



日本中央競馬会
特別振興資金助成事業

全日畜ワークショップ（青森会場）
畜産の多角化経営が成功するためのポイントとは

速報レポート

- ◎ 開催日 令和4年11月29日（火曜日）
- ◎ 時間 13：00（開会）から16：00（閉会）
- ◎ 会場 ホテル「サンロイヤル十和田」

令和5年1月

全 日 畜

（一般社団法人 全日本畜産経営者協会）

はじめに

私たち、畜種横断の畜産生産者の団体「全日畜」は、令和4年度の日本中央競馬会畜産振興事業として「多角化による畜産経営強化調査事業」を実施しております。

この事業は、我が国で推進されている農業の6次産業化の取組事例の多くが農協系統を通じた調査となっており、農協系列とは異なる経営を行う商系畜産経営者の多角化に係る事例情報が少ないことから、これらの調査を行うとともに、意見交換等を通じて、今後の6次産業化を含めた多角化経営の発展方向や成功のためのノウハウ、失敗しないための留意事項などを「指針」として作成し、これから畜産物の加工、販売、輸出等を志向する畜産経営者に情報提供することを目的としています。

本書は、令和4年11月29日（火）に実施した、全日畜ワークショップ（青森会場）「畜産の多角化経営が成功するためのポイントとは」の概要を整理した「速報レポート」です。今回は中山間地域で、大都市から離れた地域で多角化経営を実施しておられる畜産生産者の方々の事例を基に、多角化を行うに当たってのメリット、デメリット注意点などについて熱心な討議が行われました。多くのみなさんにご覧いただき、多角化を経営をこれから行なおうとする場合の参考となれば幸いです。

令和5年1月

一般社団法人 全日本畜産経営者協会
(全日畜)

目 次

・ ワークショップ（青森会場） プログラム	1
・ 全日畜「多角化経営」ワークショップ（青森会場）の概要	
・ 発表者の紹介	2
・ 全日畜 畜産経営の多角化ワークショップ（青森会場）の概要	3
◎本事業の概要とワークショップ開催の趣旨説明	3
◎ワークショップ第一部 事例紹介	4
◎ワークショップ第二部 意見交換 要旨	1 3
・ 発表者資料	2 9
NPO法人プラットフォームあおもり 米田大吉氏 資料	2 9
坂本養鶏（株） 坂本佐祐氏 資料	3 7
（有）金子ファーム 金子春雄氏 資料	4 2
（有）ふなばやし農産 布施久氏 資料	4 7
・ 会場アンケート結果	5 1
・ 報道記事	5 6

令和4年度「全日畜ワークショップ（青森会場）」

畜産の多角化経営が成功するためのポイントとは

- ◎ **開催日** 令和4年11月29日（火曜日）
- ◎ **時間** 13:00（開会）から16:00（閉会）
- ◎ **会場** サンロイヤルとわだ 2階「孔雀の間」
〒034-0031 青森県十和田市東三番町37-7
TEL 0176-23-2266
- ◎ **プログラム**

第一部 13:00 ～ 14:25

多角化経営を実施されている畜産経営者等をゲストに招き、多角化するに当たっての問題点や課題等についてご報告をいただきます。

休憩 14:25 ～ 14:40

第二部 14:40 ～ 16:00

会場にご参加された皆さんも一緒に、経営を多角化するに当たっての注意点や必須事項などについて意見交換を行い、多角化経営が成功するためのポイントについて考えましょう。

一般社団法人 全日本畜産経営者協会
(全 日 畜)

1 全日畜「多角化経営」ワークショップ（十和田会場）の概要

- ◎ 開催日 令和4年11月29日（火曜日） 13:00 ~ 16:00
- ◎ テーマ 畜産の多角化経営が成功するためのポイントとは
- ◎ 会場 サンロイヤルとわだ 2階「孔雀の間」

2 多角化経営にかかる体験・課題等について意見交換を行います

	<p>NPO法人 プラットフォームあおもり 理事長</p> <p>米田 大吉 様 (よねた だいきち) (経営アドバイザーから)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・全国各地の地域支援団体とのネットワークを活用し、あおもりで生きていこう、あおもりに関わりたいと考える多様な人財が、自分のスタイルで活躍できる「緩やかな社会ネットワーク」を創っていくためのサポートを行っている。 ・上記のサポートを行ってきたなかで、得られた知見から、畜産経営が多角化を目指すに当たって、考えておかなければならない点、多角化を成功させるためのポイント等について発表
	<p>青森県の畜産経営者</p> <p>坂本養鶏株式会社 代表取締役</p> <p>坂本 佐祐 様 (さかもと さすけ) (養鶏経営者から)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ヒナ、成鶏、卵、肉の一貫生産を行う採卵鶏経営で、鶏卵の直販、加工、一部輸出を行っている多角化経営 ・1970年に農事組合法人坂本養鶏組合として設立 ・従業員数は、65名 ・飼養規模は、採卵鶏(成鶏)38.5万羽、(育成鶏)22万羽を飼養 ・大手業者が参入しない分野で差別化を図り、付加価値の高い鶏卵の多品種製造 ・付加価値を高めた鶏卵の直販と加工 ・鶏卵の一部を輸出(香港等)
	<p>青森県の畜産経営者</p> <p>(有)金子ファーム 取締役会長</p> <p>金子 春雄 様 (かねこ はるお) (酪農・肉用牛経営者から)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・法人経営による肉用牛経営(肥育)と酪農経営の複合経営に加え、生乳のジェラートへの加工・販売、委託加工した牛肉の販売、レストラン経営などグループとしての多角化経営。 ・従業員数:約150名 内訳: 肉用部門(多角化部門を含む)約80名、酪農部門約70名 ・飼養規模は、肉用牛肥育部門で、黒毛和牛 2,000頭・F1 3,000頭・乳雄肥育牛 7,000~8,000頭 乳用牛雌 50頭 酪農部門で、搾乳牛2,300頭・育成牛1,000頭 ・販売規模は、肥育牛出荷:10,000頭/年、生乳販売量 15,000t/年
	<p>青森県の畜産経営者</p> <p>(有)ふなばやし農産 代表取締役</p> <p>布施 久 様 (ひせ ひさし) (養鶏・養豚経営者から)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・採卵鶏経営とSPF豚一貫生産養豚経営の複合経営 ・1969年に採卵養鶏、育雛事業の経営を開始し、その後、伝染病によるリスク回避のため1973年から養豚経営も開始した。 ・従業員数は、49名 ・飼養規模は、採卵鶏15万羽、SPF母豚1,400豚を飼養 ・販売規模は鶏卵出荷量2,800t/年、肉豚出荷頭数約36,000頭/年 ・養鶏部門では、鶏卵「奥入瀬雅」を直接販売するとともに鶏肉加工販売も手掛けている。養豚部門では、SPFポーク等を販売。

1 全日畜 畜産経営の多角化ワークショップ（青森会場）の概要

日 時： 令和4年11月29日(火) 13:00～16:00

場 所： サンロイヤルとわだ2F「孔雀の間」

発表者： 米田 大吉 プラットフォームあおもり 理事長
坂本 佐祐 坂本養鶏株式会社 代表取締役
金子 春雄 有限会社 金子ファーム 取締役会長
布施 久 有限会社 ふなばやし農産 代表取締役

参加者内訳

発表者4名 事業推進委員会委員2名、畜産生産者12名、飼料会社4名、
畜産関係団体2名、金融機関2名、報道関係者2名、全日畜6名 計34名



◎ 本事業の概要とワークショップ開催の趣旨説明

全日畜常務理事 鈴木一郎（全日本畜産経営者協会）

我が国の農林水産業・農山漁村の現場を取り巻く状況の厳しさは変わることなく、基幹的農業従事者の高齢化・減少、耕作放棄地の増加など様々な課題がある。

このような課題解決のため、政府は農林水産業を成長産業にすることを目指し、強い農林水産業、美しく活力ある農山漁村を創り上げる施策が取られてきたところであり、そのための取組の一つとして10年以上前から6次産業化が推進されてきた。

これらの推進施策の結果として成功する事例もあり、農林水産省も「6次産業優良事例」を公表しているが、決して成功事例ばかりではないようだ。畜産物の加工、販売などは、その製品の質、サービスなどでプロに太刀打ちできないから、進出しない方が良いといった声も聞こえてくる。

一方で、全日畜のメンバー、いわゆる商系畜産経営者には多くの成功事例がある。

2次、3次、6次産業化により収入増に加えて、職員の応募が増えた、組織が活性化したという事例もあり、6次産業化をはじめとした経営の多角化は生産物の付加価値を高めるだけではなく、それ以外の効果もある。

多角化がそれほど進まないのは、数多くの失敗した事例があり、多くは埋もれてしまっているのではないかと。そして、これらは、安易に多角化を行ったとか、本来必要な条件が整わないのに、多角化を実施してしまったのではないかと、経営の多角化への取り組み方法に不案内なため、想定された利益を上げられず、継続を断念しているのではないかなど、これらのことが、経営の多角化への懸念や不安がその順調な発展の妨げとなっているのではないかと考えた。

そこで、経営の多角化への懸念や不安を軽減するために、経営の多角化を進めるに当たってのメリット、デメリット、成功のためのノウハウ、失敗しないための留意点などを調査し、結果をまとめて、経営の多角化を行うに当たっての「指針」を作成し、条件が合わなければ多角化は断念し本業の向上を目指し、条件が合えば、多角化経営に進出し、その場合も、失敗を避けられるようにして、健全な畜産経営の発展を推進しようとするものである。

◎ 第一部 事例紹介

演題 畜産の多角化経営が成功するためのポイントとは

演者 プラットフォームあおもり 理事長 米田 大吉 氏

(要旨)

1. 金子ファームのジェラート立ち上げ辺りからお手伝いをさせてもらっていて、好意的にお声がけいただけたと考えている。

畜産に関してはもちろん専門家ではないが、6次産業化プランナーが流行ったというか、立ち上がったときに、一応プランナーをやらせてもらったり、販路のお手伝いをしたり、商品化のお手伝いをしたりしてきたのがあり、数限りなく失敗をしてきたので、こんなことをして失敗してきましたという話を今日はさせていただければいいかなと

まず、NPO法人とは何かと言うところから話に入る。

2. NPO法人プラットフォームの事業概要は3つある。一つは、いわゆる人口減少対策、婚活支援、子供の居場所づくりなどである。二つ目は、県外から来た人とか、最近では、いわゆる関係人口や、兼業・副業のような人と交流することで、地元の人に人のメリットをもらえるような話の企画をしたり、大学や高校のいわゆるキャリア形成支援のような、合同企業面接会開催などを行っている。そして、三つ目は、県内企業さんの商品、いわゆる加工品を、海外や



東京などで売ったり、買ってもらったりする業務を実施している。

3. 一つ目は、畜産ではなく農業経営者や、食品加工の業者がこれまでと違うところに手を出すときのお手伝いをしたときわかったのだが、国には色々な事業が山のようにあって、農林水産省予算もかなり潤沢に使ったが、農林水産省の予算よりも経済産業省の予算のほうが使いやすいこともある。さらに、農林水産省や経済産業省の予算を多く使っているが、そのほかに内閣府と国土交通省と観光庁の予算を使ったこともある。それは、使ってみると実はそっちのほうがすごく使いやすいということもあるので、国の助成については、畜産だから、農業だからと言って農林水産省に限定せず、ほかの省庁の予算も上手に使うと、ゴールが近くなる可能性があるなとも思っている。もちろん助成金をもらうには、七面倒くさい書類を書いたりしなければいけないが、それは誰かにやってもらえば良い。
4. 二つ目は、多角化や6次産業化は良いが、それをやったら本業は大変になってしまい、何もかもというのはやはり筋が違うと思うので、本業を圧迫しないか、本業のメリットになるかということは非常に大事なポイントではないかなと考えている。例として南部町の妙丹柿の処理の話で言うと、実は大きいホテルさんにカット野菜を納めるような業種だったが、取引の流れの中で、誰も食べなかったこの柿もセミドライ化するのもできるということで、一から柿をもいで、カット施設もつくり、消毒もパッケージもというと、本当に何が何だか分からなくなってしまうというこがあった。自分の得意なところを上手に使うということがすごく大事かなと思っている。
5. 三つ目は、新しいことをやろうとすると、どうしても最初にいろいろなものをそろえたり、人を雇ったりして固定費が膨らんで、収益が上がるまで苦しくて苦しくてやめたくなくなってしまうということがあるので、できるだけスタートの固定費は削ったほうがいいかなと考えている。加工施設は最初から入れなくても、町のものを使わせてくれるところはたくさんあるし、協同組合のものがあったり、買うにしても経済産業省の予算を使うと半分や3分の2で施設整備費で出来るといったものがあるので、ぜひ削ってスタートしてほしいと思う。
6. 多角化は結局、結果であって目的ではない。多角化すれば格好はいいかもしれないが、管理が大変になるし、いろいろな意味で2つ3つのことを一緒にやることになるのでとても大変である。金子ファームの例ばかり出して申し訳ないが、金子ファームで牛1頭、売れば、多分50万円、60万円で売れると思うが、ジェラートを始めた頃、1個250円でアイス売り始めて、その金額の差をどう感じるのかと思ってすごく心配したことがあった。多角化は、結果的にそうなったのであればいいと思うが、最初から目指すところではないのではないかなと思っている。
7. 失敗する例では、社長が一人で突っ走って行って、振り向いたら誰もついてこないというのが一番の例ではないかなと思う。「また社長は何だかわけ分かんないこと言ってる」と言わせないようにすることが非常に大事で、誰か会社の中、組織の中で味方をつくる、分かっても

らうまで共通理解のための作業をするということはとても大事だと思う。例として、「リンゴの耕作放棄地が多く、担い手を育てないと自分たちが売るリンゴを入手できなくなる。だから、今からリンゴを育てなければいけない」とリンゴ販売の会社の社長が、リンゴ園をやると言い始めたが、ちょっとまずいとなって、「社内に協力者がいないか調べよう」と話をし、一旦立ち止まってもらって社員の中で話をしたら、「協力してもいいよ」、「私もそういうのをやってみたい」という人が中から出てきた。社長が見えている景色とスタッフが見えている景色とは全く違うので、社長が分かっていることの何分の1ぐらいしかスタッフは分かっていると思っ、一旦そこまで下りてから一緒にやるというのが、多角化というか、新しい事業をやるときの大事なポイントなのではないかと思う。社長一人でやろうとしないで、上手に社外の人を使うとか、協会の手助けもらうとか、いろいろな力を外から引っ張ってくるとか、お金をかけずに引っ張ってくるということも大事である。

8. 組織の外に時々、「これはどうだべ」と聞ける人を置いておくことは、非常に大事のことと思う。それと、中期計画のようなものは、今、作っても、作っているそばから環境が変わるからあまり意味がないという人もおられるが、ある程度のゴール、「このぐらいでやろうね」というのは持つておかないと、新しいことをするときになかなかゴールが見えなくなって嫌になってしまうということが出てくる。目標を定めることは大切である。

演題 坂本養鶏株式会社の多角化経営の取り組み 一鶏卵輸出一

演者 坂本養鶏株式会社 代表取締役 坂本 佐祐 氏

(要旨)

1. 青森県東津軽郡蓬田村において、1970年農事組合法人坂本養鶏組合として設立し、採卵鶏成鶏38.5万羽、育成雛22万羽(年)を飼養し、鶏卵約6,600 t/年、鶏糞2,000t/年の生産している。坂本養鶏(株)と子会社2社の作業分体制になっており、ひよこからの一貫生産を行っており、グループ全体で65名の従業員を擁し、グループ分割による事業部制でKPI(重要業績評価指標)管理型経営を行っている。
2. 農場の特徴ということで、いろいろなものを販売している。PBのニューフレッグという商品から始まり、特殊な卵、特徴のある卵をかなりの種類作っている。一般的に卵会社は生産効率を求めるほうがコストが下がっていいわけだが、弊社は逆を行っている。いろいろな品種やブランドを作って、多種多様にお客様に合わせて販売しているというビジネスモデルになっている。あとは地元の応援として、「青天の霹靂」を使った「たまごかけご飯セット」なども今ネットで販売している。
3. 「鶏ふん堆肥」は、地域への還元としまして、特殊肥料として製造しており、主に販売先は青森県内の農家やゴルフ場等に出荷している。



4. 鶏卵の輸出は、もともと11年ぐらい前から空輸で香港のスーパーと取引はしていたが、2018年、青森県の事業で香港の視察団が弊社の工場を見に来て、当社の卵を使ってみたくて、今までやっていた空輸から船便で量を多く出荷するような体制になり、青森ブランディングで「青森たまご」の箱で輸送し、最終的には、鳥インフルエンザの影響を受けたりして、今では総販売量の1割強を輸出している。
5. 日本産鶏卵に関しては、輸出量が近年、ここ5年ぐらい、右肩上がり伸びてきている。国も農林水産物輸出の金額目標を2兆円にしようとして去年もマスコミに出ていたが、鶏卵もその波に乗ってどんどん伸びていったということである。
6. 加工品もこれから輸出をしようということで取り組んでいる。シフォンケーキとカタラーナである。これは今年から加工をやってみたくて、弊社で取り組みを開始した。当社の卵を原料に使用してOEM(相手先ブランド製造)で作っているものを輸出していこうということである。卵は鳥インフルエンザの影響で止まってしまうが、加工品は止まらないので、これから加工品に取り組む。
7. 多角化で輸出に取り組んだ動機としては、鶏卵は、相場で売上が決まってしまうところがある。農産物もそうだと思うが、卵の業界も例に漏れず、相場に依存していて、低卵価のときはかなり不安定なので、それを打開するには、先ほど話に出ていた6次化や、固定単価での取決めによって経営を安定させるやり方が一般的ではあるが、当時、輸出は伸びしろがあるということで、低卵価でもあるし、まずやってみようということで、それで香港向けを開始したというのが経緯である。
8. 「多角化の取り組みによる成果」は、実際に2018年、2019年の低卵価のときには、卵価の下落分を輸出分で補填できた。どの業界でもそうだと思うが、国内消費が長期的に伸び悩んでいく中で、農林水産物、特に畜産物に関しては、大規模で作っていくビジネスモデルが一般的には当たり前であって、作る量を増やす、ということは売る量を増やさなければいけないという考えになっていくわけである。売る量を増やせば売る場所を探さねばならず。その売る場所を見つけて販売先を増やしたり維持したりすることが、輸出をやっていると可能になっていくのではないかと思え、これに関しては成果があるのかなと思っている。
9. 「多角化の課題」は、ある程度の量を定時・定量で契約するので、原材料の調達も含めて、そこがネックになってくる。定時・定量出荷に関しては、今、青森県内の方で協力していただける方がいるので、その方にも利益があるようにもちろんやっていかなければいけないし、出荷相手先のこともあるので、その辺の調整が大変であることが問題になると思う。特に畜産物は今、飼料高でコストが上がっていくスピードが相当早い中で、スピード感をもって変えていくというのは結構大変で、とはいえ、やらなければいけないということで、今もやっている。
10. 鳥インフルエンザ等、家畜・家禽の疾病が出た場合に関しては、同一地域から出荷すること

は難しいということで、実際に青森県では私がやり始めてからは3回発生しており、いろいろな関係者の方にも迷惑をかけたりにしている。ただ、1回目と違うのは、県をまたぐと全然制約がないので、そこ（定量出荷）に関しては、ほかの方にそれをやっていただいたり、振れるようになっているので、ゼロになることはないが、これ（家禽疾病による輸出禁止措置）に関しては国も輸出の基準を上げていきたいと思いますという以上は、何かしら手を打っていただきたい（輸出禁止対象区域の細分化）というのが、生産者としての思いである。

11. 現在、鶏卵の輸出については、止まっている時期が過去に比べると相当短くなってきており、それに関しては国が、香港等の現地とやりとりをして短くなっているんだろうと思っている。これから先、鶏卵の輸出、畜産物の輸出を数倍に増やしていくためには、そこに課題があると思うので、どんどんクリアしていただきたいと願っている。

演題 金子ファームグループの多角化経営

演者 有限会社 金子ファーム 取締役会長 金子 春雄 氏

(要旨)

1. 青森県上北郡七戸町において法人組織により肉用牛、青森県上北郡野辺地町において酪農の畜種複合の多角化経営をしている。金子ファームグループの事業内容としては、ホルスタインの雄、それとF1（交雑）、和牛、この3種類、それに日本短角種も今、少し取り組んでいる。酪農は10年ぐらい前から取り組んでおり、今、その2本立てである。そのほかに6次化でジェラートの店とお肉が食べられるレストランの店も牧場内に設置して、そちらにも取り組んでいる。



2. 肉用牛部門の飼養頭数は黒毛和牛 2,500 頭、F13,500 頭、乳雄肥育牛 6,000 頭 乳牛成雌 50 頭。耕地面積は、185.9ha(うち自己有地 78.3ha、借地 107.6ha)、畑 78.4ha、公共牧場 34ha、その他 73.5ha。肥育牛出荷は、約 10,000 頭。酪農部門の飼養頭数は、経産牛 2,000 頭、年間販売乳量は、約 15,000 t である。
3. 多角化に取り組んだ動機は、15年ほど前、地域内の牧場が売りに出され、競売で土地を購入した。牧場内の飼料畑にたい肥散布をしているにもかかわらず、地域住民から「ふんの捨て場にするのか」と、役場に電話が行ったりして、金子ファームは悪臭の発生源ということで、良いイメージを持ってもらえなかった。そこで、七戸町で畜産経営を行っていくうえで、金子ファームがより良い環境・風景を提供して、住民に畜産経営の魅力を知ってもらうことで地域住民に受け入れてもらおうと考えた。そのために、家畜ふん尿の臭いもなく、綺麗な牧場風景が見えて、地域住民がくつろぎ、楽しめる場を創設して、牧場産牛乳を使ったジェラートの生産・販売、牧場産牛肉をレストランで提供することにより、地域住民に貢献することを意図した。このため、まず、ジェラートの店はあえて国道沿いではなく牧場の真ん中

につくり、牧場の風景と季節季節の牧場の仕事を見てもらえるようにした。また、6次化事業の開始当初は採算を度外視して取り組み、売り上げ目標を設定しなかった。ジェラートの取り組みでは、イタリアなどにも出向き、ホルスタイン種ではなく、ジャージー種にすることとし、ジェラートつくりの技術は岩手から人を派遣してもらって指導を仰いだ。

4. 酪農部門を始めた理由は、約10年近く子牛価格が非常に高値で張りついて、肉牛を出荷したけれども、子牛と取り替えっこして経費を全部賄えないというような状況がずっと続いていた。たまたまJ Aから「離農する酪農家があるからどうか」という話をいただき、「じゃあ、練習しよう」と、乳牛の搾乳の練習を始めた。始めた当初は、離農する酪農家の施設をそのまま使ったものの、今の牛さんは体高も体長も大きいから、50年も前の設備では牛舎の床が合わない。お尻半分が尿溜めに半分つかっているような状態であった。そこから、牛さんが寝るところの寝床を延長したり、少しずつ勉強させてもらって、5～6年以上、練習を何回か積み重ねてから、最新の設備を導入して、酪農をやっている。おかげさまで、今は2,000頭の乳牛の搾乳をしている。
5. 肉牛は個体識別番号がついているから、一頭一頭に通信簿がついている。そして、一頭一頭、お値段が違う。でも、ミルクは全部いろいろな生産者のミルクが合乳になる。だったら、どんなミルクでもと言っては失礼だが、もうかるミルクの生産をすればいいのではないかと思うが、当時は、それはできない。細菌数から体細胞から乳脂肪からいろいろな項目を毎日チェックして出荷している。やはり肉牛で培ってきたノウハウというか、プライドというか、合乳になるから、白ければミルクなんだ、というのではないんだという思いで生産に取り組んでいる。
6. お肉のほうも、最初は少ない頭数からのスタートだった。今は1万2,000頭いるが、ただお金をもうけるがために増やしたのではなくて、いろいろなメーカーさんやお肉屋さんのほうから、「もう少し生産してもらえないか」というのにお応えしているうちに、50年たったら今の頭数になった。
7. ミルクも誰かが見て、誰かがチェックして、誰かが飲んでいて。そういう意味では青森県のミルクのレベルを上げるためにも、うちは今、結構なシェアでミルクの量を出荷しているが、内容の一番優れたミルク、飲んでおいしいねと言われるミルクを生産しようとの思いで生産に励んでいる。そこにこだわって生産して、今はNAMIKIデーリィファームで、乳牛の会社は別になっているけれども、今は子牛も順調に生まれて、肥育素牛として金子ファームが仕入れて、酪肉連携の形がかなりできてきた。
8. NAMIKIという牧場の風景に沿った名前ジェラートの店をスタートしたところ、「お肉も食べられるところがあればいいな」という声がいろいろなところから聞こえてきたので、うちの孫が小学校4年生ぐらいのとき「お父さんとお母さんの店の名前はなにしようか」と聞いたら、「NAMIKIの隣だから、並んでいるからNARABIがいいんじゃない？」と

簡単に孫のそういうアイデア、発想で、「NARABI」というお肉を食べられるお店も隣に建設した。おかげさまで、両方合わせると、私は細かいところまでは分からないが、年間12～13万人の人たちが来て利用していただいている。そして、ビーフジャーキーとか、そういういろいろな商品も、開発、委託加工によりやっている。それから、七戸町のふるさと納税の返礼品にというので、発送が全く間に合わないほど、ふるさと納税の注文が来ており、今うれしい悲鳴で何とか対応している状況である。

演題 (有) ふなばやし農産の多角化経営の取り組み

演者 有現会社 ふなばやし農産 代表取締役 布施 久 氏

(要旨)

1. 青森県十和田市において、1969年に設立した採卵養鶏部門、1973年に設立した養豚経営部門を、法人経営により、従業員は、49名で運営している。採卵鶏の飼養規模は15万羽、鶏卵出荷量は年間2,800 tである。養豚部門の飼養規模は、母豚1,600頭（農場は繁殖部門と肥育部門に分場）、出荷頭数は年間約36,000頭である。
2. 畜産経営の取り組みの背景を説明すると、先代が、三沢の米軍基地へ行ったら、みんな鶏を丸ごと食べているのを見てきて、何とかああいうのを販売できないかということで、一生懸命研究してやった。当時はいろいろ仕出屋さん関係を中心にホテルや旅館で販売できたが、昔は冠婚葬祭というのは自宅でやられる方が多かった。そこに食事するときにお膳を仕出屋さんから入れて、それにうちのチキンをつけていたので、結構忙しかった。今度はこのチキンの肉を手に入れるために、ヒナ鑑別した雄を貨車で八戸まで運んでもらって、そこへ引き取りに行き、その雄ヒナを育てて、と殺・解体処理をして、これを丸焼きにしていた。現在の抜き雄（雄のひな）の育成・肥育鶏を外部委託による加工・販売の原点は、ここにある。
3. 次に、鶏卵生産の歴史は、当初金網で簡単に作ったバタリー鶏舎のような鶏舎で生産していた。そこで、十和田市内で400軒ぐらいの農家に金網と雛を買ってもらい、飼料特約店から餌を持って行って、卵と引き換えに、それ以上、卵が多ければ100円、200円を賃金として支払うというようなことをしていた。農場をつくると言ってもなかなか厳しい状況もあったので、全く右も左も分からないままやっていたが、そこで、飼料メーカーのいろいろな指導もあって、最初2万羽ぐらいの農場に着手して、当時は今のような先進的な機械・装置の施設ではないので手給餌、手集卵の人海戦術でやっていた。その後、市内にあった十和田ポーターリーという養鶏場を買収した。そこは7万羽ぐらいの養鶏場だったが、当時、千葉県など、卵の生産県ではウィンドレス鶏舎という窓のない鶏舎の建設がはやっており、いわゆる換気とか、そういうものをコントロールしやすい鶏舎ということで、そこも見学に行って、その



十和田ポーターリーをウィンドレス鶏舎にして、卵の生産に力を入れた。

4. 養豚のきっかけは、先代の妹の嫁ぎ先が養豚経営だったので、一緒にして会社にしようということで、昭和44年に会社を設立して養豚の業界と付き合い始めた。当時、金利も高く、お金がかかるから、金利を払うために一生懸命頑張っているような状況で、資金の調達には非常に苦労していた。鶏卵業界でも、ウィンドレス鶏舎がはやって、各地でどんどん羽数を増やすので、市場に卵があふれてしまって、低卵価の時期が非常に長く続いた。一方で、養豚に着手していて、新しもの好きの先代が、SPF認定農場というやり方があるということを知り、その農場の近くに、500メートルぐらい離れたところに5町歩ぐらいの土地を買って、そこで新しく1,400頭の母豚を飼養するような豚舎を借金して建てた。当時は新しい豚舎だったので、成績もよく、従業員も非常に頑張ってくれて、豚価と卵価がいいときは、相乗効果で非常に利益が出て、これはいいものだなという感じではなかったと思う。
5. 一昨年ほど前に疾病予防のため、繁殖部門と肥育部門の農場を分離（ツーサイト方式）するリニューアル工事をした。老朽化していた繁殖豚舎を新しく自社内の土地の空き地に建てた。従業員は、いつもコスト、コストと言っている社長がこういうことをしたので、ちょっと驚いているようだったが、養豚部門で年商20億円を目指そうという話をして、繁殖成績は昔すばらしいものがあったので、その得意分野を少し投資して伸ばしていこうと思って、リニューアル工事をした結果、年商20億円はクリアしている。この農場に4万7,000頭の豚がいる。
6. ここまでこれたのは、従業員の資質というか、プロフェッショナルに支えられてきたと感じている。飼養管理にも非常にたけている人が多かったと、そう思っている。広い豚舎を1人でやっている方もいたし、出荷も1人でどんどん出荷しており、社員には非常に助けられたと思っている。今後もこういう得意部門を伸ばして何かやっていければと考えている。
7. これぐらいの豚を飼うと、ふん尿処理も大変である。汚水が多量に出るが、それを処理するのに2億円、3億円、4億円かかる。浄化槽も増やしたし、ポンプ1つ壊れても1,000万円とかかかる。そこで困ったのは、そのポンプは中国製で、中国がロックダウンしてしまって、納品までに長い時間がかかった。畜産では、多角化を進める中では汚水処理やふん尿処理の対策をまずは考えていかなければいけないと思っている。今、化学肥料も非常に値が高くて、また畜ふん堆肥に注目が集まり、問合せも非常に多い。豚ふん、鶏ふんともに周辺の耕種農家に配達して、サービスして使ってもらっている。そして、使ってもらって、よければ毎年買ってはくれている。しかし、なかなか土地の確保や資金の調達も難しく、ふん尿処理関係をどうするかというのが非常に今後の課題と思っている。
8. 人手不足が一番悩み。外国人の研修制度も取り入れ、来てもらっている。また、障害者、知的障害者の方を採用して簡単な業務をやってもらって、そこで何とか人手を確保している。海外研修生でベトナムから最初に来た女性2人のうち1人と、従業員が結婚しまして、子供が生まれた。非常によかったなと思ってお祝いをたくさんあげて喜んでもらっている。独身

者が多いので、何とか家庭を持って、今後も現場のために働いてくれる従業員になってほしいなと思っているので、うまく行って私も喜んでいる。今後もいろいろな対応をして、人手を確保して、その戦力を、人材育成にも力を入れて、農場の経営に役立つ社員をつくっていきたいと思っている。

◎ 第二部 意見交換 要旨

(敬称略)

○ 第一部での各発表者への質問事項

内田賢一・神谷康雄（全日畜）

・米田氏への質問

他の分野とは違う、畜産の特徴を生かした多角化事例があれば教えてほしい。

・生産者の3名への質問

前回の千葉会場でのワークショップでは、大都市近郊での多角化について意見交換を行ったが、全く条件が違う東北地方での、顧客の開拓と、直売、加工の苦勞、6次化のポイントという3点ぐらいでまとめてお答えください。さらに坂本氏には、輸出の販路拡大のことについても追加的にお話ししていただきたい。



○ 質問回答

米田大吉（NPOプラットフォームあおもり）

・畜産に特徴的な多角化の課題は、お肉というのは消費者に対する訴求が圧倒的に強いので、上手な加工をすると販路をつかまえやすい、売るほうも売りやすい。単価も高いし、ギフトなりお土産なりで使いやすいというのが、いわゆる野菜の加工品などよりは大きいところかと思う。

・地域の特徴を生かしながら、他から来た人にも分かるように作るというのが大事かと思う。

・普通の業種での多角化では、大体自分たちで全部やるか、全部OEM（相手先ブランド製造）で外注に出してしまうのだが、畜産では、自分たちで使うものは自分たちで多角化して、別の事業にして販売したり、外に出しているものはOEMでやるという方法は、「なるほど、そういうやり方もあるんだな」と思った。

・自分たちで使うものというのは、堆肥とか、金子さんのところでペレット、牛の飼料は自分たちでやったほうが経済効率がいいだろうし、外で作ってもらったほうが衛生的にも

単価的にも、それから、味の調整も簡単なものは外注に出すというのが大事なのではないかと思った。

坂本佐佑（坂本養鶏株）

- ・輸出が止まったときの対応と、今後の輸出の見通しということで、続けてお話しします。
- ・輸出を始めてから大きく輸出が止まったのは3回目です。1回目は去年の冬で、そのときは鳥インフルエンザのリスクが高まっていて、会社として対応が間に合わなかったので、売上がゼロになりました。
- ・このときは売上がゼロになることよりも、今後、弊社のブランドに価値を持って使っているお客様が途切れてしまうのが怖くて、何とかして対応しなければならなかった。4月にもう一回、止まった時は、昔より対応が早くなり、今は、大体3か月ぐらいで鶏卵の輸出自体は復活している。
- ・2回目のときには、同一県でなければ、輸出に関しては問題ないということで、他県で同じような仕事をやられている方とタッグを組んで、青森県で鳥インフルが出ていても通常の6割、7割ぐらいまでは輸出ができた。個々の農場がこのようね対応をするよりも、国でそういう政策を進めていただくのが一番よろしいかと思う。
- ・スピード感を持ってやるということで、今のところゼロになるということとはなくなっている。
- ・青森県として、リンゴとかと一緒に船便で輸出を行っているわけですが、青森ブランドを増やしていくということで始めているので、できれば青森産の卵でやりたいという思いがあるので、そこに関しては今後の新しい対応も考えていかなければいけないなと思っている。
- ・輸出の見通しの質問については、現状、日本から輸出できる国はシンガポール、マカオ、韓国など5か国ぐらいですが、シンガポールに関しては、現在進めているところで、資格が取れば販路は買い手がありそうなので、開拓していく。
- ・毎回、輸出が止まらないような形を取りたいので、加工品に関して輸出を考えて、チャレンジしている段階です。輸出をする国を増やしつつ、輸出をするアイテムを増やしていければ、リスク管理が農場としてはできていくので、今後、それを目指していく。
- ・顧客のつくり方については、顧客のどこを目標にするかということになっていくと思う。青森県は人口もどんどん減少して、大消費地でもないの、農場の規模によっては他県や海外などいろいろなチャンネルを持っていないと、今後厳しくなっていく。また、地元

に対してはどのようなブランディングをするかである。

・例えば卵で言うと、消費者は本当に値段で買うのが一番というのは、アンケート結果からも分かっている、その中でも、たいていの農場の卵は、農場と隣接したGPで作っている、完結するパターンが多い。そのため、その農場さんの色、例えば「〇〇さんのところで作っている卵ですね」というのが分かるようなことを仕掛けとしてやっていくことが、ファンが増えることになると思うので、弊社ではそれを意識してやっている。

金子春雄（有金子ファーム）

・ジェラートの来場者の数ですが、20万人を超えていると思う。オープン当初からコマースや宣伝は一切やっていない。むしろ、新聞やテレビ局さんのほうから取材に來られて、そういうことに対応しています。その他、若い人たちとのネットや口コミで広まっているのかなと思っている。

・品質については、始めた当初から、天気が悪くて、その日仕込んだジェラートが残っても、次の日またそれを練り直して出すことは一切やっていない。せっかく来てくれたお客さんなので、朝しぼりたてのフレッシュなミルクを、その日の朝にジェラートに加工して、ミルク本来のおいしさを味わってもらおう。砂糖を加えるとか、何か成分を採るとかは一切やっておりません。それが、食べていただく方々に、何が違うなということをしつづつ理解してもらっているのかと思っている。

・南部曲り家も15年ほど前に下見したときには、茅は溶けてなくなって大分傷んで空が見えていた。登録有形文化財の登録になっているため、勝手に潰すわけにもいかないので、文化庁に「どうしたらいいのか」と問い合わせたところ、「修復できないのであれば、重機で片づけるのではなくて、手で解体してシートをかけて保存しなさい」と、指導を受けた。

・そこで、基金協会の由良さんにも相談して、いろいろなところから寄附を仰いで、足りない分は自分でお金を出すつもりでいた。業者から茅の葺き替えの見積もりは4000から5000万円だったので、どうしようかと悩んでいるときに、妻と福島の会津の大内宿へ旅行に行ったときに茅葺き屋根を見て、地元の人に相談したら、「職人を紹介するか」ということで、すぐ来てもらった。

・その見積りはすごく良心的で、大分格安で、茅は福島から大型トラック16台で運んできて、2か月近くかけて葺き替えたが、それでも、3000万円強かかりました。

・実際に飼料メーカーさんや青森銀行さんなど、いろいろなところから協賛をいただき、

1000万円ぐらい寄附も集まりましたが、足りない2000万円は、会社や私個人で用立てた。

・茅の葺き替えしたその年、毎日、朝起きれば、神棚にお参りをして、仏様に水をあげ、旧盛田牧場の敷地内の神社にもかかさず手を合わせておりました。

・丁度その年に、東京の芝浦市場に、9頭か10頭、出品するチャンスをもらい、そのときは最高の賞ではなかったが、茅の葺き替えにかけた約2000万円ぐらいでその9頭を販売することができ、やはり神様はきちっと見ているのかなという不思議な印象がしたのを記憶している。しかも、出品した牛たちは、その曲り屋の隣の文化財の建物で肥育した牛さんたちで、それから、毎年のようにいろいろな賞にも入るようになり、実力以上に神の力というのはすごいなと思っている。

・会社は、和牛に取り組んでからまだ10年程度で、最初はホルスタイン種肥育だけでやってきた。東京などで和牛を出品して賞に入ったときは、「何、まぐれだべ」という声が聞こえてきたが、それでも、毎年毎年、出品すると上位に入賞するようになり、「まぐれ」という声が聞こえなくなり、やっぱり実力が少しずつついてきたと思えるようになった。

・和牛の名誉賞とか賞を取るためには、ほとんどの人はえさの内容も明かさない。匠の世界といいますか、そういう人が多い中で、うちの社長(長男)はそういうことにはこだわらないで、誰が飼っても、育てても、いいものを作るやり方があるんだという一つの信念に基づいてやっておるようだ。

布施 久 (有ふなばやし農産)

・顧客、お客さんということだが、販売も特に営業マンがいるわけでもない。飼料メーカーの中に畜産販売部門があって、そこの営業先から、「こういうのはないのかな」という問い合わせがあると、卵であればイメージのいいものを作ろうということで、「奥入瀬雅」という特殊卵を製品化した。業務用の特殊卵で、箱で流通させる卵で、以前、有名パティシエのロールケーキに使われたり、関東のオムライスチェーン店で採用していただいたりしている。

・豚肉も、銀座のしゃぶしゃぶの専門店で肉を使ってもらった経緯もある。関東周辺を回っている営業マンの情報も入るので、そういうお客さんのニーズに対応した生産ができるような体制を取っていければと常に思っており、顧客の獲得というのは特にやってない。

○ 意見交換

川村高明（株川賢）



・米田さんの多角化経営が目的ではないというのは、まさにそのとおりだと思っている。いかにうまくそこをつなげて利益拡大できるか、もともと強みがあるからそれがやれるというのが、一番いいパターンなのではないかと思って聞いていた。

・生産者が豚や牛を直接顧客に売るということは、難しいと思っている。牛1頭、豚1頭仕入れたとしても、それをいろいろお客さんを見つけて商品にして売るという場合に、どうしても売れない部位とかの販売ロスとかに思い至って、そういうことには踏み込めないという部分がある。

・委託でカットしてもらったり、配送してもらったりしても、自分たちの生産物を自信を持って直接売ったら、スターゼンや日ハムに儲けられないで、自分たちでその分を確保できるという考えはあるが、なかなかそういうところに至らない。

・商品をネットで売ったとしても、単発的なものになってしまって、継続的に消費者に受け入れられる商品を自分たちで作るといのはかなり難しい。

米田大吉（NPOプラットフォームあおもり）

・実家が田舎のスーパーをやっていて、肉店の手伝いをしたことがある。牛肉を切り分けて、それを売るのが、売れる部位とあまり売れない部位がある。青森市内の肉屋で、自販機でモツの味がついたのを売っている。道端にぽんと立っているだけで、こんなので売れるのかなと思ったら、補充するのも大変なぐらい売れる。全部が全部、自分たちのほうでやろうとするとつらいけれども、売れるところは日ハムに売らせて、自分たちで使いたいところだけ取り返すということができればいいのではないかなと、今、伺って思った。

・田子町では創遊村という古民家を移築したところの再開発をいろいろやろうとしており、革細工をやっている。肉は違うところで売って、牛の革だけを戻して、それで財布や携帯のカバーを作ったりというのをやっていて、何となく革細工を作った後に肉を食いましょう、牧場を見ましょうという強烈的なツアーをやっているようだ。

全部やろうとしないで、おいしいところだけ、「ちょっと返して」ということができる、何か取っかかりが作れる、リスクが少なくやれるのではないかと、伺っていて、思った。

川村高明（株式会社川賢）

・畜産に限らず、人手不足が課題になっている。新卒を採用したい、青森県人を採用したいが、畜産で県外からの採用についてはどうなのかを聞きたい。

米田大吉（NPOプラットフォームあおもり）

・金子さんのところでは県外から2～3人、NAMIKIデイリーファームで採用している。地方を目指す人材は結構たくさんいる。なぜかというと、40歳過ぎたぐらいになって、「年金をもらうためにあと20年間、ここで働くのは駄目だ。10年たってもあの程度にしかならないのか」というのが見える。そのためのサイトもたくさん出来上がっているの、青森の県内だけで探すと見つからないようなレベルの人など、驚くような人が来ます。

・新卒に関して言うと、建設業では、「うちは経験がなくてもいい。何でもやらせる」。「何をやるんですか」と言うと、施工管理とか何とかと言うわけですが、その施工管理というのは私には全然分からなからだから、まして高校生にわかるはずもない。畜産も同じように、食べる肉は知っているけれども、それまでの間に何をするのか分からないまま、「さあ、おいで」と言われても、「何をやるのか分かんねえとこさ行けない」となっているのではないかなと思う。

・十和田の建設業で、自分たちは大工なんで、「うちは大工を育てたいんだ」と。「どうすればいい？」と言うから、「大工さんが使う格好いいものがないか。カンナとか、あれだけで学生向けの募集のチラシを作しましょうよ」と言って作って、その年、5人ぐらいちゃんと採れている。自分が何を使ってどういうふうにするかというのが分かると、若い人たちは結構ちゃんと食いついてくれるので、そこは「分かるべや」と言わないで、面倒くさいけれども（具体的にわかるように）やると効果が出るような気がする。

飯田一志（有限会社飯田養豚）

・金子ファームさんに質問。牛を始めて何年か経つが、6次化を目指してやるつもりは前々から視野の中に入れていたのか。

・坂本養鶏さんに質問。私は養豚を経営しているが、何がうれしくてやっているかと言えば、消費者の皆様に「おいしい肉だね。また買いたい、またしゃぶしゃぶしたい、焼肉食べたい」と言われたいその一心で豚づくりをしている。卵にはいろいろな色がある



が、白とかオレンジ、ブルーの卵とか、それは色が違うということは鶏の品種だとは思いますが、よりおいしい卵づくりをするということは、どういうこだわりを持って卵づくりをしているのか。

金子会長（有金子ファーム）

- ・6次化は最初からは全然考えてなかった。頭数が少しずつ増えていくと、畜産のイメージが悪いというのがだんだん伝わってきて、それで、先ほども言ったと思うが、苦情をくれた人を調べたり、その人と討論しても始まらないので、6次化の方に舵を切った。
- ・農場に足を運んでもらってイメージを少しでもよく持ってもらいたいというのが狙いで6次化を始めたが、お金をもうけようという思いでは取り組まなかった。

坂本佐祐（坂本養鶏株）

- ・私は3代目で、もともと、うちのスタッフも、多分、生産者は同じ思いで卵を作っている。お客さんに「おいしい」と言われることがすごく重要で、その声を聞く仕組みも重要だと思っている。
- ・卵を作るときのこだわりは、鶏は健康管理が大事なので、鶏自体を健康的に育てることを農場の第一の念頭に置いており、それをいろいろな場面で実行する仕組みを、現場の若い人でも、新しく入った人でも分かるようにしている。私が実際に農場に入るわけではないので、農場の会議などで常々話をしている。
- ・地元にいれば地元のつながりがあって、「卵を食べておいしかった」という話は聞けるが、県外への販売ではそういう話がなかなか聞こえてこないところがある。
- ・輸出もしているのですが、そういう声を集めなければいけないので、弊社としては中間に入る方に、お客様の声を聞かせていただける施策をしているところ。

川村彰男（株川村畜産）

- ・本業と副業という考え方でいくのか、それともこれから多角化してそういったものをどのように育てていくのか、分社化していったらその部門もきちっと利益を追求していくという形なのか、これから先の考え方を教えてほしい。
- ・坂本養鶏さんに質問。輸出もやっているということで、同じ養鶏グループの養鶏業者の中からも集めて輸出を拡大する計画もあ



るのか。

布施 久（有ふなばやし農産）

・分社化までですといういろいろ大変だなという気がしている。今のままで部門を分ける形でいきたいと思っている。

金子春雄（有金子ファーム）

・社長（長男）はきっと分社化までしてはと考えていないと思う。全農さんにミルク(生乳)を110円で、11月からは5～6円上がるみたいだが、買ってもらっている、それをジェラートに加工すると何倍にもなるけれども、ミルクはミルクで出荷している。

・JRや、イオンさんから出店要請とか、いろいろあったが、全部丁重にお断りして、「うちは牧場でしか提供しないんです」というこだわりがあり、あまり広げるつもりはない。

坂本佐祐（坂本養鶏株）

・輸出については、乗り始めたのを動かしていくということでやっているが、うちの右腕や左腕とたまに話をする時に、私は結構慎重派なので、今後どういう出方をするかというのは言わず、ある程度形ができてから話します。

・しかし、やっていることを成長させるのも経営者の仕事だと思っている、最終的には夢としてはそういうこともやりたいなどは思っている。もともとうちは、内部の子会社で分けているので、役割ごとに会社になることも成り行き次第ではあり得るかと思っている。

西村達弘（株青森銀行）



・国の予算を見ると、6次産業化というのが非常にもてはやされた時期があり、総合化事業計画で2,600件ぐらいの認定件数があった。青森県は宮城県に次いで東北では2番目に多い県で、6次化というのが非常にもてはやされた。しかし、この2～3年は国の事業名からも「6次化」が消える傾向にあり、大手の傘下に入っていくようなものになってきていて、落ち着いてきている印象がある。

・マーケットインの発想でやられてもうまくいかなかったという例があり、じっくりと考えて取り組む時代に入ってきたと考えている。本日発表された方々は、自分の強みを非常に生かしておられて、自分の強みやOEMという手法をもって、いろいろなネットワークを活用しながら、うまく成功事例として成り立っていると感じた。

・県でも、単独での6次化は難しいと気づき始めていて、経営の危険分散、収入確保を考えて展開していく中で、ネットワークを生かしながらプロの力を活用し、自分の強みを生

かしていくとことが必要になってくると思う。

- ・このような中で、事業コンサルタントも実施しており、相談も受けている。

名取和彦（株日本政策金融公庫）



・6次産業化を進めていく上で大変なことは、人材をどう連れてくるか、育てていくかということが課題と思う。

・畜産業は、給餌、糞尿の処理など、こつこつとやっていくタイプの従業員を求められていると思う。ジェラートや小売に進出されると、いつも笑顔のできる人材が必要になってくると思う。採用時や育てるときも大変で、コンサルタントの方と連携しながらやってい

く必要があると思う。

・日本政策金融公庫ではマッチングなどもやっているのので、販路の拡大などでニーズがあれば力になれると思う。

・金融機関の立場からすると、その部分がある程度、単体で黒字になっているようであると融資しやすい。赤字になっていると、設備投資などの融資については、今後収支が良くなっていくという計画を作らなければならない。

・分社については、その部門で黒字になって、借入金の返済ができるかどうか相談しながら進める必要がある。

山本高久（有ノースランド）（養鶏）



・規格外の3LやSSが売れないので、自動販売機からはじめて、さらに付加価値をつけて売りたいと加工などに苦労したが、全く儲からなかった。しかし、従業員からなんとかやりたいという声もあり、その部署をつくって、今年7月で3年になる。

・コロナに入ったばかりの中でスタートして2年間は赤字だったが3年目になって何とか利益を確保している。

・金子さんの話で、うらやましいなと思ったのは、私たちは観光客狙いで青森駅隣に店を作ったが、金子ファームでは牧場の中でお店を作られて、見せる牧場で、そこでしか買えないもの、そこに来たから、友達、知り合いに買っていけるものを販売して価格にもつながっている。

・人材のことでは、どこの会社も困っていると思いますが、金子さんの会社では訓練、育成については、どういう指導をしているのか、教えてほしい。

米田大吉（NPOプラットフォームあおもり）

・酪農のNAMIKIデイリィファームでは、もともとリクルートにいてUターンしてきた女性がいて、彼女が月何回か定期的に入って、中身も相談しながら人員計画や、評価制度なども含めて作っている。

山本高久（㈱ノースランド）

・うちは最初そういった加工はパティシエに頼んでいたが、お金がかかってどうしようもなく、買い戻しをしなければなかったのが、去年から全部、従業員で作り、「素人が作った」というコンセプトでもいいのではないかという販売展開に変えた。

米田大吉（プラットフォームあおもり）

・金子さんの肉のレストランも青森のフレンチレストランが入って指導して、社長の奥様が仕切って運営している。味は全然落ちてない。時々シェフが見に来てチェックしている。

松原英治（全日畜）

・外部の同業の皆さんと協力しながら人材育成するというのは重要だと思う。1人だけでやらないということだと思う。

中村誠（㈱中月産業）

・うちでは卵をほとんど全農さんに販売している。この販売の状況を考えていくとなかなか厳しいときもある中で、多角化もやってみたいと思っているが、なかなか踏み込めないでいる。

・今日いろいろなお話を聞かせていただき、非常に参考になった。今後どういう形で販売していくか。特殊卵や加工についても考えたいが、どのようにしたらいいのか分からない部分もあったので、今日はいろいろと皆さんのお話を聞かせていただいて非常に参考になった。



由良 武（東北全日畜）



・今日の話聞いて、多角化経営の取組は、まさしく今必要な内容であると思った。多角化というのは、自分の経営の中のいろいろな部門をつくったり、あるいは評価したり、そういうことも多角化になる。今日発表された方々は、自分の経営の内部の多角化によって経営を安定させるということに取り組まれた方ばかりと思う。

・金子会長の挨拶に、「今、畜産は危機である」と。畜産は50年の間、危機という価格

が暴落した、えさ代が高いということでしたが、今回はトリプルで、えさが高騰し電気料が高くなり、それに疾病です。しかも人間のコロナで、人材確保や就労ということからすると、こういう危機は初めてです。

・畜産経営については、規模拡大をするということばかりではなくて、自らの経営を見直して、多角化をどうやって進めていくかということも重要だなと思います。

・今回発表されている4人の方で、坂本養鶏さんは香港に卵を輸出している。しかも、それは独自ではなくて、グループを作って卵の貸し借り、融通をし合いながらやっている。これも多角化になると思う。さらに、坂本さんの場合には、いろいろな銘柄卵等を作り、その販売については自らが営業マンになって県内のスーパー等を回って、営業を実際にやっている。こういう危機のときに販売戦略、営業戦略として自社以外の製品をも取り扱って、経営を安定化させる取り組みも必要と思われる。

・金子さんは、いろいろ6次産業の話もされましたが、肉牛が1万頭、搾乳牛常時2,000頭以上のギガファームです。東北、本州の中でもこれぐらいの規模を両方でやっているところはあまりないと思う。機械など施設の装備も多くあるが、相乗効果として、共通する部門をうまく利用されている。

・青森県南は畜産が多いが、津軽のほうには畜産が少ない。ウクライナ危機の中で、肥料の確保が非常に問題になっており、畜産の強みである良質の堆肥を使って、津軽の農家と連携することが必要になっていくと思う。堆肥や畜産サイドが必要とする稲わらの広域流通を見据えた多角化も検討する必要がある。

・ふなばやしさんは大規模の養鶏と養豚を両方やっていますが、経営の浮き沈みをできるだけ小さくしようという考え方で両方を飼われて、経営を立派に今も続けている。今後は、堆肥を中心とした形で豚糞と鶏糞を流通化させて、内部の経営を充実化させていくということをさらに強められたらいいのではないかと思います。

吉田高廣（株中部飼料）

・金子ファームの取組は6次化を含めてすばらしい取組で、なおかつ、地域と連携してもみ殻を有効利用している。もみ殻は牛の敷料として水分を吸わないということで、非常に使いづらい資源ですが、もみ殻を砕いてペレットにして未利用資源の利用の仕方をされている。国内の未利用資源の活用など、非常に先進的な事例で大変参考になり、勉強になった。



・坂本養鶏社長さんに質問。輸出を開始する際に代金の回収など、いろいろな面での不安な部分があったと思うが、スタートするときどのようなやり方で話を進めていかれたのか。

坂本佐祐（坂本養鶏株）

・輸出のきっかけは、苦境に陥っているときは経営を変えるチャンスだと思っていて、当時は相当低卵価でした。輸出の話をしていただいて、本当にやってもいいのか、回収できるのかというのは不安はあった。新しいことにはリスクを取って一歩踏み込むことも重要だと思い、量は10トン車1台のレベルだったので、「じゃあ、ちょっとやってみようか」ということで始めた。

・ハードルを下げたのは、県が絡んでいるということでハードルが外れたのと、コロナが一つ追い風になりました。

・コロナが起きてから、巣ごもり需要があり、香港でも家庭で使う卵がどんどん増えて、ある程度ブランド価値を高めて、それなりの価格でいけるようになったので、少しずつ増やして、月を追うごとに倍々という形で取り組んで、最初は不安だったが何か月かやると、そこのハードルも外れてきている。

川村治朗（事業推進委員）

・前回のワークショップを9月に千葉で行った。そのときのことを若干紹介する。埼玉県
の鶏卵生産者、千葉県の養豚農家と酪農家の3名の方に発表していただいた。

・畜産農家は、生産部門をしっかりやるというのが基本だと思う。それに加工あるいは販売、また新規商品の開拓・企画などの部門が入ってくる中で、どのようにやっている聞いたところ、3名全員、家族がその部門を担っている中で多角化をしていったと話された。

・多角化に取り組む決断する時に誰か相談される方がいるのかどうか。金子ファームさんでは、米田さんに相談されたか分かりませんが、自分で考えてから決断するに至るまで、どれくらいの期間を要したのか。長いものもあれば、短いものもありますが、伺いたい。

・米田さんに、経営アドバイザーということでいろいろな経営者から相談されるでしょうが、多分、良いことばかりではないと思う。この経営者の方はやめたほうが良いということがあったなら、それはどういう事例なのか、紹介していただきたい。

坂本佐祐（坂本養鶏株）

・決断は私がメインで、誰かに相談しているわけではない。社員から報告が上がってきて、初回の取組に関しては私1人で、「じゃあ、やったら」ということで決断する。

・リスクを採りたくないので量はセーブしてという決断です。新しくやることに関しては、今は全て、幹部職員（右腕、左腕）がある程度検討して持ってきた段階で、しっかり相談したりもんだりしながらやっている。

・今の販売戦略が合っているかどうかということについて、自社の社員だけではなく、外部のコンサル的な人にも意見を求めるということはしている。

金子春雄（有金子ファーム）

・決断は即決です。今の社長と専務も牧場にいたとき、ある酪農家から「自分は後継ぎがないからやめたい」と突然電話が来た。具体的に「機械も牛も土地も全部含めていくくらいです。これをお願いできませんか」ということで、役員が皆いましたから、「よし。その金額でいいです。ただし、一つお願いがあります。あなたに手伝ってもらいたい」と、その条件だけつけた。そうしたら、その方も「いいですよ」と。「あなたの地域のことは私たちは分からない。あなたに手伝ってもらえるのであれば、その金額で引き受けましょう」と話しました。そのときもすぐ即決しました。

布施 久（有ふなばやし農産）

・飼料メーカーの営業の方はいろいろ情報を持っていますのでその方と、金融機関です。先ほどの日本政策金融公庫さんも膨大なデータをお持ちですので、多分相談したらすぐ即決できると思います。そういう取引先と相談して決めています。

米田大吉（プラットフォームあおもり）

・基本的には失敗するほうが多いので、そういう事例はたくさんあるが、私はその人を手伝うか、手伝わないかを決めるポイントに大きいものが2つある。

・一つは、後継者がいるかどうか。金子さんのところは今の社長がすごくちゃんとしている。これなら多分10年、15年、20年というスパンでいろいろなことができるなと思った。お手伝いするかどうかは後継者の候補がいるかを基準の一つにしている。

・もう一つは、最終的には売れないと何の意味もないので、どういう考え方で物を作っているかを大事に聞いて、これなら自分でも欲しいなと思えるところの手伝いだけをするようにしている。それで何となく失敗する確率を下げていると思っている。

高橋邦夫（事業推進委員）

・米田さんの話で、社長と従業員の目線の一致の話があった。金子会長から、現在の社長さんなどいろいろな話をしながら多角化を進めてきたという取組の仕方が一致しているのかなと思った。



・布施さんの鶏の丸焼きの話、その着眼点は、付加価値のあるものを生産・販売するという6次化、多角化の取組に関する事例だと思う。

・加工品で付加価値を上げてという話があったが、京都出身で、青森県の各種委員会の委員長をされた方の話を紹介すると、青森市の古川に野菜・魚の市場があり、そこで季節の漬物が1袋、200円ぐらいで売っている実態がある。その漬物が大変おいしいというので、それを京都の料亭に持っていくと2,000円で売れるという話をしていました。結論は、「青森県の人売り方が下手だ。いいものを持っているのに、いいものを高い値段で売るといふ工夫がない」といふ話をされたのを思い出した。

・通常この辺でリンゴを買くと100円ですが、東京の高島屋でフルーツを売っている売り場に行くと、1個800円とか、東京駅の八重洲の同じく果物ショップだと、1個400円、高くても買うという購買力のあるところに売り込んでいくという形が、多角化を進める上では大事なポイントなのではないかと感じた。様々なやり方があると思うが、従業員、営業マンの力、その辺の人材も含めて、幅広く対応していく必要があると思った。

○ まとめ

松原英治（全日畜）

・米田さんからは、多角化は結果である、目的ではないというお話があり、また、資料によると、人口が減っても豊かな暮らしができる地域をつくるという内容もあった。

・金子さんからは、地域にとってよりよい環境、風景、景観、楽しめる場を提供するために、当初は採算を度外視して多角化を始め、現在、何と年間20万人の来場者があるというお話があった。



このお二人の話から、坂本さんから青森ブランドという話があったが、まず地域があって、地域ファーストに取り組むことから結果として、経営が多角化したという一つの流れがあるような気がした。

・発表者は地域の核となる経営者ですが、地域ファーストの取組によって地域にとってよいことをということがまずあって多角化を実現して、坂本さんや布施さんのように、高品

質の鶏卵を生産して輸出振興までに至ったということがあったと思う。

・畜産経営者は病気から家畜を守るという非常に厳しい条件を課せられており、家畜を通してお客様と交流するというのは難しいが、その代わりとして農場の環境を整備して、大手企業には提供できない生産物を提供していくということで、交流の場を創出している。

・金子さんのところはインスタ映えするような景観をつくられて、消費者とつながり、消費者からもいろいろなヒントを得て、多角化できているのではないかと思った。

本日は有益なお話をいただき、ありがとうございました。

鈴木一郎（全日畜）

参加者の長時間にわたる貴重な意見、発表に感謝。

多角化にはメリットがあるが、それはある一定の条件を満たした上でのもので、取り組む上での条件やいろいろな注意点が出て、非常にありがたい。

本調査の多角化とは、単なる6次化だけではなく、本業以外の分野に進出して、本日の発表のような、それ以外のメリットをたくさん作り出すことも多角化と考えている。

今日の発表、意見は、最終的に指針に生かしてまいりたい。



参加者の皆様

全日畜「多角化経営」ワークショップ（青森会場）

畜産の多角化経営が 成功するためのポイントとは

2022/11/29（いいにくの日？）

NPO法人プラットフォームあおもり
理事長 米田 大吉

Copyright 2022
NPO法人プラットフォームあおもり

今日のアジェンダ

① プラットフォームあおもりとは

Copyright 2022
NPO法人プラットフォームあおもり

【米田大吉 よねただいきち ※本名です】



1964年 青森市浅虫温泉生まれ。慶応義塾大学卒

1989年 株式会社西友に入社、人事情報管理・
評価制度設計・能力開発プログラム開発
を担当。

1994年 青森県にUターン。

県産品を首都圏に販売する事業を展開。

2006年～経産省事業で県内企業の新商品開発・
販路開拓・人材育成・雇用支援等を担当。

2011年 NPO法人プラットフォームあおもりを設立、
理事長就任。

現職：青森県生涯学習審議会委員

青森県人財還流政策連絡会メンバー

国立大学弘前大学教育推進機構講師

株式会社リンクアンドブリッジ代表取締役 等

事業概要



年商：2022年度（第12期）計画 86,000千円

理事：11名 常勤スタッフ：16名

事業パートナー：8名

Copyright 2022
NPO法人プラットフォームあおもり

事業概要



① Community 領域

＜人口減少対策や広域連携の支援＞

- ☞ 圏域移住対策事業・婚活事業・地域づくり支援事業等、人口が減っていても、豊かな暮らしができる地域を創る

Copyright 2022
NPO法人プラットフォームあおもり





事業概要

③ LINK & BRIDGE 領域
＜県内企業の外貨獲得の支援＞

☞ 農泊推進事業・地域商社(Local to local)事業等、地域にない新しい価値を創り出す

Copyright 2022
NPO法人プラットフォームあおもり





「多角化」で考慮したいポイント

- ① 国の事業活用 ☞ 農水省以外の省庁主管事業の支援制度も活用する
- ② 本業を圧迫しないか？
- ③ 固定費は削りたい
- ④ 多角化は結果で目的ではない

Copyright 2022
NPO法人プラットフォームあおもり

今日のアジェンダ



- ③ 継続性を担保する社内体制とその構築

Copyright 2022
NPO法人プラットフォームあおもり

社内体制とその構築

- ① そもそもなぜ多角化？の社内理解が絶対必要。
- ② 継続性を担保できる社内体制をつくる
(一人で走らない)
- ③ 段階を踏んで社内体制を整える
 - ☞ 多様な人材や他業界のナレッジの受け入れ
 - ☞ 組織外に伴走者がいると安心
 - ☞ 3か年程度の中期計画をつくる&見直す

Copyright 2022
NPO法人プラットフォームあおもり



ありがとうございました

info@platform-aomori.org

<http://platform-aomori.org/>

Copyright © 2022
NPO法人プラットフォームあomorい

坂本養鶏株式会社の多角化経営の取り組み

鶏卵輸出

令和4年11月29日

代表取締役 坂本 佐祐



発表の内容

1. 坂本養鶏株式会社の概要
2. 採卵鶏経営
3. 農場生産物の販売
 - たまご
 - 鶏ふん堆肥
4. 鶏卵の輸出
5. 多角化に取り組んだ動機
6. 多角化の成果
7. 多角化の課題



1. 坂本養鶏株式会社の概要

- ・名称 坂本養鶏株式会社
- ・代表者：代表 坂本佐祐
- ・所在地：青森県東津軽郡蓬田村字瀬辺地字山田1-104
- ・設立：1970年 農事組合法人坂本養鶏組合として設立
- ・経営形態：法人経営による採卵鶏
- ・従業員：65名（グループ全体）
- ・経営の特徴：グループ分割による事業部制、KPI管理型経営



会社沿革

昭和		平成	
45年	農事組合法人坂本養鶏組合設立	14年	シールドバック発表 有限会社フレグ農産鶏糞処理施設増築
46年	第1期工事着工 54,000羽の全自動採卵養鶏システム完成	13年	GPセンター対香港向け輸出卵取扱施設登録 生産を子会社2社に譲渡
48年	6号棟増築 68,000羽の収容羽数となる	18年	鶏卵生産子会社2社を合併し 有限会社青森ファームが鶏卵の生産部門を担う
57年	第2期工事着工 10万羽高床式インラインシステム完成	29年	代表取締役変更
58年	食品加工工場新築	30年	GPセンター（グレーディング パッキングセンター）更新
59年	12号棟増築188,400羽の収容羽数となる	令和	
61年	第3期工事着工 集卵場・鶏舎2棟を新築	元年	子会社（有）青森ファームにて農場認証JGAP取得
62年	15・16号棟増築 収容羽数296,000羽となる	2年	会社のロゴ変更 GPセンターHACCP認証取得
平成		3年	割卵工場更新
2年	鶏糞処理部門を分離し、有限会社フレグ農産を設立		
4年	ウインドレス鶏舎2棟新築		
11年	有限会社フレグ農産で育雛育成事業を開始 有限会社青森ファーム設立		
13年	直送型代金決済システム（DODS）開発		



事業内容概要 | グループビジネスモデル



2. 採卵鶏経営

飼養品種：JL、JLL、BB

飼養規模：採卵鶏 成鶏38.5万羽、育成鶏 22万羽（年）

鶏卵出荷量：卵生産6,600トン、鶏糞生産量は2,000tを県内外

経営の特徴：付加価値鶏卵の多品種製造



3. 農場生産物の販売の一部（たまご）



PB
ニューフレッグ

こだわりぬいた蓬田村の水を改良を加え、使用。今まで食べたたまごとはまるで違う後味さっぱりなのに、後を引く当社自慢のおいしい卵



GMU米たまご

地元の高校生が、県内の食品業界を盛り上げるために活動していて、当社も一緒になって青森県を盛り上げるため、努力を惜しみません。飼料米を使い、美味しさにもこだわりぬいた地元産のたまご



たまごかけご飯セット

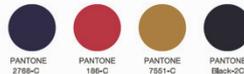
地元産にこだわった極みのタマゴかけセット
お米も醤油もたまごも地元だから合う！県内の人にも県外の人にも極上の組み合わせをお届け！何杯でも食べたくなるこだわりセット



コンセプトを明確にした商品作り（1例）



堂々とした鶏のフォルムから品格とプレミアムの名にふさわしい強さを感じさせる線にデザインしました。円形をベースとしながら、(事項参照)鶏冠の流れや曲線の美しさ、飛び出すような形、嘴の角度などを何度も検証を行い最終的なロゴとして昇華しました。下記はカラーレギュレーションになります。



SUMIKI

- ・販売先様と一緒に伸ばしていけるブランド作り
 - ・お客様が価値を感じて、付加価値が生まれる取組
 - ・大手がやらない差別化
- 3点をキーワード



3. 農場生産物の販売（鶏ふん堆肥）

鶏ふん堆肥の販売

良い肥料を持続的に生産するために農場を良い環境にするために欠かせないのが、鶏糞の処理です。私達は循環型農業を念頭に置いており鶏糞の処理は、有限会社フレッグ農産が全量特殊肥料に加工製造し、ゴルフ場や農家に出荷販売しています。

特殊肥料生産量：2,000t/年



4. 鶏卵の輸出

- ・ 11年前に、空輸で香港に輸出を始めた
- ・ 2011年12月 坂本養鶏 G Pセンターが対香港向け輸出卵取扱施設の登録を行った
- ・ 2018年～2019年に、国内卵価が非常に安かったため、新たな取り組みとして本格的に輸出を検討し、同業者の方の協力も頂き、鶏卵を本格的に輸出
- ・ 輸出量は全販売量の約 13%程度



5. 多角化に取り組んだ動機

鶏卵の直販と加工品

鶏卵の美味しさの追求など生産に工夫を凝らし、鶏卵の差別化を図り、ベーカリーやラーメン、オーナーシェフなど販路拡大と直販に取り組む、またその特殊卵を使用した加工品を随時プロデュースして新しい顧客の開拓も並行

鶏卵輸出

販売先の拡大、国内卵価変動の影響を緩和するため香港向け輸出を開始

鶏ふん堆肥の販売

養鶏から出る家畜排せつ物の安定的処理及び環境保全、地域貢献



シフォンケーキ

商品内容：こだわりの青森県産野菜を使用。プレーン、ほうれんそう、トマト、紫穀米の4種類。食品添加物が入っておりお子様でも安心して食べられます。
販売開始時期 6月 売価1,600円



カタラーナ

商品内容：真っ赤卵を使用しており、見た目も鮮やかなカタラーナ。職人による1つ1つ手作りで無添加となっております。冷凍により長期保存が可能です。
販売開始時期 9月 売価1,300円



 坂本養鶏株式会社
SAKAMOTO EGG PRODUCTS CORPORATION

6. 多角化の取り組みによる成果

鶏卵輸出

- ・ 経営の多角化による畜産物価格や生産資機材価格の変動に対応した経営の危険分散が実現でき、2019年には卵価の低落を輸出分で補てんできた
- ・ 国内消費が減少する中、輸出により販売先が拡大し、生産量の維持拡大が可能となった
- ・ 本格的な輸出に取り組むことにより、国内向け生産、輸出向け生産双方を行うことにより、相互のリスクが補完できるようになり、経営が安定した
- ・ 青森県産リンゴと一緒に輸出できたので、地域のイメージアップとブランド化ができた

鶏ふん堆肥販売

- ・ 有限会社フレグ農産を設立し販売することで、十分な経費をかけて養鶏から発生する鶏ふんの完全な処理が可能になった。
- ・ 地域資源循環型養鶏が可能になり、地域への貢献ができた。

 坂本養鶏株式会社
SAKAMOTO EGG PRODUCTS CORPORATION

7. 多角化の課題

本格的な輸出に当たって発生した問題点

- ・ 契約により、定時定量出荷が必須となった
- ・ 平均すると総販売量の約13%を占め、不足時には外部からの購入等も必要となる
- ・ 外部購入せざるを得なくなるときに、鳥インフルエンザなど家畜疾病防疫が発生すると同一県内からの調達困難となり、遠隔地からの調達でコストがかさむ、また時期によっては調達が出来ない

鶏ふん堆肥販売で発生した問題点

- ・ 労働力不足、技術力不足
- ・ 気温による発酵遅延により生産が追い付かない

 坂本養鶏株式会社
SAKAMOTO EGG PRODUCTS CORPORATION

金子ファームグループの多角化経営

肉用牛及び酪農の畜種複合と畜産物の加工・販売による多角化経営

令和4年11月29日

取締役会長 金子 春雄

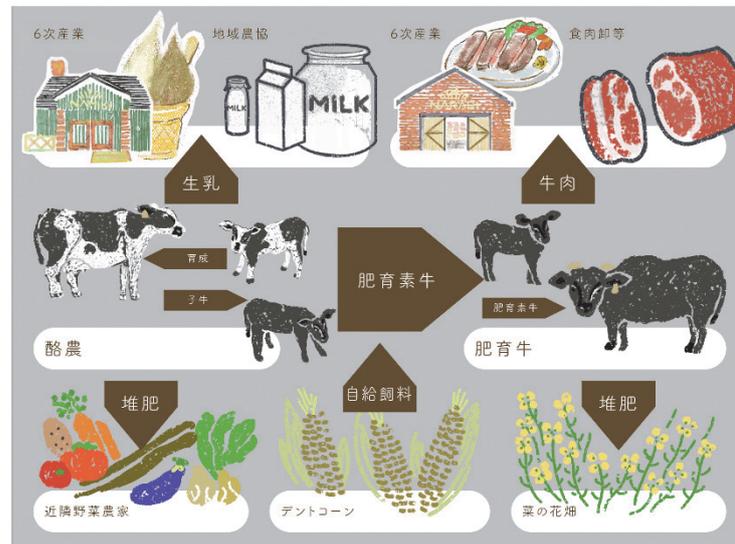
1

発表の内容

- ・ 1. 金子ファームグループの概要
 - 1. 1 金子ファームグループの事業内容
 - 1. 2 金子ファームグループの歴史
 - 1. 3 (有)金子ファーム(肉用牛部門)
 - 1. 4 (株)NAMIKI デーリイファーム(酪農部門)
- ・ 2. 農場生産の牛肉の加工・販売
- ・ 3. 農場生産の生乳の加工・販売
- ・ 4. 多角化に取り組んだきっかけ
- ・ 5. 多角化の成果
- ・ 6. 多角化により発生した課題

2

1. 1 金子ファームグループの事業内容



3

1.2 金子ファームグループの歴史

- 1971年 1月設立。牛3頭から始める。
- 1974年 第一次オイルショックを受け全頭売却。同年に乳用種畜生産を再開
- 1975年 七戸町に移転
- 1989年 見町牧場設立
- 2005年 切田牧場設立
- 2006年 旧盛田牧場に、金子ファーム設立
- 2007年 堆肥を利用したデントコーン栽培に着手
- 2010年 8月4日、金子ファーム内に「手作りジェラートNAMIKI」オープン
金子ファーム酪農部門発足
- 2013年 金子ファーム内に「牧場ごはんNARABI」オープン
- 2016年 NAMIKIデーリィファームを、酪農部門の別会社として野辺地町に設立
- 2017年 盛田牧場一号廄舎(南部曲屋育成廄舎)の茅葺き屋根の修復を完了。一般公開を始める。
- 2020年 盛田牧場一号廄舎(南部曲屋育成廄舎)を曲がり屋KANEKOとしてリフォーム完了

4

1.3 (有)金子ファーム(肉用牛部門)の概要

- ・ 代表者: 代表取締役 金子 吉行
- ・ 農場所在地: 青森県上北郡七戸町
- ・ 設立: 1971年、牛3頭から始める。2006年、旧盛田牧場に金子ファームを設立
- ・ 経営形態: 法人経営による肉用牛肥育、酪農、ジェラート加工・販売、牛肉の委託加工・レストラン経営
- ・ 従業員: 役員5名、常勤職員 約80名(酪農部門も含む)
- ・ 経営の特徴:
 - 耕畜連携による循環型農業を通じて、肉用牛肥育と酪農経営のコラボによる多角化を实践
 - 生産物販売は2010年から生乳をジェラートに加工・販売、2013年レストラン「牧場ごはんNARABI」を開業、委託によるジャーキー加工するなど自場生産物による6次化の推進
 - 自場産肥育牛は2021年全国肉用牛枝肉共励会で名誉賞に輝く等多くの賞を受賞
- ・ 飼養頭数: 黒毛和牛2,500頭、F1 3,500頭、乳雄肥育牛6,000頭 乳牛成雌50頭
- ・ 耕地面積: 185.9ha(うち自己所有地78.3ha、借地107.6ha)、畑 78.4ha、公共牧場 34ha、その他73.5ha
- ・ 肥育牛出荷 約10,000頭、加工部門 生乳のジェラート加工 100ℓ/日

5

1.4 (株)NAMIKIデーリィファーム)の概要

- ・ 名称(株)NAMIKIデーリィファーム
- ・ 代表者: 代表取締役 金子 吉行
- ・ 農場所在地: 青森県上北郡野辺地町
- ・ 設立: 2016年
- ・ 経営形態: 法人経営による酪農経営
- ・ 従業員: 役員4名、常勤職員 約70名(外国人技能実習生含む)
- ・ 経営の特徴:
 - 酪農部門は、2015年から土地基盤、施設機械の整備による規模拡大
 - ローターリーパーラー、搾乳ロボットなどに加え、パーラー連動のデルプロソフトの導入によるIT化を進展
- ・ 飼養頭数 経産牛 2,000頭
- ・ 年間販売乳量 約15,000 t
販売先は指定団体

6

2.1 農場生産の牛肉の加工・販売

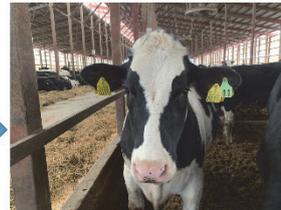
- ・ 八甲田山を望む自然の中で「おいしい水」「きれいな空気」「衛生管理」「オリジナルの飼料」を用いて、ナミキ和牛(黒毛和種)、ナミキ牛(交雑種)、ナミキビーフ(乳用種)の3品種を生産。
- ・ ナミキ和牛は牧場のレストランNARABIでは、和牛ステーキとして提供
- ・ ナミキ牛(交雑種)は、赤身と適度な霜降りバランスが良く、柔らかいのが特徴。BBQに最適。牧場のレストランNARABIでは「ならびご飯」として提供
- ・ ナミキビーフ(乳用種)は、赤身の旨味を感じられるお肉。赤身が特徴なので、最近ではドライエイジングにぴったりなお肉であり、牧場ごはんNARABIの熟成ステーキとして提供



ナミキ和牛



ナミキ牛(交雑種)



ナミキビーフ(乳用種)

7

2.2 農場生産の牛肉の加工・販売

牧場内レストランでの生産牛肉の提供

- ◆ 店内メニューは、ハンバーグとローストビーフ、黒毛和牛ステーキ、熟成ステーキなど、テイクアウトメニューも用意



レストランで提供されるメニューの一部

8

2.3 農場生産の牛肉の加工・販売

オンラインショップによる販売

- ◆ NAMIKI和牛のステーキカット やすき焼きカット、ビーフジャーキーハンバーグ、牛丼などはオンラインショップでも販売



和牛ロースのステーキカット



ビーフジャーキー

- ◆ 牛肉の加工は専門業者に委託



ハンバーグ



牛丼

9

3. 農場生産の生乳の加工・販売

- 酪農部門のホルスタイン種の生乳は生乳として指定団体に出荷、ジャージー種の生乳はジェラートとして加工し、販売している。
- ジャージー牛の濃厚で新鮮な搾りたてのミルクを低温殺菌して、ナミキ独自のジェラートベースをその日に販売する分だけ毎朝手作りしている。
- ジェラートに加工処理する生乳は600kg/日程度
- 生産するジェラートは100ℓ/日程度



ジャージー牛の生乳はジェラート加工

牧場内で販売のジェラート



NAMIKIデリーファームにおけるロータリーパーラーによる搾乳



10

4. 多角化に取り組んだきっかけ

- ・ 七戸町で畜産経営を行っていくうえで、金子ファームが地域住民にとってより良い環境・風景を提供して、住民に畜産経営の魅力を知ってもらうこと
- ・ そのために、家畜ふん尿の臭いもなく、綺麗な牧場風景が見えて、地域住民がくつろぎ、楽しめる場を創設して、牧場産生乳を使ったジェラートの生産・販売、牧場産牛肉をレストランで提供することにより、地域住民への貢献を意図した。
- ・ このため、6次化事業の開始当初は売り上げ目標を設定せず、採算を度外視して取り組んだ。
- ・ 酪農部門は、肉用牛部門への肥育素牛の提供などを狙い、多角化による補完を実現するため、取り組みを開始した。

11

5. 多角化による成果

- ・ ジェラートやレストラン経営による6次化や文化財の修復及び活用などによる牧場イメージ改善で、周辺住民からの苦情などほとんどない
- ・ ジェラート加工・直販による牧場の見える化の実現と消費者の牧場イメージの改善
- ・ 生乳の加工・販売による酪農経営収益向上
- ・ 生産肉用牛は、自社農場におけるレストランでの提供、委託による加工、インターネット販売などにより付加価値を高めた販売により牧場経営収益の向上
- ・ 生産牛肉の品種による違いを店で味わえることによる消費者の牛肉志向の向上
- ・ 多角化による雇用の創出により地域の活性化に寄与
- ・ 経営の多角化により、地域の経済活性化にも貢献

12

6. 多角化により発生した課題

- ・ 生産部門及び加工部門とも優秀な雇用労働力の確保が難しくなっている。
- ・ 規模拡大に伴い、外国産飼料(粗飼料及び濃厚飼料とも)の高騰と量の確保が難しくなっている。

(有)ふなばやし農産の多角化経営の取り組み

採卵鶏及び養豚の多角化による経営の安定

令和4年11月29日

代表取締役 布施 久

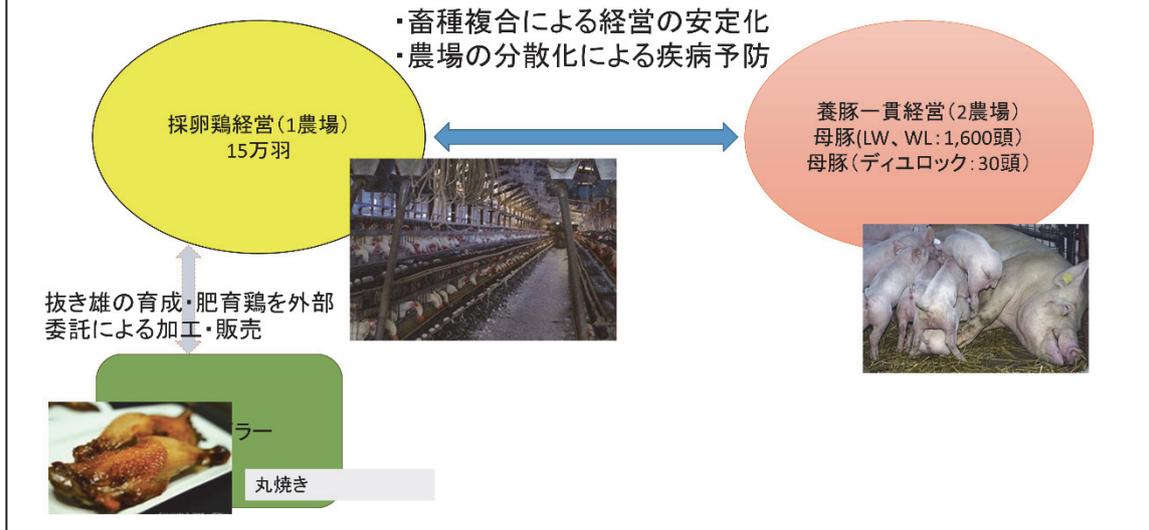
発表の内容

- ・ 1. (有)ふなばやし農産の概要
- ・ 2. 採卵鶏経営
- ・ 3. 養豚経営
- ・ 4. 農場生産の加工・販売
- ・ 5. 多角化の成果
- ・ 6. 多角化の課題

1. (有)ふなばやし農産の概要

- ・ 名称(有)ふなばやし農産
- ・ 代表者:代表取締役 布施 久
- ・ 所在地:青森県十和田市西三番町20-85
- ・ 設立:1969年 採卵養鶏部門設立、1973年養豚部門設立
- ・ 経営形態:法人経営による採卵鶏及び養豚経営
- ・ 従業員:49名
- ・ 経営の特徴:
 - 1969年採卵鶏を中心に生産を始め、1973年より養豚部門に着手し、畜産物価格の変動による収益性の浮き沈みを抑えるため、畜種複合による多角化経営の推進
 - 農場は、十和田市に採卵鶏1農場、養豚2農場と計3ヵ所に分散させ、疾病予防に万全を期す
 - 独自の配合飼料と八甲田の伏流水を与えて、こだわりの鶏卵「奥入瀬雅」を生産し、おいしさと安心をお届け。首都圏のケーキ屋、飲食業者の摸販売
 - 養豚はSPF豚生産農場に指定。ハード及びソフト技術にITを活用して、生産性の高い養豚経営を実現
 - 採卵鶏の抜き雄鶏を育成・肥育して肉用鶏として、委託による加工・販売も手掛け6次化を推進

(有)ふなばやし農産の事業内容



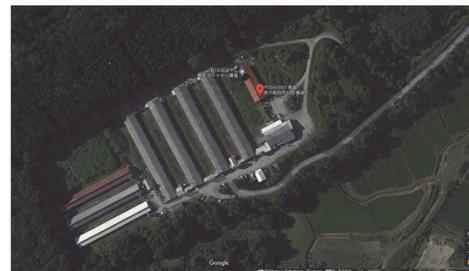
2. 採卵鶏経営

飼養規模: 採卵鶏15万羽

鶏卵出荷量: 年間出荷量2,800 t

経営の特徴:

- 飼料メーカーとの協力により独自の配合と八甲田の伏流水を与えて、こだわりの鶏卵「奥入瀬雅」おいしさと安心をお届け
- こだわりの鶏卵「奥入瀬雅」は、首都圏のケーキ屋、外食産業へも販売



鶏舎の全景



鶏卵販売車

3. 養豚一貫経営

飼養品種: ランドレース、ヨークシャー及びデュロック種

飼養規模: 母豚1,600頭(農場は繁殖部門と肥育部門に分場)

出荷頭数: 年間出荷頭数約36,000頭

経営の特徴:

- 豚種は、LWD種のSPF豚が主体である。繁殖成績の目標は、肉質の関係も出てくるが、LWDで25~26頭/繁殖豚/年を目指している。
- 疾病予防のため、繁殖部門と肥育部門の農場を分離(ツーサイト方式)
- 2017年豚舎施設の環境の自動制御システムとして、離乳舎にスコブ社製の換気システムを導入
- 全農WebPICSを導入し、豚の繁殖、飼養、飼料など社員で情報を共有できる体制にある。
- ハード、ソフトとも生産のIT化を図って繁殖成績、肥育成績の向上を図っている。
- ふん尿は鶏ふんを水分調整材として使用し良質堆肥の生産



肥育豚舎



繁殖豚舎

4. 農場生産物の販売

- ・採卵鶏の抜き雄は、育成・肥育し、委託による加工・販売も手掛け、6次産業化を進めている。
- ・加工処理した鶏肉は、スーパーや道の駅でも販売



加工場と販売店



丸焼き



十和田市道の駅とわたのチラス

5. 多角化の取り組みによる成果

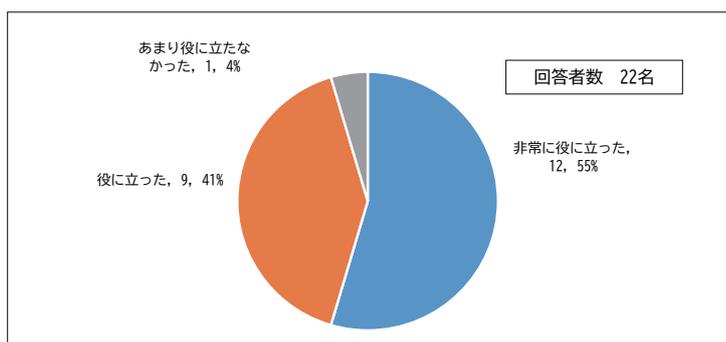
- ・経営の多角化による畜産物価格や生産資機材価格の変動に対応した経営の危険分散が実現
- ・多角化による雇用の創出により地域の活性化に寄与
- ・畜産物(採卵鶏の抜き雄育成・肥育)の委託加工・販売も手掛け、鶏肉ニースや地域の経済活性化にも貢献
- ・豚の飼養管理にIT機器を導入し、省力化を図り、生産性が向上
- ・農場の分散や畜種の特성에応じた消毒の励行により、共通の消毒液や機器の有効利用が図られている。
- ・共通の消毒薬や作業機械の共同利用及び鶏ふんを養豚のふん尿の水分調整材として利用することによるシナジー効果が実現

6. 多角化の課題

- ◆気候変動、戦争などに起因した飼料及び燃料などの資機材の高騰で生産コストが上昇
- ◆雇用労働力の確保が難しい。外国人技能実習生の受け入れもしているが、コロナ禍で安定した確保が困難
- ◆養豚の豚熱、家禽の鳥インフルエンザなど家畜疾病防疫の危機管理が大変
- ◆養鶏施設の老朽化が進み、新たな設備投資が必要
- ◆たい肥の広域流通に向けた取り組みの強化
- ◆中小家畜に対する国の助成が少ない。

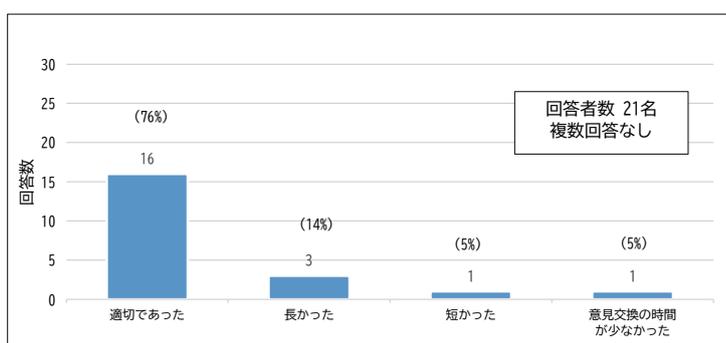
<p>問1 回答者の属性</p>	
<p>回答者の属性は、「畜産経営者」及び「畜産団体等」が 36%、「飼料メーカー」が 14%であった。「その他」の 14%の内訳は、「金融機関」(2 回答)、「飼料販売会社」(1 回答)であった。</p>	<p>回答者の属性は、「畜産経営者」及び「畜産団体等」が 36%、「飼料メーカー」が 14%であった。「その他」の 14%の内訳は、「金融機関」(2 回答)、「飼料販売会社」(1 回答)であった。</p>
<p>問2 畜産経営の「畜種」</p>	
<p>前問で、「畜産経営者」と回答した者の「畜種」については、「養鶏(採卵鶏)」が 63%と多く、次いで「肉用牛」が 38%、「養豚」が 25%、「酪農」が 13%と続く。畜種複合の経営体は、「養豚」・「養鶏(採卵鶏)」が 2 経営体、「酪農」・「肉用牛」が 1 経営体であった。</p>	<p>前問で、「畜産経営者」と回答した者の「畜種」については、「養鶏(採卵鶏)」が 63%と多く、次いで「肉用牛」が 38%、「養豚」が 25%、「酪農」が 13%と続く。畜種複合の経営体は、「養豚」・「養鶏(採卵鶏)」が 2 経営体、「酪農」・「肉用牛」が 1 経営体であった。</p>
<p>問3 「畜産の多角化経営が成功するためのポイントとは」への関心度合い</p>	
<p>ワークショップのテーマである「畜産の多角化経営が成功するためのポイントとは」への関心度合いは、「大いに興味がある」が 59%、「関心がある」が 36%で多くの回答者の関心が高かった。逆に、「あまり関心がない」が 1名(5%)いた。</p>	<p>ワークショップのテーマである「畜産の多角化経営が成功するためのポイントとは」への関心度合いは、「大いに興味がある」が 59%、「関心がある」が 36%で多くの回答者の関心が高かった。逆に、「あまり関心がない」が 1名(5%)いた。</p>

問4 本日のワークショップは役に立ったか



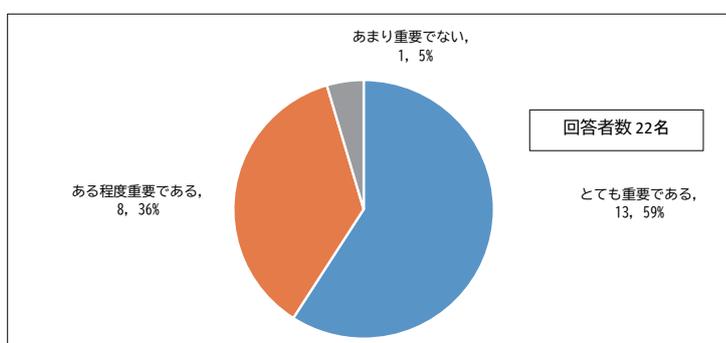
ワークショップが役に立ったかについては、「非常に役に立った」が55%、「役に立った」が41%と、多くの回答者が肯定的な回答をしている。逆に、「あまり役に立たなかった」が1名(4%)いた。

問5 時間配分について



時間配分については、「適切であった」が76%であった。そのほか、「長かった」が14%、「短かった」が5%、「意見交換の時間が少なかった」が5%であった。

問6 「多角化による畜産経営強化調査事業」は重要と考えるか



「多角化による畜産経営強化調査事業」は重要と考えるかという問に対しては、「とても重要である」が59%、「ある程度重要である」が36%と、多くの回答者が肯定的な回答をしている。逆に、「あまり重要でない」が1名(5%)いた。

問7（自由意見）

- ・米田さんの報告より:後継者の存在、plan をどのように持っているかということ。
- ・人手と人材(飼養技術)
- ・人材育成と訓練の強化。可能であれば一社でなくグループとして協同経営する。自分の商品を一番だと思って付加価値を高めること。
- ・とても勉強になる話を聞いた。今後の参考にさせてもらいたい。
- ・第二部では多くの質問が出されて、多角的な視点から意見をお聞きすることができてよかった。

「アンケート調査」にご協力をお願いします



このアンケートは、全日畜が取組んでおります「多角化による畜産経営強化調査事業」のために活用させていただきます。本日の全日畜ワークショップ「畜産の多角化経営が成功するためのポイントとは（十和田会場）」についてご感想等をお聞かせください。

問1 どちらからの参加ですか。以下のいずれかに「○」印を記入してください。

- (1) 畜産経営者 (2) 飼料メーカー (3) 畜産団体等 (4) 行政機関
 (5) 農業大学校等 (6) 施設機械メーカー
 (7) その他（具体的に： _____）

問2 問1で、(1)畜産経営者と回答した人にお聞きします。あなたの畜産経営の「畜種」は何ですか。以下のいずれかに「○」印を記入してください。（複数回答可）

1. 酪農
 2. 肉用牛
 3. 養豚
 4. 養鶏（採卵鶏）
 5. 養鶏（ブロイラー）
 6. その他（具体的に： _____）

問3 本日のテーマ「畜産の多角化経営が成功するためのポイントとは」の「関心度合い」についてお聞きします。

1. 大いに関心がある
 2. 関心がある
 3. あまり関心がない
 4. 全く関心がない
 5. その他（具体的に： _____）

問4 本日のワークショップは役に立ちましたか。

1. 非常に役に立った
 2. 役に立った
 3. あまり役に立たなかった
 4. 全く役に立たなかった
 5. 分からない
 6. その他（具体的に： _____）

裏面も記入をお願いします。

問5 ワークショップの時間配分等はいかがでしたか。(複数回答可)

1. 適切であった
2. 長かった
3. 短かった
4. 意見交換の時間が少なかった
5. その他(具体的に: _____)

問6 多角化による畜産経営強化調査事業(目的: 畜産経営の多角化のメリット・デメリットを考え、今後の多角化取組成功のための指標を示す)は、これからの畜産経営において重要とお考えですか。

1. とても重要である
2. ある程度重要である
3. あまり重要ではない
4. 全く重要ではない
5. 分からない

問7 本日のワークショップのテーマ「畜産の多角化経営が成功するためのポイントとは」について、ご意見等を自由にお書きください。

(自由意見欄)

ご協力、ありがとうございました。

◎ 報道記事

東奥日報 2022年(令和4年)11月30日(水曜日)

畜産多角化 成功するには？

十和田で全日畜
取り組みを紹介

全日本畜産経営者協会（全日畜、金子春雄理事長）は29日、十和田市のサン・ロイヤルとわだで、畜産の多角化経営をテーマにワークショップを開いた。県内事業者の事例報告を基に参加者が意見交換し、成功のポイントを探った。

ワークショップは、全日畜が本年度から2カ年計画で進めている畜産経営強化調査事業の一環。9月の千葉県を皮切りに全国で5回開き、事例収集や分析などを行う指針にまとめる。この日は全日畜関係者や県内の畜産業者ら30人が参加。事例報告では、経営アドバイザーとしてNPO法人フラットフォームあおも



畜産経営の多角化について意見交換したワークショップ

り（青森）の米田大吉理事長、経営者として坂本養鶏（蓬田）の坂本佐祐代表取締役、金子ファーム（七戸）

の金子春雄取締役会長、ふなばやし農産（十和田）の布施久代表取締役が取り組みを紹介した。4人はそれぞれ「多角化は結果であり目的でない」「国内向け、輸出向け双方の鶏卵生産を行うことによりリスクを補完できた」「牛肉・生乳の生産、加工部門とも優秀な雇用労働力の確保が困難になっている」「豚熱や鳥インフルなど防疫の危機管理が大変」などと、多角化経営の成果や課題などを挙げた。（館花光秀）

陸奥湾の水温 (29日午前9時)

場所/水深	-1m	-15m	-30m	底層
平館沖	15.4	15.4	15.5	15.4
青森市久栗坂沖	14.7	14.7	14.7	14.7
東湾中央	14.2	14.2	14.2	14.2
平内町茂浦地先 (海面水温)	12.4(平年差+1.4)			

デイリー東北 2022年(令和4年)12月23日(金曜日)

畜産の多角化経営学ぶ 全日本協会が
ワークショップ



畜産の多角化経営について意見を
交わしたワークショップ

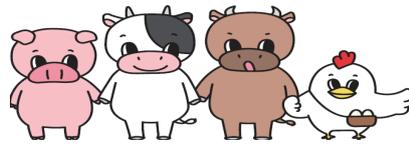
全日本畜産経営者協会（金子春雄理事長）は、このほど、畜産の多角化経営についてのワークショップを十和田市のサンロイヤルとわだで開いた。

十和田

青森県内の生産者や飼料メーカーなどの関係者30人が参加し、実際の事例を踏まえながら、経営多角化に向けたポイントを学んだ。

第1部では、既に多角経営を実践している畜産関係者らゲストが、課題やメリットなどを語った。NPO法人フラットフォームあおもりの米田大吉理事長は「多角化経営は『目的』ではなく『結果』だ」と強調し、本業とのバランスや継続していくための体制づくりが必要と話した。

第2部では、参加者からゲストに対し、販売口を減らす工夫や人材確保、育成についての質問が上がった。（向屋敷明）



「全日畜」は畜種横断の畜産経営者の団体です



全日畜HP <http://www.alpa.or.jp>
全日畜HP <http://www.alpa.or.jp>
全日畜HP <http://www.alpa.or.jp>
全日畜HP <http://www.alpa.or.jp>