

畜産会 経営情報

主な記事

- ① 経営自慢
都市と共存できる養豚経営の確立 橋本 聡
- ② 明日への息吹
立ち上がる経営体 西島 孝則
- ③ あいであ & アイデア
スタンション開放作業から解放！ 小山 裕美子
- ④ 行政の窓
平成17年食品流通構造調査（畜産物）
- ⑤ 牛肉・豚肉、子牛市況

社団法人 中央畜産会

〒105-0001 東京都港区虎ノ門1丁目26番5号
虎ノ門17森ビル(15階)
TEL.03-3581-6685 FAX 03-5511-8205
URL <http://jlia.lin.go.jp/>
E-mail:jlia@jlia.jp



都市と共存できる養豚経営の確立

橋本 聡

平成17年度の全国優良畜産経営管理技術発表会で農林水産大臣賞を受賞した神奈川県横浜市の(有)横山養豚の経営事例を紹介します。

なお、文中の経営成績等を表す数値については、とくに断り書きのない限り、平成16年8月～平成17年7月実績のものです。

地域の概況

横浜市は神奈川県南東部に位置する主要都市で、古くから港町として発展し、現在では中心部に高速道路網が整備され、国内でも有数の港湾都市です。このように変貌する中

でも專業農家が点的に残り、農村の雰囲気が残され、畜産、野菜、果樹、植木、花きなどさまざまな形態の農業が営まれています。

畜産は、酪農戸数23戸(750頭)、肉用牛戸数21戸(790頭)、養豚戸数7戸(1万2000頭)、採卵鶏13戸(3万7000羽)と、中規模ながらも專業的経営が多くみられます。中でも横浜市は養豚の歴史が古く、昭和40年代の残飯養豚から始まり、昭和60年代に入り繁殖一貫経営に変遷し、最近では県内の主要な養豚地域としての地位を確立しています。また、市内に古くから食肉市場が整備されていること、かつ大都市消費地圏であるという有利性から豚肉の販売流通の改善に取り組み、県内の主

ご案内：本誌は上記URLにアクセスして下されば、インターネットでご覧いただけます。

要ブランド肉を誕生させるなど生産基地としても重要な地域となっています。

経営の歩み

現在の経営主である横山清さんの父、重利さんは、昭和24年に肥育モト豚を導入し、横浜市内の中華街から食品残さを運んで養豚経営を開始しました。その後、徐々に規模を拡大し、ランドレース種を中心として県内の家畜市場から40kg前後の子豚を導入肥育し、現在の横浜食肉市場に出荷していました。

昭和34年には「有限会社 横山養豚」として法人化しました。食品残さの収集・運搬は早朝に行い、トラックの荷台にドラムカンを載せ、自宅まで運搬し、家畜伝染病対策のために煮沸してから肥育豚に給与していました。

昭和40年代に入り国内の養豚状況が変化し、子豚生産経営や種豚経営が一貫経営へと大きく変遷しました。横浜地域も一貫経営が増えたことから、横山養豚でも肥育専門経営から一貫経営に切り替え、母豚候補はLW種を中心としました。

昭和60年代に入り、繁殖豚100頭から200頭に規模拡大を図りつつ、一貫経営の技術を得るために、先進国であった米国および県内の試験研究機関等から情報を入手し、徐々に施設を整備しながら規模を拡大していきました。

疾病等のまん延防止のため、モト豚の生産は長年の種豚生産のノウハウを生かした農場内での一貫生産体制を確立。また、規模拡大に伴って環境整備が必要となったことから、研究機関か

ら技術情報を得ながら行政等の指導に基づく大規模なふん尿処理施設の整備を図っています。

さらに労働生産性の向上を目指し、従来の地域内労働力中心の雇用確保から、優秀な人材を求めるため地域外からの雇用にも重点を置くことにしました。

平成に入ってから、本格的な企業的経営の足固めとして施設整備の再点検と、先進的な技術を導入したストール舎および離乳ウインドウレス子豚舎の増設を行いました。とくに豚の移動と豚舎内のふん尿分離の徹底を考慮した肉豚舎、分娩舎、ストール舎等の床面に対する改造に重点を置きました。

その後、繁殖豚を320頭まで増頭したところ、慢性疾病の発生が多くなり、子豚育成率が低下し始めたことから、家畜保健衛生所と連携して、ワクチン接種および飼養方法を改善し、疾病予防に努めてきました。

また、繁殖成績の向上のために人工授精技術を取り入れ、産子数の増加および種付け時の省力化を図りました。一方で、新たに消費者からの声として「おいしい豚肉」づくりが求められ、大ヨークシャー種とランドレース種を交配したF₁に種雄豚としてデュロック種を交配した三元種を主体に生産を行ってきました。とくに最近には県内ブランドである「夢ポーク」の生産にも参画しています(写真1)。

規模拡大とともにふん尿処理施設の整備の急務が求められ、近隣の酪農家と共同で環境整備組合を設立し、たい肥舎関連施設の整備、さらに平成12年度には発酵乾燥機「コンポスト」の導入を行いました(写真2)。



(写真1) 神奈川県のブランド「夢ポーク」にも参加

また、社員の技術向上と情報収集のために県、市、JA等主催の共進会や部会活動等に積極的に参加させ学習の機会を与えています。また、海外の情報を入手するため、米国等への視察研修にも参加させるなど社員教育にも力を入れています。

現在までの先駆的・特徴的な取り組み

(1) ウインドウレス子豚舎の建築

子豚育成率の向上と環境対策(臭気)等からウインドウレス子豚舎に切り替えました。疾病予防の面からも大きな成果を得ています。

(2) オゾン送風による発育性の向上

子豚および肥育豚の発育を良くするために舎内にオゾン送風装置を導入しました。発育の促進とともに、舎内の臭気軽減にも効果があり、周辺住民からの苦情も少なくなりました。

(3) ふん尿の公共下水道への放流

近隣が急激に都市化され、盛んに住宅開発が行われたことから、畜舎敷地の近くまで公

共下水道が整備されました。これを活用しようと行政と折衝を重ね、尿の下水道放流が可能となりました。

(4) コーヒー炭の利用

肥育豚用の飼料にコーヒー炭を添加し、臭気軽減に努めています。

(5) 学校給食残さの利用

横浜市および関係指導機関の指導に基づき、廃棄物処理会社が市内の学校給食残さを飼料化し、横浜農協養豚部においてこの飼料を利用した新銘柄豚肉「はまぼく」を誕生させました。「はまぼく」は市内の流通業界で高い人気を誇っています。

(6) 障害者の積極的な雇用

横浜市福祉局と連携し、平成12年度より障害者の雇用を開始しました。この取り組みは他市の福祉行政にも大きな示唆を与えているとともに、養豚業の地位向上にも貢献しています。

地域社会との協調・融和

(1) 配合飼料の共同購入

県内の同業者16人と法人組織を結成し、飼料メーカーと委託契約を結び配合飼料の共同購入を実現。これにより飼料費の低減と、品質の良い飼料の安定的な導入経路が確保されました。

(2) 県農業経営士の認定

経営主の横山清さんは平成5年に県農業経営士の認定を受け、現在は役員として活動し、市内の青少年指導に携わっています。

(3) 市内の消費者グループとの交流会



(写真2) コンポスト

養豚の社会的な理解の啓発のため、平成4年から市内の消費者グループと定期的な交流を実施しています。交流会では豚舎の見学を行った後に豚肉の試食会を実施し意見交換を行うなど、消費者グループから好評を得ています。

(4) 農協養豚部会の活動として各種イベントに参加
農協まつりや市民まつり等の企画に養豚部会として参画し、豚肉の直売を行いながら市内産豚肉のPRを行っています。

(5) 食品残さ飼料の利用による新銘柄豚肉「はまぼーく」の販売

平成15年から市内の廃棄物処理業者が市内にある学校の給食残さの飼料化を実施し、低価格での購入が可能になりました。その利用促進も兼ねて養豚グループ(はまぼーく利用者協議会)を結成して、この飼料を給与した新銘柄豚肉「はまぼーく」を販売しています。

(6) 他県の食品残さ飼料利用グループとの交流
NPO法人等の開催による食品残さ飼料関係のシンポジウム等に参加し情報交流を行っています。平成16年度は東京都および沖縄県

で催され、グループの代表として出席し交流を図るなど、食品残さの利用に関する情報収集を積極的に行っています。

今後の目指す方向性と課題

今後は、さらなる生産コストの低減を図るため、市内等から調達できる食品副産物を原料とした飼料をより多く入手し、肥育豚に対する給与割合を増やすことで飼料費を安く抑え、諸外国に対抗できる養豚経営を目指したいとしています。

また、狭い敷地での多頭飼育のため、ち密な管理が要求され、より質の高い労働力の確保が必須となっています。このことから県内の農学系大学との交流を通じて、質の高い労働力を確保し、県内の同業者とともに取り組んでいる県畜産技術センター作出の系統豚「ユメカナエル」を基礎豚にした豚肉でのトレーサビリティシステムの導入を検討するなど、安全・安心な豚肉生産で、消費者から支持される豚肉づくりに貢献し、地域ブランドの活性化へ向けた取り組みを行っています。

(筆者：神奈川県畜産会・経営指導部)

おらが故郷の
経営自慢

明日への息吹

立ち上がる経営体

——安全・安心な肉用牛一貫経営——

西島 孝則

はじめに

京丹後市は京都府の北部に位置し、享保の昔から受け継がれてきた絹織物「丹後ちりめん」や、鳴き砂で有名な琴引浜などで知られています。そんな京丹後市に府内では珍しい日本短角種をシバ型草地で放牧し、和牛間交雑種（日本短角種×黒毛和種）を肥育する肉用牛一貫の法人経営があります。

平成18年現在の繁殖牛は、日本短角種約40頭と黒毛和種約30頭の2種類を飼養しています。日本短角種を導入した理由は、山地放牧に適した牛を放牧し、安価で安全な牛肉を供給することを目指したからです。



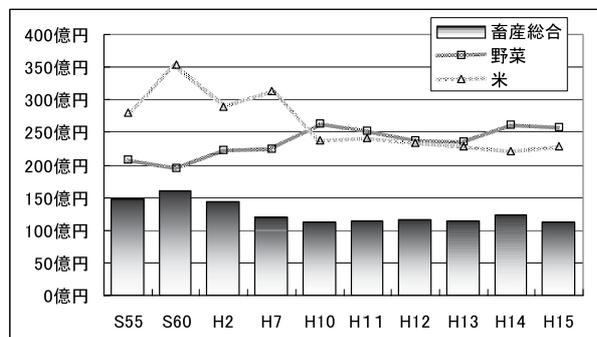
(写真1) シバ型草地での放牧

黒毛和種は受精卵移植で生まれた牛を自家保留し黒毛和種を交配して、府下の子牛市場へ出荷しています。日本短角種は岩手県からモト畜を導入後14haの草地に放牧し、黒毛和種を交配して肥育モト牛を生産しています。

肥育牛については、日本短角種に黒毛和種を交配した、和牛間交雑種を約80頭飼養しています。この和牛間交雑種は、肉質は黒毛和種より劣りますが、低コストで生産できると、成長が早く歩留まりが良いことが特徴です。

近年京都府では、不当表示や高病原性鳥インフルエンザの発生などによって、消費者の食に対する不安や不信感を増大させる不幸な出来事が発生しました。そこで同経営が消費者の信頼回復を目指し、特色ある経営に取り組んでいる姿を紹介します。

(図1) 京都府の農業粗生産額の推移



京都府の畜産

京都府の農業粗生産額に占める割合は、野菜が最も多く、米に次いで畜産は第3位となっています。平成15年の畜産の粗生産額は111億6000万円で、うち肉用牛は約13%を占めています。また、畜産物の自給率は牛肉では17.2%、牛乳・乳製品14.6%、豚肉11.1%、鶏肉27.2%、鶏卵46.9%となっています。



(写真2) 経営内容を反映する牛舎の環境

支援の経緯

経営者は土木業を主体に営んでいましたが、大の牛好きであったため昭和56年に、地域の未利用資源を有効活用した低コスト生産や、安全で安価な牛肉を地元で生産販売するなどの地域に密着した経営理念を掲げて畜産経営を始めました。しかし、畜産に不慣れな土木部門の職員に飼養管理をさせたり、土木部門から多額の資金を無計画に投入するなど、健全な畜産経営とはいえない状態が続いていました。

実は昭和50年代から、本協会の経営コンサルティングを実施し、多方面からの非常勤コンサルタント団員を編成して、支援にかかわってきました。

しかし、経営主は「利益追求型の畜産経営

にはしたくない」との信念を強く持っていたことから、生産性と効率性を追求する支援活動を素直に受け入れられずにいました。

そのため、大きな支援効果を得られず、不本意ながら経営コンサルティングは一時中断してしまいました。

再度、支援を開始

同経営は、地域で唯一の肉用牛一貫経営で、しかも消費者を意識した今後のあるべき姿を示した経営体であったことと、さらには中核的存在として影響力が強いことや、担い手となる後継者から新たな支援の要請があったことから、経営を安定させる必要があると判断し、再度、本協会が積極的に支援することとなりました。

経営の課題として、「生産コストや飼養管理が現場まかせで経営状況を把握し難い」、「飼養者の管理技術が未熟なため、受胎率が低く、子牛の損耗が多い」、「飼料給与設計があいまいで無駄な飼料費が支出されている」、「たい肥化処理では、家畜ふんを水分調整せずにたい肥舎へ連日積み上げていて、環境問題が解決できていない」などの内容があげられました。

そこで、本協会は現場に踏み込んだ支援や牧場全体の意識改革が不可欠であると考え、京都府と連携し、経営課題に対する重点的な支援活動ができるチーム体制を編成しました。

このチームは、本協会が中核となって、中・長期的な経営改善計画を検討し、繁殖技術を本協会の相談窓口担当者が、衛生対策およびたい肥化処理技術を家畜保健衛生所が、飼料設計および繁殖技術の職員研修を地域の研究機関である京都府淀高原総合牧場（現京都府畜産技術センター淀高原牧場）が担い、互いに連携した役割分担のもと、平成14年から3ヵ年計画で課題解決に向けた支援活動を実施することとなりました。

支援活動の課題

第1の課題として、経営者自らが経営収支や飼養管理状況を把握できる体制の整備と、新たな発想を持った人材育成に重点を置きました。まず飼養者に対しては記帳の習慣付けと経営者への報告義務を支援しました。

そこで、畜産経営に軸足を置いた経営者が不可欠であることから、後継者である当時の経営者の息子に経営者となるよう説得しました。

さらに経営者自らが多面的な経営技術の管理および診断ができることを目指して、電算機器を整備させるとともに、大家畜畜産経営データベースを利用した経営管理の支援などに努めました。

第2の課題として、飼養管理技術の向上による安定した肉用牛生産に重点を置き、京都府淀高原総合牧場が中心となって、飼養者に対して管理技術の現地研修を実施するとともに、家畜保健衛生所が中心となって、生後1ヵ月ごろの子牛に多発していた下痢や肺炎の防除対策として、月ごとの定期的な衛生管理プログラムの実施などの支援に努めました。

第3の課題として、いかにして畜産経営を自立させ、強い経営体へと導くかに重点を置き、前述した大家畜畜産経営データベースを活用した経営管理を充実させるとともに、飼料給与マニュアルを提案し、科学的な飼料設計による飼料費の低減を支援しました。また畜産環境アドバイザーが中心となって、良質たい肥の生産技術およびたい肥情報の提供を行い、今まで機能していなかったたい肥化部門で収入を得るための支援を実施しました。

さらに京都府が研究していた飼料イネのホールクロップサイレージ技術の普及とともに、耕畜連携によるたい肥の利用促進と粗飼料確保について支援し、生産コストの低減に努めました。

支援の成果

支援活動の結果、①後継者が新たな畜産の経営者となって新体制が定着、②牧場内で報告会議を毎月実施し、経営者へ連絡する体制が定着、③大家畜畜産経営データベースなどを使った、効率的な経営の管理体制が定着、④飼料設計や繁殖台帳に基づく作業が定着、⑤飼養管理技術が向上し、子牛の損耗が減少し受胎率が向上、⑥たい肥の品質安定と、耕種農家のニーズの積極的な取り入れにより、たい肥化部門で収益をあげることに成功、⑦耕畜連携による稲発酵粗飼料の確保を意欲的に行い、購入飼料費の低減を実現、などの改

善が認められました。その結果、当経営が京都府主催の発表会で地域資源・未利用資源の利活用優良事例として発表するまでに至りました。

さらには、本協会が日本農林規格の登録認定機関であったことから、農林水産大臣が認める「安全・安心な畜産物」にかかるJAS規格の取り組みを勧めたところ、府内第1号の生産情報公表JAS規格にかかる認定牧場となることを決意し、明確な経営目標のもと、牧場全体が力強く動き出しました。

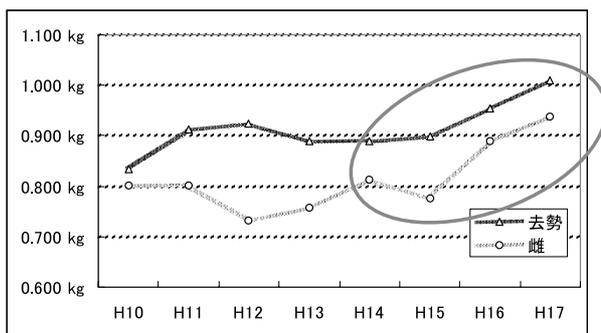
支援成果の背景と要因

当該事例の支援が成果をあげた背景として、経営者の「地域に密着した牧場で、消費者に喜ばれる畜産物生産を行いたい」との強い意思があったことと、本協会だけでなく、京都府関係機関や相談窓口担当者の熱意ある粘り強い支援活動が実現できたことがあげられます。

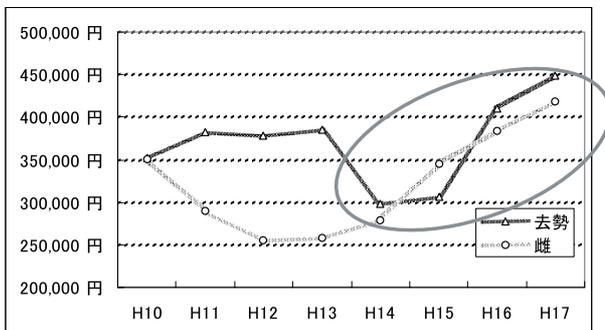
また、チームで支援活動を実施する際、それぞれの役割を明確にして、互いの支援方法や改善点などについて具体的に意見を交わし、常に支援効果と今後の取り組みの再検討を行ったことがあげられます。

また、提案を受け入れる側の改善意欲と意識改革が不可欠なことはいうまでもありませんが、支援内容に前向きに取り組む姿勢が牧場全体にあったことが最大の要因であったと思われます。

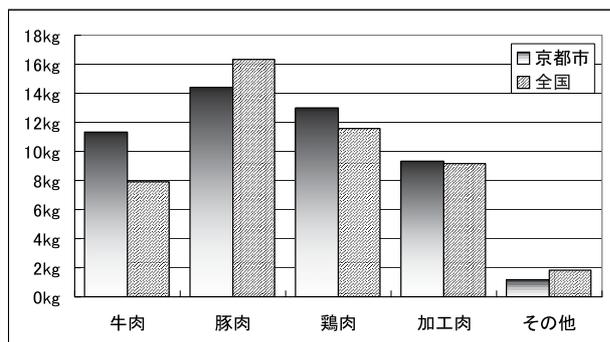
(図2) 当該経営の子牛販売成績の推移・日齢増体重・(黒毛和種)



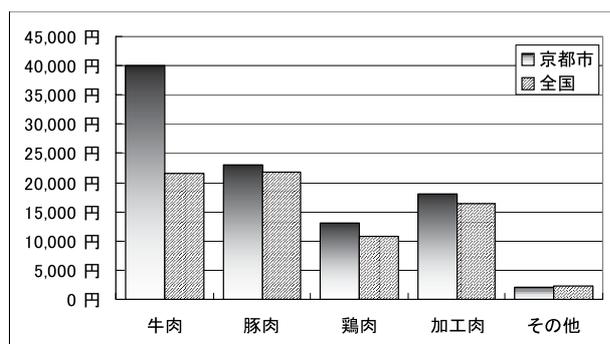
(図3) 当該経営の子牛販売成績の推移・価格・(黒毛和種)



(図4) 1世帯当たり年間食肉、加工肉家計消費量(平成15年・京都市・全国)



(図5) 1世帯当たり年間食肉、加工肉家計消費額(平成15年・京都市・全国)



今後に向けて

今回の事例を通じて、支援者は、消費者・需要者ニーズを常に意識し、時代に即した支援活動を行うことが求められていることから、現在の経営を向上させること以外に、新たな目標を提案して、経営者とともに魅力ある畜産を育てることが必要だと強く感じました。

具体的には、生産性やコスト削減による利益追求型の支援活動に終始することなく、地域の活性化や消費者を意識した、特色ある畜産経営の育成に重点を置いた支援活動をすることが、将来展望の描ける畜産経営体の創出や、担い手の確保に必ず結び付くと考えています。

私は、こうした経験や考えを生かし、まず

は地域ごとに特色あるモデル経営を作り出すことから始め、経営体自身が地域のリーダー的役割を担い、京都の畜産の礎となって発展できるような支援体制が必要だと思います。

おわりに

今後の畜産に求められる消費者・需要者ニーズは「安全・安心」ですが、具体的にどうすればよいのか自問自答を繰り返す毎日です。

ある文献で、「安全は、法規制によって管理されるが、安心は消費者の心理面の問題であり、基準を定めるのは不可能である」との記述を目にし、「安心」を追求することは、こんなにも難しいことだと今更ながらに思い知らされています。

本協会が登録認定機関として取り組んでいる日本農林規格(JAS)は、「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律」が適用されます。このJAS制度を簡単に紹介しますと、ISO9001などで定める「経営者が体系的で透明なシステムを使って組織を公正に効率的に運営する」仕組みを基に、国に登録した第三者機関が定期的に確認・審査することです。

こうしたJAS制度のもと生産された畜産物は、厳しい法律が適用されることから、消費者が「安心」できる1つの要素だと考えています。

また、この厳しい制度で認定されることで、自らの経営に関する各生産行程を細かく把握

(図 - 6) JASマークと主な認定畜産物の一例

マーク		
種類	生産情報公表豚肉 生産情報公表牛肉 など	地鶏肉 など
特徴	事業者が自主的に食品の生産情報を消費者に正確に伝えること	在来種を28日齢以降80日以上十分な面積で平飼いたした「地鶏肉」であること

に対する厳しい要求が予想されることから、今から備えておくことに意義があると思います。

本協会は、経営管理の強化と消費者を味方にする一つの手段として、JAS制度を意識した畜産物の生産管理の普及推進に取り組むとともに、畜産経営体だけではなく、われ

ることができ、職員の意識が向上するなどの副産物も得られると推察されます。

われも競争力のある将来展望の描ける支援機関になることを目指しています。

急いでJAS認定に飛び乗る必要はないと思いますが、これから先、生産現場の内部管理

(筆者：(社) 京都府畜産振興協会・総括畜産コンサルタント)

月刊「畜産コンサルタント」6月号 発売中!



創刊以来40有余年、畜産総合誌として数々の話題、問題を提起をしてきました。経営、技術、流通、時事など、毎月特集を組み問題点の掘り下げと追求を行い、豊かな内容とわかりやすい情報を提供しています。

【カラーグラビア】 消費拡大に取り組む経営

- ①材料はすべて沖縄産!
- ②消費者を常に意識した酪農経営

【巻頭コラム】 一人、ひとりが「牛乳の良さを伝える伝道者」に……本田 浩次

【特集】 牛乳・乳製品の消費拡大策を考える

—日本および世界の動向と消費拡大のための動き—

- ◇牛乳・乳製品の生産・消費動向と関係団体の取り組み……菊池 淳志
- ◇世界における乳・乳製品の消費状況……菅沼 修
- ◇乳業界における牛乳・乳製品の生産動向……上見 一昭
- ◇生活の質(QOL)アップのため3-A-Day運動を推進へ……青沼 明徳
- ◇沖縄の特産物を使ったジェラートで消費拡大を推進……仲本 久子
- ◇高品質な原乳生産と消費者を迎え入れる環境づくり……月井 美好
- ◇こだわりの牛乳生産と独自の販路確立で消費拡大に貢献……中村 房司

【今月のコーナー記事】

「法人経営へのチャレンジ」第2回 既存の会社はどうなるのか……山崎 政行

「実用研究・成果報告」ウシ乳房炎抵抗性遺伝子の同定……杉本 真由美

「女性の視点」本来の「いただきます」を伝えて……池田 喜久子

このほか

「家畜改良センターニュース」「全国畜産縦断いきいきネットワーク」「Dr. オッシーの意外と知らない畜産のはなし」「畜産!特産!ごちそう産!」「畜産物の市況展望」や畜産業界の種々の取り組みを紹介する「トピックス」などを掲載しています。是非ご購入ください。

※7月号の特集は「これからの大家畜改良」を予定しております。

購読料 年間 9,828円(送料とも)
半年 4,914円(送料とも)
1部 735円(送料84円)
第三種郵便認可

お求めは、最寄りの畜産会・畜産協会、または下記へ必要事項(氏名(会社名)、住所、お届け先、必要部数、電話・FAX番号、メールアドレス等)をご記入のうえ、お申し込みください。

(社)中央畜産会 事業第一統括部(情報業務)

〒105-0001 東京都港区虎ノ門1-26-5(虎ノ門17森ビル)

TEL 03-3581-6685 FAX 03-5511-8205 E-mail book@cali.lin.go.jp URL http://jlia.jin.go.jp/

行政の窓

平成17年食品流通構造調査（畜産物）

—— 豚肉・牛肉・鶏肉の業種別仕入量・流通経路の状況 ——

農林水産省大臣官房統計部

農林水産省大臣官房統計部は3月24日、平成17年食品流通調査（畜産物）をまとめ、公表しました。それによると、食肉の仕入先は、食品製品製造業では農協・経済連等から、食品小売業では食品卸売からが主体、外食産業では輸入の仕入割合が高いことが分かりました。この調査は畜産物では今回が初めてです。同統計部がまとめた調査結果の概要と解説を掲載します。

調査の概要

（1）国内産豚肉の仕入状況（図1）

平成16年度の食品産業における仕入量（延べ仕入量、以下同じ）は、食品卸売業（卸売市場およびその他の卸売業）が136万7000 t、食品製造業が91万7000 t、食品小売業が65万6000 t、外食産業が17万1000 tでした。

仕入先別仕入量割合をみると、食品製造業では農協・経済連等（生産者を含む、以下同じ）からの仕入割合が64.7%と最も高く、食品小売業ではその他の卸売業からが51.1%、外食産業では食品小売業からが53.5%とそれぞれ最も高くなっています。

（2）国内産牛肉の仕入状況（図2）

平成16年度の食品産業における仕入量は、食品卸売業（卸売市場およびその他の卸売業）が72万8000 t、食品製造業が20万 t、食品小

売業が30万 t、外食産業が10万7000 tでした。

仕入先別仕入量割合をみると、食品製造業では農協・経済連等からの仕入量割合が53.8%と最も高く、食品小売業および外食産業ではその他の卸売業からが49.1%、49.0%とそれぞれ最も高くなっています。

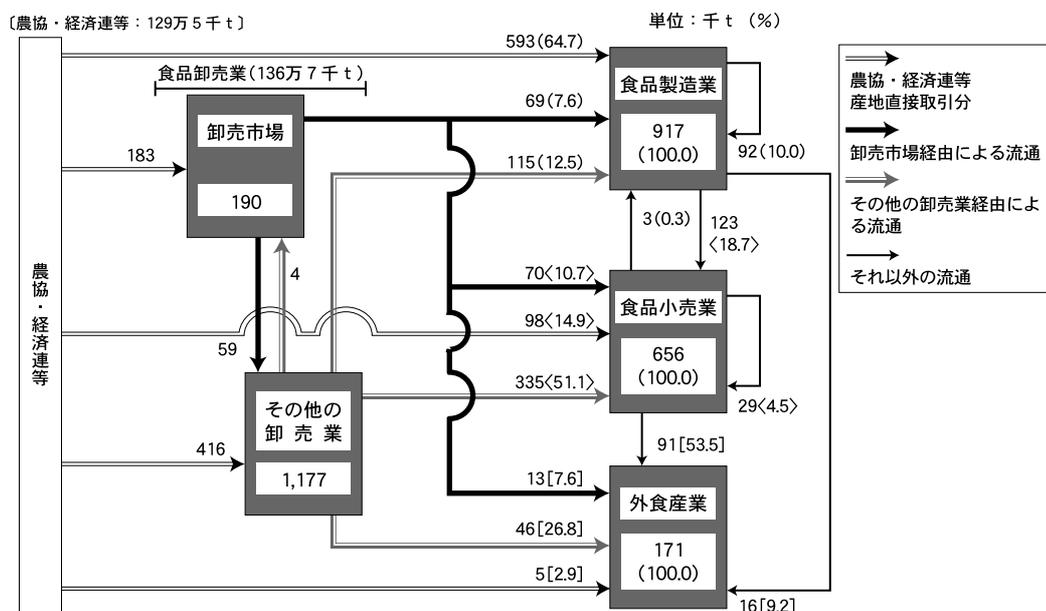
（3）食品小売業および外食産業における輸入の仕入状況（図3）

食品小売業および外食産業における仕入量全体に占める輸入の仕入状況をみると、外食産業では、豚肉で33.1%、牛肉で45.1%、鶏肉で32.8%と、食品小売業に比べ、総じて高い割合となっています。

解説

（1）食品製造業における仕入状況 豚肉

(図1) 国内産豚肉の主な流通経路別仕入量



- 注：1 内の数値は、卸売市場、その他の卸売業、食品製造業、食品小売業および外食産業における同業種間の流通を含む延べ仕入量であり、自社肥育したものを含む。また、カッコ内は仕入量（延べ仕入量）に対する割合。
 2 卸売市場の数値は、卸売市場内の卸売業者が仕入れた延べ仕入量。
 3 業種別の仕入先・規模を調査・推定したものであることおよび食品卸売業の各業種には、製造（加工）を行う事業所、消費者へ直接販売する事業所等が含まれていることから、食品卸売業の各業種の仕入量と他の業種が食品卸売業の各業種から仕入れた量の合計とは一致しません。
 4 この結果には直接消費者へ流通するもの等は含んでいません。

の仕入れが仕入量全体の16.3%と最も高くなっています。

食品製造業における業種（業種小分類）別の仕入先別仕入量割合をみると、豚肉仕入量の94.1%を占める畜産食料品製造業においては、国内産は農協・経済

食品製造業における豚肉の仕入量は149万3000 tで、国内産が91万7000 t、輸入が57万6000 tとなっています。

仕入先別仕入量割合（図4）をみると、農協・経済連等からの仕入れが仕入量全体の39.7%と最も高く、次いで食品卸売業からが36.8%（国内産12.3%、輸入24.5%）、食品製造業からが16.6%（国内産6.2%、輸入10.4%）となっています。

また、仕入量全体の61.4%を占める国内産についてみると、農協・経済連等からの仕入れが仕入量全体の39.7%と最も高く、次いでその他の卸売業からが7.7%、同業種である食品製造業からが6.2%となっています。

一方、輸入についてみると、輸入商社から

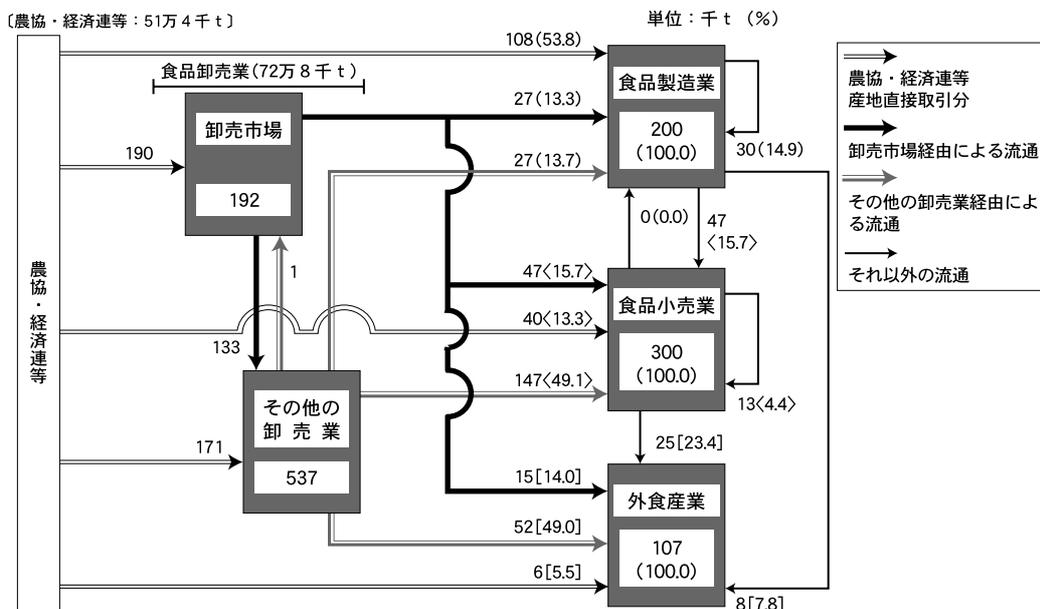
農協・経済連等からの仕入れが仕入量全体の42.1%と最も高く、次いでその他の卸売業からが6.9%となっています。また、輸入は輸入商社からの仕入れが仕入量全体の17.0%と最も高く、次いで同業種の食品製造業からが10.1%となっています。

一方、冷凍調理食品製造業においては、国内産は同業種である食品製造業からの仕入れが仕入量全体の53.9%と最も高く、次いでその他の卸売業からが21.6%となっています。また、輸入は自社直接輸入による仕入れが仕入量全体の7.5%と最も高くなっています。

牛肉

食品製造業における牛肉の仕入量は38万tで、国内産が20万t、輸入が18万tとなって

(図2) 国内産牛肉の主な流通経路別仕入量



- 注：1 内の数値は、卸売市場、その他の卸売業、食品製造業、食品小売業および外食産業における同業種間の流通を含む延べ仕入量であり、自社肥育したものを含む。また、カッコ内は仕入量（延べ仕入量）に対する割合。
 2 卸売市場の数値は、卸売市場内の卸売業者が仕入れた延べ仕入量。
 3 業種別の仕入先・規模を調査・推定したものであることおよび食品卸売業の各業種には、製造（加工）を行う事業所、消費者へ直接販売する事業所等が含まれていることから、食品卸売業の各業種の仕入量と他の業種が食品卸売業の各業種から仕入れた量の合計とは一致しません。
 4 この結果には直接消費者へ流通するもの等は含んでいません。

います。

仕入先別仕入量割合（図5）をみると、食品卸売業からの仕入れが仕入量全体の42.5%（国内産14.2%、輸入28.4%）と最も高く、次いで農協・経済連等からが28.3%、食品製造業からが22.8%（国内産7.8%、輸入15.0%）となっています。

また、仕入量全体の52.6%を占める国内産についてみると、農協・経済連等からの仕入れが仕入量全体の28.3%と最も高く、次いで同業種である食品製造業からが7.8%、その他の卸売業からが7.2%となっています。

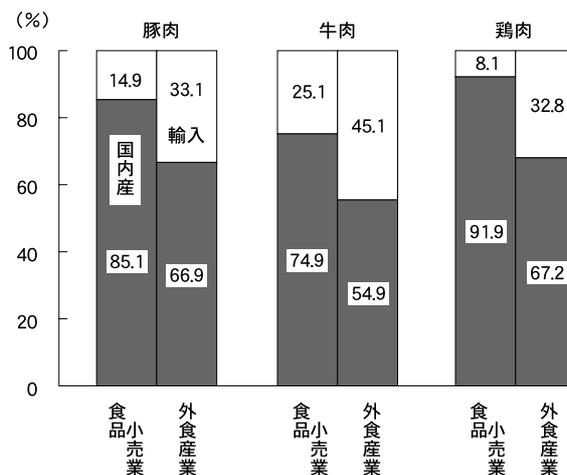
一方、輸入についてみると、輸入会社からの仕入れが仕入量全体の20.1%と最も高く、次いで同業種である食品製造業からが15.0%とな

っています。

食品製造業における業種（業種小分類）別の仕入先別仕入量割合をみると、牛肉仕入量の83.1%を占める畜産食料品製造業においては、国内産は農協・経済連等からの仕入れが仕入量全体の33.7%と最も高く、

次いで卸売市場からが8.4%、その他の卸売業からが8.1%となっています。また、輸入は輸入会社からの仕入れが仕入量全体の

(図3) 国内産・輸入別仕入量割合



注：国内産・輸入とも延べ仕入量による。

19.1%と最も高く、次いでその他の卸売業からが8.5%となっています。

一方、冷凍調理食品製造業においては、国内産は同業種である食品製造業からの仕入れが仕入量全体の19.9%と最も高く、輸入は輸入会社からの仕入れが仕入量全体の58.1%と最も高くなっています。

鶏肉

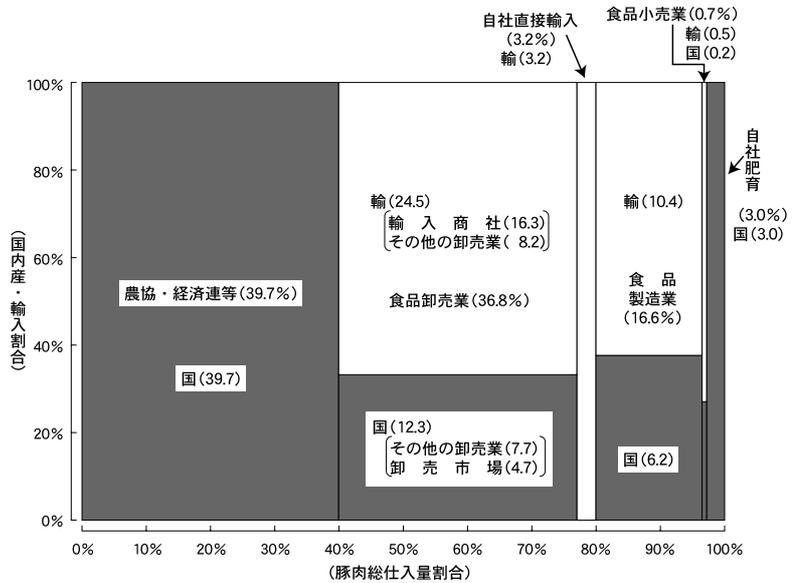
食品製造業における鶏肉の仕入量は86万9000 tで、国内産が79万4000 t、輸入が7万6000 tとなっています。

仕入先別仕入量割合（図6）をみると、農協・経済連等からの仕入れが仕入量全体の59.0%と最も高く、次いで食品卸売業からが20.7%（国内産15.0%、輸入5.7%）同業種である食品製造業からが18.4%（国内産16.1%、輸入2.3%）となっています。

また、仕入量全体の91.3%を占める国内産についてみると、農協・経済連等からの仕入れが仕入量全体の59.0%と最も高く、次いで同業種である食品製造業からが16.1%、食品卸売業からが15.0%となっています。

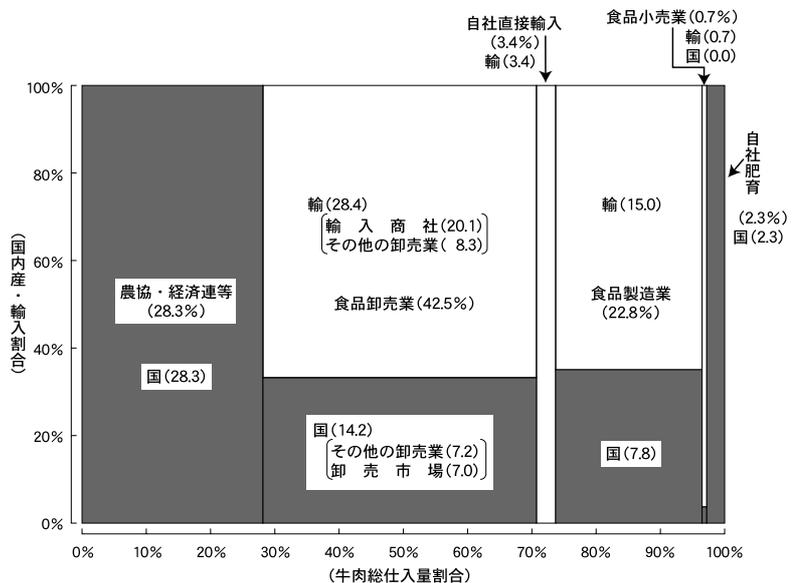
一方、輸入についてみると、食品卸売業からの仕入れが仕入量全体の5.7%

（図4）食品製造業における豚肉（国内産および輸入）の仕入先別仕入量割合



注：1 ()内は、食品製造業の豚肉総仕入量（国内産+輸入）に対する割合。
2 図表中、「国」は国内産、「輸」は輸入のこと。

（図5）食品製造業における牛肉（国内産および輸入）の仕入先別仕入量割合



注：1 ()内は、食品製造業の牛肉総仕入量（国内産+輸入）に対する割合。
2 図表中、「国」は国内産、「輸」は輸入のこと。

と最も高くなっています。

食品製造業における業種（業種小分類）別

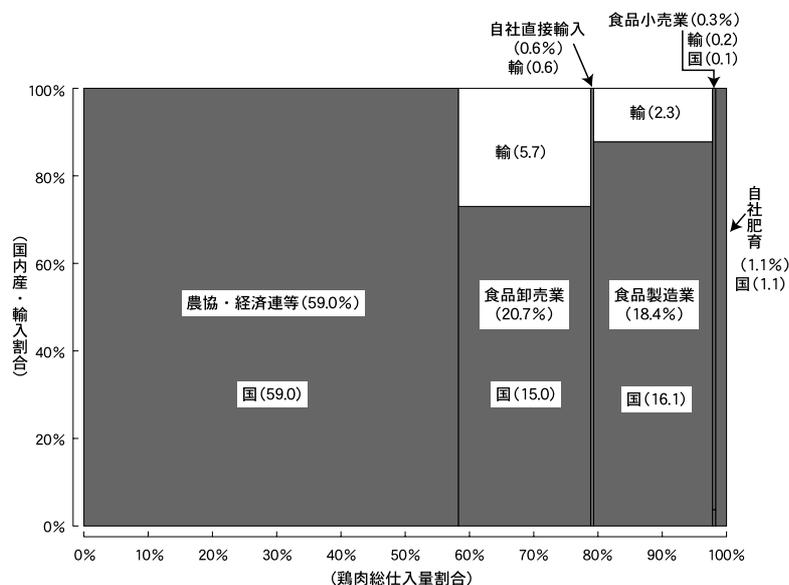
の仕入先別仕入量割合をみると、鶏肉仕入量の90.5%を占める畜産食料品製造業においては、国内産が94.9%とほとんどを占めており、農協・経済連等からの仕入れが仕入量全体の63.5%と最も高く、次いで同業種である食品製造業からが15.1%、食品卸売業からが15.0%となっています。

一方、冷凍調理食品製造業においては、国内産は同業種である食品製造業からの仕入れが仕入量全体の40.7%と最も高く、次いで農協・経済連等からが28.9%となっています。また、輸入は自社直接輸入による仕入れが仕入量全体の9.4%と最も高くなっています。

輸入一次加工原料畜産物（豚肉、牛肉および鶏肉）（図7）
食品製造業における輸入一次加工原料畜産物（豚肉、牛肉および鶏肉）の仕入量は4万8000tで、自社直接輸入による仕入れが仕入量全体の56.4%と最も高く、次いで同業種である食品製造業からが20.9%、輸入会社からが18.5%となっています。

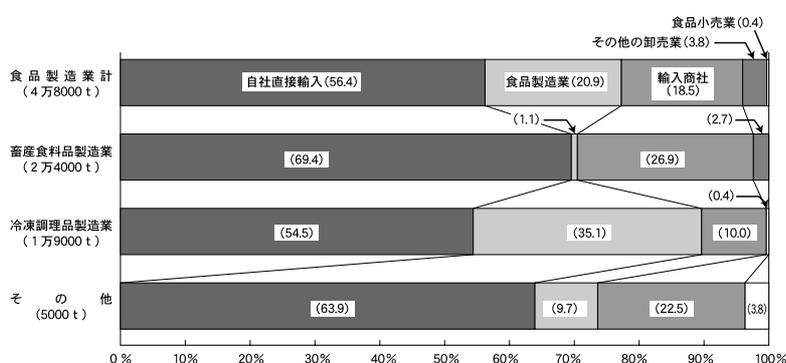
食品製造業の業種（業種小分類）別に仕入先別仕入量割合をみると、畜産食料品製造業においては、自社直接輸入による仕入れが仕入量全体の69.4%と最も高く、次いで輸入会社からが26.9%となっています。

（図6）食品製造業における鶏肉（国内産および輸入）の仕入先別仕入量割合



注：1 ()内は、食品製造業の鶏肉総仕入量（国内産＋輸入）に対する割合。
2 図表中、「国」は国内産、「輸」は輸入のこと。

（図7）食品製造業における輸入一次加工原料畜産物（豚肉、牛肉および鶏肉）の業種（業種小分類）別仕入先別仕入量割合



注：業種（業種小分類）名の下に（ ）は業種別の仕入量。

一方、冷凍調理食品製造業においては、自社直接輸入による仕入れが仕入量全体の54.5%と最も高く、次いで同業種である食品製造業からが35.1%となっています。

あいであ&アイデア

スタンション開放作業から解放！

小山 裕美子

沖縄本島よりはるか南に位置する石垣島で、肉用牛繁殖経営を行っている仲松益實さん、須磨子さん夫妻は、スタンションにちょっと手を加えることで、スタンション開放作業から解放されています。

一般的なスタンションといえば、拘束後ある程度時間を経て開放レバーを下げることで、牛は解放されます。しかし、中には角や振動を与えて自らスタンションを外すこともしばしばあります。その一方で、農繁期や用事がある時は、ただスタンションを開放するだけの作業さえできなくて牛を拘束しっぱなし、もしくはロックしない状態に対応するしかありません。

そこで、牛自らスタンションをはずす動きを上手に利用しながら、ある工夫をするだけで自然にレバーが開放できるスタンションを紹介します。

1. 材料

塩ビパイプ：15cm×1本（直径は開放レバーがはまるサイズ）

鉄筋：50cm×1本（廃材でOK）

オイル：少々

ひも：適当

2. 作り方



（写真1）塩ビパイプ装着



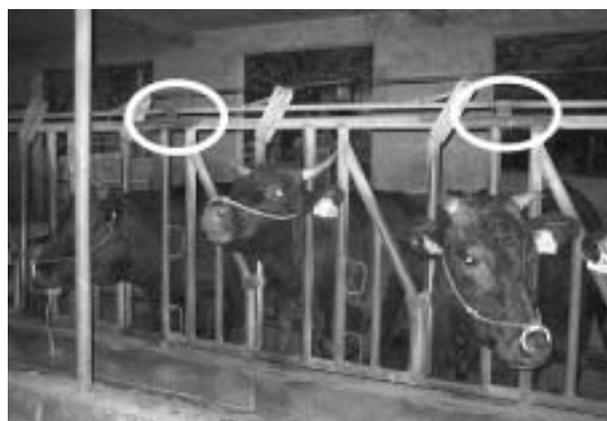
（写真2）拘束時における鉄筋の位置

塩ビパイプを開放レバーにはめます（写真1）。これが重りの役目になります。
鉄筋を「く」の字に曲げ、写真2・写真3のように開放レバーが開閉できるように調整し、左右に回せるようひもで固定します。

写真4・写真5のマーク部分のところにオイルを注し、滑りをなめらかにします。



（写真3）解放時における鉄筋の位置



（写真4）オイルを注す部分その1

3. 使用方法

拘束時：写真2のように開放レバーが下がらないよう鉄筋がストッパーとなります。

開放時：写真3のように開放レバーが下がる方向に鉄筋を解除します。

写真2・3では鉄筋を左に回すと拘束、右に回すと開放になります。

牛は、エサがなくなると頭を上下に動かしますが、その動きでスタンションが振動し、開放レバーが次第に下がってくるという仕組みです。（写真6）（筆者：八重山農業改良普及センター）



（写真5）オイルを注す部分その2



（写真6）自然とレバーは下がります