

平成21年5月28日(木)  
於・三番町共用会議所大会議室

食料・農業・農村政策審議会  
平成21年度第2回畜産部会速記録

農林水産省

目 次

1	開 会	1
2	あいさつ	1
3	資料説明	3
4	意見交換	22
5	閉 会	40

## 開 会

### ○徳田畜産企画課長

定刻となりましたので、ただいまから食料・農業・農村政策審議会平成21年度第2回畜産部会を開催させていただきます。皆様方におかれましては御多忙のところ、御出席いただきありがとうございます。

私は畜産企画課長の徳田でございます。よろしくお願いいたします。

## あ い さ つ

### ○徳田畜産企画課長

それでは、部会長に一言ごあいさつをいただいた上で、議事をお進めいただきたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

### ○鈴木部会長

部会長の鈴木でございます。どうぞよろしくお願い申し上げます。

まず最初に、本川局長のほうからごあいさつをお願いしたいと思います。

### ○本川生産局長

本日は、お忙しい中また足元の悪い中、お集まりいただきましてありがとうございます。

前回に引き続きまして第2回の畜産部会でございます。酪肉基本方針の策定に向けた御論議をお願いしたいと思っております。

その前に、前回お集まりいただいた後に新型インフルエンザが発生したところでございます。当初は「豚インフルエンザ」という報道がなされたことから、相当な風評被害が出るのではないかと心配をいたしまして、私どもいろいろと取り組んだわけではありますが、そのうちに「新型インフルエンザ」という呼称が出てまいりまして、豚という色がだんだん薄れ、そういう心配がほぼなかったのではないかと考えています。ただ、新聞社によっては、豚インフルエンザというものが、「新型インフルエンザ」という呼称が始まったにもかかわらず残っていたりします。ですから、「新型インフルエンザ」とずっと書いていただければいいんですが、「新型の豚インフルエンザ」という報道がなされていることから、食肉鶏卵課長のほうでもいろいろと心配して、新聞社にお願いしたりしております。何とか被害が生じることはなかったと思っております。

ただ、秋口からどうなるか。今南半球は冬になるわけであり、またこれが変異するかもしれない。日本でも秋口以降、また少し変異して流行が始まるかもしれない。それから、その後ろにはまだ強毒性のインフルエンザのパンデミックがあるかもしれないという状況は引き続くわけであり、気を抜かずに取り組んでいきたいと思っております。

それから、農林水産省全体であります。備蓄性の高い加工食品を作っておられる業者さんを中心に、業務を継続する計画をきちんと作っていただきたいということをお願いしているわけであり、今日も関係される方はおられると思っておりますが、備えをきちんとして対応していきたいと思っております。

本日は、前回に引き続いていろいろと資料を出ささせていただいて御論議いただくことになっております。前回、私は中座させていただきましたが、非常に白熱した御議論があったと聞いております。本日も大臣への説明がありますので冒頭中座させていただきますが、最後は議論に参加させて

いただきたいと思います。忌憚のない御意見をいただけますことをお願い申し上げまして、ごあいさついたします。よろしくお願いいたします。

#### ○鈴木部会長

ありがとうございました。

それでは、事務局から、配布資料の確認、委員の出席状況、部会の運営についての説明をお願いいたします。

#### ○徳田畜産企画課長

それでは、本日配布しております資料を確認させていただきます。

今回、資料については資料1から8まで用意しております。あわせて参考資料として1から4まで番号を振って用意しておりますので、御確認をお願いします。不足がある場合は事務局まで遠慮なくお申しつけください。

本日の出欠状況でございますが、近藤委員、武見委員、飛田委員、山西委員におかれましては、所用によりまして御欠席とのことでございます。また、林委員におかれましては、途中で退席されるということでございます。

規定によりまして、部会は委員及び議事に関係のある臨時委員の3分の1以上が出席しなければ会議を開き議決することができないとされておりますが、全体で20名のうち、16名が出席されておりますので成立しております。

当部会の運営方針については、今回から参考資料1として配布しておりますので、よろしくお願いいたします。

以上でございます。

#### ○鈴木部会長

ありがとうございました。

なお、今回も明治乳業様の御厚意で牛乳を提供いただいておりますが、休憩時間にお出しいたしますので、御紹介しておきます。

本日は、現行の基本計画の検証を含む、酪農・肉用牛をめぐる情勢等について説明を受けた後、新たな酪肉基本方針等の策定に向けて意見交換を行いたいと思います。

円滑な進行に努めまして、大体16時半頃には終了したいと考えておりますが、もしそれでも皆さんの御意見が言い足りない場合にはその後も延長させていただきますので、所用で退席される方は後で議事については御報告いたしますので、場合によっては延長もあり得るということで申し上げておきたいと思います。

事務局から説明をいただくわけですが、その前に、前回の部会でも委員の皆様のほうから、6大臣会合の特命チームでの議論、それから基本計画全体を議論する企画部会と畜産部会の関係等についても質問がございましたので、この点について、3つに所属している立場として若干最近の状況とかポイント、私なりの解釈の部分もありますので、お話ししたいと思います。

御案内のとおり6大臣会合の特命チームのほうですが、これは企画部会の議論ともつながっておりますが、特に今回強調されているのが、所得をどうやって確保するか。しっかりと所得が確保できるようにしなければいけない。所得というのは、「 $P \times Q - C$ 」、「価格 $\times$ 数量 $-$ コスト」である。これは当然のことなんです、それぞれの所得部分がしっかりと増えるようにしていかなければいけないという考え方です。特命チームで検討方向が出されたときのポイントは、私なりの解釈では、農村現場の経営者の創意工夫ができる限り発揮される経営環境を提供できるようにするというこ

と。それから、そういう場合にもしっかりとした所得のセーフティネットをどういうふうに考えたらいいかという視点、産業政策としてのセーフティネット。それ以外に、中山間等の産業政策とは別の面から農業の持つ環境、景観、多面的な機能に基づいて農業の役割を評価して支払う直接支払いというものも、車の両輪としてしっかりとさらに位置づける必要があるのではないか、そのような視点が出されております。

そういうことを受けて、特に米の政策についてはシミュレーションが公表されまして、それに基づいて今全国で説明会が開かれ、その意見からまた新たな政策提案に結びつけていくように、特命チームを6月中旬に再開する予定になっております。

特命チームの議論の中で、政策立案の姿勢として重要なことは、農村現場の声と消費者の声をどう政策に反映するかも重視しなければいけないという点が出されていますので、今別途現場の農家の皆さんや、消費者の皆さんにアンケートをとるような形で、全体の意見がどういうものかを議論の参考にすること進められております。6月中旬に米政策の第二次シミュレーションが出されるのかどうか、まだはつきりしませんが、できたらそのような方向で進めたいということになっております。

それから、企画部会も、「 $P \times Q - C$ 」をどうやって確保するかという点について具体的に詰めるという議論が出ております。特にこれから価格部分については、国際化はできる限り踏みとどめなければいけないということですが、さらに価格が下がってくる場合に、現場の努力と政策との組み合わせをどうするのか、畜産の場合は特に、下げなければいけないコストがじわじわと上がってくる状況が今後もあり得るのか、今回大変厳しい状況を経験しましたが、どのように所得を確保するのか検討が必要です。

企画部会では、現場の声をしっかりと聞くということで、6月中旬と7月に2回現地で検討会を計画しております。6月中旬は畜産関係、養豚経営にお邪魔する計画になっております。

少し長くなりましたが、そのようなことで今特命チームなり企画部会のほうでは進んでおりますので、その点も参考にさせていただきまして畜産部会の議論を進めていただければと思います。

## 資 料 説 明

### ○鈴木部会長

それでは、まず、酪農と肉用牛をめぐる情勢等について説明をお願いします。委員の方々には資料を事前にお送りしておりますので、御一読いただいていることを前提にして、できる限り簡潔な説明に努めていただければと思います。

それでは、畜産総合推進室長からお願いします。

### ○山根畜産総合推進室長

畜産総合推進室長でございます。

私からは資料3と資料4について御説明させていただきたいと思っております。

まず資料3でございますが、今回の畜産部会から深掘りした御議論を本格的にいただくため、より有益な御議論がいただけるよう御用意させていただきました。

1ページ目ですが、前回の部会で、今後の畜産を議論していくための前提のようなものを示すべきではないかという御意見がありましたので、大まかなところではこのようなところではないかということで事務局の一案として御用意しております。

幾つか申し上げますが、少子高齢化社会の進展がまず考えられ、人口減少と人口構成の変化ですが、よく言われるのは労働力の問題がありますが、同時に消費面の影響もあるのではないかとということが考えられます。その次は、消費者における健康志向の問題。消費者の食に対するニーズ。その下ですが、食料自給率の問題が言われている中で、国民の農業自体に対する関心も高まっているということでございます。その下は食料需給の逼迫。さらに国際化。また、海外から日本産への評価が高まっている。また、アニマルウェルフェア。さらには地球環境問題。最後に、今後は財政事情が厳しい中、効率的・効果的な施策展開の必要性がございました。

最後に「等」がついておりますが、委員の皆様方から、こういうものもあるのではないかと、または、こういうのは違うのではないかとというお恵もいただければと思っております。

2ページ目ですが、視点として考えられるものです。当部会で今後議論を深めていただきまして、いずれ体系的な議論の整理、または論点整理を行っていただきますが、それに向けた1つの素材として事務局の一案を示しております。大まかに、基本的な視点としてはこの3つでございます。読み上げは省略させていただきます。また、個別的な視点として多様なものを並べていますが、こういうものが考えられるのではないかと。それで、また「等」がついております。

こういう視点についても、体系的なところも含めて、整理不十分のところもございまして、これについても、こういう視点もあるのではないかと、こういう視点の中にはさらにこういうこともあるのではないかなど、いろいろ御意見をいただければと思います。

次に資料4でございまして、今の2枚紙の1枚目に関係する幾つかの資料を用意しました。

まず少子高齢化社会ですが、我が国の将来人口は、減少傾向で推移という予測になっております。2020年には2005年の約4%減の推計になっております。男女ともに少子高齢化が急激に進展しており、65歳以上の占める割合は、2005年の約20%から2020年には約30%に拡大。他方で6歳から15歳の学童世代が占める割合については、2005年の9%から2020年に8%と推測されております。

次のページをお願いします。消費者ニーズの問題です。左のグラフは国産品と輸入品の選択についての意識調査です。約9割の消費者が「国産品」、「どちらかといえば国産品」を選択するということです。右ですが、「国産品」を選択した理由については、安全性、品質、新鮮さ、おいしさになっております。

次のページをお願いします。これは日本政策金融公庫が消費者動向調査をやっております、その結果でございまして。昨今特に不況ということで、経済性志向が上昇してきています。また、安全性志向が高まっている。これは今後とも継続するのではないかと推察されます。

次のページをお願いします。日本の食料自給率に関する意識調査です。「自給率が低い」、「どちらかといえば低い」と考えている国民の皆様は約8割でございまして。その下のグラフですが、「生産コストを下げながら国内で作るほうがよい」と考えている国民の皆様も約9割という状況になっています。

次のページをお願いします。一昔前は、お金を出せば食料が買えるという状況でしたが、近年の世界的な食料事情を背景に、将来の食料輸入に対して不安を抱いている人が増加してきているということで、平成20年の世論調査においては、約9割以上が「何らかの不安」を考えていらっしゃるようでございます。

次のページをお願いします。今後の我が国の食料自給率を高めるべきかという問題です。自給率を「高めるべき」、「どちらかというとも高めるべき」という意見が全体の9割以上になっています。さらに、「高めるべき」と考える国民のうち、消費者ニーズに対応した生産拡大や食育の推進、あ

るいは国産農産物の消費拡大に対する取組を図るための施策を期待する、という意見が多い状況になっております。

次のページをお願いします。今後の生活の中で何を重視するかということです。「食生活」を重視する意識調査ですが、これは増えておりまして、昨年6月時点では30.8%で、30年間で急増しております。

次のページをお願いします。社会全体の健康志向の高まりです。「自らの健康」や「家族の健康」に対して悩みや不安を抱えている国民も増加傾向になっております。社会全体として、国民の健康意識の高まりが見られます。

次は、食糧需給の見通しでございます。御案内のとおり、中国やインドを始めとする新興国の人々の人口増加、食生活の改善で、世界的な食糧需給については今後も逼迫基調で推移と予測されております。世界の栄養不足人口も、過去10年余りで1億人以上も増加ということでございます。右でございますが、とうもろこしを始めとする穀物の国際価格については、今後とも上昇傾向で推移するのではないかと予測もあります。

次のページです。左のグラフですが、この予測によると、2018年までに穀物及び大豆の需要量は各品目とも増加でございます。右のグラフですが、各品目ともその需要の伸びに生産が追いつかず、期末在庫量は低下が見込まれるとされています。

次のページです。肉類の品目別需給見通しでございます。2018年における肉類の1人あたり年間品目別消費量の見通しについては、牛肉、豚肉、鶏肉とも年間1人当たり消費量が増加する見通しでございます。また、肉類の品目別の価格見通しについても、2006年から2018年までの12年間で、実質価格ベースで5～13%上昇する見通しになっております。

次のページをお願いします。地域別の食肉の需給見通しでございます。2018年における世界の食肉の需給見通しについては、生産量、消費量ともに牛肉で25%、豚肉で23%、鶏肉で32%増加する見通しでございます。特にアジアにおいては消費量が大幅に増加する。右に地域別がありますが、アジアにおいては大幅に増加する予測になっております。

次のページをお願いします。世界の乳製品の貿易量です。世界の乳製品の輸出量については、生乳換算で4,000万トンで、ニュージーランド、EU25カ国、米国、豪州の3カ国1地域で世界の7割を占めるという構造でございます。他方、世界の乳製品の輸入量については、生乳換算で4,000万トンですが、ロシア、アルジェリア、メキシコが上位3カ国ですが、地域でくくると中国、サウジアラビア、ASEAN、日本などのアジア諸国で全体の47%、アルジェリア、エジプト等のアフリカ諸国が17%、こういう構造になっております。

次のページをお願いします。地球温暖化の問題です。左のグラフですが、地球温暖化問題に対する国民の関心が非常に高まっている状況かと思っております。これも含めて右の絵ですが、地球環境の危機を克服するために、低炭素社会、循環型社会、自然共生社会を総合的に連携して進めて、持続可能な社会ということで、これに畜産の分野からも貢献することが重要となっております。

次のページをお願いします。その他の(1)として畜産に関する施策を講ずるための1つの財源である牛肉等関税収入の推移でございます。関税収入については、ウルグアイ・ラウンド合意の実施に伴う関税率の段階的引き下げにより、平成7年度から減少傾向になっております。特に平成14年度は、平成13年に我が国でBSEが発生したことに伴って牛肉の消費が減退したことから輸入量が減少しております。平成20年度で800億円の水準となっております。平成21年度の予算額ベースでも同様の水準となっております。

次のページをお願いします。(2) 農林水産物等の輸出額の推移でございます。近年、世界的な日本食ブームの広がり、またはアジア諸国における経済発展に伴う富裕層の増加により、高品質な我が国の農林水産物や食品の輸出拡大のチャンスが増大しております。国としては、平成25年度までに1兆円規模とする目標を掲げている状況でございます。近年の輸出額の推移を見ると、順調に増加していましたが、世界的な不況により平成20年は昨年とほぼ横ばいで、4,312億円という状況でございます。

以上でございます。

#### ○鈴木部会長

ありがとうございました。

続きまして、酪農をめぐる情勢についての説明をお願いします。

#### ○大杉牛乳乳製品課長

牛乳乳製品課長でございます。

それでは、資料5をお願いします。1ページをお開きください。酪農の概況についてです。酪農家戸数と飼養頭数については、5年前に比べて戸数、頭数とも減少傾向で推移しております。左上のグラフの北海道では、成畜頭数で80頭未満、右上のグラフの都府県では50頭未満の層が減少傾向にございます。一方で規模拡大を志向する酪農家への経営資源の集中化が進んでおりまして、青の折れ線グラフにあるとおり、結果的に1戸当たりの経産牛頭数も5年前に比べて増加しているわけでございます。

2ページに参ります。飼養戸数の推移を地域別に見てみますと、北海道が約12%、都道府県が約21%の減少となっております。特に高齢化率の高い近畿、東海の減少率が高くなっています。真ん中の絵をごらんいただきたいんですが、飼養頭数の地域別の推移については、北海道が約5%の減少、これに対して都府県は約17%の減少となっております。右側の絵ですが、酪農生産に必要な飼料の作付面積は、全国的にはほぼ横ばいとなっており、1頭当たり作付面積は増加傾向にあります。

3ページ、4ページをお願いします。生乳、牛乳・乳製品の需給についてです。3ページの図の折れ線グラフ、赤が供給で緑が需要です。平成5～6年度の減産型の計画生産を経て、平成8年度から11年度ぐらいまで、赤の折れ線グラフと緑の折れ線グラフがほぼ重なっております。すなわち生乳の需給がおおむねバランスしている時代でございます。

平成12年度になって食中毒事故の発生を契機に、脱脂粉乳を原料とした商品の消費量が減少します。脱脂粉乳の在庫量が増加したことを受けて、北海道中心に平成15年度以降、生産者団体による自主的な過剰在庫処理対策が実施されたわけです。平成17年度にはバターの在庫も増加して、生クリーム、脱脂濃縮乳という液状乳製品の生産拡大の取組が行われたわけです。

こういった中で18年度、19年度と減産型の計画生産が実施されたわけでございます。ただ、2年度目の19年度に入りますと、夏場は非常に暑かったこと、あるいは18年末からの配合飼料価格の高騰の影響等ございまして、生産量が減産型であるにもかかわらずその目標を下回って推移する、そして、海外の乳製品価格の高騰もあり、国内の脱脂粉乳、バターの需要が急激に増加して在庫量が減少したわけです。

そういった中で20年度は、在庫の減少、国産需要の増加を踏まえた生産者団体による増産型の計画生産を実施したところでございます。ただ、20年度の実績は、生乳生産量は対前年度比でマイナス1%となっております。夏場非常に暑かった、特に都府県についてそうですが、配合飼料価格高騰の影響もあり、都府県はマイナス3.8%と低い水準になったわけでございます。



5ページをお願いします。生産者団体による自主的な取組としての生乳の計画生産についてです。一番右の21年度をごらんください。生乳需給が流動的な中で、目標数量を20年度実績対比で、北海道の場合プラス3%で103%、都府県は100%、前年度と同じですが、これらを上限に各指定団体に目標数量を配分することを内容とする計画生産を定めて実施しているところがございます。

6ページをお願いします。20年度の地域別の生乳生産量についてです。51%が都府県で、49%が北海道となっております。15年度と比べると、都府県は減少する一方で北海道は増加しており、北海道の生産割合が増加しています。用途別に見ていきますと、左側の図ですが、都府県の生乳の約9割が飲用向けで、全国の飲用向けの8割を都府県で担っている。一方、北海道の生乳については、バター、脱脂粉乳などの特定乳製品向け、それからチーズ等その他乳製品向けがいずれも約4割となっております。それぞれ全国の約8割、約9割を担うということでもあります。

7ページをお願いします。生乳の域外への移出、あるいは域外からの移入ですが、右の図にありますように北海道、東北、九州は、域内の生産量が消費量に比べて多く、したがって域外への移出量が多くなっています。関東は都府県一の生産地域ですが、大消費地を抱えているので生産量は消費量を下回っていることから域外からの移入も多くなっております。近畿は域内の生産量が消費量に比べて少なく、域外から域内への移入量が多くなっているところです。

8ページをお願いします。特に都府県の生乳の需給調整についてですが、都府県の生乳需給は御案内のとおり、夏の時期には生乳が不足し、冬の時期は生乳が過剰になる特徴を有しています。こういったことから生産者団体においては、冬の時期の不需要期における余乳の発生を極力減らすため、夏場の乳価を高く冬場の乳価を低くする季節別乳価の設定等を行って、夏場の需要期生産を推進しているわけでございます。

これによりまして余乳の発生は減少傾向にありますが、一定の余乳発生は不可避なところがあり、右の図にあるように、最終的には需給調整、在庫調整のほとんどが大手乳業メーカー任せとなりまして、これが価格交渉等に少なからず影響を及ぼす場合もあるわけです。生産者団体として需給調整機能の強化をさらに進めていかなければならないことが課題となっているわけです。

9ページに参ります。チーズ、液状乳製品等向けの生乳の供給拡大についてです。前回の部会でも、富士委員始め御指摘があった点でございます。最近の5年間は、飲用牛乳向けの供給量が減少する一方、乳製品向けの供給量は堅調に伸びてきております。チーズ向けと生クリーム向け供給量で見ると、20年度は15年度の5年前に比べて1.4倍に拡大しております。今後とも需要拡大が期待できる乳製品向けの供給量が拡大していくことは酪農生産基盤と生乳需給の安定につながるわけであり、特にチーズの生産拡大は自給率向上に寄与するというところで力を入れていかなければならないと認識しております。

10ページをお願いします。チーズの生産拡大です。左側のグラフにあるように我が国のチーズの消費量は拡大傾向にあり、輸入チーズは輸入乳製品全体の6割ないし7割を占めています。他方チーズの消費量を見ると、その8割以上が輸入チーズで、国産が非常に小さい比重であるという状況です。右のグラフをごらんください。輸入チーズのうち約7割がモッツアレラ、カマンベール、ゴーダなど、そのまま消費する直接消費用のナチュラルチーズでございます。国産ナチュラルチーズの生産を拡大して、直接消費する輸入品を国産に置き換えることを進めて自給率の向上を図ることが重要ではないかと考えております。

11ページをお願いします。北海道におけるチーズ向けの生乳供給拡大を図るとの方向づけを踏まえて、大手乳業3社が北海道内でのチーズ工場の新増設を決定して、平成19年度末から順次稼働が

始まっております。これによって大手3社の道内のチーズ向け生乳の処理能力は、新增設前に比べて約45万トン拡大しているわけでございます。

他方、右側にあるようにチーズの国際価格ですが、豪州の干ばつ、EUの輸出補助金削減等で、2007年冬に従来価格の2倍強に上昇しました。ただ、その後下げ基調で推移して、昨年秋からは急落しているわけでございます。今後もこういった国際価格の急激な変動は想定されるわけございまして、国際価格の変動に対応して、国産チーズの競争力を確保していくことが1つ大きな課題ではないかと考えております。

12ページをお願いします。牛乳・乳製品の自給率、すなわち、生乳換算で見た総需要量に対して国内で供給している生乳がどれだけ占めているかというパーセンテージでございまして、右下のグラフにあるように平成19年度で66%と減少傾向にあります。

一方、国民への牛乳・乳製品の安定供給を確保する観点から、現在の基本計画では、自給率目標を75%としており、生乳928万トンという生産努力目標を掲げております。自給率の向上のためには、まず自給飼料の生産、利用の拡大による飼料自給率の向上が不可欠でございます。ただ、国産生乳の需要先の確保・拡大が極めて重要でございまして、需要の伸びが期待される、また需要の8割が輸入品で供給されているチーズ等への生乳の供給を拡大していくことが重要と考えております。

13ページをお願いします。最近の牛乳の小売価格の状況です。右のグラフにあるように本年3月からの価格改定、飲用向け生乳10円の引上げなどを受けて、4月には2月と比べて1リットルゲブルパック10円程度の上昇となっております。すなわち生産者乳価引上げ分が納入価格の引上げ、そして小売価格への転嫁と進んでいるわけでございます。ただ、牛乳の生産量は減少しております。代わって成分調整牛乳の生産が増加しているわけで、4月の数字を見てみると、4月1カ月間で前年の4月と比較した数字は、牛乳は約9%減少、成分調整牛乳は約80%増加となっております。新たな状況が出てきております。

14ページをお願いします。一方、酪農経営の状況についてですが、経営における収益、すなわち酪農の場合は乳代になりますが、乳業メーカーから指定団体、最終的に酪農家に支払われます。上のグラフにあるように総合乳価ベースでございまして、酪農家に支払われたキログラム当たりの乳代がこれございまして、これに出荷数量を乗ずると酪農家の収益になります。

この総合乳価ですが、相対的に乳価の高い飲用向けの割合が低下すると総合乳価も低下することになり、近年においては飲用需要の低下等から、総合乳価が低下傾向で推移してきたわけでございます。ただ、20年度になると、下のグラフにあるように乳価の引上げ、飲用向けで3円の引上げが行われており、北海道、都府県ともに上昇してきております。21年度は、数字がございませんが、本年3月1日から飲用向け10円の引上げが行われていることから、さらに上昇するものと見られます。

15ページをお開きください。粗収益から生産コストを差し引いたものが酪農家の所得になるわけで、そういった観点から生産コストを見てみました。左のグラフにあるように生産コストのうち約4割が飼料費である流通飼料費、自給飼料費になります。約2割が労働費です。近年は配合飼料価格の高騰により、飼料費の中の流通飼料費の割合が増加しているところです。

真ん中のグラフをごらんください。規模別の生産コストを見てみますと、20頭未満の層に比べて100頭以上の層では約3割コストが削減されており、規模拡大によるコスト低減が認められるわけでございます。一方で、その右のグラフにあるように1戸当たりの労働時間は、20頭未満の層に比

べて100頭以上の層で、規模拡大に伴って、投入される総労働時間が約3倍に増加し、雇用労働の利用等により、家族労働時間の増加を緩和している状況でございます。

従いまして、酪農経営における生産コストの削減は、自給飼料の利用の拡大による流通飼料費の低減、コントラクターや酪農ヘルパーを活用した農作業の外部化などによる労働過重の軽減、生産性の向上というところがポイントになっているわけでございます。

16ページをお願いします。粗収益からコストを差し引いたものが所得になるわけで、先ほどの話の中にあるように近年の総合乳価は低下傾向で推移してきておりますから、1頭当たりの生乳生産量が増加傾向にあるものの、1頭当たりの粗収益は減少傾向で推移してきております。平成18年度後半からの配合飼料価格高騰の影響を受けて経営費も増加傾向にあります。グラフにあるように搾乳牛1頭当たりの所得は、従来の20万ないし23万円程度から、19年度は全国平均で約13万円にまで下がってきています。

17ページをお願いします。酪農経営は、所得の要素である価格、量の変動によって不安定になるので、酪農家の経営努力によってもなお収益性の確保が難しい場合の経営安定措置が講じられております。飲用牛乳等向け、発酵乳等向け、生クリーム等向け、チーズ向け、特定乳製品向け、つまり脱粉、バター向けと、用途別に支援措置が講じられております。これらの経営安定措置については、おおむね一定額の助成を行うものと、もう1つ、需給や価格の変動に対して助成が行われるものに分けられるかと思えます。

18ページをお願いします。バター、脱脂粉乳などの加工原料乳向けの施策、支援措置でございます。これは法律に基づいて加工原料乳地域の生乳の再生産の確保を図ることから、加工原料乳の生産者に一定額の補給金を支払う措置、これはゲタです、それと加工原料乳価が下落した場合の経営の影響を緩和することを目的に、生産者と国が拠出して造成した基金、積立金から補填を行う措置がございます。

それから下の絵ですが、これは21年度からの施策、新型セーフティネットです。飲用牛乳等向けの施策です。本年3月から飲用乳価10円の上げがありましたし、景気状況が非常に悪いということで、飲用消費が想定以上に減少した場合の酪農経営への影響を緩和して、安心して酪農経営に取り組めるように、飲用消費減少量に応じて補填金を交付する措置でございます。

19ページをお願いします。先ほど御紹介したようにチーズ、液状乳製品等向けの生乳の供給拡大の施策でございます。19年度から21年度までの3年間、基準数量、定着した数量を上回ってチーズ、液状乳製品等向けの生乳を供給した場合にはキロ当たり10円、そして、前年度に比べて拡大した分についてはキロ12円の奨励金を交付する事業でございます。

20ページをお願いします。生乳の生産段階におけるコスト縮減、省力化の問題です。経産牛1頭当たり乳量は、生乳需給、飼料価格の高騰等の影響を受けつつも増加傾向で推移してきております。今後とも、限られた乳用牛資源を最大限利用する、生産を維持拡大していくために、個体の能力に見合った飼料給与や健康管理が必要であるわけです。

21ページをお願いします。牛群検定牛と未実施牛の年間乳量の差は、19年度で見て1,763kgございます。この差を金額に直すと、経産牛40頭規模の検定農家と非検定農家とで比較すると、年間約71トンの差が出るわけでございます。全国平均のプール乳価は79.2円/kgです。これに乗ずると約560万の収益の差になります。

22ページをお願いします。乳牛の飼養方法です。約9割はつなぎ（スタンション）方式となっております。ただ、搾乳ロボット、ほ乳ロボット等の導入も徐々に進んでおります。これらの技術の

活用により労働負担の軽減、生産性の向上が可能となります。

23ページをお願いします。平成18年度から減産型計画生産の影響により黒毛和種の交配割合が増加したために、2歳未満の乳用牛頭数は大幅に減少しています。しかしながら、20年度の黒毛和種の交配割合は過去最低の水準まで下がっておりますので、今後、後継牛は増加することが見込まれています。性判別精液については、右の表にあるように国内生産、輸入状況は年々増加しております。酪農家の需要に応えるべく、国産の増産に向けて性判別精液生産機器を20年度末に新たに4台導入して、21年度以降も引き続き性判別精液の利用は増大していく見通しでございます。

24ページをお願いします。生乳の集送乳の合理化についてです。酪農家が搾乳した生乳については、左の図にあるように都府県においては、沖縄県を除いて、単協、農協連等を通じて8つのブロック単位にある広域指定団体に販売委託されます。そして各指定団体において生乳検査の一元化、集送乳経費等のプール化等を実施して、集送乳の合理化に一定の成果が上がっているところです。しかしながら、依然として県連、単協等が集送乳業務を自ら行って、指定団体による生乳の一元管理ができていない場合もあり、課題の1つだと考えております。

25ページをお願いします。生産者乳価ですが、これは現在、北海道と沖縄を加えた10の指定団体と乳業メーカーが基本的に年1回交渉して決定しているものでございます。酪農家にとって持続可能な経営のためには、図にあるように県連、単協等による集送乳業務の実施から指定団体における生乳の一元管理に転換を進め、指定団体による生乳の需給調整機能の強化を通じて、指定団体の乳価交渉における交渉力を強化することが非常に重要なこととあります。

21年度ですが、指定団体が広域的な集送乳のための貯乳施設（クーラーステーション）の機械、装置や排水処理施設を整備する場合は、補助率を従来の3分の1から2分の1に引き上げております。今後とも指定団体の集送乳の一元化を促進するために広域的な施設整備を推進することが必要であるわけです。

26ページをごらんください。これはある指定団体における取組の事例です。平成17年度から単位農協、県連等のそれぞれの段階で差し引いていた集送乳経費、3段階で乳代から経費が差し引かれていたわけですが、これを指定団体が一括して控除する、そして指定団体において集送乳ルートを効率化したり指定団体自ら配乳を行う体制を整備することにより、3年後の19年度においては、16年度に平均で5.63円/kgかかっていた集送乳経費が、4.98円/kgまで低減されたケースです。

27ページをごらんください。広域指定団体において、左側の集送乳の合理化にあわせて、酪農家に支払われるべき乳代精算のため、乳成分、細菌数などを調べる生乳検査を集約化していこうと指定団体ごとに検査を行う体制の整備を進めてきているわけでございます。また、右側にあるように関係団体においては、乳業メーカーが指定団体に支払う乳代精算のための生乳の検査の公平性・透明性を確保する観点から、検査精度が一定水準を満たすような検査機関を第三者的に認証する制度を21年度中にスタートさせて対応していこうと考えているところでございます。

28ページをお願いします。次は乳業再編でございます。乳業は、食品産業の重要な一部門でございます。平成19年度の製造出荷額で見ると2兆2,400億円でございます。食料品の製造出荷額の約1割を乳業で占めているわけです。左のグラフにあるように牛乳・乳製品の製造基盤である工場数は減少傾向で推移しており、飲用牛乳の工場の数は、ピーク時の昭和55年の420から、平成19年には244と42%減少しております。乳業の特徴ですが、収益性が他の食品産業より相当低い傾向にあり、特に農協系・中小の乳業になると、ほとんど利益が出ていない厳しい経営も見られます。

29ページをお願いします。農協系・中小乳業について分析したものです。一般に商品開発力が低

く、流通に対する交渉力が弱い。このため、低い価格で受注して生産量を引き上げ、売上げを確保せざるを得ないケースが多く見受けられます。この結果として、設備投資が遅れる、古い設備をメンテナンスしながら使用する傾向がございまして、HACCP導入工場を見てもみると、大手が91%の取得率に対して、大手以外は57%と開きがございまして。

30ページをお願いします。乳業再編ですが、これまで工場の統合に伴う新增設、あるいは工場の廃止に要する費用に対する助成を平成8年度から実施しております。特に21年度ですが、県の区域を越えた再編統合を進めようということで、工場の新増設の要件を広域的な再編統合については改善する、あるいは補助限度額の引き上げを行うという措置を講じております。

31ページは、乳業再編の具体的に見られる幾つかのパターンを図示しております。

32ページをごらんください。再編による生産性の向上について、事例2を見ていただきたいと思っております。再編実施後の労働生産性が再編前に比べて285%向上しているという例です。事例1は、生乳処理量が再編前に比べると135%アップしているという事例です。

33ページをお願いします。農協系・中小乳業の再編整備においては、あわせて衛生・環境水準の向上を図ることも重要と考えてございまして、HACCP取得率の向上に向けて講習会を開催する等各種の支援を行っているところです。環境に優しい取組も重要でありまして、乳業工場において低CO2排出殺菌技術、バイオマス熱エネルギーの利用、排水を利用した発電技術等、環境水準の向上を図るための取組も進めているところです。

34ページをお願いします。牛乳・乳製品の消費拡大についてです。飲用牛乳等の消費動向ですが、少子高齢化の影響、あるいは近年、茶系飲料やミネラルウォーター等の他飲料、ライバルの消費増に伴いまして、平成15年度は448万キロリットルあった消費量が、19年度は402万キロリットルと約1割減少しております。飲用牛乳等の消費に関するアンケート調査をみますと、消費量が減少した理由として、「牛乳を飲むとお腹の調子が悪くなる」という生理的な面、あるいは「牛乳以外に飲みたい飲み物が増えた」という食生活の変化等を挙げる人が多いところでございまして。

35ページをごらんください。他方で牛乳を積極的に飲む人に聞いてみますと、飲む理由としては、「カルシウムがあるから」ということを挙げる人が多くなっています。「カルシウムなどの栄養素がバランスよく含まれている」といった牛乳類のベネフィットについては様々な媒体で見聞きすることが多いわけで、Jミルクの調査でも、そう答えている人が58.4%います。また、「そういうよいことがあるのなら飲んでもよい」と答えている人が43.4%います。潜在的な飲用需要が見込まれるので、こういったことを踏まえた消費拡大が重要かと考えております。

36ページをお願いします。牛乳は、歯や骨の成長等に必要なカルシウム源やたんぱく質、あるいはビタミン等の栄養分に富み、そのバランスから見ても非常に優良な食品と言えます。右の表にあるように、カルシウム摂取量の目標は、20歳以上であれば1日600mg以上ですが、実際の摂取量は520mgと不足しております。牛乳によってカルシウム摂取の不足分を供給するという重要な役割があると考えております。

37ページをお願いします。カルシウムを多く摂取する必要がある7歳から14歳の年代ですが、学校給食用牛乳等により摂取量の約半分を乳類によって摂取しているわけですが。それ以降の年代になるとカルシウム摂取量も不足する、それを補うための乳類の摂取も少なくなっており、飲用習慣が十分に定着していない状況にございまして。こういったことから消費拡大の取組に当たっては、カルシウム供給源として牛乳の効用のほか、飲み方、食べ方の提案、新たな機能面に着目した普及啓発を推進することが重要だと考えております。

具体的な取組について、従来からやってきていることですが、38ページをごらんいただければと思います。

39ページに進みます。牛乳・乳製品の消費拡大については、国、関係団体、各乳業メーカーが一体となって取り組んでいるわけでございます。具体的には生産者と乳業メーカーで組織しているJミルクにおいて、母親層を対象に牛乳の機能性・有用性の情報提供を強化する観点から、「ミルクって、サブリかも。」を標語とする広告、あるいはテレビコマーシャルの展開、セミナー等の開催を行っているところです。前回の畜産部会で、神田委員、今日御欠席ですが武見委員から、「ミルクって、サブリかも。」のキャッチコピーについてコメントをいただきました。

これは家庭における主な購買者である主婦をターゲットに、牛乳の栄養素密度の高さをPRするために考案されたキャッチコピーでございます。30代から50代の主婦を対象とした調査を行ったところ、約64%がサプリメントを利用しており、サプリメントの浸透度が高い一方で、それには人工的なイメージがあるということです。そういったことを受けて、牛乳は栄養素密度が高い、自然で健康的なサプリメント以上のすぐれたもの、こういうイメージを出していこうということで、このキャッチコピー、キーメッセージとしての「ミルクって、サブリかも。」というものを考案したわけです。雑誌広告等によるPRを現在展開しております。これは小さい字でこの絵の中に入れておりますが、第51回「日本雑誌広告賞」、これは社団法人日本雑誌広告協会がやっているものですが、その中の飲料・嗜好品部門で昨年度、金賞を受賞しております。

それからもう1つは、「消費者のためになった広告コンクール」というものを日本アドバタイザーズ協会が実施しておりますが、その雑誌広告の部門で、経産大臣賞に次ぐ日本アドバタイザーズ協会賞というのを受賞しております。私どもとしては、「知識」や「商品の魅力」、「感性」に重点を置いて、調査研究、新規用途開拓のための新商品開発への支援、あるいは酪農と牛乳に対する一層の理解醸成活動に努めているわけでございます。

40ページをお願いします。個々の具体的取組ですが、牛乳・乳製品の有用性・機能性の普及啓発について、母親層を中心として家庭への浸透を進めるために、専門家による牛乳・乳製品国際学術フォーラム、あるいは栄養士など一般市民向けのセミナー、高校生向け骨密度測定等、関係団体において開催しております。

41ページをごらんください。セミナー等の開催により、左のグラフにあるように参加者の8割強は、牛乳・乳製品利用に対する考え方が「変わった」と回答しています。右のグラフにあるとおり、講演後の牛乳類の飲用意向の変化を見ても、「もっと飲もうと思った」人は57%に達しているところでございます。

42ページをお願いします。セミナーなどにおける知識等の普及啓発に加えて、日常の食生活に牛乳等を活用してもらおう動機づけ、定着化を図るための取組がございます。牛乳・乳製品料理コンクール、あるいはプロ向け、一般向けの料理教室、牛乳・乳製品と郷土食材をコラボレートさせた講習会などを行っております。

43ページをお願いします。実際に家庭における調理の状況ですが、左のグラフのように牛乳類を使った料理をした女性の割合は、20代で5割弱、30代、40代で6割という状況です。こういった料理教室等の開催により年々牛乳類を使った料理の回数が増えてきていると見ております。

44ページをお願いします。「中高生」など若年層を主なターゲットとして、牛乳への興味を高める、振り向かせるということを基本に、「牛乳に相談だ。」キャンペーンを展開しております。右を見ていただきたいんですが、品川女子学院においては中学3年生を対象に、平成20年7月から11

月の間、全7回の食育講座を開催したわけでございます。その結果、1週間に5回ないし6回以上牛乳を飲用する学生が、食育講座の実施前に比べると10ポイント以上上昇する効果が見られたわけでございます。牛乳を積極的に食生活に取り入れる効果があったということでございます。「牛乳に相談だ。」キャンペーン、キャッチコピーですが、その品女バージョンというものできて、京急の北品川駅に出ていたわけでございます。

45ページをお願いします。酪農教育ファームについてです。酪農体験を通じて、「食といのちの学び」を支援することを目的として、生産者団体が教育関係者と酪農関係者の協力を得て開始したものでございます。平成13年1月に「酪農教育ファーム認証制度」が創設されまして、認証牧場の数は20年度末で257牧場が見込まれており、15年度と比較すると1.5倍に増えております。

46ページをお願いします。酪農教育ファームの20年度上半期における実際の受入れ人数の状況ですが、家族連れ等の個人が半分、小学校等の団体が半分であり、団体においては小学校や子供会等が多くなっております。酪農教育ファーム以外の取組ですが、牧場における体験交流会、加工調理教室等を通じた畜産への理解醸成、ふれあい機能を持つ牧場の紹介、牧場が行うイベント情報の提供等が行われております。

47ページをお願いいたします。牛乳・乳製品の輸出の状況でございます。牛乳・乳製品は賞味期限が短い、あるいは外国産品との差別化が図りがたいということでハードルが高いわけですが、近年、香港、台湾等の近隣諸国への牛乳・乳製品の輸出が伸びてきております。これらに加えて中国本土においても、品質、安全性に関心の高い富裕層が拡大しておりまして、今後これらの地域への輸出拡大の可能性が見込まれます。

一方、飲用機会の拡大による消費の拡大という観点で、今般、スカイネットアジア航空とエア・ドゥの協力を得て、生産者団体においてそれぞれ航空会社の所在する九州と北海道の牛乳を機内でサービスすることとしており、スカイネットアジア航空では既に始まっております。各地域においても牛乳・乳製品の消費拡大の取組は進んでおりまして、北海道十勝地区では地元新聞社が主体となって、「十勝ホワイトコーヒープロジェクト」として消費拡大の取組が進められております。右下でございます。

最後、6月の「牛乳月間」、6月1日の「牛乳の日」のPRをさせていただきたいと思っております。6月1日、FAOが2001年に「世界牛乳の日」として提唱し、これを受けて我が国においても、昨年からは6月1日を「牛乳の日」、6月を「牛乳月間」として位置づけて、酪農乳業関係団体において全国で様々な牛乳販売促進キャンペーンを張っているわけでございます。

本年ですが、その月間の前日、5月31日曜日11時から、キックオフイベントとして有楽町において搾乳・ほ乳体験、骨密度測定などのイベントを行うことにしております。6月に入って各地で工場見学、牧場開放、セミナーの開催、地方団体における各種の取組が展開されることになっております。委員の皆様方、お忙しいところは存じますが、こういった牛乳・乳製品の消費拡大の取組にぜひ御参加、応援をいただければ幸いです。

酪農については以上でございます。どうもありがとうございました。

#### ○鈴木部会長

ありがとうございました。

それでは次に、肉用牛をめぐる情勢についての説明をお願いします。

#### ○本郷畜産環境・経営安定対策室長

畜産環境・経営安定対策室長でございます。

資料6に基づいて、肉用牛をめぐる情勢について御説明申し上げます。

1 ページ目ですが、肉用牛の生産構造でございます。肉用牛の生産は、和牛の生産が1つと酪農経営の副産物として生産される和牛と乳用種の交雑種生産、それから乳用種そのものの生産の大きく3つに分類されます。この他に、海外からもと牛を輸入して国内で肥育を行う経営もございます。

右の図をごらんください。我が国における牛肉の供給は、トータルで83万トンございます。このうち国産が36万トンで43%を占めております。内訳は和牛が17%、交雑種と乳用種が合わせて25%。その他輸入牛肉が47万トンで57%という構造になっております。

2 ページ目をごらんください。畜種別飼養戸数・頭数の推移です。前回の酪肉基本方針の基準年である平成15年と20年を比較してあります。左上の図ですが、子取り用雌牛飼養戸数は5年間で1万5,000戸減少している反面、飼養頭数は2万4,000頭増加しております。右上の図のとおり規模拡大が進展しておりますが、1戸当たりの飼養頭数は9.6頭ということで、依然として零細という状況でございます。ちなみに酪農経営は1戸当たり経産牛飼養頭数は4倍強の40.9頭となっております。

地域別に見ると、飼養戸数については、左下の図のとおり中四国24%、東北21%、九州17%減少している状況でございます。また飼養頭数は、右下の図のとおり関東が23%、九州が6%増加している状況です。

次のページをお願いします。青の折れ線グラフですが、子取り用雌牛の飼養頭数の推移であります。56年と59年の調査データが存在しないので点線がつながっていません。飼養頭数については、平成4年度の74万5000頭をピークとして年々減少してきましたが、肉用牛の飼養頭数の減少に歯止めをかけるために、平成18年度から肉用牛増頭戦略会議を開催して、各種の施策を活用しながらその増頭に向けた取組を図っているところです。その結果、19年度の目標頭数である、赤い線で示されているのがそうですが、64万8,000頭を約2万頭上回る66万7,000頭が飼養されている状況になっております。今後とも肉用牛生産基盤の維持拡大に取り組むこととしております。

次のページをお願いします。子取り用雌牛の飼養戸数です。5年間で1万5,000戸減少している状況ですが、10頭未満の小規模層は全体の8割弱を占めています。

次のページをごらんください。肉専用種肥育牛でございます。肉専用種肥育牛の飼養戸数は2500戸減少している反面、飼養頭数は4万頭増加しており、規模拡大は着実に進展しております。地域別に見ると、飼養戸数は中四国で28%、東北で20%、九州で16%減少しております。また飼養頭数は、北海道が54%、近畿が8%、九州が9%増加している状況にあります。

次のページをお願いします。肉専用種肥育牛の規模別飼養戸数です。200頭以上の大規模層は133戸増加しております。また、50頭未満の小規模層は全体の約7割を占めている状況でございます。

次のページをお願いします。肉専用種の一貫経営です。もと牛生産から肥育まで一貫して行う経営ですが、この飼養戸数については320戸減少しており、総飼養頭数は4万2000頭増加しております。特に子取り用雌牛を100頭以上飼養している一貫経営の総飼養頭数は68%増の7万7000頭となっております。

次に8ページをごらんください。乳用種経営タイプ別飼養戸数及び頭数です。乳用種育成経営については、酪農生産が減少傾向にあったことを反映して、戸数、頭数ともに減少しております。1戸当たりの飼養頭数も減少している状況でございます。また、階層ごとのシェアは、飼養戸数では小規模層の50頭未満が約6割を占めている一方で、飼養頭数では200頭以上の大規模層が約9割を占めている状況でございます。



9ページをごらんください。乳用種肥育経営は、飼養戸数、頭数ともに減少傾向であるものの、1戸当たりの飼養頭数は増加傾向にあります。また、階層別のシェアは、飼養戸数では小規模層の50頭未満が約5割を占めている一方で、飼養頭数では200頭以上の大規模層が約8割弱を占めています。

次に10ページですが、乳用種一貫経営については、最近では飼養戸数、頭数ともやや増加傾向にあります。また、飼養戸数の階層ごとのシェアは、飼養戸数では小規模層の50頭未満が約6割を占めている一方で、飼養頭数では200頭以上の大規模層が9割弱を占めている状況でございます。

11ページから13ページ目までは交雑種経営に関する資料ですが、ただいま説明申し上げた乳用種経営とほぼ同様の傾向、内容ですので、説明は割愛させていただきます。

14ページに飛んでいただきたいと思えます。牛肉の需給動向でございます。牛肉の消費量、左図の折れ線の推定出回り量ですが、これは我が国や米国でのBSEの発生後、大幅に低下して推移し、特に左図の黄色の棒グラフで輸入量が減少しております。なお、BSEの発生は日本で13年9月、アメリカでは15年12月でございます。一方、青色の国内生産量は35万トン前後で推移しておりまして、19年度以降は出荷頭数、枝肉重量の増加等から増加傾向にあるという状況です。この結果、牛肉の自給率は40%をやや上回る水準で推移しております。

15ページをごらんください。牛肉の需給動向のうち貿易動向でございます。牛肉の輸入量は、米国でのBSEの発生や最近の景気の影響もありまして、近年は約45万トン前後で推移しております。国別の輸入状況については、18年度の米国産牛肉の輸入再開後、徐々に米国産牛肉の輸入量が増えてきているものの、約8割を豪州産が占めている状況です。牛肉の国別の輸出量は、18年以降、米国への輸出再開等により年々増加しており、20年度は551トン、前年比で160%となっております。詳しくは24ページの国産牛肉の輸出促進の資料で説明させていただきます。

16ページをごらんください。国産牛肉の消費・需要の動向と課題でございます。消費者ニーズの現状ですが、図-1で高級規格が中心の銘柄牛肉について見ると、百貨店の顧客層において一定のニーズがある一方で、スーパーの顧客層のニーズは余り大きくありません。また、図-2、図-3から、消費者の肉質判断における「霜降り」の位置づけは高くないということがわかる一方で、「少ないこと」よりは「多いこと」を重視していたり、一般的に赤身中心の豪州産輸入牛肉においても、適度な脂肪分を含む穀物肥育牛肉のシェアが増えるなど、消費者ニーズは多様化しているものと考えられます。

17ページをごらんください。消費者ニーズに対応した生産でございます。縦の棒グラフが費用合計の内訳を示しておりまして、横に引いた線がA5、A4、A3それぞれの枝肉価格を示しております。18年度と20年度を比較すると、肉専用種肥育経営においては、飼料費の上昇等により生産コストが増加する一方、枝肉価格が低下しておりまして、現在は平均的な経営では、A5規格で販売しないと利潤が得られない状況にあります。A4規格でも労働費が出ておりませんので、所得はほぼゼロという状況になります。A3規格では物財費割れになっているので、すなわち所得がマイナス、赤字という状況になっております。このため、生産コストの低減とあわせて肉質の向上等により、収益性の確保を図らざるを得ない状況でございます。

肉用牛では短期間で生産構造を転換することは不可能ですが、中期的には多様化する消費者ニーズに対応して、高級規格の牛肉生産のみに特化することなく、A3規格でも経営が成り立つような生産構造を目指し、生産コストの削減を進めることも必要だと考えております。

次に18ページをごらんください。牛肉の格付の仕組みと格付状況の推移でございます。牛枝肉の

格付は、(社)日本食肉格付協会の格付員が「牛枝肉取引規格」に基づき、行っております。まず枝肉からどれくらいの肉が取れるかといった歩留りについてAからCまでの3等級で評価され、また肉質の4項目についてそれぞれ5～1までの評価がなされます。これらを組み合わせて、例えばA5といったように3掛ける5の15段階の評価が与えられることになります。

右上の図は3等級と5等級の枝肉の写真でございます。前のページのグラフに示したとおり、20年度のA規格であれば、左の3等級はキロ1,600円くらい、右の5等級は2,300円くらいになります。右下の図のとおり、こうした価格差もあり、近年では黒毛和種(去勢)において肉質等級上位の4等級、5等級の比率が上昇傾向にあります。

19ページをごらんください。昨今、牛肉の「おいしさ」に関する研究が進んでおりまして、現在考えられている牛肉のおいしさに影響を及ぼす要素について御説明します。おいしさとは牛肉の「食味特性」、この場合、食感、におい、味という要素と合わせて、個々人の環境要因、シチュエーション、体調、食習慣等に起因する「嗜好」の要素、これらの複合的要素が合わさったものが「おいしさ」と考えられているということでございます。

20ページ目をごらんください。牛個体識別システムを活用した生産履歴情報及び飼養管理等の情報の提供についてでございます。平成15年に成立した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、いわゆる牛トレーサビリティ法に基づいて、国内で飼養されているすべての牛について個体識別番号を表示した耳標が装着されております。消費者の方は、肉屋さんで販売されている国産牛肉については、表示されている番号からインターネットを通じて生産履歴情報を確認することが可能となっています。それに加えて右の囲みにあるように、さらに詳細な情報を消費者等に提供する取組も推進しております。

21ページをごらんください。牛肉の産地銘柄化の状況でございます。図-1をごらんください。現在、我が国では281銘柄が存在しております。そのうち黒毛和種を含む銘柄が半数以上を占めておりまして、各品種とも6割から8割は名称について商標登録されている状況です。

銘柄化した産地においては、「販売量の確保、品質向上」、「販売店の新規開拓」、「推進組織の強化」等について課題を抱えているようでございます。そういった状況で、牛肉の赤身に多く含まれるカルニチン等の機能性に着目しつつ、自給飼料を多く給与している岩手短角牛や、ハーブ飼料を給与して飼育した宮崎ハーブ牛等、地域資源と品質特性を武器に安全性や高品質をアピールした産地銘柄が健闘している状況でございます。

22ページをごらんください。国産牛肉の消費拡大対策でございます。本年度においては、国産食肉の需要及び販路の拡大、国産食肉の機能性や安全性等に係る理解醸成の推進という従前の取組に加えて、新たに生産者団体等による国産牛肉販売強化への支援を行うこととしております。また、国産牛肉の販売強化については、直接販売や外食事業者等への販売ルートの新規開拓、拡大を行う生産者団体等に対して支援を行うこととしております。

23ページをごらんください。新たな需要開拓のうち、低需要部位の利用促進でございます。牛肉の消費に占める家計消費、加工仕向け、外食等その他の割合は、左下の図表のとおり、それぞれ34%、9%、57%であります。そのうち国産の占める割合は、右のグラフのとおり家計消費が77%、外食等その他では29%、加工仕向けが5%と著しく低い水準となっています。国産牛肉を加工品原料として利用するに当たっては、輸入品や豚肉や鶏肉に比べて価格が高い、あるいは斉一性が乏しい等の課題がございます。国産の加工仕向け需要の拡大のためには、消費者ニーズにマッチした付加価値の高い商品開発等により、低需要部位の加工向け利用の促進を図る必要があると考えております。

このため、国産食肉と地域の食材を組み合わせた食肉加工品の開発や国産食肉の新規用途開発のための機械・装置の貸し付けに対する助成等を行っているところです。

24ページをごらんください。新たな需要開拓のうち、国産牛肉の輸出促進でございます。平成20年度の牛肉全体の輸出量は、米国や香港向けの輸出が本格化してきたこともあり、551トンとなっています。19年度と比べ1.6倍に増加しています。これまで4つの国、地域への輸出が解禁となっていますが、今月新たにシンガポールへの輸出が解禁となり、今後の輸出に期待を寄せているところでございます。

今後の対応としては、タイやロシアなどに対する輸出解禁に向けた積極的な働きかけを行うとともに、相手国の衛生条件等に対応した食肉処理施設の整備、和牛統一マークを活用したPR等を行うことで輸出拡大に努めていくこととしております。

25ページをごらんください。肉用牛経営における収益性でございます。折れ線は1頭当たりの所得の推移を示しており、赤が繁殖経営、緑が肉専用種肥育経営、青が交雑種肥育経営、黄色が乳用種肥育経営となっています。この順に所得水準が下がっています。

繁殖経営では、13年度のBSE発生以後、子牛価格が堅調に推移したことにより、収益性が回復しております。19年度については子牛価格の下落等により、収益性は若干悪化している状況でございます。

肥育経営では、13年度のBSE発生により、枝肉価格が低下して、収益性が悪化しておりましたが、米国におけるBSE発生による輸入停止の影響などにより、16年度に収益性は回復しています。18年度は子牛価格の上昇により、前年度に比べ収益性が悪化し、19年度は飼料価格の高騰等により、さらに収益性が悪化しております。20年度は配合飼料価格の高騰などにより、収益性悪化がさらに急速に進むと見込まれたことから、対策を講じているところでございます。

26ページをごらんいただきたいと思っております。肉用子牛生産者補給金制度の概要でございます。本制度は牛肉の輸入自由化による影響が最終的に転嫁される肉用子牛に係るセーフティネットとして、平成2年度から措置された制度です。具体的には肉用子牛の価格が低落し、保証基準価格を下回った場合に生産者補給金を交付することによりまして、肉用子牛生産の安定を図る制度でございます。直近の平成20年度第4四半期では、褐毛和種、乳用種で保証基準価格を下回り、補給金が交付されている状況でございます。

27ページをごらんください。繁殖経営における肉用子牛対策としては、この制度に加えて、肉用子牛の平均売買価格が発動基準価格を下回った場合に、繁殖雌牛頭数の増頭者及び維持者に対して、子牛1頭当たりの奨励金を交付する子牛生産拡大奨励事業を従来から実施しているところでございます。さらに、子牛価格の急激な低下に伴う生産者の不安感を払拭する観点から、黒毛和種の子牛が40万円、または県平均価格を下回って売れた場合に、優良な種雄牛の種付等の取組を実施することを条件に、交付金を交付する肉用子牛資質向上緊急支援事業を措置したところであり、子牛生産者の経営安定を図っているところでございます。

次に28ページをごらんください。こちらは肥育経営の対策でございます。肉用牛肥育経営の安定を図るために、平成13年度から、生産者の抛出と国の助成により基金を造成し、四半期ごとの推定所得が基準家族労働費を下回った場合に、その差額分の8割を補填する肉用牛肥育経営安定対策事業（マルキン事業）を実施しております。平成19年度後半から配合飼料価格等が高騰する中、枝肉価格の低下や導入時のもと畜価格高の影響が加わり、収益性が低下していることから、20年度から21年度の時限的な緊急措置として、物財費割れの状況になった場合に、物財費割れの6割を補填す

る肥育牛生産者収益性低下緊急対策事業（補完マルキン事業）を実施しております。

次に29ページをごらんいただきたいと思ひます。肥育経営の生産コストの推移でございます。これは経年的な推移を示しております。右下の図にありますが、肥育経営については物財費が各品種とも約9割を占めているような状況でございます。各品種とも物財費のうち約9割をもと畜費と飼料費が占めておりますが、肉専用種ではもと畜費の割合が6割と高く、逆に乳用種では飼料費が6割、交雑種はもと畜費と飼料費が半々という状況でございます。全体的にもと畜高と飼料高を反映してコストは上昇傾向にあります。今後コスト低減を図るためには、エコフィード等安価な飼料を利用して飼料費を抑えることが重要になると考えております。

30ページをごらんください。肥育経営の飼養頭数規模別の生産コストでございます。肥育経営においては、経営規模の拡大に伴って労働費は着実に低減しており、それに伴って生産費も低下しております。ただし、労働費以外の物財費については、肉専用種では経営規模にかかわらずほぼ同水準という状況になっています。

31ページをごらんください。繁殖経営と育成経営の生産コストの推移でございます。右下の図をごらんください。繁殖経営では小規模経営が中心のため、労働費が約4割を占めております。育成経営では規模拡大が進展しているため、労働費は1割未満となっております。言い換えると繁殖経営では物財費が6割を占め、育成経営では肥育経営と同様に9割程度が物財費という状況になっております。

次に32ページをごらんください。繁殖経営と育成経営の生産コストの推移です。飼養規模の拡大に伴って、繁殖経営及び育成経営においても労働費は着実に低減しています。特に繁殖経営においては、労働費低減による生産費の低下が顕著でございます。左上の資料ですが、子牛生産費の最大の階層でも20頭以上という階層でございますので、そういった観点で比較して見ていただければと思ひます。

次に33ページをごらんください。繁殖経営における生産性の現状でございます。右のグラフは初産分娩月齢の推移を表しておりますが、ごらんのとおり着実に早期化していることがわかります。一方、左のグラフは分娩間隔の推移を表しておりますが、ほぼ横ばいで推移しておりまして、分娩間隔の短縮が課題となっている状況でございます。

次に34ページをごらんください。肥育経営における生産コストの現状でございます。肥育期間を短縮することで生産コストの低減が可能ですが、市場性を高めるために、肥育期間は横ばい傾向です。このため市場ニーズを見極めつつ、生産の効率化を図る必要があります。具体的には、繁殖の現場では見栄えのいい子牛を生産するために、過肥気味になっておりまして、肥育の現場では、飼い直しが行われる場合がございます、こうした無駄を省く必要がございます。

それから、下段左の青の棒グラフで示したのは枝肉重量ですが、28カ月以降は横ばいです。一方、脂肪交雑は赤い折れ線ですが、33カ月齢までは右肩上がりで推移します。下段右のグラフは枝肉販売価格と生産コストの推移をあらわしております。枝肉販売価格と生産コストの差額、つまり所得に相当するものですが、これが26カ月齢が一番高く、長期化するほど差額はマイナスになっているということなので、余り長期化しても所得に貢献しないことを示しております。

35ページをごらんください。家畜市場の再編・整備でございます。家畜市場の数は、平成14年は192カ所でしたが、19年には170カ所まで減少しています。1市場当たりの年間取引頭数については酪肉近の目標水準をおおむね達成しておりますが、1開催日当たりの平均取引頭数は酪肉近の目標を下回る水準で推移しております。引き続き、生産者の輸送コストの増大等地域の実情に留意しつ

つ、比較的小規模な市場の統廃合を推進するとともに、市場機能の高度化を図ることが重要だと考えております。

次に36ページですが、食肉処理施設の再編・整備でございます。食肉処理施設については、再編・整備により1カ所当たりの処理頭数の増加や稼働率の向上により、処理・流通コストを削減し、適正な価格で国産食肉を安定供給していくことが必要です。近年、各地域における再編が進展し、平成元年当時の408カ所と比較すると、約半数の203カ所まで減少しております。1日当たりの処理能力は目標値を上回って増加しておりますが、処理能力に見合った処理頭数の確保が進んでいないことから、稼働率は横ばいで推移している状況でございます。

最後に、部分肉加工仕向け割合でございます。流通コストの低減と実需者ニーズへのきめ細かな対応を図るためには、と畜解体から部分肉加工までを一貫して行う産地食肉センターの整備の推進により、産地における部分肉処理・加工の割合を高めることが必要となっております。産地食肉センターにおけると畜シェアは、近年着実に増加しておりまして、平成19年度において50.6%となっております。産地食肉センターにおける部分肉仕向け率は、豚については順調に増加しておりますが、銘柄牛肉等の格付等級の高い牛肉については、今もせりによる取引が主流であることから、牛の部分肉仕向け率はやや減少傾向で推移しております。

以上で、肉用牛をめぐる情勢の説明を終わらせていただきます。

#### ○鈴木部会長

ありがとうございました。

それでは、次に酪農・肉用牛をめぐる共通事項についての説明をお願いします。

#### ○山根畜産総合推進室長

畜産総合推進室長でございます。

資料7でございます。まず1ページ目ですが、認定農業者の推移と営農類型別の認定状況でございます。認定農業者というのは、市町村が地域の実情に即して効率的・安定的な農業経営の目標等を内容とする基本構想を策定し、この目標を目指して、生産、経営の合理化等に取り組むため、農業経営改善計画を策定した農業者のことで、認定農業者に対して施策を集中していくというものでございます。

農家戸数に対する認定農業者の割合は各畜種ともに増加しております。これは左のグラフでごらんいただければと思います。平成20年における畜種別の認定農業者率は酪農、養豚が約6割、ただ、肉用牛の繁殖経営においては約2割で低いということでございます。右の営農類型別の認定状況ですが、酪農、養豚、養鶏が単一経営中心、肉用牛は単一経営と稲作等との複合経営である準単一複合経営がほぼ同数という状況になっています。

次のページをお願いします。酪農経営の法人化の進展状況です。平成20年における法人経営の割合は、頭数ベースで約2割、戸数ベースで約1割と平成13年に比べて約2倍に増加しています。法人経営の割合は、北海道、都府県ともに大規模層ほど高くなる傾向でございます。なお、法人経営の9割強が1戸1法人であり、法人経営の7割は家族のみの労働力で経営が行われています。

次のページをお願いします。肉用牛経営の法人化の状況です。肥育牛の経営安定対策のマルキン事業の契約者のデータですが、経営規模の大きい階層ほど法人化の割合が高くなっています。500頭を超える経営では7割を上回っています。右の品種別を見ますと、経営規模の比較的大きい経営が多い乳用種肥育経営ほど高い状況になっています。

次のページをごらんください。高齢化の進展です。繁殖経営における年齢別農業従事者数は各年

年齢層で減少していますが、2005年には60歳以上の割合が急激に増加しています。

次のページをお願いします。離農跡地等の有効活用による円滑な経営継承でございます。高齢化、後継者不足等を背景に、手放された離農跡地を新規就農者へ継承する事業ということで、国では、強い農業づくり交付金により施設整備を実施しています。近年は年に十数戸に対して補助しています。その下ですが、JAにおいても、経営中止者から継承者への円滑な引き渡しや経営継承者のための経営指導など、支援を実施しているということです。いずれも、酪農経営が大半です。

右側ですが、肉用牛繁殖経営の新規参入者への支援です。農協が畜舎、家畜等を一括整備して新規参入者に貸し付けるという、新規参入円滑化等対策事業を行っております。平成15年度から20年度の実施者は累計で145名ということで、新卒者を含めた農外からの参入者は3割になっています。

6ページでございます。左上の平成19年の統計部の調査によると、新規就農者の就農形態別割合ですが、自営農業を継承した者が88%、雇用就労者が10%、農外からの参入が2%でありまして、このうち畜産へは自営農業者のところで3.7%、雇用就労者で27.1%という状況でございます。

その下ですが、農外から畜産への新規参入状況について都道府県に聞き取り調査をした結果ですが、平成20年の畜産への新規参入者は152名で、中でも肉用牛95名、酪農32名が多いという状況です。

右側ですが、畜産農家への経営支援体制として、各県の畜産協会に経営コンサルタント258名を配置しておりまして、年間約4,000戸に対して経営分析診断、技術的指導を行っております。さらに畜産経営に関する情報提供として、インターネットで畜産の情報を提供しておりますが、アクセス件数で年間約3,000万件という状況です。

次のページをお願いします。サービス事業体ですが、仕事への拘束度の高い酪農家にとっては、酪農ヘルパーは極めて重要な制度でありまして、利用農家1戸当たり利用日数は増加傾向にございます。近年、統合するヘルパー利用組合も見られ、組合数は減少傾向にありますが、酪農家の利用組合参加率は上昇しているところがございます。また、傷病時利用のための互助組織に参加している利用組合の割合も増加しております。しかしながら、依然として参加酪農家戸数が少ない小規模な利用組合が多い現状にございます。

次のページをお願いします。肉用牛ヘルパーとは育センターでございます。肉用牛の飼養管理に係るサービス事業体として、肉用牛ヘルパー、ほ育センターがございまして、どちらも労働の軽減を図ることを主目的としています。肉用牛ヘルパーについては着実に増加してきておりましたが、近年は頭打ちです。ほ育センターについては、北海道と九州で約9割という状況にございます。

次のページです。コントラクターです。効率化・低コスト化を促進するためには、コントラクターによる労働負担の軽減、または飼料生産作業が重要ということで、国としても支援を行っております。この結果として19年には479組織に拡大しており、飼料収穫面積の1割以上を担う存在であり、引き続きコントラクターの設立・育成の推進とともに、既存のコントラクターの経営の高度化を通じて、経営体質の強化、安定した飼料生産を行うことが重要になっております。

次のページでございます。TMRを畜産経営に供給するTMRセンターですが、これも飼料生産の労働力不足への対応や、良質飼料の供給を推進する上で重要であります。こうしたことから国としても支援を実施しており、平成19年には73組織に拡大しております。北海道ではコントラクター業務を行いつつ自給飼料を積極的に活用した大規模なTMRセンターがありますが、右の鳥取の事例のように都府県においても、粗飼料と地域支援を組み合わせた事例が出てきている状況です。

次のページでございます。堆肥センターです。畜種別の利用戸数割合を見ると、家族経営を中心

とする酪農、肉牛農家の利用割合が高いということで、経営における畜産環境対策に一定程度寄与しております。近年では、肥料価格の高騰を背景として、堆肥利用に対する関心が高まりつつあり、左下に数字がありますが、8割以上の堆肥センターで堆肥が滞留せずに利用されています。今後は、右下にあるように耕種農家等の堆肥の利用者のニーズに即した堆肥を生産する、販売を拡大する、さらなる利用の拡大を図ることが重要でございます。

次のページをお願いします。諸外国との経営比較でございます。我が国は国土の制約等から、輸入飼料に相当部分を依存せざるを得ず、飼料費が嵩む、用地の取得費用が高い、環境対策に要するコストが割高であるといったコスト面の問題が引き続きあります。飼養規模については、米国や豪州と比べれば依然として大きな格差があります。今後の日本の畜産については、自給飼料の拡大や経営の省力化等を通じて、可能な限り生産コストの低減を図ることが重要でございます。

次のページでございます。アニマルウェルフェアです。欧米では以前からアニマルウェルフェアの取組が進んでいますが、欧州においては、EUの理事会指令ということで各国で法制度化されています。他方でアメリカにおいては、生産者団体がガイドラインを策定して自主的な取組を行っております。国によって取組に差がある状況でございます。

我が国と欧米では、気候風土も異なることもあり、アニマルウェルフェアに我が国としてどのように取り組んでいくかということで、19年度より、(社)畜産技術協会が事務局となり、研究者、生産者、消費者、動物愛護団体の関係者から構成される検討会を設置して、できるだけ科学的な知見を取り入れながら、現在、畜種別の飼養管理指針の作成に取り組んでいる状況でございます。

次のページに参考としてその概要を添付しています。後ほど若干コメントしますが、21年3月には採卵鶏及び豚について飼養管理指針を取りまとめております。乳用牛については本年度中に、肉用牛については22年度に飼養管理指針が取りまとめられる予定になっておりますが、今後作成された飼養管理指針を通じて、アニマルウェルフェアの必要性、重要性についての普及啓発を図っていくということです。

最後のページですが、採卵鶏と豚の飼養管理の概要を簡潔に記載しております。飼養管理指針自体は十数ページにわたっています。右にあるように管理方法、栄養、畜舎等の事項について細かく記載されています。左側には一般原則を記載しています。この中で、「アニマルウェルフェア」とは「快適性に配慮した家畜の飼養管理」ということです。さらに、家畜を快適な環境で飼うことは、家畜が健康であることが安全・安心な畜産物の生産につながり、また、家畜の持っている能力を最大限に発揮させることにより、生産性の向上にも結びつくという位置づけがなされています。また、アニマルウェルフェアについては、どうしても施設や設備が注目されがちな面もありますが、最も重視されるべき点は、施設の構造や設備の状況ではなく、日々の家畜の観察や記録、家畜の丁寧な取扱い、良質な飼料や水の供与等の適正な飼養管理により、家畜が健康であることということでございます。

今後、取りまとめられる乳用牛、肉用牛の飼養管理指針についても、一般原則に即した考え方で作成されることになるとは思いますが、農水省としては、この指針を活用してその重要性を普及啓発したいと考えております。

以上でございます。

## ○鈴木部会長

ありがとうございます。

もう1つ、家畜改良増殖目標の検討について、お願いします。

## ○北池畜産技術室長

畜産技術室長です。

資料8をお願いします。家畜改良増殖目標の見直しの状況でございます。

家畜改良増殖目標については、畜種別に専門家の方に入っただいて研究会を開催して、改正案をまとめた上、畜産部会にお諮りする形にしております。畜種別研究会については、次のページにスケジュールを入れています。乳牛、肉用牛、豚、鶏で3回程度、めん羊とか山羊については2回程度開催するという考え方です。メンバーについては、特に乳用牛、肉用牛は、酪肉基本方針との整合性を確保するため、畜産部会の委員の方に参画をお願いしています。

開けていただきまして、スケジュールが載っています。年内に取りまとめの骨子案を作成した上、畜産部会にお諮りするというスケジュールで進めたいと考えております。

以上でございます。

## ○鈴木部会長

ありがとうございました。

これで説明が全部終わりましたので、少し休憩を取った後に、意見交換に移りたいと思います。若干時間が押しておりますが、10分程度ということでその時計で25分まで休憩ということでよろしいですか。

では、休憩に入ります。

〔暫時休憩〕

意 見 交 換

## ○鈴木部会長

それでは、部会を再開いたします。

休憩前に事務局から最初に説明がありましたが、議論のための参考というペーパーも提示いただいておりますので、それも踏まえながら、今回は酪農と肉用牛の分野についての御意見、御質問等を自由にいただきたいと思います。なお、飼料の関係、畜産環境問題、安全については次回に御議論いただくことになっております。質問については、一度に3つ程度を目安にいただければありがたいと思います。それから、早めに退席される委員の方がおられるので、その委員の方に優先的に御発言いただければと思います。

まず、富士委員からお願いします。

## ○富士委員

4点ほど意見を述べたいと思います。1点目は酪農関係で、資料にあるのかないのかよくわからないのですが、酪農の経営安定対策のあり方についての検討が必要ではないかというのが1点目です。加工原料乳の暫定措置ということでずっときているわけですが、飲用牛乳がどんどん伸びていて、その余乳処理的なもので脱粉、バターを作り、補給金で支えて、酪農生産基盤を安定していくという趣旨が当初の経営安定の仕組みですが、今は飲用牛乳が少子高齢化で減少している。400万トンが飲用で350万トンが加工用の生乳という状態になっている。そうすると生クリーム、チーズと脱粉、バターだけではなくて乳製品全体を、余乳処理ということではなくて、我が国の乳製品需給をどういうふうに安定的にしていくかという観点から、酪農経営安定対策をもう一回考えてみる必要があるのではないかというのが1点です。



2点目が指定団体のあり方です。広域指定団体ということで改変してきたわけですが、先ほど資料にありましたように乳業メーカーとの価格交渉力の強化ということでもあります。乳業3社が寡占化する中で、いかにブロック指定団体といっても価格交渉力は弱いということがあります。そういう意味で北海道と東西2ブロックに、今後さらに広域化していくという指定団体のあり方。もう1つは都府県酪農の生産構造の変化というか、いわゆる家族酪農とメガファームみたいに二極分化していく今後の都府県酪農のありようがあるのではないかと思います。そうするとメガファームにおける指定団体のありがたみ、意味というのは何なのか。引き続き、家族酪農については指定団体の存在の意味はあると思いますが、生産構造のこれからの変化みたいなものから、指定団体、広域指定団体制度のあり方みたいなものをどういうふうにか考えるのかということがあるのではないかと、というのが論点、視点の2つ目です。

3つ目は肉用牛であります。これも経営安定対策についてのあり方、肉用子牛生産者補給金制度、和子牛については30万4000、5000円ということですが、これも牛肉が自由化される前の数値を基本に置いているということで、ほとんど動かない、変わらないことになっているわけです。そういうことと現在の繁殖経営の生産コスト、所得、収益等を考えて、肉用子牛生産者補給金制度のありようを考える。その上に政策的に毎年毎年手だてを打ってきているわけですが、そういう仕組み、体系でいいのか、それとも根本的に取り込んだ形の一本化した繁殖経営の経営安定対策、セーフティネットを構築することを考えてみる必要があるのではないかと、ということです。

肥育経営のほうもマルキンと補完マルキンがあります。マルキンは地域マルキンと全国マルキン、補完マルキンは全国マルキン。整合性も含めて、肥育経営についても経営安定対策、セーフティネットのあり方を考えてみる必要がある。

4番目は、円滑な経営継承を考えてみる必要があります。この間トヨタの話聞いていて、経済緊急対策でハイブリットに買いかえると25万円が緊急経済対策で出ます。世界のトヨタ、ホンダになぜそういう支援対策をやる必要があるかという議論があったらしいんですが、装置型産業は、需要が減ったからと工場をつぶして従業員を解雇して、また再び景気がよくなったから工場を興してまた従業員を雇ってみたいなのは、壮大な装置産業の場合には無理だ、社会的・経済的損失が非常に大きいということで、工場を維持していく、回転させていくことが大事であるという話を聞きました。

我が国の畜産、酪農は農業の中でも装置産業で、1世代とか2世代にわたって借金して、1億円とか何千万円の牛舎の施設整備をしてきているわけです。そういうものが一たんつぶれば、また興すということは容易ではない、困難な問題だということです。そういう意味でいろいろなぶれが生ずると思いますが、我が国の装置型産業の酪農、畜産について安定的に経営を継承していく仕組み、システムを検討する必要があるのではないかと、というのが視点、論点であります。こういった点について今後、御議論していただくテーマ、論点に挙げていただければありがたいと思います。

以上です。

#### ○鈴木部会長

ありがとうございました。

次に、阿部委員と福田委員も先に退席されると聞いていますので、お二人のほうからお願いしたいと思います。

#### ○阿部委員

ありがとうございます。いつもながら酪農について2つほどお話をしたいと思います。その視点

は、酪農家が置かれた技術的な環境の中で担い手としての酪農家の減少をどう食い止めるかという観点でお話ししたいと思います。

1つはTMRセンターで、先ほどお話があったようにどんどんふえているわけですが、実は私一昨日、北海道の宗谷の猿払村に酪農家の皆さんとの集会に出かけて行きました。猿払村には3戸から10戸ぐらいの酪農家が生産法人、グループとしてグループ化しながら、4カ所のTMRセンターを開設しています。牧草サイレージを使った自給飼料に対応したTMRセンターということでやっているんです。規模としては1つのセンター当たり600頭から1,000頭ぐらいカバーしている。そこを見学させていただいて、農水省の皆さんの自給飼料の推進政策がこういうことで生きているんだなということをおある意味実感しました。

それとは別に、なるほどと思ったことが2つほどあります。その1つは、TMRセンターに加入している酪農家の離農率は、TMRセンターに加入していない酪農家の離農率よりも低いという方向で動いてきているのだそうです。理由はいろいろ考えられるのですが、皆さんとお話をしていると、センターを中心に参加している人たちは一種のコミュニティーを形成している。そのコミュニティはいろいろな意味の役割、機能を果たしているということが1つです。

それからもう1つは、そのコミュニティの皆さんが、それに参加していない酪農家の皆さんの経営の相談相手になっている。TMRセンターが単に安い飼料を自給飼料率を上げながら、そして省力化していくという機能的な面ばかりではなくて、地域の酪農という産業のコアになっている。コアになりつつある。たまたまそういうところを見てきたのかもしれませんが、僕はこれはとても大切なことで、そういう視点でTMRセンターを育成して行ってほしいと思います。

それから、その議論の中でこれを継続していくための議論がありましたが、お願いなのは継続するためのウォッチ、フォローアップについても目配りしていただければ、酪農家の離農率を少なくしていく効果があるということ。これは紹介です。

もう1つは、酪農に関する環境面での離農率低下ということでは、先ほど牛乳乳製品課長がお話しをされた資料5の21ページを見ていただければ非常にわかりやすいんです。それは牛群検定のことです。牛群検定を実施している牛とそうでない牛との乳量差は、1頭で約1,800キロぐらいある。モデルとして40頭の搾乳牛で考えてみると、年間の収入差は約560万円程度ある。これは大きいです。つまり技術格差が両者の間に厳然としてあるわけです。

そこで1つ調べていただきたいことがあるんですが、それは牛群検定を実施しているところと牛群検定を実施していないところの離農率は、どんな違いがあるのかということです。もしも牛群検定をしていないところの離農率が、牛群検定に参加しているところの離農率よりもうんと高い、ある程度高いということになれば、その面からの対処法が考えられると思います。

具体的に検定農家の率をこの会に出る前に調べてみたんですが、北海道では酪農家の約65%が参加している。しかしながら都府県の場合は31%前後と、北海道の半分ぐらい。つまり北海道と都府県の間で牛群検定を介しての技術格差があるはずだと思います。都府県の中で31%ですが、平均ですから、少ないところは10%程度の参加率でしかないということがあります。こういったアンバランスは、これから日本の酪農の勢力地図を考えた場合には、マイナスの方向に塗り替えてしまうことになるのではないかと思います。

なぜ、牛群検定に入らないのか。牛群検定に入ると、ある一定の経費がかかるから、その負担が重いから入らないのか。そうではなくて、その地域の市町村の牛群検定組合の中で力が入っていないからということになるのか。あるいは牛群検定の成績をうまく使う手法がまだ確立していなく

て、入ってもねというような状況なのか、いろいろあると思います。

私はコストパフォーマンスということを見ると、牛群検定に入ってお金を出すことは全然経営負担にならない。560万も違うんですから。ということで牛群検定については、今までは技術的にどう使ったらどう生産性が上がるかという方向で考えたんですが、これからは牛群検定の成績だけではなくて、牛群検定そのものについて少し別の角度から見ながら、じっくりと皆さんに検討していただきたいと思います。

以上です。

#### ○鈴木部会長

ありがとうございました。

では、福田委員、お願いします。

#### ○福田委員

私も3点ないし4点ぐらいお話をさせていただきます。

1つは、酪農・肉用牛をめぐる消費の環境みたいな話ですが、今日の御説明でもあったように国産と輸入品どちらを選ぶかという話で、恐らく小売の現場に行くと、いろいろ気を使いながら国産を選ぶよという話でアンケートも出ていたと思います。しかし結果としては自給率がなかなか上がらないということで、これは供給のあり方として、外食なり中食なり調理済食品も含めて、そこら辺の食の摂取の仕方、需要の形態が変わったと思っています。

ただ、96年以降消費支出額が伸び悩んでいるところを受けて、特に外食はもう低迷、低下傾向にあります。中食は所得、経済要因だけではなくて、世帯の少人数化、1人世帯、2人世帯、それから女性の社会進出のような社会構造に一種支えられてまだまだ堅調な伸びが期待されるということです。この辺は相当構造的に考えたほうがいいと思います。実は畜産の分野、牛肉、酪農、乳製品にしても、中食、加工、調理済食品、外食も含めて、そここのところで国産が入り込むことが今まで行われてこなかったのではないかと。今からのトレンドも考えた上で、そこら辺はもう少し積極的な対応が必要だろうという感じがします。

もう1つは、消費のことで牛乳の消費の話があっただけでかなり時間とページを割いていたように思います。非常に気になったのは機能性をかなり強調されているように思いました。現在、今までの競合飲料との関係を見ると、メインのファクターとしては、低カロリーなり低脂肪なり一定の栄養分は取った上での健康とか、特定の機能性だけに着目した消費の代替が起こっているのではないかと思います。

その中で、トータルとして栄養に優れた牛乳が機能性の食品の中に埋没してしまう、そのマーケットに入り込んでしまうのはよくないのではないかと考えています。牛乳を飲むことは重要ですが、今日の話にもありましたが、牛乳を食べるといふか、それは料理の中でという意味合いですが、もう少しトータルな消費拡大を考えていったほうがいいのではないかと感じます。これはある種の費用対効果もあるのではないかと感じます。

それから、肉牛のところでも御説明がありましたが、これは和牛の肥育で典型的に見られる肥育期間の長期化ということです。収益のことを考えると、もう少し肥育期間の短縮化は当然あっていいと思うんですが、サシ志向といふか、脂肪交雑を入れるということで長期化傾向があると思います。今日のお話の中で消費者から見ると、サシを選択する余地が余り大きくないと私は見ましたが、この辺の齟齬をどういうふうにとらえたらいいかということです。和牛の生産者にはサシ志向が非常にあって、それにある程度到達するための技術的な改良を餌の給与も含めてやってきた。その辺の

整合性の問題があるという感じがしました。

もう1つは、施策の全体、枠組みになりますが、基本的な視点として、国土資源に立脚した持続的で環境と調和した畜産の展望が言われているわけです。これは国内で飼料基盤にのっかってそれを調達しながらやるということですが、そういったところと最終的な牛肉づくりのあり方、先ほどのサシ志向のあり方、生乳の乳成分に非常に気を使いながら生産しないといけないこと、あるいは改良のこともあるかもしれません。その辺の長い目で見た政策の整合性、マッチングがきちんと点検されているのか。この辺はやや大きな話ですが、私自身も気になっているところで、検討すべきことではないかという感じがしました。

以上でございます。

#### ○鈴木部会長

ありがとうございます。

今、消費の関連のお話もございましたが、神田委員、今日はいかがですか。

#### ○神田委員

今、福田委員のおっしゃったことで私の意見とダブるところがございます。後で質問しようと思っていたんですが、1つは、資料4の2ページ、3ページのところで、安全性、品質等について、国産志向とか安全性を求めていることが調査の結果わかりましたという話がありました。先ほどの説明では、調査の結果こういうのがわかりましたというだけで、これをどう捉えるのかということが重要だと思います。ここから何を捉えるのか。それに基づいていろいろな政策を講ずるべきだと思います。これは20年9月の調査ですので、まだまだギョーザの影響が出ている段階での結果なのかと思います。

先ほどの御説明では、国産が90%、それから安全性、品質、新鮮さ、おいしさのところととまってしまって、価格のことは触れなかったんです。価格のグラフにしてもこんなに長いわけです。だから、そういったこともきちっと捉えていく必要がある。マスコミ等の扱の影響もあって、安全性についてそのときドーンとグラフが上がる。消費生活センターとかお客様相談室等でも、何か問題があるとドーンと上がる傾向があって、それが継続するかということとそうではなくて、いつかまたそれは下火になってしまうというのはよくある話なので、ここはきちっと価格についても非常に要望が高いということが現実的な本音ではないかという見方をしていく必要があると思いました。

次の3ページのところでは、そのことがあらわれていると思うんです。この点線の四角ですが、私は説明を聞き漏らしてしまったのでこれが何なのかよくわからないんです。5月のところでは安全性志向がドーンと上がっていますが、ことしの2月の調査では下がっています。国産志向も同じ傾向です。何が変わっているかということ、経済性志向が高くなっている。そういったところを冷静に見ていく必要があると思いました。この質問は、点線の四角は何かということの後で教えていただきたいと思います。

それから、今の消費との関係で言うと、もう1つ牛乳のところ資料5になりますが、先ほどの機能性のところを強調し過ぎではないかということに私も引かかるんです。この36ページあたり、牛乳の特性と役割のところ、カルシウムの摂取基準と1人当たりのカルシウムの摂取量が出ています。私も勉強不足だったので、この表を数字として見たわけですが、私のイメージと違ったのは、現実的にカルシウムを結構取っているなと私は思ったんです。これを専門家に言わせれば、まだまだだよと言うかもしれませんが、摂取量の計算の仕方によっては、いろいろなぶれる数値も出てくると思いますから、かなり取れているなという気がするんです。牛乳の宣伝というカルシ

ウムばかりなわけですから、もしかしたら37ページのグラフに見るように、年取っている人たちは牛乳だけではなくて、他のものからもバランスよくカルシウムを取っていて、そのほうがいいんじゃないという見方も出てきかねません。やはりカルシウムだけではない、牛乳のよさのアピールの仕方がもっと必要ではないかと思いました。

それから、牛肉の消費の関連ですが、私も消費者のニーズのところで引っかかるわけです。資料6の16ページで、消費者のニーズはこういうものであるという大きな2のところで言っていますが、脂身が少ないことを重視しているということが出てくるわけです。このことは前々からも結構出ていた傾向ですが、こういうことを受けとめて、牛の出荷月齢のこともしっかり考えていかなければいけない。そのことが資料4の一番最初のグラフで申し上げたように、消費者は価格の面でも、買やすい価格を求めていることとも関連してくる話ですので、トータルできちっと受けとめて対策を講じていただきたいと思います。

ちなみに、豪州産の牛肉が着実に増加していると16ページにあります。私はやはりそうなんだろうなと思います。どうしてかという、健康志向に合っている、安全性・信頼性がある、味の面でも向上してきている、そして価格の面でも優位であると考え、この調査の結果から踏まえると、どうしてもここに行くのではないかという気がするんです。そういうことをきちっと見ていく必要があると思います。

それからもう1つは、関税が横ばいだというのが資料4の15にあります。これは質問ですが、自給率を上げていきましょう。でも、関税の収入が減ってきていて横ばいである。この関税が減ってきたことが牛肉生産についてどういう影響があるのか。これは減ってきた、横ばいだよというだけで、私はどう受けとめていいのかというのがよくわからない。関税がもっと入ってきていいなと思うのであれば、輸入が増えたほうがいいなとなるので、このグラフが提供されたのをどう捉えているのかよくわからないので教えていただきたいと思います。

以上です。

#### ○鈴木部会長

では、質問も含めていろいろな論点が出されていますので、ここで順次お答えいただければと思います。

#### ○大野畜産振興課長

畜産振興課長の太田でございます。

阿部委員、福田委員からのお話コメントさせていただきたいと思っております。

まず、阿部委員がおっしゃられたTMRセンターです。まさしくコミュニティーを作るということだと思います。例えば受託、請負組織、限られたコントラクターですと、今日は天気がいいから私のところやってくれとかそういう要望が入りますが、TMRセンターになると全部の分を合わせて混ぜてしまうということで、私のところを先に、私のところは後でいいというのが入らない。一体性がどんどん増してくると思っております。これが核になって飼料の増産が図られる。また、TMRセンターを利用しているところは乳量も多分伸びていると思っております。施設とか機械を導入する等のハード面のお手伝い、それから、この前も御紹介しましたエコフィードの併用、そういうのとあわせて大事なものは、全国協議会みたいな場、研修会みたいな場でお互いに意見交換、情報交換し合う。先ほどウォッチとおっしゃったんですが、フォローアップが非常に重要だろうと思ってそこら辺を強化していきたいと思っております。

それから、牛群検定のお話ですが、先ほど戸数でおっしゃられました。頭数でいくとさらに極端

で、北海道は74%が牛群検定に加入している。それに対して内地は4割ちょっとになっています。牛群検定、離農率との関係については調べさせていただきたいと思いますが、牛群検定にそもそも加入しない理由については調べております。その第一が面倒くさい。第2が立会の度に搾乳時間が延びる。この2点が理由です。3つ目が経営規模が小さい。ここら辺が関係してくると思います。経営規模が小さい、後継者がいないの2つの理由で17%、2割ぐらい占める。離農率と牛群検定の普及状況と直接結び合わせるデータはありませんが、理由の1つとしてこれから店じまいするとか規模拡大する予定もないということであれば、わざわざ立会、面倒くさい思いして牛群検定を活用しなくてもいい、そういう関係があるのかなというのがアンケートの調査結果から出ております。

ただ、牛群検定は、自分の成績を知るばかりではなくて、その検定員、指導員を通じて検定成績がどうだから、餌がどうだからということでアドバイスできる非常にいい機能を持っているので、これについて今年度いっぱいかけて改良増殖目標も話し合っていく、御検討いただくわけですが、この活用のあり方についても御議論いただければと思っております。

それから、福田委員から、肥育期間の長期化の話がございました。これは古くからの課題でございまして、現行の家畜改良増殖目標でも、肥育終了時月齢が24から26カ月という目標の中で、実態が29カ月。先ほどもグラフにございましたが、早く肥育すればそれだけ餌も要らないわけですから、コスト面では有利ですが、どうしても流通の段階で買ったたかれるのではないかという懸念もあるので、思い切って肥育期間を短縮することができないというのが現実だろうと思います。今回、家畜改良増殖目標の見直しの関係で肉用牛についても3回ほど研究会を開きますが、これは生産者、消費者の方ばかりではなく流通関係の方もお入りいただいて、どういう目標を設定するのが適当なのかを御議論いただければと思っております。

以上です。

#### ○徳田畜産企画課長

畜産企画課長です。

まず富士委員から制度の話で、肥育経営のマルキン、補完マルキン等の話が出ました。あわせて肉用子牛の保証基準価格の話がありました。マルキン事業については今年度で事業期間が終わりますので、来年度からの新たな事業期間に向けていろいろな議論を秋以降に始めていきたいと思っております。話にもありました地域算定の話については、一方ではきめ細かく地域に対応するという面もありますが、やっている地域とやっていない地域との格差等の問題もあります。いろいろなことを議論してまいりたいと思っております。その関係で肉用子牛の制度との関係も出てくるかと思っております。もともとマルキン制度については、子牛への転嫁が進むまでの間の制度として役割を持っていたわけですが、現在は両方が発動されている状況もありまして、そういうところも議論させていただきたいと思っております。

あわせて肉用子牛の制度については、もともと制度の成り立ちとして牛肉の輸入自由化の際に作られた制度で、それをもとに保証基準価格が定められている面があるかと思っております。

神田委員からは、関税収入のグラフは何を意味しているのかという話がありました。これは牛肉の自由化の際に、それまで輸入牛肉の差益を畜産関係の事業に使っていた経緯もあり、関税収入を一般会計を通した後、牛肉を始めとする食肉関係の事業に充てるということで、畜産関係の事業の主要な財源になってきました。この関税収入が減るとということは畜産関係の事業をやっていく上で1つの制約要因になってくるため、載せた次第でございまして。

それから、福田委員から、国土資源に立脚した畜産とこれまでの施策との整合性という話があり

ました。これまで輸入飼料が低コストで手に入るということで、それに依存した畜産が実際上進んできたということです。昨今の飼料価格の高騰の傾向は継続しかねない中で、もう一度自給飼料の向上や飼養管理の方法等との整合性について今後、検討を加えた上で、今回の酪肉基本方針に反映していきたいと考えております。

以上でございます。

#### ○山根畜産総合推進室長

神田委員からの御質問で、消費者ニーズがございました。説明が不十分なところがございました。

2 ページで、価格についてコメントしていないということですが、右のグラフで申し上げると、「国産品」を選択した者では、価格というのが5番目にきている。青のグラフでは、「輸入品」を選択した人が価格を一番重視しているということでございます。

3 ページ目ですが、白の囲みは、その左に「21年2月（現状）」とあります。これは21年2月の段階でどういう点を重視して食を選んでいるかということで、白の囲みは同じ21年2月に、アンケートした人に対して、今後どうするかをアンケートしたものでございます。一般論として先生がおっしゃったように価格は重要なファクターですし、安全をどれほど重視するかについてもその時々状況に応じて若干変わるものかと存じます。まさに消費ニーズが多様化している中で、これをうまくつかまえていくことが非常に難しいという面もあります。

価格の関係で言えば4 ページですが、この世論調査では、20年のところで若干高くても国内で作ったほうが良いという数字もあるわけです。安全性と経済性がトレードオフ的なところもあります。国産で安く安全でというのが一番よろしいのかもしれませんが、そういうのはなかなか難しいということで、今後の自給率を考えた上でどういったことをアピールしていくかということが大事かと思っております。同時に、消費者ニーズもつかんだ上で施策を打っていくことが大事かと思っております。

#### ○鈴木部会長

牛乳課長。

#### ○大杉牛乳乳製品課長

富士委員から経営安定対策、特に牛乳・乳製品全体を念頭に置いたそのあり方について御発言がございました。

資料5の17ページに総括表のような形で現在の経営安定措置について整理しています。それぞれの乳製品ごとに国境などの制度の違いもあって、それに対応した経営安定措置が講じられているのが現行の仕組みでございます。例えばチーズでありますと29.8%の関税の下で外国産と国産が競争している、チーズの国際価格が変動すれば、国内のチーズの値段をそれに連動させる形でやっていたら競争ができない。これが生乳の生産者にも影響を与えるという構造にあるわけです。

それから、脱粉、バターについては生乳換算で年間100万トンないし120万トン調製品の形で競合する乳製品が入ってきていますが、基本的には超高関税を張って脱粉、バターそれ自体は国境を事実上閉ざして、機構によるカレントアクセス輸入についても生乳換算13.7万トンで限定されている。そういう仕組みの下で加工原料乳に対する補給金が交付されているわけです。生クリーム、脱脂濃縮乳については、より国際的な競争が小さい世界に定着を図ろうということで推進策を講じてきているものです。それぞれの乳製品によって背景となる状況なり仕組みが違いますから、それぞれに応じた経営安定対策を今後も考えていかなければならないと思っております。

それから、指定団体が特にメガファームのような経営にとってどういう意味を持っていくのかと

ということについては、御案内のとおり、指定団体は、平成12年度以降広域化しているわけですし、その成果として生乳検査の一元化、貯乳施設の管理・運営による配乳の集約化、集送乳経費等のプール化等があるわけです。これはとりもなおさず乳業メーカーとの価格交渉力の強化につながるわけですね。その意味でメガファームといえども、指定団体を通じた委託販売によってメリットを受けられるのではないかと、逆に言うと、そうしなければ乳業メーカーによる各個撃破に遭って不利益を被るのではないかと、思います。ただ、独自のブランドで売っていきたいというニーズはもちろんあるわけですね、そのようなニーズについても指定団体を通じた委託販売の仕組みの中でやっていけるものですから、そういう指定団体の意義を認識する必要があるのではないかと考えます。

福田委員から、牛乳を飲むだけではなくて、料理に使っていく面も含めて消費の拡大を図っていく必要があるのではないかと、という御意見をいただきました。どうもありがとうございます。説明の中でも申し上げましたが、牛乳の消費ということになるとどうしても茶系飲料なりミネラルウォーターに需要を食われている面があって、また、少子高齢化により、減少しているわけですね。ですから、牛乳を飲むだけではなくて料理として使う、資料では42ページで説明しましたが、料理コンクール、料理教室を通じて、料理の中に牛乳がもっともっと浸透していくような取組をしていきたいと考えております。牛乳・乳製品全体では、牛乳はもちろんのこと、乳製品の需要拡大も図っていく必要があるのではないかと、思っております。

それから、神田委員、どうもありがとうございました。カルシウムとばかりというお話もございましたが、私どもカルシウムを強調する一方で、牛乳というのはカルシウム、たんぱく質、ビタミン等がバランスよく含まれた飲み物だということのアピールしながら消費の拡大に努めているわけですね。いろいろなお知恵をいただきながら消費の維持拡大に努めていきたいと考えております。

以上でございます。

#### ○鈴木部会長

指定団体の関係で富士委員から、今のブロック機能を強化することも大事だが、まだ数が多いことによる競争を考えると北海道プラス府県、東西2つぐらいがいいのではないかと、というコメントもあったかと思っております。そのあたりは何かコメントがございますか。

#### ○大杉牛乳乳製品課長

説明の中で申し上げたことではありますが、指定団体の広域化を進めてきて一定の成果は上がっているわけですね。他方、実態として指定団体が生乳を一元管理できていないところが少なくありません。実際の集送乳業務については、依然として旧指定団体である県酪農協、あるいは県酪連、経済連が行っているところもあって、広域化を進めてきてから随分時間はたっているのですが、広域化した指定団体の中で、実質的に指定団体にこういった配乳、集送乳の機能、権能が集中するような体制をまず作っていくことが重要であろうと考えております。ですから富士委員の御指摘、貴重な御意見ですが、そういったことに取り組む延長線上の話なのでないかと思っております。現在は今の指定団体に実質を持たせることに力を注ぐべきだと考えております。

#### ○鈴木部会長

食肉課長。

#### ○渡邊食肉鶏卵課長

牛肉の関係についてお答えしたいと思います。

富士委員から御質問のありました肉用子牛生産者補給金制度、徳田課長からもお話がありました。



が、資料6の31ページをごらんいただくと、右下に費用合計に占める物財費と労働費の割合があって、子牛のところは労働費がものすごく高く出ています。これは1戸当たりの飼養頭数が9頭で10頭に満たないこともあり、この労働費をどのように見るかということです。歴史的に言うと今の31万円というのは、自由化前7年間の農家の販売価格を平均して出していますが、それが30万2600円ぐらいだったんです。現在はそれに生産コストの調整係数を掛けて31万としているわけです。子牛の価格が今40万を少々下回っています。自由化後40万を超えていたのは16年からです。12年は35万、13年は33万であります。今の価格が全体の中で言うと、適切というのも何なんですけど、歴史上ちょっと特異的な価格の高さだったと言ってもいいのではないかと思うんです。子牛の値段は、もともと枝肉価格がどのくらいで売れるかに影響を受けているので、景気がいいときは非常に高く売れているわけです。実際に自由化前の昭和60年代後半のバブルのころは40万を超えている状況でしたが、その後バブルがはじけて31万を下るようなときもありました。その後35~36万で推移して、先ほど申し上げたように15、16年ぐらいから、ちょうどアメリカでBSEが発生してアメリカからの輸入が止ってからですが、それから急激に伸びている。こういうこともあるので、それらを総合的に考えていかなければならないのではないかと考えております。

次に、富士委員から、安定的に経営を継承していく仕組みが必要ではないかというお話がございました。これはごもつともなお話だと思います。特に繁殖経営が非常に問題が大きいのではないかと思います。まず資料6の4ページを見ていただきますと、繁殖経営の場合は、左の下で、先ほど申し上げたように10頭未満という非常に小規模の農家が8割を占めております。さらに資料7の4ページを見ていただきますと、これが年齢構成ですが、65歳以上の方が40%を超えている。高齢者でもものすごく小規模でやっている人たちが数としていっぱいいて、その人たちが持っている牛を、いかに若い人たちにつなげていくかというのは非常に大きな問題だと思っております。そういうこともありまして、農林水産省としては子取り、繁殖経営についても大規模化を図っていかなければいけないということで政策的に誘導を図っているわけですが、これが一足飛びにそういう状況に至らないわけでございます。

次に、福田先生から、外食、中食に対して国産が入ってこなかった。これを積極的に対応する必要があるのではないかというお話でございます。これも資料6の23ページをお開きいただくと低需要部位の利用促進が出ています。外食ないしは加工仕向けで国産品の使用割合が非常に低いという御説明をしました。もともと外国産に比べ、下のグラフの部分肉の卸売価格を比較していますが、かたばら、ももという低需要部位ですらかなりの価格差があって、なおかつ品質の斉一性が乏しいということでなかなか使っていただけないのですが、これをいかに使っていただくかというのが課題かと我々も考えております。ここに書いてあるように、そのまま使っていただけないなら、ほかの地域食材と組み合わせて、例えば地元のジャガイモと合わせた牛肉コロッケというような格好だと思います。あと全く新しい用途を工夫している方には支援するというところで、我々としてもそういう方向を進めていきたいと考えておるところでございます。

また、福田先生ないしは神田先生のほうから、消費者のサシの動向の話とか消費者ニーズを捉えてトータルとして対策を組んでほしいというお話がございました。これは資料6の16ページです。これは一連の資料で、我々としては16ページと17ページはセットだと考えておまして、16ページは消費者の方の視点なんですけど、17ページは生産者側の都合というか生産者側の事情もあって、それをトータルに考えないといけないと我々は考えております。

まず16ページのほうは、先ほど来、サシが少ないほうがいいんじゃないかというお話がこのグラ

フでも出ていますが、右側の一番上の図は、百貨店で銘柄牛の構成比率が高い。銘柄牛は大体高品質牛が多いものですから、A5とかA4の肉が多いわけです。A4、A5を買う人たちとスーパーで買う人たちの購買層がかなり分かれていて、スーパーで聞けばそれはみんなA4、A5は買わないよという人たちが圧倒的に多いわけですが、百貨店に行くと贈答用とかA4、A5に合った需要がある。ここがゼロだというふうに考えてしまうのは極端ではないかと思えます。この部分についてもそれなりに底固い需要がある。そうではないテーブルミートとしての需要もある。両方需要があるということなのではないかと思っております。

そうした上で17ページを見ていただきますと、牛肉をつくるには2年間ぐらいかかる。18年の頃は普通にやっても、A3でももうけは出ていた。それが昨今コストがものすごく上がって、18年頃に生まれた牛を今売っているわけですが、売るときには既にこういう状況になってA5じゃないともうからないということでもあります。これを生産者に、消費者動向が急に変わったからやれというのなかなか難しい問題で、これをどうするのかは大きな問題だと思っております。

しかも需要の動向というのは、サシが少ないのが本当に今だけのことなのか、ずっと長く今後も続くトレンドかというのも難しいと思えます。経済状況が悪くなるとA4、A5はどうしても落ちます。だから、今経済状況が悪いからそうなのか、経済がよくなってもA4、A5は全然伸びないのか、その判断を下すのは難しい状況ではないか。そういう段階でどういうふうに政策誘導すればいいか非常に難しい問題で、我々もどうしたらいいか非常に頭を悩ましているところでございまして、ぜひ活発な御議論をお願いしたいと思っております。

それにつけ加えまして、16ページのところで、先ほど神田委員から豪州産が伸びているのは当然だ、このグラフのとおりというお話がありましたが、このグラフは豪州産そのものが伸びているということではなくて、豪州産の中でも脂身のあるやつが伸びているということです。これから見ても脂身がないお肉だけのやつが、本当に消費者のニーズなのかというのは少々疑問だと我々としては考えているということでございます。

以上でございます。

#### ○鈴木部会長

神田委員、どうぞ。

#### ○神田委員

1つは、テーブルミートとそうじゃない購買層が違うからそういうものも欲しいんだと。どっちがいいと私たちが言っているのではないんです。基本的にどちらを大事にしながら考えるか、そろそろ考え方をきちっと見て変えていくべきではないかということであって、決して全部否定しているわけではありません。品揃えがなくなっても困ります。両方必要なんですが、そのバランスのとおり方、そこをどこに置くかということをお願いしているの、誤解しないでください。

それから、オーストラリア産の牛肉については、細かいことを言うつもりはありませんが、日本のようなサシが入っている牛肉ではないですね。幾ら脂肪があつたとしてもレベルが違います。少しは日本人の口に合うために脂肪が入っているというものはありますが、日本で売られているようなすごい霜降りの肉かということそうではないわけです。その辺もきちっと冷静に見ていただきたいと思っております。済みません、ちょっと誤解があるようなので。

#### ○鈴木部会長

では、向井委員、萬野委員と順番に。

#### ○向井委員

先ほどから肉用牛の脂肪交雑の話が福田先生以下出ていますが、これは非常に大きな誤解があるのではないかと。今また課長のほうから御説明がありましたが、私は改良のほうに携わっていますが、あまりそういう視点で物は考えておりません。特に今日は初めに部会長のほうから、今後はいわゆる所得確保である。あるいは、それを考える上には「生産量×価格－コスト」だという話をされたわけですが、私はこの観点からこの資料はほとんど見えないのではないかと考えております。

今日御説明いただいた中で、例えば資料6の34ページの一番右下の図は一体何を物語っているかということをもう少し見ていただきたいんです。枝肉販売価格と生産コストの推移で差額が一番出ているところはどこかということと、その横の図の脂肪交雑の赤い点がこうなっている。これは全く逆じゃないですか。生産農家の生産費としては、あるいは収益としては違うということを示していますよね。その文脈の中で先ほど強調された17ページの図ですか、これは今の価格からするとこうなんですよという説明かもしれないけれども、この文脈の中でこれを説明されると、生産農家の方たちは皆さん、ここへ行くに決まっているじゃないですか。こんなのを見たら、もともとA5しかもうからないんだったらこれにするよという話になるんだけれども、実態は19年度を見たら、そうじゃないかもしれないという結果がここにあるじゃないですか。いわゆるコストをどう減らしていくかという観点の話がほとんどされていない気がするんです。

先ほど、牛群検定と牛群無検定のものとの差がこれだけあります。そのときに、それだけの乳量を上げるためのコストはどれだけかかるのか、という観点があるんですか。あるいは34ページの上に分娩間隔の推移を書いてありますが、牛は1年に1産できる能力を持っているわけですが、これは一番下までこないとその目標に達していないですね。先ほど説明があったように、60数万頭の和牛が12カ月で分娩したら、どれだけ生産性が上がるかという観点も抜けている。

いわゆる絶対量としてインプットばかり増やして、これがどういう形に生産性に高まっていくかという話はあるんだけれども、今日の一番最初の部会長の話、あるいは全体を考える上での論点の資料をいただいたのですが、必ずしも合っていないような気がするんです。先ほどのアンケートの話もそうです。34ページに私はこだわりますが、この図は、ある意味で言うと生産農家はむしろ26カ月が一番所得は多い。そして販売のほうも83万で価格としても当然下がるわけです。1頭当たり販売価格、卸かもしれませんが10万円も下がるわけです。そういう観点の話が全くないのは困るなと思いました。

それから、福田先生からもお話がありましたが、改良というのは何を指しているかという、横の赤い図ですが、例えば脂肪交雑が大事だというのであれば、30から31にかけてピークがいますが、これを26から27のほうにピークがくるようにしようというのが改良なんです。そのところは現状のデータそのものは認めている部分と、それを例えばこう変わったらどうなるんだ、コストがどう変わっていくんだという視点を入れた中期的な方針をぜひ考えていただきたいし、その文脈の中で御説明いただきたいと思うのです。

何かいかにもとって付けたようなこのパターンで、それだったら生産者の方も消費者の方も非常に混乱するのではないかと気がして聞いておりましたし、先ほどの食肉鶏卵課長のお話を聞くと必ずしも私としては納得できません。生産現場の繁殖農家の方たちは、私たちは必ずしも脂肪交雑を作ろうと思っているんじゃないです。もっと飼いやすい子牛をつくりたいんだけれども、こういう資料を見せられるために、そちらのほうに行きましょう、市場性はこちらだからという方向に、必ずしも意図していることとは違うほうに誘導されている事実もあるということをご認識いただいて資料等の御説明もいただきたいと思っております。

以上です。

#### ○鈴木部会長

ありがとうございます。

それでは、萬野委員。

#### ○萬野委員

肉用牛の議論がかなり白熱しているんですが、生産現場に携わっている人間としての意見を反省も含めて述べたいと思います。先ほどのA5だけが利益が出ているというのは、生産者からするとちょっと数字のマジックかなと感じております。当然A5の枝肉価格が高いのは決まっているので、それ掛ける重量であれば1頭当たりの販売価格が高い。子牛のコストはほぼ同じコスト、平均値で見られていると思います。我々の現場ではA5の出る確率の高い子牛は価格が高い子牛なので、必ずしも肥育月齢が、今向井先生がおっしゃったように30カ月とかそれ以上飼ってA5を出しても収益が上がらない。他のA4、A3と同じような収益構造に現在はなっているという感覚で見えています。

次は自分たちの反省も含めて、今後どういうふうに生産者が考えているかということですが、論点でも出ていたように、日本の人口が減っていくということで、減っていくということは当然マーケットもシュリンクする。そうしながら今日本の肉牛産業としては、自給率を上げるということで増産に頑張ろうと努力をしております。そこは市場原理から単純に考えたら、価格は下がるのではないか。価格が下がって当たり前だろうと我々は考えております。価格が下がると、それで収益を出すためにはコストダウンしかない。コストダウンするためには子牛を安く作ることからいうと、今回も分娩間隔のデータは出ていましたが、現場の感覚ではもっと長いということと、結構雌牛が発情もしなくて、種は付けたけれども受胎しないのが肉に回っている場合が隠れてしまって、統計的にはこうなんでしょうが、実態的には繁殖サイクルは伸びている。感覚的なものですが、当然あります。繁殖の生産性を上げる。もう1つは、黒毛和牛が大部分ですが、乳が余り出ないような育種になっているので子牛の面倒を見切れないということで、人間が携わって人工ほ乳する、餌を与えるという人件費プラス飼料費がかかってきて、コストアップの要因になっている。そういったところも今後は簡素化できて、母牛が子牛を育てるような飼養管理を何とか作り上げていく必要があるかと思っております。

安い子牛でも肥育コストが上がればまたコストが上がるので、当然エコフィード化を今後もっと推進しなければいけないと思っております。エコフィードをもっと有効利用するためには、食品残渣ですので地域に密着した形のエコフィード供給が想定されるので、配合飼料メーカーをコアにしたような流通市場の形ではなく、TMR化が必須だろう。当然そっちの方向に行っているんですが、今日のデータで結構びっくりしたのは、増えたといっても統計上は73センターで、全国1万2000戸の肥育農家があるのに、このパーセントは何なのと。現実はずっと多いと思うんですが、これが飛躍的に伸びないと肥育コストが下がるようには動かないと思っております。

消費者ニーズの多様化なんですが、我々も生産コストを追求すれば、肉質というか霜降り、BMSも下がっていくことも想定される。我々なりの統計データからいうと、和牛は日本の国産牛の中で4割。そのうちA4以上は半分といっても全体にそんなに大きな量ではない。牛肉全体の消費の中では10%を切るぐらいの部分を我々は本当に追い求め続けていいのかという反省もしております。

多様化という意味では、霜降りもあるけれども、やわらかさ、脂の質では甘味、牛肉本来のおい

しさを追求していきたい。これはもう1つ視点があって、海外の牛肉とコストだけでなく品質の部分も差別化していく必要があると思っていますので、そういったところもレベルアップしたいと思っています。また、国で管理しているトレーサビリティのデータ管理は、海外よりもかなり高いレベルだと我々も認識しております。これに加えて今後は飼料情報、薬剤をどういうふうに使っているか、もっと情報公開する形でオーストラリア、アメリカと差別化する形で生き残っていきたいと考えております。

もう1つは質問ですが、最近私がつき合っている都府県酪農の方なんですけど、結構判別精液の価値を皆さん高く評価されていますが、最近では供給が少ないという声を聞いています。どちらかというところと高い技術を掲げることによって、国際競争力も上げて、またコストも下げることが日本的な畜産のあり方だと思っていますが、その辺が供給不足ということで酪農家の方が困っているという状況もありますので、その辺の状況を教えていただいたら助かります。

以上です。

#### ○鈴木部会長

ありがとうございます。

時間がもう4時半になっておりますが、今生産現場の話も出ましたが、大藪さん。

#### ○大藪委員

今の性判別精液、私もそれを言おうと思ったところなんですけど、後代検定牛というのがおりますので、そちらのほうに性判別精液を入れられるようにすれば改良の度合いも進みます。今日見ましたら、前は性判別精液の機器が5台しかないとおっしゃっていましたが、20年で4台ふやしたと書いてありましたので、もうちょっとこれからは供給ができるのではないかと期待しております。

それともう1つ、27年度における生乳の生産努力目標が928万トンということですが、それに向けて例えばTMRセンター、コントラ等を利用した粗飼料の拡大を進めているんですが、ただ、どうしてもできないところがあるというのを理解してほしいと思うんです。コントラも入れないような畑が都府県においてはある。でも、そういうところを一生懸命耕して餌を作っている酪農家があるので、その酪農家に対してのフォローを考えてほしいと思います。

以上、2点です。

#### ○鈴木部会長

ありがとうございます。

堀江委員どうぞ。

#### ○堀江委員

私は養豚のほうで牛のほうはあまりわからないんですが、千葉県の場合を聞いたら、今大藪委員がお話したようにコントラクターの機械設備をしても入れないということで、そこら辺の支援もよろしくお願ひしたいということです。あと千葉の場合はイノシシ等の鳥獣の被害がすごく多くて、とうもろこし畑もみんな荒らされて、機械では刈れない状態になっている地域もございます。全然違った形の被害も出てきて酪農家が非常に困っている状況です。ちょうどサイレージにする頃の実をみんな取って食べるという状況でございます。そういうこともあることを知っておいていただきたいと思っています。

それから、自給飼料の向上ということで稲作、飼料米、あるいは飼料米用にするホールクローブ等も多少なりとも進んでいるわけですが、先ほど申しましたように千葉の場合は水田が基盤整備しても大型機械が入れないという中でやっているの、非常に厳しい状況もあるという話は聞いてお

ります。厳しい状況があるといってもやめるわけにいかないのも1つございます。

そういう中で何といっても農業で一番問題になっているのは担い手だと思うんです。この担い手を何とか育成する方法。今、職がないから農業を始めたらどうだといっても、技術がなければ農家もできないわけです。特に酪農、肉用牛の面については非常に技術が高くなければ経営していくことは難しいので、そういう担い手の確保、それは地域でやらないといけないと思うんですが、担い手の確保が一番の課題ではないかと思えます。担い手を作るということは、それなりの収益がなければ農業全体を支えていけないわけです。千葉でもいろいろな面で取り組んでいます。県の農業大学を開放して、そういう方々を募集してやっているわけです。今この経営自体いろいろな面でやっておりますが、そうじゃなくて後継者の方々を何とか作っていく施策もこの中に入れていただきたいと思えます。

#### ○鈴木部会長

ありがとうございます。

浅野委員。

#### ○浅野委員

1つだけ、牛乳・乳製品、酪農のほうですが、常に国際的な競争力の指針、どれだけ強まったとか。ただし、その指針では量と価格だけではなくて、国産であるとか質がいいとかそれも含めた競争力だと思えますが、それを見ておく必要があるのではないかと。WTOの農業交渉、多分国境措置はそう簡単に開放されないと信じておりますが、消費者から見ると今度の牛乳の値上げをやってみると、こういう不況のときに値上げというのは大変な影響が出ております。牛乳は1割近く減っておりますし、安いほうの調整牛乳が逆に増えているということで明らかな影響が出ております。消費者というのは財布の紐をそんなに緩めてくれるわけではないし、所得が増えない限り厳しい対応をせざるを得ないのは、消費者側から見れば当然のことだと思えます。

そのときに、このデータにもありましたが、輸入品を買ったのはやはり安いからというのがちゃんと出ているわけです。ということは、牛乳・乳製品の輸入品というのはあまりないでしょうが、常に国際相場と比べて日本のものは質の面を加えれば何とか競争力がありますよとか、そういうのを常に見ておく必要がある。それをまた実現するためには、いろいろ議論されている酪農家の方の施策をやることは当然大事だろうし、我々乳業者もより効率的な生産体制に努める必要があると思っております。常にどこかにメルクマールを置いておかないと、国産だから高くてもいいだけで世の中ずっとは済まないのではないかという気がしますので、みんなで努力したいと思えます。意見でございます。

#### ○鈴木部会長

他の委員。どうぞ。

#### ○杉本委員

食肉流通のほうから2、3質問したいと思えます。先ほど神田委員から関税の問題もありました。かなり輸入が減っているので関税が足りない。それによって我々年末、全国食肉事業協同組合連合会の主催で、国産牛の消費拡大キャンペーンを和牛を中心に行いました。これはかなり好評で、年が明けたら第2回をするということで我々食肉市場卸売協会からも役員を送ったんですが、何の連絡もなしにこれが中止になって、我々役員としても理由がわからない。そういう説明がない。やはり関税がないのかな、金が出ないのかなということが1点です。

それと今国が進めている地産地消のあおりを受けて、我々中央市場にはなかなか生産牛は流れて

こない。3月の畜産部会に行くときには必ず運賃補助が欲しいとかなり言われます。それならば地元で割っておる枝肉が、県のと畜能力は増えますけれども、果たしてそのカットした部分肉が地元で売れるか。売れません。オーバーフローした分がすべて東京、大阪、神戸の大消費地に全部流れてきます。そのときの運賃はだれが出すのか。これが2つ目の疑問です。そういう仕様の合わない理由で我々中央市場に対して荷を出さないという各生産県の思惑が垣間見られますが、こういうことに関しても農水省としてどういうお考えであるかをお聞きしたい。

それに追加してもう1つ、去年の9月に食肉格付が改正されて、地方によっては厳しいところもありますが、我々中央市場はかなり甘い、本当に2ポイントも甘いんじゃないかとよく言われます。購買者ではなくて生産者の方々が、甘いんじゃないかと、冗談じゃないぐらい甘いですよということを言われます。それによって中央市場の枝肉の相場がかなり安い。格付によってはA5でも2,000円を切る場合があります。それも起因して中央市場に流れてこないのではないかと危惧している状況でございますので、この3点をよろしく御審議いただければありがたいと思います。

以上でございます。

#### ○鈴木部会長

ありがとうございます。

秋岡委員。

#### ○秋岡委員

2つありますが、1つは私の勉強不足なのでこの場では別に結構ですが、酪農ヘルパーの話があってすごく大事な存在になりつつあるということで、利用を定着させるための試みということがあるんですが、大事になればなるほど酪農ヘルパーをやっている人が、そこで働きやすいのか、所得がどうなのか。あるいはこの仕組みがよくわからないので、お互いに助け合うものとしてやっているのかわからないんですが、これはヘルパーになる人のほうから見て、続くような組織になっているのかどうかを教えてください。

もう1つは牛乳の消費拡大のところで、「ミルクって、サプリかも。」というものの哲学がよくわからないんです。これはどういうことなんですか。ごめんなさい、私前回いなかったもので。

#### ○鈴木部会長

いえいえ、結構です。

ほかの委員。上安平委員。

#### ○上安平委員

御説明を聞いていてとてもショックだったのは、高齢化社会になりつつあるというのはよくわかりますが、それを超えてこうした産業が高齢化の進み方が早いということで、しかもこちらに挙げられた例からいくと量よりも率のほうが高齢化が早いということは、要するに職業としての魅力を失っているのではないかという気がすごくするので、そのための対策を考えられているのか。それが目に見える形で出してほしいというのが1つあります。これは現在の生産者の方が後継ぎ問題を考えられているんでしょうけれども、もし拡大をしたら新規参入を目指さなければいけないわけで、その人たちに魅力ある職業としての場を提供するために何があるのかなというのがもう一つ見えてこないなという気がしました。

それは1つには、余りに多様性がないからかなという気がするんです。例えば牛肉の問題なんか、サシの問題などは、一定量の需要はあるんですが、みんながそれに向かって、それで右往左往して原価割れだということに。皆さんがそういう方向を向くと、それに適する人も適さない人もそ

れに向くしかないんですが、そうではなくて、サシをふやすことに努力して一生懸命芸術的な域に肉をつくる人と、一般的にもっと健康志向の安いコストでたくさん作って、普通の家庭に供給しようという牛肉農家が共存してほしいんです。そうすれば若い人だっているいろいろなやり方があるから、自分はこれをやってみようとか、こっちがだめならこっちという選択肢もあるはずなので、その辺を考えていただきたい。いろいろな変化の流れとか多様性が出てきたところで、その芽をつまみないようにして生かしてほしいという気がしました。

#### ○鈴木部会長

ありがとうございます。

その他どうですか。松木委員。

#### ○松木委員

私は大した意見はありませんが、とにかく消費拡大の観点でも生産者のスタンスから考えたようなプランが多くて、私たちの本当に求めている消費者の立場に立った施策が足りないのではないかと。具体的にどれというのは差し控えますが、そういうところのもう少し消費者の意見を求めてほしいし、私たちも言いたいという感想です。

あと主婦連の話になりますが、6月1日から8日まで「牛乳の日」ということで、農林水産省の「消費者の部屋」でも展示されるそうで、私どもの機関誌でも、こういうことをやっていますよということを広報しております。

以上、意見みたいなもので失礼しました。

#### ○鈴木部会長

ありがとうございます。

八巻委員。

#### ○八巻委員

資料7の2は「サービス事業体の定着・普及」という表現になっています。今までいろいろな議論をしていますが、サービス事業というよりも、経営の支援、サポートという面が強いと思います。資料3の2枚目にあるように、経営支援というふうに表現したほうがいいのではないかと思います。

そういう細かいことはともかくとして、支援組織のことについて申し上げたいと思います。御案内だと思いますが、北海道の酪農は飼料基盤を最大限利用して、家族経営を基本に飼養頭数とか経営面積で規模拡大を進めてきました。現在では、先程来議論になっている様々な支援組織がなくてはならない状況です。ただ、こうした支援組織の財政基盤は脆弱で、しっかりしたものでない。したがって、国においては政策上それぞれの組織の種類ごとに応じた支援事業が措置されております。さらに地方自治体とか地元の農協の支援により事業が維持されているケースもあるわけです。

コントラクター、TMRセンター、酪農ヘルパー組合、ほ育・育成組織という支援組織は認定農業者となっていないわけですが、今申し上げたとおり、今後その役割、機能の重要性はさらに増すと考えられるので、農業生産の担い手という位置づけの検討はできないだろうかということと、あわせて担い手、認定農業者のような幅広い支援措置、例えば金融面、補助制度面、税制面が考えられますが、そういう手厚い支援措置が対象になるような検討が必要ではないかと考えます。

以上でございます。

#### ○鈴木部会長

どうもありがとうございました。

どうぞ。



## ○堀江委員

今お話をされたように畜産は特にサポートが非常に大事だと思います。千葉の場合は畜産協会が中に入り、県の獣医の方々、退職した方々に呼びかけてサポートセンターを設立しました。そういう中で実際に経営面、飼養管理面ということでやっていますが、いかんせん、今お話があったように正直言うと支援する資金が足りないんです。サポートセンターの支援もこれから非常に大事になってくるのではないかと考えておりますので、よろしくお願ひしたいと思ひます。

## ○鈴木部会長

どうもありがとうございました。

それでは、大分時間を超過しておりますが、質問もありましたので簡潔に願ひします。

## ○大野畜産振興課長

質問の部分だけお答えさせていただきます。

萬野委員から御質問のありました性判別用の機械ですが、昨年度までに国内に9台あります。試験用とか和牛用もあります。21年度に4台入れる予定で、国内に13台になります。ただ、これは非常に能率が悪くて、1台で1日27本ぐらしか判別できない。合格率を考えると1年に大体4000本ぐらい。ですから13台フルに活用して5万本ぐらいです。乳牛だけでも180万本年間精液を使いますので、大体それぐらいの割合です。

それから、お話にありました飼料はまた次に特集を組んでいただけるそうですので、次回お話しさせていただきますたいと思ひます。

## ○鈴木部会長

他にいかがでしょうか。食肉課長、願ひします。

## ○渡邊食肉鶏卵課長

何点かありました。まず向井先生から、コストをどう減らしていくのか見えないというお話がございました。萬野委員からも、子牛を安く売っていくとか、上安平先生からも、サシを目指す人と安いコストでつくる人を共存してほしいというお話がございました。この共存のお話は我々もそうだと思っております。資料6の17ページの四角中の一番下に、A3でも経営が成り立つような生産構造を目指して、生産コストの削減を進める必要があると書いてございます。まさにおっしゃるとおり、サシだけに全部向かっているのはよくないということで、18年の時のようにサシだけではなくてA3もとバリエーションを広げていくというのが我々の目指しているところと考えていただければと思ひます。

杉本委員からは3点ほどお話がございました。消費拡大対策は去年は2回、12月と1月に打っておりまして、2回目がなかったということでしょうか。その話は我々も初めて聞きました。全国的には予算をつけているので、何かの事情があったのかもしれませんが。

## ○杉本委員

中止になったと聞いております。

## ○渡邊食肉鶏卵課長

国としてはやめていないので、そこは確認させていただければと思ひます。

また、中央市場と産地のと場のお話ですが、全体の食肉流通のコストの観点から言えば、国としては産地のセンターでと畜して部分肉にして流通したほうが全体のコストとしては低くなることから、これまでそのように進めてきております。資料6の37ページを見させていただきますと、牛のほうは必ずしもそういうふうになっていないので、我々としてもそこは問題だなと思っております。た

だ、枝肉については、いい肉だと評価してもらうためにわざわざ中央に持って行くという人も結構おります。中央市場は集荷で御苦労されているのは聞いておりますが、全体のコスト低減のためには部分肉流通を我々としては進めたいんですが、中央は中央としての値決め機関としての重要な役割があると思っていますので、バランスを持ちながらやっていくことが重要かと思っています。

食肉の格付の改正の話ですが、食肉の格付そのものを変えたのではなくて、今までプラスチックで見てたのを写真判定にしたということなので、基準自体は変わっていませんが、それで判断がものすごく変わったという話は僕は初めて聞きました。委員の御指摘を踏まえて実態がどうなっているのか調べてみたいと思います。全体で格付がよくなり過ぎて値が下がるみたいなことにはなっていないのではないかと思います、それは調べさせていただければと思います。

以上でございます。

#### ○鈴木部会長

他はよろしいですか。

#### ○本郷畜産環境・経営安定対策室長

秋岡委員からヘルパーの御質問がございました。ヘルパーの方々がちゃんと仕事をやっていけるような仕組みになっているのかということですが、このヘルパー組織が立ち上げられて20年ぐらい経っておりまして、おおよそ50戸ぐらいの酪農家の方々に1組合を作り上げて運営しているのが一般的な姿であります。専任ヘルパーの方々は全国で1,200名おりまして、多くの方々が雇用関係の保険に入っており、そういう意味ではしっかりとやっていけるような仕組みではないかと思っております。また、ヘルパーの方々には将来的に酪農をやりたいとの希望を持っている方々がいらっしゃいますので、そういう方々は一定の期間ヘルパーをやって次に酪農に就農したりするので、比較的短い期間でおやめになる方も多い状況かと思えます。

以上です。

#### ○鈴木部会長

どうもありがとうございます。

それでは、まだ議論は尽きないところかと思いますが、時間も30分ほど超過しております。今回また貴重な論点を出していただきました。ここでのやりとりで不十分な点については、さらに次回以降に御説明いただくとか、委員の皆様も自分の御指摘について、これでは説明が不十分だと思われる点があれば、率直にその点は御指摘ください。今日挙げていただいた論点については、これから具体的にどう取り込んでいくのかについて事務局のほうでもしっかり検討していただくということで、今日はこのぐらいで閉めたいと思います。

事務局から連絡がありましたらお願いします。

#### ○徳田畜産企画課長

次回の畜産部会でございますが、現在のところ、6月中の開催を予定しております。委員の皆様には改めて日程の御連絡をさせていただきますが、御出席方よろしくお願いたします。

#### ○鈴木部会長

それでは、長時間にわたりましてどうもありがとうございます。

閉 会