

平成24年2月15日

No.267

畜産会 経営情報

主な記事

- ① おらが故郷の経営自慢
夫婦・父と3人4脚で肉用牛一貫+6次産業化を実践 堀江 正秋
- ② セミナー経営技術
経営支援の実際とそのあり方等について 最終回 迫田 耕治
- ③ セミナー生産技術
現場に即した養豚技術 最終回 山下 哲生
- ④ 畜産学習室
平成23年分の畜産農業者の消費税、
所得税の確定申告の留意点 森 剛一
- ⑤ お知らせ
各種補填金・交付金単価の公表について
- ⑥ あいであ&アイデア
軽量の給餌欄にちりとをつけて、屋外での食べ残し量を削減 江波戸 宗大

社団法人 中央畜産会

〒101-0021 東京都千代田区外神田2丁目16番2号
第2デューアイシービル9階
TEL 03-6206-0846 FAX 03-5289-0890
URL <http://jlia.lin.gr.jp/cali/manage/>
E-mail jlia@jlia.jp

おらが故郷の経営自慢

夫婦・父と3人4脚で肉用牛一貫+6次産業化を実践 —秋田県羽後町・佐藤牧場—

(社)秋田県農業公社 堀江 正秋

佐藤弘さん(33)は、秋田県羽後町で繁殖雌牛85頭を飼養する肉用牛繁殖経営です。隣接する敷地で父親の金市さん(63)が肥育経営(黒毛和種70頭)を行っており、親子で肉用牛一貫体制を確立しています。また、妻の久仁子さんがネット店舗「羽後和牛佐藤」の店長として販売に携わっており、一家で繁殖～肥育～加工・販売体制を構築している経営です。

地域の概要

秋田県羽後町は、県の南部、鳥海山の麓に位置する「西馬音内(にしもない)盆踊り」で有名な町です。横手盆地に属し、夏の気温が30℃まで上がる一方、冬は積雪が2mにも

なる豪雪地帯です。

町の全面積の3分の2を出羽丘陵の属する山地が占めるため、平地は町の3分の1程度しかありません。けれども西馬音内扇状地を



佐藤 弘さん

はじめとする洪積地と雄物川の作った沖積地からなる肥沃な土壌で形成されるため、豊かな穀倉地帯となっています。

農業は、稲作を中心として、野菜、果樹、畜産等との複合経営が主です。畜産では黒毛和種銘柄牛「羽後牛」の生産や稲WCSを活用した酪農経営が行われています。県内でも畜

産後継者が多い地域で、近年、規模拡大を伴う畜舎建設が盛んな地域です。

新規参入した弘さん

弘さんは、短大卒業後、2年間の秋田県畜産試験場（以下「県畜試」）での研修を経て、12年前に就農しました。一産取り肥育に取り組んでいた父親の背中を見ながら手伝ってきた弘さんは、父親との肉用牛一貫経営から分離独立し、新たに黒毛和種繁殖100頭規模の経営を目指すことを決意します。平成19年に（独）農畜産業振興機構の「新規参入円滑化対策事業」、県の「目指せ“元気な担い手”農業夢プラン応援事業」の補助事業、スーパーL資金および新規就農支援資金といった制度資金の融資等を活用しながら、新畜舎の建設や繁殖牛の導入を図りました。

特色ある新規就農者の支援体制

弘さんが就農前に県畜試で研修した制度は「フロンティア農業者研修制度」と呼ばれるものです。研究員から直接指導を受け、実践的な技術を得ることができる秋田県独自の制度です。これまでも多くの研修修了生が地域に戻り活躍しています。弘さんも研修中に家畜人工授精師、受精卵移植師の資格を取得し、修了後も技術の研さんを図ってきました。

また、秋田県では、肉用牛を専業・主業とする大規模肉用牛経営の新規就農者等を対象に、関係機関からなる「特別指導チーム」を編成し、経営管理から生産技術全般にわたって継続した重点指導を行っています。弘さん



平成19年3月に新設した繁殖牛舎

についても農業公社が中心となり、県庁、県畜試、家畜保健衛生所、県振興局、町役場、JA等により構成されたチームにより、技術的なフォローアップ指導、簿記・経営管理指導等を実施しています。

繁殖・飼養管理技術の特徴

平成19年3月に完成した新牛舎で繁殖経営を開始した弘さん。繁殖規模は県内最大級であり、技術体系もこれまでの秋田県内ではあまり例のないものでした。

(1)繁殖雌牛の群飼い

一区画（8m×4m）5頭で群飼い（16区画）し、分娩が近づくと（予定日の1ヵ月～1週間前）分娩房へ移動します。

繁殖管理は、①分娩後60日以内の初回種付け、②繁殖障害を出さないことを念頭におき管理に当たっています。発情発見のための観察は1日4回を基本とし、人工授精も自ら行っています。

また、敷料はオガクズを使用し、天井に設置した送風ファンからの昼夜を通じた送風により、牛床の乾燥が保たれ、敷料交換も2カ

月に1回程度で十分になっています。

(2)早期母子分離

自然分娩を基本とし、分娩後は全く母牛と子牛は接触させず、直ちに母子を分離しています。母牛側では発情回帰が早くなり分娩間隔の短縮が可能になること、子牛側では発育の促進、飼育者に慣れた牛づくりが可能になること等のメリットがあり、高成績につながっています。

(3)子牛の管理

母子分離後、子牛は初乳製剤を給与し、2～3週齢まで1頭ずつの子牛ペンで哺育しています。その後は群飼いされ、3ヵ月齢位まで哺乳ロボットにより人工哺育され、4～5ヵ月齢で子牛舎から育成舎へ移動します。

子牛ペンは冬期間は上部からの保温可能な構造に設計されており、牛の入れ替えの際は消毒を確実に行うようにしています。また、ルーメンの恒常性維持と下痢予防のため、温水給与を実施する等の工夫を行っています。

哺乳ロボットは、子牛生育の均一性や子牛の発育向上のために、供給量を個体ごとに調整していますが、スターターの給与による反芻胃の発達促進や早期の腹作りも確実にやっているとのこと。

粗飼料の確保

粗飼料の確保については、長らく集落営農組織との間で稲わらと堆肥の交換を行ってききましたが、平成20年からは稲WCSの生産を開始しています。23年には25haの稲WCS生産と30haの稲わらを回収するまでに至っていま

す。ちなみに自らの飼養牛に利用する以外は、1ロール当たり3000～4000円で販売しています。

ロールベアラは弘さん自身が導入しましたが、残りの機械は近隣の農家より借り受けて作業しています。収穫・調製作業の際の労働力については、近隣の水稻農家を臨時雇用して取り組んでいます。品種は飼料イネ専用種ではなく、「あきたこまち」を作付けしています。借り受ける機械、雇用する人が一番慣れ親しんでいる品種を作付けすることで地域の評判になった弘さんの飼料生産部門。24年産は、一気に2倍の50haの稲WCS作付面積になる見込みです。

経営成績等

以上のように取り組んだ結果、確実に1年



平成20年から生産を開始している稲WCS



飼養牛には稲WCSを給与している

1産を実現。また、稲WCS等自給飼料の生産・確保も行い、子牛生産原価30万円を実現しています。

父親の肥育経営の22年実績は、分娩子牛67頭のうち55頭を肥育に仕向けました（6頭販売、6頭保留）。親子で効率的な一貫生産体制を確立しています。

3分の1を自らの手で加工・販売

1ヵ月当たりの平均出荷頭数は4～5頭です。うち2頭は地元のスーパーが購入しており、1頭は市場出荷したものを佐藤さんが自ら買い戻して、食肉販売業の許可を取得し営業している店舗「羽後和牛佐藤」で久仁子さんが運営責任者として主にインターネットで

通信販売しています。

食肉販売を始めるに当たり、初期投資を極力抑えることを念頭に物件や機械等の調達を心がけた弘さん。町内にある居抜き物件を改装し、冷蔵庫やスライサーなどの食肉加工用設備は中古物件を探し集めて購入しました。

また、1頭丸ごとを部分肉の形で買い上げ、サーロイン、ヒレ、モモなどの精肉はもちろんのこと、センマイ、ハチノス、テールといった焼肉用素材の内臓肉まで販売しています。手作りハンバーグやもつ鍋、ホルモン焼き用商品もあわせて提案販売し、買い戻した牛を極力ロスのないよう販売することに努めています。

このように設備投資をできる限り抑え、効率化を考えた商品アイテムをそろえて販売しているネット店舗「羽後和牛佐藤」。同店舗は、①生産から販売までを一つの牧場で取り組んでいること、②流通コストを抑え、ロスの少ない商品販売により手ごろな販売価格を実現、③弘さんの父親が行う肥育部門の高度な技術（A4以上格付率90%以上）に裏付けられる高品質な牛肉の提供、といった3点を強みに営業しています。宅配便を使って、関東はもちろん、関西地方にまで佐藤さんの羽後和牛は届けられています。

子牛と肥育牛の双方の生産でリスク分散を図る肉用牛一貫化と無理のない6次産業化スタイルを構築している佐藤さん。家族経営規模でありながらも、何ともたくましいわが県の肉用牛担い手モデルとなる経営です。

（筆者：社秋田県農業公社畜産部畜産経営指導課主任）



ネット店舗「羽後和牛佐藤」のページ
（楽天市場ページより掲載）

セミナー 経営技術

経営支援の実際とそのあり方等について ～第5回(最終回) 個の指導から面的な指導へ(2)～

(社)北海道酪農畜産協会 迫田 耕治

最終回は面的な指導手法を紹介します。

地域の重要作目になった 和子牛生産の今後

浦河町では、生産者の熱心な取り組みと関係機関の努力により地域の繁殖和牛頭数が1000頭近くにまで増え、和牛が地域の重要な作目の一つとして位置付けられるようになりました。ここしばらくはこの頭数を維持する体制づくりが重要であると思います。

平成15年当初に導入した繁殖雌牛がそろそろ淘汰の時期を迎えており、これらの補充(自家保留、外部導入)を考えておく必要に迫られています。特に新規参入農家は、早く目標頭数に到達させようと初期から多頭数を一度に導入してきており、繁殖雌牛の年齢構成にかなりの偏りがあります。当地域の繁殖雌牛も「団塊の世代」を迎えています。加えて、現在、素牛価格が低迷傾向にありますので、売上高を確保する必要から自家保留分までを販売に回しているなど、なかなか更新がスムーズに進んでいない状況にあります。今後、地域の繁殖雌牛の更新をどう進めていくかが直面している課題です。

なお、和牛経営は以前のように子牛が高価格であった時代と比べて儲からないかもしれ

ませんが、堅実に経営活動を行えば決して損する作目ではありません。このことを新規参入農家にしっかりと説明し、飼養農家の不安感を取り除き、上手に淘汰・保留を進めて安定した繁殖雌牛群を整備していく必要があります。これがわれわれの役目だと思っています。

支援手順とそのポイントを 回顧してみる

当地域では、和牛を新規導入してなかなか思ったような成果がでていない農家に、必要な基本技術を正しく理解してもらい、それを実践・定着させて安定した和牛経営とすることを目標としました。そのために関係機関が連携して実施してきた支援手順をまとめれば、以下の通りです。

- ① 和牛飼養農家に経営の課題や置かれている現状を理解してもらう。そのために経営分析を実施し、経営成績を数値で示し、それが一般的な平均値や目標値よりのくらい離れているかを説明する。
また、その数値をこのように改善すれば、利益や所得増につながることを説明し、改善意欲を高める。
- ② 関係機関(役場、JA、普及センター等)の担当者を集め、経営分析結果を説明。共通の問題意識を持たせる。その上で改善に向けた具体的な取り組みを検討する。

- ③ 共通認識を持って各通常業務の中で改善に向けた具体的な取り組みを実行していく。必要に応じて研修会や視察等を行い、改善の必要性を再び喚起させる。
- ④ 改善の状況や課題等を把握（定期的な経営分析）し、更なる改善に向けた具体的な取り組みを検討して実施する。

地域の新規参入農家に面的に指導するといっても、特に個別経営に対してコンサルテーションを行う場合と手順そのものは変わりません。であれば、何が違うのか、何がポイントであったか。当たり前のことですが、それぞれの役割を担う支援機関相互において、共通認識に基づいてさまざまな取り組みができたことではないでしょうか。

このためには、適時、関係者が参集して情報交換、意見交換を行うことが重要と考え、実施してきました。農家指導を受ける側の立場で考えてみれば、「来る人によって言うことが違う」のではなく、「どの機関の誰が来ても同じことを言う」ようにしないと信用を失うものです。

実際に各機関の担当者からは、「関係機関がお互いに連携をとって効果的な取り組みができた」「お互いの業務の中で得た情報を交換し、気が付かなかった問題点の把握や別な視点での改善の取り組みができた」「一つの課題に対し、連携をとって、それぞれの立場で対応することにより齟齬そごやモレがない対応がとれた」の声がありました。生産者（事業対象者）からも、研修会や視察の参加、巡回指導等の実施により、経営向上の取り組みの参考になったとの意見をもらいました。

支援体制の構築が何よりも成果である



浦河町への新規参入和牛農家への支援を通じて得られた成果は、何よりも支援機関による連携体制の構築ではないかと思います。各機関・団体がバラバラに動かないのが原則ですが、単独での指導では限界があるものです。以前、関係機関の統廃合・広域化等により、道内の地域によっては指導が希薄になった地域が多かったのです。しかし、このように地域機関が連携する体制を構築すればどのような課題が発生しても対処はできること、また他の地域で支援を行う際にも成果をあげることのできる取り組みにつなげやすいことが再認識できました。

もっとも酪農畜産協会の事務所は札幌にしかありません。現地に行くことのできる時間や回数も限られています。どんなに立派なことを発言しても、それを実行するには、地元の協力が不可欠です。

一方で、酪農畜産協会の強みは、全道のいろいろな事例を広く知っていることです。また、経営診断というツール・ノウハウを持っています。そして何よりも、地元とつながるルート、ネットワークを持っています。今回の支援を通じてあらためて思ったことは、地元と何か一つでも良いので「共通支援テーマを決めて、そのために対応体制をとること」が、われわれ酪農畜産協会の強みを発揮することができ、地元もまた一つにまとまる、相互の力で支援効果を高めることができるということです。

浦河町の支援にみる成果をあげたポイント



うまくいった原因の一つ目は、“熱心に” “自分だけで抱え込まないで相談” “相談されたら皆で一緒に考える” です。もともと新規参入和牛農家の成績向上のために、各支援機関の担当者がそれぞれ “何とかしなければ” という問題意識は持っていました。けれども “どこに” “誰に” “どのように” という手順が分からない状況でした。皆の抱えているそのような悶々としたものを、「みんなで考えよう」という場を設けて、話しあうことにより解決することができました。酪農畜産協会は、関係機関の担当者が上手く連携できるようにこれをコーディネートしました。

二つ目は、問題点をつつみ隠さず共有し、役割をうまく分担できたことでした。もちろん分担という意味は仕事の押し付けあいではありません。

三つ目は、日ごろからのコミュニケーションづくりです。

このようなやり方で、周囲の担当者をどんどん巻き込み、担当者1人あるいは1機関で抱えこまないようにしたことが、さまざまな機関の機能を発揮することができるようになりました。まさしく総合的な支援につながりました。

経営指導は地域の改善意識があつてこそ



酪農畜産協会が経営分析を行い、改善点を指摘してもそれを実行しなければ、意味がありません。診断して助言指導して、何年かし

て再度行ってみると、同じ状態という話をよく聞きます。一方で、経営改善は経営者がやるのが本筋です。農家に付きっきりで指導できないのです。地元のJAや普及センター等関係機関としっかりと連携を構築し、情報を共有する体制を作っておく必要があります。

畜特農家の個別指導でも同じことです。地域の指導体制に大切なことです。浦河町をきっかけに、再度、その重要性を認識し、各地の支援でも反映しているところです。

今後、経営支援に携わる方へ



経営支援に正解はありません。一方、不正解もありません。言えることは、自分の立ち位置、得意分野をつくることに尽きると思います。自分が “自信をもって言える” “できること” は持っている方がよいです。そのうえで、全体をみられるような知識を身につけておく必要があります。

理想をいえば、技術も経営も、牛も草も金も、どの畜種も、全て万遍なく理解できる能力があることですがそれは無理です。自分の限界を知り、自分の不足するところを他の人と連携して補えるような体制づくり・仲間づくりをしておくことが重要です。自分ができる範囲というのは意外と狭いものです。私のふるさとの戦国武将「毛利元就」の教えに有名な “三本の矢” があります。他の部署・機関の人と連携して、それぞれの得意分野を上手く組み合わせることによって、より良い支援ができるものです。

(筆者：(社)北海道酪農畜産協会事務局次長兼経営支援部長)

セミナー

生産技術

現場に即した養豚技術

第7回(最終回) 直売でもうけるための原価把握と売するための手法

(有)黒豚振興エージェンシー 山下 哲生

豚肉の消費低迷により食肉卸売市場で取り引される枝肉価格の単価上昇が期待できないうえに、生産性の向上や増頭による売り上げアップがなかなか望めない中小零細の養豚経営では、販売単価のアップによる収益の改善が必要です。前号(No.265)では、市場でどう高く売るか、また高く評価される豚肉をどのようにつくるのかを述べてきました。

前号でも触れましたが、生産者がいきなり直売を行ってもなかなかうまくいかないのが現実です。しかしその一方で、直売により消費者と直接顔を合わせるにより、生産へのモチベーションが上がるというメリットがあります。

そこで最終回の本号では、実際に消費者と向き合って直売するために何が必要なのか、どれだけのコストがかかるのか、原価の把握の仕方や売するための手法と実際に述べてみたいと思います。

直売するための原価のはじき出し方

生産者はともすると、導入から出荷までの家畜の生産原価ばかりにとらわれがちですが、豚肉が消費者に届くまでの付加価値の増加についておさえておきたいと思います。

食肉市場に出荷してから、消費者の手に渡るまでには、次のような段階を経て、そのそれぞれでコストがかかることになります。

- ① **と畜料** 生体を解体・処理し、骨付きの枝肉にする
- ② **カット料** 枝肉を分割し、さらに骨を外しロース、バラ、モモなど部分肉に分ける
- ③ **スライスパック料** 部分肉を切り分けて、発泡スチロールトレイ(皿)に並べ、上からラップをかける。
さらにハムやソーセージなどに加工するには、加工料が必要です。

まず、①のと畜料は、食肉市場によって差がありますが、平均して約3000円。カット料は1頭当たり4000～5000円です。

出荷やカット肉にしてからの梱包、その他経費を加えれば、1万円位のコストがかかります。

当たり前のことですが、枝肉にしてから骨をはずすまでに、重量が減ります。これは、カット歩留まり(正肉歩留まり)とって、枝肉重量の65%ぐらいが標準ですが、例えば厚脂肪気味の豚の場合、脂肪をそいで(トリ

ミング) からカット肉にするので、この歩留まりは下がることとなります。

場合によっては、歩留まりは60%近くになります。大まかにいえば、75kgの枝肉で、50kg程度のカット肉ができるとみてよいでしょう。

しかし、このままでは消費者には売れません。いわゆる精肉として売るには、ロース、バラ、ヒレなど、部位別に分けて包装する必要があります。

このような肉の切り分けを行うためには、衛生基準を満たした専門業者に任せなければなりません。さらに処理した後は、加工所の住所、加工年月日、重量などを表示したラベルを張ることが義務づけられています。

認可された処理設備でカット肉を切り分ける場合を除き、生産者が店頭で売ることは認められていません。しかし、手洗い所、トイレ、冷蔵庫、冷凍機器、床構造などを整備し、保健所の許可(食肉販売業)を得れば、いわゆる庭先での販売は可能です。



筆者が生産した豚肉の処理・加工・販売を委託しているサンライズ・ファームの加工処理施設

初めて取り組む場合は、食肉業者に任せ、切り分け、パック詰め、ラベル張りまでやってもらうのがよいでしょう。

この処理加工費は、肉1kg当たり100円～200円程度かかります。これらから逆算すると、1頭3万円の出荷豚が、消費者の前に並ぶ時には、50kgぐらいの精肉となり、カット料、加工料、パッキングの経費までいれると、この時点での原価は、豚肉の代金を含めると1頭で5万円、だいたい100g当たり100円が、精肉の原価であるといえます。

付加価値をつけるためにかかるコスト

さらに高く売るには、ハム・ソーセージなどに加工して、より、付加価値を高めることも経営戦略のひとつです。ハム・ソーセージの加工は、専門性が問われますので、これも豚肉だけを預けて、あとは、加工業者に頼むほうがよいでしょう。委託加工費はロース、ベーコン、ソーセージなど、種類によって差はありますが、1kg当たり約800～1000円かかります。

ただ、本物志向で、増量材などを加えなければ、生肉中の水分が失われるので、出来上がった加工品の重量は、加工に出した精肉の重量よりは1割程度減るものです。

これらを勘案すると、1頭丸ごと加工するとして、製品重量で40～45kg程度となります。

すなわち、ハム、ソーセージに加工した場合、1頭で10万円、100g 200円ぐらいが、加工品の原価となります。

値段と売る場所



実際に売る時の価格設定ですが、これらの原価を考えると、小売価格の1.5倍ぐらいの値段が妥当です。

次に売る場所を考えましょう。スーパーやデパートなどの小売店では、生産者に値段をつけさせてくれるところはほとんどありません。

最近では、道の駅や産直市場など、既設の市場を通さず、生産者が自ら値段を付け、農産物を販売するルートが全国的に増えてきました。これらの施設では、登録すると生産者ごとに個別番号が割り当てられ、販売価格は生産者が決めるところがほとんどです。

その一方、売れ残ったり、不良品が出たりすると、すべて生産者の責任で引き取らなければなりません。また、販売する物にもよりますが、通常15～30%程度、販売手数料として、直売施設などの運営主体に支払わなければならない。



著者が生産した黒豚のお試しセット。さまざまな部位を入れて500g 1500円で販売

その反面、在庫管理＝売れて足りない、あるいは、売れ残りの急増などの連絡が入ってくるので、売り場に行かなくても機動的に対処してもらえます。

また、集金、販売のために人員を割く必要もなく、労務費はいりません。

「交換価値」から「使用価値」を狙った販売

物の価値は、「人は自ら望んで使いたいと考えた商品は、なんとしても手に入れようする」＝使用価値と、「思い入れのないものならば、価格比較で安いものを探しまわる」＝交換価値に大別できると思います。

商業の世界では、高級ブランドの衣料品や家具、電化製品などわざわざ訪ねて手に入れる商品を「買い回り品」（かいまわりひん）といい、また、日常的に高い頻度で購入する肉、野菜、日常雑貨は「最寄り品」（もよりひん）といい、区別をつけています。

目的を持って欲しいものを買うに来る消費者＝固定客の獲得が、販売単価のアップには、不可欠なのです。

われわれが狙うのは、肉の買い回り品化なのです。近くのスーパーではなく、道の駅や産直市場などに、遠方からわざわざ訪れるような消費者は、新鮮で安いものを求めることもさることながら、そこでしか手に入れないもの、特に、ひいきの生産者のつくるもの、その時期にしか出ないものなどを求めてやってくる例が多いのです。

スーパー等では、売れ筋商品の品ぞろえと低価格路線が一般的なので、大手の卸売業者

や輸入品が主流を占め、街の食肉店へ直売りの話をしても、これまでの取引先と異なるところからは、なかなか仕入れたがらないものです。

イベントへの参加



道の駅や産直市場では、集客をねらって休日にイベントを開くことがあります。このような時に、ソーセージや串焼き肉、焼きトン、もつ焼きなどの出店をたのまれることがあります。このような場合には、積極的に打って出るのが良い循環を生みます。

特に、自家製のソーセージや串焼き肉などは、供給する側のモチベーションを高めると同時に、固定客を増加させるチャンスになります。

これらのイベントに参加する際には、正式には保健所等の許可が必要ですが、地域のお祭りと同様、イベント等の場合は、それほど厳しい規制はかかりません。また、道の駅などの主催者に一括許可を取ってもらえば、楽にできます。

使用する器具なども、レンタルで貸してくれたり、主催者側で手配してくれたりします。イベント参加のメリットはほかにも、直接消費者と生産した豚肉について話ができるということです。これは、生産者にとりモチベーションを上げられるとともに、自らの生産のこだわりを説明するいい機会になります。

自分が丹精込めてつくった豚肉が消費者に評価されることは、本当にうれしいものです。



道の駅のイベントで子豚を展示

終わりに



わが国の養豚農家の総戸数は6010戸（23年2月1日現在）、1戸当たりの平均飼養頭数は1625頭になります。実際、大規模な企業養豚が増えていきますから、その中で中小零細の農場が生き残るにはどうすればいいのかというのが、このシリーズを書かせてもらった動機です。とにかく、閉じこもらずに、いろいろ情報収集のアンテナを伸ばし、「考えること」そして「実践すること」が大切です。

これまでは、規模の拡大、国際化が成功の方程式でした。しかしこれからは、身近な市場を開拓し、何よりも、消費者との距離を縮めることが大切ではないでしょうか？

「生産者は消費者のために生産する」。この原則を胸に、さらに、われわれの今の状況「窮すれば変ず、変ずれば通ず」という、チャレンジ精神を持ち続ければ、まだまだ、未来は開けると思います。 <おわり>

（筆者：（有）黒豚振興エージェンシー代表取締役）

畜産学習室

平成23年分の畜産農業者の消費税、 所得税の確定申告の留意点

森税務会計事務所 税理士 森 剛 一

平成23年分消費税確定申告と 震災による影響

個人事業者の平成23年分の消費税の確定申告の期限は、4月2日（月）です。消費税の課税事業者となっている畜産農業者は、期日までに申告、納税を行う必要があります。課税事業者とは、基準期間（前々年）である21年分の課税売上高が1000万円を超える事業者または22年の年末までに「消費税課税事業者選択届出書」を提出している事業者です。

消費税の申告には一般課税と簡易課税があります。消費税は、課税売上げにかかる消費税から課税仕入れにかかる消費税（＝仕入税額）を差し引くのが、原則的な計算方法です。これを一般課税といいます。肉用牛肥育や養豚など肉畜の経営では、後述する簡易課税よりも一般課税が有利になるケースがほとんどです。一般課税の場合、素畜や飼料などの資材および機械施設の購入代金などに含まれている消費税を、売上げにかかる消費税から控除することができ、控除しきれない部分があるときは、確定申告により還付されます。

平成23年分においては、例年に比べて、東日本大震災の被害復旧のための施設整備に係る支出が増加したため課税仕入れが増加する

一方で、原子力発電所事故の影響による販売価格の低下などで課税売上げが減少しています。このため、売上げにかかる消費税よりも仕入にかかる消費税が多くなる場合も増えると予想されますが、このような場合に一般課税であれば消費税が還付されます。

これに対して、簡易課税制度では、中小事業者の事務負担に配慮して、実額計算による仕入税額ではなく、課税売上げにかかる消費税にみなし仕入率を乗じて計算した仕入税額を控除する方法を認めています。簡易課税制度は、基準期間（個人事業者は前々年、法人は前々事業年度）の課税売上高が5000万円以下の場合に、あらかじめ届出を出すことによって選択できます。肉用牛繁殖や酪農では、経営によっては簡易課税制度を選択した方が有利な場合があります。ただし、一般課税の場合と異なり、消費税が還付になることはありません。なお、簡易課税制度を選択している事業者が、簡易課税をやめて一般課税に戻すには、「消費税簡易課税制度選択不適用届出書」を、原則としてやめようとする課税期間の開始の日の前日までに提出します（注1）。

東京電力(株)の損害賠償金は、資産の譲渡等の対価に当たらないため、消費税は不課税

(課税対象外)になります。なお、損害を受けた棚卸資産である製品が加害者に対して引き渡される場合において、その資産がそのまま、または軽微な修理を加えることによって使用することができるときにその資産の所有者が収受する損害賠償金は、その実質からみて資産の譲渡又は貸付けの対価に当たり、課税の対象となります。しかしながら、東京電力から支払われる損害賠償金については農畜産物が引き渡されることはありませんので、消費税の課税対象となることはありません。

平成23年分所得税確定申告における 原子力発電所の事故による賠償金の取扱い

平成23年分の所得税の確定申告の期限は、3月15日(木)です。事故により被害を受けた個人事業者が支払を受ける賠償金のうち、必要経費を補填するためのものや営業損害のうち減収分(逸失利益)に対するものは、事業(農業)所得の収入金額になります。これらの賠償金は、農畜産物の販売金額ではありませんが、農業に付随する収入ですので、農業所得の雑収入に計上することになります。

一般的には、損害賠償金等について事業所得等に係る収入金額として算入すべき時期は、各県ごとに設置されている東京電力原発事故農畜産物損害賠償対策協議会が支払いに関する合意書を東京電力に送付し、合意が成立した時点です。23年末の時点では一部を除き、東京電力との合意が成立していませんので、基本的に賠償金を未収計上して23年分の収入金額に算入する必要はありません。

ただし、賠償金の請求額に基づいて、継続

して、その補償対象期間に応じそれぞれの年分の事業所得等に係る収入金額に算入して申告しても、差し支えないとされています(国税庁HP)。原子力発電所の事故にともなう損失の額は、その損害の発生した日の属する年(または事業年度)の必要経費(または損金)の額に算入することになりますので、費用収益対応の観点から、年末の時点で支払を受けていない損害賠償金も含めて賠償請求額によって未収計上することをお勧めします。

また、肉用牛免税の適用においては、賠償金のうち肉用牛に係る風評被害等により市場等における売却代金が減少したことを補うもの(以下「減収賠償金」)について、肉用牛の売却価額に合算します(注2)。免税対象飼育牛に該当するかどうかは税抜売却価額に補給金等の額を加算した金額が100万円未満(乳用種は50万円未満)かどうかにより判定していますが、減収賠償金についても新マルキンなどの補填金等と同様にこれを肉用牛の売却価額に合算したうえで免税対象飼育牛かを判定することになります。このことは減収賠償金が免税対象飼育牛に係る収益(免税収益)に含まれることを意味しています。

肉用牛免税の適用を受ける場合、肉用牛肥育経営安定特別対策補填金(新マルキン)や肉用子牛生産者補給金、肉用牛繁殖経営支援交付金についても対象牛を売却した日の属する年分の収入金額に計上することになっています。このため、減収賠償金も未収計上し、これらの補給金等と合算して売却価額を計算することになります。

注1 震災特例法による提出期限の延長制度がある

注2 「原子力発電所の事故により受けた損害に対して支払われた賠償金に係る肉用牛売却所得の課税特例措置適用上の取扱いについて」平成23年12月27日付け農林水産省生産局畜産部食肉鶏卵課長通知

お知らせ

各種補填金・交付金単価の公表について

1. 肉用牛肥育経営安定特別対策事業（新マルキン事業）の肥育牛補填金単価〔平成23年12月〕

牛肉・稲わらからの暫定規制値等を超えるセシウム検出に関する緊急対応策のうち肥育経営の支援対策として、肉用牛肥育経営安定特別対策事業の平成23年第2、3四半期（7月～12月）の補填金について、月ごとに支払う方式とします。

平成23年12月に販売された交付対象の契約肥育牛に適用する肉用牛肥育経営安定特別対策事業実施要綱第5の6の(10)の(ア)の(ア)の肥育牛補填金の単価については、表1の通り公表しました。

また、補填金の支払いは、24年1月末までに販売確認申出書の提出を受け、2月下旬に行うこととしています。

なお、青森県、岩手県、宮城県、福島県、栃木県、茨城県、千葉県、長野県、新潟県、宮崎県、熊本県および鹿児島県については、平成23年11月に販売された生産者積立金の納付が免除された交付対象の契約肥育牛に適用する肉用牛肥育経営安定特別対策事業実施要綱附則10、19および22の肥育牛補填金の単価について、表2の通り公表しました。

（表1）肥育牛補填金の単価の算定

単位：円／頭

区 分	肉専用種	交 雑 種	乳 用 種
平均粗収益 (A)	791,137	441,038	224,688
平均生産費 (B)	855,294	633,235	358,280
差額 (C)=(A)-(B)	△ 64,157	△ 192,197	△ 133,592
補填金単価 (C)× 0.8	51,300	153,700	106,800

注：100円未満切り捨て

（表2）肥育牛補填金単価

（生産者積立金の納付が免除された交付対象の契約肥育牛）

肉専用種	交 雑 種	乳 用 種
38,400円	115,200円	80,100円

注：本事業は、新たな事業として基金の運営、管理を平成22年4月から開始したことから、補填金交付額に見合う財源を確保できない場合、肉用牛肥育経営安定対策事業（マルキン事業）同様に、上記補填金単価を減額することがあります。

○ 肉用牛肥育経営安定特別対策事業実施要綱（抜粋）
 第5の6の(10)の(イ)
 県団体は、肥育安定基金の全額を取り崩してもなお支払うべき肥育牛補填金の額に不足が生じる場合は、理事長の承認を受けて、補填金単価を減額することができるものとする。

2. 肉用子牛の平均売買価格及び生産者補給金交付単価〔平成23年度第3四半期〕

農林水産省は、平成24年1月20日官報で、肉用子牛生産安定等特別措置法（昭和63年法律第98号）に基づく肉用子牛生産者補給金制度の平成23年度第3四半期（平成23年10月から12月まで）の平均売買価格及び補給金単価を表3の通り公表しました。

（表3）肉用子牛の平均売買価格及び補給金単価

単位：円／頭

		黒毛和種	褐毛和種	その他の肉専用種	乳用種	交雑種
保証基準価格		310,000	285,000	204,000	116,000	181,000
合理化目標価格		268,000	247,000	142,000	83,000	138,000
23年度 第3四半期	平均売買価格	397,900	307,400	127,300	89,200	227,300
	補給金単価	—	—	75,230	26,800	—

3. 肉用牛繁殖経営支援事業に係る四半期別品種区分別支援交付金単価〔平成23年度第3四半期〕

（独）農畜産業振興機構は、平成23年度第3四半期における販売又は自家保留された肉用子牛に係る肉用牛繁殖経営支援事業実施要綱第3の4の(1)に規定する支援交付金の単価を表4の通り公表しました。

（表4）肉用子牛の平均売買価格及び支援交付金単価

単位：円／頭

区 分	黒毛和種	褐毛和種	その他の肉専用種
①保証基準価格	310,000	285,000	204,000
②23年度第3四半期平均売買価格	399,000	307,400	127,300
③発動基準	380,000	350,000	250,000
④支援交付金単価 (③-② (②<①の場合は①))×3/4	—	31,900	34,500

注：100円未満切り捨て

4. 養豚経営安定対策事業の養豚補填金単価〔平成23年度第1～3四半期〕

（独）農畜産業振興機構は、平成23年度第1～3四半期に販売された交付対象の事業対象肉豚に適用する養豚経営安定対策事業実施要綱第4の2の(7)のアの養豚補填金単価を表5の通り公表しました。

（表5）養豚補填金単価の算定

豚枝肉平均価格（平成23年4月から12月の中央卸売市場及び指定市場における「並」規格以上の重量加重平均価格）	(A)	豚枝肉1kg当たり450円
保証基準価格	(B)	豚枝肉1kg当たり460円
保証基準価格と豚枝肉平均価格の差額	(C)=(B)-(A)	豚枝肉1kg当たり10円
1頭当たりの養豚補填金単価 (C)×0.8×77kg ※10円未満切り捨て		1頭当たり610円

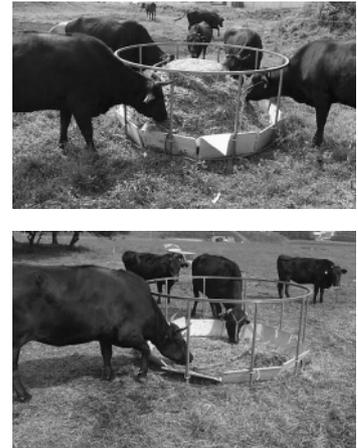
あいであ & アイデア

軽量の給餌柵にちりとりをつけて、屋外での食べ残し量を削減

(独)農研機構 中央農業総合研究センター 江波戸 宗大

稲発酵粗飼料（以下、「稲WCS」）のロールペールは、乾草と比較して水分含量が高いため、体積の割に重く、畜舎への運搬や家畜への給餌作業の負担が大きいのが課題です。ペールグラブやローダー等の重機を持っている畜産農家では取り扱いと比較的楽ですが、人力での持ち運びが不可能なため、中山間地の繁殖農家のような小規模経営には使いにくい飼料といえます。

そこで、このロールペールをいかに簡単に、無駄なく使うために考えたのが、ここに紹介する可搬給餌柵「らくらくきゅうじくん」⁽¹⁾です。

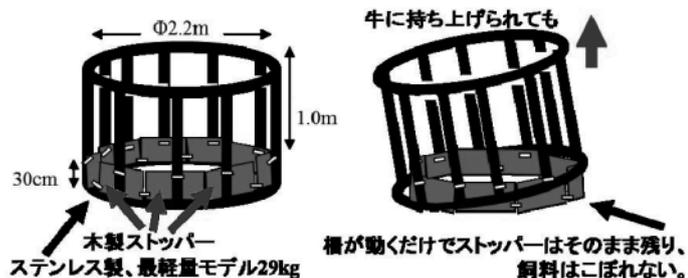


アイデアの発想

「この給餌柵は草架とは何が違うの？」という質問を耳にします。従来の牛に用いる器具は牛の力に対抗できるよう頑丈かつ重く作られていました。草架もそのひとつで、重機がないとそれ自身を移動できませんし、飼料も重機で草架のところに運んできて給餌するスタイルです。そこで、人力ではロールペールを動かすのが大変なので給餌柵の方を動かせるようにしようというのが最初のアイデアです。

可搬給餌柵の特徴①～人力で移動でき、上から被せて使う

可搬給餌柵「らくらくきゅうじくん」は、ステンレス製の底のない円筒形で、柵の重量が最軽量タイプで29kgです。牛への給餌の際には稲WCSの上から被せて使用します。円筒形のため、給餌柵を立てると力がほとんどかからない状態でどこまでも転がしていくことができます。従って、稲WCSをラッピングした所や運んできて下ろした所を牛の餌場にできます。このように牛の餌場を人力で簡単に移動できることが草架と大きく違う点です。「そんなに



軽くて牛に壊されないのか？」という質問もあります。「柔よく剛を制す」のことわざのように、給餌柵をできる限り軽量にすることで、牛の力でつぶされてしまう前に、軽く牛に触れた程度で給餌柵の方が移動して力を逃がす仕組みになっています。そのため、29kg程度の重さでも強度的には十分です。また、円筒形なので一点にかかった力を分散するという構造も強度的に重要な役割を果たしています。

可搬給餌柵の特徴②～ちりとり(木製ストッパー)で横こぼれ防止

細断型稲WCSでは、牛に持ち上げられた下の隙間から細断されている飼料が給餌柵の外にこぼれ出てしまいます。そこで、給餌柵の下方に可動式のちりとり(木製ストッパー)を付けました。木板を柵にひもで緩く結び、さらに木板同士も連動するように緩く結んであるだけですが、この仕組みによって給餌柵が牛に持ち上げられた場合でも飼料が外にこぼれるロスを削減できました。この木製ストッパーは適度な高さがあるので、牛が給餌柵内に足を踏み入れることがなくなりました。さらに、牛に押されて給餌柵が移動する時に飼料をかき集めるちりとりの役割を果たすため、飼料の無駄を少なくするのに貢献しています。

飼料イネ以外でもイタリアンライグラス、スーダングラス、ライ麦等のロールバールの給餌実験も行っており、飼料イネの場合と同様に食べ残し量が少なくなっていました。



木製ストッパーがない状態(上)とある状態(下)

まとめ

今回の可搬給餌柵の製作は、重機を持たなくても工夫次第で牛の世話ができる方法の第1弾です。この給餌柵によって、①放牧に取り組みたい畜産農家が餌不足を心配することなしに低コストで始められる、②畜産農家以外でもやる気のある耕種農家や各種団体が牛の世話を引き受けられるようになるなど利点があり、身近で牛を扱う環境条件が緩和したと考えています。上手に耕畜連携を進めて、農地や資源の有効利用を少しでも促進したいと思っています。希望者には出前技術指導という名目でデモンストレーションを行っており、機材の予備があれば可搬給餌柵の貸し出しも行っています⁽²⁾。

今までの研究で、外部から飼料を持ち込んで固定した場所で給餌を続けると環境への窒素負荷量が多くなることが明らかになり、牛の餌場はなるべく移動して給餌することが推奨されています⁽³⁾。その点でも、この可搬給餌柵は有効に機能できます。環境にも配慮して地域ぐるみで耕畜連携を促進し、地域の活性化が図れればと考えています。

(筆者：中央農業総合研究センター 土壌肥料研究領域耕畜連携飼料生産P主任研究員)

あいであ & アイデア

参考情報(2) <http://narc.naro.affrc.go.jp/chousei/renraku/demae2.html#5>

(3) <http://www.naro.affrc.go.jp/project/results/laboratory/narc/2010/narc10-35.html>