

ニュージーランド経済を支えるもの

——放牧経営をめぐる——

幾石致夫

〈目次〉 はじめに

第1章 牧場経営

第2章 ラム・ミートの生産と販売

第3章 ニュージーランドの製造工業と観光について

はじめに

さいきん、ワーキングホリデーという耳馴れない言葉をよく聞くことがあるが、よく聴くとオーストラリアやニュージーランドで正式にアルバイトをしながらレジャーを楽しむことが可能な入国査証券による彼の地への海外旅行のことである。

かつての英国自治領諸地域にあっては、イギリスの EC 加盟以来、本国より十分面倒を見て貰えなくなりその市場を、英国以外のところに求めざるを得なくなり、その市場転換先を、オーストラリア、ニュージーランドでは環太平洋国家である北米合衆国、日本、あるいは太平洋諸島国家に求めるようになり、とくに両国はドル成金のわが国に対して、急速に積極的なアプローチを経済的、観光的に試みるようになったようである。

いまやこれに依ってこのワーキングホリデーの制度は、若い日本の男女の間ではもてもてのようである。

ニュージーランド経済の4つの特徴

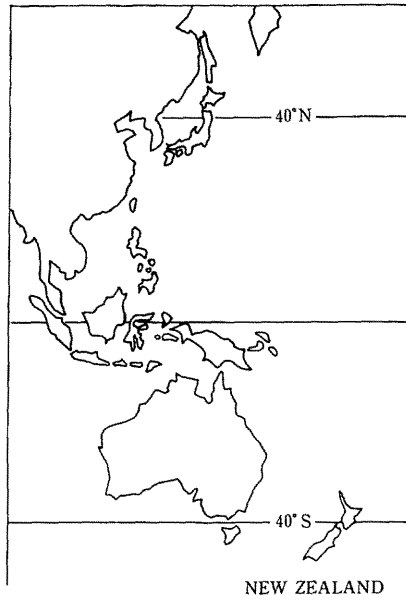
本稿ではタイミング宜しく俄かに騒がれ出したニュージーランドについて、同国の農業マーケティング、貿易問題に焦点をあわせてその経済的側面にいささかふれることにする。

ニュージーランド経済の特色を指摘すればつぎの4点をあげることができる。

① この国は農業先進国であるということ。ニュージーランド経済の基盤は生産性の高い農業に負うところが多いということである。この国の農業は日本の場合と異なり、農業といっても穀物、蔬菜等々の畑作、水田農耕とはまるっきり異なり、酪農、食肉、羊毛、森林資源を中心とする農産加工業である。

ニュージーランドはオーストラリアの南に浮ぶ南太平洋の中の二つの島(北島と南島)から成っており、その面積は日本の約3/4で、ここに僅か300万人という数の人間がすんでおり、これに対して綿羊が7,000万頭、肉牛が800万頭飼育されている。極端に言えば一歩市街地から外に出れば羊にぶつかるという

図1 ニュージーランド



わけて全くノンビリムードの場所である。これに対して製造業の規模は小さく大半が10人以下の工場である。

② ニュージーランドは貿易立国であるということ。たとえば同国の輸出入総額の国内総生産額に占める割合(貿易依存率)は1983年で47.7%であり、これは日本、オーストラリアよりはるかに高い。つまりこのことは同国経済自体が大きく海外経済に依存していることを意味する。一方その輸出構造はというと、畜産品の占めるシェアは78%(1980年)と極めて高く、それに松材加工を入れると優に80%以上となり、そのほとんどが農産品によって占められているということになる。

③ 貿易依存が高いということは、体質的にこの国の経済は対外依存経済であることを示すものであり、それは価格的にいうならば農産物の供給者として、海外の市場価格の変動影響を強く受けることになり、一方輸入の面では工業製品は勿論エネルギー輸入(主として石油)が圧倒的に多く、この面から海外での価格変動の波を輸出、輸入の両面からまともに受けることになる。いわばニュー

ジールランドはプライスメーカーの立場ではなく、逆にプライステーカーの立場にあるということがこの国の経済を基本的に性格づけている。

④ それに対してニュージーランドの国民の生活水準は極めて高いということ。因みに、1980年について見るならば、1人当りの年間国民所得は7,857米ドルで、これは先進諸国の中でも高く、福祉予算も国家予算の42%と高水準であり、彼らは社会的、経済的に優雅な豊かな日々を送っているといえよう。

第1章 牧場経営

大雑把に見るとニュージーランドの経済の特徴は以上のごとくであるが、ここでは以下農業にスポットを当てて見る。OECDの資料によると農産物の自給率に関して見るならば種類別に表1のとおりである。

表1 農産物の自給率

	ニュージーランド	日 本	ア メ リ カ	オーストラリア	デンマーク
肉 類	372%	80%	98%	172%	351%
野 菜	120	96	101	100	70
魚 貝 類	269	101	73	82	108
卵 類	112	98	103	109	108
穀 類	94	4	181	181	120
い も 類	102	96	106	101	100
豆 類	161	7	147	90	120

資料：OECD「食料消費統計'73-'82」

羊に関していえば頭数から見るとニュージーランドは隣のオーストラリアあるいはソ連邦にくらべると、約半分であり、はるかに少ないが、羊肉(ラムミート)の自給率という視点から見ると、表1の通り世界でダントツということになる。

ニュージーランドの畜産国としてのそもそもの出発はというと、その始まりは英国からの入植者が最初に本島に入植した時に羊を持込んだのに始まり、その限りでは今日あるニュージーランドの羊王国は英国を離しては考えられないといえる。しかしその当時ニュージーランドは放牧に適していたかというに必

表2 ニュージーランドと日本の国土面積

	総面積 (万ha)	牧場・牧草地 (万ha)	森 林	農業従事者 (千人)	農事者1人当り 牧場・牧草地 (ha)
ニュージーランド	2,687	1,411(52.5%)	1,030(38.3%)	109(8.4%)	131.4
日 本	3,723	61(1.6%)	2,520(67.7%)	5,344(8.6%)	1.0

OECD 資料より作成。

ずしもそうとはいえ、逆に大地はカウリという大木で蔽われ、あるいは雑草が繁茂して、おり、そのままでは到底羊を放牧するような状態とはいえなかったのである。一口にいうならば、その後、彼らは大木を切り倒して森林を開発し、雑草を刈り、そして牧草を播種して、のどかな自然気候と相まって羊天国を人為的に創り出したのである。その状態を農業、放牧、土地面積の関係でいえば、表2の如くなる。

いまや世界の農地、森林面積はオーストラリアやアメリカ合衆国、あるいはアフリカ大陸に見られるように、長期の干ばつ、エロージョンなどで自然環境の破壊の進行により、急速に縮小しつつあるようだ。一方畜産の肥料を含めた農産物収穫の不安定化は世界的にますます深刻の度合をふかめている。しかしニュージーランドにあってはこのような世界の農業事情とは反対に、自然環境にめぐまれ、世界的に畜産国家としての地位をますます高めている。とくにめぐまれた自然環境にプラスして、この国の独特なすぐれた畜産経営ならびに畜肉加工システムの高度の技術はますます畜産王国の名を高からしめている。

ニュージーランドでは国民1人当り、羊22頭、牛が2.4頭であり、農場の平均規模は500haであり、一農家平均で2,900頭の羊、150頭の牛を放牧飼育しているというのであるから、日本の畜産農家と比較するまでもなく正に牧畜王国といっても過言ではあるまい。しかもこれだけの規模の牧場経営はわずか3～4名の人手で管理されているのだから、日本では大規模経営といわれている北海道の農家も喧嘩にはならないであろう。

こういった広大な規模の牧場経営を少人数でやれるのはやり方がまるっきり日本とは異なるからである。

ニュージーランドでは、最近、牧場で日本製のバイクで羊を追廻し管理し

表3 羊牧場の1年間の行動事例

月	内 容
1～3月	牧草の種子集め→主としてホワイトクローバ、自家用だけでなく、余裕があれば商品として売出す。
3月中旬 ↓ 4月 末	種付け(メイティング)作業→1,100頭の雌羊を250頭の雄羊で自然交配。
11～3月	ラムの出荷時期→天候に恵まれると5カ月で出荷可能。
5月	1年で一番暇な時期→牧場の柵直し、灌漑設備の修理及び、家族旅行etc.
6月	冬の準備→真冬に備えてカブ畑作り、夏の間貯えた乾草を供与して牧草の不足を補う。
7月	真 冬
8月	出産シーズン入り
9～10月	仔羊の誕生シーズン→双子を生む確率50%。生まれた順に尻尾切り作業→直径2cm程の固いゴム輪を尾の付け根にはめる。
10月	トラクターを使って牧草地を耕し、肥料を散布する作業→広大な牧場の場合は飛行機やヘリコプターを使う。
11月	夏の始まり→牧草がいちばん良く育つ時期。冬に備えて乾草作り始まる。この年に生まれた仔羊のうち、雄を肉用として出荷しはじめる。
12月	真夏→乾草作りの最盛期。
1月	羊の毛を刈る作業(シアリング)を始まる。肉用羊の毛でも毛布やカーペットなどに加工される。

ているようだが、本来的にはこの国ではシープドッグという番犬を疾駆して羊を管理させているのである。そのやり方は牧童が吹き鳴す12音色の音を犬どもが聞き分け、素早く行動し羊を集めたり散らしたりして囲の中へ出したり入れたりまるで軽業師のごとくやってのけるのである。しかも面白いのは番犬には吠えるもの、羊をにらみつける犬とそれぞれ役割が決められているが、彼らが決

表4 農場のタイプ

(1972年6月末現在)

	経営数 (1)	面積 (1,000ha) (2)	(2)/(1)
酪農	19,296	1,513.4	0.078
牧羊	13,679	5,186.0	0.379
肉牛	7,387	1,992.4	0.269
混合畜産	6,057	2,665.2	0.439
計	46,419	11,357.0	0.244
総経営 (その他を含む)	62,789	19,030.4	0.303

出所：小倉武一訳編『ニュージーランドの食肉産業』70ページ。

してその境界をのりこえないことである。一方、この伝統的な管理方法と併せてしっかりしたシステムと近代的なハードを導入しているのは勿論のことである。

牧羊の形態

さて、牧羊の諸形態であるが凡そつぎの3つに分けて考えることができる。

① 100 ha 以下の小規模経営。小規模牧羊経営はそれは本業とせずまさに兼業であり、畜産的経営とはいえない。いわば臨時的牧畜農業経営である。それらは都市近郊に存在し、彼らは都市での収入を生活の基盤としている。尤もそれらの中には専門化された集約農家も含まれているが、その場合でも家計の2/3程度しか羊による収入は占めていない。ニュージーランドではこのような収畜経営は商業経営とはいわないようである。

② ①とは異なって(a)丘陵地の breeding farms(北島には6,800, 南島には1,200)と、(b)低地の集約的な農場=finishing farms(北島に4,500, 南島に9,500)とがあり、いずれも①と比べて数段に規模も大きく、集約的な商業経営が行なわれている。この商業的な経営の場合も牧童を使用しての家族経営であることには変りはない。牧羊農場での full-time 就業者のうち、雇用労働力は約30%といわれている。(その数は、全体で男12,000人、女1,300人)他は家族労働力であり、彼ら

表 5 面積規模別の牧羊牛農場数

規模(ha)	1972年	1979年	増減
10未満	1,957	4,410	+2,443
10～	1,542	2,165	+ 624
20～	2,298	2,916	+ 618
40～	1,924	2,100	+ 176
60～	3,552	3,174	- 378
100～	7,858(35.2)	7,048(32.2)	- 810
200～	7,637(34.3)	7,912(36.2)	+ 275
400～	3,891(17.5)	3,956(18.1)	+ 65
800～	1,157(5.2)	1,194(5.5)	+ 37
1,200～	843(3.8)	866(4.0)	+ 23
2,000～	501(2.2)	523(2.4)	+ 22
4,000～	406(1.8)	380(1.7)	- 26
100以上小計	22,293(100)	21,879(100)	- 414
総 計	33,566	36,643	+3,097

(Ag. Statistics; N. Z. Dept. of Statistics)

表 6 牧羊牛農場の形態別生産実績 (平均値) 1979～80

	(北 島)			(南 島)				混合
	急傾斜地	丘陵地	集約仕上	高地	丘陵地	仕上繁殖	集約仕上	
所 有 地(ha)	772	403	203	10,594	1,940	350	206	229
農 用 地(ha)	624	362	191	10,594	1,828	347	201	229
越 冬 羊 頭 数	4,170	3,147	2,127	8,126	4,782	2,946	2,627	1,610
越 冬 牛 頭 数	401	258	166	286	295	92	42	8
haあたり家畜単位	8.4	10.5	13.1	0.8	2.9	8.3	12.4	6.1
ラム出生比(%)	92.4	96.6	98.0	86.9	97.6	109.7	119.4	113.7
haあたり肉(kg)	89.5	124.9	184.6	5.4	32.9	110.3	185.8	90.6
haあたり羊毛(kg)	32.2	47.2	58.9	2.9	12.0	43.8	80.2	37.5
労 働 力(人・年)	2.23	1.79	1.55	2.70	2.31	1.93	1.76	2.05

(N. Z. Meat and Wool Boards' Economic Study)

表 7 綿羊総頭数の推移

	(6月までの1年)			(7月～)	(10月～)
	羊頭数 (百万)	対牛比	繁殖羊 (百万)(%)	ラム (百万)(%)	屠殺ラム (百万)(%)
1971	59	12.3	43 (73)	41 (94)	28 (68)
1972	61	11.4	44 (73)	41 (92)	27 (66)
1973	57	9.8	41 (73)	37 (91)	23 (62)
1974	56	9.0	40 (72)	37 (93)	25 (68)
1975	55	8.8	41 (74)	39 (94)	26 (67)
1976	56	9.3	41 (73)	40 (96)	25 (64)
1977	59	10.1	43 (72)	40 (93)	26 (65)
1978	62	11.3	45 (72)	40 (91)	26 (64)
1979	64	12.4	46 (72)	45 (99)	28 (62)
1980	69	13.1	48 (70)	50 (105)	32 (64)

(Abstract of Statistics, Dept. of statistics)

表 8 綿羊総頭数の推移

	羊頭数 (百万)	繁殖率 (百万)	屠殺ラム (百万)
1981	70	50	—
1982	70	52	—
1983	70	51	—
1984	70	51	35
1985	69	50	40

表 9 牧場タイプ別の粗収益構成比 (1980年, %)

	タイプ	羊毛	羊と ラム	ビーフ その他
北 島	Hard Hill country	45	29	26
	Hill country	45	31	24
	Intensive Finishing	40	29	31
南 島	High country	62	21	17
	Hill country	45	36	19
	Finishing / Breeding	45	39	16
	Intensive Finishing	41	42	17
	Mixed Finishing	22	23	55

(Meat and Wool Boards' Economic Survey)

は自分で農場を所有し、自ら専門的に農業労働に従事しているわけである(男 27,000, 女 3,000 人)。これら商業的牧場数は 22,000 箇所ある。

以上の牧場労働者のほかに 6,000～7,000 人の臨時請負労働者がいる。彼らは剪毛、棚造り、低木切り、灌漑などの簡単な農業労働に従事している。

羊肉といえばラム・ミート

ジンギスカン鍋に利用されるいわゆるマトン肉はニュージーランドではラムと羊毛生産の副産物として考えられており、世界市場で羊肉といった場合はラムを指すのであるが、900 万頭の廃羊から 20 万トンのマトンが生産されている(1980 年)。この 20 万トンのマトンの国内消費は毎年平均 6.5 トン位で他は日本などに加工肉(ハム、ソーセージなど)の原料として輸出されているようだ。世界市場で羊肉といえばラムを指すわけだが、小羊は生後 4～6 週でその約 2/3 がラム生産に向けられる。年間 40 万トンのラムの枝肉が生産されるが、その内、ニュージーランドでの国内消費はわずか 3 万トン前後で他は総て輸出に向けられドルを稼ぎ出すことになっている。

輸出用の肉は、枝肉相場表によって販売される。この相場表(Schedule)は家畜を屠殺処理、加工冷凍する主な商社(冷凍会社)が毎週集まって作成するものであり、農家はこの相場表を参考にしながら羊を直接に冷凍会社に売り込むことになる。代金の支払いは屠殺時に支払われるのでその後の価格変動の危険負担は商社側にある。Meat Board はこの価格表を妥当と見ない場合は、農家に自己の価格表を呈出することをリコメンドすることができる。この農家見積価格による場合は、その後の相場価格の変動の危険は農家が負担することになる。

輸出農業協同組合が輸出する場合には(協同組合が屠殺工場を持っている)、屠殺時に相場表の 90%を支払い、残りはシーズンが終って清算するというのが通常のようである。

ラムの屠殺、生産は 12 月、1 月に、子牛のそれは 6 月から 8 月に、成牛のそれは 3 月から 6 月という具合に牧草の季節性に対応して行なわれるのは、ニュージーランドの牧畜のサイクルに歩調を合せたものであり、その限りにおいて冷凍屠殺施設の遊休はニュージーランドでは不可避のものとならざるを得

ない。

ニュージーランドの畜産物の生産流通において、忘れてはいけないのは肉製品についていうならば“Meat Board”の存在である。これは The New Zealand Meat Producer's Board(N.Z.M.B)を指す。農民のための肉の市場管理を許されて 1922 年に設立を見たものである。最初は食肉の輸出のみに関係していた。Meat Board の財源は主として家畜屠殺時に支払われる税によるものである。例えばラムの場合は一頭当り 20 セント(成牛は 3.3 ドル)、そのなか戦時・戦中から引きついだ「食肉商業積立金」(1 億ドル)がある。Board の委員は 6 人が農民から選出、そのうち 1 人は酪農代表、他 2 名が政府委員、その他 1 名合計 9 名ということになっている。

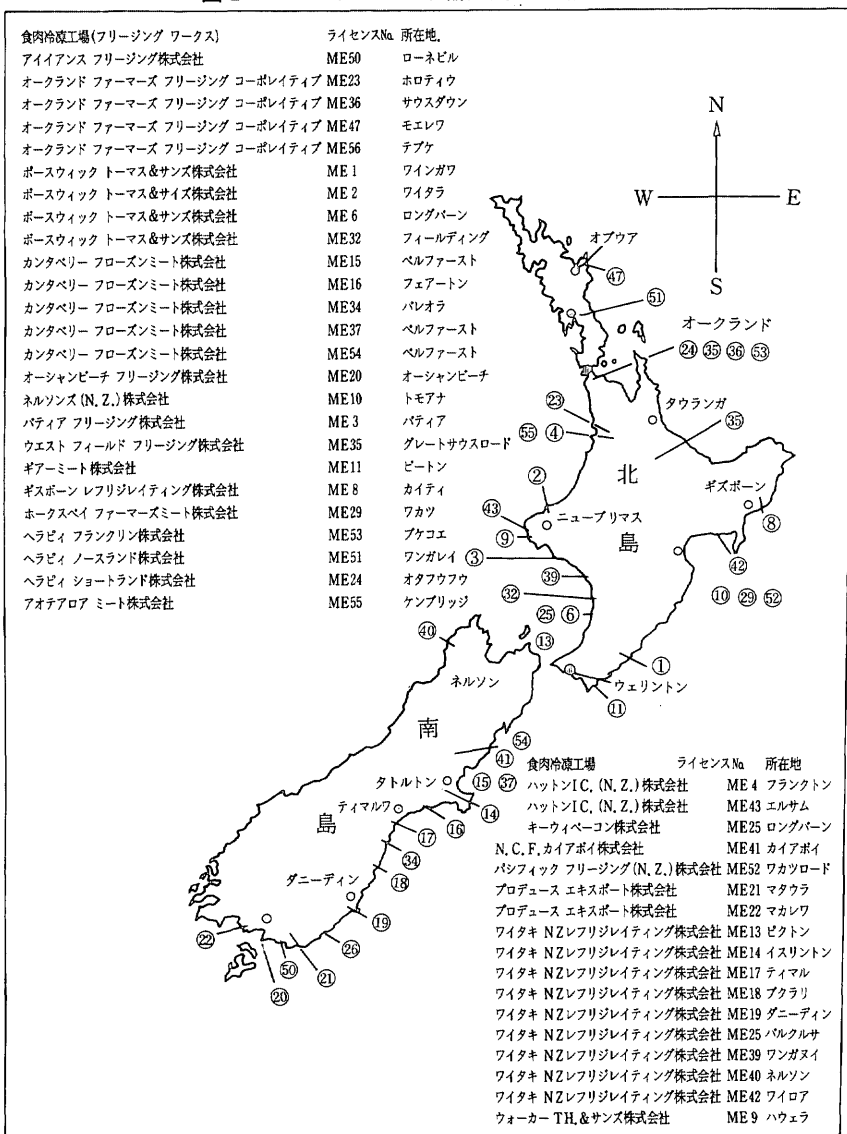
ミート・ボードの役割

Meat Board は委員構成から想像されるように半官半民といったところでの権限はつぎのように広い。

1. 輸出肉の品質と等級の管理
2. 船積料金の交渉、輸出業者への船腹の割当、輸出肉供給の調整
3. 海外市場における販売促進活動
4. 食肉輸出許可の認否につき農水大臣への勧告
5. 発展途上国への独占販売、あるいは独占販売会社の指定
6. 輸出業者から生産者に出された相場表の検討ならびに必要な応じて所見の表明
7. 輸出先国多国化に関して罰金制度の運用
8. 食肉の取引
9. 価格平準化制度の運用ならびに政府の最低価格補償制度の管理
10. 生産者の利益のための経済調査、製品開発、商業企画に対する出資。

以上のごとく Meat Board の権限はあくまで生産農民保護、引いてはニュージーランドの重要産業である羊産業の保護育成がその目的であるが、その権限の施行は具体的には、主として製品の格付け、船積調整、海外での販売促進、輸出業者の認定といったところで、極めて控え目であったようである。

図2 ニュージーランド輸出食肉工場分布図



輸出業者としては農民委員も含めて別の輸出肉協議会なる機関(1971年設立)をつくって Meat Board 当局と交渉し、仲間うちでの混乱をさせているとのことである。

第2章 ラム・ミートの生産と販売

冒頭にのべたごとく、英国が EC に加盟して積極的な活動をする以前においては、ニュージーランドは英国自治領の一環として、ニュージーランド産の畜肉はそのほとんどが英国向けに出荷されていたのであり、それは第2次大戦中英国とニュージーランドで結んだ協定(Bulk Purchase Contract)によるものであり、その協定の終了と共にニュージーランド産の肉は急速に米国及び日本へ向うこととなった。たとえば1960年には牛肉の3/4が米国へ、そしてマトンの約半分が日本へそれぞれ輸出されている。ただラムに限っていえば日本では家庭の食卓に上る習慣も薄かった関係で、英国市場向けのものが1960年代にも大きなウェイトを占めていた。

しかし英国の EC 加盟以来少なくともラムの市場は英国では今後積極的な拡大を見る可能性は非常に小さくなったといえる。そこで英国市場で拡大すべき積極的努力は米国に向けられることになった。米国における国民1人の所得水準も高く且つ過去においてラムに関する経験も多少あったこともあり、Meat Board は新市場開拓ということで、DEVCO(Meat Export Development Company)という北米における一手販売会社を設立しこれを積極的に応援することになったのである。

Meat Board は DEVCO と並んで、海外マーケットの多元化をはかることを考え、英国市場の縮小を解決しようと試み、輸出業者にあらかじめ達成目標量を示し、この目標値に達しない場合はある種のペナルティーをかけることにした。このことは海外マーケットの多元化に大いに効果があり表10のごとく、いまやニュージーランドの羊肉は世界各地に出荷されるようになった。

表10 Lamb & Mutton Ship ment By

MEAT SHIPMENTS BY DESTINATION

In tonnes

Years ended 30 September

DESTINATION	LAMB		MUTTON		BEEF & VEAL		OTHER		TOTAL	
	1984	1985+	1984	1985+	1984	1985+	1984	1985+	1984	1985+
EEC										
Belgium/Luxembourg	2,117	3,072	307	225	35	—	236	939	2,695	4,236
Denmark	1,592	1,402	22	1	16	—	8	—	1,639	1,402
France	3,745	3,493	107	86	—	2	3,835	3,409	7,688	6,990
Germany Fed.	6,912	7,149	1,882	3,219	7	46	504	191	9,304	10,605
Greece	11,719	8,154	1,305	1,366	15	21	1,801	1,376	14,841	10,917
Italy	4,195	4,839	74	76	5	—	588	538	4,861	5,454
Netherlands	1,893	1,844	700	3,498	16	—	1,949	2,022	4,558	7,364
United Kingdom	123,558	135,068	14,996	17,860	221	112	36,892	39,088	175,667	192,127
Total	155,732	165,021	19,394	26,330	315	182	45,813	47,564	221,254	239,097
OTHER EUROPE										
Austria	283	245	22	—	4	—	—	—	309	245
Finland	—	—	—	—	—	—	394	506	394	506
Norway	41	2	34	17	10	—	—	7	85	26
Sweden	11	11	—	—	—	—	49	31	60	42
Switzerland	1,049	897	34	36	—	—	74	56	1,157	988
Total	1,384	1,154	90	52	14	—	517	600	2,006	1,807
MEDITERRANEAN										
Canary Is.	39	587	—	—	—	—	—	99	39	686
Cyprus	852	240	166	16	209	158	107	48	1,334	463
Cibraltar	25	30	1	—	—	—	4	20	29	50
Malta	129	137	62	37	—	3	107	51	298	229
Portugal	—	—	—	—	—	—	91	—	91	—
Spain	9	—	—	—	—	—	—	—	9	—
Total	1,054	994	229	53	209	161	309	218	1,800	1,428
EASTERN EUROPE										
German Dem. Rep.	—	1,081	—	202	—	—	—	—	—	1,283
Hungary	3	—	8	—	—	—	—	—	10	—
Poland	587	17,503	—	—	—	—	—	—	587	17,503
USSR	44,796	—	2,558	15,578	—	—	—	—	47,354	15,578
Total	45,386	18,585	2,566	15,780	—	—	—	—	47,952	34,365
NORTH AMERICA										
Canada	4,732	7,795	1,924	1,318	16,205	23,709	142	154	23,002	32,976
Mexico	—	168	—	46	—	—	—	—	—	214
St. Pierre & Miquelon	7	1	—	—	24	6	3	2	35	8
United States	6,195	11,545	33	514	134,237	172,435	540	670	141,005	185,164
Total	10,935	19,509	1,957	1,878	150,467	196,149	685	826	164,042	218,362
CARIBBEAN										
Ass. Caribbean States	7	53	—	1	27	35	9	7	43	96
Bahamas	194	253	69	72	7	29	8	22	278	376
Barbados	222	556	8	15	433	810	44	76	708	1,457
Belize	6	—	—	—	6	—	—	—	13	—
Bermuda	255	233	—	1	840	636	41	59	1,136	929
Dominica	2	3	—	—	3	5	1	2	6	9
Fr. West Indies	1,151	1,180	40	71	44	75	104	148	1,340	1,474
Jamaica	—	59	228	117	16	25	—	11	243	213
Neth. Antilles	16	9	52	29	36	20	52	73	156	132

DESTINATION	LAMB		MUTTON		BEEF & VEAL		OTHER		TOTAL	
	1984	1985+	1984	1985+	1984	1985+	1984	1985+	1984	1985+
Panama	15	8	—	—	13	9	3	2	32	19
Puerto Rico	—	10	—	5	31	15	—	—	31	30
Trinidad & Tobago	330	270	73	20	1,003	2,405	32	211	1,438	2,906
Virgin Is.	11	11	—	—	34	28	—	—	46	39
Total	2,208	2,645	471	331	2,493	4,092	296	611	5,469	7,690
SOUTH AMERICA										
Chile	—	—	—	—	—	—	301	493	301	493
Fr. Guiana	59	57	2	—	—	14	2	3	64	74
Peru	200	2,903	976	—	—	—	—	70	1,176	2,973
Venezuela	—	—	—	—	—	4	—	7	—	11
Total	259	2,960	978	—	—	18	304	572	1,541	3,551
MIDDLE EAST										
Bahrain	481	586	38	87	452	373	93	69	1,094	1,115
Egypt	3,150	2,694	14	8	—	—	354	442	3,518	3,144
Iran	149,066	119,546	—	—	—	1	—	—	149,066	119,547
Iraq	284	1,912	—	—	—	—	—	—	284	1,912
Israel	—	—	—	—	—	—	4	—	4	—
Jordan	4,609	5,279	—	—	—	—	197	339	4,807	5,618
Kuwait	7	95	—	30	14	51	32	68	53	244
Lebanon	—	—	—	3	—	—	78	199	78	201
Oman	1,814	1,799	475	1,260	354	265	138	84	2,781	3,409
Qatar	157	148	28	23	54	18	11	37	251	225
Saudi Arabia	9,518	10,624	1,867	702	745	446	2,009	1,708	14,138	13,479
United Arab Emirates	2,378	777	358	555	455	340	181	63	3,371	1,734
Yemen	—	—	—	—	—	—	15	—	15	—
Total	171,464	143,459	2,781	2,668	2,081	1,493	2,759	8,009	179,431	150,629
AFRICA										
Cameroun	—	82	—	19	—	—	—	3	—	104
Gabon	—	38	—	—	—	—	—	—	—	38
Ghana	—	—	—	—	34	—	—	—	34	—
Ivory Coast	—	18	19	31	—	—	—	—	19	49
Mauritius	611	630	79	12	—	1	424	522	1,114	1,165
Reunion Is.	93	101	4	2	—	—	4	5	101	107
Sierra Leone	—	—	—	—	—	—	1	—	1	—
South Africa	—	—	—	—	—	—	26	—	26	—
Sudan	4	5	—	—	17	18	2	1	23	24
Tunisia	—	420	—	—	—	—	—	48	—	468
Total	707	1,294	102	64	51	19	457	579	1,318	1,955
SOUTH ASIA										
Borneo	3	10	1	1	—	1	—	1	4	13
Brunei	2	1	—	17	—	7	—	—	2	26
India	6	4	6	15	23	24	4	2	38	45
Indonesia	117	79	—	1	455	431	212	231	784	742
Java	—	—	—	—	—	—	2	—	2	—
Malaysia	445	523	758	2,434	258	410	111	502	1,571	3,870
Philippines	30	9	—	—	35	55	14	24	82	88
Singapore	1,086	962	984	637	2,250	2,136	166	95	4,485	3,829
Sri Lanka	5	9	3	4	2	4	—	—	10	17
Thailand	54	23	1	11	34	13	5	—	94	47
Total	1,748	1,620	1,753	3,120	3,057	3,081	514	855	7,072	8,677

DESTINATION	LAMB		MUTTON		BEEF & VEAL		OTHER		TOTAL	
	1984	1985+	1984	1985+	1984	1985+	1984	1985+	1984	1985+
NORTH ASIA										
Hong Kong	572	663	216	191	2,427	2,186	346	233	3,560	3,273
Japan	15,501	14,148	19,556	21,792	6,239	4,986	3,848	4,565	45,144	45,490
Okinawa	11	17	83	—	1,671	2,470	50	64	1,815	2,551
South Korea	1,811	2,938	9,168	10,557	2,577	1,423	238	145	13,794	15,062
Taiwan	131	21	3,350	2,340	1,533	1,903	10	—	5,024	4,265
Total	18,026	17,787	32,373	34,880	14,447	12,968	4,492	5,007	69,337	70,641
PACIFIC										
American Samoa	244	409	—	—	211	304	2	5	457	719
Australia	6	6	2,752	1,106	1,595	3,460	2,228	1,261	6,580	5,835
Caroline Is.	—	—	—	—	—	—	3	—	3	—
Cook Is.	109	123	21	11	71	86	35	90	236	309
Fiji	3,241	3,814	146	232	126	370	294	302	3,807	4,718
French Polynesia	514	570	42	49	1,983	1,979	252	273	2,791	2,871
Kiribati & Tuvalu	—	—	—	—	—	—	8	4	8	4
Guam	17	13	—	—	610	702	2	—	628	714
Marianas Is.	—	—	—	—	55	103	1	—	56	103
Marshall Is.	—	—	—	—	11	28	—	—	11	28
Naru	1	—	—	—	4	—	10	7	15	7
New Caledonia	113	214	13	7	352	242	94	87	572	550
Vanuatu	11	12	—	—	—	—	2	3	13	15
Norfolk Is.	21	23	—	—	41	64	6	14	68	101
Papua New Guinea	5,852	5,859	1,058	1,368	1,068	2,238	672	1,390	8,649	10,855
Solomon Is.	112	87	48	5	38	15	6	6	203	113
Tonga	2,244	2,386	55	6	51	38	145	272	2,495	2,757
Western Samoa	1,562	1,908	6	22	78	247	26	27	1,672	2,204
Total	14,047	15,426	4,141	2,860	6,295	9,876	3,785	3,742	28,267	31,905
Total Shipments	422,946	391,464	66,834	88,018	179,425	228,040	60,285	63,584	729,490	771,106

+ Provisional

Note : Totals may not add up due to rounding.

Source : New Zealand Meat Producers Board.

マーケティングの不得手のニュージーランド

わが国にラムが輸入されたのは1970年が最初であったが、日本人の口に合わないせいかその後、需要は余り伸びず現在やっと15,000トン前後であるが、今後の見通しとしては、その値段の安さも相まって(1頭当り原価で1,400円)その需要は有利に展開するのではないかと期待されている。

たとえば日本市場ではチルド・ラムが冷凍されずに生肉に近い状態で空輸されて、風味・色、肉質が最近では再評価されるようになっており、現在ヨーロッパなどで評判のよいブレンズ、スウィートブレッド、キドニー、タン、レバーなどがファンシーミートとして最近日本へも入って来ており、グルメの間で新しいラムのアイテムとして期待されている。

Meat Boardは前述のごとくあくまで生産者—農家の利益を擁護するための集団であり、その意味で海外での羊肉の暴落は防がねばならない立場にあるが、そうはいっても未開拓な市場(たとえば日本のような)に入っていくためには他の動物たん白質との価格競争に勝たねばならぬというジレンマがあるわけである。輸入業者とすればなるべく安く輸入し利益の幅を大きくしようとなる。そこで考えられるのが独占輸入という方法であるが、Meat Boardとしては輸出の多角化と輸入の独占化による海外市場でのラムの価格の暴落を防ぐために、とくに中東地区では輸入業者を指定したり、あるいは輸出業者間で協定を結ばせるという手段を講じているようだ。こういった方法によってMeat Boardは1979年には、イランとの間で4年間で最低20万トンの売買契約に成功し、これにつづいて他の中近東諸国との間でも続々契約が結ばれつつあるようだ。そうなる中近東は英国につぐ大きな市場へと発展してきたといえよう。勿論中近東における地域戦争などの政治的な不安定要素も考慮に入れねばならないが、それにしてもニュージーランドは今後は英国への依存をこの面では着々と低めて行くことになるのではあるまいか。ニュージーランドのラムの全輸出量に占める中近東地区の割合は1984年に50.5%、1985年には36.6%となっているのに対して英国のそれはそれぞれ29.2%、34.5%である。

ニュージーランドの経済を支えている牧畜産業の中でも畜肉、とくにラムミートについて考えねばならないのは自国消費ではなくその輸出の側面である

ことは前述のとおりである。それではその海外マーケットにおけるラムミートの在り方であるが、小売の段階、そこではスーパーマーケットにおける冷凍ショーケースの中でのラムミートの自己表現・ディスプレイであるが、それは一口にいて余り上手とはいえないようだ。消費者、とくに未知の市場における消費者へのプロモーションはせつ劣であってはならない。とくに英国での市場についていうならば、ニュージーランドで、生産加工の段階では、ラム肉を高級づける工夫はなされているが、具体的には輸出されるのは殆どすべてが冷凍枝肉であり、しかも消費者指向の体裁をととのえてはおらず精々一次カットされて皮と脂肪のついたままで消費地へ送り込まれ、それは消費肉というよりは寧ろそれ以前の嵩ばる貨物として姿を現すのである。輸入業者として単位当たり少ないマージンで大量に取引することによって利益をあげようとするが、そのままでは消費に直接にはつながらないはずである。

輸出業者は輸入業者によい価格で買って貰えればと、あまり直接的に考えすぎて、輸入されてからその先どのように消費者の手にわたらせればよいのかということを効率的に考えないのが実情であり、これではラムミートの消費に伝統的慣習のある英国においてですら、そのラムマーケティングの在り方は十分とはいえない。しかし、ここに来て Meat Board はいささか考えるところがあって米国のマーケットでは、英国の場合と異なり、前述の米国における Meat Board の一手販売会社である DEVCO に、極めて市場志向の強いプロモーションのやり方を指導しラムミートの米国における販売にとりくむことになった。それは、DEVCO はプリパッケージしたブランド附のカット肉の販売を行ない、それは何の特色もない肉片の塊りとしてラムミートを扱うのではなく、ラムミートを5つの部分に分けて、部分肉(leg, shoulder, loin, rack, shank)に分け、それぞれ料理方法を示して売り出しており、ここでは DEVCO は徹底したマーケティング、セグメンテーションをやっているわけである。英国の場合は、米国のようにはいかなかったのはカット肉に対して高関税を賦課したり、Meat board が指導する前に彼らは、伝統的な料理法を熟知しており、英国は始めから大雑把な国であるアメリカとはあるいは事情が異なっていたのかも知れない。日本の場合は日本人の器用さ、伝統的なライフスタイルを考えるとアメ

リカの場合よりもある意味で英国に似ているのかも知れない。

中間マージンの大きなラムミート

それにしても新しいラムミートの市場の事情は以前のそれとは世界的に異なっており、ニュージーランドの今後の新市場の開拓には新たな感覚が要求されるところであろう。

今後 Meat Board は新規な方法として海外市場については、一応国内で生産加工された輸出用ラムミートを Board が全部買取り、1982 年からは輸出業者を海外における販売代理店に指定し、発展途上国では販売独占協定を結ばせるといふ新しい方法を研究しているようである。要するに発展途上国あるいは計画経済を基軸とする国にあっては買手側の窓口が一本化しているので売の方の側も個々バラバラではなく一本化する必要にせまられているようである。

つぎにラムミートの価格の件であるが、そのウエイトが低くなってきたとはいえ、その価格決定における英国の地位は未だに高く、いまでもロンドン価格が世界のラムミートの価格に大きな影響を与えていることは事実のようである。この 10 年間に、世界のインフレーションと歩調を合せて、ロンドンにおける標準のラム価格も 3.7 倍に上がった(13~16 kg 枝肉)のであるが、ニュージーランドの農家の生産者価格の手取りは 2 倍にしかならないのが現状である。ニュージーランドの放牧農家の間で問題になっているのはロンドンでの標準価の値上りもさることながら、むしろ市場価格と農家の生産者価格との現状差額の開きの拡大化傾向である。考えられるのは増大する中間マージン、屠殺冷凍処理工場における費用の上昇あるいは船積み費用の上昇がそれぞれの理由はあるにしても、もう一度考察する必要があるであろう。

南島のオークレー牧場でのラムについて考えるとそこでは生体出荷量 50 kg を目標にしているようだが、その場合仔羊 1 頭から得られる水揚げ高は

毛皮…… 4 NZ ドル 枝肉(20 kg)…10 NZ ドル

合計 14 NZ ドル(1 頭当り)

と報告されている。現在 NZ ドル 1 ドル=100 円で計算すると仔羊 1 頭 1,400 円ということになる。20 kg で 1,000 円、ラムミートでゆくと 1 頭分 1,000 円とい

表11 ラムの生産者価格の推移 (NZ cents per kg)

(年 度)	1978	1979	1980	1981 season. high	low
安 定 最 低 価 格	72.0	86.0	113.0	116.0	116.0
不足払最低価格	—	68.0	110.0	145.0	145.0
相 場 表 価 格 (補給金含む)	76.6	93.3	115.7	149.0※	145.0
相 場 表 価 格 (補給金含まず)	76.6	93.3	115.7	124.0	124.0

(MAF Commodity Reports) ※不足払額はすべての食肉会社に一律に支払われるので、それを含めると不足払最低価格をこえることがある。能率のよい会社は農家により高く支払うことができる。

表12 牧羊農家の受取価格と支払価格の指数

(年度)	受取価格	支払価格
1975	100	100
1976	126 (26%)	119 (19%)
1977	120 (△ 5%)	137 (16%)
1978	148 (23%)	150 (9%)
1979	175 (18%)	183 (22%)
1980	195 (11%)	227 (24%)

(Econ. Review and Ag. Data) () 内は対前年比。

うことになる。

これがロンドン市場では1頭当り18ドル(米)となっているから日本円で2,520円となる。1,520円が中間マージンということになる。1960年には生産者の受取価格の割合は御売価格の60%を占めていたのが、現在では上の数字から見ると39%になっている。逆に中間マージンの占める比率は40%から61%にあがっていったことになる。ここでその内容を分析すると、その理由としては、フリージングワークにおける衛生規準の強化に伴う費用増、他方同所における労働組合による労賃の値上り、加工処理上における運賃料の急騰等々とその要因が考えられるのである。政府のこういった事態を考慮して、ラムミートの価格安定のために最低価格制を施き農家に補助金を支出することになったのである。

対価格変動政策は

そのあらましを以下のべると、ラムミートの価格変動に対する安定の制度は、Meat Board の管理運営に当って、すでに 1955 年から試みられていたものであり、1966 年からそれが包括的になったようであり、結局これは高い時の価格の貯えで低い時の価格をカバーするやり方である。この場合は自己資金によるやり方といえよう。補給金の基準の最低価格は、政府代表 2 人と Board 側委員 2 人と中立の議長が構成する食肉輸出価格委員がこれを決定するのであり、その内容は、当該シーズンと予想される来シーズンの価格を参考にして決められるのであり、その時までの市場価格の 3 年の移動平均の 10 % 以内に設定され、もし実際の相場価格表の価格がそれ以下であった場合は、Meat Board から補給金が支払われることになる。場合によっては補給金が予算をオーバーすることがあり得るのであるが、Meat Board の話によると今のところ予算範囲内ですまされる様である。因みに現在の畜肉勘定は黒字であるようだ(羊肉 730 万ドル、牛肉 1,330 万ドル)。なお不足支払いはすべて食肉会社に一括支払いになるので、能率のよい成績のよい会社は農家により高い金額を支払うことができる。

もちろん羊飼育の損益収支は羊肉の価格変動により毎年変化し、常に一定であることはできない、しかも卸売価は高騰しても、農家の手取りはそれ程大きくならないという矛盾があり、いまや農家は、生産者価格と生産費用の高騰の谷間になやまされ、生産拡大に必要な純益も確保できず、現状維持がやっとという状態のようである。輸入物資に頼る原料費用——たとえば、肥料とか燃料の高騰もさることながら、国内産の原料の費用も国際市場の値上りからこのところ急騰しているようである。

ラムのヨーロッパ向け輸出における役割について Meat Board は図 3 のようにのべている。

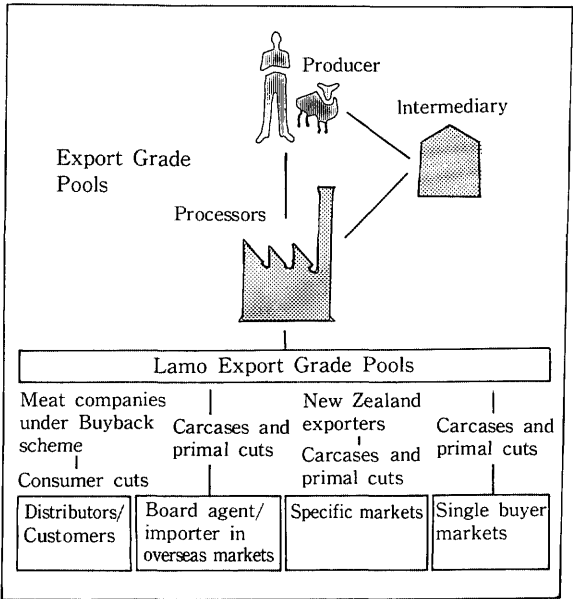
現実には農家の生産所得、利益はこのところむしろ減少気味であり、このことについて政府は生産規模の拡大、濃密化によってその発展をねがうべく農家に拡大投資の刺激策として、輸出肉の最低補償制度を実施しているようだが、この結果、200～1,000 Ha 規模の牧場ではこのところ投資増が積極的であると

3

Exporting under BUYBACK Scheme

The Board takes control of all lamb killed for export. The aim of the scheme is to give meat companies the opportunities to buy carcasses for further processing' and export through their own channels. Most of the consumer cuts will be sold in Europe by distributors appointed by the 17 or more companies involved in buying carcasses from the Meat Board.

Pooling Sheepmeat for Export



の話である。

拡大投資で最大のアイテムは広大な国土とはいえ、やはり土地への投資である。政府は牧場入手に対して低利融資を行い、且つ投資減税を行っており、この場合家畜の増加が重要な条件となっている。このほかに聞くところによると牧草、肥料の購入にさいして低利資金を政府は提供していた様だが、この方法は国際市場においてダンピング輸出を助長するものとして批判が行われているようである(日本の場合の米の補助金と似ている)。

いま一つの土地について、問題になっている事柄をのべると以下のごとくである。すなわち、前述の通り牧羊経営はこのところ先行き余り芳しくないにも拘わらず、1970年以降牧場向きの土地の値上りがニュージーランドでは大きく、年率15%にもなっている。これは土地購入に際して低利資金が使われているためであるといわれており、それは土地購入資金の補助が投機的に利用されるためであるとのこと、このことが逆に農民に対して相対的に過大評価された土地の購入をしいる結果となっている。ニュージーランドの牧羊業はこのままで行くと前述の補助金によるラムミートの所得保証と相まって、ニュージーランドの牧羊業を将来ますます、国際競争に逆に弱いものとするであろうとの批判の声もある。

第3章 ニュージーランドの製造工業と観光について

片やここでニュージーランドの製造部門に眼をやると、ここでは隣国のオーストラリアと同じく、その多くは輸入代替化工業といえる。たとえば電機産業について見ると、重要部品は日本などの海外諸国から輸入しそれを国産部品と組み合わせて完成製品を組立あげるというやり方であり、しかも多品種少量生産であり、効率性は極めて低い状態である。従って工業製品の生産コストは一樣に極めて高いということになる。

いささか資料は古いが輸出構造の変化につき、故入江成雄教授の論文「経済発展一次産品輸出——ステーブル理論とニュージーランド経済——」(『貿易と関税』1984.10)を参考にさせていただき、若干ふれることにする。

表13 ニュージーランドの輸出構造 (単位: 100万NZドル, 1975年価格)

年	SITC	0 類	1 類	2 類	3 類	4 類	5 類	6 類	7 類	8 類	9 類
1971		973.1	2.2	483.8	12.9	15.8	48.6	89.6	29.0	16.3	0.1
72		1165.6	2.3	609.0	13.6	12.3	45.6	128.5	33.0	16.8	0.1
73		1249.4	2.8	811.3	8.9	16.9	51.0	153.3	48.2	20.0	0.1
74		1000.8	2.6	625.1	10.7	20.6	47.8	155.2	52.3	21.3	0.3
75		906.4	3.1	482.4	20.2	17.4	35.3	173.8	58.1	25.0	0.3
76		1095.6	3.5	701.4	29.3	26.9	60.1	258.1	71.2	43.9	0.3
77		1066.7	3.5	716.3	29.6	29.1	75.1	277.2	74.3	56.9	0.1
78		1052.5	3.3	675.6	25.8	23.9	70.9	300.4	77.7	55.3	0.1
79		1202.8	3.1	774.8	33.3	25.2	91.9	344.6	88.9	60.4	0.3
80		1266.8	4.3	733.1	31.8	26.8	107.7	371.1	98.5	64.5	0.2
81		1340.6	6.3	632.7	37.6	24.6	102.5	363.0	106.6	78.0	0.8

注: 卸売物価指数が入手できなかったために実質価格は市場価格を消費者物価指数でデフレートしたものである。

出所: United Nations, *Statistical Yearbook for Asia and the Pacific* 1981.

同教授は同論文の中で、カナダの経済史学者であり、ステープル理論の主唱者の一人であるハロルド・インニースの学的業績を引用されながら、「ステープル」(主力商品)は資源集約的な輸出品を意味し、この場合、天然資源のみならずそれを原料とした二次加工品も含まれているようである。同教授の論旨より推察するとニュージーランドの工業は「ステープル(を天然原料とする輸出品)」が輸出部門に直接、間接繋がることによって、カナダでそうであったように、そのこと自体がニュージーランド経済をおしあげているとしている。同教授は10年近くニュージーランドの首都ウェリントンにおられたのだが、彼はニュージーランドは農業国であるにも拘わらず農業人口は相対的に少なく、人口比率は10~12%程度であることを指摘されており、それは同国の製造工業就業者が22~25%も占めていることから見るとその通りである。しかもそれらの工業従事者は輸入代替産業として従事している。たとえば同国の化学製品(SITC 5類の化学製品)は原料別製品の輸出と双壁をなしており、かなり多いのであるが、第5類のそれはカゼインなどの酪農製品あるいはパルプ、紙製品といった二次加工品であることを指摘されている。すなわち SITC 5類などの輸出増加は日・米をはじめとする先進工業国の民間直接投資が結実しつつあり、それらがこのような資源加工輸出の増大となって現れたのであると指摘されているとしている。(王子・カーター・パンパシフィック CO)アルミ生産輸出工業なども紙

パルプの場合と同様であり、それは米国のカイザー・アルミ社の子会社であるオーストラリアのコマルコ社と日本メーカーの2社の合併事業によるものである。

いずれにしてニュージーランドの場合、牧羊産業が輸出で大きな役割を果たしていることと相まって、このような天然資源を原料とした輸出製品がこの国の経済を支えていることは事実であり、ニュージーランド経済もオーストラリア、カナダの場合と同様にこのステープル経済理論が妥当するものといえることができる。

最後に観光面でいかにニュージーランドへ、わが国の関心が強いかの点について考えて見よう。

電波、活字媒体等のマスコミによる報道によればわれわれ日本人にとって当地は、

農村の牧歌的風景、牧畜農家ヘファミリーステイ、マオリ(風俗区)の文化遺産、夏スキー、火山と氷河等々と観光資源は日本人の関心を最高に刺激しているようだ。ニュージーランドの year book によれば(1984年度)、同地を訪れる日本人観光客数はニュージーランド・エアラインの直航便がオークランドへ直航通するようになってから、このところ急速にその数はつぎのように増加している。

1976年…… 7,696人

77年…… 9,900人

78年……13,152人

83年……34,661人

現在ではオーストラリア、米国について、日本人の観光客はニュージーランドにとって英国、カナダを追いこして3番目となっている。

さらに今後ワーキング・ホリデーなどによってますます日本とニュージーランドへの行き来は広まって行くことが予想されるのである。私はクライスチャーチの土産店に入ったところ日本人の婦人の店員がショッピングを色々手伝ってくれたが、役女は英国人(ニュージーランド人)の奥さんであった。また Mt. クックエアラインの日本人観光者向のガイドはやはり日本の女性で、同じく英

国人(同上)と結婚している大阪出身の女性であった。その他仕事でニュージーランドに居住してそのままニュージーランドの国籍人になった九州の日本人男性もいたというわけで、いまやわが国とニュージーランドの関係はこと程左様に深くなりつつある。因みに日本にはニュージーランド・ポリネシア経済研究会なる専門学者の団体もあり、これはニュージーランド大使館と極めて密接な連絡をとりつつ彼の国の経済を研究勉強している学者集団であり、不肖私もその一員であることを附記させていただく。なお私はニュージーランド経済については専門家ではないので諸賢の御指摘をいただければ幸甚に思います。

(1987.5.3)

〔参考文献〕

- (1) New Zealand Official Yearbook, 1984. (Department of Statistic Wellington)
- (2) 川端俊一郎『ニュージーランドのラム・マーケティング』(開発論集, 昭和 60. 2)
- (3) 『ニュージーランド』(ブルーガイド海外版, 実業之日本社)
- (4) 『ニュージーランド』(ジェトロ貿易市場シリーズ 225, 日本貿易振興会)
- (5) 水山一彦『ニュージーランドのラム肉産業／86 春——健康でクリーンな食肉・ラムの生産～加工処理工程を見る——』
- (6) 水山一彦『ニュージーランドの産業の現況と展望』(ニュージーランド・ポリネシア研究会 News No.3. April, 1987)