

## 第2回食肉輸出実行プラン策定委員会概要

日 時：平成19年10月3日（水） 13：30～15：30

場 所：農畜産業振興機構6階会議室

概 要：本委員会で、検討した内容、主な意見、課題等は以下のとおり。

### ○ 食肉輸出実行プラン策定に係る留意点

前回提案した、食肉輸出実行プラン策定に係る留意点を牛肉、豚肉及び鶏肉別に、現状、課題、対応策に分類し、関連した項目ごとに取りまとめ、委員に検討していただいた。

委員会で出された意見、要望等は以下のとおり。

#### [牛肉]

- ・ 輸出先国においては、3年～5年先を見越した販売戦略が必要。
- ・ 輸出先からフローズンで流通させてほしいという要望があるが、施設認定の条件上困難となっている。フローズンでストックして輸出できる体制ができれば輸出量の増加につながる。

#### [豚肉]

- ・ 他国の業界団体がどのような販売促進のための支援活動をやっているか、確認しておく必要があるのではないか。
- ・ 成長促進用に使用する抗生物質について、香港では検疫上の扱いがどうなっているのか確認してほしい。
- ・ 香港では輸入した豚肉の2割程度は、台湾・中国本土向けに再輸出されているといわれているが、実際にどの程度の量が、香港内で消費されているかを調べる必要があるのではないか。

#### [鶏肉]

- ・ 日本では、飼育日数が52日～53日くらいで、他国では40日くらいであり、日本のもののサイズが大きいため、香港での流通に合わな

い規格となっている。ただし、モミジ（鶏足）に関しては大きなものの需要があるため、日本のものが求められている。

- モミジ以外にどのような物が部位としてニーズがあるのか調査をお願いしたい。

#### [広報戦略]

- 広告だけでは情報発信できる範囲が限られているため、話題作りをしていく方が大切。
- 業界向けと消費者向けのどちらに力点を置くのが適切かを検討したほうがいい。
- USMEFやMLAが実施しているような、輸出先国のバイヤーを日本に招聘することに対する補助的なものがあればブランド戦略の確立にもつながる。
- 米国食肉輸出連合会（USMEF）、豪州食肉家畜生産者事業団（MLA）は卸売業者に対する販売促進支援を行うプッシュ戦略と、消費者に対する広告などのプル戦略の両方をやっている。この2つを組み合わせた広報を行っていく必要があり、こういった販売促進資材を使用しているのかもよく勉強するべき。これらを踏まえて、香港での牛肉販売促進イベントに合わせて広報活動を行うといいのではないかな。

#### ○ 海外・国内調査

- 海外調査については、対象国、国ごとの調査項目を明確にして、調査前にある程度まとめておく。
- 海外調査国として、アメリカ、カナダ、香港を想定しているが、牛肉についてはマレーシアも調査対象として興味深い。
- 10月に国内調査、11月に海外調査を実施するが、日程や調査内容について調査員と相談し、詳細を検討する。