

令和6年度事業報告

1. 庶務事項

(1) 役員に関する事項（令和7年3月31日現在）

理事 10名、監事3名
評議員 10名

(2) 役員の異動

なし

(3) 職員に関する事項（令和7年3月31日現在）

場長以下 職員 13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6年6月3日(月) 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7日開催予定の理事会および6月24日開催予定の評議員会の議題について

ロ. 令和6年6月3日(月) 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4年度事業報告及び収支に関する決算報告の監査

ハ. 令和6年6月7日(金) 14:00-15:50 **令和6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5年度事業報告及び収支に関する決算報告並びに役員の改選ほか

ニ. 令和6年6月24日(月) **令和6年度 第1回評議員会** 令和5年度事業報告及び収支に関する決算報告、並びに役員の改選ほか

ホ. 令和6年11月7日(木) 14:00-16:00 本部 **執行役員会**
11月13日開催予定の理事会の議題について

ヘ. 令和6年11月13日(水) 14:00-15:30 **令和6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6年度中間事業報告ほかについて

ト. 令和7年2月25日(火) 14:00-16:00 本部 **執行役員会**
3月1日開催予定の理事会および3月18日開催予定の評議員会の議題について

チ. 令和7年3月3日(月) **令和6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7年度事業計画及び収支予算書ほか

リ. 令和7年3月18日(月) **令和6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7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＞

神津牧場の特徴は広大な森林と草地を持っていることである。この資源を土地利用型の畜産に活用し、更に重層的な多面的機能として顕在化させることにより、外部経済効果を併せて持続的に活用しようとするのが牧場の目的である。土地利用型畜産としてはジャージー種牛の放牧利用を基本として、高付加価値の乳肉製品を生産・加工し、消費者に届けることである。また、ジャージー種牛の放牧で作り出される草原景観は多くの人にやすらぎといやしの空間を提供できる。更に、近年では食の教育の場や自然観察など環境教育の場としての深化を見ている。

生産の概況

本年は645個（昨年709個）のロールベール（約400kg）を生産し、ジャージー種牛124頭（146頭）を飼養し、56頭（63頭）の経産牛から、320ton（356ton）の生乳と58頭（66頭）の仔牛を生産した。この他、農家からの預託も3頭（4頭）（4月19日から10月18日まで182日間）引き受けた。搾乳牛放牧は4月から11月まで、肥育素牛放牧は5月から12月まで行った。飼料の高騰に対応して、コスト低減のために、飼養頭数を少なくしている。

生産した生乳から牛乳、バター、ソフトミックス、ヨーグルト、チーズを製造している。年による品目間の変動はあるものの、概ね例年並みの製造となっている。アイスクリームは委託製造先が製造をやめたため、別の製造先を探しているが、ロット数などの点で、適当な委託先が見つからない。本年もチーズは製品をコンテストに出品し、賞を獲得した。

経営環境

2024年度は新型コロナの終息により消費者行動が回復する一方、ウクライナやパレスチナの戦争に端を発した物流の混乱、飼料価格の高騰高止まり、円安によるエネルギー価格の上昇による資材や原材料価格の高騰が続いている。さらに、働き方改革や賃上げ要請、人手不足による人件費の高騰など生産コストの上昇が続いている。ITやAIなどの活用による合理化が求められているが、中小規模の経営では合理化の効果よりも投資コストの上昇が大きい。こうした生産コストの上昇を価格に転嫁できればよいが、乳製品は全般に過剰気味であることと神津牧場の製品は比較的高価格商品であることから価格転嫁が難しい状況でもある。2022年5月に7%程度の値上げを行ったが、今後予定される必要経費を充足するに至っていない。そこで、本年は2月に10%の値上げを行ったが、その成果は現れていない。経営環境は厳しい状況が続くと言える。

研修および研究連携ならびに体験等ふれあいおよび緑資源の活用

本年の研修生の受け入れは15名を受け入れた。うち、14名が女性であった。近年、女性の研修生が多い傾向が顕著である。研究連携は麻布大学野生動物研究室および農研機構鳥獣害研究者との連携研究を引き続き行った。この連携の積み上げの結果、日本中央競馬会の畜産振興事業に応募し、採択された。

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牧場の家畜や自然とのふれあい、バター作りなどの畜産物の手作りなど盛りだくさんのプログラムで、好評であ

った。また、幼稚園や小学校の体験学習や移動教室も日帰りではあるが、都会では経験できない大型動物とのふれあいは貴重な経験となっている。本年も6回の親子牧場体験と小学校などの体験を受け入れた。緑資源の活用として、NPO 法人の自然観察イベントを受け入れた。

地域連携

地域との連携は活動の成果を具体的なものとして提示する意味でも重要である。本年も、牧場主催の「花祭り」、「紅葉まつり」のイベントの他、世界遺産「荒船風穴」との連携企画、「下仁田ねぎまつり」、下仁田町「商工祭」、南牧村「農業祭」などに積極的に参加した。

運営上の課題

牧場では50年前に新設した多くの施設が老朽化しており、その更新が課題となってきた。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、作業機、トラクターなど事業の根幹となる施設・機械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が望ましいが莫大な費用が必要となる。この他、山林への過去の投棄物の処理などの課題が残っている。

<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

本年度も5月下旬から1番草の収穫を開始した。春先の天候不順のため、1番草は228（234）ロールとなった。以下（ ）内は前年度。となった。例年一番草が不作のときは2番草が増収となることが多いが、本年は猛暑の影響で、2番草も238（276）ロールと減少し、さらに、秋も暑さが続いたため、3番草は179（196）ロールとなった。。このため、年間では645（709）ロールと減少した。本年も峠3、峠4、は一番草のみ、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、群馬県により平成17年から適正密度に抑える捕獲事業を行っている。これまでの報告によれば毎年9月から12月までで100頭弱の捕獲が毎年行われている。この他下仁田町の有害鳥獣捕獲事業も行われているが、牧草被害の軽減には至っていない。

こうしたことを受けて、かねてより牧草のシカ被害対策研究を行っている麻布大学野生動物研究室塚田教授と相談し、「2025年度日本中央競馬会畜産振興事業」に対策研究を応募した結果、「電気柵を用いた獣害に強い放牧畜産体系の構築・実証事業」（2025－2027年度）として採択された。

(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13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11月30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320（356）トンで、前年より10%減となった。搾乳牛率は平均86.9%であったが、5、6、9、10、11、12月には目安の85%を下回った。頭数を減らしたこともあって、飼料費は減らしたものの1頭あたりの飼料費は高止まりしている。個体乳量は17.1kg/日（16.8kg/日）と増加した。

（3）放牧受託（公共育成牧場）

受託育成牛は4月21日から10月19日まで182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1頭とホルスタイン種2頭の計3頭であった。併せて、牧場牛6頭も放牧を行った。この間、牧場牛のDGは0.60kg（0.59kg）/日で、前年よりも良好であった。受託牛は0.78（0.71）kg/日と非常に良かった。人工授精は受託牛2頭と牧場牛5頭に行い、3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八ヶ岳中央農業実践大学校に委託していたが、委託先の事情によって、生産中止となった。ナチュラル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）。本年度は第1回 アルティザンチーズアワードに応募し、下仁田ねぎチーズが銅賞を受賞した。この他、日本草地畜産種子協会の放牧チーズフェスティバルに参加し、試食をしながら、消費者意見を聴取したところ、高い評価を得た。

本年度の牛乳生産は91,401本（85,596本；93.7%）、バターは缶が5,577個（3,916個；68.4%）、瓶が995個（3,774個；37.7%）、ソフトミックスは59,234本（52,290本；88.1%）、ヨーグルトは大瓶が8,798本（9,261本；98.1%）、小瓶が75,440本（77,272本；97.6%）であった。缶バターが増加したが、代わりにビンバターが減少した。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。土産物店がお菓子の商品開発に使っているが、神津牧場産というブランドだけではなく、ジャージー牛乳独特の風味と品質が菓子の舌触りや味も評価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は好評を得ている。また、東京の有名ホテルとの牛乳取引、軽井沢の高級ホテルとのバターの取引も順調に伸びている。

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
神津さんしょう	JAPAN CHEESE AWARD 2022	非加熱・加熱 圧縮/バラエティ部門	銀賞	日本チーズ協会
神津クリームチーズしょうが	JAPAN CHEESE AWARD 2022	フレッシュ/バラエティ部門	銅賞	日本チーズ協会
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	No1	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

(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。

本年度の払下形態別の販売額のシェアを見ると、卸が78.4%(76.1%)、ロッジが13.1%(16.0%)、通信販売が8.5%(7.8%)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39.4%(42.8%)を占め、ついで牛乳が30.2%(28.3%)、ヨーグルトの10.3%(10.8%)、バターの10.8%(10.1%)とつづき、チーズは4.9%(4.5%)であった。ソフトクリームはここ数年減少傾向が続いている。アイスクリームは牧場のレシピで委託製造をして

いるが、委託先の都合により製造が中止となった。

（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

群馬県では養豚場での豚熱の発生だけでなく、野生イノシシへ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

本年は研修希望が多く、１５名の研修を受け入れた。内訳は、大学５名、大学校１名、専門学校９名の計１５名（昨年：３名）であった。うち男性１名、女性１４名と女性の研修生が多かった。女性が多いのは近年の特徴でもある。延べ人数は１２８日（昨年：６４日）であった。長期の研修生は１名で、他は、１から２週間の研修であった。

共同研究は麻布大学野生動物研究室および農研機構の鳥獣害チームと行っている。麻布大学とは、牧場に生息する野生動物の生態研究の場として提供し、得られた成果を体験プログラムや牧場管理に利用している。農研機構とは多大な被害を及ぼしているシカについて長期に渡る動態調査や麻布大学との連携も含めて牧場管理に利用している。これらの成果は専門雑誌への投稿や学生の卒業論文及び修士論文として公表している。本年はこれまでの研究を発展させて、２０２５年度日本競馬会畜産振興事業に応募し、採択された。

<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。牧場での家畜との直接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６回行った。７月から１０月まで行ったが、参加者は１２家族３５名（昨年：１６家族５８名）となった。

学習体験・見学は幼稚園１（２）、小学校１１（昨年９）に増えた。中野区立の小学校が

移動教室を再開したため、814名の体験となった。また、群馬県畜産協会の牧場体験16名(昨年:7名)も7月25・26日に1泊二日で実施できた。

(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。牧場はこのようなモザイクに複合した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、環境教育としての役割も担っている。

本年も「NPO 法人あーすわーむ」主催の SAVE JAPAN PROJECT (損保ジャパンが支援) の生き物観察イベントを6月1日、9月16日の2回行った。また、麻布大学の野生動物学実習は内山牧場キャンプ場の協力も得て、実施(8/22-25)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。取材のあった放送、新聞、雑誌、書籍、は以下の通り。本年はやや少なかった。

- 2025年1月1日 NHK ETV「知恵泉」福沢諭吉と乳製品関連で牧場を紹介
- 旅行ガイド: るるぶ等旅行ガイドほか数社

この他、地域との連携では多くの行事が開催された。

地域との連携では牧場主催の「神津牧場花祭り」は5月19日に観光協会と共催で、町役場、商工会などの協力により開催した。参加人数はおおよそ950名でやや少なくなった。また、秋の「神津荒船もみじ祭」(10月15日)は好転に恵まれ、前年を大きく上回る約700名の参加人数であった。

例年秋から冬にかけて行われている地域のイベント、下仁田町商業祭、下仁田ねぎ祭り、南牧村農業祭に参加した。1月には日本草地畜産種子協会主催の「放牧畜産フェスティバル」にも参加した。

<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めている。本年度も消費の回復が進んだことを示していると思われる。冬に行われたデパートの催事(スズラン本店:大群馬展(1/8-14)、高崎高島屋店:群馬展(1/15-21))でも前年を上回る売上を示した。また、これまで活用されてこなかった牧場内の天然林のJ-クレジット制度への検討を進めた。