

平成 25 年度 海外研修実施結果（概要）

開拓者の国際感覚の涵養と農業経営の向上を図り、開拓者の農業経営の発展と開拓営農の推進に寄与することを目的とし、海外研修事業を行っております。

本年度はオーストラリア連邦において、平成 25 年 11 月 3 日から 10 日（8 日間）の研修を実施し、12 名（うち事務局 2 名）が参加しました。

研修日程および研修概要は次のとおりです。

〔日程表〕

月日	現地時刻	日程	場所
11/3 (日)	17:00 19:50	成田空港集合 オリエンテーション・結団式 空路にてシドニーへ(QF022 便) 所要:約 10 時間	成田空港
11/4 (月)	7:25 10:05 10:35 16:00	シドニー空港 <乗継便>QF516 便 ブリスベン空港(シドニーとの時差 1 時間) 酪農場(Cristiansen Dairy) [トゥウンバ泊]	シドニー ブリスベン コールバンク トゥウンバ
11/5 (火)	9:40 12:50 15:00	フィードロット(Toogoolawah Feedlot) ローンパイン・コアラ保護区 スーパーマーケット(Coles、Woolworths) ブリスベン市内視察 [ブリスベン泊]	トゥーグーラワ ブリスベン
11/6 (水)	8:25 10:00 12:30 14:30	ブリスベン空港(QF513) シドニー空港(ブリスベンとの時差 1 時間) 畜産に関するセミナー(昼食のレストランにて) 酪農場(Leppington Pastral Company) [シドニー泊]	ブリスベン シドニー カムデン ブリングリー シドニー
11/7 (木)	6:00 8:30 11:00	青果市場(Flemington Market) 食肉卸売市場(South Strathfield Meat Market) シドニー市内視察 シドニー湾ランチクルーズ [シドニー泊]	シドニー サウスストラスフィールド シドニー
11/8 (金)	11:30 14:20	食肉加工場(Hawkesbury Abbatoirs) 野菜農家(Xerri's Vegetable farm) [シドニー泊]	ウィルバーフォース フリーマンズリーチ シドニー
11/9 (土)	11:50 22:00	ブルーマウンテンズ国立公園 シドニー市内視察 解団式 空路にて日本へ(QF021 便)	ブルーマウンテンズ シドニー
11/10 (日)	6:10	成田空港着 通関後、解散	成田空港

〔研修概要〕

本年度の海外研修は、11月3日から10日にかけて実施。視察にはオーストラリア東部のクイーンランド州、ニューサウスウェールズ州を訪れた。家族のみで経営している農場から法人として大きな事業を行っている農場等、様々な経営形態を視察することができた。

オーストラリアは人口が日本の約18%に関わらず、国土面積は日本の約20倍という広大な国だが、乾燥地帯により住める土地が限られていることや、近年の自然災害の影響等、営農するうえでの苦勞を知ることができた。

<11月4日>

●クリスティアンセン・デイリー (Christiansen Dairy)

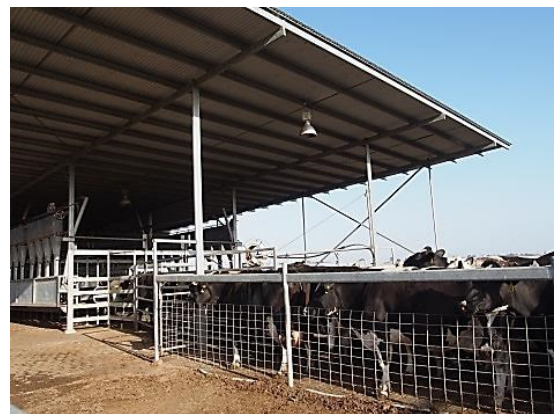
ガイドのクリスタル氏と合流し、クリスティアンセン・デイリーへと向かった。途中、クリスタル氏より、オーストラリアの酪農状況は厳しく、国内の2大スーパーマーケットである、ウールワースとコールスの価格競争が激しく、乳価等にもその影響が出ているとの話があった。中国への輸出を考えている農家もいるとのこと。

農場到着後は、オーナーであるクリスティアンセン夫妻（ポール氏、リンダ氏）に案内を受けた。同農場は家族経営農場で、約20年前に160ヘクタールの土地を購入し、40頭の乳牛から140頭にまで増やしたそうだ。搾乳はヘリンボーンパーラーで行っており、牛乳は、国内の乳業会社であるデリーファーマーズによって集乳され、ブリスベンに運ばれる。

土地こそ広大な農場であったが、設備が新しいわけでもなく、手作業や、手作りの工夫が多かった。乳価に対し、行政の補償等はなく、生産コストを差し引くと手元には多くは残らないとポール氏は話していた。家が大きいということもなく、失礼ながら金銭的に贅沢な暮らしのように感じられなかった。しかし、我々の訪問時には家族総出で出迎えてくれ、食べきれないほどの手作りのお菓子で大変温かくもてなしてくれた。ご夫妻、お子さん、お孫さん、それに加え犬や猫も複数世話している大家族であり、笑顔が絶えない家庭だった。6か月の赤ちゃんを、牛糞が落ちている草原に座らせて好きなように遊ばせている光景には驚いたが、核家族が増え、家族全員が揃うことが少なく、子育てにも神経質になりがちな今の日本の現状からみると、このような暮らしのほうが増えつつあるのかもしれない。



搾乳風景



パーラー外観

<11月5日>

●トゥーグーラワ・フィードロット (Toogoolawah Feedlot)

オーナーのコールマン父娘（ドン氏、ケリー氏）に農場案内を受けた。

同農場では 1,200 頭の肉牛を肥育。雌雄問わず、70～80 日、430～450kg まで肥育し、出荷している。大手スーパー「コールス」と契約しており、毎週ブリスベンの屠畜場に出荷しているとのこと。品種は、シャロレー、ドラウトマスター、アンガス、ブラーマン等。素牛を導入して肥育しており、4,200km も離れたオーストラリア西岸部のパースから入れることもあるそうだ。

日本に輸出しているものもあり、それは 100 日、600～700kg まで肥育する。屠畜場から日本や韓国に輸出されている。また、中国への市場も拡大しているとのこと。

干ばつの状況について聞いてみたところ、同農場の地域は西部ほど干ばつがひどくはないが、水の確保についてはいつでも気にしなければいけない問題と話していた。

また、「どのような肉質が好まれているのか」という質問をしたところ、ドン氏は都会の女性が好むものは、柔らかくてジューシーなものと答えた。このとき私には、ドン氏は不思議そうな、若干迷った感じで答えているように見えて気になったのだが、後日、その理由が自分なりに理解できた。

ちなみに、同農場で飼われていた犬は、オーストラリアに生息する野生の犬「ディンゴ」の混血だった。ディンゴの雑種は身体能力が高く、病気にも強いのだそうだ。



説明をするドン氏（右）



ディンゴの血を引く犬

<11月6日>

●畜産セミナー

オーストラリアン・ファーム・ツアリズムでガイドをしているグラント氏より、レストランで昼食を取りながらオーストラリアの農畜産業についての話を聞いた。グラント氏は人工授精師の免許を持ち、農業者に自身の土地（合わせて約 300 ヘクタール）を貸している土地オーナーである。

オーストラリアでは牛肉輸出に力を入れており、輸出先の第一位は日本、第二位は中国、韓国。大きい市場のため、目を向けているのは中国だそうだ。なお、輸出する農場は MLA（豪州食肉家畜生産者事業団、Meat & Livestock Australia）に所属しなければならない。

格付けでのランク分けはあるか、また、ブランド化等での差別化はあるのかと聞いたところ、

「どこをターゲットにしているかによる」という回答だった。このときは、「グレードの高い牛肉はこういうランクのもの、差別化されたものにはこういうものがある」というような答えが聞きたかったのだが、グラント氏の回答について、その意味がよく理解できなかった。

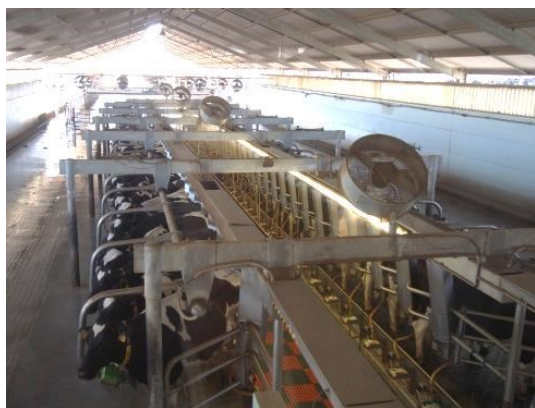
●レップントン・パストラル・カンパニー (Leppington Pastoral Company)

同社は 1951 年に設立された酪農企業で、創設者のペリッチ夫妻が 25 頭から始めた酪農場だが、その息子たちと共に発展し、現在では約 2,000 頭を飼育、溜池や飼料穀物栽培用の土地を所有し、酪農業だけでなく食品事業等の様々な事業を手掛けている。

同社社員に施設の案内を受けた。見学設備が整っており、説明も慣れた様子だった。1 日 3 回、ヘリンボーンパーラーで搾乳しており、搾乳室の地下には乳量や品質を管理する機器が設置されていた。

同社では a2 ミルクを生産し、デリーファーマーズ向けに出荷している。通常、牛乳には 2 つの主要なタンパク質（ β カゼイン）である a1 と a2 があり、そのうち a2 タンパク質のみを含んでいるのが a2 ミルクだ。消化不良を起こしにくいなどの特徴があり、オーストラリアのスーパーではごく普通に牛乳売り場に並んでいた。この a2 タンパク質を含むかどうかは遺伝子により決まるため、その牛個体を選別管理して搾乳している。

乳糖不耐のための乳糖分解乳は日本で販売しているが、含まれるタンパク質の違いで差をつけた a2 ミルクは初めて知った。日本では前者は乳飲料になるが、後者であれば牛乳として販売できるのではないだろうか。もちろん乳糖は含まれるので、乳糖不耐に対しては効果がないかもしれないが、消化不良を起こしにくいという点で、他の牛乳とは差別化が図れるかもしれないと思った。



搾乳室の様子



見学用施設が整っていた



a2 ミルクのチラシ

<11月7日>

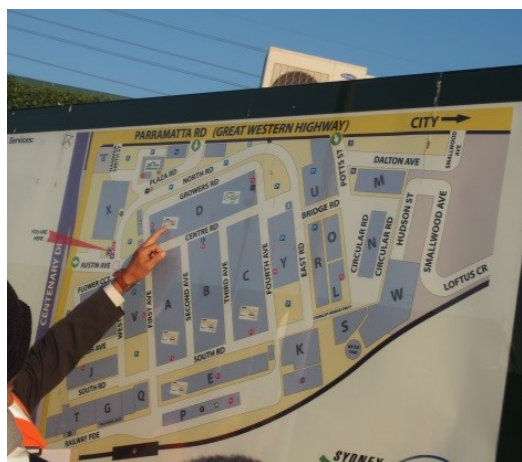
●フレミントンマーケット (Flemington Markets)

グラント氏の案内で視察。国内最大の市場施設で、青果卸売市場、生産者直販市場、花卉園芸市場等がゾーンに分かれ、集約している。現在ではフレミントンマーケットではなく、シドニーマーケット (Sydney Markets Limited) という名称で、法人化されている。

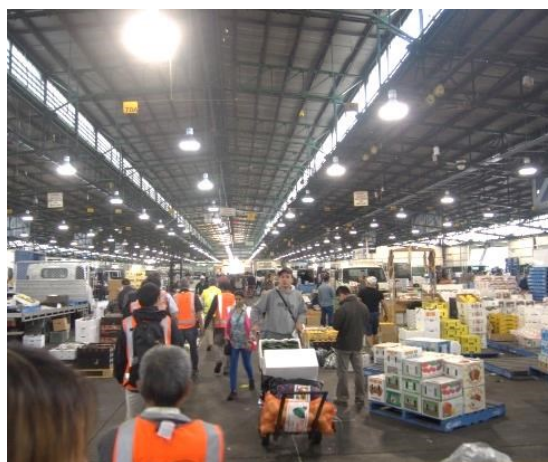
生産者市場には市場から 100km 以内の農家が出店しており、自分の畑で採れた作物を直接販売しており、繁忙期は 200~250 戸の農家が出店しているそうだ。顧客は小売りやレストランが多い。売れ残りは引き取ってもらえないため、全て持って帰らなければならないそうだ。

卸売市場は 148 の卸業者が入っており、政府が管理している市場。ここでは生産者市場とは違って規格が揃って、きれいに箱詰めされた青果が販売されていた。リンゴの 1 トン箱などもあり、スケールの大きさに驚いた。ぎっしりリンゴが詰まっていたが、下の方は潰れていないのだろうか。

花卉市場は青果の生産者市場とは別棟だったが、生産者が直接出店しているタイプの市場で、色とりどりの花が並べられていた。日本では見たことのない南国の花も置いてあり、目新しかった。オーストラリアから日本へ輸出している花は多いのか気になり、研修から帰国後調べてみると、日本がオーストラリアから輸入している切り花は、日本における切り花輸入量の 1%程度。ワイルドフラワーと呼ばれる、固有の独特な野生植物は日本で安定したシェアを保っているそうだ。TPP により関税が撤廃されて、大量の花卉が輸入されるのでは…と思っていたが、現在既に花卉には関税がかかっておらず、また、ワイルドフラワーは日本では生産できないということもあり、共生関係のようである。



施設はとても広い



カートやフォークリフトが行き交う

●サウスストラスフィールド・ミートマーケット (South Strathfield Meat Markets)

食肉の卸業者が複数入っている施設。各業者が屠畜場から枝肉を購入、搬入、加工して、オーストラリア国内向けに販売している。このようなミートマーケットはシドニーに 3、4 ヶ所あるそうだ。卸業者と言っても、施設内は対面型の店舗になっており、一般の客も購入することができる。

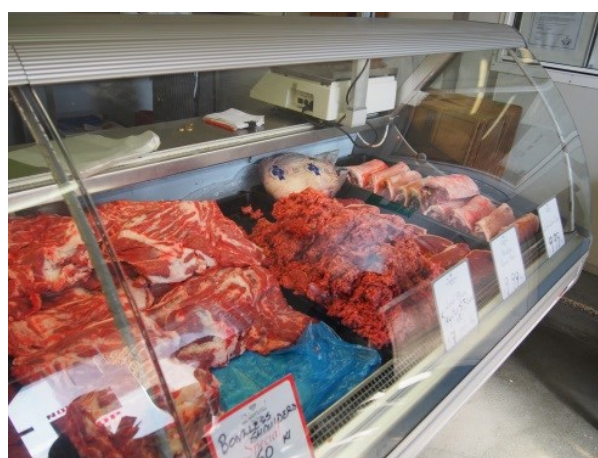
オーストラリアには日本のような枝肉の格付けはなく、政府が規制しているのは、病原菌がないことのみだそうだ。実際は、豪州食肉家畜生産者事業団 (MLA) が定めている「ミート・スタンダード・オーストラリア」という格付け制度があるようだが、この格付け制度に登録をしてい

ないと利用できないため、未だ普及途中といったところなのだろうか。

ここでやっと、グラント氏が言っていた「どこをターゲットにしているかによる」という言葉が理解できた。オーストラリアでは、日本のように格付けによって取引するわけではなく、あくまでターゲット（販売先や消費者等）が何を望んでいるのかを把握して、直接取引する。たとえそれが日本の格付けで言うグレードの低いものだったとしても、ターゲットがそれを求めているのであれば、生産者はそれに応じたものを作るということだ。5 日に訪れたトゥーゲーラワ・フィードロットのドン氏が歯切れの悪い回答をしたのも、「どのような肉質が好まれているか」というアバウトな質問をしてしまったため、ターゲットによって市場が違うのに一概に答えられないということの表れだったのかもしれないと納得した。



中国系経営の業者



オーストラリア人経営の業者

<11月8日>

●ホークスベリー・アバターズ (Hawkesbury Abbatoirs)

ガイドがグラント氏からスチュワート氏に交代し、国内最古の屠畜場であるホークスベリー・アバターズに訪問した。訪問先ではアドバイザーのグレッグリー氏に案内を受けた。

同屠畜場は 1863 年に創業し、牛、豚、羊を処理している。主に国内向けの食肉を扱っており、キリスト教、イスラム教、ユダヤ教とそれぞれの宗教に基づいた処理を行っている。輸出向けには日本へ送るものもある。皮革は中国に向けたものが多いそうだ。

施設はかなり年季が入っており、暑さや換気のためか、と畜～洗浄までのダーティーゾーンは

外部との扉やシャッターが開けっ放し。ハエも施設内に飛んでおり、お世辞にも衛生的とは言えなかった。

また、牛と豚の屠畜ラインが一緒であり、豚肉がタブーとされているユダヤ教やイスラム教に対する処理ができていないのか気になった。グレッグリー氏いわく、輸出向けは厳しいが、国内向けであれば、牛と豚の屠畜は一緒の場所で構わず、出荷時に分ければ良いとのこと。日本ではイスラム教徒向けのハラル食品の処理はかなり厳しいため、にわかには信じがたい話だった。

●シェリズ・ベジタブルファーム (Xerri's Vegetable Farm)

同農場は、14ヘクタールの農地で、ズッキーニ、ネギ類、ピーマン、トウガラシ、ブロッコリー等、多品目の野菜を栽培している。ガイドのスチュワート氏と共に農場を回った。

同農場が位置しているホークスベリー地区の生産物の25%はシドニーで消費されるそうで、この生産物も月・水・金曜日にフレミントンマーケットで販売している。

元々の土が塩を含んでいるようで、塩害が出ないように農薬を少なくする等の対処をしているとのこと。水に関してはダムを所有しているため、不足時にはポンプで川の水を引き上げて散布している。

オーストラリアの農場では、海外からの労働者やバックパッカーを雇用していることが多い。訪問した農場でもインド人労働者がズッキーニを箱詰めしていた。というのも、オーストラリア人は給料が安く、キツイ労働である農場で働くことを好まないのだそうだ。



言葉の違う海外労働者用の写真説明



農場視察の様子

各日の視察先のほか、コールスやウールワースといった大手スーパーマーケットにも訪れた。為替の関係もあるが、物価は日本と変わらないか若干高いと感じた。農畜産品は日本より安いのだが、オーストラリアの土地の広さや生産量、また、日本で販売されているオーストラリア産の生産物に関税や送料がかかっていることを考えると、もっと安いものかと考えていた。卵は高く、12個入りパックで4~5ドル(400~500円)。生活が大変ではと思ったが、最低賃金が高く、20ドル近い時給なのだそうだ。グラント氏に「やはり食品は国産(オーストラリア産)を買うのか」と質問をしたところ、1番に国産(出回っている食品はほぼ国産品ということもある)、2番目にニュージーランド産を選ぶそうだ。食肉については、コールス、ウールワースの両スーパーとも、「AUSTRALIAN (AUSSIE) GROWN」といったPOPを設置していて、国内産であることを強調していた。

天然資源が潤っておいて、賃金が高く、その分物価は高いが自国のものを購入するという形が成り立っているのが羨ましく感じた。



コールス



ウールワース



広い牛乳売り場（コールス）



卵売り場（コールス）
種類が多い



食肉売り場（左：コールス、右：ウールワース）

改めて考えさせられたのは、ターゲットに合わせたものづくりだ。言われてみればそのとおりなのだが、ニーズのないものは作らないということだ。日本では共進会等で生産者が追及する品質と消費者ニーズとのすれ違いがよく言われるが、オーストラリアでは生産者とそのターゲットのニーズがマッチングしているため、それが無い。農業についてもビジネス色を強く感じた。

気候を始め、国土面積や農政も違うオーストラリアでの研修は、目新しいものも多く、刺激になった。オーストラリアの方は、いい意味でも悪い意味でもおおらかな方が多く、衛生管理等の細かな管理といった部分は日本のほうが断然優れているように感じた。違う文化に触れ、日本の「当たり前」は世界のそれとは違うことがよく分かり、考えが広がった。

