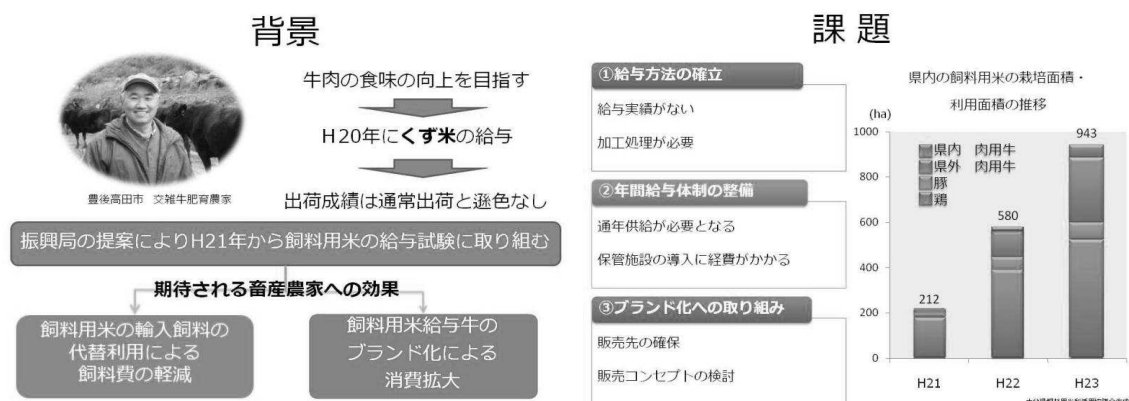


16. 肥育牛への飼料用米給与の取組み

北部振興局
○酒井奏 植木佳孝

【背景・目的】

北部管内における飼料用米の肥育牛への利用は、給与による食味の向上を目指し、2008年から豊後高田市の交雑牛肥育農家での給与試験を契機に始まった。地元産の飼料である飼料用米を活用できれば、新たな消費拡大や飼料費の低減など、畜産農家への経営安定効果が大きいと考えられる。飼料用米の肥育牛への給与から牛肉の販売に至るまでの一連の取組みについて報告する。



【課題】

飼料用米利用を肥育牛に推進する上で、3つの課題があった。

1つ目は、県下で飼料用の給与事例がないことである。

県内では鶏・豚への利用が先行しており、牛での飼料用米利用は副産物である稲わら利用にとどまっていた。また牛への利用には加工が必要で、全国的にも取り組み事例は少数であった。そのため、飼料用米の給与方法の確立に取り組んだ。

2つ目は、年間通年給与の体制である。

飼料として継続利用するためには、通年給与が必要となる。畜産農家が独自で通年利用するために保管施設や加工機械を導入するとそれだけで経費が過大にかかり、経営改善にはつながらない。

3つ目は、ブランド化への取組みである。

鶏、豚では既に飼料用米の給与した鶏卵や豚肉等の畜産物を消費者に対しPRし、有利販売を行っている。牛肉においても複雑な流通体制の中で飼料用米給与牛の特長をPRし差別化販売に結びつけるためには、生産者と流通業者が連携しブランドに取り組む必要がある。

【取り組み内容】

(1) 給与方法の確立

肥育牛への米の給与は2007年に開催した、飼料用米利用講習会を契機に始まった。

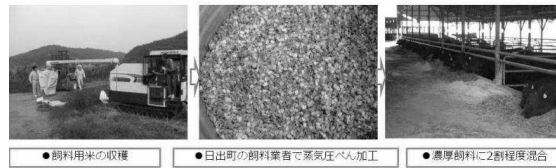
2008年のくず米給与の予備試験により、米が飼料として利用可能とわかり、本試験では交雑牛130頭に対して、濃厚飼料の2割まで代替可能か検討を行った。

さらに、食味向上をねらい給与期間を出荷前6ヶ月間まで延長し、おいしさの指標と言われている不飽和脂肪酸の調査を実施した。年間給与が可能になってからは、作業性をより向上させるために牧場全体の肥育後期の段階の牛に給与を開始した。

① 給与方法の確立

実施年度	方法	内容
H19	給与利用技術講習会	畜産農家の飼料用米に対する意向調査
H20	予備試験 (交雑牛4頭へのくず米給与試験)	米の飼料としての利用の可能性の調査
H21	本試験 (交雑牛130頭への飼料用米給与試験)	出荷前3ヶ月間に濃厚飼料の2割代替給与の検討
H22		出荷前6ヶ月間に濃厚飼料の2割代替給与の検討
~H23	脂肪酸組成の調査	食味向上の検討
H24~	通年利用の開始 (牧場の肥育後期全頭に給与実施)	肥育後期(12ヶ月齢~24ヶ月齢)に濃厚飼料の1割代替給与

本試験の結果



H22年度：12月~8月の期間給与						
	頭数	出荷体重	A-B率	内臓3以上率	BMS	オレイン酸含量
飼料用米給与区 (出荷前6ヶ月)	50	652.0	89.7%	63.2%	3.3	38.9
全体 (高田牧場平均)	131	646.3	85.5%	55.7%	3.0	37.6

出荷成績に遜色はない

飼

なお、飼料用米を牛に給与するためには、圧ぺんや粉碎等の加工が必要であり、県内の飼料加工業者の協力を得ることで低コストな加工方法について検討を重ね、現場での利用が可能な蒸気圧ぺん処理による委託加工方式を導入した。

2010年の出荷前6ヶ月間給与した出荷成績では、出荷体重や肉質等級、おいしさの指標と言われているオレイン酸含量についても、牧場全体の出荷成績と比較した遜色はなく、飼料用米が濃厚飼料の代替飼料として充分利用できることが確認できた。

給与試験の結果を受け、2012年からは肥育農家3戸で飼料用米の給与頭数を拡大し、920頭ほどになったが、一部で肉色やキマシマリによる格落ちが発生したため、農家ごとの影響調査や飼養管理の改善指導を実施する一方、要因調査のために他県の優良調査を実施した結果では、飼料用米との因果関係がないことがわかった。

現在の取り組み

H24年給与頭数(11月時点)

	給与頭数	畜種
T牧場	400	交雑
H牧場	370	交雑
M牧場	150	ホルスタイン
合計	920	

給与期間を肥育後期もしくは肥育全期間に拡大

交雑

ホルスタイン

農家ごとに遜色ない成績を目指して影響調査および飼養管理の改善指導を実施

- ・飼料会社と共同した影響調査
- ・他県の優良事例の調査
- ・肥育期に移行する際の牛群編成の改善



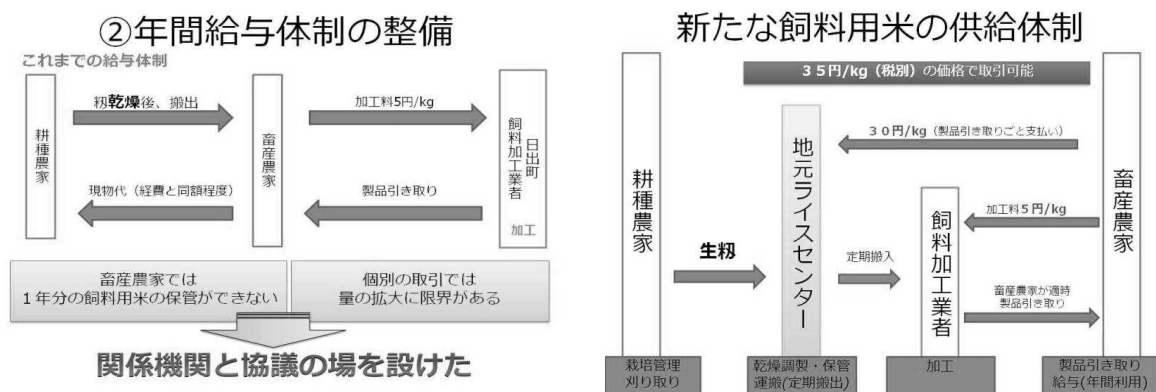
(2) 供給体制の整備

給与試験中の供給体制は、当初は耕種農家と畜産農家での直接取引を行っていた。畜産農家が耕種農家から買い取った飼料用米を、加工業者に持ち込んで利用していたが、この体制では畜産農家は1年分の飼料用米を庭先で保管する必要があるため、通年利用には限界があった。また、個別の直接取引では量の増加とともに戸別の事務処理が増加することが課題であった。

そこで、通年供給に向けて、飼料用米の利活用拡大を図るため、2010年に関係機関と協議の場を設け、円滑な供給体制が構築できるよう調整を行った。

新たな供給体制では、地元のライスセンターを組み入れることで、耕種農家は飼料用米を生籾でライスセンターに出荷し、ライスセンターが乾燥・保管を担当することにより、畜産農家は通年で飼料用米を利用できるようになった。加工業者で委託加工された飼料用米は畜産農家が引取りに行き、引き取った分だけ料金を支払う。ライスセンターには30円/kg、加工業者には5円/kgを支払うことで、畜産農家は35円/kg(税別)という輸入トウモロコシとほぼ同価格で取引を行う事ができるようになった。

飼料用米をライスセンターに一度集約する、三者契約(耕種農家、ライスセンター、畜産農家)にしたことにより、管理が容易になり畜産農家での飼料用米の利用量の調整も可能になった。



(3) 給与牛肉のブランド化の取組み

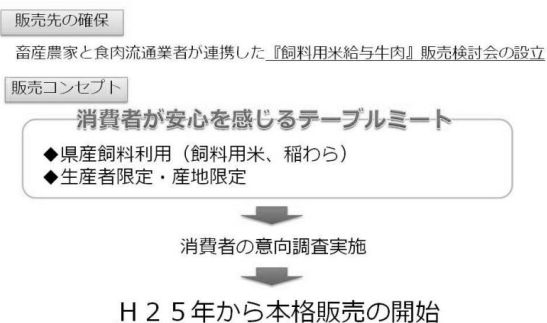
飼料用米を給与した特色ある牛肉を販売することで、消費拡大を狙い、ブランド化への取組みを行った。販売先の確保については大分県飼料用米利活用協議会を通じて畜産農家と食肉業者を引き合わせ、2012年には両者を中心に現地で飼料用米給与牛肉販売検討会を立ち上げ、北部振興局支援のもと本格販売に向け連携して取り組むことになった。

飼料用米給与牛肉のセールスポイントについては、検討会で協議した結果、当初のねらであった食味を特長にした差別化は現段階では困難であるため、「消費者が安心と感じる牛肉」というコンセプトで差別化を図っていくことにした。そのため、飼料用米などの県産飼料利用や生産者や産地等の情報が消費者に共感を得られるかどうかを確認するために、試験販売による意向調査を実施した。

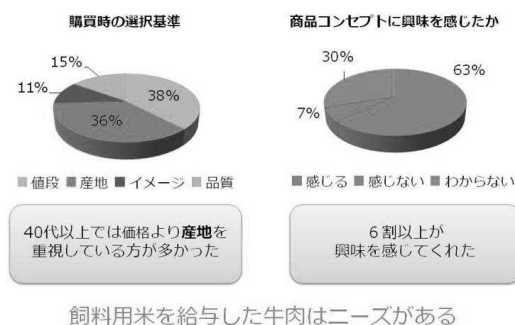
2012年9月に県内スーパーで実施した試験販売では、牛肉購買時の価格や産地等の選択

基準や飼料用米給与牛に対するの消費者の関心等について 119 人に対して対面アンケート調査を実施した。その結果、消費者の牛肉購買時の選択基準は、価格と産地が重視されていることがわかった。特に、40代以上では価格よりも産地を重視する傾向が見られた。また飼料用米給与牛の取り組みに対しては、6割近い回答者が「興味を感じる」との回答を得ることができた。このような結果から、飼料用米給与牛肉という特色のある県内産の牛肉は消費者からは一定のニーズがあり、差別化販売の可能性が確認できたが、セールスポイントを消費者に理解してもらうため、さらにPR方法の改善が必要であることが判明した。

③ 給与牛のブランド化への取り組み

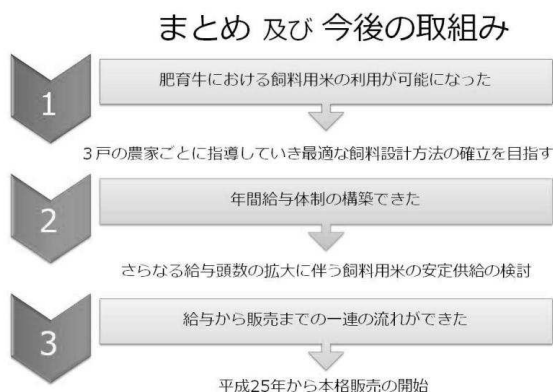


9月実施消費者アンケートの結果（119人）



【まとめ及び今後の取組み】

現地における飼料用米の実証試験を実施したことにより、県内で初めての肥育牛への飼料用米の利用を可能としました。今後は、給与農家3戸に対し、農家ごとに調査、指導を行い、それぞれの飼養体系に適した飼料設計の確立を目指す。



関係業者との連携により年間給与が可能となり、一定の販売ロットの確保ができた。今後は、さらなる給与頭数拡大に向けて供給体制の構築に取り組む。最後に、食肉業者との連携により、給与から販売までの一連の流れができた。今後は2回目の試験販売を通じ販売戦略を決定し、2013年からの本格販売を目指す。