

## 現場も営業

十勝若牛を使った「十勝清水牛玉ステーキ丼」がヒットし、牛肉消費量の比較的少ない北海道でも認知度が高まってきた。「貿易自由化の流れは別として、質を高めていくしかない」と、味の官能検査など新たな取り組みも行う。

### 揺れる十勝牛～日豪 EPA の衝撃③

### 流通・消費

2014年4月21日

### 地元志向 高める努力



低関税になれば安価なオーストラリア産牛肉が十勝の消費者にも多く出回るようになるのか。牛丼チェーン「すき家」などを展開するゼンショーホールディングス（東京）は、需給関係や為替相場によって、価格引き下げに直接つながるわけではないとするものの、「EPAでオーストラリア産牛肉の調達量が増えることは十分ありうる」（同社広報室）という見解だ。

ここまでは十勝の農業関係者も懸念する結果。同社は国産牛肉の需要を踏まえ、2008年、大樹町に直営牧場「善祥園」を開設した。「弊社では国産牛を使う飲食店も経営しており、適材適所で使い分けができれば」（同）とし、オーストラリア産一辺倒ではない。

実際に、地元でも有沢精肉店（帯広市）の有澤宏社長は「為替との兼ね合いや、米国産と比較しても、品質の面では（豪州産は）劣る。今の段階ではそこまでの心配はしていない」と静観する。

## 産地で勝負

地元スーパーのダイイチ白樺店（帯広市白樺16西2）。オーストラリア産の扱いが現在はほとんどない。安さを求める消費者向けに、陳列する輸入牛肉は米国産だ。＝写真。

同社畜産課の滝田将司係長は「一時期オーストラリア産を扱ったが、十勝のスーパーではほとんどが米国産で、オーストラリア産を扱うのに抵抗がある。オーストラリア産は肉質が硬く、米国産の方が軟らかく味が良いイメージがある。安いからオーストラリア産が売れるという実感が湧かない」と淡々と語る。

さらに、十勝らしい事情もある。ダイイチは札幌や旭

組合長として自ら営業に回ることも。「消費者への訴えはまだまだ足りない。日本では農業を守るの悪のようと言われるが、ヨーロッパは自国の食を守る意識が強い。消費者に理解してもらえるよう生産現場も伝えていかなければ」

川にも出店しているが、滝田係長は「十勝の場合は、十勝産を並べるとお客さんの反応が非常に良い。地元の物は安心なので買いたいという意識がかなり高い地域」と感じている。売り場では「十勝牛」と呼ばれる肉用ホルスタインが、米国産に比べて2割ほど高い価格だが固定ファンがおり、「今後も十勝の物を自信を持って売っていく」と強調する。

焼き肉店「平和園」（帯広市）でも、牛肉は十勝産を中心とした国産を扱っており、新田隆教社長は「産地で商売をしている中で、できる限り地元の物を出している。そこにお客さまが来てくれる」と地元重視の姿勢が十勝の消費者に受け入れられている様子を語る。

それでも、欧州に比べれば十勝の地産地消への意識は高くないと危惧する関係者は多い。特に牛肉は、西日本に比べて親しまれていないのが課題だ。

## まず食べて

「地元の食材をまずは地元の人に食べてもらい、その魅力を知ってもらいたい」。食肉加工業者のやまさミート（帯広市）の佐々木由博社長は、十勝産牛肉の良さを消費者に浸透させようという思いを乗せて、新たな試みを始めた。

管内の肉牛生産者と連携して、和牛、交雑種（和牛の雄とホルスタイン雌の掛け合わせ）、ホルスタインの3種類をセットにした食べ比べセットを1日に発売。価格は6000円と安くはないが売れ行きは好調で、販売開始から2週間で約70セットが売れた。セット商品の開発を提案した帯広物産協会の木戸善範事務局次長は「官民一体で開発、流通拡大を進めた結果、消費者の十勝産牛肉への意識が高まってきたのでは」と好調の理由を分析する。

地元産を好む傾向がある十勝で、さらに強める地産地消、牛肉への関心を引きつける活動が、日豪EPAの衝撃を回避する鍵となっている。