

常に新しい夢にチャレンジ

～若者に魅力のある自作農家になりたいと願って～



株式会社 地主共和商会

三重県多気郡勢和村

法人設立 昭和41年1月

<推薦理由>

・事例の概要

飼料販売の会社から事業展開を繰り返し、養鶏部門では平飼い方式で大規模な経営を確立した。環境対応ではISO14001認証を取得した先進的事例。

・審査のポイント

審査にあたっては、中央畜産会から示されている「特色ある取り組みの内容」に基づき審査した。主に次の点について各推薦事例を比較した。

- ① 地域との共存関係を強く持ち、地域住民などからも支持がある事例。
- ② 「農家」から脱却し、企業としての経営理念に基づいた経営。新規就農者の目からみたときに魅力ある農業者であること。
- ③ 畜産環境対策に十分な配慮がなされている事例。

・本事例の評価された点

平飼い養鶏にあって、環境マネジメントシステムISO14001の認証を取得していることを高く評価した。大量生産、低コスト生産が主流の時代に、新しい農業のあり方として、自分で生産したものを自分で価格を決定するという方針で経営に臨み、実践してきた。販売が波に乗るまでは、いくつもの困難もあったようであるが、チャレンジ精神を前面に出し、見事にこれらをクリアしてきた。社内においては「和」を大切にし、常に新しい農業のあり方を模索してる。

(三重県審査委員会委員長 協 田 正 彰)

＜発表事例の内容＞

1 地域の概況

勢和村は、三重県のほぼ中央に位置し、村の東を流れる櫛田川と、日本を代表する清流として有名な宮川の支流である濁川に抱かれた環境にある。

伊勢自動車道の勢和多気インターが村内にあることから交通の便は良く、さらに紀州方面への高速道路（紀勢自動車道）の整備が進められており、企業の誘致や観光開発などで新しい局面を迎えようとしている。

村の土地面積は約54km²で、森林が70%、田畑が約15%を占めている。気候については、年間平均気温15.2℃と比較的温暖で積雪をみることはごくまれな恵まれた自然環境にある。農業では、米を中心に茶、葉タバコ、シイタケの栽培が行われている。主な農産物の生産量は、米1,490 t、生茶338 t、葉タバコ28 t、乾燥シイタケ13 tである。村内の畜産農家戸数は、乳用牛2戸、肉用牛1戸、養豚1戸、採卵鶏7戸である。なお、三重県下の採卵鶏農家戸数は130戸である。

2 経営管理技術や特色ある取り組み

1) 自立できる経営を目指して

当事例は、現在の代表取締役の父が水田20 aと栗園2～3haを営む傍ら起業した家畜用飼料の卸・販売業から出発しており、先代の時代には、養鶏部門は営んでいなかった。現在の代表取締役が会社に入り継承した後、多角的な経営を目指すようになり、先ず鶏卵販売部門に進出し、さらには採卵養鶏部門も新たに経営に取り入れた会社である。

飼料販売や鶏卵取引の中で、顧客（畜産農家）との付き合いの中で感じ始めたことは、畜産農家の経営は、常に相場に左右される運命にあり、非常に不安定な立場であるということだった。

倒産し、廃業を余儀なくされる農家を目の当たりにし、今後の畜産がどうあるべきかを考えた末に、行き着いたのは、「相場に左右される小作人であってはならない。地主にまではなれないとしても、少なくとも自作農家にならなければ、農業の将来に夢がないのではないか。」という結論であった。

人と同じものを作っているだけでは、置かれた環境は変えられない。それならば「差別化商品、今、市場にはない商品、消費者を引き付ける商品」を作れば、自分で価格を設定し、販売できるだろうと考えた。

着眼したのは「平飼い養鶏」であった。過去に庭先で飼われていた鶏は、全て平飼いであったが、大量生産、低コストの波に流され、専業の採卵農家であればケージ飼いが当然であると考えられていた時代のことである。

先ず、養鶏農家に平飼いによる養鶏を委託して、これを進めようとしたが、なかなか自作農（自分で価格を決定する）の生き方を理解してもらえず、逆に人のやらないことをやるとリスクが伴って危険であると判断され、委託による平飼い養鶏はスタートできなかった。

ならば自分でやってみようと3,000羽規模の平飼い養鶏を始めたのが平成元年のことであった。当時の営業担当（現在の常務）と、「付加価値をつけた鶏卵」を販売するために営業を続けたものの、なぜ価格が高いのかを消費者に理解してもらえず、苦しい経営が数年続いた。

その後、消費者の意識にも変化が現れ、「健康食品ブーム」が到来するなど、差別化商品が理解されるようになり、販売も波に乗り始めた。現在は、自社内で小売もしているが、主流は全国30数県に及ぶ健康食品取扱店等の卸・小売店への販売で、その流通は大手運送会社との契約によりトラックで毎日配送している。

販売ルートには、中間業者（卸業）を介在させていない。これは、最終販売価格の問題も当然考慮してのことではあるが、消費者からの「声」をより身近に受け止めていきたいという気持ちからでもある。

消費者からの支持を得た平飼い方式は、その後、取引先から他店への紹介や推薦などもあり段階的に規模拡大を図っていくことができた。そして、現在の鶏舎用地を造成し、全国でもトップクラスの平飼い養鶏経営となることができた。

このことにより、農業を目指す若者やその家族からの理解も得られるようになった。

農業（畜産）が持つマイナーなイメージを払拭することは、一朝一夕にはできなかった。新規社員を獲得するために、広く門戸を開いてはいたものの、「田舎の鶏屋さん」への応募は一般企業のそれに比較すると、桁違いに少ない時代があった。自社の経営への取り組みを理解してもらい、将来の展望に共鳴してもらうには、社長自らが就職希望者と語ることが必要だった。

自社への就職が決定してからも、同様のイメージを持つ家族に対しての説明・説得が必要なこともあった。

しかし、「畜産で社員共々、メシを食えるようにしていきたい。」という熱い想いが通じると、新規の「就農者」となる若者も徐々に増えてきた。

社長が日々思っていることは、『社員から「私も社長になりたい。」と思われたくない。』ということである。社長は社員以上に働き、社員以上に努力をしていなければ、社員から支持されなくなるという苦しい立場であることを知ってもらいたいのである。

2) 環境に配慮できる経営

会社のモットーは「感謝と夢」である。現在の鶏舎建設にあたり、何よりも優先していったことは、環境への配慮であった。畜産といえば悪臭や水質汚染といった環境汚染により近在住民から苦情がでることも多くなってきていたが、先輩の養鶏経営者からの教えもこの点に十分に配慮する必要があるというものであった。

結果として、環境対策への配慮の証として環境マネジメントシステムISO14001の認証を取得することができた。畜産農場としての取得は、現在、全国でも数少ない先進的な事例である（平飼い養鶏では全国初の事例である）。

3) 畜産を身近に感じてもらいたい

平飼いを始めた頃から、いわゆる「展示鶏舎」を併設した。子供たちを初めとして、消費者の皆さんも、家畜（当事例の場合、鶏）に接した経験がほとんどないといった時代になってきている。肩肘張った展示鶏舎ではなく、だれでもが鶏に触れられるような場所を提供したいという思いで、鶏舎敷地内に展示鶏舎やふれあいの場を設けた。

現在の鶏舎建設にあたっては、この内容をさらに充実させ、自社製品の販売を取り扱う小売店「山の駅よって亭」を建設し、これに隣接させる形で鶏のミニ動物園的な施設を建設した。

3 経営活動の内容

1) 労働力の構成

(平成15年7月現在)

区 分	続柄	年齢	農業従事日数		年 間 総労働時間	労賃単価	備 考 (作業分担等)
				うち畜産部門			
構成員	本人	49	276	276	552	—	
	父	80					
	母	73					
	叔父	75					
	計		276	276	552		
従業員	農場	6 人	1,512	1,512	11,340	1,460	鶏卵生産
	GP センター	9 人	2,484	2,484	19,872	1,060	パッキング
	小売	6 人	1,080	1,080	7,560	905	山の駅よって亭
	営業	3 人	828	828	6,624	1,318	販売
	事務	2 人	552	552	4,416	1,318	事務
	計			6,456	49,812		
臨時雇	な し						
労働力 合 計	27 人		6,732 日	6,732 日	50,364 時間		

※①本人の労働時間について

会社を総合的に統括することから、農場、GP、小売の部門に関わる時間を1日2時間×23日×12ヶ月と見積もって積算した。

②常雇の労働時間について

部門別に総労働時間を算出した。

農業従事日数、年間総労働時間については、部門の総計である。

賃金単価は、支給額を時間で除したもの。

なお、別添調査表「当期生産費用」「損益計算書」における労働費の区分は次による。

- ・家族：本人の役員報酬200万円/月の内、50万円/月（年間600万円）を見込んだ。
- ・当期生産費用の雇用労賃38,779千円は、上記表の内、農場、GP分を見込んだ。
- ・損益計算書の雇用労賃14,551千円は、上記表の内、営業、事務分を見込んだ。
- ・損益計算書の事業外費用13,687千円の内、6,840千円は、上記表の小売にかかる労賃である。

2) 収入等の状況

(平成13年9月～平成14年8月)

区 分		種 類 品目名	作付面積 飼養羽数	販売量	販売額・ 収 入 額	収 入 構成比
農 業 生 産 部 門 収 入	畜 産	成鶏	49,950 羽	1,195 t		
		育成鶏	21,500 羽			
加工・販売 部門収入		GP センター		1,123 t	471,663,570 円	97%
農外収入		小売部門(よって亭)			14,091,780 円	3%
合 計					485,755,350 円	100%

○農業生産部門では、「生産量」の把握のみであり、販売額の記載がないが、オリジナルブランド「有精美容卵」を販売するには、GP部門の機能（選卵、パッキング）が付与されて実現できるものであると理解することによる。

○成鶏と育成鶏羽数について

190日齢までを育成鶏として区分している。このため育成鶏が産卵する鶏卵は、成鶏が産卵する卵と区分することなく販売に供せられることとなる。

育成鶏羽数（割合）が、一般的な飼育方法に比較すると多く（高く）なっているが、飼育方法が平飼いということから、成鶏の生存率が一般的な数値より低いためである。

○加工販売部門収入では、本事例の鶏卵のみの販売額であり、他経営からの鶏卵の受け入れ出荷等は範疇に含めていない数値である（商品の加工は業者に外部委託）。

○農外収入は、小売部門「よって亭」の販売額である。

3) 土地所有と利用状況

単位：a

区 分			実 面 積			備 考
			うち借地	うち畜産利用地面積		
個 別 利 用 地	耕 地	田				
		畑				
		樹園地				
		計				
	耕地以外	牧草地				
		野草地				
		計				
	畜舎・運動場		490	340	490	詳細は下表参照
	そ の 他	山 林				
		原 野				
		計				
共同利用地						

【畜舎・運動場490 aの内訳】

生産部門、GPセンター、小売（よって亭）部門と同敷地を取り巻く山林の総面積である。詳細は次表のとおり。

区 分		実面積		備考
		うち借地	うち畜産利用地面積	
畜舎敷地	200 a	50 a	200 a	
GP敷地	90 a	90 a	90 a	
小売敷地	110 a	110 a	110 a	
その他 （山林部分等）	90 a	90 a	90 a	
計	490 a	340 a	490 a	

＊ 表中「その他（山林部分等）」は、同敷地を取り巻く山林部分であり、ここに遊歩道や遊具が設置されている。

4) 家畜の飼養状況

単位：羽

品 種 区 分	成 鶏	育成鶏		
期 首	50,477	21,350		
期 末	49,780	20,789		
平 均	49,988	21,170		

＊成鶏：190日齢で成鶏カウントした。

5) 施設等の所有・利用状況

種 類		構 造 資 材 形式能力	棟 数 面積数量 台 数	取 得		所 有 区 分	備 考 (利用状況等)
				年	金額（円）		
畜 舎	鶏舎 3 号舎	全棟共、木 造、屋根は ガルバニウ ム鋼板製畜 産用資材	1,935.5 m ²	H11	18,861,152	会社	育成用 育成用
	鶏舎 4 号舎		1,935.5 m ²	H11	17,341,558	会社	
	鶏舎 5 号舎		1,935.5 m ²	H11	21,781,620	会社	
	鶏舎 6 号舎		1,935.5 m ²	H11	21,093,382	会社	
	鶏舎 7 号舎		1,935.5 m ²	H12	21,393,810	会社	
	鶏舎 2 号舎		1,935.5 m ²	H12	22,432,191	会社	
	鶏舎 1 号舎		1,935.5 m ²	H12	20,314,762	会社	
	鶏舎 8 号舎		1,935.5 m ²	H14	21,986,095	会社	
施 設	GP センター			H12		個人	賃借物件
	よって亭			H13		個人	賃借物件
機 械	(鶏舎内機器類集卵機械他)						
	3 号舎用機器		一式	H11	19,763,572	会社	
	4 号舎用機器			H11	20,108,677	会社	
	5 号舎用機器			H11	30,969,731	会社	
	6 号舎用機器			H11	28,291,776	会社	
	7 号舎用機器			H12	17,964,763	会社	
	2 号舎用機器			H12	19,554,953	会社	
	1 号舎用機器			H12	19,481,430	会社	
	8 号舎用機器			H14	リース物件		
	主制御盤			H11	2,000,000	会社	
	水浄化装置			H11	4,500,000	会社	

6) 経営の推移

年 次	作目構成	羽 数	経営および活動の推移
昭和 25 年 1 月	飼料・肥料 の卸・小売業 + 水田 20 a + 栗 2～3ha		父が飼料、肥料の卸・小売業を創業
41 年 1 月	↓		有限会社地主共和商会設立
52 年 4 月			本人、地主共和商会へ入社
53 年 1 月			鶏卵の取り扱いを開始
平成元年 1 月			
2 年 9 月	平飼い養鶏 +	3,000 羽	養鶏業を開始
4 年 7 月	飼料・肥料	15,000 羽	株式会社に組織変更(資本金 10,000 千円)
7 年 12 月	の卸・小売業		増羽、GP センターにオートパッカー導入
11 年 9 月	↓	30,000 羽	有精美容卵コケコッコ共和国開設
12 年 3 月		39,800 羽	現在地へ新農場(平飼鶏舎 4 棟)を建設
12 年 4 月			鶏舎 7 号建設、平飼鶏舎からインライン方式による GP センターを建設
13 年 7 月			育成用鶏舎 2 棟建設 (20,000 羽)
13 年 9 月			コケコッコ共和国に売店「山の駅よって亭」をオープン
14 年 8 月		49,950 羽	平飼採卵鶏舎として全国初の環境マネジメントシステム ISO14001 認証取得
			8 号鶏舎建設、39,800 羽から 49,950 羽に増羽

7) 経営の実績・技術等の概要

(1) 経営実績

期間		平成 13 年 9 月～平成 14 年 8 月		経営実績	
経営 の 概 要	労働力員数（畜産）	構成員		0.25	人
		従業員		22.64	人
	成鶏平均飼養羽数		71,158	羽	
	年間鶏卵生産量		1,195,000	kg	
	年間鶏卵出荷量		1,123,000	kg	
収 益 性	採卵鶏部門年間総所得		54,864,430	円	
	成鶏 1 0 0 羽当たり年間所得		77,102	円	
	所 得 率		11.6	%	
	成鶏 1 0 0 羽当たり	部門収入		662,840	円
		うち鶏卵販売収入		662,840	円
		売上原価		428,737	円
		うちもと雛費		71,491	円
		うち購入飼料費		161,535	円
		うち労働費		62,929	円
うち減価償却費		45,585	円		
生 産 性	成鶏 1 0 0 羽当たり年間鶏卵生産量		1,679	kg	
	成鶏 1 0 0 羽 1 日当たり産卵量		4.60	kg	
	鶏卵 1 k g 当たり平均販売価格		420.0	円	
	成鶏 1 0 0 羽当たり年間飼料消費量		4,179	kg	
	飼料要求率		2.49		
	育成率（初生雛）		95	%	
	育成率（中大雛）			%	
	成鶏淘汰率		41	%	
	成鶏へい死率		16	%	
	成鶏補充率		73	%	
	鶏舎 1 m ² 当たり年間鶏卵生産量		72	kg	
	鶏舎 1 m ² 当たり成鶏飼養羽数		4.6	羽	
安 全 性	成鶏 1 0 0 羽当たり投下労働時間		70.8	時間	
	総借入金残高（期末時）		13,000	万円	
	成鶏 1 0 0 羽当たり借入金残高（期末時）		182,692	円	
成鶏 1 0 0 羽当たり年間借入金償還負担額		36,538	円		

(2) 技術等の概要

経営類型	中・大すう導入
主な飼養品種	その他の国産鶏（もみじ）
成鶏舎の構造	平飼い鶏舎
生産部門以外の取り組み	特殊卵生産
自家配合の実施	なし
協業・共同作業の実施	なし
施設・機器具等共同利用の実施	なし
成鶏の更新方法	群ごとのオールイン・オールアウト
強制換羽の実施	全羽に実施
GPセンター活用の有無	あり
インテグレーション傘下の有無	傘下ではない

4 家畜排せつ物処理・利用方法と環境保全対策

1) 家畜排せつ物の処理方法

(1) 固形分の処理（堆肥化処理等）

平飼い鶏舎の特徴の一つとして、鶏が出した床の鶏ふんを自らの脚でかき混ぜることにより、鶏の在舎中に自然発酵させることができることにある。また、鶏舎の中央部分に設置したふん乾設備から送風することにより、鶏ふんは湿気を含まず自然発酵する。

鶏舎のローテーションは概ね500日間隔であり、群単位（鶏舎単位）で更新・廃用するため、空舎となった後、特注の搬出機具を付けたショベルローダにより、10日程度をかけて鶏ふんを舎外へ搬出し、鶏舎を清掃の上、水洗する。

堆肥利用については、需要期には、鶏舎から搬出すると同時に近在の農家が引き取りにくるため、直にトラックに積み込まれ引き取られる。非需要期には、鶏舎から一旦ストック倉庫へ搬入し、その後、引き取られる。

なお、鶏ふんは近隣市町村の茶生産農家を主とする耕種農家に無償譲渡される。対象となる農家は約400戸が把握・登録されており、これらの農家に対して鶏ふん搬出時期を連絡することとしている。

(2) 液体（鶏舎洗浄水）の処理

家畜排せつ物としての汚水はないが、鶏舎洗浄時の汚水が出る。これについての処理は次のとおりである。

空舎となった鶏舎は、水で洗浄した後、消毒する。この際に出る汚水は、鶏舎出口近くに埋設された管を通り、4基からなる浄化槽で曝気処理した後、貯留池に移し、さらに曝気を繰り返した後、放流する。

GPセンターで使用する卵の洗浄水は、薬品を使用せず、アルカリ水および

酸性水を使用している。ともに使用後の水は中和された後、放流されるため自然環境に影響を及ぼすことはない。

2) 家畜排せつ物の利活用

(1) 固形分

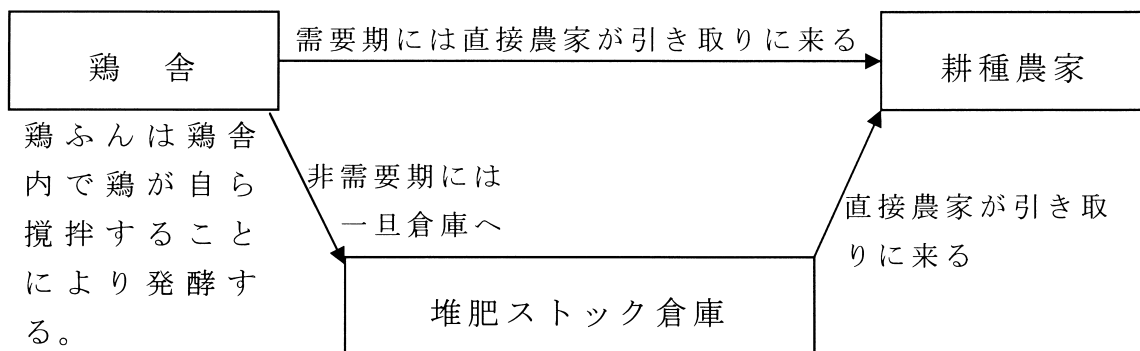
内 容	割合 (%)	品質等 (堆肥化に要する期間等)
販 売		
交 換		
無償譲渡	100	鶏舎では、約 500 日間鶏ふんが堆積されることになるが、この間に、鶏が自ら鶏ふんを攪拌することにより自然発酵することになる。鶏舎から搬出する際には、ほとんど臭いもない状態で堆肥化される。
自家利用		

(2) 液体分

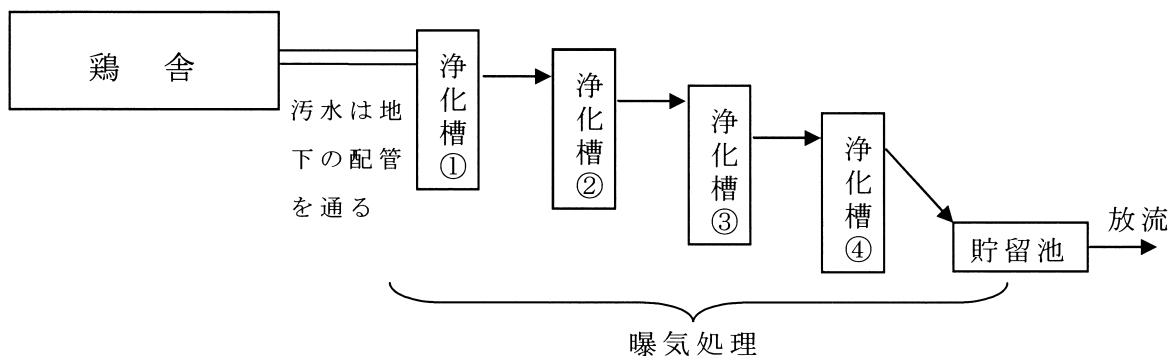
内 容	割合 (%)	浄化の程度等
土地還元		
放 流		
洗 浄 水	100	県環境基準に基づいて放流。

3) 処理・利用のフロー図

鶏ふんの場合（無償譲渡）



鶏舎洗浄水の場合（放流）



4) 処理・利活用に関する評価と課題

(1) 三重県審査委員会の評価

当事例の環境対策については、環境マネジメントシステムISO14001の認証取得という事実からも判断できるように、鶏ふんの処理、汚水の処理等については、万全の対策を取っている。

三重県では茶の生産が盛んであるが、当農場の近隣市町村は、県内でも茶生産の盛んな地域であり、鶏ふんの需要が多い。こういった地域の耕種農家へ無償で堆肥を提供することにより、資源循環型農業を実践していることは大いに評価できる。

当農場は、新たに山林を開発して造成した土地であり、鶏舎敷地周囲に住居等はないが、経営主は悪臭問題等が発生しないように細心の注意を払っている。なお、前述したように、平飼い鶏舎の特徴として、鶏が床の鶏ふんを自ら攪拌することにより、鶏ふんが発酵し、鶏舎内に不快な臭いは発生していない。

環境マネジメントシステムISO14001の認証ならびに継続のためには、鶏ふん処理等はもちろんのことながら、事業所内の節電を初めとする省エネ対策、ダンボールの有効利用などの資源対策など取り組まなければならない。このためには定期的にあるいは部署別に開かれる環境についての社員教育も行われ、周知徹底されている様子が伺われる。

敷地内には、直販店もあるが、一般消費者に対しても掲示板等により環境の維持のための協力を訴えている。

(2) 課題

当事例の環境対策への取り組みは、ふん尿処理対策も事業所内の省資源化についても、最高水準の取り組み事例であると高く評価したい。

ISO認証の取得が最終目的ではなく、ひとつの通過点であることはいうまでもなく、社長を筆頭に社員全員が一丸となって取り組んでいる姿勢が伺われる。

今後はこのレベルを決して下げることなく、維持・発展していくことを目標としてもらいたい。

そして、ISOの認証の取得や継続についての先進的な事例として、県内の同業者等の模範となることが重要であると思われる。

5) 畜舎周辺の環境美化に関する取り組み

(1) 鶏舎内

平飼い鶏舎の飼育では、鶏ふんが湿気を含まずに常に乾燥した状態にあるため、全くといっていいほど、臭気が発生はない。

(2) 鶏舎水洗後の汚水処理

飼育鶏は鶏舎毎（群毎）のオールイン・オールアウト方式のため、廃用した後には鶏舎内を全部水洗することになる。農場から発生する汚水は、この洗浄後の水だけであり、この汚水は、鶏舎側面に設置された配水管を通じて4基の浄化槽に

送られ、曝気を繰り返して浄化された後、ため池に送られる。ここでさらに曝気された水が一般河川に放流されることになる。

(3) GPセンターで使用する卵の洗浄水

卵の洗浄には薬品を使用せず、電気分解により強酸および強アルカリの水を使用するため、洗浄後は中和され、普通の水となって排水され、周辺の水質への影響はない。

(4) 敷地内の美化

敷地内は、従来の山林の姿を活かし、さらに植樹し、花木を植え、環境美化に努めている。

(5) ISO認証の事業所としての認識

ISO14001を取得したことから、社員への環境に関する教育や具体的な実施について、明確な目標数値を掲げ、これを実践している。実践の証として求められる「記録」については、電気の消費量、鶏ふんの搬出、ごみの分別、焼却炉の利用実績等多岐にわたる記録を残し、全社を挙げて取り組んでいる様子が伺われる。

また、よって亭に来店する一般客に対しても、ISO取得の事業所であることを明示し、環境の維持に協力するよう訴えている。

5 後継者確保・人材育成等と経営の継続性に関する取り組み

(1) 社員の和の育成

社長の社員に対する朝の挨拶は、社員に一人一人に握手を求めることから始まる。名実共に「触れ合い」を大切にしている。社員全員の交流のために、毎月恒例の行事として「食事会」と「誕生会」を開催している。食事会では、社長自らが腕を振るい味噌汁を作ることが恒例となり、好評を得ている。食事会は全社員が一同に会するもので、該当者があると誕生会と称して、「その社員の家族のために」花束や牛肉を贈ることにしている。この会社にとって、働く者は本人であるが、家族の支えがあってこそ会社で働けるのであるという考えから、家族に感謝の意を表すために、このような触れ合いを続けている。

(2) 研修等への参加

将来の幹部候補は、大学で畜産を学習した者ではないが、採用に当たっては、社員を統括できる能力を買い採用に踏み切った。同社員は、飼料メーカーの指導研修を習得し、現在では、近在の養鶏家からも要請があるほどの技術者として活躍している。このように必要と認める研修は積極的に受けさせ、あるいは社員から要望のある研修についても受講を勧め、各人の能力向上に積極的に取り組んでいる。

(3) 新しい取り組みとしての部門区分

当事例は、鶏卵の生産、販売、卸、飼料の販売と多岐に及ぶ企業であり、従来は決算も全社を総合する形で行ってきたが、本年6月から会社を7部門に区分し、それぞれの部門ごとに収支を把握できる体制とすることとした。まだ、スタート

直後ではあるが、既に社員の中からは、改めて費用の再検討をする者や関係部署内の協調体制を再確認するなど具体的な動きがみられるようになった。

(4) 新入社員の家族の声

新入社員については、広く門戸を開いてきたものの、一次産業であるということで、一般企業のような応募数がないことは事実であった。一例をあげるならば、大学卒業者を雇用するとその両親は、「聞いたこともない地方の農場」に不安を抱くことが、少なからずあったようであるが、両親を農場に招き、実際に現場（職場）を見学していただくとともに、社長が自ら会社の方針や社員との交流、農業についてのビジョンなどについて語ることで本人以上の納得を得てきたようである。

6 地域農業や地域社会との強調・融和についての活動内容

(1) 基本的な姿勢

養鶏を通じて親交のある同業者から常々教わってきたことは、「地域の皆さんからの支持がなければ養鶏を継続することなどできない。ましてや環境汚染を起こすような経営では、維持することは、論外である。」という考えである。現農場を計画・建設するに当たってもこのことは常に念頭においてきた。

ISOの取得は新農場の建設時には計画していたものではなかったが、環境への心配りを優先してきた結果として、取得が可能ではないかとの前述の勧めにより申請に踏み切った。しかし、ISO取得は最終目的ではなく、これにより会社の姿勢を理解していただくこと、商品に自信をもって営業活動に推進できること、そして何よりも限りある資源を有効に利用することを目的としている。

(2) 「山の駅よって亭」からの情報発信

家畜に触れ合う機会のほとんどない子供たちや一般消費者に、直接、鶏に手で触れることのできる場を提供している。

旧鶏舎の時から、こういった場を提供してきたが、新農場の一角に設けられたミニ動物園的な施設には、珍しい鶏や手で直接触れられる鶏が飼育されていたり、直販店の周囲では、鶏が自由に歩き回る姿も見受けられる。

同施設を取り巻く土地は、敷地造成時に自然の山をできる限りそのまま残し、森林浴を楽しめるように遊歩道を整備した。遊歩道には、各種の木製遊具を配置し、自由に遊べるようになっている。また、当地は古くは奈良時代に奈良東大寺大仏の建立のため使用された水銀を産出した土地であり、遊歩道の一角には、水銀採掘後の遺産が残されている。

直販店「山の駅よって亭」は、純和風の民家を再現した施設で、当農場のオリジナルブランド「有精美容卵」を初めとし、鶏肉やそぼろ、卵スープ、卵せんべいなどの加工品、その他の健康食品などを販売している。

また、鶏肉の焼肉や卵プリンも人気の商品となってきた。

店内では、養鶏への理解を深めてもらうために、農場内の鶏の様子やGPセン

ターなどの内容をビデオで流している。

こういった事業展開の内容をさらに広く知ってもらうため、県内、東海地域、関西地域を放映範囲とするテレビ局でもCMを放映したり、ホームページを通じて自社のPRをしたりしている。

(3) 地域の皆さんとの結びつき

近隣市町村の耕種農家（約400戸）と堆肥の無償譲渡という関係で連携を取り、資源の循環を図っている。

近在の高校生の企業研修や養護施設の生徒らの研修を受け入れている。研修は各1日ではあるが、養鶏そのものを知ってもらうとともに、一次産業の大切さや会社のモットーである「感謝と夢」についても語っている。

生協グループや健康食品関連の視察については、実際に平飼い鶏舎内部の視察も受け入れるなどの対応をして、平飼い養鶏への理解を深めている。

(4) 県養鶏協会理事としての役割

本年度からは県養鶏協会の理事にも就いた。現在、鳥インフルエンザの問題がクローズアップされてきているが、他の経営や会員とともに真摯に取り組む姿勢である。本県では過去に養豚業界において、オーエスキー病が発生するといった一大事件が起きた経緯がある。この時、養豚協会では会長を中心として会員が一丸となりオーエスキー撲滅に全力を注ぎ、見事に打ち勝った経験を持っている。この結束とその手法について学び、今後の養鶏業界の維持と発展に寄与すべく活動を開始した。

また、養鶏協会会員の地域的な集まりを組織し、HACCPについても仲間と共に学習を深めている。

7 今後の目指す方向性と課題

<経営者自身の考える方向性と課題>

「感謝と夢」が社長のモットーである。安全で安心して食べてもらえる卵の生産を目指して常に新しい夢にチャレンジしている。

畜産業界全体に持たれているいわゆる3Kの悪いイメージの殻を破り、清潔で明るい環境の中で仕事ができる職場、特に若者が「夢と希望」を持てる魅力のある会社にしていきたいと考えている。そのためには、社員が希望を持って、仕事に見合う収入（所得）が確保できるように経営努力をしたいと考えている。

最近、特に環境問題が注目されるようになってきていることから、これからの企業のあり方としては、ビジネス上の観点からも、積極的に環境問題に対する取り組みが必要となってくるものと思われる。

平成13年9月にISO14001を取得し、地球温暖化防止に努め、環境にやさしく地域に密着した地元の人々に融和できる企業を目指している。

<<審査委員会の評価>>

畜産現場でISO14001認証を取得した事例であり、自然環境の保持、循環を経営の

根幹においた優秀事例である。当事例は、鶏卵生産部門、GP部門、小売部門、飼料販売部門など多岐にわたる企業である。ISOについては、全部門を包括しての取得であり、取得が困難と思われる畜産現場でこれを実践したことは大きな評価ができるものである。

鶏舎敷地の一角に自社製品を販売する「山の駅よって亭」を建設し、併設の施設として、鶏と直接触れ合える施設も無料開放している。この施設は、現農場建設以前から、ふれあいの場を提供していたものを継続する形で、新設したものであり、ウィークエンドには遠くからの常連のお子様連れもできている。

販売店では、自社の鶏卵を使った加工品を初め、健康食品を販売し、食品の安全性と安心感を前面にアピールしている。

社内においては、社員一人一人とのつながりや、各職場でのコミュニケーションを非常に大切にしている。

現在、畜産業界を初めとした農業全般において、若い就農者が少なく、後継者不足による産業全体の衰退も危惧するところである。当経営主は、早くから自立のできる農業者を目指し、市況に左右されない経営を目指してきた。この手段として平飼い養鶏にチャレンジし、いくつもの困難を乗り越えて、全国でも数少ない大規模平飼い養鶏経営を確立し、「自作農」が生きていけることを証明した。