

alic

エーリック

2015

7

月号

第20号

□ トップインタビュー

美味しく、楽しい焼肉料理で豊かな食生活をお客様に

～焼肉は日本で育った食文化～

事業協同組合 全国焼肉協会 名誉会長（株式会社叙々苑 代表取締役） 新井泰道 氏に聞く

□ 第一線から

夢のある畑からゆとりある農業を 「ドリームファーム」

～沖縄県久米島 宇江城昌也さん～

alic

独立行政法人農畜産業振興機構

美味しく、楽しい焼肉料理で豊かな食生活をお客様に 焼肉は日本で育った食文化

自分好みの焼き加減で、焼き上がった肉にタレを付けて食べる焼肉は、日本の食文化の中で育った独自のもので、テーブルを囲む人に自然とコミュニケーションを生み出す食べ物です。そんな焼肉業界の振興に取り組んでいる事業協同組合全国焼肉協会の新井泰道名誉会長にお話を伺いました。

——日本の焼肉は、いつ頃から食べられていたのですか。また焼肉のルーツは韓国ですか。

今日の焼肉店の原型ができたのは戦後間もなくのことで、約70年の歴史です。その後東京オリンピックや高度成長で拍車がかかり、バブルで景気がよくなった頃に焼肉店がどんどん増えました。

焼肉のルーツは、生れは韓国、育ちは日本ということじゃないですかね。例えば、日本のラーメンはどこから来たのかと聞かれたら、生れは中国でしょうけれども、今はもう日本の料理でしょ。カレーもインドが起源で日本の国民食になっています。焼肉も同じように、日本で独自に発展した食文化だと思います。

——「日本で独自に発展した」とは、どのようなことですか。

もともと韓国の焼肉は、お肉を前日からタレに漬けて込んでおくものでした。ところが、長く漬けて込んだら色が黒っぽく古い肉に見えてしまいますから、日本人は嫌いますね。ですから日本の焼肉は、オーダーを受けてから、その場でタレをからめて出します。そのため、本来の肉の色のまま提供されます。日本料理と同じで、焼肉も日本人はまず目で味わうわけです。これは日本で発展した焼肉文化だと思います。

それともう一つ、韓国では昔は付けダレというものが無かったんですよ。肉を焼いて、キムチなんかをくるんで食べたりします。焼いた肉にタレを付けて食べるのは日本式です。火傷を防ぐため熱い肉をいったん冷ましたり、味の調節を図るというのもあります。すき焼や水炊きもそうですが、日本人



はタレを付けて食べるのが好きみたいです。焼肉もまさに、そういう日本の食文化から出てきたのではないかと思います。

私は「この料理は何料理」って言った場合、どこの国の料理かを定義付けるのは、油だと思えます。韓国料理はゴマ油、日本はサラダ油、イタリア料理はオリーブ油、欧米料理はバター、中華料理はラードなんですよ。皆さんご存知の韓国料理のナムルにはゴマ油が入っているのですが、これをもしもオリーブ油で作ったとしたらイタリア料理、バターで作ったら欧米料理になるという、そういう話です。

全国焼肉協会では、どのような活動をしているのですか。また、8月29日は焼肉の日ということですが、どのような取り組みをされていますか。

全国焼肉協会は、前身の全国焼肉店経営者協会から合わせて23年ほどですが、料理勉強会や交流会などの開催を通じ、会員が切磋琢磨する環境を提供してきました。設立までは焼肉店同士の交流が少なく、どの店も見よう見まねとか親の代からとかでやってきていたんですけれども、果たしてこれで正しいのか暗中模索の状態でした。それが勉強会などを経て「あの盛り付けいいな」といった料理への向上心が生まれ、焼肉の奥

深さをお互いが理解するようになりました。

また、全国焼肉協会では、BSE問題や牛肉偽装事件などを教訓に、消費者の皆様へに安全な食の提供を目指しさまざまな取り組みを行っています。その他、ボランティア活動として毎年加盟店から福祉施設へのお肉の提供を実施しています。

また、焼く(8月) 肉(29日)でイメージしてもらおうと、8月29日を「ヤキニクの日」としました。協会ではポスターを作成したり、各店舗でくじ引きのイベントを行ったりして認知度アップに努めています。土用の丑の日にうなぎを食べるように、皆様が「焼肉の日だ!」とイメージしていただき、焼肉食べたいなと思っただければと思っています。

総務省の家計調査では肉類の消費額が10年で15%増というデータもあり、焼肉業界にとっても追い風になっていると思いますが、最近の焼肉業界の売上はいかがですか。

焼肉業界の売上は、2008年のリーマンショックの影響で4年間ほど落ち込んだものの、その後は順調に回復しています。肉類の消費が伸びているのは、肉が好きな方が多い証しだと思いますから、懐具合が良くなれば、焼肉を食べたいという人は増えるのではないかと思います。焼肉は回転寿

司など他の外食と比べて、やはりお客様単価が高いので、景気が落ち込むと予算的な要因から月に1回行っていたのが、2カ月に1回というように回数が減ってしまっています。しかし最近景気の回復とともに、焼肉を召しあがる方が増えているように感じます。

焼肉店は全国で約2万店ですが、私はこの店舗数は増えこそすれ、減ることは無いと思います。なぜなら、焼肉は非常に身近なもので、老若男女問わず、一度食べたお客様はきっと美味しいと言ってくれます。焼肉のタレは日本人によく合う砂糖醤油味なんです。日本人の好きな焼き魚の煮付けも砂糖醤油味でしょ。日本料理は、出汁に醤油に砂糖が基本なんです。焼肉は、ベースにその味付けがありますから、日本人にぴったり合う味なんだろうと思っています。

近年、メニューが豊富になったように感じますが、お客様の要望も多様化しているのですか。それらの要望に対して、お肉の提供方法や食べ方など工夫していることはありますか。

焼肉のメニューは、昔はロース、カルビ、ミノ、レバーくらいでしたが、お客様の要望が多様化に合わせ、昔は見向きもされなかつ

た部位からタン塩、ハラミ、ホルモンなど数々の部位を発掘し、今では何十種類にも増え、海鮮焼き物まで幅広く提供しています。

ちなみに、タン塩焼は弊社から始まったんです。今から39年前に肉屋さんに何か良い新商品は無いかなって相談すると「マスター、タン使いなよ」と勧められたんです。「タンは、市場で余っている。みんな無理して何かと抱合せて、持っていかにされている。安く持つてくるからやりなよ」と。当時は、まだ塩焼きというメニューが無かった時代です。それで仕事が終わって塩を振りかけて食べてみると「これ旨いよ」となってメニューに出したんです。

私がマスターで店に出ていた時、新しいメニューだからと女性のお客様にお出ししたんですけど、「醤油ダレは合わないよ」って言われたんですね。そしたら、その方が「じゃあマスター、私、レモン好きだから、レモン持つてきて」、すると「マスター、レモン合うわよ。これをタレにしたら？」となった訳です。これがタン塩焼のはしりです。

また、最近のお客様は健康志向からか、焼肉に合わせてサラダの注文も多く、お客様が積極的に野菜を摂ろうという意識を感じるようになりました。ですから、美味しいサラダを安定して提供できるよう、野菜農家とも契約して国産の野菜を提供しています。

——**名誉会長は料理人でもあるわけですが、国産の農畜産物についてどの様に感じておられますか。**

国産牛、特に和牛（注）はマグロでいえばトロのようなもので、柔らかく脂ものつて美味しいですね。豪州産は、日本人の好みに合うよう牧草肥育から穀物肥育にするなどの改良がされていますが、米国産も豪州産も、国産の牛肉にはまだまだ追いついていないと感じています。

焼肉は、付けダレ等の工夫で美味しく食べられる料理で、タレの味付けやお皿への盛り付けなどが、板前さんたちの腕の見せ所でもあります。お歳を召した方など少量でも美味しいものを食べたいという方は、やはり和牛がお勧めで、肉本来の味が断然美味しいです。

弊社では、一部のメニューでは輸入牛肉や国産牛を使用していますが、基本的には和牛を使用しています。主にA5ランクのものを銘柄は問わず使用しています。

——**食材を供給する日本の農業や日本の農畜産物について、感じることはありませんか教えてください。**

国内の生産者の方は、大変なご苦労だと思いますが、やはり美味しい肉を継続して

生産してもらいたいと思います。国産の肉がなくなると、美味しいものを食べたいというお客様も困るし、我々も美味しいお肉を提供できなくなるので、是非、国内の生産者には生産を継続してもらいたいし、これからも応援していきたい。

国産の肉はマグロで言えばトロのような存在で、魚と比べて肉の価格は安いと感じています。高級な寿司屋では、トロ一貫2千円ですよ。肉は高いといつても、まだそこまでいいじゃないですよ。本当は、もう少し値段を高く仕入れてあげたいくらいだが、そうするとお客様の負担も増えてしまうので、国からの支援も継続していただき、農家の方が潤うような政策をとっていただきたいと思っています。

——**全国焼肉協会や焼肉業界として、今後発展していくための課題などがあれば教えてください。**

安全・安心な食の提供に向け、引き続き牛肉トレーサビリティや衛生対策については、業界を挙げて積極的に取り組んでいきたいと考えています。今までお話ししてきたように、焼肉って、楽しくて美味しいと思っていただいている方も多いのかなと思います。テーブルで肉を焼いて食べるので、みんなで肉をつつき合うことで会話

トップインタビュー

美味しく、楽しい焼肉料理で
豊かな食生活をお客様に
～焼肉は日本で育った食文化～
事業協同組合 全国焼肉協会
名誉会長 新井泰道 氏 02

第一線から

夢のある畑からゆとりある農業を
「ドリームファーム」
～沖縄県久米島 宇江城昌也さん～
..... 06

レポート

中国の酪農・乳業事情 08
ニュージーランドの生乳取引 10

alic セミナー

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～ .. 12

機構の動き

英国農業園芸開発公社(AHDB)の
研修生が訪問しました 13
日本農産品合同セミナーおよび英国農業
園芸開発公社との情報交換会議 13

業務関連情報

食肉の消費動向について 14

搾乳ロボットと雌雄産み分け技術で
生乳生産の安定を目指す 16

まめ知識

畜産のいろいろ
牛乳が美肌をつくる！
～正しい食生活は、美肌づくりの基本～ .. 18

(注)「国産牛」と「和牛」について

「国産牛」とは、日本国内での飼育期間が他の地域よりも長い牛のことです。一方、「和牛」と表示できる牛は4種類(黒毛和種、褐毛和種、日本短角種、無角和種)の限られた品種とその交配種で、日本国内で出生し生育されたものに限定されています。

も弾みますし、自分好みの焼き加減で食べることができるのも焼肉の魅力じゃないでしょうか。このように日本で独自に発展した焼肉文化を、広く世界中に普及させ、「YAKINIKU」が世界の共通語となるよう、さらに努力していきたいと思っています。



事業協同組合 全国焼肉協会 名誉会長

あら い たい どう
新井 泰道

昭和17年 神奈川県横須賀市生まれ。
中学卒業後、叔母の勧めで東京・新宿の焼肉店に入店。
さらに東京・神田の焼肉店に13年勤めた後、昭和47年に東京・神楽坂で独立。
昭和51年 六本木で「叙々苑」1号店を開業(現在57店舗を展開)
平成4年10月 全国焼肉店経営者協会(現協会の前組織)設立とともに副会長就任。
平成10年5月 事業協同組合全国焼肉協会設立とともに副会長に就任。
平成15年5月 事業協同組合全国焼肉協会会長に就任(6期12年務める)。
平成27年5月 事業協同組合全国焼肉協会名誉会長に就任。

(参考)

広報誌 2012年11月号 和牛と国産牛ってちがうの？
http://www.alic.go.jp/koho/kikaku03_000608.html

夢のある畑からゆとりある農業を

『ドリームファーム』

～沖縄県久米島

宇江城昌也さん

沖縄県では、生産技術および経営改善の面で創意工夫し、高単収・高品質なさとうきび生産を行った農家を表彰する「さとうきび競

作会」が行われています。

平成27年4月24日に多量生産の部の生産法人の部第一位となり、「独立行政法人農畜産業振興機構理事賞」を受賞した久米島町の農業生産法人有会社ドリームファーム代表宇江城昌也さんをご紹介します。

◆久米島とさとうきび

久米島は、沖縄本島から西に100km、飛行機で30分のところに位置する人口約8,200人の島です。さとうきび生産は島の耕地面積の約8割を占め、農家の殆どが携わる重要な産業となっています。



念願の1位に
(今年のさとうきび競作会にて)

◆出身地久米島へ

思いを形にするために宇江城さんは久米島で生まれ、3歳からは那覇で育ちました。税理士事務所に勤務し、税理士を目指していたところに、久米島で島を上げてのさとうきび生産

法人設立とハーベスタ導入の話が舞い込み、平成12年に40歳を目前に久米島に戻り、父・弟と3人でドリームファームを設立しました。

宇江城さんは、「久米島に夢のある畑を作る」という思いを法人名に託し、「ドリームファーム」と名付けました。

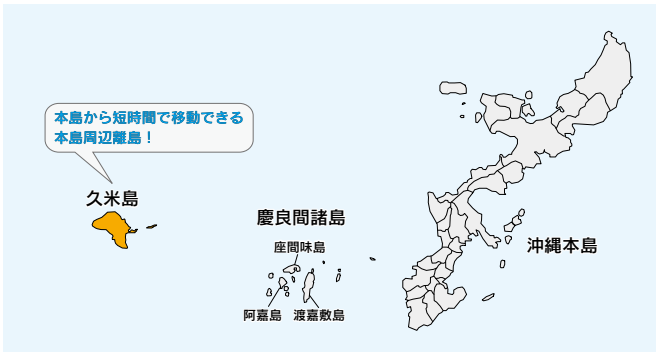
その思いを実現させる第1歩として、収穫面積16・5haを目標に規模拡大を図り、その後、順調に生産量を伸ばした結果、平成20年にはさとうきび競作会の同部門で第2位を受賞しました。

◆省力化とはいえ

大事なことは

現在、ドリームファームは、経営面積21haでさとうきび栽培を行いながら、収穫期には16・5haにも及ぶ収穫作業を受託しています。ドリームファームの特徴は、「植付けから収穫まで、所有する機械での機械化一貫体系による省力化栽培」です。

例えば、植付け作業は通常、苗の切断↓植付け↓施肥↓薬剤散布↓覆土↓転圧の行程を機械または人の手で別々で行うの



自宅の車庫にあるハーベスタなど



修理代節減のため、機械の修理を自分でできるようにと溶接の練習で作成した金網製ゴミ箱



使用中のトラクター

を、ドリームファームでは植付け機を用いてそれらの作業を一工程で行い、省力化を図っています。

また、適期に薬剤散布を

行うことで、雑草や害虫の防除などその後に必要な作業を最低限に抑え、農業代の節減にも繋がっています。

しかし、宇江城さんは、「作物は水が命」との考えから、スプリンクラーで十分に散水されない部分を探しては、時間と労力をかけて人力で自ら水撒きをし収量向上に努めています。

◆上手い人のまねをするのに誰にも損はない

「聞きつつ聞かれつ」

「さとうきび栽培はわからないことがわかれると楽しくなってくる。

わからないことは先輩たちにいろいろ教わる事ができる。いいと感じるところはどんどん聞く。そして、自分がやっていいと感じたことは「上手くいったよ」と周囲に話す。」

人と人とのつながり



笑顔が印象的な宇江城さん

を大事にして、競争ではなく、共存してみんなでさとうきびと島を守っていくのだと宇江城さんは言います。

また、宇江城さんは、「さとうきび栽培は生活」と言います。

「さとうきびが台風でダメになれば生活はつらいけど、収益が上がれば嬉しい。そのために周囲の人とたくさん話をして情報交換をする。」

いい時も悪い時もその延長線上にゆんたく（皆でおしゃべり）があつて、結局

は楽しみを感じるのだそうです。

◆受賞が家族にとって

生きる力に

競作会での第1位受賞は、宇江城家に大きな喜びをもたらしました。今年の初めにお母さんが病気で倒れたさなかの朗報でした。「母に良い報告ができた。これで元気になってくれる。」と、しみじみとお話をしてくれた昌也さん。受賞によって、ずっとやってきたことが認められ



夏植えのさとうきびはすくすくと順調に育っています。今から来年の収穫が待ち遠しいです

て、「ドリームファーム」夢のある畑」を作り上げると胸を張って言えるようになり、ゆとりある農業の懸け橋になれるのではないかと喜びから期待へと心は移り変わったようです。

◆久米島のために

「島の活性化のためには、若い人にさとうきび栽培をやってみようと思ってもらうことが必要。そのために、常に適期を意識して作業すること、生活時間にゆとりを生みだしていく。自分がゆとりある生活をすることで、若い人が農家に魅力を感じ、興味を持つてくれたら。ここまでできれば最高さあね。」と宇江城さんは言います。

「夢のある畑」を魅力あふれるものにするために、宇江城さんは今日も笑顔いっぱい作業に励みます。

(特産業務部)

中国の酪農・乳業事情

はじめに

中国の牛乳・乳製品の消費動向は、2008年の育児用粉乳のメラミン混入事件を契機に変化が生

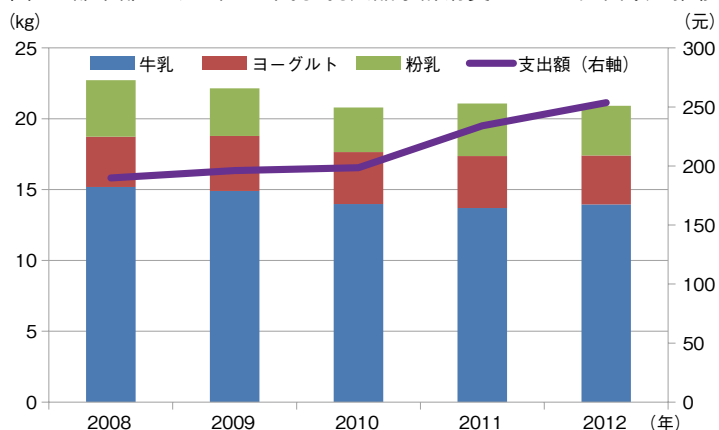
じています。この事件以降、消費者は、牛乳・乳製品の安全性や品質を重視するようになり、購入量を減らす一方で、単価の高い製品を選択したため支出額は増加しています(図1)。

また、消費者は国産品に対する不信任感を高め、輸入品を求めるようになりました。

粉乳の輸入状況

中国では生乳(搾ったままの乳)が不足しており、多くの乳製品を輸入するようになりました。特に最近では粉乳を中心に輸入が増加しています。粉乳は、常温による輸送が可能で管理も容易なため、乳製品貿易に占

図1 都市部の1人当たり牛乳・乳製品家計消費量および支出額の推移



資料: 中国農業部「中国乳業年鑑」

注: 都市部の家庭における購入量と支出額



スーパーのヨーグルト売り場(北京市内)

める割合も高くなっています。

粉乳は生乳を原料とし、水分を取り除いたものです。主な用途は、水で戻して還元乳として乳飲料などに使われるほか、ヨーグルトや育児用粉乳、アイスクリーム、製菓、製パン用など、さまざまな食

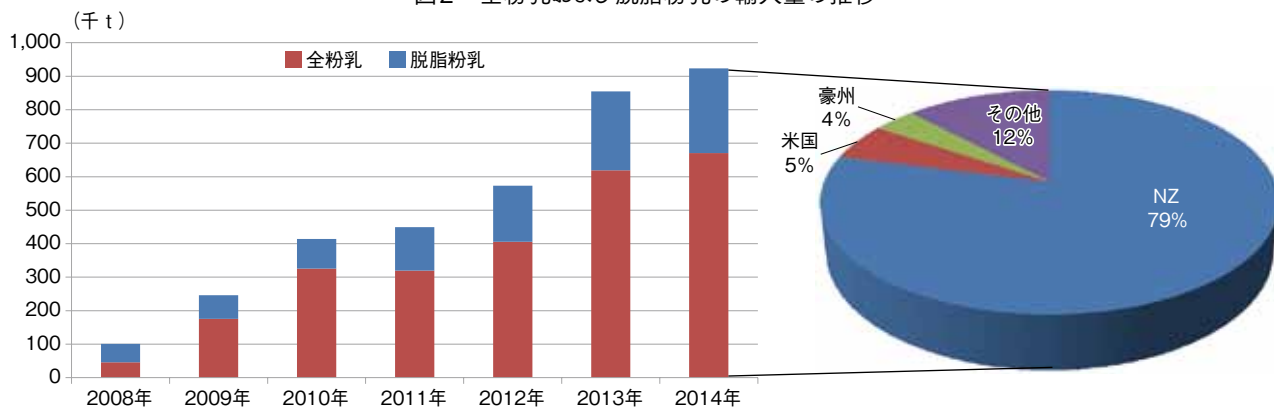
品の原料となります。

2014年の粉乳輸入量は92万t(前年比8・2%増)と、増加傾向にあります(図2)。2013年は国内の生乳不足を受けて、粉乳輸入量は急増しました。その後、2014年に入ってからロシアの禁輸措置の影響で、行き場を失った欧州産粉乳が中国向けに振り替えられるなどで、輸入量はさらに増えることとなりました。しかし、2014年後半からは一定の在庫水準に達したことから、輸入需要に一服感が生じています。

最大の輸入先は、2008年に中国と自由貿易協定(FTA)を締結したニュージーランド(NZ)で、輸入量全体の8割を占めます。FTA締結以降、NZからは他国に比べて、低い関税率で輸入でき

調査情報部 木下 瞬

図2 全粉乳および脱脂粉乳の輸入量の推移



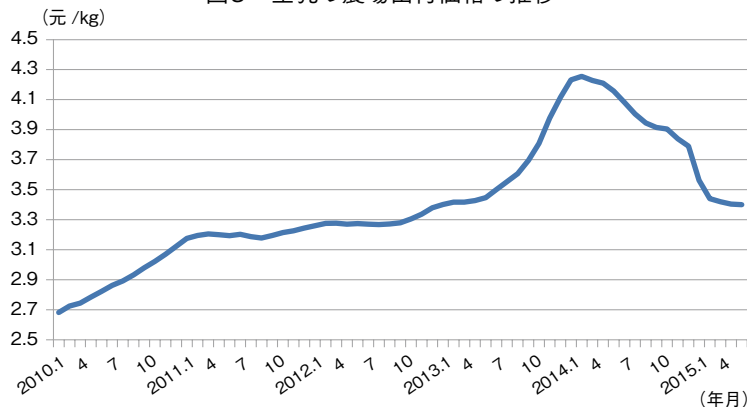
資料:「Global Trade Atlas」

国内生乳生産への影響

最近では、乳製品の国際相場が下落しており、中国の国産生乳より輸入粉乳を使う方が安上がりになってきました。このため、中国の乳業メーカーは国産生乳の使用割合を

減らして、急速にシェアを伸ばしてきました。

図3 生乳の農場出荷価格の推移



資料:中国農業部より ALIC 作成

減らして、酪農家から買い取る生乳を買い叩いたり、取引を中止したりする動きも広まっています。

生乳の農場出荷価格（乳価）は、2014年2月の1kg当たり4・3元（86円）をピークに下落し、2015年5月は同3・4元（68円）と、一年間で20円程度下落しました（図3）。これにより、酪農家の経営環境は悪化し、一部では生乳を農地に廃棄したり、乳用牛を淘汰して廃業する事態が起っています。

このような中、中国政府は、乳業メーカーに対して国産生乳の使用割合の向上を働きかけていますが、目立った改善は見られず、小規模を中心に経営を中止する酪農家が相次いでいます。

おわりに

中国は国際貿易を進めており、今年はおーストラリアとのFTA

締結が見込まれています。このまま安価な乳製品の輸入が増えれば、国内の酪農家はさらに厳しい環境にさらされることになるでしょう。一方で、大手乳業メーカーや外資系企業などが国内の生乳生産に参入し、酪農先進国並みの技術を導入しつつ、国際競争力を高める動きも見られます。

今や同国の牛乳・乳製品の需給動向は、国際相場にも大きな影響を与えており、世界的にも注目されています。



大手乳業メーカー、蒙牛の大規模農場（内蒙古自治区）

ニュージーランドの生乳取引

はじめに

ニュージーランド（NZ）は、酪農乳業が非常に盛んなことで知られ、近年も酪農家の戸数は増加しています。このため、日本の酪農乳業に携わる人々からの関心も高くなっています。そこで、今回のレポートでは、NZで生乳（搾ったままの乳）がどのように



NZの酪農場の様子

取引され、どのように農場出荷価格（乳価）が決定されているかなど、NZの生乳取引の動向について紹介します。

1 乳価の決定方法

NZの乳価の決定方法は、さまざまな面で日本と異なります（表）。

まず、日本では、指定団体（地域ブロック毎の酪農家の協同組合）と乳業メーカーとの相対交渉を中心に乳価が決定されますが、NZでは、乳業メーカーが酪農家に乳価を提示し、酪農家は複数の乳業メーカーの乳価を比較することで、生乳の取引先を決定しています。ただし、近隣に複数の乳業メーカーがない場合、実質的に酪農家は乳業メーカーを選択する余地がありません。また、日本では、飲用向けやチーズ向けなどといった、生乳の用途別に乳価が設定さ

れています。NZでは、そうした考え方はなく、乳業メーカーごとに単一の乳価が設定されています。

さらに、日本では、国内の牛乳・乳製品の需給動向や生産コストなどを考慮して乳価が決定されますが、NZでは、生乳の95%を乳製品として輸出しているため、乳製品の国際価格が乳価決定の最大要因となっています。そのため、個々の酪農家や乳業メーカーにとって、自らがコントロールし得ない要素によって乳価が決定・受容されていることになります。

2 乳価の改定

日本では、大幅な取引環境の変化が生じない限り、年度当初に決められた乳価の改定は行われません。一方、NZでは、通常、年度内に数回改定されます。これは、NZの乳価が、変動の激しい乳製

調査情報部 根本 悠

品の国際価格に左右されるためです。したがって、年度当初に発表される乳価はあくまで暫定値であり、その後、乳製品の国際価格の変動に応じて改定され、年度末に

表 NZと日本の生乳取引の比較

NZ		日本
乳業メーカーが算定・提示	乳価決定	乳業メーカーと指定団体の間での相対交渉
用途にかかわらず一律の乳価	乳価の設定	用途ごとに異なる乳価（用途別乳価）
乳製品の国際価格等	乳価決定の主要素	国内の需給動向、生乳生産コスト等
通常、数回改定。年度末に確定。	年度内の乳価改定	大幅な取引環境の変化がない限り、年度内の改定はなし。
各酪農家が自ら供給先を決定（乳業施設の立地が影響）	生乳の出荷方法	酪農家が自ら出荷先を決定（指定団体への委託が主）

資料：機構調べ

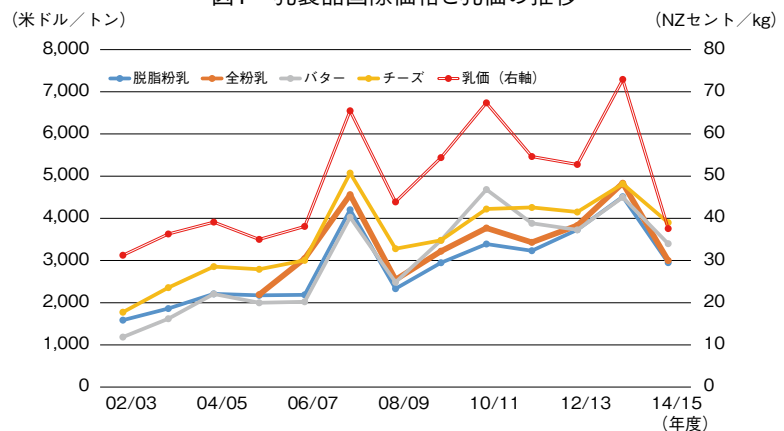
最終的な乳価が確定される仕組みとなっています。このため、NZの酪農家は、年度内の乳価変動に合わせて、飼料設計の見直しや搾乳期間の調整などにより収益を確保できるよう、柔軟な対応が求められます。

3 乳価の推移

実際のNZの乳価の推移を見ると、2つの特徴が浮かび上がります。1つ目は、既述のように乳製品の国際価格の変動に左右されること、2つ目は、変動を繰り返しながらも長期的な傾向として上昇傾向にあることです（図1）。近年の乳価上昇は、中国や東南アジア、中東など新興国からの乳製品需要が増加していることが背景にあります。2014/15年度（6月～翌5月）は、近年の傾向とは異なり、大幅に下落しています。これは、2014年2月以降、主な乳製品輸出国の生乳生産が増加したことに加え、中国の乳製品在庫過多により乳製品需要が緩和したためとみられています。

そのため、NZで最大の乳業

図1 乳製品国際価格と乳価の推移



資料: ABARES、デーリー NZ、フォンテラ

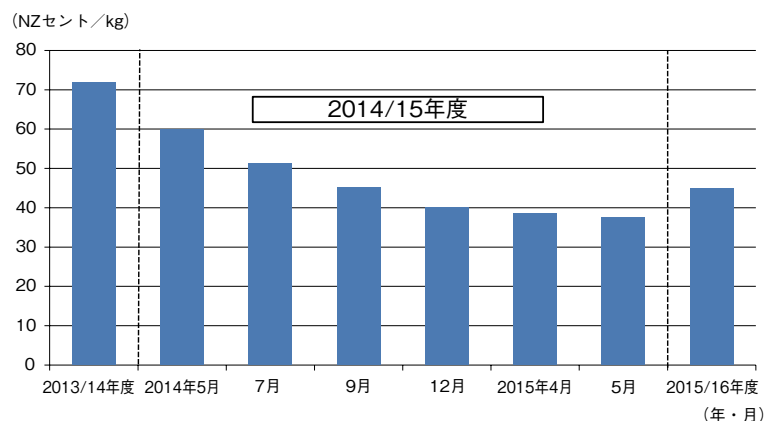
注1: 年度は、乳製品国際価格は7月～翌6月、乳価は6月～翌5月。

注2: 乳製品国際価格はABARES。2014/15年度は予測値。

注3: 乳価は2013/14年度以前はデーリー NZ。2014/15年度は2015年5月時点でのフォンテラの見込み値。

注4: 乳価は、乳固形分ベースで公表されているものを、機構にて乳固形分比率8.54%（デーリー NZの最新値）と仮定して、推定したもの。

図2 フォンテラの乳価変動の推移



資料: フォンテラ

注1: 年度は6月～翌5月。

注2: 2014/15年度および2015/16年度は、2015年5月現在の見込み値

注3: 乳固形分ベースで公表されている乳価を、機構にて乳固形分比率8.54%（デーリー NZの最新値）と仮定して、推定したもの。

おわりに

以上の通り、NZの生乳取引の仕組みは日本と大きく異なります。NZでは、生産されるほとんどの生乳を乳製品として輸出しているため、乳価は乳製品の国際価格に対応して変動しており、これは一面では極めて合理的な仕組みです。しかし一方で、年度中に乳

価が大きく変動する不安定な仕組みでもあり、計画的な生産が困難となります。一般に農業は、自然という不安定要素への対処が求められる産業ですが、NZの酪農家は、乳製品の国際価格というもう1つの不安定要素にも対処する必要があります。



具体例を交えて説明される池戸先生

食品表示法について

これまで食品表示については、

このような背景を踏まえ、今回の alic セミナーでは、内閣府の消費者委員会食品表示部会委員を務められている公立大学法人宮城大学名誉教授の池戸重信先生を講師にお招きしご講演いただきましたので、その概要をご紹介します。

本年4月から、食品表示に関する包括的かつ一元的な制度である食品表示法が施行され、事業者にとつては表示の変更点、消費者においては表示の見方などについて関心が高まっています。

食品衛生法、JAS法、健康増進法の3法で一般的なルールが定められていましたが、制度が複雑でわかりにくいとのことから本年4月、これら3法の中から表示に関する部分を統合した食品表示法が施行されました。

当日は、これまでの食品表示制度の変遷、加工食品と生鮮食品の区分の統一、アレルギー表示に係るルールの改善、栄養成分表示の義務化など、これまでの制度との違いについて、パブリックコメントに基づく修正点や諸外国における栄養表示の動向、また食品の国際規格であるコーデックスとの比較なども交え、9項目に整理し解説いただきました。

機能性表示食品制度とは

「機能性表示食品」は、食品表示法に基づく食品表示基準に規定されています。日本再興戦略（平成25年6月14日閣議決定）のうち、「食の有する健康増進

機能の活用」として組み込まれた新たな方策で、米国のダイエタリーサプリメント表示をモデルとしています。この制度の導入により、これまで認可制のみだった国の機能性食品制度に加えて、一定条件を満たせば届出制で食品の機能性を表示することができるようになりました。

機能性表示食品を販売しようとする企業は、販売日の60日前までに臨床試験結果又は査読付き論文を引用する等の科学的根拠をもとに、表示内容や安全性、機能性の根拠、事業者名、健康被害の情報収集体制等を消費者庁に届け出ます。さらに、商品には消費者庁が発行した登録番号と届け出た内容を自らの責任において表示することになります。

食品表示を活用するために

食品表示法は本年4月1日から施行され、最大5年の経過措置期間が設けられているものの、企業側にはデータや製品情報の管理を

徹底し、いつでも開示できるように体制の整備が求められています。

食品表示は商品の付加価値をアピールできる情報であるばかりでなく、消費者側にとつても安全性や機能性を確認できる便利なツールですが、そのためには企業側、消費者側それぞれが制度の内容を十分に理解することが必要です。

最後に池戸氏は、制度の充実に伴い、食品表示から健康食品や薬品との違い等を消費者が正確に読み取る力を鍛えるための食育の重要性が高まっていくだろうとの考えを示されました。

当日は食品メーカー、農畜産業関係、流通業等、幅広い分野から100名近くの皆さまにご参加いただき、食品表示について体系的に理解できた、資料が参考になった等のご意見をいただきました。なお、当日の資料につきましてはホームページから入手いただけますのでご活用下さい。

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

機構の動き

1 英国農業園芸開発公社（AHDB）の研修生が来訪しました

2015年4月6日（月）から4月24日（金）の間、英国農業園芸開発公社（AHDB）のカティール・ラッセル（Kathyrussell）さんが研修生としてalicに滞在しました。

今回の研修は、両組織間で実施する人材交流プログラムによるもので、生産・流通現場への訪問や関係者との面談を通して、日・英両国の農畜産業の生産・流通事情への理解を深めることで、両国農畜産業の共栄に尽力できる人材を育成することを目的としています。



肉牛肥育生産者（北海道）



トマト生産者（静岡県）

alicに滞在の間、両国の農畜産事情について意見交換を行うとともに、北海道・静岡県の畜産・野菜の生産および流通現場を訪問しました。訪問先では、生産状況などについて説明を受けるとともに、生産方法や価格の違い、また、関係者の取り組みなどについて意見交換を行いました。現場訪問を通してラッセルさんは、市場ニーズを踏まえて、品質向上に熱心に取り組む日本の関係者の姿が印象的だったとの感想を述べておられました。

2 日本農産品合同セミナーおよび英国農業園芸開発公社との情報交換会議

2015年5月、英国・ロンドンで開催された日本農産品合同セミナーへの参加および英国農業園芸開発公社（AHDB）と情報交換会議を開催しましたので、その概要を報告します。

○日本農産品合同セミナー

2014年に牛肉、米、茶、水産花卉の各農畜水産品輸出振興団体が設立され、ジェットロとそれらの各輸出団体が合同で、現地の日本食等を取り扱う業者を対象にセミナー、レセプションを開催しました。

牛肉部門では、和牛の特徴とおいしさについて講演、和牛肉カツトの実演などが行われ、終了時刻を過ぎても来場者からの質問が



林大臣（中央）による乾杯（レセプション）

○AHDBとの情報交換会議

当機構とAHDBとは、かつて、ベルギー・ブリュッセルに当機構の駐在事務所があった時代から交流があり、現在も相互に訪問して情報交換を行うとともに、研修生の交換派遣などを実施しています。

今回は、佐藤理事長以下がAHDBを訪問し、牛肉・酪農部門の専門官と欧州などの農業情勢について意見交換を行いました。



左端：ハドレイ博士、右から2人目：佐藤理事長、右端：ウィットモア貿易マーケティング部門長

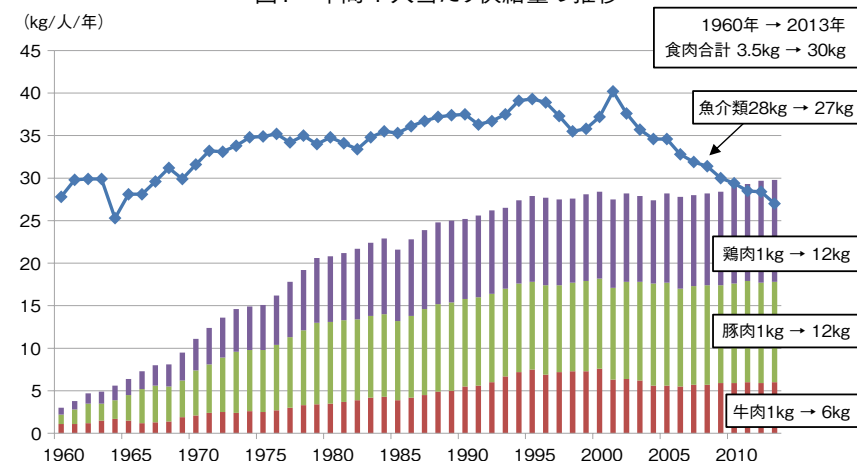
魚から肉へ進む消費のシフト

日本人の食生活はこの50年余りで大きく変化しています。

1960年には1人1年当たりの食肉（牛肉・豚肉・鶏肉）供給量はわずかに3・5kgでしたが、2013年はその10倍の30kgとなりました。一方、日本人の主食である米は115kgから57kgに、魚介類は28kg（2001年には40kgまで増加）から27kgにとそれぞれ減少しています（図1）。日本人は従来魚を好んで食べていましたが、食の欧米化が進んでいることから、食肉をより多く消費するようになりました。魚介類の消費が減っている理由には価格もあります。

これまでは魚介類は食肉に比べ、安く手に入った食材でしたが、世界的な需要の増加もあり、価格が上昇しているためです。

図1 年間1人当たり供給量の推移



資料：農林水産省「食料需給表」
注：重量は純食料ベース

食肉の消費量が順調に増加して行く中、日本の食肉産業に大きな影響を与える出来事がこの30年間に2つありました。1つが1991年の牛肉の自由化で

す。これを機に輸入牛肉の消費が増加した一方、豚肉、鶏肉の消費の伸びが鈍化しました。そしてもう1つが、2001年に日本、2003年に米国でそれぞれ発生したBSE（牛海綿状脳症）です。牛肉の消費が大きく減退し、その代わりに豚肉、鶏肉が多く消費されるようになりました。BSEの発生から12年経ち、2013年5月に日本は国際獣疫事務局（OIE）から「無視できるBSEのリスクの国」に認定されました。牛肉の消費量は回復傾向にあります。BSE発生前のレベルにまでは達していません。

高齢者の食肉消費が増加

厚生労働省公表の2013年の国民健康・栄養調査結果によると、1人1日当たりの肉類の摂取量は90g、魚介類は73gとなり、10年前に比べて、どの年代においても魚介類の摂取量は減少傾向、肉類

は増加傾向にあります（図2・図3）。

年齢階層別で見ると、60～69歳の肉類摂取は、2003年との比較で34%増の77g、70歳以上では同39%増の63gと総計の伸び率が16%増であるのに対し、いずれも高い伸びを示しています。高齢化が進む中で、国民の健康への関心は益々高まっており、食肉は高齢者にとって、重要なタンパク源として認識されていることが伺えます。

最近においては、食肉に限らず、食料品全般で小売価格の値上げが行われているものの、総務省「家計調査報告」によると、全国1人当たりの食料品支出は、ほぼ横ばいで推移しています。なかでも食肉の購入金額はいずれも前年を上回っていることから、食肉が他の食料品と比べて需要の落ちにくい食品であることが伺えます。

外食産業における食肉消費の動向

ところで、日本の食肉消費の形態として、30年ほど前までは各家庭で生鮮肉を購入し、調理することが主流でした。その後、特に牛肉や鶏肉は、焼肉やファストフー

図2 肉類の摂取量

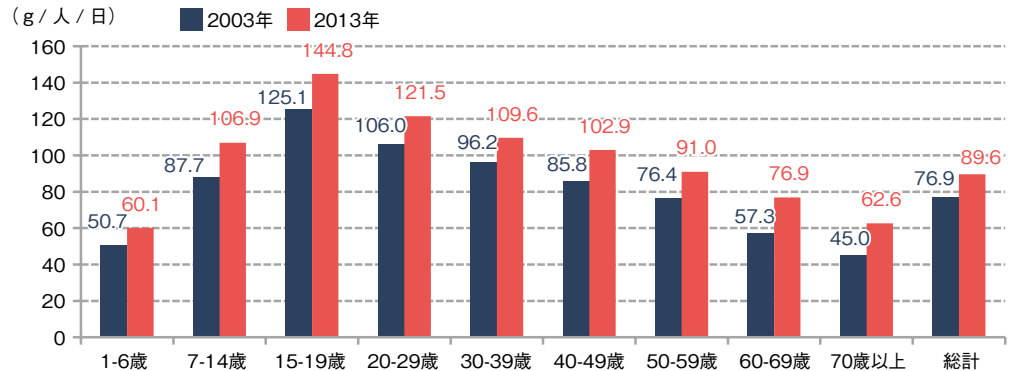
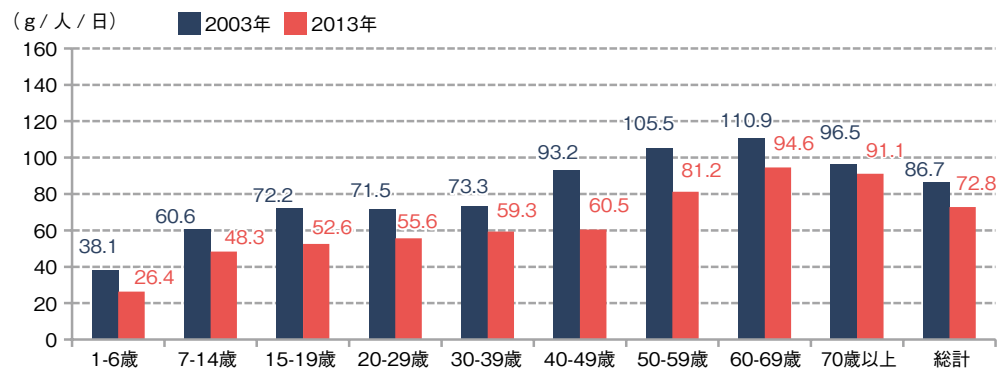


図3 魚介類の摂取量



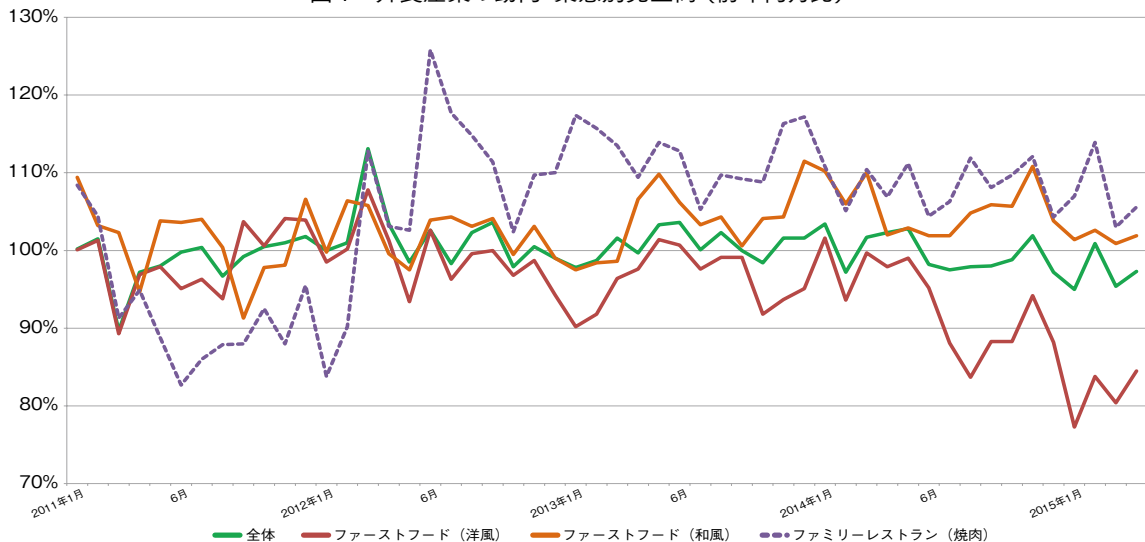
資料：厚生労働省「国民健康・栄養調査結果の概要」

ドなどの外食や持ち帰り惣菜などにおける消費が増え、仕向け先の約6割を占めるに至っています。このため、外食等における食肉消費の動向も見過ごせません。

外食産業の売上高の推移をみ

ると、2011年はユッケ食中毒事件や原発事故に伴う放射性セシウム問題により、特に焼肉店での消費減少が顕著でしたが、2012年2月頃から回復に転じています。また、外食産業全体では、一部ハンバーガーチェーンにおける輸入食材などの品質・衛生問題により売上を大きく落としたことなどから、前年同月を下回る月が続いています。が、焼肉店は客数、売上高とも前年同月を上回って推移しています（図4）。

図4 外食産業の動向：業態別売上高（前年同月比）

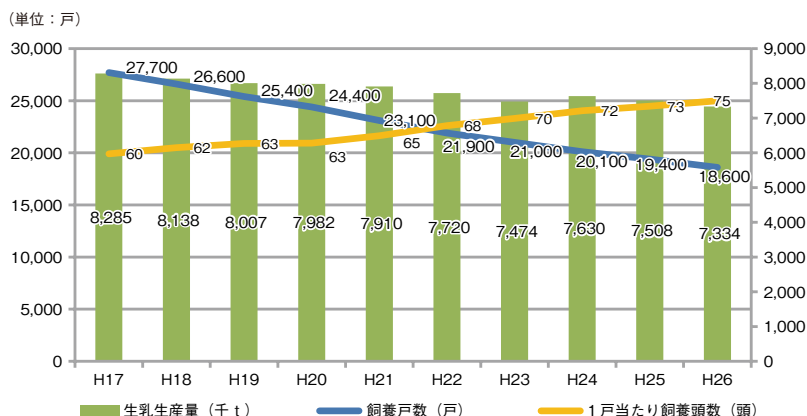


資料：一般社団法人 日本フードサービス協会

近年、酪農においては、後継者の確保が難しく乳用牛飼養戸数は減少傾向で推移しています。平成26年の乳用牛飼養戸数は18,600戸となっており、こ

の10年間で約4割弱減少しました。飼養頭数や生乳生産量が減少する一方で、一戸当たりの飼養頭数は増えており、酪農家の労働時間は増加傾向にあります。

生乳生産関連データの推移



就農のきっかけは

病気の牛を救うこと

生乳（搾ったままの乳）を安定的に生産するための労働時間削減の救世主として注目されているのが、24時間体制で乳を搾ることができる搾乳ロボットです。日本のみならず世界的にも注目されているこの技術を先進的に導入し、規模拡大を実現された酪農家を訪ねました。

昭和45年（1970年）に開業した須貝牧場は群馬県安中市にあり、オーナーご夫妻と長女的美穂さんの3名で経営しています。後継者である美穂さんは、



栄養士から酪農経営に転身された美穂さん

食品会社で栄養士として勤務していました。出産後の牛に病気が多く、飼養頭数が増えないことに苦慮していた両親を手伝っていくなかで、平成15年に本格的に経営・管理に加わるようになりました。

就農後は勉強を重ねて分娩前の管理を見直し、牛の健康状態の改善を実現した美穂さん。キャリアを積み人工授精師、そして受精卵移植師の資格を取得しました。

搾乳ロボット導入で

24時間搾乳が可能に

搾乳ロボットを導入したのは、飼養頭数が増え作業員が必要になったことがきっかけです。1台あたり2〜3千万円以上もする高価な機械であるため、中古機械を導入したといいます。

導入から6年目となる現在、間仕切りのない広々としたフリーストール牛舎内には搾乳牛77頭、そ



乳房が張ってくると搾乳ロボットに入ります。



手前のブラシで乳房を洗浄します。



センサーで乳頭の位置を確認し、カップを装着します。



空気に触れることなくパイプを通して保冷タンクに運ばれます。

ことが明示されました。
 alic では地域ぐるみ
 で畜産の収益性を向上させ
 る取組を応援しており、酪
 農の分野では、省力化や規
 模拡大に役立つ搾乳ロボッ
 トなどが注目を集めていま
 す。
 機械化により労働時間が
 短縮され、若者や女性にも
 酪農へ挑戦できる可能性が
 広がっています。

(広報消費者課)

れ以外に肉用の和牛や子どもの牛
 などを含め約150頭がのびのび
 と飼養されています。最初は搾乳
 ロボットに怯えていた牛たちも慣
 れてくると、おとなしく搾乳の順
 番を待つようになります。

24時間いつでも好きな時に搾乳
 できる環境は、牛にストレスを与
 えず乳量も増えます。当牧場では
 搾乳1回当たりの時間は約10分
 で、1日の搾乳回数は平均2・6
 回、多い牛では4回ほどになりま
 す。また、1頭当たりの乳量は約
 28ℓ/日で多い牛では50ℓ/日に

もなります。

通常、搾乳ロボット1台当たり
 の理想的な頭数は65頭といわれて
 いるので、やや頭数がオーバーし
 ている状況のなか、今後は経営を
 安定させるためにも搾乳ロボット
 の追加を検討中とのことです。

搾乳ロボット普及に必要なこと

「搾乳ロボット導入のためには、
 牛の体型をロボットにあわせるこ
 とも大切」と語る美穂さん。

後ろ足が長すぎたり乳房の位置
 が水平でない牛の場合、4つの乳

頭にうまくカップが装着しないこ
 とがあります。その場合は手で搾
 乳をしなければならず牛にとって
 も人間にとってもストレスになっ
 てしまいます。搾乳ロボット導入
 と同時に、牛の体型を改良するこ
 とも検討課題です。

乳牛を増やすための

雌雄産み分け技術

生乳は妊娠、分娩した牛からし
 か搾ることができません。健康管
 理はもちろんのこと、発情を的確
 に判断し、人工授精で高率に受胎

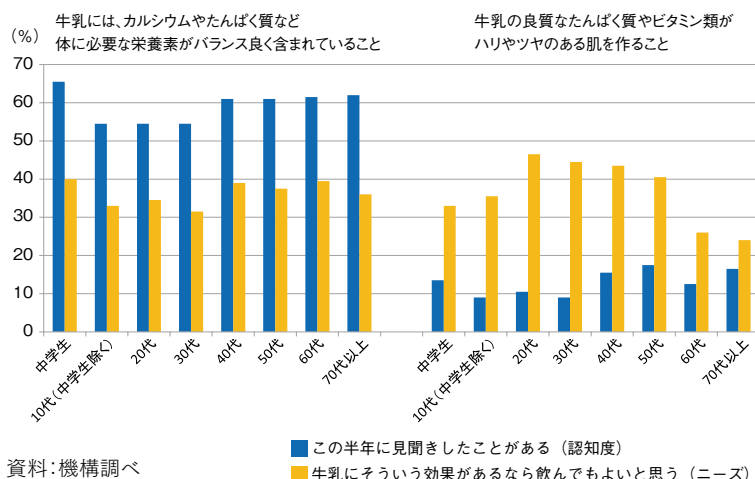
させることは非常に大切なことで
 す。また、当然のことながら雌牛
 が生まれてこなければ生乳の生産
 は伸びません。このため、一般社
 団法人畜改良事業団では雌雄産
 み分け用の選別精液の生産や受胎
 率を向上させるための関連技術の
 改良・開発に取り組み、現場を支
 えています。

概ね5年ごとに定められる酪農
 及び肉用牛生産の近代化を図るた
 めの基本方針（酪肉近、平成27年
 （37年）が本年3月に策定され、
 このなかでも搾乳ロボット等の省
 力化機械の導入を推進する

畜産のいろいろ

牛乳が美肌をつくる！ ～正しい食生活は、美肌づくりの基本～

女性の牛乳の効果に対する認知度とニーズ



資料：機構調べ

また、ニーズについては、前者が40代以降で高くなったのに対し、後者は、年齢による差はあまり見られず、特に30代までの若い世代では、栄養の情報より関心が高いことが分かりました。

そこで今回は、牛乳

が美肌をつくる効果についてご紹介します。

美肌づくりの基本は、栄養バランスのとれた毎日の食生活にあります。栄養の偏った食生活が内臓機能の低下やホルモンのアンバランスを引き起こし、肌の老化を早めます。これは、「たんぱく質」、「脂質」、「炭水化物」の三大栄養素が、肌を構成する細胞や肌にうるおいを与える皮脂の材料であったり、エネルギー源であったりと、肌にとって重要な役割を果たしているか

alicは、酪農・乳業の安定的発展を図る目的から、牛乳・乳製品の消費構造の変化や消費動向について、10代から70代までの男女を対象に、毎年、アンケート調査(注1)を行っています。

「牛乳にはカルシウムやたんぱく質など体に必要な栄養素がバランス良く含まれていること」に関しては、広い年代で認知されているのに対し、「牛乳の良質なたんぱく質やビタミン類がハリやツヤのある肌をつくること」に関しては、認知されていないもの、ニーズが高いことが分かりました。

また、ニーズについては、前者が40代以降で高くなったのに対し、後者は、年齢による差はあまり見られず、特に30代までの若い世代では、栄養の情報より関心が高いことが分かりました。

そこで今回は、牛乳



資料：一般社団法人Jミルク

らです。

また、肌の新陳代謝に欠かせないビタミンAや、紫外線による活性酸素の害を防ぐための抗酸化ビタミンなど、あらゆる栄養素が肌の若々しさを支える力になります。

牛乳は、「たんぱく質」、「脂質」、「炭水化物」に加え、これら三大栄養素の代謝を助け、調整するビタミンやミネラルをバランス良く含んでいます。肌年齢をキープするために、気付いた今からでも食事を正すことが大切です。毎日の食事に牛乳を上手に取り入れたいものです。



注1：アンケート調査にご興味のある方は、当機構ホームページをご覧ください。

http://www.alic.go.jp/joho-c/joho05_000026.html

注2：牛乳、低脂肪乳、無脂肪乳、栄養成分強化牛乳(カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの)

alic (エーリック) 7月号 (No. 20)
2015年7月1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

今月号のトップインタビューでは、事業協同組合 全国焼肉協会の新井名誉会長にお話を伺いました。焼肉は韓国の料理だと思っていましたが、肉に付けて食べる付けダレは砂糖醤油味をベースに日本で生れたこと、肉本来の色を目でも味わえるよう日本の焼肉店では注文を受けてから肉にタレをからめて提供していることなどを教えていただき、私達の心になじんだ日本の食文化の奥深さを感じました。

また、肉類の摂取量は10年前と比べて、各年代で増加しています(厚生労働省「国民健康・栄養調査結果の概要」)。特に高齢者ほど高い伸びを示しており、高齢の方も肉をよく食べているようです。「元気な方は肉を食べている。高齢者ほどしっかりタンパク質を摂取して欲しい。」と昨年のalicセミナーで日本栄養士会の迫専務理事が語っていたのを思い出します。

これからの季節、お肉や野菜をバランスよく食べて、体力をつけて暑い夏を乗り切りましょう。

<これからの予定>

◇2015年8月6日(木)

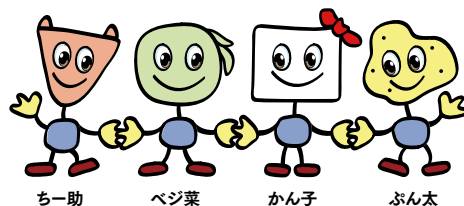
alicセミナー

会 場：当機構 北館6階大会議室

テーマ：「メキシコの牛肉について」

：「チリの豚肉について」

(詳細はホームページでご案内いたします。)

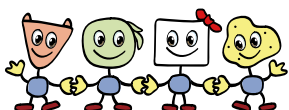


次号は2015年9月2日発行です。

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

