

令和 2 年度 事業報告

1. 庶務事項

(1) 役員に関する事項（令和3年3月31日現在）

理事 12名、 監事 3名
評議員 11名

(2) 役員の変動

監事 澤井廣喜 新任（令和2年6月23日）
評議員 長谷川武雄 新任（令和2年6月23日）
六川勝仁 新任（令和2年6月23日）
森江健二 辞任（令和2年6月30日）

(3) 職員に関する事項（令和3年3月31日現在）

場長以下 職員 15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2年6月4日(木) 14:00-15:00 **執行役員会** シルクセンター国際貿易観光会館会議室（横浜市中区山下町1番地） 6月8日開催理事会および6月24日開催評議員会の議題について

ロ. 令和2年6月4日(木) 15:00-16:30 **監事会監査** シルクセンター国際貿易観光会館会議室 令和元年度事業報告及び収支に関する決算報告の監査

ハ. 令和2年6月8日(月) 14:00-15:50 **令和2年度 第1回理事会** シルクセンター国際貿易観光会館会議室 令和元年度事業報告及び収支に関する決算報告ほか

ニ. 令和2年6月23日(火) 14:00-15:50 **令和2年度 第1回評議員会** シルクセンター国際貿易観光会館会議室 令和元年度事業報告及び収支に関する決算報告ほか

ホ. 令和2年11月5日 10:30-12:00 本部 **執行役員会**

11月6日開催の理事会の議題、長期借入金、評議員会の開催ほかについて

ヘ. 令和元年11月6日 14:00-15:30 **令和2年度第2回理事会** シルクセンター国際貿易観光会館会議室 令和2年度中間事業報告、長期借入金ほかについて

ト. 令和2年11月20日 **臨時評議員会（書面会議）** 長期借入金について

チ. 令和3年3月3日 10:30-13:00 本部 **執行役員会**

3月10日開催理事会および3月26日開催評議員会の議題について

リ. 令和3年3月10日 **第3回理事会** シルクセンター国際貿易観光会館 令和3年度事業計画及び収支予算書ほか

ヌ. 令和3年3月26日 **第2回評議員会** シルクセンター国際貿易観光会館 令和3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>

令和2年度の事業に大きな影響を及ぼした要因は「新型コロナウイルス」であった。新型コロナの感染防止のため、旅行、レジャーなど人の交流が抑制された結果、生産には影響が少なかったものの、交流事業や物販などには大きな影響が生じた。4、5月の第1波では売上が半減し、銀行からの緊急融資を受けた。その後は回復基調となったが、前年を上回ることがなかった。8月の第2波では自粛要請もあったが、大きく落ち込むことはなかった。9月～11月は回復傾向にあった。1月の第3波では緊急事態宣言により、3月の第4波では新型コロナの感染者数の増加に伴い、売上の減少が見られた。このような中で、特徴的なのは対面販売（道の駅やロッジ）では売上減少、通信販売やギフトは増加傾向が顕著となった。

牧草・家畜生産の概況

本年は6月、7月と低温寡照が続き、牧草の1番草収穫に大きな影響が出た（前年比71.6%）。8月は一転猛暑となり乾燥が続き、9月も残暑が続いたため、2番草が93%、3番草が66%と減収となった。最終的にはロール個数にして、前年の811個に対し637個と79%の減少となった。減収分についてはイネWCS および輸入乾草で補填せざるえなかった。

乳量は夏の高温にもかかわらず、359tでほぼ前年並であった（353t；102%）

育成受託牛は4月21日から10月20日まで181日間であった。

乳製品加工（製酪工場）

本年の年間の生産はパック牛乳が82,146本、バターが7166kg、ソフトミックスが41,494本、チーズが1,134個、ヨーグルト900mlが10,513本、150mlが75,440本であった。昨年に比べるとソフトクリームとヨーグルトが減少し、バターの出荷が増えた。チーズはこれまで、いくつかのあたらしい製品開発を行い、その品質を世に問うてきた。その結果、本年はトマト&バジルとゴーダがチーズプロフェッショナル協会主催のJapan Cheese Awards 2020でNo1と銅賞を受賞した。また、最近では菓子原料としての需要が伸びており、ジャージ牛乳独特の風味と品質が菓子の舌触りや味に影響しているものと思われる。

払い下げ及び販売

乳製品の払い下げ形態別の販売額のシェアを見ると、卸が78.9%、ロッジが15.5%、通信販売が5.6%となっており、卸販売が中心の構造に大きな変化はない。品目別のシェアをみると、ソフトクリームが約半分の46.1%を占め、ついで牛乳の22.3%、ヨーグルトの13.5%、バターの10.0%とつづき、アイスクリームとチーズは2.5%及び5.6%であった。

前年度との比較では卸販売が前年比83.0%、ロッジが88.5%と減少し、通販が160.4%と増えている。品目別ではソフトクリームが前年比55%と急落している。ソフトクリームは乳製品販売額の46.1%を占めている重要品目であり、この回復が課題となった。販売チャネルとしてはコロナの影響で、通販やギフトがのびており、道の駅やおみやげなどの対面での販売が減少した。

情報発信

牧場の活動を情報発信することは重要である。本年はコロナの影響も有り、春夏は取材

等も少なかったが、秋からは新聞、雑誌、書籍、ミニコミ誌等の取材が多数あった。テレビ3件、新聞4件、雑誌・書籍4件、WEB雑誌などがあつた。

地域連携としてのイベントは牧場主催の恒例の花祭り及びもみじ祭は中止、例年行われる地域の交流イベントもすべて中止となった。

体験等ふれあい及びその他

牧場での体験を通して、酪農・畜産の理解醸成を図るべく、牧場主催での親子牧場体験は人数を制限し、回数を増やして行った。しかし、その他の幼稚園、小学校の体験学習はほとんどが中止となった。実施したのは3団体32人とどまった。大学の野生動物実験実習も大学側の規制によって中止となった。

現在、大学および研究機関との共同研究は麻布大学野生動物研究室とアナグマの生態やシカの行動調査などを、農研機構とはシカの定点観測として長期個体数調査を継続して行っているが、出張規制などによって支障がでた。

研修事業は寮の相部屋を避けるために人数を制限した結果、研修生は5名で、延べ197人日であった。

<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、5月7日に1番草の収穫を開始したが、その後の天候不順のため。本格的な収穫は、6月に入って行ったが、梅雨が長く続き、6月は霧と雨の日が続いた。7月も雨が多かった。このため峠地区まで含めて1番草が終了したのは7月22日までかかった。例年1番草の収量が低いと2番草が多収となるが、本年は8月の日照りと重なって収量は伸びなかった。2番草は7月下旬から開始し10月上旬まで、3番草も10月28日までかかった。冬季の積雪は本年も少なく、温暖化の傾向が顕著となった。本年も峠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。この結果、飼料生産は1番草が254個(344個)、2番草が256個(276個)、3番草が127個(191個)で合計637個(811個)となった。昨年よりも174個の減少となった。このため粗飼料が不足するため、群馬県の玉村農業公社からイネホールクロップサイレージを購入した。2番草、3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。

(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20日から昼間放牧を開始し、5月9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15日まで放牧を行った。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74頭で始まり、初妊牛からの繰り上がりが30頭、事故・出荷等による淘汰が35頭で、年度末には69頭を次年度へ繰り越した。

育成雌牛の払下は5頭で、雄子牛の払下は51頭であった。分娩は雌27頭、雄44頭、死産4頭であった。合計75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359トン（昨年353トン、1昨年366トン）で、ほぼ前年並みとなった。搾乳牛率は平均86.7%であったが、6～9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。乳質の推移は例年ととくに変わりはなかった。

(3) 放牧受託（公共育成牧場）

育成受託牛は4月21日から10月20日まで181日間、例年通り受け入れた。本年は東京都からのジャージー種2頭とホルスタイン種1頭であった。牧場牛12頭も放牧を行った。退牧は10月22日で、この間のDGは0.47kg/日で、順調に増体した。人工授精は8頭について実施し、6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

神津牧場の特徴はジャージー牛という高乳質の家畜と放牧とという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。アイスクリームは製造装置が壊れたため、現在、牧場のレシピによる委託製造を行っている。需要は高いが、委託製造では生産量を増やせないという悩みがある。チーズはこれまで、いくつかのあたらしい製品開発を行い、その品質を世に問うてきた。その結果は下図にまとめたように高い評価を得てきた。牛乳は飲用だけでなく、菓子原料としての需要が伸びている。ジャージー牛乳独特の風味と品質が菓子の舌触りや味に影響しているものと思われる。こうした独特な品質の価値を顕在化させることが課題となっている。

これまでに受賞したチーズの一覧				
製品名	大会名	部門	賞	主催者
神津トマト&バジル	Japan cheese awards 2020	非加熱・加熱圧搾／バラエティ部門	No 1	チーズプロフェッショナル協会
神津ゴーダ	Japan cheese awards 2020		銅賞	チーズプロフェッショナル協会
神津トマト&バジル	第12回all Japan ナチュラルチーズコンテスト (2019)		優秀賞	中央酪農会議
神津下仁田ねぎ	Japan cheese awards 2018	非加熱圧搾・アクタイプ（風味付加）部門	部門賞	チーズプロフェッショナル協会
神津チェダー	Japan cheese awards 2018	非加熱圧搾・熟成4ヶ月以上部門		チーズプロフェッショナル協会
神津ゴーダ	Japan cheese awards 2018	非加熱圧搾・熟成4ヶ月未満部門	銀賞	チーズプロフェッショナル協会
神津サラミケーゼ	Japan cheese awards 2014	非加熱圧搾・アディティブ部門	銀賞	チーズプロフェッショナル協会
神津モッツアレラ	Japan cheese awards 2014	パスタ・フィラータ部門		チーズプロフェッショナル協会

(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 78.9% (78.5%78.7%)、ロッジが 15.5% (15.0%、16.1%)、通信販売が 5.6% (6.5%、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 46.1% (41.6%、44.5%) を占め、ついで牛乳の 22.3% (27.6%、23%)、ヨーグルトの 13.5% (12.3%、14.3%)、バターの 10.0% (10.9%、10.5%) とつづき、アイスクリームとチーズは 2.5% 及び 5.6% (2.7% 及び 4.9%、2.6% 及び 5.4%) に過ぎなかった。

前年度の比較では卸販売が前年比 83.0%、ロッジが 88.5% と減少し、通販が 160.4% と増えている。品目別ではソフトクリームが前年比 55% と急落している。ソフトクリームは乳製品販売額の 46.1% を占めている重要品目であり、この回復が課題である。

(3) 肉用肥育・加工

去勢牛の放牧肥育は経済性を検討した結果、販売価格の大幅な値上げが必要となるため、生産を縮小し、鉄板焼コーナーでの提供とふるさと納税での食肉での直接販売を検討した。また、従来のレトルト商品「神津牧場ジャーキービーフのカレー、ハヤシ、シチュー、煮込みのほか、加工品のドイツサラミ、ビーフジャーキー、パストラミ、ソーセージや食堂でのハンバーガーなどの販売を進めている。

付加価値と差別化を図るには新しい価値を提案する必要がある。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は土地利用型の赤身肉の牛肉生産として提案されている。しかし、肥育期間が長期にわたることからコストが増加するため、必ずしも普及するに至ってはいない。しかし、放牧によるメリットはカルニチンやカルノシンといった機能性成分が増加することにある。さらに、最近では穀物肥育とは異なり $\omega 3$ (オメガスリー) 脂肪酸が増加し、 $\omega 6 / \omega 3$ の比率が理想的な2に近づくことが明らかとなっている。神津牧場ではこうした特徴を前面に出して、直接消費者に訴求することで差別化し、高額販売につなげることとする。

(4) 放牧養豚

野生イノシシへの豚熱の感染拡大のため、放牧養豚は前年に引き続き自粛した。今後再開のためには防止のための隔障物の設置が必要となる。

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

コロナの関係で、長期の研修者に限り、他は受け入れを断った。大学2名、専門学校3名で、うち男性1名、女性4名 計5名であった。延べ197日であった。

現在、大学および研究機関との共同研究は麻布大学野生動物研究室とアナグマの生態やシカの行動調査などを、農研機構とはシカの定点観測として長期個体数調査を行っているが、本年は出張規制などによって支障がでた。

<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、本年度も牧場主催での親子牧場体験を行った。密を避けるために人数を制限し、回数を増やして行った（7/24-25：3家族6名；8/8-9 4家族14名 9/5-6 3家族11名 9/19-20：4家族14名であった。参加者にはとても好評であった。人数を制限することで、より濃密な牧場体験となった。一方、例年行っていた県畜産協会主催の牧場体験や、幼稚園、小学校の体験学習はほとんどが、コロナの影響で中止となった。実施したのは3団体 32人、にとどまった。緑資源を活用した大学の野生動物実験実習も大学側の規制によって中止となった。

（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、展示を行っている。屋外でも有り、密にならないように注意喚起をしながら、本年度も開放した。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。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。本年はコロナの影響も有り、春夏は取材等も少なかったが、秋からは新聞、雑誌、書籍、ミニコミ誌等の取材が多数あった。以下に記す。

別冊旅の手帳「群馬」（交通新聞社：2020.3.27）

ジュニア論吉検定公式ガイドブック（中津市教育委員会：2020.5.1）

朝日新聞 第2群馬面（2020.10.10）

リンネル特別編集「しあわせな朝ごはん」（宝島社：2020.10.10）

群馬テレビによる「ぐんま一番（下仁田町・南牧村）」の放送（10/9）

タウンぐんま（2020.11.6）

朝日ぐんま第1720号（朝日新聞：2020.11.6）

暮らすめいと12月（東京新聞）

OZマガジン1月号「しあわせのぱん」（スターツ出版：2020.12.11）

子ども新聞「風っ子」（上毛新聞：2021.1.10）

FM群馬 チーズの紹介（3/5）

フジテレビ報道番組（バターの紹介）（3月）

朝日放送「相席食堂」（3/16）

地域活性化の一環として行っている連携行事はほとんどが中止となった。

牧場主催の花祭りや紅葉祭りは中止とした。1月に行われた百貨店「前橋スズラン 大群馬展」、「高崎高島屋 群馬展」も開催されたが、第3波と重なり、低調であった。

<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。本年は新型コロナの影響を受け、4月、5月は大きな減収に見舞われた。ロッジでの販売はゴールデンウィークの休業と来場者の減少により、前年比で2割程度まで落ち込んだ。また、道の駅も人の流れが止まったことで、3割程度まで落ち込んだ。6月以降は回復傾向が見られ、10月、11月には前年を上回る場合も見えたが、対面販売では総じて、前年を上回るのはまれであった。年間を通してではミルクバーは前年比77%、ロッジの乳製品販売は89%、食堂等の販売は72%であった。本来、

公益事業を支えるための収益事業であるが、本年のコロナ禍はこうした役割を果たせずに終わった。