

全日畜 多角化シンポジウム
「畜産の多角化経営が成功するためのポイント」

シンポジウム 資料

開催日 **令和6年1月30日（火）**
 （13：00～16：00）

会場 **機械振興会館（6階 6-66会議室）**
 （東京都港区芝公園3-5-8）

全 日 畜

（一般社団法人 全日本畜産経営者協会）

(目 次)

1 全日畜 多角化シンポジウムのご案内	1
2 事業実施概要	3
3 事例紹介 ①	6
演題	地域の飼料用米を活用したブランド 「やまがた最上どり」の確立に向けて
講師	農業生産法人 株式会社 アイオイ 代表取締役 五十嵐 忠一 氏
4 事例紹介 ②	20
演題	6次化への挑戦 消費者と農業者の架け橋となって
講師	株式会社 須藤牧場 監査役 須藤 陽子 氏
5 事例紹介 ③	30
演題	養豚と和牛生産と食肉加工・販売を手掛ける多角化経営
講師	有限会社 鹿野ファーム 代表取締役 隅 明憲 氏
6 事例紹介 ④	46
演題	つながりが新しい価値を生む畜産業のヒント
講師	NPO法人 プラットフォームあおもり 理事長 米田 大吉 氏
7 成果紹介 ⑤	54
演題	「畜産経営の多角指針」案について
講師	一般社団法人全日本畜産経営者協会 専門員（環境学博士） 松原 英治 氏

[令和5年度 JRA事業]

全日畜 多角化シンポジウム

「畜産の多角化経営が成功するためのポイント」

【ご挨拶】

私たち畜種横断の畜産生産者の団体である一般社団法人全日本畜産経営者協会（通称「全日畜」）は、日本中央競馬会（JRA）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」を令和4年度から令和5年度の2年間をかけて実施しております。

この調査事業は、6次産業化をはじめとした多角化経営を成功させるためのノウハウ、失敗しないための留意事項などを「指針」として作成し、多角化経営に進出する場合の失敗を避けるとともに、健全な経営の多角化を推進しようとするものです。

全日畜では、この事業一環として、全日畜「多角化シンポジウム」を開催し、事業で得られた成果を普及し畜産生産者の経営安定等の一助としたいと望んでおります。

つきましては、開催のご案内いたしますとともに、皆様のご参加をお待ちしております。

【全日畜シンポジウムの概要】

- 1 開催日 令和6年1月30日（火）
- 2 会場 機械振興会館 6階 6-66会議室
〒105-0011 東京都港区芝公園3-5-8
TEL 03-3434-8216～7
- 3 プログラム

開 会		13:00
第一部	事例発表会	13:15～14:30
	（休憩）	
第二部	意見交換会	14:45～15:45
閉 会		16:00
- 4 モデレーターの紹介



一般社団法人
全日本配合飼料価格畜産安定基金

常務理事 引地和明 氏

第一部 「事例紹介」の講師のご紹介



五十嵐 忠一 氏

演題 ～地域の飼料用米を活用したブランド
「やまがた最上どり」の確立に向けて～

講師 農業生産法人 株式会社 アイオイ
代表取締役 **五十嵐 忠一 氏**

概要 山形県最上郡鮭川村で、プロイラー生産から、「やまがた最上どり」のブランド確立を目指し、食品加工施設を整備して、本格的に鶏肉の加工販売の6次化に取り組む。やきとり・からあげの直営店経営、県内の道の駅や産直施設で加工品の販売、さらには、鶏ふん焼却灰による特殊肥料の生産・販売を行い、その鶏糞肥料を使った米を餌にする「循環型農業」を県内外の耕種農家と一体となって推進する多角化経営を行っている。



須藤 陽子 氏

演題 6次化への挑戦
消費者と農業者の架け橋となって

講師 株式会社 須藤牧場
監査役 **須藤 陽子 氏**

概要 千葉県館山市で昭和初期、牛を農耕用に飼養し始め、最大180頭まで規模拡大したが、現在は、ふん尿処理、飼料確保ができる110頭をフリーストールで飼養する。家族経営で、約25年前から酪農の多面的機能を活かすため、酪農教育ファームの活動に取り組むとともに、約15年前から直接消費者の反応がわかるように、牛乳、アイスクリームなどの加工製造販売等を行うなど多角化に取り組み、酪農業の価値を高めている。



隅 明憲 氏

演題 養豚と和牛生産と食肉加工・販売を手掛ける多角化経営

講師 有限会社 鹿野ファーム
代表取締役 **隅 明憲 氏**

概要 昭和57年に資金0から数人の仲間が資金を持ち寄り養豚を開始。現在繁殖豚2,000頭を飼養している。その後、自ら販売価格を決定したいと卸売りに参入し、平成26年に売りにくい部位の加工を目的に、本社・直営農場の近傍にハム加工・総菜工場を新規設立し、山口県内に広くハム・ソーセージなどの加工品を販売している。平成3年から肉用牛部門も開始して多角化に取り組んでいる。



米田 大吉 氏

演題 つながりが新しい価値を生む畜産業のヒント

講師 NPO法人 プラットフォームあおもり
理事長 **米田 大吉 氏**

概要 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材が、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おり、青森県七戸町の金子ファームの6次産業化のプランナーを担当し、その後も多くのアドバイスをを行っている。このような事例を始め他産業を含めた数多くの事例から、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の知見を所有している。



松原 英治 氏

演題 「畜産経営の多角化指針」案について

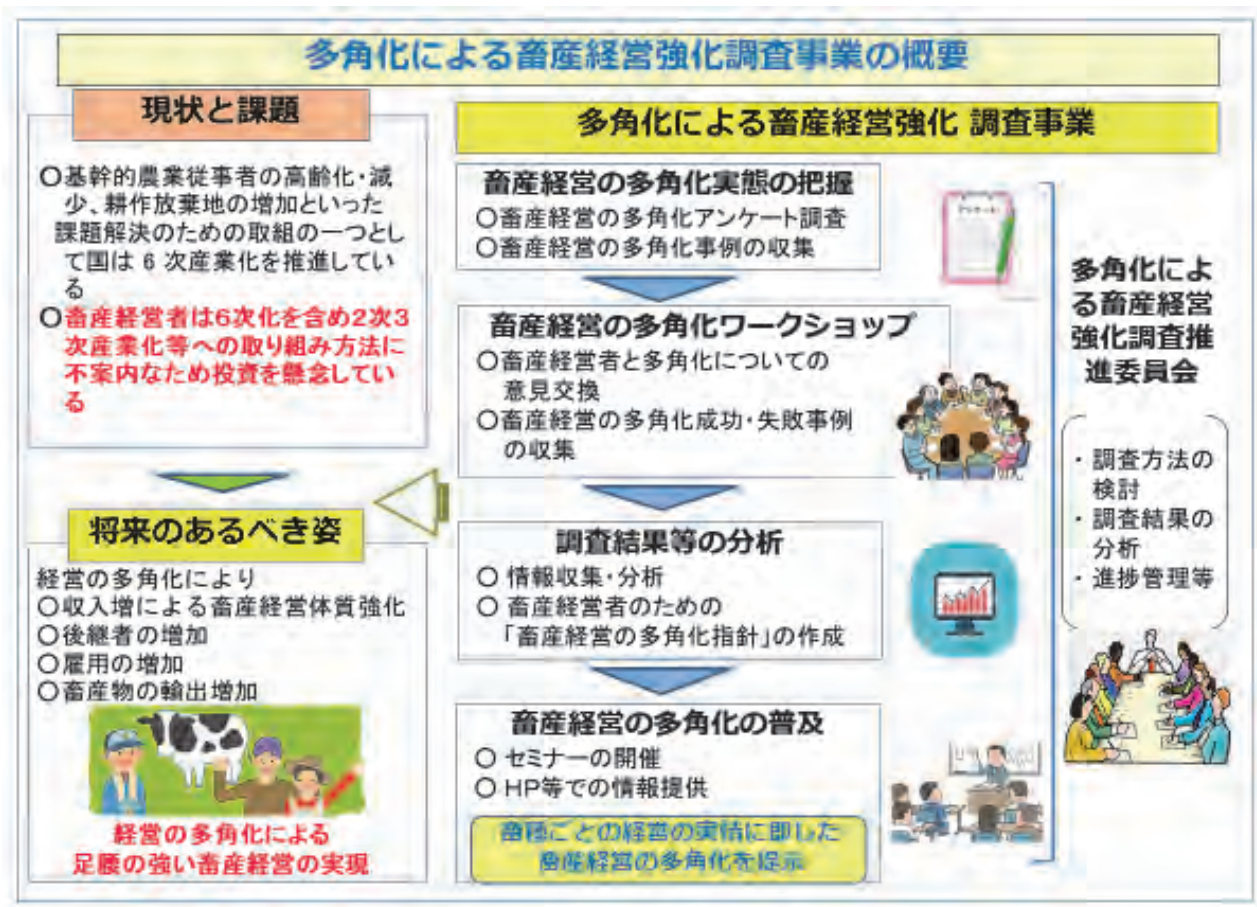
講師 一般社団法人 全日本畜産経営者協会
専門員（環境学博士） **松原 英治 氏**

概要 過去2年間のワークショップ等での取り組み事例等から、畜産経営の多角化に取り組むに当たって、計画、実行、評価の段階ごとに、やるべきこと、やってはいけないことなどの経営原則を示し、注意すべき点等をまとめた「畜産経営の多角化指針」案について報告します。

多角化による畜産経営強化調査事業の概要

1. 事業の目的

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する。



2. 畜産経営の多角化に係る実態調査・普及事業

(1) 畜産経営の多角化にかかる実態調査(アンケート調査)

令和4年9月～11月にアンケート調査手法による実態調査を行った。

配布対象: 全国の5畜種(乳牛、肉用牛、豚、採卵鶏、肉用鶏)の経営体

配布件数: 500件

回収件数: 372件 (酪農 94、肉用牛 82、養豚 77、採卵鶏 69、肉用鶏 22、酪農・肉用牛 20、養豚・採卵鶏 2、酪農・養豚 1、肉用牛・養豚 1、肉用牛・採卵鶏・肉鶏 1、肉用牛・採卵鶏 1、養豚・肉鶏 1、肉鶏・採卵鶏 1)

(2) 畜産経営の多角化にかかるワークショップの開催

地域ブロックで、5種の畜産経営者が参加するワークショップを開催し、畜産経営の多角化にかかる体験・課題等について意見交換を行った。

(関東ブロック) 開催地: 千葉県千葉市で令和4年9月8日に開催

参加者: 35名(生産者6名、行政6名、飼料メーカー等5名、ほか金融機関、畜産関係団体、消費者団体、報道関係等)

事例発表者: 千葉県農林水産部(行政)、(株)花園たまや(採卵鶏)、
(株)須藤牧場(酪農)(株)サンライズファーム(養豚)
東都生活協同組合(消費者)

(東北ブロック) 開催地: 青森県十和田市で令和4年11月29日に開催

参加者: 34名(生産者16名、飼料メーカー等4名、ほか畜産関係団体、金融機関
報道関係等)

事例発表者: NPO 法人プラットフォームあおもり(NPO)、坂本養鶏(株)(採卵鶏)
(有)金子ファーム(酪農・肉用牛)、(有)ふなばやし農産(養豚・養鶏)

(西日本ブロック) 開催地: 山口県山口市で令和5年2月2日に開催予定

参加者: 27名(生産者4名、行政6名、飼料メーカー等3名ほか畜産関係団体、
金融機関、報道関係等)

事例発表者: 中国四国農政局(行政)、(有)船方総合農場(酪農)、
(有)萩見蘭牧場(肉用牛)、(有)鹿野ファーム(養豚)
(株)久保アグリファーム(酪農)、(一社)広島県配合飼料価格安定
基金協会(団体)

(九州ブロック) 開催地: 熊本県熊本市で令和5年10月30日に開催

参加者: 23名(生産者4名、飼料メーカー等1名、ほか畜産関係団体等)

事例発表者: (有)那須ファーム(採卵鶏)、(株)カミチクファーム(酪農・肉用牛)
(有)ふくどめ小牧場(養豚)

(北海道ブロック) 開催地: 北海道帯広市で令和5年11月21日に開催

参加者: 30名(生産者4名、行政5名、飼料メーカー等8名、ほか畜産関係団
体、報道関係等)

事例発表者: ありがとう牧場(酪農)、(有)十勝しんむら牧場(酪農)、
十勝くわばら牧場(酪農)、北海道農政事務所(行政)

(3) 畜産経営の多角化にかかるシンポジウムの開催

アンケート調査の分析結果、ワークショップで出された事例、現地調査事例等の成果等を踏まえて、「畜産の多角化経営が成功するためのポイント」をテーマにシンポジウムを開催し、多角化についての普及啓発を行う。

(4) 畜産経営の多角化指針の作成

実態調査、ワークショップ等の結果を取りまとめて、畜産経営の多角化に関する情報やノウハウを記載した畜産経営者のための「畜産経営の多角化指針」及び事業成果報告書を作成する。

ゼロから創めて40年、10億円肉用鶏への挑戦 ～地域の飼料用米を活用したブランド 「やまがた最上どり」の確立に向けて～



No. 1

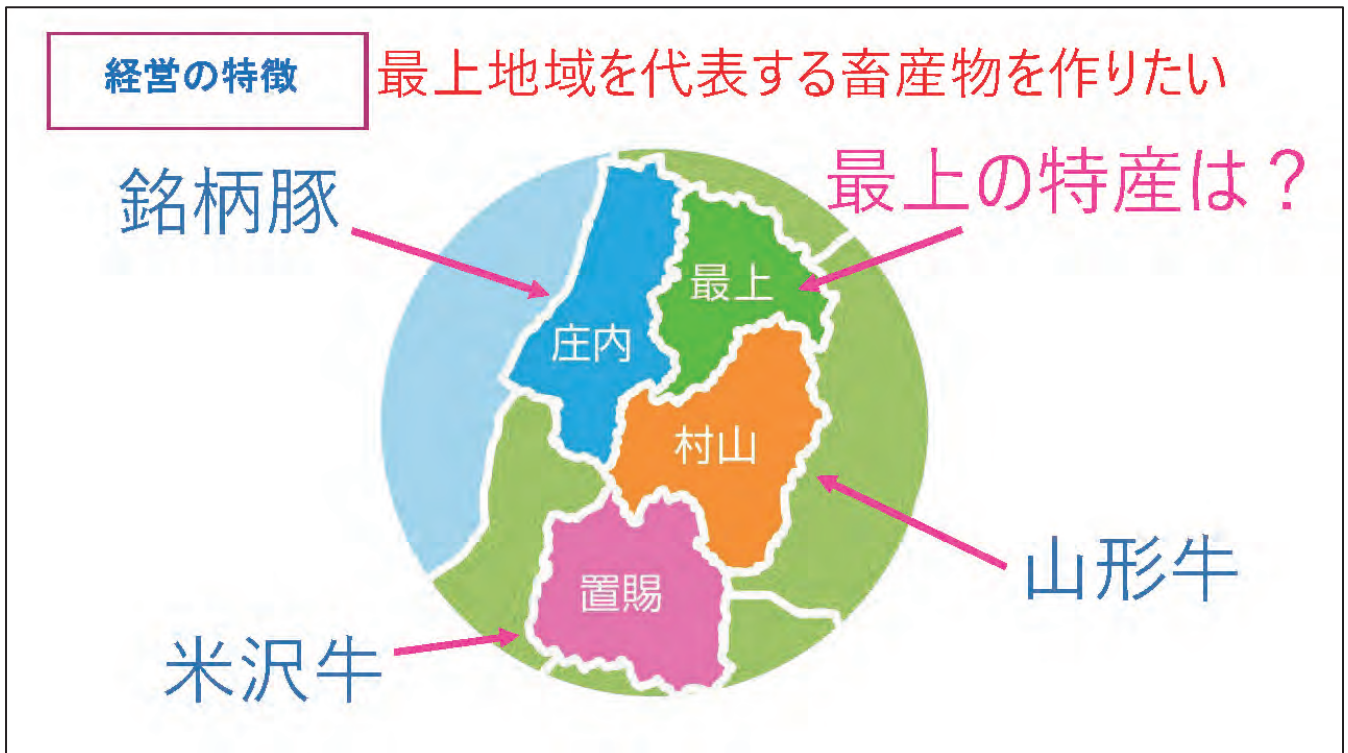
経営・活動の推移

昭和49年	農業高校卒業後、水稲4haの専業農家(冬季出稼ぎ)に就農	
昭和54年	融資により 観音寺ファーム(ウインドレス鶏舎4棟) を建設し、肉用鶏経営を開始	24千羽
平成18年	「農業生産法人株式会社アイオイ」 を設立 五十嵐氏が代表取締役に就任	
平成19年	融資により 鶴ヶ平ファーム(ウインドレス鶏舎4棟) を新設し、規模拡大	60千羽
平成24年	飼料用米を試験的に利用開始	
平成27年	県単事業により 三ノ平ファーム(ウインドレス鶏舎4棟) を新設し、規模拡大	132千羽
平成28年	国の畜産クラスター事業で飼料用米倉庫を建設(2棟) 鮭川村肉用鶏飼料用米生産利用拡大協議会を設立し、飼料用米の本格的な利用開始	
平成30年	プロイラーで全国初の農場HACCP認証を取得	
平成31年	食品加工(製造委託)販売開始 (カルパス、スモークチキン)	
令和元年	畜産クラスター事業で 新鶴ヶ平ファーム(ウインドレス鶏舎10棟) を新設し、規模拡大	290千羽
令和2年	食品加工施設 を整備し、本格的に6次産業化開始	
令和3年	「直営店「やきとり・からあげ 米っこ最上1号店(鮭川村)」 をオープン、キッチンカーを1台導入 飼料用米を45戸・5団体・6農協の協力を得て、4,031トン確保	
令和4年	「やまがた最上どり」 を商標登録、3週齢以降飼料用米を50%給与し、全羽数に給与達成 鶴ヶ平ファームに飼料用米低温倉庫を整備 JGAP認証を取得 「直営店「やきとり・からあげ 米っこ最上2号店(酒田市)」 オープン	

No. 2

経営・技術の特徴		肉用鶏（ブロイラー）に込めた思い		
思い	地域を代表する畜産物をつくりたい	美味しいブロイラーを生産したい	地域と共に発展し、持続できる経営	
課題	<ul style="list-style-type: none"> 計画的な規模拡大 銘柄肉用鶏の開発 感染症リスク 	<ul style="list-style-type: none"> インテグレーション 飼育技術・好環境 食味向上 	<ul style="list-style-type: none"> 畜産環境の保全 地域への貢献 雇用の確保 	
対応策	<ul style="list-style-type: none"> 法人化 飼料用米の活用 ファームの3拠点化 	<ul style="list-style-type: none"> 経営システムの転 農場HACCP・JGAP 飼料用米等による食味改善 	<ul style="list-style-type: none"> 環境に優しい経営 地域貢献できる取組 働きやすい職場づくり 	

No. 3



No. 4

経営・技術の特徴

最上地域の肉用鶏産地化を目指して

地域を代表する畜産物を作りたい

資金調達

雇用の確保

法人化のきっかけ

農地取得

六次産業化

平成18年

農業生産法人株式会社
アイオイ設立

NOI アイオイ
AIOI
最上の食の安全をめざします

地域とともに
「肉用鶏」の産地を作り
NO1を目指したい！！

No. 5

経営・技術の特徴

計画的に規模拡大～10億円農業を目指して



平成19年
鶴ヶ平ファーム
60千羽

昭和54年
観音寺ファーム 24千羽

平成27年
三ノ平ファーム
132千羽

平成29年
三ノ平ファーム増棟
150千羽

令和元年
新鶴ヶ平ファーム
290千羽

年間約1,700千羽出荷
山形県内で最大
東北でトップクラス規模へ

No. 6

経営・技術の特徴

生産性の高い経営～全国トップクラスの技術レベルを実現～

	項目	数値
経営概要	労働力員数 （畜産・2,000h換算）	2.4人 30.5人
	家族・構成員	
	雇用・従業員	
	肉用鶏平均飼養羽数	289,397羽
	肉用鶏年間餌付羽数	1,715,650羽
収益性	肉用鶏年間出荷羽数	1,685,195羽
	所得率	9.0%
生産性	肉用鶏100羽当たり生産費用	42,140円
	出荷回転率	6.0回
	平均飼養日数	49.2日
	平均休室日数	10.8日
	平均出荷日齢	49.2日
	肉用鶏出荷100羽当たり出荷時体重	299.8kg
	肉用鶏出荷100羽当たり年間鶏肉生産量	149.9kg
	育成率	98.2%
	飼料要求率	1.77
	生体1kg当たり販売価格	179.7円
	鶏舎1㎡当たり年間出荷羽数	110.4羽
	肉用鶏出荷100羽当たり投下労働時間	1.60時間

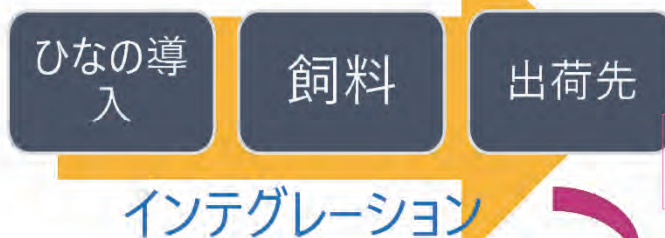
No. 7

経営・技術の特徴

美味しいブロイラーを生産したい

～地域資源を活用した鶏肉生産への転換～

平成27年までの経営システム



自由な生産方式が
選択できない



経営努力が反映
されにくい

転換！！

地域資源である

「飼料用米」を活用した経営システム

No. 8

経営・技術の特徴

耕畜連携による飼料用米の確保
～畜産クラスター協議会の設立で安定確保～

鮭川村肉用鶏飼料用米生産利用拡大協議会



No. 9

経営・技術の特徴

飼料用米の安定確保

～県外農協との協力構築で飼料用米の更なる拡大～

年次	H28 (実績)	H29 (実績)	H30 (実績)	R1 (実績)	R2 (実績)	R3 (実績)	R4 (計画)
農家 団体 農協数	10戸	20戸	36戸 3団体	32戸 3団体	34戸 3団体 5農協	45戸 5団体 6農協	50戸 5団体 6農協
面積※	39ha	56ha	83ha	84ha	307 ha	722 ha	800 ha
※推奨生産量	235t	336t	499t	505t	1,7 29t	4,0 31t	4,5 00t

飼料用米の利用拡大
実現

3週齢以降50%給与

No. 10

経営・技術の特徴

飼料用米の混合技術

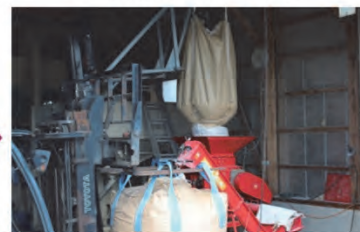
飼料用米倉庫からの運搬



飼料用米の粗摺り



飼料用米の粉碎



配合飼料が入ったバルク車へ



バルク車で混合



飼料用米混合飼料をタンクへ投入



No. 11

経営・技術の特徴

飼料コストの削減～飼料高騰対策～

飼料用米等による飼料コスト削減効果

		H30	R元	R 2	R3	R4(実施中)	R5(計画)
配合飼料のみ	飼料価格	100	100	100	100	100※	100※
	ME量	100	100	100	100	100	100
飼料用米	価格	93.3	96.9	93.9	80.8	64.1	58.3
	自給率	10.9	5.1	12.7	29.0	41.2	48.8
	ME自給率	11.2	5.2	13.0	29.6	41.6	49.3
	混合割合	3週齢以降 20.7%	3週齢以降 11.8%	2週齢： 4.0% 3週齢以降 23.2%	3週齢以降 40%	1週齢： 10% 2週齢： 20% 3週齢以降 50%	1週齢： 10% 2週齢： 20% 3週齢以降 60%
ピーナッツ						3週齢以降 2%	3週齢以降 2.5%

※配合飼料価格は、令和4年10月時点の価格

No. 12

経営・技術の特徴

現状のブロイラーより高品質な肉質の改善



鶏糞温水ボイラー
による床暖房



マルチカメラに
よる鶏の監視



飼料用米



ピーナッツ

健やかに育つ飼育環境づくり

- ・ ウィンドレス全自動制御鶏舎
- ・ マルチビデオで鶏の24時間管理
- ・ 鶏糞温水ボイラーの床暖房でアンモニアガスの発生抑制

飼料用米・ピーナッツで肉質向上

- ・ 歯ごたえ・ムネ肉のパサパサ感の改善
- ・ 遊離アミノ酸、グルタミン酸の向上によるコクとうま味の向上

No. 13

経営・技術の特徴

安全・安心な鶏肉生産

高病原性鳥インフルエンザ等の対策



消毒ゲート



自社バルク車

- ・ 消毒ゲート等による消毒の徹底
- ・ 自社バルク車による他農場からの病原菌の侵入防止



農場HACCP認証



JGAP認証

農場HACCP・JGAPの導入

- ・ 飼養衛生管理の徹底
- ・ アニマルウエルフェアや労働安全の遵守

No. 14

経営・技術の特徴

やまがた最上どりの付加価値販売

「やまがた最上どり」のブランド化

- ・商標登録 令和4年1月
- ・認証基準 「3週齢以降に飼料用米を50%以上給与したもの」



No. 15

経営・技術の特徴

6次産業の取組み



むてんかカルパス



やきとりバターチキンカレー



ハーブチキン



自社製舞茸パウダー入り唐揚げ



照焼きチキン



自社製手串打ち焼鳥

「やまがた最上どり」の加工品

No. 16

経営・技術の特徴

直接販売による販売チャンネルの拡大



食品加工施設



キッチンカー スーパーの販売コーナー



直営店 1号店 (鮭川村)



直営店 2号店 (酒田市)



No. 17

経営・技術の特徴

地域と共に発展、持続できる経営

畜産のイメージアップ活動 ～畜産に見えないような畜産業～



施設の大鉢花等の飾り

No. 18

技術の特徴

臭気対策

床暖房で鶏糞を乾燥させ臭気を低減

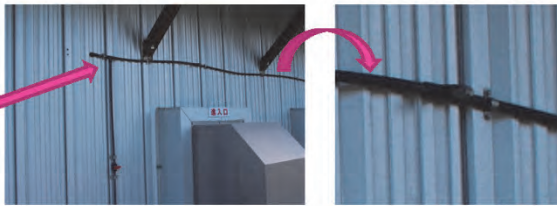


鶏糞の焼却により臭気を抑制



鶏糞の燃焼状況

換気扇にマスキング剤の入った液を散布する細霧スプレーを設置（万が一の臭気対応装置）



No. 19

経営・技術の特徴

焼却灰の肥料化～循環型農業の実践～



焼却灰肥料を袋詰め



P.K.マグアッシュ 無臭
天然有機リン酸、カリ肥料100%
0-26-16
 ●品質を高品質焼却した灰ですので臭い匂いほとんどしません。
 ●天然の豊富なリン酸、カリ、亜土、カルシウム、ケイ酸を含んでいます。
 ●高層肥料として鉄分、マンガン、ホウ素などが含まれています。
 高い肥料効果、根張り植物成長促進、果実肥大、糖度増、活力増進
 アルカリ性 (pH2.5)なので酸性土壌を中和(土壌改良材)、地力向上に

施肥方法

用 途	単 位	量	備 考
水 稲	3-4畝 (45-60a)	2袋 (30kg)	
ハ ン ズ 稲 植	5-7畝 (75-105a)	3-4袋 (45-60kg)	
一 年 草 菜	4-6畝 (60-90a)	3-4袋 (45-60kg)	
イ ち じ 類	5-7畝 (75-105a)	—	
菓 樹	5-7畝 (75-105a)	4-5袋 (60-75kg)	
—	4-6畝 (60-75a)	3-4袋 (45-60kg)	
—	3-4畝 (45-60a)	—	

【特徴肥料】 成分表

成分	含有率 (%)
P ₂ O ₅ (リン酸)	26
K ₂ O (カリ)	16
MgO (亜土)	3
CaO (カルシウム)	21
SiO ₂ (ケイ酸)	0.6%

農業生産法人 ㈱アイオイ



P.K. マグ (粒状)



P.K. マグアッシュ (粉状)

No. 20

経営・技術の特徴

持続可能な取組 ～SDGsの取組み～

開発目標 9項目の実施



開発目標	畜産に関連する項目	アイオイにおける取組み
目標1 (貧困)	ICT等の技術導入による生産性の向上や6次産業による生産者の所得向上と雇用の創出	・コンピューター制御の全自動のウインドレス鶏舎とモニター監視等による省力化による生産性の向上と6次産業化により50人を雇用し、令和4年に80人の計画で雇用創出に取組んでいる。
目標2 (飢餓)	・食料自給率の向上、栄養改善の実現	・テーブルミートである鶏肉生産を計画的に拡大し、地域で生産された飼料用米等を利用して、栄養のある高品質な鶏肉の安定的な生産・供給と食料自給率に貢献。
目標3 (健康)	・健康・長寿の基となる高品質な産物の継続的に安定供給	・鶏肉の高品質・安定生産と安定供給を図るため、地域の飼料用米等の利用による飼料自給率の向上と飼料用米やハーブ入りの配合飼料の利用、ピーナッツの利用の検討を行い、歯ごたえがあり、臭みがなく、遊離アミノ酸が多く、コクとうま味のある高品質で栄養のある鶏肉の安定的な生産・供給を行っている。
目標5 (ジェンダー)	・より一層の女性の活躍できる環境づくり	・成長過程にある会社のため、毎年、施設整備等が続いており、女性社員は、補助事業、ネット販売を含め販売先との調整、加工品開発など事業拡大を支えている。 ・女性従業員が多い、事務及び加工部門では標準勤務時間8時間を7.5時間とし、パートでは希望に応じて2.5～7.5時間から選択できるようにし、女性の働きやすい環境づくりをしている。
目標6 (水・衛生)	・糞尿及び汚水の適切な処理	・鶏糞は温水ボイラーの原料として焼却し、残った灰はリン酸・カリ肥料として飼料用米生産農家に利用してもらって循環型農業を実践。 ・洗浄水は浄化槽等で処理し、排水している。
目標7 (エネルギー)	・家畜ふん尿を活用したバイオガス生産等によるクリーンエネルギーの推進	・鶏糞は鶏糞温水ボイラーの原料として利用し、重油使用量を約7割節約し、化石燃料の使用量を抑えCO ₂ の発生を削減。 ・照明は全てLED電球を使用するなど、環境負荷の少ない経営を実施。
目標8	・安全かつ生産的で働き	・コンピューター制御の全自動のウインドレス鶏舎とモニター監視等による省力化による生産性

SDGs宣言書

No. 21

働きやすい職場づくり

～肉用鶏出荷100羽当たり労働時間1.6時間を実現～



肉用鶏飼育管理等の労働時間の推移

項目	H30	H31・R元	R2
従業員数 (2,000時間換算) (人)	9.0	14.2	13.5
鶏舎数 (棟)	13	23	23
肉用鶏100羽当たり労働時間 (h)	2.06	1.70	1.60
従業員1人あたり			
管理羽数 (羽)	16,568.3	20,234.9	21,468.6
管理鶏舎数 (棟)	1.44	1.62	1.71
農場HACCP等の認証取得状況	農場HACCP認証		JGAP指導員資格

No. 22

働きやすい職場づくり

～女性の活躍が会社の成長を支える～

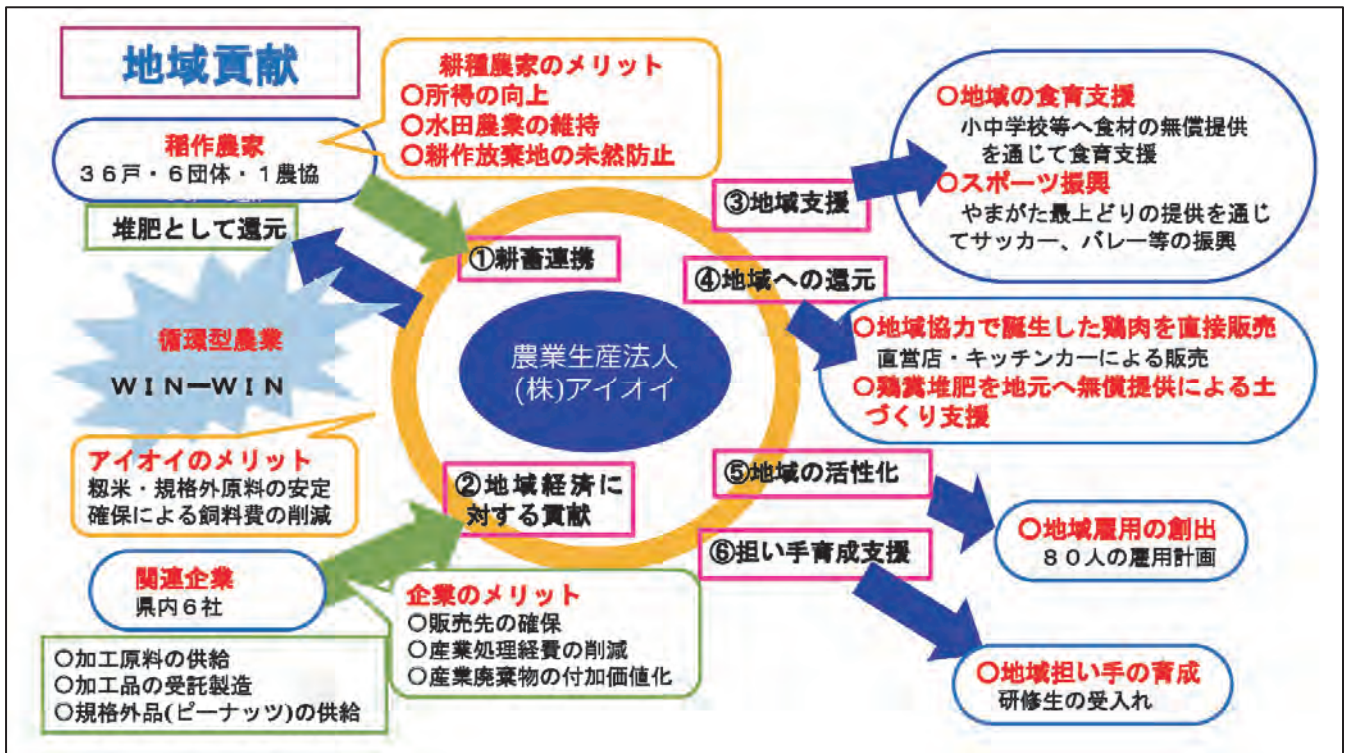


事務及び加工部門の女性社員



地元中学校での食育授業の様子

No. 23



No. 24

最上どりと通常飼料鶏の鶏肉における成分濃度比較

慶應義塾大学 先端生命科学研究所

目的：米主体の飼料で飼育された最上どりは、コーン主体の通常飼料で飼育された鶏肉と比較して、「〇〇で〇〇だ」と味について良い評価をいただいている。しかしながら、これまで通常飼料鶏と最上どりの呈味に関わる成分については比較などを行っていない。今回、通常飼料鶏と最上どりのもも肉、むね肉の成分についてメタボローム解析を実施し、呈味に関わる特徴的な成分の濃度比較を行った。

まとめ

- 最上どりは、もも肉、むね肉ともに味に関係する一部成分が高濃度になっていた。
- うま味に関係する成分は最上どりで1.2~1.4倍高濃度になっていた。
- むね肉ともも肉で飼料による熟成時の特徴の表れ方が異なっていた。
⇒それぞれ異なる熟成期間を置くことでより最上どりの特徴を出すことが可能になるかもしれない。

No. 25

将来の方向性

地域に支えられたブランド「やまがた最上どり」

STEP 3

第3拠点

- ・常時87万羽、出荷510万羽
- ・従業員数 220人
- ・飼料用米・子実用とうもろこしの生産量拡大

STEP 2

第2拠点

- ・常時58万羽、出荷340万羽
- ・従業員数150人
- ・大規模食鳥処理場整備
- ・飼料用米の生産拡大
- ・子実用とうもろこし、規格外大豆の利用開始

STEP 1

第1拠点（現状）

- ・常時29万羽、出荷170万羽
- ・従業員数 80人
- ・人材育成
- ・飼料用米の安定確保

目指すは地域と共に歩む
持続可能な経営

No. 26

鶏魂祭

われわれ人間の食は、大げさに言えば動物、植物の命を頂いていかされていると言っても過言ではありません。

当社は、肉用鶏と言う鶏の命を頂き、貴重な動物タンパク源の供給を社業としてます。

(一九七八年)昭和五十四年五月創業、農業生産法人(株)アイオイを平成一八年六月一四日に設立し、その小さな命に安らかなることを祈り鶏に感謝をし商売繁盛、作業安全、従業員関係者の家内安全を毎年一月一日に最上三十三観音にて祈願しております

No. 27

ご清聴ありがとうございました



No. 28

6次化への挑戦

消費者と農業者の架け橋となって



農業それは
癒しと勇気と健康の源

株式会社須藤牧場 須藤陽子

No. 1

須藤牧場の概要

千葉県

飼養頭数 110頭
(成牛約60頭)

労働力 19名

飼料畑 6ha
(トウモロコシ、ソルゴー)

須藤牧場

No. 2

放牧場カフェ

【Tateyama MilkのCafe Calf Hatch Yohyo】オープン
(令和5年12月13日)



No. 3

多角化を進める上で大事にすべきこと

- ① 第1次産業を究めること
- ② 現場のことをわかりやすく伝えること
- ③ 己のことだけではなく、
地域全体の活性化を考えること
- ④ 唯一無二の価値を見出すこと
- ⑤ 多くの仲間、理解者、賛同者を得ること



No. 4

① 第1次産業を究めること



できるだけ牛にストレスを与えない牛舎で、
健康な牛からおいしい牛乳を搾る



No. 5



No. 6

第15回関東生乳品質改善共励会（関東生乳販売農業協同組合連合会主催）で最優秀賞受賞



No. 7

② 現場のことをわかりやすく伝えること



酪農教育ファームの取組（平成13年～）



No. 8



No. 9



No. 10



No. 11

2冊の絵本を自費出版



母と娘のきずながテーマ



死産に立ち会うことになった
都会の小学生たちの体験のおはなし

No. 12

③ 己のことだけではなく、地域全体の活性化を考えること

NAMA SHAKE SUDO SOKUJO

房総&淡路島 6.1 ▶ 10.31

夏の生シェイク祭り

千葉県館山市須藤牧場の専用アイスを使い
魅力的な飲食店が個性を“生”かした
プレミアムシェイクを
特別開発&限定提供!

Grid of 30 small images showing various milkshake products from different shops, including items like 'Felix', 'Milkshake', 'Cafe', etc.

No. 13

④ 唯一無二の価値を見出すこと

こだわりの牛乳



ジャージー 低温殺菌ノンホモ牛乳

須藤牧場では、日本で稀少な品種“ジャージー牛”のミルクを丁寧に低温殺菌することで大切な栄養そのままに提供いたします。農場、製造、販売、卸し案内それぞれ専門のスタッフがおり、自社一貫体制で取り組んでいます。

卸しお問合せ

購入できる所



2022 1/27 A2ミルクの販売開始



明治神宮奉納牛乳（農林水産大臣賞受賞）
A2ミルク（おなかにやさしいミルク）

No. 14

環境問題への取組（温室効果ガス低減等）

気候変動に配慮した生産の工夫

12 つくす責任
つかう責任



13 気候変動に
具体的な対策を



牛、羊などの反芻動物は、エサを分解・消化する際、CO₂の21倍もの温室効果があるメタンガスを胃の中で発生させ、体外に排出することが知られています。地球温暖化防止が世界的な課題となる中、須藤牧場は、牛が排出するメタンガスを抑制できる情報発信に取り組みます。

牛にアマニ油脂肪酸カルシウムを与えると、メタンガスの発生が抑制されるという研究成果に着目し、飼料を工夫することで気候変動へ配慮した飼育を進めています。まずは飼養している搾乳牛のうち限定したグループへ給与をはじめ、その牛から生産されたミルクを商品化することで、地球温暖化防止策について発信します。

No. 15

⑤ 多くの仲間、理解者、賛同者を得ること



No. 16



No. 17

「生シェイク祭り」で町おこしに貢献



参加店舗一覧

今年は房総・淡路島エリア含め、**91**店舗が参加中！
 さまざまなアレンジシェイクを提供中です！ぜひご賞味ください。

No. 18

劇団須藤牧場の活動



須藤牧場では、酪農の魅力や歴史を伝えるべく牧場で野外劇を上演しています



No. 19

6次化への挑戦 消費者と農業者の架け橋となって



株式会社須藤牧場 須藤陽子

No. 20

安心・安全な商品をお届けするために

【6次産業化への取組】

有限会社鹿野ファーム

鹿野

I gave the dish modern taste with the traditional technique.

人里離れた奥深い山に守られた
鹿野ファーム
飼育から生産までを
行うからこそ、
素材、飼育環境、エサ、
そして味にこだわります。
鹿野高原から食卓へ、
愛情を込めてお届けします。

No. 1

鹿野ファームグループの沿革-1

- 1982年 鹿野ファーム本場 法人設立
- 1983年 施設完成とともに業務開始
- 1984年 ハイポーGP農場認定
- 1987年 三原ファーム設立
- 1989年 食肉加工部門開始(手造りハイポーハム)
- 1989年 コープやまぐち産直開始
- 1989年 JA鹿野堆肥センター稼働
- 1991年 和牛部門開始
- 1994年 畜産物加工施設整備(ハム工房)


Kano Farm Style



No. 2

鹿野ファームグループの沿革-2



- 1996年 県内スーパー産直開始
- 1997年 繁殖牛舎、肥育牛舎等整備
- 2000年 草地造成完了
- 2004年 阿武町阿武分場開設（母豚300頭）
- 2005年 ハム工房ISO9001取得
- 2005年 バイオガスプラント整備
- 2014年 新規惣菜工場完成（6次産業化）
- 2019年 増頭規模拡大（畜産クラスター事業）



Kano Farm Style



No. 3

鹿野ファームグループの施設



No. 4



No. 5

会社概要

- ① 鹿野ファームとは
 - ・農場部門
 - ・ハム工房部門（加工品・販売）
- ② 使命
 - ・鹿野ファームグループとしての使命
- ③ 取組
 - ・地域貢献や環境問題への取組

No. 6

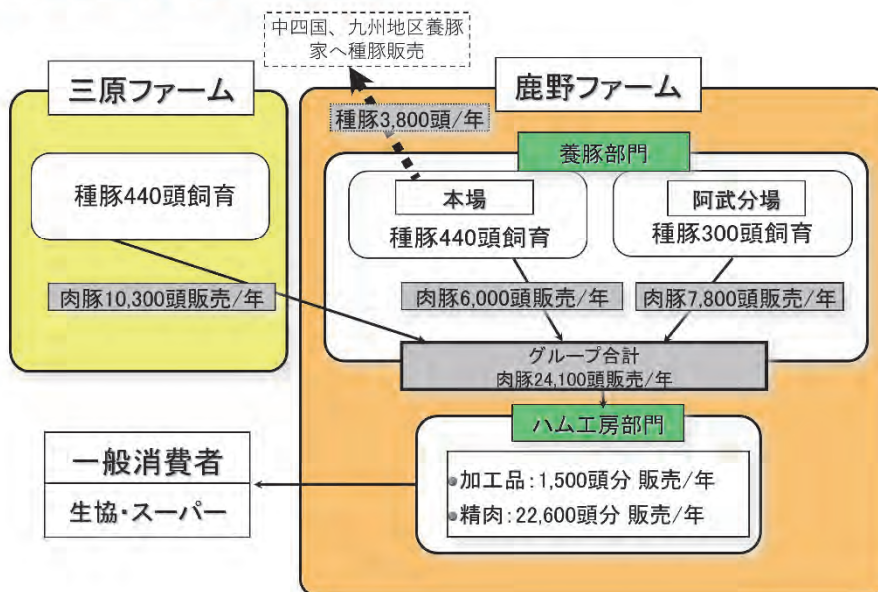
① 鹿野ファームとは
 ～農場部門その①～
 (ハイポー豚) について
 鹿野あじわい豚・鹿野高原豚

グループ農場含め 肉豚を年間約50,000頭出荷

【鹿野本場+阿武農場】 + 【三原ファーム】

増頭規模拡大前

農場単位で繁殖から肥育まで一貫生産



増頭規模拡大後

三原ファームに繁殖を集中したツースイト増産

鹿野ファームの生産・管理体制

鹿野ファームでは、グループ企業である「有限会社三原ファーム」も含め、下記の生産体制でブランド豚「鹿野高原豚」「生協産直豚肉」を年間約4.9万頭生産しています。三原ファームは、農場設備や飼料の選定、オールインオールアウト方式による飼育方法等、全てを鹿野ファーム本社農場と同様に管理し、品質を維持しています。



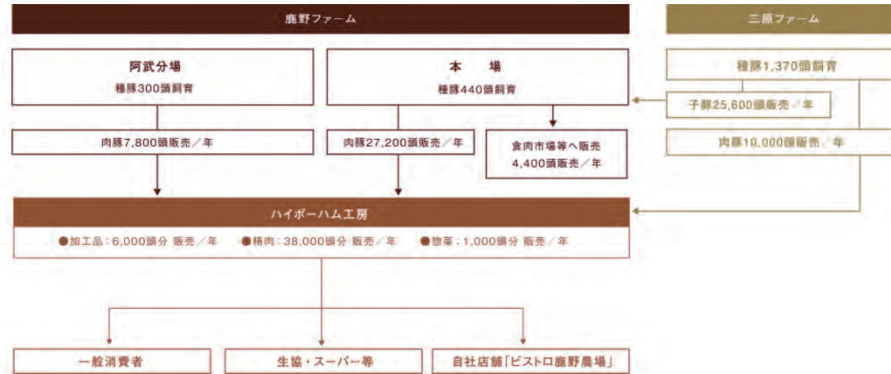
三原ファーム



ハイポーハム工房



鹿野ファーム全景



No. 9

鹿野ファーム	養豚部門	肉豚：39,400頭 販売/年 種豚：4,000頭 販売/年	本場	母豚：440頭飼育 肉豚：31,600頭 販売/年 種豚CD♀：4,000頭 販売/年
			阿武分場	母豚：300頭飼育 肉豚：7,800頭 販売/年
	和牛部門	黒毛和牛50頭 販売/年		
	ハイポーハム工房	加工品：6,000頭分 販売/年 精肉：38,000頭分 販売/年 惣菜：1,000頭分 販売/年		
三原ファーム		母豚：1,370頭飼育 肉豚：10,000頭 販売/年 子豚：25,600頭 販売/年		

No. 10

鹿野ファームグループの 銘柄豚（ハイポー豚）



- 自然豊かな環境で、大切に育てられています
- オランダで造成され、日本国内向けに国内で育種改良された日本人好みで高品質な豚肉。
保湿性が高く、柔らかできめが細やか、適度な脂肪分含む
- 飼料へのこだわり
麦類・国産米を多給 → 風味、旨味、肉色、肉締まり向上
海藻粉末 → 豚の腸内環境を整え健康に育てる
緑茶粉末 → カテキン作用等によりドリップの少ない豚肉に
- 飼養管理
オールインオールアウト方式 → ストレス低減、疾病予防
飼養管理の履歴保管 → 飼養履歴のトレース
専任の獣医師2名、定期的巡回指導



No. 11



飼養管理の履歴保管



- ①オールイン・オールアウト方式
- ②飼料へのこだわり
- ③投薬プログラム

全てを管理&記録
定期的な抗生物質や抗菌剤の残留検査を行い
食の安心・安全を確保

Kano Farm Style



No. 12

① 鹿野ファームとは ～ハム工房部門（加工編）～

本物志向のハム・ソーセージ

農場で生産した豚肉のみを
原料として本格派の
ハム・ソーセージや、惣菜を製造販売
※一部鶏製品も製造（長州鶏）



人里離れた奥深い山に守られた
鹿野ファーム
飼育から生産までを
行うからこそ、
素材、飼育環境、エサ、
そして味にこだわります。
鹿野高原から食卓へ。
愛情を込めてお届けします。



No. 13

本物志向の ハム・ソーセージ

手間暇かけて製造
余分な物は使用しない
樫の木のチップを使用しスモーク

肉本来の旨味をご堪能ください。



No. 14

① 鹿野ファームとは ～ハム工房部門（販売編）～



Kano Farm Style



No. 15



銘柄豚の販売

ハイポー豚

鹿野高原おこめ豚・・・スーパーや百貨店

鹿野あじわい豚・・・生協さんとの取組で開始



No. 16



No. 17



No. 18

② 鹿野ファームの使命

鹿野ファーム品質方針

～お客様のニーズ、要求事項を確実に把握し、
安心安全でお客様から高い評価が得られる製品
を提供致します。～

2005年に
信頼の証・ISO9001：2015取得



No. 19

鹿野ファームの理念

P
HILOSOPHY

企業理念

お客様の豊かな食卓と笑顔を創造していく
ため、私たちは生産・加工一貫体制の元、
地域と融和し、農業を通じて命を育み、安
心・安全な食品を生み出してまいります。



鹿野
I gave the dish modern taste
with the traditional technique.

No. 20

鹿野ファームのミッション・ビジョン



M ISSION ミッション

食卓が笑顔で溢れるために、地域から愛情をお届けします。

V ISION ビジョン

企業理念のもと、1次・2次・3次産業での成功を収め、日本を代表する6次産業化企業を目指します。

企業理念
MISSION
MISSION
VISION
VISION

No. 21

Behavior Identity / 1

Making safe and delicious delicious food-5 articles-

安心・安全な美味しい食品づくり -5カ条-

- ① 自然豊かな環境と最適な飼育環境で健康的な豚を育てます。
- ② 生産・加工・販売一貫体制により安心・安全な商品をつくります。
- ③ 愛情をもって丁寧に一品一品こだわりの食品をつくります。
- ④ 技術改良と創意工夫により肉本来の旨味を引き出す商品をつくります。
- ⑤ 時代と共に求められるニーズに対応した食品をつくりつづけます。

Behavior Identity / 2

Coexistence and Co-prosperity-3 Articles-

共存共栄 -3カ条-

- ① 地域と融和し協業することで共存共栄を図ります。
- ② 適切なコミュニケーション活動を行い相互理解に努めます。
- ③ お客様、社員、家族との繋がりを大切に、共に豊かな地域づくりを目指します。



No. 22

働く姿勢 -10カ条-

- ① 誠実と信頼を大切にし、一生懸命取り組みます。
- ② ルールを順守し、責任感をもって務めを果たします。
- ③ 自信をもってリーダーシップを発揮し、果敢に挑戦します。
- ④ チームワークと協調を大切にし、社員一丸となって取り組みます。
- ⑤ 公正・公平性をもって仲間とメンバーの評価と処遇を行います。
- ⑥ 向上心を持ち切磋琢磨することで成長と進化をとげます。
- ⑦ 創意工夫と市場の創造により新たな価値を提供します。
- ⑧ 事業に関わるすべての関係者に思いやりと愛情をもって感謝を忘れません。
- ⑨ 成功や失敗の経験を成長の糧とし、困難を恐れず積極的に挑戦します。
- ⑩ 仕事にやりがいを見出し、楽しく取り組みます。

No. 23



鹿野

I gave the dish modern taste with the traditional technique.

鹿野

鹿野 高原から食卓へ、愛情を込めてお届けします。

そして味じ、たわります。

素材、飼育環境、エサ、行うからこそ、

飼育から生産までを鹿野ファーム。

人里離れた奥深い山に守られた

③ 取組

地域貢献

地域にあり、地域に融和し、地域を支える




NO.2326 ISO-9001

No. 24

SDGs に沿った具体的な取組

目標7 持続可能なエネルギー

すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する

- 11 2020年までに、すべての人々の、安全かつ衛生的な飲料水へのアクセスを確保する。
- 12 2020年までに、すべての人々の、適切なレベルの衛生施設（特にトイレ）へのアクセスを確保し、衛生サービスの不足を削減する。
- 13 2020年までに、気候変動、海面上昇、乾燥化、水不足などの自然災害の脅威を軽減し、脆弱なコミュニティの回復力（レジリエンス）を強化し、人命と健康被害の発生を防止し、社会的経済的損失を軽減する。
- 14 2020年までに、海洋生態系（特に魚類、海藻、海草）の回復力を強化し、その持続可能な漁業の発展を確保し、水質汚染を防止する。
- 15 2020年までに、陸生生態系（特に森林、山岳、乾燥地）の回復力を強化し、その持続可能な管理を確保し、森林火災を防止する。
- 16 2020年までに、平和、公正、包摂的発展、強固な制度、アカウンタビリティ、透明性を確保し、持続可能な開発目標の達成に貢献する。
- 17 持続可能な開発目標の達成のためにパートナーシップを促進する。

目標7 持続可能なエネルギー

すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する

- 7.1 2030年までに、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーサービスへの普遍的アクセスを確保する。
- 7.2 2030年までに、世界のエネルギーミックスにおける再生可能エネルギーの割合を大幅に拡大させる。
- 7.3 2030年までに、世界のエネルギー効率の改善を促進する。
- 7.a 2030年までに、再生可能エネルギー、エネルギー効率及び先進的かつ持続可能なエネルギー技術のクリーンエネルギーの研究及び開発へのアクセスを促進するための協力を強化し、エネルギー関連インフラとクリーンエネルギー技術への投資を促進する。
- 7.b 2030年までに、各国の天然資源プログラムに基づいて開発途上国、特に後発開発途上国及び小島開発途上国、内陸開発途上国すべての人々に現代的で持続可能なエネルギーサービスを提供できるように、インフラ拡大と技術向上を行う。

目標8 持続可能な成長を促進する

- 8.1 2030年までに、世界の国内総生産（GDP）を年平均2.5%以上拡大させる。
- 8.2 2030年までに、世界の労働力（15歳以上）の少なくとも半分が持続可能な産業部門に就業していることを確保する。
- 8.3 2030年までに、世界の労働生産性を年平均1%以上向上させる。
- 8.4 2030年までに、世界の労働市場のインクルーシブな成長を促進し、若年失業率を削減する。
- 8.5 2030年までに、世界の労働市場のインクルーシブな成長を促進し、若年失業率を削減する。
- 8.6 2030年までに、世界の労働市場のインクルーシブな成長を促進し、若年失業率を削減する。
- 8.7 2030年までに、世界の労働市場のインクルーシブな成長を促進し、若年失業率を削減する。
- 8.8 2030年までに、世界の労働市場のインクルーシブな成長を促進し、若年失業率を削減する。
- 8.9 2030年までに、世界の労働市場のインクルーシブな成長を促進し、若年失業率を削減する。
- 8.10 2030年までに、世界の労働市場のインクルーシブな成長を促進し、若年失業率を削減する。

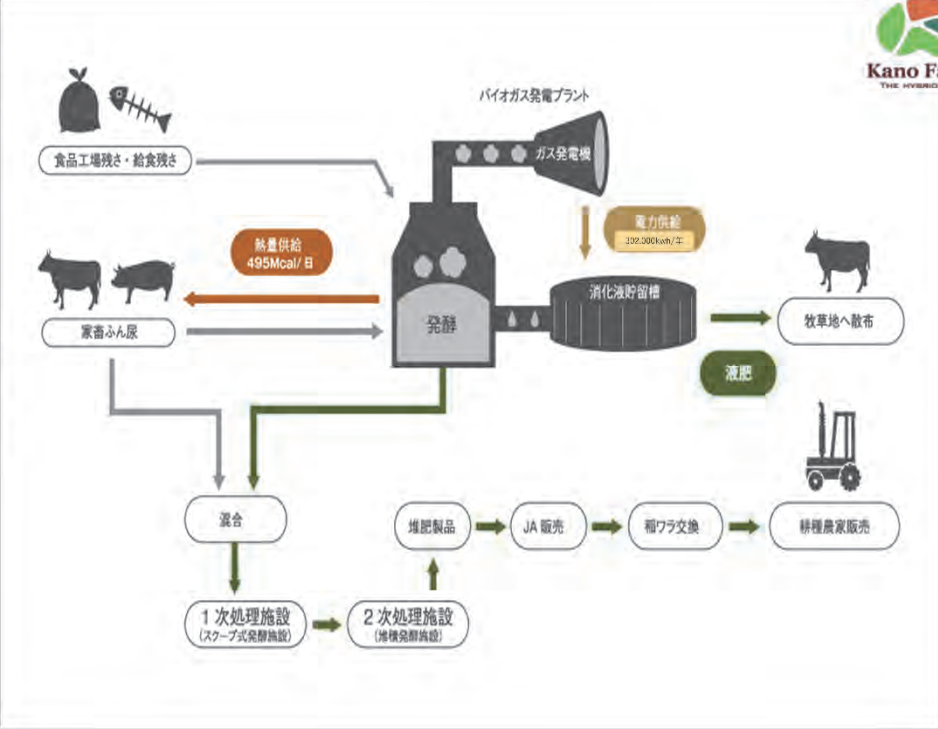


目標17 持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する

③ 取組-1



「排泄物を堆肥へ」
「稲ワラ交換事業」
「バイオガス発電」



③ 取組-2

平成13年 第50回農業コンクールにて優秀賞受賞

平成16年 第33回日本農業賞

平成21年 山口県エコ・ファクトリー認定



No. 27

③ 取組-3

Kano Farm Style

日経 POS セレクション 中国地区 No.1 商品
「ももハム切り落とし」



THE HYBRID PORK from KANO FARM

Kano Farm Style

肉のちよいつま
厚切りベーコン



フードアクション
ニッポンアワード
2019 入賞

THE HYBRID PORK from KANO FARM



No. 28

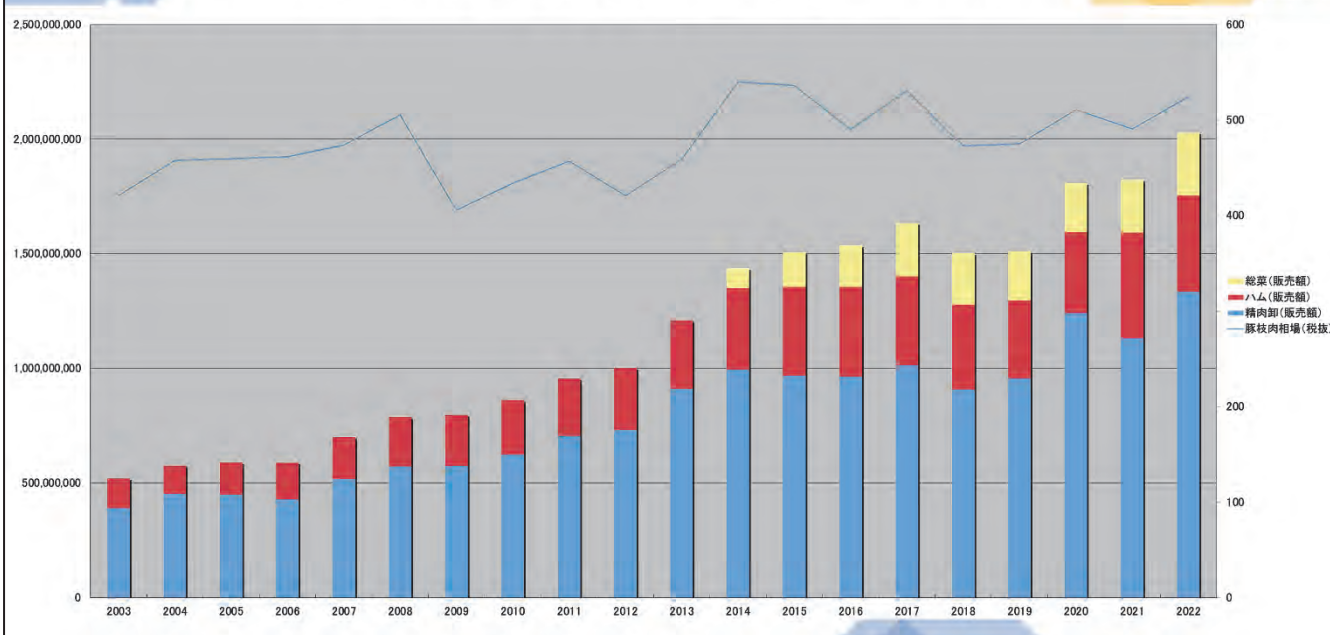
鹿野ファームグループは
生産から加工、販売まで全て一貫した管理方法で
徹底しております。

だからこそ「安心・安全」

これからも、生産者の見える商品作りを進めて、皆様に安心・安全
な商品をお届け致します。

No. 29

2次・3次産業部門売上推移



No. 30

つながりが新しい価値を生む 畜産業のヒント

『地域における畜産業の
持続的発展について』

2024/1/30

NPO法人プラットフォームあおもり
理事長 米田 大吉

Copyright 2023
NPO法人プラットフォームあおもり

No. 1

【米田大吉 よねただいきち】



- 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担当。
1994年 青森県にUターン。県産品販売事業等を展開。
2006年 経産省事業の専門家として、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。
弘前大学COC+事業などの委員を歴任し、内閣府や
経産省・農水省の事業を受託運営するほか、青森県の
結婚支援事業や、子どもの居場所づくり事業に取り組む。
現職： 青森県生涯学習審議会 委員
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
株式会社NAMIKIデーリィファーム経営戦略室 室長 等

No. 2

新しい価値を生むつながり

【大前提】

これから20年で、
日本を取り巻く環境は
大きく変わる。

Copyright 2023
NPO法人プラットフォームあおもり

No. 3

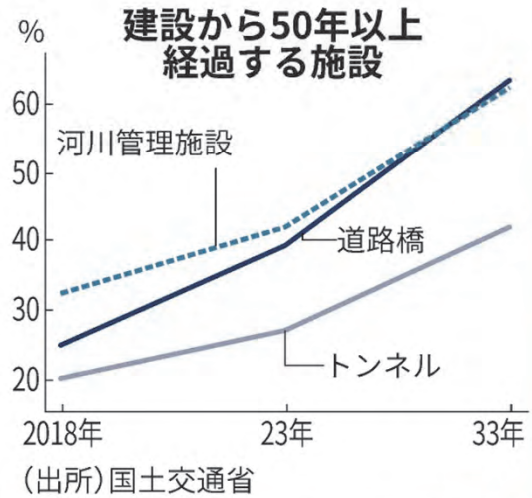
今と同じ環境ではない

青森県人口推計	2015年	2025年	2035年	2045年
総人口	1,308,265	1,157,332	993,737	823,610
2015年比	100	88.5	76.0	63.0
0～14歳（人）	148,799	114,024	87,648	67,472
2015年比	100	76.6	58.9	① 45.3
15～64歳(生産人口)	765,003	618,505	494,561	370,849
2015年比	100	80.9	64.6	② 48.5
65歳以上	394,463	424,803	411,528	385,289
2015年比	100	107.7	104.3	③ 97.7
75歳以上(後期高齢者)	200,991	241,016	256,950	239,001
2015年比	100	119.9	127.8	119.2

No. 4

今と同じ環境ではない

社会インフラ＝橋、鉄道、トンネル、水道管、港湾…の更新費用が、
2050年までの**30年間で、約200兆円の試算。**
(国土交通省)



No. 5

今と同じ環境ではない

世界の人口推計（人口予測）と人口ランキングの推移

順位	2015年		2030年		2050年	
	全世界	7,349	全世界	8,501	全世界	9,725
1	中国	1,376	インド	1,528	インド	1,705
2	インド	1,311	中国	1,416	中国	1,348
3	米国	322	米国	356	ナイジェリア	399
4	インドネシア	258	インドネシア	295	米国	388
5	ブラジル	208	ナイジェリア	263	インドネシア	322
6	パキスタン	189	パキスタン	245	パキスタン	310
7	ナイジェリア	182	ブラジル	229	ブラジル	238
8	バングラデシュ	161	バングラデシュ	186	バングラデシュ	202
9	ロシア	143	メキシコ	148	コンゴ	195
10	メキシコ	127	ロシア	139	エチオピア	188
11	日本	127	エチオピア	138	メキシコ	164
12	フィリピン	101	フィリピン	124	エジプト	151
13	エチオピア	99	コンゴ	120	フィリピン	148
14	ベトナム	96	エジプト	117	タンザニア	137
15	エジプト	92	日本	117	ロシア	129
16	ドイツ	81	ベトナム	95	ベトナム	113
17	イラン	79	イラン	85	ウガンダ	102
18	トルコ	79	トルコ	88	日本	97
19	コンゴ	77	タンザニア	83	トルコ	96
20	タイ	68	ドイツ	79	ケニア	96

No. 6

今と同じ環境ではない 1人当たりGDPランキングの推移

1990年			2000年			2010年			2020年		
順位	国名	(ドル)	順位	国名	(ドル)	順位	国名	(ドル)	順位	国名	(ドル)
1	スイス	38,666	1	ルクセンブルク	49,183	1	ルクセンブルク	106,185	1	ルクセンブルク	116,921
2	ルクセンブルク	33,204	2	日本	38,534	2	ノルウェー	87,309	2	スイス	87,367
3	スウェーデン	29,794	3	ノルウェー	38,067	3	スイス	74,908	3	アイルランド	85,206
4	フィンランド	28,507	4	スイス	38,007	4	カタール	72,953	4	ノルウェー	67,326
5	ノルウェー	28,189	5	米国	36,433	5	サンマリノ	64,631	5	米国	63,358
6	デンマーク	26,922	6	アラブ首長国連邦	34,689	6	デンマーク	58,177	6	デンマーク	61,154
7	アラブ首長国連邦	26,622	7	アイスランド	31,571	7	オーストラリア	56,360	7	シンガポール	59,795
8	アイスランド	25,581	8	デンマーク	30,804	8	スウェーデン	51,869	8	アイスランド	59,643
9	日本	25,196	9	カタール	29,914	9	マカオ	50,921	9	カタール	54,185
10	米国	23,914	10	スウェーデン	29,252	10	オランダ	50,433	10	オーストラリア	52,905
11	フランス	22,600	11	イギリス	27,828	11	アイルランド	48,674	11	オランダ	52,456
12	オーストリア	21,779	12	アイルランド	26,154	12	米国	48,310	12	スウェーデン	52,129
13	カナダ	21,495	13	オランダ	25,996	13	カナダ	47,513	13	フィンランド	48,786
14	オランダ	21,002	14	香港	25,578	14	オーストリア	46,757	14	オーストリア	48,593
15	イタリア	20,691	15	オーストリア	24,589	15	シンガポール	46,569	15	香港	46,657
16	イギリス	20,668	16	フィンランド	24,347	16	フィンランド	46,392	16	サンマリノ	46,282
17	ベルギー	20,229	17	カナダ	24,221	17	ベルギー	44,691	17	ドイツ	46,216
18	ドイツ	20,174	18	ドイツ	24,009	18	日本	44,674	18	ベルギー	44,588
19	オーストラリア	18,866	19	シンガポール	23,793	19	ドイツ	42,642	19	イスラエル	44,181
20	バハマ	16,076	20	フランス	23,318	20	フランス	42,249	20	カナダ	43,295
21	カタール	15,446	21	ベルギー	23,303	21	アイスランド	41,623	21	ニュージーランド	41,165
22	ブルネイ	15,423	22	イスラエル	21,053	22	イギリス	38,738	22	イギリス	40,394
23	スペイン	13,650	23	バハマ	20,894	23	イタリア	35,658	23	フランス	40,299
24	アイルランド	13,642	24	オーストラリア	20,860	24	ブルネイ	35,437	24	日本	40,089
25	ニュージーランド	13,363	25	ブルネイ	20,511	25	アラブ首長国連邦	35,076	25	アラブ首長国連邦	38,661

No. 7

新しい価値を生むつながり

① 業界の外側と、情報でつながる

☞ 例えば事業費の獲得ルートは
農水予算だけではない

Copyright 2023
NPO法人プラットフォームあomor

No. 8



No. 9

新しい価値を生むつながり

② 地域の外側にいる人と、
価値を共感してつながる

- ☞ 価値や魅力の発信では、消費者（商品）はわかりやすいけど…
- ☞ コストをかけない人材獲得方法もある

Copyright 2023
NPO法人プラットフォームあおもり

No. 10

ふるさと兼業
FURUSATO-KENGYO

PROJECT
プロジェクトを探す

EVENT
イベントを探す

ABOUT
ふるさと兼業について

FOR COMPANY
企業・団体様へ

MEDIA
メディア

ログイン

会員登録

共感と熱意からはじまる

応援したくなる、挑戦したくなる
兼業マッチング「ふるさと兼業」

受入れ企業の声をお届け！

兼業副業人材を地域に呼び込むサイトを全国の仲間と運営

No. 11

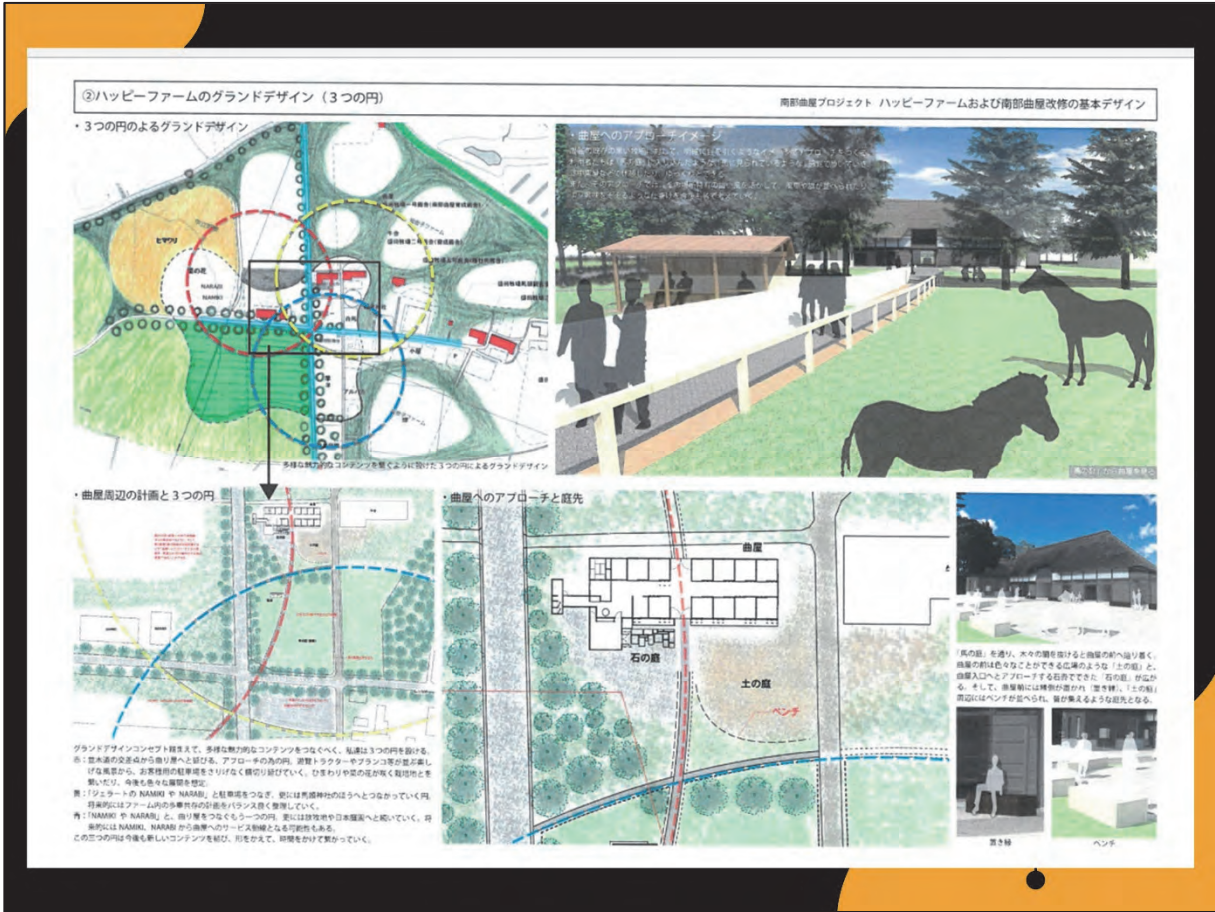
新しい価値を生むつながり

③ 「コンセプト」や「想い」で、地域の未来とつながる

- ☞ 事例の真似事ではない取り組み
- ☞ 環境問題・CSRの配慮も必要に

Copyright 2023
NPO法人プラットフォームあomor

No. 12



No. 13



No. 14



ありがとうございました！

info@platform-aomori.org

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

Copyright 2023
NPO法人プラットフォームあomorい

No. 15

「畜産経営の多角化指針」案 について

松原英治

(一社)全日本畜産経営者協会

1

No. 1

指針の構成

1. 本指針の位置づけ
2. 多角化の計画(畜種別)
3. 多角化の実施(畜種別)
4. 危機の発生と対応(畜種別)
5. 多角化の見直し(畜種別)
6. 将来の展望(畜種別)
7. アンケート調査結果

2

No. 2

1. 本指針の位置づけ

- 本指針は、畜産経営及び農業経営における、畜産経営の多角化に関する情報やノウハウを記載し、畜産経営者に資することを目的とする。
- 多角化事業では多様な経営戦略を求められる。この経営戦略は製造業一般の経営戦略と類似するので、経営上の一般原則的なものと照合するのが適当である。
- 成功している多角化事業は、おおむね計画、実行、評価、改善の段階を経ているので、これらの段階ごとに一般的な経営原則(やるべきこと、やってはいけないことなどの原則)を示す。
- 事例として挙げた経営体が具体的にどのように(結果的に)原則を踏襲し、あるいは独自の原則を見出したか示すことで、多角化を検討あるいは実施している経営者が経営を方向付ける参考とする。

3

No. 3

2. 多角化の計画（畜種別）

【強い願望・強い意志】(2A)

- 自分の会社をこういうふうにしたいという強烈なまでの願望を心に抱く。例えば無借金経営とか、利益率をいくりにするとか、そういうものを「強烈なまでの願望にする」。これは言葉の綾ではない。「何が何でも」ということ。目標設定をまずして、目標達成のための行動指針、具体的な手段、こうしたらこうなる、こうなったらこうするというシミュレーションを来る日も来る日も考える。カラー映像で見えるまで考える。これをずっと続けると、あたかも願望を達成したかのような錯覚みたいなことが起こってくる。潜在意識に透徹するまで考え込んだものであれば、関連した事象に遭遇するとチャンスをとらえることができる。潜在意識になることで、執念や忍耐力が生まれ、飛躍をもたらす。
- 経営は、一度立てた目標の達成に向かって、粘って粘って最後まであきらめないという強い意志が必要である。
- 土俵の真ん中にいれば土俵際に追い込まれるまで時間がある。対策を打って、何とか止められる。そのために会社や仕事は大きくしなければいけない。
- 会社を安定させて、従業員を幸せにしたいという一念を通す。

4

No. 4

(有)那須ファーム 代表取締役 那須 修一 氏 (宇城市)

- 現在の採卵鶏5万羽飼養規模は、全国平均以下である。大きなトラブルがあったとしても、私1人で隅々まで確認ができる羽数であり、20数年この状態で、拡大は一切していない。従事者数19名は少し多いが、販売・直販への労力が必要となるからである。多角化については、産直と直販、マヨネーズ加工をやっている。
- 失敗しないため、私が取り組んだのは、事前調査を綿密に行うことだった。私どもは営業が不得意なので、販売に向けた調査を優先した。また、計画を重視した。計画は、細かくするほど、こういう状況になれば黄信号がつく、この状態だったら赤信号になるというのが分かるようになった。
- 多角化部門の運営で、私の場合は急がないでじっくり、少しずつやっていく。大きく展開しようとはしない。6次化は、全て自己資本で取り組んだので、自分のペースでいけたと思う。



5

No. 5

(有)金子ファーム 取締役会長 金子春雄 氏 (七戸町)

- 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。地域住民から、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、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受け入れてもらおうと考えた。家畜ふん尿の臭いもなく、綺麗な牧場風景が見えて、地域住民が楽しめる場を創設して、牧場産生乳のジェラートの生産・販売、牧場産牛肉のレストランでの提供により、地域住民に貢献することを意図した。店は国道沿いではなく牧場の真ん中につくり、牧場の風景と季節の牧場の仕事を見てもらえるようにした。6次化事業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。
- 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らです。これでお願ひできませんか」ということで、役員が皆いたから、「その金額でいいです。ただし、一つお願ひがあります。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」と話した。



6

No. 6

ありがとう牧場 代表 吉川 友二 氏（足寄町）

- ニュージーランド酪農の本をみたとき、ニュージーランドでは、穀物なしで酪農をしている。私は、本当にできるかと思って、1994年にニュージーランドに行き、4年間いたが、それが放牧酪農との出会いである。放牧酪農なら穀物なしでもできると確信した。
- 足寄町には、放牧酪農の魅力で新規就農者が24軒入っている。皆、放牧酪農をやりたくて来るが、新規就農者は、牛、豚、鶏、羊やヤギを飼ったりして、確実に自分の生活を楽しみたい人である。
- 6次化の成功の秘訣は、「考え方」×「情熱」×「能力」、この一言に尽きるのではないと思う。
- 自分のところは、成り行きで多角化を始めた。フランスの共同牧舎で働いていたチーズ職人がガスコンロとなべを持ってきて、それでチーズ作りを始めた。牛乳もアイスクリームも妻が1人で受け持っている、1週間で1回とか、自分のできる範囲でしか作らない。口コミで広がったが、なかなか注文に応じられないような状況である。



7

No. 7

3. 多角化の実施（畜種別）

【経営者の強い意志】(3B)

- リーダーはあくまで公明正大にルールを守りながら、強い意志を発揮しなくてはならない。経営がうまくいかないのも意思、うまくいくのも意思、その人が持つ意志の強さによって、経営のレベルが決まる。しかし、目標設定の段階で客観的な状況を無視して、「何が何でもこうする」という無謀な計画を立ててはならない。こうありたいという高い目標を掲げ、その目標達成に向けて、強い意志を発揮する。

【従業員の情熱】(3F)

- 事業というのは、ヒト、モノ、カネとあるが、実はモノ、カネはあまり必要ではなくて、問題はヒトだけである。ヒトというすぐに才能と思われるが、才能ではなく、その人が持っている情熱だけである。その情熱が凝結したものが業績であり、会社である。企業内で働く従業員のモラルが高くないとダメだ。モラルというのは従業員一人ひとりが持っている情熱であり、自分の会社を立派にしていこうと思っている情熱がどのくらい高いかが、モラルの高さである。だから必要なものは、カネでもモノでもなく、ヒトなのだ。
- 経営者一人がどれだけ頑張ったところでたかが知れている。自分と同じ考えのヒトをたくさん育てる。そうして会社を強くしていく。みんなの力でやるから大きくなる。会議を使い、飲み会を使い、常に努力し、考えを分かってくれる同志を一人でも増やす。

8

No. 8

(有)ふくどめ小牧場 取締役 福留洋一 氏 (鹿屋市)

- 自分は20~30年前からやると決めて、つてもなくドイツに行き、ハム・ソーセージの勉強をさせてくれと30店舗ぐらい回り、全て断られた。ミュンヘンの近くに農場があり、小さいが、現在の当場に似て、昔に返って質のいいものを作ろうとしていた。そこにほれ込んで、何回も断られたが、何とか受け入れてもらい、そこで勉強し、マイスターとなった。
- 兄には、頭を下げて、私がハム・ソーセージを製造して6次化するので、5年間は絶対赤字だが我慢して私に投資をしてくれと頼んだ。実際に1年目から4年目まで赤字だった。人も雇わなければいけないし、苦しい4年間が続いた。
- あるとき、サドルバック種が日本にいるということで1人の有名なシェフが目をつけてくれた。そこから徐々に広まり、お肉をレストランで使ってもらえるようになった。ハム・ソーセージを大手の百貨店やセレクトショップ、DEAN & DELUCAさんの全店舗で販売してもらえるようになった。
- 5年目以降からは徐々に経営もよくなり、コロナ期間中も、生産のほうはよくなかったが、ハム・ソーセージ、精肉の売り上げは毎年10~20%伸びた。



9

No. 9

(株)花園たまや 代表取締役社長 高橋洋平 氏 (深谷市)

- 先代が1960年に深谷市において養鶏業を始め、1967年に法人化した。自社で鶏をヒヨコから育て、飼料も自家配合したものを給与している。もともとは祖父が高橋飼料店を営んでおり、父が自家配合の養鶏場を始めた。
- 4人兄弟全員が働いている。適材適所で、お店は私からやらせてもらった。売上が倍になるとお客さんも倍になる、しかし社員は今までと同じ人数しかいないからレジもお客に待たせることになる。広告などは一切打たずに徐々にお客さんが増えていけばいい、口コミが増えていけばいい、というつもりでやった。
- 什器等はほとんど中古で、それを丁寧にメンテナンスしながら使っている。新店舗になってからも中古の冷蔵庫をメンテナンスして使うようにしている。お金をかけずに、働いている人の1人1人が店をきれいに保つようにしようという取組みを意識した。
- お金をかけなかったのは店舗の前に植えてある植物がよいアクセントになったからである。植物自体は近くのホームセンターで買ったので高くない。



10

No. 10

十勝くわばら牧場 桑原 寛晃 氏（士幌町）

- 「くわばら牧場」の長男として酪農の関係の学校に進んだが、それほど酪農に魅力を感じていたわけではなく、**長男というだけで何となく家業を継いだ**。転機となったのは、フリーストール牛舎を平成10年に建てたことである。当時、あちこちの牧場に出向き、繋ぎ、フリーストール、ロボットと、いろいろなメーカーの様々な技術を調べた。
- 7年前に**バイオガス発電**を始めた。最も苦労していたのがふん尿処理であり、牛が増えれば増えただけふん尿が増加する。牛舎周りの衛生や環境にもよくないので、それを解消するためのバイオガスだった。
- 平成18年に一度**牛乳がタブついて処理不可能**になり、工場が牛乳をそれ以上受け入れられないという事態になった。そこで、100トンほど生産抑制をすることになった。**非常に悔しい思い**であった。
- モンゴル人帯広畜大留學生の**ドライヨーグルト**にヒントを得て、飼料会社の担当者と、当場の女性スタッフの1人と**3人で取り組んだ**。モンゴルには昔からある保存食で、コロナ禍でペットの需要が増大し、高齢化社会でペットが家族の一員になってきた。ペットフードとして売れるかもしれないと考えた。経費はそれほどかかっていない。



11

No. 11

(株)ふなばやし農産 代表取締役 布施 久 氏（十和田市）

- 先代が三沢の米軍基地へ行き、みんな鶏を丸ごと食べているのを見て、**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**した。当時は仕出屋さん関係を中心にホテルや旅館で販売できた。今度はこのチキンの肉を手に入れるために、鑑別した雄のヒナを貨車で八戸まで運んでもらって引き取り、その雄ヒナを育てて、屠殺処理をして、丸焼きにした。現在の抜き雄の育成と、肥育鶏の外部委託による加工・販売の原点はここにある。
- 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49名ほどで運営している。
- ここまでこれたのは、**従業員の資質や職業意識に支えられてきた**と感じている。飼養管理にも非常に長けた人が多かった。広い豚舎を1人で管理する方もいたし、出荷も1で行っていた。社員には非常に助けられた。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。



12

No. 12

4. 危機の発生と対応（畜種別）

【困難の打開】(4A)

- 最初、**巨大な岩のような難問**にぶつかって、私は**もののみごと**に跳ね返された。2回、3回と繰り返し挑戦したが、跳ね返されて先へ進めない。この岩は突破できないのではないかと思った。ところが、何かのきっかけで、その問題が簡単に解決するのを見て、「**大きな岩だと思っていたが、それは紙で作った岩だった**」と気づいた。**どんな困難でも、強い意志を持って、あきらめないでその問題をよく見極め、粘り強く努力すれば、困難に見えた局面でも必ず打開できる。**

13

No. 13

(株)サンライズファーム 代表取締役 高木邦彦 氏（香取市）

- 多角化経営は、**趣味が高じて自家製ハムの製造・加工**に踏み切った。埼玉県の(株)サイボクの笹崎社長の話を聞いて夢をもった。楽天、ヤフー、アマゾン等の通販事業も手掛けて、楽天市場SHOPオブザイヤー5回、オークション食品部門マイフーズ賞など受賞歴多数。楽天市場には2000年から出店し、Eコマースの分野でチャレンジしている。
- 古い機械を今でも使っているが、生産性のために新たに高いハム・ソーセージの機械を買うことがスタッフもお客様にも喜んでもらえるのだろうか**と疑問である。設備投資は本当に慎重にやるべきだ**と考えている。
- 加工については30年を経過しているが、**苦しい状況を何度も経験**しており、**継続は力と信じ**、継続している。コロナ禍でレストラン運営が厳しかったが、**テイクアウトレストランの運営、総菜部門の取り込みなどで経営改善**に取り組んだ。**従業員の資質が重要**と考えており、従業員の資質を見抜く努力をしている。
- **真面目に取り組むのは習慣病**とっていて、**マグロと同じで止まったら死んでしまう**と思っている。



14

No. 14

(有)萩見蘭牧場 代表取締役 藤井 照雄 氏 (萩市)

- 父親が「(株)みどりや」を設立し、家畜商をしながら食肉の販売を始め、後に生産部分の拡大につなげていったので通常の6次化とは逆方向である。
- 平成7年(1995年)からマーケット・レストランの整備を始めた。スーパーL資金を利用しようとしたが、「(株)みどりや」が認定農業者になる必要があり、萩市に農業経営改善計画書を提出し、認定してもらった。平成7年(1995年)～11年(1999年)までの5年間でスーパーL資金を利用することができた。
- 肉用牛生産は、萩市が建設を進めていた畜産団地に、子会社を設立し、見島牛とホルスタイン種の交雑になる見蘭牛の肥育経営を始めた。株式会社は補助事業受益者になれないので、生産部門は有限会社として別法人という形になった。ところが、L資金を借りて販売部門を整備したのに、生産部門を切り離すのはおかしいとクレームがあった。行政も含めて皆で知恵を出し合い、「(株)みどりや」も一部生産部門を負担することで理解してもらった。
- 経営の中の一つの判断として言わせていただくと、チャンス^①を的確に捉えることが大切。それから、補助金と役所の知恵^②、いろいろなノウハウ、知識、学識をうまく自分で利用できるような形にする。これがすべてではないかと思っている。



15

No. 15

5. 多角化の見直し (畜種別)

【会社が好きで、仕事が好き】(5A)

- 「京セラと競合の会社を見てきたが、装置は変わらない。装置によっては、競合会社のほうが上だった。しかし京セラは品質や性能も素晴らしく、利益の規模が違う。これはどういうことなのか」と客から問われたが、ここにこそ京セラの強さの秘密がある。これは職員がやる気満々、闘志満々の集団だったから。どうしてこうなったのかといえば、心に素直さがあったからだと思う。京セラは本気で日本一、世界一の会社を目指していた。素直にコツコツやっていく、ということが最も大事である。
- 会社というのは、本当に会社が好きな人、仕事が好きな人が貢献している。会社が好きで、仕事が好きで、という相思相愛でないとうまくいかない。
- 社長として取り組んだのは、みんなが燃えて、一生懸命になれる社風をより強固にしていくことだった。

16

No. 16

坂本養鶏(株) 代表取締役 坂本佐祐 氏 (蓬田村)

- 1970年農事組合法人坂本養鶏組合として設立し、ひよこからの一貫生産を行っている。グループ全体で65名の従業員を擁している。
- 農場の特徴は、いろいろなものを販売していることである。PBのニューフレッグという商品から始まり、特殊な卵、特徴ある卵をかなりの種類作っている。多種多様にお客様に合わせて販売するというビジネスモデルである。地元を応援するため、「青天の霹靂」を使った「たまごかけご飯セット」などもネット販売している。
- 鶏卵の輸出は11年ぐらい前から開始した。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、弊社の卵を使いたいと要望され、これまでの空輸から船便で多くの量を出荷するような体制にした。
- 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あった。輸出の話をしていただき、本当にやってもいいのか、回収できるのかという不安はあった。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、輸出量は10t車1台のレベルだったので、「じゃあ、やってみようか」ということで始めた。



17

No. 17

(有)船方総合農場 代表取締役 坂本 賢一 氏 (山口市)

- 大規模農業に進む中で、全農などが一緒になって農業体験のイベントの話が出た。「わんぱく牧場」という、農業をベースに小学3年生の親子を対象にイベントをやる企画で、その会場に当農場が選ばれた。当時は、農地に子どもたちが入って触れ合ったり、乳搾りを体験するような取組みはなかった。
- 実際に親子が来ると、生き物に触ったことがない、土を踏んだ経験が少ないので、何の遊ぶ道具もないにもかかわらず大きな反響があった。その時に畜産は、生産だけでなく多面的な役割を果たすことを皆で共有できた。
- 乳牛と肉牛、米を生産する多角化経営に取り組み、チーズをつくる技術があったので、複合的な加工施設を整備した。
- 全量を自分たちで販売する道に突入するのか、加工販売は一切やめて出荷のほうに行くのかという選択を迫られた。逃げ道はないので、全量を自分たちで販売するという道に突入した。ミルクを泣く泣く捨てた時もあるし、ものすごく苦しい思いをしながら石にかじりついて営業して顧客の開拓をした。4~5年の苦しい時期を何とか耐えて自分たちで顧客を持つ世界に至った。



18

No. 18

(株)カミチクファーム 取締役 西 浩二 氏 (鹿児島市)

- カミチクグループは**独自に6次産業化したモデル**を進めており、グループ全体で形を少しずつ変えながら発展させている。1次産業は、餌づくりから人工授精のための種雄牛も飼っている。子牛を肥育して肉にし、それを2次産業に回して、食肉加工し、3次産業で、一般の消費者に届ける。1次産業から3次産業まで、それぞれ会社の役割がある。海外にも取り組んでいる。
- 多角化に失敗しないためには、事前に調査するというのは重要である。そのときに一番気をつけていることは、既にやっているいろいろな**専門の方々との連携を重要視**しながら進めることである。私たちも、やめてしまった事業はたくさんある。情勢の変化によって、これはやめる、これはしないほうが良いと、そのときどきで判断しながら進めている。私たちのところで考えたときに、**自分たちだけでは結局、何も完成させることはできない**。多くの人たちと連携するというのが一番重要と思う。



19

No. 19

6. 将来の展望 (畜種別)

【ものの本質に基づいた判断】(6B)

- **すべてのことを原理原則にしたがって判断する。会社の経営は、筋の通った、道理にあう、世間一般の道徳に反しないものでなければ決してうまくいかず、長続きしない。**われわれは、いわゆる経営の常識というものに頼らない。「たいていの会社ではこうだから」という**常識に頼って安易な判断をしてはならない**。組織にしても、財務にしても、利益の配分にしても、本来どうあるべきなのか、**ものの本質に基づいて判断**していれば、外国においても、また、いまだかつて遭遇したことのない新しい経済状況にあっても、判断を誤ることはない。

【常識にとらわれない】(6A)

- **あふれるような希望を持って未来に対する限りない夢を描けるタイプの人こそが、経営者であり、社員でなければならない。**そういう夢を描けるタイプの人というのは、常識にとらわれない人である。**常識にとらわれないで努力をすれば、可能性があるのだ**と思っている人、**努力をすれば可能性が開けるのだ**と思っている人である。

20

No. 20

(株)久保アグリファーム 代表取締役 久保正彦 氏 (広島市)

- 1941年に創始者の故・久保政夫が八丈島から乳牛23頭を連れて雑木とクマザサに覆われた砂谷村に帰郷して自ら開墾したのが農場の始まり。貧しい農村であった。そこに今で言う地域活性化のように乳牛をつれてきた。
- 従業員が8名いるが長い人で20年勤めている。消費者が牧場に来て、自分たちでつくったものがこういう形で売れるのだということにすごく喜びを感じている従業員が多い。消費者が目の前で買ってくれたり、牧場に遊びに来てくれたり触れ合ってくれるということが現場で働く人のモチベーションになっている。
- 商売を経験して思うのは、取引先を絞り込んで大きくしていくといろいろな問題が出てくるので、取引先は絶対に分散したほうが良いということ。
- モノに付加価値をつけると言うのは簡単だが、私は「世届け価値」と言っている。ブランディングしつづけることも大事だし、生産現場で作っている人の思い、ストーリー性、そういう価値を、牧場を通してしっかりとつくりあげて、だからこの値段段というふうに通せるようにしないと、なかなかモノは売れないと、私は信じている。



21

No. 21

(有)十勝しんむら牧場 代表取締役社長 新村浩隆 氏 (上士幌町)

- 1994年に放牧を始めて、2000年から乳製品の加工を始めた。大学時代にバブルがはじけて、一生できる仕事をしたいということでいろいろな仕事を考えた中で、最終的に残ったのが農業。農業というのは、土に種をまいて、そこから生産したものをお客様に提供する。人間が生きている以上食べ物はなくならないだろう。それを購入して提供するのではなく、ゼロから作り出す。ゼロからものを作り出す仕事につきたいという思いで4代目として故郷に戻ってきた。
- 最も難しいのは、何を作って、何を売るか、誰に売るかということである。その目的がはっきりしていないと、ただ作っても売れない。「しんむら牧場」では、加工も経営の柱にしたいという思いがあったので、きちんと戦略を練って、全国展開していこう、経営の柱にしようと考えた。
- うちの牧場の基本は、急いでやらないこと、無理して作らない、無理して売らない、無理して牛を飼わないことである。無理をするとどこかにひずみが出てくるので、無理をしないで、楽しくやろうと思う。



22

No. 22

7. アンケート調査結果

- 調査対象は、全国・全畜種(乳牛、肉牛、豚、採卵鶏、肉鶏)の畜産経営体とした。
- アンケートが回収できた経営体数は、374経営体であった。アンケートの配布数は500経営体であり、回収率は75%であった。
- 有効回答数372経営体の営農類型の内訳は、酪農94、肉用牛82、養豚77、採卵鶏69、肉鶏22、酪農・肉用牛20、酪農・養豚1、肉用牛・養豚1、肉用牛・採卵鶏・肉鶏1、肉用牛・採卵鶏1、養豚・肉鶏1、養豚・採卵鶏2、肉鶏・採卵鶏1であった。
- 回答のあった経営体数372件のうち、「現在、経営の多角化を実施している」と回答した経営体は22.8%、「実施していない」と回答した経営体は66.1%、「現在実施していないが今後実施したい」と考えている経営体は10.5%で、「現在は実施していないが以前は実施していた」と回答した経営体は0.8%であった。
- 飼養畜種別に多角化事業の実施状況を見ると、実施している割合の高い畜種は肉用鶏経営と採卵鶏経営で、肉用鶏経営では回答した経営体の36.0%が、採卵鶏経営では31.1%が「現在実施している」と回答しており、「今後実施したい」と考えている経営体と合わせると、採卵鶏営経営では40.6%、肉用鶏経営では48.0%と高い割合になっている。

23

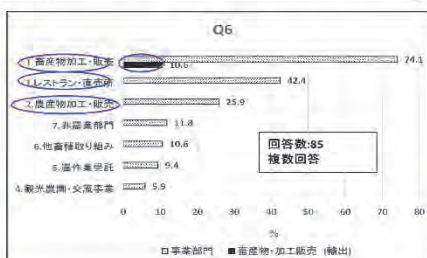
No. 23

経営多角化の事業部門

問6. 経営多角化の事業部門について、該当する項目に○を記入してください。(複数回答可)

- 畜産物の加工・販売(委託加工を含む)
() 輸出もしている。⇒ 輸出先の国名は()
- 農産物の加工・販売
- レストラン・直売場
- 観光農園・交流事業
- 農作業受託
- 他畜種の取り組み(例として、酪農+肉牛肥育、採卵鶏+酪農、養豚+肉用鶏など)
- 非農業部門(具体的に)

「経営の多角化を実施している」と回答のあった85件の経営体のうち、最も多く取り組んでいる事業は「畜産物の加工・販売」74.1%で、「レストラン・直売場」の42.4%、「農産物の加工・販売」の25.9%、「非農業部門」「他畜種取り組み」「農作業受託」、「観光農園・交流事業」の順となった。



Q6-1 輸出先の国名

- 台湾(2)
- 香港(3)
- 中国
- マレーシア(2)
- フィリピン
- シンガポール(3)
- アメリカ(3)
- ヨーロッパ等/EU(2)

Q6-7 非農業部門 回答

- 不動産業
- 飼料の生産から加工・販売全て
- 犬のブリーダー
- 運送業
- ホテル
- 不動産賃貸、太陽発電
- バイオガスプラント
- 人材派遣業
- 飼料販売
- イベント主催

問6 経営の多角化を実施しているについて

「経営の多角化を実施している」と回答のあった85件の経営体のうち、最も多く取り組んでいる事業は「畜産物の加工・販売」で74.1%を占めていた。次いで、「レストラン・直売場」の42.4%、「農産物の加工・販売」の25.9%、「非農業部門」「他畜種取り組み」「農作業受託」の順で、「観光農園・交流事業」は5.9%の経営体に取り組んでいた。

今回の調査では少数ではあったが、「観光農園・交流事業」は、単に収入目的とは別に、地域とのつながりや一般消費者への畜産業についての理解を深めるといった意味があるので、来場者等との交流事業などは畜産経営体にとっては大切な取り組みであると思われる。

なお、「非農業部門」の内訳は、「不動産賃貸」、「飼料の生産加工販売」「バイオガスプラント」等である。

また、「畜産物の加工・販売」を実施しているうちの10.6%の経営体で畜産物の輸出事業に取り組んでいた。

輸出先は、アメリカ、ヨーロッパ等もあるが、香港、台湾、シンガポールなど主にアジア圏が主である。

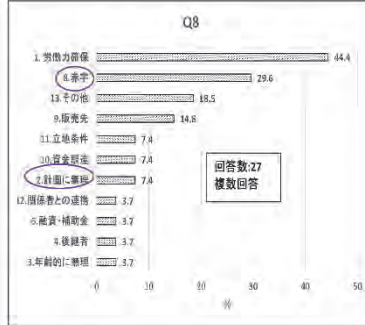
24

No. 24

経営多角化の中止・縮小の理由

問8. 現在経営の多角化を実施しているが、かつて多角化の一部の部門を中止または縮小したことがある経営体にお聞きします。中止または縮小した理由について、該当するものに○を記入してください。(複数回答可)

- 1.() 労働力の確保が難しくなった。
- 2.() 新しい事業(経営多角化)に関する計画に無理があった。
- 3.() 新しい事業(経営多角化)に挑戦するには年齢的に無理があった。
- 4.() 多角化部門を引き継ぐ後継者がいなかった。
- 5.() 相談相手がいなかった。
- 6.() 融資や補助金が受けられなくなった。
- 7.() 多角化によって、本体の畜産経営がうまくいかなかった。
- 8.() 多角化部門の売上げが伸びずにむしろ赤字になった。
- 9.() 販売先が見つからなかった。
- 10.() (自己)資金の調達が悪くなった。
- 11.() 多角化経営を実施するには立地条件が悪かった。
- 12.() 関係者との連携が困難になった。
- 13.() その他(具体的に)



Q8 その他の回答

- ・経営者の総合的判断によるもの
- ・リーダーとなる人材の不足
- ・販売単価を上げるため、卵の販売単価の安いところを切って、羽数を減らした。
- ・コロナ禍のなかで休業中である。
- ・コロナ

問8 現在、多角化を実施経営体で、かつて多角化の一部の部門を中止または縮小した経営体の理由

回答経営体数は27件で、中止または縮小した理由として、最も多くの経営体であっていたのが、「労働力の確保が難しくなった」の44.4%で、そのほか上位の理由としてあげているのは、「多角化部門の売上げが伸びずにむしろ赤字になった」29.6%、「その他」18.5%、「販売先が見つからなかった」が14.8%となっていた。

「その他」の理由としては、「経営者の総合的な判断」「リーダーとなる人材不足」「コロナによる休業」などをあげている。

「融資や補助金が受けられなくなった」「後継者問題」「関係者との連携が困難」等を理由としてあげている経営体は少数であった。

回答経営体数は27件で、中止または縮小した理由として、「労働力の確保が難しくなった」44.4%が最も多く、「多角化部門の売上げが伸びずにむしろ赤字になった」29.6%、「その他」18.5%、「販売先が見つからなかった」が14.8%の順となった。

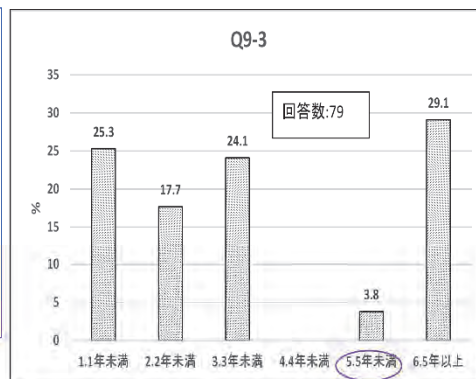
25

No. 25

経営多角化事業部門の黒字化するまでの期間

問9-3. 経営多角化事業部門の事業開始時から事業が黒字化するまでの期間についてお聞きします。該当する項目に○を記入してください。

- 1.() 1年未満
- 2.() 2年未満
- 3.() 3年未満
- 4.() 4年未満
- 5.() 5年未満
- 6.() 5年以上



問9-3. 経営多角化事業部門の事業が黒字化するまでの期間について

回答のあった経営体数は79件で、多角化部門が黒字化するまでの期間は、「5年以上」と回答した経営体が最も多く29.1%で、次いで「1年未満」が25.3%、「3年未満」が24.1%、「2年未満」が17.7%、「5年未満」が3.8%の順となっており、約7割の経営体が「3年未満」に多角化部門の黒字化を達成している。

回答のあった経営体数は79件で、多角化部門が黒字化するまでの期間は、「5年以上」という回答者が最も多く29.1%で、「1年未満」が25.3%、「3年未満」が24.1%、「2年未満」が17.7%、「5年未満」が3.8%の順となっており、約7割の経営体が「3年未満」に多角化部門の黒字化を達成している。

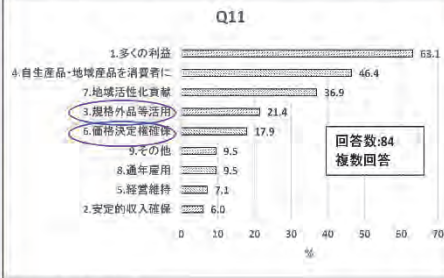
26

No. 26

経営多角化の開始目的

問11. 経営の多角化を開始した目的についてお聞きします。該当する項目に○を記入してください。(複数回答可)

1. () 農畜産物の高付加価値化・経営の多角化により、さらに多くの利益を上げるため
2. () 天候等に左右されない安定的な収入を確保するため
3. () 規格外品や余剰(売れ残り)品活用のため
4. () 自らの産品や地域の産品を多くの消費者に届けたい
5. () 本業収入だけでは経営を維持できないため
6. () 価格決定権を確保するため
7. () 地域の活性化に貢献するため
8. () 年間を通じて従業員を雇用できるようにするため
9. () その他 ()



Q11 その他の回答
 農畜産物の輸送のため
 相場周期の違うものを組み合わせて経営の安定化を図った
 酪農の糞尿処理のため
 人に頼まれた
 羽数が少なく自分で売れしかなかった
 売電による現金収入、消化液による糞尿の効果的な利用、
 分離後の固形分の活用
 消費者に酪農の魅力を知ってもらうため
 譲渡(購入)

問11. 経営の多角化を開始した目的について

回答経営体数は84件で、そのうちの63.1%の経営体で「高付加価値化・経営の多角化により、さらに多くの利益を上げるため」と最も多くの回答があり、次いで回答が多かった順に「自らの産品や地域の産品を多くの消費者に届けたい」と回答した経営体が46.4%、「地域の活性化に貢献するため」と回答した経営体が36.9%であった。

その他では、「規格外品や余剰(売れ残り)品活用のため」が21.4%、「価格決定権を確保するため」が17.9%で、「年間を通じて従業員を雇用できるようにするため」「本業収入だけでは経営を維持できないため」「天候等に左右されない安定的な収入を確保するため」と回答した経営体は少なかった。

自由記載を求めた「その他」の理由として、「相場周期の違うものを組み合わせて経営の安定化を図った」「羽数が少なく自分で売れしかなかった」「消費者に酪農の魅力を知ってもらうため」「売電による現金収入、消化液による糞尿の効果的な利用」等をあげている。

回答経営体数は84件で、そのうち63.1%の経営体が「高付加価値化・経営の多角化により、さらに多くの利益を上げるため」と回答し、「自らの産品や地域の産品を多くの消費者に届けたい」46.4%、「地域の活性化に貢献するため」36.9%という回答であった。

27

No. 27

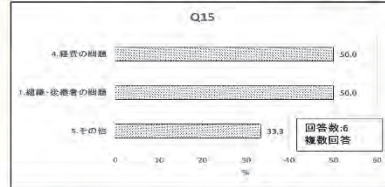
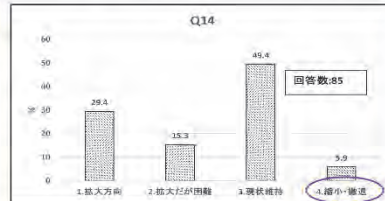
経営多角化の今後の方向

問14. 経営を多角化することについて、今後の方向性についてお聞きします。該当する理由に○を記入してください。

1. () 拡大していく方向
2. () 拡大していく方向だが、実現が困難な状況 → 問16以降の設問へ
3. () 現状の規模を維持
4. () 縮小または撤退していく方向... → 問15以降の設問へ

問15. 問14で、経営の多角化を「4.縮小または撤退していく方向」と回答した経営体にお聞きします。「縮小等の理由について該当する項目に○を記入してください。(複数回答可)

1. () 組織や後継者等の問題
2. () 販路開拓等の事業の問題
3. () 連携先の問題
4. () 経費の問題
5. () その他 ()



Q15 その他の回答
 本業の採卵鶏を減らしていくため
 選択と集中

問14. 経営多角化についての今後の方向

回答経営体数は85件で、「現状の規模を維持」と回答している経営体がほぼ半数の49.4%、「拡大方向だが実現に困難」を含めると「拡大方向」を志向する経営体は44.7%を占めており、「縮小または撤退」と回答した経営体は5.9%と少数であった。

問15. 「縮小または撤退していく方向」についての理由

回答経営体数は6件で、複数回答で問うたところ、3件の経営体が「経費の問題」及び「組織や後継者等の問題」と回答している。

回答経営体数は85件で、「現状の規模を維持」と回答している経営体がほぼ半数の49.4%、「拡大方向だが実現に困難」を含めると「拡大方向」を志向する経営体は44.7%を占めており、「縮小または撤退」と回答した経営体は5.9%と少数であった。

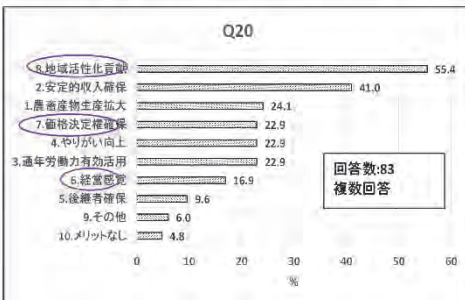
28

No. 28

経営多角化の利益確保以外のメリット

問20. 売上高や利益の確保以外に、経営の多角化に取り組んだメリットの有無についてお聞きします。該当するものに○を記入してください。(複数回答可)

1. () 農畜産物の生産が拡大した
2. () 安定的な収入を確保することができるようになった
3. () 年間を通じて労働力を有効に活用できるようになった
4. () 農業のやりがい向上した
5. () 経営の後継者が確保できた
6. () 経営感覚が身についた
7. () 価格決定権を確保することができた
8. () 地域の活性化に貢献できた
9. () その他()
10. () 売上高・利益の確保以外でメリットは特になかった



Q20 その他の回答
ブランドネーム
農産物の宣伝媒体として地元発
人脈
消化液を草地に散布した際に減肥できている。
循環型農業

問20. 経営の多角化に取り組んだメリットについて

回答経営体数は83件で、そのうちの55.4%の経営体で、経営の多角化に取り組むことにより「地域の活性化に貢献できた」ことを大きなメリットと考えている。このことは、多角化事業を始めるうえで、いかに地域との連携が重要であるということを経営者が考えているかが窺える証左であると思われる。

次いで、41.0%の経営体で「安定的な収入を確保することができるようになった」を多角化のメリットとして回答しており、本業部門のリスク回避の面でも大きな効果があったことが窺われる。

その他のメリットとしてあげている項目は「価格決定権を確保することができた」「農畜産物の生産が拡大した」「農業のやりがい向上した」「年間を通じて労働力を有効に活用できるようになった」を2割程度の経営体においてあげている。

自由記載を求めた「その他」のメリットとして、「ブランドネーム」「農産物の宣伝媒体として地元発」「人脈」「循環型農業」等のメリットをあげている。

- 回答経営体数は83件で、55.4%の経営体で、経営の多角化に取り組むことにより「地域の活性化に貢献できた」ことを大きなメリットと考えている。
- 次いで、41.0%の経営体で「安定的な収入を確保することができるようになった」を多角化のメリットとして回答しており、本業部門のリスク回避の面でも効果があったことが窺われる。

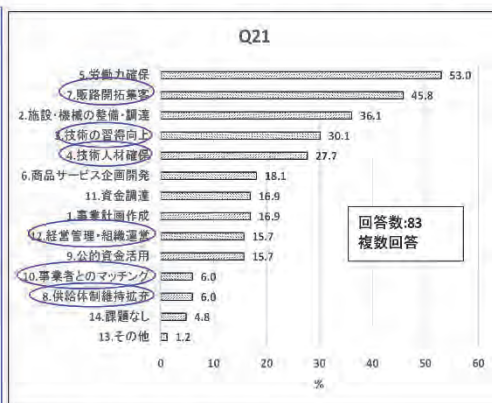
29

No. 29

経営多角化にあたっての課題

問21. 経営を多角化するにあたって直面した課題についてお聞きします。該当する項目に○を記入してください。(複数回答可)

1. () 事業計画の作成
2. () 施設・機械の整備・調達
3. () 技術・ノウハウの習得・向上
4. () 技術・ノウハウを持った人材の確保
5. () 労働力の確保
6. () 商品・サービスの企画・開発
7. () 販路の開拓・集客
8. () 農産物の供給体制の維持・拡充
9. () 行政機関等の補助金など公的資金の活用
10. () 連携して事業に取り組む事業者とのマッチング
11. () 資金調達(施設・機械の整備・調達以外)
12. () 経営管理・組織運営
13. () その他上記以外の課題があれば記入して下さい()
14. () 特に課題はなかった



Q21 その他の回答
排水処理関係

問21. 経営を多角化するにあたって直面した課題について

回答経営体数は83件で、調査実施時期が新型コロナウイルス感染の時期と重なったこともあって、「労働力の確保」をあげている経営体が53.0%、「販路の開拓・集客」をあげている経営体が45.8%と高い割合を示していた。

次いで、ウクライナ戦争の影響による世界的な部品調達の混乱が原因と思われるが、「施設・機械の整備・調達」をあげている経営体も36.1%みられた。

また、比較的高い割合を示している直面する課題としては、30.1%の経営体で「技術・ノウハウの習得・向上」を、27.7%の経営体で「技術・ノウハウを持った人材の確保」をあげている。

その他では、「商品・サービスの企画・開発」「資金調達」「行政機関等の補助金など公的資金の活用」等を直面する課題としてあげている経営体が15%から18%の範囲でみられた。

- 回答経営体数は83件で、調査実施時期が新型コロナウイルス感染の時期と重なったこともあって、「労働力の確保」をあげている経営体が53.0%、「販路の開拓・集客」をあげている経営体が45.8%と高い割合を示していた。

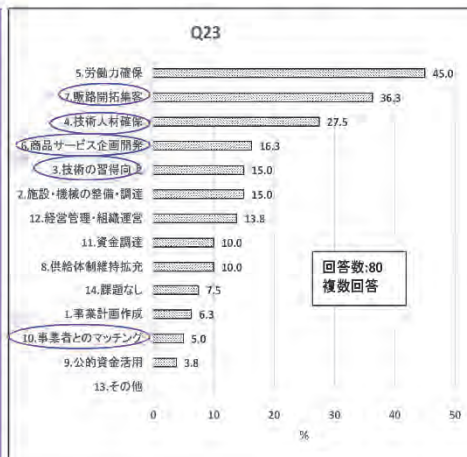
30

No. 30

経営多角化後の課題

問23. 経営の多角化を行ってから後、直面した、又は発生した課題や問題点があれば、該当するものに○を記入してください。(複数回答可)

1. () 事業計画の作成
2. () 施設・機械の整備・調達
3. () 技術・ノウハウの習得・向上
4. () 技術・ノウハウを持った人材の確保
5. () 労働力の確保
6. () 商品・サービスの企画・開発
7. () 販路の開拓・集客
8. () 農産物の供給体制の維持・拡充
9. () 行政機関等の補助金など公的資金の活用
10. () 連携して事業に取り組む事業者とのマッチング
11. () 資金調達(施設・機械の整備・調達以外)
12. () 経営管理・組織運営
13. () その他上記以外の課題があれば記入して下さい()
14. () 特に課題はなかった



問23.経営の多角化を行ってから発生した課題や問題点について

経営の多角化を行ってから直面した課題や問題点について、回答のあった経営体は80件で、開始時と同様「労働力の確保」と「販路の開拓・集客」の2項目をあげて回答した経営体が45.0%、36.3%と高い割合を占めていた。

次いであげていた課題・問題点は、27.5%の経営体が「技術・ノウハウを持った人材の確保」を、以下主な項目として、「商品・サービスの企画・開発」を16.3%が、「技術・ノウハウの習得・向上」、「施設・機械の整備・調達」を15.0%が、「経営管理・組織運営」を13.8%の経営体であげており、開始時とほぼ同様な項目を引き続いて上位の課題・問題点として取り組んでいることが明らかとなった。

経営の多角化を行ってから直面した課題や問題点について、回答者は80件で、開始時と同様「労働力の確保」と「販路の開拓・集客」の2項目をあげた経営体が45.0%、36.3%と高い割合を占めていた。

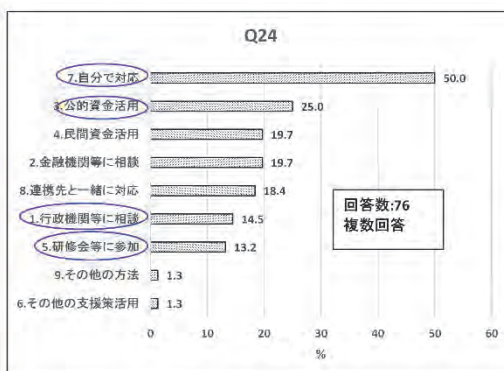
31

No. 31

経営多角化開始後の課題への対応方法

問24. 経営多角化事業を始めてから後の課題に対する対応方法についてお聞きします。該当するものに○を記入してください。(複数回答可)

1. () 行政機関等の職員や専門家(アドバイザー)に相談
2. () 金融機関・農協・商工会等に相談
3. () 行政機関等の補助金など公的資金を活用
4. () 金融機関の融資など民間資金を活用
5. () 研修会・セミナー・商談会などの企画に参加
6. () その他の支援策を活用
7. () 自分で対応
8. () 連携先の事業者に相談して一緒に対応
9. () そのほかの方法で対応()



Q24 その他の回答
新聞広告で人募集

問24.経営多角化事業を始めてから後の課題に対する対応方法について

回答経営体数は76件で、回答のあった経営体のうち半数が「自分で対応」と回答している。

その他主な内容では、資金面に関する対応として、回答のあった経営体の1/4が「行政機関等の補助金など公的資金を活用」を、約2割の経営体が「金融機関の融資など民間資金を活用」「金融機関・農協・商工会等に相談」をあげている。

その他の相談先として、「連携先の事業者」「行政機関」をあげている経営体もあった。

回答経営体数は76件で、回答者の半数が「自分で対応」と回答している。資金面に関する対応として、回答者の1/4が「行政機関等の補助金など公的資金を活用」を、約2割の経営体が「金融機関の融資など民間資金を活用」「金融機関・農協・商工会等に相談」をあげている。

32

No. 32



「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>
df:roedje:mam//:d334 dH羅日空