

- 「とやま和牛」は、品質が全国トップクラス（R元：A5等級比率68%）だが、**明確な特徴がなく、知名度が低い。**
- このため広域普及指導センターでは、関係機関と連携し、**県産酒粕の飼料化と利用の拡大による「とやま和牛」のブランド力強化**に取り組んだ。
- 枝肉品質が向上し、ブランド化への期待感が高まったことから、**酒粕給与に取り組む生産者が増加。**
- 令和4年度に**地域の特徴を生かした新たなブランド牛「とやま和牛 酒粕育ち」**が誕生。

具体的な成果

1 酒粕の飼料化と生産者の増加

■酒粕入り飼料「とやま和牛吟醸仕上げ」の開発により、**作業性が改善。**



【酒粕の飼料化】

【作業性が改善】

■利用のしやすさから**取り組む生産者が増加。**
生産戸数・頭数

2戸・21頭（R2）→ 9戸・200頭（R4）

■酒粕を**地域資源として活用。**
循環型社会づくりの取り組みに貢献。
酒粕の利用量 0t（R元）→5t（R4）

2 枝肉品質の向上

■「酒粕入り飼料」を給与した結果、**実証農場のA5比率は向上。**

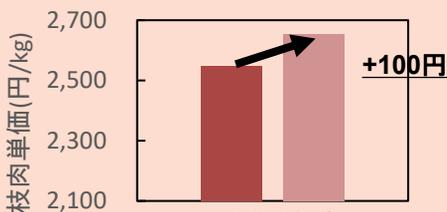
62%（R元） → 85%（R3）

■県外産和牛と比較し、「**ジューシーでやわらかく、脂の甘味が強い**」と高評価。

3 ブランドの誕生により単価が向上

■ブランド力強化に伴う**知名度の向上。**

■枝肉セリ市場での**取引価格が向上。**



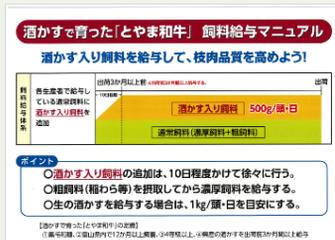
普及指導員の活動

令和2年～3年

■**実証農家の掘り起こし**と給与指導。
■関係機関で構成する「**ブランド化検討会**」において**給与方法や採算性を提案。**

令和3年

■**現場での課題をフィードバック**し、酒粕入り飼料の**商品開発に寄与。**
■**飼料給与マニュアルを作成**し、生産者の掘り起こしと給与指導に活用。



令和4年

■関係機関と連携し、**牛肉の官能検査を実施。**



普及指導員だからできたこと

・実証農場での課題を速やかにフィードバックすることができたため、**飼料の開発や新規生産者の確保ができた。**

・県関係機関（行政、普及、試験研究）がそれぞれの強みを生かすことにより、**ブランドの構築ができた。**

富山県

地域資源を活用した「とやま和牛」のブランド力強化 ～酒粕が醸すおいしさの循環～

活動期間：令和2年度～（継続中）

1. 取組の背景

本県産の牛肉は、平成22年度に「とやま牛」として地域団体商標に登録され、そのうち和牛については「とやま和牛」と称し、ブランド化を推進している。これと並行して、広域普及指導センター（以下、「当センター」という。）では「とやま和牛」の品質向上のため、出荷成績を分析した枝肉カルテや飼養マニュアル等で飼養管理技術を指導してきた（写真1）。



写真1 生産者（左手前）に子牛の育成管理方法を説明

この結果、飼養管理の改善や和牛の改良により県産和牛（去勢）の枝肉品質は年々向上し、令和元年度の「枝肉格付結果」（公益社団法人日本食肉格付協会）ではA5等級割合が68%と全国平均より19ポイント高いトップクラスの品質となった。だが、こうした中でも消費者の「とやま和牛」に対する知名度はまだ低く、優先的な購買に結び付いていないなどの課題がある。

一方、県では平成29年度から食品廃棄物を飼料としてリサイクルする「エコフィード」の活用を推進しており、中でも県内の酒造会社から多く発生する酒粕については、有望な県産の飼料資源としての利用が期待されている。

そこで、当センターでは関係機関と連携し、酒粕の飼料化と利用の拡大による「とやま和牛」のブランド力強化に取り組んだ。

2. 活動内容（詳細）

（1）酒粕給与の現場実証への支援

和牛への酒粕給与に当たり、令和2年3月、当センターでは生産者と意見交換を行い、酒粕給与における課題を探った。その結果、酒粕給与は全国的な事例が少なく、給与方法や枝肉品質への影響も不明であったことから、給与方法については県畜産研究所で、枝肉品質への影響については県内2農場での給与実証でそれぞれ役割を分担し、これらを明らかにすることとなった。当センターは、畜産研究所で得られた研究成果を実証に取り組む生産者に対して提示するなど、農場での給与実証に対する支援を行った。

（2）酒粕の給与方法の改善に向けた支援

給与実証を進める中で、酒粕は粘性が高いうえ形状が経時的に変化するため、給与作業での取扱いに苦勞する場面が多かった。そこで、令和2年8月、県（行政、普及、試験研究）や全農富山県本部、飼料会社と連携し、酒粕の給与が容易にできる飼料の調製を検討し、酒粕を穀類等の原材料と均質に混ぜて粒状化するなど、取扱いの容易な県産酒粕入り混合飼料「とやま和



写真2 生産者（手前）と給与状況について話し合い

牛吟醸仕上げ（以下、「吟醸仕上げ」という。）を開発した。

その後も当センターでは、開発された飼料について、給与実証を通じて農場での問題点の把握に努め（写真2）、安定して給与するための改善方をフィードバックし、製品の改良に向け情報提供を行った。

（3）とやまの酒粕利用牛肉ブランド化検討会への参画

ブランド化に向けての進め方や生産対策、販売対策について検討するため、令和2年11月に、県、学識経験者、酒造会社、料理関係者、生産者団体、ブランディングアドバイザー及び販売関係者を構成員とする「とやまの酒粕利用牛肉ブランド化検討会」が設立された（写真3）。当センターは検討会事務局として参画し、酒粕の給与方法や採算性等を提案した。



写真3 第1回ブランド化検討会

（4）酒粕給与マニュアルの作成と給与生産者の掘り起こし、牛肉の官能検査

当センターでは、「吟醸仕上げ」の普及・定着を図るため、実証農場や畜産研究所での給与結果に基づき、「吟醸仕上げ」の給与方法や給与のポイントをまとめた給与マニュアルを作成した（図1）。また作成したマニュアルは、戸別巡回時に生産者へ配布するとともに、実証農場での給与状況を撮影した動画をタブレット画面で提示し、給与方法や期待される効果等を示した。併せて、「吟醸仕上げ」の実物を提示しながら飼料の特性等を説明し、生産者の掘り起こしに努めた。

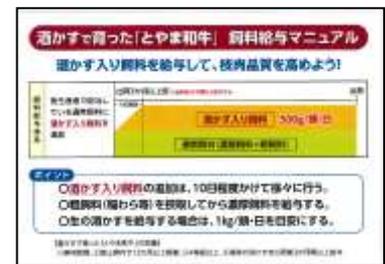


図1 酒粕給与マニュアル

また、牛肉の特徴を付与するため、令和4年6月に関係機関と連携し、富山短大の学生、教職員を対象とした官能検査を実施した。

3. 具体的な成果（詳細）

（1）枝肉品質の向上

「吟醸仕上げ」が開発されたことで、取扱いが酒粕単体で給与するよりも容易になった（写真4）。肥育牛の出荷前段階においても食欲が低下しないことから、「サシ」がしっかり入ったボリューム感のある枝肉に仕上がりがやすくなり、給与後のA5等級割合は、給与生産者全体の平均で85%と給与する前に比べ23ポイント向上した。また、官能検査の結果、「とやま和牛酒粕育ち」の肉質・食味は、県外産和牛と比較し、“ジューシー”で“やわらかく”、“脂の甘みが強い”という評価を得た。



写真4 酒粕入り飼料を肥育中の和牛に給与する生産者

（2）「吟醸仕上げ」給与生産者数の増加

給与実証や戸別巡回による働きかけに加え、ブランド力強化に伴う知名度の向上で需要が増加するなど、販売面での期待感から、令和4年度には「吟醸仕上げ」を給与する生産者は9戸となり、年間200頭を出荷できる見込みとなった。

（3）酒粕の飼料化の実現

酒粕を「エコフィード」として活用することにより、年間約5tの酒粕の廃棄量の節減が見込まれ、県で推進する循環型社会づくりの取組みにも貢献している。

(4)「とやま和牛 酒粕育ち」の誕生

これらの取組みの結果、生産者数や出荷頭数が増え、本格的に販売する体制が整ったため、酒粕を給与した「とやま和牛」は新たなブランド「とやま和牛 酒粕育ち」として令和4年7月にデビューすることとなった(写真5)。



写真5 「とやま和牛酒粕育ち」の薄切り牛肉とロゴデザイン

発表会以降、県内飲食店でのメニュー提供や精肉店、百貨店、量販店での販売が行われている他、PRイベントの開催や各種メディアでも多数紹介されているため、県民の「とやま和牛 酒粕育ち」への関心が高まり、知名度も向上した。また、ブランド力の強化により、枝肉セリ価格の取引単価が一般の「とやま和牛」より100円/kg高く取引されている(令和4年12月現在)。

4. 農家からの評価・コメント

酒粕は牛の嗜好性が非常に良く、給与することによって牛が穏やかになると感じる。生の酒粕は給餌作業が大変だったが、混合飼料の開発により作業が非常に楽になった。

「とやま和牛 酒粕育ち」の取組みは、様々な媒体で紹介されたことから、消費者からの注目が高まり生産者の士気向上につながった。また、肉の卸売り業者からの評価も高く、枝肉単価の増加につながっていると思う。今後もブランドの定着に向け協力いただきたい。

(富山市 村田信也 氏)

5. 普及指導員のコメント

今回の取組みは、県関係機関(行政、普及、試験研究)や生産者団体のみならず、民間等と連携しながら、それぞれの強みを生かし、畜産物の生産面(入口)から販売面(出口戦略)までの一連の流れを網羅できた取組みであると感じている。

今後も、「とやま和牛 酒粕育ち」を生産者が誇りをもって生産できるよう、関係機関と連携し、継続した支援を行っていきたい。

(広域普及指導センター・副主幹普及指導員・高平寧子)

6. 現状・今後の展開等

高品質な「とやま和牛 酒粕育ち」をより安定的に生産するため、飼養管理技術の高位平準化を図るとともに、生産頭数を増加することで、生産者が誇れるブランドの維持に努めていきたい。

今回の取組みをモデルケースとし、生産者のみならず関係する食品事業者も巻き込んで、耕畜連携、資源循環型の農畜産業が広がっていくことを期待している。