

## 第4回輸出関係有識者ヒアリング 議事概要

1. 日 時：令和2年11月6日（金）17:30～18:30
2. 場 所：農林水産省7階講堂（テレビ会議方式）
3. 出席者：

畜産関係者（テレビ会議での御参加）

|       |                       |
|-------|-----------------------|
| 柴山 育朗 | 伊藤ハム株式会社代表取締役社長       |
| 塩崎 晃  | みらいファーム株式会社代表取締役      |
| 小島 勝  | JA 全農たまご株式会社代表取締役社長   |
| 彦坂 誠  | 神奈川県中央養鶏農業協同組合代表理事組合長 |
| 有田 真  | よつ葉乳業株式会社代表取締役社長      |

農林水産省

枝元次官、横山官房長、青山総括審議官、水田生産局長、渡邊生産局畜産部長、  
太田食料産業局長、杉中食料産業局審議官、高山生産局食肉鶏卵課長（司会）他

### 4. 議事概要

冒頭、枝元次官からの挨拶の後、畜産関係者から別添資料に沿って、輸出に向けた各社の取組の現状、輸出について抱えている課題、国やJETRO等に期待する事項等について説明。  
その後、枝元次官、水田局長等から各者に対して、以下の質疑応答があった。

（水田生産局長）

今般の新型コロナウイルス感染症の影響から、世界的に家庭内消費の傾向が進んでいると言われているが、牛肉の輸出促進に向けて、さらにどのような対応が必要とお考えか。

（柴山 伊藤ハム株式会社代表取締役社長）

米国では、新型コロナウイルス感染症が拡大する中、インターネットでの販売が勢いを増した。販売形態は、数キロのブロック肉ではなく、現地でステーキカット等を行い小分けパックにしたものであり、日本国内でカットした時の品質や見栄えの水準には至っていないにもかかわらず売れ行きは好調であり、インターネット販売の重要性を実感した。これを日本で加工した上で輸出できれば、米国のみならず世界各国への輸出促進につながる。有効な施策であるので、ぜひ後押しをお願いしたい。

（水田生産局長）

輸出向けの肉用牛を肥育し、出荷するにあたって、ご苦労されている点、今後対応が必要になる点があればお聞かせいただきたい。

（塩崎 みらいファーム株式会社代表取締役）

輸出拡大に向けた課題としては、まず、牛舎の建築基準について、現状住居施設と同じ耐震性等が求められており、コストと時間がかかっており、増頭が困難な点が挙げられる。また、輸出先国から様々な条件が求められるため、輸出を目指す農家が増えない。例えば、台湾向け輸出牛では月齢が30ヶ月未満でなければ輸出できず、米国やEU向け輸出牛では、動物福祉の観点から、日本で広く使用されている鼻環を使用することができず、出荷の際には頭絡を装着

することが必要となる。このため、この作業のために農場スタッフの増員や作業時間の増加といったコストが増えているほか、頭絡の装着は危険な作業であるために労災が発生するリスクも増している。これらが、農家が輸出を目指す上での課題となっており、この点について行政からの支援をお願いしたい。

（水田生産局長）

現在、主に香港向けに輸出されているが、今後の輸出先としてご検討されている国をいくつかご紹介いただいたところ、その中で最も期待している輸出先、またそこに輸出するにあたっての課題について、詳しくお話いただきたい。

（小島 JA 全農たまご株式会社代表取締役社長）

新たな輸出先としては米国に期待しており、多少価格が高くても日系スーパーもあるため需要があるのではないかと考えている。また、米国では和食への理解度も深まっており、期待できる市場である。米国の輸出に際しては、農場から一貫した低温管理や、日本国内とは異なる表示への対応が必要であり、このためにGPセンターに新たな設備の設置が必要となることがある。そのため、生産、流通、販売の連携が必要であり、こうした取組へ支援がいただければありがたい。また、中国本土は香港の200倍の規模のマーケットであり、輸出が解禁されることが待ち遠しい。すでに輸出している香港においても、日本産鶏卵のシェアは10%未満に留まっているため、伸長の余地がある。そのためにも、日本畜産物輸出促進協議会とも連携して、継続的なプロモーション活動が必要である。

（水田生産局長）

生産者として、輸出拡大が養鶏農家の経営面に対しどのようなメリットがあるかと期待しているか、ご教示いただきたい。

（彦坂 神奈川県中央養鶏農業協同組合代表理事組合長）

国内では鶏卵価格が下がることもあるが、輸出用鶏卵においては一定の価格で取引されるため、安定的な収入が見込めることが大きなメリットである。また、シンガポールへの輸出に際して求められる農場の衛生基準は非常に高く、シンガポールに輸出しているという事実によって日本国内においても量販店等から衛生管理について評価してもらうことができ、ひいては鶏卵生産者としての評価につながることを期待している。また、神奈川県の家畜保健衛生所とも連携し、スムーズな輸出業務が可能となっている。このように行政と連携がとれるようになったことも経営に対する貢献といえる。

（水田生産局長）

日本産の牛乳乳製品について、日本ブランドで一定の競争力があるとお話があり、輸出拡大に向けてコスト削減が最も重要であるとのことだが、今後さらに何が必要であるとお考えか。

（有田 よつ葉乳業株式会社代表取締役社長）

中国市場が解禁されることが最も重要なことであると考えます。また、本年3月に策定した酪肉近（※酪農及び肉用牛生産の近代化を図るための基本方針・家畜改良増殖目標等）では、北海道の生乳生産量の目標を440万トンとされており、輸出のためにも原料の安定供給が欠かせ

ないため、生産を伸ばすことも重要である。必要な生乳を確保しなければ、安定的に輸出することができない。輸出先国によって制度や考え方が異なるため、例えばムスリムの多い東南アジアについて言えばハラール認証が求められ、これに合わせる必要があるが、大変な作業である。これについて支援をお考えいただきたい。

（渡邊生産局畜産部長）

牛肉について、オールジャパンのプロモーションと個別の売込み・商談といった方法が重要であるとのことだが、一層の相乗効果を得るためにどのような工夫が必要か、そして今後牛肉の輸出を更に加速するために、どのような方策や超えるべき障害があるとお考えか。

（柴山 伊藤ハム株式会社代表取締役社長）

すでに JETRO 等各組織と連携して様々な努力をしているが、効果的な方法としては、私案であるが、日本食はカッコいいという趣旨の PR を、例えば現地のテレビドラマや映画とタイアップするとよいのではないかと考えている。タイ等のテレビドラマにおいて日本のある観光地が使われた際、そこを訪問する観光客が増えたというような話を聞いたことがあり、これを日本食にも適用できないか。また、特殊カット商品の輸出や施設認定の迅速化、牛舎の耐震等の建築基準の緩和等について、支援・対応をお願いしたい。

（杉中食料産業局審議官）

日本の食文化と一緒に輸出するというお話があったが、どういう形で、そしてどのようにして他の食品・業界と売り込んでいくのがよいとお考えか。

（小島 JA 全農たまご株式会社代表取締役社長）

例えば牛丼は、米、牛肉、卵からなるメニューであり、今まで海外に少ない丼物や温泉卵といった形で人気あるメニューをプロモーションしていけたらよいのではないかと考えている。また、卵は和食の中でも様々な食材にマッチし、また、海外でも日本のだしというものが理解されてきているため、食文化として合わせて売り出していくのがよいのではないか。

（枝元次官）

衛生管理において家畜保健衛生所と上手く連携しているとの話があったが、他の業界にも参考になるため、どのように連携し、どういった工夫があるのかお伺いしたい。

（彦坂 神奈川県中央養鶏農業協同組合代表理事組合長）

シンガポールへの輸出量は少ないが、日本産鶏卵は前年比 6 倍の実績となっており、期待できる市場である。シンガポールへの輸出においては、サルモネラ菌検査の実施等、適切な衛生管理が求められている。家畜保健衛生所は公衆衛生等の観点からお付き合いがあるが、輸出や販売において協力体制をとるのは当組合では初めてである。輸出は国外との関係であるため、行政からフォローアップされているというのは、現在のシンガポールへの輸出において大きな力となっている。また、家畜保健衛生所からの定期的な指導体制が組合員の衛生に対する意識向上にもつながっており、生産レベルを上げることにつながっている。

（太田食料産業局長）

米国への輸出に期待する理由として、日系スーパーが多くそこで流通させたいとのことだっ

たが、その更に先として、日系人ではなく現地の方に売り込んでいく戦略としてはどのようなものをお考えか。

（小島 JA 全農たまご株式会社代表取締役社長）

米国においても日本食はブームとなっており、現地の方も日系スーパーに訪れるため、現地の方にも手にとってもらえると考えている。日系スーパーを足がかりとして、現地拠点である全農のグループ会社も活用しながら、ローカルスーパーへと拡販していければよいのではないかと考えている。

（以上）