

「本当に美味しい農産物を消費者に届けたい！」 地域農産物の6次産業化で過疎化地域の活性化を図る 山の中の行列店「たまごかけご飯専門店「但熊（たんくま）」」



株式会社 西垣養鶏場
(にしがきようけいじょう)
兵庫県豊岡市但東町

推薦理由

西垣養鶏場は、県北部の豊岡市但東町、兵庫県と京都府の県境にあり、鉄道や有料道路等がなく、周囲を山々に囲まれた古くから地理的に不利な地域にある。経営形態は、飼養羽数9,750羽、水稻約4.6haの採卵養鶏経営である。加えて、鶏舎付近の街道沿いに、自営の農産物直売所「百笑館（ひやくしょうかん）」、たまごかけご飯専門店「但熊（たんくま）」、スイーツ専門店「但熊式番館（たんくまにばんかん）」の3店舗を経営している。

当該事例の優れた点は、下記の点にある。

1. 自家産の鶏卵と米を自営の3店舗にて直売し、長年にわたり直販率100%を実現している。
2. 自家産の鶏卵を「げんちゃんのクリタマ」としてブランド化することにより高付加価値を付け、鶏卵1kg当たりの平均単価は464.5円と非常に高い。
3. 平成18年より、国内でも先駆けて自家産の鶏卵による「たまごかけご飯専門店」を開業し、その地産地消の取り組みが多く消費者に評価され、平成21年度は、年間売上3,293万円、来客数3万8,000人と大きな成果を挙げている。また、他の同業者等の多くの視察を受け入れ、国内の他の養鶏場等への波及効果も大きい。
4. 自家の生産物のみならず、地域の農産物を直売する施設として農産物直売所「百笑館」を平成13年より、自己の経営内で開業し、地域農産物の活性化を図っている。農産物直売所「百笑館」は、平成21年度総売上1億731万円、来客数10万1,765人とする、地域農業の拠点となっている。
5. 平成22年1月には、自家産の鶏卵を使用した第3の直売施設であるスイーツ専門店「但熊式番館」を隣接してオープンし、開業開始から多くの消費者の理解を得て、半

年で売上 3,000 万円に達している。消費地でない山間農業地帯において、これまでとは異なる購買層の多くの消費者を誘致している。また、地域内で雇用を行い生産技術を修得させ、地域の若者にも雇用の場を創出している。

6. 自家産および地域の生産物を軸にして、農産物直売所「百笑館」、たまごかけご飯専門店「但熊」、スイーツ専門店「但熊式番館」の3店舗を経営し、それぞれが相乗効果をもたらした地産地消をテーマとする地域農産物の6次産業化において「成功」といえる成果を挙げている。
7. 多岐にわたる事業を展開する経営を運営していくため、平成21年12月に、家族で法人化を行い、今後の更なる事業の継続、発展が期待される。

以上のことから、株式会社西垣養鶏場は、生産から加工・販売まで多角的に行う養鶏場で、農業における6次産業の1つの完成した形の事業形態を展開していると言えると思われる。

当該事例は、他に例をみない突出した優良な取り組みを実践し、他の模範事例としても推奨され、さらに今後の発展が期待される事例である。

(兵庫県審査委員会委員長 松岡 緑)

発表事例の内容

1 地域の概況

当該事例のある但東町は、県北部に位置し、平成17年4月に1市5町(豊岡市、城崎町、竹野町、日高町、出石町、但東町)で合併し、豊岡市但東町となっている。兵庫県と京都府との府県境に鼻のように飛び出したような位置にあり、南北および東が京都に接しており、京都へ通じる街道が町内を通る。

但東町は、人口5,730人(2000年国勢調査)、高齢化率32%の限界集落を含む過疎化地域となっている。面積は、161km²、山林・原野が87.6%を占め、耕地はわずか4.7%である。1970年代、高級織物「丹後ちりめん」の生産が盛んであったが、1980年代、徐々に衰退、その後、都市と農村の交流をテーマとした町づくりを進めている。

町内に観光事業に取り組む但東シルクロード協会が設立され、昭和60年から「シルク温泉」を開業し、平成11年にリニューアルするなどして、年間30万人以上の入浴客があるなど町外から多くの消費者を招いている。平成20年には町内2つ目の温泉施設「たんたん温泉」も開業した。また、平成4年から毎年4月下旬に開催されている「たんとうチューリップまつり」は、約10万本のチューリップを使い毎年趣向を凝らしたデザインのフラワーアートを描き、年間7万人の来場者がある町を挙げたイベントである。

その他、町内の農産物による特産品づくりや、農産物直売所、市民農園、農家民宿など農業に関係する施設が運営されている。

農業および畜産業においては、高齢化とともに、農家戸数が減少しており、現在、乳用牛5戸、肉用牛繁殖9戸、肥育1戸、採卵鶏1戸となっている。

表 豊岡市但東町における畜産の状況

	乳用牛	肉用牛繁殖	肉用牛肥育	養豚	採卵鶏	ブロイラー
戸数	5	9	1	—	1	—
頭羽数(頭、羽)	129	206	705	—	9,600	—

2 経営・生産活動の内容

1) 労働力の構成(平成22年5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	59	300	300	経営全般		
	妻	59	300	300	養鶏場		
	次女	32	300	280	養鶏場・会計		
	次女の夫	37	300	280	養鶏場		
従業員							
	(平日)	(休日)	契約人数	日数			
臨時雇	養鶏場	常時3人	4人	4人	365日	(養鶏場)	
	百笑館	常時2人	2人	4人	365日	(農産物直売所)	年中無休 営業時間 AM8:30~PM6:00
	但熊	常時3人	4人	4人	360日 無休(但し、8/14・ 12/31・1/1~3は休み)	(たまごかけごはん 専門店)	営業時間 AM10:00~PM6:00
	式番館	常時5人	7人	11人		(ケーキ専門店)	AM10:00~PM6:00
	延べ人日		人				

2) 収入等の状況(平成21年1月~12月)

部門	種類・品目	飼養頭数	販売・出荷量	販売額・収入額	備考
養鶏	採卵鶏 鶏卵販売	9,750羽	1,683kg	76,203千円	鶏卵自動販売機 および直売所等 での販売
直売事業	農産物直売所 売上金額			24,961千円	(百笑館)
	たまごかけご飯店 売上金額			3,029千円	(但熊)
	農産物直売所 売上手数料			5,612千円	(百笑館)
その他	農作業受託等			1,544千円	
合計				138,614千円	

3) 経営の実績・技術等の概要

(1) 経営実績（平成21年1月～12月）

経営の概要	労働時間	家族・構成員	10,320 時間	
	(畜産)	雇用・従業員	8,393 時間	
	<労働従事人数（家族・構成員）>		8.5 人	
	<労働日数/1人（家族・構成員）>		288 日	
	労働力員数 (2,000時間換算) (畜産)	家族・構成員	5.2 人	
		雇用・従業員	4.2 人	
	成鶏平均飼養羽数		9,750 羽	
	年間鶏卵生産量		164,063 kg	
年間鶏卵出荷量		164,063 kg		
収益性	採卵鶏部門年間総所得		18,601,498 円	
	成鶏 100羽当たり年間所得		190,785 円	
	所得率		24.2 %	
	成鶏 100羽 当たり	部門収入		789,107 円
		うち鶏卵販売収入		781,567 円
		売上原価		667,301 円
		うち素雛費		25,461 円
		うち購入飼料費		343,497 円
うち労働費		183,320 円		
うち減価償却費		45,113 円		
生産性	成鶏 100羽当たり年間鶏卵生産量		1,683 kg	
	成鶏 100羽当たり 1日当たり産卵量		4.6 kg	
	鶏卵 1kg 当たり平均販売価格		464.5 円	
	直販割合		100 %	
	成鶏 100羽当たり 1日当たり飼料消費量		11.5 kg	
	飼料要求率	成鶏	2.49	
		全体		
	育成率（初生雛）		96.0 %	
	育成率（中大雛）		%	
	成鶏淘汰・へい死率		97.4 %	
	成鶏補充率		108.5 %	
	鶏舎 1m ² 当たり年間鶏卵生産量		118.7 kg	
	鶏舎 1m ² 当たり成鶏飼養羽数		7.1 羽	
安全性	総借入金残高（期末時）		480 万円	
	成鶏 100羽当たり借入金残高（期末時）		49,231 円	
	成鶏 100羽当たり年間借入金償還負担額		12,308 円	

(2) 技術等の概要

経営類型	採卵鶏	
飼養品種	ゴトウモミジ（赤玉鶏）	
鶏舎構造	育すう舎	平飼
	育成舎	平飼
	成鶏舎	開放式 高床3段ケージ
生産	オールイン・オールアウトの実施	無
	強制換羽の実施	無
	デビークの実施	初生ヒナ
飼料	自家配合の実施	有
成鶏の更新方法		
GPセンターの有無	有	
インテグレーション参加の有無	無	
生産部門以外の取り組み	農産物直売所の経営等 地域と連携した花畑の整備 地域内の中学生等受け入れ 地域労働力の雇用（養鶏・店舗）	

4) 家畜排せつ物の処理・利用状況

(1) 処理の内容

処理方式	発酵堆肥施設での発酵処理
処理方法	鶏舎 ⇒ 発酵処理施設 ⇒ 堆肥貯蔵庫 ⇒ 自家利用
敷料	特になし。

(2) 利用の内容

内容	割合 (%)	用途・利用先等	条件等	備考
販売				
交換				
無償譲渡				
自家利用	100%	稲作 4.6ha、野菜 1.0ha	2t/10a	自家産の米・野菜にてすべて利用。不足する場合もある。

3 経営の歩み

1) 経営・活動の推移

年次	作目構成	飼養羽数	作付面積	経営・活動の内容
昭和31年	米、卵	採卵鶏 100 羽	(米) 水稲 1.5ha	父が採卵養鶏をはじめる。
〃 43年	〃	採卵鶏 400 羽	〃	源正氏、播磨農業高校卒業後、就農
〃 44年		採卵鶏 1,500 羽	〃	成鶏舎 2 棟、育成舎 1 棟、建設
〃 45年		〃	〃	地域の養鶏農家で生産する鶏卵を「クリタマ」と命名、ブランド卵として販売。
〃 47年		採卵鶏 5,000 羽	〃	鶏舎を増設。増羽する。
〃 50年		〃	〃	地域で共同の飼料配合所を建設
〃 52年		〃	〃	京都のカステラを生産する菓子メーカーに専用の材料として、鶏卵を共同出荷。(昭和62年まで)
平成8年		〃	〃	町内にオープンした温泉施設施設内に、地域の農家と共同で農産物の直売を開始。 卵の自動販売機 1 台を設置。 鶏卵を全量、赤玉に移行する。 卵を「げんちゃんのクリタマ」として販売。
〃 10年		〃	〃	卵の自動販売機を 3 台に増設。
〃 11年		採卵鶏 10,000 羽	〃	鶏舎を新設し、1 万羽に増羽。 直売率が 6 割。
〃 12年		〃	水稲 4ha	農産物直売所「百笑館」の経営を開始。自家の卵、米のほか、地域の農産物の販売。
〃 16年		〃	〃	10 月、台風 23 号の被害により、被災。育雛舎が浸水。河川の増水で、周辺道路も被害を受ける。
〃 18年		〃	〃	3 月 20 日、たまごかけご飯の専門店「但熊」オープン。 7 月 29 日、ホームページ、ブログの配信開始。 8 月 20 日、2 回目のテレビ紹介を受け、以降来客者が急増。
〃 19年		〃	水稲 5ha	7 月、但熊の来客数 3 万人を突破。 但熊オープン以来、直売所の来客数、売上額がほぼ 2 倍。
〃 21年		〃		但熊の来客数 10 万人を突破。 ブログのアクセスも 10 万人と突破
〃 22年		〃	水稲 4.6ha	1 月、ケーキの専門店「但熊式番館」オープン。 5 月、熊の形の女性専用トイレが、完成。

2) 過去5年間の生産活動の推移

	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年
畜産部門労働力員数(人)	3	3	3	3	3
飼養羽数(羽)	9,910	9,860	9,830	9,685	9,750
販売・出荷量等(kg)	189,316	187,142	184,750	167,320	164,063
畜産部門の総売上高(千円)	59,581	66,248	70,575	68,447	76,203
主産物の売上高(千円)	59,581	66,248	70,575	68,447	76,203
その他経営における収入	12,853	46,213	48,963	51,260	62,411
百笑館・受取販売手数料(千円)	2,503	2,909	3,995	4,137	5,612
百笑館・卵かけ醤油等売上(千円)	9,457	18,328	17,861	20,145	24,961
卵かけごはん専門店「但熊」売上(千円)	—	11,326	26,502	26,535	30,294
雑収入(農作業受託等)(千円)	893	797	605	443	1,544
西垣養鶏場・収入合計(千円)	72,435	99,607	119,538	119,707	137,309

農産物直売所「百笑館」等における農産物の販売状況および購入客数

	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年
直売所「百笑館」、農産物全体売上(千円)	35,130	54,083	88,435	94,563	107,311
百笑館 購入客数(人)	26,326	48,212	78,882	89,749	101,765
「但熊」 購入客数(人)	—	16,343	42,300	36,845	40,169

4 特色ある経営・生産活動の内容

1) 鶏卵生産を中心とした6次産業の実践する西垣養鶏場の取り組み

西垣養鶏場は、飼養羽数9,750羽、主な設備として、成鶏舎2棟(開放高床式3段ケージ)、育成舎3棟、育すう舎1棟(平飼い)、鶏ふん発酵舎、飼料配合施設である。加えて、鶏舎の近くに西垣氏が経営する、農産物直売所「百笑館(ひやくしょうかん)」、たまごかけごはん専門店「但熊(たにくま)」、平成22年1月にオープンしたロールケーキやプリン等のスイーツ専門店「但熊式番館(たにくまにばんかん)」、鶏卵自動販売機がある。

全量赤玉卵を生産し、自家ブランド鶏卵「げんちゃんのクリタマ」として農産物直売所「百笑館」および自動販売機にて販売、たまごかけごはん専門店「但熊」およびスイーツ専門店「但熊式番館」の食材、またホームページによるネット等通信販売にて、生産する全量を直売し直販率100%を実現している。

また水稲4.6haにて、生産する自家米についても、農産物直売所「百笑館」での販売とたまごかけごはん専門店「但熊」での食材として、全量を直売し自家生産米の直販率100%を実現している。

その他、農産物直売所「百笑館」は、但東町内の100名を越える農業者が利用して

3) 消費者に本当に美味しい卵を届ける！直売への取り組み

西垣養鶏場では、10年以上前から直販に注力している。平成8年に、町内の温泉施設に野菜や水稲などの地域の農業者と共同で農産物直売所を開設し、「鶏卵」と「米」の直売の取り組みを始めた。

また、直売にあたり、鶏卵の全量を赤玉卵に移行し、生産者名を表示し「げんちゃんのクリタマ」として農場ブランド卵とした。さらに、鶏舎の近くの街道に鶏卵の自動販売機1台を設置した。翌年には、同地に自動販売機を3台に増加させた。直売は好調で、平成11年に鶏舎を新設し飼養規模を約1万羽として生産体制を拡充した。平成11年の直販率は約6割であった。

消費者からは、新鮮で美味しいと評判の卵「クリタマ」がいつでも買えると町外の購買者が来るようになった。

4) 「本当に美味しい農産物の提供」と「地域農業の活性化」を目指した、農産物直売所「百笑館」

平成13年、西垣氏はさらに直売に注力し、鶏舎のみえる街道沿いに借地し「消費者に本当に美味しい地域の農産物を届けて消費者も生産者も笑う」、農産物直売所「百笑館」を個人経営にて開業した。

「百笑館」に並べる商品は、自家の鶏卵と米に加えて、地域の農業者に呼びかけて、地域の農産物や手作りの農業加工品を自由に販売できるようにした。また逆に工場製品のようなお土産物は扱わず農産物限定とし、店舗の経営より消費者に地域の美味しい農産物を届けることを重視した。そして、西垣氏は、多数の生産者の商品を管理するため、POSシステム（販売時点情報管理システム）を導入し、地域から常時パートを雇用し、販売業務を行った。利用する生産者は自ら農産物に自由に値段をつけ販売することができるようにし、西垣氏は販売額に対する一定の手数料を受け取った。

しかし、開業から3年は、借地料、人件費、POSシステム利用料などの事務費が、受取手数料より大きく大赤字の経営であった。しかし、町内の新鮮な農産物を販売していくことにより辛抱の経営を継続した結果、徐々に評判が広がり、平成15年には赤字経営を脱し、直売所の経営を軌道に乗せることができた。

また鶏卵の販売も伸び、直売所と自動販売機での販売によりほぼ直売100%となった。地理的不利な状況の中、地域の採卵養鶏は気がつけば自己の経営1戸のみとなっていたが、1万羽の現在では小規模の経営で生き残ることができた。

現在、農産物直売所「百笑館」は、年間約10万人の来客があり、年間総売上額は1億円以上となっている。利用する生産者も100名以上となり、そのうち9割は町内となっており、地域農業の活性化につながっている。

また西垣氏の経営においても、鶏卵および米を販売する経営の中心であり、平成21年度の直売所および自動販売機での鶏卵の販売は、16万4,063kg、7,620万円、直売所の受取販売手数料561万円となっている。

5) 美味しい卵と米のコラボレーション、山の中で行列のできる店、たまごかけご飯専門店「但熊」

平成18年3月に、農産物直売所「百笑館」に併設して、たまごかけご飯専門店「但熊」を開店した。「但熊」の開店にあたり店長をはじめとする3人を新たに地域から雇用した。西垣氏は、美味しい「卵」、そして毎年絶対の自信を持って生産している「米」を消費者に食べてもらい、「卵」と「米」の美味しさを理解してもらおうと取り組んだ。昔からこの地域の「米」は朝夕の気温の変化や豊富な水、土の質で美味しい米ができ、さらに鶏ふん堆肥を活用することにより、西垣氏の自慢の「米」が生産されている。

「但熊」で販売するのは、1食350円で、自家産の「米」と「味噌汁」、「お漬物」を出し、たまごはテーブルの上においてあり、食べ放題とした。メニューは基本的にこれのみとした。この当時は養鶏場による同様の取り組み事例はなく、おそらく国内で初の試みではないかと思われる。しかし、この取り組みに対して周囲の農業者や同業者からは、開店前から「たまごかけご飯で商売にならない。」との声ばかりであった。その予想通り、開店から約半年間は1日30人程度、1日2万円弱の売上しかなく赤字続きであった。その中であって、西垣氏は、本当に美味しいものを消費者に提供すれば、必ず理解が得られると信念を持ち、我慢の経営をつづけた。

そして、同年8月にテレビで紹介されたことを機に、客がその週末少し増加した。マスコミの紹介による効果は半年もすれば元に戻るのではないかと思われたが、ネット上などでその卵と米の美味しさが評判を呼びつづけ、遠方からも多くの来客があった。その後も、順調に来客数が伸び、平日でも店外まで行列ができる日もあり、週末ともなると、駐車場はいっぱいとなり、1時間2時間待ちの状態となった。開店1年4ヵ月、来客数が3万人を突破、3年目を迎えた平成21年3月には10万人以上となった。山の中の行列ができるたまごかけご飯専門店として、またテレビや雑誌にも多く取り上げられるようになり、多くの話題と固定ファンを創った。

その後全国的にも、たまごかけご飯がブームとなり、いわゆる「T. K. G」といわれ、本や歌も販売されるなど、各地でたまごかけご飯専門店を開業する養鶏農家が出でて、これまで多くの養鶏業者からの視察も受けた。

たまごかけ専門店「但熊」は、平成22年3月に4周年を迎え、年間4万人の来客がある。年間総売上約2,600万円となっており、週末は1、2時間待ちの行列ができています。

また、「但熊」の集客により、「百笑館」の来場者および売上が4倍以上に伸び、地域の美味しい「卵」と「米」、「農産物」の味を消費者に伝えるといった活動と、地域農業の活性化を図っている。

6) 自家産卵をつかったロールケーキが自慢、菓子・スイーツの店 「但熊式番館」

西垣氏は、さらなる集客の向上を目指し、平成22年1月に同地に「但熊式番館」をオープンした。「但熊式番館」は、農場の卵をつかったスイーツの店である。販売するのは、現在、ロールケーキ、プリン、シュークリーム、シフォンケーキの4つアイテムがある。「但熊式番館」では、「百笑館」、「但熊」と同じく、ほんとうに美味しいものを消費者に届けることを第一にしている。シュークリームは、注文をもらってからクリームをいれ販売して

いる。

また、店舗は2階建てになっており、無料のセルフサービスによるコーヒーを提供し、店内で美味しいスイーツに加え、360度広がる山の風景を楽しむことができるようになっている。

スイーツ専門店「但熊式番館」は、西垣氏がたまごかけご飯専門店の開店以前から夢に描いていたもので、過去に菓子メーカーのカステラの材料として消費者に美味しい味を届けていた「クリタマ」を、今度は自らの手で美味しいスイーツとして消費者に届けたいという夢を実現したものである。

「但熊式番館」は、開店から半年で、売上が3,000万円に達し、来客数は2万6,000人となって、「百笑館」、「但熊」に来る客を取り込みながらも独自の顧客も作りつつあり、「百笑館」、「但熊」の売上増にもつながっている。

また、「百笑館」、「但熊」、「但熊式番館」は、POSシステム（販売時点情報管理システム）により、その時点での各売上がすぐにわかるようにパソコンによる一元管理されており、瞬時に3店舗それぞれのその時点での売上が管理できるようになっており、多角化した事業を集中して管理できている。

7) インターネットを使った情報発信、消費者に生産者の思いを

たまごかけご飯専門店「但熊」の開店した、平成18年7月からホームページを作成し、情報発信を行っている。そして、その中に西垣氏本人のブログを開設、鶏卵生産のことや店舗のこと、日々のことなどを消費者に向けて情報発信している。更新は随時であるが、4年間で約500回以上更新している。ブログへのアクセス数も昨年には、店舗への来客数と同じく10万人を超えて、多くの消費者に情報発信を行っている。

またネット販売も実施しており、農場ブランド卵「クリタマ」の販売と、「但熊」開店からつくった、卵、米、醤油をセットにした「たまごかけごはんセット」3,150円送料込みで販売している。

その他、現在インターネットで「但熊」を検索すると、たまごかけご飯のファンとなった消費者の独自の「但熊」への思いを熱く書き込んだ紹介ページや、Web動画サイトのYouTubeなどの動画による店舗の紹介、たまごかけご飯の紹介がされている独自のページが多くつくられており、インターネット上で多くの情報が発信されている。

8) 他に真似できない、地産地消の取り組みによる地域農業の活性化

POSシステムの集計からそれぞれの購入客数は、農産物直売所「百笑館」で年間約10万人、「但熊」年間約4万人、スイーツ専門店「但熊式番館」は初年度の開業半年で2万6,000人となっている。

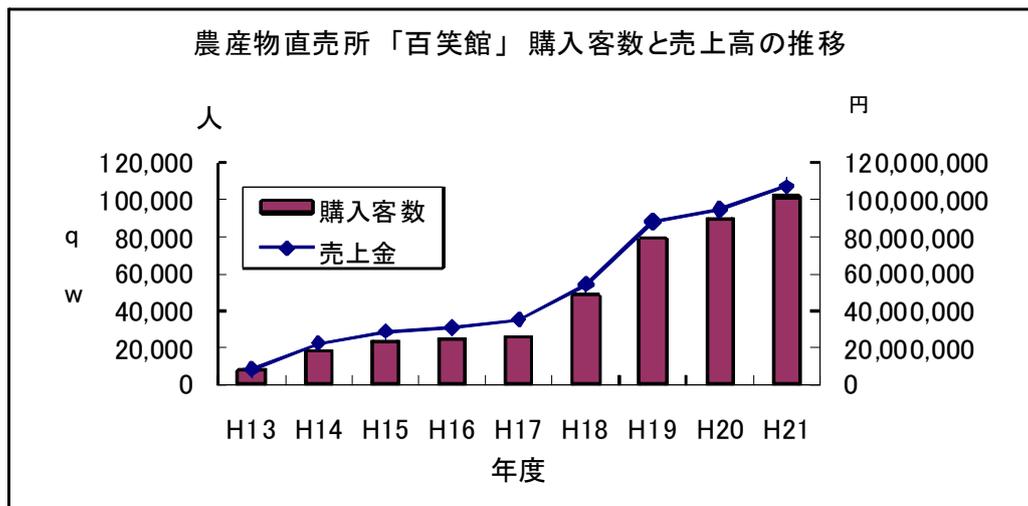
平成18年に開業したたまごかけご飯専門店「但熊」がインターネットやテレビ、雑誌などで話題を呼んだことにより平成15年から17年まではほぼ横ばいであった農産物直売所「百笑館」の購入客数および売上金が、平成18年を境に飛躍的な伸びとなり、平成21年には購入客数および売上金とも平成17年のほぼ4倍となった。

これは、集客の地理的半径が広がったことが考えられる。また、農産物直売所は各地に数多くあるが、養鶏農家が生産した卵と米をつかった、正に地産地消の“たまごかけご飯”という、他に真似できないものを提供することにより、山間の地理的不利を補い、他にかえがたい魅力“無形の価値”を持ち、それがインターネットやテレビ、雑誌などの情報を通じて、遠方からの集客を呼ぶことに成功した結果である。

そして、その集客力に加えて、味にこだわって40年生産してきた鶏卵「クリタマ」、「米」、自然豊かな地域の美味しい農産物と、西垣氏がこだわりつづけてきた「本物の美味しい農産物」の提供が、集客された消費者の心をしっかり掴んだことにより、多くのリピーターと評判を呼び、農産物直売所「百笑館」の売上高を向上させた。

さらに、平成22年1月に開業したスイーツ専門店「但熊貳番館」は、開店から好評で養鶏農家の生産する卵をつかったスイーツという、新たな他に真似できない商品の提供により、これまでの集客範囲内およびさらなる遠方の新たな顧客を創出することが期待される。

これまで「但熊」、が集客数を上げることにより、地域の美味しい農産物を提供する「百笑館」の売上が伸びており、さらに「但熊貳番館」で新たな集客を行うことで、さらに「百笑館」の売上の向上が期待され、養鶏場の経営の安定と同時に地域農業の活性化に図っていく。



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

1) 地域の農業者を主役にした農産物直売所「百笑館」による地域農業の活性化

農産物直売所「百笑館」は、町内の農業者の農産物を中心においている。利用者自ら値段を決め、店舗でPOSシステムにより管理されたバーコードを商品に貼り、販売を行っている。また、販売経費として売上額に一律の手数料を各農業者から受け取っている。

「百笑館」は平成13年6月にスタートし、1週間のうち、1日休日を設けていたが、平成14年からは、休日なしとして、年中無休で営業している。無休とすることで、消費者にも生産者にもいつでも買える、いつでも販売できる体制ができ、顧客の増加および売上高の増加につながっている。

現在は、町内約100名の農業者と提携しており、1日に平均30点ほどの商品が販売され、年間で延べ3万4,000点の農産物が売れ、平成21年度は全体の総売上額が1億700万円となっている。直売所では、形が悪くても少々値段が高くても、本当に美味しいものが売上を伸ばしている。

各利用農家の売上額は出品量によって異なるが、年間600万円ほどの収入となっている利用者もあり、地域農業の活性化の拠点となっている。

2) 花畑など、地域を訪れる消費者を楽しませる取り組み

西垣氏は、毎年4月下旬に町内で開催される、約10万本のチューリップの「たんとうチューリップまつり」にあわせて、店舗の前の休耕田に、チューリップの花畑を作っている。そしてその他、花畑を季節ごとに、ポピー、ケイトウ、コスモスなど植え、訪れる消費者を楽しませている。本年は、桜の植樹も行い10年後には桜並木ができる予定となっている。

また、平成22年5月には、高さ約4m、幅約3mの巨大な熊の形をした女性専用のトイレを150万円をかけてオリジナル設計で新設し、「但熊」の新しいシンボルとなり、消費者を楽しませている。

3) 地域農業を軸にした法人経営の開始と地域雇用の創出と地域社会の活性化

西垣氏は、平成21年12月に、「養鶏場」、「百笑館」、「但熊」、「但熊式番館」で、法人化を行い、株式会社西垣養鶏場として新たなスタートを切った。3人の娘のうち、次女夫婦が共同経営者となっている。

「養鶏場」、「百笑館」、「但熊」、「但熊式番館」のそれぞれにおいても、町内からパートなど雇用を行っている。本年1月にオープンしたスイーツ専門店「但熊式番館」は、菓子職人を雇用するのではなく、開店前の3ヵ月前から地域の20代から60代の女性を雇用し研修を受講させ、生産技術を習得させ、ロールケーキやシフォンケーキ、シュークリーム、プリンを販売している。法人全体で従業員数は28名となる。

現在のこの地域は、高齢化と過疎化が進む山間の町で、町内で育った若者が働くところが無いと都会へいっており、西垣氏は、豊かな自然に作られた本当に美味しい農産物で、都会から多くの人を呼び、また地理的不利を克服して多くの若者がこの地でがんばれるように今後も地域の活性化を図っていききたいとしている。

6 今後の目指す方向性と課題

1) 米と卵の小さな養鶏場から地産地消を軸にする地域産業として地域の活性化を図る

鶏舎が見える街道沿いに、農産物直売所「百笑館」、たまごかけご飯専門店「但熊」、スイーツ専門店「但熊式番館」の3つが立ち並び、年間10万人以上がここを訪れ、週末となると多くの消費者が行列をつくる町内の有名な観光スポットとなっている。また、地域を紹介する但東シルクロード観光協会のホームページ(<http://www.tantosilk.gr.jp/>)でも、「但熊」や「百笑館」が町内のお勧め観光スポットの1つとして紹介されている。

平成18年に開業したたまごかけご飯専門店「但熊」が消費者の話題を呼び、同時に農産

物直売所「百笑館」も飛躍的に向上させ、より広い地域からの購買客を誘致することができた。

平成22年1月に開業したスイーツ専門店「但熊貳番館」は、さらに新たな顧客を誘致しており、今年度の「百笑館」の売上も昨年以上のペースである。

農産物直売所「百笑館」の売上向上は、地域の農業者の生産意欲を高めており、地域農産物の生産向上や特産の新たな創出につながっている。そして、地域農業の活性化はさらに「百笑館」の売上向上につながり、今後さらに良い連鎖となっていく。

西垣氏は、今後も更なる「鶏卵」生産と豊かな自然の中で生産される美味しい農産物を軸に多くの消費者を地域に誘致し、地域の1産業となり、地域を活性化させる事業を提供していきたいと考えている。

また、「卵」のみならず、「米」や「農産物」の本当の味を消費者に伝えることにより、日本人の米の味を再認識してもらい、米の消費拡大や美味しい国産農産物の消費拡大につなげ、そして、農業の無限の可能性を追求していきたい。

【写真】



株式会社西垣養鶏場



すべて自家育成



地域の農産物を販売する直売所「百笑館」



自家の卵・米を地産地消「卵かけご飯専門店」



休日は、卵かけご飯に行列



平成22年、自家産卵のスイーツ店オープン



インターネットによる情報発信



地域の美味しい農産物で地域農業の活性化