

# **「乳用種に係る肉用子牛生産者補給金制度の 運用の在り方に関する研究会」報告書**

平成１６年１２月８日

農 林 水 産 省  
生 産 局 畜 産 部

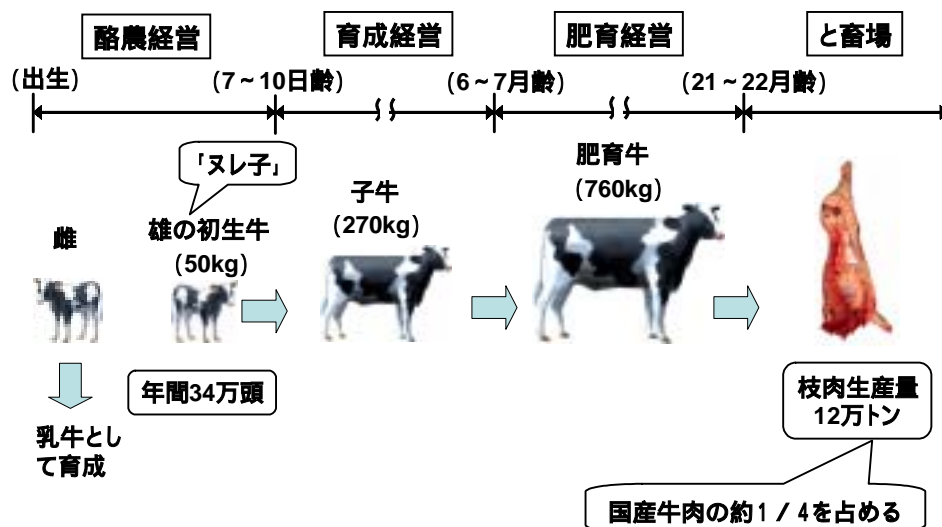
## - 目 次 -

1	はじめに . . . . .	1
2	乳用種牛肉の果たしてきた役割 . . . . .	3
3	乳用種牛肉の将来展望 . . . . .	5
4	補給金制度の果たしてきた役割 . . . . .	12
5	補給金制度運用上の問題の顕在化 と保証基準価格の算定方式 . . . . .	13
6	終わりに . . . . .	19

## 1. はじめに

- (1) 乳用種牛肉については、酪農経営から必然的に生じる乳用種の生後10日前後の雄の初生牛（生まれたばかりの子牛であり、通常「ヌレ子」と呼ばれる。）を育成・肥育して生産されるが、食生活の高度化に伴う牛肉に対する需要増加に併せてその生産量を拡大し、牛肉の輸入自由化やウルグアイ・ラウンド（UR）農業合意の実施による国際競争の激化にさらされながらも、手頃な価格の国産牛肉として我が国の牛肉生産の約1/4を担ってきた。【図1】

図1 乳用種牛肉生産の流れ



- (2) 乳用種牛肉の肉質は、消費者や小売・流通業者等の実需者から、一般的には米国産牛肉以上との評価を得ながらも、肉質のバラツキがやや大きく、かつ、米国産牛肉は小売・流通業者が求める定時定量供給や大きなロットへの対応など、いわゆる「取引上の利便性」の点で優れていたことから、乳用種牛肉は米国産との競争条件において、価格面ではかなり厳しい状況にあった。今後は、肉質及び生産コストの両面から真摯な努力を積み重ね、消費者及び小売・流通業者に対する訴求力を向上させていく必要がある。
- (3) 一方、肉用子牛生産者補給金制度は、我が国の牛肉生産を維持・拡大するための基幹的な施策として平成2年に創設され、肉用牛経営におけるセーフティーネットとして大きな役割を果たしてきたが、制度が発足してから、15年近くが経過し、乳用種に係る制度運用に関して種々の問題が顕在化している。
- (4) 具体的には、乳用種の保証基準価格が生産コストを上回る水準に設定されていること【図2】、一時的ではあるが、子牛育成経営における原材料であるヌレ子（乳用種

雄の初生牛で体重50kg程度)が製品である子牛(体重270kg程度)の価格を上回る、いわゆる、価格の逆転現象が現れたこと【図3】、恒常的、かつ、多額の補給金が交付されていること(15年度交付額は子牛全体で244億円、うち、242億円が乳用種)の三つの問題点が認識され、関係者の間で議論された。

- (5) その結果、食料・農業・農村政策審議会の畜産物価格等部会において、「乳用種の牛肉の生産、流通、消費の実態や今後の見通しを検証した上で、乳用種子牛の保証基準価格の算定方式の在り方等について検討し、適正な方式を導入する」旨、審議会の建議に盛り込まれた。
- (6) 上記を踏まえ、乳用種に係る補給金制度の運用の見直しを検討するための研究会を本年5月から開催し、現地視察も含めて6回にわたって検討を行い、その結果を報告書として取りまとめた。研究会としては、本報告書が乳用種牛肉の再評価やこれからの販売戦略に活かされ、さらに、補給金制度の運用が、畜産関係者のみならず、国民一般に理解されうる形に改善されることを切に希望する。

図2 保証基準価格の水準と生産コストの比較

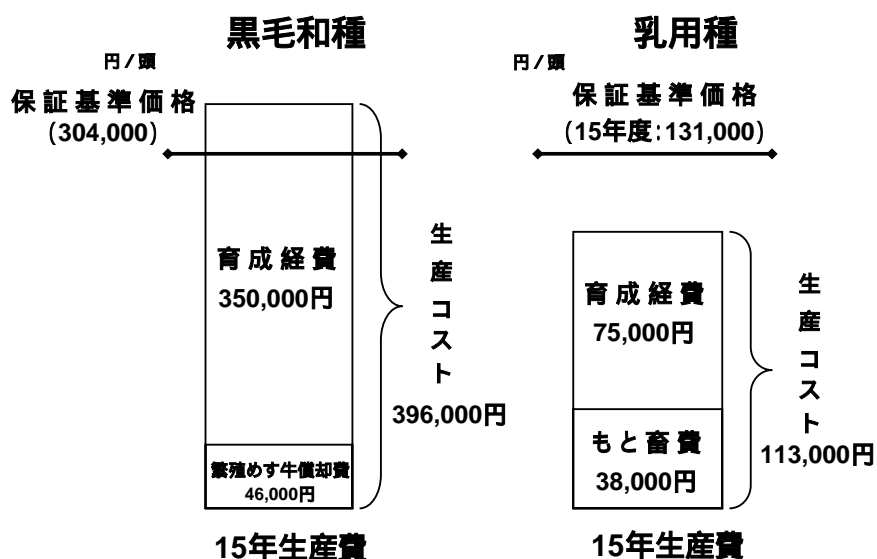
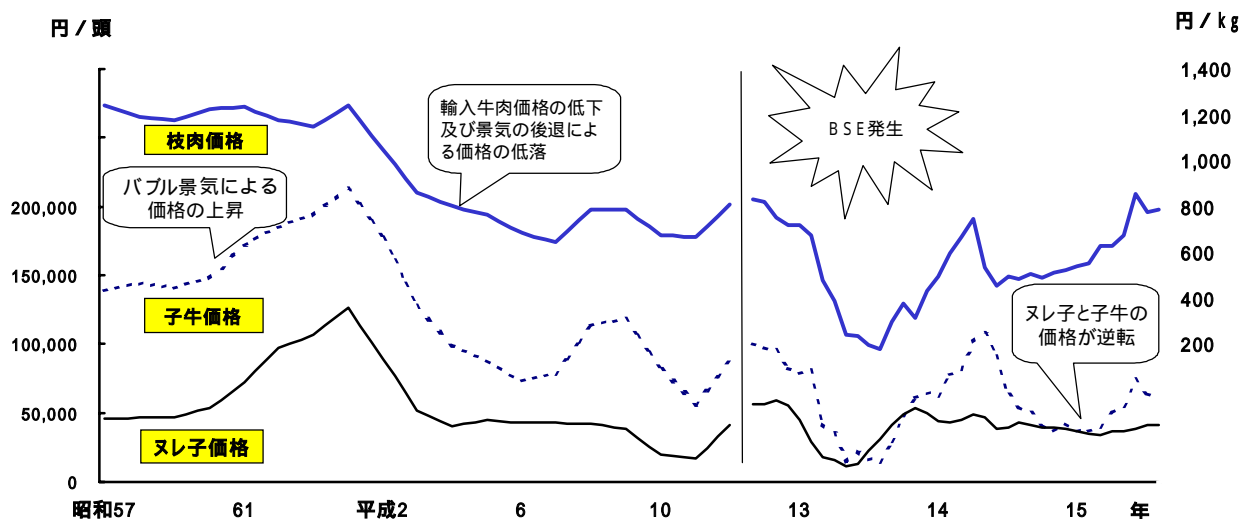


図3 乳用種の枝肉価格、子牛価格及びヌレ子価格の推移



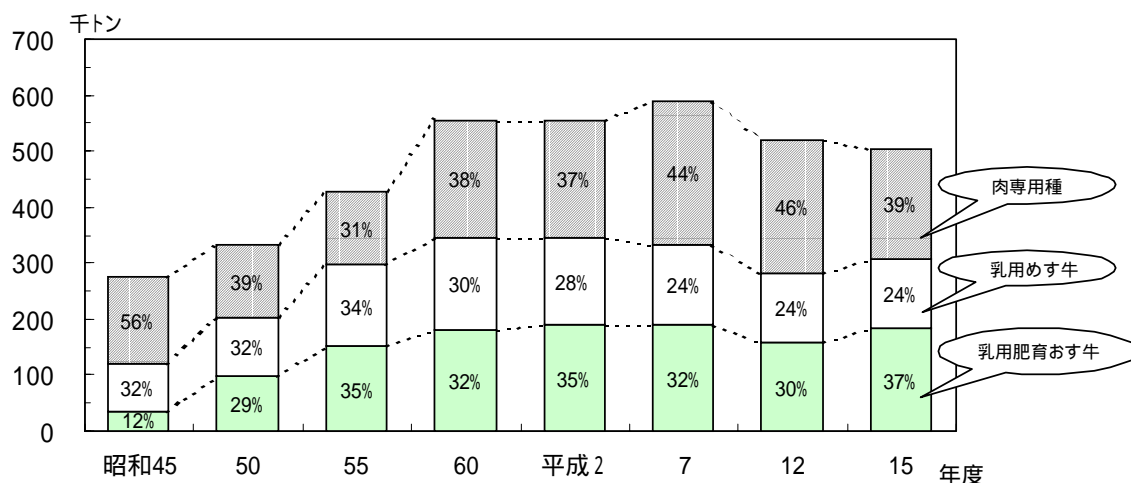
出典：農林水産省「農業物価統計」、「畜産物流通統計」、食肉鶏卵課調べ

## 2. 乳用種牛肉の果たしてきた役割

- ・酪農経営から必然的に生じる乳用種の雄子牛は、我が国の貴重な牛肉資源として活用されて、消費者からも比較的安価な国産牛肉として一定の評価を得て、国内牛肉生産の約1/4を担ってきた。

(1) 酪農経営を営んでいく中で必然的に生じる乳用種の雄の初生牛であるヌレ子は、かつては出生直後にと畜され食肉加工品の原料として利用されていたが、我が国の牛肉需要の急速な増大に対応して、これを育成・肥育するようになり、我が国の貴重な牛肉資源として活用されてきた。【図4】

図4 我が国の牛枝肉生産量の推移



出典：農林水産省「畜産物流通統計」

注)「乳用めす牛」及び「乳用肥育おす牛」の生産量には交雑種が含まれる。

(2) その後、平成3年に牛肉が輸入自由化され、さらに、ウルグアイ・ラウンド農業合意の実施によって関税が段階的に削減されたこともあり、輸入牛肉との競争が激化し、乳用種牛肉の枝肉価格も相当程度低落したが、肉用子牛生産者補給金制度【図5】や肉用牛肥育経営安定対策（いわゆる「マルキン制度」）【図6】などの経営安定対策に支えられつつも、生産コストの削減が図られ、かつ、消費者からも比較的安価な国産牛肉として一定の評価を得て、我が国の牛肉生産の約1/4を担ってきたところである。

図5 肉用子牛生産者補給金制度の仕組み

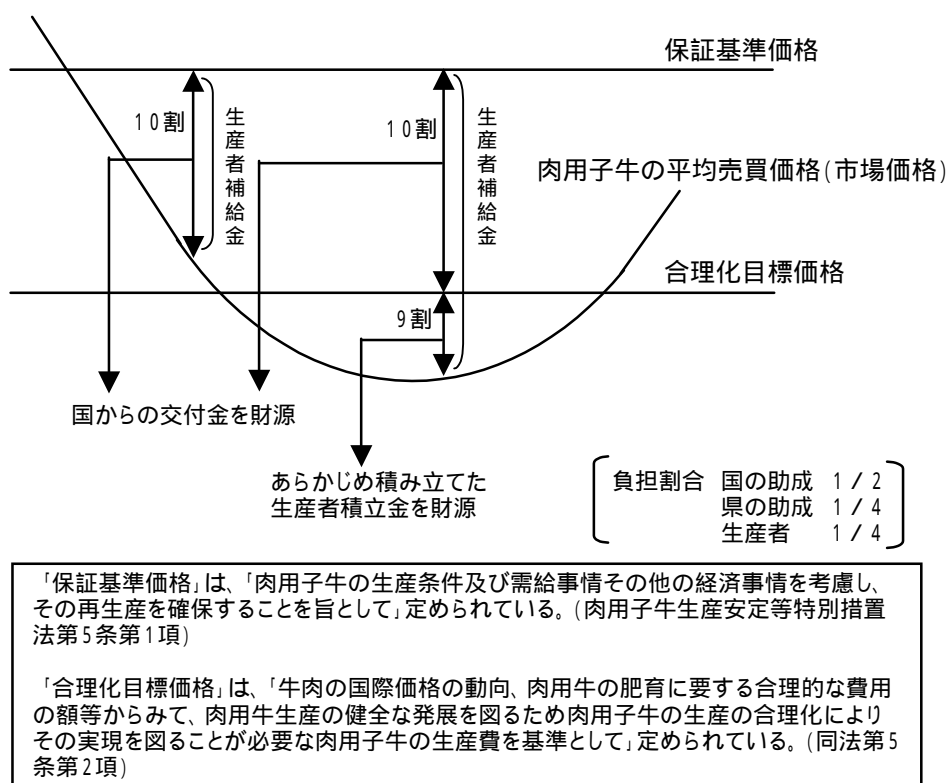
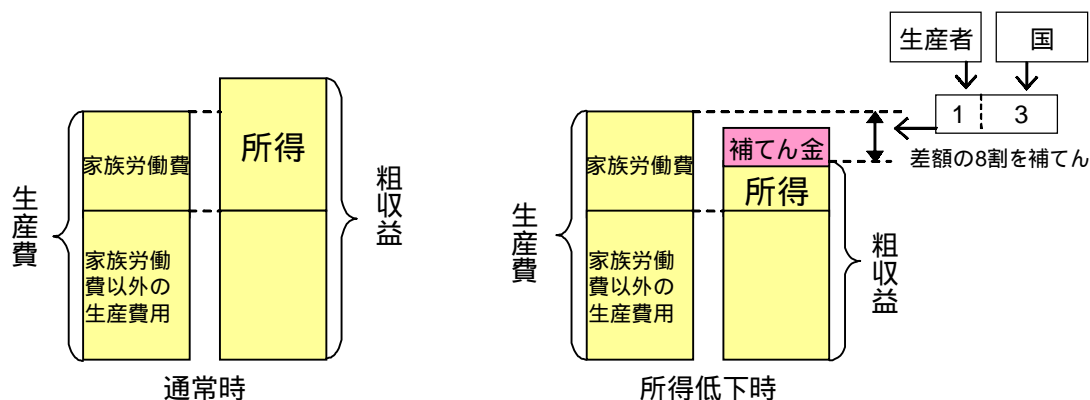


図6 肉用牛肥育経営安定対策事業（マルキン制度）の仕組み



### 3. 乳用種牛肉の将来展望

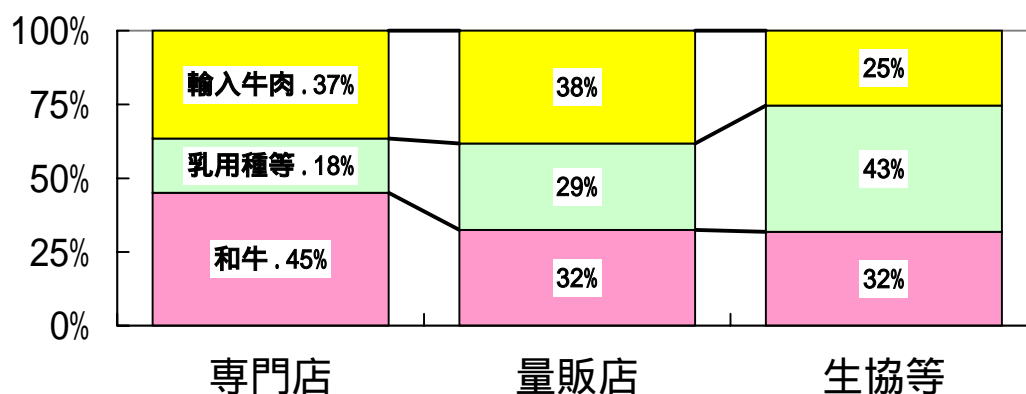
- ・乳用種牛肉については、その肉質や安心感の点では、一定の評価を受けており、今後とも手頃なテーブルミートとして期待される。
- ・ただし、今後の販売戦略を考える上では、さらに付加価値を高める方向で考えていくべきであり、特に、トレーサビリティ制度<sup>注)</sup>(以下「トレサ制度」という。)を活用した情報公開を通じて消費者に安心して購入してもらえるような環境作りやトレサ制度を軸とした情報提供を進めることによって、より信頼性の高いブランド化が今後重要になる。

注)「トレーサビリティ制度」とは、「牛の個体識別のための情報の管理及び伝達に関する特別措置法」(牛肉トレーサビリティ法)に基づき、牛の1頭毎に出生からと畜に至るまでの個体識別情報を一元管理し、この情報がと畜以降、枝肉、部分肉、精肉となって消費者の手に至るまで確実に伝達され、事後的に検証できるようにするためのシステムのことである。

#### 乳用種牛肉に対する評価

- (1) 乳用種牛肉の将来展望を考える上で、乳用種牛肉の実需者が誰であり、また、どのような形で消費されているのか、また、実需者からどのような評価を受けているのか、すなわち、乳用種牛肉のいかなる点に価値を見だし、いかなる点に不満を感じているかを把握することが極めて重要である。
- (2) 乳用種牛肉の用途としては、量販店や生協等を通じて家庭のテーブルミートとして消費される割合が大宗を占め、外食や加工向けの割合は低い。【図7、8】

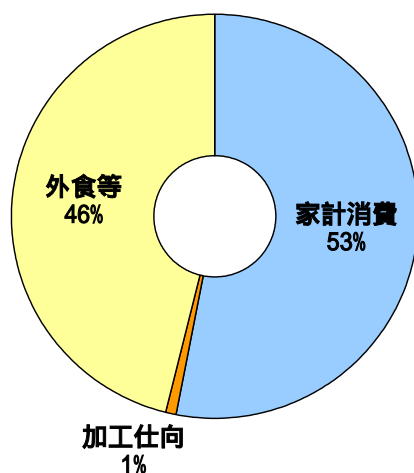
図7 業態別牛肉の仕入れ構成割合(平成14年)



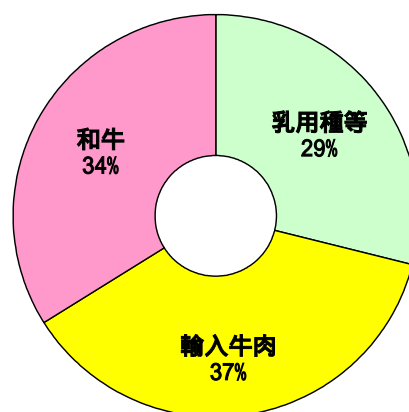
出典：日本食肉消費総合センター調べ

注)「乳用種等」には、交雑種(黒毛和種と乳用種の交雑)を含む。

図 8 国産牛肉の消費構成割合



家計消費全体における品種構成



出典：食肉鶏卵課調べ（平成 14 年）、日本食肉消費総合センター調べ（平成 14 年）  
 注）「乳用種等」には、交雑種を含む。

- (3) 乳用種牛肉は「国産牛肉」の形で表示・販売されている例が多いが、消費者は、「輸入牛肉」と比べて「国産牛肉」は、「おいしい」、「新鮮」、「安全・安心」とのイメージを持つ一方で、「価格は高い」と感じている。【表 1】

表 1 国産牛肉と輸入牛肉に関するイメージ

「国産牛肉」と「輸入牛肉」へのイメージに関する「そう思う」、「どちらかと言えばそう思う」の回答の合計

(単位: %)

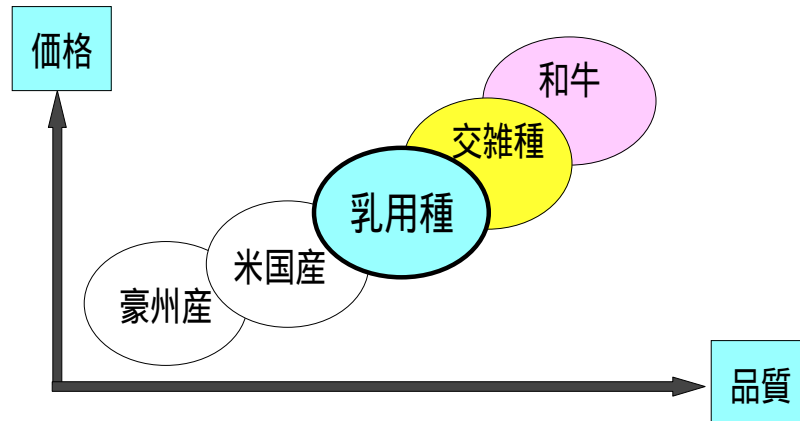
	国産牛肉	輸入牛肉
新 鮮	74	13
おいしい	85	27
安 全	73	12
安 心	73	12
価格が高い	91	5
品質が良い	78	10

出典：（社）中央畜産会「牛肉の選択基準や乳用種牛肉に関する消費者の意識調査」

- (4) また、本研究会の参考に資するため、本年の 6 ～ 8 月にかけて流通・小売業者等の実需者に対するインタビュー調査を実施したが、実需者は、乳用種牛肉を交雑種牛肉と米国産牛肉の間に位置するものとして捉えている。【図 9】



図9 乳用種牛肉の位置づけと評価



[ 乳用種牛肉に対する評価 ]

- ・肉質は米国産牛肉の大宗を占める「チョイス」よりは上で、最高級格付である「プライム」と同程度である。【図10】
- ・国産の方を安全であると感じる消費者が多い。
- ・牛肉を発注する際の取引条件（スペック、ロット、納期等）に対する対応力、すなわち、取引上の利便性の点では、米国産牛肉の方が優れている。
- ・肉質等級が2等級の乳用種牛肉でも、味の点では輸入牛肉よりも概して優れているが、全体としてやや肉質のバラツキが大きい。特に、ドリップ（肉汁）が出やすい肉は売りにくいので、なるべく締まりの良い肉を生産して欲しい。【図11】

図10 米国産牛肉の格付

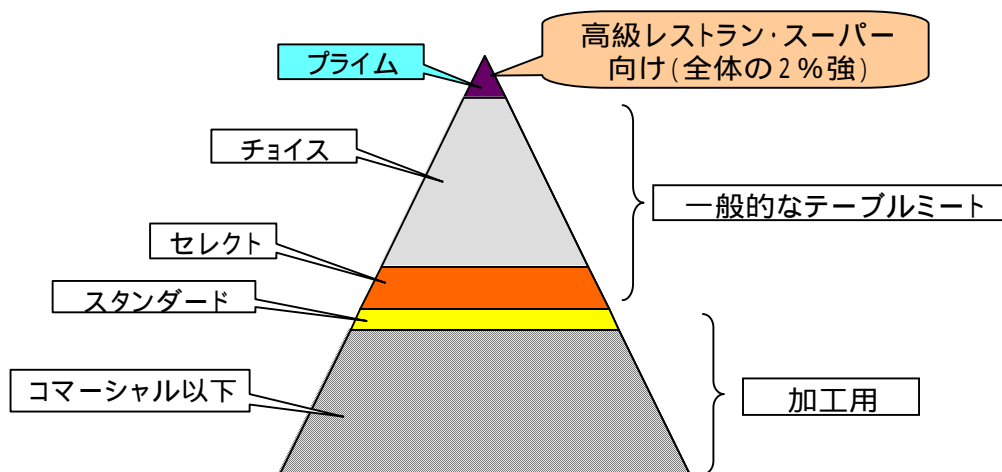
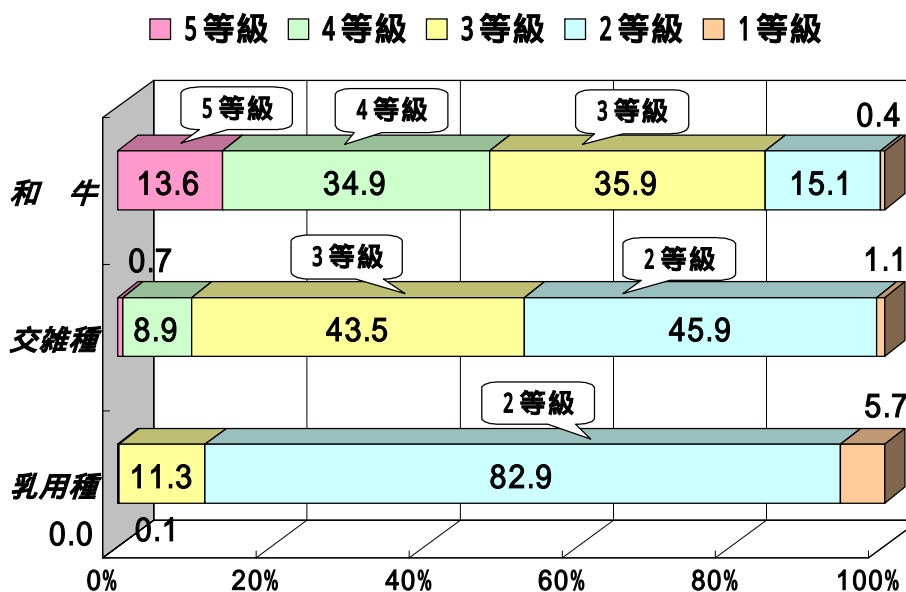


図 1 1 国産牛肉の肉質等級別の格付割合（15 年）



出典：(社)日本食肉格付協会調べ

注)「肉質等級」については、脂肪交雑の他、肉の色沢、肉の締まり及びきめ、脂肪の色沢と質を加味して1～5等級が決定される。

#### 乳用種牛肉の販売方法・戦略

(5) 流通・小売業者等の実需者は、これからの乳用種牛肉の販売方法・戦略について、次のような方向を指向している。

##### [ これからの販売方法・戦略 ]

- ・ これからの方向性としては、「低コスト化」と「高品質化」の二つに分けられるが、いずれにしろ実需者のニーズに合わせて考えることが大切である。品質については、肉質等級は3等級までは求めず2等級で良いから、締まりの良い肉が欲しい。
- ・ 本年12月より、小売段階でもトレサ制度が施行されるが、この施行によって消費者・流通業者の安心感を向上させる面の効果が期待できる。トレサ制度によって生産履歴が明らかになることから、生産者・流通業者にとってはブランド化が進めやすくなる一方で、生産者・流通業者の自己責任が明確になる。
- ・ 今後は、「トレサ制度を軸とした情報提供 安心感の醸成 高付加価値化と輸入牛肉との差別化」を指向すべきではないか。【表2、3】

**表2 消費者の「トレサ制度」に対する認知度**

(単位: %)	
よく知っている	4
だいたいのことは知っている	24
聞いたことはある	40
知らなかった	32

**表3 消費者が「トレサ制度」に期待すること（複数回答）**

(単位: %)	
生産履歴がはっきりするので安心して購入できる	54
表示に関する監視体制が強化され偽装表示が減る	53
購入時の判断基準となる正確な情報を得られる	43

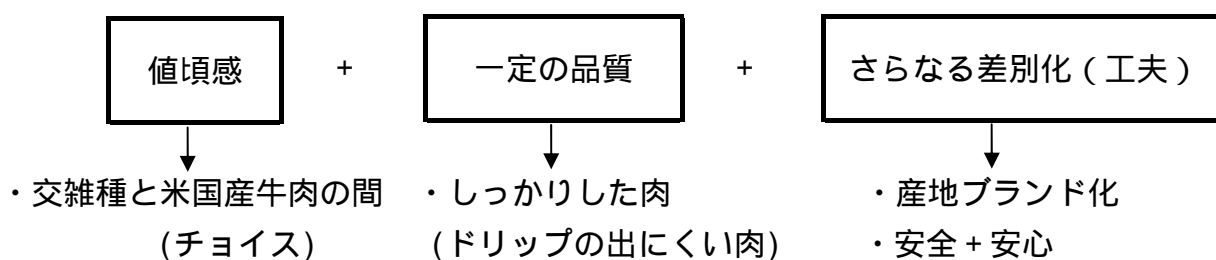
出典：（社）中央畜産会「牛肉の選択基準や乳用種牛肉に関する消費者の意識調査」

(6) 上述したような実需者からの評価等を踏まえると、乳用種牛肉については、その肉質や安心感の点では、米国産牛肉以上との評価を得ており、手頃なテーブルミートとして期待されている。しかしながら、我が国の乳用種牛肉生産は、補給金制度やマルキン制度からの多額の財政支出によって支えられている側面があり、「生産コストの低減」と「高付加価値化」の両面から積極的に取り組んでいくことが必要である。

(7) より具体的に言うと、今後の販売戦略としては、価格競争力の強化、肉質の向上、肉質以外の面からの付加価値の向上の三つの側面からそれぞれ真剣に検討していく必要がある。そのためには、輸入牛肉との差別化を意識し、実需者のニーズを的確に把握した上で、実需者が求める肉質を確保しつつも、その肉質を実現するために要する生産コストの低減に真摯に取り組んでいくことが重要である。なお、乳用種牛肉の肉質については、脂肪交雑の点では限界があり、かつ、実需者も乳用種には交雑種や和牛ほど高い肉質を求めているわけではないことに留意する必要がある。

さらに、実需者のニーズを明確に意識した上で、肉質以外の面からも付加価値を高める方向を模索していくべきであり、特に、トレサ制度を活用した情報公開を通じて消費者に安心して購入してもらえるような環境作りが今後特に重要になるものと考えられる。

[ 乳用種牛肉の販売方法のイメージ ]



(8) 本年１２月より、小売段階においてもトレサ制度が施行され、牛１頭、あるいは一定のロット毎にその基本的な生産流通履歴を把握できるようになる。【図１２】

このことは、消費者により安心して牛肉を購入してもらうことができるようになるとともに、トレサ制度を軸とした情報提供を進めることによって、より信頼性の高いブランド化を進めていくことが可能となり、生産・流通段階における積極的な活用が期待される。【図１３】

**図１２ 牛肉トレーサビリティ法の個体識別データベース  
と連携したこれからの乳用種牛肉生産システム**

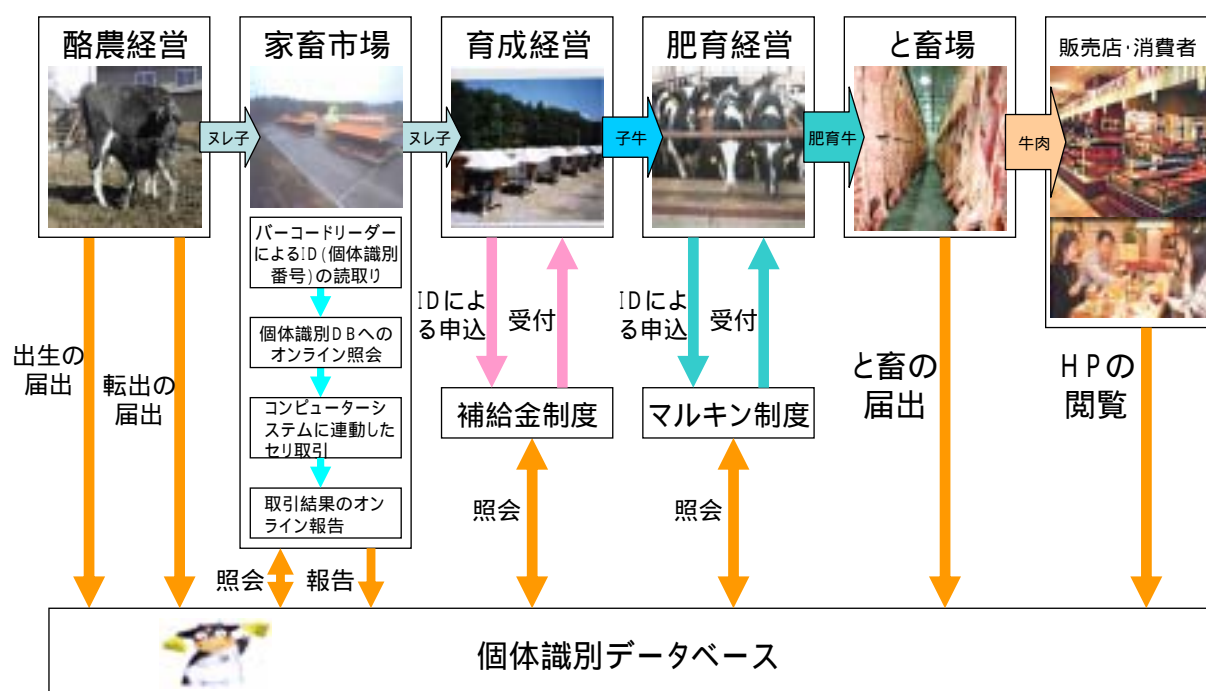
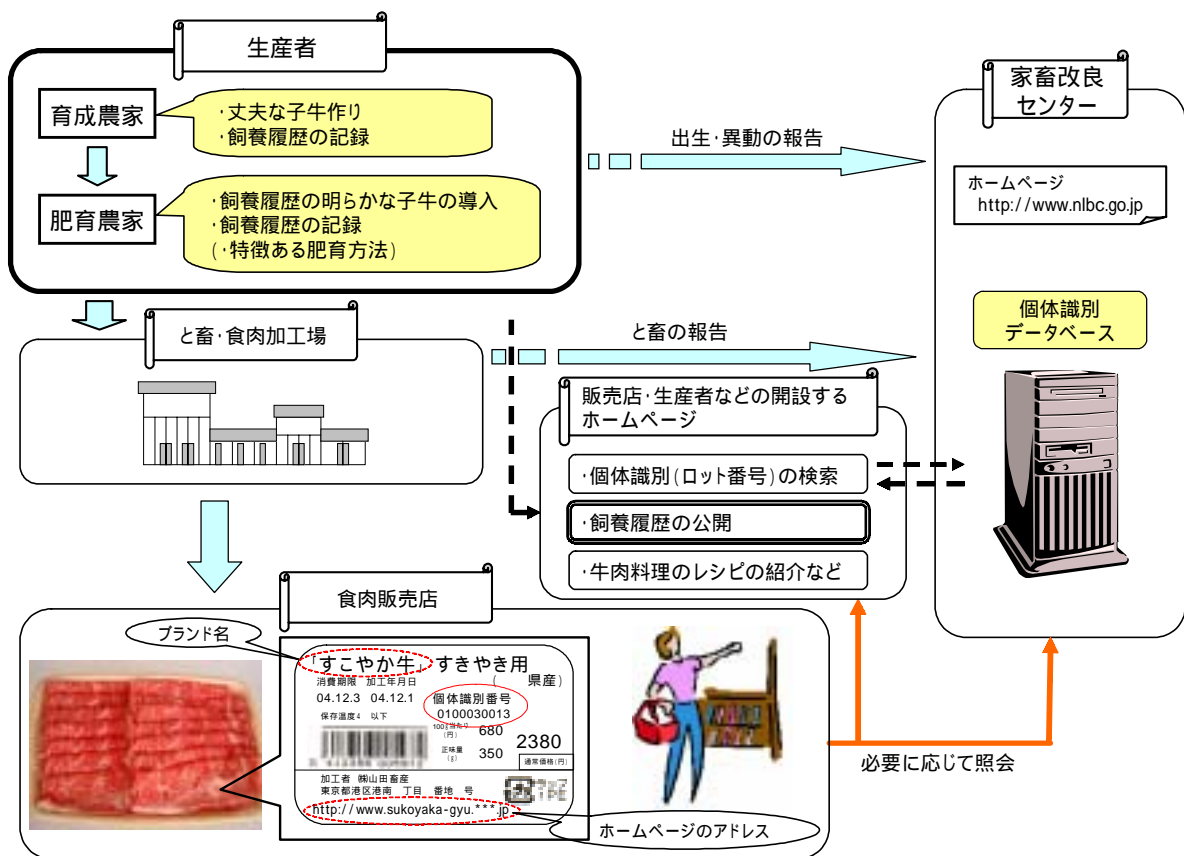


図13 トレサ制度を活用したより信頼性の高いブランド化の事例



(9) また、現状においては、消費者段階における乳用種牛肉の認知度が必ずしも高くはないものと考えられるが、トレサ制度の完全施行に伴い、従来は「国産牛肉」の形で販売されてきた牛肉の品種が明らかになることから、表示方法の工夫や消費者への正確な情報伝達など、末端の実需者である消費者に対して乳用種牛肉を正しく認識してもらうための努力がより重要となろう。

(10) これまでの乳用種牛肉の用途は、単価が比較的高いテーブルミートが中心であったし、今後も第一にテーブルミートとしての有利販売を考えていくべきである。ただし、テーブルミートとしてのニーズが弱い部位の新たな需要の開拓、あるいは、輸入牛肉との差別化を指向する一部の外食産業や加工業者に対する販売促進については、より積極的に考えていくべきであろう。

(11) このように我が国における牛肉生産において重要な役割を果たし、かつ、今後も手頃な価格の国産牛肉として期待される乳用種牛肉ではあるが、この乳用種牛肉生産が恒常的な補給金交付によって支えられている側面があり、その運用状況については、後述するように大きな問題が生じている。

#### 4 . 補給金制度の果たしてきた役割

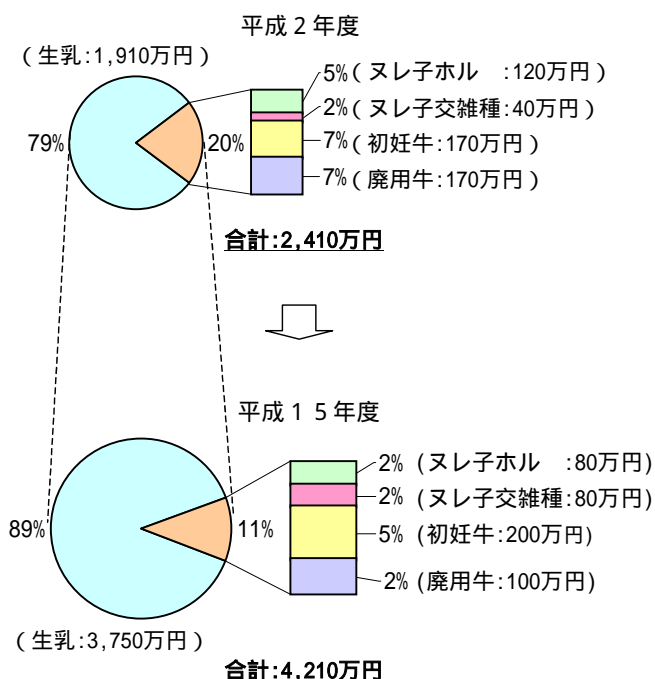
- ・ 補給金制度は、肉用牛経営におけるセーフティーネットとして重要な役割を果たしてきた。

(1) 補給金制度は、枝肉価格の低落が最終的に転嫁される子牛段階における再生産を確保することを通じて、我が国の肉用牛生産全体、すなわち、乳用種にあっては、子牛育成経営と肥育経営の安定を図るために創設された。

(2) 牛肉の輸入自由化後、輸入牛肉との競争が激化し、乳用種牛肉の枝肉価格も相当程度低下したが、補給金制度は、肉用牛生産者の経営安定と再生産確保において重要な役割を果たしてきた。特に、平成12年の口蹄疫の発生、13年の国内BSE発生の際には、肉用牛経営におけるセーフティーネットとして極めて有効に機能した。

(3) また、本来的には肉用牛経営を支えることを予定した制度ではあるが、育成経営にとってのもと畜、すなわち、ヌレ子の購買活動を通じて、結果的にヌレ子を買って支えてきた側面もある。しかしながら、近年、酪農経営において、生産規模の拡大や乳牛1頭当たりの生乳生産量の増加に伴って、生乳の販売収入等が大きく増加する中、ヌレ子販売収入の占める割合はかなり減少してきている。【図14】

図14 酪農経営1戸当たりの販売収入の内訳（北海道の平均的経営における推計）



注) 農林水産省「農家の形態別にみた農家経済」、「農業経営部門別統計」等による推計である。

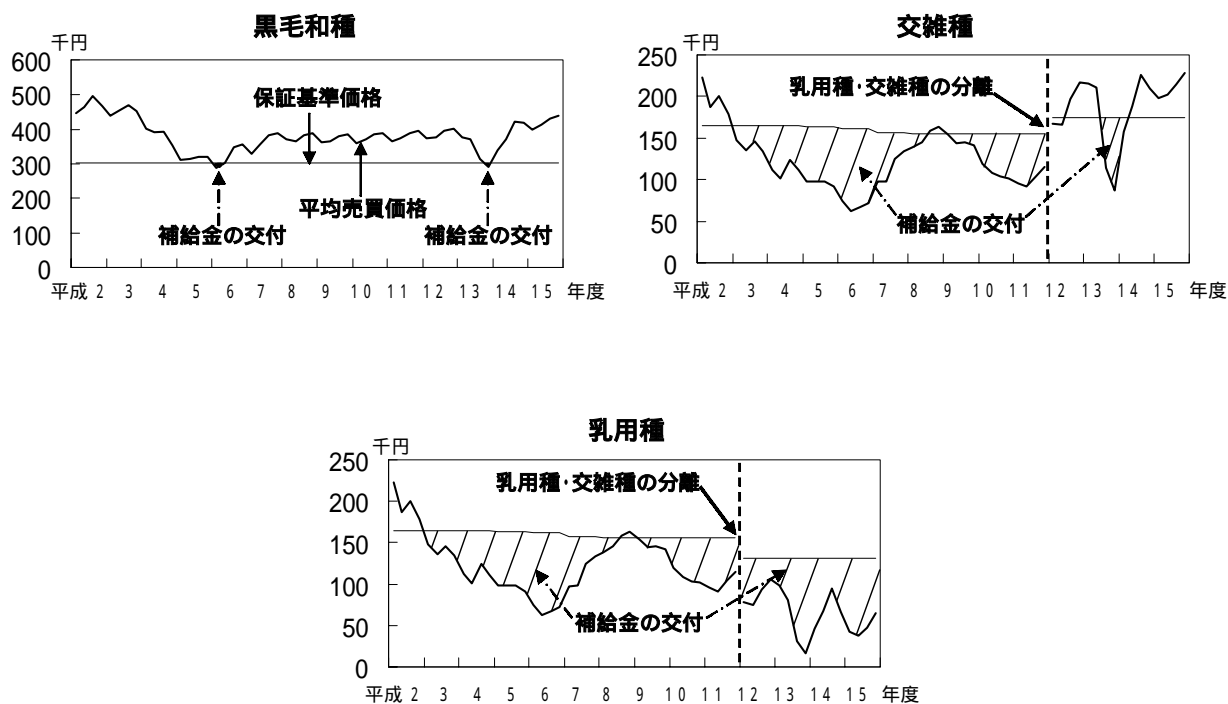
## 5. 補給金制度運用上の問題の顕在化と保証基準価格の算定方式

- ・乳用種については、黒毛和種などの他品種と比べて恒常的に相当額の補給金が交付され、さらに、一時的ではあるが、ヌレ子と子牛価格の逆転現象が生じるなどの問題が顕在化した。
- ・補給金制度発足後、規模拡大の進展等によって育成経営の生産コストが急速に低減したが、保証基準価格の水準がこの動きに十分連動しておらず、生産コストを上回る水準に設定されていることが大きな要因ではないか。

### 乳用種における問題の顕在化

- (1) これまでの制度運用の中では、品種によって補給金の交付状況は大きく異なり、黒毛和種については、市場価格が大きく低落した時期に限って交付されてきたのに対して、乳用種については、相当額の補給金が恒常的に交付されてきた。【図15】

図15 平均売買価格の推移と生産者補給金の交付状況



注) 「乳用種」と「交雑種」は、平成11年度までは、同一の品種区分としていたが、平成12年度から保証基準価格の算定方式を見直し、両者を分離し、別々に保証基準価格を算定している。

- (2) 乳用種牛肉は、牛肉の輸入自由化等による国際競争激化の影響を大きく受けた品種であり、補給金交付の頻度、あるいは、その単価水準が高くなるのは、ある程度までは致し方がない面もあるだろう。また、今や我が国の牛肉生産の約1/4までを担うまでに成長

し、かつ、今後も手頃な価格帯のテーブルミート等として期待される乳用種牛肉ではあるが、恒常的な補給金等の交付によって支えられてきた側面もあり、より一層の自助努力が必要ではないかとの指摘がある。

- (3) また、制度発足後、かなり長期間にわたって、乳用種の枝肉価格と子牛価格、さらには、子牛価格とヌレ子価格の間に相関関係が見られた。すなわち、枝肉価格が変動すると、子牛価格、ヌレ子価格ともに連動して変動していた。しかしながら、交雑種を分離し、算定方式を見直した平成 12 年以降、枝肉価格と子牛価格の間の連動は見られるものの、子牛価格とヌレ子価格の間の相関関係がやや曖昧になり、一時的ではあるが、ヌレ子価格と子牛価格の逆転現象、すなわち、原材料の方が製品より高いという現象が生じた。

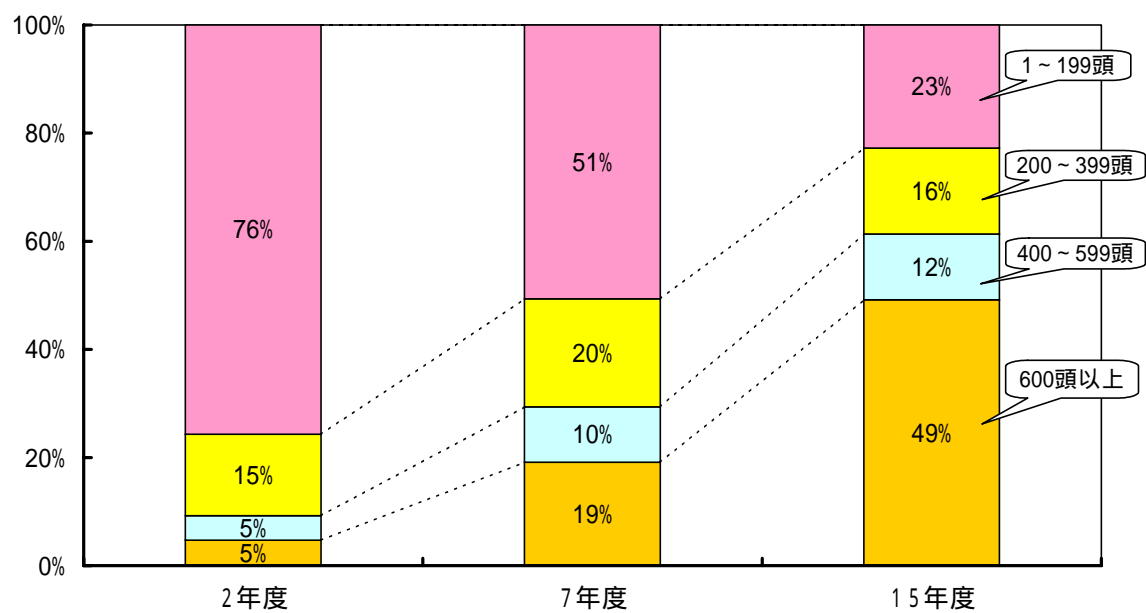
このような現象が生じた理由として、酪農の副産物であるヌレ子の供給量がある程度固定している中で、育成経営が自らの経営を維持・継続していくためには、一定の出荷頭数を確保する必要があり、そのためには多少価格が高くともヌレ子を手当せざるを得ないという事情も挙げられる。しかしながら、通常では考えられない原材料と製品の逆転現象が生じた基本的要因は、生産コストを上回る水準まで補給金が交付され、その結果、ヌレ子価格が上昇し、さらに子牛価格が下がってもヌレ子価格が下がらなかったことにあるものと考えられる。

- (4) 補給金制度は、子牛生産段階における再生産を確保することを目的とする制度であり、子牛価格が下落した際に一定の補給金を交付することによって、肉用牛経営におけるセーフティーネットとして大きな役割を果たしてきた。しかしながら、最近の運用状況等を検証したところ、補給金制度発足後、規模拡大の進展等によって生産コストが急速に低減したが、このコスト低減が保証基準価格の算定に十分には反映されず、保証基準価格が生産コストを上回る水準に設定された結果、再生産を確保するために必要な水準を超えて補給金が交付されている。

**[ 図 16 ～ 18 ]**

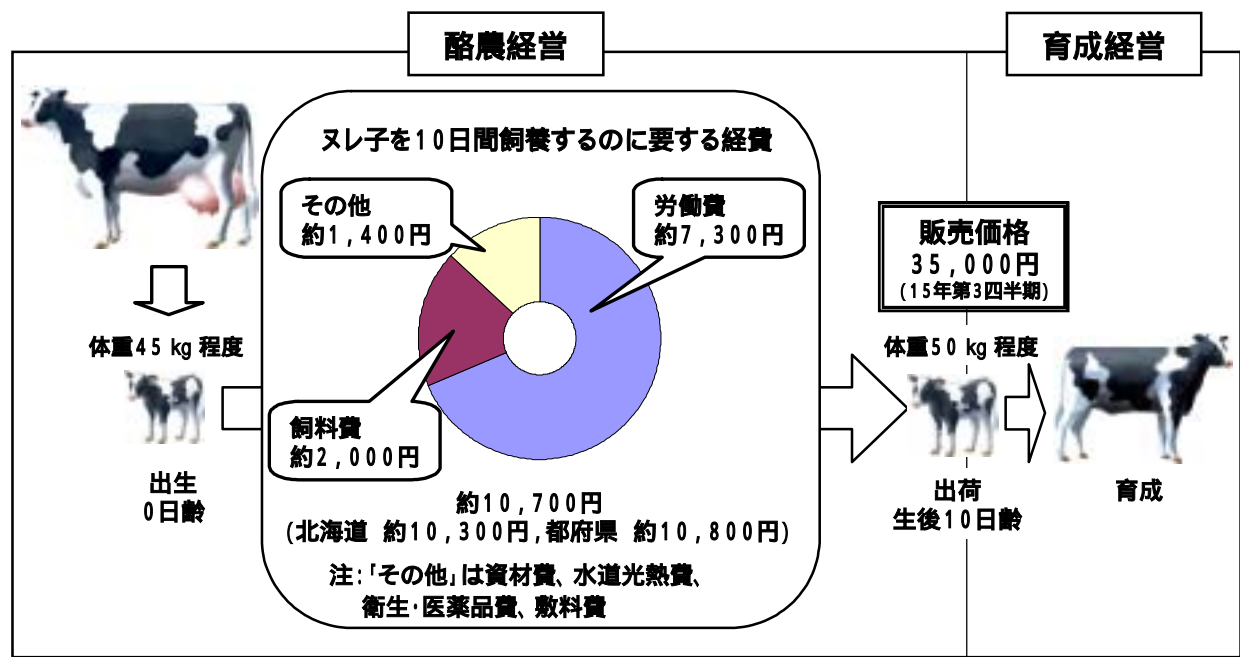


図 1 6 乳用種育成経営における規模別飼養頭数シェアの推移



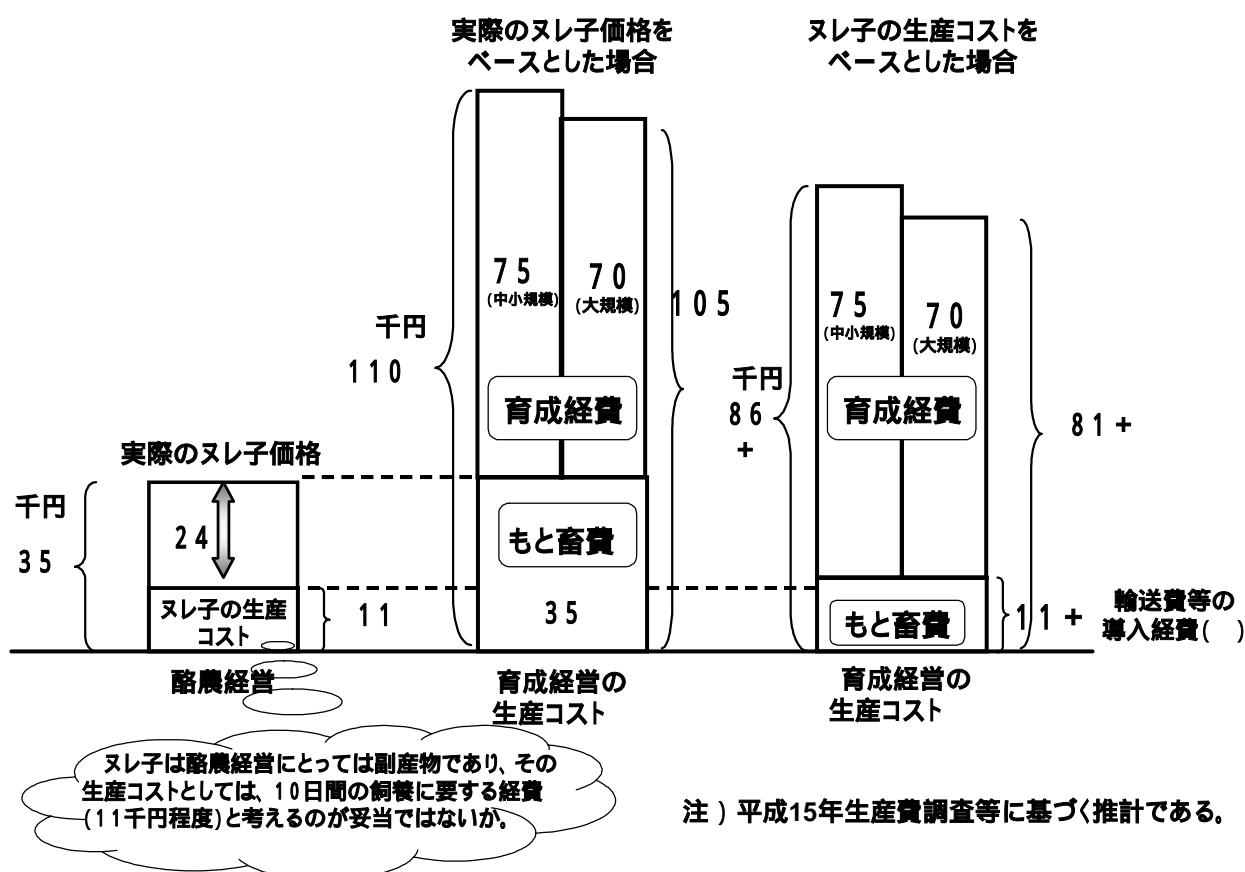
出典：農畜産業振興機構調べ

図 1 7 酪農経営におけるヌレ子生産に要する経費（平成 15 年）



出典：(社)中央畜産会「乳用種ヌレ子生産費用調査」、農林水産省「農業物価統計」

図 1 8 各段階における再生産可能な水準としての生産コストの検討



(5) また、育成経営にとっては、子牛価格が生産コストを大きく下回る水準でしか販売できなくとも、補給金制度によって一定水準までの収入が確保されることから一部の育成経営に対しては、ややもすると、肥育経営のニーズに応えるために当然なされるべきである子牛の資質向上努力を阻害している面も懸念されるところである。今後は、実需者からのニーズに応じた乳用種牛肉生産を進めていくためには、肥育経営と育成経営の連携を強化し、肥育経営が子牛に対して求める資質を満たすべく、育成経営におけるより一層の資質向上努力が期待される。

(6) さらに、初乳の十分な給与を始めとして、ヌレ子段階の飼養管理の良否がその後の育成・肥育にかなりの影響を及ぼすが、酪農経営における飼養管理が適切に行われない事例が見られる。酪農経営においても、今後より一層飼養管理技術の向上を図っていくことが期待される。

#### 算定方式見直しの基本方向

(7) 上述したように乳用種に係る補給金制度の運用については、種々の問題が生じているが、その原因は、補給金制度発足後の生産コストの低減が保証基準価格の算定に十分

には反映されていないことにあるものと考えられる。

そこで、保証基準価格の算定方式【図19】を見直す必要があるが、乳用種牛肉が我が国の牛肉生産において果たすべき役割と補給金制度の趣旨を踏まえると、特に以下の三点に留意して見直していく必要がある。

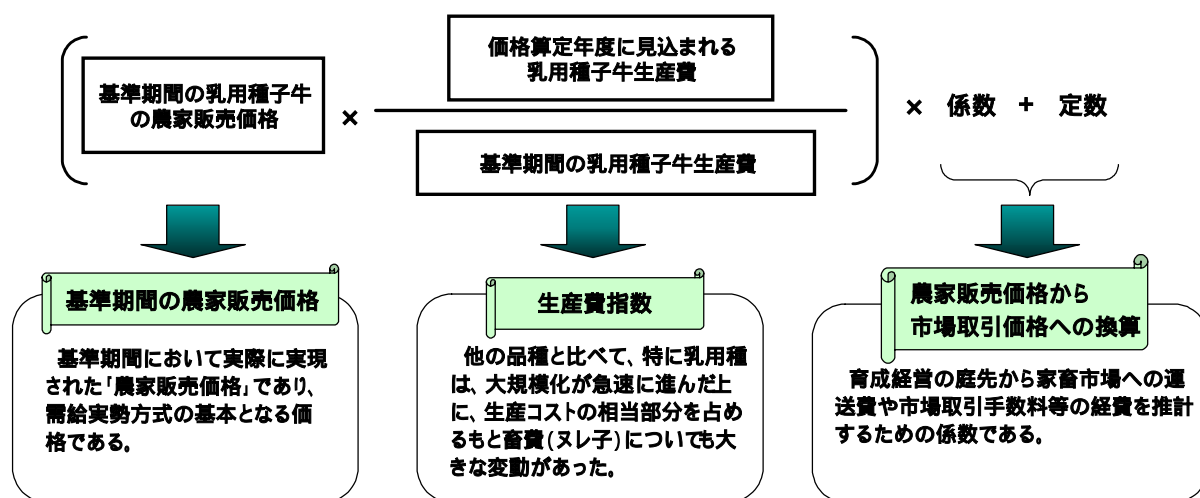
〔見直しに当たっての基本的な留意事項〕

乳用種牛肉が我が国の牛肉生産において、大きな役割を果たしてきたことを踏まえて、また、本制度の趣旨に従って、育成経営にとって再生産可能な水準を見極めた上で、その水準が確保されること

育成経営における子牛の資質向上努力を阻害することなく、かつ、もと畜であるヌレ子の取引において子牛の需給状況が的確に反映されること

補給金制度によって多大な財政支出がなされている現状に鑑み、納税者である国民の理解が十分に得られる形での運用が実現されること

図19 現行の算定方式とその算定要素



具体的に見直すべき点

(8) 保証基準価格の算定方式の要素としては、 基準期間の農家販売価格、 生産費指数（生産コストの変化率）、 農家販売価格から市場取引価格への換算係数の三つがある。

(9) このうち、 基準期間の農家販売価格については、基準期間において実際に実現された「農家販売価格」であり、算定の基礎となる価格である。基準期間は、牛肉

の輸入自由化前の7年間をとっており、これを直近の7年間に変更すべきではないかとの意見も出された。

しかしながら、直近7年間の農家販売価格は、子牛育成経営の再生産が確保できる水準を大きく下回って推移しており、現時点において、これを見直すと育成経営における再生産が危うくなるおそれがある。また、現行の基準期間である自由化前の7年間においては、現行の補給金制度の前身である価格安定基金からの補給金がほとんど交付されない中、生産の緩やかな増加が実現されており、平均的に見れば肉用子牛の再生産が確保された時期である。の生産費指数が適切に推計されていれば、特段の問題は生じず、今回の見直しにおいて変更する必要はないものと考えられる。

- (10) 一方、の生産費指数については、乳用種の生産コストが大きく変化してきたのに対して、生産費指数が硬直的であり変動を十分に反映できていないなどの問題が生じており、その推計方法を見直すべきである。見直しに当たっては、生産費指数を構成する要素のうち、労働費ととも畜費の推計方法が重要である。

労働費については、近年、育成経営における大規模化が急速に進み、相当程度低減したものと考えられるが、これまでの推計ではこの低減が十分には反映されていないものと考えられる。

具体的に言うと、価格算定年度に見込まれる生産費については、これまでは直近7年間の生産費調査結果をもとに推計しているが、補給金制度加入者については、生産規模の拡大がとりわけ急速に進み、労働費を始めとする生産コストが相当程度低減したものと考えられる。そのため、生産費調査をベースに実際の補給金制度加入者の規模拡大の状況も勘案しつつ、規模拡大に伴う労働費の低減等をより反映できるよう推計方法を見直すべきである。

また、もと畜費については、生産コストに占める割合が高く、かつ、他の費目と比べて、その変動の幅も大きいことから、より適切に推計するよう十分留意する必要がある。特に、基準期間のもと畜費については、基準期間における乳用種子牛の生産費調査結果がないことから、労働費や飼料費等の他の費目と同様に、元年から7年までの生産費調査結果をもとに基準期間における費用を推計したが、基準期間におけるヌレ子の農家販売価格についての統計調査があり、これを活用して基準期間におけるもと畜費を推計すべきである。

- (11) また、の農家販売価格から市場取引価格への換算係数については、育成経営の庭先から家畜市場への運送費や市場取引手数料等の経費を推計するための係数である。具体的には、実際の農家販売価格と市場取引価格の関係より推計しており、過去5年間の推計結果を見ると、2,000円前後で大きく変動することなく推移しており、この推計方法については特に問題はないものと考えられる。

## 6. 終わりに

- (1) 乳用種牛肉については、我が国の牛肉需要の増大に合わせて、生産が拡大し、我が国の牛肉生産の約 1 / 4 を担うまでに成長した。また、消費者や実需者の間でも、その肉質や安心感では一般的には米国産牛肉以上との評価を得つつ、かつ、手頃な価格帯の国産牛肉としてテーブルミートを中心に広く消費されてきた。
- (2) しかしながら、乳用種牛肉の生産は、黒毛和種に代表される肉専用種と比べるとその歴史が浅いこともあり、関係者の間で議論される機会が少なかった。今回の研究会においては、乳用種牛肉に関する消費者の意識調査や実需者に対するインタビュー調査などを実施した上で、乳用種牛肉に対する評価や位置づけについて議論したところ、肉質のバラツキなどの点で改善の余地はあるものの、輸入牛肉と比べて十分な市場性を有することが確認された。
- (3) また、今後の販売戦略などについても議論したが、牛肉の安全性に対して不安感を持つ消費者が増加する中、これからは、消費者や実需者にいかに安心して消費、あるいは取り扱ってもらえるかが非常に重要であること、また、国内においては、本年 12 月 1 日からトレサ制度が完全施行されるが、より信頼性の高いブランド化を進めるための良い機会であり、関係者が協力して取り組んでいく必要があることなどが確認された。
- (4) 肉用子牛生産者補給金制度については、これまで肉用牛経営に係るセーフティネットとして十分な機能を果たしてきており、我が国の肉用牛生産にとって必要不可欠な制度ではあるが、乳用種に係る運用については、種々の問題が生じていることが確認された。
- (5) また、乳用種に係る問題が生じた原因としては、保証基準価格が乳用種育成経営の規模拡大等に伴う生産コストの低減を十分に反映できずに、生産コストを上回る水準に設定されていることにあることが確認され、その推計方法の問題点について議論し、その見直し方向についての結論を得た。
- (6) 本研究会としては、今回の議論がこれからの乳用種牛肉の生産、販売方法に活かされ、また、乳用種に係る補給金制度の運用が国民一般に理解され得る形に改善されることを強く希望する。

# 「乳用種に係る肉用子牛生産者補給金制度 の運用の在り方に関する研究会」報告書

## 参 考 資 料

- 1 牛肉の選択基準などに関する消費者の意識調査
- 2 乳用種牛肉に対する流通・小売関係者の評価
- 3 我が国における牛枝肉の格付
- 4 ヌレ子生産に要する経費の実態調査

平成 1 6 年 1 2 月 8 日

農 林 水 産 省  
生 産 局 畜 産 部

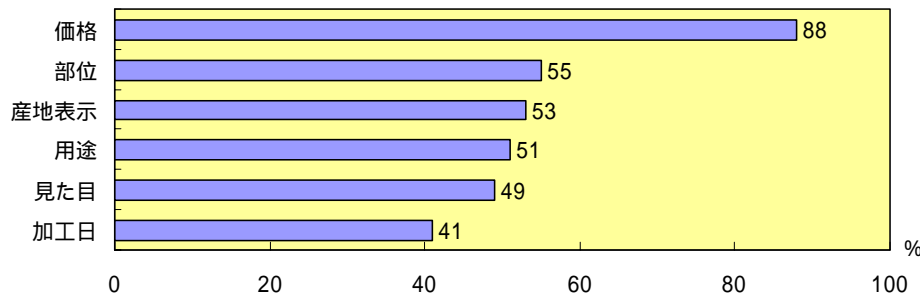
# 1 牛肉の選択基準などに関する消費者の意識調査

牛肉を購入する際の選択基準、乳用種牛肉に対するイメージ、  
牛肉の安全性やトレサ制度への関心等について行った消費者  
(3,000人を対象)の意識調査の概要

# 牛肉の選択基準や乳用種牛肉に関する消費者の意識調査

## 牛肉購入時の選択基準

Q1. 牛肉購入時の選択基準(複数回答)



Q2. 普段購入する時の単価

100g 当たり「200～399円」が49%、次いで「199円以下」が32%。  
単価と年代、あるいは単価と年収との相関は高く、年代や年収が高くなるにつれて購入する牛肉の単価も高くなっている。

Q3. 国産牛肉(輸入牛肉)を購入する最大の理由

国産牛肉については、「安全性が高い」が39%、「おいしい」が36%、  
輸入牛肉については、「安いから」83%。

## 国産牛肉と輸入牛肉に関するイメージ

Q4. 「国産牛肉」と「輸入牛肉」へのイメージに関する「そう思う」、「どちらかと言えばそう思う」の回答の合計

(単位: %)

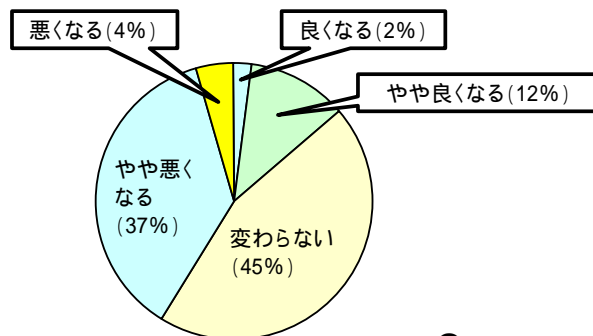
	国産牛肉	輸入牛肉
新鮮	74	13
おいしい	85	27
安全	73	12
安心	73	12
価格が高い	91	5
品質が良い	78	10

Q5. 「国産牛肉」に「乳用種牛肉」が含まれていることを知っていたか

「知っていた」が16%、「聞いたことはある程度」が31%、逆に、「知らなかった」が52%。

## 乳用種牛肉に対するイメージ

Q6. 「国産の乳用種牛肉」と表示された場合のイメージ



Q7. 乳用種牛肉について消費者へ強調すれば購入したいと思う特性(複数回答)

「手ごろな価格」が67%、「安全性」が63%、「おいしさ」が50%。





## 牛肉の安全性及びトレサ制度への関心

### Q8. 牛肉の安全性に対する不安

「非常に不安」と「やや不安」の合計が65%で、女性ではこの割合がやや多くて67%。  
牛肉購入頻度が低い階層では「非常に不安を感じる」との回答が多い傾向。

### Q9. 「トレサ制度」の認知度

「聞いたことがある程度」まで含めた認知度は68%、ただし、「よく知っている」が4%、「だいたいのことは知っている」が24%。

### Q10. 「トレサ制度」についての関心度

「非常に関心がある」と「やや関心がある」の合計が64%。

### Q11. 「トレサ制度」に期待すること(複数回答)

「生産流通履歴がはっきりするので安心して購入できる」が54%、「表示に関する監視体制が強化されるので偽装表示が減る」が53%であり、  
情報を得ること以上に、安心感を得ることに対する期待が大きい。

### Q12. 生産流通履歴が把握可能になった場合、購入時の選択基準になるか。

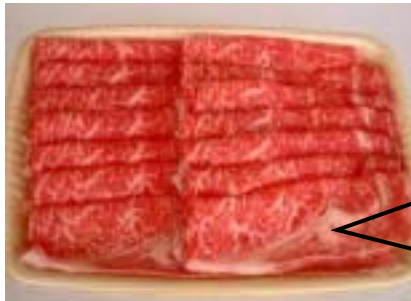
「生産流通履歴が把握できことが購入時の重要な選択基準になる」が35%、「ある程度の選択基準になる」が45%。

### Q13. 同品質であった場合、生産流通履歴が把握できるものとできないもののどちらを選ぶか。

「価格が高くても生産流通履歴が把握できる牛肉を購入する」が45%、その価格差については、「牛肉価格の5%未満」が31%、「5～10%未満」が51%、「10～20%未満」が15%。

### Q14. 購入前後に生産履歴を調べるとするか。

「気になった時に調べる」程度が66%と最も多く、「毎回調べる」は9%。



国産牛 すきやき用		( 県産 )
消費期限 加工年月日	04.12.3 04.12.1	0100030013
保存温度 4 以下	100g当たり 1060 (円)	1590
	正味量 150 (g)	通常価格 (円)
加工者 (株)山田畜産		
東京都港区港南 丁目 番地 号		

## 「牛肉の選択基準や乳用種牛肉に関する消費者の意識調査」についての調査目的・方法

### 1 調査目的

消費者の牛肉購入の実態や選択基準等について調査するとともに、牛肉トレーサビリティ制度の完全施行に向けて、同制度の認知度及び乳用種牛肉に対する消費者の意識を調査する。

### 2 調査実施者

(社)中央畜産会

### 3 調査方法

#### ( 1 ) 調査方法

平成 16 年 6 月において、インターネットを用いたアンケート調査によって、全国の調査対象者から直接回答。

#### ( 2 ) 調査対象者：20 歳以上の男女 ( 3,000 人 )

	20～29	30～39	40～49	50歳～	計
男 性	200	300	300	200	1,000
女 性	300	700	700	300	2,000

### 4 調査項目

#### ( 1 ) 牛肉の購入状況及び選択基準

#### ( 2 ) 牛肉の安全性への関心度

#### ( 3 ) 牛肉トレーサビリティ制度の認知度

#### ( 4 ) 国産牛肉と輸入牛肉に関するイメージ

#### ( 5 ) 乳用種牛肉に関するイメージ

## 2 乳用種牛肉に対する流通・小売関係者の評価

（ 乳用種牛肉の評価、用途及びこれからの販売方法・戦略に  
ついての流通・小売関係者への聞き取り調査の概要 ）

# 乳用種牛肉に対する流通・小売関係者の評価

## 乳用種牛肉に対する評価

乳用種牛肉の見た目は、米国産牛肉の「チョイスの上」程度だが、味の点では最高級のプライムと同等。

小売としては、交雑種と米国産牛肉の間の価格帯を埋める商材が欲しいため、乳用種牛肉に対する需要は間違いなくある。また、小売サイドから見れば安ければ安い方がよいが、米国産牛肉の輸入が再開しても、おそらく枝肉ベースで700～750円程度であれば、十分に売っていけるし、生産者サイドもやっていけるのではないかと。

流通A

乳用種牛肉と米国産牛肉を比べると、柔らかさは米国産が上、見た目はほぼ互角、味は明らかに乳用種牛肉の方がよい。また、お客さんは、「国産牛肉」ということにネームバリューを感じている。

生産者の再生産が可能であり、かつ、バイヤーとの関係も考慮した乳用種牛肉の、枝肉価格水準としては、700円程度ではないかと。

流通B

乳用種牛肉の肉質は、プライムと同程度。なお、米国から入ってくる牛肉の規格は、チョイスが70%くらいで、残りはプライムとセレクトが各々15%位か。

お客さんの反応から見た乳用種牛肉の実力は、枝肉価格で800円程度。

小売A

乳用種牛肉に対する評価としては、見た目はまとまった量を集めることができる米国産の方が良いが、味は乳用種の方が良いし、豪州産とはさらに大きな差がある。

米国産は、利便性が大きな魅力だが、輸入再開の要件によっては、利便性の魅力が薄れるかもしれない。また、BSE全頭検査は国産牛肉の一つの売りになるかもしれない。

乳用種牛肉の枝肉価格については、600～700円であれば、小売業者などのバイヤーが十分に売っていけるが、750～800円になると厳しい。

流通C

品質面からの序列は、和牛、交雑種、乳雄、輸入牛肉の順。

今回の米国BSE騒動で、米国産牛肉に対して消費者が不安を感じるようになってきている。逆に、国産牛肉はトレサ制度が始まっており、国産の方を安全と考えるお客が多い。乳用種牛肉の枝肉価格は、米国産牛肉が再開しても、750円くらいで安定するのではないかと。小売業者も安ければ良いというものではなく、ある程度の売価でなければ店の利益が出ない。

小売C

## 乳用種牛肉の用途・需要者

乳用種牛肉の需要先としては、現在でも生協がかなりの割合を占めるが、今後も生協の共同購入では、乳用種牛肉が中心となる。黒毛和種は単価が高く、店頭で実際に肉を見ないと安心して買えないため、共同購入には向かない。

流通A

乳用種牛肉の用途としては、テーブルミートが90%、加工向けが5%、外食向けが5%程度か。加工向けとしては当然豪州産などの輸入牛肉が多いが、乳用種牛肉で作るとやはりおいしいし、仕入れに係るリスク回避も含めてそれなりに需要がある。

乳用種牛肉は、九州、四国地方、さらには東北、北海道を中心によく売れている。

流通B

乳用種牛肉の用途としては、テーブルミートが7割、加工向けが2割(スネやネックが中心)、外食向けはわずか。

地域別に見ると、乳用種牛肉の需要が一番多いのは、中国地方と九州地方、北陸なども多いが、関西と関東は小さい。

流通C

乳用種牛肉の販売先としては、生協が3割、量販店が6割弱、外食が数%、加工向けが1割程度。

交雑種の肉質がかなり評価され始めており、量販店は、乳用種から交雑種に流れ始めているが、生協は、顔の見える販売、手頃な価格で乳用種に対する根強い需要がある。

流通D

関東辺りは西日本に比べると、牛肉を食べる量が少ないため、「和牛または交雑種+豚肉」の消費パターン、西日本は伝統的に牛肉をよく食べるため、逆に、単価が安い牛肉を指向し、乳用種牛肉がよく売れる。

小売C

## 今後求められる乳用種牛肉の姿

乳用種牛肉の品質向上については、飼養期間の若干の延長、飼養密度の緩和、育成段階のしっかりした牛作りが大切。

肉質等級2規格の中でも細分化していくし、実際に2規格の中でも締まりや肉質の良い肉にはプレミアムが付いている。

最近は枝肉重量がかなり重くなっても受け入れられるようになってきた。むしろ枝重があった方がしっかりした肉になるのではないかな。

流通A

ユーザーに一番嫌がられるのは、ドリップ(肉汁)が多い肉だ。

流通C

交雑種は味が良く、かつ、値頃感があるので伸びてきているため、交雑種の肥育をしてくれる農家を探しているが、乳用種肥育農家が肥育すると品質のバラツキが大きいいため、なるべく和牛肥育農家に頼むようにしている。

小売A

肉質の向上については、肥育期間の延長や成長曲線にあわせた肥育方法(成長途上ではどうしても水っぽい肉になるので、前半で十分増体させ、発育が止まりかけたところでと畜する)。

枝肉重量については、昔は430kg前後であったが、最近では450～500kgくらいが望ましい。大きくなりすぎて困るのは、ロースとサーロインくらいのもの。

日格協の格付をベースにして、肉色ときめを加味して1頭ずつ値決めをしているが、体重の乗った2.5規格であれば、どんどん売れており、各社とも荷を集めている。

流通D

乳用種牛肉に限らず、個体毎に品質のバラツキが困る。乳用種牛肉と交雑種を比べると、乳用種牛肉の方がバラツキが大きい。脂肪交雑が同じでも味の個体差が大きい。

小売B

## これからの販売方法・戦略

品質面だけで米国産牛肉と勝負するのは少しきつい面があるので、品質以外の面からの付加価値を付けて売る方向を考えている。具体的には、「安全・安心感」を打ち出すことや商品にストーリー性を持たせて売っていく、すなわち、由来をはっきりさせてブランド化して売っていくなどの工夫が必要であろう。

流通A

乳用種も交雑種もこれからはブランド化して売っていくべきだ。  
流通C

トレサには自己責任の徹底という観点からも期待している。  
小売B

国内では、多少高くても国産を買いたいと言うマーケットは確実にある。ただし、黙っていても売れるほど甘くはない。それなりの売り方が必要であり、それなりの工夫が必要。

「ヌレ子 - 素牛 - 肥育牛」の一貫した生産体系、すなわち、消費者向けのストーリーを描いて売っていきたいが、ヌレ子と素牛の流れを作ることが難しい。酪農家にとって、ヌレ子は売り手市場であり、高い値段を付けてくれたところに売ってしまう。

流通D

大手スーパーが交雑種として売り始めたので、これからは、和牛、交雑種、乳用種牛肉の形で売ようになるかもしれない。

小売C

## その他

昔はヌレ子を挽き材として使っていたが、今では挽き材にすることはない。素畜として育成農家を買わなければ、レンダリングで処理するしかない。

本来であれば、育成に回す価値のないヌレ子までが補給金がある故に、育成に回されることがある。そして、補給金をもらったらすぐに安い値段でと畜される。

### 3 我が国における牛枝肉の格付

〔 我が国における牛枝肉の格付に係る  
歩留等級及び肉質等級の基準 〕



# 我が国における牛枝肉の格付

## 1. 歩留等級

「ロース芯面積」、「皮下脂肪の厚さ」、「半丸枝肉重量」等から、枝肉から部分肉への歩留基準値を推計し、A、B、Cの等級を決定。

### (歩留等級区分)

等級	歩留基準値	歩 留
A	72以上	部分肉歩留が標準より良いもの
B	69以上72未満	部分肉歩留が標準のもの
C	69未満	部分肉歩留が標準より劣るもの

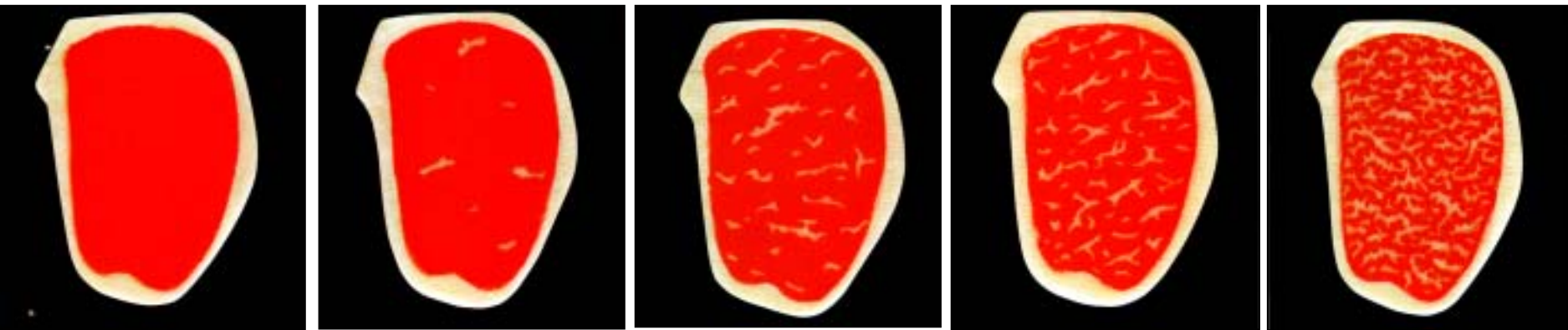
## 2. 肉質等級

「脂肪交雑」の他、「肉の色沢」、「肉の締まり及びきめ」、「脂肪の色沢と質」を加味して1～5等級を決定。

### (枝肉等級区分)

歩留等級	肉質等級				
	5	4	3	2	1
A	A5	A4	A3	A2	A1
B	B5	B4	B3	B2	B1
C	C5	C4	C3	C2	C1

肉質等級の代表的な例(脂肪交雑基準)



肉質等級 1

2

3

4

5

## 4 ヌレ子生産に要する経費の実態調査

全国の酪農経営(約160戸)を対象としたヌレ子を  
10日齢で出荷するまでに要する飼養経費について  
の実態調査の概要

# 酪農経営におけるヌレ子生産に要する経費(平成15年)

## 酪農経営

## 育成経営

ヌレ子を10日間飼養するのに要する経費

その他  
約1,400円

労働費  
約7,300円

飼料費  
約2,000円

約10,700円

(北海道 約10,300円, 都府県 約10,800円)

注:「その他」は資材費、水道光熱費、  
衛生・医薬品費、敷料費

販売価格

35,000円

(15年第3四半期)

体重50kg程度

出荷  
生後10日齢

育成

体重45kg程度

出生  
0日齢

出典: (社)中央畜産会「乳用種ヌレ子生産費用調査」、農林水産省「農業物価統計」

## 「酪農経営におけるヌレ子生産に要する経費」についての調査目的・方法

### 1 . 調査目的

乳用種育成経営においてもと畜として導入されるヌレ子について、その出生から出荷までに要する経費について、実態調査を通じて把握する。

### 2 . 調査実施者

( 社 ) 中央畜産会及び各県畜産会等

### 3 . 調査方法

#### ( 1 ) 調査方法

原則として平成 1 5 年 1 月 1 日 ~ 同年 1 2 月 3 1 日 ( 平成 1 5 年実績 ) の間に、酪農経営において 1 0 日齢までに要した経費について、調査員が農家を訪問して聞き取り調査。

#### ( 2 ) 調査対象農家

飼養規模階層ごとに、1 6 1 戸 ( 北海道 : 5 0 戸、都府県 : 1 1 1 戸 ) を選定。

### 4 . 調査項目

#### ( 1 ) 生産費用

- ・ 労働費 ( 家族労働費・雇用労働費 )、飼料費、敷料費、衛生・医薬品費、水道光熱費、カーフハッチ等の資材費の項目について調査。
- ・ 労働費のうち、家族労働費は総務省毎月勤労統計の各調査対象地域の労賃単価に労働時間を乗じて算出、雇用労働費は調査期間の支払実績。

#### ( 2 ) その他

各経費は、すべて消費税込みの額。