

## ～“家族の絆と責任感”が経営多角化の原動力～

名	称： <sup>いちまる</sup> 市丸 <sup>はつみ</sup> 初美
事業名（年度）	：地域担い手経営基盤強化総合対策実験事業（平成20年度）
事業実施主体名称	：伊万里市担い手育成総合支援協議会（佐賀県）
内	容：農産物直売所 1棟 123㎡
事業	費：14,280千円（国費：4,080千円）

### 1 事業取組前の状況

#### （1）経営規模（平成19年→現在（平成25年））

- ア ブロイラー （ 12万羽 → 32万羽（出荷数） ）
- イ 花苗 （ 40万ポット → 20万ポット ）

#### （2）経緯等

- ・ 平成6年に夫（<sup>みちお</sup>道雄氏）の脱サラを機に、夫の実家の養鶏（ブロイラー）を引き継ぎ、夫とともに就農した。農家出身の夫に対し、非農家出身であるが、元々花が好きなことや設備投資がかからないことから、花木栽培も始めた。
- ・ その後、夫のブロイラーと初美氏の花苗で経営を分け、夫婦で責任を明確化した。20年に毎日農業記録賞の最優秀賞を受賞した。
- ・ ブロイラーは、病気等のリスクが高まるが、餌に添加物を加えず、その分、手間をかけ生産している。また、燻製等の加工も地域の有名な職人の手を借り、製品に添加物を一切使用していない。こういった、自らの“商品へのこだわり”を消費者に分かってほしく直売所の開設を夢見た。



△ 市丸 夫婦（直売所「百姓屋」前にて）



△ お花のディスプレイ（直売所内）

### 2 取組の概要

- ・ ブロイラーは契約生産が中心であるが、一部をローストチキンや燻製に加工している。これらブロイラー加工品は地元での直売やインターネット販売を行っていたが、県主催の商談会に参加するなどして、販路を拡大した。
- ・ 直売所では、地元産にこだわり、ブロイラー加工品（燻製、ソーセージ等）、アイスクリーム、お茶、花苗を販売しており、ランチやハーブティー等も提供している。なお、生肉は冷凍すると品質が落ちるので、出荷したその日に加工まで行っている。
- ・ 花苗は不景気のあおりやホームセンターの新規出店などで販売に苦戦するも、朝市や公民館でガーデニング教室を開催（ガーデニングコーディネーターの資格を取



△ 花苗栽培ハウス

得) するなど、販売促進に力を注いでいる。市場出荷がメインではあるが、近頃は直販の割合も増加している。



△ 燻製、ローストチキン、ソーセージ  
(ブランド名「山ん鶏」)

### 3 経営改善の効果

- ・ 直売所の開設によって、顧客から直接商品に対する感想が聞け、商品開発の参考になり、取組みに対する励みにもなっている。また、直接対話しながら販売することにより、顧客の信頼を得て、リピーターも確保できた。
- ・ 店（直売所）を構えることで、バイヤーの信頼を得ることにもなり、商談を増加させるなど、直売による意識改革にも繋がっている。直売所の開設以降、5社との販売契約が新たに成立した。

### 4 成功の要因

- ・ “家族の絆” が一番の成功要因で、夫婦に加え、長男はブロイラー、長女、次女は花苗、直売所を担当し、家族全員が経営に関与している。それぞれの役割分担を明確にすることで、自覚と責任が芽生えた。一方、大きな仕事の際は家族で力を合わせて取り組むことで、さらに絆が深まった。
- ・ 商談会における商談の進め方は、当初、やり方自体が分からなかったが、バイヤーと直接交渉し、商談を実践することで学んだり、県生産者支援課からアドバイスを受けた。たりした。
- ・ 直売所の開設に当たっては、以前から市役所に相談していたことから、本事業を上手く活用できた。
- ・ また、直売所の開設にあたり、「自分の店を持ちたい」との夢のために、できるだけ夫の手を借りず、初美氏自身で事業計画を立てたが、資産保有の状況から融資を受けることなどに苦労があったものの、自ら挑むことで責任感が高まった。

### 5 今後の経営改善の方向

- ・ 鶏舎を増設し、ブロイラーを50万羽まで拡大したい。
- ・ 規模拡大を図るためには、鶏糞の処理が課題となるため、肥料化する機械を研究している。また、経営規模の拡大に併せて、新規雇用も視野に入れている。

ひやくしやうや

【百姓屋ホームページ】

<http://www.garden-i.net/index.htm>

