただいて大丈夫かと思う。

これから「米国牛肉の巻き返し」がスタートするが、離れて行った消費者の信頼を取り戻すのは容易ではない。先日会った大手量販の食肉責任者や東京食肉市場の大手卸業者も、「基本的には消費者動向の様子見」であり「焼肉・牛丼等外食業界の動向を注意して見た上で、取り扱いを検討する」などとしているのが、大多数の現状である。この様な状況を克服するためには、大きなプロモーションも大切であるが、関係業界やそれらを構成する個々の経営者の地道な努力もより一層必要とされている。

ミートジャーナリスト・コンサルタント

高橋 寛