

きたるべくしてきた低豚価時代を 生き抜くには

(有)あかばね動物クリニック 伊藤 貢

低豚価だからこそやることもある

昨年は、飼料の高騰に苦慮しましたが、今年は飼料価格も落ち着き、サーコ問題もワクチンで改善され、今年こそ儲かる年になると筆者は思っていました。しかし、生産量の増加は予想の範囲でしたが、それ以上に価格が下落したのは、予想外でした。なぜこのような状況に陥っているのでしょうか？

図1に、月別の全国と畜頭数と東京食肉市場の上物枝肉価格の平均との相関を示しました。相関係数は、マイナス0.557で、出荷頭数が多いと価格が低下することが分かります。

枝肉価格を決定する要因は、出荷頭数、在庫量、海外からの豚肉の輸入量、消費量などがあると思われていますが、なかでも出荷頭数が大きな要因であることが分かります。

加えてやはり消費の落ち込みも大きいです。今年は冷夏であり、経済の冷え込みに、追い打ちをかけるように、消費が低迷しています。

生産過剰は分かっていたこと

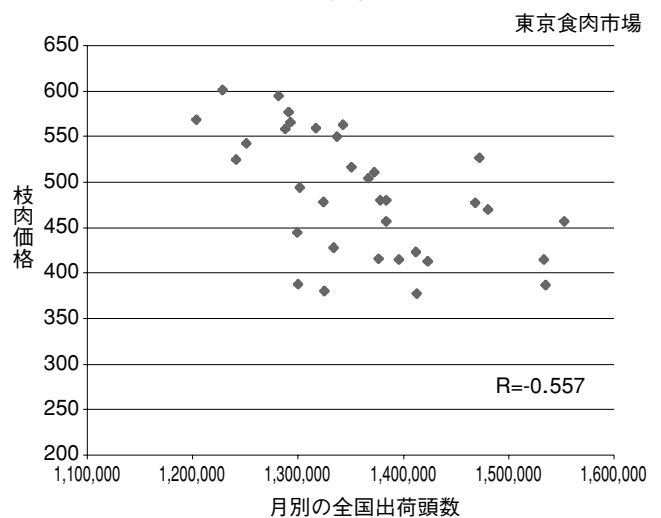
昨年、国内でサーコワクチンが販売されたときには、既に米国、カナダでの販売開始から2年近くが経っていました。春にカナダでは豚の生産量が多くなり、国が奨励金を出して母豚を淘汰したことは記憶に新しいと思います。アメリカのスミスフィールド社が母豚の自主淘汰を発表したのもこのころでした。生産過剰が豚肉価格の下落の原因であることが背景にあると思います。

この現象を養豚家の皆さんは、そのとき、どのように捉えていたのでしょうか。

コクシジウム症も生産性低下につながっていた？

サーコワクチンは、母豚用、子豚用ともに十分満足がいく製品であることは誰もが認めていることです。もう1つ、製品として生産性に大きく寄与しているものが、抗コクシジウム

図1 月別出荷頭数と枝肉価格(上)との関係



ム製剤(バイコックス)です。コクシジウムは、複雑な生活サイクルから、下痢を発症しても、その時点では既にオーシスト(卵)を排出していないことが多いこと、また、細菌検査では、確認できないこと、検査精度のブレなどもあり、今までは哺乳中の下痢の原因として重要視されていませんでした。

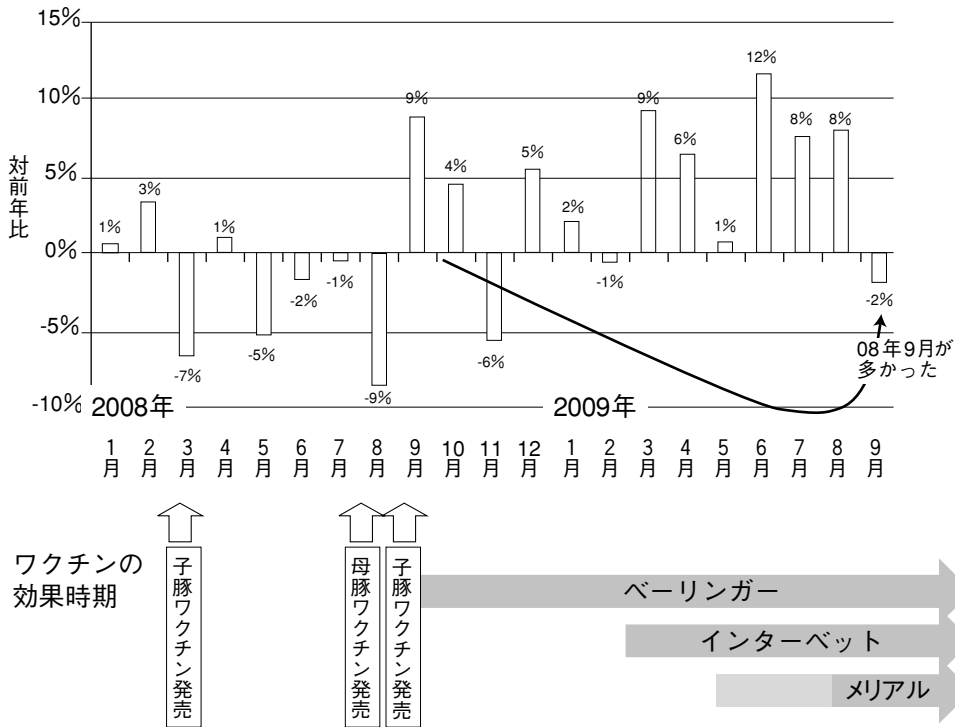
しかし昨年、この製剤が発売されてから哺乳中の下痢が激減しており、思いのほかコクシジウムの浸潤度合いの高かったことに驚かされています。この医薬品のお陰で哺乳中の下痢が減り、離乳体重が大きくなり、サーコワクチンとの相乗効果で、事故率の軽減、発育速度に大きく貢献しています。

昨年に何をしていたのか？

図2に出荷頭数の推移を前年同月比に示し、同時にサーコワクチンの販売時期とその効果が発現する時期について図示しました。昨年の9月ごろからワクチンの効果が現れてきていることが分かると思います。8月までの出荷頭数は前年対比で5.5%伸びています。

予測では5~10%、生産量が増えると考えていました。

図2 出荷頭数の前年対比とワクチン効果時期



そのため、比較的高豚価に支えられ、経営には少し余裕があったことから、サーコワクチンの接種を積極的に勧めました。とくに母豚を主体としたワクチンプログラムを組みました。このウイルスは感染時期が早いことから、将来的には、母豚接種のみでの対応を考えているためです。発症の度合いなど農場によっては、子豚用の併用も実施しました。さらに、抗コクシジウム製剤を下痢が見られた農場には勧めていきました。出荷頭数の確保を提案し、納得された生産者に積極的にこのプログラムを勧めました。

予測以上の下落

ある生協の消費推移を見ると、牛肉は昨年から消費が伸び悩んでいましたが、豚肉については今年の3月まで前年比を下回ることがありませんでした。しかし、4月以降消費が下落しており、9月までの消費は、牛肉は90.2%、豚肉93.8%、鶏肉97.4%で、畜産全体では92.9%と全体に下落していることが分かりました。さらに8~9月はすべての製品で前年比割れを生じ、とくに9月の豚肉は前年を大きく割りこみ、88.9%まで落ち込みました。

このようなことを反映して、在庫も20万tを超えている状況であり、約3ヵ月分の生産量が丸々売れずに残っているという状況です。

消費が伸びない限り、この在庫が減りません。そして根本

的な豚価の回復には至りません。

今後何ごとかが起きなければ、この状況は続くと考えられます。

今だからできること

豚価の低迷を嘆いていても何も変わりません。予測ができ、対応ができていた人は愚痴を言わないでしょうが、できなかった人は嘆いています。そこで、少し見方を変えみたらどうでしょうか。

「厳しいときだからこそ、むしろ経営を見直す絶好のタイミングである」と考えたら、この相場に対する受け止め方が変わると思います。しかし、なかなかそのように思える人は少ないでしょう。だから良いのです。他人がしないから、他人と考えが違うからこそ勝ち抜くことができると思いませんか。

やることは1つです。『利益=販売額-費用』の公式がすべてです。現状では販売額の拡大は難しい。そうすると結論は、費用の見直しです。つまり、どれだけ無駄を省けるかということにかかってきます。

販売額の拡大は難しいとは言ったものの、方法がないわけではありません。出荷体重を揃え、体型に合った出荷先を選ぶことは、1頭の販売額を多くすることにつながります。

出荷体重は、豚価、飼料コスト、品種などで適正体重が異なってきます。豚価の高いときと低いときでは有利な体重が

異なります。自農場での最も販売高の高い体重を知ることは重要です。

費用には、飼料費、人件費、その他費用、そして減価償却費があると思います。現在、飼料費が生産費の6割を超す農場は少なくありません。飼料費削減と言うとすぐに単価を下げることを考える人が多いと思いますが、日本養豚開業獣医師協会（JASV）で毎年行っているベンチマーキングでは、飼料単価の低い農場のほうが成績が悪い傾向のあることが分かっています。

これには2つの考えがあって、①単価が低いのでそれにあぐらかいて経営努力を怠っている、②飼料成分が低いことによる成績の伸び悩み、があると思います。どちらにしろ、飼料費削減について単純に単価を下げることで対応することは、経営者としては良くないことです。

えさ代が安くなって一時的に経営が改善したとしても、それはあくまで他力本願であり、自分とは変わっていないことになります。飼料価格について、単価を下げればよいという考えでは、良い状態は決して長くは続きません。

やることはもう分かっている

皆さんは養豚のプロだと思いますので、何をすべきか、既に分かっていると思います。

図3で、筆者の養豚経営のイメージをコマで表してみました。

病気は重要な問題です。病気の基である病原体は、環境の影響を強く受け、おとなしくなったり、暴れたりします。その環境をコントロールしているのは、人です。一番の大きな要因は人であると考えます。

このコマを、いかにして勢い良く、そして長く回すかが問

題です。回転が止まったときに廃業のときです。中心にある軸が経営者で、回っている場所は、お金です。ときには、ゆっくり、ときには勢い良く、時代により、農場の状態によって回り方は様々です。いつまでも回り続けることが重要です。

APVSを創設した鄭賢圭先生は講演のなかで、韓国では現在、無薬豚（無抗生物質の肉豚）の生産に乗り出していることを報告してくれました。生産成績が改善され、経費も少なくなり、有利販売されるために販売単価も高く取引されていて、堆肥も有機農業をやっている人からの依頼で供給が間に合わない状況とのことです。これからも、このような農場は増えていく傾向にあるようです。そして、こうした新しい取り組みが成功するか失敗するか、一番のネックでありカギになるのが、農場主の考え方だそうです。農場主の考え方が変わらなければ、このような難しい技術は達成できないと言います。難しいのは技術ではなく、人であることを強調していました。また、このようなことも言っていました。『相手を変えるには、まず自分の考えを変えなければいけない。そうすれば、相手も変わる。相手も変わると、自分も変わる』。

この厳しい現状、ただ大変だと心配することも重要です。しかし、これを逆手にとって、考え方を考えてみるチャンスなのかもしれません。よく耳にする、“ピンチをチャンスに”は、普段ではできない環境だから、チャンスの芽が見つかる。見つかるか見つからないかは、見つける気持ちがあれば始まりません。

下がったものは、必ず戻ります。これは経済の原理です。ただ、いつ戻るか、どの程度戻るのが大きな問題ですが、戻ったときに、その準備ができていることが大切です。良かったと思えるような環境を今、つくってください。

図3 養豚経営のイメージ

