

J-MILK REPORT

私たちはミルクでつながっています。

SPRING 2021 Vol. 40





牛乳公社と酪農家の手で 地域社会を未来へつなぐ

岩手県中西部に位置する西和賀町。奥羽山脈に抱かれた緑豊かな山間地で、地元酪農家と共に50年以上の歴史を歩んできたのが株式会社湯田牛乳公社です。その設立の背景や歴史を振り返りながら、地域に根ざしたミルクバリエーションと持続可能な社会づくりの可能性について、お二人の酪農家もまじえて話し合いました。(聞き手〓前田浩史・Jミルク専務理事)

戦後の入植開拓から始まる 西和賀町の酪農の歴史

前田浩史(以下、前田) この特集では毎回、各地の事例を紹介しながら、「ミルクバリエーション(価値の共有化)」という考え方を提案しています。

価値の共有化とは、商品に埋め込んだ価値をサプライチェーンに関わる人々が共有し、消費者にも訴求していくことです。

地域で酪農乳業を営む目的が、身近な社会や酪農の安定(持続可能性)にあるとすれば、商品に込めるべき価値の源泉は、地域の社会や酪農そのものにあるはずです。

では、そもそも地域や酪農の価値とは何なのか。どうすればそれを商品や事業

に反映できるのか。こうした基本的な課題を整理することが、バリエーションの構築・運営においては重要です。

今回は岩手・西和賀町の酪農乳業に携わる皆さんをお迎えして、地域の持続可能性に貢献するミルクバリエーションのあり方を考えてみたいと思います。まず町の酪農の歴史を南川さんにお聞きします。

南川守氏(以下、南川) 西和賀町は、旧・湯田町と沢内村が合併して2005(平成17)年に発足しました。私の家は沢内地区で、父が昭和20年代後半に入植して牛1、2頭から経営を始めました。

当時この地域では、小岩井農場から牛を借り受け、牛乳も小岩井さんに出荷する農家が多かったと聞いています。西和賀は海拔400メートル前後あるので、



感染対策に配慮してオンライン形式で実施した座談会。画面左から南川守氏(南川牧場)、溝渕郁夫氏(湯田牛乳公社 専務取締役)、中野学氏(中野牧場)。

ここでやれる農業として酪農が推奨されたのです。いわゆる「結(ゆい)っこ」、みんなで助け合って酪農をやっていた時代です。頭数も徐々に増え、最盛期には10頭規模の農家が20戸ほどありました。その後、20頭前後まで規模拡大する農家がある一方で、後継者不足で離農する酪農家も出るようになりました。

中野学氏(以下、中野) うちも戦後開拓で祖父が入植してきました。今、西和賀の酪農家は5戸で、私も含めて若手の後継者がいるのは半数ほどです。

地域の酪農経営の持続へ 共同出資による公社設立

前田 岩手には小岩井乳業がありまし、花巻にも雪印の工場がありまし



①	②
③	④

①地元産生乳使用の牛乳・乳飲料に加え、ヨーグルトの商品群も充実。写真両端はアルミパウチ容器を採用した「プレミアム湯田ヨーグルト」。中央の「食事とのおいしいヨーグルト」は、控えめな甘さと軽い飲み心地を追求した新商品 ②初期の瓶詰め生協牛乳。酪農家と牛の下に「風味がいきる60℃15分殺菌」の文字 ③昭和40年代の貝沢野地区、雪上車を使った集乳の様子 ④生協直販の開始当初は、山菜などと一緒に牛乳を販売していた



株式会社湯田牛乳公社

〒029-5521 岩手県和賀郡西和賀町小繋沢55地割138番地
TEL 0197-82-2005 <https://www.yudamilk.com/>

WEBサイトの掲載はこちら



た。農家に牛を貸与して酪農を振興し、集めた乳を近隣工場で製品化するという、加工原料地帯として発展してきた歴史がありますね。そうした地域に牛乳公社ができるのですが、設立の経緯と経営の転機について溝渕さんにお聞きします。

溝渕郁夫氏(以下、溝渕) 当社は1966(昭和41)年に、町と農協、酪農家、販売店の出資により設立されました。その後のターニングポイントの一つが、湯田と沢内の農協合併(1975年)と、新設した工場であって生協さんのコープ牛乳の生産を開始したことです。公社設立以前から湯田農協は小さな工場を持っていたのですが、合併に際して生産者により収益を配分する体制を整えたいという思いがあったのだと思います。生協が大きくなると共に出荷量も増え、それまでの湯田地区に加えて沢内地区の酪農家さんからも生乳を受け入れるようになりました。

湯田町には古くから多くの鉱山があり、最盛期には人口が1万3000人に達していました。しかし、鉱山は徐々に廃山となり、最後に残った鉱山の操業終了が1976年頃ですから、当社の転換点は、農協合併や基幹産業の衰退といった地域社会の転機とも重なっています。

前田 湯田農協が小規模ながらも生産設備を持っていたのは、鉱業が盛んで人口も多く、飲用牛乳で売れる地元市場

があったからだと思えます。そうした環境が変化していく中で地域の酪農を安定させるためには、より大きな需要に対応できる工場を持つ必要があったということでしょう。

酪農家に参加してつくった地域乳業には、そういう歴史背景を持っているところが多いですね。生協さんと地域の酪農家さんがタイアップして共同で支え合うことができた時代です。しかしその後、牛乳の小売価格低下と共に経営が厳しくなるのですが、この時期はどうでしたか。

産直を重視する生協も支援 経営環境の変化を生き抜く

溝渕 いわて生協さんは、品質はもちろん産直事業に対しても強い思い入れのある生協です。当社が供給する、地元産生乳を使った低温殺菌牛乳の価値を評価していただいたことが救いになりました。

商品を通じたつながりだけでなく、地元生産者と消費者の直接交流も重視しており、コロナ前までは生協主催のイベントなどに西和賀の酪農家さんも参加していただいていた。経営環境という点では、2000年に全農直販の指定工場として牛乳専用工場を新設したのですが、その直後に日本ミルクコミュニティへの再編が行われ

地域の豊かな価値を商品に込めて届けたい

溝渕 郁夫 (みぞぶち いくお) 氏
株式会社湯田牛乳公社 専務取締役

岩手大学農学部農学研究科卒。1982年西和賀農協入協、2002年より同社出向役員・専務、2007年農協合併と同時に農協退職、公社役員に。「西和賀という地域が持つ豊かな価値を、地元産生乳を使ったさまざまな商品を通して、酪農家さんと一緒に発信していきたい」と話す。



売りが減ったことがあります。ちょうどその頃が地域の生乳生産のピークで、飼料代が高騰する一方で乳価が上がらない厳しい時代でした。

前田 売り先が縮小する中でどう対応されたのですか。

溝渕 やはり牛乳だけでは厳しいというところでヨーグルトを拡充しました。ヨーグルト自体は1986年から生協さんに供給していたのでノウハウはあります。10年ほど前から、今販売しているところと提携して新規の販路を開拓していきました。

酪農家の皆さんも公社の経営を心配してくれましたし、社員も諦めずに我慢してくれました。消費者の皆さんからの商品に対する評価は高かったのですが、どうして売れないのだろうかという思いもあったのです。少しずつ販売が増えてきたとき、事業環境がよい方向に変わってきたねという話は社内でもしていました。

若い担い手を支援する 新たな経営形態も必要

前田 1990年代後半から2000年代初期は地域乳業が苦労した時期ですね。この頃の学乳の市場はどうでしたか。

溝淵 もともと当社では学校給食は一部の地域しか扱っていませんでした。周辺の乳業の撤退や廃業に伴って供給エリアを引き継ぐことで少しずつ増え、現在では売上15%ほどを占めています。

前田 厳しい時代を生き残った地域乳業の多くに共通するのが、商品と販売チャネルの多様化、もう一つが学校給食です。

地産地消が原則の学校給食は固定的なマーケットです。その意味では地域の酪農家と乳業メーカーが、まさに地産地消を実践し、地域の子どもの食生活の基盤を担っていると言えます。売上比率は小さくても安定的であり、社会的な価値の大きさという点でも、ますます大切

なマーケットになっている気がします。次に、地域社会や酪農の現状と今後への課題をお聞きします。

中野 今の戸数で西和賀の農地を維持していくのは大変だと思うので、新たに人を呼び込んで会社組織をつくるなりして、酪農を通じて地域を守っていかなければならないと思います。

個人の農家ではできない仕事をみんなで分担することで、作業性という点でも有利になります。また、そうした拠り所になる組織が地域にあることで、よそから人が集まり、若い人も農業に関わりやすくなるのではないかと思います。

南川 この地域での酪農はバラバラに経営をやっているのは、今後厳しいと私も感じています。共同会社をつくって、そこに後継者が集まって一緒にやっていくような形態がいいのではないかと。その方が仕事のやりがいも感じられるでしょうし、酪農仲間を増やすことにもつながるのではないかと思います。

前田 北海道などでも農協が出資した共同会社で一緒にやる事例があります。国内の生乳生産を確保するために、既存の酪農家がんばってもらうことに加えて、新規就農も増やす必要もあります。酪農は装置産業でもあり、就業には大きな初期投資が必要ですから、その部分を農協や乳業会社が支援することでハードルを下げるといえる

り組みですね。

一方で、24時間牛を管理する酪農を一般的な会社組織で運営するのは難しいので、適切な方法を研究する必要があります。先進事例として取り組むとさまざまな助成も受けられますし、そのノウハウを他の地域に広げるとい意味でも、今後につながるいい話だと思いますね。

地域社会や酪農の持続可能性への貢献や、その課題を公社としてはどう考えていますか。

酪農家自身が参加する 地域乳業の強みを事業に

溝淵 若い世代の人たちが知恵を出し合って、農業を含めた地域のあり方を考えてくれたら面白いですし、そうした場でこれまでの経験を次の世代に伝えることも必要だと思います。

当社としては、地域の資源を生かした酪農と、そこから生産される生乳の価値を高め、商品を通じて消費者に届けることで地域酪農を支えていくという姿勢に変わりはありません。

課題ですが、西和賀町の人口は現在約5000人で毎年100人ほどの減少が続いています。雇用したくても地元人がいない状況が生まれているので、情報を広く発信して人を集めなければならぬと思います。

前田 雇用の確保も地域乳業の多く

に共通する課題ですね。ただ、コロナの影響で生活拠点を地方に移す動きもあるため、地域の魅力が雇用の確保につながる可能性もありそうな気がします。

湯田牛乳公社の今後の役割について、酪農家さんからご意見はありますか。

南川 湯田牛乳公社は私たち地域の酪農家と一心同体の存在ですから、今後

地域酪農の持続へ、次世代の担い手育成を

南川 守 (みなみかわ まる) 氏
南川牧場 (岩手県西和賀町)

牧場での飼養規模は経産牛が約30頭、育成牛約20頭。30haの採草地で牧草も自給している。最近では経営の引き継ぎに備え、長男と共に仕事をする機会を増やしているという南川さん。「西和賀の酪農を次代につなぐためにも、若い後継者たちが仕事のやりがいを共有できて、外からも人が入ってきてくれる環境づくりが必要」と訴える。



地域の実態に即した新たな経営形態も必要

中野 学 (なかの まなぶ) 氏
中野牧場 (岩手県西和賀町)

中野牧場の3代目で、就農10年目の30歳。経産60頭、育成40頭、牧草地約50haは地域最大規模。「当初は配合飼料価格が高い時期が続いたが、その後の経営は徐々に上向いている」と話す。「離農で生じる農地を維持して地域環境を守る酪農の役割は大きい。共同会社のような新たな経営形態を模索していく必要もある」と指摘する。



に比べると減りましたが、産直交流会とか生協店舗での交流といった機会は今後も大切にしてほしいと思っています。
中野 生産者としては、消費者の前に立って自分の言葉で酪農の魅力を伝えられる場は貴重です。酪農を知ってもらうことで、牛乳をもっと消費してもらおうような活動をしていきたいですね。
前田 いまのお話は重要だと思います。地域の乳業メーカーは、商品を

「地域を守る」酪農乳業が再評価される社会環境に

いかに販売して利益を地元の酪農家に還元するかという意識が強い。酪農家としてはそれも大事だけど、商品を通して自分たちの思いが実現できるとか、消費者とつながれるとか、別の部分にも大きな価値を見出しているのです。
各地の地域乳業の経営を見ると、商系の乳業メーカーと同じビジネスモデルを選択したところはあまり上手くいっていません。これはある意味当然で、その分野は大手乳業の方が圧倒的に強いからです。
「酪農家に参加していること」こそが地域乳業のユニークさであり、その強みを生かした独自のビジネスモデルや商品を、酪農家さんと一緒につくれるかどうかが大きポイントかもしれません。その第一歩として、商品を通してどんな価値を伝えていくかを酪農家とメーカーが共有することから、バリューチェーンづくりが始まります。

溝淵 当社としては、生乳生産の現場から消費者までつながる一貫通貫の流れを持っていることが最大の強みです。そこを一つのモデルとして、新たな価値を発信していくことが役割だと思っています。

前田 Jミルクの消費者調査による

と、酪農乳業の産業的価値として最も支持されているのは、地域社会を守ること。具体的には、持続可能性を高める、雇用を生み出す、景観を守るといった点です。まさに昭和30年代、地域社会や産業を守るために酪農家が一緒になって乳業を立ち上げた、「農協乳業」の原点に立ち返ったビジネスモデルを社会が支持する環境が生まれつつあります。こうした消費者の変化も、これからの地域乳業の事業を下支えしていくのではないのでしょうか。

ではまとめとして、今後の抱負やJミルクへのご要望などを一言ずつお願ひします。

溝淵 地元の自然に育まれた生乳、地元産の餌からつくった生乳が当社の事業の根幹です。その乳づくりを私たちも積極的に支援しながら、西和賀の自然を生かした産産を維持し、価値のある商品をお届けしていきたいと考えています。

南川 西和賀の酪農が途絶えることのないように、私たちも公社と一緒にがんばっていききたいです。

中野 Jミルクには各地域での新しい酪農の取り組みなど、情報を提供していただけたらと思います。

前田 同じような思いを持つ酪農家さんやメーカーさんが、一緒になって励ましながらがんばっていきけたらいいなと思います。海外の酪農乳業も課題は同じですから、海外情報を知ることが新し

「第3回全国ヨーグルトサミット」

9月18・19日に岩手県滝沢市で開催

全国の乳業メーカーや酪農家が自慢のヨーグルトを持ち寄り、消費者との交流を深める「第3回全国ヨーグルトサミットinいわて」が、岩手県滝沢市で9月18・19日に開催される。

「酪農家とつながる」をテーマに、ヨーグルト料理が味わえる食堂、酪農家の後継者育成や新規就農に関するワークショップ、アスリートによるトークセッションなど多様な企画で、ヨーグルトのさまざまな楽しみ方を提案する。湯田牛乳公社も第1回から参加しており、今回も西和賀産生乳を使った商品を展覧する。



いアイデアにつながることもあるでしょう。
例えば欧州では近年、チーズやヨーグルトなどの発酵製品を地元の乳酸菌でつくることを徹底し始めています。牧草の露の中のような身近な自然に存在する地域特有の乳酸菌を収集し、優れたものを選んで乳製品に利用するという地域戦略を行っているのです。そうした地域が、皆さんの手で西和賀から生まれたら素晴らしいと思います。本日はありがとうございました。

酪農乳業の次の10年をつくるために

～Jミルク「第4期中期3か年計画」の基本視点～

Jミルクの第4期中期3か年計画は、提言「力強く成長し信頼される持続可能な産業を目指して～我が国酪農乳業の展望ある未来に向けた戦略ビジョン～」(以下、「戦略ビジョン」)の内容を踏まえた、2030年度までの長期計画の足がかりとなるものです。これからの10年で「成長性・強靱性・社会性」を備えた、力強く成長し信頼される持続可能な産業」の構築を目指し、以下の視点で事業を推進していきます。

「酪農乳業戦略ビジョン」特設サイト(SDGs関連情報)
※関係者限定サイトです。



中期3か年計画の重点事項

「戦略ビジョン」で示した行動計画の骨子を踏まえ、以下の4項目を設定しました。

①酪農生産基盤の強化

牛乳乳製品市場の成長と自給率向上を目指すため、さまざまなタイプの酪農経営が特徴を發揮でき、持続可能で安定した国内生産基盤の強化に取り組めます。

②需給・流通の安定と競争力強化

外部環境の変化やグローバル化に対応し、生乳及び牛乳乳製品の弾力的な需給調整のための業界の協調的な取り組みを進め、国内酪農乳業の競争力強化を推進します。

③国産品市場の拡大と需要基盤の確立

国産牛乳乳製品の特性を生かした商品の高付加価値化、乳利用の多様化を促進し、国内市場を拡大すると共に、乳の総合的な価値を高め、生乳需要基盤の確立を目指します。

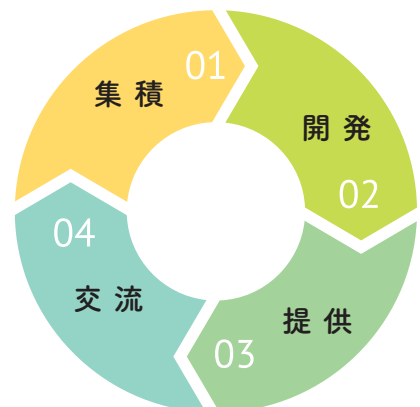
④多面的価値と持続可能性の改善・強化

消費行動の変化やSDGsなども踏まえ、社会の要求に応え消費者から信頼され共感される産業を目指し、酪農乳業の多面的価値の見える化と持続可能性の改善・強化を図ります。

Jミルクのミッション

「戦略ビジョン」で示した行動計画に業界が一丸となって取り組むためには、情報交流と協働の基盤となる「情報プラットフォーム」機能が必要です。また、業界の共通課題の解決に向けた協働行動においては、全ての関係者が納得できる、透明性のある合意形成プロセスの構築と管理が求められます。

これらの点を踏まえ、Jミルクは自らのミッションを「酪農乳業及び牛乳乳製品の存在価値を高めるための情報の集積・開発・提供・交流を促進することを基本に、共通課題の解決に貢献する」と再設定し、今後の事業を推進していきます。



3か年計画の事業推進フレーム

Jミルクのミッションを踏まえ、次の4つの事業推進フレームを確立していきます。

① 質の高いオリジナルな情報開発

国内外の研究者や専門機関との幅広いネットワークを利用して各種調査やデータ分析を行い、エビデンスを基にした確かな知見を集積し、質の高いオリジナルな情報開発を進めます。



② 迅速で効率的な情報コミュニケーション

ステークホルダーが自由に利用できる「情報アーカイブズ」機能の強化と、働き方改革や感染症対策にも対応したデジタルシフトを推進。迅速で効率的な情報コミュニケーションを目指します。



③ 議論や交流を促進する共創型の取り組み

質の高い情報開発やアーカイブズ機能が業界の課題解決に貢献するよう、Jミルクでの議論や交流を促進する共創型の取り組みを進め、ステークホルダーとの関係をより強固なものにします。



④ PDCAサイクルによる事業の改善

「戦略ビジョン」が目標とする2030年度に向け、消費者の食生活行動など事業環境の変化も見極めながら必要な修正や充実を図り、単年度、中期3か年の両計画でPDCAを着実に実施します。

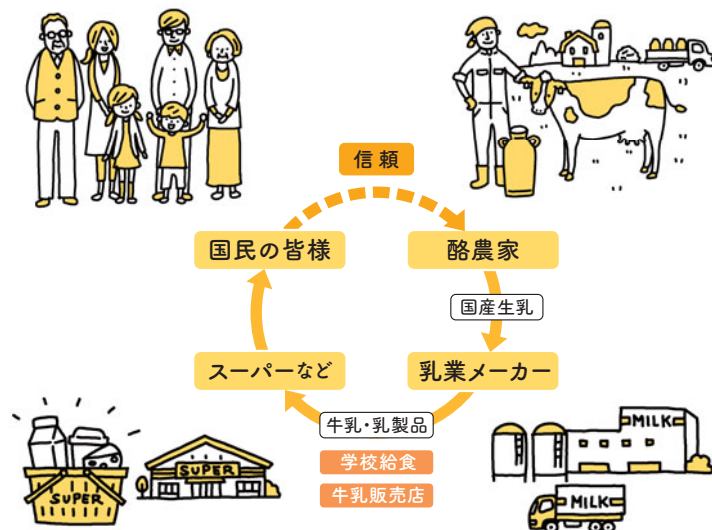


価値向上のための情報開発コンセプト

Jミルクでは以下3点の主要コンセプトに基づく情報の収集・開発を進め、牛乳乳製品や酪農乳業の価値向上と、業界の課題解決への貢献を目指します。

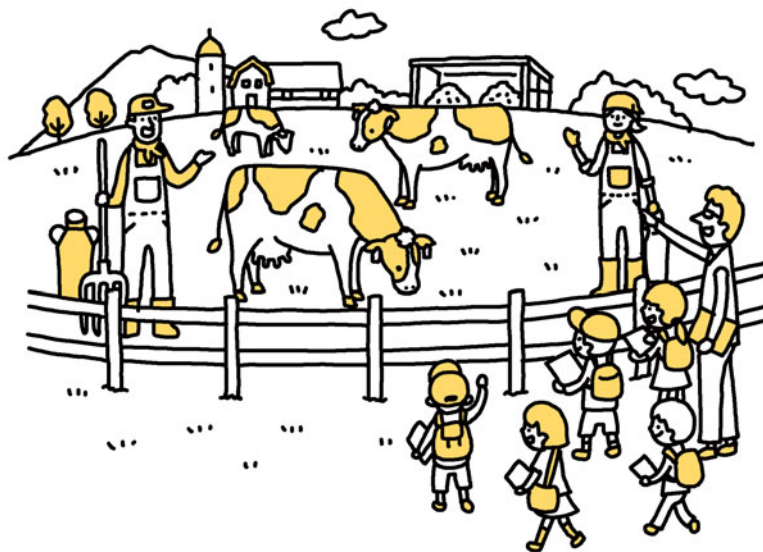
I. ミルクサプライチェーンの特徴

生乳は生き物から生産され、保存が効かず、多様な食品の原料にもなるため、品質・需給・流通の管理が複雑です。酪農家や乳業メーカー、流通業者、消費者など全ての構成メンバーの理解や協力がなければ安定を図れないことが、ミルクサプライチェーンの特徴です。



II. 酪農乳業の産業的な価値

- ①酪農乳業は、乳用牛を通して利用不可能な草資源を効率的に活用し、栄養豊かな食料を再生産しています。
- ②農地、飼料、牛、堆肥という生産サイクルを生かして、地域農業の物質循環や有機農業に貢献しています。
- ③荒廃農地の有効活用や景観の保全、農村地域の雇用など、豊かな地域社会の形成と経済活動を支えています。
- ④多くの人が活躍できる環境をつくり、牧場や乳業工場は教育の場としても活用できるなど、優れた社会的機能があります。



III. 食品としての牛乳乳製品の価値

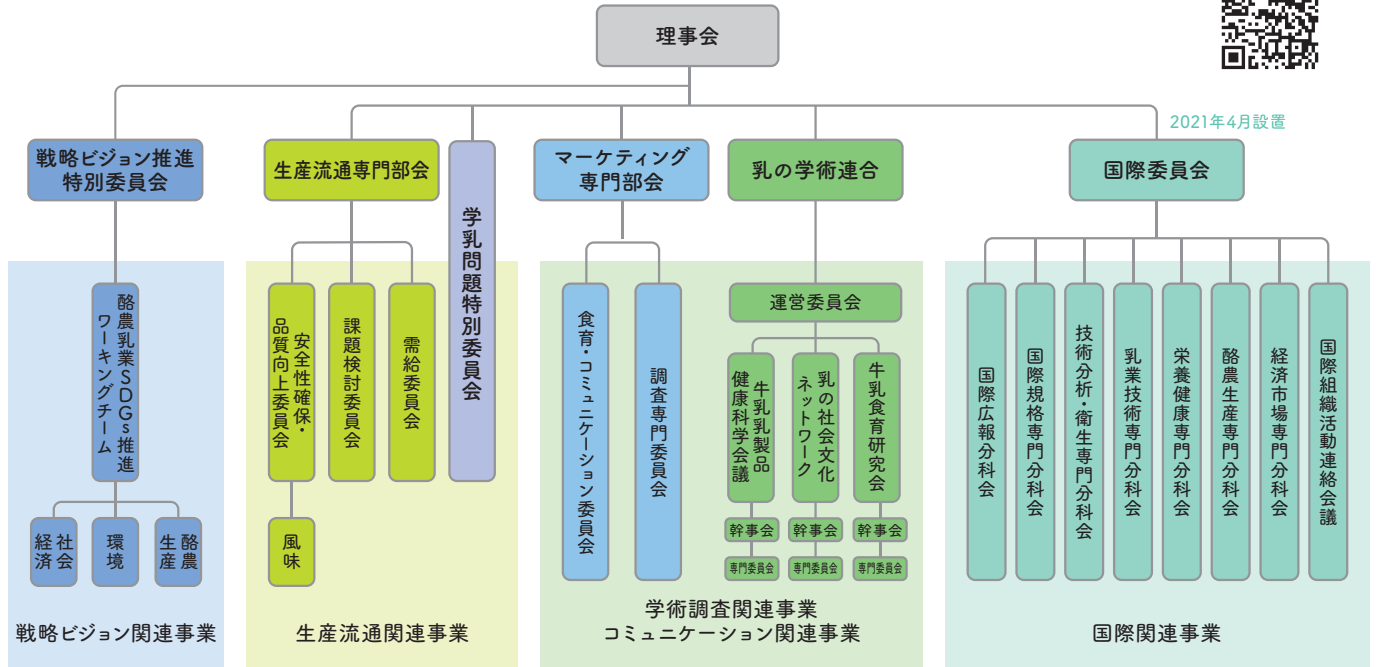
- ①栄養バランスに優れた牛乳乳製品は、全てのライフステージにおける食生活の課題や栄養ニーズに対応します。特に子どもの健全な成長、免疫機能の低下抑制、高齢者のフレイル予防などへの貢献が期待されています。
- ②生活習慣病のリスクとなる高血圧や血糖値の急激な上昇、肥満などの対策の他、糖尿病やメタボなどの予防につながるものが期待されています。
- ③国産品が安定的に供給されるため消費者にとって利用しやすく、植物性食品と動物性食品をバランスよく組み合わせた日本型食生活にも欠かせない存在です。



ミッション遂行を支える新しい運営体制

中期3か年計画に合わせて再設定したミッションを適切に遂行していくため、Jミルクは2021年度より事業運営体制を刷新します。事業領域を4つに分類し、統括的な委員会・専門部会の下で、個別課題に迅速に対応できる体制を整備しました。

「Jミルク事業
オンライン説明会」
オンデマンド配信



質の高い情報とコミュニケーション基盤をセットで提供することにより、業界の課題解決を支援していきます。

第4期3か年(2021~23年度)計画並びに2021年度事業計画及び収支予算書

2021年度の主な取り組み&おすすめコンテンツ ※一部抜粋



戦略ビジョン推進関連事業

- 戦略ビジョン行動計画の推進・実行管理
- 酪農乳業産業基盤強化特別対策事業の推進 (P14参照)

「酪農乳業戦略ビジョン」特設サイト (SDGs関連情報)



※関係者限定サイトです。

Jミルク 戦略ビジョン特設サイト

検索

生産流通関連事業

- 生乳及び牛乳乳製品の需給見通しや短期的な需給変動などの情報提供・共有
- 安全性確保に向けたポジティブリスト制度の定期的検査等の対応や品質のあり方検討
- 学乳制度の堅持や中・長期の需要課題等の検討

「需給短信」
毎週(木)更新



Jミルク 需給短信

検索

学術調査関連事業

- 牛乳乳製品の栄養・健康科学、社会文化、食育、SDGsに対応した社会性の高いテーマ等に関する学術研究活動
- 栄養士の専門組織との連携によるコンテンツ開発
- 牛乳乳製品に関する食生活動向調査

FACTBOOK
(ファクトブック)



Jミルク ファクトブック

検索

コミュニケーション関連事業

- 食品や産業としての価値、食育、乳和食等をテーマにしたオンラインセミナーによる情報発信(j-milk School)
- 酪農乳業関係者、研究者、栄養士、ミルクファン、他業界と連携した動画等のデジタルコンテンツ開発
- アンチミルク対策やメディア向け対応、Webサイト・SNSの強化

Webサイト



国際関連事業

- 国際酪農組織と連携(国連フードシステムサミットやコーデックス等への活動参加)
- 国内の諸課題に結び付く国際情報の発信や国際比較研究会等の開催

国際Dairyレポート(季刊)
Jミルクインテリジェンス(月2回)



Jミルク 国際情報

検索

総務関連事業

- 迅速で効率的な事業運営と働き方改革の推進(デジタル環境の整備と在宅勤務制度の運用)
- 会費・財源拠出を戴くステークホルダーへのサービスの差別化と適切なガバナンスの推進

Jミルク事業の
協力団体・事業者一覧



Jミルク 事業協力団体

検索

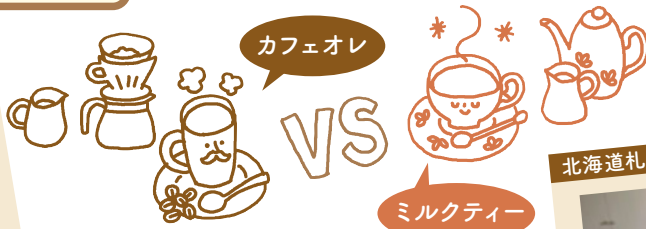
「2021年は丑年！」企画 第1弾

2021年は丑年!



カフェオレ vs ミルクティー
あなたはどちら派?
全国調査 実施中!

酪農乳業関係者やミルクファンの皆さまと一緒に2021年の丑年を盛り上げる年間企画。生乳需給の季節変動に合わせた牛乳消費促進や酪農乳業産業の理解醸成につながることも目的としています。第1弾に参加いただいた皆さまのお写真を一部お届けします。



岩手県



ママのために作ったよ! コーヒーの苦味と牛乳がよく合うから好きなんだって♪
栗田 恵さん

北海道弟子屈町



日本で飲むカフェオレは格別
日本百名山の山頂でカフェオレ作りしました!
山内 功丞さん

北海道札幌市



普段からミルクティーを飲んでいました。有機ルイボス茶で作りました。
山本 優依さん

北海道



ミルクティー派4人! カフェオレ派2人!
立命館大学&小樽商科大学の皆さん
@山岸牧場 (インターン中!)

大阪府



関西相談員の3名はミルクティー派!
ティーバッグの糸の先、牛のしっぽをイメージして色を塗りました♪
日本乳業協会 関西相談室さん

景品の
お知らせ

写真送付で10名様に
プレゼント!
(※切は5月14日)

【田島硝子製】
スペシャルティ
ミルクグラス
(牛乳専用グラス)



「愛してミルク?」グッズ、無償提供します!



今年は丑年! 6月の牛乳月間には、職場を「愛してミルク?」ポスターでデコレーションしませんか? 缶バッジをつけて、毎日「牛乳で乾杯!」

お申し込みの
詳細はこちら



公式Instagramを
フォローしてね!



6月

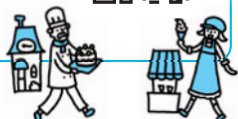
丑年の牛乳の日・牛乳月間!

第2弾

予告 「ミルクでつながるありがとうの輪 #ミルクのバトンリレー2021」

今年は日々のありがとうを「#ミルクのバトン」に乗せてみんなでつながりませんか? いただいた画像を動画にして、夏に公開する予定です。

ぜひ
参加してね!



気分があがる↑ミルクレシピ

レシピ: 小山 浩子 さん (料理家・管理栄養士)

「おうち時間」におすすめ! 簡単レシピで時短しながらプチ贅沢を味わえる「気分があがる↑ミルクレシピ」シリーズ。今回は「生クリーム」「スキムミルク」「チーズ」を組み合わせた、「心と体においしい」食べ方をお届けします。

レシピは
順次公開中



生クリーム



ふわとろ! たまごのクリームスープ



★材料(2人分)

卵豆腐(市販品)..... 2個(160g)
生クリーム..... 100ml
塩・こしょう(お好みで)



①卵豆腐をミキサーにかけながら、生クリームを少量ずつ中心に向けて注ぐ。ミキサーにかけることで、空気が入りとろとろふわふわの仕上がりに。



②お皿に盛ったらできあがり。いくらを数粒添えればレストランのようなおもてなしの一品に。

Point!

生クリームに含まれる栄養成分の中でもダントツで多いのがビタミンA。主に皮膚や粘膜をつくる材料になり免疫力を高めてくれます。

スキムミルク



手作りシリアルバー



★材料(作りやすい分量)

マシュマロ(※半分切る)..... 50g
オリーブ油..... 大さじ1
スキムミルク..... 大さじ3
ドライフルーツ入りシリアル..... 50g



①耐熱容器にマシュマロを入れ、全体にオリーブ油をかける。ふわりラップをし、電子レンジ(600W)で30秒加熱。全体にスキムミルクをかけ、その上にシリアルをかけて箸でざっくり混ぜる。



②クッキングシートを敷いたバットに流し、キャラメル包みにして冷蔵庫で冷やし固める。



③食べやすい大きさに切ってペーパーラッピングすれば見た目もかわいいシリアルバーに変身!

Point!

マシュマロとオリーブ油が接着剤代わりにシリアルをくっつけてくれます。さらにスキムミルクを加えることで余分な水分が吸われて全体がまとまりやすくなります。

チーズ



ころころクリーミーごまチーズ



★材料(1人分・4個分)

クリームチーズ..... 30g
しょうゆ味付ごま..... 小さじ2



①蓋付きの保存容器にごまを入れ、冷やしておいたチーズを4等分にして入れる。



②蓋をして、左右に振りながらチーズをコロコロ転がし、全体にごまをまぶす。



③ひとつずつ形を整えたら、完成。

Point!

ごま以外にふりかけもおすすめ。いろいろ試して気分をあげてください↑

Profile

久富 聡子 (ひさどみ さとこ) さん

カナダ・アルバータ大学修士課程
酪農コンサルタント福岡市生まれ。帯広畜産大学畜産学部卒。
飼料会社勤務を経て、酪農コンサルタント
として北海道足寄町などで地域の酪農経
営の改善を支援。2019年よりアルバータ
大に留学中。

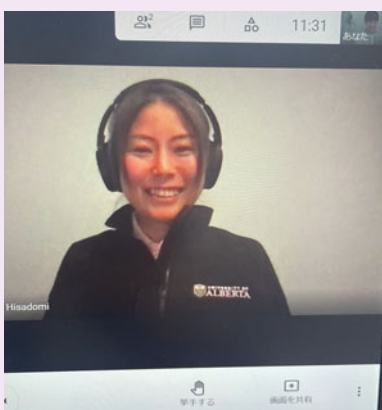
ミルクと生きるひと

We Value Our Relationship.

～持続可能な酪農乳業のために～

さまざまな立場で酪農乳業に携わっている人々の思いを、誌面
を通じて共有する新企画です。ミルクと生きる皆さんの言葉から、
持続可能な酪農乳業をつくるためのヒントを探っていきます。

「酪農はずっと、魅力的な仕事であってほしい」

思いを共有する仲間と起業
酪農家の経営をサポート— 久富さんが酪農乳業界に関わるよ
うになったきっかけを教えてください。私は福岡出身で、帯広畜産大学に進学
し、初めて乳牛に触れたのが酪農に関わ
るようになったきっかけです。当時は近
隣の農家さんで搾乳のアルバイトもし
ました。家族と一緒に仕事をされる姿
や、やさしい人柄に触れて、酪農家さん
は素敵だなというイメージを持ちまし
たね。2002年に卒業して道内の飼料会
社に就職。当初は営業職、その後は技術指
導の部署に移り、巡回アドバイザーや生
産者対象の勉強会などを担当しました。その頃から、酪農家さんに技術や情
報を提供して経営を支援する活動を
もっと深めたいと考えるようになりま
した。そこで、同じ思いを持つ仲間を誘われて2015年に酪農コンサルタント
ト会社を設立し、道内で活動を続けて
きました。— コンサルタント業務に加えて、2
017年からは酪農女性サミットにも
関わられています。活動を通じてどん
な気づきや学びがありましたか。一つは、個々の農家さんだけでなく、
地域全体の酪農の持続性を考えること
です。地域の酪農家戸数が減ると集乳や
授精の手配なども不利になるし、コミュ
ニティの維持や酪農家さん家族の生活
利便性にも影響が出ます。酪農を守るこ
とが地域社会を守ることにもつながる
という視点は、特に農村部において重要
だと思います。もう一つはコミュニケーション能力
の大切さですね。コンサルタントがどれ
だけ専門的な知識を持っていても、酪農
家さんが求めていることとマッチしな
ければ、的外れな提案になりえます。相
手の思いを理解する力、そして的確な言
葉で伝える力は、どんな場面でも必要
のだと思います。酪農先進国カナダへ留学
乳牛の栄養学を研究中— 2019年からはカナダ・アル
バータ大学で学ばれていますね。2018年頃、来日した海外研究者か
ら、北米の大学の畜産系学部では、研究費を使って学生の生活支援をしている
という話を聞きました。以前から留学に
は興味があったので、こうしたしくみを
利用すればチャンスが広がると考えて、
本格的に受験準備を始め、アルバータ大
学に入学することができました。現在は主に乳牛栄養学を学んでいま
す。人間を対象とする栄養学の家畜版と
考えるとイメージしやすいです。家畜は、好きなものを自由に食べる人
間とは違って与えられた餌だけを食べ
るので、牛の健康に最も良い栄養を考
え、実際に給餌することで生産効率を上
げることが出来ます。その点で大きな可
能性のある学問として、世界中で盛んに
研究されています。— カナダの酪農乳業の状況や酪農経
営についてはどう見られていますか。地域によって経営規模や戸数は異な
りますが、アルバータ州が含まれる西
カナダは、戸数は少なめで飼養頭数が
多く、個体乳量も多いのが特徴です。「国を越えてリモートで交流できるのはいい
ですね」と久富さん。「でも日本の農村部で
は情報インフラ整備が不十分なところも。
地域の持続可能性を高めるために、こうし
た部分への支援も必要では」と話す。

久富さんの History



①帯広畜産大の入学当初。「へっぴり腰が恥ずかしいです」 ②酪農コンサル時代、牛舎内での飼料チェックの様子。顧客牧場への生産効率アップに向けた飼養管理の提案に加え、勉強会講師などの活動も ③女性酪農家ら約400人が参加した、「酪農女性サミット2019」(帯広市)の実行委員会メンバー ④留学直前、足寄町の酪農家によるサプライズ送別会。「がんばってきとて温かく送り出してくれました。私を育ててくださった酪農家さんのためにも、日本の酪農経営に役立つ成果を持ち帰りたいです」 ⑤アルバータ大の同級生ローレンさん(中央)、マシューさんと。「将来の若き研究者たちと一緒に学び合えるのは刺激になりますね」

大学農場の牛でも平均乳量は日量37、8kgあります。乳牛飼養に適した環境に加え、北米では牛群改良が進んでいて乳牛の能力自体も高いように感じます。牛舎に並ぶ牛たちも、みんな体の形がきれいですね。

カナダの酪農生産の基盤はクォーター制で、あらかじめ購入した年間の出荷枠内なら一定価格で生乳を出荷できます。この枠内での効率の追求が収益性を高めていくこともあって、酪農家さんと話をしていても経営に対する意識の高さを感じます。

アルバータ州は家族経営の酪農場が

中心で、経産牛の平均飼養頭数は125頭だそうです。コロナ禍前に訪問できた200〜500頭規模の大農場は生産効率が高く機械化も進んでいました。作業をより効率よく進めるために積極的に設備投資をしている印象で「時間を大切にする」意識が強いのだと感じました。

例えばある一定乳量を得るために、牛1頭にかかる時間が1日10分だとします。これを8分にできたら、年間の総労働時間は大幅に減らせます。その時間は家族のためにも、酪農経営の勉強にも使えます。短縮した時間の分だけ牛の数を

増やすことも可能です。省力化で時間を生み出すことは、生活と仕事の両面の充実につながるのです。

「持続可能な酪農のために「時間のマネジメント」を」

—SDGsや環境問題への対応はどうでしょうか。

その点は大学の授業でも扱われています。カナダでは、温室効果ガス排出量に占める農業の割合は13%程度。酪農に限ると牛が出すメタンが最も多く、飼料

生産や輸送、糞尿処理に伴う排出などがあります。

牛から出るメタンの削減にも、乳牛栄養学は貢献できます。餌の量と乳量とメタン排出量には関連があり、より少ない餌で、より多くの乳量を生産できれば、メタン排出を抑えられます。生産効率を上げることが、そのまま環境対策にもなるということですね。

—これからの持続可能な酪農乳業のために、どう関わっていききたいですか。

北米の生産現場を間近に見て、あらためて日本の酪農家さんの仕事の素晴らしさを実感します。気候や土地の条件が厳しい中でも高い乳量と乳質を実現しているのは、日々の努力の成果です。

反面、仕事量の多さや自由時間の少なさが指摘されるのも事実で、日本の酪農乳業の持続可能性においても一つの課題になっています。

その意味でも今後は、先ほどお話しした省力化による効率アップを含めた「時間のマネジメント」という考え方を、酪農経営にもっと取り入れていいのではないかと考えています。

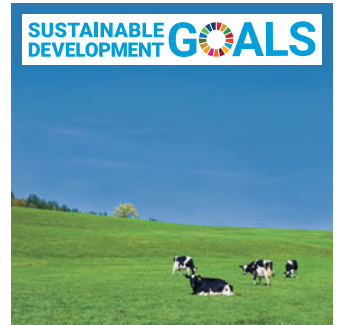
私は牛も好きですが、牛より酪農家さんたちが好きみたいです。牛と自然と共にある酪農は、これからも魅力的な仕事であり続けてほしいです。ここで学んだことを生かして、日本の酪農産業のお役に立てるようがんばります。

WEBサイトの掲載はこちら



酪農乳業戦略ビジョン/2021年度酪農乳業産業基盤強化特別対策事業

2019年10月公表の提言「力強く成長し信頼される持続可能な産業を目指して～わが国酪農乳業の展望ある戦略ビジョン～」の実行に向けて、取り組みをスタートしています。2021年度も、生産者向け支援事業、乳業者向け支援事業をぜひ積極的にご活用ください。



「酪農乳業戦略ビジョン」特設サイト(SDGs関連情報)

戦略ビジョンの具体的な推進を図るため、酪農乳業における持続可能な取り組みの現状や課題などについて、会議・勉強会の内容などを紹介するサイトを立ち上げました。ぜひご活用ください。
※関係者限定サイトです。



生産者向け 酪農生産基盤強化総合対策事業

「牛から人へ」をテーマに、担い手の確保・育成と家族経営への支援を積極的に推進。2021年度より円滑な経営継承に対してサポートを実施。



事業名	項目	助成内容や要件、対象者など
強化生産者支援事業	(1) 生産基盤の改善・指導	●酪農家や指導員等を対象にした研修会や会議開催、現地指導 ●酪農経営や技術改善のための啓発用資材作成 など
	(2) 地域育成支援対策の推進(育成牛の増頭)	
	(3) 供用年数延長支援対策 New 【自由提案枠】※助成率は北海道1/2以内、都府県3/4以内	
酪農持続可能性向上支援事業	(1) 担い手育成対策	ア 酪農後継者・新規就農者への研修支援 【酪農ステップアップ支援】 酪農後継者、新規就農者など 【酪農チャレンジ支援】 酪農業への就業について検討している方
		イ 酪農家への受入支援 酪農後継者・新規就農希望者、学生などを受け入れる酪農家
		ウ イベント等への出展・開催支援 ●農業求人イベントへの出展 ●婚活などの後継者確保イベントの開催など
		エ 早期経営参画支援 New 【家族経営協定の推進】 ●家族経営協定を新たに締結する酪農家 ※すでに協定を締結している場合は見直す場合 【早期経営参画への支援】 ●49歳以下の酪農後継者や第三者継承予定者に経営を移譲した牧場
	(2) 酪農生産への理解醸成活動	●生産者と乳業者が連携して行う学校への出前授業など
	(3) わが国酪農の持続可能性の向上等を図ることを目的とした、独自の取り組み【自由提案枠】	●酪農生産の持続可能性に関する調査や優良事例の創出・普及 ●乳業者・行政等と連携して行う社会貢献活動など

2020年度申請状況

- 地域育成支援対策の推進
→全国38施設から約5,200頭
- 酪農ステップアップ支援
→全国から40名
- 酪農家への受入支援
→全国から47牧場

※酪農持続可能性向上支援事業については、酪農家ネットワーク組織からの申請も可能です。

※自由提案枠については、乳業者・乳業団体による事業審査会で事業の採択を決定します。

乳業者向け 国産牛乳乳製品高付加価値化事業



国産牛乳乳製品の高付加価値化を推進。また、SDGsなどの持続可能性を高める取り組みに対しても支援。

※Jミルクの一般拠出金と酪農乳業産業基盤強化対策金の支払実績がある乳業者が対象

メニュー	助成内容や要件など
(1) 技術・人材開発のための研修等	社内研修の開催や外部研修への参加、人事交流の実施など ※乳業者単独での申請が可能
(2) 地域酪農と連携した商品開発並びにSDGsの推進等	地域の酪農家・酪農組織と連携した商品開発、PR活動、輸出検討など
(3) 優れた事業成果の共有化(持続可能な活動などの創出)	2社以上の乳業者で連携して取り組む物流効率化や共同PRなど

※その他、乳業団体を対象に、調査や指導事業等のメニューもあります。

★各事業とも、Webの活用など、オンラインでの取組も推奨します。

事業の詳細はこちら
実施要領や申請様式、Q&Aなどを掲載しています。



“調味料+ミルク”をマスターする おいしい減塩レッスン



レシピ：
小山 浩子 さん
(料理家・管理栄養士)

まぐろのたたきの脂の色が白く見えた時に、「ならば牛乳を混ぜてみよう!」とひらめいたこのレシ

ピ。少しのしょうゆで十分においしさを感じます。すし飯にのせて、かわいい手まり寿司のできあがり。牛乳効果でしょうか、少し時間が経っても、まぐろの色はきれいなピンク色のまま。丼にしてもおいしいですよ。この一品で春を感じていただけたらうれしいです。



ミルクまぐろの手まり寿司



1人分 238kcal 塩分0.7g

【材料 12コ分】(1人分・3個)

A	牛乳	大さじ1	ご飯	330g(米1合分)
	しょうゆ	小さじ1/2	すし酢	大さじ2
	まぐろ(ねぎトロ用)	100g	練りわさび	少量
			細ねぎ(小口切り)	1本

【作り方】

- 炊きたたのご飯にすし酢をかけ、箸で混ぜてすし飯にする。
- まぐろをボウルに入れ、牛乳を少しずつ混ぜ入れ、しょうゆを加えてさらに混ぜ、12等分しておく。
- すし飯を12等分し、それぞれをラップで包んで丸める。
- ラップを開き、わさびをぬり、2のまぐろをのせたら再びラップで包んでかたく絞るようにして丸く形を整える。
- ラップをはずして器に盛り、中央に細ねぎをのせる。

ホームページでチェック!

他にも

「乳和食のレシピ」いろいろ! ➡

調理動画も
あるよ!

乳和食

検索

f 「乳和食公式Facebook」はこちら↓
<https://www.facebook.com/nyuwashoku>

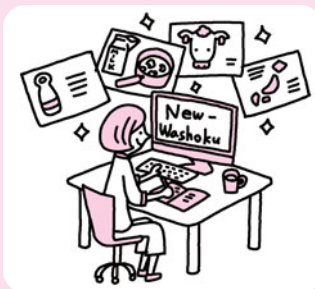


「乳和食eラーニングシステム」まもなくスタート!

—なぜ和食に牛乳? 全ての世代の健康のために、乳和食をおすすめする理由を楽しく学びませんか?」Jミルクでは、日本人の食生活課題に応える牛

乳のメリットを再確認するためのeラーニング教材を制作中です。(5月完成予定)

これまで乳和食講習の受講機会がなかった方をはじめ、乳和食を活動に取り入れている方は繰り返し学習にもお使いいただけます。場所と時間を選ばないので、ぜひご活用ください。



編集後記

昨年度の読者アンケートで「明るい話題提供を!」というコメントを頂戴しました。新企画「ミルクと生きるひと」にはその思いも込めています。Jミルクの事業内容だけでなく、業界の皆さまのお取り組みや思いもお届けしながら、酪農乳業界と牛乳乳製品のさらなる価値向上を皆さまと共に目指していきたい所存です。

Information

「Jミルクライブラリー」OPEN!



Jミルクでは、酪農乳業に関連する貴重な古文書・史料をはじめ、最新の酪農技術に関する書籍まで多数の文献を保有しており(2021年3月現在、約2,300冊)、これらの文献情報を検索できるシステムを運用しています。また、所蔵している文献はJミルク事務所内で閲覧もできます。

蔵書検索システムはこちら





2 ミルクバリューチェーン

(株)湯田牛乳公社と酪農家の取り組み(岩手県西和賀町)

牛乳公社と酪農家の手で地域社会を未来へつなぐ

溝淵 郁夫 氏(株式会社湯田牛乳公社 専務取締役)

南川 守 氏(南川牧場)

中野 学 氏(中野牧場)

6 Jミルク「第4期中期3か年計画」の基本視点

酪農乳業の次の10年をつくるために

- 中期3か年計画の重点事項
- Jミルクのミッション
- 3か年計画の事業推進フレーム
- 価値向上のための情報開発コンセプト
- ミッション遂行を支える新しい運営体制
- 2021年度の主な取り組み

10 「2021年は丑年!」企画

第1弾「カフェオレ vs ミルクティー

あなたはどちら派? 全国調査」実施中!

- 第2弾「ミルクでつながるありがたい輪 #ミルクのバトンリレー2021」
- 牛乳の日・牛乳月間「愛してミルク?」グッズ 無償提供のお知らせ

11 気分があがるJミルクレシピ

レシピ: 小山 浩子 さん(料理家・管理栄養士)

- 生クリーム: ふわとろ! たまごのクリームスープ
- スキムミルク: 手作りシリアルバー
- チーズ: ころころクリーミーごまチーズ

12 ミルクと生きるひと Vol.1 We Value Our Relationship.

~持続可能な酪農乳業のために~

「酪農はずっと、魅力的な仕事であってほしい」

久富 聡子 さん(カナダ・アルバータ大学修士課程/酪農コンサルタント)

14 酪農乳業戦略ビジョン

酪農乳業戦略ビジョン

2021年度酪農乳業産業基盤強化特別対策事業

- 「酪農乳業戦略ビジョン」特設サイト(SDGs関連情報)
- 生産者向け: 酪農生産基盤強化総合対策事業
- 乳業者向け: 国産牛乳乳製品高付加価値化事業

15 乳和食(New-Washoku)

“調味料+ミルク”をマスターする

おいしい減塩レッスン

- ミルクまぐろの手まり寿司(しょうゆ+牛乳)
- レシピ: 小山 浩子 さん(料理家・管理栄養士)

Information

- 「乳和食eラーニングシステム」まもなくスタート!
- 「Jミルクライブラリー」OPEN!
- 編集後記

表紙・裏表紙イラスト: 佐藤 香苗 氏(イラストレーター)



一般社団法人 Jミルク
Japan Dairy Association (J-milk)

J-MILK REPORT Vol.40 SPRING 2021 | 発行日/2021年4月 編集・発行/一般社団法人 Jミルク

〒101-0062 東京都千代田区神田駿河台2-1-20 お茶の水ユニオンビル5階 TEL 03-5577-7492 FAX 03-5577-3236

✉ info@j-milk.jp 🌐 https://www.j-milk.jp 📘 https://www.facebook.com/jmilkjp

📷 j_milk_official 🐦 @Jmilkofficial 📺 YouTube公式チャンネル