

## 飼料用米活用畜産物ブランド日本一コンテストの開催に係るQ&A ～1 基本編～

7/17 更新

一般社団法人日本養豚協会

No.	質問	回答
1	【米活用畜産物のブランドの推進】 飼料用米活用の畜産物ブランドを推進する理由はなんですか	<p>1 飼料用米は、輸入とうもろこしに比べて、国産であり、かつ我が国の主食である米を原料としていることから、付加価値の高い飼料です。 この飼料用米を活用した畜産物をブランド化して、従来の畜産物より付加価値を向上させて販売する取組を全国的に広げていくことは、畜産農家による飼料用米の需要を拡大するとともに飼料用米を必要な飼料として定着していく上で重要な取組です。</p> <p>2 なお、農業競争力強化プログラム(平成28年11月29日)においても、飼料用米の生産努力目標の確実な達成に向けて、生産コストの低減の推進とともに、耕種農家と畜産農家の連携により、輸入とうもろこしの代替として飼料利用するのではなく、国産の米という特色を活かし畜産物の高付加価値を図る取組を推進することとしています。</p>
2	【コンテストの背景】 「飼料用米活用畜産物ブランド日本一コンテスト」の背景はなんですか	<p>1 (一社)日本養豚協会(以下、JPPA)は、平成28年度より「米活用畜産物等全国展開事業」の下、飼料用米を活用した畜産物のブランド化の取組を全国に広げていくため、飼料用米活用の畜産物ブランドをPRするためのロゴマークを作成し、また取組事例の収集・発信等を行ってきたところです。</p> <p>2 平成29年度から、補助事業の下、ブランド化の取組が更に広がるよう、飼料用米を生産する農家と連携しながら、従来の畜産物より付加価値を向上させて、飼料用米活用畜産物を販売している畜産事業者を表彰する「飼料用米活用畜産物ブランド日本一コンテスト」を開催し本年度は第4回になります。</p>
3	【コンテストの内容】 米活用畜産物ブランド日本一コンテストは、誰がどういう取組を表彰するのですか	<p>1 「米活用畜産物ブランド日本一コンテスト」では、飼料用米を活用した畜産物のブランド化による販売力向上等の取組を実践している畜産事業者等を表彰いたします。具体的には、JPPAが事務局となり、応募申請の内容確認を行い、審査委員会を設けて審査を行うこととしています。</p> <p>2 関係機関への募集案内は、JPPAをはじめ、行政(国、都道府県)や農業・畜産関係団体とも連携して進めていきます。</p>
4	【コンテストの対象者】 畜産物ブランドの創設には販売側も関与する場合がありますが実需者(販売者)は対象にならないのですか	<p>1 米活用の畜産物ブランドに限らず、ブランド構築には、ブランド商品の生産から流通・販売まで関係してきますが、飼料用米を活用することによる付加価値の向上を図ることから、その畜産物を提供する畜産事業者等の取組を審査対象とします。令和元年度より審査員特別賞の設置により、農業関連施設(学校等)の取り組みも含まれます(審査員特別賞は農業関連施設(学校等)のみを対象とするものではありません)。</p> <p>2 一つの畜産物ブランドに係る複数の畜産事業者がいる場合は、その経営者がまとめて申請を行うこととします。(例:〇〇畜産グループ、代表となる畜産経営者ほか〇名)</p>
5	【資格要件】 応募資格の具体的な要件は何ですか	<p>以下のすべてを満たすものになります。</p> <p>1 国産の飼料用米を活用した畜産物の商品として、従来品(国産の飼料用米を活用しない畜産物)とは異なる商品名で販売していること。</p> <p>2 国産の飼料用米を活用した畜産物に給与される飼料総数量(年間)に占める国産の飼料用米の割合が一定以上(採卵鶏5%、ブロイラー5%、養豚5%、乳牛3%、肉牛その他1%以上)であり、年間の飼料用米の供給実績が1トン以上あること。</p> <p>※ ただし、農業関連施設(学校等)に関しては、その限りではありません。</p>
6	【賞】 褒賞はありますか	<p>最優秀賞(農林水産大臣賞)、優秀賞(政策統括官賞)、特別賞(全中会長賞、中央畜産会長賞)の4賞のほか、該当者がある場合は審査員特別賞を授与します</p>
7	【後援団体】 後援団体はどこですか	<p>農林水産省、全国農業協同組合中央会、公益社団法人中央畜産会の後援をいただいています</p>
8	【スケジュール】 応募期間など具体的なスケジュールを教えてください	<p>1 募集期間は、令和2年7月22日～令和2年10月31日とし、応募申請の宛先はJPPAとなります。今年度からWEB申し込みも可能となりましたので、ご活用ください。</p> <p>2 募集期間終了以降は、事務局が内容確認等を行い、その後審査のための現地調査等を実施します。</p> <p>3 審査委員会は令和3年1月下旬の開催を予定しており、表彰式は3月26日に東大弥生講堂で実施することとしています。</p>
9	【応募書類】 実施要領の7に基づき、参加申込書及び出品調査表を事務局に提出するとされていますが、応募書類の他に必要書類はありますか。	<p>1 畜産事業者が応募する書類は、要領に基づく参加申込書及び出品調査表を基本としており、ブランドに係る販売促進用のチラシや商品写真等を添付して頂くこととなります。</p> <p>2 応募頂いた書類(参加申込書及び出品調査表)の記載内容の確認のために、事務局から必要に応じ関係書類の提出を電話又はメールにてお願いすることがありますので、ご留意願います。 ※ 農業関連施設(学校)等の方は、書ける範囲でご提出ください。</p>
10	【審査基準】 どういう審査項目で審査を行いますか。	<p>1 コンテストの審査は、 ①販路の確保(安定的な販路の確保と販売を実施等) ②耕畜連携の取組(耕種農家との連携体制の構築等) ③付加価値の向上(高付加価値化による販売額の増加等) の3つの観点で行います。</p> <p>2 具体的な審査は、審査会にて行われますが、各審査委員の採点結果を踏まえ応募者の順位付けを行い、上位より表彰対象者を選定する方向で考えています。</p> <p>※審査員特別賞は、上記審査基準に関わらず、審査員が特に認めた場合に授与されます。</p>

飼料用米活用畜産物ブランド日本一コンテストの開催に係るQ&A ~2 応募様式編~

7/21 更新

一般社団法人日本養豚協会

項目(応募様式)		番号	質問	回答
<b>1 畜産経営の概要</b> (1) 事業者名		1	(1) 米活用畜産物ブランドに取り組む畜産事業者等が複数の場合、応募者はどうすればいいですか (1) ブランドを扱う実需者(販売者)から供給契約している農家の全リストの提出が必要ですか？その場合、応募に際し代表者を決める必要がありますか	①米活用畜産物ブランドに係る畜産事業者等であり、そのブランド確立のために生産している農家が複数の場合は、それを束ねる集団の <b>代表者の方を応募者</b> としてください(農協の場合は、生産部会や集団等)。 ②また、ブランドに関係する複数の畜産農家がいて決まった集団がない場合は、出荷状況等において最もカバーしている農家を代表者にするなどにより応募願います。なお、ブランドに関係する畜産農家全ての参加が望ましいものの、賛同される事業者間で相談の上応募して下さい。
<b>2 畜産経営の種類及び米活用畜産物ブランド名</b> (1) 畜産経営の種類と飼養数 (2) 米活用畜産物のブランド名及びブランド化開始年度		2	(1) 畜種別の経営や、飼養数などをどこまで細かく記入する必要がありますか (2) 米活用の畜産物で複数のブランド名がある場合、どうすればよいですか (2) 米活用ブランド化の開始年度を、どう考えればよいですか	複数の畜種で同一ブランドを形成している農協等の取組事例がありますが、応募者の畜産経営上の種類として、養豚(肥育豚、母豚)、養鶏(採卵鶏、肉用鶏)、肉用牛(繁殖牛、肥育牛)、酪農(搾乳牛)、その他(〇〇)を記載して下さい。年間飼養頭数については、 <b>畜種別に〇〇千頭(羽)程度と記入していただき、一桁単位で記入する必要はありません。</b> 同一の畜産経営体において、複数のブランド名がある場合、取り組んでいる米活用畜産物ブランド全てを応募するのではなく、 <b>ブランドの中でも販売額(量や価格)が大きいものなど代表的なものに厳選</b> するなど、応募時に御検討の上、記載して下さい。 国産飼料用米を活用し、 <b>ブランド名で販売開始した年</b> を記載願います。
<b>3 国産飼料用米の活用状況</b> (2) 国産飼料用米の年間利用実績(トン) (3) 国産飼料用米の給餌割合 (4) 国産飼料用米の仕入れ先(市町村別飼料用米生産農家等戸数、又は仕入れ先農協名、飼料会社名等) (5) 国産飼料用米の給餌状態(玄米又は破砕等)		3	(2) 飼料用米の年間利用の実績に下限はありますかそれとも少しでも利用していればよいのでしょうか (3) 国産飼料用米の活用割合は、当該ブランドに係る畜種のみなのか、経営全体に占める割合なのか、どちらでしょうか (4) 飼料用米の仕入れ先について、どこまで遡及して記載すればよいのですか。(地域名(市町村名)、農協名、農家名など) (5) 飼料用米の給与実態はどこまで必要になりますか？	畜産事業者においては、飼料用米を活用した畜産物に給与される飼料総数量(年間)に占める飼料用米の割合が一定以上(採卵鶏 <b>5%</b> 、ブロイラー <b>5%</b> 、養豚 <b>5%</b> 、乳牛 <b>3%</b> 、肉牛 <b>その他1%</b> 以上)であることが必要です。また、飼料用米の <b>利用実態は1トン以上</b> とします。ただし、 <b>農業関連施設(学校等)</b> に関しては、その限りではありません。 ブランドに係る飼料用米の活用割合は、経営全体ではなく、 <b>国産飼料用米を飼養している畜種に係る年間飼料全体量に対して、国産飼料用米の数量の割合</b> を記載して下さい。 飼料用米の安定供給体制として、 <b>仕入れ先の地域(市町村)、農協又は農家等を記載</b> して下さい。また、飼料工場等から仕入れている場合は、国産飼料用米の配合割合も必要になりますので、その旨ご注意願います。 飼料用米の具体的な給餌状態を把握するため、 <b>最終的な状態(玄米のまま、玄米を破砕・圧べんなど)</b> を記載して下さい。
<b>4 販路の確保(米活用畜産物の安定的な取引体制の構築)</b> (1) 実需者と連携したプライベートブランド商品※(1)とは別にPB商品があれば記入 (2) 米活用畜産物ブランド商品の主な販売先 ア 市場 カ 生協 イ 百貨店 キ 外食業者 ウ スーパー ク インターネット エ 精肉店 ケ 直販 オ 農協(直売所) コ その他 (3) 実需者と相対で事前に設定した販売価格についての取扱い(期中(1年間)での価格改定の有無)		4	販路の確保とは、具体的にどこまでの行為が必要になりますか (1) (プライベートブランド商品の名称とは何ですか) (2) 販売先の内訳は商売に関わるので、できれば出たくありません。また、販売の割合を出すのは難しいのですが… (3) 畜産物は販売先ごとに価格が違うのが一般的であり、市況の変動等により価格が変動するのですが…	米活用の畜産物ブランドとして、 <b>ブランド商品として明確化になっており、販売先が概ね決定していることが必要</b> です。なお、これから新たにブランドとして販路を模索するものはまだ販売実績がないため、今回の対象にはなりません。 既にブランド名で販売されているものとは別に、 <b>個別の事業者との連携により当該企業等のプライベートブランド商品として販売されているもの</b> となります。該当がない場合は空欄をお願いします。 ブランド商品として販路が確保されていることが必要であり、 <b>販売先には必ず〇を記載し、可能な範囲で販売の割合を記載</b> して下さい。 畜産物の価格は、市況の変動等により変わるものの、ブランド商品として一定の価格帯で取引されることが生産者にも実需者にも望ましいことであるため、 <b>契約期間中での価格改定の有無について確認</b> することになります。
<b>5 耕畜連携の取組</b> (1) 畜産農家等と飼料用米農家等との連携状況(平成30、令和元年度の仕入れ先の変更) (2) 飼料用米の仕入量の増減等 (3) ②飼料用米以外の地域循環等の取組(稲わら、堆肥、糞尿等)		5	(1) 耕種農家の状況により仕入れる数量や価格は変動します。きちんと連携していればよいのでしょうか。 (3) 年度や地域によって地域循環するものが異なるのですが、どう整理すればよいのでしょうか。	耕畜連携の取組として、畜産農家と飼料用米農家との連携を確認する必要がありますため、 <b>該年度の飼料用米の仕入れ先の変更や数量の増減等を記載</b> して下さい。 耕畜連携の取組として、飼料用米以外の稲わらや堆肥などについて地域で循環利用されているなど、 <b>畜産農家から耕種農家に還元しているものについて、①種類、②数量、③地域、相手等を記載</b> 願います。
<b>6 付加価値の向上(飼料用米を活用した畜産物の販売増加)</b> 販売単価(円/kg) 販売数量(トン)		6	販売単価はなぜ記載する必要があるのですか？ 販売額に加え、販売単価と販売量を出すことは、販売上影響が出るので難しいのですが…	飼料用米を活用した畜産物の取組を進める上で、高付加価値により、 <b>ブランド商品の販売が向上していることが必要</b> と考えており、従来のものに比べブランド商品の販売単価が向上していることや、前年度から販売額が増加していることなどについて記載していただくことになっています。 畜産物の販売額増において、価格上昇なのか数量増加なのかが不明なことから、 <b>価格も数量も記載</b> をお願いしています。なお、平成30、令和元年度で販売環境の変化もあり、単価をそのまま数量を増加しているケースも想定されますが、販売の状況もきちんと把握するためにも記載をお願いします。
<b>7 飼料用米を活用した畜産ブランド化に向けた取組</b>		7	ブランド化の取組として何を記載すればよいのでしょうか。	ブランド化の取組を実施してきた中で、 ① 飼料用米の確保や保管の取組 ② 耕畜連携の取組 ③ 販路の確保・拡大の取組 ④ 取引先との価格の設定・交渉 ⑤ ブランド名の命名 ⑥ 販売方法などで工夫・努力した点やその成果、課題その他、独自の取組があればご記入願います。