

令和元年度事業報告

1. 庶務事項

(1) 役員に関する事項（令和元年3月31日現在）

理事 12名、 監事 2名
評議員 10名

(2) 役員の変動

平成31年4月3日 小林新治朗評議員 死亡
平成31年4月30日 中田圭二監事 辞任

(3) 職員に関する事項（令和2年3月31日現在）

場長以下 職員 17名 臨時職員 3名
参与 1名

(3) 役員会等に関する事項

イ. 令和元年5月30日(木)15:00-16:30 N&N事務所 監事会監査

平成30年度事業報告及び収支に関する決算報告の監査

ロ. 令和元年5月30日(木)14:00-15:00 N&N事務所 執行役員会

6月7日開催理事会および6月21日開催評議員会の議題について

ハ. 令和元年6月6日(木) 14:00-15:50 蚕糸会館 令和元年度 第1回理事会

平成30年度事業報告及び収支に関する決算報告ほか

ニ. 令和元年6月21日(金) 14:00-15:50 蚕糸会館 令和元年度 第1回評議員会

平成30年度事業報告及び収支に関する決算報告ほか

ホ. 令和元年11月7日 10:30-12:00 本部 執行役員会

11月13日開催の理事会の議題ほかについて

ヘ. 令和元年11月13日 14:00-15:30 蚕糸会館会議室 第2回理事会

令和元年度中間事業報告ほか

ト. 令和2年2月27日 10:30-13:00 本部 執行役員会

3月3日開催理事会および3月18日開催評議員会の議題について

チ. 令和2年3月3日 第3回理事会（書面会議）

令和元年度事業計画及び収支予算書ほか

リ. 令和2年3月18日 第2回評議員会（書面会議）

令和2年度事業計画及び収支予算書ほか

2. 事業に関する事項

<一般経過報告>

天候

本年は昨年とは一転して、6月、7月と梅雨が長く続き、気温の低い日が続いた。特に、休日ごとに霧や雨の日が多く、来客が落ち込んだ。8月は猛暑となったが、客足は戻らず、9月は台風15号のほか、曇天や霧の日が多かった。10月も19号の襲来によって牧場内外で土砂崩れによる通行止や山崩れが生じた。白樺牧区で発生した山崩れは規模が大きく、土石流となって県道を塞いだために復旧に時間がかかった。通行止は2週間以上続き、もみじ祭は中止となった。白樺・六反歩牧区の牧柵被害はおおよそ700mくらいとおもわれる。また、水源となっている沢も土砂で埋まったため職員が総出で応急修理に当たり、断水はまぬがれた。生乳出荷と飼料の搬入は特別許可の基で通行できたので家畜生産や製品生産、卸販売には影響が出なかった。冬期は比較的穏やかで積雪も少なかった。

牧草・家畜生産の概況

牧草生産は全般的に遅れ気味となり、天候不順の関係もあり、ロールペールは811個（前年890個）で昨年に比べて減少した。しかし、粗飼料全量をまかなうには不足するため、不足分はイネWCS及び輸入乾草で補った。

乳量は353,455kgで、前年比96.6%（365,729kg）にとどまった。搾乳牛の頭数の減少と、11、12月の平均乳量の減少によるものである。肥育牛の出荷頭数は32頭で、昨年より1頭減少した。

預託してくれた農家が経営者の交代により本年は預託しなかったため、受託牛は3頭（前年12頭）にとどった。4月22日～10月22日（183日間）であった。

乳製品加工（製酪工場）

前年から稼働し始めた新しい製酪工場は順調な生産を行った。年間の生産はパック牛乳が77,485本、バターが7,128kg、ソフトミックスが59,350本、チーズが1343個、ヨーグルト900mlが12,601本、150mlが104,334本であった。昨年に比べるとチーズ、バターが増え、ソフトクリームとヨーグルトが減少した。

払い下げ及び販売

乳製品の販売ではロッジの販売が落ち込み、卸販売がやや減った。一方、通販が増加した。品目別ではソフトクリームが前年比90%と落ちている。ソフトクリームは乳製品販売額の41.6%を占めている重要品目であり、この回復が課題である。その他の品目はいずれも増加しており、牛乳も菓子材料としての引き合いが伸びている。販売額のシェアは牛乳の227.6%、ヨーグルトの12.3%、バターの10.9%、アイスクリームとチーズは2.7%及び4.9%に過ぎなかった。この基本的な構造は例年通りであった。卸の販売強化は当面はこまめに販路を開拓する努力を重ねる。

牧場の持続的な維持発展のためには販売力強化が欠かせない。そのため昨年に引き続きは郵便局のふるさと小包（御中元、お歳暮、関東共通）、ふるさと納税の返礼品、群馬銀行株主優待ギフトなどギフト販売に取り組んでいる。こうした取り組みにもかかわらずギフトは減少傾向が続いている。大きな要因としてはふるさと納税の返礼品の減少が著しい。ふるさと小包は制度変更と取扱業者が増えたことによる効果を期待したい。

情報発信

牧場への来場者を増やすことは直売の拡大のためにも重要である。方策としては低コストの広告宣伝と牧場の体験である。低コストの宣伝活動としてはテレビ、ラジオ、雑誌などに取り上げられることがある。本年度はテレビ2件、新聞5件、雑誌5件、書籍1件、WEB雑誌などがあつた。この他、菓子製造などで、神津牧場乳製品使用の宣伝許諾があつた。また、群馬県の千客万来プロジェクトに応募し、ミニ史料館の整備を行った。

恒例の花祭り（5/19）は1,700枚の無料牛乳券を発行した。盛況であった。もみじ祭は台風19号の影響で中止となった。地域連携の一環として、10月～1月にかけて、9件の地域行事に参加し、交流イベントに協力した。

体験等ふれあい及びその他

宿泊を伴う牧場主催の親子牧場体験を7月と9月の2回行った。また、群馬県畜産協会主催の同様の体験も7月下旬に行った。団体としての体験は幼稚園、小学校を中心に受け入れた。大学等の実験実習の利用も8月に行った。この他にもバター作りや乳搾り体験、ガイドツアーなど個人・団体の個別体験も盛況で、参加者の満足度は高かった。また、緑資源の高度利用に資するために、麻布大学の野生動物研究室と共同で野生動物の実態調査を行っている。

恒例のイベントとしては春の神津牧場花まつり(約1,700名)の開催、秋のもみじ祭(中止)を例年のように企画した。この他、地元の市町村等での行事にも例年通りに参加した。

研修事業は大学生、短大生、専門学校生、高校生、計25名で延べ229人日であった。

共同研究は昨年同様農水省のプロジェクトに参画(新品種開発に伴う実証試験)した。麻布大学及び農研機構との野生動物・獣害関連の共同研究を継続した。

<公益事業 I：ジャージー種牛の放牧酪農経営における6次産業化モデルの構築に関わる調査・実証・研修事業>

1) ジャージー種牛の飼養

(1) 草地管理及び飼料生産

本年度は、天候不順のため5月30日に一番草の収穫を開始した。本格的な収穫は、6月に入ってであるが、梅雨が長く続き、6月は雨と霧の日が続いた。7月も梅雨が続き、特に土、日に雨が多かった。このため峠地区まで含めて一番草が終了したのは7月25日までかかった。6、7月の天候不順は牧草の収穫にとどまらず、来場者の減少によるロッジの営業や、卸販売の不振にまで影響を及ぼした。二番草は引き続き7月下旬から開始し、9月下旬まで、三番草も11月1日までかかった。9月、10月には台風の襲来もあり、特に10月の台風19号は牧場の進入路を寸断し、山崩れも生じて、多大な被害をもたらした。11月以降は寡雨となった。冬季の積雪は今年も少なく除雪は4回にとどまった。飼料生産は1番草が344個、2番草が276個、3番草が191個で合計811個となった。昨年よりも80個ほど減少したが、1昨年とほぼ同等の収穫であった。本年は峠3、峠4、は一番草のみ、切通、大畑、荻の平下、峠1は2番草までの収穫となり、後は放牧利用となった。しかし、粗飼料は不足するため、群馬県の玉村農業公社からイネホールクroppサイレージを購入した。二番草、三番草を収穫しなかったのは主としてシカによる食害である。シカの食害回避のため、環境省のシカ対策事業を牧場周辺で行うことを要請し、県の事業として捕獲事業が行われている。本年度も100頭の捕獲実績が報告されているが、その効果は十分ではない。

(2) 放牧飼養技術の確立及び乳牛改良・種畜供給

本年も4月17日から昼間放牧を開始し、5月8日から昼夜放牧となった。一方、秋期はサイレージの補給を行いながら最終的には12月中旬まで放牧を行った。峠地区への放牧は、雄の育成(肥育素牛)、桶萱地区は受託牛および育成牛群、本場地区は搾乳牛群であることは例年通りであった。

成牛は、年度始め70頭で始まり、初妊牛からの繰り上がりが24頭、事故・出荷等による淘汰が20頭で、年度末には74頭を次年度へ繰り越した。

育成雌牛の払下は4頭で、雄子牛の払下は12頭であった。分娩は雌35頭、雄41頭、死産1頭であった。合計78頭の出生であった。

搾乳量は予定乳量を下回り、年間総搾乳量は353トン(366トン、1昨年397トントン)で、減収となった。搾乳牛率は平均85.5%であったが、6、7月は目安の85%を下回った。乳量減少の原因は中期的な経産牛頭数の減少に加えて、乳房炎の発生が増加したことによる。

牛群検定の補正乳量は、5,782kg(5,872kg、1昨年5,864kg)で昨年度より90kg減少している。農水省の家畜改良増殖目標の6,500kgにはかなり及ばない状況であるが、放牧をしていることを考慮すれば適当な乳量であろう。個体ごとにみると、年間乳量の最高は7,684kgで、5,500kgをこえるものは34頭となった(昨年18頭)。乳質の推移は例年ととくに変わりはない。

(3) 放牧受託(公共育成牧場)

育成受託牛は4月22日から例年通り受け入れた。本年は長野県からの預託がなくなり、東京都からのジャ

ーギー種 1 頭とホルスタイン種 2 頭であった。牧場牛 14 頭も放牧を行った。退牧は 10 月 22 日で、この間の DG は 0.54kg/日 で、順調に増体した。人工授精は 8 頭について実施し、2 頭で妊娠確認が得られた。

2) 畜産物の利用・加工技術の開発

(1) 乳製品の生産利用・加工技術の開発

神津牧場の特徴は放牧とジャージー牛という高品質でアニマルウェルフェアに配慮した酪農とこれに基づく良質な乳製品の加工・販売までおこなうことにある。このことによって 6 次産業化による高付加価値を生み出している。

本年度もパック牛乳、ソフトクリーム、バター、チーズ、ヨーグルトなどで、それらの加工製造について、技術開発と製造を行っている。アイスクリームは現在、牧場のレシピによる委託製造を行っている。

加工部門の受入乳量は 334t (昨年 354t、1 昨年 387t) で、牛乳としての仕向けは 88.8t (79.8t、78.1t)、ソフトクリームは 55.8t (59.4 t、75.8t)、バターは 74.7t (92.7 t、96.7t)、チーズは 15.6t (17.8 t、9.7t)、ヨーグルトは 23.4t (26.3t、28.6t)、残りの 64.3t (78.9t、105.8t) は生乳として出荷した。以前には、生乳の約 3 分の 1 が出荷されていたが、この出荷分を加工に廻すことが収益向上のための方策となっている。本年は 19.2% となった。出荷の減少分は牛乳生産に廻ったことになる。

堅調な伸びを示した牛乳は、東京カリンのドーナツの売れ行き拡大が続いているためである。ソフトクリームについては販売店の中止に伴って減少傾向に転じた。今後、販売店の開拓が一層必要となる。

一昨年参加して賞をいただいた NPO 法人チーズプロフェッショナル協会主催の Japan Cheese Award 2018 の受賞の効果か、チーズの販売は順調であった。

(2) 乳製品の卸販売

生乳は、牛乳として販売する他、バター、ソフトミックス、チーズ、アイスクリーム、ヨーグルトに加工し、農産物直売所、スーパー、デパート等への卸販売、牧場のロッジとミルクバーにおける直接販売、カタログ等による通信販売で販売した。

払下形態別の販売額のシェアを見ると、卸が 78.5% (78.7%、80.3%)、ロッジが 15.0% (16.1%、14.5%)、通信販売が 6.5% (5.2%、5.2%) となっており、卸販売が中心となっている。

また、品目別のシェアをみると、ソフトクリームが約半分の 41.6% (44.5%、48.3%) を占め、ついで牛乳の 27.6% (23%、21.5%)、ヨーグルトの 12.3% (14.3%、14.1%)、バターの 10.9% (10.5%、9.5%) とつづき、アイスクリームとチーズは 2.7% 及び 4.9% (2.6% 及び 5.4%、2.2% 及び 4.5%) に過ぎなかった。

前年度の比較では卸販売が前年比 95.2%、ロッジが 88.9% と減少し、通販が 119.1% と増えている。品目別ではソフトクリームが前年比 90% と落ちている。ソフトクリームは乳製品販売額の 41.6% を占めている重要品目であり、この回復が課題である。その他の品目はいずれも増加しており、牛乳も菓子材料としての引き合いが伸びている。販売額のシェアは牛乳の 27.0%、ヨーグルトの 12.3%、バターの 10.9%、アイスクリームとチーズは 2.7% 及び 4.9% に過ぎなかった。この基本的な構造は例年通りであった。卸の販売強化は当面はこまめに販路を開拓する努力を重ねる。

(3) 肉用肥育・加工

去勢牛の放牧肥育は 2 年間粗飼料多給と放牧によって飼養し、その後 4 ヶ月の穀物肥育による 2 シーズン放牧肥育方式で年間約 36 頭の生産を目標に行っている。しかし、本年は 32 頭の出荷にとどまった。生産された肥育牛は場内の鉄板焼きや食堂と東京のレストラン等で消費されている。

鉄板焼きコーナーでのバター焼きも来場者にコンスタントに支持されている。この放牧肥育牛肉の利用を拡大するために、例年通り串焼き、煮込み、挽き材 (ハンバーグ) にして利用することを継続しているが、対面販売での評価は高く、一定の評価を受けている。さらに進めて、煮込みのレトルト商品化を行っているが、廃用牛活用の老廃牛活用のレトルト「神津牧場ジャージービーフのカレー、ハヤシ、シチュー」とともに、お土産用の需要は高い。部位による需要の違いから、需給バランスを調整するのが課題である。

この他、牛肉の加工品として、ソーセージ、サラミ、パストラミ、ジャーキーなどの新商品も開発して販売を行っている。

(4) 放牧養豚

バター製造の副産物である脱脂乳の有効利用を図るために行ってきた放牧養豚であるが、岐阜県で発生した豚コレラの影響で、群馬県家畜衛生保健所から自粛を強く求められ、休止せざる終えなくなった。

3) 実習生・研修生の受入れおよび外部研究機関との共同研究

本年度は大学生 17 名(10 名)、専門学校 1 名(5 名)、高校 6 名 (6 名)、計 24 名で延べ 243 名 (266 日)であった。うち女性 20 名、男性 9 名で女性が多かった。昨年に比べて人数では増えているが、女性が多い傾向は変わらない。単位取得や体験的な傾向もあり、就農への意欲のある学生は少ない。就農ではなく就職希望が多い。

外部研究機関との共同研究としては H27 から参画してきた農水省の競争的資金である「農林水産業・食品産業科学技術研究推進事業」(分担:ペレニアルライグラスの新品種の実証試験)が終了した。麻布大学の野生動物研究室及び国立研究法人農研機構の鳥獣害研究グループとの共同研究としてシカの動態と被害対策の研究は継続して行った。

<公益事業 II: 牧場の持つ多面的機能の発揮促進事業>

(1) 牧場体験及び緑資源の高度利用

牧場での体験を通して、酪農・畜産の理解醸成を図るべく、本年度も例年と同様の様々な事業を実施した。宿泊を伴う牧場主催の親子牧場体験は 7 月 14-15 日 8 家族 27 名(8 家族 24 名)と 9 月 15-16 日 8 家族 27 名(8 家族 26 名)の 2 回で行った。いずれも定員いっぱいであった。また、ほぼ同一の体験教室としては群馬県畜産協会と農協観光の体験が 7 月 30-31 日に 14 名 (14 名) の参加で開催された。団体としての体験は幼稚園、小学校を中心に 15 団体 566 名 (150 団体 664 名) を受け入れた。大学等の実験実習利用は 1 団体 35 名であった。この他にもバター作りや乳搾り体験、ガイドツアーなど個人・団体の個別体験も盛況で、参加者の満足度は高かった。また、軽井沢からの誘客・宣伝の試みとして、スターナイトツアーをホテルとタイアップして行ったが、天候が悪く中止せざる終えなかった。

また、前述の獣害対策の共同研究とともに、緑資源の高度利用に資するために、場内の生物多様性、特に野生動物の実態調査を麻布大学の野生動物研究室と共同で行っている。カメラ・ビデオの設置による出現動物の調査、学生と大学院生の卒業研究調査研究を積極的に受け入れている。こうした野生動物の調査研究によって得られた成果についてはエコツアーの体験として、事業化することを目指している。さらに、麻布大学では牧場内にいるアナグマの生態調査を通じて、エコツアーのコンテンツにできないかとの構想の下、人口巣穴の設置なども試みている。

春の神津牧場花まつり (5/19) を例年のように開催した。今年は 1,700 枚の牛乳無料券を発行し、盛況であった。10 月 20 日に開催の予定であった秋の紅葉祭りは台風による道路不通のため、中止となった。このほか、秋の収穫祭時期には、地元の市町村等での行事にも参加したが、バター作り体験や乳製品、肉製品の PR も例年通りに行った。

(2) 家畜とのふれあい及び畜産理解醸成

ふれあい用として、山羊、うさぎ、ポニーの飼養、展示を行い、一般来場者に喜ばれた。山羊のお散歩は子供達に人気があり、順番待ちもあることから時間制と少額の料金をとっている。また、ガイドと共に放牧地へ入る「ガイドツアー」は放牧地へ入ると共に、牧場や家畜、畜産についての解説も併せて行うことで畜産の理解醸成やふれあい効果がより一層増している。ガイドツアーは小学校の団体向けにも実施しているが、反応は極めて高い。団体の場合は、人数が多くなることと、放牧地によっては往復に時間がかかることが難点であるが、今後プログラムの充実と共に改善を図っていきたい。この他、親水公園の隣接部分に設置したドッグラン (無料) は多くの愛犬家に利用されて、集客の一助となっている。

(3) 情報発信と地域連携

牧場の活動を情報発信することは重要である。本年は 6 月 14 日群馬テレビによる「ぐんま一番 (下仁田町内とともに)」の放送、11 月 16 日 NHK 前橋による「牧場紹介 (道の駅とともに)」の放送、雑誌、書籍、ミニコミ誌等の取材 (バターの本、アンアンなど) は多数あった。また、上毛新聞 3 回連続で牧場を紹介 (12 月 17・18・19 日)、東京新聞「暮らすめいと」(12 月号)、雑誌デイリーマン 3 月号 ジャー

ジー特集で紹介、雑誌 dancyu のバター特集、日経プラス1の「何でもランキング」（3月7日）などメディアにも取り上げられた。この他、また、群馬県の千客万来プロジェクトに応募し、ミニ史料館の整備を行った。神津牧場ブランドとして、菓子製造などに積極的に神津牧場製品の使用をうたう製品が出てきた。「アカシア蜂蜜のグランドッシャ（つつじ庵（渋川）：牛乳供給）JR 東日本お土産グランプリ金賞」、「群馬ファーマーズプリン（レストランセレンディブ：牛乳）」、「東京カリント（HP 更新時に神津牧場を入れたい）」など。

地域との連携では以下のような行事に参加した。

- ・10/06-07 ぞっこんさく市（佐久市商工会議所）（販売参加）
- ・10/11, 12 高崎商業祭：商品供給
- ・10/26, 27 畜産フェスティバル（豚コレラのため中止）
- ・11/03 下仁田町商業祭
- ・11/17 南牧村農業祭
- ・11/23 下仁田町ねぎ祭り
- ・12/1, 2 町いち村いち（東京国際フォーラム）開催
- ・1/9-14 前橋スズラン 大群馬展販売
- ・1/22-28 高崎高島屋 群馬展販売

<収益事業>

公益事業を支援する収益事業の柱はロッジでの売店や食堂、宿泊等の販売と道の駅しもにたの「神津牧場ミルクバー」での販売である。ロッジの販売では6月7月の荒天の影響と10月の台風19号による影響が出て、6, 7, 10月はそれぞれ前年比72%、66%、30%の大きな減収となった。このため最終的には年間で88%の減収となった。一方、ミルクバーはこうした天候の影響を受けずに105%の増収となった。直営化による収益力強化が実証されたものと考えられる。

また、ロッジでは食堂は前年比98%、宿泊は108%、鉄板焼は67%は、売店も75%で、合計では80%であった。ここでも天候の影響が出ている。

宿泊はロッジの老朽化もあり、抜本的な改善が望まれている。本年は団体客の利用頻度を積極的に進めて牧場体験もほぼ満員の盛況であった。キャンプ場やバーベキューはブームのせいもあり、低価格の料金のため、口コミによるキャンプの希望者も増加した。

売店では牧場の牛乳やバターを使用したもの、地域の特産品など、牧場としての特徴を打ち出せるもの限定して特色を出しているが、そうした点を客に伝える努力や販売品の開発などを進める必要がある。乳製品の多くは冷蔵、冷凍品となるが、お土産品としての扱いがむずかしい。お土産となる普通品の開発が必要である。神津ブランドを合わせた原材料供給か、委託製造による製品開発が必要となる。