

地域に根ざした採卵経営の実践 ～地元で生まれ育った信頼の経営～



株式会社 南勢養鶏
(なんせいようけい)
三重県度会郡南伊勢町

推薦理由

採卵養鶏業界は、畜産の中でも最も機械化が進み、かつスケールメリットが顕著な畜種である。当経営も現在の規模（20万羽）に至るには、機械化を進め、コストの見直しを繰り返してきたものと推察される。

現在の経営の基礎を築いたのは、現会長の尽力によるところが大きいことは明らかであるが、現社長が後継者として就農し、その意志を継ぎ、さらに経営を発展させてきたことは、二人が両輪となりつつも新しい原動力となって、会社を各方面から見つめ直し改善してきた成果である。

事例のタイトルにも用いた「地域」については、経営各方面でこの事例は支えられ、共に歩んできたという思いである。地元の会社として地域の人材を率先して採用するなどの地域貢献も行ってきた。販売では、伊勢志摩という観光地という地域特性を活かしながら、地元を中心に販路を拡大してきた。取引先の要望に応えるために多様な商品群を取り揃えてきたことや、観光地というメリットを活かして、ゆでたまごを商品化するなどの特徴を感じる。

県内の採卵鶏1戸当たりの平均飼養羽数は、46千羽であり、当事例は県下でも有数の規模を有するものではあるが、県下へはさらに大手の企業養鶏が進出しており、新たな市場獲得競争も生じてきている。当事例でも従来のように「地元であること」のみでは、消費者からの支持を得続けられるものではないという危惧もある。このような状況に対応するため ISO9001 の認証により第三者の目で経営の取り組みを再確認してもらうことで、消費者への安全と安心の提供を確たるものにしようとしている。また、新たに県が推進する「みえの安心食材表示制度」については、平成20年度の認定発足に向けて、公私両面から積極

的に関わり合ってきた。

生産部門の成績向上のためには、鶏舎の空調を自社で創意工夫するなど独創性が感じられたり、品質の高い堆肥の生産が地元で支持されているなどの特徴も散見されるが、飼料の検討や卵の検査、衛生面への取り組み、販売体制、従業員教育などの場面で当事例を評価しようとするとき、特定の取り組みで特出したものがあるといったものではない。

(三重県審査委員会委員長 脇田正彰)

発表事例の内容

1 地域の概況

三重県は南北に長い地勢で、北は木曾三川を隔てて濃尾平野に続き、南の紀州方面は太平洋に臨んでいる。県東側に広がる平野は伊勢湾に面し伊勢平野と呼ばれている。

行政区画でみると、旧 69 市町村が平成の市町村大合併で、平成 20 年 4 月には、14 市 15 町の 29 市町となった。

当農場は紀伊半島東部の熊野灘に面する南伊勢町にある。同町の 60%は伊勢志摩国立公園に含まれリアス式海岸に代表される自然美に恵まれた土地である。しかし、町の 85%は全般的に急峻な山林が沿岸部まで迫り平坦部は少ない。

農林水産業では、天然の良港も多く新鮮な魚介類が水揚げされる一方、温暖な気候を活かしたみかんの栽培が盛んで「五か所みかん」として県内を初めとして、広く流通されている。みかんの栽培面積としては県下一位の御浜町の 600ha には及ばないものの県下 2 位の 200ha の面積を有している。

畜産では、肉用牛肥育経営が 3 戸、養豚繁殖肥育一貫経営が 2 戸、採卵鶏経営が 1 戸、肉用鶏経営が 1 戸のみである。

2 経営・生産活動の内容

1) 労働力の構成 (平成 20 年 7 月現在)

区分	経営主との続柄	年齢	農業従事日数 (日)		部門または作業担当	備考
				うち畜産部門		
構成員	本人	40			経営全般	役員
	父	69			経営全般	役員
従業員			延べ 3,024 日	延べ 3,024 日	生産部	12 名
			延べ 756 日	延べ 756 日	肥料部	3 名
			延べ 3,528 日	延べ 3,528 日	G P 部	14 名
			延べ 2,520 日		営業部	10 名
			延べ 504 日		中央鶏卵事業部	2 名
臨時雇	のべ人日		5,040 人 (年間 26,400 時間)		G P 部	20 名

2) 収入等の状況 (平成 19 年 1 月～12 月)

部門	種類・品目	飼養頭数・面積	販売・出荷量	販売額・収入額	備考
養鶏	鶏卵販売収入	成鶏 184 千羽	3,615t	807,895,208 円	
	廃鶏・堆肥販売収入			14,549,772 円	
合計				822,444,980 円	

3) 経営の実績・技術等の概要

(1) 経営実績 (平成 19 年 1 月～12 月)

経営の概要	労働時間	家族・構成員	時間
	(畜産)	雇用・従業員	85,224 時間
	<労働従事人数 (家族・構成員) >		人
	<労働日数/1人 (家族・構成員) >		日
	労働力員数	家族・構成員	人
	(2,000時間換算)	雇用・従業員	42.6 人
	(畜産)		
	成鶏平均飼養羽数		184,522 羽
年間鶏卵生産量		3,220,983 kg	
年間鶏卵出荷量		3,615,000 kg	
収益性	採卵鶏部門年間総所得		12,606,101 円
	成鶏 100 羽当たり年間所得		6,832 円
	所得率		1.5 %
	成鶏 100 羽 当たり	部門収入	445,716 円
		うち鶏卵販売収入	437,831 円
		売上原価	324,299 円
		うちもと雑費	12,348 円
		うち購入飼料費	182,218 円
うち労働費		10,251 円	
うち減価償却費	3,624 円		
生産性	成鶏 100 羽当たり年間鶏卵生産量		1,745.6 kg
	成鶏 100 羽当たり 1 日当たり産卵量		5.0 kg
	鶏卵 1kg 当たり平均販売価格		223.48 円
	直販割合		100 %
	成鶏 100 羽当たり 1 日当たり飼料消費量		3,844.1 kg
	飼料要求率	成鶏	2.20
		全体	2.44
	育成率 (初生雛)		99 %
	育成率 (中大雛)		%
	成鶏淘汰・へい死率		74.6 %
	成鶏補充率		%
	鶏舎 1m ² 当たり年間鶏卵生産量		kg
鶏舎 1m ² 当たり成鶏飼養羽数		羽	
安全性	総借入金残高 (期末時)		26,424 万円
	成鶏 100 羽当たり借入金残高 (期末時)		132,121 円
	成鶏 100 羽当たり年間借入金償還負担額		14,093 円

(2) 技術等の概要

経営類型	採卵経営	
飼養品種	マリア、ジュリア、ソニア ボリスブラウン、もみじ	
鶏舎構造	育すう舎	
	育成舎	
	成鶏舎	セミウインドウレス
生産	オールイン・オールアウトの実施	群単位で実施
	強制換羽の実施	一部実施
	デビークの実施	有
飼料	自家配合の実施	無
成鶏の更新方法	群単位で実施	
GPセンターの有無	有	
インデグレーション参加の有無	無	
生産部門以外の取り組み	・直販 ・体験学習として小中学生等の受け入れ	

4) 家畜排せつ物の処理・利用状況

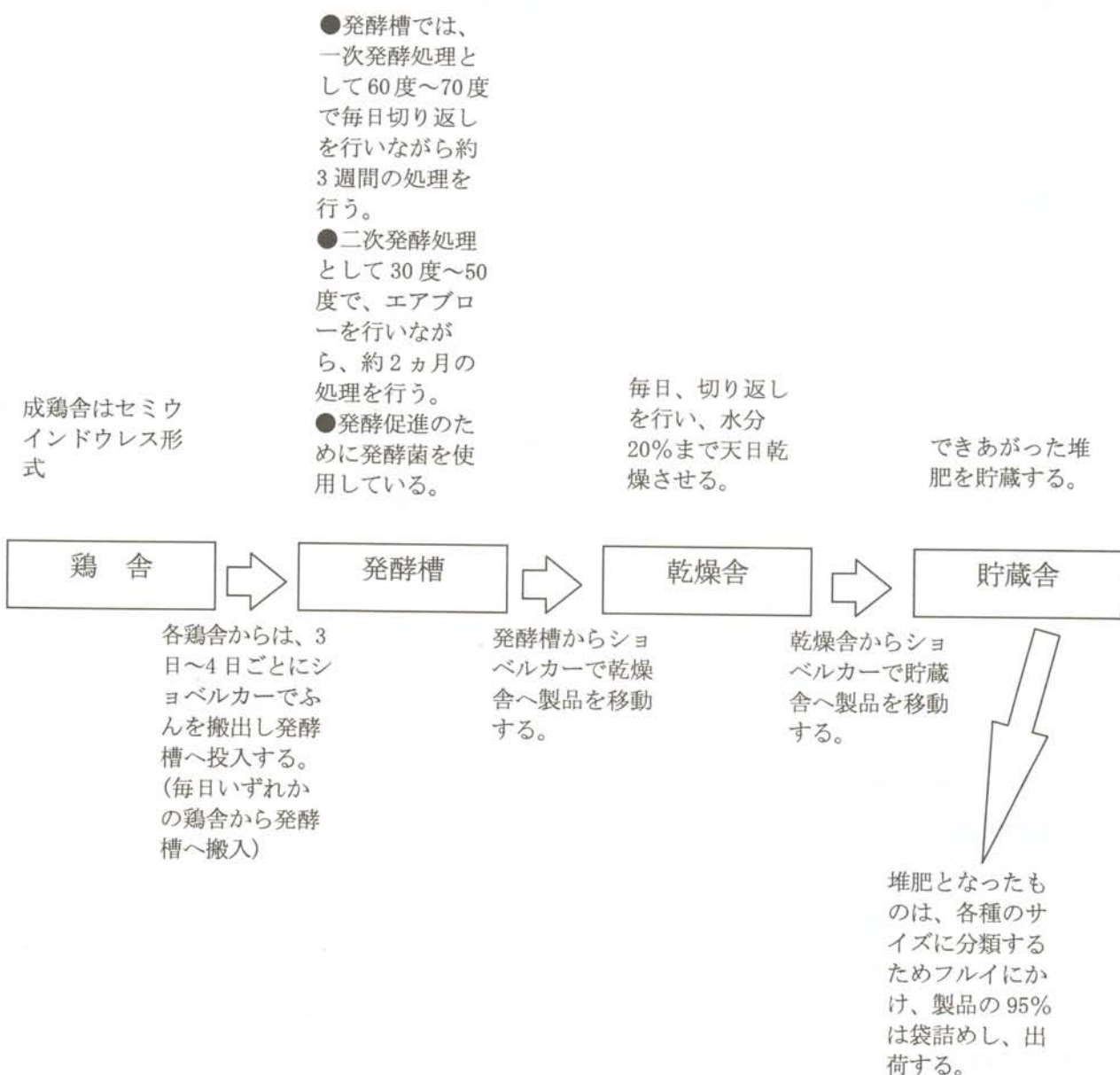
(1) 処理の内容

処理方式	混合処理
処理方法	発酵処理後乾燥処理（詳細は別記）
敷料	使用していない

(2) 利用の内容

内容	割合 (%)	用途・利用先等	条件等	備考
販売	100%	農協、ホームセンター、 耕種農家その他		年間販売量 15kg/ 袋×10万袋＝約 1,500 t

【鶏ふんの堆肥化処理過程】



- ・農協 30%、ホームセンター20%、その他 50%（その他には、近郊農家が直接引き取り（購入）にくる 5%を含む。）
- ・処理期間全体で約3ヵ月をかけ、基本的な処理を忠実に行った完熟堆肥として耕種農家からの評判は高い。
- ・平成15年度に「廃鶏たい肥化装置WCC」を導入し、より良好な発酵を促進している。安価で良質なたい肥が耕種農家に評判である。
- ・環境保全対策では、飼料中に竹炭を入れたり、自家製のミネラルウォーターを与えたり、オリジナルの消臭装置を開発するなど地域の支持を得られるように努力している。

3 経営の歩み

1) 経営・活動の推移

年次	作目構成	飼養頭数	経営・活動の内容
昭和 36 年	採卵経営	15,000 羽	萩原、滝、世古各農家が個別に自宅養鶏業を開始
" 45 年			廃鶏処理場を開設（従業員 3 名）鶏卵と食肉の卸を開始
" 49 年			町営畜産団地造成事業で養鶏場を現在地に移転
" 50 年			グループ全体で 30 千羽規模の農場を建設、自社分 15 千羽
" 53 年			廃鶏処理場を法人化 有限会社南勢養鶏誕生
" 55 年			団地事業 2 次計画完了 合計 50 千羽、GP センターを拡張 (15,000 卵選卵機導入)
" 56 年			任意組合南勢養鶏団地を有限会社南勢養鶏に合併（製販一体化 に近づける）
" 58 年			3 次計画完了 合計 75 千羽
" 63 年			4 次計画完了 合計 90 千羽、GP センターを拡張 (25,000 卵選 卵機導入)、鶏糞処理施設、育成舎を移転を完了、販売実情に合 わせ配送車 1 t 以上を冷房車にする
平成 3 年			150,000 羽
" 5 年	180,000 羽	現社長真郎氏就農	
" 8 年		選卵機を 30,000 卵対応に更新。コンピュータも更新（エレクト リックオーダーシステム（EOS）受注開始、鶏ふん発酵機 20 万羽用に更新。鶏ふん自動袋詰機導入	
" 11 年		6 次計画完了 成鶏収容羽数 18 万羽となる。うち 8 千羽は平飼 飼育開始。平飼有精卵「大地君」発売。展示館ココランドを 開設。	
" 13 年		環境整備事業推進のため鶏ふん処理施設の改良工事を行い処理 の高度化と臭気対策を講じた。	
" 15 年		1 月 1 日 株式会社に変更	
" 16 年		I SO9001 の取得にかかり 11 月に認証を得た。	
" 17 年		七次計画完了 平飼い鶏舎移転 成鶏収容可能羽数 200 千羽 資本金を 3,000 万円に増資	
" 18 年		10 月、三重中央卸売市場内に当社中央鶏卵事業部を設置 成鶏舎換気装置の全面変更（トンネル換気に変更し産卵成績の 向上を図る）	
" 19 年		南伊勢町内にたまご自動販売機 2 号店（通称「かっぱ橋店」）を 開店	
" 20 年		7 月地元スーパー「ぎゅーとらハイジー店」（伊勢市）内ファー マーマーケット「地元の郷おおきんな」に出品開始	
" 19 年	同スーパー「神田久志本店」（伊勢市）、「久居店」（津市）に出品 開始		
" 20 年	同スーパー「藤里店」（伊勢市）、「明和店」（明和町）に出品開始		

2) 過去5年間の生産活動の推移

	平成 15 年	平成 16 年	平成 17 年	平成 18 年	平成 19 年
畜産部門労働力実員数 (人)	55	55	58	54	50
飼養頭羽数 (万羽)	17	17	18	18	18
販売・出荷量等 (t)	3,392	3,464	3,887	3,836	3,615
畜産部門の総売上高 (千円)	963,460	1,217,443	1,423,596	1,322,971	1,342,720
主産物の売上高 (千円)	641,913	764,178	928,485	850,148	807,895

4 特色ある経営・生産活動の内容

●販売先の拡大と経営の安定化

鶏卵業界の販売競争は、畜産の中でも熾烈であるといっても過言ではない。当経営も三重県の採卵鶏経営の平均飼養羽数(46,000羽)からみれば大規模な経営ではあるが、全国でも大手の養鶏業者が県内にも進出するなど、価格競争の厳しい時代が続いてきた。

当経営の販売の大きな特徴は、「顧客(取引先)数の多いこと」である。特に超大手と言われる大企業の進出時から経営を堅固なものにするために地域密着戦略をとってきた。

伊勢志摩鳥羽地域(地元)・松阪地域を主たる経営活動地域として生協や量販店を対象に販路を拡大し顧客化してきた。高景気など販売が好調な時には、大口の取引先を確保していれば経営は安定するものの、会社の方針としては、総販売量を安定的に確保するには、大口取引のみではなく、喫茶・飲食といった業務用需要にも対応し、販売の安定化に努めてきた。

また、これらの取引先への運搬については、すべて自社で対応することにより、商品への評価等を直接得られるように配慮してきた。昨今では、燃料費の高騰など障害となる要因も考えられるところであるが、営業社員から得られる顧客からの意見・要望等を生産に活かすメリットを優先している。

このような地道な営業活動も成果となって表れてきており、販売地域も県南勢地域が主力ではあるものの、平成16年頃からは、津(旧久居地域含む)など中勢地域への販路拡大も実現してきており、約1,000軒の顧客数をカウントできるようになった。

加えて、その後直売所2号店「かつば橋店」開店やファーマーズマーケット「地元の郷おきんな」5店舗への出店などで、地元の農場だからできることを着実に実行してきた。

このような経営努力の成果として、販路も10年ほど前からは、直販の率も増えてきている。(表参照)

販売先別の販売量比率

販売先等区分	10年前	現在	今後
量販店	60%	50%	
業務用販売	40%	46%	
直販	0%	4%	8%程度に伸ばしたい

量販店への販売は、どうしても取引条件が相手主導型になる傾向が強いが、地元の農産物直売所等では、独自の価格設定が可能なことから生産意欲の向上にもつながっていきと感じている。今後も継続して農産物直売所等での店舗販売の比率を高めていきたいと計画している。

●「人と自然にやさしいみえの安心食材表示制度」への積極的な姿勢

三重県では、「人と自然にやさしいみえの安心食材表示制度」として、環境に配慮した生産方式や食の安全・安心を確保する生産管理により生産した生産物を第三者機関が確認し、要件を満たした生産物に「みえの安心食材」マークを表示することにより、消費者に安全で安心な食材の提供を進めてきた。



この制度では平成14年度から農産物に対して、平成16年度から特用林産物で認定を開始した。鶏卵については、三重県養鶏協会からこの制度に参加したいと要望を出し、平成20年度から認定に向けて申請が開始された。

鶏卵の場合は、主にサルモネラ汚染防止のための衛生管理が基準となっている。当経営ではこの制度に4月早々に申請を行い、10月に認定が下りることを予定している。

この制度への参画やそれに先立つ基準作り等の検討についても、協会の主軸として活動に当たった。

●データを基にした経営改善

経営の記帳記録については、起業時以来の実施事項であり、経営改善にはこれらのデータを基に検討し対処してきた。

生産現場から収集したデータは、他社との比較も行っている。自社の鶏卵成績の収集についてはマニュアル化し、鶏舎毎に毎月データ収集・検査し、データの集積に努めるとともに、ハウユニットなどについては、他社の鶏卵と比較検討することで、自社製品の改善にもつなげている。他社の動向を捉えるために、卵質や価格、ヨゴレ、ワレなどを市場調査し、データの集積を図っている。

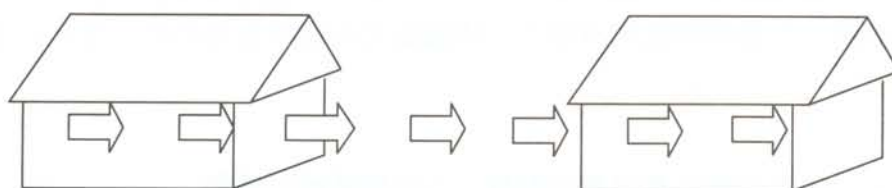
収集検討した結果データ等については、毎日の朝礼会議を通じて従業員にも周知をさせている。朝礼は各部署で各担当責任者の下に行われるが、社長自身はいずれかの場に出席して指導・監督にも当たっている。

●工夫をこらした独自発想による鶏舎の改善で美味しいたまごを生産

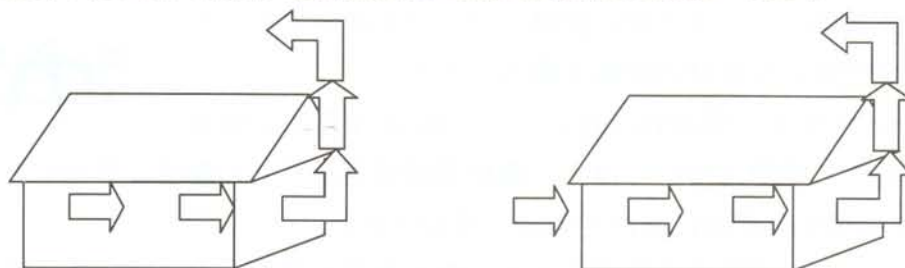
良質で消費者から求められる鶏卵生産の基本は健康な鶏にあり、健康な鶏は良好な飼育環境により維持されると確信している。

平成17年ころから行ってきた鶏舎の改善では、通風と換気に重点を置いたものである。夏季の生産性低下は経営全体に大きく影響することから、細霧方式の温度調整やトンネルを通しての換気方法を取り入れた。また、従来該当鶏舎からの排気は他の鶏舎へ向けられ粉じん等が障害となっていたが、排気された空気を強制的に鶏舎屋根上へ振り向けることで、他の鶏舎へ悪影響を及ぼさないように自社で設計し工夫した。(空気の流れ概念図参照)

従来の空気の流れ（隣の鶏舎からの排気を隣の鶏舎で吸引してしまう）



改良した空気の流れ（排気した空気を強制的に屋根へ戻す）



○ISO9001の取得

鶏卵の品質を適正に管理していることを外部機関から認めてもらうことにより、お客様へ安全で安心できる鶏卵を提供している。畜産業界ではなじみの薄かったこの認定を当経営では平成13年に取得し、衛生管理を徹底的に行うことを外部（お客様）に対し宣言した。毎月行うサルモネラ検査をはじめとして詳細にわたる防疫マニュアルを設定し実行してきた。

○声を聞くためのアンケートを実施

当経営では、現在約1,000軒の顧客を持っている。これらの顧客のニーズを把握し、堅実な経営を継続していくには、直接的なお客様からの「声」が必要である。このことから当事例では、アンケートを実施することで、生の声を聞くことを実践してきた。その方法は、ここ数年間にわたり、毎年2回ハガキによるアンケートを実施している。その内容は、販売担当の対応状況であったり、タマゴそのものの品質に関するものであったり、というものであり、顧客の要望を直接聞き入れるためのものである。寄せられた「声」は当然次期の経営に活かされていく。

○株式会社としての使命と責任

当事例は、平成13年に株式会社として、新たなスタートを切った。現在、県内では株式会社として運営される畜産経営も散見されるようになってきたが、そのパイオニア的な存在でもある。

取引上の信頼樹立や、安定的な会社運営のために株式会社となったが、その後に感じていることは、製品への責任や地元産業としての社会への責務である。

5 地域農業や地域社会との協調・融和のために取り組んでいる活動内容

●養鶏経営者の核としての存在

この経営の基礎を築いてきたのは、現会長の萩原重郎氏の尽力によるところも大きい。県内では、昭和55年から三重県鶏卵販売農協の理事、副組合長、組合長を歴任したり、三重県養鶏協会の副会長としての責務を果たしたり、併せて全国鶏卵販売農協連合会の理事にも就任してきた。

県下全域での役割も果たしながら、三重県南勢地域の採卵鶏経営者の中心的な存在として、他の経営者にアドバイスを与えたり、共に学んだりして共存共栄の道を開いてきた。最近の大きな功績としては、平成20年度から本格稼働した「三重県鶏卵認証制度」の発足に大いに寄与したことである。高病原性鳥インフルエンザが海外や国内で発生してきたことを危惧し、これに対処し消費者に安全で安心な鶏卵を提供するために、先導的な立場で、この制度の設立に尽力した。生産者にとっては、基準の高い順守項目を設定したが、この制度をクリアしていくには、各経営自らの努力が必要である。これらの必要性を説きながら、経営者に参画を呼び掛けている。

●勉強会等の実施

三重県の採卵鶏経営は、地域的にみると北勢部の鈴鹿地域と松阪以南の南勢地域に区分できる。その南勢地域の有志による勉強会等の開催にも核として尽力してきた。母体となる南勢地区レイヤー協議会では、行政、飼料会社、会員等から最新の養鶏情勢を得ながら各経営の経営に活かしていこうとするものである。さらにこの会員の中の有志により、各自の生産実績値を公開し合い、互いに生産技術の向上に努めていこうとしている。

●地産地消への取り組み

一方的に自社の鶏卵を販売するだけではなく、真の顧客になってもらい養鶏への理解を醸成するために、早期からお客様へのふれあいの場を提供してきた。平成8年に建てた「たまごひろい牧場コッコランド」がそのシンボリックな存在である。農場前に設置した鶏卵自動販売機と併設したこの建物では、基本的な養鶏への知識を啓発できるような展示物や自社が取り組む生産への想い等を伝えている。

鳥インフルエンザ発生以降、やむなく閉鎖しているが、珍しい鶏を飼育している展示鶏舎にも人気があった。

販売面では、現在直販所を農場前と自宅前の2カ所で直営している。自社の鶏卵への想いを伝えるとともに地元の農産物を販売するファーマーズマーケットと連携し、現在8カ所に出店して直販に取り組んでいる。

●地元との交流や地域の子どもたちの研修等の受け入れ

地元にも限定した堆肥の「地元還元セール」を年2回実施し、好評を得ている。このセールを機会にして新規の堆肥利用者となる者も少なくない。このセールの実施については、地元農協の協力も得ている。

また、数年前から地元小学校からの見学や中学生・高校生のインターンシップを積極的に受け入れ農業や食の大切さを伝えている。

●伊勢志摩国立公園からの情報発信

風光明媚な伊勢志摩地区へは県内外から多くの観光客が訪れる。当地域は観光も1つの産業であり、行政や企業としても力を注いでいる地域である。地域内の地場産品販売所では、地元産の鶏卵として販売にも取り組んでいる。

●地場産業としての役割

当地域は自然が豊かで風光明媚な土地柄ではあるが、地場産業が発展しているかという点決してそうではない。県の経済をみると名古屋圏に近い北部は工業も発展し道路も整備され豊かな展開を見せているが、三重の経済は北高南低となる。当地域においては人口減少も進んでいるが、当事例は職場の提供といった役割も担っている。職員ほとんどが旧町内のいわゆる地元の雇用である。

●積極的姿勢の投資

平成17年度ころから始めた鶏舎環境（換気対策等）改善のためには、資金も必要であった。飼料高騰の中、決して楽な経営状況ではないが、活かせる投資と判断すれば、従来から積極的な攻めの姿勢で投資等を行ってきた。当然のことではあるが、盤石な経営計画あつてのことではある。

6 今後の目指す方向性と課題

●基本的な姿勢

今日に至るまでも自社の経営は、地元地域と運命共同体であるという考え方で経営を継続してきたものであり、今後もそのスタンスが変わることはない。

しかし、単に地元であるというだけで受け入れられるような社会でもないようになってきていることを感じている。流通が大きくそして目まぐるしく変わっていく中で、地域に愛される農産物のあり方も変わってきていると感じるところである。地産地消に対する姿勢を明確に打ち出すために、まさに現在「みえの安心食材」の認証取得に向けて会社を動かしているところである。

様々な手法を用いて自社の地域への奉仕の精神や安全・安心への取り組みを伝える努力をしていく必要を痛感し、実践しているところである。

●生産成績の維持向上

多くの販売先を持ち経営を安定させてきているが、畜産経営である以上、基本的には生産部門の成績が経営安定のための重要なポイントであることに変わりはない。

現状でも、現場のデータから生産を見つめているが、昨今の飼料高騰による経営圧迫を

跳ね返すためにも、さらに細部の検討を継続し、生産成績の向上に努めていきたい。

●飼料の自給

昨今の飼料原料の高騰は平成の畜産危機とまで呼ばれるようになってしまった。これを乗り切り今後の経営継続を図るため、根本的な経営手段として自給飼料の利用も視野に入れている。

県内では平成 20 年度に 18ha 程度の飼料米が採卵経営に提供される予定であり、耕種サイドでも、今後はさらに拡大していくような意欲と傾向が伺える。価格、運搬、配合等をクリアしなければならないが、先進的な意欲をもって、国内食料の自給率向上を目指したい。

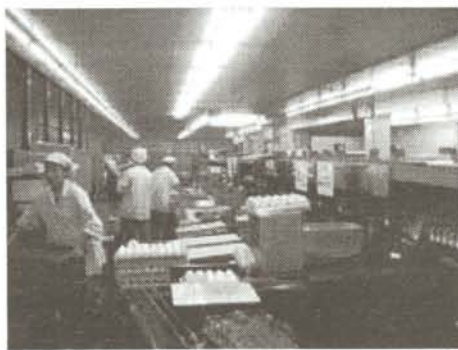
【写真】



セミインドウス内の直列3段のゲージ(成鶏)



自社内で実施している品質管理



機械化された自社GPセンター



農場前の道路に面した自動販売機と堆肥の無人販売



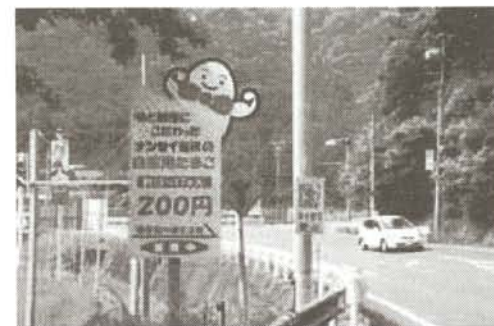
情報発信や憩いの場を提供するココロランド



良質堆肥を生産する乾燥ハウス



生産工程や生産者の想いを伝えるホームページ



伊勢志摩方面へ向かう幹線道路に設置した看板