



日本中央競馬会
特別振興資金助成事業

2023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

イギリス・フランス編

令和6年3月

日本ハム・ソーセージ工業協同組合

目次

～イギリス・フランス編～

第1章 イギリス・フランスの概要

1. 一般的情報	1
(1) 地理的特徴	1
(2) 経済概況	2
(3) 農業生産と農林水産物貿易の概況	3
2. 畜産等の概況	6
イギリスの畜産概況	6
(1) 飼養及び生産の状況	6
(2) 食肉・食肉加工品の消費の動向	11
フランスの畜産概況	13
(1) 飼養及び生産の状況	13
(2) 食肉・食肉加工品の消費の動向	15
3. 小売業の概況	16

第2章 イギリス・フランス現地調査の概要

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) キャロフーズ社(Karro Foods)	19
(2) テスコ・エクストラ(TESCO Extra)	22
(3) ダイレクト・テーブル・フーズ社(Direct Table Foods)	23
(4) カズンズ・ファミリー・ブッチャーズ(Cousins Family Butchers)	26
(5) ハロッズ(Harrods)	26
(6) マークスアンドスパンサー(Marks & Spencer (M&S))	27
(7) セルフリッジス(Selfridges)	28
(8) ウェイトローズ(Waitrose)	29
(9) カルフル(Carrefour)	30
(10) ユーゴ デノワイエ(Hugo Desnoyer)	32
(11) ギャラリーラファイエット(Galleries Lafayette)	32
(12) ル・ボン・マルシェ(Le Bon Marche)	33
(13) モノプリ(Monoprix)	34
(14) ソコパ社(Socopa)	35

第3章 イギリスにおける食肉加工品の販売実態

1. はじめに	38
2. 小売店の販売実態から見たベーコンとソーセージ	43
3. 高級店における販売実態	48
4. スーパーマーケットにおける販売実態	52
5. 専門店	57
6. まとめ	58

第4章 フランスにおける食肉加工品の販売実態

1. はじめに	59
2. 小売店(肉屋)における販売実態	65
3. 百貨店・スーパーマーケットにおける販売実態	69
4. まとめ	80

第5章 まとめ

<まとめ>	82
-------	----

第1章 イギリス・フランスの概要

1. 一般的情報

(1) 地理的特徴

イギリス

イギリスは、ヨーロッパ大陸の北西海岸沖に位置し、総面積約248,532平方キロメートルであり、グレートブリテン島、アイルランドの北東6分の1、および周囲の多くの小さな島々を含むブリテン島の大部分で構成される。北大西洋と北海の間に位置し、フランスと英仏海峡によって隔てられ、英仏海峡トンネルがイギリスとフランスを結んでいる。気候は、年中偏西風が吹く典型的な西岸海洋性気候であり、国土全域がこの気候区に属する。偏西風の影響でほぼ一定の降水量が毎月続く。緯度が日本より高いため、夏は日本より涼しく、冬は南西からの偏西風が温暖な空気をもたらす日本より温暖であり気温の年較差も日本に比べ小さい。

国の南西部は平地が広がり穀倉地帯となっている。主な農産物は小麦、大麦、てん菜などであり、北西に向かい養豚・酪農から牛・羊の放牧地帯となる。なお、同国の蒸留酒輸出額は世界第一位である（2018年）。



フランス

フランスは、国土面積が63万2,834km²（本国は55万1,695km²）である。ヨーロッパの西端に位置し、北海、英仏海峡、大西洋、地中海に接し、複数の島も点在、このうち地中海のコルシカ島が最大である。山岳地帯が東部と南部にあり、また、セーヌ川をはじめとする4大河川が平野部を流れている。気候は海洋性、大陸性、山岳性、地中海性の4つに区分される。全体的に温暖である。北部と西部は涼しく湿潤で、地中海周辺は高温で乾燥している。平野部の雪は少ない。春は、南部のニースやカンヌで気温がすぐに20℃を超える。夏は暑く、マルセイユなどは30℃を超える日が多い。秋には雨天が多くなりクリスマスが近づくにつれ気温も下がる。



北部は農業地帯、パリ近郊や中央地域には小麦などの大規模な穀物地帯が広がる。また、南部の山岳地帯では肉牛の放牧など畜産業が盛んで、その大半は条件不利地域である。地中海沿岸やボルドーなど南西部、ロワール地方ではワインの生産が盛んである。

(2)経済概況

イギリス

イギリスは2020年12月31日でEUを離脱した。2020年の新型コロナウイルス感染症によるロックダウン等により、2020年通年の実質GDP成長率は△11%となり、欧州主要国で最大であった。その後はプラス成長を続けているものの、その成長速度は鈍化している。また、失業率は2019年までは堅調に推移してきたものの、2020年に入り他国同様に新型コロナウイルス感染症の影響を受け、悪化の兆しが見られている。(表1)

表1 イギリスの経済状況

(単位：%、100万ポンド)

項目	2020年	2021年	2022年
実質GDP成長率	△ 11.0	7.6	4.1
消費者物価上昇率	0.9	2.6	9.1
失業率	4.7	4.6	3.8
貿易収支	△ 133,530	△ 169,214	△ 230,543
経常収支	△ 67,510	△ 34,104	△ 93,885

出典：ジェトロ

(△はマイナス値)

フランス

フランスの経済は、2017年以降景気が拡大し、2018年+1.7%、2019年+1.3%となったものの、2020年は新型コロナの影響により△7.5%となった。2021年は持ち直し+6.4%であったが、2022年はエネルギー価格の高騰や家計消費の落ち込みに伴い+2.5%に留まった。(表2)

表2 フランスの経済状況

(単位：%、億ユーロ)

項目	2020年	2021年	2022年
実質GDP成長率	△ 7.5	6.4	2.5
消費者物価上昇率	0.5	1.6	5.2
失業率	8.1	7.4	7.1
貿易収支	△ 816	△ 1,143	△ 1,946
経常収支	△ 375	90	△ 539

出典：ジェトロ

(△はマイナス値)

(3) 農業生産と農林水産物貿易の概況

イギリス

イギリスの南西部は平地が多く穀倉地帯となっており、北西に行くにつれて酪農地帯、丘陵地では牛や羊の放牧地帯となる。主な農産物は、小麦、大麦、てん菜、生乳、鶏肉、豚肉等である。(表3)

表3 イギリスの主要農産物の生産状況 (単位：万トン)

	英国			日本
	2018	2019	2020	2020
小麦	1,356	1,623	966	95
大麦	651	805	812	22
てん菜	760	776	598	391
ばれいしょ	506	531	552	227
菜種	201	175	104	0
生乳(牛)	1,531	1,554	1,556	744
鶏肉	175	173	178	235
豚肉	93	96	98	131

出典：ジェトロ

農産物の主な輸出は蒸留酒や調整食料品となっており、蒸留酒の輸出額は世界第1位(2020年)である。一方、輸入はワイン、調整食料品、ペストリーなどとなっており、金額ベースでは輸入が輸出の2.3倍と輸入過多の状況である。(表4)

表4 イギリスの農産物輸出入上位5品目の状況(2020年)

輸出			輸入		
品目名	輸出額	シェア	品目名	輸入額	シェア
蒸留酒	6,255	23.5	ワイン	4,439	7.2
調製食料品	2,488	9.3	調製食料品	3,887	6.3
ペストリー	1,046	3.9	ペストリー	2,642	4.3
チョコレート製品	1,010	3.8	チョコレート製品	2,264	3.7
チーズ(牛)	779	2.9	粗製生産品	2,164	3.5
総額	26,660		合計	61,777	

(単位：百万USドル、%)

出典：ジェトロ

日本とイギリスの貿易は、全ての品目で見ると、日本からイギリスには自動車やその関連部品等が輸出され、逆にイギリスからの輸入は自動車と銀・白金族等となっている。

農林水産物の貿易状況を見ると、日本からイギリス双方ともアルコール飲料が最大となっており、特にイギリスから輸入するアルコール飲料はイギリスの農産物輸出額全体の約6割となっ

ている。その他、日本からはソース混合調味料、醤油、牛肉等がイギリスに輸出され、イギリスからは麦芽、ペットフード、生きている馬等が輸入されている。なお、日本からの輸出額66百万ドル（99億円：1ドル=150円で計算。以下同じ）に対しイギリスからの輸出額は5億55百万ドル（825億円）と約8倍もの輸入過多となっている。（表5）

表5 日本とイギリスの農産物輸出入上位5品目の状況（2021年）

輸出（日本⇒イギリス）

輸入（イギリス⇒日本）

品目名	輸出額	シェア	品目名	輸入額	シェア
アルコール飲料	10	15.7	アルコール飲料	321	58.4
ソース混合調味料	10	15.0	麦芽	42	7.7
醤油	6	8.4	ペットフード	18	3.2
牛肉	5	8.2	生きている馬	17	3.0
観賞用魚	4	6.2	コーヒー（炒）	14	2.5
総額	66		合計	550	

（単位：百万USドル、%）

出典：ジェトロ

フランス

フランスは、EUの主要農業大国で農用地面積はEU全体の17%（2020年）、農業生産額はEU全体の20%（2020年）を占めEU最大である。北部は農業地帯、パリ近郊や中央地域には小麦などの大規模な穀物地帯が広がる。また、南部の山岳地帯では、肉牛の放牧など畜産業が盛んで、その大半が条件不利地域である。地中海沿岸やボルドーなど南西部、ロワール地方ではワインの生産が盛んである。主要農産物は小麦、てん菜、とうもろこし、大麦等の穀物、ぶどう、生乳、肉類等となっている。（表6）

表6 フランスの主要農産物の生産状況

（単位：万トン）

	フランス			日本
	2018	2019	2020	2020
小麦	3,580	4,060	3,014	95
てん菜	3,958	3,802	2,620	391
とうもろこし	1,267	1,285	1,342	0.02
大麦	1,119	1,357	1,027	22
ぶどう	627	549	588	16
生乳（牛）	2,554	2,493	2,515	744
豚肉	217	220	220	131
牛肉	144	143	143	48

出典：ジェトロ

フランスの農産物の輸出入で見ると、輸出は世界的に有名なワインを筆頭に、小麦、蒸留酒、チーズ等となっている。輸入は調製食料品、コーヒー、チョコレート製品等であり、全体の金額では輸出が658億83百万ドル（9,882億45百万円）、輸入が617億77百万ドル（9,265億55百万円）となっており、農業分野は同国の主要な産業といえる。（表7）

表7 フランスの農産物輸出入上位5品目の状況（2020年）

輸出			輸入		
品目名	輸出額	シェア	品目名	輸入額	シェア
ワイン	9,935	15.1	調製食料品	4,439	7.2
小麦	4,529	6.9	コーヒー（煎）	3,887	6.3
蒸留酒	4,525	6.9	チョコレート製品	2,642	4.3
チーズ（牛）	3,150	4.8	粗製生産品	2,264	3.7
調製食料品	2,386	3.6	ペストリー	2,164	3.5
総額	65,883		合計	61,777	

（単位：百万USドル、%）

出典：ジェトロ

日本とフランスの貿易は、全ての品目で見ると、日本からフランスへの輸出は自動車、原動機、二輪自動車等の工業製品が中心となっており、フランスからの輸入は、航空機類やアルコール飲料、原動機等となっている。

農林水産物の貿易状況を見ると、日本からフランス双方ともアルコール飲料が最大となっており、特にフランスから輸入するアルコール飲料は農産物輸入額全体の約5割となる10億68百万ドル（1,602億円）となっており、逆に日本からフランスへの輸出額も約4割（78億円）がアルコール飲料となっているものの、その額はフランスの取扱額の20分の1に過ぎない。その他、日本からはメントール、醤油、たばこ等がフランスに輸出され、フランスからはペットフード、豚肉、鉱水・炭酸水等が輸入されている。なお、日本からの輸出額115百万ドル（172.5億円）に対しフランスからの輸出額は20億35百万ドル（3,025.5億円）と約18倍もの輸入過多となっている。（表8）

表8 日本とフランスの農産物輸出入上位5品目の状況（2021年）

輸出（日本⇒フランス）			輸入（フランス⇒日本）		
品目名	輸出額	シェア	品目名	輸入額	シェア
アルコール飲料	52	45.3	アルコール飲料	1,068	52.5
メントール	6	5.4	ペットフード	95	4.7
醤油	5	4.4	豚肉	71	3.5
たばこ	4	3.8	鉱水、炭酸水	54	2.7
ソース混合調味料	4	3.3	ナチュラルチーズ	47	2.3
総額	115		合計	2,035	

（単位：百万USドル、%）

出典：ジェトロ

2. 畜産等の概況

イギリスの畜産概況

(1) 飼養及び生産の状況

イギリスの環境・食料・農村地域省（Department for Environment, Food and Rural Affairs；DEFRA）が公表した「Agriculture in the United Kingdom 2022」によれば、牛飼養頭数は前年とほぼ同じ963万2千頭となり、このうち肉用牛が前年比1.5%減の184万2千頭、乳用牛が0.4%減の146万3千頭となった。豚飼養頭数は前年比2.5%減の519万2千頭となり繁殖用雌豚が14%減の34万3千頭となった。鶏肉は1%減の1億8,818万7千羽となった。（図1～3）

図1

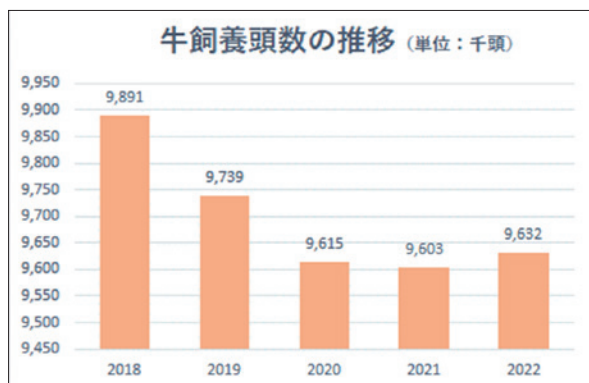


図2



図3



出典：イギリス環境・食料・農村地域省

食肉全体の生産量は418万トンとほぼ前年同となったが、10年前と比較すると18%の増加となっている。牛肉（92万8千トン）及び豚肉（100万2千トン）は増加したものの鶏肉（195万千トン）は減少した。生産額は、全体で前年比9%増加の1兆8,981億円（102.6億ポンド、185円/£で計算。以下同じ）となり、牛肉が12%増加の6,952億3千万円（37億6千万ポンド）、豚肉が18%増の3,195億円（17億3千万ポンド）、鶏肉も生産量は減少したものの生産額は3.9%増の5,825億7千万円（31億5千万ポンド）となった。（図4～9）

図4

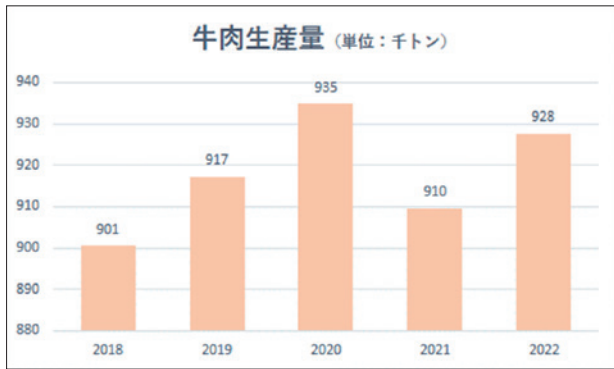


図5

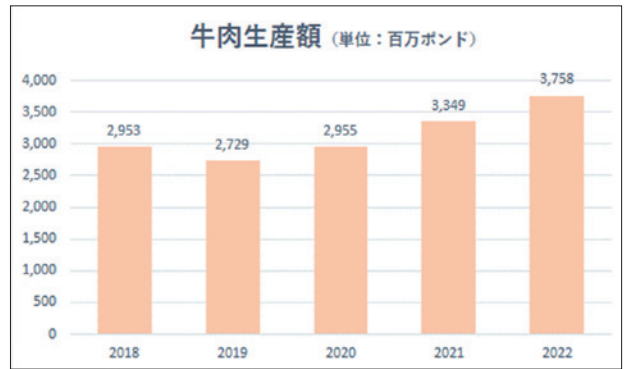


図6

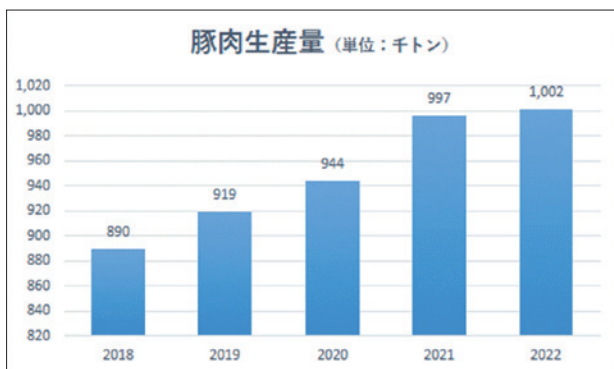


図7

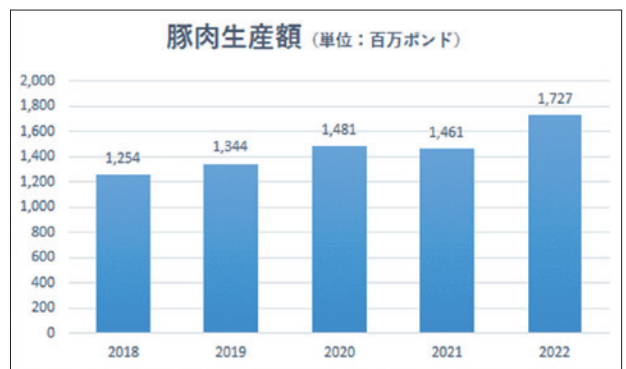


図8

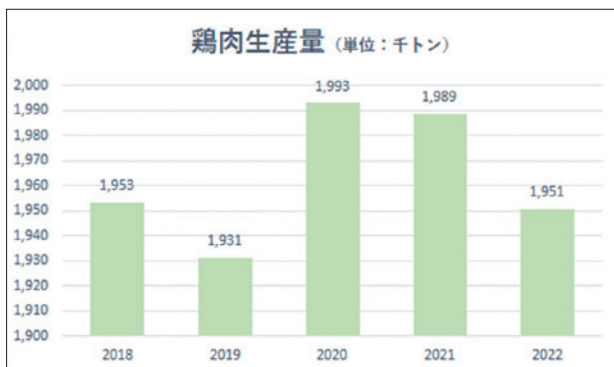
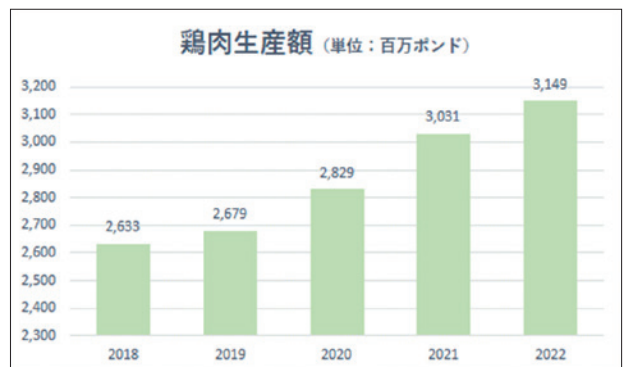


図9

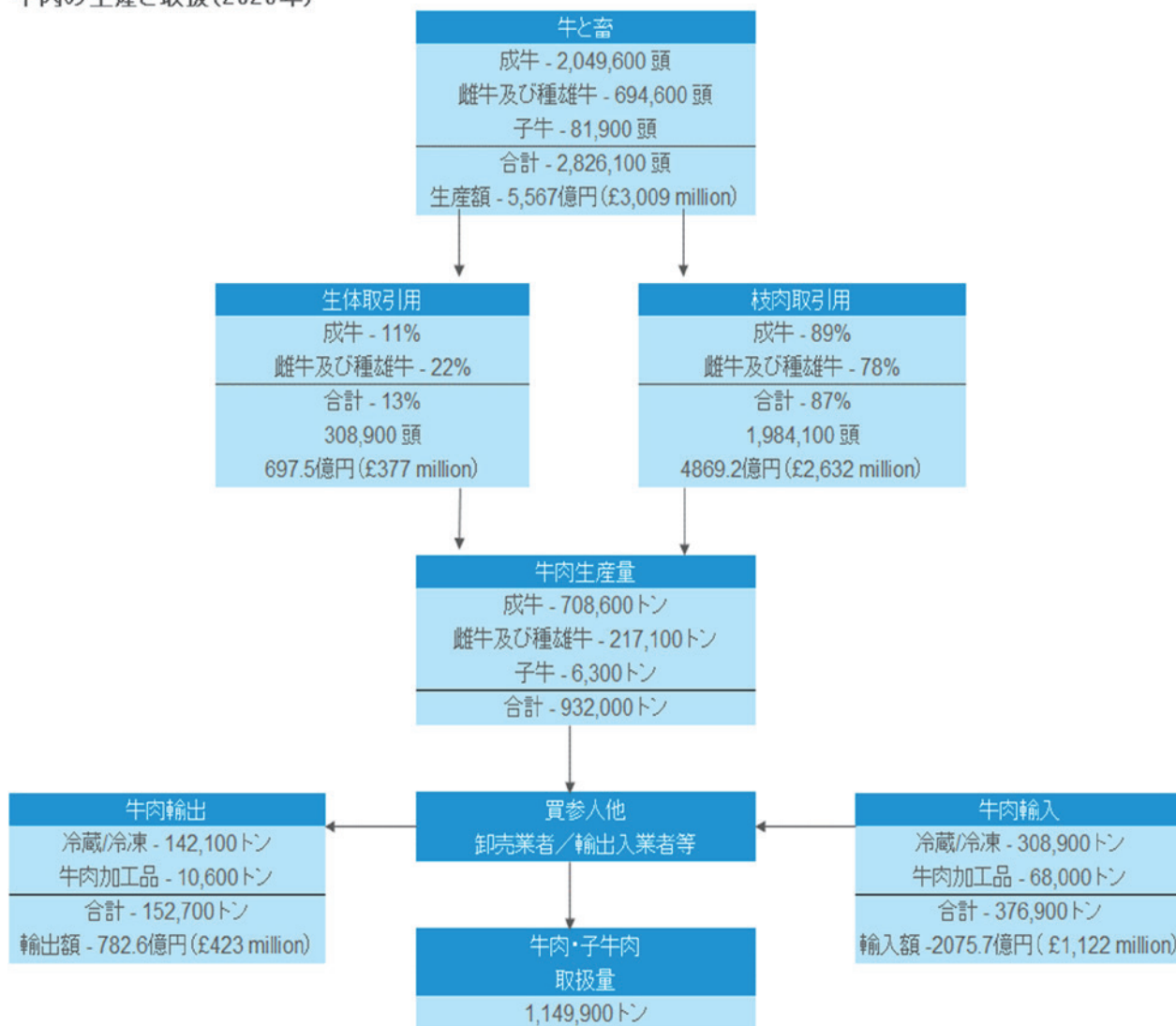


出典：イギリス環境・食料・農村地域省

イギリスの2020年における牛肉の生産と取扱を整理したものが、図10である。イギリスへの輸出入には牛肉加工品も含むため単純な比較はできないが、国内の牛肉取扱量（1,149,900トン）の12%を輸出（142,100トン）し、同様に27%を輸入しており、牛肉の生産ベースでの国内自給率は約80%となっている。

図10

牛肉の生産と取扱(2020年)

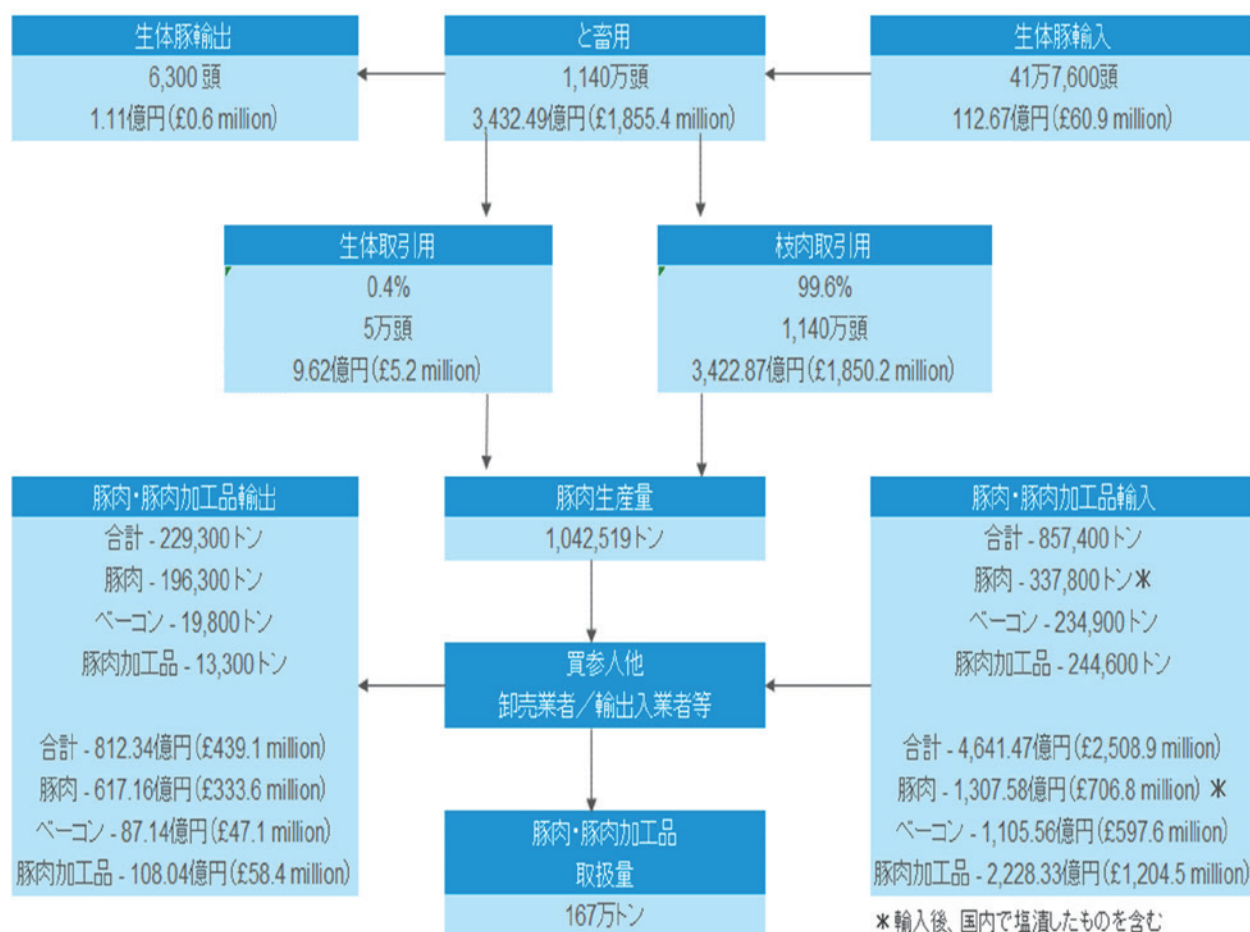


出典: AHDB, LAA, IAAS, Defra, IHS Maritime & Trade – Global Trade Atlas®/HMRC

同様に豚肉の生産と取扱について整理したのが、図11である。2022年のデータに基づくものであるが、牛肉と違い生体豚の輸入が41万7千頭（全体の3.7%）となっている。年間と畜頭数は1,140万頭で日本の豚と畜頭数1,658万頭（2022年）より少ない。国内の豚肉生産量は約1,042千トンであるが、豚肉・豚肉加工品の輸入が、豚肉337,800トン、ベーコンが234,900トン、豚肉加工品が244,600トン、合計で857,400トンと豚肉・豚肉加工品取扱量（167万トン）の51%が輸入となっている。一方、豚肉・豚肉加工品の輸出は、豚肉196,300トン、ベーコン19,800トン、豚肉加工品13,300トンの合計229,300トンとなっており、特に豚肉は豚肉生産量の約22%が輸出されている事になる。

イギリスはEUから2021年に完全離脱したものの、移行期間中に締結されたイギリスとEUの通商・協力協定（TCA）が2021年1月1日より暫定適用されており、原産地規制等の条件を満たし関税等手続きを行えば関税を回避できることもあり、従前からの商流で豚肉や豚肉加工品を消費者ニーズと企業戦略に合わせ、国内物と輸入物を組合せ提供しているように思われる。

図11
豚肉の生産と取扱(2022年)



出典: AHDB, Defra, UK HMRC compiled by Trade Data Monitor LLC, LAA, IAAS.

イギリスの牛のと畜場数は減少してきているが、年間のと畜処理数で見ると、年間5万頭以上処理する13施設で全体の約6割を処理している。今後も小規模の施設を中心に施設の再編等は進むものと思われる。（表9、10）

豚のと畜場数も年々減少傾向にあり、一施設当たりのと畜頭数が増えていることや年間50万頭以上処理する8施設で全体の84%を処理していることから、牛同様、今後も施設の再編等が進むものと思われる。（表11、12）

表9

牛 と畜場数の推移

	2020	2021	2022
牛	131	124	124

出典：AHDB

表10

牛 規模別と畜場数 2022年

規模 (頭)	と畜場数	合計処理頭数 (頭)	割合 (%)
1-1,000	54	16,783	1.0%
1,001-5,000	28	73,584	4.4%
5,001-10,000	10	65,922	4.0%
10,001-20,000	5	72,618	4.4%
20,001-30,000	7	168,838	10.2%
30,001-50,000	7	281,961	17.0%
>50,000	13	981,655	59.1%
合計	124	1,661,361	100.0%

出典：AHDB

表11

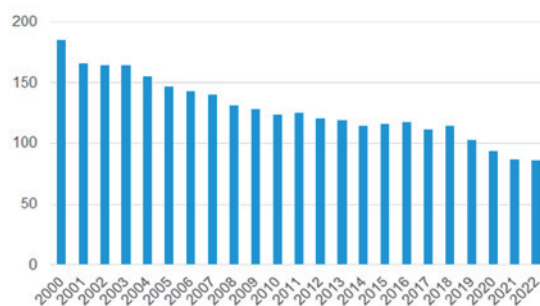
豚 と畜場等の推移

	2018	2019	2020	2021	2022
と畜場数	115	103	94	87	86
と畜頭数 (千頭)	9,020	8,920	9,009	9,291	9,221
施設当たり (千頭)	78.4	86.6	95.8	106.8	107.2
豚と畜が95%以上を占める施設	14	14	12	11	10

出典：AHDB

(表11 参考)

と畜場数の推移(豚)



出典：AHDB : calendar year.

表12

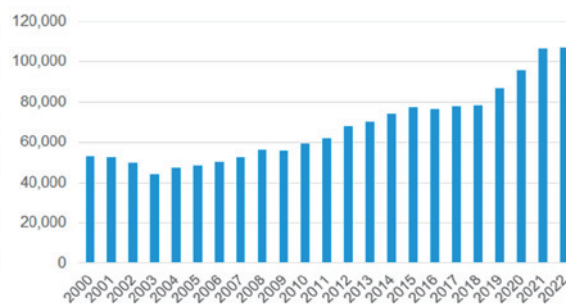
豚 規模別と畜場数

規模 (頭)	と畜場数	と畜頭数合計 (頭)	平均と畜頭数 (頭)	割合 (%)
1-10,000	58	199,943	3,447	2
10,001-30,000	10	178,727	18,177	2
30,001-100,000	6	252,797	48,333	3
100,001-500,000	4	826,123	271,910	9
> 500,001	8	7,763,457	963,595	84
合計	86	9,221,047	107,221	100

出典：AHDB 2023年4月時点

(表12 参考)

豚年間処理頭数の推移



出典：AHDB : calendar year.

(2) 食肉・食肉加工品の消費の動向

Statista Market Insightsによればイギリスの家計向けの食肉消費量の約半分は鶏肉が占め一人当たり27.05kgとなっており、次が豚肉の16.63kg、牛肉が11.71kgと3畜種合計で55.39kgなっている。同年の日本の家計消費量（総務省調査：一世帯当たりの数量を世帯人数で除して算出。）をみると、鶏肉が6.23kg、豚肉が7.66kg、牛肉が2.14kgと合計16.03kgであり、イギリスでは日本の約3.5倍もの食肉を家計向けで消費していることになる。（図12、13）

図12

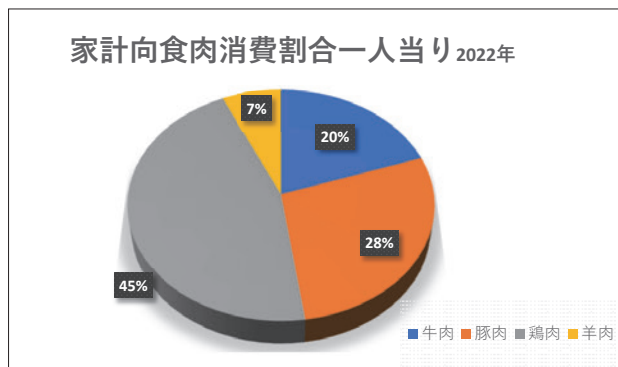
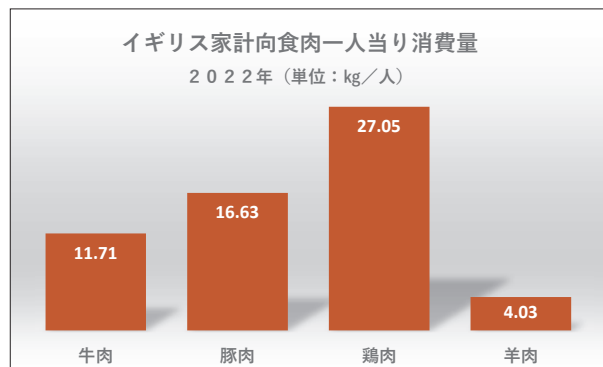


図13



同様にStatista Market Insightsから食肉加工品の消費動向をイギリス全体で見る。（家計用の消費動向であり外食等での食肉加工品の消費量等は含まれていない。）2022年は加熱等食肉加工品（コールド&ローストミート製品）の売上額が1兆1,415億円、消費量は63万トン、ハム・ベーコンの売上額は2,865億円、消費量は15万トン、ソーセージの売上額は2,220億円、消費量は19万トンとなっており、過去5か年では消費量は減少傾向にある。一方売上額は2021年以降増加しているが、原材料価格の高騰等による商品の値上げが相次いでいる事も一つの要因であると思われる。（図14~19）

図14

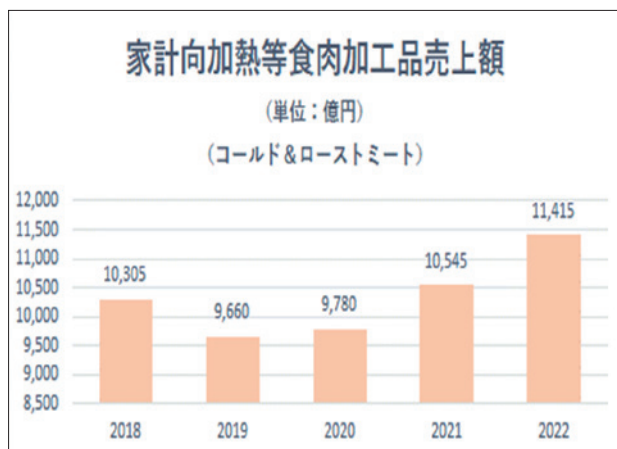


図15



図16

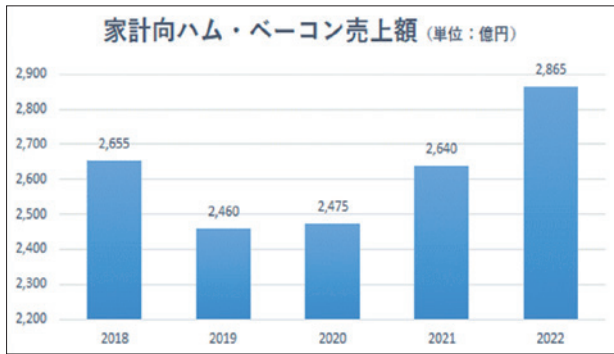


図17

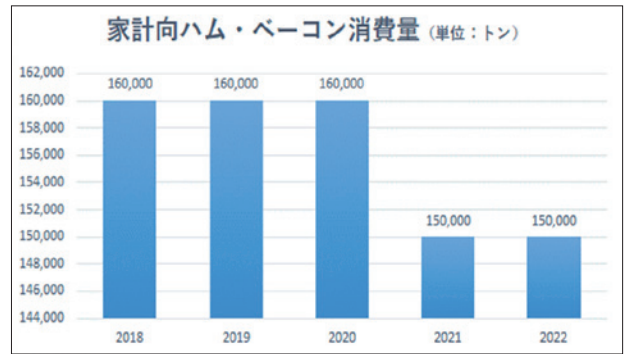


図18

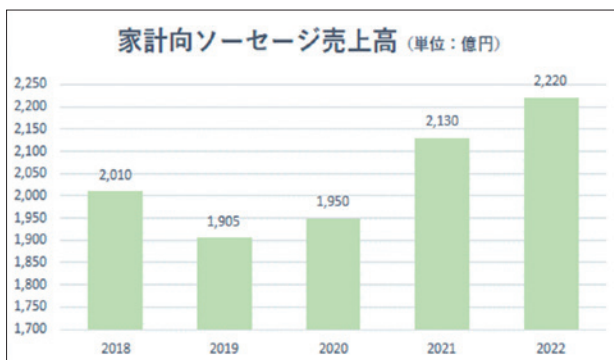
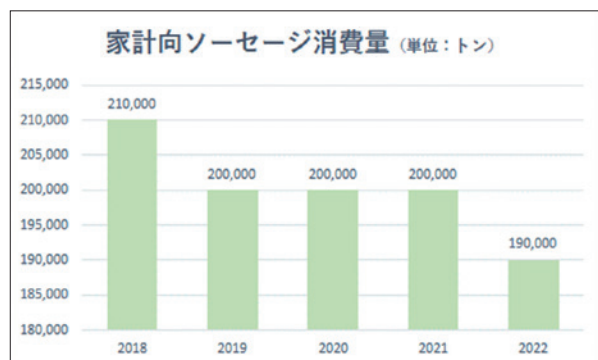


図19



家計向け食肉加工品消費量（2022年）を構成割合で見ると、加熱等食肉加工品（コールド&ローストミート製品）が64%、ハム・ベーコンが16%、ソーセージが20%となっており、これを一人当たりの消費量で見るとコールド&ローストミート製品が8.89kg/人、ハム・ベーコンが2.22kg/人、ソーセージが2.81kg/人となっている。（図20、21）

図20

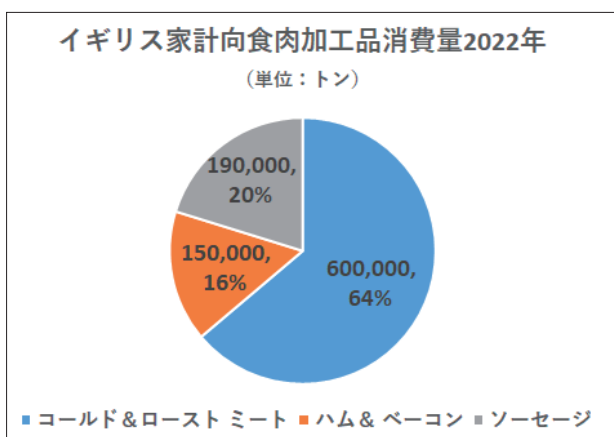
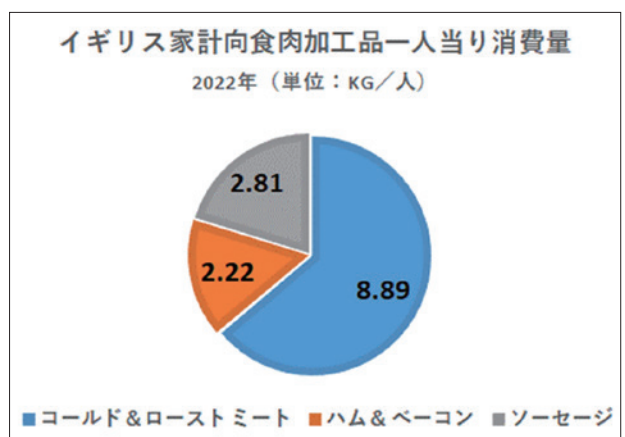


図21



フランスの畜産概況

(1) 飼養及び生産の状況

フランス農業・食品省(Ministry of Agriculture and Food; MAF)が公表した「STATISTICAL BOOK 2022」によれば、2021年の牛飼養頭数が1,730万頭、豚飼養頭数が1,290万頭、羊飼養頭数が700万頭となっている。

フランスにおける地方毎の豚・牛の飼養頭数(2019年)を見ると、豚が13,510千頭、牛が18,151千頭となっている。豚の飼養頭数が最も多かったのは西部のブルターニュ地方で7,932千頭、牛の飼養頭数が最も多かったのは南東部のオーヴェル＝ロヌ＝アルプ地方で2,502千頭であった。

牛は、国内に広く分散されて飼養されているが、豚はその多くがブルターニュ地方で飼養されている。

表13 牛・豚飼養頭数(2019年)(単位:千頭)

地方	豚	牛
フランス	13,510	18,151
ブルターニュ	7,932	1,957
ペイ・ド・ラ・ロワール	1,491	2,348
ヌーヴェル＝アキテーヌ	835	2,343
ノルマンディー	691	2,115
オー＝ド＝フランス	604	1,168
グラン・テスト	403	1,607
オーヴェル＝ニュ＝ロヌ＝アルプ	450	2,502
オクシタニー	393	1,366
サントル＝ヴァル＝ド＝ロワール	351	576
ブルゴーニュ＝フランシュ＝コンテ	212	1,881
プロヴァンス＝アルプ＝コート＝ダジュール	23	69
コルス	21	55
イル＝ド＝フランス	8	25
海外領土	99	138

出典: EUROSTAT

(表13) (図21、22)

図21

豚飼養頭数
(千頭)

2021

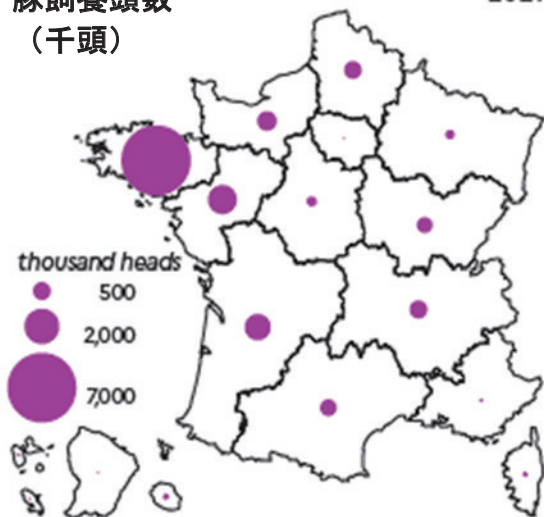
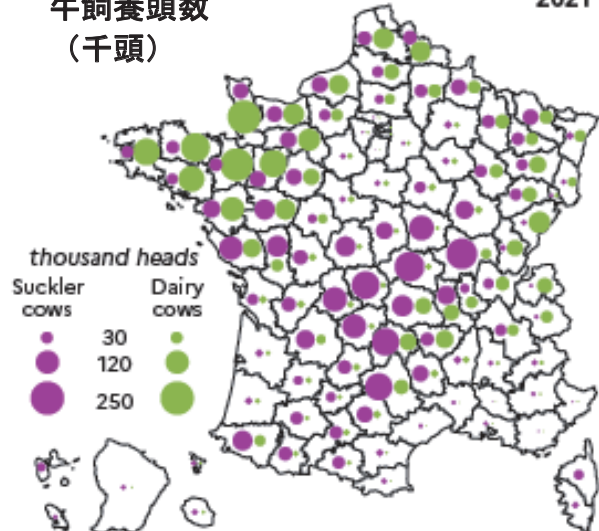


図22

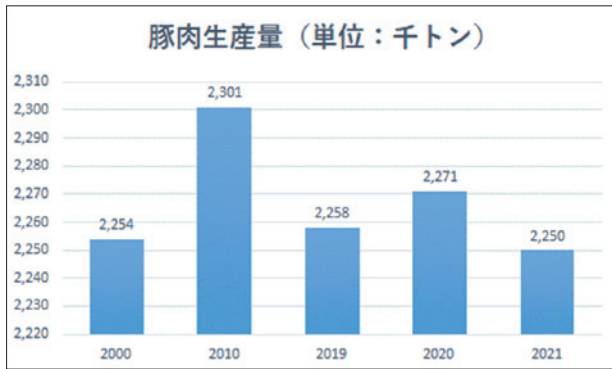
牛飼養頭数
(千頭)

2021



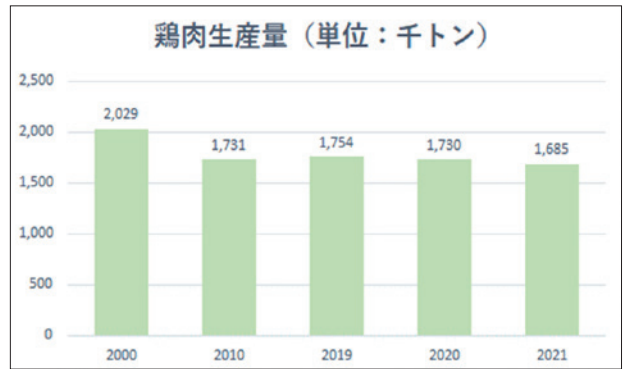
出典: フランス農業・食品省: STATISTICAL BOOK 2022

図27



出典：フランス農業・食品省：STATISTICAL BOOK 2022

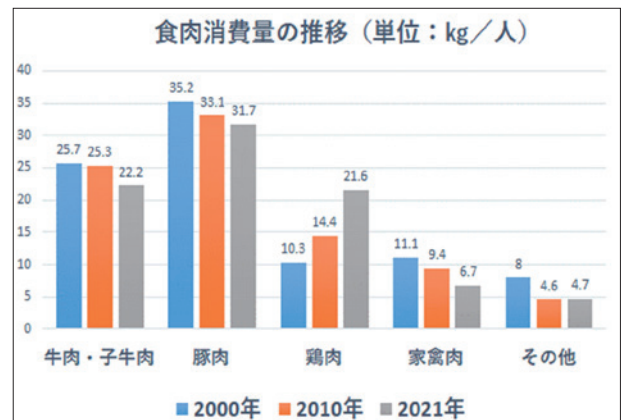
図28



(2) 消費の状況

2021年の食肉及び食肉加工品の一人当たりの消費量を見ると、牛肉・子牛肉が22.2kg/人、豚肉が31.7kg/人、鶏肉が21.6kg/人、家禽肉（ターキー・鴨）6.7kg/人となっており、牛肉・子牛肉、豚肉及び家禽肉は減少傾向、鶏肉だけ増加傾向にある。日本同様に健康志向などから鶏肉消費量が伸びているのではないかと考えられる。（図29）

図29



これを食肉加工品を含む家計消費構成の状況で1960年と2020年を比較すると、1960年には牛肉・豚肉が62%と過半であったものが32%と半減している一方、食肉加工品は24%から45%と倍増している。一方で鶏肉の割合は殆ど変わっていない。

この60年で食の多様化や家族構成の変化、技術の進歩などにより、精肉を買ってきて調理するという形態から既に製品化された或いは簡単に調理できるもの（半調理品）が食卓に並ぶという消費スタイルになってきたと考えられる。（図30、31）

図30

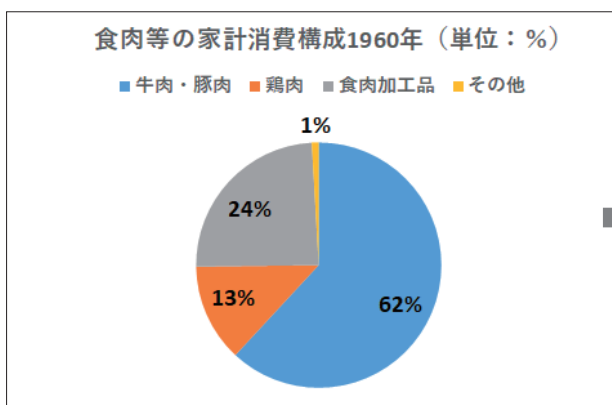
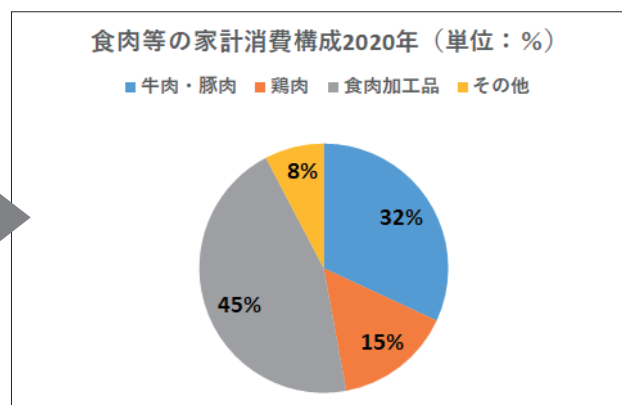


図31



出典：フランス農業・食品省：STATISTICAL BOOK 2022

2019年のフランスにおける食肉加工品の消費量は約1,400千トンであり、内訳はハム・ベーコン約239千トン、ソーセージ約487千トン、コールドミート・ローストミート（ハム・ベーコン、ソーセージ、生肉・調理済み肉を除く加工肉）約667千トンであった。また、1人当たり消費量は約21kgであり、内訳はハム・ベーコン10.25kg/人、ソーセージ7.47kg/人、コールド&ローストミート10.25kg/人となっている。（図32、33）

図32

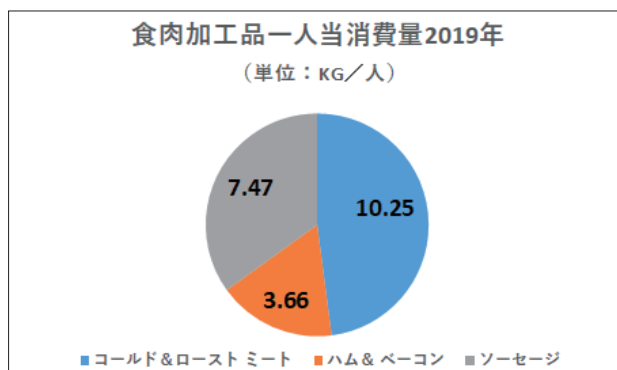
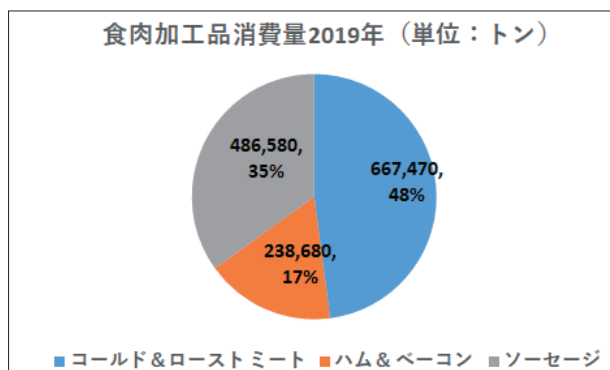


図33



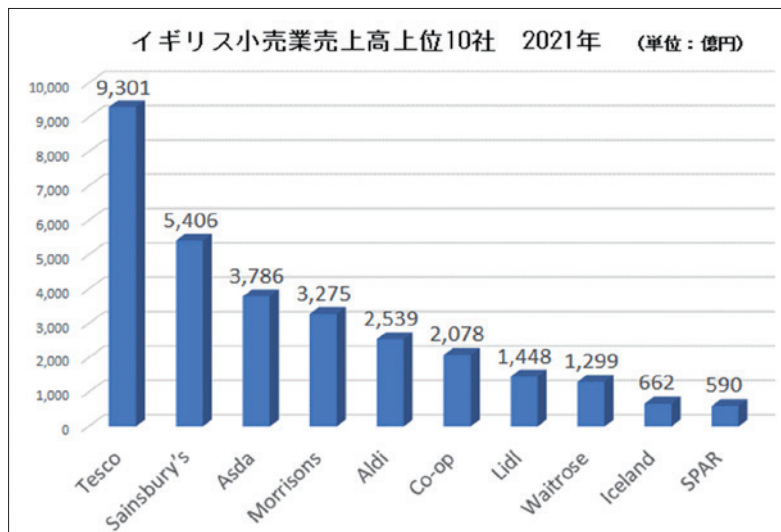
出典：Statista Consumer Market Outlook

3 小売業の概況

European Supermarket Magazineによれば、イギリス、フランスの小売業は、両国ともに寡占化が進むとともにドイツ企業の進出などワールドワイドに展開する小売業が進出してきている。日本と比べ特に異なる点は、販売される食肉加工品の多くがプライベート・ブランド（PB）商品であり、イギリスのマークスアンドスペンサー（Marks & Spencer (M&S)）などはPBブランドで消費者の信頼を得ている企業となっている。フランスでも同国最大の食肉加工メーカーであるソコパ社の担当者が、販売先の95%はスーパー等向けであるが、同社ブランドは15%程度であり、残りの85%は各スーパーのPB向け製品であるとコメントしている。また、近年は、大手小売企業を中心にEコマースを利用した販売に力を入れており、取扱額の増加が著しいとの事である。

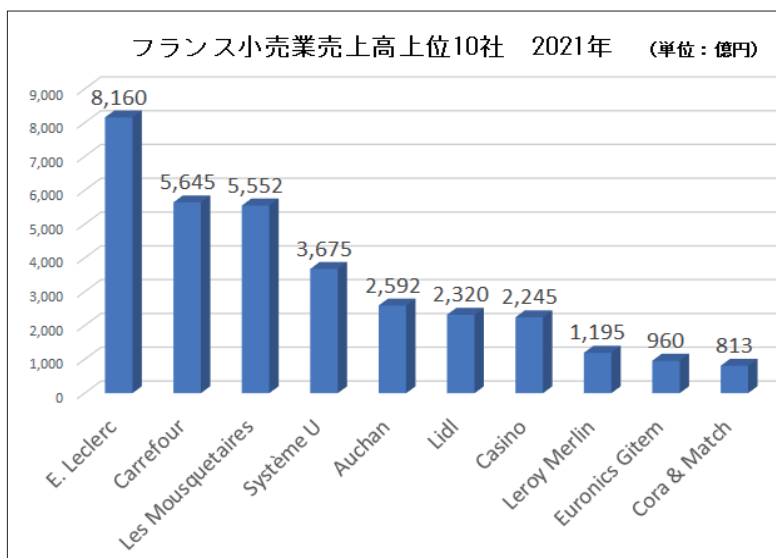
イギリスの小売業の売上高をみると、1919年に創業したTesco（テスコ）が2位以下を大きく離している。国内を始めEU諸国にも進出しており小売りの業態も郊外型大型店舗からコンビニまで幅広い店舗展開を行っている。2位Sainsbury's（セインズベリ）、3位Asda（アスタ）と続いており、何れもディスカウント型スーパーを有している。国内売上の半分が上位3社で占められているようである。（図34）

図34



フランスの小売業では、世界全体では2位のCarrefour（カルフル）が国内では2位となり、E. Leclerc（E・ルクレール）が首位となっている。同社は1948年創業の小売チェーンであり、上位2社で国内販売額の約4割を占めている。（図35）

図35



両国とも業界寡占化が進む中、その多くがPB商品を主力にしており、製造メーカーにとっては、ナショナルブランドで売れる機会が制限され、小売業界に有利なマーケット状況となっている。

(出典:European Supermarket Magazine記載データから作成)

第2章 イギリス・フランス現地調査の概要

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た。

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5年度はイギリス・フランス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5年11月5日（日）～11日（土）

月日	曜日	現地時間	行程
11/5	日	8:15 9:55 15:40	羽田空港 羽田空港発 (NH211) ロンドン ヒースロー (LHR) 空港到着 【リーズ泊】
11/6	月	11:00 午後	Karro Foods社（食肉加工メーカー） Tesco Extra（スーパーマーケット） 【ケンブリッジ泊】
11/7	火	10:00 午後	Direct Table Foods社（食肉加工メーカー） Cousins Family Butchers（食肉等専門店） Harrods London（高級百貨店） 【ロンドン泊】
11/8	水	9:00 午後	Marks & Spencer (M&S)（大規模小売店） Selfridges（老舗百貨店） Waitrose（高級スーパーマーケット） フランスへ移動 【パリ泊】
11/9	木	9:00	Carrefour Auteuil店（ハイパーマーケット） Hugo Desnoyer（食肉等専門店） Galeries Lafayette（高級百貨店） Le Bon Marche（老舗百貨店） Monoprix（スーパーマーケット） 【パリ泊】
11/10	金	10:00 15:30 18:30	Socopa社（食肉加工メーカー） シャルルドゴール (CDG) 空港 シャルルドゴール空港発 (NH216)
11/11	土	16:10	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	牛肉輸出協議会 副会長
北見 真介	日本ハム株式会社 商品統括事業部 生産政策室長
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) キャロフーズ社 (Karro Foods)：食肉加工品メーカー **KARRO**

キャロフーズ社

(Karro Foods) は、2012年に創業した食肉加工品メーカーであるが、英国内の食肉加工会社等との統廃合を経て、現在はSOFINAグループの傘下にある。



親会社である

SOFINAグループは、系列自社ブランドを多数持ち（図1）、牛豚の畜肉から鶏肉、水産物及びこれらの加工品まで幅広く取扱っており、コンシューマー向けに60～80%、業務用に20～40%供給している。川上から川下まで網羅する垂直統合型の企業グループであり、イギリス及びアイルランドに14の食肉処理等施設を保有している。（図2）同グループ全体の従業員は1万3千人、全体の売上7,400億円（40億ポンド）となっている。

KARRO FOODS社は、ベーコン、ガモンハム（もも）、生ソーセージ、冷凍ソーセージ、豚肉（部分肉）を自社工場で製造、イギリス全土のフードサービス業態に提供しており、ベーコンはイギリス国内のマクドナルドやバーガーキングにも提供している。KARROFOODS単体での売り上げは1,245億円（673百万ポンド）となっている。

ハム・ソーセージなどの豚肉加工品の原料の40%はグループ農場から調達し、残りはイギリス国内の契約農家から調達している。

訪問した本社兼工場は、本社機能に併せ、生体～枝肉～部分肉までのカット工場であり、週に3,500頭を解体・カットしている。

図1



図2



SOFINA社グループの食肉処理等施設一覧と施設概要（図2）

- A：Brydock工場：自社保有農場としてアニマルウェルフェアを取り入れた養豚を実施。
- B：Cookstown工場：北アイルランドでは最大規模の豚肉処理加工施設。週当たり最大23千頭を処理。
- C：Malton工場：KARROFOODS本社に併設する工場。と畜解体から加工までを実施。週当たり最大30千頭を処理。
- D：Scunthorpe工場：ベーコン製造工場。週当たり1,000トン以上出荷能力あり。
- E：Hull工場：ソーセージやハンバーグパティを冷凍処理する工場。

F：Haverhill工場：塩せきや無塩せき製品など様々な規格の加工品を製造する食肉調理品製造工場。

G：Stoke工場：ハラル向けミートボールやバーガーなどの製造工場。

H：McGees工場：食肉小売店向け食肉カット工場。

I：TS Bloor&Sons：伝統的なハム製造工場（2018年買収）

J：FJG Logistics：冷蔵倉庫併設配送センター

K：Stirchley Bacon：フードサービス業態向けベーコン等製造工場

L：Callan Bacon：小売り、フードサービス及び業務向けのベーコン、豚肉製造工場。

M：Ribworld：小売り、フードサービス、業務向け真空低温調理の食肉加工品工場。

N：Carroll Cuisine：アイルランド国内の食肉加工製品製造工場。

今回は、搬入された生体豚が放血後に懸垂フックに掛けられた所からの食肉処理工程を見ることができた。工場では、豚のと畜解体は湯剥ぎ方式で行っており、懸垂後のと畜は、スチーム、脱毛、ビーター、毛焼きと続き、洗浄後に内臓出し、背割り等を行い枝肉庫に保管されていた。と場内は機械化が進んでいる。枝肉から部分肉へのカット工場も見ることができたが、と畜解体と違い、こちらは多くのワーカー（ポーランド人など旧東欧諸国の人多数。イギリス人は管理者。）がバラ、肩など部位毎に流れ作業で行っていた。カット工場内の室温は6度ほどであった。同社で製造された製品の50%がイギリス国内向け、需要によりバラツキはあるが、米国向けが25%、中国を始めとするアジア向けが25%となっているとの事である。一部日本向けもあり、日本の商社を通じ月に2コンテナほど（バラと肩ロース）出荷しているとの事である。





(2) テスコ・エクストラ (TESCO Extra) : スーパーマーケットチェーン

TESCO (テスコ) は、英国を代表するスーパーマーケットチェーンである。

1919年にJack Cohen氏がロンドン東部で食料品店を開業したことに始まる。



1929年に初めてTESCO名でロンドン北西部にスーパーマーケットを開店した。同社HPによればTESCOとは共同経営者のTestockwell氏とCohen氏の名前を合わせたものの事である。その後同社は、1948年には米国のスーパーでは導入されていたセルフサービス（消費者自らが商品を選びレジで会計する現在の仕組み）による販売をいち早くイギリスで導入するなど、イギリスの小売業に近代的な仕組みを積極的に導入していった。現在では、大規模なディスカウントタイプからコンビニタイプまで立地条件に合わせた店舗展開を行っている。現在、イギリスに3,712店舗、アイルランドに166店舗を展開するとともにチェコ、ハンガリー、スロバキアに541店舗を展開し、約36万7千人の従業員を擁している。また、同社は小売業の他にも飲食料品卸売業 (BOOKER)、銀行 (TESCO Bank)、携帯会社 (TESCO Mobile) をグループ企業に持っている。2023年の同社年次報告書によれば、グループ会社を含む全体での売り上げは10兆6,745億円 (577億ポンド) で前年比5.3%増、営業利益が4,865億5千万円 (2,630百万ポンド) と前年比6.9%増となっており、イギリスの小売業全体の27.3%のシェアを持っているとしている。

今回訪問したテスコ・エクストラは、郊外型大規模ディスカウントスーパーである。広大な

敷地に駐車場と店舗を有し、食肉加工品は大容量のパック売り（深絞りタイプ中心、一部真空パック）が中心であり、週末には1週間分の食



料品等を購入する客で混雑するとの事であった。



(3) ダイレクト・テーブル・フーズ社 (Direct Table Foods) : 食肉加工品メーカー

同社は、生ベーコンやガモン（ハム類）の生産で英国最大規模を誇る。ファミリービジネス企業であるトニエス（Tönnies）社の傘下にある。業務用や小売りチェーンのプライベートブランド（PB）向けの製品を強みとしている。訪問した食肉加工施設に併設する食肉カット工場では、豚を週に7,000頭カットしている。また、生ソーセージは週に300トン、生ベーコンは週に50トン製造している。

同社は、1950年にロンドン中心部にあるスミスフィールドマーケット（1868年開設の食肉市場。既に18世紀後半から生体取引場として機能。）で食肉専門小売店として開業し、1972年にはパッキング工場を稼働させている。その後、2005年にはデンマークに本社を置くTican グループの傘下に入り、2016年からはドイツに本社を置く同族経営のトニエスグループ傘下にあったCPC FOODS社の食肉加工品部門となっている。CPC FOODS社は、イギリス国内を中心にハムソーや惣菜の製造、英国におけるグループ売上は約925億円（5億ポンド）となっており、このうち同社の売上は約70億円との事である。

訪問した工場は、生ソーセージ、生ベーコン及びガモンを製造しており、週当たり1,000トンの生ベーコン及び70トンのガモンを製造している。また、7,200万個のベーコン巻きソーセージ（Pigs-in-Blankets「毛布にくるまれた



豚」の愛称でクリスマスシーズンになると多く食べられるイギリスでは定番のソーセージ。)を製造している。原料肉は、Tönniesグループ傘下企業であるデンマークのTicanやCPC Foodsグループ会社からベーコンやガモン用として調達しているとの事である。

主力ブランドは3つあり、

①Directブランド：ベーコンをメインにEU域内から調達した豚肉を原料として標準価格帯の製品としてスーパー等に販売、②Danish Sizzlingブランド：デンマーク産豚肉（Ticanから調達）のみを使用したベーコンやガモンを販売、③Suffolk Crown Premiumブランド：ベーコンを中心にThe Red Tractor のロゴ（イギリス産の原料を使って国内で製造した製品のみにつけられるもの）を冠したプレミアムブランドとしてハムやベーコンを販売している。

③SuffolkブランドのベーコンにはThe Red Tractor（イギリス産の原料を使って国内で製造した製品に付与）がつけられている。



①Directブランド



②Danish Sizzlingブランド



③Suffolk Crown Premiumブランド

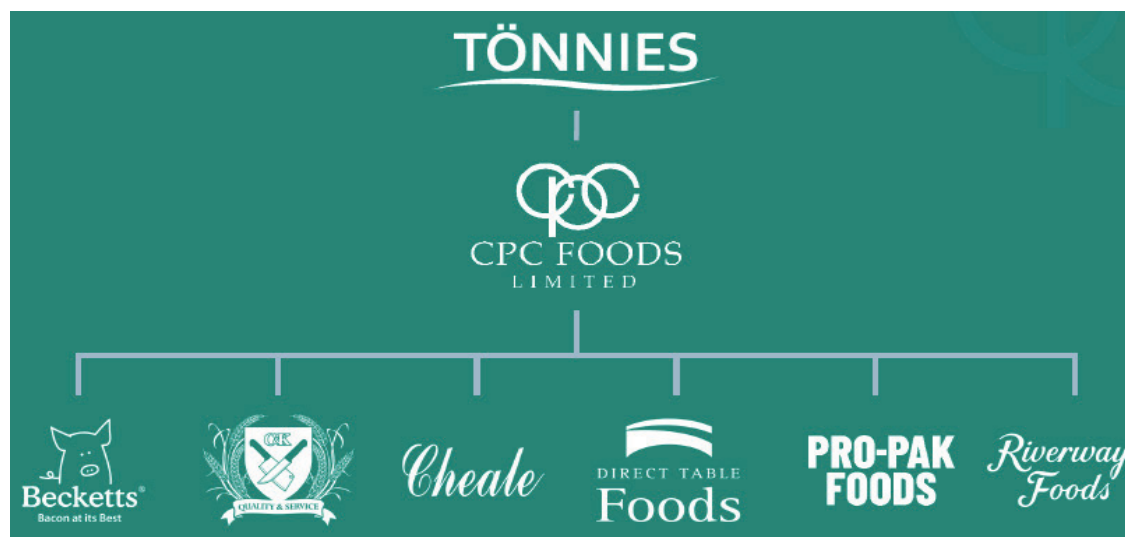


今回の訪問では、生ソーセージと生ベーコンの製造工程を見ることができた。生ソーセージは業務用向けに製造され、細引きのフランクフルトタイプであり、主力商品はコラーゲンケーシングに充填していた。見学後製品の試食を行ったが、原材料にパン粉を使用している事やコラーゲンケーシングを使用している事もあり、ムニュムニュした柔らかい歯応えで日本のソーセージと随分異なっていた。パリッと感とあらびきに慣れている日本人には受け入れ難いと感じた。また、ベーコンやハムの製造工程も見学することができたが、塩漬はするものの全てが非加熱であった。

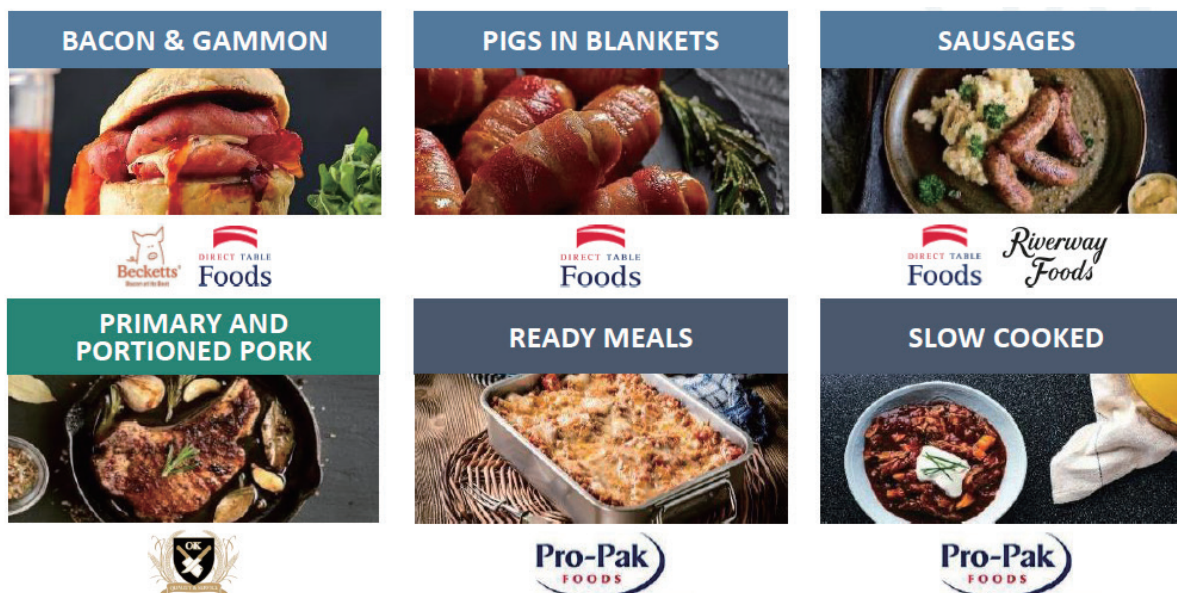
業態別販売先



トニエスグループ



製品 (HPより)



(4) カズンズ・ファミリー・ブッチャーズ(Cousins Family Butchers)：食肉等専門店

カズンズ・ファミリー・ブッチャーズは、ロンドンから車で北東に約2時間のケンブリッジ郊外にある同族経営の食肉加工品専門店である。10人も入れない店舗に精肉から自家製ハム・ソーセージ・ベーコン、更にはパイなどの総菜などが並び、基本的に量り売り販売である。スライスからブロックまで顧客の要望に合わせた販売している。ソーセージは生ソーセージが中心であった。



(5) ハロッズ (Harrods)：高級百貨店

ハロッズ(Harrods) は、ロンドン中心部にあるイギリス最大の老舗高級百貨店である。売り場面積は9万㎡と東京ドーム約2個分であり、国内で2番目に大きい百貨店であるセルフリッジの1.8倍と同店の大きさがわかるころでもあり、世界的に有名な観光名所になっている。

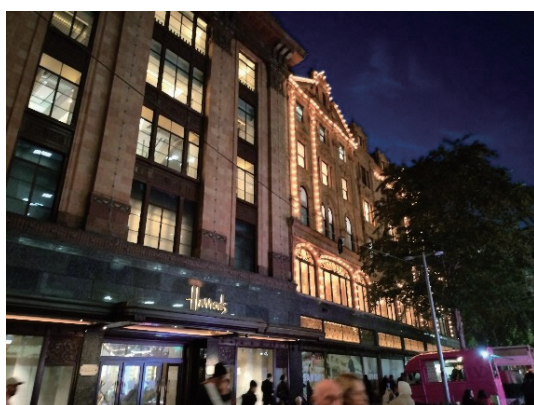
ハロッズは、チャールズ・ヘンリー・ハロッド(Charles Henry Harrod) が1834年にロンドン・イーストエンドで食品や紅茶の卸商として創業した。その後、英国王室御用達となるなど国内最大の高級百貨店に成長したが、1959年にはイギリスの百貨店 (HOUSE OF FRASER) に買収され、2010年からはカタール政府系投資会社であるカタール・ホールディング (QATAR HOLDING) の傘下となっている。



同社HPによれば2023年1月通期決算は売上高が前期比51.9%増の約1,839億円 (9億9,410万ポンド)、営業利益は、同183.8%増の約375億円 (2億270万ポンド)、純利益は同556%増の

約251億円（1億3580万ポンド）と大幅な増収増益だった。同社では「2022年はコロナ禍の影響から回復し成長した年だった。年初はまだ観光客が戻っていなかったが、後半はかなり回復した。今後もさらなる成長を見込んでいる」としている。なお、総売上額はコロナ前である2019年に比べ約50%増となった。

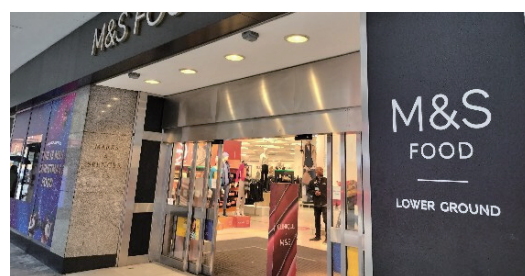
同百貨店は、高級ブランドや世界中の高級食材を販売するとともにPB製品も多い。食肉・食肉加工品販売エリアには、世界中のハムソーが並び、同じエリアにはチーズ、惣菜、パンなども販売されている。ハム・ソーセージ・ベーコンは、自国産よりフランスやドイツなどの外国製の商品が多く、精肉コーナーでは日本産和牛が販売されていた。訪れた11月上旬はクリスマスシーズン前にも関わらず、ハイエンドな客や観光客で賑わっていた。世界中から購入者を集めることができるハロッズは、日本の食肉加工品に対しイギリス人を始め海外から来る消費者がどのような反応を示すのか、更に何に興味を示すのかを探る上で拠点の一つとして良いのかもしれない。



(6) マークスアンドスペンサー (Marks & Spencer (M&S)) : 大規模小売店

マークスアンドスペンサーは、イギリスへ移民のマイケル・マークスと、イギリス人のトマス・スペンサーの2人が1894年にリーズで開業した創業から130年以上続く老舗の大規模小売店である。同社はイギリスに本社を置き、食品と衣料品を主力に国内に300店以上を展開するほか、約30か国にフランチャイズ店を持つ。同社の最大の特徴はプライベートブランド (PB) の食品・衣料品・靴・ギフト商品・家庭用雑貨などを販売していることである。

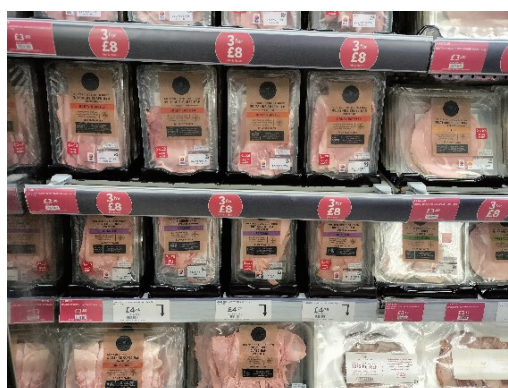
同社HPによれば、1920年代から製造業者の商品に「M&A」のブランド名をつけて販売を始めている。しかしながら製造業者の商品に同社ブランドを冠するだけでは価格決定権は製造業者が掌握していたことから、1930年になると同社は独自のPB商品を企画開発し、小規模の製造業者を取込むことで価格決定権を確保し、現在のPBと同じ商品販売を展開して行くこととなる。現在では、全ての製品（ビールで試験的にナショナルブランドの販売あり）を同社ブランドで販売している。同社のPBだけの販売は特徴的としてもイギリスの小売向け商品の約40%以上がPB商品と言われており、イギリスでは製造業より小売業有利の販売形態が続いている。



訪問した店舗でもハムソーをはじめとする食肉加工品の全てがPB製品となっていた。ベーコンとソーセージともに加熱処理していない生のものが多く、深絞り或いはラミネート型で容器包装され販売されていた。全てがPB商品であるが、それら製品は安価なものから高級品まで日本とは比較できない程に品揃えが多くバリエーションに富んでおり、イギリス国民はM&Sは一

つの製品ブランド（食品から日用品にわたる全て）と認知（M&Sなら納得）して購入しており、日本のPBとは若干違う様相である。PB製品だけを販売しているマークスアンドスペンサーにおいては、少なくともハム・ソーセージなど食肉製品を日本から輸入して店頭で販売するという概念はないように思われた。

同社（グループ会社含む）の2023年の売上は約2兆2,202億円（119億ポンド）と前年比9.6%増加となり、同利益は約880億円（476百万ポンド）と前年比21.4%増となった。また、このうち食品部門の売上は前年比8.7%の増の1兆3,357億円（72億2千万ポンド）となっている。



(7) セルフリッジス(Selfridges):老舗百貨店

英国の老舗百貨店。同社HPによればセルフリッジはハリー・ゴードン・セルフリッジ氏（Harry Gordon Selfridge）が設立し、1909年に1号店がオープンしたイギリスの老舗百貨店である。ハロッズに次ぐ規模の店舗を持ち、高級服飾ブランドから衣料品・日用品・食品まで展開している。同グループではセルフリッジのほか、アイルランドの「Brown Thomas」と「Arnotts」、オランダの「De Bijenkorf」も傘下に収めている。2003年にはカナダ有数の富豪ウェストン家（Weston Family）がセルフリッジグループ（SELFRIDGES GROUP）を買収したが、ウェストン家は2022年、タイの小売り大手Central Group創業家とオーストリアのSigna Holding（不動産）に同グループを売却した。



経済誌によれば、新型コロナ拡大による影響を大きく受け、ロンドンの観光業がほぼ壊滅状態にある中、同社も一部店舗の閉鎖や全従業員の約14%にあたる450人を削減するなど打撃を受けたが、このような中、同社を支えたのがデジタル戦略であるとしている。同社は2010年からEコマース販売に力を注いでおり、コロナ禍で多くの百貨店が売上を落とす中、同社の2020年度の売上は対前年度比5.3%増となる約1,578億円（8億5,290万ポンド）となった。Eコマースの売上が店舗閉鎖などの売上ロスをカバーするという同業界では数少ない事例となったと報じている。



同社のEコマースの売上はイギリスで最大の売上を計上しており、全世界から商品が購入でき、日本からも円貨換算した商品ラインナップにより購入することができる。2022年には同社のEコマースでの売上が711億円（474百万ドル）となり、全体の売上げ1,561億円（844百万ポンド）の約40%を占めた。

訪問した店舗は、ハロッズに比べそれぞれの売り場スペースを広く取っていると感じられた。食品売り場には寿司コーナーもあるなど、イギリスでブームの日本食であるチキンカツやカレー（日本スタイルの）などを販売していた。食肉加工品は、量り売りとパッケージ売りに分かれ、取扱品数が多い。

(8) ウェイトローズ (Waitrose) :高級スーパーマーケット

同社は1904年、Wallace Wyndham Waite、Arthur Rose、David Taylorの3人がロンドン郊外に開いた食料品店が始まりである。

同社HPによれば、当時はWaiteが仕入、Roseが会計、Taylorが販売の役割を担っていたが、1908年にTaylorが同店を去ったことから、ここで初めてWaitrose社として経営することとなった。同社はその後近隣の食料品店を買収、Waitrose社の規模を拡大するとともに第一次世界大戦が始まった時には軍への物資供給事業も始めるなど多角化を進めていった。同社は1937年、今後は全ての消費者を対象とした品揃えでなく、一定のアップナーな顧客を対象にした店舗経営にシフトするとして、イギリスの老舗百貨店であるJohn Lewisとパートナーシップ契約を締結した。更に1950年代に入ると現在のスーパーマーケット形式のセルフサービスを導入、店舗数の拡大を図った。現在では、格式高いスーパーマーケットとして王室御用達にもなっており、300を超える店舗を有するとともに系列スーパーとして「Morrisons」と「Somerset field」を有している。



訪問した店舗は、価格よりも品質重視が感じられる店内に高品質な商品が綺麗に陳列されている。食肉加工品はパック（深絞り容器）製品が主流であり、ソーセージとベーコンは非加熱で販売されていた。

なお、イギリスの主なスーパーマーケットを顧客ターゲット層で見ると、①高級スーパー（ウェイトローズ、マークス&スペンサー）、②一般的なスーパー（Tesco、セインズベリーズ）、③ディスカウントスーパー（モリソンズ、アスタ）に分類されるようである。



(9) 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であり、グループの売上高は世界第2位、ヨーロッパでは1位となっている。同社は1963年、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）での店舗をフランスのパリ郊外で開店、その後ヨーロッパを中心に开店している。なお、日本へも2000年に参入したものの2010年には完全撤退し、更に2022年には台湾のカルフルも売却した。



同社の年次報告 (Carrefour FY 2022 results) によれば2022年度は、ヨーロッパを始めとする8つの国々（フランス、スペイン、イタリア、ベルギー、ルーマニア、ポーランド、ブラジル、アルゼンチン）の直営店を中心に30か国（フランチャイズ店含む）に従業員33万4,640人を有し14,348店を展開するとともにEコマースでの販売にも力を入れ年間8千万人が同社サイトで購入しているとの事である。



年間売上額は14兆5,280億円（908億ユーロ、160円/ユーロで計算。以下同じ）と対前年比で8.5%の増加となり、経常営業利益も対前年比8.3%増の3,803億2千万円（2,377百万ユーロ）となっている。

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・ストアという商流と顧客ターゲットに応じ4つの店舗業態で展開しているところである。

訪問した店舗は、高級スーパーや百貨店に比べシンプルな店内に、フランス人が日常買う店として、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食品から日用品まで取り揃えていた。食肉加工品は、量売りコーナーもあるが、商品の多くは陳列棚でのパック売りである。ハムソーに加え、惣菜製品も充実している。

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。なお、ハイパーマーケットでは7万点にも及ぶ商品アイテムを、原則現地国調達している。特に食品部門においてはほぼ全数をそれで行っているとの事である。従って、食肉加工品を日本から輸入し、消費者に提供するという考えは持ち合わせていないように感じた。



(10) ユーゴ デノワイエ(Hugo Desnoyer) : 食肉等専門店

世界一の肉の目利きと評される肉職人ユーゴ デノワイエ氏がオーナーの食肉・食肉加工品専門店である。ジョエル・ロブションなどの有名シェフたちが指名買いする有名店である。4~5人も入れば身動き取れないお店だが、精肉からハムソーなどの食肉加工品まで所狭しと並ぶ。精肉・加工品ともに量り売りである。



(11) ギャラリーラファイエット (Galeries Lafayette) : 高級百貨店

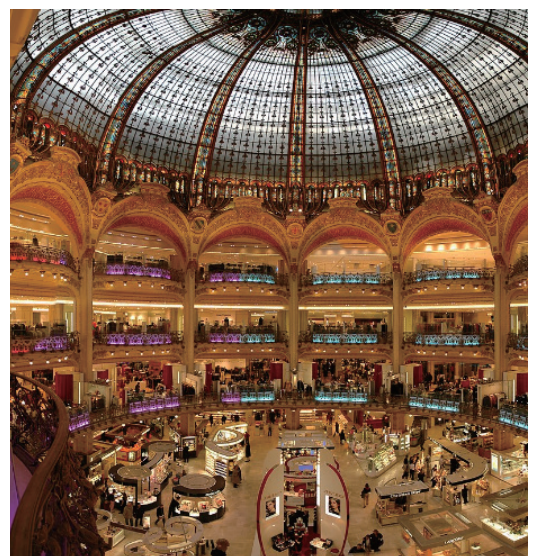
フランスを代表する老舗百貨店の一つである。外観内装ともにゴージャス感を演出している。

同社HPによるとギャラリーラファイエットは1894年、Bader氏と彼の従妹のKahn氏が洋品店をパリのラファイエット通りに開店した。1896年以降ラファイエット通りの物件を購入するなどして店舗を拡張し、1912年には同社の名物となっているガラスと鉄骨で作られた吹き抜けの丸天井が完成している。

その後もパリの本店以外にギャラリーラファイエットグループとしてLa RedouteやMauboussinなどを展開し、グループ全体で290店舗までに拡大、年間6千万人（Eコマースを含む）が訪れている。同社は現在も同族経営であり、1万1千人の従業員を抱え、年間売上額は7,200億円（45億ユーロ）となっている。

同社は取扱う製品を通じて「Art of Living」を推し進めるとしており、こだわりのある製品を提供することで生活の質を高めたいとしている。店内装飾を始め、こだわりのあるディスプレイや特徴のある製品が並び、見るだけでも楽しめる店内であった。

食品売場もフランス各地から集められた食材にあふれ、食肉製品は自国産の高級食材を中心に外国製品では生ハムなども販売している。売り場内にはイートインがあり、陳列されているスペイン産WAGYUなどの精肉や食肉加工品を調理して食べさせてくれる。





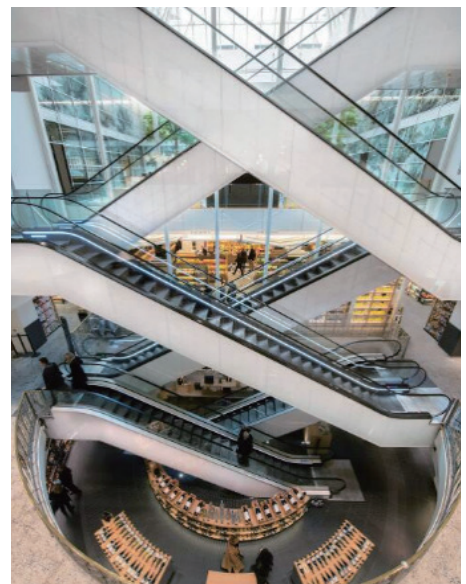
(12) ル・ボン・マルシェ(Le Bon Marche)：老舗百貨店

ル・ボン・マルシェは、1852年にパリで開店した世界初の百貨店である。同社HPによれば創業者のブシコー夫妻は「五感がふるえるような、まったく新しい店を作りたい」と考え、それまでの常識を打ち破る、かつエレガントで個性的な店づくりを目指したとしている。店内には世界中から高品質な商品を集め、さらにオリジナル商品や限定商品も提供している。商品の販売だけでなく、現代アート作品などの文化的な展示を行ったり、骨董家具のコレクション展示などを行っている。今も創業時のコンセプトを守り、ショッピングをArt de Vivre（美しく豊かに生きる喜び）に変身させている。

同店は約3万平方メートルの売り場面積に1,800人の従業員を有し、一日15,000人が来客するとの事である。なお、同社は1998年、世界最大のファッション業界大手企業体であるLVMH（モエ・ヘネシー・ルイ・ヴィトン）に買収され、現在はLVMHの100%子会社となっている。ル・ボン・マルシェの決算が公表されていないため、LVMHが公表している2023年決算報告によれば、同社を含む小売業の子会社全体（DFS（免税店）やSephora（化粧品などコスメ専門）などの小売業態を含む）で2兆8,616億円（178.85億ユーロ）となっている。

店内の食品売り場は非常に充実しており、価格よりも商品の特徴を伝えるディスプレイが印象的であった。また、店内のイートインのコーナーも大変混雑していた。食肉製品売り場も充実していたが、量り売りがメインであるとともに、店内で事前にスライスした生ハムやボンレスハムを簡易トレイで包装した形での販売も行っていた。売り場の近くにはそれらの製品に合うチーズやワインとの組合せレシピも置かれている。

店内はギャラリーが多くあり、ウインドウショッピングしながら手軽に芸術作品に触れられるようになっており、まさしく「芸術の街パリ」といった感があった。





(13) モノプリ (Monoprix) : 地元スーパーマーケット

1932年創業のスーパーマーケット。同社HPによれば当初は老舗高級百貨店ギャラリーラファイエットの傘下にあったが、現在は大手スーパーマーケットチェーングループのカシノ(Casino)傘下にある。同グループは、フランスや南米でスーパーマーケットやコンビニエンスストアを展開しており、企業グループ全体で5兆3,776億円(336.1億ユーロ:2022年)を売上げている。同グループの傘下にあるモノプリはパリを中心にフランス国内で展開し2022年には新たに54店舗を開店、同年の売上は7,028億8千万円(43.93億ユーロ)と対前年比(新規開店ををを除く既存店のみ)1.2%増となっている。フランスでは、食料品から日用雑貨、衣料などを中心にパリ市内では日常買いに使う利便性の高いスーパーの位置づけとなっている。訪れた2階建ての店舗は、1階が食料品、2階が日用品から衣料、化粧品、おもちゃなど多くの品目を揃えていた。食肉加工品コーナーの品揃えも充実しており、量り売りコーナーもあるものの販売製品の多くがパック(深絞りタイプ)製品となっていた。





(14) ソコパ社 (Socopa) : 食肉加工品メーカー

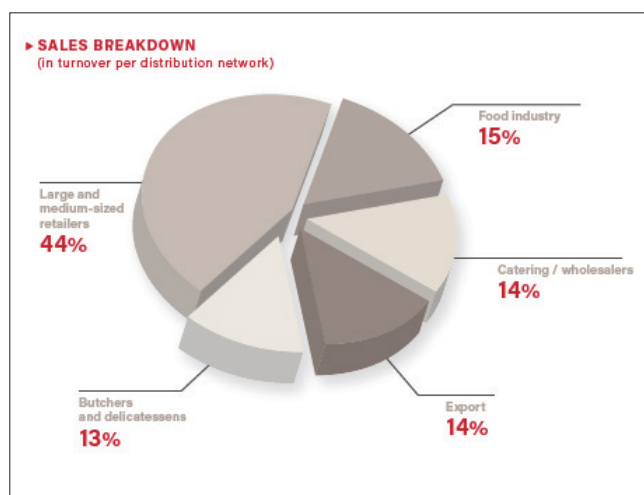
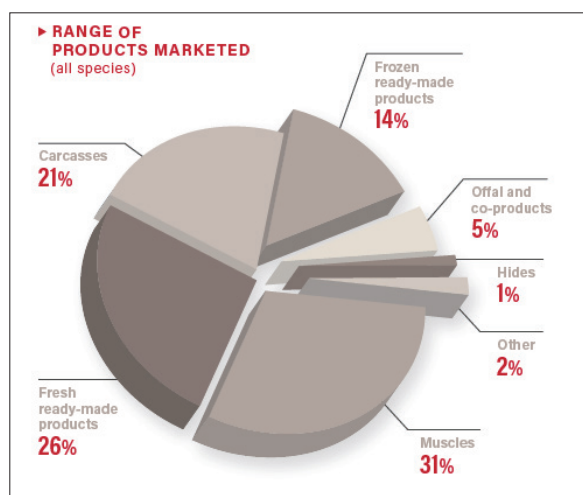
2軒の養豚農家が1953年に設立後、と畜・解体、食肉加工品製造までに事業を拡大させた。2009年にはフランスの食肉・食肉加工メーカーのビガード (BIGARD) グループ傘下となる。Bigard社は、1968年設立の食肉・食肉加工企業グループであり、フランス国内最大の企業規模であるとともにEU域内でも3番目の規模を誇る。同グループの2021年年次報告書によれば、と畜場30か所を含む食肉処理・加工場を60施設所有し、従業員13,512人で牛肉468,202トン、豚肉432,633トン、子牛肉34,598トン、羊肉14,499トンを処理・加工している。導入される家畜の99.86%がフランス国内から調達されているとの事である。これによる



グループ全体の売上は7,840億円 (49億ユーロ) であり、これを販売先割合で見ると、大手から中規模のスーパー等向けに44%、業務向け15%、ケータリング・卸向け14%、食肉小売店

及び惣菜事業者向け13%、輸出14%となっている。また、製品カテゴリーで見ると、精肉31%、冷蔵食肉加工品26%、枝肉21%、冷凍食肉加工品14%、副産物製品5%、皮革1%となっている。

訪れたSocopa社の工場の担当者によると同社の売上額は約800億円であり、牛肉加工品（挽肉製品やタルタルステーキ）28千トン、生ソーセージ15千トンを中心に年間7万トンを製造し、原料肉の約3割は自社（Socopa社）農場から調達しているとの事である。販売先の95%はスーパー等へのコンシューマー向けであるが、同社ブランドでの販売は15%程度であり、残りの85%はスーパー等のPB向けの製品を製造しているとの事であった。フランスのスーパー等はPB製品の販売が太宗を占め、ナショナルブランドの販売は10%程度ではないかとの事であった。





第3章 イギリスにおける食肉加工品の販売実態

1. はじめに ― いわゆる英国式朝食と食肉加工品について

(1) 英国式朝食 (イングリッシュ・ブレックファスト) とは

大原照子著『英国 家庭の食卓』によると、英国には「一日に三度食べたいイギリスの朝ご飯」という諺があるという。口の悪い人に言わせると、昼食、夕食はまずいが、朝食は美味しいという意味なのだそうだ。大原さんによれば、「今日では多少簡略化している家庭も多いようですが、それでも、カリカリに焼いたベーコンとソーセージにトマトが添えられ、あつあつのトーストにマーマレードという献立は、それはおいしいものです」と書いている。大原さんがイギリスに長期滞在されたのは、1970年代のことなので、今日では「簡略化」がさらに進んでいるのではないかと察せられる。

似たようなことを筆者は体験している。あるとき、英国の典型的なマダムと思しき方に、日曜日にはご家庭で「サンデー・ロースト」を作られるのですかと質問したときのことである。彼女は、通訳を務める知人と顔を見合わせて、こう言ったのである。「いまどき、誰が家で作るのですか。サンデー・ローストなんかは、パブで食べるものよ」。筆者がサンデー・ローストについて「英国家庭の慣わし」だと教えられた書物は70年代に書かれたものであって、90年代に書かれた本を読むと「伝統があった」という程度の書き方になっていたように記憶する。

今回調査の訪問先で「英国式朝食」について質問をしたところ、「いまどき、云々」と、まったく同じ回答であった。ある人は、下層階級の労働者の食べ方であるとさえ言うのである。

そうだとすると、ここで取り上げる「イングリッシュ・ブレックファスト協会」(The English Breakfast Society) という興味深い団体が「伝統の継承」を掲げて設立されるに至った経緯も(日本における和食の継承と同様に)理解することができる。以下は、同協会のホームページからの引用である。長文だが、読んでみる (<https://englishbreakfastsociety.com/index.html>)。

フル・イングリッシュ・ブレックファストは、何世紀にもわたる英国式朝食の伝統であり、英国食文化の象徴的な料理であり、英国社会のさまざまな世代によって何世紀にもわたって情熱的に維持されてきた誇り高い伝統です。



(2) イングリッシュ・ブレックファストの歴史

イングリッシュ・ブレックファストの伝統は長い道のりを歩んできました。最初は14世紀または15世紀に貴族らの盛大な狩猟の朝食から始まり、その後、伝統を芸術に磨き上げた中流階級および上流階級によってヴィクトリア朝に採用されました。その後、エドワード朝に、今日私たちが主に食べているイングリッシュ・ブレックファストが誕生し、それによって真の国民的な朝食の伝統が生まれ、世界的に知られる英国料理の象徴が生まれました。

イングリッシュ・ブレックファストの物語は、英国紳士のカントリーハウスで始まり、適切なアングロサクソンの朝食とは何かという概念と、社会的なもてなしの伝統から始まります。ジェントリーは、伝統的なアングロサクソンの田舎のライフスタイルの実践、価値観、文化、料理を存続させることが自分たちの義務であると考えていました。イングランドの偉大なカントリーハウスは、紳士階級の人々が所有し、広大な田舎の敷地の中心であり、狩猟前の朝食が非常に重要な社交行事であると考えられていた地元社会の重要な拠点でした。

アングロサクソンの古いおもてなしの伝統があって、通りがかりの訪問者、友人、親戚、近所の人たちにボリュームたっぷりのフル・ブレックファストを提供していました。彼らは、狩猟に出かける前や長旅の前、定期的なパーティーの翌朝、そして敷地に新しく到着した人を歓迎するときにも、「フル・イングリッシュ・ブレックファスト」を提供するのが好きでした。朝食の席は、貴族たちにとって、周囲の土地で生産される肉、野菜、食材の品質によって自分たちの財産の「富」を誇示する機会でした。また、この家の住人やゲストが選んで食べられるよう、典型的なアングロサクソンの朝食料理を用意した料理人の腕を披露する機会でもありました。

ヴィクトリア女王が王位に就くまでに、社会階級としてのジェントリーは衰退し、商人、実業家からなる新たな富裕層が台頭していました。産業革命とその最盛期の大英帝国は富を生み出す素晴らしい創造者であり、新興富裕層はジェントリーの概念を目指すべき社会モデルとみなしていました。社会的に自分自身を進歩させようとする人々は、貴族の習慣や田舎の家の伝統を研究し、重要な社交行事としてのイングリッシュ・ブレックファストの概念を熱心に採用しました。

意欲的で裕福なヴィクトリア朝の人々にとって、朝食は自分の富、センスの良さ、社会的な育ちを示す機会となりました。貴族の朝食の伝統を取り入れ、それを芸術形式にまで高めたのはヴィクトリア朝の人々であり、よりエキゾチックで伝統的な食材を確保し、正しい方法で調理するために多大な労力を費やしました。

エドワード朝時代は、大英帝国の沈むことのない太陽を浴びながら、ゆっくりと長い朝食やガーデンパーティーを楽しんだ黄金時代として知られています。第一次世界大戦に至るまで、イングリッシュ・ブレックファストとして認識されるものが出現し始め、全国のホテル、B&Bなどで標準として提供されるのを初めて目にしたのはこの時期でした。標準的な材料を使用することで準備が簡単になったため、ベーコン、卵、ソーセージ、ブラックプディング、バイクドビーンズ、グリルトマト、揚げパン、トーストからなる標準的な材料に、ジャム、マーマレード、紅茶/コーヒー、オレンジジュースが標準となりました。この時点では、イングリッシュ・ブレックファストは富裕層だけの食事ではなく、中流階級が定期的にフル・イングリッシュ・ブレックファストを食べるようになり、伝統的な家族の食事として見られるようになりました。彼らは、一日を始める前に朝食をしっかりと食べることが賢明であり、これにより、ますます流動性が高まる従業員に、一日の仕事を乗り切るために必要なエネルギーを供給できると考えました。

イングリッシュ・ブレックファストの伝統は中流階級から労働者階級に広がり、1950年代初頭にそのピークに達し、英国人口の約半数が、今日私たちが食べているのと同じイングリッシュ・ブレックファストを食べて一日を始めるようになりました。裕福な上流階級と意欲的な中産階級が食べていたものが、真の国民的な朝食料理と労働者階級の定番になりました。

「朝食」という言葉に騙されないでください。その存在は必ずしも伝統的なフル・イングリッシュ・ブレックファストを朝食時に食べなければならないという意味ではないのです。それは非常に充実した食事なので、いつでも楽しむことができます。昼食時に食べることもあれば、夕食に食べることもあります。伝統的なイングリッシュ・ブレックファストは家族や社交の集まりで提供されますが、イングリッシュ・ブレックファストを食べながら新聞を読んでいる間、テーブルの他の客を無視することは文化的に許容されています。新聞を読みながら朝食を食べている人がいても気分を害さないでください。これは伝統の一部であり、英国人がその日の時事問題を知りたがるときなのです。

(3) イングリッシュ・ブレックファストの構成

一般的な「フル・イングリッシュ・ブレックファスト」は、バック・ベーコン、ソーセージ、たまご、ベイクド・ビーンズ、焼きトマト、フライド・マッシュルーム、ブラックプディングなどで構成され、トーストしたパンが添えられた充実した食事です。これらの構成は、あなたが英国のどこにいるかによって異なる可能性があります。

朝食に、安価な揚げ物、輸入品、冷凍ベーコンやソーセージが含まれている場合、それは本物の英国式朝食ではありません。本物のイングリッシュ・ブレックファストの特徴は、イギリス国内の農家、ソーセージメーカー、肉屋から調達した地元産の食材だけです。

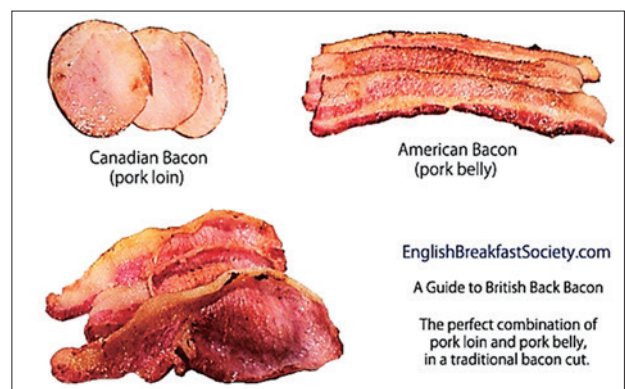
英国の各地域では、通常その地域で飼育されていた豚肉を含む朝食が食べられていました。一部の地域はベーコンとソーセージで有名です。有名なソーセージ生産地域として注目すべきはリンカンシャーとカンバーランドですが、国内の他の多くの地域でも有名です。また、地元のレシピを使用して何世紀にもわたって独自のソーセージ、ベーコンを生産してきました。

(4) 伝統的な「バック・ベーコン」

フル・イングリッシュ・ブレックファストは、伝統的なイギリスの「バック・ベーコン」なしでは語れません。地球上の他のほぼすべての人々と同じように、英国人もベーコンが大好きですが、ベーコンの歴史があり、ベーコンのために特別に飼育された昔からの遺伝的豚の血統、特徴的な豚肉の部位、地域ごとに多様な作り方など、何世紀にもわたる文化的伝統を持つベーコンは英国だけです。

「バック・ベーコン」という用語は、非常に特殊なベーコンのカットを指します。バック・ベーコンを説明するときは、アメリカン・ベーコンとカナディアン・ベーコンのミックスしたものと説明すると分かりやすい。バック・ベーコンは、見た目がアメリカン・ベーコンとカナディアン・ベーコンを結合したように見えるからです。バック・ベーコンは、豚バラ肉と豚ロースの両方をワンカットで組み合わせたもので、バック・ベーコンのラッシャー（スライス）にある、丸い赤身の部分が豚ロースで、それに付いている脂肪の多い筋状の部分が豚バラです。

英国人がベーコンを正しく食べるのは、ベーコンのラッシャーに豚バラ肉とロースが1枚の美



しい肉に含まれるように適切に肉をスライスするため、何世紀にもわたる伝統によって完璧に磨き上げられた、魅力的で忘れられないベーコンの食体験を生み出します。

伝統的なフル・イングリッシュ・ブレックファストに適しているとみなされるためには、豚バラ肉と豚ロース肉の両方が必ず含まれている必要があります、それぞれに独自の特徴を持つ2つの異なる部位の組み合わせがブレンドされています。

英国では、何世紀にもわたって、完璧なバック・ベーコンのカットを生産する目的で特別に飼育される豚がおり、ベーコン生産を芸術形式にまで高めてきました。これらの品種の例としては、「ベーコン品種」と呼ばれる有名なヨークシャー種やタムワース種が挙げられます。

(5) 英国の有名なソーセージ

イギリスは歴史あるソーセージ大国で、国内では 400 種類以上のソーセージが生産されています。ほとんどの種類のソーセージと同様に、イギリスのソーセージは伝統的に豚肉とさまざまなハーブやスパイスで作られ、古くから伝わるレシピに従って混合されています。伝統的なソーセージのレシピは今でも厳重に守られている秘密であり、これらのレシピこそがイギリス人に非常に多様なソーセージの中から選べる理由となっています。イギリスの最も有名な種類のソーセージの中には地域特有のものもあります。イギリスにはカンバーランド、リンカンシャー、ヨークシャー、ウェールズのグラモーガンなど、歴史あるソーセージ生産地が数多くあります。

おそらくイギリスのソーセージで最も有名なのはカンバーランド・ソーセージでしょう。これは 500 年以上にわたってカンバーランド郡の地元の名物でした。カンバーランド・ソーセージは、肉をミンチではなく刻んで肉のような食感を与えるため、独特の味がします。カンバーランド・ソーセージは英国のソーセージ生産業界の宝物であるため、2011 年に地理的表示保護 (PGI) の地位を取得し、伝統と本物を保護するのに役立っています。

リンカンシャーも歴史あるソーセージ生産地域で、リンカンシャーのソーセージのレシピでは新鮮なセージで味付けられたものが主流で、肉は粗く挽かれ、分厚い食感が楽しめます。毎年、誰が最高のリンカンシャー・ソーセージを作れるかを競うコンテストが開催されています。

イギリスには、歴史的にソーセージを生産してきたあまり知られていない地域が他にもたくさんあります。素晴らしいナツメグと生姜の味が特徴のマンチェスター・ソーセージ、またはレモンポークと子牛肉が入ったオックスフォード・ソーセージ、メースと生姜で味付けされたハートフォードの伝統的なソーセージ、マリーボーン・ソーセージなど。またベジタリアンなら、チーズ、リーキ、パン粉で作られたウェールズの伝統的なグラモーガン・ソーセージがあります。

ブリテン諸島には 11 品種の在来の豚がいて、そのすべてが伝統的に、品種の産地や伝統的に何を食べているかに応じて、驚くほど異なる味の肉を生産するために使用されてきました。私たちは長い間、特にソーセージを作るための特定の品種を飼育してきました。その中には、森林でドングリを食べ、肉の味が良いことで有名なタムワース豚も含まれています。グロスター・オールド・スポットも伝説的な豚の品種であり、欧州委員会の伝統的特殊品保証 (TSG) の地位を獲得しています。オックスフォード・サンディ・アンド・ブラックは、リンゴ園で放牧されており、その肉で作られるジューシーなベーコンとソーセージは有名です。悲しいことに、これらの歴史的な英国固有の豚の品種はすべて、現在では、希少で絶滅の危機に瀕して

いる品種に分類されており、伝統的なソーセージ豚の品種として保存するために、農家と協力して、レア・ブリード・サバイバル・トラストによって守られている状況です。

(以上、「イングリッシュ・ブレックファスト協会」のホームページからの引用である。)

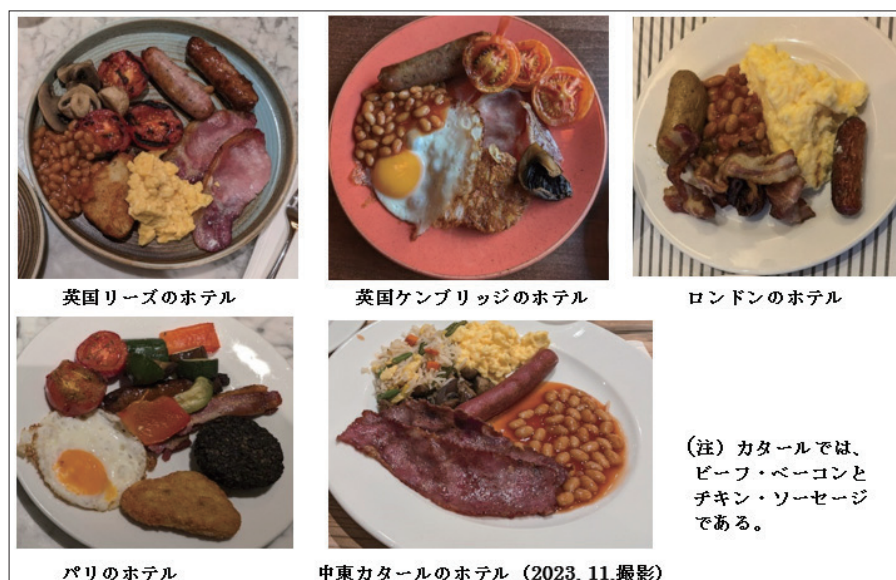
(6) いわゆる英国式朝食がホテルの朝食の定番に

「イギリス人の朝ごはんは朝の過ごし方」というブログを読んでも、「平日の朝は火を使わない朝食をするのがポイント」と書いてある。そして、バック・ベーコン、ソーセージ、たまご、トマト、豆などを取り揃えた栄養価の高い食事（フル・イングリッシュ・ブレックファスト）は「コレステロールが心配」なのだそう。しかし、本音は、朝食に時間をかけたくないということではないか。訪問先の食肉加工会社の女性社員は、朝はクロワッサンと紅茶だけと話していた。察するに、「朝食を用意するための時間は祖母の時代は1時間、母の時代は30分、私たちは15分程度」なのであろう。朝食をしっかりと食べて一日を健康に過ごすという英国の古く良き伝統については、現代の英国人から一笑に付される状況である。

一方で、訪問先で経験したホテルの朝食は「フル・イングリッシュ・ブレックファスト」そのものであった。最初の訪問先である英国北部のリーズでも、次の訪問先であるケンブリッジでも、そしてロンドンでも、ホテルで用意されていた朝食のメニューを一皿に盛り合わせると典型的な「イングリッシュ・ブレックファスト」が出来上がる。最初のホテルで、煮た豆を取り合わせていない皿を見せて、「これでイングリッシュ・ブレックファストか？」と、皿を片づける係の人に尋ねると、「豆が入っていない」とアドバイスされたのである。

英国内ばかりではなく、パリのホテルでも、朝食に用意されたいものを一皿に盛ると、写真のように「イングリッシュ・ブレックファスト」を再現するものであった。

英国・フランス・カタール国のホテルの朝食



また、今回の英国・フランス調査の直後に別件で訪問した中東カタールの首都ドーハのホテルで用意されていた朝食が、ビーフ・ベーコン、チキン・ソーセージ、たまご、煮た豆、その他米類などを取り合わせるものであった。

以上を要するに、いわゆる伝統的な英国式朝食の様式が、現代ホテルの朝食メニューの定番になっているということである。

2. 小売店の販売実態から見たベーコンとソーセージ

(1) バック・ベーコン

英国の小売業界一位のスーパーマーケット「TESCO」（テスコ）の中でも最大規模の「Tesco Extra」の売り場では、日本流に言えば3尺×5段×4本分ほどの棚で「バック・ベーコン」が販売されている。ホームページで「Back Bacon」を検索すると、18アイテムが載っている。



上の写真（右）の製品は240 gパックで£3.50、日本円に換算すると648円（1 £ = 185円で計算した。以下同様。）である。安いものでは300gパックで£2.25（416円）という製品もある。

下の写真（左）のNAKEDというブランドの製品は200g £3.60（666円）。ラベルには「made without nitrites」（亜硝酸塩無添加）と表示されている。「Unsmoked」と「Smoked」の製品がある。“Rashers”という表示はスライスした製品のこと。



(2) メダリオン・ベーコン

上の写真（右）は、ウィルトシャー地方の製品で、“メダリオン（Medallions）”という。丸型のメダルのような形であることから付けられたものである。製法は通常のバック・ベーコンと同じであることから「Back Bacon Medallions」と表示されている。脂肪の多いことが気になる消費者のために、ロース芯だけを残してトリミングしたもので、通常のバック・ベーコンに比べて脂肪が最大30%少ないと説明されている。

(3) ストリーキー・ベーコン

次頁の写真（左）がバック・ベーコン、右がストリーキー・ベーコンである。ストリーキー（Streaky）とは、小学館『英和中辞典』によれば「筋（しま）状になっている」という意味である。豚のバラ部位で作った、我々にとっては馴染みのベーコンであるが、英国ではベーコンの一種となる。

TescoのWebサイトを見ると、ベーコンの取扱アイテムは、バック・ベーコンが18であるのに対しストリーキー・ベーコンは7となっている。

Back Bacon



Streaky Bacon



100% Plant-Bacon



Tescoで販売されているものの中に、「This isn't Bacon Streaky Plant-Based Rashers」と表示されているものがある。見た目はストリーキー・ベーコンだが、これは「ベーコンではない」。なぜならば「100%Plant-based」(植物性)だからという説明である。

(4) 英国のソーセージ

ホテルの朝食に出てくる、カリカリに焼いてあるバック・ベーコンと“ふにゃっ”とした食感のソーセージの取り合わせに違和感を覚える人が多い。ところが、フランスに住んでいるという英国人の話を紹介しているブログが面白い。「フランスに住んでいるイギリス人の多くは普通にフランスのお店で食品を買って生活をしているわけですが、どうしてもイギリスものの方がいい!と、わざわざイギリスのものを買う食品があります。最初に上がるのは、紅茶。次によく上がるのがベーコンです。そして、ベーコン並みにイギリス人が愛してやまないのが、イギリス式のソーセージなのです。フランス式のソーセージはおいしくない!とイギリス人は言います。また、知り合いのポーランド人は「ポーランドのソーセージを食べたい!」といつも騒いでいたので、「ドイツのソーセージみたいな感じなの?」と聞いたら、「全く違う!」と怒られたことがある。・・・どうも、ソーセージというのはお国柄が出る食べ物らしい」(<https://petitmignon-grandbeau.blog.fc2.com/blog-entry-2945.html>)。

さて、“ふにゃっとした”とも“ねちゃっとした”とも言える独特の食感が特徴的な英国のソーセージについて、その成分を調べてみた。Tescoで販売されている24品の原材料(Ingredients)を調べたものである。結果は表1のとおりである。

大きく分けると、主原料の豚肉の割合が80%以上のものとそれ未満のものに分類される。90%以上が5品、85~89%が4品、80~84%は該当するものがなく、70~79%が7品、60~69%が1品、50~59%が6品、49%以下が6品となっている。

表1 テスコで販売されているソーセージ24品の概要


豚肉の割合	製品数	1kg当たり価格		副原料			豚肉の産地	
		£ 6.00~	~ £ 5.99	米粉	小麦粉	ラスク	英国	英国&他
90%~	5	5	-	5	-	-	5	-
85~89	4	4	-	4	-	-	4	-
80~84	-	-	-	-	-	-	-	-
70~79	7	1	6	-	7	-	7	-
60~69	1	1	-	-	1	-	-	1
50~59	3	-	3	1	1	1	1	2
~49%	4	1	3	-	1	3	1	3
計	24	12	12	10	10	4	18	6

(注) 1. Tesco のホームページから「Sausage」に該当する製品を選び、集計可能な項目の記載を確認できた24品について集計した。
2. 副原料は、Rice Flour(米粉)、Wheat Flour (小麦粉)、Rusk(ラスク)とした。

表1によれば、

- ア. 豚肉の割合が85%以上のものは高価格帯で販売されている。
- イ. 豚肉の割合が85%以上のものは副原料に米粉 (Rice Flour) が使用されている。
- ウ. 豚肉の割合が85%以上のものは英国産の豚肉が使用されている。
- エ. 豚肉の割合が80%未満のものは価格が安いものが多く、副原料に小麦粉 (Wheat Flour) やラスク(Rusk)が使用されている。
- オ. 豚肉の割合がさらに少ないものには米粉 (Rice Flour) が使われている製品もあるが、一方で、ラスク (Rusk) が使われているものがある。また、主原料の豚肉も英国産以外のものが含まれている。なお、よく言われる「パン粉入り」に該当する直接的な表示はここでは確認できない。

<https://www.tesco.com/groceries/en-GB/products/280010485>



Tesco Finest 10 Traditional Pork Sausages

667g £5.00 (£7.50/kg)

INGREDIENTS: Pork (90%), Water, Rice Flour, Potato Starch, Salt, Acidity Regulator (Calcium Lactate), White Pepper, Sage, Stabilisers (Tetrasodium Diphosphate, Disodium Diphosphate), Coriander, Preservative (Sodium Metabisulphite), Nutmeg, Dextrose, Bamboo Fibre, Caramelised Sugar Syrup, Colour (Paprika Extract).

一例を挙げる。「Tesco Finest Traditional Pork Sausages」(上の写真)について、ホームページで、次のように説明している。「このソーセージは、200年以上のソーセージ作りに誇りを持つ家族経営の企業によって作られています。熟練した職人が手作業で切り落とした英国産豚肉を使用し、その他の厳選された材料を加えて味付けをし、豊かでジューシーな風味を高めます。プライムポークの肩肉とバラ肉、ハーブ、ナツメグ、ホワイトペッパーを使用したジューシーで肉厚なソーセージです」と。

英国に「ピッグス・イン・ブランケット」と名づけられた面白いソーセージがある。クリスマスの季節になると、スーパーマーケットに出回るようになる製品である。これは、小型のソーセージにベーコンを巻いたものなので、単に“Sausages wrapped in Bacon”（ベーコン巻きソーセージ）でも良さそうであるが、これを“Pigs in Blankets”（毛布にくるまれた豚）と名づけるところがいかにも英国らしいと評されている。ところが米国では、「毛布の中の豚」とは通常、ポークソーセージが入ったホットドッグを指すと言われるので、気取って注文すると間違うかもしれない用語ではある。（写真は「マークス&スペンサー」で撮ったものである）

Pigs in Blankets



(5) 英国のハム

英国を代表するハムは。「ヨークハム」(York Ham) と「ウィルトシャー・ハム」(Wiltshire Ham) であると言われてきた。後者は、次節において販売実態を見るとおり、「Harrods」や「Selfridges」などの高級店で他国産の高級品と並んで販売されているが、前者については、販売の実態を確認できなかった。試みに、ネットで検索してみると、スーパーマーケットではウェイトローズ、セインズベリー、モリソンズにそれぞれ1アイテムの取扱いがあるのみ。また、ヨーク市のレストラン（パブを含む）10数軒のメニューを調べてみたが、“地域の誇り”であるはずのヨークハムをメニューに表示している店は皆無であった。

なぜなのか、と問いかける記事が見つかったので、以下に一部を引用する。



「Hidden History of York: Whatever happened to York ham?」

(ヨークの隠された歴史—ヨークハムに何が起こったのか?)

筆者：David Wilson (The Pressのコミュニティーライター)

「30年以上前、ガーディアン紙の記事は、ヨークを訪れる観光客にヨークハムはどこで作られているのですかと尋ねられたが、満足のいく答えは得られなかったと報じた。

そして、今年初めに（引用者注：2023年）、私がスペイン北部を訪問していたとき、複数の人が私にこう言ったのである。「あなたはハムの街、ヨーク出身なのですね！」と。

さて、ヨークの地元住民に対し世論調査を行ったならば、彼らは自分たちの街が有名だと最初に考えるのはハムではないであろう。チョコレートかもしれないし、ファッジかもしれないが、ハムでないことは確かだ。しかし、スペインのスーパーマーケットでは、ハモン・ヨーク（ヨーク・ハム）として販売されているのである。

ヨークハムは伝統的に、この国でラージ・ホワイト種（原文：“Large White pig”）として知られる豚を原料にした塩漬・乾燥生ハムであった。この豚は、通常の豚（“ordinary pig”）

よりも後肢の太ももが大きく、脂肪が多い。そして、作られたハムは、私たちが現在消費しているハムの多くよりもわずかながら塩気が強く硬めの食感である。残念なことに、現在は、ラージ・ホワイト種は危機に瀕しており、2022年にこの国で登録されている頭数はわずか335頭にすぎない。

ヨークハムの名前は、ヨークシャーの田舎からヨーク市の市場に送られていた18世紀のハムに由来すると考えられる。そして、船がワーズ川を通過してヨークからロンドンまで運行していたからという説やヨークから駅馬車でロンドンに運ばれてロンドンで有名になったという説もある。

(引用者注：ラージ・ホワイト種は、英国北部のヨークシャー州が原産地であるため、ラージ・ヨークシャー“Large Yorkshire”、いわゆる「大ヨークシャー」という品種名で知られる。その品種から作られたのでヨークハムと名づけられたという説もある。ここでは、ヨークシャー州で生産されたハムがロンドンへ運ばれて名声を博したことに由来するという説明である)。

ヨークハム発祥の地では、かつてはクリスマス・ハムとして販売され、クリスマスの季節になると長蛇の列ができた有名店がいくつもあったが、いまではそれらの店は次々に姿を消した。

政府による厳格な健康安全法により、ヨークハムのような製品をかつてのように店先に吊るしたり、ディスプレイ・スタンドに並べたりすることができなくなった。厳しい温度管理規制により、ハモン・セラノやパルマハム (Serrano and Parma ham) とは異なり、ヨークハムなどの加熱済み肉製品 (cooked meat) を冷蔵せずに吊るして陳列することは許可されなくなった。21世紀に入り、汚染された食品への恐怖から、顧客はスーパーマーケットの棚から販売期限

と消費期限が明確に示された、密封包装された肉を購入するようになった。料理の技術の低下、赤身肉や加工肉を食べる人の減少、訓練を受けた肉屋の減少も、独立系小売業者に大きな打撃を与えている。ヨークハムは、これらすべての要因のせいで苦しんでいるが、おそらく保護指定を一度も受けていないことが主な原因であろう。なぜ誰も、ヨークハムをTSG (Traditional Specialty Guaranteed: 伝統的特産品保護) の認証を受けるように登録することをしなかったのであろうか?」。(引用者注：一方のウィルトシャー・ハムの場合はTSGの認証を得て健在である。)

https://www-yorkpress-co-uk.translate.google.com/news/23572739.hidden-history-york-whatever-happened-york-ham/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ja&_x_tr_hl=ja&_x_tr_pto=sc

かつて「The King of British Ham」として一世を風靡したヨークハムは、パリでも流行していた。フランスでは「Jambon d'York」(ヨークのハム)と呼ぶが、次章で、パリの状況を紹介する。

ヨークハムを売る店 (19世紀半ば)



3. 高級店における販売実態

(1) 百貨店「Harrods」(ハロッズ)

英国を代表する高級百貨店「ハロッズ」の精肉売り場には、世界最高峰の日本産神戸ビーフが指定登録店認証の盾と共に並ぶ。精肉売り場の隣が食肉加工品売り場(CHARCUTERIE)である。

精肉売り場に神戸ビーフが並ぶように、英国産をはじめヨーロッパを代表する食肉加工品が取り揃えられている。



Harrodsの食肉加工品売り場 (CHARCUTERIE)



①英国産の銘品 (Best of British)

英国南部ウィルトシャー地方特産の加熱ハム「Wiltshire Ham」、英国のハムと言えば「Honey & Roast Ham」、そして“Best of British”と表示して販売されている燻製の七面鳥ハム「Ork Smoked Turkey」の三つは特によく知られた銘品である。

1ポンド=185円で計算。以下同様



ウィルトシャー・ハム
£ 3.50/100g(648円)



ハニー&マスタード・ハム
£ 4.10/100g(759円)



燻製七面鳥ハム(Best of British)
£ 4.50/100g(833円)

②各国産の銘品が一堂に

○イタリア産



パルマ・ハム
£ 7.00/100g(1,295円)



ブレイス・ハム
£ 7.50/100g(1,388円)



サラミ・トスカーノ
£ 5.50/100g(1,018円)

○スペイン産



100%イベリコ・ショルダー
£ 10.00/100g(1,850円)



チェスナッツ・フェド・ハム
熟成) £ 7.00/100g(1,295円)



チョリーツ
£ 2.50/100g(463円)

○ドイツ産・ハンガリー産



フランクフルト・ソーセージ
£ 3.00/100g(555円)



ジャーマン・ミートローフ
£ 3.00/100g(555円)

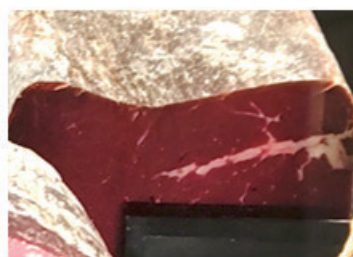


ハンガリー・サラミ
£ 4.50/100g(833円)

③伝統的な牛肉加工品



ブレザオラ・ヴァルテッリーナ
イタリア産 £ 7.50(1,388円)



グラウビュンデン・グリソン
スイス産 £ 16.00 (2,960円)



ピュア・ビーフ・サラミ
ドイツ産 £ 4.00(740円)

④新製品のWagyu加工品も登場

ハロッズの売り場で目につくのは、現地で生産されているWagyu肉の加工品である。英国産の新製品2品とイタリア産の製品が販売されている。従来の牛赤身肉のブレザオラなどと比べるとWagyuの特徴である“サシ”が入った製品に仕上がっている。



オリーブ・フェドWagyuブレザオラ
英国産 £ 15.00/100g(2,775円)



オリーブ・フェドWagyuサラミ
英国産 £ 11.00/100g(2,035円)



Wagyuブレザオラ
イタリア産 £ 29.50(5,458円)

(2) 百貨店「Selfridges」(セルフリッジ)

① 精肉売り場の特徴—肉は全てオーガニック、屋外で肥育・育てられた豚

セルフリッジの精肉売り場に行くと、同店が販売している食肉（牛肉、豚肉、鶏肉）は全て「オーガニック」であるとの表示が出ている。この表示が出る前は、日本産和牛や豪州産Wagyuが販売されていたが、現在はいずれも売り場から無くなっている。



② 各国産食肉加工品の売り場

同店の精肉売り場の近くに食肉加工品の売り場がある。



○英国産



ウィルトシャー・ハム ヴィンテージ・グレースド・ハム



バストラミ
£ 3.00/100g(555円)



ロースト七面鳥

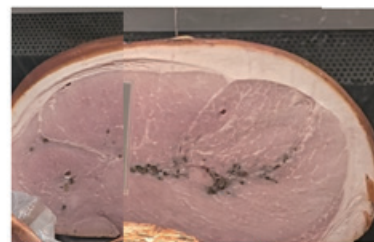
○イタリア産



ウッド・スモークド・ハム
£ 3.50/100g(648円)



ロースト・ハム (トリュフ入)
£ 4.50 (833円)



プロシュート・コット (トリュフ入)
£ 3.50(648円)



ピスタチオ・モルタデッラ



トリュフ・モルタデッラ



ロースト・ビーフ

○ドイツ産



ペッパーコーテッド・サラミ	£ 3.00 (555円)
ピアブルスト	£ 3.00 (555円)
バイエルン・レバーケーゼ	£ 2.10 (389円)
ウインナー・ソーセージ	£ 2.75 (509円)
フランクフルターズ	£ 2.75 (509円)

○東欧産



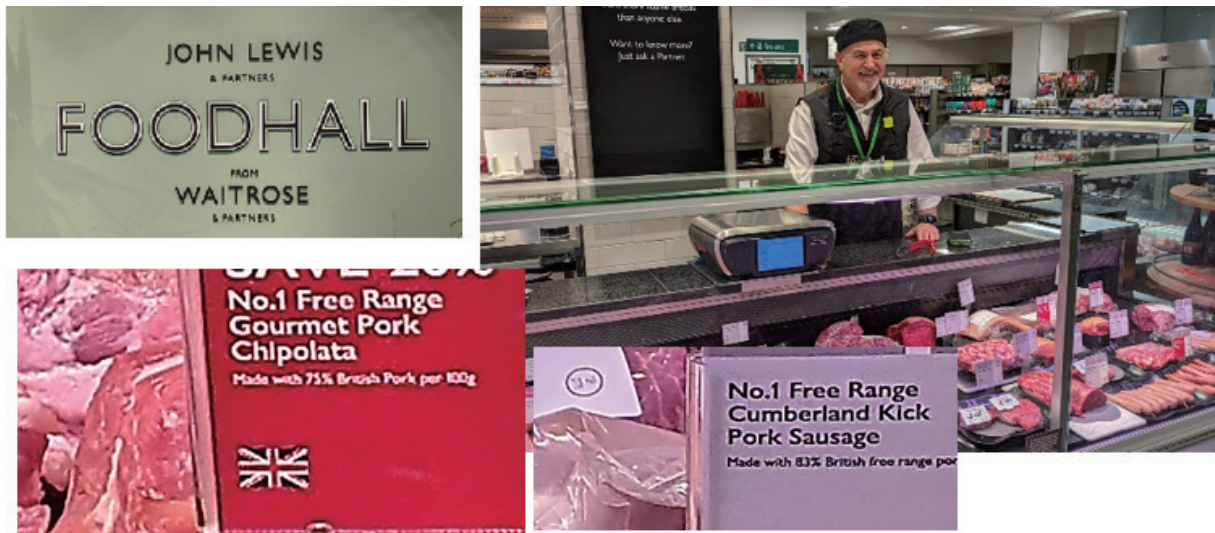
ハンガリアン・ジュラ (Gyula)	£2.75 (509円)
カパノス (ポーランド)	£ 3.00 (555円)
ヴィエイスカ (ポーランド)	£ 2.75 (509円)

(注) かな表記は売り場での英語表示による。

4. スーパーマーケットにおける販売実態

(1) 「ウェイトローズ」(Waitrose)

英国王室御用達の店として知られる高級スーパーである。食肉・食肉加工品の売り場には、「フリーレンジ」(Free Range)の表示が出ている。



		100g当たり 英(円)
	○英国産	
	フリーレンジ・ブリティッシュ・ロースト・ハム	£ 2.55(472円)
	フリーレンジ・アップル・グレイズド・ハム	£ 2.55(472円)
	フリーレンジ・オレンジ・ママレード・ハム	£ 2.80(518円)
	フリーレンジ・ウィルトシャー・ハム	£ 2.80(518円)
	フリーレンジ・ハニー・ロースト・ハム	£ 2.55(472円)
	フリーレンジ・ロースト・ターキー・ハム	£ 3.50(648円)
ブリティッシュ・ガモン・ジョイント	£ 1.10(204円)	

	○英国産	
	アンガス・ペッパード・ビーフ	£ 4.00(740円)
	フリーレンジ・スモークド・ターキー	£ 4.00(740円)
	フリーレンジ・ハニー・ロースト・ハム	£ 3.20(592円)
	フリーレンジ・ウィルトシャー・ハム	£ 3.20(592円)
	フリーレンジ・ローズマリー&タイム・ハム	£ 3.20(592円)
	ブリティッシュ・ロースト・ターキー	£ 2.09(387円)
	ブリティッシュ・ロースト・チキン	£ 2.09(387円)
	ウィルトシャー・ロースト・ハム	£ 2.69(498円)
	ウィルトシャー・ブレッディド・ハム	£ 2.69(498円)
	ウィルトシャー・ハニー・ハム	£ 2.69(498円)
	ウィルトシャー・オークスモークド・ハム	£ 2.69(498円)
	ブリティッシュ・ハニー・ロースト・ハム	£ 2.61(483円)
ブリティッシュ・オーク・スモークド・ハム	£ 2.61(483円)	



○イタリア産	
BIOオーガニック・プロシュート・コット	£ 5.57(1,030円)
BIOオーガニック・サラミ・ミラノ	£ 5.57(1,030円)
アンティパスト・ミスト (前菜盛合わせ)	£ 4.27(790円)
アンティパスト・プラッテル (大皿盛合わせ)	£ 4.19(775円)
プロシュート・クルード	£ 4.71(871円)
プロシュート・コット	£ 3.00(555円)
ブレザオラ・デッラ・ヴァレンチーノ	£ 5.57(1,030円)
プロシュート・ディ・パルマ	£ 5.42(1,003円)
プロシュート・クルード	£ 3.70(685円)
プロシュート・デル・ポッジオ	£ 4.94(914円)
○ドイツ産	
ジャーマン・ゲルスト	£ 2.55(472円)
ジャーマン・スモーク・サラミ	£ 2.12(392円)

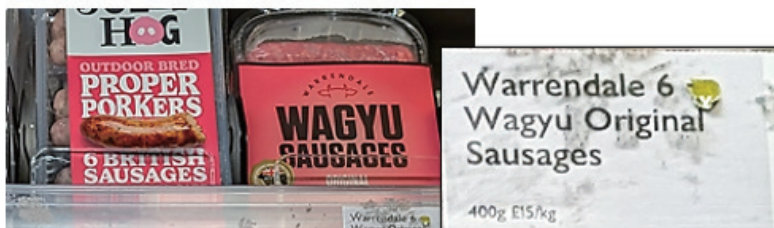


○英国産	
Heck 97%ポーク・ソーセージ	£ 0.85(157円)
Heck チキン・イタリア・ソーセージ	£ 1.00(185円)
Naked ポーク・チポラータ	£ 1.03(191円)
Naked アイリッシュ・レシピ・チポラータ	£ 0.94(174円)
Jolly Hog ブリティッシュ・ソーセージ	£ 0.78(144円)
オーガニック・ポーク・ソーセージ	£ 1.33(246円)
フリーレンジ・リンカンシャー・ソーセージ	£ 1.33(246円)
Denhy バック・ベーコン	£ 1.85(342円)
フリーレンジ・ポーク・ソーセージ	£ 0.84(155円)
No.1フリーレンジ・ポーク・ソーセージ	£ 1.13(209円)



○英国産	
Denhay バック・ベーコン	£ 1.85(342円)
Denhay バック・ベーコン	£ 1.96(363円)
Denhay ストリーキー・ベーコン	£ 1.39(256円)
Naked バック・ベーコン	£ 1.85(342円)
フリーレンジ・ストリーキー・ベーコン	£ 2.07(383円)
フリーレンジ・バック・ベーコン	£ 2.38(440円)
ブリティッシュ・ストリーキー・ベーコン	£ 1.60(296円)
バック・ベーコン・メープルシロップ	£ 1.60(296円)
ブリティッシュ・ベーコン・メダリオン	£ 1.60(296円)
ブリチッシュ・ベーコン・メダリオン	£ 2.00(370円)
カクテル・ソーセージ・ラップド・イン ベーコン	£ 1.99(368円)

○英国産 Wagyu のソーセージ



£ 3.75/100g(694 円)

(2)「マークス&スペンサー」(Marks & Spencer)

「安さで選ぶロンドンのスーパーマーケット・ランキング」という記事を見ると、「ウェイトローズ」が最下位、次いで「M&S」となっている。つまり、価格が高いということであるが、価格が高い分、商品の質は良く、野菜や果物は新鮮で、レンジで温めるだけの総菜品も美味しいので「たまの贅沢」と思う時には足が向くと、ブログに書いている人がいる。つまり、同店はウェイトローズとともに高級路線のスーパーマーケットに位置づけられている。一部に他社製品も置くようになったものの、取り扱う商品の多くが自社ブランドであるとされる。

英国国内に小規模業態店を含めて1,000店舗ほど存在するが、写真の食肉加工品売り場はロンドンのオックスフォード・ストリート店で撮ったものである。



100g当たり£ (円)



○英国産	
アウトドア・ウィルトシャー・ハム	£ 3.45(638円)
アウトドア・ウィルトシャー・アップルウッド スモーク・ハム	£ 3.45(638円)
アウトドア・ウィルトシャー・ハニーロースト	£ 3.17(586円)
ポークハム (リンゴとケンティッシュ・サイダー)	£ 3.80(703円)
ウィルトシャー・アップルウッド・スモーク	£ 3.17(586円)
フリーレンジ・スイート&スパイス・ハム	£ 3.70(685円)
フリーレンジ・ロースト・ハム	£ 3.10(574円)
アウトドア・ブレイン・ハム	£ 1.50(278円)
アングス・ロースト。ビーフ	£ 5.28(977円)



○イタリア産	
プロシュート・ディ・バルマ	£ 5.31(982円)
プロシュート・ディ・バルマOrganic	£ 10.86(2,009円)
クラシック・プロシュート・ディ・バルマ	£ 7.06(1,306円)
プロシュート・クルード	£ 4.40(814円)
モデナ・プロシュート・クルード	£ 4.00(740円)
モデナ・プロシュート・コット	£ 2.41(446円)
プロシュート・コット トリュフ入り	£ 6.00(1,110円)
○スペイン産	
ハモン・デ・ベジョータ・イベリコ	£ 17.50(3,238円)
ハモン・デ・セボ・イベリコ	£ 8.21(1,519円)
ハモン・セラノ	£ 4.67(864円)



○英国産	
アウトドア肥育・スモークド・ガモン	£ 0.90(167円)
アウトドア肥育・アンズモークド・ガモン	£ 0.90(167円)
アウトドア肥育・ハニーキュアード・ガモン	£ 1.17(216円)
アウトドア肥育・ショルダー・ジョイント	£ 0.60(111円)
アウトドア肥育・ガモン・ステーキ	£ 1.19(220円)



○英国産	
アウトドア肥育・バック・ベーコン	£ 1.77(327円)
アウトドア肥育・ストリーキー・ベーコン	£ 1.77(327円)
アウトドア肥育・スモークド/アンズモークド ストリーキー・ベーコン	£ 2.13(394円)
アウトドア肥育・スモークド/アンズモークド バック・ベーコン	£ 1.93(357円)



○英国産	
アウトドア肥育・ポーク・ソーセージ	£ 1.06 (196円)
アウトドア肥育・ソーセージ・75%ポーク	£ 0.85(157円)
アウトドア肥育・ソーセージ・60%ポーク	£ 0.79(146円)
カンバーランド・ポーク・ソーセージ	£ 1.06(196円)
アウトドア肥育・ハニー&マスタード・ ソーセージ	£ 1.06(196円)
アウトドア肥育・スイートチリ・ソーセージ	£ 1.06(196円)
アウトドア肥育・リンカンシャー・ 75%ポーク・ソーセージ	£ 0.64(118円)



○英国産	
アウトドア肥育・ビッグス・ イン・ブランケット	£ 1.68(311円)
アウトドア肥育・カクテル・ソーセージ	£ 0.90(167円)

(参考) M&S-Simply Food (幹線道路PAの小型店舗)

今回の調査で移動中に利用した幹線道路沿いの休憩場所 (PA) にある店舗においても、サンドイッチなどとともに、食肉加工品の基本アイテムとも言えるハム・ベーコン類が販売されている。



ハニーローストハム&チーズ・サンドイッチ	£ 3.50(648円)
卵、トマト、野菜のサンドイッチ	£ 3.20(592円)
ミネラルウォーター 500ml	£ 1.20(222円)
アウトドア肥育・バックベーコン 220g	£ 4.50(833円)
アウトドア肥育・ストリーキーベーコン240g	£ 4.50(833円)
アウトドア肥育・ウィルトシャー・ハム400g	£ 4.00(740円)
ロースト・チキン 100g	£ 4.00(740円)
プロシュート・ディ・パルマ 80g	£ 4.25(786円)
ハモン・セラーノ 110 g	£ 4.25(786円)
サラミ・ミラーノ 90g	£ 2.75(509円)

(3) テスコ (TESCO)

テスコの販売実態については、ケンブリッジの郊外にある大型店を調査したが、全容を把握できなかったため、ホームページに掲載の販売データで補充した。



○英国産TESCO Finest	
黒蜜・ウィルトシャー・塩漬ハム	£ 3.25(601円)
りんご&なし酒塩漬・ウィルトシャー・ハム	£ 3.25(601円)
ヒッコリー・スモークド・ハム	£ 3.25(601円)
ハニー・ロースト・ハム	£ 3.25(601円)
ウイスキーバレル・スモークド・ハム	£ 3.25(601円)
アップルウッド・スモークド・ハム	£ 2.60(481円)



○英国産	
ブリティッシュ・ハニー・ロースト・ハム	£ 1.72(318円)
ブリティッシュ・オークスモークド・ハム	£ 1.72(318円)
ブリティッシュ・ハニー・ロースト・ハム	£ 1.06(196円)
〃	£ 0.84(155円)
ブリティッシュ・クックド・ハム	£ 0.72(133円)



○英国産	
Naked バック・ベーコン	£ 1.80(338円)
Tesco Finest バック・ベーコン	£ 1.46(270円)
Tesco Finest ストリーキー・ベーコン	£ 1.46(270円)
Tesco Finest メダリオン	£ 2.05(379円)
ウィルトシャー・バック・ベーコン	£ 1.46(270円)
Tesco バック・ベーコン	£ 0.70(130円)
Tesco ストリーキー・ベーコン	£ 0.70(130円)
Tesco メダリオン	£ 1.25(231円)



○英国産	
Tesco Finest ガモン・ジョイント	£ 1.10(204円)
メープル&バーボン・ガモン・ジョイント	£ 0.79(146円)
ガモン・ジョイント	£ 0.70(130円)
ガモン・ジョイント	£ 0.63(117円)



○英国産	
Tesco Finest ブリティッシュ・チポラータ	£ 0.87(161円)
Tesco Finest ポーク&アップル・ソーセージ	£ 0.81(150円)
Tesco Finest ポーク・ソーセージ	£ 0.81(150円)
Tesco Finest カンバーランド・ソーセージ	£ 0.75(139円)
Tesco Finest トラディショナル・ソーセージ	£ 0.75(139円)
カンバーランド・ソーセージ	£ 0.51(94円)
Richmond ポーク・ソーセージ	£ 0.49(91円)
Tesco ポーク・ソーセージ	£ 0.38(70円)
Woodside Farms ポーク・ソーセージ	£ 0.33(61円)
ブッチャーズチョイス・ポーク・ソーセージ	£ 0.17(31円)

5. 専門店ーケンブリッジ住宅地の肉屋

ケンブリッジを訪問した際に、住宅地の中にある肉屋を見る機会があった。小さな店であるが、地元の消費者には、「ケンブリッジならこの店」と、頼りにされているようである。

ここでは、写真によって、店の様子を紹介することにとどめるが、肉製品の多くは店の中で作られたもので、買って帰って加熱調理して食べるものである。



6. まとめ

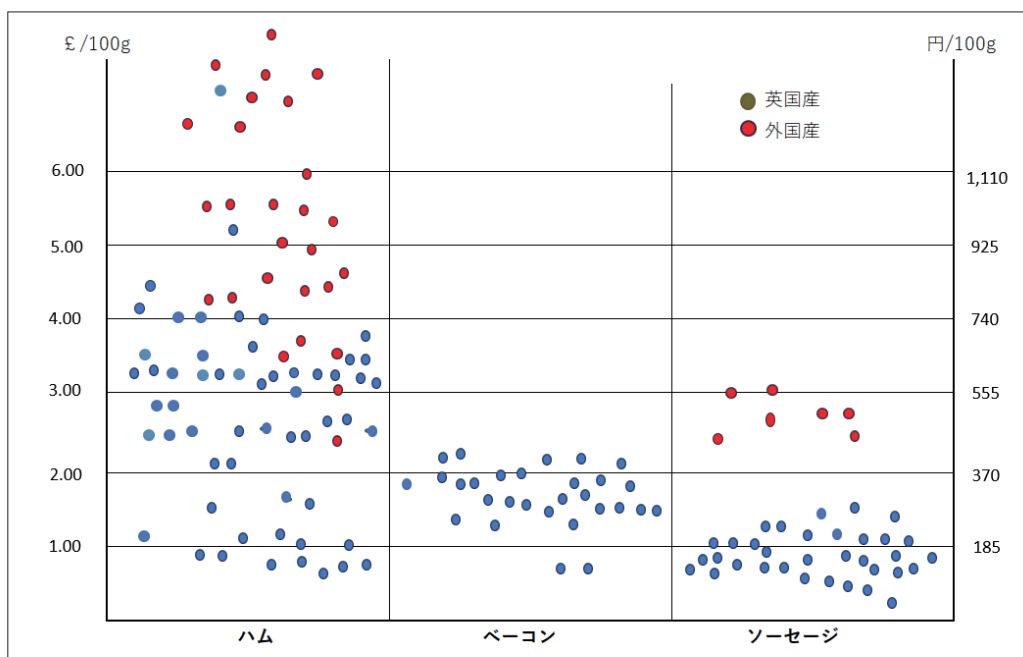
英国では伝統的に、たくさんの種類のハム、ベーコン、ソーセージなどの食肉加工品が存在する。それらは元々、昔から各地方で飼育されていた在来種の豚を加工したものであった。有名な産地としてはリンカンシャー、カンバーランド、ウィルトシャーなどがある。今回の調査では、フリーレンジ（放し飼い）やアウトドア・フェッド（屋外飼育）を表示する製品が目についた。

英国の小売業界は、Tesco、ウェイトローズ、マックス&スペンサーなどの大手スーパーマーケットの寡占下にあり、食肉加工品の多くは大手スーパーのPB（プライベート・ブランド）もしくはPB+産地ブランドの冠を付けて販売されている。食肉加工品の売り場は、広い店内で通路の端から端まで、両サイド全面の棚を使って、価格の安い物から高い物まで幅広く取り揃えられ、販売されている。一方、ハロッズやセルフリッジなどの高級店では、英国産のほかヨーロッパ各地の銘品が取り揃えられ、高品質・高価格の製品が販売されている。現地産のWagyuを使った新製品なども販売されている。

英国式朝食（イングリッシュ・ブレックファスト）として知られる、食肉加工品、卵、野菜を組み合わせた形の、朝からしっかりと食事を摂るといふ「食の文化」はすでに過去のものとなり、「朝は火を使わないことがポイント」などと簡便化が一般化していると言われる。それにしても、カリカリに香ばしく焼いて食べるバック・ベーコンやじっくりと火を通して食べるソーセージ類が大量に取り揃えられた売り場には目を見張るものがある。“Pigs in Blankets”(毛布にくるまれた豚)とユーモラスに表示した、チポラータと呼ばれる小型のソーセージをベーコンで巻いた製品などもあり、クリスマスのシーズンに親しまれていると聞けば、伝統的にさまざまな食肉加工品を作り、食べてきた国であることがわかる。

最後に、調査した小売店で販売されている各製品の価格帯を英国産と外国産に分けて、図1に整理しておく。

図1 小売店で販売されている食肉加工品の価格帯



第4章 フランスにおける食肉加工品の販売実態

1. はじめに

(1) シャルクュトリとは

フランスのスーパーマーケットや百貨店で「Charcuterie」（シャルキュトリ）を掲げる売り場には、たくさんの種類の食肉加工品が並んでいる。“シャルキュトリ”とは——その定義について、日本シャルキュトリ協会では、以下のように説明している。

「シャルキュトリ charcuterie とは食肉加工品全般の総称。chair（肉）+cuite（火を入れる）、が語源。ハム、ソーセージ、パテ、テリーヌなどの総称で、その多くは豚肉を原料とし、鴨やジビエなどを使うこともあります。これらを販売する店もシャルキュトリと言ひ、食肉加工技術を持つ職人をシャルキュティエ charcutier と呼びます。また、料理人がメニューのひとつとしてシャルキュトリを作成することもあります。塩漬けや乾燥、燻製など、肉の保存性を高める手段として発達し、その歴史はギリシャ時代までさかのぼります。

材料の種類、製法の違いにより多くの種類があります。材料は、「塊肉」、「挽き肉」、「内臓および血」と大きく3つに分類され、製法もまた、「非加熱」、「加熱」、「発酵・熟成」、「燻製」…と数タイプに分かれます。その組み合わせの数だけ、シャルキュトリは存在すると言ってよいでしょう。なかなか職業としての確立は見ませんでした。15世紀に豚肉を加工して販売する職業がシャルキュティエとして認められ、16世紀には豚の屠畜も認められるようになりました（現在は行わない）。イタリアでは、ラテン語のサル sal（塩）から派生したサルメリア salumeria、ドイツでは、メツゲライ metzgerei と呼ばれます」（<https://charcuterie.jp>）。

試しに、手元の『仏和辞典』で調べてみると、“Charcuterie”（シャル・キュ・トゥリ）について、①豚肉食品、②豚肉屋（店）のことと説明している。一方、“Boucherie”（ブシェ・リ）については「牛肉店」と説明して、CharcuterieはBoucherieと違い、豚肉の他、jambon（ハム）、saucisson（ソーセージ）、pate（パテ）などの豚肉加工品も扱う、と説明している。“charcuterie”を説明する辞典において牛と豚の違いにこだわる理由は何か？

調べてみると、これを教えてくれる文献が見つかった。「中世の料理書『ル・ヴィアンディエ』のこと」と題する論稿である（<https://lespoucesverts.org/archives/2951>）。同稿においては、以下のように書かれている。

「『ル・ヴィアンディエ』はいまから600年以上昔、14世紀頃に書かれた料理書だ。活版印刷技術が普及した15世紀以降、何度も刊行された、いわばベストセラーだ。原題の Le Viandier は「viande に関するもの(本)」という意味だが、この viande はいまで言う「食肉」のことではなく「食べ物一般」とか「料理一般」を指す。ちなみに中世フランス語で「食肉」は char（現代フランス語の chair）。シャルキュトリ charcuterie の char だ。charcuterie の cute は cuite（←curie）のことだから、シャルキュトリは「食肉に火を通す(調理すること、調理したもの）」が語の成り立ちとしてある。シャルキュトリがもっぱら豚肉加工品を指すのは15世紀にブウシェ boucher（肉屋）のギルドからシャルキュトリのギルドが分離独立した際に、勅令で取扱品目を豚肉に限定されたから。現代フランス語の viande de boucherie（直訳すると「肉屋で売られている肉」）がもっぱら牛肉を指し、豚肉は含まれないのはこうした歴史的経緯と関係がある」

参考までに、もう一つの文献を読んでおく。邦訳『フランス式おいしい肉の教科書』（アルテュール・ル・ケンヌ著、広野和美訳、バイ・インターナショナル社刊）の中の、「豚の簡単な歴史」について述べている部分（中世における豚肉加工業者の出現）である。「ローマ帝国時代には、豚は他のどんな動物よりも好んで食されていたが、豚の飼育が盛んに行われたのは、なんとといっても中世である。豚の首に鈴をつけて町中をうろつかせ、街角に放り出されたゴミをあさらせていた。1331年、肥満王と呼ばれた当時のフランス国王ルイ6世の長子フィリップ王子の乗る馬が放し飼いの豚に突進されて王子が落馬する事故があって以来、豚をうろつかせることを禁じる王令が出されたために、このような豚の飼い方に終止符が打たれた。そんな中、地方では冬に入る前に、厳しい寒さが続く数カ月の食料とするために、豚を殺して塩漬けにする習慣がすでに定着していた。15世紀初頭には、火を通した豚肉を売る「豚肉屋」が現れたが、生の肉を売ることはまだ許されていなかった。この「豚肉屋」がやがて、今日よく知られている豚肉加工業者となった」

ここで「豚肉屋」と訳された原語は分からないが、“charcutier”（火を通した豚肉を売る店）であるとすれば、当初は生の豚肉を売ることは許されなかったが、豚肉加工品の普及が進み、販売量が増して、「ブウシェ boucher (肉屋) のギルドからシャルキュトリのギルドが分離独立」する際に、「豚肉だけは、豚肉加工品に加えて販売することが許される」ようになったということではないか。筆者が参照したのは『パスポート初級仏和辞典』であるが、“charcutier”の説明については、以上のような歴史的な背景が考慮されていると考えられる。

(2) フランスの「ジャンボン・ド・ヨーク」

本稿英国編で記載した「ヨークハム」については続きがある。稲葉由紀子著『パリのお惣菜』を読み進めると、「外側は薄桃で、芯は薔薇色。要人たちの愛した極上ハム—Jambon d'York (ヨークハム)」という興味深いタイトルと出会うからである。

「お惣菜店（引用者注・シャルキュトリ）というのはもともと雰囲気は日常的なので、何げなく入ってから、改めてその格の高さに気づくことも多い。高級店「ヴィニョン」の場合がまさにそうだった。年末に向けてふだんよりちょっと豪華で工夫のある食材を探していた。フォアグラやキャビアでは月並みだし、家族は高脂肪の食品を好まない。こちらの勝手な希望を聞いたご主人のヴィニョン氏、深くうなずいて「それならヨークハムがいい」。目の前で、まだ布巾に包まれて運ばれてきたばかりの骨付き股肉（引用者注：原文）にナイフを入れてくれた。純白の脂肪の下はうっすらとピンクを帯びたきめ細かい肉。切り進んで骨に近づくとつれ、薔薇色が濃くなってゆく。＜時間と手間をかけた、骨付きハムの王様＞である。

（店主の説明によれば）まず濃い塩水に数週間浸け、塩出し、乾燥、加熱と何工程もかけて作るのです。だから表面は塩味が薄く、中から旨味がしみ出してくる。これは何十年も前からうちの自慢の品で、アンドレマルロー氏が大臣の時、よく特注がありましたという。エリゼ宮やシャンゼリゼから遠くない場所柄か、彼の話には新旧の政治家や有名人が次々に登場してくる。・・・ヴィニョン氏の言葉どおり、その極めつきのハムの味のおいしかったこと。この豊潤な味わいに比べれば、ふつうの骨付きハムはあまりに単純で素朴。これでノエル（引用者注：クリスマス）の夜のテーブルは、どんなに晴れがましくなることだろう。さらに、キジやイノシシなどの野禽を使った特製テリーヌを前菜に加えれば、もう準備は万全」（以上、『パリのお惣菜』より）。

この店では、店内で「ヨークハム」が丁寧に作られて、これが要人の間でも好評であったようだ。この本が書かれたのは、2000年代前半の頃なので、現在も営業しているのか調べてみたが、同店はすでに無くなっているようである。

パリでは昔から、ヨークハムの名声が高かったことを示す写真が残っている。1930年代に撮ったとされる写真がインターネット上に出ている。小さい文字で分かりにくいですが、「JAMBON D'YORK」を掲げた店であることが確認できる。

こうして「ハムの王様」と言われてきたヨークハムであるが、今回調査したパリ市内の店舗では見つけることはできなかった。本家の英国内でもそうであったが、過去の名声はいつに？という状況である。

調べてみると、フランスの地方都市ショーモン市のグライヨ・ディディエとい

う肉屋がいまでも自家製のヨークハムを作って、オンラインなどでも販売していることが分かる。同店の説明によれば、「亜硝酸塩を添加せず、屋外で育てたラベル・ルーージュの放し飼い豚を使用し、ブナ材で燻製したハムです。ヨークハムはイギリス原産で、今日ではフランス美食の代表的な存在です。細心の注意を払って調理され、薄い塩水で塩漬けされ、軽く燻製されるため、非常に独特の味と香りが与えられます。このハムを作ったのは私たちの祖先であるケルト人またはガリア人でした」と、店主は紹介している。



<https://www.alamyimages.fr/photo-image-la-maison-du-jambon-d-york-entreprise-olida-dans-les-annees-30-rue-drouot-paris-france-121914847.html>



(3) フランスの「ベーコン」

英国編の続きがもう一つある。いわゆる英国式朝食（イングリッシュ・ブレックファスト）に欠かせないのが「バック・ベーコン」であるとされる、しかし現代では、ほとんどの家庭がもっと軽い朝食で済ませるようである。ところが、スーパーマーケットのベーコンを販売する売り場を見ると、いまでも驚くほどの品揃えである。

では、パリではどうか。ベーコンがあまり見当たらない、あっても少ないのである。食文化の違いだけではないらしい。前掲「フランス式おいしい肉の教科書」によると、フランスには、そもそもおいしいベーコンがない、というのである。「フランス人は、ベーコンのことが何一つわかっていない。フランスのベーコンは、ぱさついて脂がなく旨味もなく、こんがりとした焼き色はまったくつかない……。つまり、よいところは少しもなく、まったくの負け犬だ。……。それに引きかえ、イギリスのベーコンときたら、フランスのベーコンとはまったく違う。高級ベーコンにするために特別に飼育される豚に品種があるほどだ。たとえばタイムワース種（引用者注：タムワース種）、ブリティッシュ・サドルバック種、あるいはバークシャー種やグロスターシャー・オールド・スポット種でもおいしいベーコンができる。これら

の品種の豚は、消費者を喜ばせるために愛情を込めて飼育される。・・・フランス製ベーコンは、ベーコンというより“名もないもの”だ。工場で製造され、水で薄められ、質の低い燻製で、何もよいところはない。要するに、まったく心に残らない」と書いている。

著者のアルテュール・ル・ケヌヌ氏は肉屋でも肉の専門家でもなく、料理好きが高じて、一流の畜産家や研究者、美食家との交流が深く、この本は世界9か国で翻訳され、肉が大好きな人々に読まれているという。多少オーバーな表現にもなるのであろうが、「哀れなフランス製ベーコン」と、こき下ろしている本である。

“哀れなフランス製ベーコン”と“美味しいと言われたことがない英国製ソーセージ”。肉と肉製品を愛する人々の間でも評価が分かれる「食の文化」の違いを、我々はどのように理解すべきなのか、よくわからないと言うのが正直なところである。

(4) フランスのソーセージ

ゲイリー・アレン著『ソーセージの歴史』によれば、その昔、古代ローマ軍団がやってきたほかの地域と同様に、フランス（当時のガリア）にはソーセージの根強い伝統があるという。14世紀に書かれた家政書には、豚のほぼすべての部位を使ったソーセージやプディングの作り方が詳細に記載されているということである。

同書の説明にもあるとおり、「もっとも基本的なフランスのソーセージは保存処理せず、つ



くりたての生のままで販売されている」というものである。パリの肉屋で撮った写真の左「ソーシス・オ・クウト」(Saucisse au couteau : couteauは包丁、ナイフのこと)は、包丁で刻んだ肉に塩、胡椒を加えてケーシングに詰めただけのシンプルなソーセージである。これに、好みのハーブを加えたものが写真中央の「ソーシス・オ・エルブ」(Saucisse aux herbes)。さらに、原料が「ビゴール黒豚」となれば、写真右の「ソーシス・ド・ビゴール」(Saucisse de Bigorre)となつて、価格でも格上のソーセージになる。

アルテュール・ル・ケヌヌ氏は、前掲『フランス式おいしい肉の教科書』の中で、フランスの高品質豚に言及している。著者が世界の最高品種（極上中の極上豚）として挙げるのは、豚肉加工品が特に美味しいという「イベリコ豚」と、脂が“和牛のように美味しい”という「マンガリツア」であるが、同時に、フランスのノワール・ド・ビゴール（いわゆるビゴール黒豚）とリムーザンの黒尻豚、およびニュストラル豚の3種が「極上中の極上豚」であるとしている。さらに、これらに次いで、フランスのバイヨー豚（邦訳のまま）、ピ・ノワール・デュ・ペイ・バスク（バスク豚）も極上豚であると評価している。シャルキュトリの販売実態の中では、しばしば表示されているこれらの豚を原料に使った加工品は価格がワンランク高いものになっている。



地名を表記したソーセージで昔からよく知られているものに南フランス・トゥールーズ発祥

の「ソーシス・ド・トゥールーズ」(Saucisse de Toulouse)がある。これは、スーパーマーケット「カルフル」でも、英語表記で「Traditional Toulouse sausage」「Traditional sausage from Toulouse」として7品が販売されているほど普及している。これが“伝統的”なものであるなら、一方で、“モダン”なソーセージも生まれている。例えば「ソーシス・ド・マルセイユ」(Saucisse de Marseille)である。地元の肉屋が開発したもので、曰く、「トゥールーズのソーセージ、イタリアのソーセージ、モルトーのソーセージがあるのに、なぜマルセイユのソーセージを食べてはいけないのか？まるでマルセイユにいる私たちが他の人たちよりも暇で、愚かであるかのように！」と。地元の伝統的なパステイス(マルセイユで誕生したリキュール)の香りを活かして、アニスやフェネルと他のスパイスを微妙に組み合わせた香り高い、独創的なソーセージが誕生したという。

このように、地元ならではの新品が生まれる一方で、生活者の多国籍化に伴って新たに流通するようになった製品もある。写真中央の「Merguez」(メルゲーズ)がそれで、マグルブ諸国(モロッコ、アルジェリア、チュニジアなど北アフリカ北西部の地域)が起源とされる。イスラムの影響から豚肉は使わず、主にマトンで作られる細長いソーセージで、牛肉が使われたり、マトンと牛肉両方が使われたりすることもある。フランス語では、羊肉を使うものはソーシス・メルゲーズ・ダニョー、牛肉を使うものはソーシス・メルゲーズ・ブフ、両方を使うものはソーシス・メルゲーズ・ダニョー・エ・ブフと呼ばれる。



写真の左は「メルゲーズ」と同じ細長い形状の「シポラタ」(Chipolatas)、メルゲーズの右側はそのハーブ入りシポラタ(Chipolatas aux Herbes)である。

中段に見えるシポラタの隣には、肉を細かくした状態の「シェール・ア・ソーシス」(Chair à saucisse)が並ぶ。これは、直訳すれば「ソーセージのための肉」であり、腸詰めをする前の状態で店独自の肉の配合や塩味や香辛料等の味付けされている。しかしこれは、商品名のように家庭で“ソーセージを作る”ための材料ではない。左上に写っているようなフランスの家庭料理の定番の一つ、“トマト・ファル”(Tomates farcies)を手軽に作るために販売されているものである。あるブログには、「ファルシとは詰め物をしたお料理の名で、トマトだけでなくズッキーニや小さなカボチャ、あるいはハヤトウリなどのお野菜で作ることもあります」と書いてある。



スーパー「カルフル」で撮影

Boudin noir Boudin blanc



百貨店「ボン・マルシェ」で撮影

「ブーダン・ノワール」(Boudin noir：黒)や「ブーダン・ブラン」(Boudin blanc：白)も伝統的な豚のプディングで、シャルキュトリの売り場でよく見かける生ソーセージである。

以上はいずれも、売り場で販売されている多くの種類の中の生タイプのソーセージである。

分類上は、小型のものが「ソーシス」(Saucisse)、大型のタイプが「ソーシソン」(Saucisson)と呼ばれるが、サイズを見ただけでは区別できないものもある。製法も、乾燥したものの「セッシュ」(sèche) または「セック」(sec)、燻煙したものの「フュメ」(fumée)、加熱したものの「キュイ」(cuit) があり、これらを組み合わせた数の、たくさんのが売り場の棚に並んでいる。以下は、前掲『ソーセージの歴史』の中のフランスのソーセージに関する記述の引用である。

「ソーシソン・キュイは、食べる前に家庭で加熱調理する生ソーセージとは異なり、製造段階で加熱処理されたソーセージをいう。・・・ソーシソン・キュイ・オウ・マデーレは、マデイラワインとキャトルエビスで風味づけし、トリュフとピスタチオを飾りとして混ぜた加熱ソーセージだ。乾燥熟成させたサラミタイプのドライソーセージは、ソーシス・セッシュ、あるいはソーシソン・セックと呼ばれる。燻製したソーセージはソーシス・フュメ、あるいはソーシソン・フュメと呼ばれ、アンドゥイユや冷燻製ソーセージのソーシス・ド・モルトーなどがふくまれる」。

百貨店「ギャラリー・ラファイエット」で販売されているものについて、同店のWebサイトを閲覧して中身を見てみた。同じ形状でも「Saucisse de Lyon」という表示のシンプルなものから、ハム(Jambon) を中に入れたタイプの「Saucisse au Jambon d'Alsace」や、ピスタチオを混ぜ込んだ「Saucisse Pistachée」と商品の幅が広がる。また、同じ形状・包装の「Saucisson sec」でも、シンプルなサラミタイプの「Saucisson sec nature」、これにヘーゼルナッツ(noisette)を加えた「Saucisson sec aux noisettes」や、表面に粗挽き胡椒(poivre)を塗した「saucisson sec aux poivres」など、創意工夫で次々に種類が増えていくのがソーセージの特徴である。



(注) 百貨店「ギャラリー・ラファイエット」<https://gourmet.galerielafayette.com/c/le-marche/charcuterie/saucisse/>の商品説明に基づき作成。

2. 小売店 (肉屋) における販売実態

(1) Le Billet de Daguerre

フランスのシャルキュトリの実態を知るには、肉屋の総菜売り場を見るのが手っ取り早い。

パリ14区ダゲール通りの商店街に、肉屋「ビエ・ド・ダゲール」(Le Billet de Daguerre)がある。店内を見せてもらった。ここで、日本産和牛に出会うとは！ まったく想定外の出来事であった。「ENTRECOTE WAGYU MIYAZAKI JAPON」と表示されて、宮崎県産和牛のリブローズが1kg260ユーロ(100g当たり4,160円)で販売されていたのである。若い経営者らが3カ月前に開店したばかりという真新しい清潔な肉屋さんだが、スペイン産Wagyuやフランス産高級牛肉を熟成して販売するなど、将来はパリで高名でユーゴ・デノワイユ店やル・ブルドネク店などと競いあうことが期待できそうな良い店であった。

この店に、たくさんの種類の豚肉加工品や総菜類が取り揃えられている。



(Le Billet de Daguerre)

100g当たり€ (円)



メルゲーズ (ラム肉ソーセージ)	€1.79(286円)
シボラタ	€1.79(286円)
シボラタ・ド・エルブ	€1.79(286円)
ショリソ	€2.29(366円)
ソーシス・トゥールーズ	€1.79(286円)
ブーダン・ブラン・タマネギ入り	€2.69(430円)
ブーダン・ブラン・シャンパン	€2.59(414円)
ブーダン・ノワール・タマネギ入り	€1.79(286円)
ソーシス・ド・モルトゥ	€2.89(462円)
ソーシス・ド・モンベリアル	€2.79(446円)
ソーシス・ド・フランクフルト	€2.49(398円)

(注) 売り場の価格は「€/kg」で表示されているが、ここでは100g当たりを統一し、円換算は1€=160円で計算した。



○イタリア産	
ジャンボン・パルマ	€4.69(750円)
○スペイン産	
ジャンボン・セラーノ	€4.29(686円)
○フランス産	
ジャンボン・バイヨンヌ	€4.19(670円)
アンドゥイユ・ゲメネ	€4.09(654円)
ジャンボン・ブラン	€2.29(366円)

(Hugo Desnoyer) : 次頁



○スペイン産	
ジャンボン・パタネグラ	€25.95(4,152円)
ジャンボン・ブラン・パタネグラ	€5.99(958円)
ロモ・パタネグラ	€8.89(1,422円)
ソーシソ・パタネグラ	€5.89(942円)
ジャンボン・セラーノ	€4.89(782円)
○イタリア産	
ジャンボン・サンダニエレ	€5.69(910円)
○フランス産	
ジャンボン・ノワール・ド・ビゴール	€11.99(1,918円)
ジャポン・ド・モンターニュ	€4.46(714円)



○フランス産	
ジャンボン・ブラン・アンスイエヌ	€3.99(638円)
アンドゥイユ・ド・ゲメヌ	€4.59(734円)
ショリソ・アルティザン	€4.09(654円)
ソーシス・セシュ	€4.09(654円)
ブーダン・ブラン・オ・モリーユ	€3.99(638円)
ブーダン・ブラン	€3.09(494円)
ソーシソ・ノワール・ド・ビゴール	€2.06(330円)

(注) 売り場で販売されている製品の名称は、原則として、掲示されているプライスカードに記載されている表示である。以下同様。

(2) Hugo Desnoyer

ダゲール通りからブラール通りを左に折れてさほど遠くない所（16区）に、高名な「Hugo Desnoyer」（ユーゴ・デノワイエ）の店がある。当店を訪問した日本のある精肉店主は、次のように書いている。「フランスの肉屋といえばHugo Desnoyerというほど有名。パリの肉売り場は日本とは違って、日本だと3段か4段のショーケースが昔も今も変わらぬスタイルですが、パリではフラットが主流でなんとも華やかです。それと目に付くのがシャルキュトリです。パリの肉屋はどこもそうなのだが肉とシャルキュトリがセットになっています。スーパーの肉売り場でも迷うくらい陳列されているからうらやましい限りです」。

当店で販売されている最高値のシャルキュトリは、写真2段目に写っているスペイン産「ジャンボン・パタ・ネグラ」で1kg€259.50（41,520円）。次はフランス産「ジャンボン・ノール・ド・ビゴール」の1kg€119.90（19,184円）、これはアルテュール・ケヌヌ氏が「極上中の極上豚」と推奨する豚の加工品である。主な加工品の販売価格は前頁に記載した。



(3) Boucherie Daguerre

あるクチコミを見ると、「ダゲール通りには、美しいお店、レストラン、バー、魚屋、さまざまな部位の新鮮な肉を扱うおいしい肉屋がたくさんあります。経済的ではありませんが、肉はおいしいです」と書かれている。当店も、その華やかで美しい店の一つである。

当店でも、あの「ジャンボン・ノール・ド・ビゴール」や「ジャンボン・ド・バイヨンヌ」などの生ハム、「ジャンボン・ルイ・オスピタル」などの加熱ハム、そして各種ソーセージなど、多くのシャルキュトリや総菜品はもちろん、キジ (Faisan)、カモ (Colvert)、ハト (Pigeon)、山鶉 (Perdreau) などの野禽類、ブレス鶏、ルトー農場鶏、地鶏、雄鶏、雌鶏、オーガニック鶏などの家禽が数多く取り揃えられていて、見るだけでも楽しくなる店である。



(Boucherie Daguerre)



100g当たり€ (円)

○イタリア産 ジャンボン・ド・パルマ	€4.80(768円)
○スペイン産 ジャンボン・セラーノ	€4.29(686円)
○フランス産 ジャンボン・ノワール・ド・ビゴール	€10.29(1,646円)
ジャンボン・ド・バイヨンヌ	€4.10(656円)
ジャンボン・トリュフ	€3.99(638円)
ジャンボン・ホワイト	€2.29(366円)



ソーシス・アルザス	€2.99(478円)
ソーシス・ド・モルトゥ	€2.79(446円)
ソーシス・ド・ビゴール	€2.29(366円)
ソーシス・ド・ブフ・トマト・バジル	€2.19(350円)
ソーシス・オ・エルブ	€1.79(286円)
メルゲーズ	€1.79(286円)
ブーダン・ブラン	€3.29(526円)
ブーダン・ブラン	€3.19(510円)
ソブレサード	€2.99(478円)
ローストビーフ・キュイ	€3.59(574円)
ロティ・ド・ポーク・キュイ	€2.90(464円)

3. 百貨店・スーパーマーケットにおける販売実態

(1) 百貨店「ボン・マルシェ」(Au Bon Marche)

百貨店「ボン・マルシェ」では、牛肉を中心に食肉を販売する「LA BOUCHERIE」と、シャルキュトリを販売する「LA CHARCUTERIE」の売り場にわかれている。

百貨店「Au Bon Marche」の売り場



シャルキュトリの売り場では、まず、フランスを代表する各種の「Jambon cuit」(きれいなピンク色をした加熱ハム)が目にとまる。次頁の写真は、右から「JAMBON PRINCE DE PARIS」、有名な「ジャンボン・ド・パリ」ではなく、「ジャンボン・フランス・ド・パリ」である。フランスではなく「プリンスのプ」、王子の意である。「ジャンボン・ド・パリ」は、

18世紀の頃からパリとパリ近郊で製造され、フランス中に広まって「ハムの王様」と言われたものなので、その王様の直系と言う意味で「プリンス」（フランス）と名乗ったのであろうか。「“地元の美味しいものを食べよう!”。パリ11区にただ1軒だけ残っている名匠の工房で作られている加熱ハムで、“昔のままのパリ風に手作りされたもの”」、しかし、「ジャンボン・ド・パリ」を名乗れない理由があるらしい。「首都に残された最後の製造者が、地元のレシピの名前を使用できないのは本当に残念です」と、ブログに書かれている。

今回調査したパリの肉屋、百貨店、スーパーマーケットの売り場では、過去に「ハムの王様」として一世を風靡した「ジャンボン・ド・パリ」や「ヨークハム（ジャンボン・ド・ヨーク）」を表示する製品は確認できなかった。



JAMBON ANCIENNE TORCHON **JAMBON CUIT DE PORC NOIR DE BIGORRE** **JAMBON A L OS NITRITES AJOUTES** **JAMBON PRINCE DE PARIS**

右から2番目が「JAMBON A L OS NITRITES AJOUTES」（骨付き・亜硝酸塩無添加・加熱調理ハム）、3番目が「JAMBON CUIT DE PORC NOIR DE BIGORRE」。後者は。前述のフランスの極上豚「ノワール・ド・ビゴール黒豚」を原料にした加熱調理ハムである。そして、左端にあるのが「JAMBON ANCIENNE TORCHON」（昔ながらの製法で作った加熱調理ハム）である。4品の中で価格が一番高いのは3番目のビゴール黒豚のハムで1kg€49.90、日本円に換算すると100g当たり798円である。

ビゴール黒豚を使った生ハムが「JAMBON NOIR DE BIGORRE」。下の写真・中央の上段に写っているものである。この生ハムは1kg€127.00（100g 2,032円）で販売されており、「プロシュート・ディ・パルマ」36か月熟成（Parme 36 Mois AOPと表示）のイタリア産高級品（1kg€123.00：1,968円）よりも高価な製品である。この豚は、フランス南西部ピレネー山麓の限られた地域でのみ飼育されていた原生種で、70年代に激減し絶滅の危機にあったが、脂身の香りや赤身に味わいが再評価されて、いまや最高ランクで高く評価される加工品の原料となっている。日本のある販売店の情報によると、「1ヘクタールにつき25頭以下という少ない飼育数で放牧される贅沢な飼育環境であり、供



される餌は牧草、ライ麦、大麦、ドングリ、クリ等で、増体は一日450g程度、飼育期間は12か月と長い。肉質の特徴としては、赤身が全体の43%（一般的な品種の平均は56%）と少ない」という（<https://www.piatti.jp/SHOP/JNB.html>）。

100g当たり€ (円)



○イタリア産	
ジャンボン・パルマ36か月熟成	€ 12.30(1,968円)
ジャンボン・パルマ26か月熟成	€ 6.99(1,118円)
ジャンボン・サンダニエレ	€ 8.79(1,406円)
ジャンボン・ノルシア	€ 6.99(1,118円)
モルタデッラ・ポローニャ	€ 4.45(712円)
コッパ	€ 3.72(595円)
サラミ・ゴルフエッタ	€ 4.99(798円)
サラミ・スピナーータ	€ 4.49(718円)



○フランス産	
ジャンボン・キュイ・ビゴール	€ 4.99(798円)
ジャンボン・ア・ロス・ナイトライト	€ 4.79(766円)
ジャンボン・プランス・ド・パリ	€ 3.59(574円)
ジャンボン・アンスイヌ・トルション	€ 2.99(478円)
ショリソ・ビゴール	€ 7.50(1,200円)
ブーダン・プラン・アンスイヌ	€ 2.45(392円)
ブーダン・ノワール	€ 2.09(334円)



○フランス産	
ジャンボン・ノワール・ド・ビゴール	€ 12.70(2,032円)
ジャンボン・セク・レゼルベ	€ 5.60(896円)
コッパ・コルセ	€ 6.39(1,022円)
ロンツォ・コルセ	€ 6.39(1,022円)
ソーシソ・ド・マリヌ	€ 4.90(784円)
フィレ・ド・ポール・セシュ	€ 4.90(784円)
パヴェ・オ・ポアブル	€ 3.20(512円)



○フランス産	
ソーシス・ヴィエヌワズ (ウイーン風)	€ 3.29(526円)
ソーシス・ヒュメ・アルザス	€ 3.19(510円)
セルヴラ・アルザス・スュペリウール	€ 2.25(360円)
フィセル・オウ・クミン	€ 3.35(536円)
ソーシス・フランクフォート	€ 2.35(376円)
ミニ・ソーシス・ド・モルトー	€ 3.29(526円)
ガランティーヌ・アルザス・ピスタチオ	€ 3.15(504円)
ポワトゥリヌ・キュイ・フュメ	€ 3.14(502円)
ベーコン	€ 2.99(478円)



○フランス産	
ソーシソ・セク・デクセプション	€ 5.45(872円)
ソーシソ・ド・マルシェ	€ 5.00(800円)
ソーシソ・セシュ・オ・エルブ	€ 5.00(800円)
ソーシソ・セシュ	€ 4.20(672円)
シボラタ・フレッシュ・グリイエ	€ 2.25(360円)
シボラタ・フレッシュ・グリイエ	€ 2.03(325円)

(2) 百貨店「ギャラリー・ラファイエット」(Galeries Lafayette La Mason Le Gourmet)

パリの高級グルメ・スポットと言われるこの店では、写真の棚にあるシャルキュトリに焦点を当ててみたい。

売り場はスペイン産、イタリア産、フランス産の棚に分かれている。



当売り場で最も高価なものは、スペイン産の「ジャンボン・パタネグラ・ベジュータ」と表示されている。

100g当たり€41.13、日本円に換算すると6,580円と、

とびきり高いものである。「パタ」(Pata)は脚、「ネグラ」(Negra)は黒い、の意である。スペインでは、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種を親とする、イベリコ豚を「100%イベリコ豚」と呼び、雌の100%イベリコ豚と雄の100%白豚(デュロック)を親とする豚を「50%イベリコ豚」、雌の100%イベリコ豚と雄の50%イベリコ豚を親とする豚を「75%イベリコ豚」と表示することが決められている。また、「デエサ」と呼ばれる樫の木などが成育している森林に放牧されて、ベジュータ(ドングリ)などの自然の産物だけを飼料とし、他の穀物飼料を一切与えられないことなく飼育されたイベリコ豚は「デ・ベジュータ」と表示する。そして、「100%イベリコ豚・デ・ベジュータ」を原料とする生ハム(原木)の脚の部分に「黒いタグ」が付けて証とする。それが、「パタ・ネグラ(黒い脚)」である。



	100g当たり€(円)
○スペイン産	
ジャンボン・パタネグラ・ベジュータ	€41.13(6,580円)
100%イベリコ・デ・ベジュータ	€40.71(6,514円)
ロモ・イベリコ・デ・ベジュータ	€23.13(3,701円)
ジャンボン・イベリコ・デ・ベジュータ	€20.63(3,301円)
75%イベリコ・デ・ベジュータ	€18.29(2,926円)
ハモン・イベリコ・デ・ベジュータ	€14.63(2,341円)
ソーシソン・イベリコ・デ・ベジュータ	€14.50(2,320円)
ブーフ・セシュ・シフォナード	€9.00(1,440円)
ソーシソン・イベリコ・デ・ベジュータ	€7.25(1,160円)
チョリソ・イベリコ・デ・ベジュータ	€7.25(1,160円)
シフォナード・ノア・デ・ジャンボン	€6.30(1,008円)
ジャンボン・セラノー	€5.50(880円)
チョリソ・シフォナード	€4.50(720円)
チェチーナ・デ・レオン	€4.00(640円)

100g当たり€(円)



○イタリア産	
ジャンボン・ディ・サン・ダニエレ	€9.29(1,486円)
ジャンボン・ディ・サン・ダニエレ	€8.28(1,325円)
ジャンボン・ディ・パルマ	€9.29(1,486円)
プロシュート・ディ・パルマ	€8.21(1,314円)
プロシュート・クルード	€8.43(1,349円)
ジャンボン・クリュ・トリュフ	€7.95(1,272円)
コッパ・グラン・レゼルバ	€6.13(980円)
コッパ・シフォネード	€5.80(928円)
ジャンボン・クリュ・パストレッロ	€5.41(886円)
パンチェッタ	€5.09(814円)
ソーシソン・ミラーノ	€5.09(814円)
モルタデッラ・トリュフ	€4.64(742円)
ブレザオラ・ブラックアンガス	€9.29(1,486円)
クラテッロ	€8.33(1,333円)



○フランス産	
ジャンボン・ノワール・ド・ビゴール	€18.63(2,981円)
ジャンボン・ノワール・ド・ビゴール	€17.33(2,773円)
アスイエトゥ・ド・アジャシオBIO	€7.25(1,160円)
コッパ・ド・アジャシオ	€7.22(1,155円)
ジャンボン・セック・アジャシオ	€6.56(1,050円)
ジャンボン・ド・オーヴェルニュ	€6.10(976円)
ジャンボン・ド・ピレネー	€6.10(976円)
ジャンボン・キュイBIO	€5.67(907円)
ジャンボン・キュイ・エルヴェ	€4.30(688円)
ジャンボン・ド・パリ	€3.70(592円)
ジャンボン・ル・ボン・パリ	€2.96(474円)
ブラン・ド・ブレHalal	€1.81(290円)



○フランス産	
ソーシソン・セック・オ・ノイゼッツ	€6.27(1,003円)
ソーシソン・セック・ナトゥール	€5.67(907円)
ソーシソン・リヨネーズ・ピスタシュ	€5.10(816円)
ソーシソン・セック・オ・ポワーヴル	€4.18(669円)
ソーシス・ナック・ド・アルザス	€2.46(394円)
ソーシス・ド・フランクフォルト	€2.46(394円)
ソーシス・オ・ジャンボン・ド・アルザス	€2.32(371円)
ソーシス・ピスタシュ・ド・アルザス	€2.20(352円)
ソーシス・ド・リオン	€2.20(352円)
ソーシス・ド・ブラーシュ	€1.98(317円)
ソーシス・ド・フュメ・ド・アルザス	€1.98(317円)
ソーシス・ド・ヴィヤンドゥ	€1.85(296円)

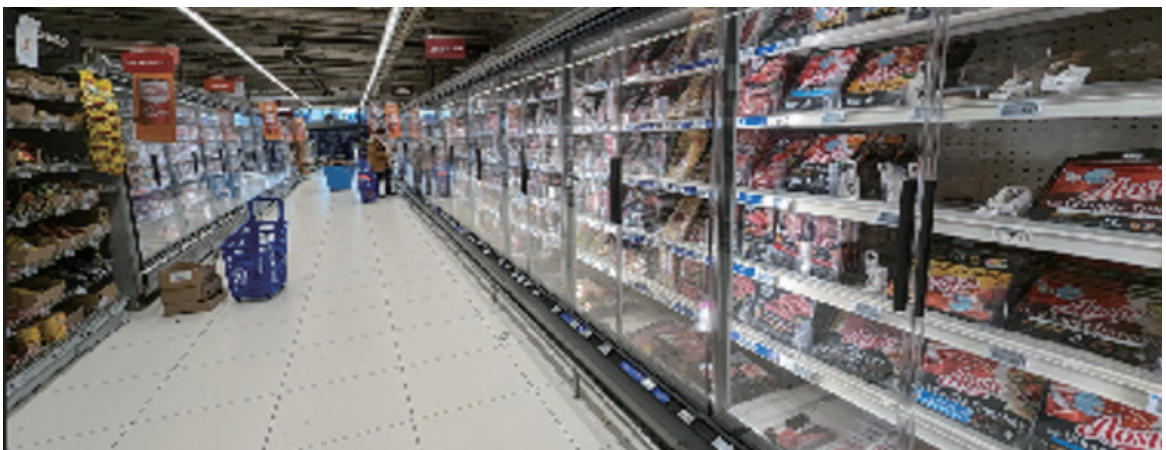
なお、ギャラリー・ラファイエットで扱う主なシャルキュトリについて、下記のホームページでたいへん参考になる説明や画像を見ることができる。

<https://gourmet.gallerieslafayette.com/c/le-marche/charcuterie/>

(3) スーパーマーケット「カルフルール」(Carrefour)

今回調査したカルフルールは、市内にある小型店ではなく、郊外型ハイパーマーケットである。店舗は広大であるが、高層の威容を誇る建物ではなく、周りの環境に配慮した形になっている。

同店では、シャルキュトリの売り場は、対面ケース、平台、そして通路両サイドいっぱいを使った棚の3か所である。一周しただけでは、扱う商品の種類も全部を把握しきれものではないが、フランス産を中心に特徴的なもの（表示が分かるもの）を次頁に示した。



100g当たり€(円)



○フランス産	
ジャンボン (表示不詳)	€3.00(480円)
ジャンボン・ロティ・エルヴ	€2.07(331円)
ジャンボン・キュイ・カルフル	€1.70(272円)
ジャンボン トルション	€1.90(304円)
ロティ・ド・ブフ・キュイ	€2.65(424円)
七面鳥胸肉のロースト	€2.60(416円)



○イタリア産	
サン・ダニエレ	€4.64(742円)
ジャンボン・ド・パルマ	€3.65(584円)
スペック・IGP・モントルシ	€3.49(558円)
ジャンボン・セック・カルフル	€1.99(318円)
プレザオラ・モントルシ	€5.73(917円)
○スイス産	
ヴィアンド・ド・グリソン	€6.10(976円)



○フランス産	
ロゼット (ソーセージ) ・カルフル	€2.35(376円)
ロゼット・エキストラ・スキニー	€2.22(355円)
パーベ・オウ・ボワーヴル	€2.27(363円)
フィレ・ド・ベーコン・ポーク・フュメ	€1.95(312円)
甘いチョリソ	€1.92(307円)
○イタリア産	
コッパ・ノストロナ・モントルシ	€3.10(496円)
マグニフィーコ・ソーセージ	€2.83(453円)



シェール・ア・ソーシス	€1.20(192円)
シポラタ・ナチュール	€1.40(224円)
メルゲーズ	€1.40(224円)
シポラタ・オ・エルブ	€1.50(240円)
ブーダン・ノワール・オニオン	€1.29(206円)
ブーダン・ノワール・オウ・ポム	€1.29(206円)



ソーシス・ド・トゥルーズ・オ・エルブ	€0.83(133円)
シストラ	€1.43(229円)
ショリーソ・ア・キュイール	€1.37(219円)



ポービエット・ド・ヴォー	€1.99(318円)
トマト・ファルシ	€1.19(190円)

(カルフル続き)



○フランス産	
ジャンボン・ド・バイヨンヌ	€4.35(696円)
ジャンボン・ド・モンターニュ	€3.95(632円)
ジャンボン・ド・オーベルニュ	€3.89(622円)
プラトウ・ド・モンターニュ	€3.89(622円)
ジャンボン・セック・シフォナード	€3.65(584円)
ジャンボン・セック・ブラックフォーレル	€3.45(552円)
ジャンボン・バイヨンヌ	€3.29(526円)
ジャンボン・クリュ・グラン・クラッシュ	€3.08(493円)
カルフル・ジャンボン・セック	€2.69(430円)



○フランス産	
ジャンボン・キュイ・オ・トルシヨン	€2.58(413円)
ジャンボン・キュイ・レデュイ・ア・セル	€2.50(400円)
ジャンボン・キュイ・ヒュメ・カルフル	€2.41(386円)
ジャンボン(Stewed superior ham)	€2.19(350円)
ジャンボン・キュイ (ル・ボン・パリ)	€2.28(365円)
ジャンボン・クリュ・フュメ	€3.45(552円)
ジャンボン・クリュ・グラン・トゥランシェ	€3.08(493円)



○フランス産	
ジャンボン・キュイ・オ・トルシヨン	€2.58(413円)
ジャンボン・キュイ・レデュイ・ア・セル	€2.50(400円)
ジャンボン・キュイ・ヒュメ・カルフル	€2.41(386円)
ジャンボン(Stewed superior ham)	€2.19(350円)
ジャンボン・キュイ (ル・ボン・パリ)	€2.28(365円)
ジャンボン・クリュ・フュメ	€3.45(552円)
ジャンボン・クリュ・グラン・トゥランシェ	€3.08(493円)

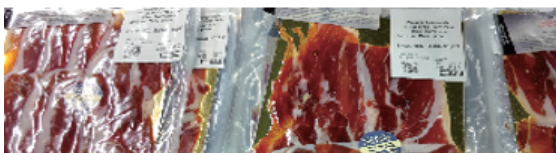


(牛肉加工品)	
ヴィアンド・ド・グリソン(Aoste)	€8.13(1,301円)
ノワ・ド・ブッフ(Aoste)	€7.36(1,178円)
ヴィアンド・ド・グリソン(Extra)	€4.99(798円)
ヴィアンド・ド・ブッフ・セシュ	€4.74(758円)
ファソン・トゥルネ・グリイエ・Charal	€2.05(328円)
ビフテック・ナトゥール・Socopa	€1.68(269円)

(4) スーパーマーケット「モノプリ」(MONOPRIX)

モノプリは、パリ市内に多くの店舗がある。写真は15区ルノワ通りにある店舗である。

売り場正面にシャルキュトリを陳列する大きな棚があり、ここでフランス産、スペイン産、イタリア産のハムやソーセージが販売されている。また、プロモーション用の平台や広いスペースの棚にはたくさんの製品が並んでいる。



100g当たり€(円)

○スペイン産	
100% イベリコ・デ・ベジュータ	€23.00(3,680円)
ジャンボン・デ・セボ・イベリコ	€10.41(1,666円)
ジャンボン・イベリコ・Navidul	€9.39(1,502円)
ジャンボン・セラノー	€4.54(726円)
○イタリア産	
ジャンボン・サンダニエレ	€8.28(1,325円)
ジャンボン・ド・パルマ	€8.21(1,314円)
ジャンボン・ド・パルマ	€7.64(1,222円)
ジャンボン・キュイ・ロティ・エルヴェ	€4.99(798円)
ブレザオラ・ブラックアングス	€8.56(1,370円)
ブレザオラ	€7.85(1,256円)



○フランス産	
ヴィアンデ・ド・グリソン	€10.74(1,718円)
ジャンボン・ロティ・シフォネード	€6.24(998円)
ジャンボン・ド・サヴォワ	€4.94(790円)
ジャンボン・ド・バイヨンヌ	€4.49(718円)
ジャンボン・キュイ・オ・トルシヨン	€3.85(616円)
ジャンボン・セク・デ・ピレネー	€3.49(558円)
ジャンボン・ル・アンスイエヌ	€3.47(555円)
ジャンボン・キュイ・オ・トルシヨン	€2.69(430円)
ジャンボン・エルヴ・ド・プロヴァンス	€2.24(358円)
ジャンボン・キュイ・ル・ボン・パリ	€2.03(325円)



○フランス産	
ソーシソン・ア・ラ・トリュフ	€6.86(1,098円)
ソーシソン・セク・オ・ノワゼット	€5.79(926円)
ソーシソン・オ・ノワゼット	€4.31(690円)
ソーシソン・セク・アンスイエヌ	€3.20(512円)
ソーシス・セクBIO	€3.99(638円)
ソーシス・ド・モルトゥ・フュメ	€3.44(344円)
ソーシス・ド・モルトゥ	€2.87(459円)
ソーシス・ド・フランクフォルト	€2.58(413円)
ソーシス・ド・トゥルーズ	€1.25(200円)
ロゼット・ド・リヨン	€4.69(750円)
ブーダン・ブラン	€2.69(430円)

(参考) オフ・シーズンのために売り場にはないBBQ用製品 (Socopa社の事例)

今回視察した時期は11月であったために、季節的に売り場には並んでいないシャルキュトリがある。訪問先のSocopa社が製造しているBBQ用などの製品がその事例である。

Socopa 社の BBQ 用製品 (串刺しのもの)



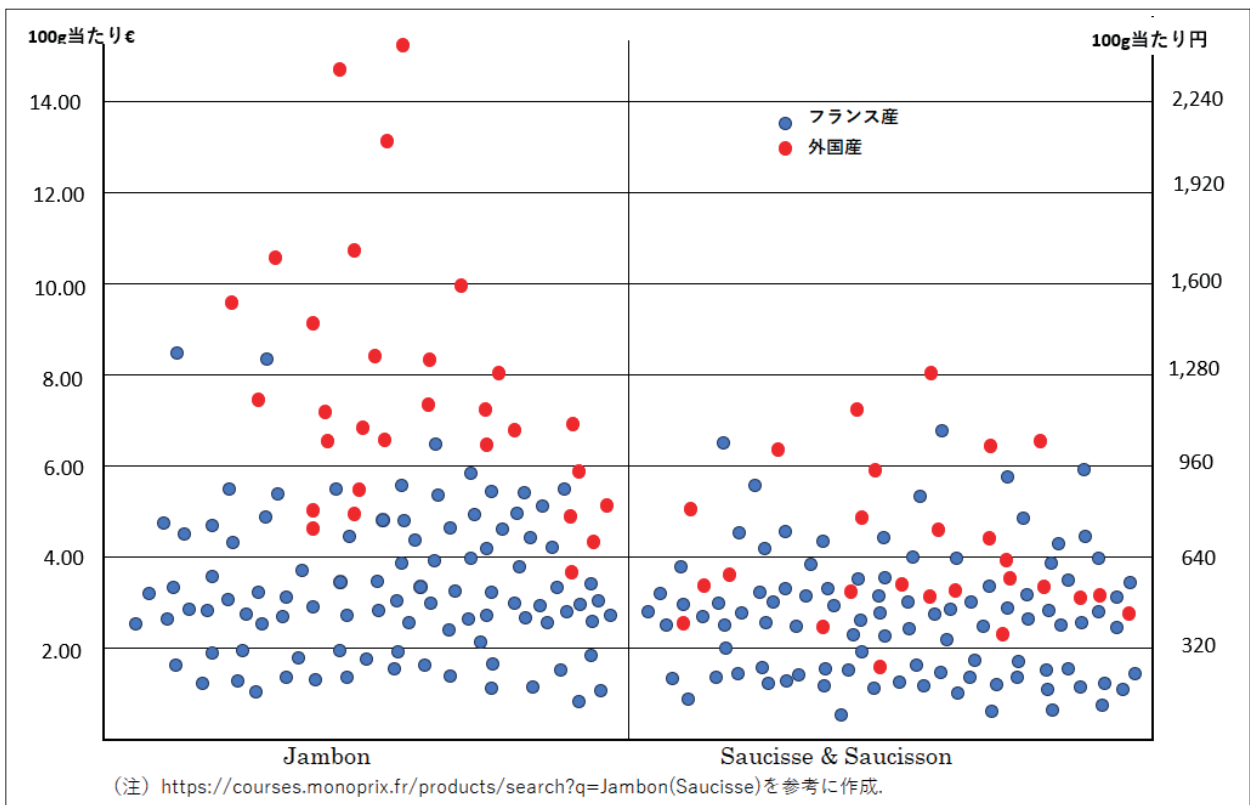
(5) スーパーマーケットで販売されている食肉加工品の価格帯

スーパーマーケット「モノプリ」のホームページに記載されている商品情報（売価）を利用して、「ジャンボン（126アイテム）」及びソーシス&ソーシソン（117アイテム）」について、100g当たりの販売価格及びフランス産・外国産の区分を調べてみた。その結果は下図のとおりである。

ジャンボンについては、フランス産はほとんどが100g当たり1.5ユーロ程度から6ユーロまで（240～960円）の価格帯にあり、それ以上の高価な商品は主に外国産であることが分かる。フランス産の中でもピゴール黒豚のような極上豚を原料にした製品（ジャンボン・ド・ノワール・ド・ピゴール）だけは外国産並みに高価である。ソーシス及びソーシソンについても、概ね同様の分布となっているが、ジャンボンと比べると、少し価格帯は下がる。

同店は、商品の質の良さに定評があり、高級感のある品揃えが人気の理由と言われる。この図から、パリで生活している人々がどのような価格帯の食肉加工品を日常的に購入しているかが分かる。

スーパーマーケットで販売されている食肉加工品の価格帯



4. まとめ—シャルキュトリの魅力

最後に、今回の2日間にわたるフランス調査で見聞した結果に基づき、シャルキュトリの魅力をまとめておく。

最初に挙げたい魅力というのは、シャルキュトリの売り場は見るだけでも楽しい。一つひとつ味わってみたいと思うものばかりであったということである。手軽に食べられて、美味しいというのが何よりも魅力である。パリでは、ハムサンドを「Jambon Beurre（ブール：バターのこと）」という。バターをたっぷり塗った堅焼きバゲットにジャンボン（ハム）を挟んだサンドイッチ（写真の上段）がフランス人は大好きだと聞く。我々のような旅行者には、シャルキュトリの盛り合わせ（写真の下段）がベストであった。



第二に、種類が非常に多いという魅力である。稲葉由起子氏は前掲『パリのお惣菜』の中で、シャルキュトリというのは「一頭の豚を、頭から尻尾まで食べるためのフランスの知恵」と書いている。さまざまに加工して、保存して、美味しく食べるための工夫は、ガリア・ローマ時代からの伝統を受け継いだものとして書いている。また、渡辺麻紀氏は『シャルキュトリーフランスのおそうざい』の序文でこのように書いている。「はるか昔に、フランスという国の誰かが、知恵を絞って工夫をして作り上げた料理。それがたくさんの人の手によってさらに工夫され、テクニックや気持ちのエッセンスがまた加わり、でも、肝の部分は変えられずに大切に守られながら、時を経て今こうして自分たちの手の中に・・・」と。

昔から今に至るまで受け継がれてきた人々の知恵や創意工夫は、地域や国々によっても特徴が見られる。現代は、各地域や国々の伝統、食文化、知恵や創意工夫に根ざしたさまざまな食肉加工品が、地域や国境を越えて流通しており、それらが今回視察したパリのシャルキュトリの売り場に集結していることを思えば、「種類が非常に多い」のは当然なことなのである。

第三に、売り場における商品構成の幅と高さ・深さの魅力である。ジャンボン・ド・ヨーク、ジャンボン・ド・パリ、ジャンボン・フランス・ド・パリ、ジャンボン・ノワール・ド・ピゴール、ジャンボン・ド・ピレネー、ジャンボン・ド・バイヨンヌなどフランス産のほか、スペイン産（ハモン・デ・イベリコ・ベジョータ）やイタリア産（プロシュート・ディ・サン

ダニエレ、プロシュート・ディ・パルマ) など、ジャンボン一つをとっても、品揃えの幅が広い。また品質・価格の面での高さ・深さは各店舗の販売実態や前掲図において見たとおりである。売り場では、ヨーロッパを代表する高価な品々から安価な普及品まで取り揃えられている。

第四に、ノエルの夜のテーブルでもホームパーティーの席でも主役の一品になるという魅力である。パリに暮らす人々は街中の肉屋・シャルキュトリ(店)で見つけた一品を購入し、これにちょっと手を加えた総菜を加えることで、ノエル((Noël:クリスマス)の夜のテーブルが晴れがましくなるという。また、美味しそうに焼き目のついたソーシスの香りや真っ赤なトマト・ファルシの彩りもホームパーティーを盛り上げてくれるものである。

第五に、夏や冬の季節になると売り場に並ぶ製品があるというのも魅力的である。今回の視察は11月であったために売り場で見ることができなかったが、訪問先の工場の製品棚にあったのは、夏が近づくと人々が楽しみにしているBBQ用の串に刺した製品であった。逆に、白ブーダンがノエルが近づく季節になると山盛りに並ぶものの一つだと言われる。思い出されるのは英国の「ピッグス・イン・ブランケット(Pigs in Blankets)」。小さなソーセージをベーコンで巻いた製品をそう呼ぶのである。単に「ベーコン巻き」と言えば、季節を問わず需要があると思われるのに、「毛布にくるまれた豚」と名づけたために、冬場に食べるものになった(11月に訪問した英国の工場では繁忙期を迎えていた)。季節に応じて売り場の品揃えが変わるのもまた魅力ではある。

最後に、魅力いっぱいのシャルキュトリの売り場に我々の日本産食肉加工品が並ぶ日はやってくるであろうか。これまで見てきたとおり、その売り場には何百種類もの製品が並んでいる。伝統的な豚肉を原料とする製品ばかりではなく、健康志向からであろうか鶏肉や七面鳥を使った加工品も少なくない。そうした中で注目されるものの一つに牛肉の加工品がある。イタリアの「Bresaola」やスイスの「Viande des Grisons」などの伝統的な製品のほかに、現地のWagyuを使ったイタリア産、英国産の新製品が登場している。ロンドンの百貨店「ハロッズ」にはイタリア産のほかに英国産の新製品として「Olive Fed Wagyu Bresaola」と「Olive Fed Wagyu Salami」が陳列されていた。これらは、従来製品がもっぱら“牛赤身”であるのに対し、“牛サシ”が目につく。ならば、本物の日本産和牛肉を使った加工品の商品開発(例えば、「Roti de “Wagyu” cuit du Japon:和牛のローストビーフ・日本から」など)が検討されてもいいのではないかと考えられる。一方、健康志向のニーズを考えれば、いま一度、日本が得意とする「魚肉」に新たな光を当ててみるのも良いのではないか。ヨーロッパには、「Saucisson de poisson」「Saucisson de thon blanc fumé」「Saucisson de Méditerranée」のようなメカジキやホワイトツナ(びん長まぐろ)を使った先例がある。もっとも、パリの「ボン・マルシェ」に「Saucisson du Marin」という製品があり、“Marin”(海、船乗り)から連想すれば、“漁師めし”のような魚の加工品かと期待して調べてみたところ、まったく違った。昔、ノルマン人がカナダ沖合のニューファンドランド島まで何週間もかけて漁に出たときに海路で食べた塩漬け豚肉加工品に由来する伝統的なソーセージであると書かれていて、あらためて文化の違いを思い知らされたのである。こうしたヨーロッパの伝統や文化に真正面から立ち向かうことは容易ではないにしても、和牛のようなヨーロッパの伝統にはないもの、あるいは健康志向といった新たなニーズを手掛かりにして、日本ならではの“新しい加工品の価値”をヨーロッパ市場に向けて提案したいものである。

第5章 まとめ

イギリスはEUから離脱したものの経済活動は概ね従前どおりに動いているようであるが、経済成長率が2023年後半はマイナスとなり、インフレも続いている。しかしながら、国民の食品の購買が大きく変化しているとの話は聞かなかった。むしろ、ロンドンを中心に日本食の人気は高く、うどん、カレー（チキンカレー）、かつ丼、寿司など日系企業から地元企業まで参入している状況であり、日本の食材に対する関心の高さを感じた。

フランスもイギリス同様、低い経済成長とインフレが続いており、食品価格値上げの勢いが収まらない状況ではあるが、2024年のパリ五輪に向けた需要拡大が期待されているようである。

この様な中、ハム・ソーセージ・ベーコンなどの食肉製品は、イギリスの柔らかい細引きタイプのソーセージやフランスではベーコンがほとんど見かけないなど、加工方法、部位の扱い方、香辛料、味付けなどに違いがあり、両国の長い歴史の中で培われたハムソーなど食肉加工品の文化は脈々と繋がっており、今後も変わらずに続いていくと感じた。

ハムソーなど食肉加工品について、両国をはじめとするヨーロッパの伝統や文化に真正面から立ち向かうことは容易ではないにしても、和牛などのようなヨーロッパの伝統にはないもの、あるいは健康志向といった新たなニーズを手掛かりにして、日本の食文化を背景にした“新しい加工品の価値”をヨーロッパ市場に向けて提案できれば、多種多様な食肉加工品を知るイギリス・フランス人の食への旺盛な関心を刺激し、消費者が購入す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と思われる。

(参考：本稿中の円換算レート（2023年11月調査時点）)

通貨	円換算
1 ユーロ	160 円
1 ポンド	185 円
1US ドル	150 円