

## (20) 地域ぐるみ鳥獣害防止体制整備事業費（農産園芸課担い手・農地保全対策室）

### ① 事業の目的

有害鳥獣捕獲の担い手が減少傾向にある中、市町による有害鳥獣捕獲隊等の組織化と、捕獲技術の向上や計画的な捕獲促進の取組みを支援することにより、効果的な有害鳥獣捕獲の体制づくりを進める。

合わせて、地域住民の主体的な参加による鳥獣害を受けにくい集落づくりを促進するため、地元市町と連携した普及指導員による地域活動を通じて、集落環境や被害の特性に合わせて地域で被害防止に取り組める体制づくりを進める。

### ② 予算額及び決算額

予算額：13,430,000 円

決算額：7,331,381 円

### ③ 事業の概要

#### 1. 捕獲隊支援事業（9,000 千円）

地域の有害鳥獣捕獲体制の強化に向けて、市町が有害鳥獣捕獲隊等を組織し、予察捕獲等により計画的に有害鳥獣捕獲を実施するのに必要な次の経費に対して補助。

##### a. 捕獲隊等の組織化

- ・ 狩猟免許の取得・更新申請手数料（取得申請、更新申請に係る手数料）
- ・ 有害鳥獣捕獲隊等に装備（帽子、腕章、ベスト、トランシーバー等）
- ・ 有害鳥獣捕獲に要する消耗品（エサ、実包（弾丸）等）

##### b. 捕獲技術の向上

- ・ 捕獲技術向上のための実地講習、射撃講習等

##### c. 計画的な捕獲促進

- ・ 予察捕獲のための調査・検討経費

#### 2. 集落づくり事業（4,430 千円）

県の普及指導員と市町の鳥獣害担当者が連携して地域に入り、住民とともに集落環境や被害の特性を把握して、集落環境の整備、被害防除施設、鳥獣の捕獲等の具体的な対策を検討、実践し、地域住民の主体的な参加による集落ぐるみの鳥獣害防止対策をモデル的に促進することによって、鳥獣害を受けにくい集落づくりの定着と周辺地域への波及を図る。

- a. 地域住民の啓発
- ・ 地域住民による集落座談会を開催し、行政、農業者、猟友会会員、区長等が持つ個々の情報を持ち寄って確認。
  - ・ 地域住民とともに集落環境調査を実施し、被害農地や周辺の状況、獣の生息環境等の情報を白地図に集約して可視化。
- b. 被害防止対策の研究
- ・ 地域に外部講師を招き、集落ぐるみで被害防止対策を進める必要性やポイント等に関する勉強会を実施。
  - ・ 県農林水産研究所等の実証展示圃を活用し、地域の農業者等を対象に侵入防止柵の設置等に関する実地研修を実施。
- c. 被害防止対策の現地実証
- ・ 専門家等の意見も聞きながら、地域住民とともに、集落環境の整備、被害防除施設の整備、鳥獣の捕獲等の具体的な被害防止対策を検討し、農地の見回り、侵入防止柵の維持管理等の取組み体制を整備。
  - ・ 放置果樹の撤去、やぶの草刈り、侵入防止柵の設置、効果的な捕獲等を実施して被害防止対策の効果を検証し、継続的に維持管理。
  - ・ 県も鉄筋柵の実証設置や、電気柵本体及びセンサーカメラの貸出を行い、地域の取組みを後押し。

## (意見) 今後の発展について

愛媛県では、毎年鳥獣による被害がおよそ4億円発生していると想定されており、従来から捕獲に対して補助を出している(有害鳥獣総合捕獲事業費)。しかし、捕獲頭数は年々増加しているにも関わらず、被害は減少する傾向になく、捕獲のみの対応では、被害を減少させることが困難な状況にある。

そこで、平成23年度に愛媛大学と共同で鳥獣被害を防止できる地域づくりに関して研究を行った(鳥獣害防止対策事業の中の愛媛大学連携事業)。

研究の結果、鳥獣被害を防止できる地域づくりのために必要な対策として以下があげられている。

- ① 野生鳥獣の餌付けにつながる未収穫の果実等の放置をやめる、鳥獣の通り道や隠れ場所になる茂みややぶを作らない等の「環境整備」
- ② 柵やネット等の物理的な障壁により野生鳥獣を簡単に侵入させない「施設整備」
- ③ 野生鳥獣に里のうまみを学習させないため、被害を及ぼしてくる個体群に対して捕獲を実施する「鳥獣捕獲」
- ④ 鳥獣害を集落全体の課題ととらえ、住民参加で面的、継続的にこれらの対策を実施する「集落づくり」

この結果を受けて、平成24年度より、地域ぐるみ鳥獣害防止体制整備事業が行われている。

モデル的に5地区に絞って実施されているが、予算は4,430千円と1地区に対して900千円弱の予算でしかない。毎年鳥獣による被害がおよそ4億円発生していると想定されていることを考慮するとその予算は余りにも少ないと思われる。

侵入を防止するための柵の設置などハード面での費用も発生するにも関わらず、1地区あたり900千円弱の予算で本当に効果的な事業が行えるのだろうか。平成26年度までに一定の結果が出る様に日々見直しを行い、その後は愛媛県全土が利用できる様な事業を実施することにより、鳥獣被害が減少することが期待される。そのためには、平成24年度の出費で足りなかった面を十分に検証し、十分な対策がとれる様に、現在の予算の枠にとどまることなく、必要と考えられる取組みは積極的に実施していくことが望まれる。

## (意見) 捕獲隊支援事業

上記でも述べた様に、捕獲頭数は年々増加しているにも関わらず、被害は減少する傾向にない。「環境整備」「施設整備」「集落づくり」はもちろん進めながらも、これ以上鳥獣の頭数が増加することはなんとしても防がなければならない。

平成24年度の予算9,000千円に対して、決算額は3,694千円と少なく、当事業がその役割を十分に発揮できていないのではないかと考えられる。

また、有害鳥獣捕獲隊は2012年度末に9市町16隊しか結成されておらず、全体では予算の45%が不用額となっている。鳥獣害額が増加し、社会問題となっていることから、本来であれば、当事業の予算を適正に執行し、被害額を減少させるべきであるにも関わらず、上記の様な状況になっているのは、当事業の内容に問題があるのではないだろうかと推測される。

一方、駆除した鳥獣の処理についても埋める等の対応だけでは十分ではなく、別の方法を検討する必要性が生じている。この点、一部市町が独自で設置した獣肉処理施設に鳥獣害防止対策事業費で補助を出しているが、県として食肉利用に積極的になってもよいのではないだろうか。

農林水産省のホームページには、食肉利活用の取組事例として、以下の3町が掲載されている。

町	獣主	取組概要
北海道 鷹栖町	エゾシカ	・平成20年から施設稼働。地元ハンターが捕獲したエゾシカを買い上げ食肉として活用 ・主に缶詰、生ハム、ペットフード、精肉として販売するほか、動物園のエサとしても出荷 ・年間約350頭を処理
和歌山県 日高川町	イノシシ シカ	・平成22年から施設を稼働し、地元ハンターや農業者等が捕獲したイノシシ等を加工・販売 ・主に食肉として販売するほか、商品開発、レシピ集作成にも注力 ・平成23年度は、イノシシ約200頭、シカ約240頭を処理
島根県 美郷町	イノシシ	・平成16年に組合を設立し、地元農業者等が捕獲したイノシシを食肉等に加工 ・「おおち山くじら」としてブランド化し、主に食肉として販売するほか、加工品や皮製品も販売 ・年間約200頭を処理

食肉利活用が出来れば、駆除した鳥獣の処理問題が一部解決され、さらに商品化ができれば、新たな収入にも成り得る。

予算の使い方について、熟考し、本当に県民を鳥獣害から守る施策を講じて頂きたい。

## 2. 畜産関連

本県の畜産は、平成23年度において県内農業産出額1,272億円のうち307億円であり、農業産出額全体の24.1%を占める基幹産業である。

### (1) 愛媛ブランド牛開発プロジェクト事業費（畜産課）

肉牛の農業産出額は35億円であり、豚（農業生産額：120億円）、鶏（同：104億円）と豚や鶏と比較して産出量は小さいものの、愛媛県では「愛媛甘とろ豚」や「媛っこ地鶏」がすでに順調にブランド化が進んでおり、肉牛についても、競争力ある畜産ブランドの開発、定着が望まれてきた。

一方、牛肉においては、消費者における健康志向の高まりによる消費量の減少や、飼料価格の高騰、価格の低迷により、農家の経営状況は極めて厳しい状況にある。

#### ① 事業の目的

従来、和牛（黒毛和種）は、脂肪交雑を重視した肉質改良を行ってきたが、近年、消費者の健康志向が高まり、脂肪が多く価格の高い和牛肉が一般消費者から支持されなくなっている。また、穀物の多給による肥育方式は、肉牛農家の収益性を極めて悪化させている。

そこで、消費者ニーズに合った新時代の愛媛ブランド牛肉を開発し、愛媛の競争力ある畜産ブランドとして定着させることにより、県内肉牛生産の振興を図る。

#### ② 予算額及び決算額

予算額：543,408,000 円（25年度 354,286,000 円）

決算額：227,168,585 円 繰越額：291,132,000 円

#### ③ 事業の概要

平成23年度に開始し、平成27年度に一般販売開始を目標とする総事業費723,035千円（うち、一般財源661,049千円）のプロジェクトである。平成24年度までに(1)開発誘導事業（開発方向の協議、PR戦略の展開）、(2)愛媛ブランド牛造成基礎牛導入事業（愛媛ブランド牛基礎牛の導入、母牛の増殖）、(3)愛媛ブランド牛肥育技術確立試験（生産マニュアル策定のための研究開発）(4)愛媛ブランド牛代理母牛活用推進事業（受精卵移植によるブランド牛母牛の増殖）、(5)愛媛ブランド牛生産者育成事業（飼育農家の育成）が進行中であるとともに、(6)愛媛ブランド牛生産施設整備事業（肥育管理施設、繁殖牛舎、研究施設の整備）が終了している。

愛媛ブランド牛のコンセプトは「黒毛和種」「赤身肉」「短期出荷」「小さな出荷規模」である。全体の脂肪分が少なく、肉本来のおいしさを追求する（「黒毛和種」「赤身肉」）ことで消費者ニーズに適合する牛肉を、低コスト（「短期出荷」）で生産するとともに、出荷頭数を年間350頭とすることで希少性を確保（「小さな出荷規模」）し、販売価格の値崩れを防ぐというものである。

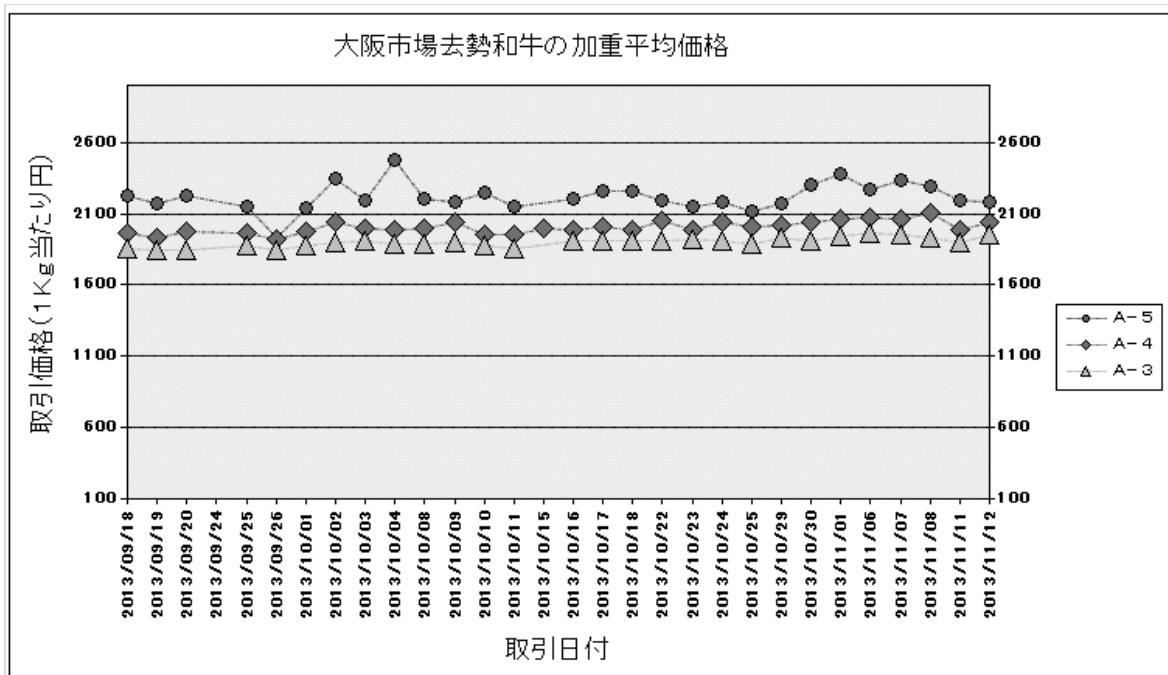
愛媛ブランド牛の開発による畜産農家の所得向上効果を、県は以下のように見積もっている。

愛媛ブランド牛肉生産による所得増加効果の試算（1頭当たり県内平均）

現在の肉用牛一頭当たり農家所得と愛媛ブランド牛所得見積りとの比較（愛媛県の試算）

【単位：円】	愛媛県内の1頭当たり肥育収益（現状）	愛媛ブランド牛	ブランド牛導入効果（1頭当たり）
<b>収益(A) × (B)</b>	<b>759,000</b>	<b>846,000</b>	<b>87,000円の収益拡大</b>
個体重量(kg) (A)	460	470	現在の肉用牛よりも大型であるので、1頭あたりの枝肉は10kg増加すると見込む。
Kgあたり単価(円) (B)	1,650	1,800	新開発の赤身肉であり、大阪のA3ランク去勢和牛卸売価格加重平均よりも150円程度の高値を見込む。
<b>費用(C) + (D) + (E) + (F)</b>	<b>823,478</b>	<b>796,894</b>	<b>26,584円の費用削減</b>
飼料費(C)	278,970	258,558	肥育期間が平均20.5カ月から19カ月に短縮する見込み。
素畜費(D)	387,578	387,578	-
労働費(E)	72,568	72,568	-
その他(F)	84,362	78,190	肥育期間が平均20.5カ月から19カ月に短縮する見込み。
<b>補填金支給前の所得(収益-費用)</b>	<b>▲ 64,478</b>	<b>49,106</b>	<b>1頭当たり所得は大幅に改善される</b>
	削減コストの再投入	28,225	削減された費用が再生産に投入され、さらに削減されるコスト
所得	<b>▲ 64,478</b>	77,331	<b>141,809円の農家所得拡大効果</b>

収益の拡大は畜産農家からの出荷価格（卸売価格）が1,650円/kgから1,800円/kgに改善されること及び改良牛であり、大型であることから1頭からとれる枝肉が増加することによる。ただし、下表のとおり、平成25年11月12日時点の卸売価格は概ね1,800円/kgに回復している（社団法人 日本食肉市場卸売協会HP）。



費用は、肥育期間が20.5カ月（平均）から19カ月に短縮されることにより、主として飼料費が減少することによる。

1頭当たりの肉牛農家所得は、現在のマイナスからプラスに転じ、所得拡大効果は全体で141,809円/頭あると見積もられており、農家所得の増大に貢献することが期待されている。また、別の事業である肉畜価格安定対策事業では、枝肉価格低落により肥育牛1頭当たりの粗収益が生産費を下回った場合に、その差額の8割まで交付されているが、ブランド牛開発と販売が成功して畜産農家の所得が増大すれば、肉畜価格安定対策事業の削減も期待されている。

また、下表のとおり、愛媛ブランド牛開発プロジェクトの事業費は平成41年（平成27年一般販売開始の14年後）に回収できると見積もられている。

【単位：千円】

区分	総事業費	負担費用総額	～H33まで	H34	H35	H36	H37	H38	H39	H40	H41
(1)開発誘導事業	7,368	7,368	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(2)基礎牛導入事業	112,535	112,535	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(3)肥育技術確立試験	76,686	76,686	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(4)代理母生活用推進	33,000	33,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(5)生産者育成	9,600	9,600	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(6)生産施設整備事業※	483,846	266,306	-	-	-	-	-	-	-	-	-
支出合計 (A)	723,035	505,495	-	-	-	-	-	-	-	-	-
出荷頭数			984	350	350	350	350	350	350	350	350
発生效果額 (B) (注)			139,538	49,633	49,633	49,633	49,633	49,633	49,633	49,633	49,633
未回収の費用 (A) - (B)			365,957	316,324	266,691	217,058	167,425	117,792	68,159	18,526	-

(1)～(6)は文中の番号に対応

(注)各年度の出荷頭数に1頭当たりの農家所得拡大効果141,809円を乗じている。

※生産設備は将来的に他の試験にでも利用可能な設備であるため、費用負担総額は、総事業費よりも小さく見積もっている。

## (意見) 愛媛ブランド牛の今後について

畜産農家の所得が増大し、1頭当たり所得がプラスに転じるという可能性がある点で、本事業の意義は認められるものの、事業が目論見通りうまくいったとしても、畜産農家における1頭当たり所得は49,106円に過ぎず、所得収益率（1頭当たり所得÷収益）は5.7%に留まっており、畜産農家の持続可能な運営・成長という点では充分とは言えない。また、愛媛ブランド牛は希少性を追求しているため年間350頭の出荷しか予定していないとのことであるが、「ブランドの浸透」と「希少性の追求」とは相反する概念である。健康志向の消費者が増加していることに着目しているのであれば、希少性よりも広く一般に浸透させることを目指すべきではないだろうか。

さらに、年間350頭という頭数の少なさによって本事業によって便益を受ける畜産農家数も限られる。県内畜産農家の持続可能な維持・成長のためには、本事業だけでなく抜本的な対策が必要と言えよう。

### (意見) 開発プロジェクトの投資回収計算について

愛媛ブランド牛開発プロジェクトは投資回収期間が計算されているものの、事業費の回収計算においては、現在価値が考慮されていない。仮に土地改良事業の費用対効果分析において一般的に用いられている割引率4%を用いて現在価値への割引計算を行った場合、平成47年（平成27年一般販売開始の20年後）に回収できると見積もられる。事業の投資回収期間が割引計算後で20年というのは一般的に長期であり、不確実性が高い。具体的には、景気循環の波において20年周期の波は「クズネツの波」と言われ、住宅や商工業施設の建て替えまでの期間に相当する、あるいは子供が親になるまでの期間に近いことから、人口の変化が生じて景気が循環する期間であると考えられている。20年後の消費予測は一般に困難であるが、今後20年間消費者の志向が変化せずに現状のまま続くという前提に依拠することは困難である。

平成47年においても愛媛ブランド牛がブランド価値を維持し続けていられるのであろうか。消費者ニーズの変遷が早い現代だからこそ、一般販売開始後においても継続的にブランド価値の維持向上に努めて頂きたい。

### (意見) 事業終了後の効果測定の必要性について

愛媛ブランド牛に関して、平成27年度に一般販売された後は、畜産農家の所得増大効果及び事業費の回収効果を毎年測定しなければ、当事業の効果を評価できない。そのため、事業終了後も効果の測定を行って頂きたい。そして、その結果を今後の事業に行かせていくことが必要である。ブランド牛が一般販売開始されたら終わりだという意識は決して持たないで頂きたい。



## (2) 愛媛の畜産物ブランド化・PR 事業費（ブランド戦略課）

### ① 事業の目的

新たに研究開発を開始した愛媛ブランド牛について、適正な生産者価格を維持できるブランド製品となるよう、開発段階から、市場調査やマーケティング戦略の検討・構築等を行い、研究開発の方向性検討に資する。

また、現在ブランド化と更なる販売拡大が課題となっている愛媛甘とろ豚及び媛っこ地鶏と合わせた情報発信を実施することとし、「愛媛の畜産期待の3製品」として戦略的なPRを展開する。

### ② 予算額及び決算額

予算額：5,964,000 円

決算額：5,841,729 円

### ③ 事業の概要

#### 1. 対象製品

県農林水産研究所畜産研究センターが開発したブランド化有望商品

#### 2. 事業内容

(1) 愛媛の畜産物マーケティング戦略構築事業（3,728 千円）

(2) 愛媛の畜産物情報発信事業（2,236 千円）

### （意見）ブランド牛の差別化について

県は、平成27年の販売開始に向けて、「愛媛ブランド牛（仮称）」の開発を進めている。ブランド牛は、黒毛和牛でありながら赤身が多いのが特徴であり、ヘルシーさを売りに消費者に新たな価値を提供しようとしている。ブランド牛の開発自体は、県農林水産研究所畜産研究センターが行っており、本事業では、販売開始までの数年間、市場調査を行いながら商品開発にフィードバックし、PR活動を実施しながら消費者ニーズを醸成していくことを視野に置いている。

このうち、PR活動については、県は「愛媛ブランド牛（仮称）」単独でなく、「愛媛甘とろ豚」及び「媛っこ地鶏」と合わせて、愛媛の畜産期待の3製品としてブランド化や販売戦略の構築を行うこととしている。ただ、「愛媛甘とろ豚」は平成22年に、「媛っこ地鶏」は平成15年に、それぞれ販売が開始されており、これから売り出そうとするブランド牛とはPRの仕方も異なる場合がある。加えて、先の2品目についてはえひめ愛フード推進機構の「愛あるブランド製品」に認定されているなど、既に他の場所でもPR活動が行われていることから、「愛媛ブランド牛（仮称）」と合わせてPR活動を行っていくことについて、重複を避けることに留意することが必要である。

なお、現在我が国では、農林水産業に重大な影響を及ぼすとみられる環太平洋パートナーシップ（TPP）への参加が検討されている。農林水産省が公表した試算によれば、4等級\*

及び5等級\*は残るものの、3等級\*以下は外国産に置き換わり、日本の牛肉生産量は75%減少（生産額は45百億円減少）するものと見込まれている（平成22年農林水産省「国境措置撤廃による農産物生産等への影響試算について（品目別）」）。

このような環境下において、赤身に軸足を置く県のブランド牛は、米国産や豪州産の牛肉との直接的な競合に晒される懸念がある。販売戦略を構築する上で、これら外国産牛肉との差別化を明確に打ち出していくことが今後の重要課題になると考えられる。

\*）公益社団法人日本食肉格付協会公表「肉質等級」

項 等 目 級	脂肪交雑	肉の色沢	肉の縮まり及びきめ	脂肪の色沢と質
5	胸最長筋並びに背半棘筋及び頭半棘筋における脂肪交雑がかなり多いもの	肉色及び光沢がかなり良いもの	縮まりはかなり良く、きめがかなり細かいもの	脂肪の色、光沢及び質がかなり良いもの
4	胸最長筋並びに背半棘筋及び頭半棘筋における脂肪交雑がやや多いもの	肉色及び光沢がやや良いもの	縮まりはやや良く、きめがやや細かいもの	脂肪の色、光沢及び質がやや良いもの
3	胸最長筋並びに背半棘筋及び頭半棘筋における脂肪交雑が標準のもの	肉色及び光沢が標準のもの	縮まり及びきめが標準のもの	脂肪の色、光沢及び質が標準のもの
2	胸最長筋並びに背半棘筋及び頭半棘筋における脂肪交雑がやや少ないもの	肉色及び光沢が標準に準ずるもの	縮まり及びきめが標準に準ずるもの	脂肪の色、光沢及び質が標準に準ずるもの
1	胸最長筋並びに背半棘筋及び頭半棘筋における脂肪交雑がほとんどないもの	肉色及び光沢が劣るもの	縮まりが劣り又はきめが粗いもの	脂肪の色、光沢及び質が劣るもの