



# 畜産分野における6次産業化事例

会社・組織名	磯沼ミルクファーム	
代表者名	磯沼 正徳	
住所	東京都八王子市	
連絡先	042-637-6086	
FAX	042-637-6186	
URL	http://isonuma-farm.com/	
経営 (H24年度)	年間生産量 飼養頭数	・42万kl(搾乳牛52頭) ・約100頭(ホルスタイン5:ジャージー3:ブラウンスイス2)
	従業員数	農場4人、工房2人、売店6人(ローテーション体制)
	特徴	・コーヒー・ココア滓を敷料利用した臭気対策 ・ジャージー牛に合わせた飼養管理による乳質改善、 乳酸菌量の増加 ・酪農教育ファーム認証牧場、放牧の取組
六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画認定内容	自農場生乳を原材料とした既存商品(ヨーグルト類)の少量化と新商品(チーズ)の開発	



資料:Yahoo!地図

## 1. 取り組みに至った経緯

- ①就農後の26歳の時、八王子市の派遣事業でオーストラリアに行き、品評会でもらったパンフレットにあった「あなたも牛を飼いませんか」という言葉に衝撃を受け、牧畜に理解があるオーストラリアをヒントに都市近郊という立地を生かして、ジャージークラブを作る。
- ②父親から事業を継いだ頃は生産調整が始まった時代で、乳価が上がらずコストが上がる中、どうしたら一生の仕事に出来るか悩んでいた。原料販売だけではなく、「自分の製品を自らが売り、客が付けば牧場を支える力になる」と考え、ブランドを立ち上げる事の必要性を感じ、ジャージークラブ等でヨーグルト作り等の研究をした。



みるくの黄金率  
900ml、840円



かあさん牛のおくりもの  
「プレミアムヨーグルト」  
(かあさん牛の名前入り)  
500ml、1,208円

## 2. 取り組む際に生じた課題

- ①商品の値決めについては、新宿中村屋の営業部長から「原価計算」の算出方法についてアドバイスを受ける。しかし、価格が落とせず困っていた。
- ②商品の販売方法については、H6年にヨーグルトの加工を始め、各種イベントやパンフレット、牧場イベントを開催してPRしたが、余り売れなかった。



牧場内売店



直営店  
セレオ八王子

## 3. 課題への対応・支援

- ①H8年に朝日新聞「ひと」欄に掲載された「牛の名前が入ったヨーグルト」の記事を見た伊勢丹関係者に認めてもらい、伊勢丹に商品を配置。また同年、池袋の東武デパートで開催された「特産畜産物フェア」に出展し、雑誌「dancyu」の取材を受けて本誌で紹介され、このことがきっかけでテレビ局の取材を受けた。



代表  
磯沼 正徳 氏

## 4. 取組の効果・課題(問題点)

- ①新聞や雑誌、テレビ等のマスメディアによる集客力の向上や、各種料理店や菓子店での食材使用により、売上が向上(販売は、直売、電話やインターネットによる注文によるが、直売が一番売れるし、牛を見て納得してもらえる)。八王子駅ビルに直営店設置(H24.10:アマルフィ久保田氏による出店支援)。
- ②一方で、施設整備や衛生管理(事故発生時の対応等)、従業員の保険加入、客への説明など、安全な商品を提供するための対応が求められている。

## 5. 今後の展望

- ①ヨーグルトの少量パッケージ化によるリーズナブルな価格設定商品開発(6次産業化サポートセンター石田氏の協力)と、お客さんへの丁寧な説明。
- ②安定した販路を開拓していくため、業務用販売に積極的に取組み、業界向けのイベント等も計画。

### 6次化の取り組みにおけるポイント

- ①事業推進に当たっては、経営の基礎資料、販売チャンネル、施設整備、許可申請、商品化、告知等様々な取組が必要になる。一人で考えず、仲間と考え、色んな取り組みにチャレンジしてみる。
- ②利益の出るものではないが、商品として客に還元され、喜んでもらうこと、理解してもらうこと、町に必要とされる牧場でありたい。