課題名：赤字相場の中で取り組んだ県南家畜市場底上げプロジェクト
　　～市場を核とした次代につながる子牛産地づくり～
所属名：長崎県島原振興局

【活動事例の要旨】

長崎県南部に位置する島原半島は、県の肉用牛生産額の約４割を占める最大産地であり、所在するJA全農ながさき県南家畜市場（以降「県南市場」）は、子牛取引県内シェア約３割の主要市場であるが、県内他市場や全国市場の平均より取引価格が低い傾向にあった。県の「ながさき肉用牛振興計画」に掲げる生産性向上・経営安定への普及活動に取り組む中、令和４年頃から飼料価格高騰と子牛価格急落による収益悪化が全国的な緊急課題となった。従来から価格が低迷していた県南市場管内では、平均価格が損益分岐点を下回る赤字相場となり、産地として危機的状況に陥った。

そこで普及において、この危機を産地の指導体制を見直す好機と捉え、まずデータ分析と購買者調査から、発育不足と出荷遅延が他市場より劣る要因として特定した。そして、関係機関へ分析結果を共有し、何度も対応を呼びかけ、地域の全ての子牛が取引される県南市場を核とした「県南市場底上げプロジェクト」を開始した。①産地共通マニュアルの策定、②集団指導の強化、③重点農家の選定と巡回の３つを柱に活動を展開した。

その結果、市場全体と重点農家ともに去勢子牛の発育指標の日齢体重（1日当たり増体量kg/日）の向上と出荷日齢の短縮いずれの目標も達成し、さらに市場全体のうち発育不足の子牛及び出荷遅延の子牛の割合が、それぞれ2/3、1/3に減少し、当初の分析で特定した課題への改善が確認された。

また、出荷日齢短縮による生産コスト低減に加え、全国の市場や県内他市場を上回る平均価格の上昇も副次的に確認された。さらに、農家や関係機関の意識・行動の前向きな変化が確認されるとともに、本活動を参考とした新マニュアルが他地域でも策定される等、取組の波及につながった。

１　普及活動の課題・目標

（１）長崎県の肉用牛産業における島原半島と県南市場の位置付け

肉用牛は、長崎県の農業産出額で21年連続第１位の基幹品目である。

島原半島地域は、古くから農畜産業が盛んであり、かつその形状から「一億人のいぶくろ」という愛称で知られる県内最大の農業地帯である（図１）。島原半島の肉用牛生産は、県全体の産出額の約４割を占めており（図２）、また担い手層（50代以下及び法人経営）が他地域より多く（図３）、長崎県のこれからの肉用牛産業を担う重要な地域となっている。

県南市場では島原半島地域の全ての子牛が取引されており、県内取引頭数の約３割を占める。したがって、県南市場における子牛取引相場は、管内の農家経営だけでなく、県全体の肉用牛産業の持続性に直結している。

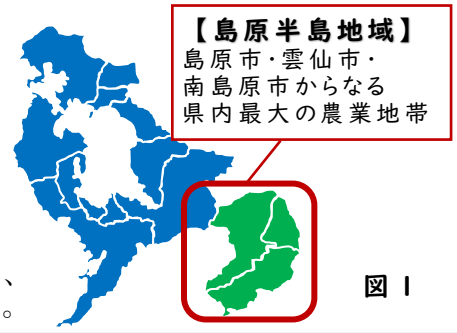


図１

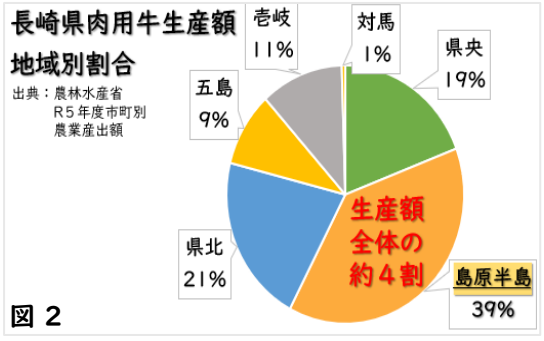


図２

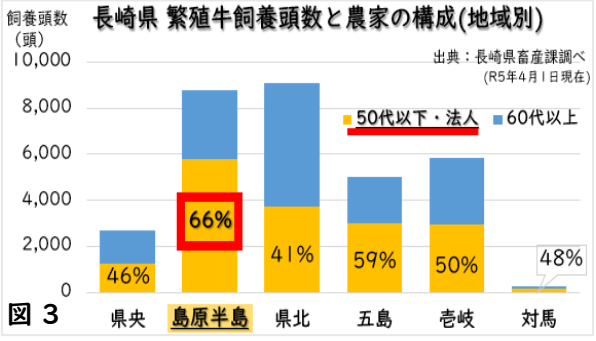


図３

（２）産地を襲った子牛相場下落と飼料価格高騰

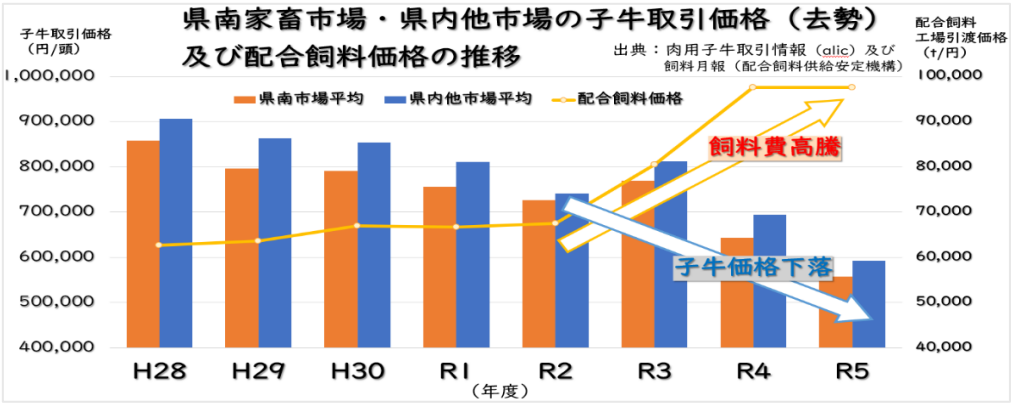


図４

図４のとおり県南市場は県内他市場と比べ、平均価格が安い傾向にあった。また令和４年度以降、子牛価格下落と飼料価格高騰による収益性低下が全国的な課題となる中、従来から他産地より平均価格で劣る管内の繁殖経営は、市場平均価格の取引でも採算が合わないという非常に厳しい状況に陥った。当時、農場や市場へ行く度に廃業を懸念する声が聞かれ、深刻な生産意欲の低下が産地の将来を脅かしていた。



当時現場で聞いた農家の声

当時の普及チームにおいて、この危機的状況を産地構造と指導体制を抜本的に見直す機会と捉え、県の主要産地を危機から救うために、まず県南市場が他市場よりなぜ価格が劣っているのか、要因分析に着手した。

２　普及活動の内容

（１）データ分析と購買者調査から改善すべき要因を特定

まず、日程や立地等の開催条件が近いにも関わらず、県で最も平均価格の高い平戸口中央市場と令和５年度去勢子牛取引データを比較分析した。

分析したところ、表１のとおり県南市場は平均的な発育（日齢体重(１日当たり増体量kg/日)）が劣っており、特に1.00kg/日未満の発育が不良な子牛の割合が高かった。

また、県南市場の指導方針で適正とされる出荷日齢270日に対し、市場平均が278日と遅く、300日齢以上の遅過ぎる子牛の割合も高かった。

データ分析に加え、管内外の購買者（全体の約半数）へアンケート及び聞き取り調査を実施したところ、購買者からもデータ分析と同様の意見や指摘が確認され、他市場と比べた「発育の不足」と「出荷日齢の遅れ」が、県南市場の価格低迷につながっている重要な要因であると特定した。

表１比較結果

比較項目(R5市場データ(去勢)より)	県南市場	平戸口中央市場
平均日齢体重(発育の市場平均)	1.07kg/日	1.09kg/日
発育不良牛(1.00kg/日未満)の割合	26%	19%
平均出荷日齢(出荷時期の市場平均)	278日	273日
出荷遅延牛(300日齢以上)の割合	13%	4%

（２）産地が目指す姿と数値目標

把握した原因に対し、普及から関係機関へ対応を呼びかけた。これまでバラバラに動いていた関係機関を動かすことは非常に苦労したが、具体的データと購買者の生の声を伝え、対応の必要性を何度も説明したところ、

危機的な状況だからこそ産地の連携を見直すことが重要だという想いを共有することができた。県南市場を産地の象徴として、関係機関が一つとなり、子牛の品質を高め、農家の所得確保により産地を次代につなげていくという共通の目的のもと『県南市場底上げプロジェクト』を開始できた。

そして、プロジェクトチーム（以降「PJ チーム」）で目的に紐づく目標や具体的な数値を検討し、①発育指標：日齢体重の市場の全体平均を県で最も優れた水準まで向上させること、②平均出荷日齢を県で最も早い水準まで短縮させること、③出荷成績が要改善農家を重点化し、市場平均の水準まで向上させること、の３つの目標と目標数値を設定した（表２）。

表２
目的と目標

目的（産地が目指す姿）	子牛品質向上により所得を確保し、次代につながる子牛産地を目指す

目標(去勢子牛)	基準(R5)	目標値	目標設定の考え方
①市場の発育(日齢体重)向上（市場全体目標）	1.07 kg/日	1.09 kg/日	県南市場の平均発育を**県内で最も優れた水準まで向上**させる
②市場の出荷日齢適正化（市場全体目標）	278 日	273 日	県南市場の平均日齢を**県内で最も適切な水準まで短縮**させる
③発育不良層の底上げ（重点農家目標）	1.01 kg/日	1.07 kg/日	規模や年齢で**重点化し、発育を市場平均の水準まで向上**させる

（３）課題に対応した活動設計

PJ チームにおいて、各目標に基づく具体的な活動内容を検討した。その中で、設定した目標の達成に向けては、❶産地の新たな指針が必要であること、❷出荷が遅すぎる農家が多いこと、❸出荷子牛の発育が不良な農家が多く、現在の指導体制が縦割りでバラバラということの３つの課題が挙げられた。目標数値を着実に達成するために、各課題に紐づく具体的な活動として、①市場全体の発育向上へ向けた産地共通の指針となる新たなマニュアルの作成、②発育の向上や出荷の適正化への集団指導強化、③重点農家への新たな指導体制構築の３つに取り組むこととした（図５）。活動実施に当たっては、できるだけ既存の協議会等の枠組みを活用することとし、担当者が変わっても継続できる持続的な活動となるよう工夫した。また、PJ チーム内で負担が偏らないよう役割分担を明確化することとした。

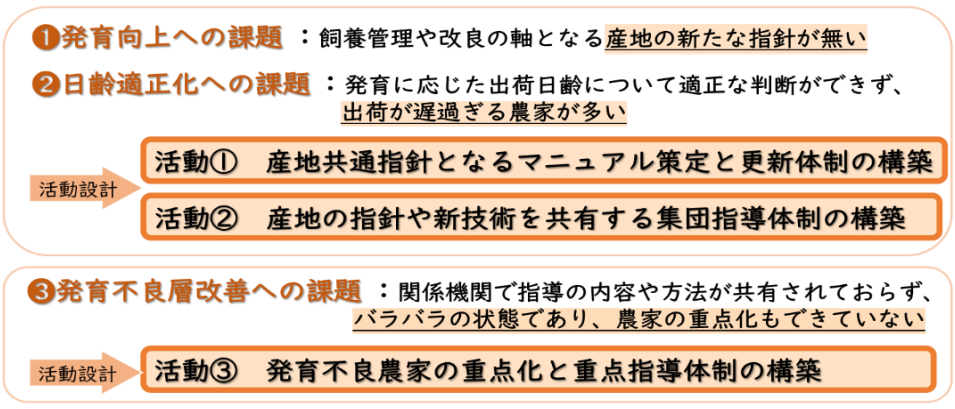


図５
目標達成への課題と対応する活動

（４）具体的な活動体制の構築・役割分担

普及が前に立ち続けなくとも活動できる体制づくりに苦労したが、各機関へ活動の意義を粘り強く呼びかけたことで、市場に関係する全ての機関（全農ながさき、JA 島原雲仙、全農くみあい飼料、家畜保健衛生所、普及）が参画し、各専門分野で役割を分担した活動体制を構築できた（図６）。

また、全農（市場）主体の PA チーム会を毎月開催し、計画や進捗、改善状況を随時協議した。普及は、ファシリテーターとして各機関が専門性を発揮できるよう活動設計と進捗管理を担い、全農（市場）主体の月例チーム会を通じて、計画、成果及び改善点を共有した。各計画に対する達成状況と課題を随時共有し、PJ チームとして継続的な改善が図られるよう、PDCA サイクルの円滑な実践に努めた。

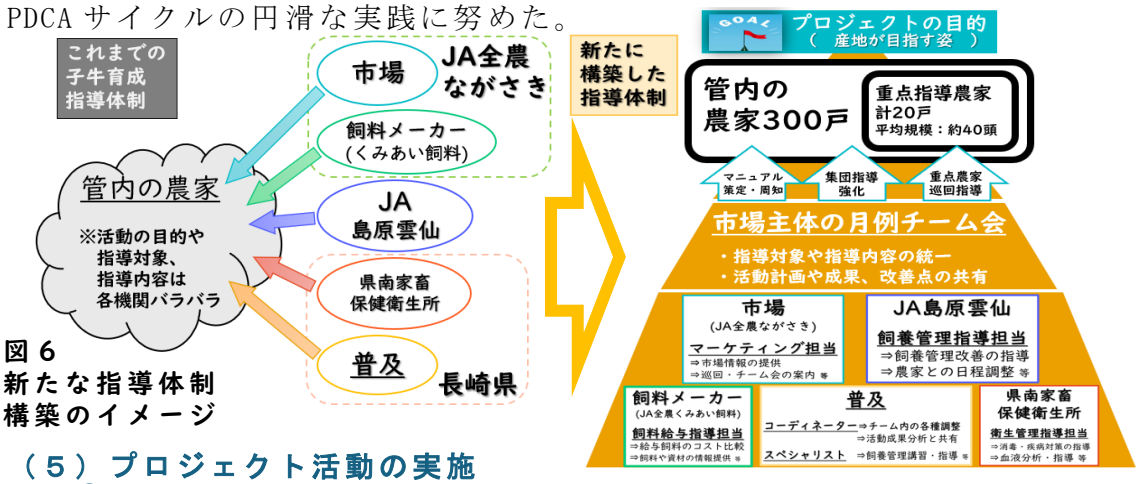


図６
新たな指導体制
構築のイメージ

（５）プロジェクト活動の実施

活動①　産地の共通指針となる新マニュアルの策定

マニュアル策定では、新たな研究成果等をどう反映させるか、内容作成に苦労した。まず、県の試験機関と協議して叩き台を作り、プロジェクトチームで検討を重ねた。最新の知見だけでなく、現場指導や農場ですぐ活用できる内容となるよう、各機関から意見を引き出し、全員が納得するまで何度も調整し、「母牛・子牛飼養管理」「自給飼料栽培」「改良交配」の３編を策定した。特に子牛管理では、新たな生産方式として令和４年度に県の試験機関が確立した子牛育成の新技術を軸とした。作成後は、産地で幅広く活用され、かつ継続的な指針となるよう、下記の工夫に努めた。

・全戸へポスターやチラシを配布し、産地の共通資料とした（写真１、２）
・既存協議会で更新を定例化し、作って終わらないことを徹底（写真３）


写真１


写真２


写真３

活動②　産地全体への集団指導の強化

管内農家は約 300 戸いるため、どうすれば産地を網羅しつつ、効果的な指導を行うことができるのか、集団の範囲と指導の質の両立に苦労した。

そこで、産地全体を対象とする「肉用牛大学」と、若手農家を対象とする「島原地域肉用牛後継者協議会」を集団指導の両輪とし、開催回数を増やすだけでなく、参加しやすさや学習効果を高める工夫を重ねた。

内容の工夫	参加方法の工夫	学び方の工夫
・競合市場との比較 ・各種マニュアル講習 ・毎回アンケート調査し次回に要望を反映	・募集チラシ配布強化 ・開催会場の固定 ・QR コードを活用したオンライン会場併設	・座学に加えて、管内農場でのバーンミーティングにより実践的な意見交換を促進

集団指導への延べ参加人数は、令和４年度:110 人から令和５年度:210 人、令和６年度:290 人、令和７年度:330 人へ増加した。集団指導の場は、厳しい相場環境において、飼養管理の新技術や経営管理の学びの機会となっただけでなく、産地全体が同じ方向性・指針を共有する機会となった。

活動③　将来の産地を担う農家を重点化した巡回指導

候補者として、成績改善が必要な農家のうち、一定規模以上で年齢が若い農家を選定した。市場データ等を基に、出荷成績、規模、年齢等から候補者を抽出し、本人との面談・意思確認を経て計 20 戸を重点農家に決定した。うち 20～30 代の農家が 11 戸を占め、平均飼養規模は繁殖雌牛約 40 頭で、市場出荷頭数の約 11%を占める。指導実施に当たっては、まず本人と現状成績をデータ共有した上で、個別目標を設定した。そして、PJ チームの役割分担に基づき、かつ PDCA サイクルに沿った指導を徹底した（図７）。

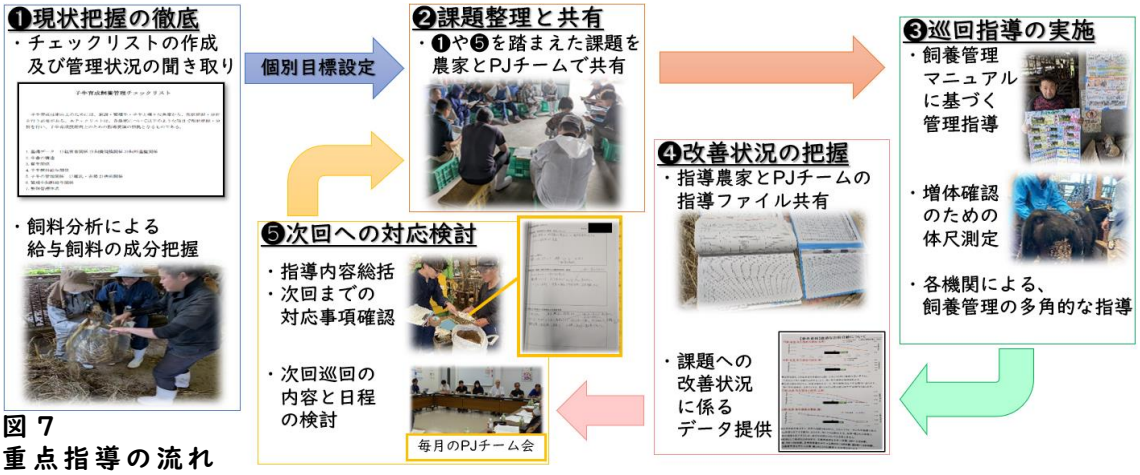


図７
重点指導の流れ

厳しい相場の中で、当初農家のモチベーションが低く、指導に苦労した。そこで、コストがかかるハード面の改善ではなく、飼料給与や哺乳管理、衛生管理、出荷判断等といった、既存の設備等で実行できるソフト面の指導を重視した。また、内容を一度に詰め込まず、次回の巡回までに実施する項目を明確にし、小さな改善を積み重ねることを心がけた。ノートを農家と共有し、過去の実践内容や積み重ねた成果、改善後の成績を見える化し、指導を受けながら農家が着実に自信を深められるよう工夫した。

３　普及活動の成果

（１）市場全体・重点農家の発育向上と出荷日齢適正化

市場平均の日齢体重及び出荷日齢はいずれも目標を達成し、重点農家も日齢体重が大幅に向上し目標を達成した。

さらに、市場全体に占める出荷遅延牛の割合は約 1/3（13%→4%）、発育不良牛の割合は約 2/3（26%→16%）といずれも大きく減少し、データ分析で特定した発育不足と出荷遅延という県南市場の二つの課題に対する改善成果が確認された（図８、図９、表３）。

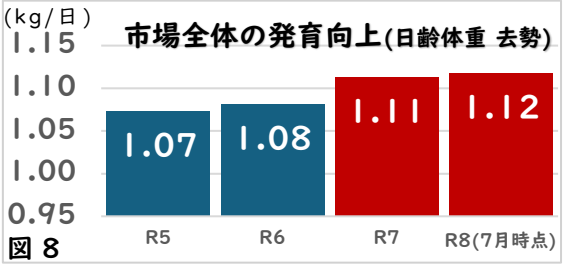


図８

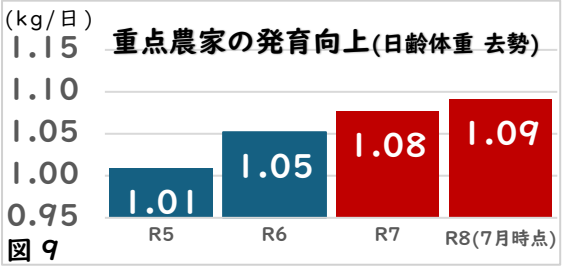


図９

表３

年度（去勢）	市場全体 出荷日齢	重点農家 出荷日齢	出荷遅延牛の割合 (出荷日齢300日 以上)	発育不良牛の割合 (DG1.00kg/日 未満)
R5年度	278日齢	288日齢	13%	26%
R6年度	277日齢	276日齢	11%	24%
R7年度	275日齢	271日齢	8%	19%
R8年度※7月時点	270日齢	271日齢	4%	16%
成果(R5⇒R8)	8日短縮	17日短縮	出荷遅延牛が約1/3に減少	発育不良牛が約2/3に減少

（２）日齢短縮によるコスト低減と全国・県内他市場を上回る価格上昇

副次的な効果として、母牛・子牛の飼料費を計 900 円/日とすると、重点農家では出荷 17 日短縮により約 1.5 万円/頭のコスト低減が確認された。

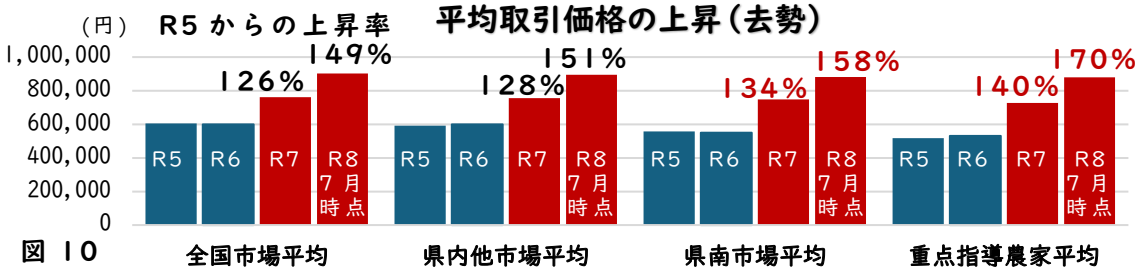


図 10

また、令和５年度から令和８年度７月現在までの県南市場の平均価格は、全国市場 149%や県内他市場 151%を上回る 158%の上昇率となり、全国的な相場回復以上の相対的改善が確認された。さらに、発育が大幅向上した重点指導農家では、より大きな上昇率（170%）となった（図 10）。

飼養管理技術の向上により、産地の将来を担う重点農家のコスト低減と県南市場の相対的評価の改善を確認することができた。

（３）農家と関係機関の意識・行動変容と地域外への波及

重点農家から「発育が改善したので、相場に左右されず前向きに経営を続けたい」、「後継者へ経営を継承したい」との声が聞かれ、次代への継続・継承に向けた行動が見られるようになった。また関係機関からも、厳しい相場に対し産地が一丸となって対応できたことへの自信や、今後も継続していくという姿勢が見られ、産地全体の意識と行動の変化が確認された。さらに、競合市場である平戸口市場管内では、本活動を参考にした新マニュアルが令和８年３月に策定された他、本活動で招聘した講師が他地域の肉用牛大学でも招聘されるなど、他地域への波及につながっている。

４　今後の普及活動に向けて

新たな目的　**今回構築した自走体制を活かし、飼養管理技術をさらに高度化した、持続的かつ競争力の高い子牛産地を目指す**

（１）飼養管理技術の高度化

今回構築したプロジェクトチーム体制を活かし、今後相場に左右されない持続的な産地を目指すには、飼養管理の高度化が必要。

そこで、本県の試験機関が確立した「長崎型代謝プロファイルテスト」を活用し、血液成分と飼養管理を数値で結び付けた指導を令和７年度より開始(写真４)。今後指導を重ね、技術を軸とした持続的な発展につなげたい。


写真４

（２）マーケットイン型の産地づくりへの高度化

国内の肉用牛情勢は、先行きが不透明であり、今後産地全体の競争力を高めていくには、先進産地の調査や購買者ニーズの掘り起こしが必要。

そこで、令和７年度より肉用牛大学において全国の和牛産地に精通した専門家や全国規模の購買者を招聘した講習会を開始した(写真５)。


写真５


写真６

また、購買者農場や先進市場の視察・意見交換の取組も開始（写真６）しており、産地づくりの知見や他産地と比較した評価・課題を把握しながら、マニュアル改訂や集団指導、重点指導に活かすなど、ニーズを反映させた競争力の高い、マーケットイン型の産地への発展につなげたい。

執筆者：松武 紘生（担当者：早稲田 奈奈，岩永 博司，吉永 昂輝，松武 紘生）