

林畜産検疫本部の精密検査の結果、口蹄疫陽性と確定診断された。

口蹄疫の発生により、韓国・全羅北道と忠清南道地域に対し、13日から24時間の一時移動停止措置が発令されている。措置の対象は全羅北道2万カ所で、内訳が農家1万4千カ所、と畜場8カ所、飼料工場29カ所、車両5,300台。忠清南道が2万5千カ所で内訳は農家1万8千カ所、と畜場8カ所、飼料工場54カ所、車両5,800台となっている。

韓国では1月11日の申告直後に緊急防疫措置などの措置を実施している。詳しくは次のとおり。

【危機段階調整】 1月11日から政府の危機管理マニュアルに基づく危機段階を「関心」から「注意」に上方調整し、食品産業政策室長を状況室長とした口蹄疫防疫対策状況室を設置した。

【緊急防疫措置】 発生農場に初動防疫チーム、疫学調査チーム、中央起動防疫機構を投入し、発生農場および半径3kg以内の偶蹄類飼養農場（118カ所）について、移動制限措置を行った。

【殺処分】 発生農場については、改正された口蹄疫緊急行動指針に基づき、農場内の豚全頭を処分した。全羅北道金堤市で飼養されている豚全頭（25万頭）について、緊急ワクチン接種を実施する予定。

【疫学調査】 口蹄疫の発生原因および侵入経路については、現在、中央疫学調査班が投入され調査が進行中であり、すでに発生のあつた口蹄疫ウイルスの残存の有無などを確認するために、遺伝子分析を進めている。

【一時移動停止】 農林畜産食品

部は、これまで口蹄疫が発生しなかった全羅北道で最初に発生したことにより、口蹄疫の拡散を防止し遮断防疫の効果を高めるため、1月12日の家畜防疫審議会を経て、1月13日0時から24時間の間、全羅北道および忠清南道全域を対象に一時移動停止措置を発令することとした。

この措置発動後すぐ、偶蹄類家畜、畜産関連従事者および車両は、移動中止命令が解除されるまで、偶蹄類畜産農場または家畜関連の研修会への出入りを禁止。畜産農家、畜産関連従事者らが所有する車両は運行を停止したあと、車両の洗浄と消毒を実施した。と畜場など畜産関係施設では、施設の内外および研修会全体に対して徹底した消毒を実施する。

韓国政府は中央合同点検班を構成し、一時移動停止措置に応じた自治体の履行実態、移動制御警戒所および拠点消毒施設運営の実態、畜産関係者やその車両の移動の有無などを検査する予定。一時移動停止の期間中に発生地域と危険地域に緊急ワクチン接種を開始し、ワクチン接種の効果を高める計画となっている。

土産用食肉の輸出可 5kg以内 シンガポールへ

農林水産省はこのほど、シンガポール政府当局と協議を行い、日本産の牛肉、牛肉製品、豚肉および豚肉製品を個人消費用携帯品（土産など）として輸出するための簡易証明書様式について合意した。

今後、5kg以内かつ個人消費用であって、あらかじめ簡易証明書が添付されている牛肉、豚肉など

については、空港売店などで購入後、日本の空港などに所在する動物検疫所における検疫手続きがなく、そのままシンガポールに持ち込むことが可能となる。

また、日本国内で市販されている牛肉、豚肉などについても、表示などで日本産であることが確認できる場合には、空港などに所在する動物検疫所で簡易証明書の交付を受けることにより、携帯品としてシンガポールに持ち込むことが可能となる。

これまで、シンガポール向けに輸出される日本産畜産物は、商業用貨物で輸出される牛肉、豚肉を対象とした条件を両国で取り決めていた。農水省は、シンガポール政府当局（シンガポール農食品・畜産庁）と協議を行い前述の結果となつた。

【シンガポール向け牛肉等の主要な携帯品輸出条件】 シンガポールへの持込量が1人あたり5kg以内▷個人消費用▷日本産の牛または豚由来であり、市販されているものであること。なお日本国内で重要な家畜伝染病（口蹄疫など）が発生した場合、証明書の発行は停止される。

タイで和牛のプロモ 首都圏MP輸出推進協

首都圏ミートパッカー輸出推進協議会（阿部昌史代表理事）は2月8日、タイ・バンコクでWAGYUプロモーションを開催した。プロモーションは、（株）ミートコンパニオンの関係会社が運営する高級すき焼き店「WAGYU SAMURAI」を会場に、現地で有力な飲食店経営者や料理長、食品会社関係者ら約40人が集

また。

1部では和牛セミナー勉強会、2部では試食会の2部構成で行われた。同協議会は昨年11月にタイ・バンコクで主に一般消費者向けに和牛プロモーションを、翌12月にはベトナム・ホーチミンで同様のプロモーションを開催しており、今回が今年度3回目のプロモーションとなった。

開会に先立ち、阿部代表理事(株ミート・コンパニオン社長)がセミナーの開催目的を説明。「参加者にとって有意義なセミナーとなるように」とのあいさつに続き、協議会会員を講師とした第1部のセミナーが進行した。

最初の講師として、上里ファーム代表の植井敏夫社長が生産者の立

場からみた和牛生産の現状と、今後の展望も踏まえて生産者の取り組みなどについて説明。

続いて、アクサトレーディング(株)の本田一郎取締役営業部長が輸出商社としての立場から、諸外国における和牛の需要と消費動向、輸出統計について説明し、さらに今後ますます価格高騰が予測される日本産牛肉の調達面から、セット買いによるコストダウンや複数の飲食店による共同購買の提案を行った。

「国内以上に高価な商品となるだけに、セット買いによるコストダウン、さまざまな部位の提案や料理用途の提案に加え、さらなる市場拡大のためには今後、共同購入へも取り組んでいく」と語った。

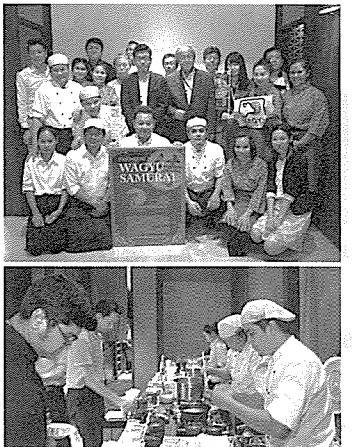
日本産和牛の優位性が説明され、参加したユーザーから高い評価を得た。

阿部代表理事は「近年、タイは日本食ブームに支えられ、日本からの牛肉輸入量が増加傾向にある。当協議会では、いかに日本各地に存在する和牛のおいしさを広め、海外でも積極的に輸出・販売活動に取り組めるかが課題となっている」。

最後にエムケイ開発(株)の河上貴一社長が、鳥取県のブランド牛「鳥取和牛オレイン55」の紹介を通じて、「みた目だけではなく、オレイン酸含有率に注目した新たな和牛の取り組みを紹介。それぞれの立場から

第2部の試食会では和牛を使った

ステーキ、しゃぶしゃぶ、すき焼き、ビーフシチューに加え、和牛のにぎりや和牛を用いた創作料理など7品を提供。参加者が直接味わうことにより和牛の魅力を体験してもらい、料理人やバイヤーに安心しておいしく使ってもらえるようアピールした。



〈写真〉①関係者で記念撮影を行った ②和牛セミナー勉強会、試食会の2部構成で行われた

オージーBBQ訴求 最大級キャンペーン実施

MLA豪州食肉家畜生産者事業団は2月4日、業界関係者を対象に2016年度の豪州産牛肉・羊肉の産業予測について「2016年MLAプロジェクトセミナー」を東京都港区の品川プリンスホテルで開催した。

第一部のセミナーでは、アンドリュー・コックス駐日代表が豪州産牛肉、羊肉に関する最新の産業予測や、日本をはじめとした各国の市場について説明。さらにMLAが日本で行うマーケティング、2016年春・夏のプロモーション活動予定を紹介した。

2016年のサマー・キャンペーンで

は、昨年好評を博したオージースタイルのBBQ「バービー」を訴求。日本市場でのさらなるオージービーフの需要拡大へ向け、過去最大級のキャンペーンを予定している。コックス代表のセミナーの概要を紹介する。

【日本市場について】干ばつの影響などにより、豪州の牛飼養頭数は過去21年間で最低水準にあるが、輸出量は過去4番目に多い。16年の世界各国それぞれの市場へ向けた輸出は減少傾向と見込まれるが、日本の需要は堅調だと期待している。日本の牛肉市場はBSE以前の水準にはまだ到達しておらず、まだまだ伸びる余地があるとみている。

また日豪EPAが締結され、消費者の出費に占める関税の割合が減っている。TPPも締結されるが、われわれの業界に実際にどのような影響を与えるかはまだ分からぬ。

豪州の生産者は過去20年間、日本人の喜好を探り、日本に合う牛肉の生産システムをつくり出してきた。オージービーフの格付制度が浸透し、日本向け牛肉の品質は過去20年間、改良を続けている。

また、われわれが日本市場に自信をもつ理由は、現在の日本の消費者が赤身かつ軟らかい肉を好み、BBQやステーキがトレンドとなっていることだ。それこそがオージービーフのメリットとなるからだ。

【各国の市場について】米国市場は2年連続で金額ベース、数量ベースともにオージービーフ最大の市場となった。現在がピークであり、今後は減少すると見込まれるが、以前の水準まで下がることはない。

米国向けにはチルド、牧草牛でプレミアムなオージービーフの輸出が

相変わらず堅調だ。米国の若い世代は健康志向で環境にやさしく、動物愛護の精神をもっており、オージービーフの需要を支えていくだろう。

韓国市場は急成長している。韓国では国産牛やニュージーランド産牛肉からオージービーフに切り替えが進み、とくにブリスケットなどを多く買っている。韓国のバイヤーが非常に強気で買っていることは、競合する日本も興味深いのではないか。

中国市場や東南アジア市場もわれわれにとって興味深い。中国市場は3年前にわずか2万tだった輸入量が、過去2年間は10万~12万tで推移。東南アジア市場も10年前は2万t程度だったが、現段階で8万t台にまで成長した。

また、中東市場は8年前には2千tと非常に輸入量は少なかったが、過去3年は5万t以上で推移している。サウジアラビアが最大の市場だが、その理由は過去にブラジル産牛肉が禁輸となっていたからだ。現在は解除され、その需要は若干落ちるだろう。

【ラムについて】15年は日本の市場は落ち込んだ。理由はジンギスカンが低調だったことだ。しかし、これから期待できるのがレストランだ。チルドのカット、プレミアムのカットが東京や大阪といった大都市で求められている。

われわれは日本へ向けたラムの輸出に情熱を注いでいる。ジンギスカンは北海道の宝であり、これからもフォーカスしていきたい。加えてレストラン向けのプレミアムのカットについて、マーケティングを続ける。

【マーケティング】16年のサマー・キャンペーンは、MLAが過去10年間行ったキャンペーンのうち最大

MC GROUP

Meat-Companion Group

株式会社 Meat-Companion
〒190-0013 東京都立川市富士見町6-65-9
TEL(042)526-3451(代) FAX(042)528-0457

株式会社 AGRIS-ONE
〒351-0111 埼玉県和光市下新倉6-9-20
TEL(048)463-3813 FAX(048)463-6514

Meat-Companion International
タイ現地法人

<http://www.meat-c.co.jp/>