



# グローバル時代の豚肉の未来

株式会社 日本経済研究所 地域本部

地域振興部 副主任研究員 倉本賢士

地方創生の動きは、いよいよ今年度から各地方での総合戦略策定にフェーズが移る。この中で重要なのが地域産業の競争力強化、特に農林水産業の成長産業化である。茨城県の農業生産額は本州1位であり、戦略策定にあたって農業分野への視点は不可欠となろう。

そこで本稿では茨城県農業のうち全国4位の生産額を誇る豚について、豚肉市場の動向から今後の方向性を考えてみたい。

## 1. 豚肉市場の動向

少子化・高齢化・生産年齢人口の減少により、国内食品産業の市場規模は減少傾向にあるが、食肉需要は底堅く、豚肉需要は約170万トン（部分肉ベース）で推移している。このうち国産は53%、輸入は47%と市場を二分している。

この輸入は近年動向が大きく変化している。図表1で示したように、2005年まで伸びていた冷凍が減少する一方で、生鮮・冷蔵（以下、チルド）が伸びており、1995年から2014年で約2倍の増加である。このチルドは、ほぼ全量をアメリカ（シェア63%）・カナダ（同34%）から輸入している。両国にとって日本は主要輸出先であり、

TPPで豚肉が争点になっているのも、以上の動向が背景にある。

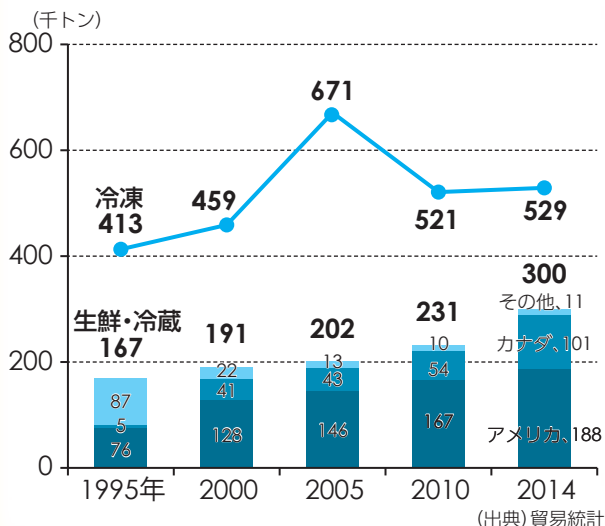
## 2. 高まる輸入チルド肉の脅威

では、輸入チルド肉の脅威はどのようなものか。

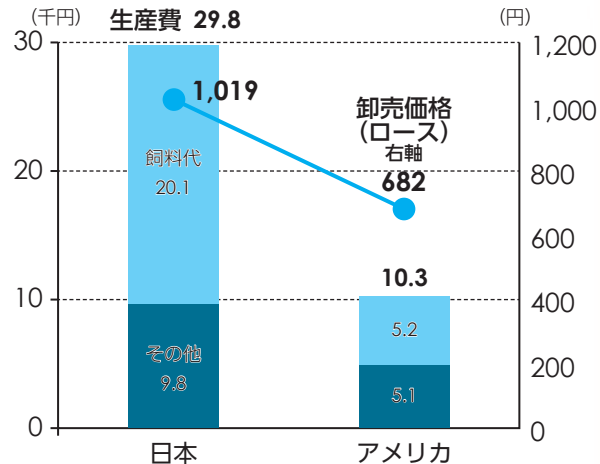
図表2は日米の豚肉100kgあたりの生産費と国内でのkgあたりの卸売価格を比較したものである。

まず、日本が豚肉100kgあたりの生産費が約3万円のところ、アメリカはわずか約1万円である。この2万円の差の主因は飼料である。日本の飼料代は2万円。一方アメリカは5,000円と1.5万円もの差がある。日本は飼料の大部分を輸入

■図表1 豚肉輸入量の推移（部分肉ベース）



■図表2 日米の生産費・日本国内卸売価格の比較



(注) 生産費は豚100kg、卸売価格はkgあたり。アメリカ生産費は1\$ = 118円換算 (出典) 畜産統計調査・USDA・(独)畜産産業振興機構により(株)日経研作成

に依存しているのに対し、アメリカは自給していることが、この差を生んでいる。近年日本では国産飼料の活用が謳われているものの、価格・量ともに輸入飼料を代替できる水準には至っていない。

この生産費の違いは価格にも反映しており、ロース1kgあたりの卸売価格は、国産1,019円に対し、アメリカ産チルドは682円と3割以上安い。

さらに生産量の違いも大きい。米国の豚飼養頭数は日本（約950万頭）の約7倍にあたる約6,600万頭である。アメリカの食肉加工企業は大規模化を追求し、日本とは比較にならない規模での大量生産・加工を実現している。

以上の価格・量の差は、販売に影響している。例えば日本の大手外食チェーンで、特定の部位（とんかつのロース・ヒレ）が大量に必要となる場合、日本の産地からは安定調達には困難だが、輸入チルドであれば可能となる。最近では大手流通・外食チェーン（それもやや高価格帯）で輸入チルドへの使用が増えており、実は我々は輸入チルドをよく食べている。「輸入品は安いだけで、質では国産が上」というのは、こと豚肉では必ずしも真実ではない。輸入チルドの競争力は極めて高いと言えよう。

今後の輸入動向についてはアメリカ・カナダも参加するTPPが注目されているが、現時点での輸入チルドの競争力を踏まえると、TPPの帰趨を待たずとも、その脅威は増していくことが予想される。これは国産から輸入チルドへの代替進展による国産需要の減少、国産豚肉価格の下落を招く可能性が高まることを意味する。

### ■ 3. 茨城県産豚肉のこれから

茨城県はローズポークのように評価の高い銘柄豚を有するが、図表3で示すように実は出荷頭数のほぼ81%はノーブランド（店頭で「国産豚」として並ぶ豚肉）の豚となっている。この水準は主要生産地域（農業生産額上位5道県）のなかで最も高いものである。輸入チルドが比較的

低価格帯である国産豚と競合すると考えると、茨城は輸入チルドの脅威を強く受ける生産地と言えよう。

では、この脅威にどのように対抗していけばよいだろうか。

コスト競争は輸入飼料に依存している以上困難であり、「安心・安全」の訴求も食肉衛生管理の先進国であるアメリカ・カナダと違いを出せるポイントにはならない。一部の銘柄豚を除いては、もともと豚の品種は海外とほぼ同じであり、味での差別化も難しい。

そこで生きてくるのが茨城の強みである。茨城は他の主要生産地域である南九州・北海道に比べ、最大消費地である首都圏に近い。つまり、同じ輸入チルドに対抗するにしても、首都圏に近い茨城は国内他産地に対して輸送コストで優位に立つ。また、生鮮肉と異なり鮮度が要の内臓部分（ホルモン）では、輸入品と競合がないばかりか、国内でも茨城は断然有利である。

この強みを活かし、生鮮肉だけでなくホルモンも含め豚1頭まるごと売っていくことが、今後の重要な戦略になるだろう。具体的には、差別化できる商材を求める小売・外食等の企業に対し、肉と抱き合わせでホルモン等の部位を使った惣菜・メニュー等、一歩進んだ提案を行うことで、川下企業とのパートナーシップを確立していくことが求められる。

関東では、茨城以外に千葉・群馬・栃木でも豚の生産が盛んである。輸入豚肉（グローバル）とこれら近隣産地（ローカル）との競争は待たなしの状況である。

■ 図表3 主要生産地域の国産豚・銘柄豚別の出荷頭数

	鹿児島	宮崎	千葉	茨城	北海道
国産豚	2,082	568	456	1,105	702
割合	75%	55%	51%	81%	64%
銘柄豚	681	464	441	253	399
割合	25%	45%	49%	19%	36%
出荷頭数計	2,763	1,032	897	1,358	1,101

単位：千頭

(出典)畜産流通調査・(株)食肉通信社「銘柄豚肉ハンドブック」より(株)日経研推計