

# 高度な管理で臨む常陸牛生産

(経営管理で未来を見つめる)

## 安達政弘・敏子(肉用牛肥育経営・茨城県笠間市)

### 地域の概況

安達さんの経営がある笠間市は茨城県の中央部に位置し、県都の水戸市に隣接する。総面積は約240.27km<sup>2</sup>で、東西役19km、南北約20kmで市の北西部は八溝山系が穏やかに連なる丘陵地帯で、南西部には愛宕山が位置し、北西部から東南部にかけて概ね平坦な大地が広がり、中央を涸沼川が北西部から東部に貫流している。夏は気温、湿度ともに高く、冬は乾燥した晴天の日が多い太平洋型の気候となっている。

市内の農家戸数は4374戸(平成22年)、耕地面積は4051haで、主な生産物は栗、梅、菊で、花き類・花木は県内3位の生産量を誇る。

笠間市全体の畜産農家戸数は、酪農36戸、肉用牛19戸、養豚12戸、採卵鶏8戸、ブロイラー2戸で、市内には全農笠間乳肉研究所、東京大学附属農場を有する。

### 経営の概要

安達政弘さんは1999年(平成11年)、政府系シンクタンクを退職し46歳で2頭の黒毛和種肥育経営からスタートした。5年、10年、15年後の長期計画を立て、コスト意識をもった経営を目指し、2000年(平成12年)に自己資金による素牛導入で20頭規模まで拡大し、自身による手作り牛舎を建設した。その後、



安達政弘さん・敏子さん夫妻

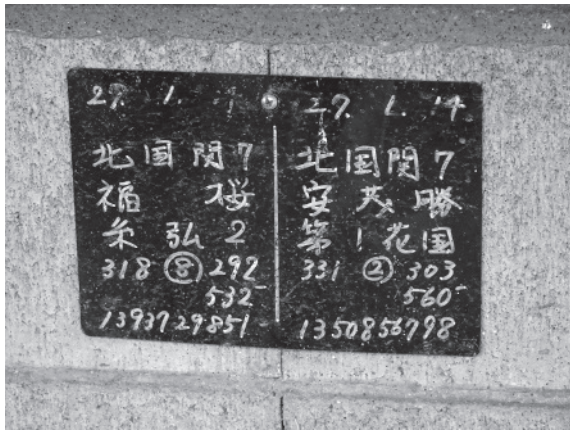
BSEや口蹄疫、東日本大震災など逆境に見舞われたが、それを逆にチャンスと判断し、素牛価格が下落しているうちに増頭を進め、10年後の2011(平成22年)には目標としていた100頭規模となった。現在は90頭を飼養し、銘柄牛の「常陸牛」を生産している。

安達さんの経営の特徴は、①簿記や生産記録の記帳、②作業効率の改善、③PR活動やメディアへの露出といった積極的な販売戦略、④データ分析に基づく素牛の選定、の4点が挙げられる。詳細は後述するが、これらにより安達さんの経営は生産性に優れ、一方で地域の畜産農家、耕種農家との連携を深め、資源循環型畜産への取り組みを進めている。

### 経営管理・飼養管理の特色

#### 【簿記や生産記録の記帳】

コスト意識を持つために、経営データを



牛房に個体ごとの血統・導入年月日を記載したボードを設置



清潔に保たれた牛舎

しっかりと捉え、飼養管理（牛の個体管理、治療履歴等）、生産費等（素畜費、飼料代等）の費用記録をまめに記帳している。

また、農業者を対象とした地元の青色申告勉強会（笠間地区パソコン研究会）でも農業簿記ソフト「ソリマチ」を使った簿記勉強会に参加し、自身で青色申告書の作成も行い、研究会の会長も務めている。

### 【作業効率の改善】

安達さんの経営では現在、地元の定年退職者を1人雇用し、飼養管理作業全般を任せている。雇用に当たり、作業マニュアルを作成し、作業内容を分かりやすく解説。さらに、個体ごとに血統や導入日を記録したボードを牛房の入口に設置するなど、誰が作業しても間違いが起こらないよう工夫している。また、牛舎の飼槽の高さや用具の位置など、作業導線に考慮し、効率よく作業できるように自身で設計、建築した。

従業員とは年に一度、互いの家族と一緒に日帰りの旅行に出かけたり、生産した牛肉をプレゼントしたり、福利厚生の実施も図っている。

(表) 経営実績 (平成26年)

		労働力員数 (畜産・2000hr換算)		家族・構成員	0.6人	
				雇用・従業員	0.5人	
肥育牛	肉用種				90頭	
	平均	交雑種	-			
飼養頭数	乳用種				-	
年間	肉用種				58頭	
	肥育牛	交雑種	-			
販売頭数	乳用種				-	
収益性	所得率				14.5%	
	肥育牛1頭当たり生産費用				933,570円	
生産性	肥育(品種・肥育タイプ) (黒毛和種去勢若齢)	肥育開始時	日齢(月齢)	293日		
			体重	296kg		
		肥育牛1頭当たり	出荷時	911日		
			出荷時生体重	814kg		
		平均肥育日数				618日
		販売肥育牛1頭1日当たり増体重(DG)				0.84kg
		対常時頭数事故率				1.7%
		販売肉牛1頭当たり販売価格				1,095,771円
		販売肉牛生体1kg当たり販売価格				1,346円
		枝肉1kg当たり販売価格				1,990円
		肉質等級4以上格付率※				94.8%
		もと牛1頭当たり導入価格				473,586円
もと牛生体1kg当たり導入価格				1,600円		

### 【販売戦略】

一般に生産者は牛を育てることのみ重点を置き、販売対策が弱い面があるが、安達さんは6次化の流れを見込んで自身でも積極的に常陸牛を売り込み、生産から販売、そして消費までフードチェーン全体に力を入れている。



導線を考慮して自身で設計した牛舎



稲わらはコスト削減のため家族で収集する

る。

そのためには、地域の市場に安定的に良い物（良い牛）を供給すること、自分のブランド化（安達さんの育てた常陸牛として）を確立することが収入の安定には何より大事なことに捉え、生産から消費に至るまでの人間的な信頼関係の上に成り立つものと考えていることから、次のことを実践している。

①出荷時は、必ず枝肉市場へ出向き、自分の枝肉の確認や、自分より成績の良い枝肉の状況を把握し、市場で会う生産者同士の情報交流や、買参人との人間関係を深め、高く売れるためにはどうするかなど、消費者のニーズの確認をしている。

②自分の枝肉を地域や友人などに広くPRする（地元のイベントなどで肉を提供）。

③自身で育てた常陸牛を提供してくれる店を開拓することにより、お店にも買参人を紹介することができることや、友人やお客さんを招待し、色々な意味で理解してもらうための試みとして実践している。現在、フランス料理2店、寿司店2店に、安達さんが肉を市場で買い戻して卸している。

④常陸牛指定生産者として、各種メディア等の取材、研修にも惜しまない対応をとることにより、自分の経営のみならず、茨城県の

常陸牛を知ってもらうための努力をしている。

### 【データ分析に基づく素牛の選定】

素牛導入型の肥育経営で、生産技術の高品質化を図るため、データ分析等により、自分に合った素牛の生産農家や血統などをいち早く見極め、適正な価格で購入することが牛飼いのポイントと捉えている。

### 【コスト削減の取り組み】

近年高騰している敷料用のオガコは製材工場に収集に行くことで無償で譲渡してもらう、稲わら収集を家族で行う、機械は中古のものを探して購入するなど、コストを極力抑えることを徹底。また飼料メーカー2社に飼料価格を競わせ飼料費の低減を図っている。

## 地域に対する貢献

### 【家畜排せつ物の処理について】

家畜排せつ物法に基づく堆肥舎での処理方法により堆肥生産を行っている。近隣耕種農家との耕畜連携を図り、堆肥はマニュアルスプレッターによる散布（3t=3000円）まで行うなど、耕種農家の負担軽減をするとともに、近隣住民には、畜産への理解をしてもらえるよう取り組んでいる。さらに、大手飲料メーカーの主力商品の原料となる野菜を生産して



素牛を導入する際は人懐っこい個体を選ぶ



作業中にクラシック音楽を流すことで、牛も人もストレスなく過ごせる環境づくりにも取り組む

いる農家への堆肥の流通販売、また、それらの堆肥を利用した地元の特産品、栗、梨、米（ホタル米= 5 kg）も販売し、地域資源循環型農業を推進している。

### 将来の方向

現在、2人の息子は社会人（公務員・エンジニア）として生計を立てているが、どちらかが後継者として、これまで築き上げた肉用牛経営を継承してほしいと願っている。政弘さん本人がまだ62歳であり、今後10年は経営を続けて行く計画である。

### 経営への支援活動

平成19年より茨城県畜産協会が経営診断（畜産経営改善指導チーム）を実施し、それに基づき以下の2点をはじめ、経営収支の把握や改善方法の検討に取り組んでいる。

①飼養管理（個体管理）に関するデータ収集の仕方について、自身で管理できるようEXCEL管理表を導入、出荷までのデータ管理を行い、それに基づく基礎データ管理の仕方について指導を受け、現在も活用している。

②当初の診断から枝肉重量が小さい状況が最大の課題であり、改善のため、それまで2回給与体系から、昼間の給与を含めた3回給



フランス料理レストランで提供される安達牧場産の常陸牛を使った料理

与（朝4 kg・昼2 kg・夕4 kg）を取り入れ、増体する取り組みを実践した。その結果、平成19年の出荷平均枝重481kgから、平成22年には524kgと改善した。

安達さんは「『牛飼いと人間関係の構築』は重要であり、第三者の目を入れることにより、自分では気づかなかった点、再確認できる点など、関係機関と接することにより自身の視野や活動範囲を広め、生きがい、やり甲斐を深められる」という。

農家および買参人との信頼関係も重要だが、自身の所属団体（茨城県家畜商業協同組合）や、その他畜産関係団体とも連携をとり、さまざまな関係機関等（農家、獣医、教師、団体職員等）との勉強会にも参加している。