

平成30年度 全日畜レポート

第10回定時社員総会記念 全日畜セミナー

(テーマ)

努力すれば報われる「畜産」

報 告 書

平成30年6月

全 日 畜

(一般社団法人 全日本畜産経営者協会)

H30 年度全日畜レポート

第 10 回定時社員総会記念 全日畜セミナー

日 時 : 平成 30 年 6 月 15 日 15:00~17:00
場 所 : ホテル アジュール竹芝 13 階 飛鳥の間
演 題 : 努力すれば報われる「畜産」 - キーワードは「技術」 -
講 師 : 公益社団法人 畜産技術協会 会長 南波利昭
資 料 : パワーポイント配布資料

要旨

南波氏より、リーマンショックなど困難な時代があったが、畜産業はまあまあの状態を維持している、しかしこういうときこそ技術がおろそかになりがちなので、TPP イレブンによるオープン市場でのプラスを活かしマイナスに対処していくためにも技術の重要性を再認識したい、との前置きのあと、以下のサブテーマごとに説明があった。

1. 畜産行動：広い分野でそれぞれ利益の最大化を求める行動
2. 生産物の価値を高める：消費行動に沿うこと、消費者を虜にすること
3. 農場 HACCP：農場から食卓への起点
4. アニマル・ウェルフェア
5. JGAP
6. 国産畜産物の輸出促進

畜産行動

- 経営行動は利益の最大化であり、規模拡大、生産物の価値増大、コスト低減の三次元の要素の中で利益最大化の行動が求められる。
- 利益率は「 $1 - \text{費用} / \text{収益}$ 」となり、費用／収益の中で最も大きいのは「飼料費／収益」で、これは結局「飼料要求率／交易条件」となる。飼料要求率は技術力により下げられるが、交易条件は与件（経営者ではコントロールできない外部条件）である。
- TPP 対策では「経営安定対策」が目玉だが、このなかで「基準生産費」や「基準収入」は与件となるかもしれない、飼養管理技術の重要性が再認識される。

生産物の価値を高める

- 生産物の価値を高めるには、生産者もバリューチェーンの川下（処理加工、流通、販売）へ活動範囲を広げる選択がある。
- 現在では、価値を高め、消費者の求める、より美味しく、ブランド化され、安全・安心・信頼のある生産物を提供し、消費者を虜にする必要がある。とくに「信頼」が注目されている。
- 農場 HACCP、アニマル・ウェルフェア、JGAP は、生産物の価値を高める活動の指針となる。

農場 HACCP

- 農場 HACCP は、生産物全体の安全性を向上させるために、従来の抽出検査から、危害要因を防止するための管理ポイントを設定し、継続的に監視・記録する取組みを生産現場（農場）に取り入れたもの。とくに「記録」が重要である。生産局では平成 10 年以前から農場 HACCP の必要性を提起してきた。
- HACCP は、重点指向（管理ポイント 2～3 カ所）、許容限界までの危害要因の除去、最も効果的なところで管理するという思想である。
- 農場レベルで、PDCA（計画 Plan-実行 Do-検証 Check-改善 Act）のサイクルにより、経年的に改善していくのが望ましい。
- HACCP の認証を受けることで、リスクが下がり、経営の見える化が進み、事故率の減少（利益の増）に貢献する。このため HACCP を導入して良かったという経営者が多い。

アニマル・ウェルフェア（AW）

- OIE の勧告に準拠。5つの自由が役立つ指針だが、問題となるのは「通常の行動様式を発現する自由（行動の制限の解除）」で、EU の指令では具体的な内容を定めている。日本は EU 水準までは求めていない。
- 家畜が健康になり、生産性の向上や畜産物の安全・安心につながるので、農水省も推奨している。しかし施設整備に追加投資が必要なことが難点。
- 10 年前はとんでもないと排斥されていたが、最近は理解する経営者も増え、時代が変わりつつある。動物が虐待されている映像などがインターネットで出回ると、不買運動になりかねない。取引先も AW を求めることがある。

JGAP

- 2020 年の東京オリンピック・パラリンピックが契機となり、農水省は 2 年前から力を入れている。ロンドンオリンピックで選手への食料は GAP 生産物に限るとされたの

が発端である。世界に誇るわが国の食品の安全性からいって、JGAP 食品を提供できないなどありえない。

- GAP は農業事業者として当然実施すべき基本的事項であり、美味しさ、価格訴求、ブランドなど本当の競争・差別化の部分は、GAP が行われた上で課題となる。GAP は持続可能な畜産業の基礎として、消費者のニーズを反映したものであり、GAP が目的となるわけではない。
- GAP は消費者への信頼性を裏付けるものである。

国産畜産物の輸出促進

- 平成 25 年の政府の長期成長戦略において、農産物輸出を年 5,000 億円から 2020 年までに 1 兆円へ倍増する計画が示され、今では 2019 年に前倒しで計画達成することが目標とされている。
- 牛肉は輸出目標額 250 億円に対し、2017 年は 192 億円である。目標は達成される見込み。これは和牛を産地別ではなく「和牛」として売り込むという、オールジャパンの取り組みがあったので輸出が急増している。今や 50 カ国で和牛輸入が解禁され、本年はアルゼンチン、オーストラリアが加わる。
- 豚肉は目標額 12 億円に対し、2017 年は 7.4 億円。ジャパンプランドとして差別化が難しく、達成困難な状況。ただし輸出量は確実に増加している。輸入解禁している国の数も少ない。
- 鶏肉は目標 35 億円に対し、2017 年は 19.8 億円、鶏卵は目標 26 億円に対し、2017 年 10.2 億円である。鶏肉輸出は関税の分類がついておらず、輸出統計がなかったが改善された。鶏卵はサルモネラ菌フリーを訴えているが、生食の習慣がないので苦戦。
- 牛乳乳製品は目標 140 億円をすでに達成している。ポテンシャルがありながら、目標が控え目だったのが要因。
- 牛肉輸出にはメリットがないとの生産者の声があるが、九州大学への委託研究では、和牛肉輸出は A3~A5 ランクの和牛の枝肉販売価格を 125.2 円/kg 下支えする効果がある。

質疑応答

質問 (A 氏) : 現在、乳牛 1,200 頭を飼養し、700 頭搾乳している。牛乳の出荷量は 21t/日だが、乳量が増えれば乳脂肪が減り、乳脂肪が上がれば乳量が減る傾向がある。利益を最大化するには、乳量上げるべきか、乳脂肪上げるべきか迷うが、講師の意見はどうか。なお現場の意見では、合乳しているので乳脂肪を高める意義はないとのこと。また、地域では酪農家の減少が著しく、毎年 10 戸ほど離農し、現在では 200 戸を割っている。後継者がいなければ、それを機会にやめる農家が多い。酪農家の減少を防ぐよい方法はないか。

南波 : 乳量と乳質のどちらを取るかという問題。酪農では乳量を追いかけているので、乳量優先の方が利益はあがる。もし 6 次産業化を目指すのであれば、美味しさやブランド化が重要なので、乳質を選ぶ。経営者が目指すビジネスによって対応は異なる。酪農家の減少を解決する方法は、私の方が教えていただきたい。後継者不足は長年問われ続けてきた。経営者が酪農を魅力ある産業と伝えることができれば、後継者は残ると思う。行政が農家の減少を止めることはできない。クラスター制度に誤解があるが、大規模経営を優先するのではなく、地域の支援団体が重要と考えていけば小規模農家を救う計画をたてられるはずである。地域で考えていく課題と思う。

質問 (B 氏) : 鳥根県から HACCP の認証をとれ、JGAP をとれ、と言われるが、現在 ISO14000 シリーズ、JAS の認証をとっている。もし追加で認証をとるなら、牛肉のパックに張るシールばかり増えて、肝心の肉が見えなくなる。新しい認証を推薦するなら、何か減らすといった提言はできないのか。たとえば 5 つ取れば金バッジ 1 つなど。認証はコスト高である。ISO 認証では 500 万円かかり、毎年の検証では 50~60 万円かかる。HACCP、JGAP の認証でも 300 万円かかり、毎年の検証費用は ISO と同額程度だろう。検証費用だけでも年間 300 万円にもなる。所管部署が違うのであれば縦割り行政だ。いつ落ち着くのか。

南波 : 認証が多すぎるのはそのとおり。From farm to table というが、この間で ブツブツ切れているのが実情。生産から加工まで一つの認証で済ませるのが理想で、外国ではそのような認証があるので取り入れている経営者もいる。農水省もこの問題に気付くべきである。複数の認証のうちどれを選ぶか聞かれれば、私は農場 HACCP を選ぶ。最終的には消費者が決める、企業やスーパーがそれに続くと思う。

質問 (C 氏) : GAP 総会後、セミナーを開催し、普及を図っている。しかしオリンピックで求

められているとはいえ、90以上の項目を満足させるのでは、ハードルが高すぎる。経営者が簡単に入力できるようなエクセルのソフトを提供できないか。

南波：GAPの話であるが、AWにも同様のことが言える。生産者が対応しやすいソフトを整備するよう、GAP協会の畜産陣営（獣医師が参加）に要望しておく。

質問（D氏）：10名以上の従業員を雇用し、JGAP、HACCPに取り組んでいる。従業員に理解してもらうため、手順書のようなものがあればありがたい。また答えのない項目がある。24時間、365日、ストールに入れる場合が多いが、これはAW上妥当なのか答えられない。EUの基準からいえば許容範囲を超えるかもしれないが、わが国でそれを許容するなら国際市場から淘汰されると思う。またゴミの処分、中国がプラスチックゴミの受入れを中止したので、行き場に困っている。プラスチックゴミまで有料で処理するなら大変である。

南波：現場での具体的な課題の対応は我々も疎い。わが国の対応が国際的に遅れていても、国内需要があるので深刻な事態となっていないが、今のうちから改善する必要があると思う。最終的に決定するのは消費者であり、バイヤーもそれに応じる。EUは数値で規制しているので、OIEがEUに準拠して基準を厳格化すれば、わが国にもすぐに跳ね返る。時間との勝負になるかもしれず、施設整備への助成など、国も対応すると思う。ゴミ問題について、JGAPには環境配慮の項目がある。プラスチック、ビニール類は、畜産では汚れが問題となるものの、処分するより資源として再利用を考えるべきだろう。

南波講師をお招きした全日畜役員

(左から、金子会長、南波講師、
松永理事、佐々木理事)



データに基づく説得力のある資料
がスクリーンに映し出される



講師は豊富な経験や知見をベースに
やさしく丁寧に説明



女性の参加も多く見られた会場には
畜産経営者の他、農水省、ALIC、中
央畜産会、畜産環境整備機構等、主
要な畜産団体等からも多数参加



第10回定時社員総会記念

全日畜セミナー

日時 平成30年6月14日(木) 15:00～17:00

会場 ホテル アジュール竹芝 (13階 飛鳥の間)
(東京都港区海岸 1-11-2 TEL03-3437-2011)

演題 **努力すれば報われる「畜産」**
(キーワードは「技術」)

講師 公益社団法人 畜産技術協会
会長 **南波利昭** 氏

全日畜

一般社団法人 全日本畜産経営者協会

講師のご紹介



公益社団法人 畜産技術協会
会長 南波利昭 氏

プロフィール

(主な行政職歴)

- ・ 農林省入省 (S46年4月)
- ・ ALIC 企画情報部長 (H4年4月)
- ・ 畜産局 家畜生産課 生産技術室長 (H8年7月)
- ・ 畜産局 家畜生産課長 (H11年1月)
- ・ 家畜改良センター 理事長 (H13年4月)

(主な団体職歴)

- ・ 中央畜産会 専務理事 (H18年6月)
- ・ 畜産環境整備機構 副理事長 (H20年7月)
- ・ 日本食肉加工協会 専務理事 (H24年6月)
- ・ 中央畜産会 副会長 (H20年7月)
- ・ 現職 (H29年6月)

努力すれば報われる「畜産」 キーワードは技術

全日本畜産経営者協会セミナー

平成30年6月14日

ホテル アジュール竹芝



畜産技術協会 南波利昭

1

本日本話したいこと

1、畜産行動

広い分野でそれぞれ利益の最大化を求める行動

2、生産物の価値を高める

消費行動に沿うこと、消費者を虜にすること

3、農場HACCP 農場から食卓への起点

4、アニマル・ウェルフェア

5、JGAP

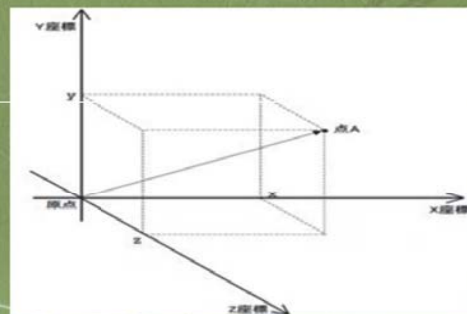
6、国産畜産物の輸出促進

2

経営行動＝利益の最大化

- 1、規模の拡大（内部充実・外延的拡大）
- 2、生産物の価値の増大
- 3、コストの低減

コスト低減



規模拡大

価値拡大

3

始めに、利益率を分解すると

$$\text{利益率} = \text{利益} / \text{収益}$$

$$= (\text{収益} - \text{費用}) / \text{収益}$$

$$= 1 - \text{費用} / \text{収益}$$

4

始めに、利益率を分解すると

$$\text{利益率} = \text{利益} / \text{収益}$$

$$= (\text{収益} - \text{費用}) / \text{収益}$$

$$= 1 - \text{費用} / \text{収益}$$

5

費用／収益 に着目すると、

$$\text{費用} / \text{収益} =$$

$$\frac{(\text{飼料費} + \text{素畜費} + \text{設備費} + \text{衛生費} + \text{***})}{\text{収益}}$$

$$= \text{飼料費} / \text{収益} + \text{素畜費} / \text{収益} + \text{設備費} / \text{収益} + \text{衛生費} / \text{収益} + \text{*} / \text{収益} + \text{*} / \text{収益} + \text{***}$$

6

費用／収益 に着目すると、

費用／収益＝

$$\frac{(\text{飼料費} + \text{素畜費} + \text{設備費} + \text{衛生費} + \text{***})}{\text{収益}}$$

$$= \text{飼料費} / \text{収益} + \text{素畜費} / \text{収益} + \text{設備費} / \text{収益} + \text{衛生費} / \text{収益} + * / \text{収益} + * / \text{収益} + ***$$

7

飼料費／収益 に着目すると、

飼料費／収益

$$= (\text{飼料消費量} \times \text{飼料単価}) / (\text{生産量} \times \text{販売単価})$$

$$= (\text{飼料消費量} / \text{生産量}) \times (\text{飼料単価} / \text{販売単価})$$

$$= \text{飼料要求率} \times \text{交易条件}$$

(技術力で左右) (与件)

8

歴史的に背景を考えると、

	給与飼料の把握	飼料価格	販売価格
畜産の黎明期	副産物・残飯利用 採食量が把握困難 要求率の概念も持たなかった	自給的	家畜商、問屋が値決め（与件）」
離陸期	購入飼料への依存 飼料消費量の把握が可能に	20kg袋（与件）	家畜商、問屋、農協一元出荷 市場価格取引（与件）
成長期	飼料のより正確な把握が可能に	自家配合・指定配合で、 価格形成に関与できるようになる	個人出荷・長期契約・複数ルートで 価格形成に関与できるようになる
現在	重量⇒ TDN ⇒ DE ⇒ ME ⇒ NE と、より精緻な把握分析が可能に	先物市場で原料・ドルの手配 飼料の自給化	ネット販売、6次化で値決めが 可能な生産者も

9

しかし、ここで新たな流れが、

それは、TPP対策の目玉施策「経営安定対策」

— 補助事業の歴史的流れを見ると —

生産振興対策

⇒ 構造対策

⇒ 価格安定対策

⇒ 経営安定対策へ

「マルキン事業」、「豚マルキン事業」、
「農家収入保険」の法制化

10

再度、「与件」が色濃く浮上

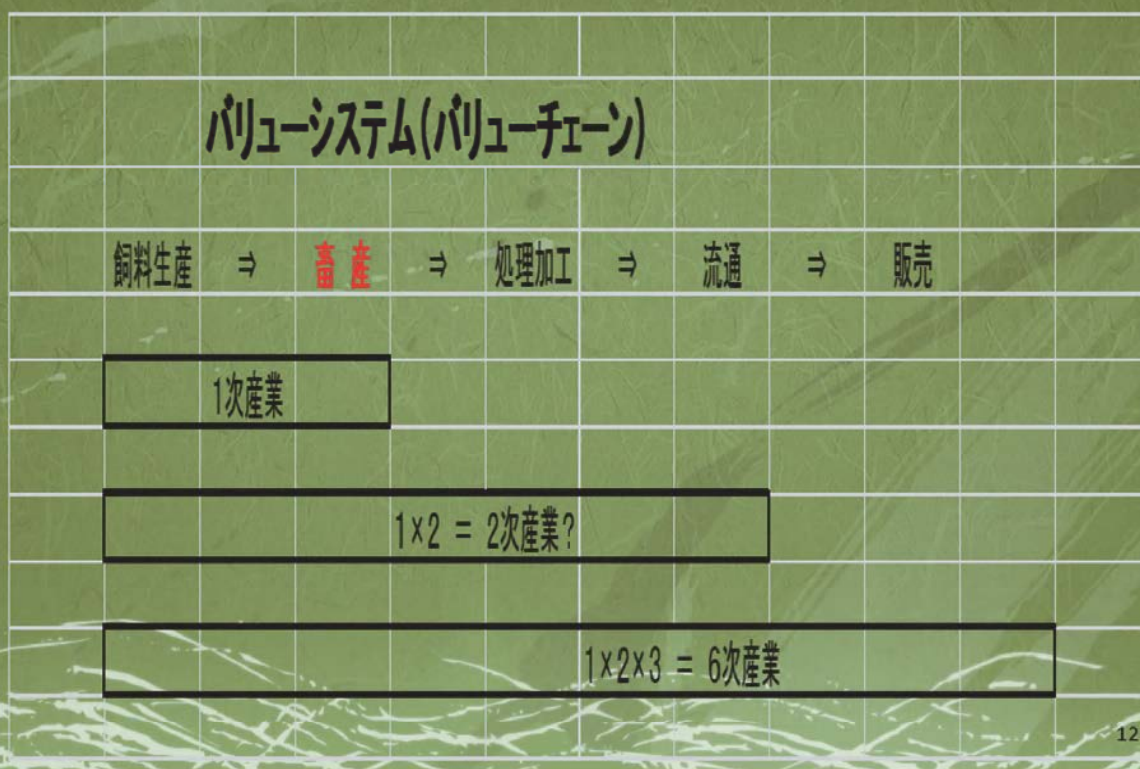
制度設計上の「基準生産費」や「基準収入」は、再度、生産者自らが動かしようのない与えられた条件（与件）となるかもしれない。

そうであれば、飼養管理技術の重要性が再確認されることになる。

飼養管理 = 飼料 と 栄養

11

次に、バリューシステムの拡大



12

そして、価値を高める (消費者を虜にすること)

- 1、畜産物というだけで魅力があった時代
 - 2、より美味しい畜産物
 - 3、ブランディング
 - 4、安全・安心・信頼
 - 5、農場HACCP
 - 6、アニマルウェルフェア (AW)
 - 7、JGAP
- 番外、国産畜産物の輸出

13

そして、価値を高める (消費者を虜にすること)

- 1、畜産物というだけで魅力があった時代
 - 2、より美味しい畜産物
 - 3、ブランディング
 - 4、安全・安心・信頼
 - 5、**農場HACCP**
 - 6、アニマルウェルフェア (AW)
 - 7、JGAP
- 番外、国産畜産物の輸出

14

農場HACCP



農場HACCP認証

—畜産物の安全・安心を確保するために—



注：この項の原画は中央畜産会による

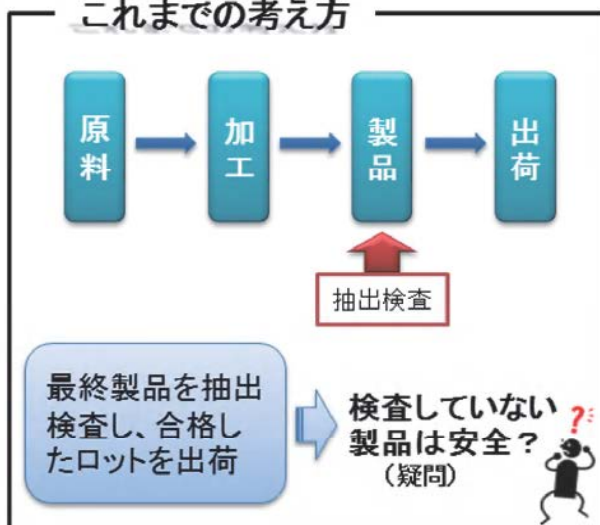
15

HACCPについて

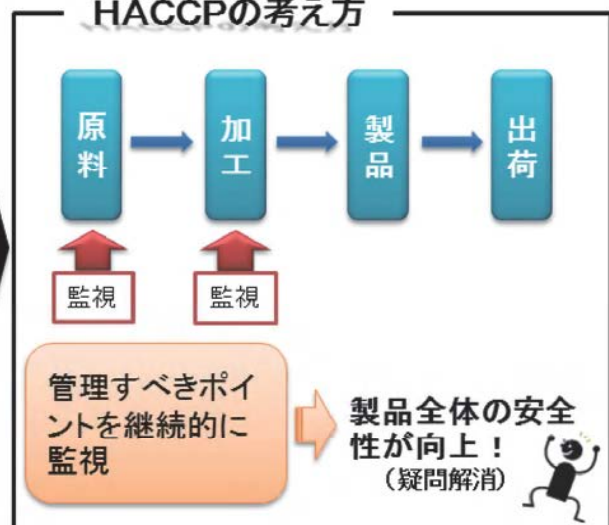
HACCPとは

食品の製造工程で発生するおそれのある危害要因（微生物、化学物質、異物など）について、その危害要因を防止するための管理ポイントを設定して継続的に監視・記録することにより、食品の安全性を向上させる取組です。

これまでの考え方



HACCPの考え方



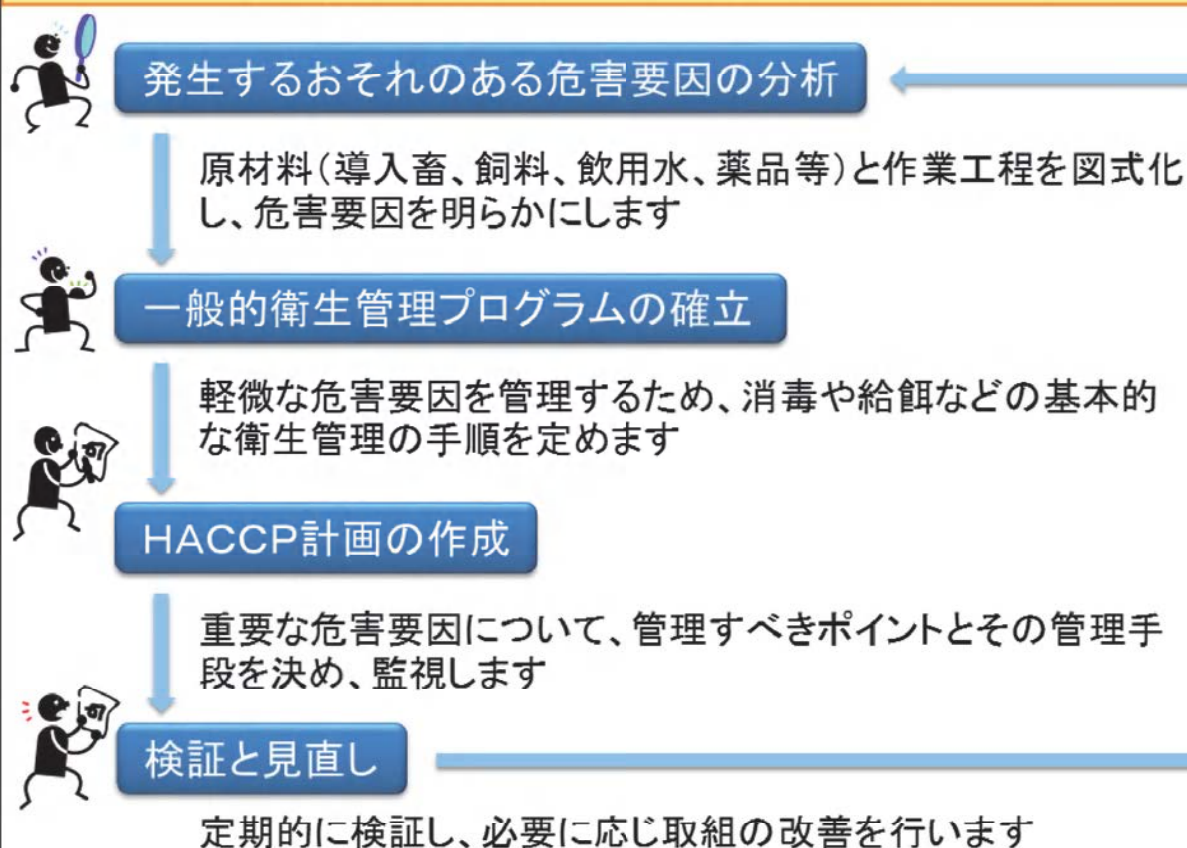
この考え方を農場に採り入れたのが農場HACCPです

HACCPシステムの基本的な考え方

- HACCPは、**重点指向**のシステムである。危害要因を評価し、その危害要因の危険度(リスク)に応じて管理手段を選ぶ。
- HACCPは、ゼロリスクを求めない。人に危害を与えない程度の**危害要因レベル**(許容限界)まで、その危害要因を除去すればよいとしている。
- 危害要因の管理は**From Farm to Table**で管理すればよいとしている。最も効果的なところで管理するという思想である。

17

農場HACCPの具体的な取組



そして、価値を高める (消費者を虜にすること)

- 1、畜産物というだけで魅力があった時代
 - 2、より美味しい畜産物
 - 3、ブランディング
 - 4、安全・安心・信頼
 - 5、農場HACCP
 - 6、**アニマルウェルフェア (AW)**
 - 7、JGAP
- 番外、国産畜産物の輸出

19

アニマルウェルフェア (AW)



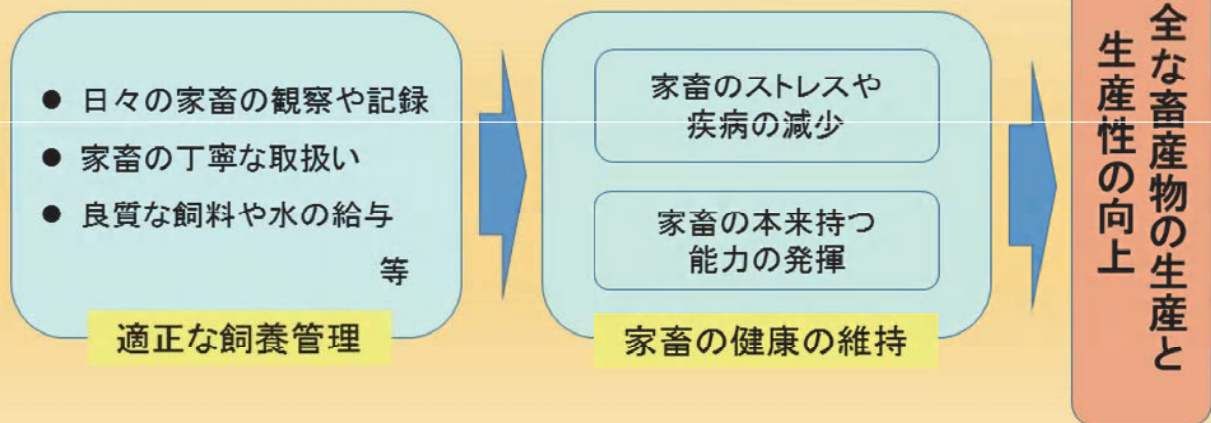
注：この項の原画は畜産技術協会による

20

家畜のアニマルウェルフェア (Animal Welfare) とは

- 国際獣疫事務局 (OIE) のアニマルウェルフェアに関する勧告の序論では、
- 「動物がその生活している環境にうまく対応している態様」と定義されている。
 - 「5つの自由」は、アニマルウェルフェアの状況を把握する上で、役立つ指針とされている。

家畜のアニマルウェルフェアに配慮することの意義



「5つの自由」とは？

・基本概念「5つの自由」

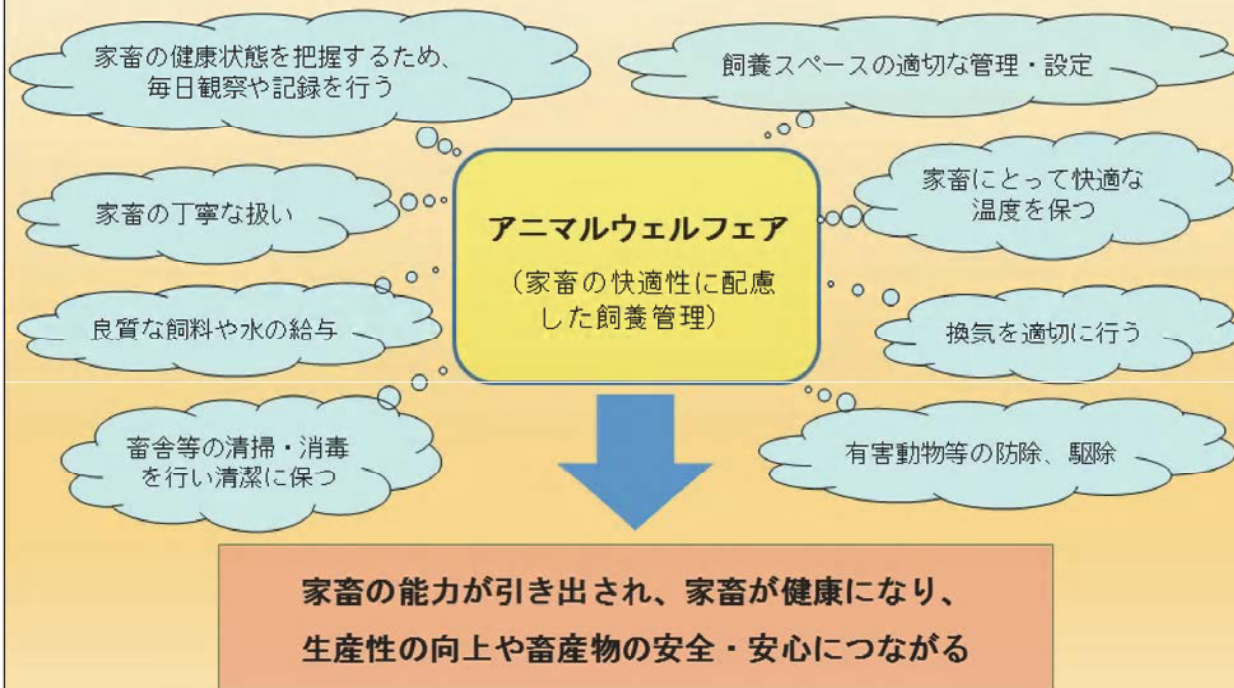
- | | |
|--------------------|-------------------|
| ① 飢え、渇き及び栄養不良からの自由 | ① 餌や水の適切な給与 |
| ② 恐怖及び苦悩からの自由 | ② 家畜の適切な取り扱い |
| ③ 物理的及び熱の不快感からの自由 | ③ 暑熱・寒冷対策 |
| ④ 苦痛、傷害及び疾病からの自由 | ④ 疾病予防、適切な治療 |
| ⑤ 通常の行動様式を発現する自由 | ⑤ <u>行動の制限の解除</u> |

家畜を飼育する上で、守るべきこと

世界的に議論が進んでいる

「アニマルウェルフェアの考え方に対応した飼養管理指針」のポイント

- 消費者等のアニマルウェルフェアの関心の高まりと海外の動きに対応し、「アニマルウェルフェアの考え方に対応した家畜の飼養管理指針」を畜種別に制定。



普及から実践の時代へ

AWの普及

- 飼養管理指針に対応した「**チェックリスト**」の作成・配布
⇒ 生産者にも分かりやすいように**具体的な項目**等を提示



普及の効果として

AWの実践

- **チェックリスト**を活用した**AWに対応した飼育管理の実践**
 - ・ 個々の農場で**記録を残し**、個別にAWに対応する
 - ・ 認証制度の活用(**JGAP家畜・畜産**、**GAP取得チャレンジシステム**)
 - ⇒ 自社ブランド、差別化商品の販売
 - ⇒ 取引先からAWへの対応を求められる可能性も

AWを考慮した飼養管理の推進が重要

そして、価値を高める (消費者を虜にすること)

- 1、畜産物というだけで魅力があった時代
- 2、より美味しい畜産物
- 3、ブランディング
- 4、安全・安心・信頼
- 5、農場HACCP
- 6、アニマルウェルフェア (AW)

7、JGAP

番外、国産畜産物の輸出

25

JGAP



注：この項の原画は日本GAP協会による

26

畜産経営をめぐる諸課題(例示)

- 悪性の家畜伝染病や慢性疾病の発生防止
- 動物用医薬品の適正使用や注射針の残留防止
- 導入家畜、飼料、飲用水等の安全性の確保
- アニマルウェルフェアへの配慮
- 悪臭、水質汚濁等の畜産環境問題への対応
- 労働力の確保と適切な労務管理
- 労働災害(農作業事故等)への対応

国産農畜産物の輸出促進

東京オリ・パラの食材調達等

JGAP家畜・畜産物の開発の必要性

- ①家畜衛生、②食品安全、③ アニマルウェルフェア、④環境保全
 ⑤人権福祉及び⑥労働安全に対応する基準書の開発に着手
 (平成28年10月、技術委員会に「畜産物部会」を設置して検討。平成29年3月31日に公表)

27

JGAP認証は何のために取るのか？

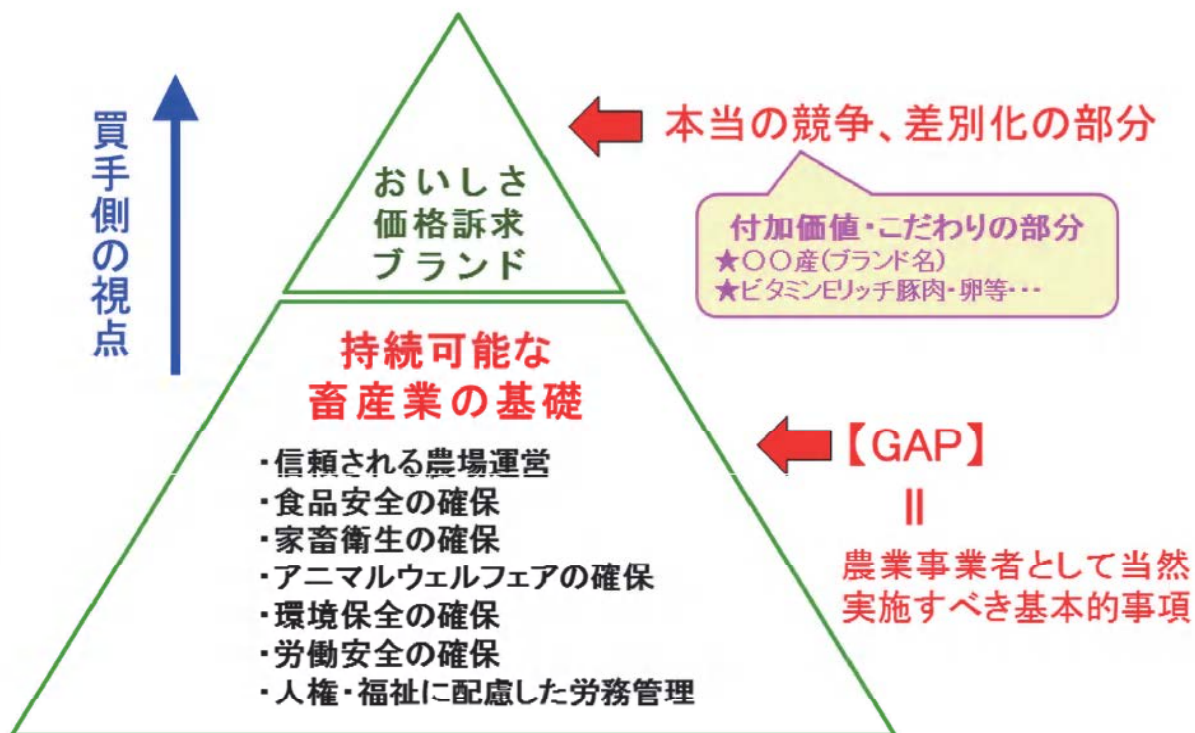
- 「GAPを実践すること」と「JGAPの認証を取ること」を分けて考える。
- GAPの実践は必須、JGAP認証は任意
- JGAPは「農場管理の良し悪し」を「見える化」するもの。バイヤーも産地の管理の良し悪しを容易に判断できる。
- JGAPは、良い管理ができている産地にとっては、管理が不十分な産地と差別化するチャンス。
- JGAPを導入して農場の管理を改善する。さらに、農場管理の良さをアピールして産地の販売力・価格交渉力につながればベスト！

どうやって
アピールしよう？



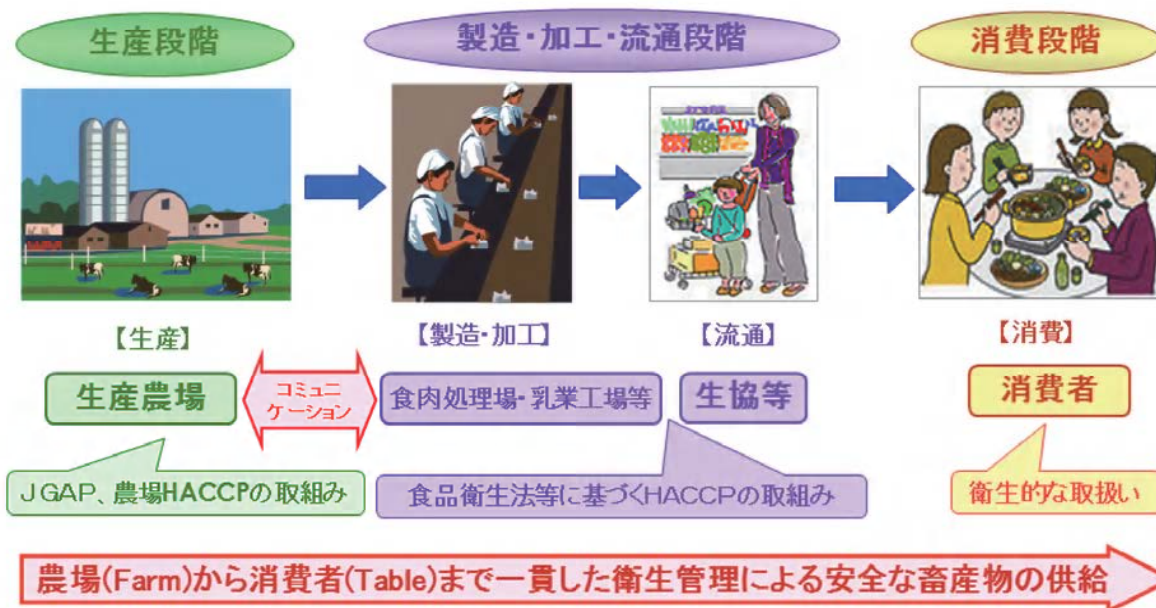
28

良い農業の“良い”とは？



畜産物の安全性を確保するしくみ

フードチェーン (from Farm to Table)



そして、価値を高める

- 1、畜産物というだけで魅力があった時代
- 2、より美味しい畜産物
- 3、ブランディング
- 4、安全・安心・信頼
- 5、農場HACCP
- 6、アニマルウェルフェア（AW）
- 7、JGAP

番外、国産畜産物の輸出

31

国産畜産物の輸出促進



32

注・この項の原画は日本畜産物輸出促進協議会による

畜産物の輸出戦略



牛肉の輸出戦略

牛肉のオールジャパンでの輸出拡大を図るため、日本畜産物輸出促進協議会（畜産物の品目別輸出団体）が農林水産省やJETROからのサポートを活用しつつ、ジャパンプランドの価値向上に向けた取り組み、日本食と一体としたプロモーション、海外シェフやバイヤーへの調理技術についての教育、情報提供システムの構築等に取り組む。また、有望市場の解禁を目指し、継続的な働きかけを実施する。

平成29（2017）年：192億円

輸出の現状



【新興国市場】

米国、EU、カナダ、香港、マカオ、シンガポール、タイ、フィリピン、UAE、カタール、ロシア、メキシコ、インドネシア、NZ、ベトナム、ペラルーシ、ミャンマー、パーレーン、ブラジル

※検査に係る協議が調い、輸出する牛肉に係る衛生証明書が発行が開始されることとなった国・地域を順次追加する。

【有望市場】

中国、台湾、イスラム圏（マレーシア、サウジアラビア他）、オーストラリア、チリ、ペルー等

33

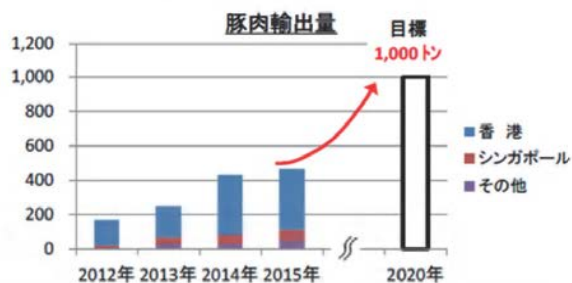
豚肉の輸出戦略



日本畜産物輸出促進協議会（畜産物の品目別輸出団体）を中心に、国内検討会の開催、海外マーケット調査、国内外での日本産豚肉のPR、豚肉統一マークの管理、輸出環境整備等に取り組む、ジャパンプランドでの豚肉輸出を推進していく。

平成29（2017）年：7.4億円

輸出の現状



【新興市場：輸出が解禁されている国・地域※】

香港、シンガポール、台湾、ベトナム、マカオ、カンボジア、ドバイ

※ 検査に係る協議が調い、輸出する豚肉に係る衛生証明書の発行が開始されることとなった国・地域を順次追加する。

【有望市場：輸出解禁に向けた協議を進める国・地域】

米国、EU等

重点国・地域

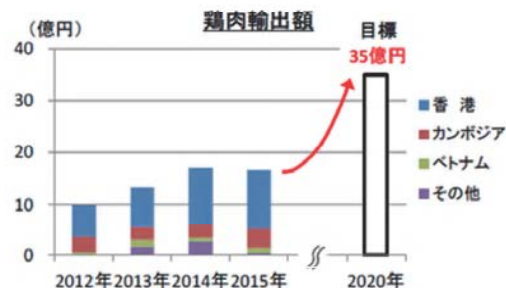
34

鶏肉の輸出戦略

日本畜産物輸出促進協議会(畜産物の品目別輸出団体)を中心に、国内検討会の開催、海外マーケット調査、国内外での日本産鶏肉のPR、鶏肉統一マークの管理、輸出環境整備等に取り組み、ジャパン・ブランドでの鶏肉輸出を推進する。

輸出の現状

平成29(2017)年：19.8億円



重点国・地域

【新興市場：輸出が解禁されている国・地域※】

香港、ベトナム、カンボジア

※ 検疫に係る協議が整い、輸出する鶏肉に係る衛生証明書の発行が開始されることとなった国・地域を順次追加する。

【有望市場：輸出解禁に向けた協議を進める国・地域】

中国、インド、イスラム圏諸国(インドネシア、マレーシア、サウジアラビア等)

23

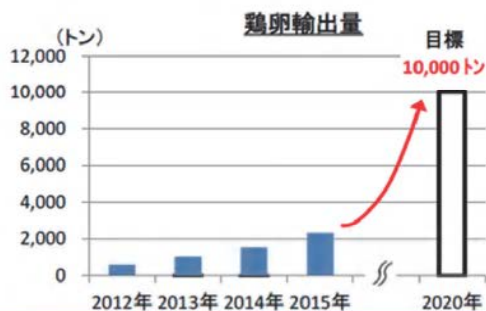
35

鶏卵の輸出戦略

日本畜産物輸出促進協議会(畜産物の品目別輸出団体)を中心に、国内検討会の開催、海外マーケット調査、国内外での日本産鶏卵のPR、鶏卵統一マークの管理、輸出環境整備等に取り組み、ジャパン・ブランドでの鶏卵輸出を推進する。

輸出の現状

平成29(2017)年：10.2億円



重点国・地域

【新興市場：輸出が解禁されている国・地域※】

香港、シンガポール、台湾

※ 検疫に係る協議が調い、輸出する鶏卵に係る衛生証明書の発行が開始されることとなった国・地域を順次追加する。

【有望市場：輸出解禁に向けた協議を進める国・地域】

マカオ、中国、フィリピン、韓国、ロシア、米国

25

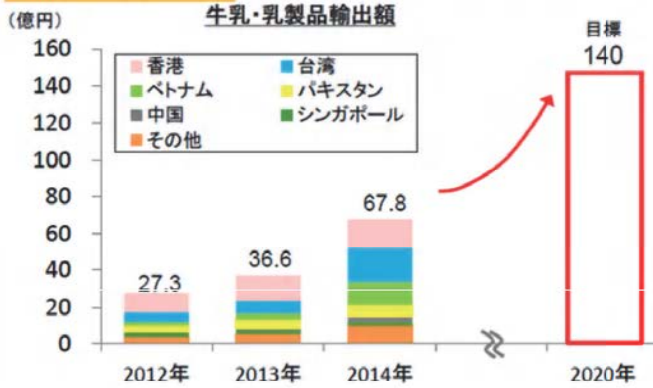
36

牛乳乳製品の輸出戦略

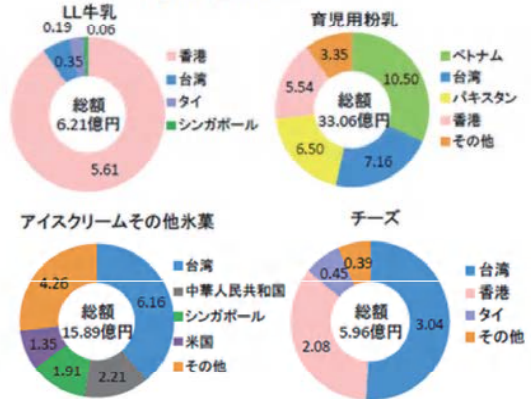
日本畜産物輸出促進協議会（畜産物の品目別輸出団体）を中心に、国内検討会の開催、海外マーケット調査、国内外での日本産牛乳・乳製品のPR、輸出環境整備等に取り組み、オールジャパンでの牛乳・乳製品輸出を推進する。

輸出の現状

平成29（2017）年：144億円（目標達成）



2014年輸出実績



重点国・地域

（輸出解禁国・地域）
香港、台湾、中国
ベトナム、マレーシア、シンガポール

オールジャパンの和牛プロモーション活動の発展 (EU・英国)



牛肉輸出の国内価格下支え効果

九州大学 高橋昂也・前田幸嗣・福田 晋

1. 分析方法（略）

2. データおよび推計方法

分析対象期間：2006年12月～2016年12月

輸出量：財務省『貿易統計』

価格：農水省『畜産物流通統計』等、

東京市場のA3・A4・A5の「和牛めす」「和牛去勢」

推計方法：最小二乗法

3. 分析結果

和牛肉輸出は、A3～A5ランク和牛の枝肉卸売価格を**125.2 円/kg**下支えする効果を持つ。

39

ご清聴ありがとうございました



ございました



畜産技術協会 南波利昭



「全日畜」は畜種横断の畜産経営者の団体です