

# 牛肉好きのチリ人と 牛肉産業の低迷

北野浩一

チリの9月は最もチリらしい1カ月間となる。9月18日の「独立記念日」を中心として、広場などにフォンダと呼ばれる特設屋台が立ち並び、伝統的な農村の生活を復活させるお祭りが催される。エンパナーダ(ひき肉とゆで卵とオリーブが詰まったパイ)やアンティークーチョ(肉の串刺し)を食べ、普段はほとんど見ることのないクエーカという踊りが披露される。

このお祭りの出し物の一つに「ロデオ」がある。日本では「ロデオ」というと野生馬を乗りこなす米国の競技を指すことが多いが、チリでは馬に乗った騎手による牛追いの競技のことをいう。三日月形の競技場(メディアルーナ)に牛を放ち、2人の騎手がチームとなって牛を追い立ててメディア



「独立記念日」のフォンダの様子。アンティークーチョを焼いている。(筆者撮影)

ルーナの左右の端に馬で牛の側面に体当たりして動きを止め、これを3往復してその時の牛の打ち付けられた部位で得点を競う、というものである。牛の立場になって見ると残酷な気もするが、スポーツ競技としては400年の歴史があり、1962年にはチリ・オリンピック委員会が「国技」として認定し、由緒正しい伝統競技として定着した。これは同時に、牛の畜産に不可欠であった、馬による牛の移動制御技術を習得させる目的もあった。

## I チリの食生活と牛肉

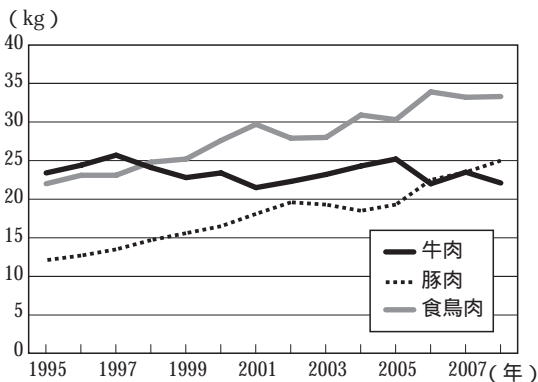
牛肉は、チリの食生活において日本とは比較にならないほど重要な食材である。牛肉が主役となるのは特にアサード(バーベキュー)の時であり、アサードは父の日、子供の日、誕生日などの記念日だけでなく、歓送会、昇進、果ては大統領の選挙の日など、何かにつけ行われる。使われる牛肉は日本の焼き肉のような平たいものではなくキロ単位の肉の塊で、それを塩のみで味付けし、炭火でじっくり焼く。チリで肉(Carne)といえば牛肉のことを指し、日常の食事でも牛肉を使った料理が多い。近年は健康志向の高まりで、特に女性を中心に鶏の皮なしムネ肉や七面鳥といったいわゆる「白い肉」の人気の高まっているが、一般的にいう「ごちそう」は牛肉料理が多い。

伝統的にはチリの食生活に牛肉は欠かせないも

のだが、牛肉の消費量自体は伸びていないことがデータからも裏付けられる。図1はチリの年間1人当たり食肉消費量の推移を示しているが、これによると牛肉の消費量は23キログラム前後で10年以上ほとんど変化がない。一方、鶏(ブロイラー)と七面鳥など食鳥肉消費量は年平均3.3%、豚肉消費は5.2%の増加を続け、食鳥肉が1998年、豚肉が2006年に牛肉を追い越している。これ以外には、羊肉・山羊肉・馬肉の消費があるが、食肉消費全体に占める割合は1%程度とわずかである。

牛肉の消費は停滞しているが、売り場では未だに最も目立つところに置かれ、陳列面積も最大である。さまざまなカットの仕方で売られるが、その多くは600~1000グラム程の塊である。これはアサードに使うのももちろん、赤身を煮込んだ料理など、家庭で塊のまま使うことが多いためである。逆に日本で良く売られているような薄切り肉はなく、日本人は韓国人などアジア系の食材専門店に行つてすき焼き肉やししゃぶししゃぶ肉の冷凍肉を買い求めることになる。

図1 チリの年間1人当たり食肉消費量の推移



(出所) INE[各年] "Produccion pecuaria: informe anual."

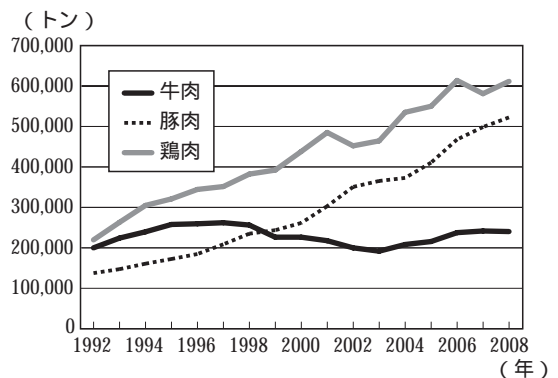
(注)「食鳥肉」はブロイラーと廃鶏、七面鳥を含む。

## II 停滞する牛肉生産

このようにチリ人の食生活には欠かせない牛肉であるが、消費量の30%近くは輸入品である。輸入量全体としては増えていないものの、ラテンアメリカ最大の食肉輸入国となっている。2008年の輸入国の内訳は、パラグアイが約半分を占め、隣国アルゼンチンがこれに次いで3割である。これらの国々は広大な牧草地を有し、価格や品質の面でチリ産牛肉を圧倒する。近年では遠く離れたオーストラリアからも1割程度輸入され、また今年になってからは米国産も散見されるようになり、先進国からも食肉を輸入する時代が来たことが話題になった。

牛肉の輸入量が多いのは近隣に競争力が強い国々が多く、またチリ食肉市場の開放が進んでいることも原因であるが、同時に他の食肉と比較して国内生産量の伸びが停滞していることも理由としてあげられる。図2は、牛・豚・鶏(ブロイラー)の食肉生産量の推移を示している。鶏肉と豚肉の生産量はほぼ平行して増加を続け、2007年には鶏肉が約58万トン、豚肉が約50万トンに達している。年率平均にすると、鶏肉は約16%、豚肉は11%と高い成長率を誇る。これに対し、牛肉の生産量は

図2 チリの食肉生産量推移

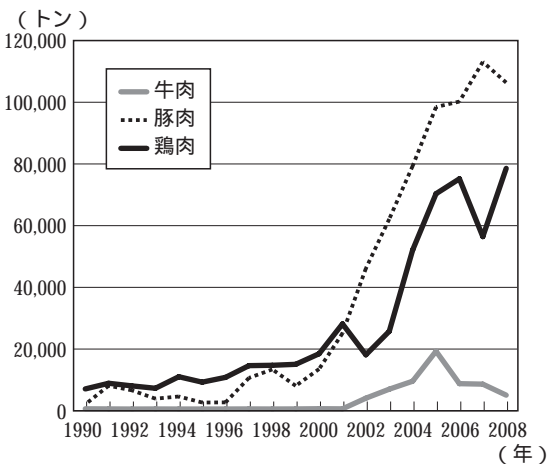


(出所) ODEPA ホームページ 2009年6月20日アクセス。

ほとんど横ばいで、1997年に約26万トンに達してからは、2000年代前半はやや減少に転じている。1992年の段階では豚肉よりも45%多く生産していたが、1999年に逆転し、その後は鶏肉・豚肉との生産量の差は拡大し続けている。

輸出の側でみると、豚肉・鶏肉と牛肉輸出の違いは明白である(図3)。鶏肉は1980年代、豚肉は1990年代に日本や欧米など先進国市場向けに輸出を開始し、近年ではメキシコや韓国といった自由貿易協定(FTA)を締結した国々を中心に輸出を拡大している。豚・鶏食肉輸出企業が農場から加工、輸送システムまで自前で所有することから、トレーサビリティに有利で、安全・衛生基準を輸出国に適合させやすいことが強みとなっている(北野[2008])。これに対し牛肉は、総じて衛生基準も低く、輸出用基準に達した解体処理工場は現在でも全国58カ所の工場のうち7カ所にすぎず(SAGホームページ 2009年9月13日アクセス)、せり市取引の比率が多いことからトレーサビリティも完全ではない。2000年代になってわずかながら輸

図3 チリからの食肉輸出量推移



(出所) ODEPAのホームページ 2009年6月20日アクセス。

出を開始し、米国やブラジルなど大生産国での狂牛病問題が発生した2005年には、それらの代替的供給国として注目され、年間2万トンにまで達した。しかしこれらの国々での輸出が再開されると、再び下降に転じている。

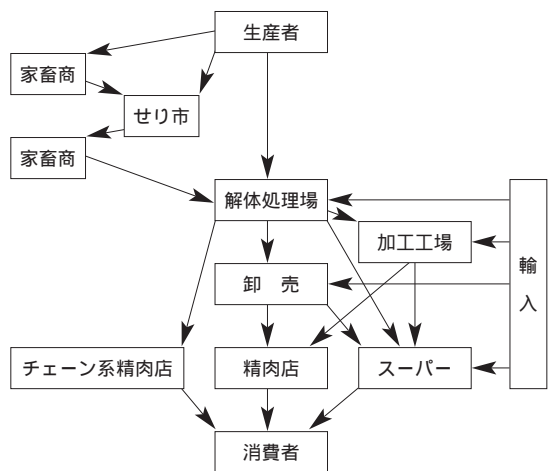
### Ⅲ 牛肉の生産・流通

牛肉は、農場から小売市場に達するまで複雑な流通経路をたどる。図4はこれを図示したものである。このように多段階的で多くの市場取引を伴う牛肉の流通経路は、単一企業によって完全に垂直統合されている豚肉・鶏肉の流通経路と大きく異なる。以下では、牛肉生産の各段階の概要をODEPA[1997]にそってまとめる。

#### (1) 家畜商

需要者と供給者を結び付ける役割を担う。しかし、実際に自己資金で売買を行うことはなく、仲介料を取引価格の0.5%受け取る。ただし、中には自己資金で買い付け、これを売却することで利ザヤを得る業者もいる。

図4 牛肉の流通経路



(出所) ODEPA[1997: 3]

## (2) セリ市

家畜が集められ、取引される場所である。買い手は、せり場にあげられた牛を観察し、公開入札方式で価格を競い上げながら必要な牛を落札する。せり市の主催者側は、買い手と売り手双方から落札価格の3%ずつの手数料を取るが、馴染みの顧客の場合には2%に引き下げられる。

## (3) 解体処理場

「食肉法」(Ley de Carne)によって、食肉流通経路で義務付けられている過程である。ここで、生体の牛が枝肉や切り身に加工される。解体処理場は、最低限の解体施設からなる「屠畜場」(Matadero)、「冷蔵施設を備えた冷蔵工場」(Frigorífico)、「解体工場」(Plantas de despostadora)と分類される。

## (4) 小売り(スーパーマーケット、精肉店)

小売部門は、従来は精肉店が主であったが、しだいにスーパーでの購入比率が上がってきており、現在では約30%がスーパーでの購入となっている。精肉店とスーパーでは肉の仕入れ方が異なる。精肉店はほぼ全量を枝肉で買い付け、店舗で各部位に切り分けるが、スーパーでは解体処理場から切り身での納入が増えてきている。

近年の傾向としては、解体処理場の淘汰が進ん



チリ南部に多いクラベル種の牛。移民とともにドイツから持ち込まれた、肉乳兼用種である。(筆者撮影)

で大手の市場シェアが高まり、農場との直接取引や小売部門への進出が多くなることがあげられる。一方、スーパーでの購買比率が高まり、スーパー側はプライベート・ブランドの創設など、解体部門との直接取引を進めている。その逆の側面として、せり市を通した市場売買は減少する傾向にある。1970年代には50%程度がせり市を通して取引されていたが、1990年代には30%にまで低下していると推測されている(ODEPA[1997:3])。これに伴い、家畜商の数も減少している。

## IV なぜ牛肉生産は近代化が遅れたのか?

同じ食肉生産でありながら、牛肉と鶏・豚肉では生産構造、および国際競争力が大きく異なる。その理由には、規模の経済が働きにくいという牛肉生産の特性がある。表1には家畜の州別畜産業者数と、飼育家畜数を示している。業者数で見ると、牛は12万5000と圧倒的に多く、一方生産重量で最大のプロイラーは15とわずかであることから、牛の生産は多数の小規模生産者によって担われていることがわかる。飼育数の地域的分布も異なり、プロイラーは首都圏州(RM州)と第VI州で全体の9割に達するほど集中しているが、牛は首都圏から南に1000キロメートル近く離れた第X州で3割程度飼育されているが、中南部の第VII州からX州にかけて分散している。豚の業者数は全国で7万5000と牛とプロイラー業者数の中間に位置するが、飼育頭数が多い首都圏では業者が少なく、逆に業者の多い中南部の諸州は飼育頭数が少ないというように、業者規模に2極化が観察される。

牛の生産は、需要地から遠い地域に拡散しているという特徴がある。表2には、牛肉需要地と生産地の違いを明らかにするために、需要地でなされる屠畜の頭数と、生産地でなされる肥育の頭数の比率をとった欄を右端に設けている。牛は首都

表1 州別畜産業者，飼育家畜数（2007年末）

州	牛		豚		鶏（ブロイラー）	
	業者数	頭数(1,000)	業者数	頭数(1,000)	業者数	羽数(1,000)
全 国	125,421	3,720	74,899	2,934	15	28,530
XV 州（アリカ，パリナコタ）	163	2	169	2		1,813
I 州（タラパカ）	39	0	166	2	2	
II 州（アントファガスタ）	78	0	286	2		
III 州（アタカマ）	176	7	282	1		
IV 州（コキンボ）	2,529	41	1,001	4	1	3
V 州（バルパライソ）	3,148	103	419	174	2	847
RM州（サンティアゴ首都圏）	2,641	102	538	1,298	7	11,421
VI 州（オイギンス）	3,709	83	1,324	860	1	14,441
VII 州（マウレ）	10,522	258	4,316	93		
VIII 州（ビオビオ）	23,973	449	17,661	180	1	5
XIV 州（ロス・リオス）	12,240	622	5,903	34		
IX 州（アラウカニア）	37,641	668	25,189	200	1	
X 州（ロス・ラゴス）	25,904	1,047	17,063	80		
XI 州（アイセン）	2,208	194	393	3		
XII 州（マガジャネス，南極）	450	142	189	2		

（出所）Censo Agropecuario 2007, およびINE[2009]

圏州など大消費地では肥育数に比べ屠畜される数が2.5倍になっている。その反対に、大生産地である第IX，第X州ではそれぞれ19%，25%とわずかである。このことから牛の多くは南部で飼育され、その後大消費地の首都圏に移動されて、そこで食肉解体処理されていることがわかる。豚はこれと対照的で、消費地に近い首都圏やその南に隣接する第VI州で飼育数が多い。

牛と豚では、直接取引の比率の地域分布も異なる。表2ではせりかけられる比率と屠畜される比率も示した。牛は全域で豚に比べせり市での取引比率が高いが、特に生産量に比べて消費量が多い首都圏(RM州)でせりかけられる比率が高い。豚は首都圏州と第VI州の大規模生産地ではせりの比率が低く、小規模生産者が多い第VII，VIII州でせりかけられる比率が高い。このことから、生産規模が大きくなると直接取引が進み、逆に規模が小さいと市場を通した取引が多くなる傾向がわか

る。

牛の屠畜地が肥育地から離れている要因の一つは、牛は生体の輸送コストが、冷蔵輸送に比べ低いためである。屠畜を行うと、その後の流通はワールド・チェーンを構築する必要があるが、体重の減少など生体輸送のコストが低ければ常温のトラック輸送が可能である。Fundación Chile[2000]の試算では、サンティアゴから南に700キロメートル行ったテムコからでは、枝肉の冷蔵輸送コストは牛生体の輸送コストに比べ約33%高くなることが示されている。これが肥育は広い牧場を確保しやすい南部で行い、せり市や屠畜は中部の消費地近くで行うという構造を作っている。同時に、生産者は消費地の近くで固定費や投入財費用が高い集約的生産を行わなくても、南部で天然の牧草地に依存した粗放的な生産を行いコストをかけずに消費地に輸送して、家畜商やせり市場を介して買い手を見つけることが可能である。

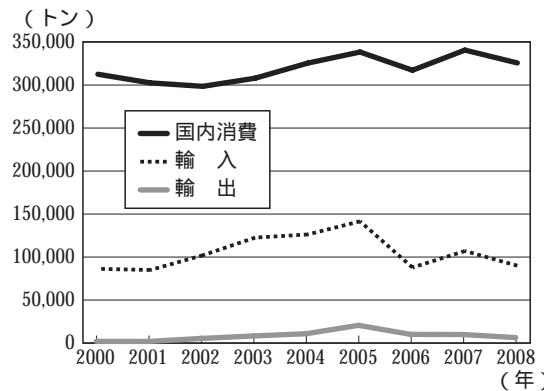
表2 牛・豚の州別生産・取引量

	牛					豚				
	肥育数 (頭)	せり市取引 (頭)	屠畜数 (頭)	せり市/ 肥育(%)	屠畜/ 肥育(%)	肥育数 (頭)	せり市取引 (頭)	屠畜数 (頭)	せり市/ 肥育(%)	屠畜/ 肥育(%)
合計	3,719,709	1,099,935	967,979	29.6	26.0	2,934,402	122,327	5,007,035	4.2	170.6
I 州	2,391		1,256		52.5	3,899		142		3.6
II 州	282		7,773		2,756.4	1,878		462		24.6
III 州	7,148		96		1.3	1,389				
IV 州	41,288		17,319		41.9	3,782		77		2.0
V 州	103,089	28,289	42,239	27.4	41.0	173,851	19	2,460	0.0	1.4
RM州	102,039	52,309	254,962	51.3	249.9	1,298,251	63,480	1,080,332	4.9	83.2
VI 州	83,350	18,800	41,109	22.6	49.3	860,024	14,422	3,552,577	1.7	413.1
VII 州	258,228	119,217	27,715	46.2	10.7	93,445	11,165	279,019	11.9	298.6
VIII 州	449,401	169,606	145,479	37.7	32.4	179,806	18,929	31,943	10.5	17.8
IX 州	730,140	289,678	135,158	39.7	18.5	199,631	8,264	27,154	4.1	13.6
X 州	1,668,792	394,590	265,339	23.6	15.9	114,057	5,844	31,991	5.1	28.0
XI 州	193,802	27,446	13,554	14.2	7.0	2,719	204	615	7.5	22.6
XII 州	141,759		15,980		11.3	1,670		263		15.7

(出所) INE[ 2008 ]をもとに筆者作成。

さらに生産が国内消費向け中心であることも、企業集中を妨げる要因となってきた。プロイラー生産は、1980年代初めには国内需要を超過し、生産拡大には輸出市場の開拓が必要であった。豚肉については、近代的生産部門は1980年代半ばの開始当初から輸出市場を視野に入れていた。しかし、牛肉については、もともと国内需要が大きく、逆に生産が追いつかず輸入に頼る状況が続いている(図5)。鶏肉・豚肉は輸出仕様の生産にする必要から、1980年代初めには厳しい安全・衛生基準が設定されたが(PUC[ 1983 ]), 牛肉については食肉解体処理に関する規則が制定されたのは1992年と大幅に遅れている。衛生基準の低い食肉処理場は、特別な設備もあまり必要としないために初期投資も低く参入も容易であった。「食肉法」では、肉の品質基準を示して検査と格付けを徹底したが、同時に屠畜場や冷蔵施設の要件も引き上げた。そのため設備の劣る解体処理場は淘汰され、工場数は法令が施行された1993年の232から、1995年に

図5 牛肉の国内消費と輸出入量



(出所) INE[ 2009 ]

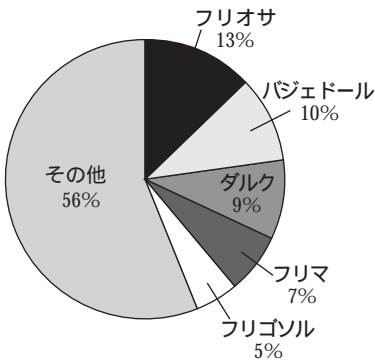
(注) 国内消費量は、「国内生産+輸入-輸出」として算出。

は168に減少した(Dresdner[ 2004 ])。現在は58工場にまで集約化が進んでいる(SAGホームページ2009年9月15日アクセス)。

また、せりで仕入れられる牛は規格のばらつきも大きく、鶏や豚のような解体処理の自動化が困

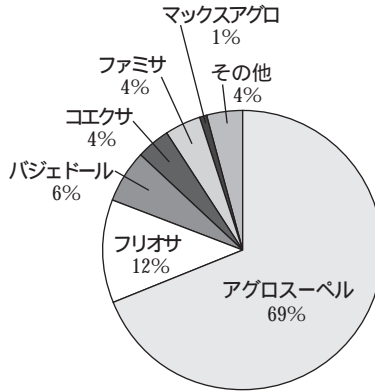
図6 食肉産業の企業別シェア

牛肉生産企業別シェア



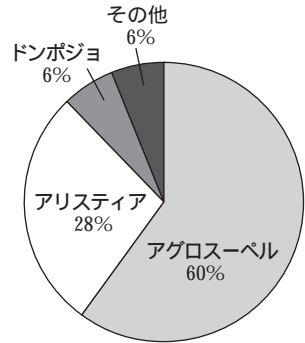
(出所) Martínez[ 2005: 95 ]

豚肉生産企業別シェア



(出所) BCG[ 2007 ]

鶏肉生産企業別シェア



(出所) BCG[ 2007 ]

難であるために、人手に頼る工程が多い。このような労働集約的な解体処理も、食肉処理企業による規模の経済の獲得を目指した規模拡大が起きなかった原因と考えられる。国内市場向けの解体は、枝肉のまま小売りに卸す比率が高く、これも解体処理部門の近代化の遅れにつながっている (Dresdner[ 2004 ])。図6には、食肉企業のシェアを示しているが、豚肉は上位3社で87%、鶏肉では94%と集中度が高い。これに対し、牛肉では上位3社で32%にとどまっている。

## V 今後の展開

前近代性が残る牛肉生産部門であるが、近年は変化の兆候も出てきている。その一つが食肉処理企業とスーパーマーケットによる垂直的統合の進展である。例えば、業界1位のフリオサはスーパー最大手のD&S社と組み、系列下のエコノ、リーダー、アルマックの各チェーンにプライベート・ブランド製品として卸している。業界2位のバジエドールは、精肉チェーンのサンタ・アナを通じ

て小売市場に参入し、ダルクは同名の小売チェーンを展開している。

また、輸出の可能性も模索されている。2002年にイスラエルとキューバに輸出したのを皮切りに2003年にはFTAを結んだEU向けやメキシコ向けの出荷を始めた。日本向けも、これまでは焼き肉用牛タンなどわずかであったが、2009年6月にはチリで“Wagyu”として売られている和牛交雑種を「アンデスビーフ」というブランド名で2010年に月間20～30トンを目指して輸出を開始することが報じられた(『日本経済新聞』2009年6月17日)。チリの牛肉生産も、今後は資本集約性を高め、トレーサビリティに基づく安全管理と品質の安定によって国際競争力を高めることが目指されている(ODEPA[ 2005: 154 ])

このような展開は、牛肉にも鶏肉や豚肉のような垂直統合による近代産業化への動きを予感させる。冒頭に書いたチリのロデオは、牛追いの技術を競うものであるが、そのような伝統的技術は実用としては既に不必要なものとなっている。チリ

のロデオ協会の会長は、鶏・豚の独占の大企業で近代的垂直統合型企業であるアグロスーパー創業者(現会長)のゴンサロ・ピアル氏である。ウアソ(チリのカウボーイ)文化の擁護者を自らもって任じる同氏が、近代的畜産業界のトップであるのは象徴的である。

参考文献

- 北野浩一 [ 2008 ] 「チリの養鶏インテグレーション」(星野妙子編『ラテンアメリカの養鶏インテグレーション』アジア経済研究所)
- BCG [ 2007 ] “Estudios de competitividad en clusters de la economía chilena,” Santiago: BCG.
- Dresdner, J. [ 2004 ] “La industria bovina en Chile: enfrentando las desventajas comparativas,” *Ciencia e investigación agraria*, 31( 1 ) pp.51-65.
- Fundación Chile [ 2000 ] “Cadenas agroalimentarias: carne de bovina,” Santiago: Fundación Chile.
- INE( Instituto Nacional de Estadística ) [ 2007 ] “Censo Agropecuario 2007,” Santiago: INE.
- [ 2008 ] “Agropecuarias, informe anual 2007,” Santiago: INE.
- [ 2009 ] “Producción pecuaria: informe anual 2003-2009,” Santiago: INE.
- Martínez, Fernand [ 2005 ] *Comercialización agropecuario: un enfoque económico de las estrategias comerciales*, Santiago: Ediciones Universidad Católica.
- ODEPA [ 1997 ] “La comercialización de carne bovina en Chile,” *Temporada agrícola*, No.10, segundo semestre, Santiago: ODEPA.
- [ 2005 ] *Agricultura chilena 2014: una perspectiva de mediano plazo*, Santiago: ODEPA.
- PUC( Pontificia Universidad Católica de Chile ) [ 1983 ] “Estudio de los mercados de cereales, carnes y leche: organización e imperfecciones,” Santiago: PUC.
- Vargas, G., W. Foster y M. Raddatz [ 2004 ] “Divergencia en la organización de la industria cárnica: un análisis comparativo de Estados Unidos y Chile,” *Ciencia e investigación agraria*, Vol. 31, No. 2, mayo-agosto.

( きたの・こういち / 在サンティアゴ海外調査員 )