

経産牛「しげつき号」の再肥育から加工・販売まで

資源動物科 2年 千葉 愛実
2年 松下 直生

動機・目的

本校で誕生した「しげつき号」は、14歳齢12産の繁殖和牛であるが、繁殖能力の低下により肉用出荷されることになった。我が国では、経産牛肉は市場において安価で取引されている。そこで、本校に貢献してくれた「しげつき号」を再肥育し、「農芸マザービーフ」として加工・販売し、肉の価値を少しでも高めようと考えた。

実施

I エコフィードを用いた再肥育

再肥育には、オカラやグラップ粕などの地域の未利用資源を乳酸発酵させ製造したエコフィードを約6ヵ月間給与し、増体量や飼料費について調査した。(図1)

II 枝肉の加工・販売

左半丸枝肉は本校の肉加工場にて北出精肉店の北出新司様の指導のもと部分肉加工し、地域のレストランである「ファーマーズオリジン」や、大阪産料理店「空」などに販売した。(図2)

右半丸枝肉は京都にある(株)きたやま南山に販売し、枝肉および部分肉の価格を交渉・決定した。また、きたやま南山で開催された「Be one market」にて、「農芸マザービーフ」の精肉の販売促進活動も行い、その際に作成したリーフレットを配布した。(図3)



図1. エコフィード製造の様子



図2. 部分肉加工の様子



図3. 販売促進活動

結果・考察

I 体重は564 kgから665 kgまで増加し、一日当たりの増体量は0.6 kgとなり、枝肉重量は366.5 kgで格付はA-2となった。また、エコフィードはkg単価13円となり、市販の配合飼料を給与した場合と比べ、飼料費削減ができたといえる。

II 経産牛肉の枝肉の市場平均kg単価は800円だが、「農芸マザービーフ」の枝肉は1,500円、部分肉の平均kg単価は2,226円で販売でき、売上金額は約600,000円となった。今回、レストランなどから高い評価を得たことから、枝肉単価が市場平均より高く販売できたと考えられる。

今後の課題

経産牛肉を継続的に販売していくことが課題となっている。継続販売をするには、生産者とレストランなどが互いに利益を上げられる関係を作ることが必要である。それを維持することで、再肥育から加工・販売までのストーリーを消費者に伝えることができ、経産牛肉に興味を持つ消費者が増えると考えられる。