

令和4年度事業報告



公益財団法人神津牧場

令和4年度事業報告

1. 庶務事項

(1) 役員に関する事項（令和5年3月31日現在）

理事 12名、監事3名

評議員 11名

(2) 役員の異動

なし

(3) 職員に関する事項（令和4年3月31日現在）

場長以下 職員 14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4年6月2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6日開催理事会および6月23日開催評議員会の議題について

ロ. 令和4年6月2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3年度事業報告及び収支に関する決算報告の監査

ハ. 令和4年6月6日（月）14:00-15:50 **令和4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3年度事業報告及び収支に関する決算報告ほか

ニ. 令和4年6月23日（木）14:00-15:50 **令和4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4年度事業報告及び収支に関する決算報告ほか

ホ. 令和4年11月9日（水） 10:30-12:00 本部 **執行役員会**
11月16日開催の理事会の議題、評議員会の開催ほかについて

ヘ. 令和4年11月16日 14:00-15:30 **令和4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4年度中間事業報告ほかについて

ト. 令和5年2月22日 13:30-15:00 本部 **執行役員会**
3月1日開催理事会および3月16日開催評議員会の議題について

チ. 令和5年3月1日 **令和4年度第3回理事会** シルクセンター国際貿易観光会館 令和4年度事業計画及び収支予算書ほか

リ. 令和5年3月16日 **令和4年度第2回評議員会** シルクセンター国際貿易観光会館 令和5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＞

新型コロナによる影響

令和4年度も3回にわたってオミクロン株による「新型コロナウイルス」の流行が続いた。2022年1月から始まった第6波は2月にピークを迎えたが、6月まで続き、第7波が増加し、9月には収まったものの、10月からは再び増加し、第8波となった。その感染力は強く、身近なところでの発症が増え、高齢者とその家族などでは引き続き警戒感が続いた。一方、治療法の進展や、若者の重症化率が低いことなどが明らかとなり、政府による行動制限解除の方向が示されたことで、人流の回復傾向もみられるようになった。こうしたことの牧場経営への影響は春の連休や8月の繁忙期での売り上げに表れている。

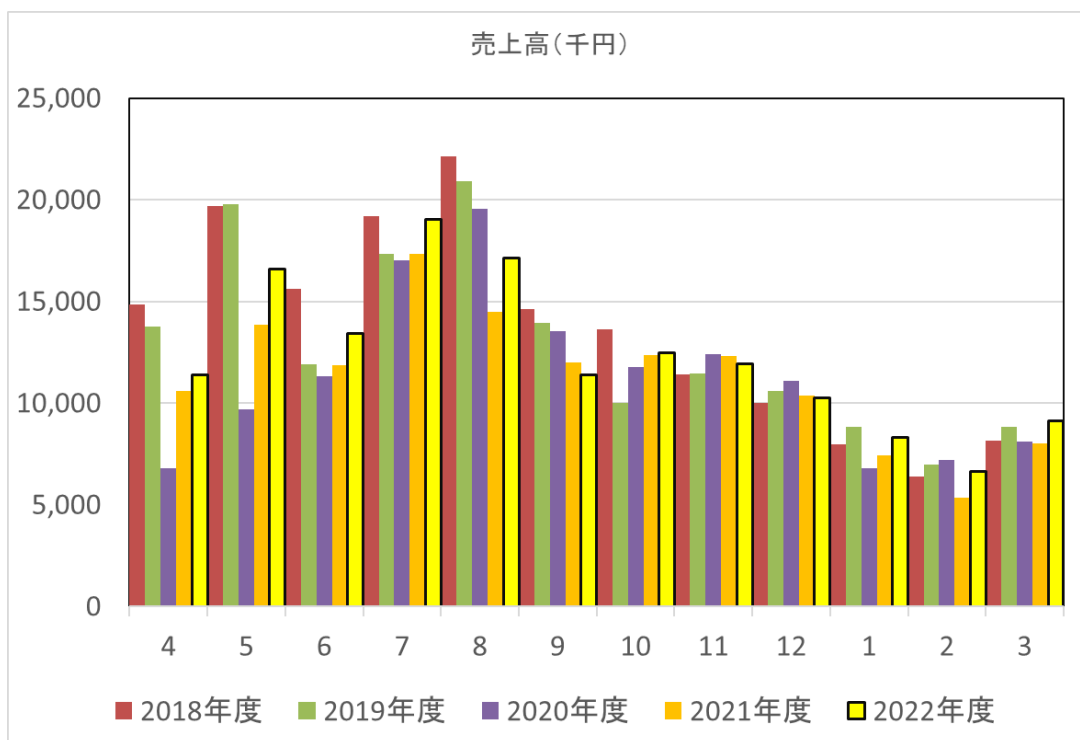


図 乳製品の払い下げ及び収益事業の売上合計

飼料、電気、原材料の値上がり動向

新型コロナの直接的な影響に加えて、間接的な物流の停滞や「ウクライナ戦争」に端を発したエネルギー価格の高騰、円安による飼料・資材価格の高騰が経営を厳しくしている。具体的には飼料、電気、燃料、原材料価格の高騰となっている。飼料は前年比17%、前前年比40%と値上がりが続いている。電気料金は前年比58%の値上がりとなっている。原材料費も15~25%の値上げとなっており、配送費も値上げあるいは値上げが予告されている。値上がりは今後も続くものとみられる。対応して、5月に7%程度の製品の値上げを行ったが、再度の値上げが必要な状況となっている。

牧場施設等の老朽化

牧場では1972年～74年に一部の土地を売却して、牧場施設を一新した。この時から約50年が過ぎ、施設、機械の老朽化が著しく、かねてより更新の必要性が指摘されてきた。このため、2017年に製酪工場の新設を行ったが、ロッジの宿泊施設、搾乳舎〈搾乳システムを含む〉、牛舎、トラクターなど事業の根幹となる施設の更新が喫緊の課題となっている。また、現在、地表水を取水しているが、近年の温暖化の影響から冬季に簡易水道の取水が困難になる現象が起きている。地表水の取水は衛生上の観点からも好ましいものではなく、安定的な水源としては地下水からの取水は望ましいが莫大な費用が必要となる。

牧草・家畜生産の概況

牧草の生産は昨年並みの711ロール（昨年：715ロール）、乳量は323,677kg（328,079kg）とほぼ昨年並みとなった。

育成牛の受託頭数は5頭（6頭）、4月22日から10月20日までの182日間であった。

乳製品加工と乳肉製品の払下げ

本年の年間の生産量はほぼ前年並みであるが、牛乳が減少し、ソフトとチーズの生産が伸びたが大きな変動ではない。本年は日本チーズ協会主催のJapan Cheese Award 2022に出品し、「神津さんしょう」（非加熱・加熱圧縮/バラエティ部門 銀賞）、「神津クリームチーズしょうが」（フレッシュ/バラエティ部門 銅賞）がそれぞれ受賞した。また、菓子原料としての需要が伸びており、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た。

情報発信と地域連携

本年はテレビ放映1件、新聞1件、雑誌2件、書籍1件、その他、ミニコミ誌等の取材があった。

昨年はほとんどのイベントが中止となったが、本年は牧場主催の恒例の花祭り及びもみじ祭を行った。地域でのイベントはほとんどがまだ中止であった。毎年冬に参加しているデパートの催事には今年も参加したが、これまでとは異なり、人出が多くなっていることが明らかとなった。

体験等ふれあい及び研修と研究連携

酪農・畜産の理解醸成、自然理解の深める牧場主催の親子牧場体験は人数を制限し、回数を増やして行い、好評であった。また昨年中止となっていた、幼稚園や小学校の体験学習や移動教室も今年は再開された。

s 緑資源の活用として、農的自然の活用イベントへの場の提供及びJ-クレジット制度への申請の可否を検討した。

研修事業は昨年同様、長期の研修生に限って、人数を絞って受け入れた。

麻布大学野生動物研究室と連携しての大学院と学生の卒業研究を支援している。また、農研機構とはシカ個体数制御のために、定点観測として長期の調査を行った。

＜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月下旬から1番草の収穫を開始した。春先の天候に恵まれ、1番草は280(243)ロールとなった。以下()内は前年度。となった。2番草は286(280)ロール、3番草は長雨の影響を受け収穫が10月にずれ込み、145(192)ロールと落ち込んだ。このため、年間では前年度並みの711(715)ロールとなった。本年も峠3、峠4、は1番草のみ、切通、大畑、萩の平下、峠1は2番草までの収穫となり、後は放牧利用となった。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、群馬県により平成17年から捕獲事業を行っている。本年度は9月から12月までで91(94)頭の捕獲が行われた。令和2年からの8年間に805頭のシカを捕獲したが、目に見えるほど牧草生産を回復させるに至っていない。粗飼料の不足分は稲ホールクロップサイレージと輸入乾草で補っている。

(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14日から昼間放牧を開始し、5月11日から夜間放牧を開始した。一方、秋期は前年同様11月8日より放牧地でのサイレージの給与を行いながら最終的には12月6日まで放牧を行った。肥育素牛牛群(雄の育成)、受託牛および育成牛群、搾乳牛群の放牧地の割り振りは変更なく、峠地区、桶萱地区、本場地区の放牧地を割り付けた。

年間総搾乳量は324(328)トンで、前年より1%減となった。搾乳牛率は平均85.9%であったが、6～8月は目安の85%を下回った。飼料価格の高騰に対応して、計算牛頭数を減少させているが、個体乳量は前年の15.5kg/日から16.2kg/日に増加した。

(3) 放牧受託(公共育成牧場)

育成受託牛は4月22日から10月21日まで193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、ブラウンスイス種2頭であった。併せて、牧場牛7頭も放牧を行った。退牧は10月19～21日となった。牧場牛のDGは0.57kg/日(0.53)で、前年よりも良好であった。人工授精は受託牛4頭と牧場牛7頭に行い、1頭の妊娠が確認できた。

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。アイスクリームは牧場のレシピによりハケ

岳中央農業実践大学校に委託している。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。チーズはその品質を問うべく、2014年から国内のチーズコンテストに出品し、10回の入賞を果たしてきた（図参照）。本年度も日本チーズ協会主催の JAPAN CHEESE AWARD 2022 において「神津さんしょう」が非加熱・加熱圧縮/バラエティ部門で銀賞、「神津クリームチーズしょうが」がフレッシュ/バラエティ部門で銅賞を受賞した。

神津牧場のチーズコンテスト受賞歴				
製品名	大会名	部門	賞	主催者
神津牧場チェダーチーズ	第13回ALL JAPAN ナチュラルチーズコンテスト (2021)	ハード熟成6ヶ月以上	優秀賞	中央酪農会議
神津牧場サラミケーゼ	第13回ALL JAPAN ナチュラルチーズコンテスト (2021)	ハード熟成6ヶ月以上	優秀賞	中央酪農会議
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・アクティブ（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

本年度の牛乳生産は83,423本（93,375本）、バターは缶が4,466個（5,063個）、瓶が2,061個（1,824個）、ソフトミックスは51,411本（44,250本）、ヨーグルトは大瓶が9,221本（10,377本）、小瓶が73,532本（69,172本）であった。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ため、バームクーヘンの委託製造を行ってきたが、消費者ニーズに合わせたミニサイズのバームクーヘンを販売を行い好評を得ている。これまでも菓子メーカーでは牧場の牛乳を使ったドーナツやお土産用の菓子を製造して高い評価を得ているメーカーもあったが、昨年はプリンを製造販売する業者が増えている。

（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ている。

払下形態別の販売額のシェアを見ると、卸が76.2%（75.5%）、ロジが15.3%（14.8%）、通信販売が9.1%（9.5%）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41.5%（35.9%）を占め、ついで牛乳が27.3%（31.7%）、ヨーグルトの10.7（10.6%）、バターの9.7%（11.3%）とつづき、アイスクリームとチーズは2.0%（1.6%）及び5.6%（5.4%）であった。ソフトクリームはここ数年シェアが減少していたがやや持ち直した。

（３）肉用肥育・加工

土地利用型の肥育として２シーズン放牧肥育方式を行っている。生後２年間粗飼料多給と放牧によって飼養し、その後４ヶ月の穀物肥育する赤身肉の牛肉生産するこの肥育は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、一般的になっていない。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し、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を目指している。

現在、鉄板焼コーナーや食堂での食材としての提供のほか、レトルトのカレー、ハヤシ、シチュー、煮込み、ドイツサラミ、ビーフジャーキー、ソーセージなどの加工品として販売している。これらの商品に対する評価は好ましいものであるが、放牧肥育を付加価値としての販売には至っていない。販売の仕方やマーケティングの検討が必要である。

（４）放牧養豚

群馬県では野生イノシシへの豚熱の発生が続いており、引き続き警戒が続けられている。このため、放牧養豚は前年に引き続き自粛した

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

本年も長期の研修生が多く、大学生２名（１）、大学校３名（１）、専門学校３（３）名で、うち男性２（２）名、女性６（４）名 計８（６）名であった。延べ１７２（９４）名・日であった。

大学および研究機関との共同研究は農研機構鳥獣害チームおよび麻布大学野生動物研究室と行っている。シカの行動調査やアナグマの生態などを連携しシカの食害対策や学生の卒業論文及び修士論文として公表している。こうした研究の成果は牧場での体験プログラムとして活用資するとともに長期個体数調査による基礎的データの取得を行っている。

<公益事業Ⅱ：牧場の持つ多面的機能の発揮促進事業>

（１） 牧場体験及び畜産理解醸成

近年、農と食の乖離が広がっているとの指摘がなされている。牧場での家畜とのふれあいは食に対する理解を具体的なものとして体験できる貴重な機会である。神津牧場ではこのような機会を提供すべく、牧場主催の「親子体験教室」を開催している。また、幼稚園小中学校の移動教室や体験教室の積極的に受け入れている。さらに一般来場者にも家畜とのふれあいを体験するプログラムを提供している。

本年も牧場主催の親子牧場体験は宿泊人数を制限し、回数を5回から6回に増やして募集した。しかし、第1回目直前に、職員のコロナ感染があったため、1回目は中止とした。10月まで行ったが、参加者は14家族 45名（昨年59名 一昨年45名）となった。

学習体験・見学は幼稚園2（1）、小学校9（4）、その他団体2と大幅に増えた。中野区立の小学校が移動教室を再開したため、755名の体験となった。また、群馬県畜産協会の牧場体験（7名）も7月28・29日に1泊二日で実施できた。その他、群馬県食肉事業協同組合連合会の日帰り体験ツアー（9月10日開催、参加30名（うち子ども12名）を行った。

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。5月から11月までの一般の乳絞り体験は推定で約3,084人（2,593人）であった。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、集客の一助となった。

（2）緑資源の高度利用

牧場は農地としての草地、飼料畑だけではなく林や林をつなぐ緑地があり、林縁は特殊な植生を構成し、放牧地は糞虫をはじめとする独特な生態系を作り出している。牧場はこのような複合した複雑な生態環境を作り出しており、多様な生物の生活圏を提供し、生物多様性を高めている。このような緑資源を持っている神津牧場では家畜飼養による畜産生産機能と来場者へのふれあい体験機能、牧場景観を楽しむ保健休養機能が顕在化されているが、加えて、生物多様性保存機能も顕在化させることができると思われる。

本年はNPO あーすわーむのSAVE JAPAN PROJECT（損保ジャパン）、群馬ナチュラリスト自然保護協議会（イオングループ）などの団体との自然体験のイベントを行った。また、麻布大学の野生動物実習は内山牧場キャンプ場の協力を得て、実施（8/22-25）した。こうした自然環境保全の普及は今後重要なものとなっていくものと思われる。

さらに、牧場では約250haの自然林がある。生物多様性のみならず、CO2の吸収源としての役割も果たしているものと思われる。CO2の排出権取引の制度であるJ-クレジット制度で、本年8月に天然林がその対象に組み込まれたことから、J-クレジットへの認定の可否等を検討した。

（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。以下に取材のあった放送、新聞、雑誌、書籍、ミニコミ誌等を記す。

- ・3月28日 ヨーグルトの本（向井智香；エムディエヌコーポレーション）
- ・10月17日 日本テレビ ニュース EVERY 放送
- ・るるぶ等旅行ガイド 数社
- ・日本草地畜産種子協会事業 放牧畜産の宣伝ビデオ製作
- ・12月24日 放牧酪農フェア チーズプロフェッショナル協会
- ・クロワッサン（2月25日号） パン特集 パンのおとも」神津ジャーキーバター
- ・Daily Japan 2023年3月号 酪農家No11 佐藤創太

この他、地域との連携では多くの行事が中止となったが、牧場では「神津牧場花祭り」（5月15日）と「神津荒船もみじ祭」（10月16日）を行った。コロナ第6波、第7波の流行が下火に向かう時期でもあったが、それぞれ、750名、458名程度の参加にとどまった。身近なところでコロナ患者が出たため、年寄りを中心に警戒感が高まったように思われる。

＜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、宿泊等の提供と「道の駅しもにた」の直営店「神津牧場ミルクバー」での販売である。と同時に、これらの直営事業は消費者と直接対峙することによる消費の反応や評価を見るうえで非常に重要な事業となっており、6次産業化モデルを考える上での情報をもたらしている。本年度は消費の回復が進んだが、コロナの流行の動向によって大きく影響を受けた。冬に行われたデパートの催事（スズラン本店：大群馬展（1/11-17）、高崎高島屋店：群馬展（1/18-24）、福田屋インターパーク：2/15-20）も回復傾向を示したが、完全な消費の回復とはなっていなかった。