



alic

エーリック

2015

5

月号

第19号



□ トップインタビュー

**日本人の暮らしや文化に根ざした
和菓子の魅力について**

全国和菓子協会 会長(株式会社虎屋社長) 黒川光博 氏に聞く

□ 第一線から

酪農は土づくり、草づくりから

～広島県庄原市 和田牧場の取り組み～

**『とげなし美茄子(ビーナス)』がもたらした
産地の活性化**

～愛知県のなす産地 西三河地区の取り組み～

alic

独立行政法人農畜産業振興機構

日本人の暮らしや文化に根ざした和菓子の魅力について

和菓子のルーツは千年以上も前にさかのぼり、私たちの暮らしにも密着しています。菓子部門における売上げは、洋菓子を上回っています。そんな、和菓子業界の振興発展に取り組んでいる全国和菓子協会の黒川光博会長にお話を伺いました。

―― 私達の生活に溶け込んでいる和菓子の魅力は、どういったところにあるのでしょうか。

毎年、菓子の小売金額が公表されていますが、和生菓子の売上高は約4700億円あります。平成26年の推定金額ではチョコレートが一番となりましたが、次いで和生菓子、洋生菓子と続きます。「えつ和菓子が？」と意外に思われるかもしれませんが、やはり和菓子は季節や行事と結びついていますし、普段の生活にも溶け込んでいるからだと思います。小さい頃に、街角のお菓子屋さんで団子を一つ買って食べたというようなご記憶をみなさんお持ちではないでしょうか。

和菓子の種類は極めて多岐にわたっていて、練切りやこなし、おはぎや大福のような生菓子、羊羹ようかんや最中

のような半生菓子、落雁らくがんやあられ、おせんべい、飴のような干菓子などその種類と数は、数え切れないほど豊富です。

和菓子の原材料は、その多くが植物性で天然素材のものを使用しており、健康に良いということ、海外でも人気があり、また国内の若い方たちも和菓子に興味を示してくださっています。

原材料といえば、砂糖も欠かせません。上白糖や白双糖しろさうとう、黒砂糖、和三盆糖は、いずれもさとうきびやてん菜を原料にした天然の素材ですが、甘さは種類によって微妙に異なります。例えば、羊羹には結晶の大きい白双糖が使われることが多いのですが、結晶の小さい上白糖に比べ、適度な硬さや後味の良い甘さになると感じています。このように、使う砂糖によって味の違いは確実に違ってきます。

季節や年中行事と結びついているということ
ころにも、和菓子の魅力があるんですね。

そうです。和菓子は季節を少し先取りしていますので、例えば桜が咲き始める前に桜餅が店頭に並び、お客様は春の訪れをお感じになる。あるいは5月の端午の節句には柏餅、秋になると栗菓子店頭を賑わすというように、季節や年中行事ごとに楽しむ菓子があります。

さらに、お誕生やご結婚、お葬式といった人生の節目とも、和菓子は結びついています。ライフスタイルも多様化し、新しいものも出てきていますが、今でも冠婚葬祭や七五三、学校の卒業式などには毎年のようにご注文いただいております。和菓子の需要は根強いと感じています。

伝統がある反面、消費者の嗜好に合わせて新商品の開発などが行われ、商品の味、材料、製造方法、デザインなどは、日々、進化しているのでしょうか。

長い歴史を持つ和菓子屋も多くありますけれども、古くからの伝統を守る一方で、お客様の嗜好は変わりますので、どこの和菓子屋でも商品開発に積極的に取り組んでいます。

羊羹は、昔は小麦粉や葛くずを使った蒸羊羹

しかありませんでしたが、江戸時代の初めに寒天が見つけ出されたことにより、今日食しているような煉羊羹が作られるようになりました。今も蒸羊羹は残っていますが、羊羹にも変化があったのです。機械化も進んでいて、饅頭の餡を包むことも機械で出来ます。一方で、手づくりこだわりの機械を使わないなど、各社で工夫しています。また、弊社では切り分けずに召し上がれる小形サイズの羊羹を昭和5年に発売しましたが、原材料や製造方法だけでなく形状やデザインも、お客様の要望や時代に応じて変化させてきています。

人材ということで話をしますと、製造部門においては昔に比べ女性が増えています。弊社の東京工場では製造担当者の約半数が女性で、彼女たちは、和菓子を手づくりしたいというはつきりした目的を持っています。自分の意志で和菓子屋に勤めたいという方が増えているのが最近の大きな特徴かもしれません。

今の若い人たちも和菓子を食べているのでしょうか。また、若い人たちにどのように消費拡大を行っておられるのでしょうか。

今の若い方たちも、和菓子を食べていただいていると思います。カロリーの低さや植物

性の原材料を使用していることなどをご存知の方は、和菓子に興味を持ってくださっているように感じます。

いつの時代でも流行り廃りはありますが、その時代のお客様が求めていらっしゃるものを提供できれば、多くの方に召し上がっていただけるのではないのでしょうか。いかに皆さんに、喜んでいただけるような菓子を作っていけるかは、我々生産する側の責任だと思います。

弊社でTORAYA CAFÉという店を始めてからもう12年経ちました。ここでは提供する菓子の材料の幅を少し広げて、乳製品などの動物性原材料やチョコレートなども使用していますが、将来的に若い方に和菓子に親しんでいただくことも考えて、餡をベースとしています。餡や弊社になじみなかった方が、カフェで召し上がって下さった菓子が美味しかったからと、餡を好きになっただけだったり、虎屋にもいらして下さったりということが実際にありました。そういう点からすれば、TORAYA CAFÉは若い方たちへの普及活動の一つになっていると思います。

和菓子の消費拡大のため、全国和菓子協会さんではどのような取り組みを行っています

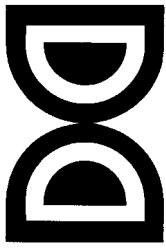
らっしゃいますか。

全国和菓子協会は、昭和25年に設立されました。昭和36年には和菓子マーク、昭和54年には和菓子の日を制定し、和菓子のよさを知っていただくための講演会や手づくり和菓子教室の開催など、毎年積極的なPR活動に努めています。

和菓子マークは、多数の応募の中から選ばれたもので、饅頭を図案化したようにも、餅つきの杵を図案化したようにも見えます。

和菓子の日である6月16日は、平安時代の848年（嘉祥元年）のこの日に、時の仁明天皇が年号を嘉祥に改めるとともに、疫病除けを祈願して16個の菓子や餅を神前にお供えたことが由来とされています。江戸時代には、江戸城の大広間に二万個を超える和菓子（嘉祥菓子）が並べられ、大名旗本に配られたという記録も残されています。

その他の具体的な取り組みとして、しっか



和菓子マーク



嘉祥菓子

りとした技術を持った人を育てるため、「選・和菓子職」の認定を行っています。和菓子製造技術の素晴らしさを多くの人に知っていただき、優れた技術を伝承する取り組みです。全国から応募があり、お店の名前ではなく、個人で申し込んでいただいています。菓子職人は、自分の名が有名になるというよりも、名前は出ていないけれど実は自分が作ったものだということに満足を感じながらやって下さっている方たちが多いと思います。それも良いことではありますが、一方で個人の名前でも菓子が売れるようにしたいと思いい、始めたものです。店の名前ではなく、個人の名前で応募していただき、その個人を育てていきたいのです。認定された方々はデパートなどで催しなどがあつた時に声が掛かり、菓子をお客様の前でお作りしているような例も出てきています。

更には、羊羹コレクションという、全国の羊羹を一同に集めて販売させていただくイベントもあります。全国の菓子屋さんに声を掛けて、デパートで始めたわけですが、最初50数店舗の集まりだったものが、3〜4年経過するうちに、100店舗近くの菓子屋が参加するようになりました。回を重ねるごとに、色彩や形、アイデアが豊富になっています。そういったことを協会としても奨励

しながら、和菓子の普及に努めています。

日本食ブームなど和菓子にとっても追風があると思いますが、このチャンスをもどよくに活かしていこうとお考えですか。また、和菓子業界にとっての課題等がありましたら教えてください。

和食の評価が高まっており、おもてなしという言葉も流行語になりました。これは喜ばしいことで、大いに活かしていきたいと思っています。しかし、和食ブームだから外に向けてということよりも、消費拡大は、原料生産者の方たちが生産していただき、和菓子屋が連綿と菓子を作っていくという前提があります。その上で、皆さんにどうやって食べていただくかということですから、原料の安定供給の課題や、後継者育成など地道なところをクリアしていかなければと考えています。

全国和菓子協会としても、日本の食文化を代表するもののひとつである、和菓子の素晴らしさを多くの人々に知っていただき、尚一層和菓子の味わいを深めていただくことに尽力していきたいと思っています。

また、原材料生産者に対しても、もっと組織立った支援をしていきたいと思っています。弊社の黒砂糖は西表島産のものを使っ

トップインタビュー

日本人の暮らしや文化に根ざした和菓子の魅力について

全国和菓子協会 会長 黒川光博氏
..... 02

第一線から

酪農は土づくり、草づくりから
～広島県庄原市 和田牧場の取り組み～
..... 06

『とげなし美茄子(ビーナス)』がもたらした
産地の活性化
～愛知県のなす産地
西三河地区の取り組み～ ... 08

レポート

フィリピンの食肉需給状況 10

オーストラリアの乳業界の動向 12

alic セミナー

アルゼンチン及びブラジルの
牛肉生産事情 14

機構の動き

第24回加工・業務用野菜産地と
実需者との交流会 15

日本の和牛を世界へ～米国～ 15

農林水産省から

新たな食料・農業・農村基本計画
について 16

まめ知識

野菜のいろいろ
周年生産が可能な大和の伝統野菜
“大和まな” 18

ていますが、原料のさとうきびの生産者は、出来た黒砂糖が何に使われているかあまりご存じありませんでした。そこで4年前、黒砂糖を使った羊羹を、製糖期間中、製糖工場の事務所で販売してもらいました。それ以降、売上は毎年伸びています。観光客の方が多くいらつしやるような所ではないので、地元の方々が、地元産の黒砂糖を使った菓子を何かの時に使いやすい物に選んでくださったりしているのでしょう。それが生産者の方のモチベーションにも繋がり、良い循環が生まれていると感じています。全国和菓子協会も、和菓子の主要原材料である小豆の産地である北海道で、小豆生産者の皆様と菓子屋が意見交換できる場を企画しています。



このようなコミュニケーションは非常に重要なことですので、全国和菓子協会としても、小豆に限らず原材料生産者の方たちとのコミュニケーションをもっと深めていく努力をしていかなければならないと思っています。

全国和菓子協会 会長

くろかわ みつひろ
黒川 光博

昭和18年東京生まれ。

学習院大学法学部卒業後、富士銀行(現みずほ銀行)勤務を経て昭和44年株式会社虎屋入社、平成3年代表取締役社長に就任。

平成19年6月全国和菓子協会会長に就任。

現在、全日本菓子協会副会長、一般社団法人日本専門店協会顧問等を務める。

著書に「虎屋 和菓子と歩んだ五百年」(新潮社)。

酪農は土づくり、草づくりから

しょうばらし

広島県庄原市 和田牧場の取り組み

牛のえさは大きく分けて2種類あり、乾草や牧草などの繊維含量が高い粗飼料と、トウモロコシや大豆かすなどのエネルギーが高い濃厚飼料があります。これらをバランスよく摂取することが、牛の健康上とても重要となっています。日本における飼料自給率は全体で見ると26%程度で、粗飼

料は76%ですが、濃厚飼料は12%と、そのほとんどを輸入に頼っています。そのため、国内の飼料価格は海外の穀物相場などの影響を大きく受けることになりま

す。乳用牛の飼養にかかる生産費のうち、飼料費は5割弱を占め、高じまる飼料費の低減への対応の一つとして、自給飼料への切り替えが挙げられています。

しかしながら、酪農家は搾乳作業や飼養管理などに労働時間が制約され、自給飼料生産にすぐに取り組みには難しい状況にあります。

このような中、今回ご紹介する和田牧場の和田慎吾さんは、広島県庄原市で酪

農経営を営み、牛に給餌する粗飼料の約9割を自給しています。

◆酪農経営は「土づくり、草づくりが基本」

広島県の北東部に位置する庄原市は、県内最大の酪農家戸数シェア（33戸：約2割）を有する酪農地帯であり、また、肉用牛生産の盛んな地域でもあります。

和田牧場は、昭和39年に現経営者である和田氏のお父様が酪農経営を開始し、平成2年に和田氏が就農、13年に経営を承継しました。和田牧場ではお父様の代より「土づくり、草づくり」を基本に自給飼料を生産しており、和田氏もそ

の営農スタイルを踏襲しています。承継時の13年当初は乳用牛35頭程度を飼養していましたが、規模拡大を目指して同年に土地を借り受け、飼料作付面積を拡大してロールサ

イレージの生産を開始するとともに、16年からはTMR（注1）の給与を開始し、現在は和田氏と2名

の従業員で乳用牛101頭を飼養しています。

◆牛が年間を通じて、同じえさを食べられるように
和田牧場では、9・5ha

の飼料畑で自給飼料を生産しています。畑は借地を除き牧場に隣接しているの
で、移動などの手間がありません。作付品種は、国内では一般的なイタリアンライグラス、ライムギ、スー
ダンで、収穫は5月の梅雨入り前から9月いっぱいまで
続き、収穫後は全てサイ
レージとして処理し、収穫
量は年間約365tになる
そうです。TMRに混合する
乾草を一部購入している
ものの、粗飼料の自給率は
約9割にも及びます。

また、和田牧場は品質へのこだわりも強く、「牛が年間を通じて、同じえさを
食べられるように」をコン
セプトに、収穫量確保のため
め早生品種を選んだり、嗜



広島県の北東部に位置する「庄原市」



経営主の和田慎吾さん
(和田牧場の飼料畑にて)

注1:TMRとは、粗飼料、濃厚飼料、ミネラル、ビタミン等を混ぜ合わせた乳牛に必要な栄養素を全て含んだ混合飼料です。

好性を高めるために糖分含量の高い品種を選んだりするなど、牧草の品種選定に試行錯誤を重ねてきました。さらに、生育状況の確認を日々行い、牛に必要な繊維含量と収穫量が最大になるよう、出穂期から出穂後期に収穫するよう常に心掛けています。気象条件などの影響で収穫時期が前後してしまうことや、ほ場環境の違いにより飼料の品質に格差が生じてしまうこともあるそうですが、一つ一つロット番号で細かく管理することにより、牛にとって理想的な自給粗飼料の組み合わせを可能にし、牛に必要な繊維量を年間通して一定に保つことができるそうです。

◆えさの給与作業を省力化
和田牧場では飼料生産に手間をかける分、えさの給与作業を可能な限り省力化することで、作業時間のバ



和田牧場の全景（手前は飼料畑）

ランスを取っています。例えば、一般的にえさの給与・調製作業は毎日行うことが多いですが、牛の種類によってえさの調製作業を2日または4日に1回行い、1回分の製造量を多くすることでえさの調整作業時間の省力化を図っているそうです。給餌量は牛が食べたい時に食べられるように十分な量を与えており、調製間隔が空いても、夏場の臭気は気にならず、腐敗などの問題も無いようです。

◆牛1頭当たりの乳量は

平均の1.4倍

農林水産省（注2）によると、平成25年度の牛1頭当たりの年間搾乳量は平均8198kgですが、和田牧場では、平均1万1437kg（平成25年度実績）と約1.4倍の搾乳量を実現しています。この乳量を可能としている要因としては、和田氏による自給飼料の品質が影響しているとのこと。購入飼料の場合、購入した時期によって品質に差が生じてしまうこともあるそうですが、自家ほ場で収穫する自給飼料であれば、牧草の発育ステージや肥培管理を自らがコントロールできるため、通年でほぼ同じ品質を保てることから効果的な飼養管理ができ、搾乳成績の向上につながっているといえます。

和田氏は、今後もさらなる生乳生産量の増加を目指す



えさを食べる牛たち

しており、現在の9.5haのほ場に3haを借り増しして12.5haとし、一層自給飼料生産に力を入れていく予定とのこと。和田氏は、「酪農はキングオブ農業」と表現し、畑を耕すところから搾乳に至るまで、多岐にわたる知識・技術を習得することが大事とした上で、酪農は単純に乳を搾る作業までをすればよいというものではなく、乳牛の更新や牧場設備の拡充などへの投資も計画的に行い、多角的な戦略を考えて経営を進めていかなければなら

ないと、ご自身の酪農経営に対する考えを述べて下さいました。

和田牧場で飼養されている牛たちは、えさをもぐもぐとよく食べ、活き活きとしていました。牛が年間を通じて同じ品質のえさを食べられるよう土づくり、草づくりに入れているからこそ、牛はおいしい牛乳をせっせと生産してくれるようです。私たち人間と同じで、牛にとっても食べるものは健康上、また、お乳を出す上でとても重要なのだと実感させられました。

（畜産経営対策部）

注2：「最近の牛乳製品をめぐる情勢について（平成27年2月）」

農林水産省 生産局畜産部牛乳乳製品課

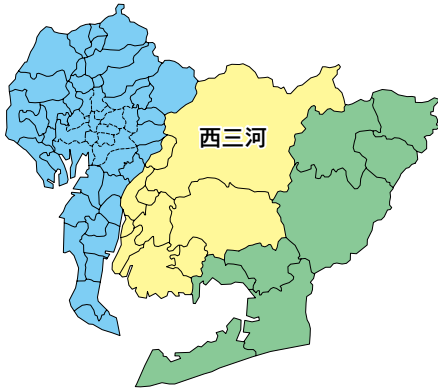
『とげなし美茄子（ビーンナス）』がもたらした産地の活性化

愛知県のなす産地 西三河地区の取り組み

◆愛知県の独自ブランドなす

『とげなし美茄子』

愛知県西三河地区は、昭和30年頃から促成なす栽培が盛んで、野菜の集団産地として国の指定産地となっています。この地区では、農家の高齢化等による産地の衰退に歯止めをかけ、産



愛知県の中央部に位置する「西三河地区」

地の活性化を目指して平成22年から愛知県農業試験場が育成した画期的な品種の『とげなし美茄子（ビーンナス）（※1）』の栽培を本格的に始めました。

『とげなし美茄子』の特徴は、

ヘタや茎、葉のどこにもとげがなく、皮のつややハリが見事で、まさにビーンナスの名の通りの美しさです。さらに、しなびにくく日持ちが良いという魅力もあります。また、受粉せずに果実を形成する「単為結果」という特性を持つため、着果を促進させるホルモン処理が要りません。



へたととげがなく見事なつやの『とげなし美茄子』

ス率も低下するなど、大きなメリットがあります。

◆画期的な新品种導入

までの道のり

導入当時、この地域では別の代表的な品種が栽培され、最も標準的な等級（※2）の半分が漬物業者に納められていました。作業が大幅に省力化できる魅力の多い『とげなし美茄子』ですが、当初は生産者が作り慣れ、一定の需要がある従来の品種から、『とげなし美茄子』に切り替えてもらえるのかどうか、県の普及指導員の方も含め関係者には不安がありました。

りました。

そこで、関係者の様々な取り組みが始まります。県の普及指導員は、生産者が持っている新品种導入への不安を払拭するため説明会を開催して意見を調整したり、マイナスの特性である色が赤くなりやすいこと、芽吹きが穏やかなこと、高温では単為結果性が不安定であることといった問題への対策を、生産者との現地研究会で繰り返し練っていました。さらに経済連と市場各社により、量販店等に品種特性や商品としての魅力の理解促進を行い、売り先確保に努めました。その結果、品種の切り替えはスムーズに進み、市場関係者からも高い評価をいただくことができました。また、バラ売りにも向く見栄えの良さから量販店への販路開拓にもつながりました。

（※1）登録品種名称は「とげなし輝榮」。

（※2）漬物業社に納めるなすは「千両のLサイズ」とされていた。

市場での評価が高いJAの出荷予測グラフ

西三河促成なす部会 出荷量予測情報

直近調査日	見込み出荷まで日数	出荷見込み日	4日間予想出荷量 (5kgケース数/4日)
3.16	17	4.1～4.4	2,630



◆一丸となって『とげなし美茄子』を主力ブランドへ
現在、「西三河促成なす部会」には57名の生産者が加入しており、作付面積は12・7ha、生産量は約1800tで、『とげなし美茄子』は西三河地区の生産量の約8割を占めるまでになりました。生産者は、ホルモン処理作業が省力化できたことから、なす一本一本の品質を向上させ、よ

り有利な販売につながる取組に力を注ぐことができるようになりました。

例えば、生産者が出荷前の果数を数えて週に1度管内のJAに報告し、それらをJAあいち経済連の販売担当者がエクセル表に入力して、何日後にどの程度の出荷量となるかを取りまとめています。この表は県の普及指導員が作成したシンブルなものです。グラフ

化して出荷予測として利用しています。

そのデータを市場に提供しており、予測値と実績値の差を見ることもできるため、市場からの評価も高い貴重なデータになっています。

生産者も、これらのデータを参考にしながら、より計画的に作業を進められるようになりました。「売り方を間違えて

価格を下げることはしたくない。」と話されるJAあいち経済連の販売担当者が取りまとめているグラフは、生産者、普及指導員、JA、経済連が協力して西三河地区の主力ブランドとして『とげなし美茄子』を育て上げてきた協働の象徴とも言えます。



熱心に話し合う県の普及指導員、生産者、JAあいち経済連販売担当者。関係者の熱い想いが『とげなし美茄子』を支えています。

◆『とげなし美茄子』の

更なる挑戦

生産拡大に向けた更なる取組も始まっています。『とげなし美茄子』の収量を上げるため、試験的にCO₂発生機を導入してその効果を検証しています。生産者がCO₂発生機導入の初期投資を軽減できるよう、経済連では機器のレンタル制度が創設されました。今年

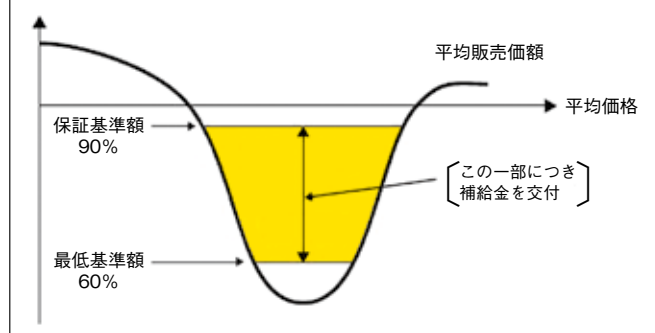
は試験段階のため1名の生産者ですが、27年度から新たに4名の生産者が加わり

ます。

CO₂発生機導入によって収量を上げ、「いずれは若い人達に向けても、『とげなし美茄子』はこんなに稼げる品種ですよと言えるように努力を続け、東海地域を中心に出荷を拡大していきたい。」と関係者の皆さんは力強く語っておられました。

愛知県西三河地区のJAから出荷される冬春なすは、当機構で実施する指定野菜価格安定対策事業に加入しています。

指定野菜価格安定対策事業



このため、販売価格が一定水準より下落した場合に交付金が交付されるので、産地の維持や生産者の経営安定に貢献しています。

（野菜需給部）

フィリピンの食肉需給状況

はじめに

フィリピンの畜産物の消費は、高い経済成長と人口の増加により、増加傾向にあります。その消費の大部分は、豚肉と鶏肉が占めており、牛肉の消費は1人当たり年間約3kgと日本の1人当たり供給量の半分程度（注）しかありません。しかし、ASEAN諸国の中でもフィリピンは、歴史的な背景から米国の影響を強く受けており、ファストフードなど外食を通じて牛肉を消費する素地が形成されています。

1 食肉の消費状況

フィリピンの食料品消費の特徴として、コメの消費が圧倒的に多く、副食もコメとの相性の良い汁気のあるものが好まれる点が挙げられます。また、食肉は油で調理



写真2 「ご飯と牛肉炒め料理」のセットメニュー



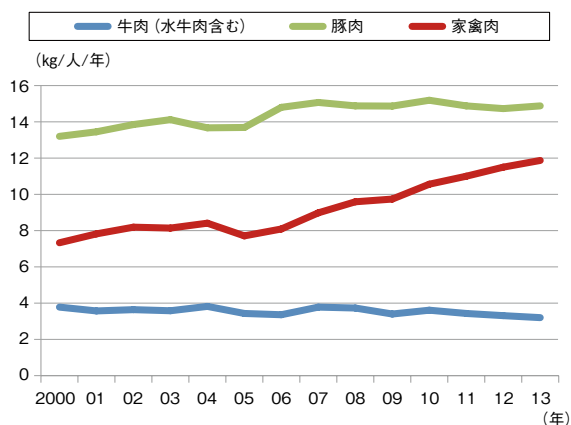
写真1 地場ファストフード最大手の「ご飯とフライドチキン」のセットメニュー

したもののが好まれ、最近、都市部では日本風のトンかつブームが到来しています。

豚肉は、お祝いの席では欠かせないレチョン（豚の丸焼）やスープなどの煮込み料理、鶏肉は、豚肉同様に丸焼やフライドチキン（写真1）、牛肉は、ステーキや煮込み料理で、幅広く消費されています（写真2）。

フィリピン農業統計局（BAS）によると、食肉の1人当たり年間消費量は堅調に増加し、2013年には30・4kg（豚肉14・9kg、家禽肉11・9kg、牛肉3・2kg）となっています。豚肉の消費が最も多く、近年、家禽肉、とりわけ鶏肉消費の伸びが著しくなっています（図1）。これは、最近、

図1 1人当たり年間食肉消費量の推移



資料: フィリピン農業統計局 (BAS)

注: 家禽肉は可食処理ベース (骨付き)、それ以外は枝肉重量ベース

都市部以外でもファストフード店が出店攻勢を強めており、外食を通じて鶏肉が消費される機会が増えてきたためです。

また、国民の多数が肉食を好むにもかかわらず、牛肉の1人当たり消費が少ないのは牛肉の小売価格が1kg当たり240ペソ（約

調査情報部 中島 祥雄

（注）牛肉の1人1年当たり供給数量 6.0kg（農林水産省「食料需給表」平成25年度概算）。

680円)と、豚肉の同190ペソ(約540円)や鶏肉の同140ペソ(約400円)と比べて高価なためです。

2 食肉の国内供給状況

国内で流通する豚肉や鶏肉は、国内の供給で需要の大半を賄うことがほぼ出来ており、消費量の90%程度が国産となっています(図2、図3)。

一方、国内で流通する牛肉は、国産が67%、輸入が33%となっています。これは、国産よりも安い加工用牛肉の輸入や、国産では賄えない富裕層を対象とした高品質牛肉の需要などがあるからです。

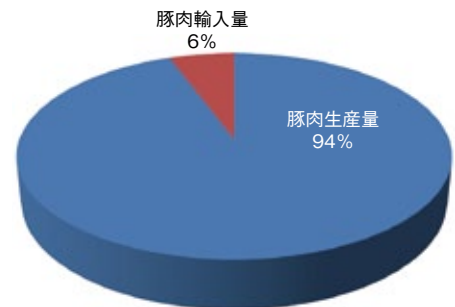
なお、フィリピンでは、農耕用として多くの水牛が飼養されており、国内牛肉推定出回量の約2割が水牛肉ですが、流通や販売に際して、基本的に牛肉と区別されずに消費されています(図4)。

3 食肉の輸入状況

豚肉の主な輸入先は、ドイツ、

フランスなどです。また、鶏肉の主な輸入先は、ブラジル、米国などです。これらの輸入豚肉や輸入鶏肉は、国内産と同等に流通、消

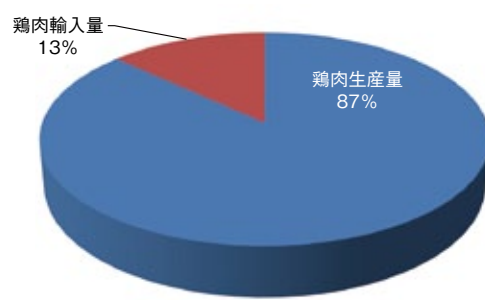
図2 豚肉供給量(部分肉ベース)の内訳(2014年)



推定出回り量：126万トン(部分肉ベース)

資料：BAS および Global Trade Atlas より ALIC 推計
注：豚肉生産量は、枝肉生産量に部分肉歩留まり70%を乗じて算出

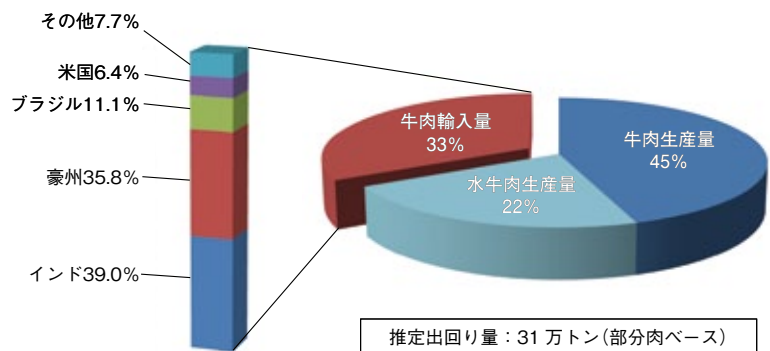
図3 鶏肉供給量(可食処理ベース)の内訳(2014年)



推定出回り量：122万トン(可食処理ベース)

資料：BAS および Global Trade Atlas より ALIC 推計

図4 牛肉供給量(部分肉ベース)の内訳(2014年)



推定出回り量：31万トン(部分肉ベース)

資料：BAS および Global Trade Atlas より ALIC 推計
注：牛肉および水牛肉生産量は、枝肉生産量に部分肉歩留まり70%を乗じて算出

費されており、消費形態に差は見られません。

一方、牛肉の主な輸入先はインド、豪州、ブラジル、米国などで、それぞれの価格帯によって消費形態も異なります。豪州産、米国産のロイン系など高級部位は、富裕層を中心にステーキなどで消費されています。また、米国産、豪州産はファストフードなど外食産業

向けの需要も多く、主に中間所得層以上が消費層となります。ブラジル産は、中間所得層向けのステーキ、部位によってはスープなどの煮込み料理として消費されています。

一方、インド産は水牛肉主体で、低所得層向けのコンビーフとしての消費が大半を占めています。これは価格帯が最も低く、保存も可能なためです。

おわりに

フィリピンは、経済成長とともに、畜産物、特に豚肉や鶏肉の消費が増加しています。今後、食生活が豊かになるにつれ、国内の増える需要を賄うために輸入量が増加していくと見られます。

一方、牛肉の消費は潜在的な需要は高いものの価格が高いことから富裕層が中心とされており、消費の拡大には更なる経済発展が求められ、一定の時間を要すると見られます。

オーストラリアの乳業界の動向

はじめに

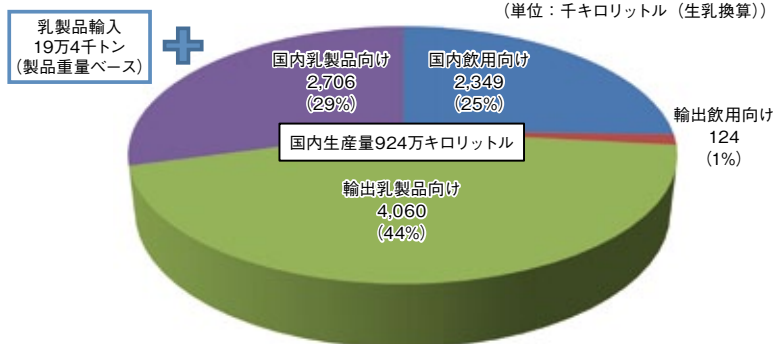
日本の主要乳製品輸入相手国であるオーストラリアは、世界第4位の乳製品輸出国であり、オーストラリアの乳業界の動向は、世界的にも関心が高いものとなっています。一方、オーストラリアの乳業は輸出に特化している印象がありますが、実際には生産の半分以上が国内消費となっており（図1）、国内でも大手乳業メーカー間で激しい競争がくりひろげられています。

1 酪農家の獲得競争

乳業メーカーは、酪農家から買い取った生乳で牛乳や乳製品を製造・販売しています。そのため、原料となる生乳の調達は乳業メーカーにとって重要な問題です。オーストラリアでは、乳業メー

図1 豪州の生乳需給構造（2013/14年度）

（単位：千キロリットル（生乳換算））



資料：デーリー・オーストラリア（DA）より機構推計
注：年度は7月～翌6月。

カーは酪農家からの生乳の買取りに際して、さまざまな奨励策を実

施しています。例えば、生産量が少なくなる時期に生産した場合の加算など、一定額以上の取引価格を保証するというものです。各乳業メーカーはこれらの措置を積極的に実施しており、近年、干ばつなどの影響で生乳生産が伸び悩む中で、安定的な生乳の確保に努めています。

2 乳業メーカーの買収

次に、オーストラリアの乳業界では、買収など企業再編が盛んなことも特徴的です。2013年から2014年にかけては大手乳業メーカーの買収をめぐる国内外の乳業メーカーによる買収競争が行われ、世界的な注目を集めました。こうした買収劇などもあり、現在、オーストラリアの大手乳業メーカー6社のうち4社は海外資

表1 大手乳業メーカーの概要

	企業形態など	主な販売品目
マレーゴールバン	国内酪農協系 豪州最大手の酪農協系乳業メーカー。	粉乳、バター、チーズ
フォンテラ	海外資本 NZの最大手乳業メーカー。	粉乳、チーズ
ライオン	海外資本傘下 日本の飲料メーカーの傘下。	牛乳、乳飲料、チーズ
ワーナンプール チーズ&バター	海外資本傘下 カナダの大手乳業メーカーの傘下。	チーズ、粉乳
バルマラット	海外資本傘下 フランスの大手乳業メーカーの傘下。	牛乳、乳飲料、ヨーグルト
ベガ	国内商系 豪州国内の中小乳業メーカーの親会社。	チーズ

資料：DA、各社HPより機構作成

本（ニュージーランド、日本、カナダ、フランス）の傘下にあります（表1）。こうした動きは、オース

調査情報部 根本 悠

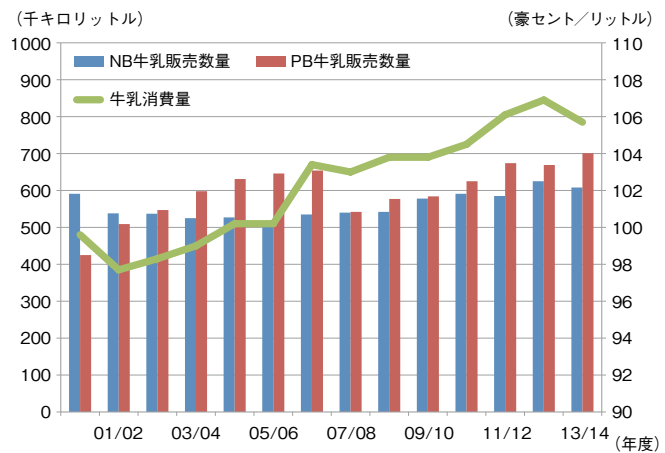
オーストラリアが需要の拡大が見込める中国や東南アジアに比較的近く、輸出市場の拡大が期待できるということが背景にあります。

3 PB牛乳の製造委託競争

近年、オーストラリアの大手スーパーマーケット界ではプライベートブランド（PB・スーパーマーケットの自社企画ブランド）の安売り牛乳（1リットル約1豪ドル・約100円）の販売競争が行われています。そして、乳業メーカーも、こうしたPB牛乳の製造受託が、売上拡大につながるため、PB牛乳生産を活性化しています。その結果、オーストラリアでは、スーパーマーケットで販売されている牛乳の半分はPB牛乳となっています。

こうした傾向の背景には、オーストラリアの堅調な牛乳消費があります。オーストラリアの人々は、日本の3倍以上となる年間1人当たり106リットルの牛乳を消費しており、増加傾向で推移してい

図2 オーストラリアのスーパーマーケットの牛乳の販売数量と1人当たり年間消費量の推移



資料: DA

注1: 年度は7月～翌6月。

注2: NBはナショナルブランド（メーカーが商品につけるブランド）のことで、PB牛乳と対照をなすもの。



オーストラリアのスーパーマーケットの牛乳売り場

ます（図2）。
おわりに

以上のとおり、オーストラリアではさまざまな面で乳業界の競争が活発となっています。そして、これらは、生乳生産の伸び悩み、アジア諸国の需要拡大、堅調な国内の牛乳消費というオーストラリア特有の市場環境に起因しています。これらの市場環境が、乳製品生産のための原料乳確保の制約や

アジア諸国の乳製品市場との競合の高まりにより日本向け輸出価格にも影響を与える可能性が考えられます。オーストラリアの乳業界の動向については、日本としても常に関心を持っている必要があります。

alic 調査情報部では、最近の農畜産物の需給状況を把握するため現地調査を実施しております。

今回は、調査情報部の山崎良人（アルゼンチン）及び米元健太（ブラジル）より調査結果を報告しましたので、その概要を紹介します。

アルゼンチン・ブラジルの

農業概況

アルゼンチン、ブラジル両国から日本への牛肉輸出は行なわれていません。しかし、牛肉の生産量の世界ランキングをみるとアルゼンチンは第6位、ブラジルは第2位、輸出量ではブラジルは世界第1位となっており、国際需給に大きな影響を与えている国々です。両国とも飼料作物であるトウモ



アルゼンチンとブラジルの概況

	アルゼンチン	ブラジル	日本
人口（千人） 世銀（2013）	41,446	200,362	127,839
牛肉（千t） 枝肉重量ベース USDA 2013年	生産量 2,850 (世界第6位)	9,675 (世界第2位)	508
	輸出量 186 (世界第11位)	1,849 (世界第1位)	1
一人当たり食肉消費量(kg/年) 下段：うち牛肉 FAO 2011年	101.7 54.9	93.0 39.1	48.8 9.0
トウモロコシ生産量(千t) USDA 2013/14年	26,000 (世界第6位)	79,500 (世界第3位)	1
大豆生産量(千t) USDA 2013/14年	54,000 (世界第3位)	86,700 (世界第2位)	198

ロコシ及び大豆かすの大生産国であり、安価な飼料を確保できるところ、さらに、近年、従来の放牧肥育から穀物肥育による牛肉生産が増加しており、今後も国際市場での存在感は高まるとみられています。

内需志向のアルゼンチンと

外需志向のブラジル

アルゼンチンは、政府による輸出規制（輸出税）等により、国内供給を優先しています。牛肉生産は、国内の牛肉需要が堅調な中、安定した生産が行われています。

世界三大肥沃土の一つであるパンパ地域での大豆など飼料原料生産の拡大に伴い、放牧地は減少し、肉牛生産は放牧肥育から穀物肥育に移行しています。このように飼料原料の生産増加により穀物肥育の増産は期待できますが、昨年繁殖地帯を襲った洪水により、繁殖雌牛が減少しているため、天候に問題がなければ、数年後から生産は拡大すると見られています。

輸出は、中国・ロシア向けのシェアが増加していますが、政府の輸出規制等により、2005年をピークに2014年にはその4分の1まで減少しています。こうした中、EU向けの輸出に、新たに高級牛肉無税枠を獲得したので、輸出量増加の可能性はありますが、輸出規制などの対応を見極める必要があります。

一方のブラジルは、従来の放牧管理から集約的で回転率の高いフィードロットへの移行が進展し、単位面積当たりの生産性向上が持続しています。さらに、国内外の旺盛な需要、豊富で安価な飼

料穀物、好調なもと牛生産等の好条件を背景に牛肉生産は増加が見込まれています。

ブラジルの生産コスト（特に、飼料費、肥育もと牛価格）は世界的にみて低水準にあり、国際競争力は極めて高いと言えます。輸出傾向としては、冷蔵品よりも冷凍品が圧倒的に多いという特徴から、質よりも量を求める近隣各国やアフリカからの引き合いが強くなっています。米国、中国、サウジアラビア等の新市場獲得に加え、肉質改善による既存市場での需要の喚起も見込まれます。世界的に牛肉増産可能国が限られているなかで、ポジティブな特徴を多く有するブラジルは、国際市場での存在感をさらに強めていく可能性が高いといえますが、道路・港湾などインフラ整備に係る課題の解消が求められます。

参加者からは、情報の少ない南米の状況を知ることができ有益だったというご意見をいただきました。

1 第24回加工・業務用野菜産地と実需者との交流会

3月10日

機構では、加工・業務用需要に対応した契約取引を推進するため、3月10日、24回目の開催となる産地と実需者との交流会を、東京国際フォーラムにて開催しました。

今回は、全国各地から128の事業者・団体が出席し、1,150名の方にご来場いただき、会場では積極的な商談や情報交換が行われました。また、午後には、あべ農林水産副大臣が来場され、各ブースを視察し出展者との意見交換を行いました。



終日賑わいを見せた会場

視察されるあべ副大臣



様々な種類の野菜が並び、色鮮やかな出展ブース

事前予約制の「特別商談会」には27の出展者が参加し、68件の商談が精力的に行われました。

さらに、会場内に設けたセミナー会場では、農林水産省と連携して、リレー出荷の特例措置等を含む契約野菜関連対策事業についての説明会や、野菜ビジネス協議会主催の「野菜産地と実需者によるセミナー・パネルディスカッション」を実施しました。

今回の交流会は、10月下旬に北九州市内で開催する予定です。

2 日本の和牛を世界へ（米国）

現在、国を挙げて農林水産物等の輸出促進の取り組みが推進されており、特に、牛肉は重点品目の一つに掲げられています。

2015年2月には、日本畜産物輸出促進協議会牛肉部会（事務局：公益社団法人中央畜産会）が、米国ニューヨーク及びジョージア州アトランタにおいて、和牛セミナーおよび試食会を実施し、当機構もこれに参画しました。

当セミナーには多数のレストランのシェフ、外食や食肉店のオーナー等が参加し、和牛の特徴や魅力、安全性について講演が行われた後、スライサーを用いたカットデモや、ステーキ、すき焼等の試食提供が行われました。

試食会で「本物」の和牛を口にした来場者からは、和牛の美味しさや口の中に広がる豊かな香りについて、称賛する声が数多く上がっていました。厚切りの赤身肉が主体の米国ですが、和牛の「味」

や「舌触り」に対する評価は大変高く、特に薄くスライスして醤油味で食べるすき焼きは大人気でした。また、保存方法や調理方法について熱心な質疑応答が行われ、和牛に対する期待と関心の高さもうかがわれました。

和牛輸出促進に向けた取り組みは、本物の和牛の魅力や味を伝え、輸出を拡大するために継続的な実施が求められています。

当機構としても、これらの取り組みに対して貢献してまいります。



和牛肉について説明を受ける参加者

新たな食料・農業・農村基本計画について

農林水産省大臣官房政策課

●はじめに

平成27年3月31日に、農政の中長期のビジョンとなる、新たな食料・農業・

農村基本計画（以下「基本計画」という）が閣議決定されました。

新たな基本計画は、食料・農業・農村基本法（平成11年7月制定）に基づき決定された4回目の基本計画となります。食料・農業・農村政策審議会の企画部会における17回にわたる議論、現地視

「強い農業」と「美しく活力ある農村」の実現

新たな基本計画の構成

第1 施策推進の基本的な視点

- 農業や食品産業の成長産業化を促進する「産業政策」と、多面的機能の維持・発揮を促進する「地域政策」とを車の両輪として食料・農業・農村施策の改革を着実に推進

基本法の基本理念の実現に向けた施策の安定性の確保
食料の安定供給の確保に向けた国民的議論の深化
需要や消費者視点に立脚した施策の展開
農業の担い手が活躍できる環境の整備
持続可能な農業・農村の実現に向けた施策展開
新たな可能性を切り拓く技術革新
農業者の所得の向上と農村のにぎわいの創出

第2 食料自給率の目標

食料自給率の目標
カロリーベース：39%（H25）→45%（H37）
生産額ベース：65%（H25）→73%（H37）

食料自給力（食料の潜在生産能力）指標

第3 講ずべき施策

- 食料の安定供給の確保
- 農業の持続的な発展
- 農村の振興
- 東日本大震災からの復旧・復興
- 団体の再編整備

第4 施策推進に必要な事項

- 幅広い関係者の参画と関係府省の連携
- 施策の進捗管理と評価
- 財政措置の効率的かつ重点的な運用
- 国民的視点と地域の実態に即した施策の決定
- 効果的かつ効率的な施策の推進体制

参考 【基本計画と併せて策定】

- 農地の見直しと確保
- 農業構造の展望
- 農業経営等の展望
- 農林水産研究基本計画
- 魅力ある農山漁村づくりに向けて

中長期的な情勢の変化の見通し

第1 食料・農業・農村をめぐる情勢

- 高齢化や人口減少の進行
- 世界の食料需給をめぐる環境変化、グローバル化の進展
- 社会構造等の変化と消費者ニーズの多様化
- 農地集積など農業・農村の構造変化
- 多様な可能性（国内外の新たな市場、ロボット技術等）
- 東日本大震災からの復旧・復興

これまでの食料・農業・農村基本計画

- 食料・農業・農村基本法（平成11年7月制定）に基づき策定
- 今後10年程度先までの施策の方向性等を示す、農政の中長期的なビジョン
- 平成12年3月決定 基本計画
- 平成17年3月決定 基本計画
- 平成22年3月決定 基本計画

評価と課題

おおむね実現している

察、地方意見交換会を経て、3月24日の本審議会での答申を受けて決定されたものです。

●基本計画の内容について

○まえがき

我が国の農業・農村においては、6次産業化や海外へ農林水産物・食品の輸出へのチャレンジ、若者を中心とした「田園回帰」といった新たな動きが広がっている一方で、農業就業者の高齢化や農地の荒廃など極めて厳しい状況に直面しています。このため、関係者の発想の転換や、改革の必要性についての認識の共有が求められていることなどを述べています。

こうした認識の下、「農林水産業・地域の活力創造プラン」等で示された施策の方向等を踏まえつつ、食料・農業・農村施策の改革を進め、若者たちが希望を有する「強い農業」と「美しく活力ある農村」の創出を目指していくこととしています。

○第一 食料、農業及び農村に関する

施策についての基本的な方針

第一では、食料・農業・農村をめぐる情勢と、主な施策の評価と課題、施策を推進するに当たっての基本的な視点を

示しています。

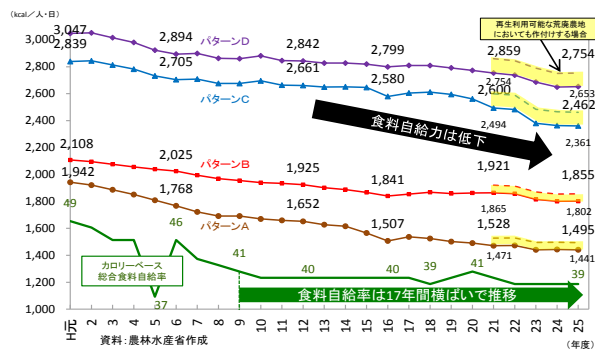
具体的には、高齢化や人口減少、グローバル化などの観点から、情勢の変化や施策の評価と課題を整理しています。その上で、現在が施策展開に当たっての大きな転換点であるとの認識に立ち、農業の構造改革や新たな需要の取り込み等を通じて、農業や食品産業の成長産業化を促進する「産業政策」と、構造改革を後押ししつつ、農業・農村の有する多面的機能の維持・発揮を促進する「地域政策」を車の両輪として施策の改革を推進することとしています。

○第二 食料自給率の目標

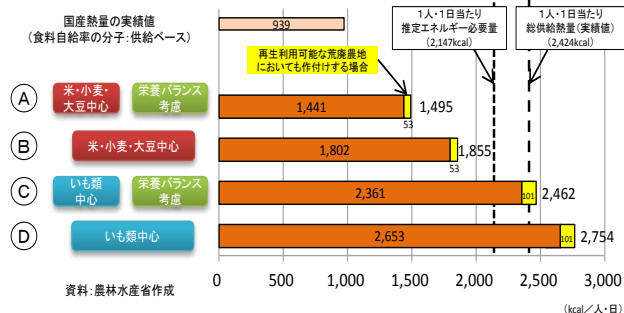
食料自給率目標については、前基本計画の検証結果を踏まえ、計画期間内における実現可能性を重視し、平成37年度の目標としてカロリーベースでは現状39%から45%に、金額ベースでは現状65%から73%に引き上げる目標を設定しています。

また、我が国の食料の潜在生産能力を評価する食料自給力指標を新たに示しています。これにより、我が国の食料自給力の現状や過去からの動向についての認識を共有し、食料安全保障に関する国民的議論を深めることとしています。

食料自給率指標の推移



食料自給率指標の変(平成25年度)



第三 食料、農業及び農村に関し

総合的かつ計画的に講ずべき施策

一、食料の安定供給の確保に関する施策

食品の安全確保と、食品に対する消費者の信頼を確保するための取組を推進するとともに、食育や国産農産物の消費拡大、「和食」の保護・継承等を推進することとしています。また、食料の安定供給という重要な役割を担っている農業や食品産業が、消費者の多様なニーズへの的確な対応や国内外の新たな需要の取り込み等を通じて健全に発展するため、6次産業化、農林水産物・食品の輸出、食品産業の海外展開等の取組を促進することとしています。

さらに、様々なリスク（我が国の食料の安定供給に影響を及ぼす可能性のある様々な要因）に対応した総合的な食料安全保障を確立するため、食料の安定供給に関するリスクの定期的な分析、評価や、不測時の具体的な対応手順の整備等を進めることとしています。

二、農業の持続的な発展に関する施策

農業経営の法人化、新規就農の促進など担い手の育成・確保や、女性農業者が能力を最大限に発揮できる環境の整備を進める旨を明記するとともに、経営所得安定対策を着実に推進することとしています。

また、農地中間管理機構のフル稼働による担い手への農地集積・集約化と優良農地の確保、構造改革の加速化に資する農業生産基盤の整備等を推進することとしています。

さらに、米政策改革の着実な推進、飼料用米等の戦略作物の生産拡大とともに、畜産クラスターの構築、園芸作物の供給力の強化などに取り組みこととしています。生産・流通現場の技術革新等については、現場のニーズを踏まえた研究開発と技術移転の加速化や、規模拡大、低コスト化等を可能とするため、スマート農業の実現等に向けた取組を推進することとしています。

また、気候変動への対応など、農業分野の環境政策についても総合的に推進することとしています。

三、農村の振興に関する施策

多面的機能の発揮を促進するため、多面的機能支払制度や中山間地域等直接支払制度を着実に推進するとともに、地域コミュニティ機能を維持するため、生活サービス機能等を基幹集落へ集約した「小さな拠点」と周辺集落とのネットワーク化を推進することとしています。また、深刻化、広域化する鳥獣被害への対応を図ることとしています。

また、農産物等を活かした新たな価値の創出、バイオマスを基軸とした新たな産業の振興、再生可能エネルギーの生産・利用、農村への関連産業の導入等を通じ、農村全体の雇用の確保と所得の向上を推進することとしています。

さらに、観光、教育、福祉等と連携した都市農村交流を戦略的に推進するとともに、交流人口の増加を移住・定住へと発展させていく取組を推進することとしています。また、都市農業の有する多

様な機能の発揮に向けて、持続的な振興を図ることとしています。

四、東日本大震災からの

復旧・復興に関する施策

地震・津波災害からの復旧・復興に向け、農地や農業用施設等の着実な復旧、将来を見据えた農地の大区画化等を進めるとともに、原発事故に伴う風評被害の払拭や、輸入規制の緩和・撤廃に向けた諸外国への働きかけなどに取り組むこととしています。

五、団体の再編整備等に関する施策

食料・農業・農村に関する団体（農協、農業委員会等）が、その機能や役割を効果的かつ効率的に発揮できるようにしていくため、事業・組織の見直しを行うこととしています。

第四 食料、農業及び農村に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために必要な事項

国や自治体、農業者、消費者などの適切な役割分担の下、施策を総合的かつ計画的に推進するとともに、「農林水産業・地域の活力創造本部」を活用して政府一体となって施策を推進することなどを明記しています。

●おわりに

今後、基本計画に基づき施策を着実に推進していくために、関係者の皆様のご理解、ご協力をお願いします。

周年生産が可能な 大和の伝統野菜“大和まな”

野菜の いろいろ

大和まなは大和の伝統野菜

奈良県は、戦前から県内で生産が確認され、地域の歴史・文化を受け継いだ独特の栽培方法等により、「味、香り、形態、来歴」などに特徴をもつ野菜を「大和の伝統野菜」として認定しています。現在20品目が、「大和の伝統野菜」に認定されており、「大和まな」は、平成17年10月に仲間入りしています。

大和まなの特徴

大和まなは、アブラナ科のツ



収穫した大和まな



大和まなの栽培風景

ケナ（漬け菜）の一種で、葉は大根葉に似た切れ込みがあり、濃緑色で肉質は軟らかく甘みに富んでいます。収穫後、葉が黄変しやすく店頭での日持ちが悪いという課題を解決するため、産学官連携により新品種「夏な

ら菜」、「冬なら菜」が育成されました。

夏なら菜は株張りが良いため春から夏栽培に向く品種、冬なら菜は低温でも生育が良好なので秋から冬栽培に向く品種です。また、パイプハウスなどでの栽培により、周年生産が可能になっています。

主な産地は、大和高田市、宇陀市、桜井市、大和郡山市で、出荷先は主に奈良県の中央卸売市場です。

おすすめの食べ方

油揚げなどとの煮浸しと相性がよく、地元の家庭料理として親しまれています。しゃきしゃきとした食感や癖のない食味でさまざまな料理に合いますが、ここでは、「大和まなじゃこ炒め」を紹介します。

●お問い合わせ先…奈良県農業水

産振興課（TEL…0742-

27-7443）

●料理、レシピ提供…大阪あべの
辻調理師専門学校

「大和まなじゃこ炒め」の作り方

- ① 大和まなは葉と軸の部分に分け、3cm幅に切る。
- ② 油揚げは長さ3cmの細切りにし、電子レンジでカリッとするまで約3分間加熱する。
- ③ フライパンにサラダ油を入れて加熱し、ちりめんじゃこと大和まなの軸を炒める。全体に油がなじめば、葉の部分と合わせ調味料を加え、水分を飛ばすように炒める。仕上がる直前に、油揚げを加えて炒める。
- ④ ③をバットに広げて斜めにし、余分な汁気をきる。



大和まなのじゃこ炒め

alic (エーリック) 5月号 (No. 19)
2015年5月13日発行 (隔月発行)

発行元 独立行政法人農畜産業振興機構
(alic : エーリック)
Agriculture & Livestock
Industries Corporation
〒106-8635
東京都港区麻布台2-2-1
麻布台ビル
電話 03-3583-8196 (広報消費者課)
FAX 03-3582-3397
URL <http://www.alic.go.jp/>

※本誌掲載記事の転載をご希望の場合は上記
窓口までご相談下さい。

編集部から

日本の食文化を代表するものの一つである和菓子の原材料には、alic の業務対象の砂糖やでん粉が使われています。今月号のトップインタビューでは、全国和菓子協会の黒川会長にお話を伺いました。

和生菓子の売上高が、洋菓子よりも多いことには改めて驚きましたが、それだけ日本人の生活の中に和菓子が溶け込んでいるからではないでしょうか。皆さんの家のご近所にも和菓子屋さんがありませんか。

私の家の近所にも老夫婦で営む和菓子屋があります。季節ごとに様々な和菓子が並び、季節感あふれる多くの和菓子をお二人で作られているのかと、いつも感心してしまいます。今の時期は柏餅ですが、これからあやめ菖蒲、あじさい紫陽花、ぼたん牡丹、朝顔など花をモチーフにした和菓子も多く、色も鮮やかです。桜前線は通り過ぎてしまいましたが、和菓子で季節を少し先取りして、日本の四季を楽しんでみてはいかがでしょうか。

<これからの予定>

◇2015年5月20日(水) alicセミナー

会 場：当機構 北館6階大会議室

テーマ：新しい食品表示制度について

～見直しの背景と変更点について具体例を踏まえて～

講 師：公立大学法人宮城大学

名誉教授 池戸 重信 氏

◇2015年6月9日(火) alicセミナー

会 場：当機構 北館6階大会議室

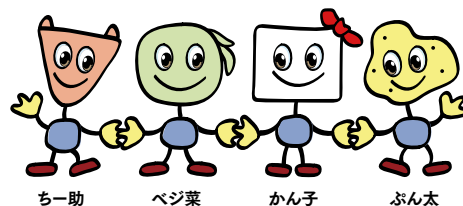
テーマ：新たな食料・農業・農村基本計画の概要について

講 師：農林水産省 大臣官房政策課

◇2015年6月20日(土)～21日(日)

第10回食育推進全国大会(墨田区総合体育館)

(詳細はホームページでご案内いたします。)

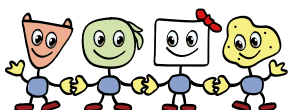


次号は2015年7月1日発行です。

ご意見、ご感想等ございましたらお寄せ下さい。
どうぞ、よろしくお願いいたします。



Agriculture & Livestock Industries Corporation
独立行政法人 農畜産業振興機構



alic 独立行政法人農畜産業振興機構（農畜産機構）
〒106-8635 東京都港区麻布台2-2-1 麻布台ビル
TEL 03-3583-8196 FAX 03-3582-3397

