

| 資金名 | 営農類型 | 農業法人調査対象者 | ページ |
|---------|------|---------------------|-----|
| 農業近代化資金 | 地鶏 | (農事組合法人) 奥久慈しゃも生産組合 | 1 |
| スーパーL資金 | 稲作 | (有限会社) シャリー | 7 |

農事組合法人 奥久慈しゃも生産組合

調査日：平成 19 年 11 月 21 日)

茨城県久慈郡大子町袋田 3 7 2 1

法人の特徴

- ・「奥久慈しゃも生産組合」の最も大きな特徴は、地鶏「奥久慈シャモ」の生産から販売にいたる全てを管理し、高品質かつ均質で安全な地鶏を供給できることが挙げられる。しかし、生産者が高齢化で引退した後の後継者確保が難しい山間地にあり、経営安定のための生産確保、規模拡大が課題のようだ。
- ・同法人の歴史は、昭和 60 年に 1 3 戸の生産者が任意組合を結成し、販売面の強化を図ったことに遡るが、それ以来生産を管理し、「奥久慈シャモ」の品質向上と保持に取り組んできた。「奥久慈シャモ」は 3 種の在来種の良いところを掛け合わせた地鶏とされる種ビナ【♂シャモ × ♀(名古屋種×ロードアイランドレッド)】を茨城県養鶏試験場においてのみ生産し、これから同法人の肥育素ビナ供給施設にて採卵し、ふ化した肥育用素ビナを組合員に供給することで純粋種の確保を図ってきた。
- ・組合が基本的な餌を供給し、統一種で、かつ生産者が特定できるトレーサビリティを導入し、飼育後は組合が回収し、販売する体制を堅持。また、長期間(120～150 日)平飼いで飼育しているため、脂肪が少なく、肉質にしまりのある、コクのある風味を可能にしたとのことである。

昭和 63 年、全国特殊鶏味の品評会で 1 位となり、「山のとり肉奥久慈シャモ」として有名になり、有名鶏肉料理店で使われるほか、現在も東京の百貨店での評価が比内鶏とともに最も高いなど品質面で高い評価を得ている。

(注) 地鶏：日本農林規格(JAS)に記載されている在来種由来の血液百分率が 50%以上で、飼育期間が 80 日以上、平飼いで、1 平米当たり 10 羽以下で飼育されたもの。

- ・同法人の特徴としては組合員、組合直営の飼育により生産管理が可能であるため、
 - ①年間通じて新鮮な地鶏の供給と高品質な肉の均等化ができること
 - ②「安心・安全」の保証ができることとブランド化を背景に、自ら販売価格を決定する価格交渉権を持っていることであろう

品質が高ければ、有名店でも取り扱ってくれ、また、生産費をカバーできる価格設定が可能となる。

また、マスコミも取り上げてくれる機会が増え、売り上げ増加に繋がるなど、地道な生産活動が結果として経営安定につながるとしている。近年、鳥インフルエンザや食品の偽証問題等で地鶏の消費も落ちていたが、平成 19 年 11 月 11 日に NHK が奥久慈シャモを取り上げ、地鶏の評価の回復に貢献したことはうれしいとのこと。

法人の概要

1. 設立及び構成

設立年月日： 平成 8 年 1 0 月

資本金（現在）： 5 6 8 0 千円

法人の構成戸数： 1 7 戸 構成員： 1 7 人(生産者 1 2 人、専従 2、出資者 3 人)

2. 経営の多角化の状況（関連会社を除く同一経営体が行う事業）

ア **生産** イ **販売** ウ 加工 エ 観光等

3. 経営の概要

①経営内容

奥久慈しゃも肉の生産販売・管理

ア 肥育用素ビナの生産、組合員への配給（直営生産施設での飼育）

イ 成鶏の回収、食鳥処理場への搬送、処理肉の保管

ウ 販売

②法人事業への年間従事日数

構成員： 150 日以上 1 7 人 150 日未満 0 人

雇 用： 150 日以上 7 人 150 日未満 0 人

（注）パートは販売、生産部門

③経営状況

| 経営部門 | 主な作物名、営農類型 | 売上高 |
|-------|------------|---------------|
| 売上高総額 | 地鶏（奥久慈しゃも） | 1 9, 8 9 9 万円 |

・売上高の内訳

地鶏の卸売上高 1 億 1 5 百万円、小売 3 4 百万円、その他 1 1 百万円、

飼料売上 35 百万円

・販売先

東京等県外が半分、地元が半分。卸売りとしては、東京は小売店として高島屋（日本橋店、新宿店）、鶏肉料理店として銀座のバードランドほか、地元では、袋田温泉街・料理店、道の駅、茨城みどり農協直販店。

その他の小売は、全て事務所にある自販店での販売。

利子助成対象の投資のねらいと達成状況

平成 16 年、経営規模の拡大による販売量の増加を図るため、飼料購入費と生肉加工経費として農業近代化資金 1500 万円投資。

平成 19 年、飼料購入費と生肉加工経費として新たに導入された農業近代化資金の無利子資金 2000 万円投資

生産者がそれぞれの年 2 回のサイクルで生産し、組合として年間一定した生産を確保するが、販売高には季節性があるため、運転資金を活用し、生産と販売の安定化を図り、生産拡大につなげることが可能となった。

経営発展過程と問題点の解決策

1. 経営発展過程

昭和 60 年：13 戸の生産者が任意組合「奥久慈シャモ生産組合」

昭和 61 年：生産者の増加と直売所の設置により販路拡大

昭和 63 年：全国特殊鶏味の品評会で 1 位となり、「山のとり肉奥久慈シャモ」として有名になり、東京の百貨店での小売価格が比内鶏について 2 位となった（現在も比内鶏とともに小売価格が最も高い評価を得ている）。

平成 8 年 10 月：施設の建設、トラックの購入に当たり、個人名義では不都合があることから、法人として設立

平成 16 年：地鶏肉の特定 J A S 認定を取得

2. 経営上の問題点と解決策

- ・組合員の高齢化・引退が進むなか、中山間地で小規模な生産者が多いため後継者難で生産の維持・拡大が困難。一方、経営改善を図ろうとすれば価格の上昇が期待できないため、規模拡大によるコスト削減が必須。

このため、組合直営の飼育を増加させ、組合員の生産をカバーしつつ、運転資金を活用し、高品質の肉質を維持と年間の生産の安定・拡大を図ってきた。

- ・高品質を維持するためには、消費者の声を反映させることが必須であるが、組合の取り扱いがまだ少ないこと、宅急便を利用した直接販売の特長を生かしたきめ細か

い対応をしている。販売先である料理店、小売、消費者の声が身近に聞こえ、改善策を打ち出しやすい。品質等に対するクレームは直ぐに生産者に知らせ、是正を図ることができる（一例では、冷凍の解凍方法と調理方法がわからない個人消費者が多く、パンフレットを同封することとした）。

- ・しかし、支援活動に対する期待では、技術、経営、販売にいたる全てを挙げており、特に近年の鳥インフルエンザ等の病気、風評被害に対する対応の難しさを指摘している。

法人化の動機及びメリット 補足調査表 1 参照

個々の生産者では十分にできない販売促進（地鶏の販売を安定・拡大）するためにできた法人であることから、法人のメリットを生かし、享受している。

1. 法人化の契機

複数の個人経営が合併して法人を作った（協業経営型）で、経営の安定・発展を図るため自発的に決めた。

2. 法人化の目的

法人化の目的は、規模拡大等経営発展、融資・補助事業を活用しやすくする、取引等信用面の強化を図る、労働力の確保、就労面での合理化を図るとしており、地鶏の取り扱いの増加に資すると考えていた。

3. 法人化の際に必要なと思われた支援策

法人設立、法人化のメリット等の講習会、法人化の手続き上の助言指導とし、法人設立のアドバイスとしている。

4. 法人化して得たメリット

農地を利用することがないため、それ以外の面ではほぼすべてがメリットとしている。

具体的には、税制（赤字決算の繰り越し控除が5年、役員報酬等の損金参入）、融資限度額の拡大（農業近代化資金の借入れ）、社会補償の充実（社会保険制度への加入）、経営管理面の強化（経営内容の明確化、合理的運営）、対外信用力の向上（金融機関、取引先、地域社会）、人材確保（幅広い人材確保、後継者確保）、自己資本の増大による経営の安定を挙げている。

5. 法人化して感じたデメリット

税制（社会保険料の支払い、消費税の支払い）としているが、法人化以前と比べ面倒な事務ということのようだ。

今後の経営方針と課題

1. 今後の経営方針と経営目標

- ・今後の経営方針では、コスト削減とそのためにならざるを得ない経営規模の拡大が基本とし、肉質を向上させる技術の向上、販売活動の強化と高価格を維持しうるための商品のより一層の差別化をあげている。産業の少ない中山間地にあつて、雇用拡大で地域に貢献したいという目標もあげている。
- ・組合人が 500 羽の小規模生産者から 7000 羽の大規模生産者まで、規模のばらつきがあり、かつ高齢化で生産の安定供給と飼料費高騰に対応したコスト削減が引き続き大きな課題。

このため、年間通じて新鮮な地鶏を供給する体制を整備しつつある（ヒナを週 2 回導入しているため、飼育期間の異なるオス、メスを考慮すると、週 4 回の生産サイクルができる）。

2. 経営者の特徴

- ・生産から販売にいたるまで組合が管理し、組合員である生産者は生産に専念できることが同法人の特徴である。
- ・経営者の自己診断では、外部からもたらされる病気、風評被害等は予測できないが、そのほかの目標の実現、情報収集力、企業的経営にかかわる対応力等はあるとしたことは、組合事務局の経験に裏付けられた自信の表れかと思われる。

3. 調査者の感想

- ・同法人の悩みは、畜産には予測できない外部問題（鳥インフルエンザ、風評被害、食品全般の偽証問題による消費減退・価格の低下）があり、いつも危険と隣り合わせで、自分のところだけではどうしようもないところがあること。

しかし、不可抗力的な外部問題があつても、きまじめに、継続的に安全性を追求していくしかなく、いつかは報われると信じるしかないと語る。

- ・また、フランスでの高い高級地鶏への評価と照らし合わせ、日本での地鶏の評価の高まりと消費拡大を目標としている（アジアとは異なり、欧州、豪州、北米、南米等の放牧中心な草地の豊富な地帯では牛肉、羊肉は大衆肉であり、むしろ人手のかかる鶏肉は特殊肉になる）。

地産地消にもつながる日本の味を大切にしていくためには、高級店での評判、一般消費者への普及上、そのためのマスコミの応援も必要である。

- ・何よりも大切なのは、生産者の不屈な「安全と安心」へのこだわりであり、味に対する消費者の評価と信頼を勝ち得ることと思われ、ブランド化と生産管理による消費者の信頼を背景に、市場における価格交渉権（決定権）を持つ、奥久慈シャモ生産組合の地道な活動には学ぶところが大きいと思われる。

補足調査票1：法人化の動機及びメリット

1. 法人化の目的

- | | |
|--------------------------|----------------------|
| <input type="checkbox"/> | 税金対策のため |
| <input type="radio"/> | 規模拡大等経営発展のため |
| <input type="radio"/> | 融資・補助事業を活用しやすくするため |
| <input type="checkbox"/> | 経営管理しやすくするため |
| <input type="radio"/> | 取引等信用面の強化を図るため |
| <input type="radio"/> | 労働力の確保、就労面での合理化を図るため |

2. 法人化の際に必要なと思われた支援策

- | | |
|--------------------------|---------------------|
| <input type="radio"/> | 法人設立、法人化のメリット等の講習会 |
| <input type="radio"/> | 法人化の手続き上の助言指導 |
| <input type="checkbox"/> | 税務・経理処理、労務管理等の助言・指導 |
| <input type="checkbox"/> | 人材育成にかかわる講習会等 |
| <input type="checkbox"/> | 先進事例、活動事例の紹介 |

3. 法人化して得たメリット ()内は具体的内容

- | | |
|--------------------------|-------------------------------|
| <input type="radio"/> | 税制（赤字決算の繰り越し控除が5年、役員報酬等の損金参入） |
| <input type="radio"/> | 融資限度額の拡大（農業近代化資金の借入れ） |
| <input type="radio"/> | 社会補償の充実（社会保険制度への加入） |
| <input type="radio"/> | 経営管理面の強化（経営内容の明確化、合理的運営） |
| <input type="radio"/> | 対外信用力の向上（金融機関、取引先、地域社会） |
| <input type="checkbox"/> | 農地の拡大 |
| <input type="radio"/> | 人材確保（幅広い人材確保、後継者確保） |
| <input type="radio"/> | 自己資本の増大による経営の安定 |
| <input type="checkbox"/> | 会議の出席等情報を得る機会が増加 |

4. 法人化して感じたデメリット ()内は具体的内容

- | | |
|--------------------------|-----------------------|
| <input type="checkbox"/> | 特に、デメリットはない |
| <input type="radio"/> | 税制（社会保険料の支払い、消費税の支払い） |
| <input type="checkbox"/> | 社会補償関連 |
| <input type="checkbox"/> | 経営管理費面 |
| <input type="checkbox"/> | 対外関係 |
| <input type="checkbox"/> | 農地の貸借・取得 |

法人の特徴

- ・有限会社「シャリー」の最も大きな特徴は、農業生産法人として米の生産を拡大しつつ、大規模な低温倉庫、ライスセンター、精米工場を持ち、「農産物（玄米）検査機関」としての認定もできる総合法人であること。目下、経営拡大のために投資している成長中の農業生産法人である。

会社名は、ご飯の「シャリ」をもじって「シャリー」としたが、会社名で米屋とわかってもらえる利点があるとのこと。

生産面では、米と裏作のキャベツ、白菜を主体に 42ha 経営し、イチゴの観光農園にも取り組み、出荷・販売面では自社米のほか、東北米、地元米の 13,000 俵の集荷、精米、販売を行う。

- ・同法人の歴史は浅く、社長が一代で築き上げたもので、昭和 41 年の 1.8ha から始まり、取り巻く環境の変化をうまく活かしてきた結果の集積である。

周囲は利根川沿いの水田地帯であること、高齢化で自作できないところの農地が多いこと、新 4 号国道バイパスに接しかつ都内に近いため都内とのアクセスが良く物流拠点として有利なこと、最近では道の駅が林立し、お客が増え、観光農園としても立地条件が良いこと等々。

昭和 41 年当時に先代とともに請負耕作を始め、転作の強化とともに賃貸借で経営規模を拡大し、新 4 号国道バイパスの整備とともに平成 5 年有限会社を設立し、米の卸売業を始め、17 年に大型の精米工場、低温倉庫を増設し、19 年には『農産物（玄米）検査機関』の認定を受け、品質評価もできるようになり、名実ともにライスセンターとしての基盤を整備した。

さらに、社員の年間雇用を確保するため、19 年からは、道の駅近くでのイチゴの観光農園も開始させた。

話をうかがえば納得できることではあるが、時代とともに変化する周囲環境を活かし、経営発展に結びつけたのは経営者としての才覚であろう。

- ・経営の基本方針は、安心して食べてもらえるお米の生産と顔の見える商品の販売。このため、生産面では農薬の削減や精米工場からの米糠利用等の循環型農業に取り組み、また精米工場を持つことから異物混入物の除去等安全性に力を入れ、さらに検査機関として独自に品質の確保を図ることも可能となり、今回のライスセンターの整備で、質的にも物的にもその条件は整備されつつある。

法人の概要

1. 設立及び構成

設立年月日： 平成 5 年 6 月

資本金（現在）： 3 0 0 万円

法人の構成戸数：1 戸 構成員：7 人(家族 4 人、社員 3 人)

2. 経営の多角化の状況（関連会社を除く同一経営体が行う事業）

㊦ 生産 ㊧ 販売 ウ 加工 ㊨ 観光等

3. 経営の概要

①経営内容

ア 生産：稲作と裏作にはくさい、キャベツの栽培

| 区 分 | 所 有 | 借入れ | 全面作業受託 | 合 計 |
|-----|---------|-----------|---------|-----------|
| 面 積 | 5 1 0 a | 3 2 0 0 a | 4 8 0 a | 4 1 9 0 a |

イ 販売：米の集荷と精米、貯蔵、販売。格付け評価

自社米 3 0 0 0 俵、東北米 7 0 0 0 俵、地元米 3 0 0 0 俵を取り扱う。

ウ 観光：道の駅隣接でのイチゴのもぎ取り園

②法人事業への年間従事日数

構成員： 150 日以上 6 人 150 日未満 0 人

雇 用： 150 日以上 7 人 150 日未満 0 人

（注）パートは販売、生産部門

③経営状況

| 経営部門 | 経営部門、主な作物名、営農類型 | 売上高 |
|-------|------------------|---------------|
| 売上高総額 | 米の生産・販売、露地野菜、イチゴ | 2 4, 2 0 0 万円 |

・販売先

米店、スーパー等への卸売りのほか、給食センター、病院、学校、企業の食堂、レストランへの販売。道の駅等での小売、インターネットでの販売と多彩

利子助成対象の投資のねらいと達成状況

米の生産から販売までの一貫作業の高能率化を実現するため、16年から2年掛けて350坪の敷地に2億円を投資し、乾燥施設、精米施設、低温倉庫を建設、18年6月完成。ライスセンターの処理能力は120haで今後の経営拡大にも対応できる。

これにより、自社の生産拡大のみならず、東京市場をターゲットにした米の流通基地としての機能を十分に発揮できるようになった。

経営発展過程と問題点の解決策

1. 経営発展過程

昭和 41 年：実家で就農、稲作 1.8 h a

養鶏も取り組んだが、ニューカッスル病で止める。

昭和 42 年：作業受託を導入（最初は耕運機であったが、44 年にトラクター 2 台を導入）

昭和 61 年：県の農業経営士（研修生受け入れ、先進地視察により先端技術等を取得、特に米に付加価値をつけて売る技術等、多方面の能力を身につけた。このような多くの機会を利用して経営の多角化、発展につなげてきた。）

平成元年：経営面積が 20 h a に拡大

平成 5 年：「有限会社 シャリー」を設立

平成 7 年：営業社員を置き、販売活動を強化

平成 12 年：長男が就農

平成 17 年：農業生産法人の認定を受ける

平成 19 年 4 月 9 日：長男が『農産物（玄米）検査機関』の認定を受ける。

2. 経営上の問題点と解決策

- ・経営規模の拡大の方法として、土地の借入れか作業受託かの方法がある。全面作業受託は作業料が高額となり、作業委託をしたにもかかわらず、年金から支払う高齢者もできることもあり、反 1 俵の賃貸借のほうが委託者にとって合理的であるとの判断で賃借権の拡大を進めている。
- ・スーパーでの販売は、たたかれて儲けが出ず、また代金決済が 2 間月もかかり、以前販売先の倒産で代金回収ができなかったこともあり、米屋を中心に展開せざるを得ない。

法人化の動機及びメリット補足調査表 1 参照

法人化に際して、アドバイスが必要としているが、法人化のメリットを感じており、「案ずるよりも生むが易し」と言ったところではないかと思われた。

1. 法人化の契機

税理士・会計士のすすめにより単独の個人経営から法人経営に移行した。

2. 法人化の目的

しかし、税金対策ではなく、規模拡大等経営発展、融資・補助事業を活用しやす

くする、取引等信用面の強化を図るためとし、経営拡大を図ることが目的であったようだ。

3. 法人化の際に必要なと思われた支援策

法人設立、法人化のメリット等の講習会、税務・経理処理、労務管理等の助言・指導とし、法人化のアドバイスを求めている。

4. 法人化して得たメリット

生産者である個人経営を発展させ、販売面の強化を図ろうとしているため、メリットは、税制、経営管理面の強化、対外信用力の向上を挙げている。

5. 法人化して感じたデメリット

特に、デメリットはないとしている。

今後の経営方針と課題

1. 今後の経営方針

経営理念は、低価格（自社生産と直接集荷による流通マージンの削減）、高品質（契約栽培等による生産農家の限定）、安定（低温倉庫、最新設備の精米ブランド）であるが、現時点では次の点に取り組んでいる。

①米に付加価値をつける。

自作、増収の方が会社として利益が出ることから、自社農場で作った責任ある米を売るため、数年後に100ha経営を達成したい。

5年後には、ライスセンターを機能させ、水稻100ha、米の小売販売25,000俵を実現したい。平成21年までに3万俵の低温倉庫を作り、東北米の集荷場として確立するとしている。

②雇用と収益の確保を図るため、イチゴの観光事業化を計る

パートの年間雇用を確保するため、裏作にはくさい、キャベツを栽培してきたが、道の駅ができたことから、収益性の高いイチゴ栽培に移行させ、19年からは観光農園も開始させる。

このような目的のため、今後の経営方針としては規模拡大、作業の効率化、販売活動の強化、財務管理の合理化、品質の向上・ブランド化、加工部門の導入、観光事業の拡大等全てにわたるが、事業展開のターゲットがはっきりしる。

2. 経営者の特徴

- ・ 経営者の鈴木一男氏は、5年先は見えていないと、大型投資はできないと語るが、取り巻く環境を冷静に観察し、目標を立て、実践してきたように見受けられた。

農業経営士として先進地視察等大変良い勉強ができたことが基礎にあるとしているが、(ほかの人は先進技術を学ぼうとせず、無理だとあきらめることが多いと思われたそうだが) 鈴木氏は何か役立つはものないかとくまなく見て勉強してきたそうで、最後は自己判断になるので、自分の勉強が最も大切だとしている。

- ・ 今後は、いままでに習得した技術、体験等を活かしながら地域農業の発展のために農業経営をしていきたいと語る。

熱意や勤勉だけではなく、将来を見据え、先んじようとする気概が感じられる。

- ・ 経営者の自己判断では、野心・高い目標、予測力、対応・先取り力、挑戦力を持つとしており、自分の能力を適正に評価し、活かしているかと思われた。

3. 調査者の感想

- ・ 将来を見据え、堅実に企業的判断ができる。

会計経理を担当している奥様は、商人の家に生まれ、商人がいやで農家に嫁いだら、商売をしていたと語るが、商売の素地があり、良き経営者のコンビのように見受けられた。

また、長男が『農産物(玄米)検査機関』の認定を受けるなど経営の中核となりつつあることが、将来を見据えた大型展開ができる背景があると思われた。

- ・ 家族的経営の小さな会社ではありながら、多忙な、夢を持った大きな会社である。

補足調査票1：法人化の動機及びメリット

1. 法人化の目的

- | | |
|--------------------------|----------------------|
| <input type="checkbox"/> | 税金対策のため |
| <input type="radio"/> | 規模拡大等経営発展のため |
| <input type="radio"/> | 融資・補助事業を活用しやすくするため |
| <input type="checkbox"/> | 経営管理しやすくするため |
| <input type="radio"/> | 取引等信用面の強化を図るため |
| <input type="checkbox"/> | 労働力の確保、就労面での合理化を図るため |

2. 法人化の際に必要なと思われた支援策

- | | |
|--------------------------|---------------------|
| <input type="radio"/> | 法人設立、法人化のメリット等の講習会 |
| <input type="checkbox"/> | 法人化の手続き上の助言指導 |
| <input type="radio"/> | 税務・経理処理、労務管理等の助言・指導 |
| <input type="checkbox"/> | 人材育成にかかわる講習会等 |
| <input type="checkbox"/> | 先進事例、活動事例の紹介 |

3. 法人化して得たメリット ()内は具体的内容

- | | |
|--------------------------|-------------------------------|
| <input type="radio"/> | 税制（赤字決算の繰り越し控除が5年、役員報酬等の損金参入） |
| <input type="checkbox"/> | 融資限度額の拡大（農業近代化資金の借入れ） |
| <input type="checkbox"/> | 社会補償の充実（社会保険制度への加入） |
| <input type="radio"/> | 経営管理面の強化（経営内容の明確化、合理的運営） |
| <input type="radio"/> | 対外信用力の向上（金融機関、取引先、地域社会） |
| <input type="checkbox"/> | 農地の拡大 |
| <input type="checkbox"/> | 人材確保（幅広い人材確保、後継者確保） |
| <input type="checkbox"/> | 自己資本の増大による経営の安定 |
| <input type="checkbox"/> | 会議の出席等情報を得る機会が増加 |

4. 法人化して感じたデメリット ()内は具体的内容

- | | |
|--------------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | 特に、デメリットはない |
| <input type="checkbox"/> | 税制（社会保険料の支払い、消費税の支払い） |
| <input type="checkbox"/> | 社会補償関連 |
| <input type="checkbox"/> | 経営管理費面 |
| <input type="checkbox"/> | 対外関係 |
| <input type="checkbox"/> | 農地の貸借・取得 |