

## 1 取組の概略・経緯等

兵庫県の但馬牛（たじまうし）肥育農家は県内の2箇所の家畜市場からのみ肥育素牛を導入また、自家産素牛を肥育し、原則県内指定食肉センターに出荷し、県域ブランドである「神戸ビーフ」「但馬牛（たじまぎゅう）」を提供している。平成24年の神戸ビーフの輸出開始以降、国内外の需要は拡大し、枝肉単価は上昇しているものの、肥育素牛の導入費が高騰していることから、利益は必ずしも増加しておらず、需要の拡大に即して容易に肥育経営の規模拡大ができない状況にあった。

現在、繁殖肥育一貫経営となっている4戸のうち2戸については、自らの求める資質、良好な発育の肥育素牛の安定確保のために平成27年に繁殖経営を開始した。引き続き、肥育経営の安定のためにも子牛の自家生産・導入ができる体制づくりが急務であり、地域内の連携の下に、繁殖雌牛を増頭し、肥育素牛を安定的に生産することで、経営の安定化を図ることとなった。

## 2 取組の「目標」・「目的」・「目指したもの」

地域において、繁殖肥育一貫経営を進めることにより、市場の子牛価格に左右されない畜産農家の安定した経営と収益を向上させる。

### (1) 経営安定

繁殖肥育一貫経営を進めることにより市場の子牛価格に左右されない安定した経営と収益を向上させる。そのために市内2戸の肥育農家のうち1戸が平成28年から繁殖肥育一貫経営農場に取組むとともに、すでに繁殖肥育一貫経営に取組んでいる農家は繁殖雌牛を増頭し、子牛の自家生産の割合を高める。1頭あたりの子牛の自家生産の経費は405,268円（平成26農林水産省生産費統計）であり、平成28（8月）の素牛価格828,802円より423,534円安価で生産可能であることから、繁殖雌牛を増頭し、肥育素牛を安定的に生産することで、経営の安定を図る。

※市内繁殖雌牛飼養頭数 平成28：79頭→平成33：249頭、市内肥育飼養頭数 平成28：708頭→平成33：845頭

### (2) 担い手育成

市内の高い肥育技術の継承と繁殖の管理の技術が習得できる地域の魅力的な但馬牛繁殖肥育一貫経営や大規模経営農家にて新規就農希望者を受入れし、担い手の確保を図る。次世代の担い手である地元の農業高校生等の実習、雇用等も積極的に受入れ、担い手を育成していくことにより、市内への就農、定着を促進する。併せて、繁殖の管理の技術を習得するための支援と「農」の雇用事業（国庫事業）を活用し新たな雇用による人件費を軽減

するため、市、JA、普及センターと連携して進める。

※研修生の受入れ（雇用含む） 平成 28：4 人→平成 33：5 人

加古川市但馬牛クラスター協議会の構成員である(株)ヒライ牧場の牧場に就職し、その後独立し、淡路で繁殖経営を開始した事例

対象者：宇都宮 太一

淡路市生田大坪

#### ①年齢、出身地

- 加古川市出身
- 23 歳
- 父親 建築設計事務所代表

#### ②(株)ヒライでの研修の経緯、いつ？

- 中学時代、急に牛飼いにあこがれ、兵庫県立農業高校畜産課への進学を決める
- 高校で畜産を学び、牧場への就職について担任教諭に相談したところ、(株)ヒライへの就職を進められ、就職



#### ④研修先での雇用条件、業務内容

- (株)ヒライは繁殖、肥育一貫経営（繁殖 頭、肥育 頭）
- 飼養管理全般を任せられ、3 年目には場長として取り仕切る。

#### ⑤独立の経緯と経営開始まで

- 令和元年 5 月。業務内容、職場環境にも満足していたが、ある朝飼槽の掃除をしている時に、ふと退職することを決める。退職後にどうするか、決めておらず(株)ヒライの元社長等から、次を決めてから、再度話し合うこととされる。
- 素牛導入に行く淡路家畜市場で知り合い、親交のあった、繁殖農家（家畜商）に相談し、現在使用している牛舎の所有者を紹介され、以前使用していた牛舎の使用許可を得ることができたため、先代社長に退職を正式に申し出る。引き留めや、文句を言われることを予想していたが、「お前も一人前になったのお。これからは、同じ一経営者の立場で同等だ。ヒライ牧場の子分でもなんでもない。困ったことがあれば遠慮せずに言ってこい」と言われて送り出される。
- 3 年ほど使用していないかったため、荒廃し、通路に裏山の土砂が流入しているような状況だった。所有者も、本当にこの若者にできるのかと半信半疑だったが、スコップと一輪車で土砂を数日にわたって掻き出す姿をみて、重機が提供され、使用可能な状況になる。
- 令和元年 7 月に淡路に本格的に移住し、まずは経産牛を買い入れ、繁殖経営をスタートさせる。

#### ⑥淡路での生活

- 家畜市場で子牛導入をしていたことから、島内の畜産農家の知り合いは多かったが、当地は縁もゆかりもない。しかしながら、人見知りもなく、人懐こい性格から地域

の人と積極的に接していった。

- 労力を惜しまず、他の家の畜産だけでなく、農業も手伝う姿勢から、まもなく地域に受け入れられる。自ら削蹄も行うが、近隣農家の牛舎に行って、求められれば無償で行っている。
- 当地域は大規模な農地整備が行われ農業生産も盛んであることから、堆肥の処理にも困ることはない。また、営農組合から労力として期待され、アルバイトをすることになる。
- 繁殖牛の購入費用について、当初は手持ち資金で行ったが、ある程度の頭数となったところで、金融機関、JAの借入が可能となり、更なる増頭を進める。現在は、繁殖牛15頭、育成牛2頭、経産牛肥育1頭。
- 増頭したが、子牛販売収入はない。一方、牛が増えれば、飼料費も増える。隣の集落にある養鶏場経営者ともほどなく親密になり、農場でアルバイトをさせてもらうことになる。
- 島内2カ所、また加古川中央畜産荷受株式会社のセリ人のアルバイトで収入がない間は飼料費を賄ってきた。養鶏場は朝3時から7時。給餌後、営農組合の仕事に行き、帰って来てから、自らの牛の管理や牛舎の管理等を行い、終了が日付をまたぐこともしばしばあった。子牛を販売するようになった現在は、牛の管理時間もあることから、アルバイトにはいかないが、人手が足りないと言われれば喜んでいく気構え。
- 牛舎の所有者宅の飼養牛の管理も積極的に手伝う姿勢から一層かわいがられ、現在、食事は全て、所有者宅で世話になっている。

#### ⑦今後の夢

- 現在使用している牛舎には30頭～35頭程度が飼養可能。ゆくゆくは肥育も行っていきたいが、10年後の目標等は特に設定していない。牛が好きで、地域の人々が好きなので、自分が今できることを精いっぱいやるだけ。
- 所有者は後継者がいないが、求められれば、今後この牛舎の管理もしていく。
- 肉用牛経営は、命をいただいて生活していく商売。現在は肝に銘じて感謝しながら、いとおしく思いながら管理をしている。もし、牛に感謝する気持ちが薄れ、商売ばかりになってしまったら牛に失礼になるので、その時は牛飼いはやめる。
- 受け入れてくれた当地域に定住するつもりで、恩返しをしていきたい。





### (3) 販売強化

「加古川和牛」のブランド化を進めるために、平成 27 から加古川農林水産振興事務所では PR ポスターを作成し、管内主要駅に掲示するとともに、試食イベントの開催により、消費者に実際味わってもらおう機会を作り、消費者の知名度向上を図るために加古川和牛流通推進協議会と加古川農林水産振興事務所が連携し、継続して PR 活動を進めていく。

また、市内の小学生 4～6 年生を対象に「加古川和牛体験ツアー」を開催し、加古川食肉センターや市内の肥育農家を訪れ、肉牛の肥育過程から加工、販売までを見学後、「加古川和牛」を堪能し、貴重な体験から「加古川和牛」の理解を醸成し、将来の購買者となるような PR 活動を加古川和牛流通推進協議会が継続的に行う。



また、市のふるさと納税の返礼品としても非常に人気が高く、市の返礼品の約 7 割を占めることから今後も継続することと併せて、味わってもらった人がリピーターとして購入できるように加古川和牛流通推進協議会を中心に販売店での「加古川和牛」の PR 強化にも努める。



消費者の購買の需要に応えられるよう、但馬牛飼養農家の繁殖肥育一貫経営や飼養規模の拡大により「加古川和牛」を安定的に供給できる体制を整え、経営の安定化を図る。

※市内の肥育飼養頭数 平成 28：708 頭→平成 33：845 頭



加古川和牛ポスター

### 3 組織・機構

---

#### (1) 関係する組織・個人

- ① 但馬牛飼養農家
- ② 公益財団法人加古川食肉公社
- ③ 兵庫南農業協同組合
- ④ 加古川和牛流通推進協議会
- ⑤ 加古川農業改良普及センター
- ⑥ 加古川農林水産振興事務所
- ⑦ 加古川市

#### (2) キーパーソンの有無（今後の見通し）

生産者に加え、加古川食肉公社、加古川和牛流通推進協議会が協議会構成員となっている。

生産者の生産体制強化、生産量の増加とともに、加古川食肉公社、加古川和牛流通推進協議会との連携により「加古川和牛」のブランド力を高め、地域内一貫生産、供給体制の強化を図っていく。

#### (3) コスト低減・生産プロセスに係るもの

兵庫県の但馬牛（たじまうし）肥育農家は県内の2箇所の家畜市場からのみ肥育素牛を導入また、自家産素牛を肥育し、県内指定食肉センターに出荷し、県域ブランドである「神戸ビーフ」「但馬牛（たじまぎゅう）」を提供している。

特に、当協議会会員は、加古川食肉公社が運営管理する加古川食肉地方卸売市場また、神戸中央卸売市場西部市場、姫路市の和牛マスター食肉センターに出荷している。

県内一貫生産体制であることから、導入出荷に係る経費が抑制されている。

#### (4) ブランド化・高付加価値化に係るもの

「加古川和牛」は高品質であるが、消費者の知名度が低いため、ブランド牛が全国的に乱立する現状においては、差別化を図るに至っていない。

平成27年から「加古川和牛」のPR活動、販売強化等を進めており、管内の主要駅であるJR明石駅、JR西明石駅、JR加古川駅と県内で利用人数が多いJR三ノ宮駅にクリスマスやお歳暮の肉の需要が高まる11月の約1か月、加古川和牛のイメージポスターとPRイベントポスターの2種類を掲示した。

イメージポスターについては平成27の兵庫県畜産共進会へ出品した出荷間近の牛をモデルとし、清流加古川をバックに加古川市内で肥育技術の高い農家で大切に育てられたことが伝わるポスターを制作した。

また、PRイベントポスターについては加古川ツーデーマーチ、JA兵庫南ふぁ～みんフェスタ、加古川市共催の軽トラ市における試食イベントとJA全農兵庫神戸プレジールレストランにて12月の加古川和牛フェア（加古川和牛を使用したフルコース、要予約）の情報について掲載し、消費者へPRした。その結果、どのイベントも盛況であり、試

食イベントも準備した試食は全て提供し、神戸プレジールレストランにおいても好評を博した。

#### (5) 販売額の増加に係るもの

(4) ブランド化・高付加価値化に係るものにおいて説明した活動により、消費者にアピールすることにより、「加古川和牛」の取扱量、販売額を増加させることで、枝肉購入額の向上につなげ、「加古川和牛」関係者の全体の販売額増加につなげる。

#### (6) 収益性の向上

協議会構成員を対象に県研究機関から講師を招き、和牛繁殖技術研修を定期的に行うとともに、県内但馬牛肥育農家が入会している「但馬牛肥育研究会」、JA 全農兵庫が開催する「全農基幹産地研修会」等に積極的に参加し、情報収集、意見交換を行うことで、枝肉成績の向上につなげている。

### 6. 支援体制

---

協議会内の技術、情報の互助に加え、県出先機関、JA からの補助事業に係る情報提供積極的にされている。また、県研究機関、JA 全農兵庫等から技術支援等を受けている。

なお、協議会運営に関する直接的な財政支援は受けていない。

### 7. 情報交流

---

当地域は旧来肥育産地であるが、繁殖管理については発展途上であり、牛舎の作業動線の改善や飼養管理技術の更なる向上が必要な経営が見受けられた。このことから、繁殖経営の先進地である香美町の牧場を視察し、①肉用牛繁殖雌牛及び子牛の飼育管理技術、②作業動線の良い牛舎環境、③生産性の高い繁殖雌牛の特徴についての技術・知識の習得を図った。

### 8. 波及効果

---

情報収集、技術習得により、繁殖成績、肥育成績の向上は図られている。しかしながら、販売価格等については、新型コロナウイルス感染拡大によりインバウンド需要、緊急事態宣言による外食需要の激減など社会情勢等に影響されることから肥育経営の財政状況については楽観視できない状況にある。

一方、六次化している肥育経過については、巣ごもり需要が高まったことで、ネット販売が好調で、全国的な食肉、畜産業界が苦悩する中、「加古川和牛」を盛り上げるべく奮闘している。

## 9. まとめ

---

本協議会における取組の目標は、但馬牛の原産地としてのブランド力の向上と、地域において繁殖肥育一貫経営を進めることにより、市場の子牛価格に左右されない畜産農家の安定した経営と収益を向上させることにある。

生産者の生産体制を強化することによる生産量の増加とともに、食肉市場・流通分野を担う加古川食肉公社、加古川和牛流通推進協議会と連携することにより、「加古川和牛」のブランド力を高め、地域内一貫生産・供給体制の強化を図る取組と、市内の高い肥育技術の継承と繁殖管理の技術が習得できる但馬牛繁殖肥育一貫経営や大規模経営農家において、地元の農業高校生等の実習や、新規就農希望者を受け入れるなどの担い手の確保を図る取組は、他の地域にとっても参考となるものであり、今後、その成果が期待される。

(公益社団法人兵庫県畜産協会)