

平成30年6月13日

豪州食肉家畜生産者事業団（MLA）との定期情報交換会議の概要について

独立行政法人農畜産業振興機構

このたび、独立行政法人農畜産業振興機構（ALIC）は、下記のとおり豪州食肉家畜生産者事業団（MLA）と定期情報交換会議を開催しました。

本会議は、日本及び豪州の牛肉の需給状況等について意見交換を行う場として、両国において原則として毎年度交互に開催しており、今回で通算26回目となります。

記

1 日 時：平成30年6月7日（木） 11時00分～13時00分

2 場 所：ALIC会議室

3 出席者

MLA

リチャード・ノートン 代表取締役社長
アンドリュー・コックス 日本駐在事務所代表 ほか

ALIC

佐藤 一雄 理事長
近藤 康子 副理事長
渡辺 裕一郎 総括理事
神宮 浩 理事 ほか

4 会議内容

ノートン社長と佐藤理事長の挨拶ののち、ALICから日本の牛肉需給などを説明した。そして、MLAから豪州の牛肉需給について以下のとおり説明があり、最後に意見交換を行った。

<MLAからの牛肉需給についての説明概要>

【牛肉輸出の動向】

- ・ 日本市場は、豪州の牛肉業界にとって重要な市場であり、特に、冷蔵牛肉輸出量の43%、穀物肥育牛肉輸出量の52%を日本向けが占めている。
- ・ 輸入される豪州産牛肉の大部分は、牧草肥育された冷凍牛肉というイメージが日本では一般的だが、冷蔵牛肉、穀物肥育牛肉ともに輸入量全体の半分程度を占めている。また、輸入される形態は、フルセットが多いと認識されているが、現在では、フルセットは全体の4%程度にすぎない。これは、部位ごとの競争力を高めてきた結果である。
- ・ 豪州は70カ国以上に牛肉を輸出している一方、1つのマーケットとしては豪州国内が最大である。しかし、豪州国内では、人口増にも関わらず、牛肉の消費量は減少している。
- ・ 中国は、安価な牛肉の需要が大きいことから、ブラジルなど南米産の輸入が増加している。

【MLAのマーケティング活動】

- ・ MLAは、肉用牛生産者の拠出金を財源に活動している団体である。輸出先国におけるマーケティング活動の費用は、食肉企業や輸出業者も負担すべきとの声があったことから、輸出先国におけるマーケティング活動に要する費用を、MLA、食肉企業、輸出企業などが共同負担する共同マーケティング事業も実施している。同事業の年間予算は300万米ドルである。

【干ばつ時の支援策】

- ・ 最近、干ばつがめずらしいものではなくなっている。乾燥した天候が続くと牧草の生育が悪くなることから、フィードロットでの肥育が増加している。
- ・ 豪州には、干ばつに対する生産者への支援策として、銀行に各農家が準備金を積み立て、干ばつ時に引き出して利用する場合、農家1戸当たり80万豪ドルを上限に、無税で積み立てることができる制度がある。これにより、豪州政府は、干ばつ時の金銭的な支援から免れている。
- ・ 現在は、肉用牛農家全体で9000万豪ドルの準備金が積み立てられている。この制度は、羊、酪農、穀物の経営なども対象となっており、農業全体では

50億豪ドルの準備金が積み立てられている。法人は制度の対象外であり、個人経営を下支えする制度として機能している。

【お問合せ先】

調査情報部 露木、大塚

電話 03-3583-8105 又は 4394