
令和7年度優良事例調査報告書

【タイトル】

養豚過疎地域で私たちが大切にしている生産者としての心得

1. 経営者情報

経営者名：時岡 伸（72歳）

後継者：時岡 敦（次男・41歳・離乳/肥育担当）、時岡 朝（三男・37歳・繁殖担当）

経営体：有限会社 睦美ファーム

所在地：福井県越前市安養寺町 157-61

創業：昭和26年（1951年）

従業員：家族3名、正社員1名、パート2名（計6名）

飼養規模：母豚191頭、年間出荷頭数5,559頭（令和6年）

ブランド：地域ブランド「越前しらやま豚」、県ブランド「ふくいポーク」



右から代表の伸氏、朝氏、敦氏、敦氏の妻直絵氏

2. 地域の概況

福井県越前市白山地区は、越前市中心部から車で約30分、山間部に位置する約20の集落からなる里地里山である。人口は1,400人弱、世帯数は約500世帯（いずれも令和8年1月1日時点。越前市）となっており、農家戸数は92戸（令和2年2月1日時点。同）となっている。特産品として、米、しらやま西瓜、白山だいこんなどがある一方、養豚生産者は1戸のみとなっている。

白山地区は、山肌から湧水が小川を伝い、棚田や水田を潤す地域である。平成22年（2010年）には野生のコウノトリが飛来し、その後

も生息が確認されるなど、生態系の頂点に立つ鳥が住める豊かな自然環境を有している。この希少性が評価され、環境省「里地里山保全再生モデル地区」、朝日新聞・森林文化協会「にほんの里 100 選」に選定され、令和元年度には地域づくり団体「しらやま振興会」が農林水産大臣賞を受賞した。



農場から見た白山地区の景観

3. 経営・活動の推移

年度	主な出来事・取り組み	母豚頭数	年間出荷頭数*
昭和 23 年 (1948)	故・時岡浩氏ら、丹生郡白山村鴉ヶ平に入植 睦美共同農場発足 農産物生産を開始	-	-
昭和 26 年 (1951)	子豚 30 頭導入 各農家に分ける	-	-
昭和 28 年 (1953)	繁殖用に雌豚 5 頭と雄豚 1 頭を導入	-	-
昭和 35 年 (1960)	近隣 4 戸で協業経営にて「実験農場」開場	-	-
昭和 48 年 (1973)	現代表・伸氏、母豚 20 頭で養豚専業化 (鉄骨肥育舎建設)	20	400
平成 3 年 (1991)	有限会社睦美ファーム設立 (法人化)	80	-
平成 17 年 (2005)	人工授精開始	80	-
平成 19 年 (2007)	次男・敦氏、米国インディアナ州養豚研修 (1 年半) から帰国	80	-
平成 22 年 (2010)	次男・敦氏、経営参画。農場管理獣医師契約/ 白山地区に 40 年ぶりとなる野生のコウノト リが飛来	80	2, 119
平成 25 年 (2013)	三男・朝氏、経営参画	80	2, 331 (100)
平成 28 年 (2016)	(一社) 日本養豚開業獣医師協会 (JASV) ベン チマーキング参加開始/1 月離乳分よりスリ ーセブン方式に移行	80	2, 383 (226)
平成 30 年 (2018)	豚舎増改築計画策定開始	92	2, 209 (413)
令和 元年 (2019)	7 月、県内にて豚熱 (CSF) 発生 (子豚出荷中 止)、工事計画中断。10 月、CSF ワクチン接種 開始/しらやま振興会が農林水産大臣賞受賞	86	2, 338 (271)
令和 2 年 (2020)	肥育豚舎完成 (1, 080 頭収容)	88	2, 446

令和 4 年 (2022)	繁殖豚舎完成（ナーサリーコンテナ（コンテナ離乳舎）導入）	100	2,601
令和 5 年 (2023)	越前しらやまブランド認証取得／ハニー全 37 店舗で販売開始／県ブランド「ふくいポーク」生産開始	189	3,934
令和 6 年 (2024)	堆肥舎増築	191	5,559
令和 7 年 (2025)		191	5,877

* 出荷頭数は年度合計。括弧内の数値は子豚出荷頭数

睦美ファームの歴史は、昭和 23 年（1948 年）、伸氏の父である故・時岡浩氏らが丹生郡白山村鴉ヶ平に入植し睦美共同農場を発足したことに始まる。昭和 26 年（1951 年）に子豚 30 頭を導入、協業経営の「実験農場」開場を経て、昭和 48 年（1973 年）に現代表・時岡伸氏が母豚 20 頭で養豚專業化に踏み切った。平成 3 年（1991 年）には法人化し、その後母豚 80 頭規模での経営で推移。

平成 22 年（2010 年）に次男・敦氏が経営参画。奇しくも、白山地区に 40 年ぶりとなる野生のコウノトリが飛来した年であった。平成 25 年（2013 年）には三男・朝氏も経営参画し、繁殖部門を担当した。兄弟 2 人が加わったことで、経営規模拡大の準備が整った。「古い豚舎の修繕費が年間数千万円にのぼり、修繕の手間やコストを考えると、新しい施設への投資が効率的だと判断した」ことから、将来の豚

舎増改築計画策定に向けて、準備を開始した。

県内で豚熱（CSF）が発生し、計画していた豚舎増改築計画を一旦中断せざるを得ない時期を挟むなど、順風満帆ではなかったものの、親子の建設的な意見交換により乗り越え、令和2年（2020年）には1,080頭収容の新肥育舎、令和3年（2022年）には繁殖舎と分娩舎を建設、ナーサリーコンテナ（コンテナ離乳舎）、温度・湿度の自動管理システムを導入。「温度管理が生育に合わせて自動調整できるようになり、人も豚もストレスが大幅に軽減された」ことは、生産性向上や働き方の改善にも大きな影響を与え、母豚の増頭割合をはるかに超える出荷成績を収めている。

現在、後述する農林水産省も推進するオールイン・オールアウトを活用したグループ生産システムであるスリーセブン方式を採用し、1母豚あたり年間出荷頭数 30.37 頭、1 母豚あたり年間出荷肉重量 2,411.9kg、離乳後事故率 2.77%という業界トップクラスの成績を収めるまでに至ったが、現在もさらなる生産性向上に向けた改善を進めているところである。



豚舎の外観

4. 経営・技術の特色等

経営力向上のための外部評価の積極的採用 ～農林水産省も推進するベンチマーキングと農場管理獣医師の存在～

平成 22 年（2010 年）に敦氏が経営参画したタイミングで、農場管理獣医師である有限会社サミットベテリナリーサービスの石関紗代子獣医師と契約した。また、平成 28 年（2016 年）から経営内容を客観的に評価するため、（一社）日本養豚開業獣医師協会（JASV）が実施するベンチマーキングに参加している。

農場管理獣医師およびベンチマーキングについては、農林水産省

が令和7年4月策定した「養豚農業の振興に関する基本方針」の中で、「養豚農家の経営の安定に関する事項」として、「養豚農家の能力向上と担い手の育成」のために、「飼料費の高止まりなど、農家の経営の環境が変化する中、状況に応じて資金調達や設備投資に関する合理的な経営判断を可能とするため、個別農家の経営管理能力を高めることが重要となっている」とし、「そのためには、各農家の経営内容を客観的に評価するためのベンチマーキング（自農場の育成率や繁殖・肥育成績などを継続して記録し、経営状況を把握する手法）などの経営診断の活用、いわゆる農場管理獣医師（経営指導に関する知見を有するもの）や経営アドバイザーを活用した外部評価の導入が有効である」としている。

また、「ベンチマーキングにより自農場の農場内比較や経年変化の把握を行うとともに、他農場の優れた事例を指標として比較・分析し、改善点を見出すといった経営管理能力の向上を推進する」としている。睦美ファームは、得られたデータから、飼料の切り替え方法や分割授乳のテクニック、種豚メーカーの選定、飼料の価格交渉など、あらゆる改善点を導き出しており、まさにこれを愚直に実践して農場の成績を向上させている養豚生産者の一つである。

担当する石関氏からは、換気方法や飼養管理技術、ワクチンプログ

ラムのアドバイスなどを受け、試行錯誤のうえ実践。石関氏は、睦美ファームについて、「一つ一つの課題に真摯に向き合う姿勢が素晴らしい」と最大の評価をしている。多くの農場を見てきた経験から、ベンチマーキングなどにより課題を浮き出しになるからこそ、それに一つ一つ対応していくのは非常に大変なことであり、「なかなかできるものではない」という。再び石関氏の言葉を借りると、「当たり前前を当たり前にする」ことができている睦美ファームの姿勢は、農林水産省が目指す養豚生産者の在り方にも合致している。

令和7年度（2025年）主要指標

指標	実績	評価（ベンチマーキング） ／順位
販売額／母豚／年	1,406,852円	Aランク（13/141）
粗利益／母豚／年	656,506円	Cランク（37/141）
販売額／肉豚	46,317円	Cランク（62/147）
粗利益／肉豚	21,614円	Dランク（76/141）
飼料費／肉豚	24,703円	Dランク（90/132）
粗利益／従業員／年	31,566,977円	Cランク（40/142）
売上飼料費比率	53.3%	Dランク（76/138）
ワクチン・抗菌剤費／肉豚	1,695.7円	Cランク（64/141）
出荷頭数／母豚／年	30.37頭	Aランク（9/142）
出荷枝肉重量／母豚／年	2,441.9kg	Aランク（9/142）
肉豚枝肉FCR（飼料要求率）	3.53	Aランク（12/140）
枝肉価格／kg	583.3円	Dランク（81/146）
離乳後事故率	2.77%	Aランク（12/141）
飼料購入価格／kg	75.2円	Fランク（130/142）
飼料費／枝肉（kg）	311.1円	Dランク（81/141）



豚舎内の様子

条件不利な養豚過疎地域での戦い ～高コストを乗り越える圧倒的な生産性向上の結果～

農林水産省が令和7年12月19日に公表した「農業経営統計調査」によれば、肥育豚生産費のうち飼料費が占める割合は65.6%(R6年)となっている。

福井県越前市白山地区の養豚生産者は睦美ファームのみであるが、

福井県全体でもわずか3戸と全国で最も少ない都道府県である。2019年の県内での豚熱(CSF)発生前には7戸(畜産統計。平成31年(2019年)2月1日時点)であったが、発生後はCSFの影響や後継者不足などにより県内の農業高等学校1校を含む3戸まで減少した。

前述のとおり飼料費は養豚経営において最も重要な要素となり得る。そのような中、飼料の生産拠点である大きな港湾からのアクセスの悪さは、福井県における養豚振興の大きな弊害となっており、生産者戸数の減退の要因の一つになっていることが想像される。睦美ファームは、愛知県知多から飼料を購入しているが、距離にして170キロメートルをかけて配送される飼料は、バルク車で運搬しているものの、他の飼料供給に有利な養豚産地と比較すると遠距離輸送のため費用が割り増しになっている。具体的にみると、睦美ファームの飼料購入価格は1キログラム当たり75.2円となっており、ベンチマーキング参加者の142者中130番目と下位10%以内の最低ランクであるFランクにある。また、県内に食肉処理施設がないため、富山・石川への遠距離出荷を強いられるという厳しい条件下にもある。

それにもかかわらず、ベンチマーキングなどから見えてきた課題に一つ一つ取り組んだ結果、1母豚あたり年間出荷頭数は30.37頭と142者中9番目と上位10%にあたるAランク、1母豚あたり年間出荷

肉重量も 2,441.9kg と同 9 番目の A ランクと、全国トップクラスの繁殖成績を達成し、埋められる差を徹底して詰め、巻き返している。

その結果、高コスト構造の中で販売額 A ランク、粗利益 C ランクを確保できているのは、「当たり前のことを当たり前にする」という愚直なまでの飼養・衛生管理の徹底によるものである。

なお、同出荷頭数の 30.37 頭は、農林水産省が令和 7 年 4 月に策定した「家畜改良増殖目標」の令和 2～4 年度に収集したデータの平均値である「肥育素豚生産用母豚の能力に関する数値（全国平均）」の「1 腹当たり年間離乳頭数」24.2 頭を大きく上回る数値となっている。また、同目標にて令和 17 年度に掲げている同頭数の目標である 27.5 頭も、すでに上回っている。

飼養・衛生管理の徹底 ～スリーセブン方式の導入～

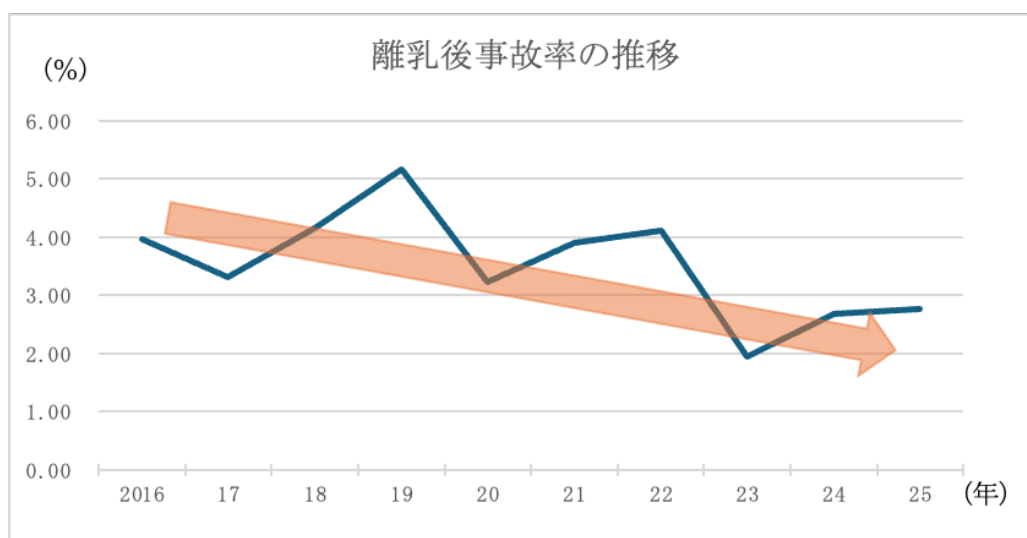
睦美ファームは、敦氏の経験や管理獣医師の助言を受け、業界に先駆けて、2016 年の 1 月離乳分よりスリーセブン方式に移行した。スリーセブン方式とは、グループ生産システムの一つで、母豚をいくつかのグループに分け、交配・分娩・離乳を集約して実施する手法。子豚の日齢が揃うことにより小規模農場でもロットごとの頭数を確保

できるようになる他、疾病の発生リスクを低減できるオールイン・オールアウトを実施しやすくなるメリットがある。豚の出荷及び移動の後、豚舎又は豚房のある部屋を空にした上で、水洗・消毒・乾燥を徹底するオールイン・オールアウトは、病原体を減少させ、豚群の健康維持、事故率低減及び生産性向上が図られるメリットがある。その結果、ベンチマークでも明確な結果が出ており、離乳後事故率は、2022年までは3.00～5.00%台で推移していたものの、2023年には初めて2.00%を切り1.95%に、2025年は2.77%となり、141者中12位と全国トップクラスの成績を収めている。

繁殖部門を担当する朝氏は、「繁殖が経営の基盤になる。経営が良くなるのも悪くなるもの自分次第。やりがいがある」と語る。作業の効率化と衛生対策を高めたシステム化と朝氏をはじめとする従業員の丁寧な飼養管理が、高い繁殖成績を支えている。

また、睦美ファームの豚舎のこだわりの一つは、養豚先進国デンマーク製の分娩柵にある。「耐久性、衛生面で優れている」とし、アニマルウェルフェア（AW）にも配慮する。離乳豚のスペースは0.35㎡以上、肥育豚は0.8㎡以上を確保し、母豚がストレスなく、快適に過ごせる環境を整えている。さらには、15年以上前から当時主流ではなかったシャワーイン・シャワーアウトを実施。長靴の履き替え、エ

リア分け、豚舎周囲へのフェンス設置、搬入口と搬出口の分離など、基本的な衛生対策を続けていることに睦美ファームの強さの根底が見える。疾病対策は、ワクチンによる予防を中心とし、治療薬（抗菌剤等）の使用を最小限にしているところも評価されるところである。



飼養管理の様子

5. 地域に対する貢献

地域ブランド認証 ～「地元で豚がいて良かった」を届けたい～

地域づくり団体「しらやま振興会」は、コウノトリをシンボルに自然保全と都市農村交流を推進し、「越前しらやまブランド認証制度」を創設。睦美ファームの「越前しらやま豚」は、この認証制度の対象品目として認証を取得。米、しらやま西瓜、白山だいこん、純米吟醸酒などと並び、地域ブランドの一翼を担っている。

また、築 50 年の古民家を活用した農家レストラン「白山さんち」が、エコ・グリーンツーリズムの拠点として運営されている。「白山さんち」では、地産地消の食材を提供しており、「越前しらやま豚」が料理に使用されている。金・土・日・月の営業日には、地元住民や都市住民が訪れ、地元食材を楽しむとともに、食育・農体験プログラムが実施されている。毎月第 1 土曜日には青空マルシェ（軽トラ野菜市）が開催され、地域住民と都市住民の交流が活発に行われている。睦美ファームも時折、加工品や豚肉を販売し、直接消費者と触れ合う機会を持っている。

また、地元ローカルスーパーマーケットチェーン「協同組合ハニー」での取り扱いも増えている。令和 3 年（2021 年）3 月に 1 店舗のみ

の取り扱いでスタートしたが、量販側からの「地元の方が地元の豚肉を食べたいというニーズが根強くある」という要望を受け、わずか4年で全37店舗にて採用されるまでに至った。現在は週18頭を出荷。同スーパーマーケットの目標である「地産地消＋地元生産者の応援＋地元密着の商い」に後押しされ、地元の消費者に豚肉を届けている。

さらには、地元の精肉店の一つである「さんきち精肉店」（有限会社さんきち）から、地元産を推したいということで「越前しらやま豚」が採用されている。「白山ポーク」と書かれたシール付きのハンバーグと焼豚を製造し、北陸新幹線開通で新設された道の駅「越前たけふ」で販売。県内外からの観光客らを中心に商品は好評を得ており、この地域にもブランド豚肉があるという認知も広がっている。

また、たい肥については地元の耕種農家に有償で提供。大根、キャベツ、トウモロコシなど、さまざまな作物に施肥されている。提供方法は農家によって異なり、配達するケースもあれば、たい肥舎まで引き取りに来ているところもある。また、近隣の耕種農家には秋頃にマニアスプレッターで散布も行うなど、地元の構築連携にも積極的だ。

地元の人々に自社の豚肉を食べてもらうことや、たい肥を農地還元することで、白山地区の活性化にも尽力している。「過疎化が進む

地方にあって、地域を盛り上げる役割を担えることにやりがいを感じている」との敦氏の言葉通り、睦美ファームは地域経済の維持に重要な役割を果たしている。



農家レストラン「白山さんち」の外観



「白山さんち」で提供される豚肉料理



(左) スーパーマーケット「ビックベリー」で販売されている「越前しらやま豚」。生産者の顔が見えるラベルを採用

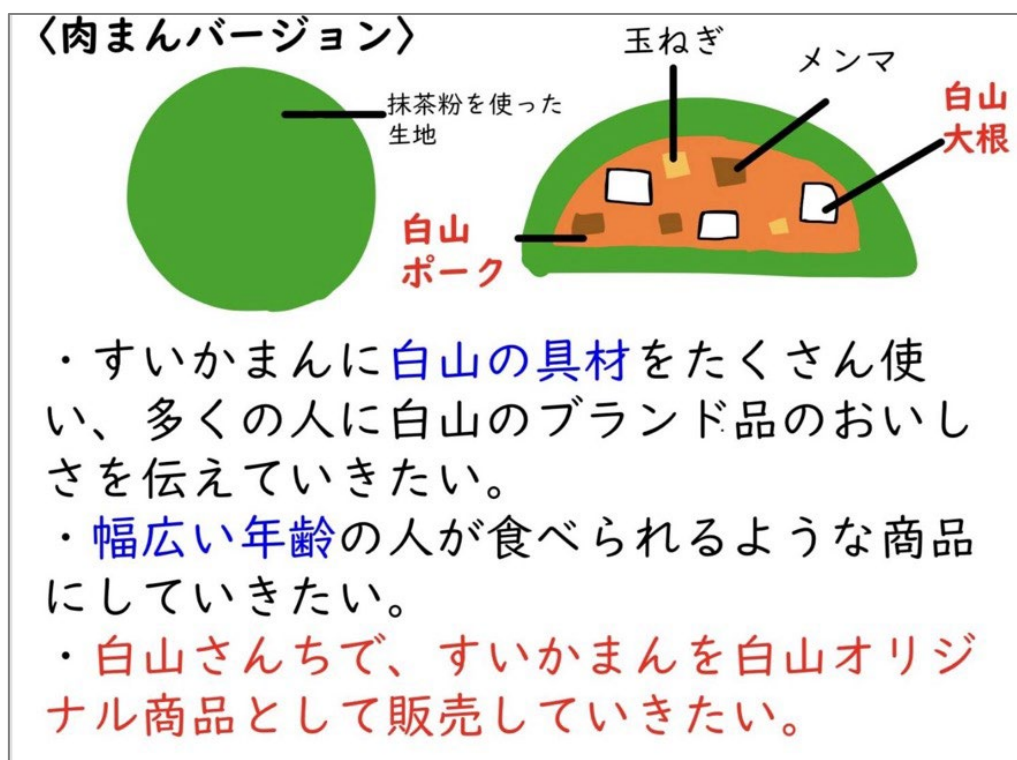
(右) 道の駅「越前たけふ」で販売されている「越前しらやま豚」を使用した「白山ポーク焼豚」

地元の子どもたちへの食育活動 ～子どもたちは地元の宝～

令和5年（2023年）に、地元小学校や中学校の探求学習で地域の名産品として「越前しらやま豚」が取り上げられた。敦氏は「地元の子供たちに地元の美味しい豚肉を届けたい。これを残したいためにここで養豚をやっている」と目を細めて語る。子供たちが、定期的に給食でも提供される「越前しらやま豚」について学んだことを発表し、地元産の新メニューとしての提案をしたことは、睦美ファームにとって大きな誇りとなっている。

豚熱（CSF）発生前には、小学校の実習や農場見学も受け入れてい

たが、現在は防疫上の理由から中断している。自身も子育て真只中の敦氏は、「疾病の問題が落ち着いたら、再び子供たちに養豚場を見てもらいたい」「子どもたちは地元の宝だから」との想いを持っている。



中学生の発表資料

県ブランド「ふくいポーク」復活 ～県への貢献～

地元ブランド豚肉として「越前しらやま豚」を生産する傍ら、県ブランド豚肉「ふくいポーク」の復活にも一役買っている。

「ふくいポーク」は、平成4年（1992年）に創設された県のブランド豚肉であったが、令和元年（2019年）の県内での豚熱（CSF）発

生や後継者不足等により令和2年（2020年）に途絶えてしまっていた。しかし、関係者らからの要望に応え、令和5年（2023年）8月に睦美ファームにて生産を開始し、悲願の復活を果たしている。県内の養豚生産者がわずか3戸にまで減少する中、県ブランドの維持は困難を極めていたが、睦美ファームが生産を引き受けることで、福井県の豚肉ブランドの存続に至った。この復活劇は、業界誌のみならず地元一般紙などで大きく取り上げられることとなり、県内関係者からは睦美ファームへの感謝とともに、歓喜の声があがった。現在は年間約2,000頭程度を出荷しており、復活した「ふくいポーク」は待ち望んでいた県内外のファンから愛されている。

6. 女性の活躍・働きやすい職場環境づくりの取り組み

家族経営から雇用型経営への転換 ～経営者としての視点～

睦美ファームは、長年にわたり家族経営を続けてきたが、「家族主体の経営は休みが曖昧になる」（敦氏）という課題があった。令和6年（2024年）8月に正社員1名を採用し、家族3名、正社員1名、パート2名の計6名体制に移行。連休取得が可能になったが、さら

なる職場環境の改善も視野に入れている。2016年に導入したスリーセブン方式は、効率的な群管理を可能にしており、労働負担を軽減するもので、職場環境改善に一役買うものであるが、敦氏は、「家族経営だと無理してしまうようなことも、雇用を継続するには省力化や省人化が必要。働きやすさを向上させることで従業員の雇用を守りたい」と語る。

女性陣の活躍 ～地元消費者との接点に～

伸氏の妻と敦氏の妻の女性陣は、地元消費者との直接の接点で活躍をしている。出荷した豚を自社で買い戻し、地元の個人客用に月2回、直接販売をしている。伸氏と女性陣2人で加工から配達、販売などを実施。また、週3回、市内の農産物直売所に敦氏の妻直絵氏が配達をしている。

過疎化が進む同地区にあって地元の消費者との交流は極めて重要になっている。養豚経営は環境問題とも背中合わせであるが、「地域との共存が経営継続の前提」との認識のもと、地元の養豚の灯を守るべく、女性陣の活躍が大切になっている。

7. 将来の方向性

生産性向上への挑戦 ～地域に養豚生産者が残るために～

睦美ファームは、飼料価格が全国最高水準であり、県内に食肉処理施設がないという厳しい条件下にありながら、1母豚当たりの年間出荷頭数や年間出荷肉重量、事故率などで全国トップクラスの成績を達成している。

そのような睦美ファームの今後の目標は、さらなる生産性の向上だという。具体的には、離乳頭数を増やし、母豚数を現状維持（最低限の頭数）にしたまま、年間出荷頭数を増やすことである。「コストをかけず利益を目指す」という徹底した方針のもと、繁殖成績のさらなる向上として、スリーセブン方式の精度向上、分娩率・離乳率の向上、事故率のさらなる低減を目指す。そこには、客観的な外部評価が重要となっており、引き続き農場管理獣医師・石関氏との連携やベンチマーキングによる経営の分析が必要となる。

原動力は、「当たり前のことを当たり前にする」という愚直なまでの養豚経営スタイルだ。このことは、代表である伸氏から後継者へと受け継がれている経営哲学であり、派手さこそないものの、家族経営

であることによる円滑なコミュニケーションを武器に、地道に高い成績をコツコツ継続できることが最大の強みである。

石関氏は睦美ファームについて、「劇的なビフォーアフターがあるわけではない」としながらも、「不利な環境にもかかわらず、コスト削減の王道ともいえる「生産性向上」という実直な目標を持っている。地域貢献度も高く、常にアンテナを高く持ち、必要なものを見極めた上で、勇気をもって新しいチャレンジをしている。防疫に対する配慮も十分であり、まさにお手本のような養豚経営。この『当たり前のことを当たり前にやる』という積み上げが今、花開こうとしている」と評価する。

地域のブランド認証として、地元のレストラン、スーパーマーケット、精肉店から愛され、食肉活動なども通じて、地域と共に歩む養豚経営を実践している。これを継続するため、睦美ファームは、条件不利な養豚過疎地域であるにもかかわらず、いや、条件が不利であるからこそ、生産性向上へのあくなき挑戦が求められている。そうでなければ生き残れないことを認識している。

「地元の子供たちに地元の美味しい豚肉を届けたい。これを残したいためにここで養豚をやっている」——この言葉には、睦美ファー

ムの使命が凝縮されている。「地元で豚肉を届けたい」、「そのためには条件不利地域を乗り越える圧倒的な生産性向上が必要である」、その使命を胸に、彼らは今日も、誰にも真似できない愚直なまでの一途な「当たり前のことを当たり前にする」ため、豚舎へと向かっている。

養豚過疎地域で孤軍奮闘する睦美ファームが目指す養豚経営の在り方は、条件不利地域でなかったとしても、持続可能な養豚経営のモデルとして、業界に大きな示唆を与えるものである。