

埼玉県の畜産を将来に繋ぐために = 情報を伝える、地元を知る、そして互いが繋がる

I 本県の畜産の現況

1 埼玉県の県土面積は全国の1.0%、人口は5.7%というなかでの本県の畜産

	乳用牛	肉用牛	豚	採卵鶏	他	計
埼玉県	278戸 11,500頭	210戸 20,300頭	128戸 122,000頭	94戸 4,807千羽		710戸
全国シェア	1.4% 0.8%	0.3% 0.8%	2.3% 1.3%	3.4% 2.8%		0.8%
産出額(全国シェア)	75億円 (1.0%)	33億円 (0.6%)	62億円 (1.1%)	102億円 (2.4%)	7	279億円 (1.1%)

・畜産産出額279億円は本県農業産出額2,012億円の13.9%（全国では畜産は25,880億円で農業全体の30.4%）

2 畜産物の需給（自給率）

	生乳	飲用乳	牛肉	豚肉	鶏肉	鶏卵	
国内需給	%	%	41.9%	54.2%	66.1%	95.4%	輸入肉は、業務用(外食産業)に多く仕向けられ、一般消費者が購入する店頭での国産比率はもっと高い
埼玉県内需給			7.8	13.2	-	34.8	
(生産量の全国シェア)	0.9	3.0	1.5	2.0	-	2.1	

3 本県のブランド畜産物（太字は県のブランド推進品目）

牛乳	彩の国のおいしい牛乳、低温殺菌牛乳……、チーズ1戸、ヨーグルト1戸、アイスクリーム6戸……
牛肉	彩さい牛14戸、彩の夢味牛5戸、秩父牛、深谷牛5戸、武州和牛20戸……
豚肉	愛彩豚、いるま黒豚、旨香豚、松村牧場香り豚、キトンポーク、小江戸黒豚(ミオ・カザロ)、古代豚、彩の国いもぶた、彩の国黒豚5戸、(サイボクハム)、さきたま黒豚、狭山丘陵チェリーポーク、花園黒豚、豚姫の姫豚、武州さし豚、武州豚(バルツバイン)、むさし麦豚……
卵	愛たまご、エコッコ、九頭龍の卵、彩たまご2戸、セイメイの卵、マルイチのタマゴ、らんらん中島養鶏場… (卵の直売：48戸で大多数が独自名称販売)
鶏肉	彩の国地鶏タマシャモ5戸

4 畜産経営の実情（生産者の声）

- ・飼料は全量輸入(養豚)に頼る輸入産業であり、円安による価格上昇はたいへんに厳しいものがある。
- ・再生産可能な価格で販売できなければ経営が成り立たないが、労働報酬が出ないのが実状である。
- ・一頭一頭に手をかけて美味しいもの、安全なものを作っている。そこが評価されて、結果労働報酬として入ってくるようにならないと生き延びるのが厳しい。

5 畜産物の価格に関して

- ・消費者は価格には非常に敏感だが、安全なものを買いたいという人はたくさんいる。
- ・子育て世代など、欲しいと思っても経済的に買えないという現実もある。
- ・(浦和の伊勢丹など)一部では高くてもにぎわっている店舗はある。
- ・良いものを作り続けるということは、必ず消費者に伝わっていく。(良いものは絶対売れる。生き残れる)

特徴と課題となる点

① 埼玉県の畜産は本県農業全体としてはウェイトが高くはないが、我が国人口の5.7%を擁する本県が全国の1.0%の県土面積ということから見れば決して小さくはない生産県である。

いわゆる都市住民が多い本県では、地元にもこれだけの畜産物が生産されていることはあまり認知されていないのではないかと。

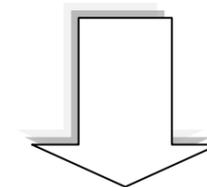
② 本県畜産物には、全国的に有数のブランド・銘柄とまでなっているものはない。

TPP交渉による一層の輸入攻勢が懸念されるとともに、他県産ブランドとも競争していく中で、ブランド力を磨きつつ、知名度・認知度を高めるための具体的な取組みはどのようなものが考えられるか。

特に、個別銘柄ごとのアピールだけでなく、埼玉の畜産物という大きな括りで多くの頑張っている農家がいることを知ってもらう方が必要ではないかと。

③ 安全・安心等にかかるコストを含めた価格は一定の理解はしてもらえたとしても、現実の購買にはなかなか結びつきにくい。

いわゆる「適正価格」というものについて業者や消費者にどう理解、評価してもらうかが重要である。



本県畜産の経営継続、発展を期すには、埼玉県民等に対して埼玉の畜産、畜産物の存在をより一層伝え、知ってもらい、応援してもらうことが重要である。

II 情報の発信に関して

1 これまでの情報発信は

(1) 生産者からの情報発信

- ① HP(ホームページ)や Blog(ブログ)で発信 《酪農2戸、肉用牛25戸、養豚9戸、養鶏23戸、肉用鶏3戸》
- ② 直売店 やレストラン経営など直接提供によるアピール
《酪農5戸、肉用牛3戸、養豚5戸、養鶏44戸、肉用鶏2戸》
- ③ 各種イベントや商談会などへの出店による直接アピール
- ④ 消費者や教育関係者、幼児・児童・生徒・学生との体験・食育交流等

(2) 関係団体からの情報発信

- ① HP『さいたま県畜産広場』（埼玉県畜産会）
埼玉畜産マップ……ふれあい牧場マップ、県産畜産物履歴情報4、イベント情報、
県産ブランド（牛肉8、豚肉14、鶏肉1、牛乳・乳製品8、卵・加工品11、はちみつ11）
埼玉畜産情報……（生産者向け情報）
キッズ畜産広場……ふれあい牧場マップ、畜産ZOO鑑（中央畜産会のHPへリンク）
- ② 冊子『埼玉畜産いちば』（埼玉県畜産会）
さいたまブランド畜産物の紹介と店舗情報マップ（販売店・飲食店）
- ③ HP『SAITAMA わっしょい!』（埼玉県とNPO法人すぎとSOHOクラブとの協働運営）
県民の参加を得て県産農産物のブランド化に取り組むコミュニティサイトで、「参加」「食べる買う」「知る」など
- ④ Blog『くらし探検くらぶ』（さいたま市内の市民活動団体）
県内の農産物や食に関する様々な取材情報等

(3) 県からの情報発信

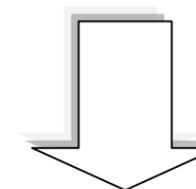
- ① 埼玉県 HP
『畜産安全課』……ブランド畜産物、ふれあい牧場、おでかけガイド、優良生産管理農場などの紹介
『農業ビジネス支援課』……ふるさと認証食品、県産農産物サポート店の紹介
- ② 埼玉県ソーシャルメディア公式アカウント
Facebook『元気いっぱい!!埼玉農林業』……埼玉県の農林業に関する様々な情報を発信
Twitter『元気いっぱい!!埼玉農林業』……元気いっぱいな埼玉農林業の情報を発信
- ③ 冊子『ふるさと認証食品』『元気いっぱい埼玉ブランド農産物』（農業ビジネス支援課）……商品、品目の一覧
- ④ ちらし 浦和駅周辺ブランド畜産物マップ（畜産安全課）
- ⑤ イベント 畜産フェア・農林まつり等（畜産関係団体、JA等の主催）

(4) そのほか

- ① 飲食店のHPでメニューや“売り”などでの紹介
- ② 一般の方(消費者)がBlog等で、食べた感想などを記載
- ③ 消費者団体（埼玉県消団連、埼玉県生協連など）

課題となる点は

- ① 埼玉の畜産物について知ろうとした場合でも、どのHP等を見るのいいかわからないなど、満足いく情報が得られないことが多いのではないかな。
- ② 発信情報については、それが必ずしもわかりやすい内容になっていないのではないかな。
また、更新すべき情報部分が古いままにしているものが多くあり、そうしたページにはリピートは望めないのではないかな。
- ③ HPやBlog等、発信されている情報はたくさんあるが、そこにアクセスする人は限られているのではないかな。
また、発信者相互の連携などはあまり見られず、個別、断片的な情報しか伝わらない(触れられない)のではないかな。
特に、直接販売が難しい畜産物(生産者)は、それを処理・加工・販売する業者や飲食店による積極的な応援を得る必要があるのではないかな。



情報内容と効果的な発信方法について見直す必要がある。

2 今後の情報発信に関して、やるべき事項として考えられるのは（情報内容と効果的な発信方法の見直し）

(1) 埼玉県の畜産や畜産物についての情報がインターネットで容易に検索できるよう、“情報を知るならココ！”という総合情報サイトを作り上げること

- ① その中で個々の農家や販売店、食べられる店等を紹介するとともに、それら個々の HP や Blog 等へアクセスできるようにする。
⇒ 参考ページ “牧場チャンネル” <http://www.omigyuu.com/about/> 精肉販売業者開設の HP で近江牛 1 3 牧場を顔写真一覧で紹介し、そこから個々の牧場を取材動画と Q & A で紹介
牧場マップを Google, ZENRIN の地図で表示 2 牧場のライブカメラへのリンクもあり
- ② 県は、埼玉県畜産会の HP を畜産関係情報の一元的な総合情報サイトとなるよう支援する。
⇒ 参考ページ “ぐんま県畜産ひろば” <http://www.chikusankyokai.or.jp/>

(2) 発信する情報内容の徹底見直しを進めること

- ① 伝えたいこと、伝えきれていないこと、知ってもらいたいこと、また消費者・実需者が知りたい情報は何なのかなどについて再考する。
- ② あまた情報があふれる中で、興味が湧きかつわかりやすい情報（目新しい、面白い、驚く、役立つ……）とする。
- ③ 生産農場や販売店、食べられる店等の所在地情報は必ず地図情報として掲載する。
⇒ 参考ページ “SAITAMA わっしょい！／県産農産物サポート店” を Google, ZENRIN の地図で表示 <http://saitama-wassyoi.info/wp/>
- ④ 飼育現場の日々の様子などを発信することで、継続的なアクセスを促せるよう工夫する。
⇒ 参考ページ “木下牧場のライブカメラ” <http://www4.ocn.ne.jp/~oumiusim/livecamera/>
- ⑤ 古い情報のままのページはマイナス効果を引き起こすものであり、早急にチェックし更新等適正に実施する。

(3) HP や Blog 等にもっと多くの人アクセスしてくれるようにする方策を工夫すること

- ① 生産者は生産者相互のリンクを積極的に行う。
- ② 生産者や関係団体は、消費者や実需者に情報が伝わる機会を増やすため、情報発信力のある取引先企業や関係団体などの HP、スマホアプリ（飲食店情報サイト等）との連携やカーナビの活用検討、メディアの活用など、各種の情報ツールをうまく活用し、情報の拡がりを期す。
（例）“ぐるなび埼玉版” 掲載店舗への売り込み、記念日やクーポンでの特典設定
- ③ 県や関係団体の HP については、詳細情報や案内図などを一覧表からポップアップで表示するなど工夫する。
また、Facebook や Twitter などを活用した口コミによる情報伝達の充実や、マスメディアに対する県産畜産物に関する情報提供を積極的に行う。

(4) 外国産等との価格差があっても買って(食べて)もらえるようにしていくこと

- ① 県や関係団体は、生産者と消費者等の直接交流の場（ブランドアップツアー、商談会、畜産フェアや食と農林業ドリームフェスタ、ふれあい牧場・酪農教育ファームなど）を積極的に開催する。
（消費者や実需者が生産者等の HP や Blog 等に訪れるきっかけづくりともなるよう工夫する）
- ② 県は、食料自給の重要性や畜産物の生産コストなどの情報を消費者に積極的に発信し、国産畜産物の価格に対する理解向上に努める。
- ③ 飲食店や販売店等の実需者については、取り扱っている県産畜産物の商品情報や生産者情報、それを取り扱う理由などについて消費者に積極的に発信する。
- ④ 県民に、地域の産物、その生産者や取り扱い業者を応援する姿勢を一層強めてもらえるよう、地域経済の活性化の視点での地域一丸となった取組（地域協働の地産地消）を進める。

(5) 上記内容等の検討を進めるため、関係者間の協議の場を設置し、連携した活動を展開すること

Ⅲ これから何をしていったらいいか（主体ごとにやるべき事項として）

	何をするか	具体的に	まずは（例示）
生産者	生産者としての“おもい”を発信する 生産の現場を見てもらう（知ってもらう） 生産物を見せる 生産者相互が協同する	農場や生産物、経営等の特徴を明確にする HP や Blog、Facebook、Twitter 等の積極的活用 飼育状況のおもしろ写真や動画のアップ、ライブカメラでの発信 ふれあい牧場や酪農教育ファーム等により子供たちや保護者に対する食や生命、心の教育への貢献 消費者や実需者への接触、売り込み（消費者の顔を見る） 銘柄が違って、異なる畜種とも協同して埼玉の畜産を盛り立てる	わかりやすいキャッチフレーズやイメージキャラクター等を検討、作成 HP 等未開設者は HP 等の開設検討、実行 ライブカメラの試験導入 イベント等への積極的参加 生産者同士のリンク実行
生産者団体	生産者の意識・意向を把握する 畜産物情報発信の中心的役割を発揮する 生産物を売り込む	全戸調査等の実施 HP については、消費者・実需者向けの情報の充実を図るなどし、畜産情報の総合情報サイトとして再構築 販売店、飲食店、ホテル旅館等へのセールス	調査内容を作成し、実施 発信情報の内容、HP の体裁など見直し 「SAITAMA わっしょい」とのリンク 売り込み情報の内容、体裁等を検討
販売店・飲食店	地域経済発展の視点での経営を行う（地産地消を売りにする） （直接に販売のできない生産者を応援する）	より多くの県産品情報を得つつ、取り扱いを拡大 店頭での県産品情報・生産者情報を積極的に伝達 「県産農産物サポート店」や「緑提灯」への登録	取り扱っている県産品を店舗 HP 等に掲載 県産品リストやポップ広告の掲示 県産品コーナーの設置、拡大
消費者 消費者団体	近くにある畜産（埼玉の農林業）とそれを扱う販売店等に関心を寄せ、地産地消の応援者となる	生産（者）の現場、実情を勉強（生産者の顔を見る） 県産品販売店等の積極的探索 7	県内の畜産物情報に積極的にアクセス 地元のもの一度は試しに買って味わう
行政（県）	情報発信の充実を促進させ、県民の地産地消意識を高める 埼玉農林業全体としてのアピールを強める 多くの関係者を繋げ、相互に利益が享受できる取組を促す	“情報を知るならココ！”という総合情報サイトの構築推進 継続的に情報にアクセスしてもらう方法や、特典付与を検討 “ぐるなび埼玉版” “ぐるたび” “ちょこたび埼玉” “すごいぞ！埼玉”などの情報サイトやマスメディアの活用 上記事項等を具体的に検討、実行するとともに畜産物と他の農林産物とを繋げる方策を工夫するため、関係者間の協議、連携の場を構築 県庁他部局との連携強化（他部局の業務の中で農林業、農林産物をつールとして用いる取組の一層の拡充を促す）	畜産会の HP が本県畜産の総合情報サイトとなるよう支援 例えば「誕生日・記念日には県産品」運動など検討 「埼玉地酒応援団」との連携により酒造、飲食店等との関わり促進 生産者、実需者、関係団体、県関係課等による構成、協議事項、協議方法等を検討 上記の場で、連携強化の方策も検討
（共通）	HP 等の掲載情報で古いままにしているものは、早急に更新すること		

7月14日の協議会の席上、インターネット接続して参照する予定のHP等アドレス

◎ 県内畜産農家のHP等

ウエイミート <http://www.ueimeat.co.jp/>
豚姫工房（豚姫の姫豚） <http://www.himebuta.com/>
田中農場 <http://www3.hp-ez.com/hp/tanakafarm/page4/bid-234928>（ブログ） <http://www.tanakafarm-brand.com/sale.html>（HP）
おじま自然農園（タマシヤモ） <http://homepage3.nifty.com/ojimanouenn/>
ながわか農園 <http://www.wraios.co.jp/nagawakanouen.html>
トミー牧場 <http://www.tomybokujyou.com/html/aboutus.html>
丸一養鶏場 <http://www.maru1.com/index.html> <http://www.youtube.com/user/norilyanagi?feature=mhum>（youtubeでの動画配信）
榎本牧場 <http://www.enoboku.com/>

◎ 畜産関係の総合窓口的なHP

さいたま県畜産広場 <http://saitama.lin.gr.jp/>
畜産安全課 おでかけガイド <http://www.pref.saitama.lg.jp/site/odekake/>
群馬県畜産協会 <http://www.chikusankyokai.or.jp/>（群馬県の畜産情報を知るならココ！というページ）

◎ 埼玉県庁のHP等

SAITAMA わっしょい！ <http://saitama-wassyoi.jp/index.php>（埼玉県とNPO法人すぎとSOHOクラブとの協働運営）
埼玉県ソーシャルメディア
Facebook『元気いっぱい！！埼玉農林業』 <http://www.pref.saitama.lg.jp/site/socialmedia/facebook.html> <https://www.facebook.com/saitama.nourin>
Twitter『元気いっぱい！！埼玉農林業』 https://twitter.com/saitama_nourin
東京事務所「埼玉名物」を東京で <http://www.pref.saitama.lg.jp/site/saitama-meibutsu/>
埼玉県立大学（ふるさと支援隊） <http://www.spu.ac.jp/info.rbz?ik=1&nd=321&pnp=116&pnp=321>

◎ 消費者・消費者団体のHP等

くらし探検くらぶ <http://www.geocities.jp/kurasitankenclub>

◎ 畜産農家を紹介する企業等のHP

牧場チャンネル <http://www.omigyuu.com/about/>（精肉販売業者のページ。ライブカメラ設置の2牧場も掲載）
アサヒビール <http://www.asahibeer.co.jp/area/04/11/>（アサヒビールの地域のお薦め情報ページ。武州和牛、小江戸黒豚、うずら屋など掲載）
レース名[彩の国地鶏タマシヤモ賞] http://db.netkeiba.com/?pid=race_list&word=%BA%CC%A4%CE%B9%F1%C3%CF%B7%DC%A5%BF%A5%DE%A5%B7%A5%E3%A5%E2%BE%DE&front=1

◎ ぐるなび・ぐるたび

カポナータ http://r.gnavi.co.jp/g568900/?back_id=g568900（特別栽培農産物利用店・県産農産物サポート店・緑提灯の店 肉はどここの何？）
彩丸 <http://r.gnavi.co.jp/p579800/>

◎ すごいぞ！埼玉

<http://saitamano.blogspot.jp/>

◎ ライブカメラを設置しているHP

木下牧場 <http://www4.ocn.ne.jp/~oumiusim/livcamera/>（上記牧場チャンネル内のページ）
東海大学 ライブカメラ <http://www.u-tokai.ac.jp/aso/livcamera/index.html>
やきとん 豚娘 <http://wcam-17f40ec.iobb.net:26626/>

◎ 教育ファーム関係

教育ファームねっと <http://edufarm.jp/> <http://edufarm.jp/zai/> http://edufarm.jp/zai/cku_10.html
酪農教育ファーム推進委員会 <http://dairyjapan.com/news/?p=7168>

◎ 畜舎の暑熱対策(緑のカーテン)

<http://www.pref.saitama.lg.jp/uploaded/attachment/448926.pdf> http://www.e-kanoya.net/htmbox/seikatsu/green_curtain_ketka.html 埼玉県中央家保 23年5月 家畜衛生だより
鹿屋市コンテスト