

豚肉輸出のお得意様・・・中国 その要求”5xD”とは？

ドイツの2014年度の豚肉輸出先は

中国17.7% イタリア15.4% オランダ11.1%その他 55.8%

ドイツから中国向けの豚肉輸出量が2015年から急速に伸びている。

2015年1月から9月までの統計で、すでに前年比53%ものアップ。

～107,000tの増加～ 今後は中国向けの量がさらに増加する予想。

2014年までは主に香港むけの豚肉が主だったが、昨年来システムが変更

され、中国本土での直接輸入取引となり、審査・登録された12の屠場から、5xD 規定の豚肉に限定して中国本土に輸入が始まった～これが思わぬ高利益を生む結果となっている。

中国本土で好まれるものは特殊で、内臓、豚足、頭、耳、尻尾など、ドイツでは飼料に回されるものが多い
輸出価格も精肉よりも良い価格帯で推移しており、kgあたり、

耳:2.35€、前足:2.5€、舌:3.00€、心臓、腎臓:0.7€

ドイツ第2の食肉企業 VionFood 社の Uwe Terkhorst 氏は、ハムの価格より良い値段で売れると喜ぶ。

屠場での処理価格は1頭あたり1.6€/kgなので、中国向けのこれらの部位を捨てることなく販売に持っていくことにより、1頭あたり6～7€を余分に稼ぎ出している計算になるとのこと。

今後、さらに中国向けのこれらの部位の輸出増加が見込まれ、利益も大幅に上がると算出されている。

他の食肉企業からも、さっそく輸出の申し出が続出しており、指定を受けるためには中国政府による屠場の現場視察と検査 Audit が必要であるが、昨年6月に設定された検査予定も、既に4回も延期されており、今年1月には、担当者が渡独するはずだったがいまだに実施されず、「いずれは視察が再開する」とドイツ連邦経済省 BMEL は期待しているが、いまだ見通しは立っていない。

ここでさらに大きな問題があり、ドイツ国内で飼育されている豚の4分の1以上が他の国で生まれた豚であること。“ドイツ生まれの豚であること”が規定の中国仕様には適しない。

ドイツ国内でも農産物全般で叫ばれている国産品愛用論:5xD の規準に合致しないのだ。

5xD～5つのDとは Dは Deutschland in Deutschland geboren“, „in Deutschland gemästet“, „in Deutschland geschlachtet“, „in Deutschland zerlegt“ und „in Deutschland verarbeitet“

ドイツで生まれ、ドイツで育ち、ドイツで屠殺され、ドイツで解体され、ドイツでパッキングされる事
ドイツ生まれと国外生まれの豚では価格に差があり、また飼育コストも高いため、体重が30kg以上になると国外に出されて飼育される。

国内産5xD に限定されると輸出元の利益を圧迫し、今後大きな課題となるだろうと予測されている。

地産地消 シビエ熱 さらに広がる

ドイツで、2013年から2014年にかけての冬の間に捕獲され、レストランなどで料理として出された野生



動物は下記の通り～野鴨は、多くのレストランで出している料理でもあり、ドイツ人が好きな野生動物No1かもしれない 田舎のレストランに行くと、キジもよく扱っている。鹿肉は、赤身が多く脂肪が少ないので、煮込み料理で人気のあるメニューである。



動物名 2013/14	和名	買い取り数量
Hirsch & Reh	鹿 のろ鹿	23,452t
Rotwild Damwild	アカ鹿、黄鹿	3,885t
Wildschwein	イノシシ	11,145t
Wildente	野鴨	363,611羽
Feldfasan	野キジ	94,838羽
Feldhasen	野兎	243,385羽
Wildkaninchen	穴うさぎ	211,592羽



鹿肉は生ハムやサラミなど加工もされるほど、豊富に流通しているし、イノシシはローストポークなど人気メニューがある。

ウサギも、鶏肉のようなタンパクな味で、ソーセージやチキンと同じような料理方法で出される。

深い森の中に生息する野生動物は、人工的な餌も食べていないし、1日中自然の中を走り回って、野生の新鮮な植物を食べているので、とってもヘルシーな食べ物であるという概念が浸透しており、食卓に上った量だけでも相当数あることに驚く。

レストランの入り口には、「この地域の野生動物を調理しています」という看板を掛け、“あなたが住んでいる、この安全な場所に生きている安全な食べ物である”ことも強調している意味合いが強い。

マイクロプラスチックの食物連鎖で魚類の汚染も心配される今、安全を求めて森の中へ進もうとしている

のだろうか？

←スモークが効いたドイツ式生ハムに加工された鹿肉の生ハム



塩漬したかたまりをオープンでローストして

グレービーソースをたっぷりかけた鹿肉のロースト



デパートの食品売り場の充実～世界の美味しいものお取り寄せしますよ～！！

ドイツ全国展開しているデパートKarschtdt カールシュタットは主要都市の中心部を掌握、食品の充実でも人気ある店である (Reweグループが25.1%出資)。



Karstadt Lebensmittel (カールシュタットレーベンスミッテル:カールシュタット食品)は、食品だけの独立会社として Karstadt Feinkost GmbH & Co.KG に卸す形になっているので、損益が明確にわかり、独自に動けるのも魅力。

急速な都市の充実で勢いがあるライプツヒ:町の中心



に位置し、高級ワインから世界の珍味まで品添えも豊富で、特にハムソーセージ売り場と精肉売り場は力を入れており、加工品は300種類もある。

各店の売り場専任の食肉マイスターが商品構成に力を発揮し、先号でお知らせしたソーセージ人気店ベスト10でご紹介したスーパーの中の売り場の充実のように、大規模店舗内の加工品売り場の魅力作りに勢力をそそいでいる。ドイツ各地のサラミやソーセージ、パルマシンケンやハモンイベリコ、オーギーワギユウ、アイルランドのオックステール、アルゼンチンのリブアイステーキなど世界の美味しい物を集めているだけでなく、ここにしかないオリジナルも展開している。

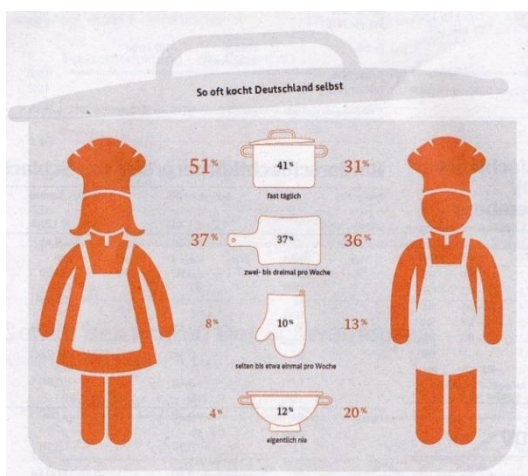


・・・たとえば、トリフが丸ごとゴロゴロと入ったボンレスハムはこの店の人気商品→
また、顧客の別注を受けられる1400種のリストがあり、すき焼き用和牛薄切り肉、米国の謝肉祭のターキー、アフリカ産鶏肉、ニュージーランド産ラムなど世界のグルメに対応できる。



販売員は世界の名物料理に詳しく、また製品のアレルゲンや内容成分についても明確にこたえられるだけの知識を要しており、この地域だけで60名の社員を抱え、3人の教育指導員が販売員の指導だけでなく、土曜日は売り場にたつて顧客の特別な要望などを聞いては受注し、週の売り上げの30%を土曜日に作っている。

無いものでも食べたいものがあれば、お取り寄せしますよ～と言われれば、顧客はちょっといい気分になれる！！ グルメであることをくすぐるのは、満足感をあたえられるアイデアとしていい方法である。



ドイツ人はどれくらい家で調理しているのだろう??

	女性/	平均/	男性
ほぼ毎日	51%/	41%/	31%
週2~3回	37%/	37%/	36%
週1回あるかないか程度	8%/	10%/	13%
まったく やらない	4%/	12%/	20%

ほぼ毎日調理する人は女性で5割、男性で3割との結果
週2~3回はどちらも4割弱

週1あるいはまったくしない人は女性で1割強、男性ではなんと3割強・・・高年齢の割合もアップしそう。

ドイツ人の食料品買い物動向～調査内容	割合 %
毎日、肉を食べている	男性47・女性22
肉もソーセージも食べない	23
調理が好きと回答した14歳～18歳の若者	81
身体に良いと言われる食品に興味がある	62
食肉専門店で買い物をする	65歳以上45 65歳未満34
食品、野菜の産地を気にする	76
加工品の添加物、内容成分が気になる	61

加工品の値段との価値を比べる～ お得感	58
いつも行く店やスーパーがある	38
封やラベルがキレイで、はがれてないものを探す	33
食品について買う店で説明や情報を求める	72
商品ラベルをじっくり読む	60
商品についてそのホームページで調べる	44
毎週1回は、食品を廃棄する	42
食品を捨てずに加熱などして再利用する	60歳以上67 一人暮らし58
どんな食品を廃棄しているか	パン類13 ,ハム& スライスソーセージ & 乳製品 1 1, 肉&魚 2

若者が調理を好んでいる事(81%)と、添加物を気にしている事、食品の廃棄が多いことが you わかる。