

第3章 畜産物における有機 JAS 認証取得の課題と拡大方策

林 岳
土居 拓務

1. はじめに

第1章で触れたとおり、2021年5月にみどりの食料システム戦略（みどり戦略）が策定された。この目標では2050年までに国内における有機農業の取組面積割合を25%まで拡大し、化学農薬使用量を50%（2030年までに10%）低減すること、家畜排せつ物等の利用拡大等により化学肥料使用量を30%（2030年までに20%）低減することが掲げられている。みどり戦略に掲げられた目標を実現するためには、耕種農業のみならず畜産業も有機化が必要である。特に畜産・酪農のための牧草地はもともと化学肥料や農薬をあまり使用しないところが多く、有機化の可能性が高いだけでなく、その面積も大きいことから、みどり戦略の達成に重要な役割を果たすと考えられている。

日本においては、農林水産・食品分野において農林水産大臣が定める国家規格である日本農林規格（Japanese Agricultural Standards: JAS）が存在し、国内市場に出回る農林水産物・食品については、JASに基づきその品質や仕様を一定の範囲・水準に揃えられている。JASの中では有機農産物についても規格が定められており、JASで定められる基準を満たした農産物のみが「有機農産物」と称することができる。有機農産物と称することにより、農産物の付加価値を高めることができる一方、認証取得のための費用や取得後の生産管理等、有機認証の取得に伴う費用や作業負担が生じること、特に畜産業においては川上の畜産農家から川中の加工流通業者まで一貫して有機認証を取得する必要があるから、日本において有機畜産に取り組む畜産農家はごく少数というのが現状である。畜産業における有機化にはどのような課題があるのかを明らかにすることは、畜産業の有機化を進め、みどり戦略の目標達成、さらにはそれを通じた持続可能な畜産・酪農の実現に貢献する。

そこで、本研究では、日本におけるみどり戦略と有機畜産の認証制度の概要を解説した後、有機JAS認証を取得している北海道内の肉用牛生産の畜産農家6戸及び酪農家8戸へのヒアリング調査をもとに、有機畜産の認証取得における課題を抽出し、拡大のための方策を検討することを目的とする。

2. みどり戦略と畜産・酪農

（1）みどり戦略の概説

みどり戦略は、フードサプライチェーンにおける各ステークホルダーの関与を高めるこ

と、環境負荷を削減するためのイノベーションを促進することを目的とした中期的戦略である（農林水産省，2021）。この目的にあるとおり、みどり戦略の中心的な考え方はイノベーションを通じて環境にやさしい農業を実現することにある。みどり戦略の中で示されている 2050 年までに目指す姿と取組方向については第 1 表のとおりとなっている。これを見ると、農業分野に関しては、有機農業の取組割合面積の 25%までの拡大、化学農薬の 50%削減、化学肥料の 30%低減、農林水産業の CO₂ 排出ゼロ化、化石燃料を使用しない園芸施設への完全移行を目指すことなどが掲げられている。

このように、今後 2050 年までの国内農業環境政策の中期的な目標を掲げているのがみどり戦略であるが、この戦略を実現することで期待される効果として、最終的にはアジアモンスーン地域の持続的な食料システムモデルとして打ち出し、国際的なルールメイキングに参画することが明記されている（農林水産省，2021）。アジアモンスーン地域は高温多湿な気候であり、それ故農作物の病虫害被害のリスクが高い。またこの地域は水田農業が盛んで、世界の農業による温室効果ガスの排出量の 43%がこの地の農業から発生しており、水稻耕作に限ると実に 87%がアジア地域からの排出となっている（2023 年データ，FAO,2025）。さらに、この地域は小規模農家が多数を占めるなど、他地域の農業にはない特徴を有する農業が展開されている。みどり戦略では、アジア諸国とともにアジアモンスーン地域の農業を持続的なものにするための取組を推進することが掲げられており（MAFF,2023）、日本国内農業だけでなく、アジアモンスーン地域の農業全体を視野に入れ、日本がこの地域での農業環境政策分野の国際的なルール作りにおいて、議論を主導していく決意が示されているのである（農林水産省，2023）。

以上をまとめると、みどり戦略はこれから日本の農業がどのような方向性に向かうのかを示した戦略と言え、国内農業政策はこの戦略をもとにさまざまな施策が推進されることになる。したがって、今後の農業生産においてもこの方針に沿った形で環境にやさしい農業やそれに則した生産方式を進めていくことが求められるだろう。

（2）みどり戦略における畜産・酪農の位置づけ

みどり戦略の中での取組に関する具体的な記述を見ると、高い生産性と両立する持続的生産体系への転換に向けた環境負荷の低減方策の具体的な取組として掲げられているのは第 2 表に掲げた項目である。これを見ると、畜産・酪農分野では主に飼養技術と飼料生産拡大が中心となっている。これだけを見ると、みどり戦略において畜産・酪農分野における有機化は想定されていないように見える。しかしながら、耕地及び作付面積統計によると、2024 年の時点で日本の総耕地面積は 427.2 万 ha で、そのうち畑地が 195.2 万 ha となっている（農林水産省，2025a）。さらに、畑地のうち 58.6 万 ha が牧草地となっており、これは総耕地面積の 13.7%を占めている。みどり戦略における有機化の促進には、この牧草地の有機化を進めることが不可欠であろう。また作付面積で見ると、2023 年における作

第1表 みどり戦略が2050年までに目指す姿と取組方向

温室効果ガス	・2050年までに農林水産業のCO ₂ ゼロエミッション化の実現を目指す。
化学農薬	・2040年までに、ネオニコチノイド系農薬を含む従来の殺虫剤を使用しなくてもすむような新規農薬等を開発する。 ・2050年までに、化学農薬使用量（リスク換算）の50%低減を目指す。
化学肥料	・2050年までに、輸入原料や化石燃料を原料とした化学肥料の使用量の30%低減を目指す。
有機農業	・2040年までに、主要な品目について農業者の多くが取り組むことができるよう、次世代有機農業に関する技術を確認する。 ・2050年までに、オーガニック市場を拡大しつつ、耕地面積に占める有機農業※の取組面積の割合を25%（100万ha）に拡大することを目指す。（※国際的に行われている有機農業）
園芸施設	・2050年までに化石燃料を使用しない施設への完全移行を目指す。
農林業機械・漁船	・2040年までに、農林業機械・漁船の電化・水素化等に関する技術の確立を目指す。
再生可能エネルギー	・2050年カーボンニュートラルの実現に向けて、農林漁業の健全な発展に資する形で、我が国の再生可能エネルギーの導入拡大に歩調を合わせた、農山漁村における再生可能エネルギーの導入を目指す。
食品ロス	・2030年度までに、事業系食品ロスを2000年度比で半減させることを目指す。さらに、2050年までに、AIによる需要予測や新たな包装資材の開発等の技術の進展により、事業系食品ロスの最小化を図る。
食品産業	・2030年までに食品製造業の自動化等を進め、労働生産性が3割以上向上することを目指す（2018年基準）。さらに、2050年までにAI活用による多種多様な原材料や製品に対応した完全無人食品製造ラインの実現等により、多様な食文化を持つ我が国食品製造業の更なる労働生産性向上を図る。 ・2030年までに流通の合理化を進め、飲食料品卸売業における売上高に占める経費の割合を10%に縮減することを目指す。さらに、2050年までにAI、ロボティクスなどの新たな技術を活用して流通のあらゆる現場において省人化・自動化を進め、更なる縮減を目指す。
持続可能な輸入調達	・2030年までに食品企業における持続可能性に配慮した輸入原材料調達の実現を目指す。
森林・林業	・エリートツリー等の成長に優れた苗木の活用について、2030年までに林業用苗木の3割、2050年までに9割以上を目指すことに加え、2040年までに高層木造の技術の確立を目指すとともに、木材による炭素貯蔵の最大化を図る。
漁業・水産業・養殖業	・2030年までに漁獲量を2010年と同程度（444万トン）まで回復させることを目指す。（参考：2018年漁獲量331万トン） ・2050年までにニホンウナギ、クロマグロ等の養殖において人工種苗比率100%を実現することに加え、養魚飼料の全量を配合飼料給餌に転換し、天然資源に負荷をかけない持続可能な養殖生産体制を目指す。

出所：農林水産省（2021）。

付延べ面積は391.2万haであり、そのうち85万haは牧草、飼料作物が作付けされている。これは作付面積全体の21.7%を占めている（農林水産省、2025a）。このように耕種農業においても、飼料生産にそれなりの割合の農地が使用されており、決して小さな数字で

はない。そのため、牧草地や飼料生産といった畜産・酪農に関係した農地利用において、有機化を進めることは、みどり戦略の目標達成にも大きな影響を与えられると考えられる。

第2表 みどり戦略で示された畜産における環境負荷の低減方策

-
- ・ ICT 機器の活用や放牧等を通じた省力的かつ効率的な飼養管理技術の普及
 - ・ 子実用とうもろこし等の生産拡大や耐暑性・耐湿性等の高い飼料作物品種の開発による自給飼料の生産拡大
 - ・ ICT 機器を活用した個体管理による事故率の低減や家畜疾病の予防
 - ・ 多機能で省力型の革新的ワクチンの開発
 - ・ 迅速かつ的確な診断手法の開発など抗菌剤に頼らない畜産生産技術の推進
 - ・ 科学的知見を踏まえたアニマルウェルフェアの向上を図るための技術的な対応の開発・普及
-

出所：農林水産省（2021）。

3. 日本における有機畜産認証の概要

（1）JAS における有機畜産物とは

JAS において有機に関する規格は国際基準であるコーデックス・ガイドラインに準拠した形で有機規格が定められており、その種類は有機農産物、有機加工食品、有機畜産物、有機飼料、有機藻類の5つある。

このうち、有機畜産物に関しては、生産の原則として第3表に掲げた生産方法により飼養された家畜・家きん又はそれより得られた畜産物であることが求められる。基準を満たして生産された牛から得られる生乳や肉類はこの有機畜産物に該当するが、これらをさらに加工した場合には有機加工食品と称される。したがって、生乳を加工した牛乳や有機肉から作られたハムやソーセージ類は有機加工食品に分類される。有機畜産物生産のために行われる家畜飼養の具体的なポイントとしては、まず畜舎の広さの規定として、1頭あたり5.0m²以上の面積が確保することが求められる。加えて屋外放牧場が必要で、これについても1頭あたり5.0m²以上を確保しなければならない。餌については、有機飼料を85%以上給与することが求められる。この有機飼料とは、使用禁止資材を使わずに生産され、かつ過去2～3年間使用禁止資材が使われていない圃場で生産された飼料のことを言う。また、給餌については、肥育最終段階を除いて生草・乾草又はサイレージの比率が50%超となるようにしなければならない。そして、子牛の保育期間中は母乳が不足する場合を除き母乳を給与することが求められる。加えて、動物用医薬品についても使用できる薬剤の制限があり、抗生剤は治療には使えるが予防には使えないといった制約が課される。

第3表 有機畜産物の生産の原則

生産の目的	農業の自然循環機能の維持増進を図る
生産の方法	① 環境への負荷をできる限り低減して生産された飼料を給与することを基本とする
	② 動物用医薬品の使用を避けることを基本とする
	③ 動物の生理学的及び行動学的要求に配慮して飼養する

出所：農林水産省（2024）。

（2）国内における有機畜産物の JAS 認証取得の状況

有機畜産物の認証を取得した事業者については、その数などの公式な統計は存在しない。しかし、農林水産省では、有機 JAS 認証を受けた事業者のうち公開に同意した事業者のデータを公表している（農林水産省，2025b）。これを見ると、2025 年 7 月現在、有機畜産物の JAS 認証を生産工程管理者、いわゆる生産者として取得している事業者は全部で 41 事業者ある。主な生産物については飼料が 31 事業者で最も多く（複数の生産物を記載している事業者もあり）、次いで生乳が 4 事業者、牛肉が 4 事業者である。その他鶏肉やラム肉も見られるがその数はごくわずかである。事業所の所在地については、生乳での認証取得については北海道に限らず関東近辺にも事業者がいくつか存在するが、数としては北海道が圧倒的に多く、また関東以外の地域ではほぼ見られない状況である。このように、有機飼料の認証を受けている事業者が圧倒的に多く、肉や鶏卵など畜産物での有機認証を受けている事業者はまだわずかといった状況である。上記のデータは公表に同意した事業者のみが含まれているが、ここに掲載されている以外の事業者も含めて、牛肉で有機 JAS 認証を取得している事業者は 2023 年 12 月の時点で、管見の限り全国に 8 事業者あり、このうち 4 事業者が公表に同意し、農林水産省（2025b）に掲載されているということである。また、8 事業者全てが北海道内の事業者で、このうち 1 つが研究開発とともに牛肉販売を行っている大学法人、残りの 7 つが畜産をビジネスとしている事業者である。これら 7 つの事業者には小規模な個人経営の畜産農家の他、法人組織として畜産経営に取り組む事業者もあり、経営形態や規模はさまざまである。

このように、有機畜産物での認証取得はまだ始まったばかりであり、認証取得事業者は決して多いとは言えない。しかしながら、ここ数年でも徐々にその数は増加しており、有機畜産物認証への関心が高まっていることは間違いない。一方で、飼料による有機 JAS 認証取得が圧倒的に多く、かつ地域的にも北海道に偏在しており、さまざまな面で偏りがあるというのが現状と言えよう。

4. 肉用牛生産農家における有機畜産の取組拡大における課題

(1) 分析手法

本節では、牛肉を生産物として有機 JAS 認証を取得している北海道内の 8 事業者のうち、大学法人を除く肉用牛農家 7 戸のうちの 6 戸及び酪農家 8 戸（いずれも法人含む）へのヒアリング調査をもとに、有機乳用牛の食肉利用も含めた有機畜産の取組拡大における課題を抽出する。ヒアリング調査は、2021 年 10 月から 2023 年 11 月までの期間に行い、チームメンバーらが畜産・酪農家を訪問する形で有機畜産・有機酪農取組開始の経緯など聞き取った。ヒアリング調査を行った農家の基本情報は第 4 表、第 5 表に示す。

第 4 表 調査対象農家の概要（肉用牛農家）

	経営概況				給餌の有無			公共 牧場 利用	備考
	総頭数 (頭)	牧草地 (ha)	牧草地/ 総頭数 (ha/頭)	品種	グ ラ ス フ ェ ィ ド	エ コ フ ィ ー ド	デ ン ト コ ー ン		
有 機 畜 産 農 家	1a	8(58)	30(50)	0.86	日本短角種 (ホルスタ イン：非有 機)			○	肉用牛・酪 農・畑作混 合経営
	1b	10(250)	30	0.11	日本短角 種、黒毛和 種、交雑種 (F1)	○			○
	1c	70(600)	196(228)	0.38	日本短角種		○	○	
	1d	20(301)	125	0.42	日本短角種		○	○	公共育成牧 場利用
	1e	99	100	1.01	アンガス	○			全て有機管 理
	1f	231	216	0.94	アンガス		○		繁殖牛はす べて有機管 理

注 1：牧草地面積で、林野などは、牧草地×0.3 の面積に換算して計算した。

2：()は非有機管理を含めた数値である。

3：牧草地／総頭数は非有機管理も含めて計算した。

出所：著者作成。

分析では、ヒアリング調査で聞き取った内容から有機乳用牛の食肉利用も含めた有機畜産に関する課題を抽出し、(A)耕種・畜産・酪農を問わず、有機認証制度そのものに関する

課題, (B) 耕種・畜産を問わず, 有機農畜産物で生じる課題, (C) 畜産・酪農共通で有機認証を取得する場合に生じる独自の課題の3つに, さらに有機酪農家に関しては, (D)有機認証を得ている乳用牛を有機肉用牛として出荷する際の課題を加えた4つに分類して整理した。

第5表 調査対象農家の概要 (酪農家)

	経営概況				給餌の有無			公共 牧場 利用	備考
	総頭数 (頭)	牧草地 (ha)	牧草地/ 総頭数 (ha/頭)	品種	グ ラ ス フ エ ッ ド	エ コ フ イ ー ド	デ ン ト コ ー ン		
有 機 酪 農 家	2a	100	120	1.20	ホルスタイン				
	2b	340	170	0.50	ホルスタイン	○		○	酪農肉用牛 混合経営
	2c	182	13	0.07	ホルスタイン			○	企業経営法 人 デントコー ン40ha
	2d	100			ホルスタイン				ごく一部 ジャージ、 ブラウンス イス
	2e	37	45	1.22	ホルスタイン	○			周年昼夜放 牧
	2f	100	66	0.66	ホルスタイン	○			一部ブラウ ンスイス、 ホル+和牛 のF1
	2g		100		ホルスタイン			○	企業経営法 人 デントコー ン100ha
	2h	130	14.5	0.11	ホルスタイン		○	○	

注1: 牧草地面積で, 林野などは, 牧草地×0.3の面積に換算して計算した。

2: 牧草地/総頭数は非有機管理も含めて計算した。

出所: 著者作成。

（2）結果

結果は第6表に示す。まず、(A)の耕種・畜産・酪農を問わず、有機認証制度そのものに関する課題については、多くの農家が書類作成の手間を挙げている。有機認証手続きには多くの書類や資料の提出が必要であるとともに、認証取得後も定期的な検査や確認のために資料提出が必要となる。企業経営法人のような、事務経験が比較的豊富な事業者にとっては資料作成もそれほど大きな手間にならないが、個人経営での農家にとっては大きな負担になっていることがうかがえる。これらの作業については、コンサルタント等の支援団体が代行してくれる場合がある。この他、有機への転換期間に収入が得られず、経営的に苦しいため認証取得に二の足を踏んだという意見も複数見られた。

次に(B) 耕種・畜産を問わず、有機農畜産物で生じる課題としては、取引先の確保の問題、有機認証取得の明確なメリットの欠如、相談窓口の問題が挙げられた。1 つ目については、有機牛肉は供給ロットが小さくかつ需要者も特定の消費者層に限定されるという特徴を有しており市場が小さい。ヒアリング調査を行ったほぼ全ての有機畜産農家は、小売業者、卸売業者との直接取引やインターネットでの直接販売を行っており、一般的な食肉市場からスーパーなどの量販店で有機牛肉が大量に販売されることはめったにない。そのため、有機畜産に新たに取り組む際には、このような直接取引に応じてくれる流通業者を見つけることができるかが大きな問題として指摘された。2 つ目の明確なメリットの欠如の問題については、コストをかけて有機 JAS 認証を取得しても、それに見合ったメリットがないという指摘である。これについては、本節（5）で後述する。3 つ目の相談窓口の問題については、有機畜産では、家畜の飼養のための飼料に始まり、栄養管理や疾病時の薬品などさまざまな投入物が必要である。しかしながら、これらの投入物のどれが有機基準に適合するかは農家自身が判断できるものではない。そのため、適合品か否かの判断を仰げる相談窓口が欲しいといった意見があった。このような窓口で相談できなかった結果、実際にほとんどの農家は必要以上に厳しい有機基準を自身で設定し、それを遵守して有機基準を確保していた。

そして、(C) の畜産業で有機認証を取得する場合に生じる畜産独自の課題については多様な指摘があったが、その中でも最も多かったのが、有機認証に対応したと場・加工場の少なさである。現実として、有機 JAS 認証牛を扱えると場、加工場は国内でも北海道帯広市に1か所しかなく、このことが有機認証を取得できる肉用牛農家が北海道内に限られている主因となっている。有機 JAS 認証を取得している肉用牛農家は特に十勝周辺に多いが、遠くは道南地方にもあり、牧場から数百キロ牛を輸送してと畜する場合もあるので、輸送費などの追加コストがより多くかかり、有機認証取得のメリットを削ぐことになる。また、放牧・グラスフェッドでは、1頭あたり約1haの草地が必要になるため、飼養頭数に制約が生じるほか、放牧地内の移動によるカロリー消費により増体量が減少すること、漏電防止のための柵周囲の除草に除草剤を使用できないといった牧柵管理の問題などの飼養における技術的課題も多い。さらに、輸入有機飼料は高価であり、自給する必要がある

という有機飼料確保の問題、現状では予防目的での抗生剤が使用できないなど、その課題は広範に渡っている。

第6表 有機畜産・酪農の取組における課題

	項目	肉用牛 農家 (6戸)	酪農家 (8戸)
(A) 耕種・畜産・酪農を問わず、有機認証制度そのものに関する課題	書類作成の手間	5	4
	規約・規程が現場の実情に合わない	2	1
	有機転換の期間に収入が得られない	2	
	有機認証取得費用が高い	1	2
	有機認証取得へのモチベーションの維持	1	1
(B) 耕種・畜産を問わず、有機農畜産物で生じる課題	取引先の確保	5	7
	有機転換の明確なメリットの欠如	3	
	有機は思想的な面を含んでいる		2
	有機に関する相談窓口がない	2	
(C) 畜産・酪農共通で有機認証を取得する場合に生じる独自の課題	有機肉を取り扱うと場・加工場の少なさ	4	5
	有機飼料の調達が困難（特に国産）	4	2
	体重増が少なく収益が悪い	4	
	牧草地面積による飼養頭数の制約	3	2
	慣行と分けて飼養する必要がある	3	1
	と場に出向いての枝肉管理（有機認証シール貼り）の手間	2	
	牧柵管理の手間が増大	2	
	栄養管理の柔軟性のなさ		3
	草地面積、飼育頭数、乳量のバランスの管理		2
	放牧の比率を高めるほど乳成分が落ち、成分規格をクリアーできなくなる		2
	サプライチェーン全体が有機認証を取得する必要	1	1
	抗生剤などを使用できない		3
	完全放牧飼養に対する補助・支援制度がない	2	
3～4年の有機転換期は経営が不安定化する		2	
(D) 有機認証を得ている乳用牛を有機肉用牛として出荷する際の課題（酪農家のみ）	有機子牛市場の未確立	--	3

注：表中の数値は該当する項目を課題として挙げた農家数を示しており、肉用牛農家と酪農家全14戸のうち、2戸以上の農家が課題として挙げた項目のみ掲載している。

出所：著者作成。

最後に、(D)有機酪農家による乳用牛の肉用牛としての販売に関する結果を見る。調査では有機牛乳の出荷に関する課題もヒアリングしてきたが、ここでは乳用牛（子牛と廃用牛）を肉用牛として出荷することに対する課題のみを分析対象とする。これは、乳用牛の肉用出荷が有機牛肉の供給量や流通体制とも直接関係し、本研究の論点により密接に関わるためである。まず有機酪農家8戸のうちこれまでに有機牛として乳用牛を出荷したことがある農家が1戸、今後出荷予定又は出荷検討中が3戸（うち1戸は他の農家への有機牛の販売）となっており、その他の農家は有機牛でも非有機牛として販売していることが判明した。これらの酪農家が指摘した(D)有機乳用牛を肉用牛として出荷することに対する課題としては、子牛を出荷する際にその市場が確立されていないことが挙げられている。酪農家で生まれた雄子牛は濡れ子のうちに出荷されることが多いが、有機の子牛については取引市場が極めて少なく、十分に確立された市場とは言いがたい。したがって、酪農家として

も、売りたいときに市場に出しても買い手が少なく、必ずしも販売できるとは限らないことが大きな懸念となっている。

また、(D)以外の肉用牛農家と共通する課題についても、同様に販売先の確保が挙げられている。比較的価格が高い肉用牛と異なり、乳用牛（多くはホルスタイン種）は有機であっても肉質の評価が確立されていないため取引価格が低くなる傾向がある。また、もう一つ挙げられるのは、畜産農家であれば基本的に販売先の確保に目途が立った上で有機畜産に取り組むが、有機酪農の場合、肉用牛としての扱いは生乳の副産物としての位置づけであり、初めから肉の販売先を確保して取り組むことはまれである。そのため、販売先の問題に加えて、流通やと場の面でも不利が生じやすい。これは、酪農家はもともと有機牛乳を出荷するために認証を取得した農家が多く、肉用牛出荷まで検討していないところが多いからである。すなわち、肉用牛としての出荷に最適化された経営システムではないため、と場などの立地を考慮していないということである。ただし、有機畜産に目を向け始めた有機酪農家はブラウンスイスのような乳肉兼用種にも着目し、販売先の確保に取り組む動きを見せている。

最後に、畜産・酪農問わず有機転換に乗り出すのは、経営転換を図りやすい、比較的小規模な農家であることが多い。第5章での販売面での分析においても、相対的に出荷頭数規模が小さいブランドが「持続的飼料」に取り組む傾向が示されており、本分析の結果は、第5章の結果とも整合的と考える。

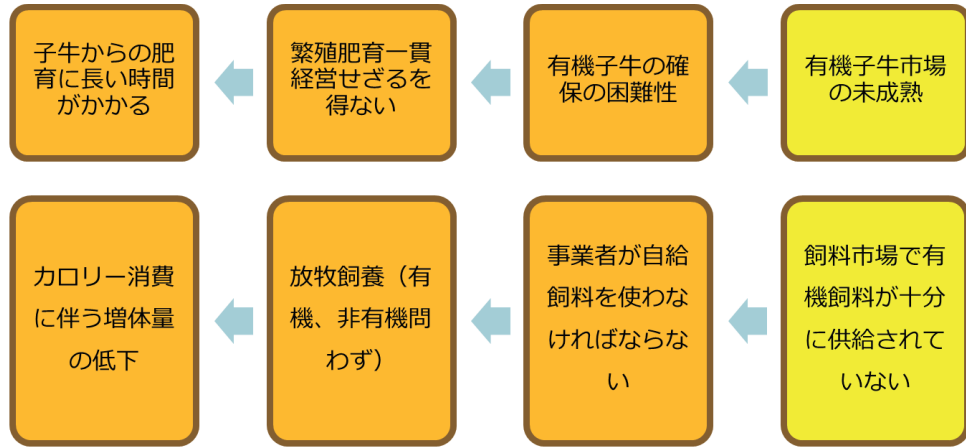
（3）有機畜産認証拡大の課題の整理

以上のヒアリング調査からさまざまな課題点が指摘されたが、ここでは、特に(C)畜産・酪農独自の課題と(D)有機乳用牛の肉用牛としての出荷の課題・見通しに絞って考察する。

課題・見通しを絞った背景として、まず指摘しておきたいのは、これらの課題の中には有機認証とは直接関係ない課題も含まれているため整理が必要ということである。例えば、出荷までに期間を要するという課題についても、繁殖・肥育の一貫経営を行わざるを得ないことが原因であり、これは有機子牛市場が確立しておらず、有機子牛が入手困難という課題が根源にあると思われる（第1図）。同様に、増体量の少なさに由来する収益性の悪さに関する指摘については、有機認証の取得の有無にかかわらずグラスフェッド飼養にかかわる課題であるが、有機飼料が十分確保できていない現状では、有機認証取得農家は自給粗飼料を多用しており、結果として有機認証と増体量の少なさ、収益性の悪さという指摘につながっている。したがって、増体量の不足に由来する収益性の悪さについては、有機飼料の調達困難という課題が根本にあると思われる。

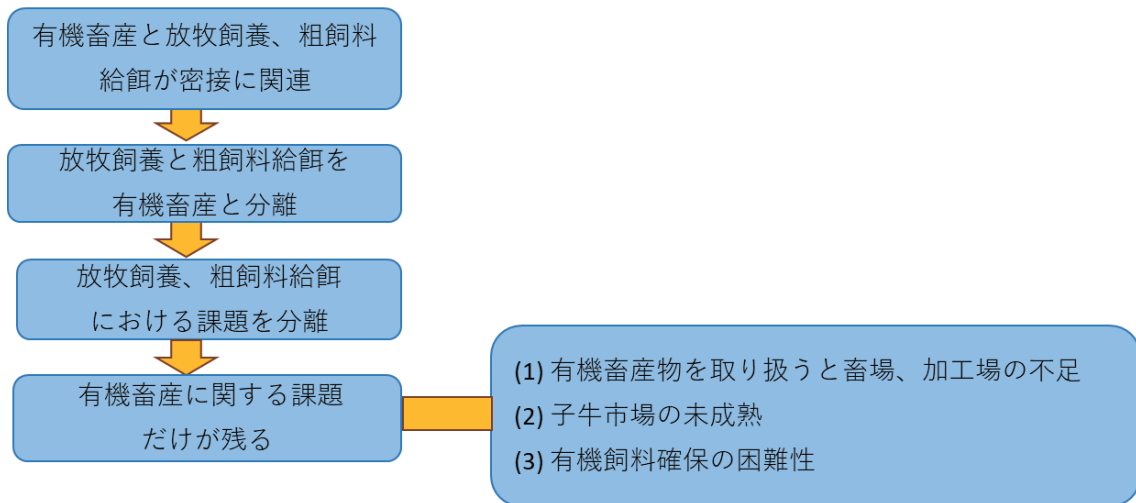
以上のように、ヒアリング調査から浮かび上がった課題には、直接的に有機畜産とは関連せず、有機畜産を行う際に現状から採用せざるを得ない飼養方法や給餌方法に関する課題も含まれている。そこで、ヒアリング調査で挙げられた課題から放牧飼養、粗飼料給餌における課題を分離して有機畜産に関する課題だけを整理・抽出すると、大きくは

(1)有機肉を扱うと場、加工場の少なさ、(2)有機子牛市場の未確立、(3)有機飼料の調達困難の3点に集約される(第2図)。



第1図 有機畜産の課題の整理

出所：著者作成。



第2図 有機畜産の課題と放牧飼養、粗飼料給餌の課題の分離

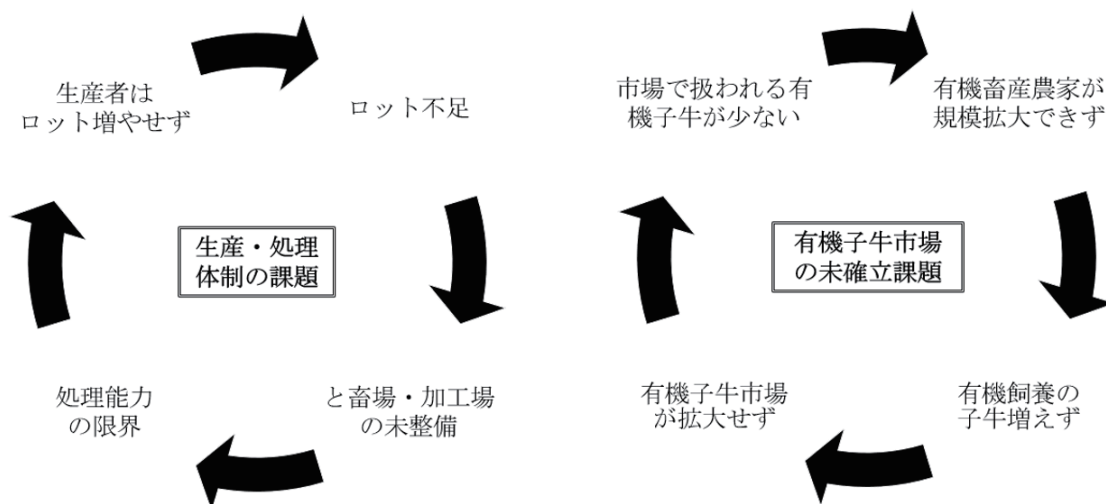
出所：著者作成。

(1)の有機肉を扱うと場・加工場の少なさについて、肉用牛生産農家からすると、近くに有機認証畜産物の認証を取得したと場や加工場がない限り、いくら有機肉用牛を飼養したところで有機牛肉としての販売ができない。そのため、肉用牛農家における有機 JAS 認証取得を促進するためには、畜産農家だけでなくと場、加工場といったサプライチェーン全体での有機化が必要で、現時点ではサプライチェーン全体での有機化が北海道以外で進んでいない状況であり、これが肉用牛農家の有機化の阻害要因になっていると考えられる。

一方で、と場・加工場の立場からすると、ごく少量の有機畜産物を扱うために、ラインを空間的もしくは時間的に区別しなければならず、と場、加工場にとっては有機牛の処理は手間やコストがかかるものである。畜産加工業界も慢性的な人材不足に悩まされており、限られた労働力で効率的な作業が求められており、非効率をもたらす有機畜産物にまで作業を拡大できないという状況である。

有機畜産物を効率的に処理する体制を構築するためには、ある程度のロットを確保する必要がある。しかし、ロットが確保できないためにと場・加工場は有機対応の体制を整備しにくく、その結果として処理能力が限定され、生産側もロットを増やすことができない。すなわち、生産側と加工側が互いに制約を強め合う形で負のスパイラルが形成されており、この悪循環を断ち切らない限り、有機認証畜産物の拡大にはつながらない。したがって、どの段階に介入すべきかを検討し、この負のスパイラルから脱却するための方策を講じる必要があるだろう。

(2)の有機子牛市場の未確立についても、第1の課題と同様の状況である。市場で扱われる子牛の数が増えなければ、有機畜産農家は経営規模を拡大することが困難である。一方、有機飼養の子牛の数が増えなければ、有機子牛市場の拡大もあり得ない。これに加え、子牛市場は有機飼養、慣行飼養を問わず近年低迷しており、さらに飼料価格の高騰もあり、畜産農家は子牛の繁殖頭数を増やすことをためらう傾向があると思われる。このように、第1のと畜場・加工場の問題、第2の有機子牛市場の問題とともに、いわゆる負のスパイラルからどのように抜け出すかを検討しなければならないのである（第3図）。



第3図 生産・処理体制及び有機子牛市場の未確立課題における負のスパイラル

出所：著者作成。

最後に、(3)の有機飼料の調達困難という課題についてであるが、有機飼料の販売するためには、生産者のみならず流通業者も有機認証を取得する必要がある。国内でも飼料で有

機認証を取得している農家は存在するほか、インドやオーストラリアなど海外の飼料生産において日本の有機 JAS 認証を取得する事例も見られる（農林水産省，2025b）。国産有機飼料とともに、海外生産飼料の輸入拡大も視野に入れて有機飼料の流通拡大を目指すという選択肢もあるが、その際は国際的な穀物価格、飼料価格や為替レートの影響を受けることになる。しかし、輸入有機飼料が利用可能になれば、これまで自給飼料の確保が難しかった畜産農家でも、有機化に取り組める可能性が広がる。

飼料の給餌形態ごとに有機 JAS 認証との適合状況を整理したのが第 7 表である。有機 JAS 規格では、粗飼料を 50%以上給餌することが要件として求められており、粗飼料の割合が 50%未満の場合は、粗飼料の割合を高めなければ有機 JAS 認証は取得できない。当然ながら、ここで給餌される粗飼料も有機認証のものでなければならない。したがって、有機認証を取得する畜産農家を増加させるためには、有機粗飼料の生産増加が不可欠なのである。また、食品加工残渣等のエコフィードの有機化については、食品加工残渣にさらなる付加価値を付与することになり、食品加工事業者にとってもメリットのあることである。

一方、有機認証のエコフィードとなると、食品加工事業者側にも有機認証取得の必要があること、また通常の食品加工残渣と有機認証の食品加工残渣を分離して管理しなければならないなど、製造・管理工程で新たな負担やコストが発生してしまう。現状ではこれらの追加コストが付加価値の上乗せ分を上回ってしまう状況と推察される。このことから、エコフィードで有機認証を取得するのは多くの障壁が残されている。そのため、当面は、有機粗飼料の生産量を増やすことが、有機畜産を推進するための現実的な解決策と考えられる。

なお、濃厚飼料を中心に給餌している場合の多くは、高品質な霜降り牛肉を目指した飼養体系であり、有機畜産とは異なる方向性の肉用牛生産であることが多い。そのため、濃厚飼料を多給する飼養を行っている農家では、粗飼料を 50%以上給餌するという条件を満たすことが困難であり、かつ、現状が高値で販売できているため、肉質を落としてまで有機 JAS 認証を取得するインセンティブは働きにくく、有機畜産への転換の可能性は低いと考えられる。

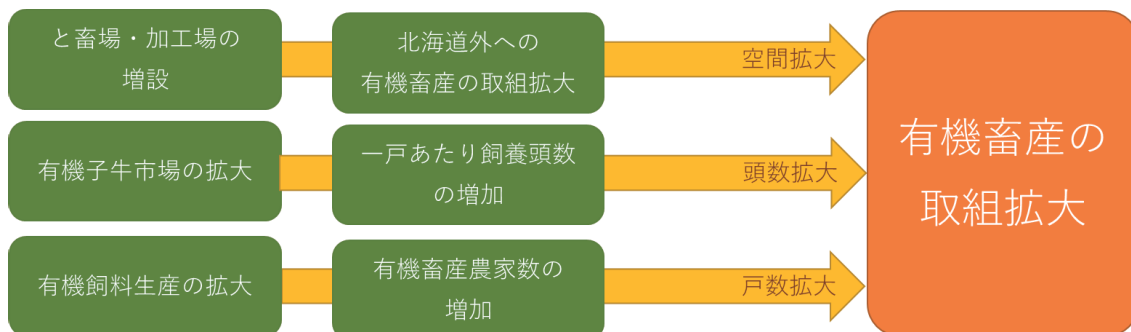
第 7 表 粗飼料給餌からみた肉用牛生産農家のタイプ

給餌形態	飼料	有機畜産への転換可能性
グラスフェッド	牧草のみ	↑有機JAS認証に適合
粗飼料多給	粗飼料を50%以上給餌	
粗飼料給餌	粗飼料を50%未満の給餌	↓有機畜産への転換可能性あり
濃厚飼料給餌	濃厚飼料を中心に給餌	有機畜産への転換可能性低い

出所：著者作成。

（4）有機 JAS 認証の拡大方策の検討

前節で整理した3つの課題に基づき、有機畜産拡大の方策を検討する。これまで見てきたように、有機 JAS 認証を取得した肉用牛農家はまだごくわずかで、それも北海道に偏在しているに過ぎない。このような状況から有機畜産の取組を拡大するには、北海道外への取組拡大を進める空間的拡大、有機畜産農家1戸あたりの有機牛の飼養頭数を増加させる頭数拡大、有機 JAS 認証の取得事業者数を増やす戸数拡大の3つの方策があると思われる（第4図）。第1の空間的拡大のためには、有機肉を取り扱うと場や加工場を北海道外に設置する必要がある。ただし、そのためには有機肉の取扱量を増やす必要があり、さらに有機肉の取扱量増加のためには有機牛の飼養頭数を増加させる必要があるだろう。これが第2の頭数拡大の課題につながる。さらに遡ると、頭数拡大のためには有機飼料の確保が不可欠であり、そのためには有機飼料の生産拡大が必要である。これまでに有機 JAS 認証を取得した肉用牛農家であれば、放牧や自給粗飼料を中心とした給餌体系を確立しているが、このような飼料自給が可能な草地基盤を有する肉用牛農家は北海道や九州などの一部地域以外ではまれである。購入飼料の有機化を図るなど、放牧地、牧草地を十分確保できない肉用牛農家についても、有機認証に向けた取組ができるようにすることが必要だろう。そして、このような取組が有機認証取得農家の増加、すなわち戸数拡大につながると考えられる。つまり、購入飼料の有機化によって有機飼料の入手可能性が高まり、さらに有機粗飼料の生産・流通が拡大すれば、これまで粗飼料50%未満であった畜産農家も有機 JAS 認証の要件を満たせるようになる。その結果、有機 JAS 認証を取得できる農家が増え、戸数拡大へとつながる。加えて、有機飼料の入手可能性が高まれば、有機牛の飼養可能数も増加し、有機子牛が市場に出回る可能性も高くなる。このことは、すでに認証を取得した畜産農家も含めて、有機での飼養頭数が増加、すなわち頭数拡大につながる。そして、認証取得農家数、飼養頭数の双方が増加することで、と場や加工場も一定の有機認証ロットを確保することができ、北海道以外のと場・加工場でも有機肉の取り扱いを開始するための条件、すなわち空間的拡大の条件の1つが満たされることになる。



第4図 有機畜産の取組拡大の3つの方策

出所：著者作成。

(5) 制度上の課題と経営者による有機認証取得の判断

前節では(C)畜産・酪農独自の課題と(D)有機乳用牛の食肉出荷の課題・見通しに絞って考察してきたが、(A)の耕種・畜産・酪農を問わず、有機認証制度そのものに関する課題、(B) 耕種・畜産を問わず、有機農畜産物で生じる課題についても触れておく。仮に(4)で掲げた有機畜産の拡大のための方策を行い、有機認証取得のための条件が整ったら、次に経営者は有機認証を取得するか否かの選択を行うことになる。しかし、第2章のセンサス分析からも条件を満たす畜産農家は一定数存在するし、著者らのこれまでのヒアリング調査でも、有機認証を取得していない一部の牧草地・放牧地でも一切農薬や化学肥料を使用しておらず、有機認証取得の条件を満たしていると説明する経営者も存在した。このことから、ここでの選択において、あえて有機認証を取得しないという選択をする経営者が少なからずいると推察される。

では、なぜ有機認証を取得しないのかと言うことになるが、これについては、やはり有機認証を取得するメリットとそれに対する便益(利益)がバランスしていないことが大きな要因として考えられる。本節(2)でも指摘したが、有機肉用牛・酪農家からは、有機認証取得による明確なメリットの欠如が課題として挙げられている。有機肉用牛・酪農家は有機認証を取得することで付加価値が付き、肉用牛や牛肉が高く売れることによる追加的利益と有機認証取得のための手間などの追加コストを比較考量し、後者のほうが大きいと判断されれば、有機認証取得には至らない。この点について、有機認証取得の利益と手間・費用のそれぞれについて見ていく。

まず認証取得による追加的利益について、前述のとおりこれまでヒアリング調査を行った有機肉用牛農家のほぼ全てが既に有機牛肉の販売先を確保した上で認証を取得している。一部農家では販売先から有機認証の取得を促されて取得したケースもあった。このように、有機認証取得前から取得後にどの程度の追加的利益が得られるかをおおよそ推計できるのであれば、費用対効果等を考えて認証を取得するかの判断はしやすいだろう。一方で、仮に取得前に販売先が確保できていない場合には、このような収支計算はできず、有機認証を取得しても牛肉の販売に際して追加的な付加価値を得ることができないというリスクを伴う。したがって、経営者が有機認証の取得の要否を判断する際には、まずは販売先が確保できるかという点が大きな要素となると推察される。

次に、有機認証取得の費用について、こちらについて、認証取得については農林水産省からの補助金⁽¹⁾が利用できる場合がある。これが利用できれば新規取得の場合は取得費用の半額(最大20万円)が補助される。ヒアリング調査でもこの補助金を活用して有機認証取得に至ったという有機畜産農家もあった。しかしながら、有機認証の取得後も認証継続のためには年1回以上の登録認証機関による調査を受け、JASに定める基準に適合していることの確認を受ける必要がある(国税庁・農林水産省、2025)、このための費用も毎年必要となってくる。認証継続のためにも上記の補助金の利用は可能だが、複数回の利用は

できないため、認証の新規取得に補助金を利用した場合は、継続のための調査には当該補助金は利用できない。なお、この応募要件の中にも販売先を確保していることが含まれており、やはり有機認証取得に当たっては販売先を確保することが重要となる。そしてこれら認証取得費用のほか、必要な施設等の改修費用も認証取得の初期費用となる。加えて有機に適合した資材や購入飼料の有機化に伴う追加的費用、有機と非有機双方を行う経営の場合は、両者を区別するための追加的費用などが経常的な追加費用となる。さらに、非認証資材の混入のリスクやその際の損失、それに伴う経営者の精神的な負担などが表に現れない費用として想定されるだろう。

経営者は、以上のような有機認証取得による追加的利益と追加的費用を比較考量し、利益が費用を上回れば、有機認証の取得に踏み切ることになると思われる。しかしながら、現状では有機畜産認証を取得する農家が少ないということは、いまだ利益が費用を上回る状況とは言いがたいと考えられる。（4）で掲げた方策を行ったとしても、最終的には、いかに有機認証取得による農家の利益を高め、費用を抑えられるかが今後の認証取得促進の鍵になると思われる。

（6）販売面から見た有機牛肉の拡大の方策

最後に有機牛肉の販売面についても少し触れておく。これまで有機認証を取得した畜産農家については、いずれも販売先を確保しており、売れ残りなどの販売面での問題はないようである。逆にバイヤーや小売店からさらなる有機牛肉の供給を求められるケースもあるという。しかし、有機牛肉は一般的な国産牛肉と比較しても非常に高価で、牛肉市場全体から見た有機肉のシェアはごくわずかである。有機牛肉は一部の熱狂的消費者やこだわりを重視した高級レストランで消費され、一般的な食材として広くスーパーなどで量販されるには至っていないのが現状である。今後、有機牛肉の生産拡大を行っていく上では、熱狂的消費者や高級レストランだけに頼るだけでなく、幅広い消費者を対象とすることが必要であり、そのためには比較的価格帯の低い量販価格帯において有機牛肉の販売先をどのように確保すべきかを検討しなければならない。これについては、例えば有機ひき肉や有機ハンバーグなどの新たなジャンルを開拓していく必要があると思われる、そこに有機乳用牛の肉用牛としての需要も見いだせると考えられる。

5. おわりに

本研究では、日本における畜産物の有機 JAS 認証制度を解説した後、有機 JAS 認証を取得している北海道内の有機畜産農家及び有機酪農家へのヒアリング調査をもとに、有機畜産の取組拡大における課題を抽出し、その解決策を検討してきた。現状で有機認証を取得しているほとんどの畜産農家は放牧飼養、粗飼料多給飼養を行っており、有機畜産、放牧飼養、粗飼料多給飼養の3つは密接に結びついている。そのため、ここで掲げられた課題

は、有機畜産特有の課題というより、有機、非有機を問わず放牧飼養、粗飼料多給飼養の課題でもある。本研究での分析の結果、今後有機畜産を拡大していくには、有機飼料の生産・流通拡大が有機牛の飼養頭数増（頭数拡大）につながり、さらにそれが北海道十勝以外の他の地域におけると場や加工場の増加（空間的拡大）の原動力になると考えられた。以上のことから、有機飼料の生産を拡大することが有機畜産の取組拡大のポイントとなる。

最後に、本研究の分析の限界として、肉用牛生産で有機 JAS 認証を取得した事業者のみのヒアリング調査による分析であることと、生産者側から見た課題のみを対象とし、加工流通での課題は対象外であることを挙げておく。有機 JAS 認証を取得しない事業者の話聞くことで、認証取得の障壁がより明確になるだろう。また、前述のとおり、認証を取得し、畜産物を有機畜産物として販売するには、生産者のみならずと場や加工場といった加工流通段階も認証取得が必要となる。そのため、生産段階だけの分析では全体像が把握できないのである。今後は有機 JAS 未取得農家の調査を行い、より詳細な分析につなげる、さらに流通加工段階の事業者へのヒアリング調査を通じて、と場・加工場の増設と有機飼料生産拡大を具体的にどのように進めるべきかを検証したい。加えて、本研究ではまだ消費者分析には至っておらず、これらのジャンルに有機市場が見込まれるのかどうかは定かではない。今後は有機牛肉の流通面、販売面など、サプライチェーンの川下へ向かって研究領域を拡張する必要があると考える。このうち販売面については、有機畜産に限らず持続的畜産の取組に関して、第5章で分析を行っているので、そちらを参照されたい。

〔注〕

- (1) 補助金の詳細は以下のウェブサイトを参照のこと。「有機 JAS 認証取得等に係る経費の補助事業」
<https://www.jasnet.or.jp/ogsupport4-1.html> (2025年10月29日アクセス)。

〔引用文献〕

- 国税庁・農林水産省（2025）『有機農産物、有機加工食品、有機畜産物及び有機飼料の JAS の Q&A』
https://www.maff.go.jp/j/jas/jas_kikaku/attach/pdf/yuuki-543.pdf (2025年10月29日アクセス)。
- 農林水産省（2021）『みどりの食料システム戦略～食料・農林水産業の生産力向上と持続性の両立をイノベーションで実現～（本体）』。
- 農林水産省（2023）『みどりの食料システム戦略～食料・農林水産業の生産力向上と持続性の両立をイノベーションで実現～（パンフレット）』。
- 農林水産省（2024）『有機畜産物の生産工程管理者ハンドブック』。
- 農林水産省（2025a）『令和6年耕地及び作付面積統計』
<https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/sakumotu/menseki/index.html> (2025年11月4日アクセス)。
- 農林水産省（2025b）『有機 JAS 認証事業者一覧詳細』

https://www.maff.go.jp/j/jas/jas_kikaku/yuuki_jigyosya_list.html（2025年11月4日アクセス）。

FAO (2025) “FAOSTAT” <https://www.fao.org/faostat/en/#data/GT>（2025年11月4日アクセス）。

MAFF (2023) “Japan’s Strategy for Sustainable Food Systems (Strategy MIDORI), and Climate-Smart Agriculture.”