

海外食肉加工品製造・消費・販売・品質等
実態調査報告書
(アメリカ編・スペイン編)

令和5年3月

日本ハム・ソーセージ工業協同組合

はじめに

近年、和牛をはじめとする日本産畜産品の輸出は好調に推移し、海外市場においても、その安全性・高品質性・信頼性は高く評価されているが、ハム・ソーセージ等の食肉加工品の輸出については、香港・シンガポールなどのアジア市場にわずかに輸出されている程度であり認知されていない。

一方、我が国の食肉加工品の国内市場は少子高齢化、人口減少等により縮小傾向にあるが、2018年12月のTPP11協定をはじめ各種経済連携協定の発効により国際化が大きく進展しており、食肉加工品の小売市場は今後ますますグローバル化するものと思われる。

こうした中、我が国の食肉加工品は、繊細な味付けを微妙に調整する高い製造技術力に裏打ちされた高品質の製品であり、個別ニーズへの対応力、多彩な商品を生み出す豊かな商品企画力等を有しており、国際競争力を十分発揮するものと期待されている。

本書は、将来的に日本産食肉加工品の脅威になると思われる海外食肉加工品の製造・消費・販売・品質等の実態を把握するとともに、将来的な輸出の可能性を探るため、JRA 畜産振興事業「国産食肉加工品国際競争力向上・製造基盤強化対策事業」の一環として現地調査を実施し、その調査結果を取り纏めたものである。

なお、本稿中の為替レートは、1ドル＝137円^(注)を使用した。

(注) 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社「月末・月中平均為替相場」の2023年2月末TTS相場。

令和5年3月

日本ハム・ソーセージ工業協同組合

海外食肉加工品製造・消費・販売・品質等 実態調査報告書

アメリカ編

令和5年3月

日本ハム・ソーセージ工業協同組合

目次

～アメリカ編～

第1章 一般情報および豚肉産業の動向

1. 調査日程	1
2. 調査団名簿	2
3. 一般情報	3
4. 豚肉産業の動向	5
(1) 世界の豚肉需給動向	5
(2) 米国における一人当たり年間食肉消費量の推移	5
(3) 米国の豚飼養頭数の推移	6
(4) 米国の豚肉生産量	7
(5) 米国の豚肉輸出入の状況	8
(6) 米国の豚肉パッカー上位3社の概要	9

第2章 食肉加工品の輸出入および市場動向

1. 食肉加工品の輸出入の動向	11
(1) 米国のハム・ベーコン類輸出力	11
(2) 米国のハム・ベーコン類輸入量	11
(3) 米国のソーセージ類輸出力	12
(4) 米国のソーセージ類輸入量	12
2. 食肉加工品の市場動向	13
(1) スモークハムの小売販売動向	13
(2) ベーコンの小売販売動向	13
(3) ソーセージの小売販売動向	14
(4) 消費者調査	14
3. 食肉加工品のパッケージ	17
(1) 代表的なメーカーブランド	17
(2) 食肉加工品のパッケージの概要	19
(3) パッケージの形態	19
(4) パッケージの特徴	21

第3章 工場視察の概要および小売市場の動向

1. 工場視察の概要	32
(1) スミスフィールド社 キンストン工場	32
(2) スミスフィールド社 ウィルソン工場	33
(3) デイリーフーズ社	34
2. 米国のソーセージ市場の動向	39
3. 米国の小売市場の動向	42
4. 米国における植物由来食品の動向	48
(1) 植物由来食品の小売売上高の推移	48
(2) プラントベースミート(PBM)の小売売上高の推移	48
(3) 植物由来食品の売上上位10企業	49

第4章 まとめ

<まとめ>	50
-------	----

第1章 一般情報および豚肉産業の動向

1. 調査日程(2022.11.7～11.13)

日付	曜日	現地時間	場所	行程/用務先
2022/11/7	月	9:10 11:05 9:50 16:00	羽田空港 羽田空港発 ニューヨーク着 ニューヨーク	各自羽田空港第3ターミナルに集合 搭乗手続き後、日本航空搭乗口へ(JL006) ニューヨーク到着(所要時間:12時間45分) ○ニューヨーク市場調査(市内視察) Eatly(ワールドトレードセンターコンプレックス内)など ○JETRO NEW YORK(ジェトロニューヨーク事務所) 565 Fifth Avenue, 4th Floor, New York, NY 10017, U.S.A. 【ニューヨーク泊】
2022/11/8	火	9:00 10:00 16:50 18:34	ニューヨーク ニューヨーク ノースカロライナ	ホテル発(ミニバン) ○ニューヨーク市場調査(市内視察) Fairway スーパーマーケット(766 Avenue of Amer)など ラガーディア空港(LGA) AA1093便(1:44) ローリーダラム空港(RDU) 【ローリー(NC州)泊】
2022/11/9	水	7:00 9:00 11:00 13:00 15:00 17:30	 	ホテル発(ミニバン)車約1時間30分 ○Smithfield社 Kinston工場 視察 1780 Smithfield Way, Kinston, NC 28504 ○Smithfield社 Wilson工場 視察 2401 Wilco Blvd., Wilson, NC 27893 車約50分、ホテル着 【ローリー(NC州)泊】
2022/11/10	木	8:00 10:47 12:09 13:13 15:55	ローリー シカゴ シカゴ ロサンゼルス	ホテル発(ミニバン)車約50分 ローリーダラム空港(RDU) AA2452便(2:22) シカゴ・オヘア空港(ORD) 第3ターミナル (乗継) シカゴ・オヘア空港(ORD) 第3ターミナル AA2431便 (4:42) ロサンゼルス空港(LAX) 【ロサンゼルス泊】
2022/11/11	金	8:00 9:00 11:30 13:00	ロサンゼルス 	ホテル発(ミニバン)車約1時間 ○Day-Lee Foods, Inc.(デイリーフーズ社)視察 13055 E. Molette St Santa Fe Springs CA90670 ○ロサンゼルス市場調査(市内視察) Costco、Whole Foods、Trader Joe'sなど 【ロサンゼルス泊】
2022/11/12	土	9:00 12:30	ロサンゼルス空港発	ホテル発(ミニバン)車約1時間 搭乗手続き後、日本航空搭乗口へ(JL015) 直行便にて羽田空港へ(所要時間:12時間00分) 【機中泊】
2022/11/13	日	17:30	羽田空港着	帰国手続き後、解散

2. 調査団名簿

(◎は団長)

(敬称略)

氏名	所属・肩書等
◎ 松本 之博	日本ハム株式会社 執行役員 商品統括事業部長
安部 弘	凸版印刷株式会社 第五営業本部第二部長
内堀 聡	信州ハム株式会社 研究開発室 主任
角一 健二郎	日本ハム・ソーセージ工業協同組合 理事
島田 謙一郎	帯広畜産大学 教授
中島 誠人	一般社団法人食肉科学技術研究所 微生物部部长

2022年11月7日、ジェトロニューヨーク事務所にてブリーフィングを受ける。



前列左から、内堀氏（信州ハム株式会社）、島田氏（帯広畜産大学）、後列左から、中島氏（一般社団法人食肉科学技術研究所）、安部氏（凸版印刷株式会社）、高橋氏（ジェトロニューヨーク事務所）、藤岡氏（ジェトロニューヨーク事務所）、松本氏（日本ハム株式会社）、角一氏（日本ハム・ソーセージ工業協同組合）

3. 一般情報

米国の国土面積は、983 万平方キロメートル（日本の約 26 倍）、米国の国勢調査局が 10 年に 1 度実施する 2020 年の国勢調査（センサス）によれば、2020 年 4 月 1 日時点の米国の総人口は 3 億 3,144 万人（日本の約 2.7 倍）。前回センサスが行われた 2010 年の 3 億 874 万人から、2,270 万人(7.4%)増加している。地域別では、総人口に占める南部と西部のシェアが高まっている。また、今回視察に行ったニューヨーク州は 10 年間で 82.3 万人増（ニューヨーク市は 62.9 万人増）、ノースカロライナ州は 90.3 万人増、カリフォルニア州は 228.4 万人増（ロスアンゼルス市は 10.6 万人増）となっている。（表 1）

表 1 米国の人口分布（2010 年、2020 年）

区分	地域・州・市	2010年			2020年		
		人口(人)	増減率(%)	構成比(%)	人口(人)	増減率(%)	構成比(%)
全国	全米	308,745,538	9.7	100	331,449,281	7.4	100
地域	北東部	55,317,240	3.2	17.92	57,609,148	4.1	17.38
	中西部	66,927,001	3.9	21.68	68,985,454	3.1	20.81
	南部	114,555,744	14.3	37.1	126,266,107	10.2	38.1
	西部	71,945,553	13.8	23.3	78,588,572	9.2	23.71
上位 10州	カリフォルニア州(CA)	37,253,956	10	12.07	39,538,223	6.1	11.93
	テキサス州(TX)	25,145,561	20.6	8.14	29,145,505	15.9	8.79
	フロリダ州(FL)	18,801,310	17.6	6.09	21,538,187	4.6	6.5
	ニューヨーク州(NY)	19,378,102	2.1	6.28	20,201,249	4.2	6.09
	ペンシルバニア州(PA)	12,702,379	3.4	4.11	13,002,700	2.4	3.92
	イリノイ州(IL)	12,830,632	3.3	4.16	12,812,508	△ 0.1	3.87
	オハイオ州(OH)	11,536,504	1.6	3.74	11,799,448	2.3	3.56
	ジョージア州(GA)	9,687,653	18.3	3.14	10,711,908	10.6	3.23
	ノースカロライナ州(NC)	9,535,483	18.5	3.09	10,439,388	9.5	3.15
	ミシガン州(MI)	9,883,640	△ 0.6	3.2	10,077,331	2	3.04
上位 10市	ニューヨーク(NY)	8,175,133	2.1	2.65	8,804,190	7.7	2.66
	ロスアンゼルス(CA)	3,792,621	2.6	1.23	3,898,747	2.8	1.18
	シカゴ(IL)	2,695,598	△ 6.9	0.87	2,746,388	1.9	0.83
	ヒューストン(TX)	2,099,451	7.4	0.68	2,304,580	9.8	0.7
	フェニックス(AZ)	1,445,632	9.4	0.47	1,608,139	11.2	0.49
	フィラデルフィア(PA)	1,526,006	0.6	0.49	1,603,797	5.1	0.48
	サンアントニオ(TX)	1,327,407	16	0.43	1,434,625	8.1	0.43
	サンディエゴ(CA)	1,307,402	6.9	0.42	1,386,932	6.1	0.42
	ダラス(TX)	1,197,816	0.8	0.39	1,304,379	8.9	0.39
	サンホセ(CA)	945,942	5.8	0.31	1,013,240	7.1	0.31

注：増減率は前回センサス（10 年ごとに実施）との比較。構成比は総人口に対する割合。

出所：JETRO 調査分析レポート（米国勢調査局）

人種・民族グループの人口構成（上位 3 位）を見ると、全米の総人口に占める最も多い「白人」の割合は、2010 年の 63.7%から 2020 年には 57.8%と 5.9 ポイント低下し、1790 年の調査開始以来、初めて減少した。2 番目に多い「ヒスパニック系（中南米系）またはラテン系」の割合は、2010 年の 16.3%から 2020 年には 18.7%と 2.4 ポイント上昇、3 番目に多い「黒人又はアフリカ系」の割合は、

2010 年の 12.2%から 2020 年には 12.1%と 0.1 ポイント低下している。

ニューヨーク州では、人口に占める比率が最も多い「白人」の割合は、2010 年の 58.3%から 2020 年には 52.5%と 5.8 ポイント低下、2 番目に多い「ヒスパニック系またはラテン系」の割合は、2010 年の 17.6%から 2020 年には 19.5%と 1.9 ポイント上昇、3 番目に多い「黒人又はアフリカ系」の割合は、2010 年の 14.4%から 2020 年には 13.7%と 0.7 ポイント低下している。

カリフォルニア州では、人口に占める比率が最も多い「白人」の割合は、2010 年の 40.1%から 2020 年には 34.7%と 5.4 ポイント低下、2 番目に多い「ヒスパニック系またはラテン系」の割合は、2010 年の 37.6%から 2020 年には 39.4%と 1.8 ポイント上昇、3 番目に多い「アジア系」の割合も 12.8%から 15.1%と 2.3 ポイント上昇している。(表 2)

表 2 人種・民族グループの人口構成（上位 3 位）

順位	全米		ニューヨーク州		カリフォルニア州	
	2010 年	2020 年	2010 年	2020 年	2010 年	2020 年
1	白人	白人	白人	白人	白人	白人
	63.7%	57.8%	58.3%	52.5%	40.1%	34.7%
2	ヒスパニック系 又はラテン系	ヒスパニック系 又はラテン系	ヒスパニック系 又はラテン系	ヒスパニック系 又はラテン系	ヒスパニック系 又はラテン系	ヒスパニック系 又はラテン系
	16.3%	18.7%	17.6%	19.5%	37.6%	39.4%
3	黒人又は アフリカ系	黒人又は アフリカ系	黒人又は アフリカ系	黒人又は アフリカ系	アジア系	アジア系
	12.2%	12.1%	14.4%	13.7%	12.8%	15.1%

出所：米国勢調査局

2020 年の米国経済の実質 GDP 成長率は新型コロナウイルスの感染急拡大により、前年比マイナス 3.4%の成長となったが、2021 年は 5.7%と急回復した。また、米国経済回復の一方で物価高が進行し、2022 年には、ウクライナ情勢によるエネルギーおよび食料価格等の高騰により物価高に拍車がかかった。加えて金融引き締めや雇用削減の流れも目立ち始めており景気後退が懸念されている。

2021 年の対日輸出額は、74,970 百万ドル（約 10.3 兆円）（鉱物性燃料等、光学機器・医療機器、一般機械、医薬品、航空機・同部品、電気・電子機器、穀物など）、対日輸入額は、135,133 百万ドル（約 18.5 兆円）（自動車・同部品、一般機械、電気・電子機器、光学機器・医療機器、医薬品など）となっている。(表 3)

表 3 基礎的経済指標

項目	2019 年	2020 年	2021 年
実質 GDP 成長率	2.3 (%)	△ 3.4 (%)	5.7 (%)
名目 GDP 総額	21,381 (10 億ドル)	21,061 (10 億ドル)	22,996 (10 億ドル)
一人当たりの名目 GDP	64,665 (ドル)	62,978 (ドル)	69,227 (ドル)
鉱工業生産指数伸び率	△ 0.8 (%)	△ 7.2 (%)	5.6 (%)
消費者物価インフレ率	1.8 (%)	1.2 (%)	4.7 (%)
失業率	3.7 (%)	8.1 (%)	5.3 (%)
対日輸出額	74,497 (百万ドル)	63,756 (百万ドル)	74,970 (百万ドル)
対日輸入額	143,586 (百万ドル)	119,499 (百万ドル)	135,133 (百万ドル)

出所：JETRO 海外ビジネス情報（概況・基本統計）

4. 豚肉産業の動向

(1) 世界の豚肉需給動向

2021 年の世界の豚肉需給動向を見ると、米国は、豚肉生産量では中国、EU に次ぐ世界第 3 位、豚肉輸出量では EU に次ぐ世界第 2 位、豚肉輸入量では中国、日本、メキシコ、英国、韓国に次ぐ世界第 6 位となっている。（表 4）

表 4 世界の豚肉需給

（単位：千トン、枝肉ベース）

	豚肉生産量		豚肉輸出量		豚肉輸入量	
	国名	数量	国名	数量	国名	数量
第 1 位	中国	47,500	EU	4,987	中国	4,330
第 2 位	EU	23,615	米国	3,187	日本	1,420
第 3 位	米国	12,560	カナダ	1,482	メキシコ	1,155
第 4 位	ブラジル	4,365	ブラジル	1,321	英国	727
第 5 位	ロシア	3,700	メキシコ	319	韓国	570
第 6 位	ベトナム	2,590	英国	256	米国	535
第 7 位	カナダ	2,101	チリ	268	フィリピン	461
第 8 位	メキシコ	1,484	中国	104	香港	364
第 9 位	韓国	1,407	ロシア	158	オーストラリア	210
第 10 位	日本	1,318	オーストラリア	38	カナダ	263

Source:USDA/AMS

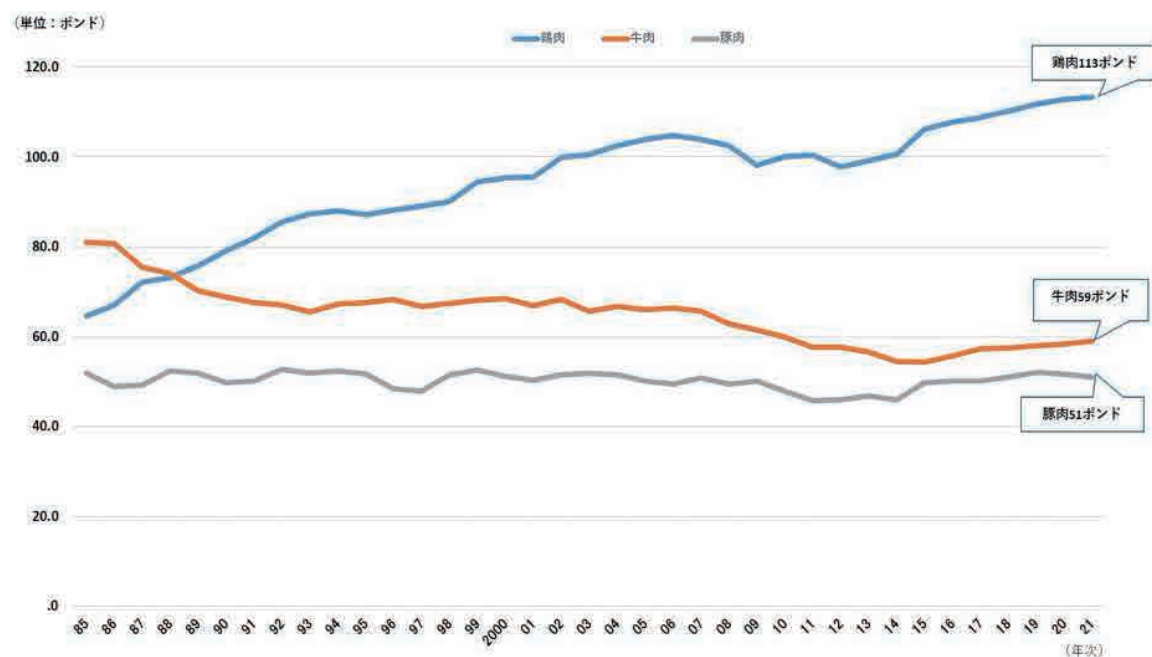
(2) 米国における一人当たり年間食肉消費量の推移

米国の一人当たり年間食肉消費量（2021 年、精肉ベース）は、鶏肉が 113 ポンド（約 51Kg）と最も多く、50 年間で 2.3 倍に増えている。近年も健康志向の高まりから増加傾向で推移している。次いで消費量の多い牛肉は 59 ポンド（約 26kg）で、1976 年の 98 ポンド（約 44kg）をピークに、1987 年から鶏肉を下回り減少傾向で推移している。

次いで消費量の多い豚肉は 51 ポンド（約 23kg）で、ほぼ横ばいで推移している。この三畜種を合わせた食肉消費量は約 100kg となり、日本の食肉消費量（約 33kg）の約 3 倍になる。（図 1）

なお、米国農務省（USDA）が過去に行った調査によると、豚肉消費量の約 4 割が精肉として消費され、約 6 割が加工品として消費されている（日本の加工消費は約 2 割）。

図1 米国における一人当たり年間食肉消費量の推移



Source: USDA, World Agricultural Outlook Board

(3) 米国の豚飼養頭数の推移

2022年の米国の豚総飼養頭数は7,312万頭（前年比2%減）、2019年の7,823万頭をピークに減少傾向で推移している。繁殖豚はほぼ前年並みであったが、肥育豚が2%減少している。また、肥育豚を重量別に見ると、53kg以下が6割を占め、54kg以上が4割を占めている。（表5）

次に、地域別の飼養状況を見ると、アメリカの養豚産業はトウモロコシ生産が盛んな中西部とノースカロライナ州東部に大きく集中し、アイオワ州・イリノイ州・インディアナ州を中心としたコーンベルト地帯の飼養頭数は全米の約45%を占めている。なお、上位5州は、第1位がアイオワ州の23,600千頭、第2位がミネソタ州の8,600千頭、第3位がノースカロライナ州の8,200千頭、第4位がイリノイ州の5,300千頭、第5位がインディアナ州の4,350千頭となっている。（図2）

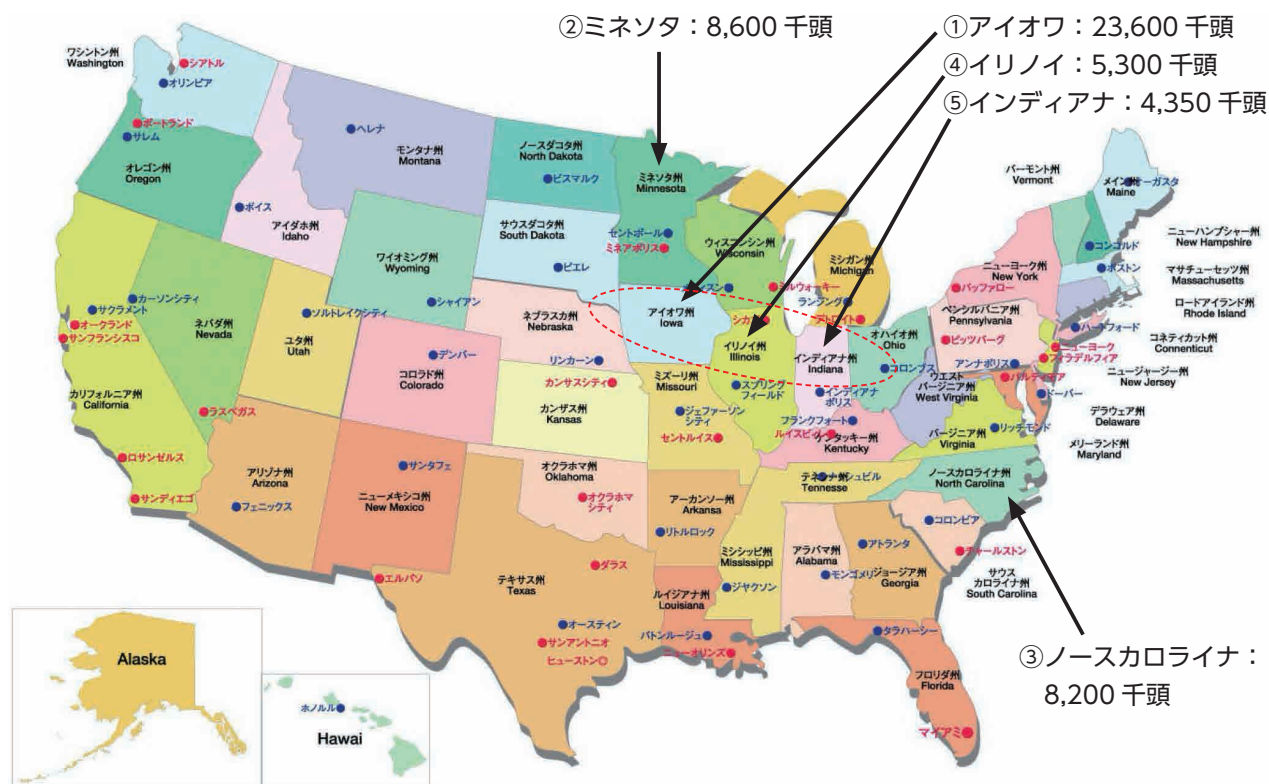
表5 米国の豚飼養頭数の推移

（単位：千頭）

（12月1日時点）	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	前年比
総飼養頭数	75,070	78,228	77,312	74,446	73,119	▲1.8%
繁殖豚	6,326	6,471	6,176	6,125	6,154	0.5%
肥育豚	68,745	71,757	71,136	68,321	66,966	▲2.0%
50ポンド（23kg）未満	21,858	22,048	21,989	21,594	21,153	▲2.0%
50-119ポンド（23-53kg）	19,369	20,636	19,680	19,005	18,620	▲2.0%
120-179ポンド（54-81kg）	14,323	15,256	15,791	14,374	14,095	▲1.9%
180ポンド（82kg）以上	13,195	13,816	13,675	13,348	13,098	▲1.9%

Source:USDA/NASS

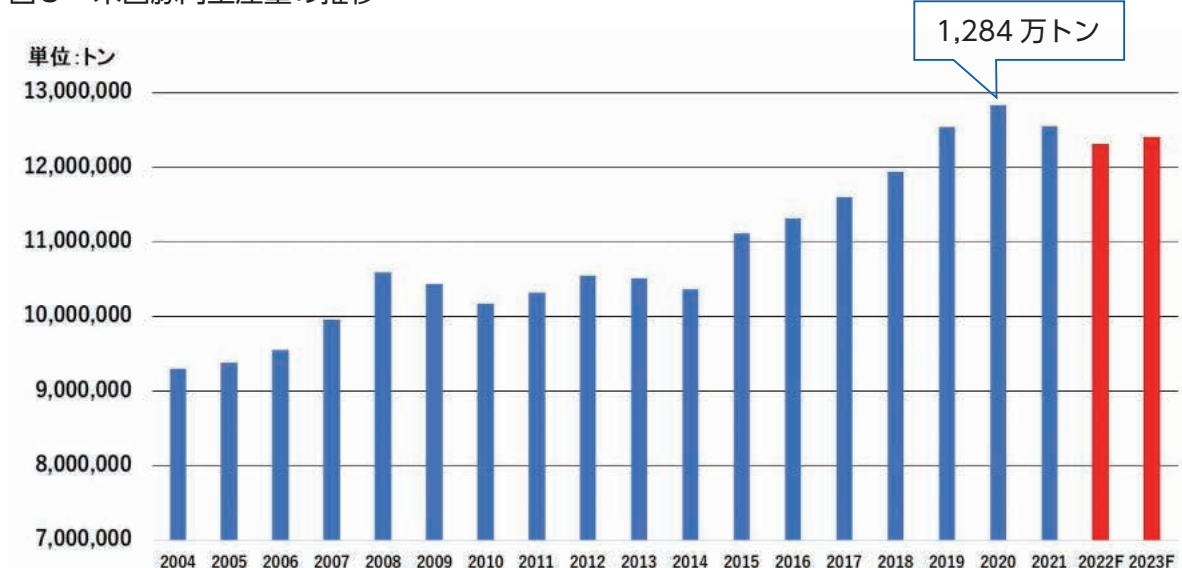
図2 上位5州の豚飼養頭数（2022.12）



(4) 米国の豚肉生産量

米国の豚肉生産量は、2014年から2020年まで増加傾向で推移し、2020年は1,284万トン（日本の約10倍）と過去最高を記録している。この背景には、中国をはじめ世界的な豚肉需要の増加に応えるため中西部を中心に新設の豚肉処理施設が順次稼働してきたこと、飼料価格が比較的安定し収益性が向上したことにより養豚農家の増頭意欲が高まったことがある。2021年は1,255万トンで前年比2%減少したが、米国農務省（USDA）は、2022年も飼料価格の上昇や米国経済の不確実性から2%の減少を予測している。（図3）

図3 米国豚肉生産量の推移



Source: USDA/NASS & WASDE estimates

資料：USMEF

(5) 米国の豚肉輸出入の状況

2022 年のアメリカの豚肉輸出量は、国内生産量の約 23%（287 万トン、枝肉ベース）を占め、豚肉産業において輸出は重要な位置付けにある。ここ 10 年間の輸出先別シェアを見ると、2022 年の最大の輸出先はメキシコで約 37%のシェアを占めている。この背景には、1994 年に発効した北米自由貿易協定（NAFTA）によりメキシコの関税が段階的に撤廃されたことがあり、メキシコ向けの輸出量は増加傾向で推移、2015 年には輸出先として長年第 1 位であった日本を上回った。

日本向け輸出については、欧州でのアフリカ豚熱の発生に伴い、日本側で加工原料を中心に冷凍品の輸入先の多角化が進められていることなどから、全体としては減少傾向で推移している。中国向け輸出については、2018 年 8 月に発生したアフリカ豚熱の感染拡大により、中国の豚肉生産量が激減したため、2020 年の中国向け輸出量は 94 万トン（枝肉ベース）と 2018 年の 6 倍強まで伸長し輸出シェアも 3 割弱まで拡大した。しかし、近年は中国の豚肉生産量が急速に回復してきたため、輸出シェアも 1 割程度まで低下している。（表 6）

表 6 米国の国別豚肉輸出量およびシェアの推移

		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
メキシコ	数量(トン)	561,972	622,640	704,631	730,614	820,476	801,816	707,793	710,491	933,672	1,060,328
	シェア(%)	24.8	27.0	31.0	30.7	32.1	30.1	24.7	21.5	29.3	36.9
日本	数量(トン)	607,512	667,845	578,525	550,297	557,451	552,496	521,087	544,127	554,444	491,213
	シェア(%)	26.9	28.9	25.5	23.2	21.8	20.7	18.2	16.5	17.4	17.1
中国	数量(トン)	225,201	149,445	114,134	225,164	172,555	151,904	459,353	940,753	521,218	278,510
	シェア(%)	10.0	6.5	5.0	9.5	6.8	5.7	16.0	28.5	16.4	9.7
韓国	数量(トン)	127,668	174,419	224,128	184,485	238,080	329,577	283,329	220,346	232,512	243,345
	シェア(%)	5.6	7.6	9.9	7.8	9.3	12.4	9.9	6.7	7.3	8.5
カナダ	数量(トン)	260,429	244,974	239,114	242,643	240,777	240,334	251,685	263,141	260,712	233,592
	シェア(%)	11.5	10.6	10.5	10.2	9.4	9.0	8.8	8.0	8.2	8.1
その他	数量(トン)	478,839	450,242	411,926	443,037	525,237	589,440	643,835	623,080	684,602	567,723
	シェア(%)	21.2	19.4	18.1	18.6	20.6	22.1	22.4	18.8	21.4	19.7
輸出合計	数量(トン)	2,261,620	2,309,564	2,272,458	2,376,240	2,554,576	2,665,566	2,867,081	3,301,938	3,187,159	2,874,712
	シェア(%)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Source: USDA/ERS

数量：枝肉ベース

一方、アメリカの豚肉輸入量は、北米自由貿易協定（NAFTA）発効国であるカナダとメキシコからの輸入シェアが高く二ヶ国で70%以上を占め、近年はメキシコからの輸入が増加傾向となっている。（表7）

表7 米国の国別豚肉輸入量およびシェアの推移

		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
カナダ	数量(トン)	320,967	353,074	387,709	357,369	328,638	279,197	261,361	259,379	334,081	382,270
	シェア(%)	80.4	77.0	76.6	72.2	64.9	59.1	61.0	63.2	62.4	62.7
メキシコ	数量(トン)	7,147	9,380	11,077	14,038	16,695	21,534	21,400	33,009	47,207	49,982
	シェア(%)	1.8	2.0	2.2	2.8	3.3	4.6	5.0	8.0	8.8	8.2
デンマーク	数量(トン)	29,838	35,693	33,286	30,413	32,201	36,836	25,934	28,301	37,671	46,491
	シェア(%)	7.5	7.8	6.6	6.1	6.4	7.8	6.0	6.9	7.0	7.6
ポーランド	数量(トン)	15,896	29,741	36,486	45,703	75,415	75,472	60,823	35,191	38,805	35,098
	シェア(%)	4.0	6.5	7.2	9.2	14.9	16.0	14.2	8.6	7.2	5.8
イタリア	数量(トン)	7,346	8,377	10,377	10,317	10,746	11,570	13,376	13,287	19,649	23,376
	シェア(%)	1.8	1.8	2.1	2.1	2.1	2.4	3.1	3.2	3.7	3.8
その他	数量(トン)	17,790	22,382	27,105	37,255	42,466	48,071	45,912	40,986	57,851	72,338
	シェア(%)	4.5	4.9	5.3	7.6	8.4	10.1	10.7	10.1	10.9	11.9
輸出合計	数量(トン)	398,983	458,649	506,039	495,096	506,161	472,680	428,807	410,151	535,264	609,555
	シェア(%)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Source: USDA/ERS

数量：枝肉ベース

(6) 米国の豚肉パッカー上位3社の概要

米国食肉輸出連合会（USMEF）の資料によると、アメリカにおける一日当たりの豚と畜頭数の上位3社は、スミスフィールドフーズ社、JBS USA 社、タイソンフーズ社の順で、概要は以下のとおりである。（表8）

①スミスフィールドフーズ社

2021年の総売上高は約144億ドル（1兆9,728億円）。従業員は約50,000人、一日当たりの豚と畜頭数は約13万頭。豚肉生産、食肉処理企業で生産農場から製品出荷まで一貫生産を得意としている。2013年に中国食肉加工最大手の万洲国際（WH）グループの完全子会社となった。

②JBS USA 社

2021年の総売上高は約278億ドル（3兆8,086億円）。従業員は約78,000人、一日当たりの豚と畜頭数は約9万頭。JBS社（本社サンパウロ）がSwift社（米国）を買収した2007年に設立された。2015年にはCargill（米国）の豚肉事業を買収、2017年には鶏肉大手企業GNP Co.（欧州）を買収、ポーク、チキンを併せ世界最大級の食肉会社となった。

③タイソンフーズ社

2022年の総売上高は約495億ドル（6兆7,815億円）。従業員は約137,000人、一日当たりの豚と畜頭数は約8万頭。1939年の創業から三世代に渡りタイソン家がトップを務めるアメリカの食肉最大手企業である。

表8 米国豚肉パッカー上位3社

順位	企業名	工場	1日あたりのと畜数（頭）
1	Smithfield Foods	Tar Heel , North Carolina	34,500
		Gwaltney, Virginia	10,400
		Sioux Falls, South Dakota	19,500
		Crete, Nebraska	10,450
		Denison, Iowa	10,450
		Monmouth, Illinois	13,600
		Milan, Missouri	10,500
		Clinton, North Carolina	10,600
		Los Angeles	7,300
		Des Moines, Iowa	4,000
		計	131,300
2	JBS USA	Worthington, Minnesota	21,000
		Marshalltown, Iowa	21,000
		Louisville, Kentucky	10,000
		Beardstown, Illinois	21,000
		Ottumwa, Iowa	20,000
		計	93,000
3	Tyson Foods	Waterloo, Iowa	19,500
		Logansport, Indiana	15,650
		Storm Lake, Iowa	17,250
		Columbus Junction, Iowa	10,100
		Madison, Nebraska	8,250
		Perry, Iowa	8,250
		Newbern, Tennessee	2,800
		計	81,800

資料：USMEF

第2章 食肉加工品の輸出入および市場動向

1. 食肉加工品の輸出入の動向

(1) 米国のハム・ベーコン類輸出量

2022年のハム・ベーコン類の輸出量は43,533トンで前年比19.1%の減少となった。輸出先の上位5カ国は、カナダ、メキシコ、日本、韓国、パナマの順で、上位5カ国で75%を占めている。(表9)

表9 ハム・ベーコン類輸出量の推移

(単位：トン)

国名	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	対前年比(%)
カナダ	19,149	20,839	18,252	21,876	19,229	14,393	74.8
メキシコ	14,878	11,807	12,355	8,268	14,079	12,495	88.7
日本	3,164	3,298	3,554	4,056	5,485	2,127	38.8
韓国	2,637	3,195	3,927	3,011	3,332	1,886	56.6
パナマ	602	308	766	440	1,031	1,651	160.2
その他	8,214	10,390	10,701	8,822	10,647	10,981	103.1
合計	48,644	49,836	49,554	46,472	53,804	43,533	80.9

資料：USDA/FAS「GATS」

注：HSコード「0210110000」「0210120020」

(2) 米国のハム・ベーコン類輸入量

2022年のハム・ベーコン類の輸入量は20,350トンで前年比12.2%の減少となった。輸入先の上位5カ国は、カナダ、スペイン、イタリア、ポーランド、ハンガリーの順で、NAFTA加盟国のカナダだけで89%を占めている。(表10)

表10 ハム・ベーコン類輸入量の推移

(単位：トン)

国名	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	対前年比(%)
カナダ	15,052	12,676	17,425	19,257	20,654	18,033	87.3
スペイン	899	1,038	1,442	1,306	1,584	1,098	69.4
イタリア	278	445	571	226	424	722	170.4
ポーランド	827	337	118	220	351	297	84.7
ハンガリー	127	114	119	123	105	120	114.5
その他	16	20	45	28	63	79	126.7
合計	17,198	14,629	19,720	21,159	23,180	20,350	87.8

資料：USDA/FAS「GATS」

注：HSコード「0210110010」「0210110020」

(3)米国のソーセージ類輸出量

2022年のソーセージ類の輸出量は102,020トンでほぼ前年並みであった。輸出先の上位5カ国は、カナダ、日本、メキシコ、韓国、フィリピンの順で、上位5カ国で82%を占めている。(表11)

表11 ソーセージ類輸出量の推移

(単位：トン)

国名	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	対前年比(%)
カナダ	42,906	42,967	43,346	39,252	42,764	42,657	99.8
日本	21,927	23,444	24,090	20,887	22,574	21,936	97.2
メキシコ	10,767	10,437	9,991	9,437	9,025	10,334	114.5
韓国	6,311	5,910	6,267	7,257	7,927	6,476	81.7
フィリピン	1,912	3,980	3,481	2,926	3,809	2,737	71.8
その他	10,823	11,444	13,806	14,455	15,885	17,880	112.6
合計	94,645	98,182	100,981	94,214	101,983	102,020	100.0

資料：USDA/FAS「GATS」

注：HSコード「1601000090」

(4)米国のソーセージ類輸入量

2022年のソーセージ類の輸入量は12,101トンで前年比7%の減少となった。輸入先の上位5カ国は、イタリア、カナダ、デンマーク、スペイン、ドイツの順で、上位5カ国で93%を占めている。(表12)

表12 ソーセージ類輸入量の推移

(単位：トン)

国名	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	対前年比(%)
イタリア	1,159	1,381	1,769	2,355	3,836	4,339	113.1
カナダ	1,937	2,221	2,462	2,965	5,338	3,854	72.2
デンマーク	938	1,220	921	1,370	1,079	1,068	99.0
スペイン	318	369	561	543	862	1,010	117.1
ドイツ	801	1,152	1,220	1,085	976	934	95.7
その他	491	676	832	1,007	917	897	97.8
合計	5,644	7,019	7,763	9,325	13,009	12,101	93.0

資料：USDA/FAS「GATS」

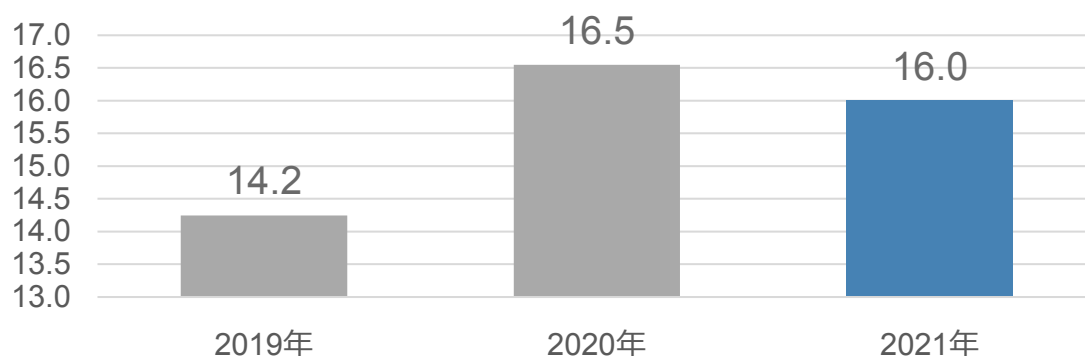
注：HSコード「1601002090」「1601002010」

2. 食肉加工品の市場動向

(1) スモークハムの小売販売動向

スモークハムの2020年の小売売上高は16.5億ドル(2,261億円)、前年比16%増と大幅に増加した。2021年は16億ドル(2,192億円)、前年比3%減とわずかに減少したが、新型コロナウイルスのパンデミック前(2019年)と比較しても12%増と高水準を維持している。(図4)

図4 スモークハムの小売販売額 (単位: 億ドル)

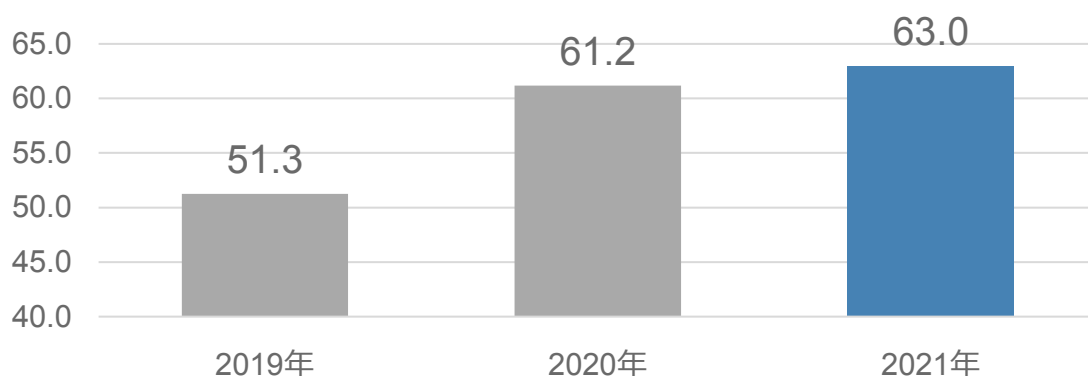


資料: IRI 社、FMI

(2) ベーコンの小売販売動向

ベーコンの2020年の小売売上高は61.2億ドル(8,384億円)、前年比19%増と大幅に増加した。2021年は63億ドル(8,631億円)、前年比3%増と更に増加した。ベーコンは消費者の人气が高く、新型コロナウイルスのパンデミック以降も売れ筋商品として定着している。(図5)

図5 ベーコンの小売販売額 (単位: 億ドル)



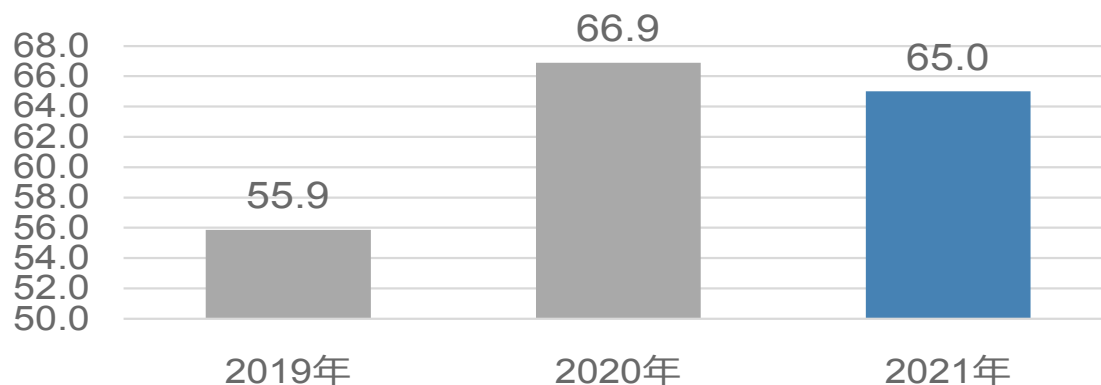
資料: IRI 社、FMI

(3)ソーセージの小売販売動向

ソーセージの2020年の小売売上高は66.9億ドル(9,165億円)、前年比20%増と大幅に増加した。2021年は65億ドル(8,905億円)、前年比3%減とわずかに減少したが、新型コロナウイルスのパンデミック前(2019年)と比較しても16%増と高水準を維持している。(図6)

図6 ソーセージの小売販売額

(単位:億ドル)



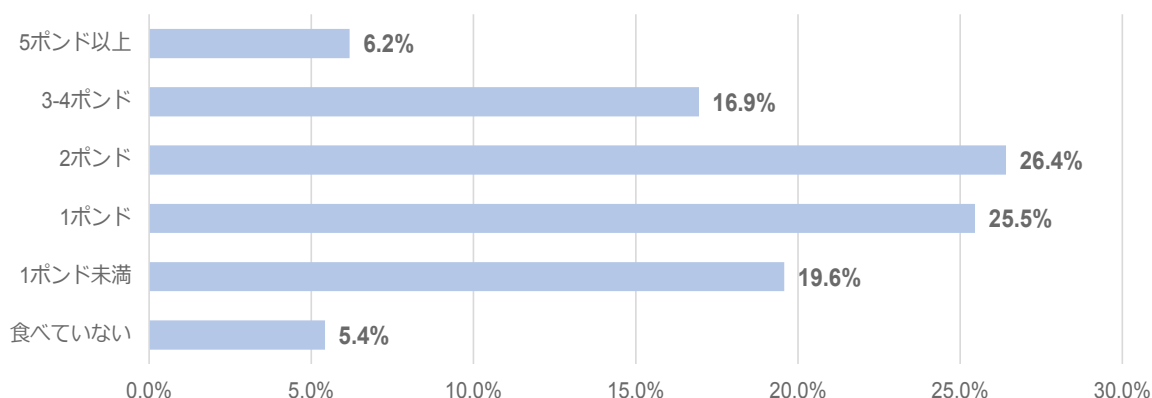
資料:IRi 社、FMI

(4)消費者調査

①ベーコンの消費状況

Statista 社による消費者調査を基にした推計によると、アメリカの人口3.3億人のうち2.7億人(82%)が日常的にベーコンを食べている。また、日常的にベーコンを食べていると回答した消費者が、過去30日以内に食べたベーコンの量の調査結果では、2ポンド(907グラム)と回答した割合(26.4%)が最も高かった。(図7)

図7 過去30日以内に食べたベーコンの量



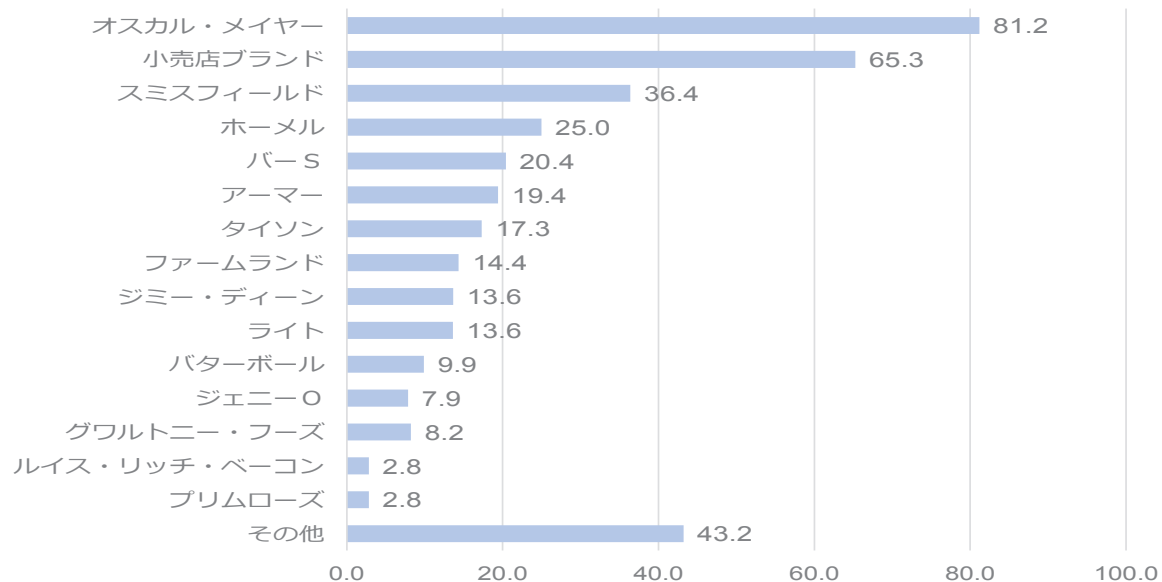
資料:Statista 社

注:米国情勢調査データおよびシモンズ全米消費者調査(NHCS)に基づき、Statista 社が推計(2020年)。

次に、消費者に最もよく食べられているベーコンの銘柄については、オスカル・メイヤー社が81.2百万人、次いで小売店ブランドが65.3百万人、スミスフィールド社が36.4百万人、ホームエル社が25百万人の順となっている。(図8)

図8 最もよく食べるベーコンの銘柄

(単位：百万人)



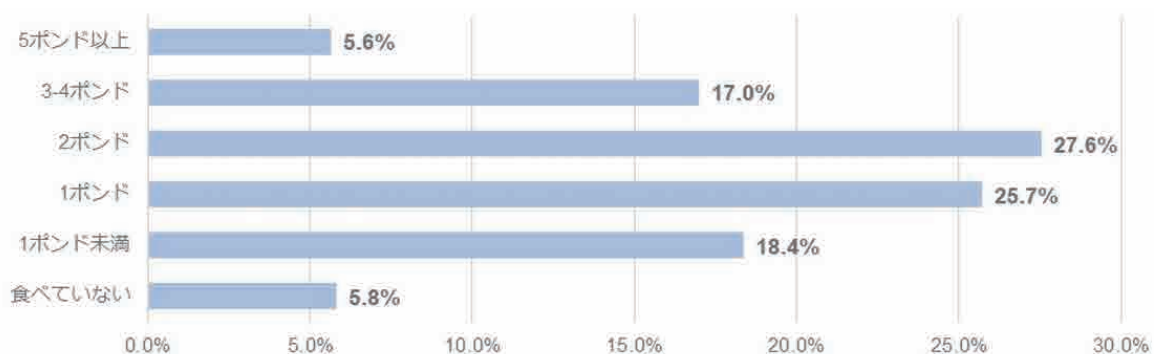
資料：Statista 社

注：米国情勢調査データおよびシモンズ全米消費者調査（NHCS）に基づき、Statista 社が推計（2020 年）

②ソーセージの消費状況

Statista 社による消費者調査を基にした推計によると、アメリカの人口3.3億人のうち2.4億人（74%）が日常的にソーセージを食べている。また、日常的にソーセージを食べていると回答した消費者が、過去30日以内に食べたソーセージの量の調査結果では、ベーコンと同様に2ポンド（907グラム）と回答した割合（27.6%）が最も高くなっている。(図9)

図9 過去30日以内に食べたソーセージの量



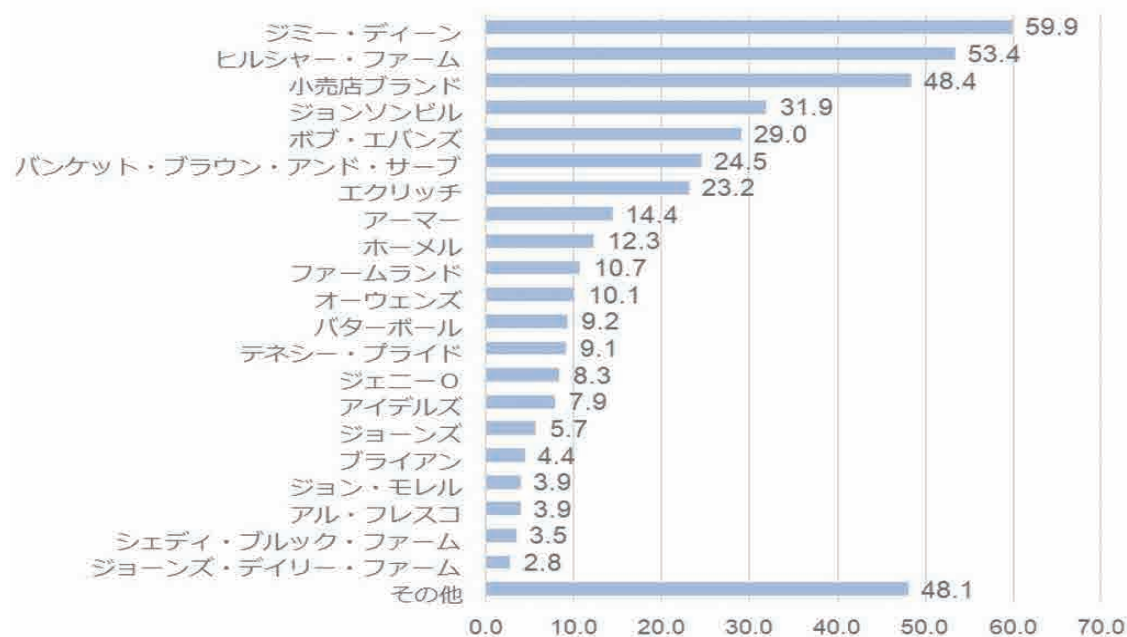
資料：Statista 社

注：米国情勢調査データおよびシモンズ全米消費者調査（NHCS）に基づき、Statista 社が推計（2020 年）

次に、消費者に最もよく食べられているソーセージの銘柄については、ジミー・ディーン社が59.9百万人、次いでヒルシャー・ファーム社が53.4百万人、小売店ブランドが48.4百万人、ジョンソンビル社が31.9百万人の順となっている。(図10)

図 10 最もよく食べるソーセージの銘柄

(単位：百万人)



資料：Statista 社

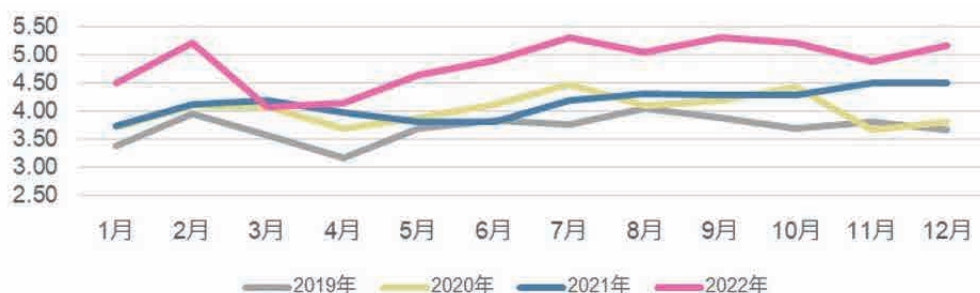
注：米国国勢調査データおよびシモンズ全米消費者調査（NHCS）に基づき、Statista 社が推計（2020 年）

③ソーセージの平均小売価格の推移

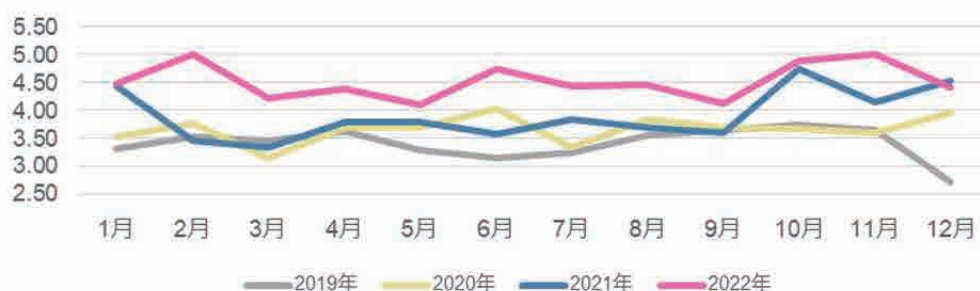
米国農務省（USDA）の資料によると、食肉価格の高騰に伴い、2022 年に入りソーセージの平均小売価格が大きく上昇した。Breakfast ソーセージは 2022 年 9 月に 5.32 ドル / ポンド（1,607 円 / Kg）、Dinner ソーセージが 2022 年 2 月に 5.02 ドル / ポンド（1,516 円 / Kg）の最高値を付けている。（図 11）

図 11 ソーセージの平均小売価格の推移

< Breakfast ソーセージ >



< Dinner ソーセージ >



資料：USDA

3. 食肉加工品のパッケージ

(1) 代表的な食肉加工メーカーブランド

アメリカのスーパーで目にした代表的な食肉加工品のブランドを以下に記載する。

●Boar's Head



撮影:FAIRWAY(NY)2022.11.8

●Smithfield



撮影:Publix (NC) 2022.11.9

●APPLEGAT



撮影:FAIRWAY(NY)2022.11.8

●Oscar Mayer



撮影: VONS(LA)2022.11.11

●Hormel NATURAL CHOICE



撮影:Day-Lee Foods, Inc. 2022.11.11

●JONES DAILY FARMS



撮影:Day-Lee Foods, Inc. 2022.11.11

●Empire KOSHER



コーシャ製品を取り扱う米国最大級のコーシャ鶏肉生産者で、NYのグロサリーチェーン「FAIRWAY」では鶏肉、ベーコンなど多くの商品

撮影: FAIRWAY(NY) 2022.11.8

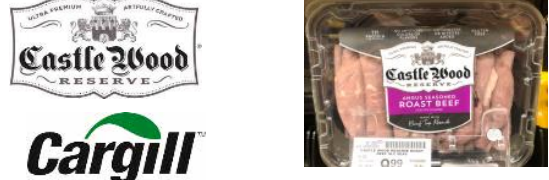
●Jimmy Dean



Breakfast Meatの売り場でよく目にするブランドで、カントリーミュージシャンのジミー・ディーンが創設、現在はTyson傘下となっている

撮影: Publix (NC) 2022.11.9

●Castle Wood RESERVE



親会社Cargill社のブランド。1枚ずつロールされた状態でパックされ、デリミートの高級感を感じさせる。

撮影: VONS(LA) 2022.11.11

●aidells



1983年にブランドを立上げ、スモークソーセージ、ミートボール、リンクスを製造。創設者Bruceのイラストのパッケージが印象的で目を引く。

撮影: Day-Lee Foods, Inc. 2022.11.11

●DIETZ & WATSON



1939年創業の老舗メーカー。ハムやチーズなどデリカカウンターでの取り扱いがあり、amazon freshではパッケージ商品も多く目にした。

撮影: amazon fresh(LA) 2022.11.11

●COLUMBUS



1917年創業の老舗メーカー。サラミ売り場では必ずといってほど目にしたブランドで、シンプルなパッケージが良質なデリミートを感じさせる。

撮影: TRADER JOE'S(NY) 2022.11.8

(2) 食肉加工品のパッケージの概要

アメリカにおける食品のパッケージは、アメリカ食品医薬品局（FDA：The U.S. Food and Drug Administration）の承認が必要であり、使用目的に応じて FDA が定める規定に沿ったものでなくてはならない。肉類のパッケージに関しては、内容物が劣化したり健康被害を引き起こす素材を使用してはならないため、素材は FFDCA（Federal Food, Drug and Cosmetic Act）の法に準ずると保証されたものでなくてはならないと定められている。

アメリカの食肉加工品のパッケージとして一般的に使われているのは「バキュームパッケージ」と呼ばれる「真空包装」と「MAP 包装」（ガス置換包装：Modified atmosphere Packaging）と呼ばれる包装が最近よく使われ、パッケージ内には主に窒素、二酸化炭素、酸素が注入されている。

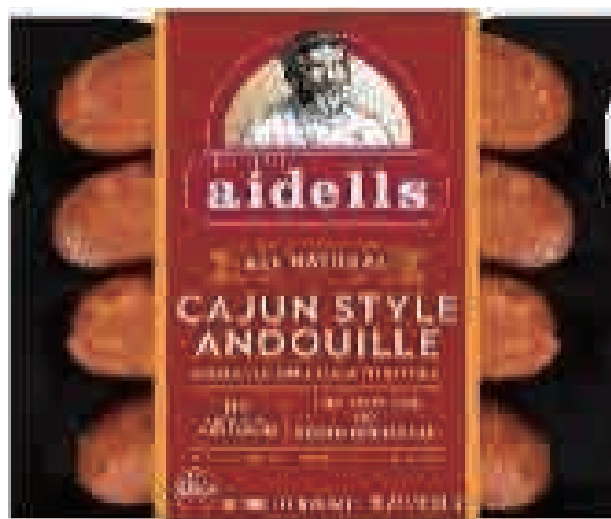
また、大きな塊のハムなどは「シュリンクパック」という熱収縮包装が一般的で、肉を収縮性のあるフィルムに包んだ後、熱湯などでフィルムを収縮させている。そのほかボロニアソーセージなどでは筒形の「チューブ包装」も見られる。これらの包装形態は日本のハム・ソーセージでも一般的なものであるが、日本で主流となっているピロー包装されたソーセージやスライスハム、ベーコン等の深絞り真空包装で個包装された連パックなどは、アメリカの市場では見られなかった。

(3) パッケージの形態

アメリカで見られるハム・ソーセージの主な包装形態をまとめると大きく 4 つの形態に分けられる。

① 真空包装

包装する袋内の空気を除去することで包装の内部を真空状態にする。包装内の空気を除去することで製品の化学的な変質や微生物による変質を抑制することを目的とする。



② MAP 包装

パッケージ内の空気を不活性ガスに置換する包装方法で、不活性化ガスには、 N_2 （窒素）、 CO_2 （二酸化炭素）、 O_2 （酸素）の3種類を主に使用する。ガス置換することで内容物の鮮度を保つ。



③ シュリンク包装

熱収縮するフィルムを使い、包装後に熱湯をかけることで、フィルムが収縮し、製品を密着し包み込む。内容物のカタチ、サイズなどに依存せず、大きな骨付きハムなどに適した包装が可能となる。



④チューブ包装（ロケット包装）

チューブ状のフィルムに内容物を充填し、円筒状となったフィルムの両端をアルミワイヤー等で結紮して絞ったもの。充填時の内容物は流動性があり、充填後に熱殺菌処理をすることで凝固させる。



(4)パッケージの特徴

▶特徴 1：リクローズパッケージ（再封包装）

再封機能を有した利便性の高いリクローズ包材がハム・ソーセージ商品に多く使用されている。日本でも大容量パックを中心にリクローズできる商品が増えているが、日本より格段に普及している。また、リクローズ方式もジッパー、粘着ラベル、リシール、箆合蓋といった様々な方式があり、包装形態や商品に応じて使い分けされていた。

①ジッパー（チャック）方式

日本では大容量のウインナーピロー包装などに使われているジッパー付のパッケージが、アメリカでは深絞りタイプの製品に多く使用されていた。真空タイプと MAP タイプの商品を購入し使い勝手を確認したところ、真空タイプは蓋材と底材を面々でシールすることより、商品を取り出す際にはシール部を広く開ける必要がある。

MAP タイプはサイド部のみシールされていることより、開封後は容易に間口を広げることができ、真空タイプよりも中身は取り出しやすい。いずれも開封後はジッパーでしっかり再封でき、保存に便利なパッケージと言える。

＜深絞り真空包装にジッパーが付いているタイプ＞



撮影:VONS(LA) 2022.11.11



撮影:Publix Super Market on Peace St.(NC) 2022.11.9



狭い間口

＜深絞り MAP 包装にジッパーが付いているタイプ＞



撮影:Day-Lee Foods, Inc. 2022.11.11



撮影:Publix Super Market on Peace St.(NC) 2022.11.9



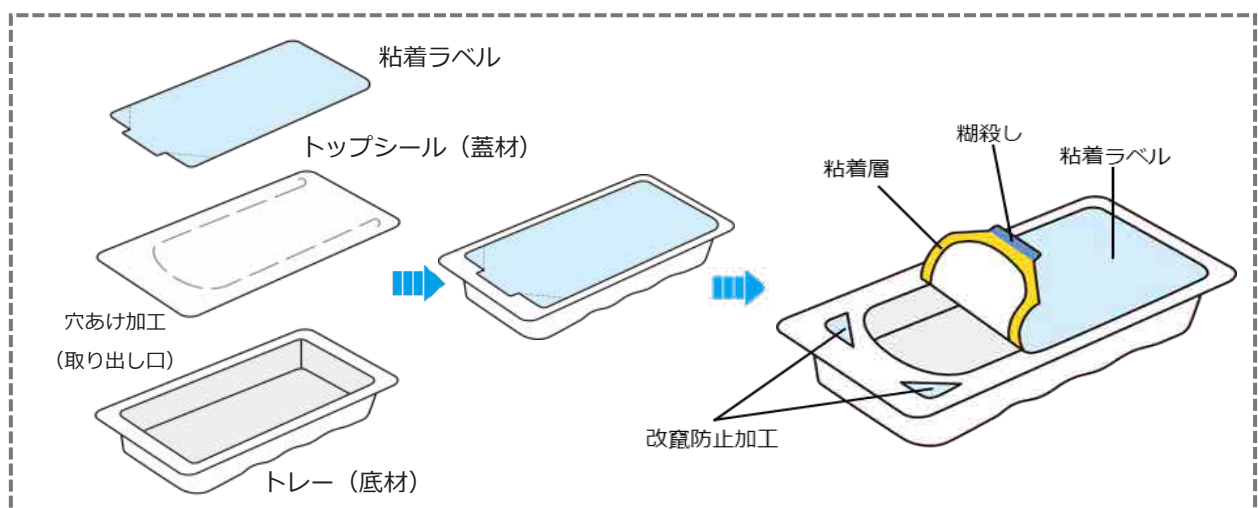
広い間口

②粘着ラベル方式

蓋材天面に粘着性のある再封ラベルが貼られてあり、タブを摘まんでウェットティッシュのように開け閉めが出来る仕組みになっている。蓋材の開口部（製品の取り出し口）には穴あけ加工がされており、その開口部を覆うようにタブ付の再封ラベルが貼られている。

再封ラベルにはバリア性のあるフィルムが使用されており、開封前の品質（バリア性）を担保している。蓋材のフィルムに穴あけ加工し、その上にバリアラベルを貼り付けるという加工が必要となる。加工技術の高さに加えて専用設備の導入や包装材料の面でも採用が難しいパッケージと思われるが、現地では多くの商品に使用されていた。

粘着ラベルのタブを摘まんでめくり開口部（製品の取り出し口）から中身を取り出す。何度も開け閉めでき、安定した密着性をもった利便性の高いパッケージと言える。



< MAP 包装に粘着ラベルが付いているタイプ >



撮影：TRADER JOE'S (NY)
2022.11.8



撮影：Costco (LA)
2022.11.11

< 真空包装に粘着ラベルが付いているタイプ >



撮影：Publix (NC) 2022.11.9



< タンパーエビデンス機能が付いているタイプ >

あけ口のタブを引っ張ると、ラベルが剥がれ、製品を取り出す間口が現れ、そこからハムを取り出すことが出来る。

再封時は、ラベルを蓋材側に戻すことで再封できる。一度開封すると蓋材のラベルの一部が破断し、その部分が底材に残る。再封した時に絵柄がずれるため、一度開封したことがわかるタンパーエビデンス機能（改変されたときの証拠）を付与している。



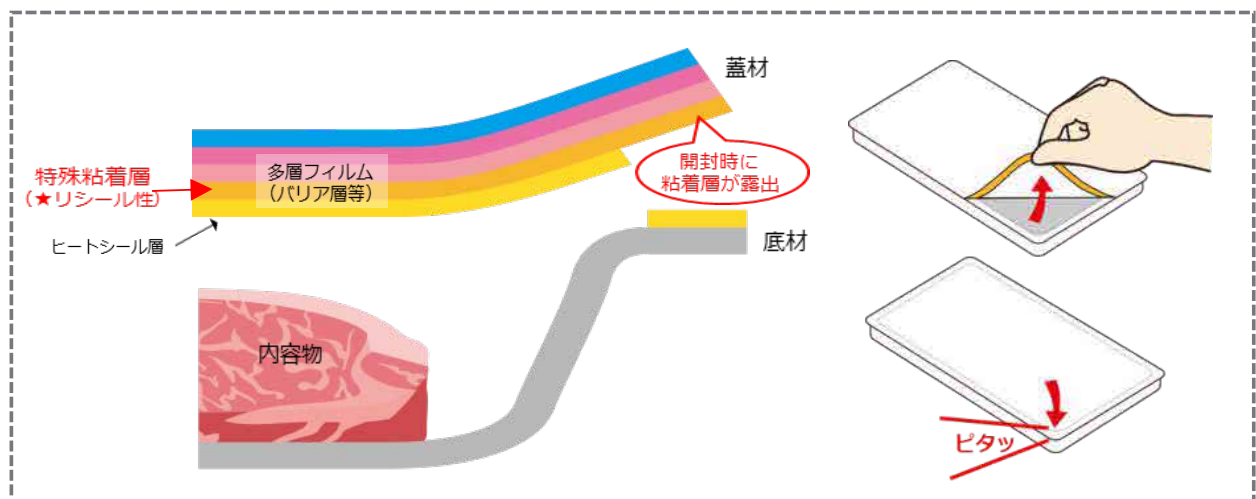
開封時にラベルの一部が破断する。破断する部分に絵柄を印刷し開封痕がわかるようにしている。



あけ口の横には、「TAMPER SEAL（改ざん防止シール）」と印刷されており、開封時はこの部分が破断することで、開封済かどうか分かるように工夫されている。

③リシール方式

蓋材に粘着層を有した多層フィルムを使用しており、開封時に粘着層が露出することで、粘着によるリシール性が得られる仕組みになっている。蓋材フィルムの材料選定で対応できる包装設計のため、比較的導入しやすいリクローズパッケージと言える。





あけ口に「RESEAL」と記載している

<深絞り MAP 包装×フレンジシール>



商品:LAND O' FROST : BISTRO Favoritesシリーズ



商品:Boar's Head : GENOA SALAMI

④ 飯合蓋 (かんごうふた)

飯合蓋 (かんごうふた) は保存に便利な蓋つき容器で、日本のハム・ソーセージではあまり見ない包装形態である。蓋にヒンジ機能 (ちょうつがい状のものをもったものもあり、開封後も保存しやすく、ユーザビリティ性の高いパッケージといえる。一方で、他のパッケージよりもプラスチックの使用量は多く、環境面に課題があると言える。

< MAP 包装×飯合蓋 >



商品:Oscar Mayer :Deli Fresh TURKEY BREAST



商品:Tiv Tirat Zvi:Smoked Turkey Breast
撮影:FAIRWAY(NY)2022.11.8



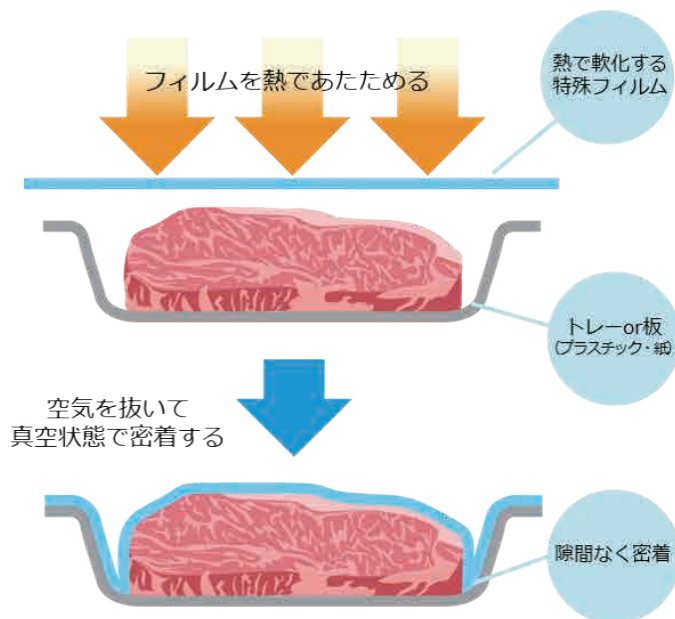
<https://www.fdesign.co.il/tirat-zvi-pastrami-packaging/>

▶特徴2：バキュームスキンパック包装

アメリカの食肉包装はハム・ソーセージ同様、深絞り真空包装や MAP 包装されているものが多く、PSP トレーにシュリンク（PE、PVC）包装といった日本で主流となっている精肉パッケージとは大きく様相が異なる。鮮度保持効果によるロングライフ化の取り組みやセンターパック化による生産性向上といった動きが背景にあると考えられる。

また、真空包装の中でもバキュームスキンパック（VSP）と呼ばれる鮮度保持効果に優れるパッケージが生肉を中心に多く見られた。牛肉、鶏肉、バイソン肉と生肉全般に使用されており、ピンホール耐性が優れていることから、チキンレグなどの骨付き肉にも使用されている。ドリップの拡散が抑えられることもロングライフ化や見栄えの面で大きな効果を発揮している。売り場は異なるが、スキンパック包装されたローストサーモンではプラスチックトレーの代わりに板紙台紙が使われており、プラスチック使用量を削減したエコフレンドリーな商品も見られた。スキンパック包装は、柔軟性をもったフィルムで内容物を密着させ包装する真空パックであり、食品など中身に隙間なく密着することで、鮮度保持効果・意匠性・シズル感を高める事が可能となる。EU では精肉を中心に広く普及しているが、アメリカにおいても、スーパーの生肉の売り場では数多くみられ、一部、ハムのパッケージでも使用されていた。

スキンパック包装とは



▶特徴3：「安全性」に関する訴求

ハム・ソーセージなどでよく目にしたのが、「UNCURED（発色剤未使用）」をはじめとする「製品の安全性」や「ナチュラル」を訴求する表示、認証マークである。

添加物の使用に関して「NO～」を強調した表示も多く見られ、これがスタンダードと思えるほど、多くの商品に記載されている。但し、「UNCURED」の製品には、「except for naturally occurring nitrates and nitrites in sea salt and celery powder」といった表記があり、これは海塩とセロリパウダーを使った天然由来の亜硝酸塩で代替している。日本の無塩せき製品とは異なる

り、発色の良い仕上がりになっているのはこうした理由からきていると思われる。

また、世界的な健康志向やタンパク質への注目度が高まる中、「プロテイン」を訴求したものの多くの加工肉で見られた。

<パッケージに記載されている主な「安全性」の訴求>

No GMO	遺伝子組み換えでない
No Artificial	合成添加物なし
No Artificial Preservatives	合成保存料なし
No Preservatives	保存料なし
No Hormone Added	ホルモン剤なし
No MSG	グルタミン酸ナトリウムなし
No Nitrates or Nitrites added	硝酸塩または亜硝酸塩なし
No Antibiotics Ever	抗生物質未使用
All (100%) Natural	100% ナチュラル
Gluten Free	グルテンフリー



ALL NATURAL で亜硝酸塩未使用な「UNCURED CANADIAN BACON」であるが、海塩や天然由来のセロリパウダーを使っている塩漬は除くと表示されている



商品：JONES DAILY FARM：PORK SAUSAGE

▶特徴4：Kosher（コーシャ）認証

アメリカでは“Kosher”の認証マークがついている商品をいくつか目にした。これはコーシャ認証されている食品で、ユダヤ教の信者の方が安心して口に出来る食品を指している。イスラム教の「ハラル」のように、ユダヤ教では「コーシャ」という食事規定があり、その規定に基づき「コーシャ認証」を発行する機関団体が世界各国にある。当初はユダヤ教徒用に認証のシステムが始まったが、今ではコーシャ商品の購入層はユダヤ教徒にとどまらず、グルテンフリーやオーガニック認証と同じように、食品の安全性や健康志向といった観点で、派生的に消費されている。日本ではまだ認知度が低い Kosher であるが、ニューヨークのスーパーマーケットでは生肉や加工肉の売り場で多く見られ、ニーズの高さを感じた。コーシャ認証を取得することは、商品の付加価値を高め、アメリカで販路開拓するうえで一つの可能性を示すものと言える。

また、ニューヨークの老舗グロサリーチェーン FAIRWAY では、イスラエルの食品メーカー Tiv Tirat Zvi 社の製品や Empire Kosher 社のコーシャ認証製品が多く陳列されており、HOLE FOODS MARKET では、プラントベースミートの「BEYOND SAUSAGE」や Amy's の「冷凍ピザ」のプライスカードにも “Kosher” 認証であることを記している。



撮影: FAIRWAY(NY)2022.11.8



撮影: TRADER JOE'S(NY) 2022.11.8



撮影: WHOLE FOODS MARKET(NY)2022.11.8



撮影: WHOLE FOODS MARKET(NY)2022.11.8

▶特徴 5：環境配慮パッケージ

①紙化 / 減プラ

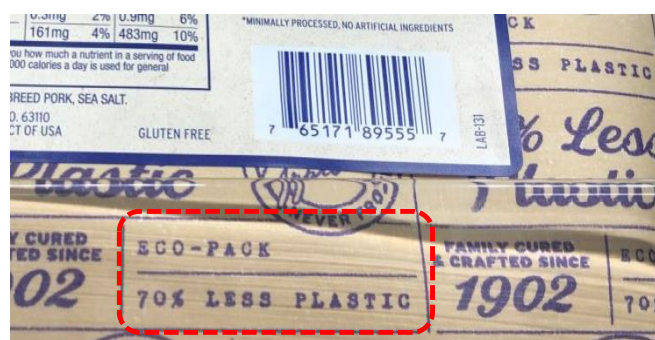
リサイクル材料やバイオマス材料の使用など環境対応を訴求したパッケージはほとんど目にすることはなかったが、Volpi Foods 社のプロシュートでは、紙を使った減プラパッケージが使われていた。同社のホームページを見ると、2020 年に環境に配慮したサステナブルなパッケージを発表しており、紙とフィルムを貼り合わせることで、従来のパッケージよりも 70% のプラスチック使用量を削減し、「ECO - PACK」として訴求している。但し、深絞りのボトム材に使われている ECO - PACK は、紙の特性上、成形の深さや強度など幾つかの課題も感じられた。



表面



裏面



裏面拡大

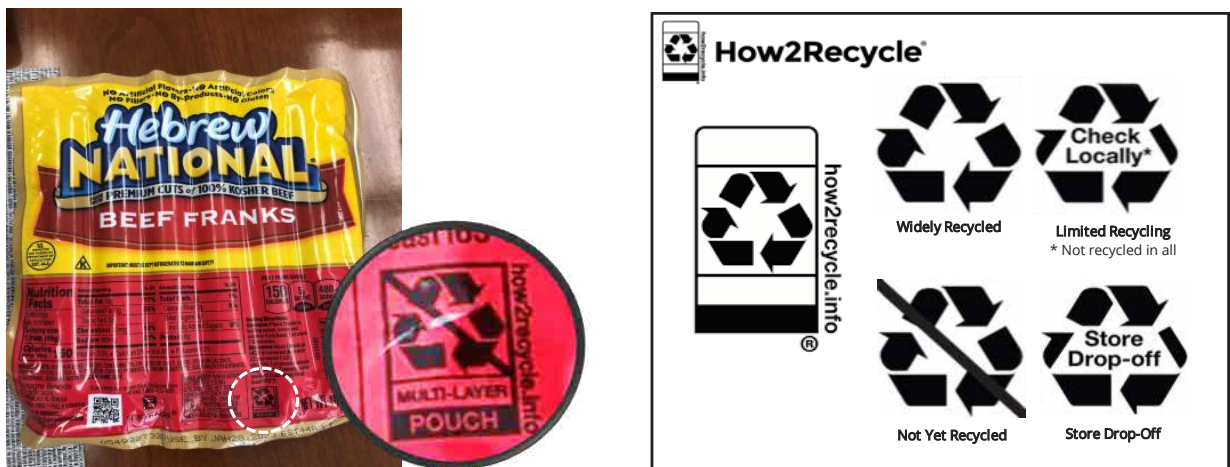
撮影: Publix Super Market on Peace St.(NC) 2022.11.9

②リサイクル識別マーク /How2Recycle

日本では「容器包装リサイクル法」の対象となる特定容器包装の種類に準じてパッケージへの識別表示が義務づけられているが、アメリカでは、リサイクル性の識別マークが記載されているパッケージをいくつかの商品で目にした。これは、環境 NGO の Greenblue が運営するプロジェクト「Sustainable Packaging Coalition (SPC)」が 2012 年から展開する「How2Recycle」ラベルで、リサイクル性の識別マークの標準化を推進させている。

企業は How2Recycle メンバー（有償）になることで、How2Recycle マークを自社製品に表示することが可能となる。自社製品がどのリサイクル区分に位置づけられるかは、提出された包材情報に基づき How2Recycle が判定する。リサイクル区分は 4 段階で、①広くリサイクル可能 ②部分的にリサイクル可能 ③まだリサイクル不可能 ④ Store Drop-off Box へ廃棄しリサイクル可能な 4 つとなる。SPC が認証する Store Drop-off ラベルがあるパッケージは、店頭回収ボックスで回収、再生される。

加工肉では、Con Agra Foods 社「Hebrew NATIONAL」ブランドのビーフ・フランクで How2Recycle ラベルを確認したが、複数素材のフィルムが積層されていることから (MULTI-LAYER)、リサイクル不可能となっている。現状、加工肉のパッケージのほとんどがリサイクル不可の扱いになるが、「How2Recycle」ラベルを表記している加工肉メーカーはほとんどないのが実情である。



撮影: Day-Lee Foods, Inc.(2022. 11.11)

▶特徴 6：プレミアム感を演出するパッケージ

デリミートの老舗メーカーである Boar's Head や Cargill 社の「Castle Wood Reserve」、Aidells など、黒を基調にしたパッケージ（フィルム・トレイ・ラベル等）が多く見られ、デリカウインター商品と同品質を感じさせるプレミアム感を出している。



撮影: Day-Lee Foods, Inc.(2022.11.11)



撮影: VONS(LA)2022.11.11

▶特徴 7: グラブ・アンド・ゴー (GRAB & GO)

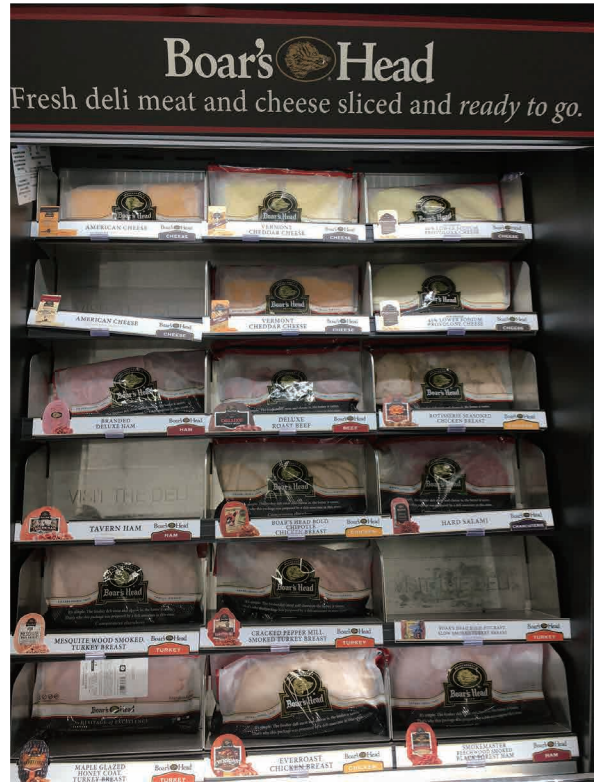
Publix (ノースカロライナ) の Boar's Head のデリカウンターでは従来通りの量り売りが行われているが、カウンター売り場とは別に「グラブ・アンド・ゴー (GRAB & GO)」と呼ばれる、量り売りの商品があらかじめ適度な分量でパッケージされ、クイックに購入できる冷蔵棚が設置されていた。

また、「GRAB & GO」の冷蔵セクションでは、カットされた野菜・チーズ・ナッツなどがハム、ターキーなどとグラブアンドゴー用にパックされて陳列されている。新型コロナウイルスのパンデミックを境にグラブアンドゴーが見られるようになったと言われているが、フレッシュなデリミートをあらかじめパックして販売することは、デリカットを待つ時間を省けるなど、購入者にとって利便性があり、既にデリミートの新たな販売スタイルとして定着していると思われる。



デリカカウンター

撮影: Publix Super Market on Peace St.(NC) 2022.11.9



グラブアンドゴー冷蔵セクション

第3章 工場視察の概要および小売市場の動向

1. 工場視察の概要

(1) スミスフィールド社 キンストン工場(Smithfield社 Kinston工場)



①工場概要

Kinston 工場ではハム類、ソーセージ類、パン加工品を製造しており、年間生産量は約 95,000 トン、使用原料の 95%は自社原料、従業員数約 900 人、24 時間 300 日稼働、週一回洗浄の日を設けている。

アイテム数は、内容量やスライスの違いで 280 品目ほどあるが、生産割合はベーカリー 20%、食肉加工品 80%となっている。原料肉であるチキンやターキーの 95%をスミスフィールドの別工場から購入するシステムとなっており、Kinston 工場で製造される製品の大半はアメリカ国内で消費され、1%程度をメキシコに輸出している。

ソーセージ製造ラインでは、原材料投入から製品になるまでが一気通貫になっており、人の手を介するところが少なく、少人数による製造が行われていた。

ボンレスハム製造ラインでは、かなりの部分が自動化されており、特に熱処理から冷却の部分は 16 基のボイル槽がコンピューター制御（AI システムの導入）で管理は 2 人で行っている。一日の生産量は 450kg/1 基×16 基×20 サイクル/日で、約 144 トン/日とのことであった。

ホットドック用ウインナーソーセージ（チキンとターキーの 2 種）の製造では、プロテコンラインでくん液を吹きかけていた。生産工程は、ミキサー→充填→熱処理→冷却→包装→二次ボイルまで連続式となっており、人手はほぼかかっていなかった。

②衛生面での取組み等

【一般衛生管理事項】

- ・トイレの手洗いは自動水栓を使用し汚染防止が図られている。
- ・製造作業場に入室する時は、専用作業着（白衣）、マスク、毛髪落下防止のネット、ヘルメットの装着、靴底の洗浄、手指の洗浄を実施し、汚染防止及び異物混入防止が図られている。

- ・木製のパレットを使用していた。作業室内にも木製パレットあり。
- ・ドライフロアーを実践し、細菌、カビ等の増殖を抑制している。
- ・排水溝は掃除しやすい構造となっており、衛生害虫等の発生・混入などを防止している。
- ・白衣の作業者とブラウン色の作業者に分けて、アレルギー物質に携わるか否かを区別している。
- ・製造作業室は 40°F (4.4℃) で低温管理されている。

【HACCP 関連事項】

- ・アメリカの規定で HACCP は導入している。
- ・購買企業の要求により Global Food Safety Initiative (GFSI) 認証を取得している。
- ・ボンレスハムの加熱温度及び時間は、145°F (62.8℃)、12 ～ 14 時間の条件で管理されていた。
ソーセージ類は 170°F (76.7℃)、達温管理であった。

(2) スミスフィールド社 ウィルソン工場 (Smithfield社 Wilson工場)



① 工場概要

Wilson 工場はベーコン専用工場で ISO14001 の認証工場。年間生産量は約 60,000 トン、従業員数は約 600 人、規模としては小さめだが、ベーコンに特化しているため生産効率は非常に良い。原料は自社工場からの供給（車で 1 時間ほど）のため、チルドで入庫され、ピッケルの調合も当日行いそのまま注入、タンブリングせずに熱処理にかけており製造の回転も速い。

生産ラインは、2 ピッケルライン、7 スモークハウス、14 スライス包装ラインを有し、生産工程は、入庫→インジェクション（110%注入）→つるし（40℃ 30 分）→熱処理・スモーク（130℃ 3 ～ 4H）→冷却・乾燥（2 日間）→プレス→スライス→包装となっている。

ベーコンの原木は、いわゆる、クリーンルームと呼ばれるところでスライスしているわけではない。原木を運ぶ専用台車の車輪や作業従事者の靴底には製品の一部が付着しており、床面を汚染しているように思われた。

② 衛生面での取り組み等

【一般衛生管理事項】

- ・トイレの手洗いは自動水栓を使用し汚染防止が図られている。

- ・製造作業場に入室する時は、専用作業着（白衣）、マスク、毛髪落下防止のネット、ヘルメットを装着し、手指の洗浄を実施し、汚染防止及び異物混入防止が図られている。
- ・木製のパレットは使用していた。作業室内にも木製パレットあり。
- ・ドライフロアーを実践し、細菌、カビ等の増殖を抑制している。
- ・排水溝は掃除しやすい構造となっており、衛生害虫等の発生・混入などを防止している。
- ・ピクル液は用時調製で使用することで細菌の増殖制御が図られている。

【HACCP 関連事項】

- ・アメリカの規定で HACCP は導入している。
- ・ベーコンの加熱温度及び時間は、126°F（52.2℃）、3～4時間の条件で管理されていた。賞味期限は120日であった。

(3) デイリーフーズ社(Day-Lee Foods社)



①工場概要

デイリーフーズ社は1977年に日本ハムグループ入り、2021年の売上高は約7億ドル（約960億円）。モレット工場では、マンダリンオレンジチキン、餃子、ビーフ＆ブロッコリーなどの冷凍総菜を主に製造しており、グルタミン酸ナトリウムを使用しない、MSGフリーの工場である。

年間生産量は約20,000トン、従業員数は約250名、商品はクラブストアや米系流通企業、Eコマース等で販売されている。

唐揚げの生産ラインは、肉処理→ダイスカット→漬込み→バター付け→熱処理→冷却→包装→箱詰め、6：30から24：00までの二交代制で、24：00からサニタリーが入る。

米国農務省（USDA）の職員がおり、始業前定期的にふき取りが行われ、基準に満たなければ洗浄し直し等の指示が出るとのことであった。

また、雇用情勢について、物価の上昇とともに最低賃金も上がっており、パート時給は17ドル（約2,400円）でメンテナンスなどの技術職は時給35ドル（4,900円）。経営的には、人件費として一人当たり5万ドル／年を目安としているとのことであった。

②衛生面での取組み等

【一般衛生管理事項】

- ・手洗い設備は自動水栓を使用し汚染防止が図られている。
- ・製造作業場に入室する時は、専用作業着、マスク、毛髪落下防止のネット、ヘルメットを装着し、手指の洗浄を実施し、汚染防止及び異物混入防止が図られている。
- ・ドライフロアーを実践し、細菌、カビ等の増殖を抑制している。
- ・排水溝は掃除しやすい構造となっており、衛生害虫等の発生・混入などを防止している。
- ・製造時間は6:30～24時まで、24時～5時までは製造機械を中心に、床面を含む清掃が行われる。

【HACCP 関連事項】

- ・アメリカの規定で HACCP は導入している。
- ・清掃終了後、USDA の職員によるふき取り検査が行われ、リステリア・モノサイトゲネスが検出されると再度清掃を行い、陰性になるまで製造に取りかけられない。

③試食製品の価格帯等

アメリカのベーコンは日本の製品に比べ塩味を強く感じた。なお、試食製品の価格帯は表 13 のとおりである。

表 13 試食製品の価格帯

	メーカー	商品名	価格(\$)	内容量 (oz)	価格(円)	内容量 (g)	単価 (円/100g)
					(円/\$換算)		
①	Boar's Head	SMOKED UNCURED HAM	6.99	8	958	226	424
②	Boar's Head	CANADIAN STYLE UNCURED BACON	6.49	6	889	170	523
③	HORMEL NATURAL CHOICE	OVEN ROASTED DELI TURKEY	6.99	8	958	227	422
④	HORMEL NATURAL CHOICE	HONEY DELI HAM	6.99	8	958	227	422
⑤	JONES DAILY FARMSUNC	URED CANADIAN BACON	3.99	6	547	170	322
⑥	HORMEL NATURAL CHOICE	ORIGINAL UNCURED BACON	8.49	12	1,163	340	342
⑦	aidells	SMOKED SAUSAGE MADE WITH PORK	7.49	12	1,026	340	302
⑧	aidells	SMOKED CHICKEN SAUSAGE	7.49	12	1,026	340	302
⑨	JONES DAILY FARMS	PORK SAUSAGE FULLY COOKED	4.29	7	588	198	297
⑩	Hebrew National	BEEF FRANKS	7.49	10.3	1,026	292	351
⑪	COLUMBUS	ITALIAN DRY SALAME	10.49	12	1,437	340	423
⑫	Boar's Head	GENOA SALAMI	5.99	4	821	113	727

<試食製品の写真>

① SMOKED UNCURED HAM



6.99 ドル、8oz (424 円 /100g)

② CANADIAN STYLE UNCURED BACON



6.49 ドル、6oz (523 円 /100g)

③ OVEN ROASTED DELI TURKEY



6.99 ドル、8oz (422 円 /100g)

④ HONEY DELI HAM



6.99 ドル、8oz (422 円 /100g)

⑤ UNCURED CANADIAN BACON



3.99 ドル、6oz (322 円 /100g)

⑥ ORIGINAL UNCURED BACON



8.49 ドル、12oz (342 円 /100g)

⑦ SMOKED SAUSAGE MADE WITH PORK



7.49 ドル、12oz (302 円 /100g)

⑧ SMOKED CHICKEN SAUSAGE



7.49 ドル、12oz (302 円 /100g)

⑨ PORK SAUSAGE FULLY COOKED



4.29 ドル、7oz (297 円 /100g)

⑩ BEEF FRANKS



7.49 ドル、10.3oz (351 円 /100g)

⑪ ITALIAN DRY SALAME



10.49 ドル、12oz (423 円 /100g)

⑫ GENOA SALAMI



5.99 ドル、4oz (727 円 /100g)

2. 米国のソーセージ市場の動向

デイリーフーズ社の資料によると、2021年の米国食品小売店でのホットドッグおよびソーセージの販売金額は、7億ドル（約960億円）。ディナーソーセージの販売は夏にピークとなり、年間売上金額の1/3を占める。一方、ブレックファーストソーセージの販売は、11月から1月のホリデーシーズンがピークとなる。

また、ディナーソーセージの消費量は、年収レベルを通して一定であるが、ブレックファーストソーセージの消費量は、低所得者層で最も消費されている。

ニューヨークはソーセージ大消費地であり、ディナーソーセージの年間売上高は、148.3百万ドル（約203億円）、ロサンゼルスとシカゴがこれに続く消費地であり、年間売上はそれぞれ、140.8百万ドル（約193億円）、110.6百万ドル（約152億円）となっている。

なお、ブレックファーストソーセージとディナーソーセージの一番の違いは、香昧料使用の有無。ブレックファーストソーセージは風味付けに、黒コショウ、セージ、タイムまたはメープルシロップがよく使われている。

また、ブレックファーストソーセージには主に豚肉が使用され、ディナーソーセージは豚肉以外にも鶏肉、牛肉、合い挽き肉などが使われる。

ブレックファーストソーセージは、安価で高たんぱくの朝食として、農家が家畜のくず肉やトリミング肉を挽いたのち、香辛料で風味付けを行っていたことが発祥とされ、別名「カントリーソーセージ」とも呼ばれる。

★ブレックファーストソーセージの代表的な商品例★

- ① Johnsonville Original Breakfast Sausage, 14 Links, 12 oz（未加熱）
\$3.98/ea（160円/100g）



- ② Jimmy Dean Fully Cooked Original Pork Sausage Links, 9.6 oz, 12 Ct
\$4.82/ea (194 円 /100g)



- ③ Bob Evans Pork Sausage Links Original, 12 oz, 14 ct
\$6.09/ea (245 円 /100g)



★ディナーソーセージの代表的な商品例★

- ① Aidells Chicken & Apple Smoked Chicken Sausage Links, 12 oz, 4 Ct
\$4.98/ea (201 円 /100g)



- ② Johnsonville Hot Italian Sausage, 5 Links, 1 lb
\$4.97/lb. (150 円 /100g)



- ③ Boar's Head Chorizo Chicken Sausage - 12 Oz
\$6.99/ea (282 円 /100g)



3. 米国の小売市場の動向

(1) 視察先スーパーの概要

① ウェグマンズ Wegmans (NY)

ウェグマンズは1916年に設立された家族経営の会社で、ニューヨーク州ロチェスターに本社を置いている。

店全体で4,000品目以上のオーガニック製品を提供するとともに、レストラン品質のメインディッシュ、スープ、前菜、サイドディッシュ、グルメサンドイッチ、サラダなどの中食的な総菜の量り売り形態の走りのスーパーである。

フランクフルトソーセージにはポーク、ビーフ、チキンを原料としてマッシュルームやハーブを混合したものがあり、価格は4本～5本入りで\$6.59～7.29(903円～999円)程度であった。Beyond sausage (Plant based links) (これにはさらにNo Soy Glutenと表記されているものあり)と表記された代替肉を使ったビーガン向けソーセージ(4本入り)は\$8.99(1,232円)で販売されていた。他にもTofurky Plant-based Sausage \$5.29(725円)、Tofurky Plant-based Sausage (Italian)と書かれたソーセージも置かれていた(※Tofurkeyとは豆腐(Tofu)と七面鳥(Turkey)の合成語)。ソーセージ以外ではPlant-basedのパティやBeyond Burger(2枚入り)が\$4.99(684円)で販売されていた。



ベーコンには、Uncured Bacon、Organic Smoked Bacon と表記されたものなどが陳列されており、原料は豚肉又は鶏肉、あるいは七面鳥で、価格は \$ 6.39 ~ 7.39 (875 円 ~ 1,012 円) 程度であった。最も多いベーコンフレーバーは古典的なヒッコリーとアップルウッドの燻製品で、No Sugar の無糖バージョンも目立っていた。



上段に Beyond Burger, 下段に Beyond Sausage



上段に Uncured No Sugar Added Organic Smoked Bacon, 下段左側に Hickory Smoked Uncured Bacon, 右側に Applewood Smoked Uncured Bacon

②アマゾンゴー Amazon go (NY)

アマゾンゴーの店舗にレジはなく、天井のカメラによりとった商品が判別され、出口のゲートにクレジットカードや、アマゾン会員の QR を通すと自動で会計されるシステムとなっていた。

コロナ禍における非対面・非接触、人手不足の中での省人化対策といった点で、今後の新しい小売形態である。

この店舗ではシカや和牛のジャーキーなども置いてあった。



Venison Strip



Wagyu Beef Strip

③イーターリー Eataly (NY)

イーターリーはイタリアの食材販売コーナーとレストランを併設したイタリア発の総合フードマーケットである。高級志向でサラミ、パンチェッタ、モルタデッラなどのスライス製品が豊富に陳列されていた。

牛生ハムのブレザオラ (Bresaola) の価格は \$38.9/ポンド (11,749 円/kg) とかなり高額であった。



パンチェッタ、モルタデッラ



牛生ハムのブレザオラ

④トレーダージョーズ Trader Joe's (NY)

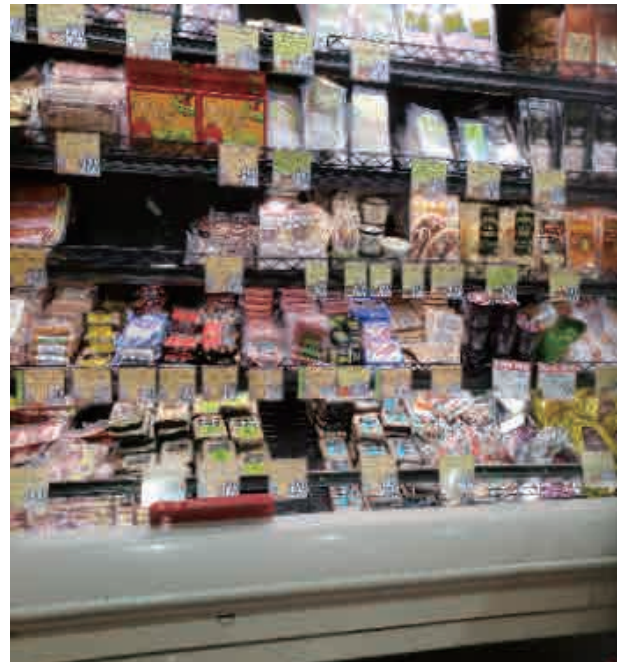
トレーダージョーズには OEM 製品が多く、Chicken Sausage Roasted Garlic \$3.99(547 円)、Chicken Sausage Spicy Jalapeno \$4.29 (588 円) などが販売されていた。これら商品には All Natural, Minimally processed No Artificial Ingredients No Preservatives と記載されており、人工的な添加物や保存料を避ける消費者が多いという傾向がここにも表れている。

トレーダージョーズでは、様々な PB が充実しており、広告、チラシを打たず SNS を駆使して販促を行っている。販促費にお金を掛けず、店内 POP も店舗での社員の作成チームがあるとのこと。個食向けの商品が多く、コストコで買うほどの量は必要なく、ホールフーズマーケットの価格では高いが品質の良いものを求める客層が行くスーパーとのことであった。





社員による手書き POP



商品の約 8 割が PB

⑤ホールフーズマーケット WHOLE FOODS Market (NY)

ホールフーズマーケットは高品質、安全・安心な自然食品及び地元産の食材を中心とした品揃えをコンセプトに掲げ、PB やオーガニック、アニマルウェルフェアにも力を入れている。プラントベースの製品が肉のコーナーにあり、ジャーキー類が豊富に置かれていた。

ソーセージ売場では Organic Hot Dog シリーズとして、ビーフ \$ 6.99 (958 円)、七面鳥 \$ 7.99 (1,095 円)、チキン \$ 7.99 (1,095 円) が販売されており、いずれも保存料不使用、硝酸塩・亜硝酸塩不使用と表記されていた。





Turkey Hot Dog, Chicken Hot Dog



Organic Uncured Beef Hot Dog



No sugar Uncured Bacon, Turkey



Double Smoked Uncured Bacon

⑥コストコ Costco (CA)

コストコは日本にも進出している会員制の倉庫式総合スーパーである。

食料品は、箱売りか大容量パックで販売されており、ショッピングカートも大型サイズである。客層は幅広く大量買いしている人が多い。

メーカーとしては、販売量が出るので、コストコに入ると売上が大きいとのこと。



箱売り販売が多いが、人手による陳列の手間が省け経営効率が良い。



パルマハムのスライスパック品



Plant-base のコーナー



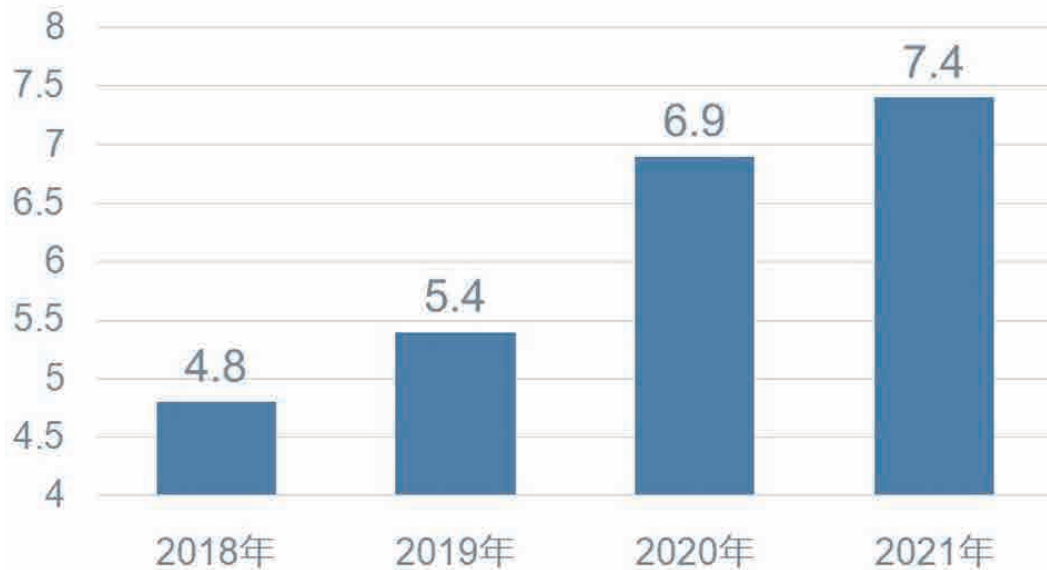
Plant-base のパティ、ミートボール

4. 米国における植物由来食品の動向

(1) 植物由来食品の小売売上高の推移

アメリカでは若い世代を中心とした健康志向の高まりや植物由来食品の認知度の向上などを背景に植物由来食品の売上げが伸びている。特に、コロナ禍における消費者の健康志向の急速な高まり、持続可能性やアニマルウェルフェアへの配慮なども相まって、2020年の小売売上高は69億ドル(9,453億円)、2021年は74億ドル(1兆138億円)を記録している。(図12)

図12 植物由来食品の小売売上高の推移 (単位：億ドル)

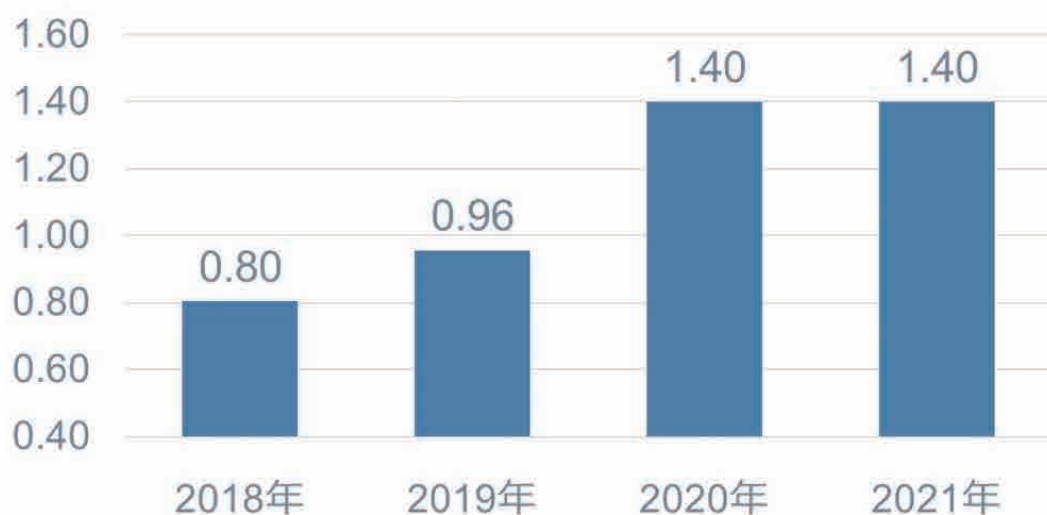


資料：SPINS 社、DFI 社

(2) プラントベースミート(PBM)の小売売上高の推移

プラントベースミート(PBM)の2020年の小売売上高は14億ドル(1,918億円)、対前年比46%増と大きな伸びを見せたが、2021年は前年と同じ14億ドルで頭打ちの状況となっている。(図13)

図13 プラントベースミートの小売売上高の推移 (単位：億ドル)



資料：SPINS 社、DFI 社

(3) 植物由来食品の売上上位10企業

SPNS 社の資料によると、2021 年のアメリカにおける植物由来食品の小売向け売上上位 10 社は表 14 のとおり。最上位の Beyond Meat 社は 2021 年に McDonald's 社と戦略的パートナーシップを締結し「Mac Plant」の販売を試験的に開始した。

表 14 植物由来食品の売上上位 10 企業

企業名	親会社	国籍	設立年
Beyond Meat	-	米国	2009年
Boca	The Kraft Heinz Company	米国	1993年
Dr. Praeger's	-	米国	1992年
Field Roast	Maple Leaf Foods	米国	1997年
Gardein	Conagra	カナダ	2003年
Impossible Foods	-	米国	2011年
Lightlife	Maple Leaf Foods	米国	1979年
MorningStar Farms	Kellogg's	米国	1975年
Quorn	Monde Nissin	英国	1985年
Tofurky	-	米国	1980年

第4章 まとめ

アメリカではハンバーガー、ピザ、タコス、ホットドッグ、糖分を多く含んだドリンクなど、高カロリーな食品が食生活の中心となっており、子供の5人に1人が臨床的に肥満といわれている。また、2017年に米疾病対策予防センター（CDC）は、2015年時点で、人口の9%（3,030万人）が糖尿病で、34%（8,410万人）が糖尿病予備群だと報じている。

このように肥満や生活習慣病が社会問題化する中、アメリカでは健康食材や健康志向の食品を取り扱うスーパーが高成長を続けている。また、健康食材の代表として市場規模を拡大しているのがオーガニック食品で、アメリカのオーガニック食品の市場規模は世界最大と言われている。

米国農務省（USDA）は、オーガニックは「資源の循環を育み、生態系のバランスを整え、生物多様性の保護が可能な栽培法、生物学、機械を組み合わせた農法で生産された農産物、化学肥料、下水汚泥、放射線照射、遺伝子操作は使用されない」と定義している。

こうした背景から、アメリカの食品市場では、オーガニックを謳った食肉加工品が多く、脂肪分の少ない鶏肉（Chicken）や七面鳥（Turkey）の肉を原料にしたヘルシーな製品や砂糖を加えていない“*No Sugar added*”の製品も多く目にすることができる。

また、発色剤を使用しない（uncured）製品も多く並んでいるが、発色剤の代わりにセロリパウダーを使用しており、自然由来の野菜を使用しているということが重要視されている。その他では、グルテンフリーの製品、NO MSG（グルタミン酸ナトリウム）の製品、ローカルブランドの多種多様な冷凍食品も多く見られる。

さらに、ベジタリアンやビーガン向けには、プラントベースミート（PBM）のパティやミートボール、Tofurkey^(※)ソーセージなどの製品もあり、ファーストフード店をはじめとした大手外食企業においてもPBMを使用したメニューが提供されている。（※ Tofurkey とは（豆腐（Tofu）と七面鳥（Turkey）の合成語）

このように、アメリカではコロナ禍を経て、健康志向への関心がさらに高まるとともに、一人一人の価値観は多様化し、テレワークの普及などライフスタイルも変化しているため、食品市場においては、お店の味を手軽に自宅で楽しむことができる冷凍食品や安全・安心で良質な素材を使った商品、こだわりを持って作られる商品などに新たな価値を見出して購入する消費者が増えている。

また最近では、20代から30代の消費者層を中心にアニマルウェルフェアへの関心が高まる中、カリフォルニア州では、2022年1月に家畜を拘束して飼育することを禁止する法律が施行され、食品製造分野においてもアニマルウェルフェアへの配慮が求められている。

将来的に、日本産のハム・ソーセージがアメリカ市場への輸出が可能になった場合には、アジア系の人口が増えているカリフォルニア州（アメリカではロサンゼルス都市圏が日本人の人口（約6.7万人）が最も多い）から市場開拓を進めることが効果的であるが、現地の消費者に対して、いかにして商品価値を訴求することができるかが課題になると思われる。

海外食肉加工品製造・消費・販売・品質等 実態調査報告書

スペイン編

令和5年3月

日本ハム・ソーセージ工業協同組合

目次

～スペイン編～

第1章 スペインの概要

1. 地理的特徴	1
2. スペイン経済及び日本との貿易の概況	1
3. 畜産(養豚)の概況	4

第2章 スペインの豚肉及び豚肉加工品の概要

1. はじめに	8
2. 豚肉生産量の動向	8
3. 豚肉の需給と輸出の動向	9
4. イベリコ豚の飼養状況	11
5. 豚肉加工産業の概要	13
(1) 国内生産豚肉の加工用仕向け割合	13
(2) 豚肉加工品の種類別生産割合	14
6. 豚肉加工品の家庭消費	15

第3章 スペイン現地調査の概要

1. 調査の目的	18
2. 調査期間、日程及び調査団メンバー	18
3. 調査訪問先の概要	19
(1) スペイン白豚生産加工者協会(Interpork)	19
(2) エル・コルテ・イングレス百貨店(El Corte Ingles S.A.)	24
(3) サン・ミゲル市場(Mercado de San Miguel)	26
(4) カルフル(Carrefour)	27
(5) メルカドーナ(Mercadona)	28
(6) ディア(Grupo Dia)	29
(7) ホルヘグループ(Campodulce 社)	30
(8) カニゲラルグループ(Grup Canigüeral)	39
(9) IRTA(Institute of Agrifood Research and Technology)	46
(10) サン・ジョセップ市場(ボケリア市場)	47

第4章 スペインの食肉加工品の販売実態-豚肉加工品を中心に-

1. はじめに	49
2. 調査店舗における販売実態	51
(1) 百貨店	51
(2) スーパーマーケット	55
(3) 小売市場	58
3. 販売実態からみた食肉加工品の価格の特徴	59
(1) ハモン・セラーノとハモン・イベリコの比較	59
(2) 輸出先での評価	60
(3) 食肉加工品の価値と価格	63

第5章 美食の国スペインのレストランと豚肉・豚肉加工品

1. スペインのフードサービス市場の概要	65
2. バルのメニューと豚肉加工品	66
3. レストランにおける豚肉と豚肉加工品	67
4. 美食の国のレストランにおける豚肉・豚肉加工品の事例から	76

第6章 まとめ

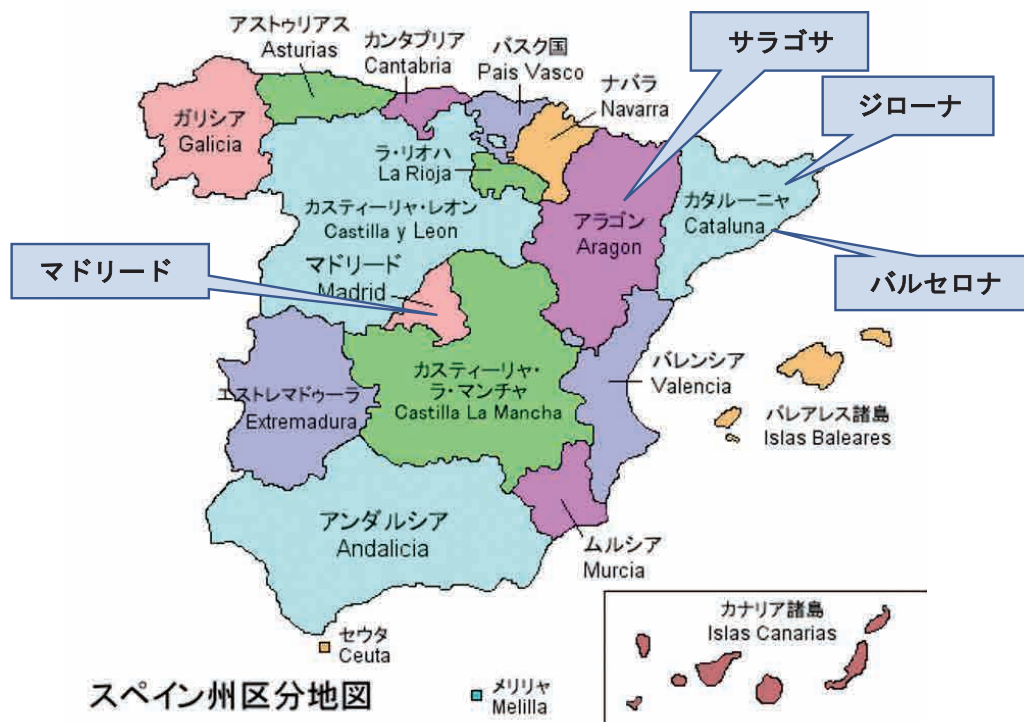
<まとめ>	78
-------	----

第1章 スペインの概要

1. 地理的特徴

イベリア半島の大半を占めるスペインは、大西洋と地中海に面する国であり EU 最大の漁業国であるとともに 2015 年以降 EU 最大の養豚国でもある。国土面積は、50 万 5,983km²（日本の約 1.3 倍）であり、人口は、4,739 万人（2021 年 1 月 1 日時点：スペイン国立統計局）である。国土面積の約 50% を農用地が占め、大麦・オリーブ・小麦・ブドウ・柑橘類・豚肉等の生産が盛んであり、農業生産額は、フランス・ドイツ・イタリアに次ぐ EU 第 4 位である。

北部は、雨が多く夏は涼しく冬は温暖な海洋性気候で酪農・麦類の生産が盛んであり、中央部は、夏は暑く冬は寒い大陸性気候で麦類・ブドウ・畜産物の生産が盛んである。東部および南部は、年間を通じて温暖で乾燥した地中海性気候であり、東部は柑橘類・コメ、南部はオリーブ・ブドウ・野菜・コメの生産が盛んである。



今回訪問先：①マドリッド（首都、マドリッド州）、②サラゴサ（アラゴン州）、
③ジローナ（カタルーニャ州）、④バルセロナ（カタルーニャ州）

2. スペイン経済および日本との貿易の概況

スペインの経済成長（実質 GDP 成長率）は、2015 年以降欧州内でも高い成長率で推移してきた。2018 年 6 月に発足したサンチェス政権は、財政安定化と福祉国家の再構築、経済成長の強化と質の高い雇用の創出を政権の最重要課題と位置付けに取り組んでいたが、2019 年に発生した新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け 2020 年には△ 10.82%と大きく減少した。同様に失業率も、堅調な経済成長を背景に減少傾向にあったが、新型コロナ拡大の影響を受けた 2020 年は 15.5% まで上昇した。特に若年層（16 ～ 24 歳）の失業率は 38.3%に達しており、同国経済にとって深刻な問題となっている。（図表 1）

図表 1 スペインの基礎的経済指標

年次	実質GDP成長率 (%)	名目GDP総額 (10億円)	一人当たりの 名目GDP (円)	消費者物価 上昇率 (%)	失業率(%)
2014	1.38	193,074	4,156,180	△ 0.15	24.45
2015	3.65	167,958	3,619,000	△ 0.50	22.08
2016	3.17	173,320	3,735,480	△ 0.20	19.65
2017	2.98	184,394	3,973,340	1.96	17.23
2018	2.58	199,850	4,302,620	1.68	15.26
2019	2.08	195,048	4,140,640	0.70	14.11
2020	△10.82	179,270	3,785,460	△0.32	15.53
2021	5.13	199,668	4,212,600	3.09	14.80

出典：JETRO「スペイン 概況・基本統計」を基に編集
 為替：1 US ドル＝ 140 円（2022 年 11 月）

スペイン国内の農業生産額の品目別内訳をみると、果樹、野菜・豆類に次いで豚肉の生産が第 3 位で重要な位置にある。以下、穀物、酪農、肉牛、家禽と続き、羊・山羊も合わせると畜産部門の占める割合は 35.5% となっている。（図表 2、3）

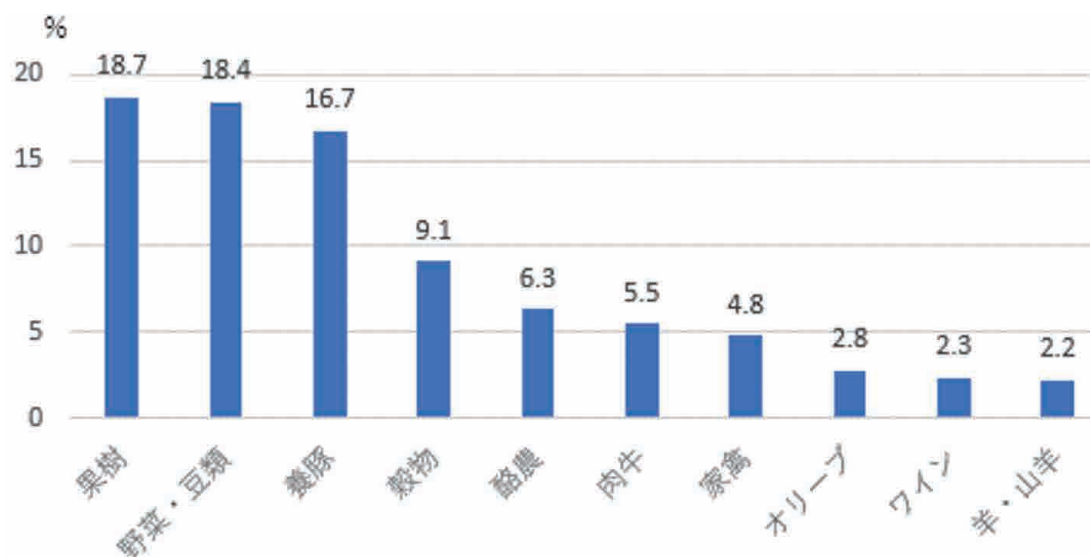
図表 2 主要農産物の生産状況

(単位：万トン)

	スペイン					日 本
	2016	2017	2018	2019	2020	2020
大 麦	798	579	913	774	1,147	22
オリーブ	656	655	982	597	814	-
小 麦	643	488	799	604	814	95
ぶどう	593	539	667	575	682	16
トマト	467	516	477	500	431	71
オレンジ	314	336	364	323	334	3
タンジ [°] ェリン・マンダ [°] リン等	294	197	198	183	217	69
生 乳 (牛)	457	702	712	746	761	744
豚 肉	395	430	453	464	500	131

出典：農林水産省「スペインの農林水産業概況」

図表 3 農業生産額に占める主要農産物の割合（2021 年）



出典：スペイン農業漁業食料省（以下、MAPA と記す。）

近年の日本・スペイン間の農林水産物の貿易について、2021 年の内訳を見ると、日本の主な輸出品目はかつお・まぐろ類（生鮮・冷蔵・冷凍）6.6 百万 US ドル（924 百万円）、ソース混合調味料 3.1 百万 US ドル（434 百万円）などとなっており、日本の輸入品目は豚肉 593 百万 US ドル（830 億 20 百万円）、オリーブ油 149 百万 US ドル（208 億 60 百万円）などとなっている。

近年の輸入豚肉の需給状況や価格高騰などもあり、スペイン産の豚肉輸入が増加傾向にある。（図表 4、5）

図表 4 スペインと日本の農林水産物の貿易概況 2021 年（単位：百万ドル、%）

スペインへの輸出

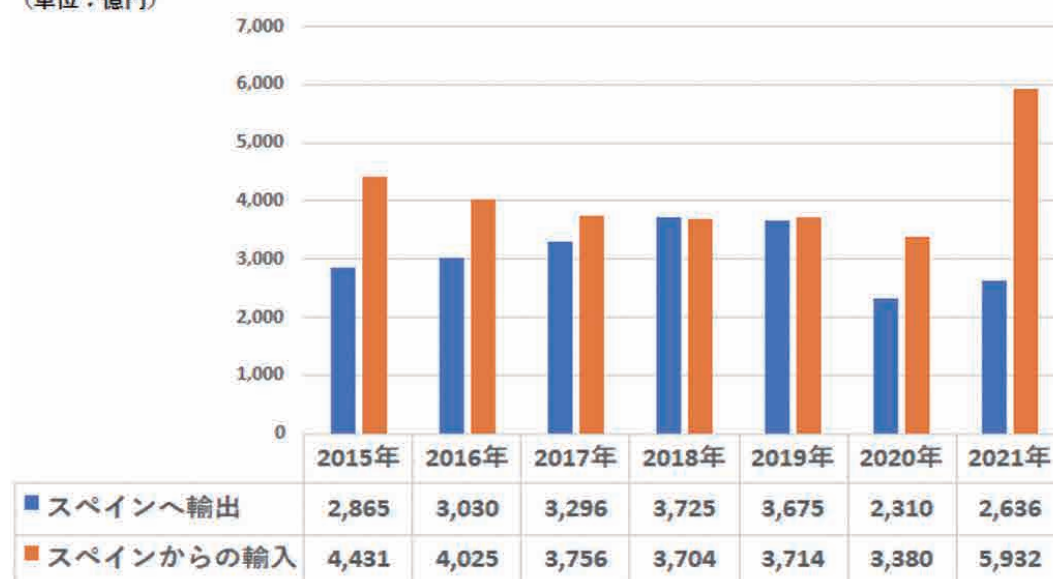
スペインからの輸入

品目名	輸出額	シェア	品目名	輸入額	シェア
かつお・まぐろ類 (生鮮・冷蔵・冷凍)	6.6	26.5	豚肉	593	46.7
ソース混合調味料	3.1	12.5	オリーブ油	149	11.7
アルコール飲料	2.1	8.2	アルコール飲料	139	10.9
醤油	1.5	6.0	かつお・まぐろ類 (生鮮・冷蔵・冷凍)	98	7.7
スープ プロス	0.9	3.6	トマトピューレ・ペースト	23	1.8
その他	10.8	43.2	その他	269	21.2
合計	25	100	合計	1,271	100

出典：JETRO「スペイン 概況・基本統計」を基に編集

図表 5 日本とスペインの輸出入の状況

(単位：億円)



出典：財務省貿易統計

3. 畜産(養豚)の概況

スペインの豚飼育頭数は、2011 年から 2013 年までは横ばい傾向であったが、2014 年からは増加傾向となり 2018 年には 30,000 千頭を超え、2020 年には、32,676 千頭となっている。(図表 6)

飼養頭数のうち、生ハムの原料として有名なイベリコ豚の飼養頭数の推移をみると、飼養頭数の伸びに比してイベリコ豚はほぼ横ばいとなっている。これは、イベリコ豚は、ロイン、ハム、肩ロース、枝肉の品質基準に関する勅令（王室勅令第 4/2014 号）があり、飼養方法（飼育方法や餌（ドングリなど））が定められ、更に一般的な豚に比べ飼養期間が長い（最低 10 か月以上）ことも要因と推察される。(図表 7)

図表 6 スペインの豚飼育頭数推移

(単位：千頭)

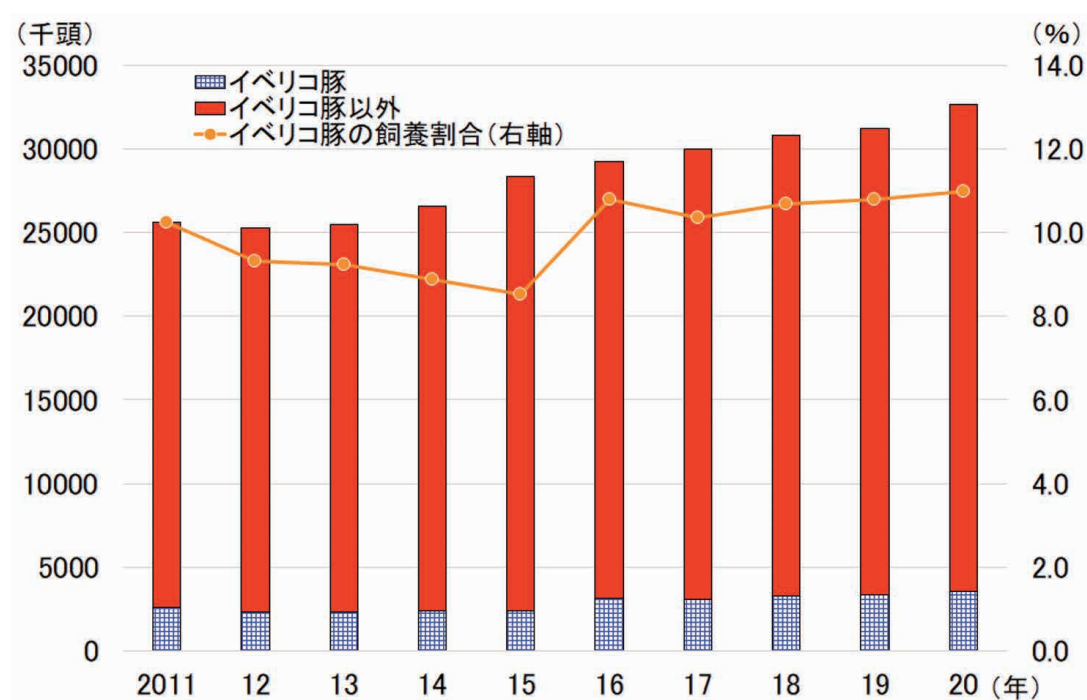
年・区分	総飼養頭数	子豚～20kg				
		子豚～20kg	豚20～50kg	豚50kg～	繁殖雄豚	繁殖雌豚
2011年	25,635	6,928	5,888	10,371	44	2,404
2012年	25,250	7,085	5,735	10,142	38	2,250
2013年	25,495	7,055	5,592	10,559	36	2,253
2014年	26,568	7,880	6,010	10,284	36	2,358
2015年	28,367	7,910	6,595	11,358	38	2,466
2016年	29,231	8,100	6,397	12,285	33	2,415
2017年	29,971	8,365	7,058	12,062	31	2,454
2018年	30,804	8,551	6,897	12,827	29	2,501
2019年	31,246	8,341	7,020	13,281	27	2,577
2020年	32,676	8,377	7,561	14,136	27	2,575

資料：NAPA

注：総飼養頭数と内訳の合計は、四捨五入の関係で一致しない。

出典：農畜産業振興機構「畜産の情報 2022 年 5 月号」

図表 7 豚飼育頭数に占めるイベリコ豚飼養頭数の推移



資料：NAPA

出典：農畜産業振興機構「畜産の情報 2022 年 5 月号」

スペインにおける豚の飼養頭数は、かつては EU の中でドイツに次ぐ第 2 位の位置にあったが、近年はドイツを追い越して 1 位となっている。豚の飼養頭数が目立って伸びているのはスペイン一国という状況である。豚肉の生産量についてみても、EU 主要国の中で第 1 位を誇る。(図表 8、9)

図表 8 EU 主要国の豚飼育頭数 2021 年 (単位:頭)

国名	飼養頭数
スペイン	* 34,454,090
ドイツ	23,762,300
デンマーク	13,152,000
フランス	12,941,000
オランダ	10,872,000
ポーランド	10,242,400
イタリア	8,407,970

* スペインは、暫定値

出典：EUROSTAT

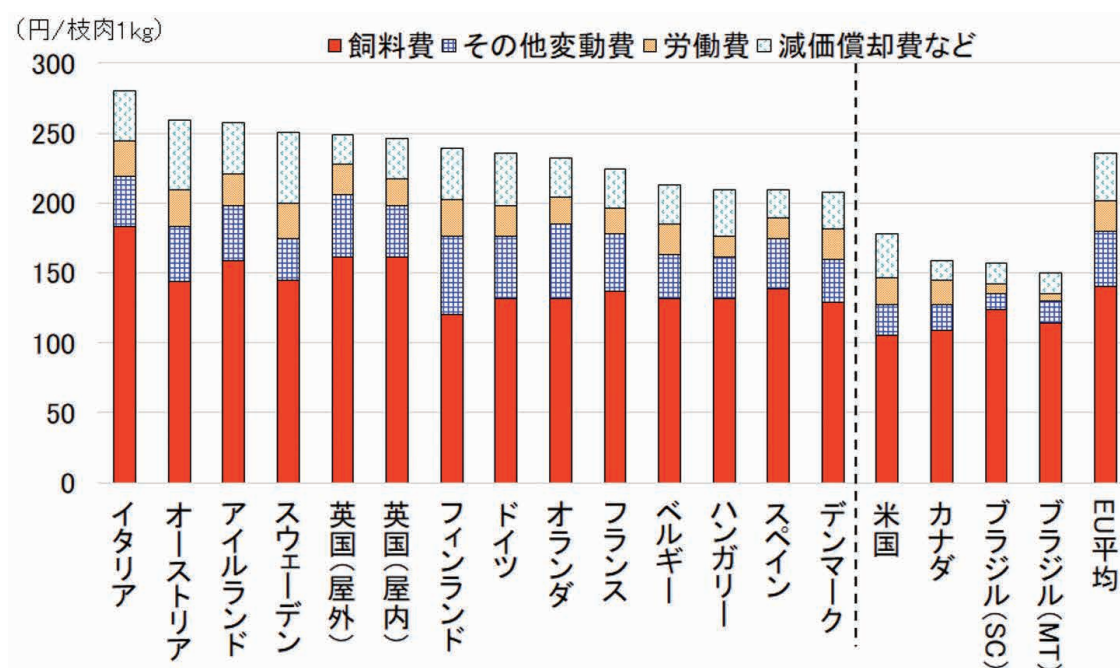
図表 9 EU 主要国における豚の飼養頭数 (単位：千頭)

	2010年	2015年	2018年	2019年	2020年	2021年
スペイン	25,704	28,367	30,804	31,246	32,677	34,454
ドイツ	26,901	27,652	26,445	26,053	25,988	23,620
フランス	14,552	13,307	13,713	13,510	13,872	12,941
デンマーク	12,293	12,702	12,642	12,728	13,391	13,152
オランダ	12,206	12,453	11,934	11,921	11,538	10,872
ポーランド	14,776	10,590	11,028	11,216	11,727	10,242
イタリア	9,321	8,675	8,492	8,510	8,543	8,408

出典：農畜産業振興機構「畜産の情報 2022 年 5 月号」

英国農業・園芸開発委員会 (AHDB) が公表した豚肉生産コスト比較について農畜産業振興機構「畜産の情報 2022 年 5 月号」によれば、スペインは、EU 平均（枝肉重量 236 円 /kg）を下回る 209 円であり、デンマークに次いで低い生産コストとなっており、スペインが生産費の約 7 割を占める飼料費が輸入原料を中心としていることにより他の比較国よりを高い一方、労働費等が低水準であることから価格競争力を確保できたとしている。EU 域内で発生しているアフリカ豚熱により、域内流通の制限や輸出制限等ある中、スペインの未発生国としての優位性も勘案すれば、今後も飼養頭数は増加すると推測されるとしている。（図表 10）

図表 10 養豚飼養コスト国別比較



資料：英国農業・園芸開発委員会「2020 pig cost of production in selected countries

注 1：減価償却費などには支払利子、地代を含む。

注 2：ブラジル (MT) は同国マットグロソ州、ブラジル (SC) は同国サンタカタリーナ州。

注 3：1 ポンド = 164.89 円換算にて計算（三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング株式会社「月末・月中平均の為替相場」の 2022 年 3 月末 TTS 相場）。

出典：農畜産業振興機構「畜産の情報 2022 年 5 月号」

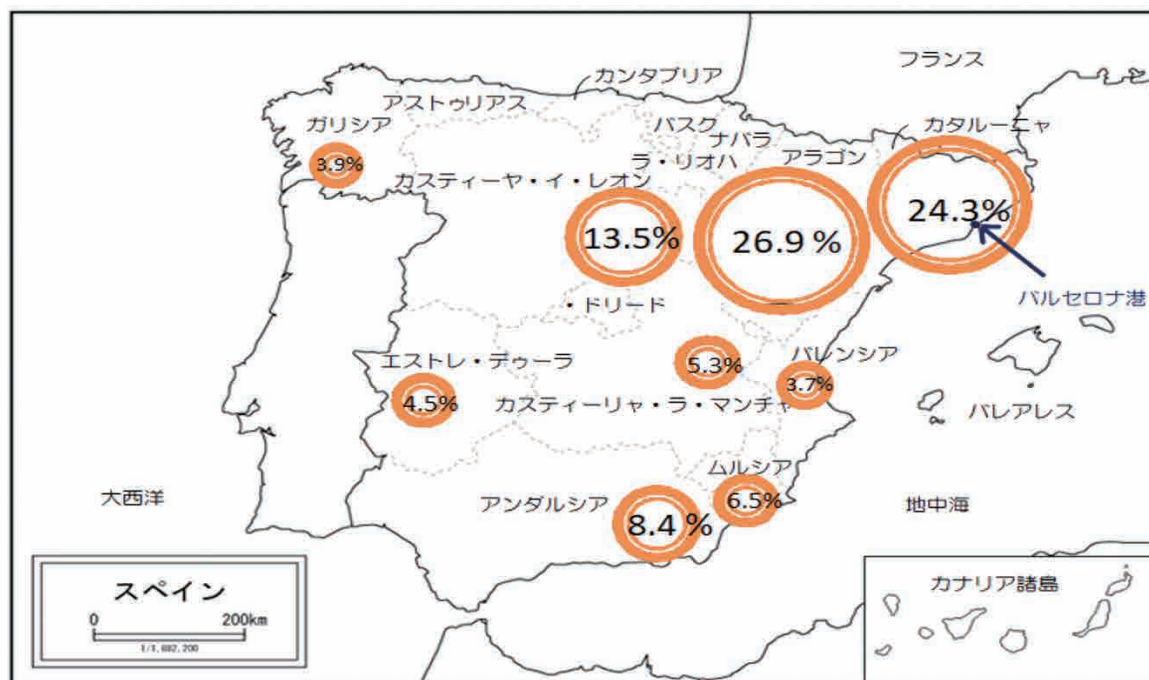
豚の飼養頭数について、州別で見ると、アラゴン州（8,197 千頭）とカタルーニャ州（7,913 千頭）の北東部 2 州に 51.2%が集中しており、イベリコ豚の飼養が多い南部は少ない。（図表 11、12）

図表 11 豚の州別飼養頭数 2021 年 (単位：千頭)

	2010年	2015年	2020年	2021年
ガリシア	1,019	1,082	1,287	1,196
アストゥリアス	15	14	7	7
カンタブリア	2	2	1	1
バスク	19	27	36	37
ナバーラ	658	529	686	829
リオハ	106	92	135	112
カスティーヤ・イ・レオン	3,450	3,694	4,401	4,564
アラゴン	5,580	6,904	8,779	9,874
カタルーニャ	6,723	7,700	7,953	8,021
マドリード	18	23	21	21
エストレマドゥーラ	1,350	1,378	1,455	1,527
カスティーヤ・ラ・マンチャ	1,582	1,560	1,727	1,875
バレンシア	1,169	1,108	1,207	1,035
ムルシア	1,750	1,745	2,120	2,484
アンダルシア	2,120	2,402	2,759	2,790
バレアレス	70	57	53	45
カナリア	73	50	51	38
スペイン計	25,704	28,367	32,678	34,454

出典：MAPA

図表 12 豚の州別飼養割合 2020 年



出典：農畜産業振興機構「畜産の情報 2022 年 5 月号」

第2章 スペインの豚肉及び豚肉加工品の概要

1. はじめに

わが国であれば「統計でみる豚肉産業の現状」（2021年版）とでも言うべきスペインの豚肉産業に関する総括的な統計資料が公表されている。スペイン農業漁業食料省（MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACION）の『EL SECTOR DE LA CARNE DE CERDO EN CIFRAS（2021）』及び「Resultados definitivos por provincias y comunidades autónomas de años anteriores (censo exhaustivo)」がそれである。以下では、主としてこれらの資料に基づいて、スペインの豚肉（CARNE DE CERDO）産業の概要と特徴を見てみる。

2. 豚肉生産量の動向

スペインがEUに加盟した1986年当時の豚肉生産量は140万トンで、ドイツ、オランダ、フランスに次ぐ位置にあったが、92年にはオランダを追い越してフランスに迫り、2006年ではフランスを追い越してドイツに次ぐ第2位の324万トンを生産するようになった。その後もスペインの生産量は増え続けて2020年には500万トンを超えて1位のドイツに肩を並べるようになり、そして2021年でドイツを追い抜いてスペインがEU最大の豚肉生産国となっている。

図表1 EU主要国における豚肉生産量の推移

（単位：千トン）

	1986年	1992年	2006年	2010年	2015年	2020年	2021年
ドイツ	3,287	3,124	4,662	5,438	5,562	5,101	4,965
スペイン	1,399	1,918	3,235	3,369	3,855	5,024	5,180
フランス	1,591	1,994	2,263	2,232	2,163	2,201	2,204
ポーランド	*	*	2,071	1,742	1,906	1,974	1,976
デンマーク	1,146	1,383	1,749	1,666	1,599	1,595	1,724
オランダ	1,749	1,584	1,265	1,288	1,456	1,658	1,719
イタリア	1,051	1,342	1,556	1,633	1,486	1,271	1,335
ベルギー	680	930	1,006	1,129	1,124	1,099	1,140
英国	1,007	983	697	774	898	**	**

資料：MAPA

（注）1. * はEU加盟前、** はEU脱退後のため資料に記載がない。

2. スペインの1986年、92年の生産量は図表2の数値と若干の不具合がある。

農畜産業振興機構『畜産の情報』2016年6月号の「拡大するスペイン養豚産業の現状」および同2017年8月号の「EUの養豚・豚肉産業～多様な産地と経営体～」によれば、スペインにおける生産増加の背景には、インテグレーションによる効率的な生産体制の確立と労働費など生産コストの低さがあるという。インテグレーション（垂直的統合）とは、その一つの形態は飼料会社がその供給先となる生産者を傘下に収める形であって、原料調達から生産～販売までを垂直統合するインテグレーションが進展したものであり、もう一つの形態は食肉パッカー（食肉処理・食肉加工

会社）が生産者を傘下に収める形のインテグレーションである。こうしたインテグレーションの進展によって、効率的な生産体制を確立するとともに、海外市場を開拓する競争力も生まれた結果、EU で第 1 位を誇る豚肉産業の確立に成功したとされる。

3. 豚肉の需給と輸出の動向

スペインでは、1990 年代初頭まで豚肉の輸出入量はきわめて少なく、国内で生産したものを国内で消費する形の、したがって自給率も概ね 100% 近い需給事情であった。その後、生産量が増加する過程で、はじめは国内の実需が拡大する一方で、次第に国外への輸出される豚肉が増えていく。そして 2000 年代に入ると、国内生産量の増加分はほとんどが輸出に向けられるようになる。国内供給量（国内消費仕向け量）は 2005 年以降では概ね横ばいの状態が続き、直近ではやや減少する傾向さえ見られるが、一方で輸出量は年々増加基調で推移している。結果、直近における豚肉の自給率は 200% を超えている。

図表 2 スペインの豚肉需給の推移

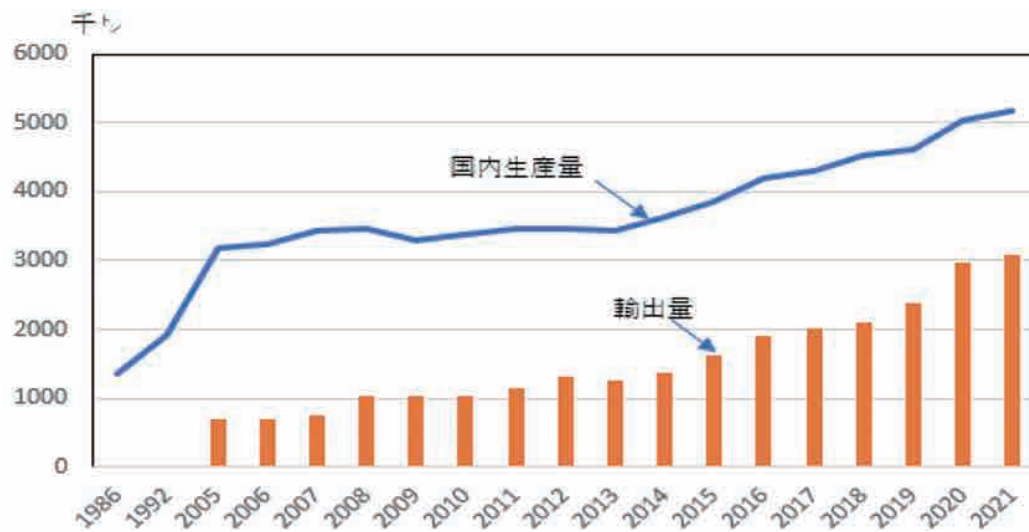
年次	国内生産量 (千トン)	輸入量 (千トン)	輸出量 (千トン)	在庫増減 (千トン)	国内供給計 (千トン)	1 人当り 消費量 (kg)	自給率 (%)
1986	1,342	49	4	-4	1,391	37.5	96.4
1992	1,902	59	32	0	1,930	49.6	98.6
2005	3,168	90	687	0	2,571	58.9	123.2
2010	3,369	119	1,020	0	2,467	53.0	136.6
2015	3,855	252	1,622	0	2,485	53.5	155.1
2016	4,181	247	1,913	0	2,515	54.2	166.2
2017	4,299	252	2,020	0	2,531	54.4	169.9
2018	4,521	221	2,097	0	2,646	56.6	170.9
2019	4,627	208	2,375	0	2,460	52.2	188.1
2020	5,024	306	2,982	0	2,348	49.6	214.0
2021	5,180	349	3,091	0	2,438	49.6	212.5

資料：MAPA

国内生産量と輸出量の推移について図示したものが次頁の図表 3 である。スペインの豚肉産業が海外市場を開拓することで伸びてきたことがよく分かる。

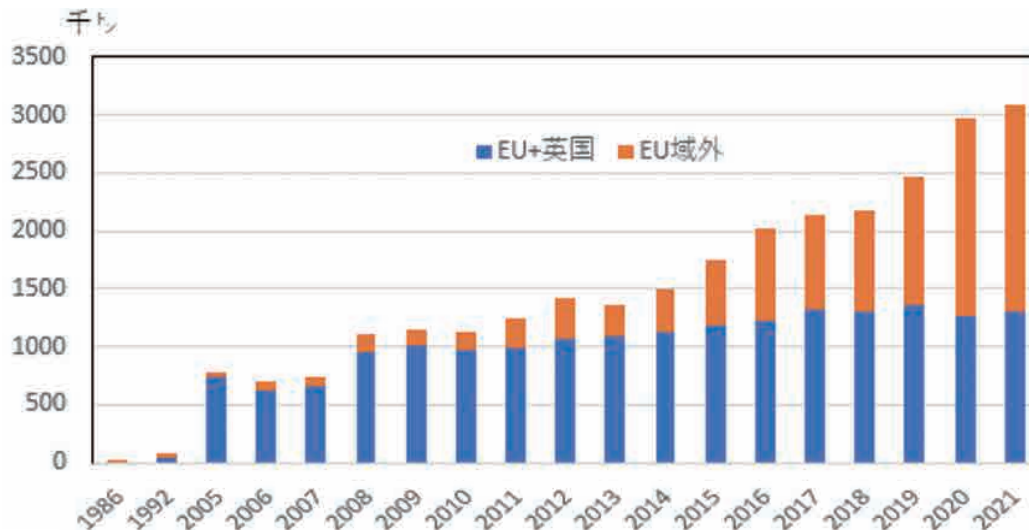
輸出先は、2014 年頃までは主として EU 域内であったが、その後 EU 域外への輸出が増え始め、直近の 2020 年、21 年では域内（英国は域内に含めて集計した）がやや減少し、他方で域外への輸出が大幅に増えている。特に増えているのが、中国向けの輸出である。結果、EU 域内向けと域外向けの輸出の割合が逆転し、2021 年では域内向けが 42%、域外向けが 58% となっている。

図表3 豚肉の生産量と輸出量の推移



資料：MAPA

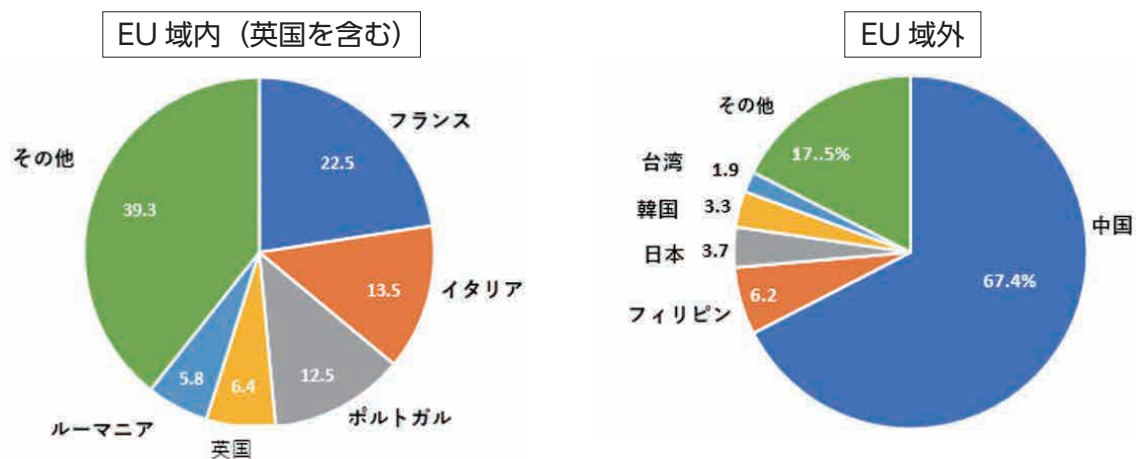
図表4 豚肉の輸出先別輸出量の推移



資料：MAPA

(注) 原資料では英国はEU 域外だが、ここではEU に含めた。

図表5 主要輸出先別輸出割合 (2021 年)



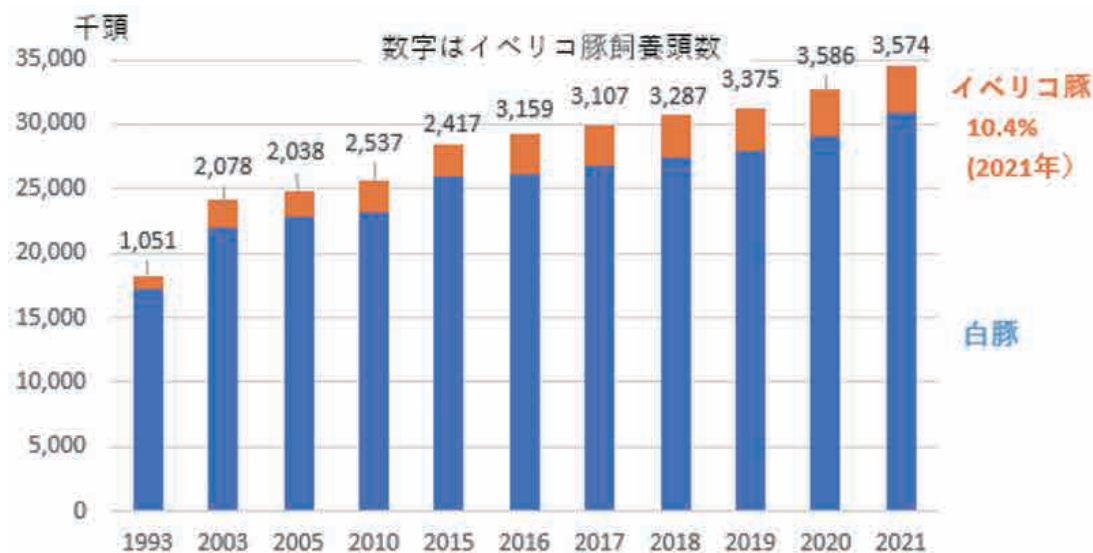
資料：MAPA

4. イベリコ豚の飼養状況

スペインでは、イベリコ豚以外の豚を「白豚」（ホワイトポーク）と称している。渡邊直人著『イベリコ豚の秘密とスペインの生ハム』（2011年、榊文芸社刊）によると、白豚の導入は1950年代に行われたという。したがって、それ以前の生ハムの原料は基本的にイベリコ豚などの原生種の豚を使用していたということである。

近年におけるイベリコ豚の飼養頭数を見ると、1993年に105万頭、2003年に208万頭、2010年には250万頭へと増えてきたが、それ以上に白豚の飼養頭数が増えているために、全飼養頭数に占めるイベリコ豚の割合は10%前後で推移している。イベリコ豚の人気の高まり、直近では350万頭へと増頭しているものの、割合としては2020年が11.0%、2021年が10.4%となっている。

図表6 白豚とイベリコ豚の飼養頭数の推移



出典：MAPA

飼養頭数が少なく、したがって生産量が限られている中で、スペインで作られる生ハムのうちイベリコ豚を原料とするものがどのような割合なのかについて、農畜産業振興機構『畜産の情報』2009年4月「イベリコ生ハムの現場から」に貴重なデータが載っている（図表7を参照）。

そのデータは2007年当時の推計であるが、白豚生ハムはハモン（もも肉のハム）とパレタ（前肢のハム）を合わせて40,543千本、イベリコ豚生ハムはハモンとパレタを合わせて5,162千本となっており、イベリコ豚生ハムの占める割合は11.3%に過ぎない。図表6の資料によると、2007年におけるイベリコ豚の飼養頭数は全体の11.4%であるから、イベリコ豚生ハムの生産割合とほとんど同じである。

なお、イベリコ豚について、ここでは「デ・ベジョータ」「デ・レセボ」「デ・セボ」の三つに区分されているが、これは2007年11月に改訂される前のイベリコ・ハムのグレードを意味するもので、次のとおりである（渡邊、前掲書による）。

- ベジョータ：ドングリの意味
- レセボ：穀物飼料を再度与えたという意味
- セボ：穀物飼料の意味

一般にはイベリコ豚＝ドングリというイメージであるが、実際にはイベリコ豚生ハムでもドングリだけを食べて育った豚を原料にしたもの（デ・ベジョータ）はハモン、パレタを合わせて 892 千本で、イベリコ豚生ハムの 17.3% にすぎない（2007 年の場合）。

図表7 ス페인における生ハムの種類別生産量

(単位：千本)

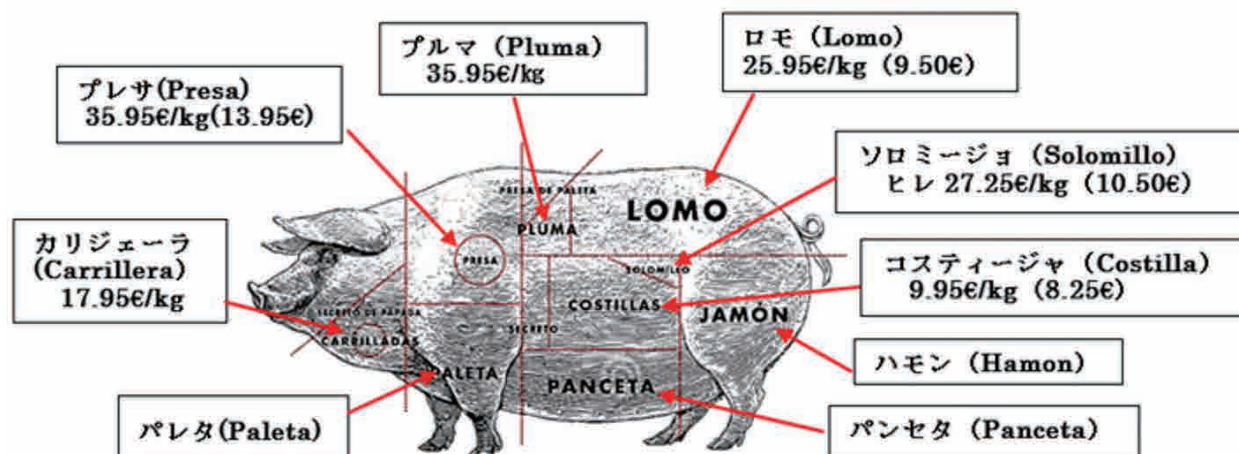
		2006年	2007年
白豚生ハム	ハモン	35,850	36,567
	パレタ	3,898	3,976
イベリコ豚生ハム	ハモン	2,911	2,970
	デ・ベジョータ	474	484
	デ・レセボ	664	677
	デ・セボ	1,773	1,809
	パレタ	2,149	2,193
	デ・ベジョータ	400	408
	デ・レセボ	483	493
	デ・セボ	1,266	1,292
合 計		44,808	45,705

資料：CONFECARNE（食肉同業組合）

出典：農畜産業振興機構『畜産の情報』（2009 年 4 月）

イベリコ豚を例に、部位別名称および各部位の小売価格での評価値について調べてみた。イベリコ豚は生産量が少ないために、一般のスーパーマーケットで販売されている事例は少ない。百貨店「エル・コルテ・イングレス」の精肉売り場の一角にイベリコ豚の売り場が設けられている。一部を同店の Web サイトで補充し、白豚の価格と比較してみた。

図表8 イベリコ豚の部位別名称と小売価格（白豚との比較）



(注1) カット図は下記による。
<https://www.campofrioschoolofham.com/jp/school-pigs-part-by-part/>

(注2) 価格は「エル・コルテ・イングレス」で販売されているもの。カッコ内は白豚の価格である。

5. 豚肉加工産業の概要

(1) 国内生産豚肉の加工用仕向け割合

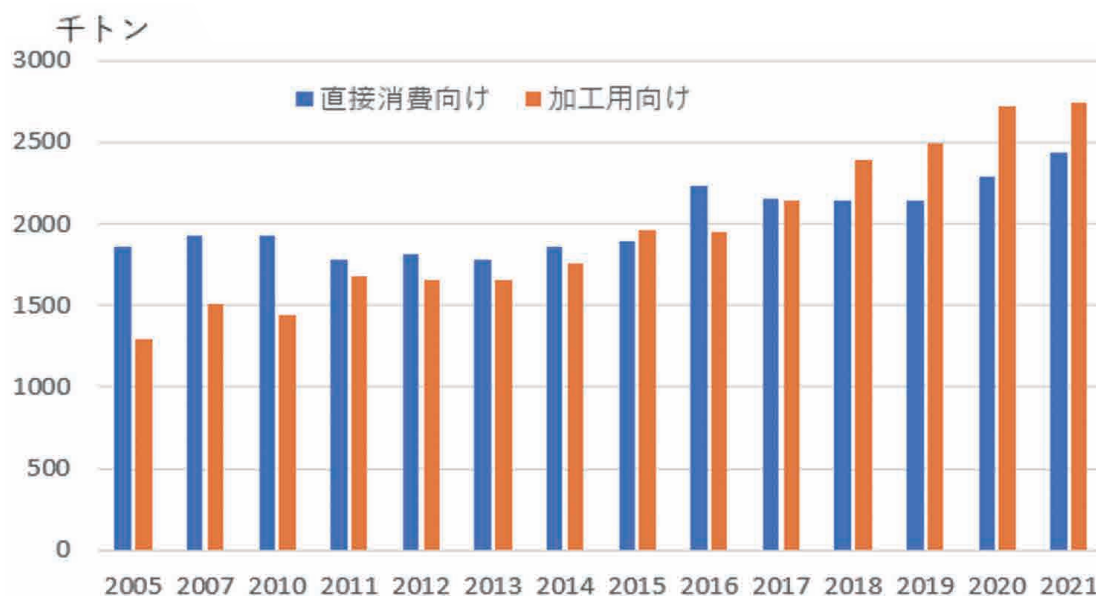
2005 年当時のスペインで生産された豚肉 316 万トンのうち直接消費に仕向けられたものは 186 万トン、加工品の生産に仕向けられた豚肉は 130 万トンで、直接消費仕向けが 6 割近くを占めていた。2014 年までは直接消費仕向けがやや上回っていたが、2015 年では直接消費仕向けが 189 万トン、加工用仕向けが 196 万トンと加工用仕向けが多くなり、2021 年では直接消費仕向け割合が 47.1%、加工用仕向け割合が 52.9%となっている。

図表 9 国内生産豚肉の加工用仕向け割合の動向

年次	国内消費仕向け量（千トン）			国内消費仕向け割合（%）	
	直接消費向け	加工用向け	計	直接消費向け	加工用向け
2005	1,859	1,299	3,158	58.9	41.1
2007	1,932	1,508	3,440	56.2	43.8
2010	1,923	1,446	3,369	57.1	42.9
2011	1,786	1,683	3,469	51.5	48.5
2012	1,812	1,655	3,467	52.3	47.7
2013	1,776	1,656	3,432	51.7	48.3
2014	1,859	1,761	3,620	51.4	48.6
2015	1,893	1,962	3,855	49.1	50.9
2016	2,228	1,953	4,181	53.3	46.7
2017	2,152	2,147	4,299	50.1	49.9
2018	2,144	2,387	4,531	47.3	52.7
2019	2,143	2,498	4,641	46.2	53.8
2020	2,289	2,715	5,004	45.7	54.3
2021	2,439	2,741	5,180	47.1	52.9

出典：MAPA

図表 10 国内生産豚肉の用途別仕向け割合の推移



(2) 豚肉加工品の種類別生産割合

豚肉加工品の生産量は、Interpork 提供「Evolution of processed products production in SPAIN」によると、2013年に80万トン、15年に86万トン、17年に90万トンと順調に伸びており、20年では94万トン、21年では97万トンと100万トンの大台に届く勢いである。

これを塩漬加工製品 (elaborados curados) と加熱製品 (cocidos y conservas) に分けてみると、2013年→21年の伸び率は前者が33.8%、後者が5.2%で、生ハムなど非加熱塩漬製品の生産が伸びている。結果、両者の比率は2013年では塩漬52：加熱48であったものが2021年では58：42となっている。

図表 10 豚肉加工品の生産量

(単位：千トン)

年次	計	塩漬製品	加熱製品
2013	805.2	420.1	385.1
2014	836.2	451.5	384.7
2015	859.6	472.5	387.1
2016	881.3	490.0	391.3
2017	903.8	509.0	394.8
2018	913.3	520.0	393.3
2019	923.0	531.0	392.0
2020	939.0	546.0	393.0
2021	967.0	562.0	405.0

出典：Interpork 提供資料

図表 11 塩漬製品と加熱製品の生産割合に推移

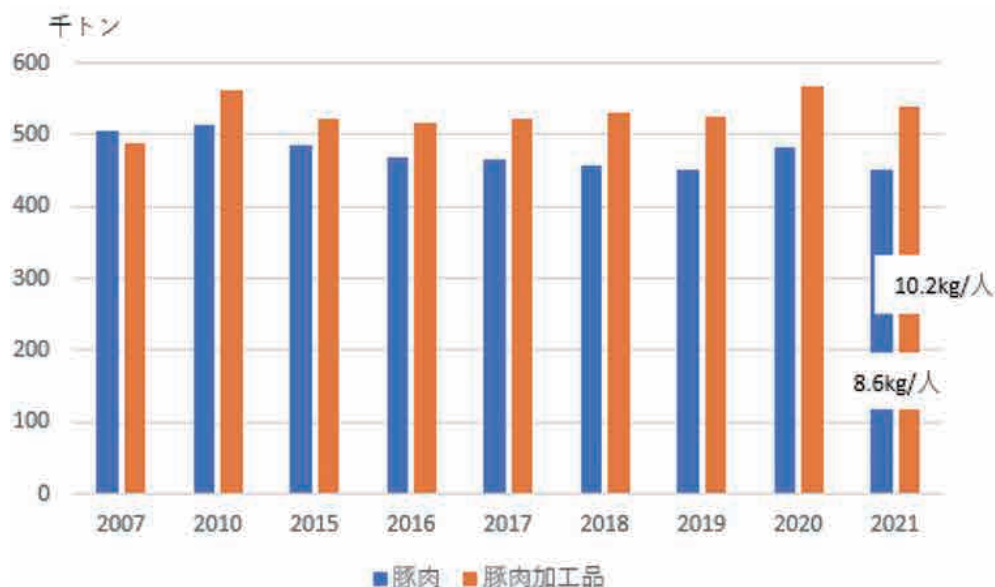


出典：図表 10 に基づき作成

6. 豚肉加工品の家庭消費

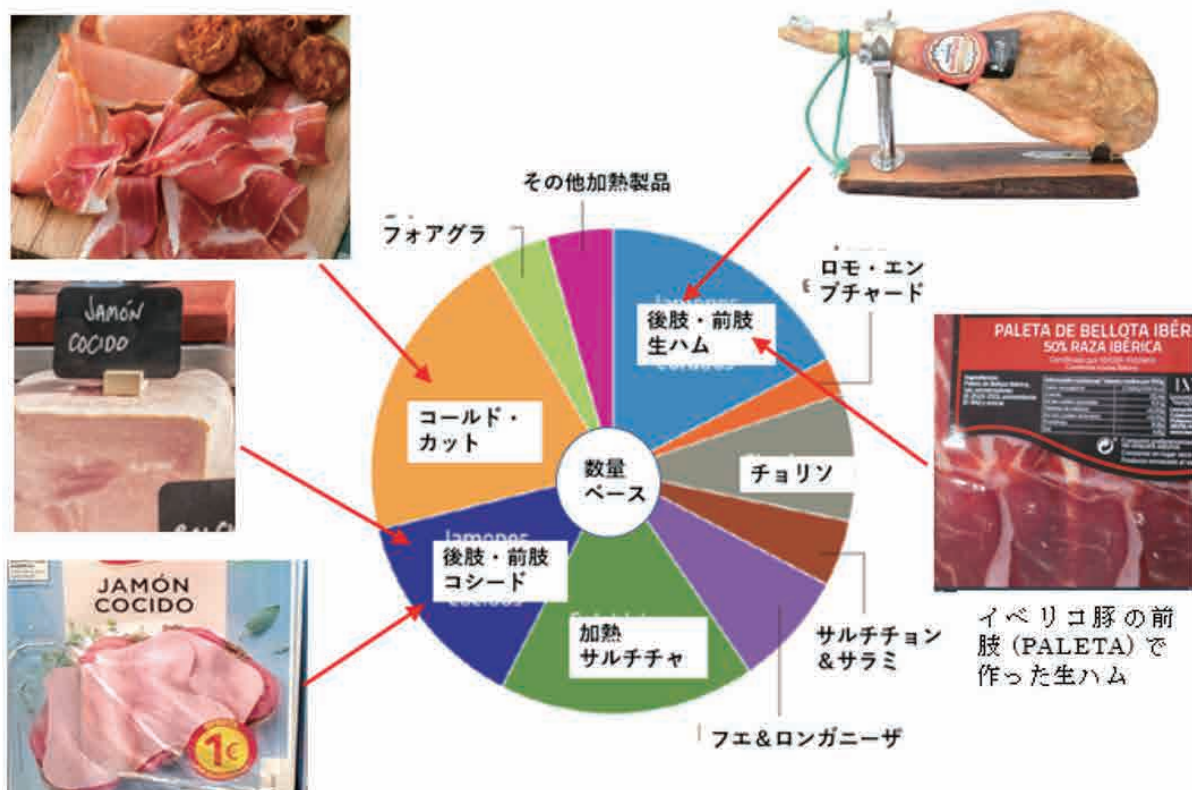
スペイン農業漁業食料省（MAPA）の消費者調査によると、家庭における豚肉（精肉）と豚肉加工品の消費量は、2007 年当時は両者とも約 50 万トンであったが、近年では豚肉（精肉）の消費量がやや減少する傾向が見られ、加工品の消費との差が少しずつ広がっている。一人当たりに換算すると、2021 年では豚肉が 8.6kg、豚肉加工品が 10.2kg となっている。

図表 11 家庭における豚肉加工品の消費動向



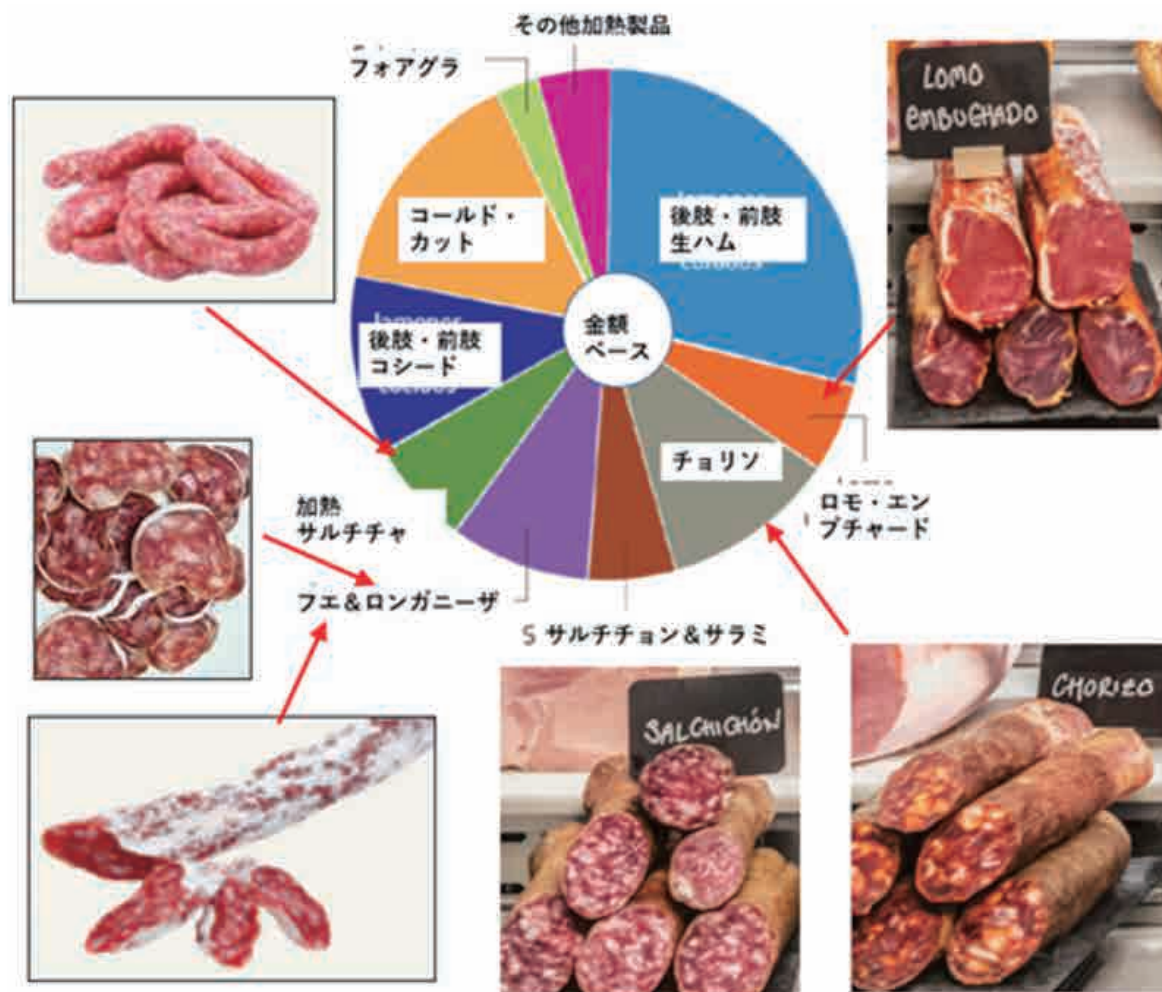
出典：MAPA

図表 12 家庭で消費される主な豚肉加工品（数量ベース）



出典：Interpork 提供資料に基づき筆者撮影写真等を利用して作成。

図表 13 家庭で消費される主な豚肉加工品（金額ベース）



出典：Interpork 提供資料に基づき筆者撮影写真等を利用して作成。

（参考）スペインのソーセージ

○ロモ・エンブチャード：

他のソーセージと異なり、ミンチやカッティングされた肉ではなく、塊の赤身ロース肉に食塩、香辛料、発色剤等をまぶしケーシングに充填し、熟成、乾燥して作る。①

○チョリソ：

スペイン全土で生産される最もポピュラーな豚肉腸詰製品。ミンチした豚肉に塩やニンニク、香辛料を腸詰し乾燥する。たっぷりのパプリカパウダーの使用が特徴。②

○サルチヨン：

いわゆるサラミ。ミンチした豚肉に脂身を加えた大き目の腸詰製品。大きな特徴は、パプリカパウダーを使用せず、塩と胡椒のみを使用すること。②

○フエ：

【フエ】とは【馬の鞭】という意味。特にカタルーニャで人気がある豚肉腸詰製品。ミンチした豚肉と脂身に塩と胡椒をくわえ、腸詰に乾燥させる。細長く、白カビで覆われている。②

○ロンガニーザ：

これもカタルーニャ地方で人気がある豚肉腸詰製品。一般的にロンガニーザとは腸詰めのこと。細長いタイプのサラミ。③

○サルチチャ：

元々はカタルーニャやバレアレス諸島の郷土料理で味付けされた豚肉片で作られたソーセージをサルチチャと呼んだ①。売り場では要冷蔵で食べる前に加熱することが必要な製品として販売されているものと加熱済みでサルチチャとして販売されている製品がある。加熱済みの製品には「サルチチャタイプ・フランクフルト」と表示されているものや“Frankfurt sausages cooked and smoked pork“などの表示で販売されているものもある。外国の食文化と融合するなどして、スペインのソーセージ類はますます品数が増えている。③



(フレッシュタイプ (生ソーセージ))



(加熱済みタイプ)

(注) 説明中、①は伊藤記念財団『ハムソーセージ図鑑』、②は Interpork、③は売り場等による。

第3章 スペイン現地調査の概要

1. 調査の目的

TPP11 を始めとする経済連携協定等の発効により貿易の自由化は大きく進展しており、令和 5 年度からは協定対象国からのソーセージや豚肉調製品の関税が撤廃される。

このため、食肉加工品の輸入増加や食肉加工品製造業の空洞化が懸念されることから、国産食肉加工品の脅威となりうる海外食肉加工品の実態把握を行うため、令和 4 年度はスペインにおける食肉加工品の製造方法、商品特性、消費・販売実態等について現地調査を実施するとともに我が国の国際競争力強化に向けた同国への輸出可能性について調査した。

2. 調査期間、日程及び調査団メンバー

① 調査期間及び日程 令和 4 年 11 月 20 日（日）～ 26 日（土）

月日	曜日	現地時間	地名	行程
11/20	日	7:30 9:35 15:00 17:10 20:40	羽田空港 羽田空港発 ロンドン着 ロンドン発 マドリード着	(JL043) (14時間25分) (IB3171) (2時間30分) マドリード＝バラハス空港 【マドリード泊】
11/21	月	9:30 午後	マドリード	INTERPORC（インターパーク）食肉関係団体 マドリード市場調査 サン・ミゲル市場、ムセオ・デル・ハモン（専門店）、 エル・コルテ・イングレス（百貨店） 【マドリード泊】
11/22	火	8:30 10:40 17:46	サラゴサ	Madrid Atocha 8:30- Zaragoza Delicias 9:45 11:00～13:00 Campodulce社（ハモンセラノ製造施設） 15:00～16:30 The pink pig・RIVASAM（と畜加工施設） Zaragoza Delicias 17:46 - Girona 20:03 AVE 03163 【ジローナ泊】
11/23	水	9:00 11:00 16:00	ジローナ	9:00～10:30 Monter 社（ドライソーセージ製造施設） 11:00～12:30 Collell 社（ハモンセラノ製造施設） IRTA(Institut de Recerca i Tecnologia Agroalimentàries) 【ジローナ泊】
11/24	木	8:00 午後	バルセロナ	ジローナ→バルセロナへ 車移動 バルセロナ市場調査（専門店、スーパー等） 【バルセロナ泊】
11/25	金	11:00 14:15 15:40 17:45	バルセロナ バルセロナ発 ロンドン着 ロンドン発	バルセロナ・エルプラット国際空港 (BA475) (2時間20分) (LHR) (JL044) (14時間05分)
11/26	土	16:50	羽田空港着	

② 調査団メンバー（敬称略）

◎竹内 裕嗣	大和食品工業株式会社 代表取締役社長
櫻井 研	日本畜産物輸出促進協議会 理事
若松 純一	北海道大学大学院畜産科学分野応用食品科学研究室 准教授
猪口 由美	一般社団法人食肉科学技術研究所 専務理事
道免 昭仁	日本ハム・ソーセージ工業協同組合 業務部長

◎印：団長

3. 調査訪問先の概要

(1) スペイン白豚生産加工者協会：

Interpork (Spanish Inter-professional Agri-Food Organization for White Pork) ：生産から加工品製造に至る生産者等団体

ア) INTERPORC の概要

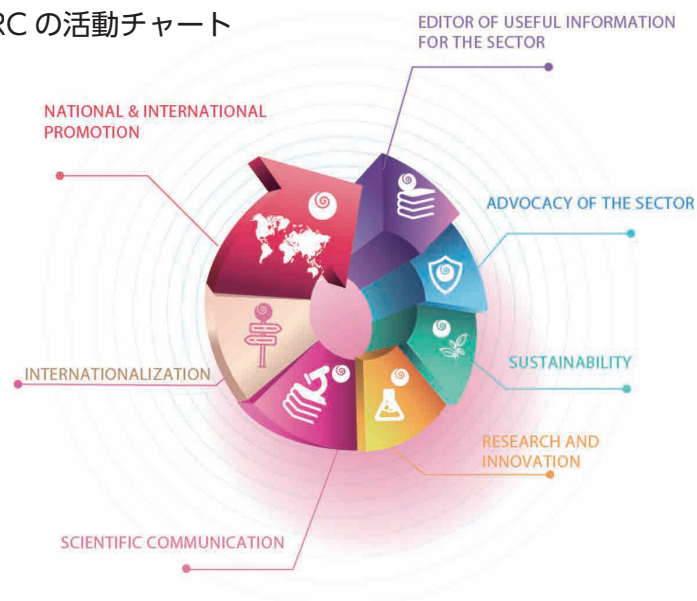
スペイン白豚生産加工者協会（以下「Interporc」）は、食肉及び食肉加工品の生産・流通・販売等まで白豚に携わるすべての業界を代表する非営利団体であり、生産者団体及び業界団体の 11 団体で構成され、会員の豚肉セクターの生産シェアは 90%とのことである。（図表 1）

同協会は、①各業界の経済的な発展と収益性の向上に寄与しそのグローバルな展開を支援する、②一般消費者および業界専門家に健康上のメリットや高品質であるという情報を提供することによりスペイン産白豚肉のイメージを向上させる、③イノベーションや研究開発を促進し白豚業界の持つ課題を解決する、④養豚が持続可能な生産モデルであるというイメージを定着させる、⑤業界全体が抱える課題を改善する事を目標に国内外でのプロモーション活動などを行っている。（図表 2）

図表 1 INTERPORC 構成団体



図表 2 INTERPORC の活動チャート



イ) スペインの豚肉産業等の概況～ INTERPORC との情報交換

A 養豚・豚肉産業の情勢

豚肉生産量は、増加傾向で推移しており、EU 域内では最大の豚肉生産国となっている。また、年間の豚肉生産額は 88 億 2 千万ユーロ（1 兆 2,789 億円：1 ユーロ＝145 円）となり、データのある 2012 年と 2021 年の比較で 148%と大きく増加している。（図表 3, 4）なお、スペインの白豚は、2021 年で 545 万頭（暫定値）がと畜されている。

図表 3 スペイン豚肉生産量

年	豚肉生産量 (百万トン)	年	豚肉生産量 (百万トン)
2010	337	2016	418
2011	347	2017	430
2012	347	2018	452
2013	343	2019	463
2014	362	2020	502
2015	385	2021 *	518
2015/ 2010比	114%	2010/ 2021比	154%

図表 4 スペイン豚肉生産額

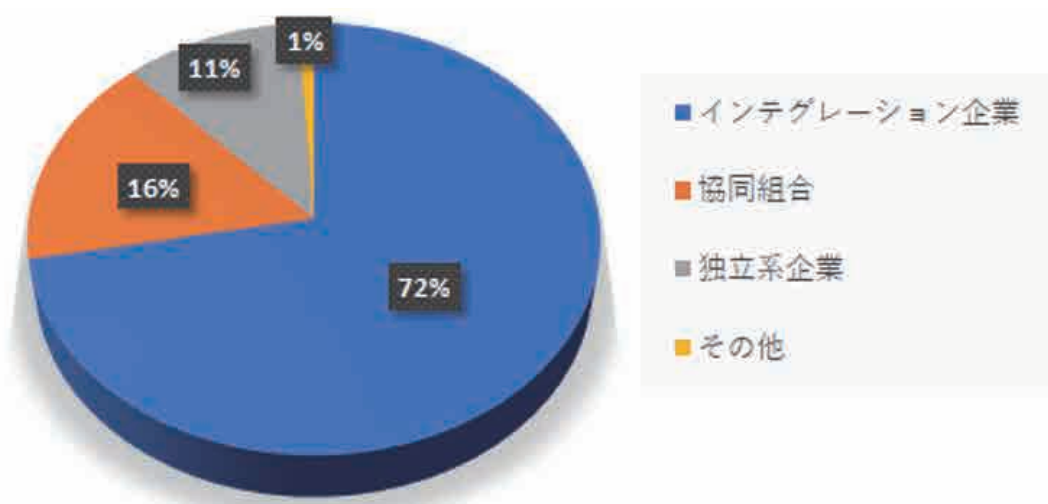
年	豚肉生産額 (億円)	年	豚肉生産額 (億円)
2012	8,613	2017	10,788
2013	8,990	2018	10,643
2014	8,729	2019	12,151
2015	8,468	2020	12,543
2016	9,599	2021 *	12,789
		2012/ 2021比	148%

出典：MAPA 統計を基に INTERPORC 作成

* 2021 年は暫定値

スペインの豚肉関連企業・企業グループは、養豚生産からと畜・加工まで行う企業（インテグレーション企業）が45社、独立系のと畜場が360社、独立系の豚肉処理企業（部分肉カット工場）が695社、豚肉加工品製造企業（ハムソーなど）が1,530社の計2,630社（2020年）となっている。約518万トン（2021年）の豚肉の生産・加工を行っており、生産割合で見るとインテグレーション企業が全体の72%を占めているとの事である。（図表5）

図表5 食肉加工企業等の生産割合



出典：ANPROGAPOR・INTERPORC

食肉加工品の生産は2021年で96万7千トンであり、塩漬製品（生ハム等の非加熱製品が中心と思われる）が約6割、加熱加工品（ソーセージなど）が約4割となっており、2013年以降増加傾向にある。（図表6）

図表6 スペインの食肉加工品の生産

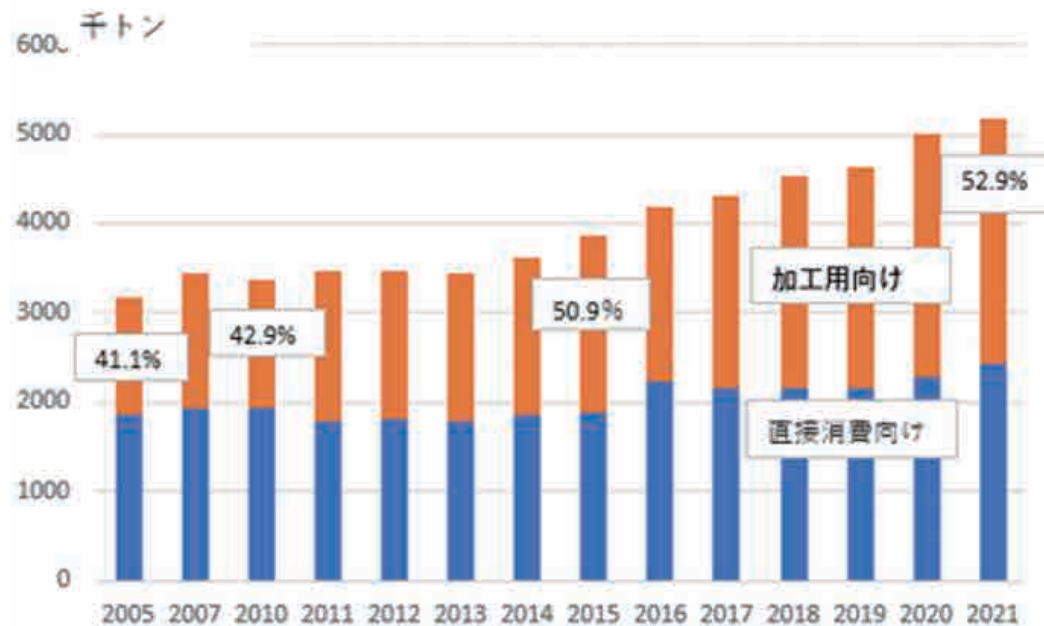
年	合計 (千トン)	塩漬製品 (千トン)	加熱加工品 (千トン)
2013	805.2	420.1	385.1
2014	836.2	451.5	384.7
2015	859.6	472.5	387.1
2016	881.3	490.0	391.3
2017	903.8	509.0	394.8
2018	913.8	520.0	393.8
2019	923.0	531.0	392.0
2020	939.0	546.0	393.0
2021	967.0	562.0	405.0

出典：MAPA 及び ANICE 統計を基に INTERPORC で推計

(ANICE：The National Meat Processing Industries Association of Spain)

スペイン食料漁業食料省（MAPA）の調べによると、国内で生産される豚肉の加工用仕向け率は年々増加する傾向にある。2010 年では国内生産豚肉（枝肉）の 42.9% が豚肉加工品の生産に向けられていたのが、2021 年では 52.9% へと 10 ポイントも伸びている。この間、直接消費に仕向けられる豚肉は概ね横ばいで推移している。このようにスペインでは、豚肉加工産業の果たす役割が増大しているところである。

図表 7 国内生産豚肉の加工用仕向け率の動向



また、スペインの白豚生産者は、零細・自家消費の生産者数が全体の 5 割以上を占める一方で、大規模養豚生産者が全体の 32.6%の白豚を飼養している。(図表 8)

図表 8 スペイン白豚生産者の状況 (2021 年)

	生産者数	飼養頭数 (万頭)	頭数／生産者	飼養頭数 割合 (%)
大規模	2,126	950	4,445	32.6
中規模	9,234	1,206	1,306	41.4
小規模	18,180	680	374	23.5
零細・自家消費	39,296	70	20	2.6
合計	68,836	2,913	424	100

出典：MAPA 統計を基に INTERPORC で推計

B 国内消費の状況

スペインの食肉・食肉加工品の消費量は図表 9 のとおりである。スペインでは、年間 259 万トンの食肉・食肉加工品を消費し、うち豚肉が 54 万トン、豚肉加工品が 53 万トンと精肉と加工品

の消費がほぼ同じとなっており、国民一人当たりの消費量は 22.6kgである。近年微減傾向との事であった。

図表 9 スペインの食肉・食肉加工品の消費量

消費量	合計 (万トン)	うち豚肉 (万トン)	割合 (%)
食肉（冷蔵・冷凍）	192.0	54.0	28.1
食肉加工品	67.0	53.0	80.0
合計	259.0	107.0	41.5
一人当り消費量 (Kg/人/年)	54.7	22.6	

出典：MAPA 統計を基に INTERPORC 作成

INTERPORC によれば、スペインの豚肉産業は生ハムをはじめとした旺盛な需要を背景に堅調に推移している。2019 年に始まった新型コロナウイルス感染症の拡大により都市のロックダウンが行われるなど国民生活は多大な影響を受けたところであるが、豚肉産業に携わる関係者の努力により食肉・食肉加工品は安定的に供給され、消費量は増加した。他方、INTERPORC の活動は国内外のプロモーション活動が軒並み中止となるなど大きな影響を受けた。EU 域内では、アフリカ豚熱（ASF）の発生の拡がりなどにより、スペイン豚肉産業及び INTERPORC の責任は高まっており、今後も高品質で安全・安心な豚肉及び豚肉加工品を国内外に供給していきたい、とりわけ日本には、豚肉に加え生ハムなど食肉製品の輸出が伸びており、今後も日本への輸出は増加するものと見込んでいるとの事であった。

C 日本産ハムソーのスペインへの輸出可能性

日本が和牛を始めとした日本産の農畜産物の輸出を積極的に行っているのは承知している。ハム・ソーセージなど食肉製品の輸出も行いたいとの事だが、スペインの消費者は歴史的にも生ハムなど相当な種類の食肉加工品を食べており、製品の品質などにシビアである。しかしながら国内ではイタリアのパルマハムなどは値段が高くても消費者は購入している。スペインは、畜産物だけでなく、穀物、果物、野菜、油脂（オリーブ油）などあらゆる食材を国内で生産できる国であり、スペイン人は食べることが生きがいであり食欲である。従って、日本からのハムソーなど食肉加工品は、イタリアのパルマハムのように品質の高さも必要であると思うが、スペイン人が慣れ親しんだ食肉加工品に対し品質面だけでは評価を得にくいと思われる。一方で、他の製品との違い、どのようなシチュエーションでどんな食事に合うか（例えば和食）などを含めたアプローチにより、スペインの消費者が手に取るのではないかとこの事であった。



(打合せの様子：団体カラーがピンクのため資料を含めすべてがピンクベースであり、キャラクターもピンクの豚（右）である)

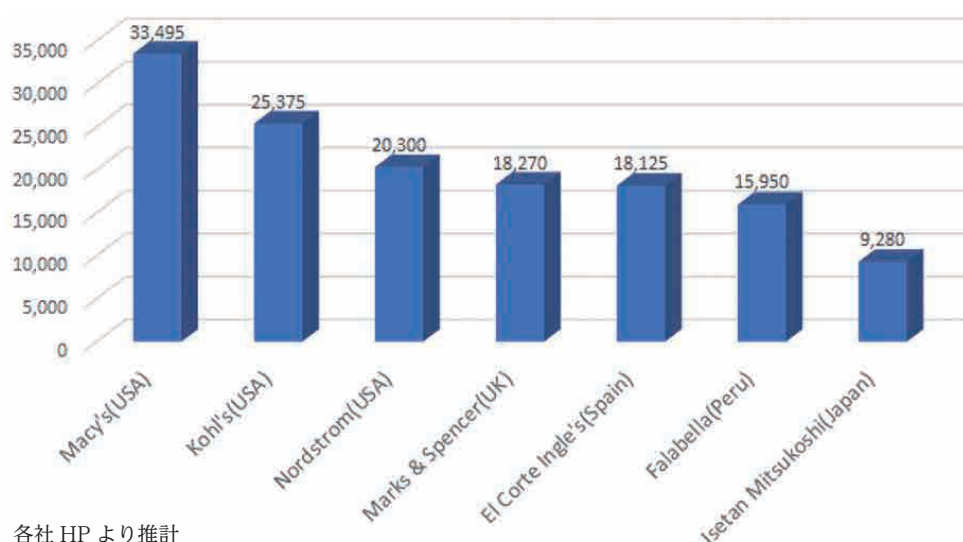
(2) エル・コルテ・イングレス百貨店(El Corte Ingles S.A.)：国内唯一の百貨店

スペインのマドリードに本店をおく百貨店として 1940 年に創業した。同百貨店の前身は注文洋服店である。

スペインでは、スーパーマーケットの台頭など消費者の購買形態の変容に伴い百貨店の統廃合が進み、現在エル・コルテ・イングレスが国内唯一の百貨店となった。同社は国内 81 店舗をはじめ、イギリス、フランス、ポルトガルにも店舗展開し、従業員 90,004 人、売上 125 億 8 百万ユーロ（1 兆 8,136 億 6 千万円：2021 年）を計上、世界第 5 位の百貨店となっている。（図表 10）

図表 10 百貨店売上高上位 7 社 2021 年

(単位：億円)



各社 HP より推計

今回の調査では、マドリード本店とバルセロナ店を訪れた。スペイン唯一の百貨店ということで、食品から衣料、雑貨、家具などの生活物資から宝石などの宝飾品まで取扱っている。訪れた時期は、クリスマスシーズンに向けた多くのギフト用生ハムが箱入りで販売されており、高いものは一箱8万円を超える製品もあった。食肉加工品売場は食品フロアでもかなり広いスペースを有し、国内外の食肉加工品を取り揃えていたが、ハム・ソーセージ・ベーコンを始めとして豚肉を原材料とする食肉加工品が多く見られた。製品の価格等詳細は後述する。



(百貨店の外観：駅前の一等地に構える)



(生ハムの切り落とし販売の様子)



(塩せきハムの陳列。グラム単価でスライス)



(サラミなど乾燥食肉製品)



(骨付き生ハム：一本売り)



(箱入り生ハム（一本入）：ギフト用)

(3) サン・ミゲル市場(Mercado de San Miguel) :観光地化した市場

1916年に生鮮食品卸売市場として開場。マドリードの中心部に位置し、100年以上の歴史を有する市場である。2009年にガストロノミー・マーケット（食事・料理と文化の関係を融合した市場）として新たなコンセプトでリニューアルされた。同市場のホームページによれば、「マドリードの中心に位置し、年間1,000万人以上が訪れるサン・ミゲル市場は、街のガストロノミーの殿堂。スペイン各地から集められた最高級品質の製品が味わえます。ガリシア沿岸の新鮮な魚介類で作られたタパス、スペイン全土の様々なグルメチーズ、肉、果物、野菜、ケーキ類など、市場を構成する30以上のスタンドで様々な選択肢が用意されています。」としている。

市場は、ガラス張りの外周に鉄骨構造で建てられた構造であり、おしゃれなレストランのような感じとなっており、内部はデパ地下の惣菜売場とイートインを融合したようなブースが並び、新型コロナ禍ではあったものの観光客などで大変賑わっていた。（写真 参照）製品の価格等詳細は後述する。



(市場外観：洒落たレストランのよう)



(入口：入場客はマスクなしで入店)



(店内の様子1)



(店内の様子2)



(店内の様子3)

(4) カルフル(Carrefour): 売上世界第2位のスーパーマーケットチェーン

フランスに拠点を置く世界規模のスーパーマーケット。1963年、同社は世界で初めてハイパー・マーケット業態（百貨店とスーパーマーケットを融合したもの）での店舗展開をヨーロッパを中心に出版し、売上高は世界第2位、ヨーロッパでは1位を誇る食品、日用雑貨、衣料品の最大手の小売企業となっている。

2021年時点で、ヨーロッパを始めブラジル、ルーマニア、北米、アジアに12,300店を展開し、売上額は812億5千万ユーロ(11兆7,812億5千万円)となっている。現在同社は「ハイパー・マーケット」に加え、スーパー・マーケット、ハード・ディスカウント、コンビニエンス・ストアという4つの店舗業態で展開しているところである。日本へも2000年に参入したものの2010年には完全撤退した。(Carrefour FY 2021 results 参照)

訪れたカルフルは、マドリードのスーパーマーケットスタイルの店舗であった。食肉加工品売場は百貨店同様に他の売り場より大きなスペースで販売・陳列されており、スペイン人が日常買いする店として、百貨店に比べプライスタグを前面に出した（消費者に見やすくした）、価格とコストパフォーマンスをアピールする売り方であった。

特にカルフルのプライベートブランドについては、商品棚のベストポジションに他の商品より安価な価格設定で販売される製品が多かった。製品価格等の詳細は後述する。



(店舗：住宅街のこじんまりとした店舗)



(食肉加工品売場：特売品は黄色タグ)



(ソーセージ棚売り：真空パック中心)



(ハム棚売り：カルフルのPBあり)



(生ハム：一本売り。)



(特売商品：カルフルP B目立つ)

(5)メルカドーナ (Mercadona):スペイン最大のスーパーマーケットチェーン

1977 年、バレンシア地方に家族経営の精肉店として創業した。その後スーパーマーケット形態で店舗を拡大し 1981 年には 8 店舗まで拡大、翌 1982 年にはスペイン初の企業として商品にバーコードを採用し支払いの迅速化や適時の販売情報の把握につなげた。

2021 年末時点で 1,662 の店舗を構え、スペインに 1,633 店、ポルトガル北部にも 29 店を有し、グループ全体で 95,800 人を雇用、年間 278 億ユーロ（4 兆 310 億円）を売上げている。スペインでのマーケットシェアは 15.5% となっており、スペイン最大のスーパーマーケットチェーンである。

(図表 11)

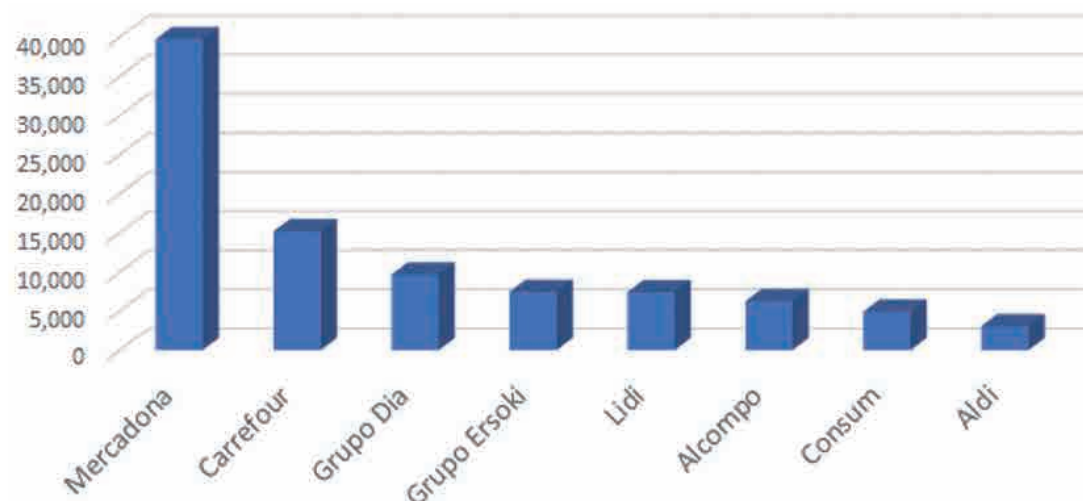
同社は、お客様が同社のボス（The Boss）であるとする企業理念のもと、包装の簡素化などコストを削減し、商品価格の低減に努めている。また、広告などのマーケティング投資を抑える一方で口コミやソーシャルメディアを利用した企業情報の発信に力を注いでいる。近年では、カロリーオフや砂糖不使用ジュースなど健康維持を意識した製品の販売、グルテンフリーやアレルギー対応製品の販売にも積極的に取り組んでいるところである。

2016 年からはオンラインショップでの販売に力をいれており、生鮮品など足の速い商品を迅速に流通させるための物流センターを国内 3 か所に設置するとともに 2022 年には更に 2 か所稼働させた。これにより 2021 年のオンラインショップでの販売額は、2 億 5,700 万ユーロ（372 億 6,500 万円）と前年比 145% の伸びとなっている。（Mercadona AnnualReport2021 参照）



本調査では、バルセロナにある店舗を訪れた。店内は余計な装飾を省いたシンプルな店内で販売を行っており、プライベートブランドでの販売も多く見られた。商品の価格等詳細は後述する。

図表 11 スペインのスーパーマーケット上位 8 社（売上 2021 年）（単位：億円）



出典：USDA, FAS, Spain Retail Foods 2022 を基に編集

(6) ディア (Grupo Dia)：ディスカウント型スーパーマーケット

スペイン・マドリードを拠点とするスーパーマーケット。ディスカунターとして「安さ」を特徴とした販売戦略を展開しており、現在ではスペインを中心にポルトガル、フランス、さらには中国、南アメリカ等のエリアで展開しているグローバルなディスカウントショップ・チェーンとなっている。

同社は 1979 年、スペインのマドリードに 1 号店を開店した。赤いパッケージングと「安さ」を特徴としたブランド戦略が功を奏し、1990 年代にはスペイン全土に 1,000 店舗以上を展開するメジャーなディスカウントショップに成長した。その後、ポルトガル、アルゼンチン、トルコ、ブラジル、中国等にも店舗を展開し、国際的なチェーンストアとして展開している。

2022 年時点で 5,937 の直営店と 2,710 のフランチャイズ店を有し、38,573 人が雇用されている。同社の 2022 年の売上はスペイン国内で 53 億 1,700 万ユーロ（7,709 億 6,500 万円）の前年比 106.3% となり、海外を含めた総売上は 89 億ユーロ（1 兆 2,905 億円）と前年比 101.5% の増加となった。

同社は通常のディスカウントショップとは異なり、「ハードディスカウント」という形態を取っている。通常のディスカウントショップは、大中規模の店舗にて、日用品、食料品、衣類などの総合商品を手広く扱い、かつ安価に提供するのが一般的だが、同社はハードディスカウントショップとして、小規模の店舗にて、野菜や肉などの生鮮食品や加工食品などの商品に限定して販売を行い、商品の品目を絞り、かつ仕入れ値や従業員コストを抑えることで、他店舗よりも「ハードな」値引きを実現している。また、毎週セール品を打ち出すなどお買い得商品にも力を入れ、消費者を引きつけている。

同社はハードディスカウントショップの他にも、生鮮食品をメインに取り扱う「DiaFresh」という店舗も展開しているところである（Dia Trading update 2022 参照）。

本調査では、マドリードの店舗を訪れた。住宅街のこじんまりとした店舗であったが、ハードディスクインターとして1ユーロのハムソーなどが販売されていた。



(店舗外観：日本のコンビニのような広さ)

(7) ホルヘグループ(Group Jorge) Campodulce 社:生産から販売等まで一貫経営のインテグレート企業

ホルヘグループは1940年代に豚の生産販売から始まる。1990年代には豚の飼養等に加えと畜および解体事業が追加された。創業家であるサンペルー族が率いる当グループは現在、あらゆる豚肉生産チェーンプロセスをカバーしており、再生可能エネルギー事業、農村地域の不動産業、広葉樹の植樹など、事業領域の多角化を図っている。

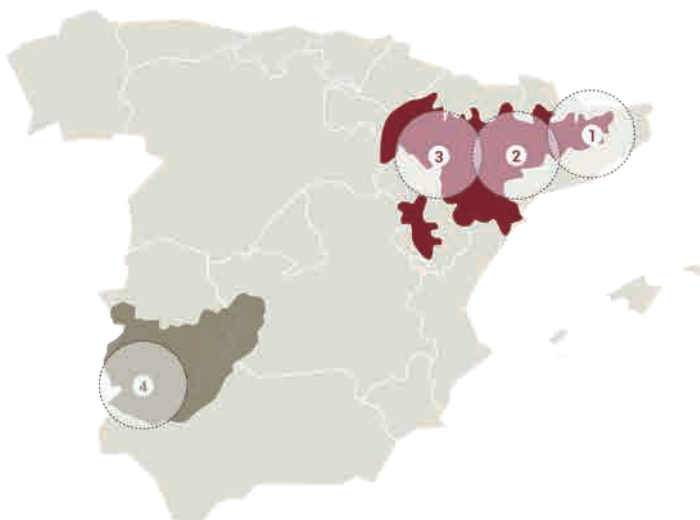
豚肉生産は同グループの根幹にかかわる事業であり、グループの主要な事業となっている。1940年に豚の販売を開始し、間もなく繁殖から肥育までの一貫経営へ事業展開を行った。その後、と畜場と解体工場が追加され、豚肉の副産物加工、ハモン・セラーノやハモン・イベリコの販売にまで事業を拡大した。

当グループは現在、スペインおよびヨーロッパのマーケットリーダーとして世界100カ国以上に輸出している。

同グループの白豚とイベリコ豚は、生産拠点から半径75 km以内で飼育され、アラゴン州およびカタルーニャ州で白豚の50%を生産（赤色の分布）、エストレマドゥーラ州でイベリコ豚の42%を生産（灰色の分布）しているとの事である。

ホルヘグループのと畜解体施設（①～④）

- ① LE PORC GOURMET BARCELONA
- ② THE FORTUNE PIG LLEIDA
- ③ THE PINK PIG ZARAGOZA
- ④ MAFRESA BADAJOZ



ホルヘグループは、高品質の豚肉を使った加工品を伝統に基づいた製法で消費者に届けるため、エストレマドゥーラやハブーゴといったイベリコ豚の原産地、また、テルエルなど最高のハモンセラノの産地の豚を飼養・と畜解体しているとの事である。

更に加工部門では、熟成工程と加工工程に非常に厳しい要件を設け、最新の技術と組み合わせ高品質な腸詰類や生ハム、ショルダーハムを生産しているとの事である。(図表 12、13：同グループ豚肉部門のブランドロゴとグループ会社)

図表 12 グループの製品ブランドのロゴ



図表 13 グループ会社とインテグレート化の状況



ハモン・イベリコの製造と販売



(本調査訪問先)



副産物の製造と販売



工業用冷凍



副産物の熱処理会社



温度管理された車両での輸送 及び家畜の輸送



動物用健康製品の販売



加工製品

当グループの傘下にある、効率的で競争力のある2会社で、最先端の技術と熟練の作業を組み合わせ、イベリコ豚や白豚の加工製品を製造



胃袋/内臓

グループでは原料の有効活用のため、欧州規格に従って豚肉の副産物を販売



副産物

副産物の熱処理等を実施し、ペットフード用の油脂とミールを製造



冷凍

最先端技術を搭載した設備により、トンネルおよびチャンバー内で製品が冷凍され、0度以下で保管



自給自足

グループでは、生産工場や施設に電力を供給するため、自社でエネルギー(太陽光および風力)を生成



販売

グループでは、国内市場および国際市場向けにサービスを提供、ヨーロッパ最大の豚肉輸出会社の1つとなっている



輸送

グループでは、当社輸出品を届けるために独自の輸送手段を保持

出典：Jorge（ホルヘ）グループホームページより抜粋編集

(訪問先：カンポドゥルセのスエラ工場：生ハム工場概要)

会社名	CAMPODULCE CURADOS. S.A.
会社住所	POLIGONO INDUSTRIAL EL CAMPILLO, PARCELA 75,50800 ZUERA, ZARAGOZA, SPAIN
設立年	2003 年
従業員数	約 32 名
売上	4 千万ユーロ／ 2015 年
販売先	スペイン（約 80%・金額ベース）、EU、日本、オーストラリア、チリ、カナダ、香港、台湾
資本関係	Jorge, S.L. (8 0 %)、Mariano Sanz (20%)



スペイン北東部のアラゴン州サラゴサ県のスエラに位置する、ホルヘ（Jorge）グループのグループ企業の 1 つであるカンポドゥルセ社のスエラ工場（図 1）を訪問した。

カンポドゥルセ社コマーシャルマネージャーの Amdres Mina 氏とジャパンオフィス株式会社（リバサムジャパン）の大西恭世氏に案内していただいた。

衛生や異物混入に気をつけており、内部に入るためには、頭部は通常のマスクとディスポキャップの上から、マスク一体型のディスポ衛生キャップをつけ、ディスポのオーバーパンツならびにディスポのオーバーコートを着て、専用の靴に履き替えて、入念な手洗い・消毒をして入ることができた。さらに機密保持対策から、訪問者はオーバーコートやディスポキャップの色を赤色にして目立たせ、さらに IC チップの腕輪を手渡されて、手洗い後のゲートを通る際（入退時）にタグ読み取り機に読み取らせた。このように、機密保持と食品衛生の観点から、カメラ・IC レコーダーなど一切の物品を工場内に持ち込むことができず、配給されたメモ用紙と記憶に頼るため一部誤りがある可能性があることをご了承いただきたい。

カンポドゥルセ・スエラ工場では、もも肉を原料とした生ハムであるハモン・セラーノやハモン・イベリコ、腕肉を原料としたパレタ・イベリカ、およびそのスライス商品を製造している。生ハム熟成のための熟成庫の収容本数は約 70 万本と巨大な工場である。壁面はタイル張りなどで、床面は防滑塗装したコンクリート床と思われるが、ひび割れ等もなく衛生的な工場であった。

製造工程の概要を図表 14 に示す。多くの工程が機械化されており、作業従事者は非常に少ない。原料肉は、隣接のグループ企業のと畜場（THE PINK PIG）と解体工場（RIVASAM）で処理されたものを主に使用して製造する。整形等は全て解体工場で行うため、本工場では受け入れたものの検品から行われる。イタリアのパルマハムは股関節で切り離すが、スペインの後肢のハムは仙腸関節で切り離し、前肢で作るパレータは肩甲骨をつけたまま整形する。湯剥ぎで真皮は残して処理されるが、ハモン・イベリコは皮を V 字型に残し、一般的なハモン・セラーノは皮付きのまま処理されることが多い。イベリコ種の豚は蹄が黒くて（パタ・ネグラ：黒足）容易に認識できるよう蹄を残すが、1 本もので販売される予定のないスライス用のハモン・セラーノは切り落としている。IC チップをアキレス腱に近いところに装着した後、検品はベルトコンベア上で、重量測定を行い、検査員が脂肪付着度などを評価し、以降の各工程における検品で各種情報が記録され、この IC チップと照合されて管理・活用される。検品後は、肉温を調節するため一旦冷蔵庫に入れられ、塩漬を待つ。

塩漬の加塩は2段階で行われる。冷蔵庫から出された肉はベルトコンベアに置かれて流され、塩漬開始日を示す焼印、血抜きプレス工程を経て、湿った粒状の塩が肉上に散布され、続いて乾いた粒子の細かい塩が散布される。塩の散布作業は全て機械が行い、人は異常がないかチェックする程度である。使用する塩はいずれも海塩であり、前者の粒状の塩には亜硝酸塩を入れているとのことである。塩をまぶした肉塊は、プラスチック製で溝のあるトレイラック（天井レールで移動）に個別に並べられる。伝統的なハモンセラノは塩と肉を交互に積み重ねて塩漬することが多いが、トレイ上での塩漬はパルマハムなどで行われる手法である。このトレイ塩漬法は伝統法と比べて均一な塩の浸透と、漏出した水分排出が容易である。塩漬関係の機械はイタリアパルマにある Soncini 社のものが多く、パルマハムの製造技術が活用されている。冷蔵での塩漬期間は肉塊重量によって決められ、1日/kgで行われる。つまり、15 kg のもも肉の場合、15 日間の塩漬を行う。なお、風が直接ハムに当たって、塩の乾燥による浸透阻害や、場所による乾燥のしすぎや乾燥ムラが起こらないように、壁面に下から2 m 程度の高さに、冷風の吹き出しノズルが下向きに並び、床との巾木部分も半径30 cm 程度の円弧をなすように丸く仕上げているため、吹き出した冷風が製品の下に流れ、天井に空気取り込み口を設けることにより、床から天井への流れる対流で冷却している。この構造は、温度を上げた熟成庫も全て同じ構造をしている（写真参照）。

塩漬後は機械による除塩を行い、プレスされた後、水で洗浄された後、熟成用のラックにかけられる。この時点で、水分が除かれて、4% 程度の重量が減る。除塩は機械でブラッシングされて行われるが、取り除かれた塩は、1段階目の塩漬用の塩に混ぜて再利用される。

乾燥・熟成用のラックも天井レールにぶら下がっており、製品やラックは地面・壁には一切接しない。スペインの伝統的な生ハム製造工場は天井の高いところが多い。このため、この工場のラックも高さ7-8 m あり、1列に裏表4本ずつ掛け、14段あることから、1ラックに112本のハムが掛けることができる（図3）。乾燥・熟成は温度・湿度をコントロールした巨大な熟成庫（1熟成庫あたり1万本以上は収容可能）で行われ、100日目までは3.5℃設定、その後10日で2℃程度温度を上げながら、同じ熟成庫で6ヶ月間乾燥・熟成される。湿度も高く設定され（95%程度から徐々に下げてから70%前後で乾燥させているようだが詳細は不明）ゆっくりと乾燥熟成される。

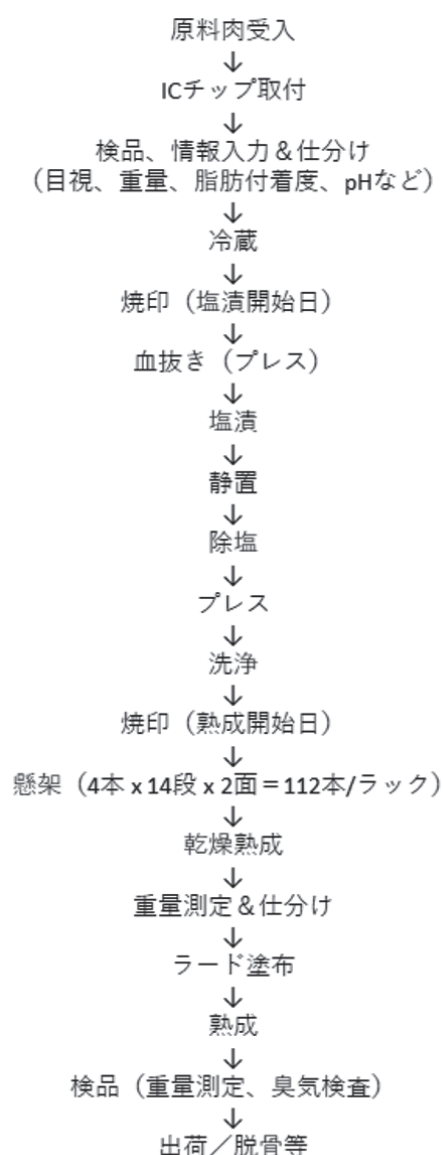
半年後に「マンテカ」と呼ばれる、表面にラードを塗る工程が行われる。これは更なる乾燥を防ぎ、ハム内の水分が均一になるようにするとともに、微生物の増殖腐敗を防ぐためである。半年熟成したものは、表面に微生物のフローラや結晶が析出するので、予め洗浄して乾燥させた後、ハムのひび割れしやすいところ（恥骨結合部周辺など）に常温のラードを1本1本手作業で塗り込み、その後、温めて溶かしたラードをハムの内側全体にハケで塗り、その後、熟成ラックに再度かける。同時期に、重量を測定しており、ICチップの情報から、乾燥度に応じて、熟成期間の延長・短縮が必要なものが仕分けされて異なるラックにかけられる。このマンテカは6ヶ月ごとに行われ、廉価な1年熟成のハモン・セラノは1回程度だが、2年以上の熟成が必要なハモン・イベリコは3回以上行うことになる。さらに温度・湿度の調整された熟成庫に入れられ、熟成が継続される。

熟成後は重量測定が行われ、規定の乾燥度に達しているチェックする。また、イタリアのパルマハムで行われるように、馬の骨で作られた棒を2箇所（恥骨結合部足側と腸骨頭部側）に突き刺して棒の匂いを嗅ぎ、異常発酵等をしていないか1本1本検品する。馬の骨は表面に細かい穴が空いているため、匂いを短時間保持でき、この作業に都合が良い。この検品は重要であるため、この工場ではわずか4名しか任せていない。合格した製品は、用途に応じた包装、加工が行われる。

今回の視察では、スライス用の原木製造工程のみを見学した。表面を機械で削り取った後、機械の力をつかって除骨作業を行ったものを、機械でリテーナー（モールド）に詰める。-11℃設定の冷凍庫に一晩入れた後、リテーナーを外してスライスが行われる。スライスされた製品のほとんどが真空包装され、冷蔵（0～7℃）で流通されている。

グループホルヘには 21 社のグループ企業があり、スペイン西南部エストレマドゥーラ州バダホス県にもう 1 つの生ハム製造会社のマフレサ（Mafresa）社があり、ハモン・イベリコを中心に熟成庫収容本数は 100 万本の巨大な工場を有する。豚肉部門として 14 社あり、養豚からと畜、解体、食肉製品製造、飼料製造、副産物の製造販売、輸送、冷蔵・冷凍処理など全てを一貫してグループ内で行うことができる。グループの豚のと畜数は国内で 1-2 位、欧州で 5-6 位、さらに輸出数量もスペイン 1 位と巨大な企業グループである。また、グループのエネルギー部門では、太陽光発電や風力発電などの発電事業もおこなっており、食肉製品製造において温湿度管理などで使用する膨大な電気エネルギーをグループ企業内で作り出してゼロカーボン化を目指している。さらに近年では、林業（植林）にも参入して、二酸化炭素吸収事業も行い始めている。

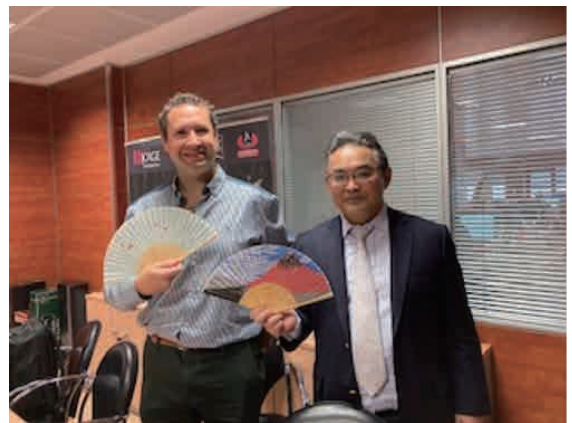
図表 14 カンボドゥルセにおけるハモン・セラーノの製造工程概要と熟成初期の温度設定



設定温度	日数
3.5	0-100
5	100-110
7	110-120
9	120-130
11	130-140
13	140-150
15	150-160
17	160-170
20	170-180
15-28	180-



(カンポドゥルセ・スエラ工場の熟成庫内での視察団：
左端がカンポドゥルセの Mina 氏。
後ろの矢印：空調設備の構造)



(訪問時の様子)

(リバスム食肉解体工場：と畜解体施設)

工場名	INTERCAMBIOS DE DERIVADOS PORCINOS, S.L.
工場住所	POLIGONO INDUSTRIAL EL CAMPILLO, PARCELA 75,50800 ZUERA, ZARAGOZA, SPAIN
工場番号	ES-10.20793/Z CE
設立年	2003 年
従業員数	約 120 名
敷地面積	約 15,000㎡
生産能力	約 6,000t / 年 (加工前、原料ベース)
生産実績	約 4,700t / 2015 年 (加工後、製品ベース)
取得認証	BRC、IFS、ETG (= Especialidad Tradicional Garantizada)
資本関係	Jorge, S.L. (80%)、Mariano Sanz (20%)

同じく Mina 氏と大西氏の案内で、カンポドゥルセ隣のリバサム食肉解体工場の見学を行った。ここでは、隣接のと畜場（THE PINK PIG）で前日にと畜されて枝肉にされた豚を、1 日冷蔵して死後硬直完了したものをリバサムにて解体処理している。ここでは、食肉製品などの加工用とテーブルミート用の両方が処理されている。一部は、ジャパンオフィス社 / リバサム・ジャパン社を介して日本のハムソー企業に輸出、国内で販売されている。内部を見学するには、カンポドゥルセと同様に、異物や雑菌混入防止のため、厳重な着替えや手洗い・消毒が求められた。

スペインのイベリコ種以外の白豚は、日本と同様に LWD などの三元交配したものが多いが、スペインの気候の影響で飼育期間が長めであり、夏は小さく冬は大きいなど季節変動があるなど、個体差が大きい。このため、巨大な工場ではあるが、デンマークのように自動化されておらず、多くの外国人労働者が流れ作業で分業しながら処理をしている。興味深い工程として、ももと胴部との切断が挙げられる。切断部分がレーザー光で示されるので、半丸枝肉をずらして位置を決めて丸鋸で切断するが、ハム用のもも肉ブロック肉を確保のため、腸骨先端よりも数 cm 前方で切断する。このため、ヒレは 2 分され、ロースも日本のカットより 10 cm 程度短くなるが、ヒレやロースよりももを重視するスペインらしいカット法であり、感心させられた。

一般に、スペインの豚は去勢されていないため、解体処理の初期段階では雄雌をレーンで分けて処理がされている。日本の同ハムソー企業向けの豚肉は雌のみを使用している。枝肉の股鉤に識別のための IC チップがあり、処理を通して引き継がれているため、生体情報、と畜情報や処理等のあらゆる情報がコンピューターに記録されて照合・解析できる。個体差があるものから、最適な用途のために処理して仕分けするシステムが構築されている。

（訪問先の製品：同社ホームページより引用）

ハモンセラノー（15 か月以上熟成）



骨付き（7.5 ～ 9kg）（左）



骨抜き（5.5 ～ 6.5kg）（右）

ハモンセラーノ（15 か月以上熟成）



スライスカット（500 g / パック）

ハモンセラーノ（15 か月以上熟成）



スライスカット（200 g / パック）

チョリソーソーセージ（イベリコ豚使用）



チョリソーソーセージ・スライス



(8) カニゲラルグループ (Grup Canigüeral) : 生産から販売等まで一貫経営のインテグレート企業

スペイン東部カタルーニャ州のジローナに本社のあるカニゲラルグループのコスタ・ブラーバ社（Costa Brava Mediterranean Foods）の、モンテール（Monter）ドライソーセージ工場とコレル（Collell）ハモン・セラーノ工場の2工場を訪問した。カニゲラルグループは15の生産工場を持ち、豚を300万頭／年、牛を3万頭／年、羊を24万頭／年を処理するとともに様々な食肉製品を生産、世界50ヵ国に食肉および食肉製品を輸出しているスペインの大手企業である。

グループ全体で、6千万パックの精肉（牛肉、豚肉、鴨肉）、1億5千5百万パックの乾燥食肉製品（主にハム）、150万本の生ハム（ハモンセラーノなど）、1,400万本の腸詰製品（ソーセージ類）、1億3,200万個のハンバーガー類、3,600万個のコロッケを生産している。

Monter 工場：ドライソーセージ製造工場

Monter 工場は Costa Brava グループに属する乾燥食肉製品（チョリソー他）製造工場である。同グループ最新鋭の工場として自動化が進んでいる。約 950 トン／月製造。



（カニゲラル・モンテール工場：施設外観）

案内していただいた輸出エリアマネージャーの Jaume Moreno 氏は、島根大学に留学して日本企業にしばらく勤めていたため、非常に流暢な日本語で説明をしていただいた。両工場とも衛生管理に厳しく、厳格な着替えと手洗い・殺菌を行い、時計、スマホ、IC レコーダーなどの一切の持ち込みを認めず、工場内部を見学した。指定のメモ用紙の提供もなく、一切を記憶に頼ることとなった。

このドライソーセージ工場は、ジローナ中心部より西北西に直線で 20 km 強の山岳地帯レス・プランネス・ドストレスにある。ドライソーセージの製造において、グラインダーで挽肉にした豚肉を塩漬剤・調味料等と混合して、真空タンブラーで一晩タンブリングする。真空タンブラーは 1 基あたり 1 t 入る大型のものが 7 台設置されていた。イタリアのサラミでは、肉と脂肪の粒子サイズが均一になるように、パーシャルフリージングの状態で混合することが多いが、スペインでは赤肉部分が崩れることについてあまり気にしていない様子であった。その後、リンカーと結紮装置がついたバキュームスタッパーで一定量を充填・結紮した。見学時は、豚腸に充填したフエ（Fuet、長さ 25 cm 程度）と、直径 10 cm 弱程度の人工ケーシングに充填したチョリソー（長さ 70 cm 程度）が製造されていた。フエはカタルーニャ伝統の食肉製品で白カビを付着させて乾燥・熟成するが、表面にハーブや香辛料を付着させたものもある。チョリソーはパプリカを入れたドライソーセージを指し、日本のようにチリペッパーが入った辛いものとは限らない。製品は片側に紐が付けてあり、

ラックに吊るせるようになっている。フエなどの白カビを付着させる製品は充填後のラックにかけ
る前に、カビのスターターが分散させた溶液に浸漬してカビ付けを行う。カビを付けない製品はカ
ビが増えなくする溶液に付けてからラックにかけているとのことである。溶液の内容物は不明であ
るが、隣接したラインで製造して、熟成庫も分けていないにもかかわらず、カビの増殖の有無が全
く異なることは驚きであった。熟成・乾燥は、製品の特성에応じて、温度と湿度の異なる熟成庫を
移しながら行われる。ラックは高さが3-4 mあり、ラック毎にICチップが埋め込まれている。熟
成庫間の移動は全自動ロボット運搬車が行い、ロボット掃除機のように周囲の状況や位置情報を把
握しながら運搬し、充電が減ってくると充電ステーションに自ら移動して充電し、24時間稼働す
る。このロボット運搬車は重量計も備えており、運搬時に重量を測定することにより、ICチップ（中
央コンピューターの情報）の製品情報と乾燥経緯などから、以降の乾燥工程の最適化（現状の延長
や次回移動時期の変更等）が自動的に行われる。熟成庫内でのラックの位置替え等は特に行わな
いそうで、カビの付着増殖のバラツキがあるが、見た目の異なる異種のカビの付着増殖は皆無であ
った。カビの増殖が悪いものは、香辛料を表面に付けた製品などへ転用する。なお、付着したカビは、
洗浄しないでそのまま穴付きビニール袋に入れて販売される。



（工場内の熟成庫と全自動ロボット運搬車（同社ホームページから引用））



（付着したカビは、洗浄しないでそのまま穴付きビニール袋に入れて販売される。ドライソーセージ（ロンガニーザ））

主な商品とそのパッケージ（同社ホームページより）



（チョリソ・エクストラ：
伝統的なスペインの腸詰製品）



（サラミ：イタリア産）



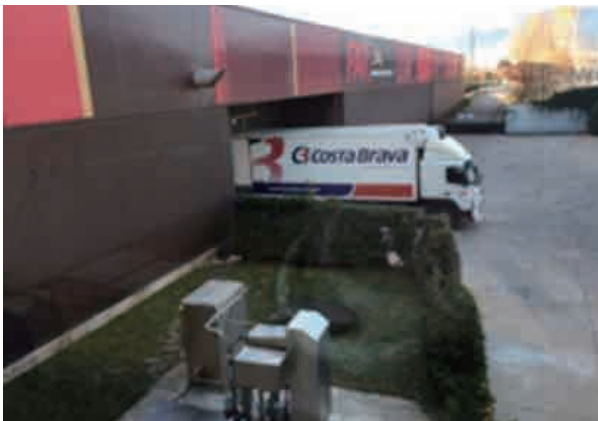
（サルチチョン：スペインのサラミ）



（黒胡椒入りサルチチョン薄切り：
黒コショウでマリネしたもの）

Collell 工場：ハモンセラーノ製造工場

Costa Brava グループに属する生ハム（ハモンセラーノ他）の製造工場。国内外向けを製造。毎週3万本の生ハムを製造。熟成期間は8カ月～12ヶ月。



(カニゲラル・コレル・ハモン・セラーノ工場内の外観)

このハモン・セラーノ工場は、ジローナ中心部より北西に直線で20km 弱の山岳地帯サン・マルティ・デ・リエメナにあり、モンテールから北東に一山超えたところに位置する。この工場生産するハモン・セラーノは、スーパーマーケット等で販売される比較的安価な価格帯の製品や輸出用が多く、10-12ヶ月程度の比較的短い熟成品が主体で、1本ものとスライス品（真空包装品）が製造されている。輸出向けとしては、米国と中国の割合が大きい。生ハム熟成のための熟成庫の収容本数は70万本と巨大な工場であり（図7）、自然の製造スケジュールと食品衛生の観点から季節を反映させた2エリアに分けられている（冬と春～秋）。さらに隣接の土地も取得して規模を拡大する予定である。この工場も壁はタイル製、床はコンクリートで天井が高い、典型的なスペインの食肉加工工場である。作業従事者は、アフリカ系や東欧などの安い労働者を活用している。

原料肉は、同じグループ内のパッカーから入荷し、白豚（主にLWD、8ヶ月齢くらいで80-90kg程度とのこと、季節変動が大きい（夏は小さく、冬は大きい））が主に使用される。イベリコ豚は今年から試験製造を開始した程度でほとんど製造していない。と畜後、1日枝肉で保管後、翌日解体・整形したものが搬入される。なお、枝肉懸吊も日本のようにアキレス腱での懸吊は行わず、中足骨（豚足）部分で懸吊（股鉤も鉤状に湾曲していない）しているため、アキレス腱部分に切れ込み等がない（雑菌汚染対策）。工場に搬入したトラック内に天吊りレールがあり、ツリー型に複

数本かけられ、包装等はしていない。パルマハムと同様に湯はぎで外側は全面皮付きのままであるが、スペインのハムはロングカットのため、仙腸関節で切断し、腸骨と恥骨、坐骨はハムに残しており、イタリアのハムとはカット方法は異なる。また、1本ものとして販売するものは蹄付き、スライス用には予め蹄が切除されて搬入されているように、すべて原料処理はパッカーで行われている。ベルトコンベアがトラック内まで延長されて、原料肉が工場内に搬入される。ライン上で1本1本識別用のタグ(番号とバーコード表示)が付けられ、乾燥熟成で吊るすための紐(原料肉パッカー毎に色分けしている)が手作業で取り付けられる。続いて、ハム製造に適したものかどうか、検査員の目視ならびにオンラインにて非破壊で測定される。重量、脂肪率、pH(方法未確認)が測定されて、タグ番号と紐付けされて自動入力される。不適なもの(サイズ外、脂肪の規格外、瑕疵など)はパッカーに送り返されて、テーブルミートや他の用途に利用される。乾燥に伴う収縮によるひび割れと異常発酵発生の防止のため、恥骨結合部から閉鎖孔までを電動レスプロソーで切除され、血絞りのプレスが行われてラックにかけられる。なお、タグを読み取り、重量に応じて自動仕分けされて、重量別にラックに手作業でかけられ、そのまま塩漬工程に移動される(天吊りレール)。

塩漬は2回に分けられ、塩漬期間はスペインの生ハムでは一般的な1日/kgとのことである。使用される塩は海塩のみで、この工場では硝酸塩・亜硝酸塩は使用していない。塩漬に用いる機械は、イタリアパルマの Soncini 社のものが使用されている。具体的な工程として、ラックから人がベルトコンベアーに肉面が上になるように下ろして1回目の塩漬が始まる。オンラインの機械で、粒状塩(塩漬途中で除塩した再利用塩を混合)を湿らしながらまぶしたものを、人手でプラスチック製のコンテナに並べ入れ、1層毎にプラスチック板を挟み、数段積み重ねられ、冷蔵庫で1日静置される。塩と豚ももをミルフィーユ上に重層する伝統的なハモン・セラーノの塩漬法を再現しているが、染み出した水分の移動で、コンテナ内の上下の塩漬程度に差が出ないように、プラスチック板を挟み1層毎に水分の排出を分けている。なお、コンテナは側面下部に穴が開いており、肉から染み出した水分が排出できるようになっている。2回目の塩漬は、塩漬開始2日目にコンテナから人手で取り出し、再びベルトコンベアーに載せられる。なお、使用したコンテナとプラスチック板は1回目の塩漬に洗浄しないで再利用される。2回目の塩は、粉末状の乾いた海塩をオンラインの機械でまぶして。再び人手でコンテナに並べ入れる1回目と同様に、1層毎にプラスチック板を挟んで数段積み重ねられる。もも肉の重量から算定される所定の日数経過後、冷蔵庫からとりだされ、人手でベルトコンベアーに載せて、オンラインの除塩機で表面の塩を取り除いたのち、オンラインの洗浄機で塩分が洗い落とされる。なお、除去した塩は1回目の塩に混ぜ込んで再使用される。洗浄後のもも肉は、4本ずつ専用機に掛け、熟成用の天吊りの熟成用ラックに掛けられる。熟成用ラックは、1列に8本(表裏4本)の14-15段あり、1ラックに100本程度かけることができ、カンポドゥルセ社のものと概ね同じと思われる。その後の全工程はレールでつながっており、ラード塗り(マテンカ)や検品以外で、ラックからハムが下ろされることはない。

塩漬後は冬の季節を再現したレスティング工程が行われ、冷蔵庫(3-4℃)に100日間程度入れて、塩分を染み込ませる。冷気の循環方法はカンポドゥルセ社のものと同じで、壁面下から2m程度の高さから下向きに噴き出し、巾木部分を半径30cm程度の円弧にして、天井から吸気することにより、製品に直接風を当てずに、製品の下から空気循環させる。レスティング後は、ラック毎熟成庫を移動して、季節を再現して、春、夏、秋の3つのゾーンに分けられて乾燥・熟成が行われる。春のゾーンの熟成庫では、温度を徐々に上げながら、3ヶ月間程度乾燥と熟成を開始する。夏のゾー

ンでは、温度は 23-25℃まで温度を上げて乾燥・熟成を行う。その後、秋のゾーンでは再び温度を下げて（16-18℃）、熟成を継続する。熟成庫内は、レスティングと同様の風の循環方法で、直接製品に風が当たらないようにしている。また、温度はプログラムされているが、人間の目視によるチェックをおこなっている（熟成庫内に記録簿あり）。7ヶ月経過後に、天吊りラック毎に機械で吹きつけ洗浄を行い、1、2日の乾燥した後熟成用ラックから、機械を使って降ろして、肉面が上になるようにベルトコンベアーに載せられる。バーコードを読み取って重量を測定し、乾燥具合などを1本ずつ検品する。続いて、さらなる乾燥を止めて、内部の水分を均一にすることと、カビや酵母などの繁殖防止のために、表面にラードを塗る「マンテカ」が行われる。クラックの入りやすい恥骨を中心に、常温のラードを素手で塗り込んだ後、溶かしラードを表面にかける機械に通したのち、ハケで塗り漏れがないように塗り広げられる。その後、検品時の乾燥度に従い、熟成期間の延長や短縮などが決められ、再度、機械で熟成用の天吊りラックに仕分けされる。決定された残りの熟成を継続して、所定の期間が経過したら出荷される。

本工場には、スライス工場も併設されている。機械化はされているものの、ハム熟成工場とは異なり、多くの作業者が従事している。まず、踵部をバンドソーで切断し、切断されたものはペットフードやスープの出汁として販売される。その後、ラードや汚れ、雑菌除去のため、洗浄を行う。除骨と剥皮は、機械の力を借りながら流れ作業で行われる。除骨・剥皮されたハムを、2本もしくは1本をプレス機で四角くプレスして、ケーシングならびに、プラスチック製の四角柱のリテーナーに充填してスライス用原木が作られる。スライス用原木は、冷蔵庫で一晩冷蔵して、形状を安定化させ、リテーナーから取り出す。原木のままで流通・販売するものもある。スライスのラインは衛生度の観点から近くから見学はできなかったが、イタリアや多くの国のような含気包装でなく、スライスして真空包装されている。これは、スーパーマーケットやデパートなどの小売り、バルでの提供でも真空包装されたものが主流であったことから、スペインでは一般的である。一般的な食肉製品では、真空包装すると豚脂が製品に回って、好まれないことが多いが、スペインの乾塩漬食肉製品は脂肪そのものの風味もあるが、長期熟成のために脂肪分解が起こり、融点が低下して、真空包装で付着した脂肪はオリーブオイルをかけたようなようになるため、不快感を感じないのかもしれない。製品の特徴を利用した流通形態のようである。

主な商品（同社ホームページより）



（ハモンセラーノ・スライス）



（タパスミックス：
生ハム2種、チョリソ、サルチチョン）



(ハモンセラーノ・スライス)

(9) IRTA(Institute of Agrifood Research and Technology)

IRTA は約 600 人の従業員を擁し、そのうち 220 人が研究者であり、カタルーニャ州の政府系研究機関として、生ハムの特性診断や賞味期限試験などを実施している。

IRTA は、植物生産、動物生産、食品技術、環境と地球変動、農業食品経済学の 5 つの知識分野に基づいて集められた 21 の科学研究プログラムを持っている。そして、短期コースやセミナーによる専門的な製造技術を、実践的なトレーニングセッションとして提供している。

IRTA の施設視察は、Ricard Bou Novensà 博士とともに、Jacint Arnau 博士に案内いただいた。Jacint Arnau 博士は、スペインの著名な食肉科学の研究者であり、現在は IRTA を退職しているものの、外部の独立評価員としてご活躍している。

施設には様々な分析機器の他に、食肉加工品の製造室がある。一部ガラス張りになっていて、作業しているところを隣の教室から見て学ぶことができる。教室から直接見えない部屋にはカメラが設置されていて、リアルタイムで配信できるシステムになっている。こうしたことは、食肉加工品の品質向上、そして、より競争力を持つための機会として重要なセッションとのことである。

研究施設内では、温度、湿度、風量を調節した部屋で生ハムの製造試験も行われていた。このような試験は、製造者からの依頼によって行われることもある。

また、研究施設として食品用高圧処理装置が設置されていた。若松先生によれば、生ハムやドライソーセージを超高圧処理することによる病原菌の挙動を研究するために活用されていると思われるとのことである。このような研究機械は大変高額であり、先に述べた製造室はその維持費も多額なものになると思われ、若松先生を始めとする我が国の食肉の研究者からすれば、研究体制への国や政府のサポートの手厚さは羨ましいと感じられた。

Ricard Bou Novensà 博士が所属する食品安全・機能性部門のリーダーである Sara Bover Cid 博士にもお目にかかれた。同博士の研究は、加工及び保存技術を通じて食品の安全性と微生物学的品質を向上させることに焦点を当てており、特に、微生物学的リスクの評価と管理に応用するための細菌行動の研究とモデリングにおいて、国内及び国際的な研究プロジェクトを主導されていて、100 以上の論文等を発表されている。国際的な活動としては、食品微生物学及び衛生の国際委員会(ICFMH)の理事会の書記として、また、欧州食品安全機関(EFSA)の BIOHAZ パネルメンバーとしてご活躍されている。氏は、2023 年 6 月に札幌で開催される「第 12 回食品中の予測モデリングに関する国際会議」に国際科学委員会メンバーとしてご出席される予定である。

予測食品微生物学は、食品中での微生物の増殖、死滅などの挙動を数学モデルを用いて予測しようとする研究で、食品の製造から流通、消費に至る全過程で有害（病原及び腐敗）微生物の挙動を

定量的に解析・予測することによって、食品の微生物学的安全性を確保することがその目的である。

近年ではリスクを基盤とする評価、管理が行われるようになり、また、HACCPに基づく管理が前提となっている現在では、細菌数の変化とともに、どのくらいの確からしさ（確率）で数が増えるのか、あるいはある環境下で増えるのか、増えないのか、といった確率を予測するといった役割も大きくなっているそうであえう。なかなか理解が難しいところもあるが、注目される分野だと思われる。

(10) サン・ジョセップ市場(ボケリア市場)

サン・ジョセップ市場は、バルセロナの中心地区にあり、正式名称のサン・ジョセップでなく、ラ・ボケリア（胃袋の意）の名で親しまれている。サン・ジョセップ教会の中庭だった場所を利用し、1836年に開場したとのことであり、当初は青空市場で行商人や農家の人たちの屋台が立ち、商品を直接路上で売っていたとのことである。現在は鉄骨フレームとガラス（ステンドグラス部分もある）を用いた外観が特徴となっており、多くの観光客で賑わっている。市場内には、生ハム、ソーセージなどの食肉加工品から、精肉、野菜、果物、ナッツ、鮮魚、貝（蠣やムール貝）など約200の店舗がある。



(サン・ジョセップ市場の外観：正面にはステンドグラスがはめ込まれ、観光客の写真スポットになっている。)



(棚積みされた食肉加工品)



(テナント外観：生ハム専門店)



(精肉店：チルドブロックを量り売り)



(生ハムカット売りの店舗)



(ロースとビーフなど食肉加工品)



(量り売りとスライスパック売り 1)



(量り売りとスライスパック売り 2)



(生ハムブロック売り)

第4章 スペインの食肉加工品の販売実態－豚肉加工品を中心に－

1. はじめに

スペインの百貨店、スーパーマーケット、市場などで販売されている食肉加工品の種類は非常に多く、価格も高いものから安いものまで数多く並んでいる。今回の調査では、豚肉加工品を中心に販売実態を調査した。

売り場で真っ先に目につくのは、やはりイベリコ豚の生ハムである。とりわけ訪問した時期がクリスマス商戦に入った頃であったために、贈答用ともなる商品がずらりと並んでいた。ところが、イベリコ豚を原料にして作られた生ハムも、イベリコ豚の純血度、餌と飼育方法の組合せで製品の種類がじつに多く、販売価格も高いものから安いものまである。そのため、表示をよく見る必要がある。正しく表示するための政令もこれまで改定されてきた。2007年11月に、明確な情報提供を通して消費者が適切に選択できること、生産・加工業者間の公正な商取引を促進すること、市場における品質の統一性を図ること、イベリコ豚の伝統産品を保護すること等を目的とする「イベリコ豚の精肉、ハモン、パレタ、ロモの品質規程」が定められた。そして現在は、2014年1月に新しいイベリコ豚に関する政令が交付されて、従来の規定に代わって運用されているところである。この新しい規程に基づき市場等で販売されている実際の製品の表示を見てみる。



図表1 販売されているイベリコ豚生ハム製品の表示例

(注) バルセロナのサン・ジュセップ市場で撮影

最初に、製品の種類として「ハモン」あるいは「パレタ」が記されている。

ハモン (Jamon)：豚のもも（後脚）から作られた、塩漬け、熟成の工程を経たもの

パレタ (Paleta)：豚の肩肉（前脚）から作られた、塩漬け、熟成の工程を経たもの
(ほかに)

ロモ (Lomo)：豚のロインのこと。塩漬け、香辛料の添加、腸詰、熟成の工程を経たもの

次に、餌・飼育法に関する呼称が記されている。

(デ・) ベジョータ (De Bellota) :

デエサと呼ばれる櫟の木などが成育している森林に放牧（放牧することをモンタネーラという。）されて、ベジョータ（ドングリ）などの自然の産物のみを飼料とし、他の飼料を一切与えられないことなく飼育されること（モンタネーラ開始時の体重、60 日以上モンタネーラでの体重の増加、と畜時の最低月齢が 14 か月、枝肉の最低重量などの条件が付く）

(デ・) セボ・デ・カンポ (De Cebo de Campo) :

デエサで放牧され、ドングリその他の自然の産物を食べ、これに穀物・豆類などの補完飼料を与えられて、屋外、もしくは部分的に屋根のついた農場で飼育された豚であること（屋外農場の 1 頭当たり広さ、屋外農場での最低 60 日以上飼育、と畜時の最低月齢 12 か月、枝肉の最低重量などの条件が付く）

デ・セボ (De Cebo) :

穀物・豆類を主原料にした配合飼料を与えられた豚（1 頭当たり最低 2㎡の面積のある農場で飼育された豚であることなどの条件がつく）

三番目に、血統（イベリコ豚の純血度）の呼称が記されている。

ラーザ・イベリカ (Raza Iberica、通常は Iberico と記される) :

イベリコ豚製品は、イベリコ種の純血度を%でラベルに表示することが義務づけられている。図表 1 の左側の製品には「ラーザ・イベリカ」（イベリコ種）の表示のみで純血度が記されていないが、注意してみると、表示が「赤」の文字になっている。おそらく原木の肢に「赤」のタグが付いていたのであろう。純血度 50%もしくは 75% で、飼料がベジョータであるものには「赤」のタグを付けることが義務づけられている。したがって、100% イベリコ豚ではないが、50%もしくは 75% のイベリコ種 (Raza Iberica) というのであろう。なお、100% イベリコ種で、飼料がベジョータの豚は「黒」のタグ、「赤」でも「黒」にも該当しないセボ・デ・カンポによって育てられた豚は「緑」のタグが付く。図表 1 の右側にある製品の表示をよく見ると、「緑」の文字で「セボ（・デ・）カンポ、50%ラーザ・イベリカ」と記されていることが分かる。どの店でも同じように表示しているわけではなく、この事例はバルセロナのサン・ジュセップ市場で撮った写真の一枚で確認できたものである。

100% イベリコ種、純血パタ・ネグラ (100%Iberica、Genuine Pata Negra) :

イベリコ豚血統書に記載されている雄、あるいは雌のイベリコ純血豚を親とするイベリコ豚を 100% イベリコ種と表示する。パタ・ネグラ（黒い脚）は、「デ・ベジョータ、100% イベリコ種」のみに表示することができる。

50%イベリコ種 (50% Raza Iberica) :

雌の 100% イベリコ豚、雄の 100% デュロック豚を親とする豚を 50%イベリコ種と表示し、雌の 100% イベリコ豚、雄の 50%イベリコ豚を親とする豚を 75% イベリコ種と表示する。

なお、熟成期間については、乾燥との合計期間がベジョータで 24 か月以上という最低期間が定められており、通常は最長でも 36 か月程度で出荷されるが、写真の製品では「4 年熟成」と表示されているものがある。

調査した百貨店「エル・コルテ・イングレス」では、イベリコ豚の生ハム（以下、ハモン・イベリコという。）が多く販売されているが、一般のスーパーマーケットでは、白豚を原料にした生ハ

ム（以下、ハモン・セラノという。）の方が多い。言うまでもなく、最高級のは右の写真のような「ハモン・デ・ベジョータ」で、かつ「100% イベリコ種」（黒のタグ）の製品である。右の製品は「ロス・ペドロチェス」の DOP（保護原産地呼称）の認定品である。この原木は約 8 kg の重量があり、1 kg 当たり 79.90 ユーロ（以下、€ と記す）という価格である。調査した 2022 年 11 月下旬の為替レート（1 € = 145 円 以下同レートで換算。）で日本円に換算すると 1 kg 当たり 11,586 円、原木 1 本が 9 万 3,000 円もする。こうした高級品は、美しい化粧箱入りで販売されていたり、家庭で原木から切り出して食べられるようにカットするためのナイフ付きで販売されていたりと、売り場の花形となっている。原木のものの、骨をはずして適度な大きさのブロックのもの、そして薄くカットしてパックされているものの 3 形態で販売されている。



食肉加工品の売り場で販売されているハム類は、生ハム（塩漬・乾燥製品）だけではなく、「ハモン・コシード」（加熱した豚肉のハム）の種類も多い。豚肉だけでなく、「ペチューガ・デ・パボ」（七面鳥の胸肉）など家禽肉を原料に使った製品が数多く販売されている。



また、種類が多いのがソーセージ類である。「チョリソ」(Chirizo)、「サルチヨン」(Salchichon)、「モルシージャ」(Molcilla) など、次節の各店舗における販売実態で見るとおりである。『ソーセージの歴史』という本（ゲイリー・アレン著、伊藤 綺訳、原書房、2016 年刊）では次のように書かれている。「ソーセージはおそらく人間が火と塩を使って食べ物を調理するようになった頃からずっと、私たちの食生活に欠かせないものだった。ソーセージは世界各地で、さまざまに生みだされてきた。一部のソーセージはほかの食文化にもとり入れられ、異なる気候風土や文化、材料に合わせてしだいに変化していった」。

スペインの売り場にも、伝統色・地方色の濃いもの、作り手の創意工夫によるもの、イベリコ豚を使ったものなど、たくさんのソーセージが並んでいる。

2. 調査店舗における販売実態

(1) 百貨店の販売実態

スペインを代表する百貨店「エル・コルテ・イングレス」の食肉加工品売り場（マドリード、バルセロナ）を見てみる。11 月下旬ともなれば、食品売り場の入り口には早くもクリスマス商戦の

飾りつけで客を迎える掲示が出ている。そして、食肉加工品の特設売り場では、贈答用となる多種の生ハムの原木が所狭しと、たくさんの品々が陳列されている。



この百貨店で販売されている食肉加工品は、ほとんどが高級なイベリコ豚の製品である。以下、原木での売り場、包装製品売り場、量り売りコーナーで販売されている商品について、表示されている製品名、重量、単位当たり価格などの販売実態を記す。なお、一部の商品については、同店のWebサイトで公表されているものを参照し補充した。店頭では特売の価格で販売されているものがあるが、ここでは通常価格を記した。なお、円換算価格は、2022年11月21日の外国為替市況を参考にして1ユーロ(€)=145円で計算した。



ハモン・デ・ベジョータ	イベリコ種100%	8.5kg	450.00 €	65,250円
ハモン・デ・ベジョータ	イベリコ種100%	7.5kg	425.00 €	61,625
ハモン・デ・ベジョータ	イベリコ種50%	8.5kg	399.00 €	57,855
ハモン・デ・ベジョータ	イベリコ種50%	7.0kg	375.00 €	54,375
ハモン・デ・ベジョータ	イベリコ種100%	8.0kg	259.00 €	37,555
ハモン・デ・ベジョータ	イベリコ種50%	1kg	179.00 €	25,955
ハモン・デ・ベジョータ	イベリコ種75%	1kg	149.00 €	21,605
ハモン・デ・ベジョータ	イベリコ種50%	1kg	119.00 €	17,255



ハモン・デ・セボ	イベリコ種50%	8.0kg	189.00 €	27,405円
ハモン・デ・セボ	イベリコ種50%	9.0kg	179.00 €	25,955
ハモン・デ・セボ	イベリコ種50%	7.0kg	139.00 €	20,155
ハモン・デ・セボ	イベリコ種50%	8.0kg	119.00 €	17,255
ハモン・デ・セボ	イベリコ種50%	7.0kg	109.00 €	15,225
ハモン・デ・セボ	イベリコ種50%	1kg	69.00 €	10,005
ハモン・デ・セボ	イベリコ種50%	1kg	59.00 €	8,555
ハモン・デ・セラーノ		1kg	16.00 €	2,320



ハモン・デ・ベジョータ・イベリコ種100%	1kg	99.00 €	14,355円
ロモ・イベリコ・ナチュラル	1kg	88.90 €	12,891
パレタ・デ・ベジョータ	1kg	83.25 €	12,071
プレサ・イベリコ	1kg	81.90 €	11,876
ロモ・デ・クラード	1kg	79.90 €	11,586
ロモ・デ・ベジョータ	1kg	61.50 €	8,918
チェントロ・パレタ・ベジョータ	1kg	51.95 €	7,533



サルチチョン・イベリコ	1kg	19.95 €	2,828円
チョリソ・イベリコ	1kg	19.95 €	2,825
チョリソ・ロスカル	1kg	19.25 €	2,791
サルチチョン・セボ	1kg	18.95 €	2,748
サルチチョン・イベリコ	1kg	18.85 €	2,733
チョリソ・イベリコ	1kg	18.50 €	2,683
モルシージャ・イベリコ	1kg	16.75 €	2,429



ハモン・デ・ベジョータ イベリコ種100%	80g	28.90 €	4,191円
ハモン・デ・ベジョータ (長期熟成)	70g	19.90 €	2,886
ハモン・デ・ベジョータ イベリコ種50%	100g	19.90 €	2,886
ハモン・デ・ベジョータ イベリコ種50%	100g	18.90 €	2,741
ハモン・デ・ベジョータ イベリコ種50%	100g	16.90 €	2,451
ハモン・デ・ベジョータ イベリコ種75%	100g	14.90 €	2,161
ハモン・デ・ベジョータ イベリコ種75%	120g	13.45 €	1,950
ハモン・デ・ベジョータ イベリコ種50%	100g	14.90 €	2,161
ロモ・デ・ベジョータ イベリコ種50%	100g	15.90 €	2,306
ロモ・デ・ベジョータ イベリコ種100%	80g	14.75 €	2,138



パレタ・デ・ベジョータ イベリコ種100%	80g	17.90 €	2,596円
パレタ・デ・ベジョータ イベリコ種50%	100g	15.90 €	2,306
パレタ・デ・ベジョータ イベリコ種50%	100g	13.55 €	1,965
パレタ・デ・ベジョータ (長期熟成)	70g	13.50 €	1,958
パレタ・デ・ベジョータ イベリコ種75%	125g	12.90 €	1,871
パレタ・デ・ベジョータ イベリコ種50%	100g	12.90 €	1,871
パレタ・デ・ベジョータ イベリコ種75%	100g	10.90 €	1,581
パレタ・デ・ベジョータ イベリコ種100%	120g	9.45 €	1,370
ロモ・デ・ベジョータ イベリコ種50%	100g	8.50 €	1,233
ロモ・デ・ベジョータ イベリコ種50%	120g	6.95 €	1,008
カーニャ・デ・プレサ・ベジョータ 100%	80g	13.50 €	1,958

	ハモン・デ・セボ イベリコ種50%	100g	8.50 €	1,233円
	ハモン・デ・セボ イベリコ種50%	100g	6.90 €	1,001
	ハモン・デ・セボ イベリコ種50%	100g	6.08 €	882
	ハモン・デ・セボ イベリコ種75%	80g	5.50 €	798
	ハモン・デ・セボ イベリコ種50%	80g	4.90 €	711
	パレタ・デ・セボ イベリコ種50%	100g	8.50 €	1,233
	パレタ・デ・セボ イベリコ種50%	100g	7.65 €	1,109
	パレタ・デ・セボ イベリコ種50%	100g	7.35 €	1,066

	パレタ・デ・セボ イベリコ種50%	80g	6.95 €	1,008円
	パレタ・デ・セボ イベリコ種50%	100g	6.72 €	974
	パレタ・デ・セボ イベリコ種50%	115g	6.25 €	906
	パレタ・デ・セボ イベリコ種50%	100g	6.50 €	943
	パレタ・デ・セボ イベリコ種50%	80g	4.50 €	653
	パレタ・セボ・デ・カンボ イベリコ種75%	80g	4.25 €	616
	ロモ・デ・セボ イベリコ種50%	100g	6.50 €	943
	ロモ・デ・セボ・デ・カンボ イベリコ種50%	120g	6.25 €	906

	ハモン・クラード	350g	7.59 €	1,101円
	ハモン・セラーノ	150g	6.50 €	943
	ハモン・クラード	120g	3.79 €	550
	ハモン・セラーノ	200g	3.49 €	506
	ハモン・セラーノ	200g	3.29 €	477
	ハモン・セラーノ	120g	2.49 €	361
	パレタ・クラード	120g	4.90 €	711
	パレタ・クラード	150g	3.90 €	566

	カーニャ・デ・ロモ (長期熟成)	70g	9.90 €	1,436円
	ロモ・デ・セボ イベリコ種50%	100g	5.50 €	798
	ロモ・デ・セボ イベリコ種50%	80g	4.50 €	653
	チョリソ・イベリコ	80g	2.79 €	405
	サルチチョン・イベリコ	150g	3.90 €	566
	サルチチョン・イベリコ	80g	2.79 €	405
	ベーコン・イベリコ・クラード	120g	2.00 €	290

	サラミ	150g	2.00 €	290円
	チョリソ	225g	2.09 €	303
	チョリソ	225g	2.25 €	326
	サラミ	150g	2.00 €	290
	サルチチョン	225g	1.55 €	225
	ロモ・エムブチャード	225g	3.76 €	545
	チョリソ	225g	1.59 €	231
	カベチェーロ・デ・ロモ	150g	3.12 €	452

(2) スーパーマーケットの販売実態

① カルフル (マドリッド)



ハモン・ペジョータ イベリコ種50%	8.5kg	199.00 €	28,855円
ハモン・デ・セボ イベリコ種50%	8.0kg	149.00 €	21,605
ハモン・デ・セボ イベリコ種50%	8.0kg	139.00 €	20,155
ハモン・デ・セボ イベリコ種50%	7.7kg	125.10 €	18,140
パレタ・デ・セボ	5kg	59.00 €	8,555
パレタ・デ・セボ	5kg	45.00 €	6,525



ハモン・デ・セボ イベリコ種50%	1kg	44.90 €	6,510円
パレタ・デ・セボ イベリコ種50%	1kg	44.50 €	6,453
ハモン・デ・セボ イベリコ種50%	1kg	44.50 €	6,453
ロモ・デ・セボ イベリコ種50%	1kg	39.99 €	5,799
ハモン・セラーノ	1kg	24.90 €	3,610
ハモン・セラーノ	1kg	17.90 €	2,596
ハモン・セラーノ	1kg	12.95 €	1,878



サルチチョン・ペジョータ・イベリコ	1kg	20.95 €	3,038円
サルチチョン	1kg	12.95 €	1,878
サルチチョン	1kg	11.95 €	1,732
チョリソ	1kg	12.99 €	1,884
チョリソ	1kg	11.99 €	1,739
チョリソ	1kg	9.95 €	1,443
サラミ	1kg	8.99 €	1,304

	ハモン・デ・セボ イベリコ種50%	200g	9.95 €	1,443円
	ハモン・デ・セボ イベリコ種50%	100g	5.19 €	753
	ロモ・デ・セボ イベリコ種50%	100g	5.99 €	869
	ロモ・デ・セボ イベリコ種50%	125g	4.80 €	696
	パレタ・デ・セボ イベリコ種50%	100g	4.19 €	609
	ハモン・セラーノ	300g	4.24 €	615
	ハモン・セラーノ	240g	3.49 €	506
	ロモ・エンブチャード	200g	2.39 €	347
	ロモ・エンブチャード	125g	2.09 €	303

	ハモン・デュロック・セラーノ	150g	3.90 €	566円
	パレタ・デュロック	150g	3.15 €	457
	パレタ・テルエル	150g	2.29 €	332
	チョリソ・ベジョータ・イベリコ100%	70g	3.29 €	477
	チョリソ・イベリコ	100g	2.40 €	348
	チョリソ・イベリコ	125g	1.85 €	268
	チョリソ	100g	1.75 €	254
	チョリソ	120g	1.65 €	239

	ハモン・コシード	150g	2.15 €	312円
	ハモン・コシード	110g	2.19 €	318
	ハモン・コシード	80g	0.99 €	144
	ベチューガ・デ・パボ	140g	2.15 €	312
	ベチューガ	115g	1.80 €	261
	ブラセオラ	115g	1.80 €	261
	モルタデラ	200g	1.45 €	210
	モルタデラ	250g	1.54 €	223

② メルカドーナ (バルセロナ)



	ハモン・デ・ベジョータ イベリコ種100%	9kg	454.50 €	65,903円
	ハモン・デ・ベジョータ イベリコ種50%	9kg	369.00 €	53,505
	ハモン・デ・セボ イベリコ種50%	8.5kg	129.00 €	18,705
	ハモン・セラーノ グランレセボ	7.5kg	72.00 €	10,440
	ハモン・セラーノ	7.6kg	54.00 €	7,830
	ハモン・セラーノ	6.5kg	42.00 €	6,090
	ハモン・セラーノ グランレセボ	1kg	22.00 €	3,190
	ハモン・セラーノ レセルボ	1kg	18.95 €	2,748

	ハモン・デ・ベジョータ イベリコ種100%	90g	13.95 €	2,023円
	ハモン・デ・ベジョータ イベリコ種50%	100g	13.00 €	1,885
	ハモン・デ・ベジョータ イベリコ種50%	98g	12.74 €	1,847
	ハモン・デ・ベジョータ イベリコ種50%	90g	11.70 €	1,697
	ハモン・デ・セボ イベリコ種50%	100g	7.00 €	1,015
	ハモン・デ・セボ イベリコ種50%	120g	5.88 €	841
	ハモン・デ・セボ イベリコ種50%	76g	5.32 €	771

	ハモン・セラーノ	90g	3.24 €	470円
	ハモン・セラーノ (デュロック)	240g	3.49 €	506
	ハモン・セラーノ	120g	2.28 €	331
	ハモン・セラーノ	120g	2.40 €	348
	ハモン・セラーノ	90g	1.99 €	289
	ハモン・コシード	120g	2.36 €	342
	ハモン・コシード	200g	2.19 €	318
	ハモン・コシード	200g	1.96 €	284
	ハモン・コシード	200g	1.85 €	268

	サルチション・デ・ベジョータ イベリコ	90g	2.61 €	378円
	サルチション・デ・セボ イベリコ	90g	2.40 €	348
	サルチション・イベリコ	62.5g	1.95 €	283
	サラミ	60g	1.60 €	232
	サルチション・デ・パボ	150g	2.58 €	374
	ロンガニーザ	32g	1.83 €	265

(3) 小売市場の販売実態

① サン・ミゲル市場（マドリード）



ハモン・デ・ベジョータ	100g	25.00 €	3,625円
ロモ・デ・ベジョータ	80g	16.55 €	2,400
ロモ・デ・イベリコ	100g	8.51 €	1,234
チョリソー・デ・ベジョータ	80g	7.75 €	1,124
パレタ・デ・ベジョータ	80g	7.75 €	1,124
チョリソー・デ・ベジョータ	100g	4.25 €	616
サルチチョン・デ・ベジョータ	100g	4.25 €	616
ロングニーザ	100g	4.29 €	622
ロングニーザ	100g	3.47 €	503

② サン・ジュセップ市場（バルセロナ）



ハモン・ベジョータ イベリコ種100%	95g	21.38 €	3,100円
ハモン・デ・ベジョータ	100g	19.50 €	2,828
パレタ・デ・ベジョータ	95g	15.11 €	2,191
パレタ・デ・ベジョータ	100g	13.90 €	2,016

	ロモ・デ・ベジョータ	115g	7.99 €	1,159円
	ハモン・セラーノ	105g	5.20 €	754
	ハモン・セラーノ	100g	4.95 €	718
	ハモン・セラーノ	95g	4.70 €	682
	ハモン・セラーノ	90g	4.46 €	647

	ハモン・イベリコ・セボ・デ・カンボ	105g	12.08 €	1,752円
	ハモン・イベリコ・セボ・デ・カンボ	110g	12.10 €	1,755
	ハモン・イベリコ・セボ・デ・カンボ	95g	10.45 €	1,515
	ハモン・イベリコ・セボ・デ・カンボ	105g	9.98 €	1,447

	チェチーナ・デ・パーカ	105g	4.73 €	686円
	チョリソー・デ・ベジョータ	105g	3.94 €	571
	サルチヨン・デ・ベジョータ	110g	3.80 €	435

以上は、2022 年 11 月に実施した「ドリート」及びバルセロナの百貨店、スーパーマーケット、市場での調査結果である。

3. 販売実態から見た食肉加工品の価格の特徴

(1) ハモン・セラーノとハモン・イベリコの比較

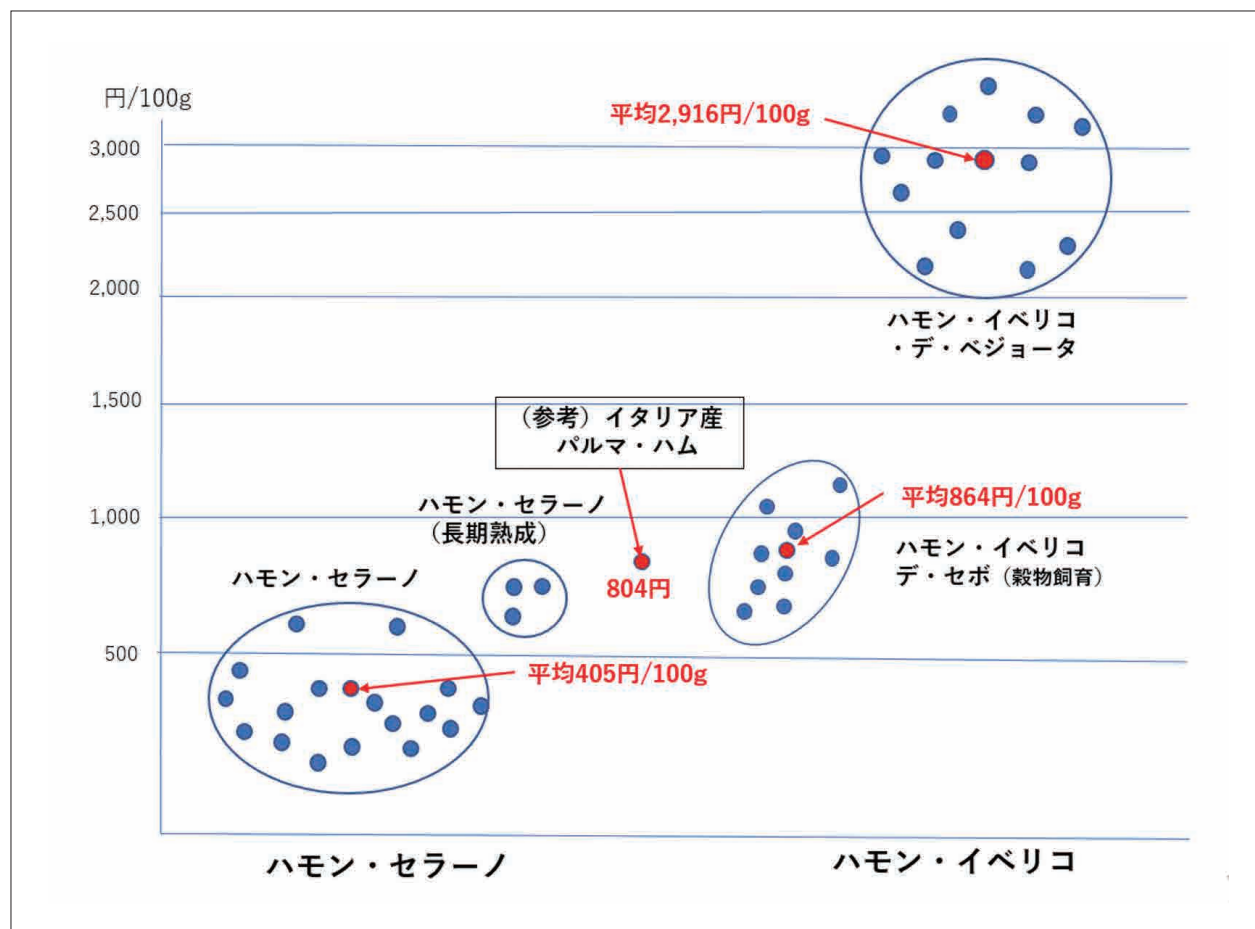
各店の販売実態の中からハモン・セラーノ（白豚の製品）とハモン・イベリコ（イベリコ豚の製品）の事例をとり出して、それぞれの 100g 当たり円換算価格を比較したものが図表 2 である。

売り場では、原木のまま販売されるもの、原木から切り出して量り売りされるものもあるが、ここでは、プリカット&プリパッケージの製品を比較の対象にしている。

ハモン・セラーノについては、安いもので 188 円/100g、高いものでは約 600 円というものであり、平均すると 100g 当たり 405 円となっている。ハモン・イベリコについては、イベリコ豚の飼育（給餌）方法によって別物の価格となる。

イベリコ豚の「デ・セボ」飼育（基本的に穀物および豆類からなる飼料で育てられたもの）の製品は平均して 100g 当たり 864 円であるのに対して、「デ・ベジョータ」によるもの（最低 60 日以上指定され登録されたデエサでモンタネーラが行われ、“ドングリ”を食べて飼育されたもの）は、平均 2,916 円/100g となっている。ハモン・セラーノの価格の約 7 倍である。参考ながら、百貨店「エル・コルテ・イングレス」で販売されていたイタリア産パルマ・ハムの価格は、804 円/100g（90 g 4.99€）であり、ハモン・イベリコ・デ・セボとほぼ同じ価格である。

図表2 ハモン・セラーノとハモン・イベリコの価格比較図



(注) 調査した各店の販売事例による (プリパッケージ製品)。

(2) 輸出先での評価—イタリア産生ハムとの比較

海外での評価はどうか。まず、2019年度に実施したイタリアでの調査結果を見てみる。ミラノの高級精肉店「Macelleria Faravelli」で販売されていたスペイン産「ハモン・イベリコ・デ・ベジョータ」は1kg 235€(現在の為替レートで換算すると100g当たり3,408円と、同店で扱うハム・ソーセージ類の中では群を抜いて高額であった。二番目は同じくスペイン産の「パレタ・デ・ハモン・イベリコ・ベジョータ」の1kg 195€ (2,828円/100g) である。

一方、イタリア産で最も高額の製品は有名な「クラテッロ・ディ・ジベッロ」が1kg 135€(1,958円/100g)で販売されていた。価格の高さで見れば、この3品が突出していた。このように、イタリア国内でもスペイン産のハモン・イベリコは高く評価されていることが分かる。なお、クラテッロ・ディ・ジベッロは、ポー川流域のジベッロ村で作られる生ハムで、もも肉の一部の最も柔らかい部分だけを使い、塩漬けにした後、豚の膀胱に詰めて縛り、1～1.5年間の長期熟成することで独特の風味を高めた希少価値の高い製品として知られている。同じときの売り場では、パルマハム (プロシュート・クルード・ディ・パルマ) は1kg 55€ (798円/100g) であった。

図表3 イタリアの精肉店の調査結果（2019年10月）



（注）精肉店「Macelleria Faravelli」

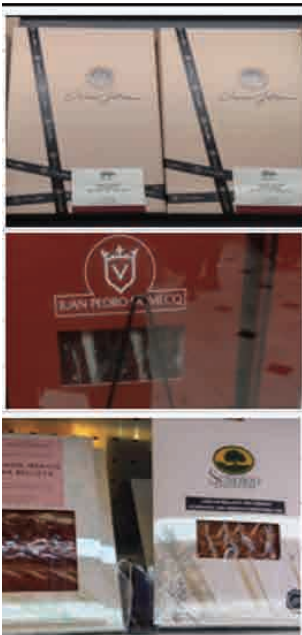
SALUMI	
CULATELLO DI ZIBELLO	135,00 Kg
PROSCIUTTO CRUDO DI PARMA RISERVA	55,00 Kg
PROSCIUTTO CRUDO	52,50 Kg
PROSCIUTTO DI PRAGA	33,50 Kg
BRESAOLA DELLA VALTELLINA	55,00 Kg
BRESAOLA PRESSATA DELLA VALTELLINA	58,50 Kg
ARROSTO DI TACCHINO	33,50 Kg
PROSCIUTTO COTTO	33,00 Kg
LINGUA	85,00 Kg
CECINA DE LEON	235,00 Kg
JAMON IBERICO DE BELLOTA	45,00 Kg
SPECK	38,50 Kg
COPPA PIACENTINA	195,00 Kg
PALETA DI JAMON IBERICO DE BELLOTA	35,00 Kg
SALAME MILANO	35,00 Kg
SALAME UNGHERESE	35,00 Kg

次に、英国（ロンドン）におけるスペイン産ハムの販売状況について、イタリア産ハムと比較して見てみる。今回のスペインでの調査の後に筆者が行なった2022年11月下旬のロンドンでの調査結果である。円換算は1 £ = 172円で計算した。

百貨店のハロッズ、セルフリッジ、フォートナム&メイソンではギフト用にパッケージされた製品が販売されており、いずれも高額である。図表4（次頁）で※印の付いた製品は、ギフト用に美しい紙箱で包装されているものである。ハロッズで販売されている「ハモン・イベリコ・デ・ベジョータ イベリコ種 100%（図表では Ibe100% と略記）」は100g 当たり 50 £（8,600 円）と特別であるが、ほかの店でも日本円で5,000 円以上の高値で販売されている。ちなみに、ハロッズで販売されている日本産和牛（神戸牛）のサーロインは100g が 57 £ であるから、価格的にはほぼ同じ、それぞれ売り場で頂点に位置する皇帝のような存在である。

スーパーマーケットでは、「ハモン・イベリコ・デ・ベジョータ」は100g 当たり 17.5 £ (3,010 円) ~ 20.0 £ (3,440 円) で販売されており、「ハモン・セラーノ」は100g 当たり 1.59 € (273 円) ~ 4.79 £ (824 円) であるから、スペイン国内での調査結果と大きな違いはない。なお、スーパーマーケットについては、一部の情報を各店の Web サイトを閲覧して補充した。

図表4 英国（ロンドン）におけるスペイン産およびイタリア産生ハムの販売状況

	ハロッズ			100g当たり	100g当たり
	ハモン・デ・ベジョータ lbe100%※	140g	70.00 £	50.00 £	8,600円
	スペイン産キュアド・Wagyu	100g	27.00 £	27.00 £	4,644
	イタリア産ブレザオラ	100g	12.00 £	12.00 £	2,064
	サン・ダニエレ・ハム	100g	12.50 £	12.50 £	2,150
	プロシュート・ディ・パルマ	100g	6.50 £	6.50 £	1,118
	セルフリッジ				
	ハモン・デ・ベジョータ lbe100%※	80g	29.99 £	37.49 £	6,448
	パレタ・デ・ベジョータ lbe100%※	80g	21.99 £	27.49 £	4,728
	パレタ・デ・ベジョータ lbe100%※	80g	21.99 £	27.49 £	4,728
	フォートナム&メイソン				
	ハモン・デ・ベジョータ lbe100%※	100g	30.00 £	30.00 £	5,160
	ロモ・デ・ベジョータ lbe100%※	100g	30.00 £	30.00 £	5,160
	ロモ・デ・ベジョータ lbe100%※	100g	15.95 £	15.95 £	2,743

	ウェイトローズ			100g当たり	100g当たり
	ハモン・イベリコ・デ・ベジョータ※	55g	11.00 £	20.00 £	3,440円
	ハモン・セラーノ	90g	3.95 £	4.79 £	824
	プロシュート・ディ・パルマ	90g	5.85 £	6.50 £	1,118
	プロシュート・ディ・パルマ	72g	3.55 £	4.94 £	850
	プロシュート・クルード	70g	3.20 £	4.58 £	788
	マークス&スペンサー				
	ハモン・デ・ベジョータ lbe100%※	60g	10.50 £	17.50 £	3,010
	ハモン・セラーノ	70g	2.50 £	3.57 £	614
	テスコ				
	ハモン・イベリコ・デ・セボ	70g	5.00 £	7.13 £	1,226
	ハモン・セラーノ	80g	1.27 £	1.59 £	273
	プロシュート・ディ・パルマ	135g	5.00 £	3.71 £	638
	プロシュート・クルード	84g	1.11 £	1.33 £	229

(注) 2022年11月26日調べ。スーパーマーケットについては下記 Web サイトで補充した。

<https://www.tesco.com/groceries/en-GB/shop/fresh-food/cooked-meats-antipasti-and-dips/chorizo-salami-and-continental-meats>

<https://www.waitrose.com/ecom/shop/search?&searchTerm=charcuterie>

(3)食肉加工品の価値と価格

ハモン・イベリコ・デ・ベジョータの価格が国の内外において突出して高いのは、当然のことながらイベリコ豚の価値が高く評価されているためである。その価値とは何であろうか。イタリアのパルマ・ハムと比べても価格が格別に価格が高いということは、単に美味しい高品質のグルメ食材だからという理由だけではないことは確かである。

ロンドンでまさにそのグルメ食材を扱うフォートナム&メイソンの売り場の壁に、「イベリコ」を説明する掲示が出ている。「当店が扱うイベリコ製品の全ては純血の 100% イベリコ黒豚から作られています。この豚は（ドングリな



どの）木の実を餌にして育てられたものです。当フォートナムのフィン・シェリー酒（注：スペイン産高級酒）と一緒に召し上がりください。完璧にマッチいたします」と。これは、純血種であることやドングリなどの「自然」を訴求する内容となっており、価格は高くても、その価値を共有できる客に買ってもらいたいというねらいがうかがえる。

さて、豚の乳頭は一般的には 7～9 対だが、イベリコ豚の場合は 4～6 対しかないことを渡邊直人氏の著書『イベリコ豚の秘密とスペインの生ハム』（2011 年、文芸社刊）に教えられた。気候条件が過酷で牧草の育成しない土地、山羊や羊の牧畜だけがかろうじて可能であるような厳しい地帯、言い換えると牧草に恵まれないので牛を飼えないような土地で、イベリコ豚はどのように飼われてきたのか。直人氏によれば、「古来よりイベリコ豚を飼育していた人々は、デエサのその痩せた土地にて生活せざるを得ず、自分たちが食べる最小限の農作物を畑で作りながらもイベリコ豚の飼育を諦めず、放牧という方法でその他の動物と一緒に牧畜を続けてきました。」「夏期は北アフリカのサハラに由来する高気圧の影響が強いため気温が高く、乾燥がとても激しい地中海性気候です。海拔 700 m 以上の地域で、年間降水量は 500mm 以下が大半です。地質としては、イベリア半島西半分を覆う花崗岩質の岩石の多い養分の少ない大地で、椎や櫟の木といった限られた樹木と下草のみが繁殖しています。このような大地を「デエサ」と呼びます。イベリコ豚が育てられている、現在のデエサ地域の農業形態を見ると、夏の乾燥と少ない食物に強いイベリコ豚を飼育する伝統的農家は、主力の農産物である小麦を刈り取った後、その畑にイベリコ豚を放ち、畑に落ちているわずかな落穂と小麦の切り株を与えただけの状態です。そして、秋には林のドングリや栗が実るので、豚を畑のある所から少し離れた山へ連れてゆき、デエサと呼ばれる広い大地に放牧します。この時期にも一切豚に給餌したりしません。イベリコ豚は、ここでようやく豊富な β デンブンや遊離脂肪酸が含まれ、しかも美味しいドングリや栗を十分に食べることができるのです。」

古来よりこのような過酷な環境で飼育されてきたイベリコ豚は、品種改良された近代の豚と違って子豚を多く生むことができない。乳頭が 4～6 対しかないのはそのためだというのである。現代の養豚事情から見れば、産子数が少ない、成長が遅いといった生産性の低い。低能力の豚は排除されていくものかもしれない。ところがイベリコ豚は、成長が遅いがゆえに過酷な環境でも育つという特異な性質を有し、その脂肪はまたドングリなどに由来するオレイン酸が豊富で、融点が低く、食べて美味しいという性質を保有する豚だというわけで、価値が高い。

しかしながらデエサの面積は限られているため、ベジョータによる飼育頭数には限界がある。そこ

で、現在では、デ・ベジョータによる飼育に加えて、前述の「デ・セボ・デ・カンポ」や「デ・セボ」による飼育法を導入するとともに、他方、米国産デュロック・ジャージー種とのハイブリッド（交配）による 50%イベリコ種、75% イベリコ種を作るなど、言い換えると伝統文化を補完する文明の技術を導入して、イベリコ豚産業の保護と消費者の購入の利便向上が図られているところである。

伝統文化か文明かではなく、それぞれの良いところを融合させる取り組みがあるからこそ、伝統文化が継承され保護されて、伝統文化の価値に光が当たり、その価値がしっかりと認知されているのではないと思われる。価値が異なるものについては、明確な表示と管理を義務付けていることも重要な点である。

（表示例）

			
黒いタグ	赤いタグ	緑のタグ	白いタグ
Jamón de bellota 100% ibérico	Jamón de bellota ibérico 50% raza ibérica	Jamón de cebo de campo ibérico 50% raza ibérica	Paleta de cebo 100% ibérica
89,90 €/kg	32.38 € / Kg	22,38 € / Kg	10,89 € / Kg

イベリコ豚の精肉、あるいはイベリコ豚から作られるハモン・イベリコの脂肪の質が注目されている。渡邊直人著、前掲書によると、デ・ベジョータの脂肪酸の組成は、オレイン酸が 54 ～ 56% を占めるデータがあるという。そして樫の実 63%、コルク樫の実 65%、オリーブの実は 61 ～ 83% であると。今回同行いただいた若松純一先生によると、胃が一つの豚は食べたエサの性質が肉質に強く影響するようである。各種のドングリを食べるモンタネーラの工程で、そのドングリの栄養成分の影響を強く受けて、オリーブ・オイルの主成分である一価不飽和脂肪酸（オレイン酸）をしっかりと身体に蓄える。ゆえに、イベリコ豚は「脚のあるオリーブの実」とも言われている。

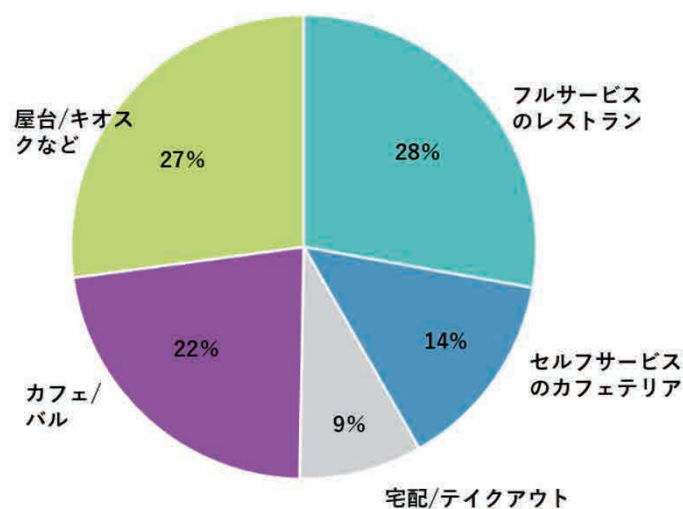
スペインに根付いている伝統的な生ハムの製法は、イベリコ豚に限られるものではなく、白豚から作る「ハモン・セラーノ」にも生かされている。スペインの食文化に詳しい渡辺万里氏によれば、昔は 11 月 11 日の聖マルティンの日を皮切りにマタンサ（各家庭や村落単位でのと殺から貯蔵製品を作るまでの作業）が始められたという。現在の近代的な工場で作られるハモン・セラーノの生産工程においても、塩漬後の乾燥→熟成の工程はまず冬の温度に設定されるところから始まり、一定の日数が経過した後、早春の温度に管理された冷蔵庫に移され、さらに春、初夏へと季節の移ろいに応じた温度管理の下で次第に熟成されていく。そうして香りがたつ良質な製品が出来上がっていく。これもまた伝統と近代文明の技術との融合である。長い時間をかけて多くの人手により丁寧に作られていく工程を知れば、日本人としては、心から「ごちそうさま」と言わずにはおれない。そういう意味でも、価値の高い製品である。

第5章 美食の国スペインのレストランと豚肉・豚肉加工品

1. スペインのフードサービス市場の概要

調査会社 Mordor Intelligence 社の資料によると、スペインのフードサービス市場は、フルサービスのレストラン、セルフサービスのカフェテリア、カフェ／バル、宅配／テイクアウト、屋台／キオスクなどに分けられるとして、それらのマーケットシェアを図のように示している。そして、スペインの観光部門の成長に加え、少人数家族の増加、働く女性の増加、さらには消費者が他の料理を試したいという嗜好の高まりなどから、フードサービス市場は大きく成長していることを報告している。

図表1 スペインのフードサービス業のマーケットシェア概要（2017年）



出典：Mordor Intelligence (<https://www.mordorintelligence.com/pt/industry-reports/spain-foodservice-market>)

図のデータはレストラン業界が好調に推移していた 2017 年のものである。Statista 社の推計によると、この年のレストラン業界の売上高は 235 億ユーロ、2019 年には 253 億ユーロに達したが、直後の 2020 年には COVID-19 によるパンデミックの影響で 145 億ユーロまで落ち込んだと (<https://www.statista.com/statistics/777030/revenue-restaurant-industry-spain/>) 報告している。22 年現在でも、コロナ前の賑わいではないということである。

さて、養豚大国のスペインにおいて、豚肉・豚肉加工品はどのように食されているのか。美食の国とも言われるスペインでは、バルとレストランにおいて、どのような豚肉・豚肉加工品が、どのようなメニューでどのように使われているのか。非常に興味深いことである。そこで、今回訪問した都市の主要なレストランのホームページを閲覧して事例的に調べてみた。その結果から分かることは、生ハムやチョリソ、ブラッド・ソーセージなどの豚肉加工品がメニューの表に出たり、表には出なくても裏で（調理の場で）欠かせない存在になっていたり、美食の国の食文化と深く関わって、主役を担っていることである。

2. バルのメニューと豚肉加工品

スペインの人々の暮らしに欠かせないバル (Bar) は、旅行者にとっても軽い昼食に、雨宿りに、トイレ休憩にと、便利この上ない存在である。

マドリードのサン・ミゲル市場の近くで雨宿りにたまたま立ち寄ったバル「Bar Eduardo Cerveceria」を事例にして、メニューの内容を見てみる。

このバルでは、小皿の「タパス (Tapas)」ではなく、「ラシオーネス (Raciones)」という大きめサイズの一皿料理と「ボカディージョス (Bocadillos)」

というサンドイッチを提供するメニュー構成となっている。ボカディージョはスペインの国民食、安くて美味しいソウルフードだと言われる。ハモン・セラーノ 4.00€ (580 円)、チョリソ、サルチチャ、モルシージャ各 3.50€ (500 円)、サルチチョン 3.00€ (435 円) など、ここは豚肉加工品の出番である。

一方、「ラシオーネス」では、アンチョビーの酢漬け、アンチョビーの唐揚げ、バターで揚げたイカ、グリルで焼いたイカ、タコの酢の物などスペイン定番の各種シーフードやスペイン風ポテトフライなどのメニューの後に、豚肉・豚肉加工品が出てくる。

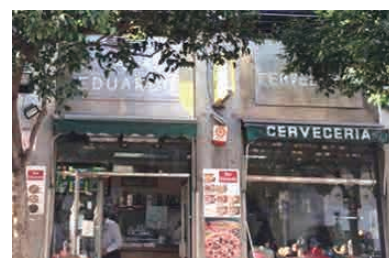
「Oreja a la Plancha」(オレハ・ア・ラ・プランチャ)：オレハは耳、プランチャは鉄板のこと、つまり耳の鉄板焼きである。英語で“Grilled Ear of Pork”と付記されているので分かりやすい。豚の耳を使う料理は、地方によっては季節のソーセージやブラッド・ソーセージなどと一緒に煮込むようであるが、当店のマドリード風は「グリルで焼く」である。

「Chorizo a la Sidra」(シードラはりんご酒)：りんご酒を使ったチョリソの煮込み料理は家庭でもよく作る料理で、あるブログには、「友達や家族と一緒に冷たい飲み物と美味しいタパスを楽しむ感覚に勝るものは人生においてほかにありません。誰もが好きな伝統的なタパスの 1 つであるチョリソ・シドゥル。この前菜はアストゥリアス地方の伝統的なもので、シンプルでも美味しいので、来客をもてなしたい時にぴったりのレシピです。」と書かれている。

「Callos a la Madrileña」(マドリード風カージョス)：伝統的なレシピでは豚の胃や牛のハチノスを使って、これに豚足や豚の鼻、季節のソーセージ、ブラッド・ソーセージ、ニンジンやタマネギなどの野菜や豆

類を入れて煮込む料理である。この店のメニューは英文では“Tripe of Pork with Seasoned Sausage and Blood Sausage”という説明である。豚の胃袋を使っている。

「Croquetas De La Casa」(自家製クロケッタ)：マドリードでは、クロケッタ (コロッケ) の美味しさを競うレストランのコンペがあると言われるほどであるから、バルには欠かせないメニューの一つである。なかでもハモン・イベリコを使ったクリーミー



Bocadillos (ボカディージョス)



マドリード風カージョス

なコロッケが最高とされる。コロッケにも生ハムを使うところがマドリード風である。

「Albondigas」(アルボンディガス：ミートボール)：マドリード風はトマト味でシンプルに煮込んだミートボール。これが旨いのである。

(バルの定番三品)



ブラッド・ソーセージ

生ハムとチョリソ



クロケッタ

このバルのラシオーネス一皿の価格は 7.40€ (1,070 円) 程度のもが多い。その中で、ハモン・セラーノは 11.00€ (1,595 円)、ハモン・イベリコは 17.80€ (2,580 円) と高価である。またハモン・イベリコとロモ・イベリコ、サルチチョン、チョリソを盛り合わせた一皿もあり、これも価格は 17.80€ となっている。豚肉加工品のほかに、「豚のロイン」「ビーフステーキ」「子牛のステーキ」などのメニューもあるが、価格は 15.00 ~ 16.00€ (2,175 ~ 2,320 円) であるから、ハモン・イベリコを味わう一皿がやはり一番高いのである。

3. レストランにおける豚肉と豚肉加工品

① ボティン (Botin) - マドリード

子豚の丸焼きで有名な、世界最古のレストランと言われる店がマドリードにある。「ラ・ボティン」である。

レストラン「Botin」の名物料理

<i>Asados y Parrillas</i>		
Cochinillo asado	27.15€	
Cordero asado	27.50€	
Pollo asado con verduras	18.80€	
Pollo campero en pepitoria	19.40€	
Perdiz estofada	29.35€	

(<https://botin.es/menu-botin/>)

同店のホームページによると、「1725 年創業の Botin は、ギネスブックによると世界最古のレストランであり、マドリードにおける最高の伝統料理の基準となっています。フォーブス誌は、当店の名物料理である美味しい子豚と子羊のカスティージャ風ローストとともに、当店を世界の伝統的なレストランのトップ 10 の 3 位にランク付けしています」という。

この店のメニューを見ると、肉料理の部で最初に記載されているのが、名物の「コチニーリョ・アサード」(子豚のアサード)と「コルデーロ・アサード」(子羊のアサード)である。英文のメニューでは、「Roust suckling pig」と「Roust baby lamb」となっている。離乳前の子豚と子羊がいちばん美味しい。これがスペイン風である。

前菜の部では、ハモン・イベリコ・デ・ベジュータ、生ハムとメロン、リオハ・スタイルのサラダ(生ハムやチェリソ、チーズを添えたサラダ)、モルシージャ・デ・ブルゴス(ブルゴス産ブラッド・ソーセージ)、鶏肉と生ハムのクロケッタ、マドリード風カージョスト、豚肉加工品の品々がたくさん載っている。また、野菜料理の部でも、ハモン・イベリコを添えた野菜ソテー(Salteado de verduras con jamón ibérico)など、5品のうち4品がハモン・イベリコ添えである。

当店の肉料理は、子豚と子羊の丸焼き以外に、鶏肉料理2品、ヤマウズラ、子牛ヒレ肉のグリル焼き、子牛肉のカツレツなどであるが、豚肉そのものをメインに使った料理は見当たらない。

② ラ・ボラ (La BOLA) –マドリード

マドリードで伝統的なコシード(煮込み料理)といえば真っ先にこの店の名前が挙がるという超有名店である。ホームページを見ると、名物の「Cocido a la Madrileña」(マドリード風コシード)について、「1870年の創業以来、約150年間同じ方法で、最高の原材料を使用し、4世代にわたる素材と味の伝統を尊重し、オーク炭の上で一つひとつの土鍋(Puchero: プチェロ)で、じっくりと弱火で調理しています」と、材料の入った土鍋がずらりと並んだ写真が掲載されている。この「コシード・マドリレーニョ」は、当店のスペシャル・メニューに載っていて、24.00€(3,480円)の料理である。

(具材を土鍋に入れる)



(弱火で煮込む)



(コシードの出来上がり)



(スープだけを注ぐ)



(細いパスタ入りスープ)



(空いた皿に全部の具材を移す)



(注) <https://labola.es/>及び <https://gotrip.jp/2018/12/103587/>を参照し作成。

当店伝統のコシード・マドリレーニョは、骨付き生ハム、牛肉の赤身、豚肉の脂身、鶏肉、チョリソなどの肉類、じゃがいも、ガルバンソ（ひよこ豆）とたくさんの具材をプチェロと呼ぶ壺のような土鍋に入れて、じっくりと煮込む料理である。

この食べ方には決められた作法があって、まず「フィデオス (Fideos)」と呼ぶ極細の麺（ショートパスタ）の入った皿が運ばれてくる。続いて、熱々の土鍋が運ばれてきて、土鍋からスープだけを注いでくれる。最初に生ハムや肉類の旨みが効いたヌードル入りのスープを味わうのである。その後で、空になった皿に全部の具材を移して、煮込んだ肉類や野菜をメインとして食べる。以上は、Web サイトやブログからの情報である。この食べ方は、我々日本人とは真逆であって、日本では「鍋のメ（締め）に麺類やご飯を入れて」が普通なのであるが、スペイン料理では最初に出汁の効いたスープを食するというわけである。

このようなコシード・マドリレーニョという伝統料理でも、骨付き生ハムやチョリソ、あるいはモルシージャ（ブラッド・ソーセージ）などの豚肉加工品が「旨み」としても欠かせない食材になっている。なお、肉料理の部では、牛サーロインの鉄板焼き、カージョス（もつ煮こみ）、子牛ヒレ肉の鉄板焼き、ラムチョップ、牛肉とひよこ豆の煮込みなどがあるものの、豚肉そのものが主役のメニューはここでも見当たらない。

③ アサドル・ドノスティアラ (Asador Donostiarra) –マドリード

この店の「おすすめセット・メニュー 2023」を見てみる。「Menu A-2023」の前菜は、ハモン・イベリコ、ブルゴス産ブラック・ソーセージ、スクランブルド・エッグ、ほかに魚介類の一品が用意されている。スクランブルド・エッグには写真（右）のように生ハムが入っている。



(<https://www.asadordonostiarra.com/menus-2023/>)

主菜は、魚介類の2品と鹿肉 (Ciervo) の網焼き、牛テール (Robo de Toro: 雄牛の尾) のシチュー、ヤマウズラのマリネ料理（写真の右）が用意されている。

PLATO PRINCIPAL (A Elegir)

Delicias de Merluza con Gambas

Merluza rellena de Txangurro

Ciervo a la parrilla s/crema de setas

Rabo de Toro estofado

Perdiz escabechada



(<https://www.asadordonostiarra.com/menus-2023/>)

④ カーサ・ルシオ

(Casa Lucio) –マドリード

このレストランも世界のVIPが大勢訪れるというマドリードでは有名な店である。当店の英語メニューをしてみる(<https://casalucio.es/carta-digital/en/starters/>)。



まずは前菜 (Starters) から。ブランド名で「Jabugo Ham」(100% ibérico de bellota) に始まり、「Slised Cured Pork Loin」「Salami-type Pork Sausage」「Spicy Red Pork Sausage」「Ham & Melon」と豚肉加工品の品々があって、「Home Made Croquettes」にも“with Ham”と記されているところから、クロquetteも生ハム入りである。前菜メニューの半数近くに生ハムやソーセージ類が使われている。

肉料理 (From The Grill) の部では、牛肉のチュラスコ (串焼き)、牛リブロース、牛サーロイン・ステーキ、牛肉カツレツ、牛肉タルタルステーキ、子牛肉チョップ、子牛肉ミートボール、子羊のフライモシクハグリル、チキンソテー、子牛すね肉のシチュー、ヤマウズラのシチューと数多くの料理があり、牛肉料理が多い、豚肉については当店でも「Roast Suckling Pig」(子豚の丸焼き) 以外には豚肉が表に出ているメニューはない。

⑤ ミラドル・デル・オレオ (Mirador del Horreo) –サラゴサ

豚の飼養頭数がスペインで一番多いアラゴン州の州都で、今回の訪問先である食肉加工会社のあるサラゴサのレストランである。マドリードのレストランにはなかった豚肉をメインにした料理がメニューに載っているであろうか。

まずは前菜から。ここで面白い用語を見つけた。「PARA PICAR」と書かれている。PARAは「～のために」、PICARは「つまむ」。まさに「おつまみ」のこと。メニューはハモン・イベリコのクロケッタ、豚ほほ肉 (Carrillera) のクロケッタ、ハモン・イベリコにパンとトマト添え、ロシア風サラダなど。



<https://habitatsella.com/restaurante-bar-el-mirador/>

肉料理の部のメニューは次の6品である。

- 熟成した老齢めす牛の骨付きあばら肉の網焼きステーキ
- イベリコ豚のほほ肉 (Carrillera de cerdo ibérico) と白ワインとサフランを使った煮込み
- 子牛肉のヒレ肉、じゃがいも、ゴーダチーズ、白葡萄酒のソースで

- 子牛の肩肉、焼いたじゃがいもとともに
- 24 時間マリネしたイベリコ豚セクレト、付け合わせの野菜とともに
- 低温で調理した子牛のすね肉



<https://habitatsella.com/galeria/>

⑥ トラガントゥア (Tragantua) –サラゴサ

もう 1 軒の事例もサラゴサのレストランである。旅の書で紹介されている当店は、海の幸・魚介類やパエリアなどのコメ料理に特徴が見られるバル・レストランである。

この店の肉料理は 8 品あり、牛肉 4 品、豚肉 2 品、アラゴン特産の子羊 2 品の料理が用意されている。その豚肉料理は「SECRET 100% Iberiko」と「CARRILLERA 100% Iberiko」の 2 品、ここでもイベリコ豚の希少部位セクレトとほほ肉を調理したメニューである。

CARNES...	
CHULETÓN EXTRA, VACA "GOYA" DE TOLOSA...62 €/kg. CURACIÓN 30 DÍAS APROX.	SECRETO 100% IBÉRICO <i>Cinco Jotas</i> ...21 €
ENTRECOT EXTRA, CON SALSA TRUFA NEGRA +2 €...22 €	● CARRILLERA 100% IBÉRICA <i>Cinco Jotas</i> ...15 €
SOLOMILLO EXTRA, CON SALSA TRUFA NEGRA +2 €...26 €	COSTILLAS DE LECHAL DE ARAGÓN...19 €
● RABO DE TORO.....21 €	● BOLITAS DE SOLOMILLO A LA TRUFA NEGRA...14 €

(<https://grupoloscabezudos.es/wp-content/uploads/CARTA-TRAGANTUA-2022.pdf>)



<http://grupoloscabezudos.es/restaurante-tragantua/>

⑦ アルナウ・カン・ペロー (ARNAU Can Perot) - ジローナ近郊

サラゴサからジローナに向かう途中の自然環境の美しい街サン・マルティにある、落ち着いた佇まいのレストランである。

カタルーニア地方の伝統的な鍋料理（煮込み料理）として、豚足、豚ほお肉、子羊、子牛の料理とともに、うさぎ肉が二品メニューに載っている。また、グリルで焼くメニューにもうさぎ肉の料理がある。一説によると、古代地中海民族のフェニキア人たちがイベリア半島に到着したときに「うさぎのいる土地」と呼んだことから、後にラテン語訳で「イスパニア」になったという。伝統的なうさぎ肉の料理は、現在も山の幸の一品である。豚足や子牛、子羊の肉も旨いと評判である。



⑧ カン・クジェレタス (CAN CULLERETES) - バルセロナ

1786 年創業のカタルーニャ州では最も古いレストランであるという。マドリードの「ボティン」に次ぐ、スペインで 2 番目に古いレストランとして知られている。メニューの表記にしても、最初にカタルーニャ語で書かれていて、次いで標準スペイン語と英語というものである。

Carns · Carnes · Meat	
Filet de vedella al pebre verd amb xampinyons 21,50	
<i>Solomillo de ternera a pimienta verde con champiñones</i>	
Veal tenderloin steak in green pepper sauce	
Botifarra amb seques 12	
<i>Butifarra con judias · Pork sausage with White beans</i>	
Fricandó de vedella guisat amb carxofes 12	
<i>Fricandó de ternera guisado con alcachofas · Beef stew with artichokes</i>	
Peu de porc guisat al cava 12	
<i>Pie de cerdo guisado al cava · Pork foot stewed with cava</i>	
Jarret de vedella guisat amb rovellons 12	
<i>Jarrete de ternera guisado con rovellones · Veal stew with fresh mushrooms</i>	
Civet de porc-senglar 14	
<i>Civet de jabali · Wild board stew</i>	
Espatlla de xai lletó (Castella i Lleó) peça de 600 aprox grs 24,50	
<i>Espaldita de cordero lechal (Castilla y León) pieza de 600 grs aprox · Roasted suckling lamb shoulder</i>	
Garri a la catalana 19,50	
<i>Lechón a la catalana · Catalan-style roasted suckling pig</i>	
Costelles de xai amb patates fregides 14	
<i>Costillas de cordero con patatas fritas · Lamb chops and fries</i>	

(https://culleretes.com/wp-content/uploads/CanCulleretes_Carta2022.pdf)

肉料理の二番目にあるのが「ブティファラ (Butifarra: カタルニア語では Botifarra)。カタルーニャ地方の腸詰めである。英語表記では「Pork sausage」となっている。

メニューでは「con Judios: インゲン豆を添えて」であるが、写真では「amb mongetes」とカタルーニャ語である。カタルーニャ料理を紹介する記事には次のように書かれている。「ボティファラ アンプ モンゲットは、ジューシーなボティファラ (ソーセージ) と煮込んだインゲン豆を組み合わせたシンプルな料理です。これはカタルーニャ人にとって、イギリス人にとってのバンガーズ アンド マッシュのようなものです。この伝統的なス



Botifarra amb mongetes

ペイン料理はとても風味豊かで、一年中いつでも味わえます。ボティファラ アンプ モンゲットは、バルセロナや周辺一帯の多くの地元レストランで提供しています。この素朴な料理は本当にとても人気があり、この料理を称えるお祭りも開催されているほどです」と (<https://jp.hotels.com/go/spain/best-local-dishes-barcelona>)。ソーセージと豆の組合せだけの料理を称えるお祭りとは興味深く、素晴らしいことである。

メニューの三番目は子牛肉のシチュー。四番目の豚肉の「Pie de cerdo ~」とは? Pie とは「く

るぶしから下の部分」と辞書に書かれている。すなわち豚足の煮込み料理である。英語では「pork foot stewed with cava」, 豚足のシチューも伝統料理の一つであり、同店のレシピによれば、CAVA というスペイン産のシャンペンを使って、ハモン・イベリコ、ハモン・セラーノ、マッシュルーム、たまねぎ、にんじん、セロリなどと一緒に煮込んだシチューであると。豚足の煮込み料理にも、生ハムの旨みがしっかりと活かされているようである。



PIE DE CERDO GUIADO AL CAVA



FRICANDÓ DE TERNERA CON
ALCACHOFAS



JARRETE DE TERNERA GUIADO
CON ROVELLONS



CIVET DE PORC SENGLAR

五番目のメニューは英語で「Veal stew」、季節のロベロン（きのこ）とともに味わう子牛すね肉の煮込み料理である。三番目も同じ子牛肉のシチューであるが、「フリカンド(Fricando)」と言い、あるブログでは「カタルーニャ地方の牛肉料理の定番。薄めにソテーした牛をきのこ、人参とナッツ類を入れてブランデーなどで煮込みます」と書かれているが、当店ではアーティチョークを使うとしている。そして六番目は「いのしし (Wild pork)」の煮込み、以下、子羊 (suckling lamb) 肩肉のロースト、子豚 (suckling pig) のカタルーニャ・スタイルのローストなどである。

⑨ エル・サントゥアリ (El Santuari) ーバルセロナ郊外

バルセロナから 50km 以上も離れた街に、正真正銘の神戸ビーフを提供するレストランがある。「El Santuari」という。スペインに住んでいる人でも知る人は少ないと思われる。ホームページを見ると、2015 年に神戸ビーフ指定登録店の認定を受けたという。北海道産や宮崎県産の和牛肉もメニューに載っている。世界各国の牛肉のほかカンガルーやトナカイなどの肉も食べさせる店で、分類すればステーキハウスと言えるであろうか。このような店で、どのような豚肉や豚肉加工品のメニューがあるのか調べてみた。



まず前菜から。「ハモン・イベリコ」はカタルーニャ語で「Pernil ibèric」と表示されている。そして写真にもあるような「ソーセージの盛り合わせ」も。「私たちのカネロニ」の一品にあるのは「自家製カネロニ・オ・グラタン、イベリコハムの切り落とし、云々」という料理である。

肉料理 (Carns convencionals) のメニューでは、「ソーセージのグリル」「オーブンで焼いたソー

セージのグラタン～5つのチーズから一つを選んで～」「焼き肉ーソーセージ、子羊、牛ロース、鶏肉、豚セクレト」が載っている。

FUSTA D'EMBOTITS D'OSONA I EL RIPOLLÈS

(PREU SEGONS PES - 34€/kg)

PORC IBÈRIC I PORC DUROC "DRY AGED"

ABANICO DE PORC IBÈRIC A LA BRASA	15,90
SECRET DE PORC DUROC A LA BRASA	12,90
SECRET DE PORC RAL D'AVINYÓ A LA BRASA	15,90
GRAELLADA DE 3 CARNES IBÈRIQUES I DUROC Secret de porc duroc, abanico de porc ibèric i entrecot de porc Ral d'avinyó "dry aged"	15,90

CARNES CONVENCIONALS

BOTIFARRA A LA BRASA	8,90
BOTIFARRA A LA BRASA ESPARRECADA GRATINADA AL FORN AMB I DELS 5 FORMATGES: Cabra / Mozzarella / Provolone / Cheddar / Roquefort	9,90
GRAELLADA DE CARN Botifarra, xai, llom de vaca, polastre i secret de porc	16,90

WAGYU DE KOBE

ENCENALL 7g	5,90
TAPA 100g	35,90
ENTRECOT 200g	69,90
ENTRECOT 250g	86,90

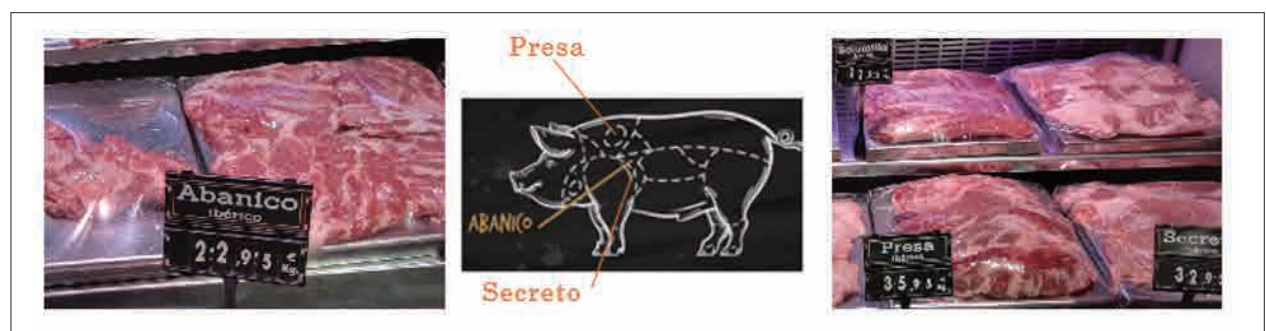
Avis: servim el Kobe tallat prim per potenciar-ne els sabors seguit a la seva increïble marmoració

IMFR RESTAURANT OF "ESTAT
se la "Kobe Beef
Association"
que regula la
a tot el món
dita com a
restaurants
a Catalunya

<https://www.elsantuari.app/p%C3%A1gina-en-blanc01f65b98f>

「PORC IBERIC I PORC DUROC "DRY AGED"」(イベリコ豚とデュロック豚の熟成肉)という、ほかのレストランでは見ることもなかったメニューがある。部位も、イベリコ豚のアバニコ (Riv cover:次ページの写真を参照)、デュロック豚のセクレト (Behind the Shoulder)、ラル・ダヴィニョ (RAL D'AVINYÓ) 豚のセクレトを使い、それぞれをグリルした三品と3種を味わえる一品を用意している。「ラル・ダヴィニョ」という豚は、バークシャーのオスとデュロックのメスの交配種で、カタルーニャ地方が力を入れている銘柄豚のブランドであるという。

レストラン「エル・サントゥアリ」の豚肉料理は、豚の品種、使う部位(希少部位)にこだわり、またドライ・エイジングをして焼くというのもユニークなものである。



(注) <https://www.spainfoodsherpas.com/the-iberian-pig-all-the-cuts-explained/>
各部位の写真は「エル・コルテ・イングレス」で撮影したものである。

4. 美食の国のレストランにおける豚肉・豚肉加工品の事例から

スペインの北部バスク地方出身のエフライン・ビジャモール・エレロ氏は、次のように書いている。「私のふるさとのバスク地域の人にはパエリアを食べない。もともとパエリアは、地中海に面する南東海岸のバレンシア地方の名産に過ぎず、経験している限りでは、バスクにおいてはバルでパエリアを提供しているところには今までに出会ったこともない。家庭では食べたことがない」と(『地中海食と和食の出会い』2019年、(株)南方新社刊)。住んでいる地域によって食の文化が違うということである。

肉類あるいは魚介類の食べ方についても地域ごとに異なることが考えられるが、ここでは、今回訪問したマドリッド。サラゴサ、バルセロナのレストランに限定した。また、どのレストランにおいても、地中海や北部沿岸で獲れる魚の料理が豊富で、たとえばレストラン「ボティン」では Pescados (Fish dishes) と Asados y Parrillas (Roasted and Grilled)、「ラ・ボラ」では Nuestros Pescados (Our Fish) と Nuestras Carne (Our Meat) など、メイン・ディッシュのメニューは2本立てになっているが、ここでは肉料理に限定して見てきた。

肉料理についても、牛肉、羊肉、山羊肉、うさぎ肉、家禽肉などレストランで使われている種類は多いが、ここで注目したのは豚肉料理である。養豚大国のスペインは美食の国とも言われる。豚肉の生産・加工のみならず消費の面でも、さすがの豚肉料理と思わせる食文化を持っているのではないかと期待して、レストランのメニューに注目したのである。

スペイン伝統の調理法で味わう肉料理は、アサード(焼く料理)とコシード(煮込み料理)。マドリッドの有名なレストランにおける看板メニューの「コチニーリョ・アサード」(子豚のアサード)や「コシード・マドリレーニョ」などである。

ここで、渡辺万里氏の著書『スペインの竈から』を読む。「アサード、すなわち肉を焼くという調理法は、肉類が大きな比重を占めるスペインの食生活において、(過去から)現代に至るまで、常に欠かすことが出来ない重要な位置に存在し続けてきたのです。」「スペイン人はもともと、より柔らかい肉ほど珍重するという傾向を持っていました。アサードという調理法は、その好みを一層助長し、レチャル(離乳前の子豚や子羊)礼賛の傾向として定着したのです。」

確かにレチャルでなくても、セクレト、アバニコ、プレサなど前肢まわりの柔らかくて霜降り状の脂肪の入った希少部位を焼く料理が多くのお店で提供されていることが分かった。では、アサードに適さない部位はどうするのか。『スペインの竈から』の中に面白い記述がある。答えのひとつは煮込み料理であり、もうひとつはマタンサであると。「マタンサとは、豚を殺し、各種の保存食品として貯蔵用に加工する作業を意味し、かつてはスペイン全土の村々でごく日常的なものとして行われていました。ハモン、チョリソ、モルシージャ、ロモその他、スペイン人の食生活を支えるとも言える豚肉製品は、全てこのマタンサによって生まれるのです」。現在は工業的な生産によって、かつての家庭単位、村集落での貯蔵食品作りは大きく限定されているものの、マタンサは決して過去の遺物とはならずその伝統が保たれている、というのである。

——「ヨーロッパの肉文化は、冷蔵冷凍技術が未発達時代から、実に巧みに保存性を重視しつつ食されている」(竹内裕嗣氏)。

豚肉加工品は、その種類の多さ、加工の巧みさ、血液をも余さずに腸詰にする奥の深さ、そして様々な調理に利用する食べ方など、渡辺万里氏が「肉料理というジャンルの中で最もスペイン的な、或いは個性的な存在といえば、ハモン、チェリソなどの豚肉の加工食品でしょう」と述べていると

おりである。

多くの観光客がスペイン食べ歩きの中で出会う「Bocadillo（ボカディージョ）」。それは、バゲットパンにハムやソーセージ、チーズ、トルティージャ（スペイン風オムレツ）などを挟んで食べるサンドイッチである。スペインの人々の毎日の生活にとって欠かせないバルなどでの食事はもとより、フルサービスのレストランにおいても、魚介料理・肉料理を食べる前に、生ハムやスライスしたソーセージなどの豚肉加工品、オリーブの実などをつまむことから食事が始まる（前菜メニューを“PARA PICAR”，「つまみのために」と書いてある店がある）。また、メイン・ディッシュとなるスペイン風の各種煮込み料理にも、トマトなどの具材とともに「旨味」や「塩味」の引立て役として豚肉加工品が（切り落とした後の骨回りの部位を含めて）使われている。

このような豚肉加工品に比べて、ロース、肩ロース、ばら肉などの部位については、限られた数のレストランの事例しか見ていないとはいえ、豚肉料理における出現頻度が非常に少ないという印象が拭えない。一方、スーパーマーケットでは豚ロースは普通に販売されている。今回の現地調査で尽力いただいた大西恭世氏（ジャパンオフィス株式会社）によると、家庭では、焼いて食べる部位はロースが多いという。

今回調べたような超高級なレストランのメニューにロースやばら肉を使う料理はあまり見られないが、豚の耳、豚足、胃袋、豚脂を使う煮込み料理メニューがあったりもする。それがスペイン料理の特色なのである。

レストランのメニューから得られた情報だけでは理解しがたいところが少なくないけれども、ロースやばら肉などの部位が大量に輸出用に仕向けられていることも考慮するならば、豚肉加工品の生産と消費を中核としつつ、国内消費と輸出とのバランスを図りながら、いろいろな用途にすべての部位が利用されることによって、成長する養豚産業が支えられていることは間違いない。

第6章 まとめ

スペインは、EU 最大の漁業国であるとともに最大の養豚国になった。また、穀物から野菜、果物など、あらゆる農畜産物が国内需要を十分に賄える以上に生産されている。実際に国内のマーケット（百貨店、スーパー、市場）を見たが、国内で生産された農畜水産物が豊富に陳列されていた。

国内情勢は、新型コロナウイルス感染症拡大により一時的に GDP がマイナスとなったものの直近ではプラスに転じ、日本を始めとする農畜産物の輸出も伸びているところであるが、近年は若年層を中心に高い失業率で推移しており、失業率改善が現政府の最大の課題のようである。

他方、スペインは国の健康保険が充実しており、加入者は原則医療費（薬等は負担あり）が無料であり、更に日本の国民年金に相当する年金制度もある。このため、国民の平均寿命は男性 82 歳、女性 88 歳とともに高く世界一の日本と 1 歳しか変わらない。同国に 40 年以上在住する通訳によれば、スペイン人は食事が人生最大の楽しみで好きなものを死ぬまで食べて人生を謳歌したいと考えているそうであり、仮に病気になっても充実した医療制度と年金で生きていけると思っているとの事であった。

このような国民気質や社会背景などもあり、現地調査においても消費者の食に対する関心の高さがうかがえるとともに食品の購買意欲も高いと感じた。

このスペイン国民の旺盛な食生活を支える食肉加工品等の製造企業、小売り及び消費の実態、日本からスペインへの食肉加工品の輸出可能性について、それぞれ次のとおり整理できる。

食肉加工品等製造

スペインにおける食肉加工品製造は、生産からと畜・解体、製品の製造販売まで垂直統合（インテグレート）された企業グループが大きなシェアを持っており、訪問先の工場では機械化によるオートメーション化が進み作業員も少なく合理的な企業経営を進めている印象を受けた。加えて、国内の小売企業（百貨店、スーパー）の寡占化が進み、買い手有利となる中、更なる合理化と販路拡大に苦心しているとの事であった。

厳しい国内マーケット情勢において、これら企業グループは、アフリカ豚熱（ASF）感染国の拡大、更にはウクライナ情勢などによる世界の豚肉需給のひっ迫を受けて、国内だけでなく EU 域内を始めとした海外への豚肉等の輸出を伸ばしており、豚肉の自給率が 200%を超える中、今後も輸出機会の拡大に力をいれていくと考えているようである。

日本においてもスペインからの令和4年の豚肉輸入は前年比 154%と増加しているところであり、加えてイタリアでの ASF 発生による豚肉加工品の輸入禁止に伴い、令和4年のハム・ベーコン類の輸入数量（生ハムが主だと思われる）は前年比 244%に急増、スペインからの豚肉・食肉製品の輸入量が増加している。今後日本では外食需要やインバウンド需要が戻ってくると考えられる中、スペインからハモン・セラーノ、ハモン・イベリコ、チョリソーといった世界的にも有名で高いブランド力のあるスペイン製品の輸入が豚肉と合わせ更に増加すると思われる。

小売販売（百貨店・スーパーマーケット・市場など）

スペインの小売市場は、百貨店は国内1社、スーパーマーケットも最大手がシェア15%以上を占めるなど、食肉加工品製造企業よりも寡占化が進んでいるように思われた。このため、規模優位性を活かしたプライベートブランドの販売展開の拡大や、集客ターゲットに応じた販売展開（高級路線やディスカウント）をグループ企業内で行い、集客と収益性を確保していると思われる。

また、近年はインターネットを利用したネットショッピング、いわゆるEコマースでの販売に注力する小売企業が増加、販売額も急増している。特にスーパーマーケットを中心にEコマース分野の販売は拡大・増加するものと思われ、既にこれに呼応する流通体制の整備に対する投資（自社配送プラットフォーム）も行われている。小売市場の寡占化が進む中、特に食品ではプライベートブランドの販売も拡大しており、食品製造事業者はナショナルブランドの販売と価格交渉で厳しい対応が求められるのではないかと考えられた。

食肉加工品の消費実態

スペイン国民の食に対する欲求は高いものの食肉加工品の消費量は微減している。しかしながら日本に比べると消費量は多く、全ての世代で食肉加工品は食べられており、製品の種類も豊富である。

現地調査では、高級店からディスカウント店まで調査したが、豚肉加工品のうち、とりわけ生ハムの種類と販売量の多さが印象に残るとともに、大衆向けのスーパーマーケットなどにもハモン・イベリコなどの高価格帯の製品も一部陳列されていた。飲食店では、日本の居酒屋の「お通し」のごとく生ハムとオリーブがテーブルに並び、それらを食べワインを飲みながら前菜、メインを選びつつ時間をかけて食事を楽しんでいた。

冷蔵冷凍技術が未発達な時代から保存性を重視しつつ、豚の全ての部分を実に巧みに加工し、生ハムを始めとする多種多様な豚肉加工品を食べてきたスペイン人の歴史の奥深さを感じるとともに彼らの食への食欲を強く感じた。

スペインへの食肉加工品の輸出可能性

訪問先のスペイン人にハムソーなど日本産豚肉加工品の輸出可能性を聞くと、彼らからは、次の様な反応があった。

スペインの消費者は歴史的にも生ハムなど相当な種類の食肉加工品を食べており、製品の品質などにシビアである一方で、イタリアのパルマハムなどは値段が高くても購入している。スペインは、畜産物だけでなく、穀物、果物、野菜、油脂（オリーブ油）などあらゆる食材を国内で生産できる国であり、スペイン人は食べることが生きがいであり食欲である。

日本は和牛を始めとした日本産の農畜産物の輸出を積極的に行っており、和牛は美味しいと聞いている。日本からのハムソーなど食肉加工品は、イタリアのパルマハムのように品質の高さも必要であると思うが、スペイン人が慣れ親しんだ食肉加工品に対し品質面だけでは評価を得にくいと思われる。一方で、スペインの他の製品との違いを明確にし、特にどのようなシチュエーションでどんな食事に合うか（例えば和食や日本酒とのコラボ）などを含めたアプローチをすれば、スペインの消費者が受け入れるのではないかと考えた。

多種多様な豚肉加工品を知るスペイン人に対し、大衆向けの製品でアプローチすることは困難であるが、日本の食文化を背景にした豚肉加工品を売り込むことでスペイン人の食に対する旺盛な関心を刺激し、消費者が手に取る或いは飲食店メニューとして提供される可能はあるのではないかと考える。

(参考：本稿中の円換算レート（2022 年 11 月調査時点）)

通貨	円換算
1 ユーロ	145 円
1US ドル	140 円

2022年度国産食肉加工品国際競争力向上・製造基盤強化対策事業

海外食肉加工品製造・消費・販売・品質等実態調査報告書 (アメリカ編・スペイン編)

令和 5 年 3 月 31 日発行

発行・編集 日本ハム・ソーセージ工業協同組合
〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿1-5-6

制作・印刷 株式会社博秀工芸
