

J-MILK REPORT

私たちはミルクでつながっています。

SUMMER 2020 Vol.37





需給調整能力を活かして 愛知のミルクを支える

1937（昭和12）年の創業以来、県内酪農の主産地である豊橋市、田原市を基盤に、地域に根ざした経営を続けている中央製乳株式会社。愛知県の給食用牛乳の5割を供給し、広域の需給調整役も担う同社は、ミルクの価値を地域にどう伝えようとしているのか。新型コロナウイルス問題への対応と今後の課題も含めてお聞きしました。

（聞き手 前田浩史・Jミルク専務理事）

地元の牛乳のおいしさを 地域の消費者に届ける

前田浩史（以下、前田） 商品開発ではどんな点に注力されていますか。

川澄宏匡氏（以下、川澄） 15年ほど前から、地域の生産者とも連携して地産地消型商品に力を入れています。2007年に田原産牛乳を使った「どうまい牛乳」、2年後には豊橋産の「のんほい牛乳」、さらに2017年には渥美町、赤羽根町産の「渥美半島酪農牛乳」を発売しています。この3本柱と生協牛乳を中心に地産地消を普及しています。

「どうまい」など3商品は店頭で200円程度の価格設定ですが、数量は発売当初の3倍ほどに伸びています。キャンペーン



“地産地消3本柱”を含む商品群。多様な商品を製造する設備とノウハウが、需給調整にも貢献している。

や試飲イベントを毎年実施して、消費者だけでなく酪農家さんやバイヤーさんも含めて、商品の価値を認めてくれるファンを地道に増やしてきた結果です。搾乳から出荷までの時間が短いこと

創業以来の社は、二宮尊徳翁が提唱した「円融合」。「原料を供給していただく酪農生産者、取引先と消費者、そして弊社が、心を一つにして共に繁栄する」という意味。大切に受け継いでいきたい言葉です」と川澄氏。



中央製乳株式会社 代表取締役社長

川澄 宏匡 氏
かわすみ ひろまさ

もあり、試飲では一般の牛乳より圧倒的においしいという声を多くいただきました。地元産牛乳のおいしさが評価されることで、酪農家さんの生産意欲にもつながっていると感じます。

前田 生産者の顔が見える商品というだけでなく、地産地消だからこそおいしさを追求できるということですね。

川澄 大手メーカーさんは工場の集約化でこうした商品をつくるのは難しくなっています。弊社の場合、以前から練乳や粉ミルク、バターやヨーグルトなども手掛け、需給調整機能を持っていることが、こうした商品を提供する強みにつながっていると考えています。

需給調整能力をフル活用 緊急対応で生乳廃棄を回避

前田 まさに地域に根ざしたコンパクトな総合乳業メーカーという印象で

す。私の考えでは中央製乳さんは、需給調整能力を持ち、地域から必要とされてきたがゆえに、乳業再編を経て残るべくして残った企業です。需給調整機能を持つことで地域における位置づけが変化し、企業の強靱性も培われると思うのです。

川澄 その通りだと思っています。弊社の場合は余乳処理の対応力に加え、菓子や飲料メーカー、同業者さんなど、余乳でつくった製品の販売先を自社で開拓して持っていたことも大きいです。2013年頃からの県内乳業再編を経て、現在は地元東三河だけでなく、豊田市、みよし市、名古屋市も含め、県内学乳の約5割を弊社が供給しています。

前田 地域の酪農家から消費者までをつなぐハブを担うだけに、新型コロナウイルスの影響も大きかったと思います。

川澄 休校要請時に考えたのは、酪農生産者に影響が出ないようにすることでした。加工処理を最大限行って、生乳廃棄だけは絶対に避けるという思いで対応しました。

通常は3月中旬に稼働する加工施設をすぐに立ち上げて全粉乳とバターを製造し、工場に入る乳量は落とせませんでした。4月末までの約2カ月間にわたって工場をフル稼働したのは、今回が初めてです。48時間稼働して、2時間のドライクーリングを挟んですぐに再開するという状況が続きました。

しかしこの対応も業務用需要の急減で限界となり、4月後半からは全農さんや全酪さん、東海酪連さんにもご協力いただき委託加工に出しています。地域の消費者の皆さんや行政からも多くの支援があり、一滴の生乳廃棄も品質事故もなく乗り切れましたが、今振り返ると「よく持った」というのが正直な感想です。

都府県の生産基盤維持へ 国レベルでの方針策定を

前田 スーパーや生協との取引はどうでしたか。

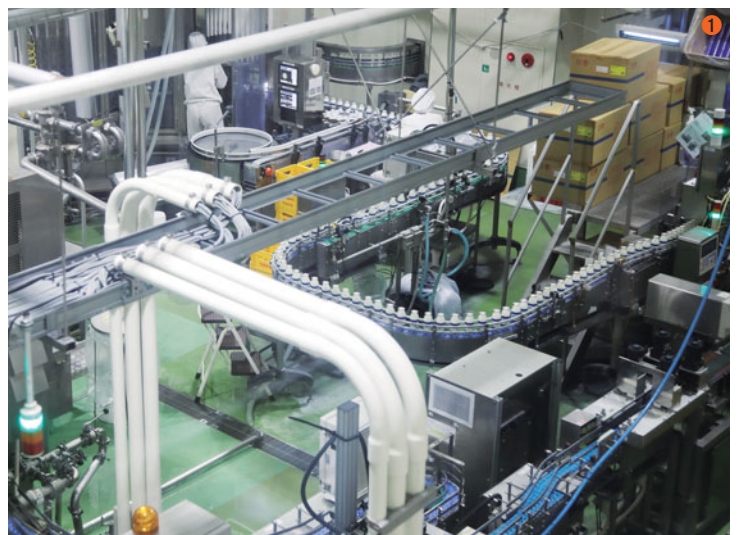
川澄 こちらは順調で、例年の2割増くらいのペースが現在も続いています。外食機会の減少もあり、菓ごもり需要は学校再開後もある程度継続するという印象です。

前田 再度の感染拡大の懸念や、マーケット構造の変化を踏まえた今後の取り組みと課題について、Jミルクへ期待することも含めてお願いします。

川澄 学乳を確実に供給することを基本に、市乳が伸びている現状も大切に、地産地消型商品とNB商品を地元のお客様にしっかりお届けしていきたいと考えています。

そのために最も重要なのは、地域の酪農家の意欲向上と生産基盤の維持です。北海道への一極集中にはリスクがあり

① 同社では1951年から瓶詰め牛乳を製造している。② 伝統的なバターづくりで使われる「チャーン」。こうした装置なども扱える熟練技術の継承は大きな課題と川澄氏。③ 販売戦略担当部長の草柳 朋氏(写真左)は、「地産地消商品のファンを増やすためには、地道で継続的な取り組みが重要」と話す。



ますし、需給調整に不可欠な加工施設も、個社での維持には限界があります。

都府県の生産基盤をどの程度維持し、それに応じた需給調整機能をどう配置して残すのか。今後の方針と具体的な手立てを、国と乳業界、指定団体が協議して決める必要があります。

また今回、Jミルクさんの牛乳無償配布制度を利用して、6月上旬に約11万本の牛乳を県内の病院などに提供しました。弊社を含む3社体制で配布先をコア化して対応しましたが、今後は販売店を多く持つ大手乳業さんに協力していただくことも必要だと感じました。

前田 配送方法は今後の課題です。全国共通ルールをつくるより、今回の取り組みを総括して、「愛知モデル」のような地域単位の成功事例を他地域に普及していくことが大切だと思います。本日はありがとうございました。

中央製乳株式会社
(本社)〒441-8134
愛知県豊橋市植田町字八尻12番地
TEL 0532-25-1157
<http://www.chuomilk.co.jp>

地域に根ざした
中央製乳の歩みは
こちら





積極的な多角化を進め 地域で生き抜く力を磨く

1933(昭和8)年創業の戸田乳業は、埼玉県で最も長い歴史を持つ乳業メーカーの一つです。給食用牛乳を中心に、清涼飲料からリキュールまで多角化も図りながら、経営環境の変化を乗り越えてきました。経営の現状と課題、地域と連携した新型コロナ対応から、酪農乳業の持続可能性につながるヒントを探ります。

地域での販路の多角化が 経営リスクの分散に

前田浩史(以下、前田) 長い歴史をお持ちの戸田乳業さんですが、経営の転機となったのはいつごろでしょうか。

戸田喜裕氏(以下、戸田) 父が会社を継いだ1973年前後が一つの転換点だと思います。それまで経営してきた牧場を閉鎖して、乳処理工場を建設して学乳の供給を始め、清涼飲料工場も同時につくっています。当時は給食がない期間の雇用維持策として、夏休みはサイダー、冬休みには即席麺を仕入れて販売していたと聞いています。

私が社長に就任した2007年以降は、学乳と清涼飲料に加えて、飲食店向



有限会社 戸田乳業 代表取締役社長

戸田 喜裕 氏
とだ よしひろ

戸田 うちの場合は生乳の処理量が少ないので、牛乳での差別化がしにくいのがネックです。吉田恭寛さん(吉田牧場代表/囲み)とも連携しながら、何ができるか検討しているところです。

けの焼酎割り用シロップなどもつくるようになりました。地域の日本酒メーカーからスパークリングのお酒をつくりたいという相談を受けたのをきっかけに、3年前にリキュール製造免許を取得し、受託生産のほか自社製品も開発しています。

前田 学乳から業務用へと事業を多角化し、リスクを分散されてきたんですね。

戸田 私もそう考えていたのですが、逆に販路が限られることが経営上のリスクになることを、今回の新型コロナで痛感しました。学校給食は停止、清涼飲料とリキュールの販売先は飲食店と観光系ですから、影響は甚大です。品目の次は販路の多角化も必要だと考えています。

前田 小売業も値引き販売では利益を上げにくくなっており、地域の特色ある商品が求められています。外部より地元新たな商品や販路の可能性があるかもしれません。お店も地域に目を向けていけば、地元産の牛乳を使おうといった発想が出てきます。

給食停止の苦境を支えた 地域社会の幅広い支援

戸田 うちの場合は生乳の処理量が少ないので、牛乳での差別化がしにくいのがネックです。吉田恭寛さん(吉田牧場代表/囲み)とも連携しながら、何ができるか検討しているところです。





2



1

戸田乳業
×
吉田牧場
座談会はこちら



①秩父地方産の生乳を使用した牛乳。②父の代から続く友人関係の両氏。「こんなに親しい生産者と乳業者はめったにないはず」と吉田氏。③工場内の検査室。④製造中の商品について解説する戸田氏。

有限会社 戸田乳業

〒368-0105 埼玉県秩父郡 小鹿野町小鹿野1046-1

TEL 0494-75-0168 <https://www.todamilk.com>



3

4

牛乳以外では、地域の観光農園の梨やゆずを使ったサイダーをつくっています。道の駅で販売しているほか、ゆずサイダーはふるさと納税の返礼品にも選ばれています。

前田 新型コロナウイルスへの対応はどうされましたか。

戸田 学乳が9割を占める弊社にとって給食の停止は大きかったです。3月中は何とか対応できましたが、4月からは頼んでいる生乳を止めざるを得ませんでした。

そうした中で力になってくれたのが地元の方々です。小鹿野町の商工会頭も務める地元議員さんの働きかけで、県施設への牛乳提供を行ったほか、町役場の職員の方々も購入してくれました。また、地域の旅館などが連携して給食のなくなった子供たちにお弁当を提供するサービスが始まり、そこに牛乳もつけてくれました。近隣の横瀬町や秩父市からも同様の支援があります。

学校給食が止まったことがニュースになり、地域の方々が酪農家とメーカーを思っただけです。この間にいろいろ

た多くの支援に心から感謝しています。

地域との関わりで実感

「うちがここにある価値」

前田 学校給食の供給は地域

にとって一つの産業ですから、人々の意識にも酪農乳業が印象づけられているのだと思います。野菜や肉の余剰も大問題になる中で、酪農乳業への支援に対しては世論の強い後押しがありました。

戸田 秩父の酪農家も乳業メーカーもかなり減ってしまいましたが、その中で「うちがここにある価値」を、新型コロナをめぐる地域社会との関わりを通じて、私自身もあらためて感じることができました。

今後は人々の生活スタイルの変化も予想されます。秩父は東京から車で2時間圏内と在宅勤務にも適した地域で、前から移住の受け入れに積極的です。実際に人が移ってくれば、地域経済も新しい局面を迎えるのではないかと思います。



食への関心が地域農業の再評価に

吉田 恭寛 氏 (よしだ やすひろ) 吉田牧場 代表

新型コロナの影響で食べ物への関心が高まったと感じます。牛乳乳製品を含む多様な食品を地元で生産できることは、人々に安心感を与え、農業の再評価にもつながります。この間、私たち酪農家には消費者からの応援の声が多く届きましたが、むしろ戸田さんのような乳業者こそ大変だったはず。身近な食を支える乳業会社の存在を、地域に知らせる活動も必要だと思います。

吉田牧場 〒368-0111 埼玉県秩父郡 小鹿野町飯田1744-1
TEL 0494-75-1209

前田 ニューノーマル時代の酪農乳業をどう組み立てるかが今後の課題です。生活様式や地域経済の変化も踏まえ、酪農の持続可能性に必要な要素を業界全体で共有し、社会にも伝えていく必要があると考えています。本日はありがとうございました。



生産基盤を全力で支える 東日本の需給調整の要

業務用練乳や粉末乳製品の製造と並んで、東日本の余乳処理の一大拠点という役割も果たしている筑波乳業株式会社。需給の急変動に対応するための備えや、厳格な感染防止策も含めた新型コロナウイルス対応の現状を、梅澤弘社長にお聞きしました。

常にフル稼働できる体制で 余乳処理に臨む

御社の概要と余乳処理能力についてご紹介ください。

現在の事業の主な柱は、余乳の委託処理、業務用乳製品の加工販売、ナッツ類の加工販売の3本です。

余乳処理に関しては、1982年に全農さんとの共同事業で乳製品製造ラインを設置したことが一つの転機になっています。当時は、都府県の生産が一定量あり、全農さんも24時間体制で余乳を受け入れる工場が必要だったと思います。その後、他社が撤退して集約が進み、弊社が東日本の広域的な余乳処理・需給調整を担うようになりました。現在の処理能力は1日最大430トン、貯乳能力は最大1,000トン弱を備えており、東日本で最大規模です。

生乳需給の変動への対応は難しいのではないですか。

「一滴たりとも廃棄乳を出さない」が生乳の受託販売を担う指定団体の考え方です。それに応えるため、フル稼働時に対応できる人員と設備を常時確保しなければならぬのが経営上の難しさです。

余乳処理は玉里工場で行っていますが、ピーク時には他製品のラインから人を回して対応しますし、飲用需要期は、

稼働を停止します。こうした柔軟な対応こそが、生乳の需給調整に貢献する弊社の役割だと考えています。

社員の雇用、育成、採用についてどのように考えていらっしゃいますか。

弊社の社員はほぼすべて正規雇用で、技術者も社内ですべて育成しています。人手不足が言われている中で、安定した事業を継続していくためにも雇用の安定・確保が重要だと考えています。また、私が社長に就任してから約10年になりますが、採用した社員のほとんどが県内出身者で、地元の高校からも毎年一定数を採用しています。経営的に厳しい時期もありましたが、地元とのつながりを保っておかないと長期的な人手の確保はできないと考えています。

感染防止対策の徹底で 操業への影響を回避

新型コロナウイルス対応で特に苦労された点は。

弊社工場の操業停止は生乳廃棄に直結してしまいます。したがって、工場内で感染者を出さないこと、万一出ても濃厚接触者を極力減らし、影響を最小限に食い止める対策が必要です。

そこで3月以降は、余乳処理の人員と他のラインの人員の接触機会を減らしています。食事場所



筑波乳業株式会社 代表取締役社長

梅澤 弘 氏
うめざわ ひろし



WEBサイトの掲載はこちら



①中島靖勝専務取締役(右)と君山幸男・取締役乳品工場長は感染防止策の策定と運用でも大きな役割を果たした。②玉里工場の貯乳タンクは100トン8基と50トン2基。写真右端の1本は2000年代に増設した100トンタンク。③主力製品の業務用練乳や濃縮乳。

筑波乳業株式会社
(本社)〒315-0025 茨城県石岡市泉町6番1号
TEL 0299-24-2111
<http://www.tsukuba-milk.co.jp>

や更衣室、使うトイレまですべて分け、このテーブルでだれが何時に食事をしたといった行動履歴も記録して接触経路を辿れるようにしています。また、社員の工場への立ち入りを原則禁止、工場間での人の交流も最小限に抑制をしています。

感染対策の基本方針やマニュアルは用意されていたのですか。

今回の件を受けてすぐに、全役職員にむけた社内予防策および工場内での感染症対応マニュアルを作成して、社長権限で命令を出しました。緊急事態宣言解除後はお願いベースでの呼びかけになっていますが、社員もさまざまな制約下でストレスを感じながらも協力してくれています。もちろん、社員へお願いをするだけではなく、管理職にも感染症対策を徹底させています。私もその一環で、東京と茨城の往来にあたっては、車で移動しています。

リスクマネジメントにおけるトップの役割の重要性を感じます。

会社経営を維持・継続させていくためには、それが重要だと考えています。社会的信用を得るために必要なのは、リスクに対し、未然防止とその対処をどうマネジメントするかだと思います。こうした姿勢は感染症だけでなく、お

客さんから製品に関する指摘を受けたときのためにも必要です。

ただ、今回の対策はトップダウンで行いましたが、上意下達だけの組織はよくありません。私は社長就任後に約370名のほとんどの社員と面接をして、言いたいことがあれば何でも言ってほしいと伝えています。会社を信頼して定着してもらうためにも、お互いに隠しごことをしない関係づくりが大切だと考えています。

コロナ後も不変の経営姿勢

需給調整の要として信頼される企業へ

感染再拡大や新しい生活様式の定着なども踏まえた長期的な展望は。

弊社の業務用製品では、販売量が想定半分以上になったものもあります。消費の原動力だったインバウンドがほぼゼロ、外食・行楽需要等の大幅な減少、消費者の節約志向も高まるなど、需要の回復までには数年がかかるのではないかと言われています。

営業環境の厳しさはあるものの、確かなのは、生乳生産を陰で支える「黒子」としての弊社の役割は今後も変わらず、需給変動に対応した工場の稼働体制の構築、安定した品質の確保に努めていくこと、これらを念頭に置きつつ、愚直に正直に、やるべきことを粛々とやっています。



今回の取材も同社が定める感染防止策の範囲内で実施した。写真左は聞き手を務めた内橋政敏・Jミルク常務理事。

広域的な需給調整の担い手として、今後の酪農乳業のあり方に対する提言を。

乳牛資源の高騰や後継者問題などにより都府県の生産が漸減する一方で、北海道の一極集中が進んでいます。しかし消費地との関係からしても、北関東はある程度の生産力を維持する必要があると思います。

私は弊社にくる前は、商社で輸入食品原料を扱っていました。そこで鉄則とされていたのは、供給地は最低でも世界の3か所に分散することでした。自然災害の多発する日本だからこそ、リスクの分散が肝要であり、一極集中を見直すべき時期がきているのではないかと考えています。

Jミルクでも、全国的にバランスの取れた生乳生産基盤の維持を提言しています。御社のような生産基盤を支える役割も含めた議論が今後必要だと考えています。本日はありがとうございました。

「ニューノーマル時代」の 持続可能な酪農の姿とは

人とコミュニティと多角的に結びつき
地域経済の中で役割を果たす経営へ

新型コロナウイルスの感染拡大に伴う大規模な休業・休校措置は、酪農乳業界にも大きな影響を与えています。新しい生活様式への移行が進むいま、今後の事業環境の変化や新たな経営課題を見据えておくことが大切です。竹下広宣氏と清水池義治氏を迎えた座談会で、「ニューノーマル(新常态)」に対応した持続可能な酪農経営のあり方を議論しました。(進行 前田浩史・Jミルク専務理事)

多元化が求められる 需給調整の「緩衝域」

前田浩史(以下、前田) 本日は先生方のご専門の分野も含めて、「サプライチェーン」と「地域システムとしての酪農」という視点で、ニューノーマルに対応する酪農乳業のあり方を探ってみたいと思います。まずサプライチェーンについてです。学校給食や業務用需要の急減で生乳の需給調整は混乱しましたが、各地の指定団体やメーカーの努力、政府財源による牛乳無償提供な

どの対応もあり、幸いにも生乳の大量廃棄という事態は免れています。一方で地域のサプライチェーンに目を向けると、学乳の比率が高い小規模メーカーや、6次産業化に取り組んできた酪農家が観光客の減少で打撃を受けている実態があります。サプライチェーンの持続可能性と強靱性の確保のために、今後どんな取り組みが必要でしょうか。

清水池義治氏(以下、清水池) 需給調整には一定のバッファ(緩衝域)が必要です。日本のミルクサプ

ライチェーンでは特定の乳業メーカーの脱脂粉乳やバターの製造量がバッファを担っていますが、そこに頼りきるといった構造的な問題点が新型コロナウイルスで浮き彫りになりました。より多角的に需給調整が働くようにしないと、機能を維持していくのは難しいと思います。

メーカー以外で行えそうな需給調整には以下の二つの方法があります。一つは酪農家自身による自由参加型の生産調整で、配合飼料の量を変えて乳量を減らします。準備と調整後の回復に数週間かかりますし、減収分の補償もセットにした運用が前提ですが、一部の酪農家はこの方法で数%程度の調整ができるそうです。

二つめは、アメリカのフードスタンプのような制度の活用です。アメリカでは貧困対策として政府が農産物を買って上げていますが、日本では緊急事態に限定した制度として、政府財源や業界で積み立てた基金などを活用して乳製品を買い上げ、配布するしくみが考えられるでしょう。

地域の中小メーカーにとっては、牛乳の買い支え運動や地元スーパーの販売協力といった支援活動は大きかったです。普段から地元消費者や小売店との関係を築いてきたからこそ緊急時に支えても



清水池 義治(しみずいけ よしはる)氏
北海道大学大学院
農学研究院農業経済学分野 講師

2009年北海道大学大学院農学院博士後期課程修了、博士(農学)。2006年雪印乳業(株)酪農総合研究所、2009年名寄市立大学保健福祉学部講師、2015年同准教授、2016年より現職。主著に『増補版:生乳流通と乳業』デーリマン社。



竹下 広宣(たけした ひろのぶ)氏
名古屋大学大学院
生命農学研究科 准教授

1994年京都大学農学部卒、2004年京都大学大学院農学研究科博士課程修了、博士(農学)。日本大学生物資源科学部准教授、フィレンツェ大学客員研究員などを経て2016年4月より現職。乳の学術連合 乳の社会文化ネットワーク会員(国際担当)。



座談会はリモート形式で実施。ミルクサプライチェーンの持続可能性から、新常态を踏まえた地域農業のあり方まで、竹下氏、清水池氏から多くの提言があった。

らえたという点で、中小メーカーが今後生き残る道が明確になったとも言えます。

緊急事態に対応できる セーフティネットを

前田 ご指摘の通り、大手メーカ

ー中心の脱脂粉乳・バターなどの加工処理だけに依存する需給調整は今非常に厳しかったです。Jミルクの試算では、国内の脱粉・バターなどの乳製品加工の生乳処理能力は月間約18万トンです。大幅に増やすのは困難ですから、需給調整手段の多元化は不可欠でしょう。

サプライチェーンの各主体の役割も再定義が必要に

フードスタンプはその手段の一つです。経済的に困窮した人々に食を届ける社会的なシステムとしての機能と、緊急的な需給調整にそれを上手に使わせてもらうという二つの側面から検討する必要があると思います。

竹下広宣氏(以下、竹下) フード

スタンプ制度を整備して需給調整機能を果たすように備えておくことが、その他のバッファアーにも影響を与えそうです。今回の無償提供なども対応がやや遅いと感じます。

清水池 当初は消費者側の自発

的な運動に任せるところがありましたからね。しかし乳業界や政府はそれに頼るべきでなく、やはりセーフティネットとして機能する制度が必要だと思っています。

竹下 どこが先頭に立って取り

まとめて、どういう条件で発動するのか。ルール整備を事前しておくかないと、危機に際して俊敏性を発揮できません。Jミルクの「提言」にもある強靱性という概念には、弾力性(主に価格に対する対応力)と俊敏性という二つの軸があります。無償提供のような取り組みでは俊敏性が特に重要です。(※「提言」冊子のダウンロードは下のQRコードから)

前田 日本ではフードバンクや

子ども食堂が経済的な市場として

捉えられておらず、サプライチェーンにも位置づけられていません。また、1か所の必要量が非常に少なく、通常の物流が機能しにくいという課題もあります。アメリカはメーカーが配布拠点を設けて、食料を必要とする消費者や団体が受け取りにくい方式です。日本では、例えば牛乳販売店を組み込むなど独自のシステムづくりも必要でしょう。

清水池 その意味でも、日本版フードスタンプはJミルクが音頭を取って整備すべき制度だと私は思っています。生産者とメーカー、販売店が参画する団体だからこそできる制度提案を期待しています。

「酪農がある意味」を 地域の人々に伝える

前田 サプライチェーンにおける指定団体の役割はどう評価されますか。今回は指定団体が需給調整のハブ機能を担うことで、俊敏性という点では有効に機能したと思うのですが。

竹下 日本がアメリカやイギリ

「提言」冊子版
ダウンロードは
こちら





したが、近年になってサプライチェーンの安定維持という機能が非常に重要になっています。以前から担ってきた役割が、自然災害や新型コロナウイルスへの対応を迫られる中で再評価されています。

前田 指定団体も含めたサプライチェーンの各プレイヤーの役割を、従来の延長線上ではなく新しい社会環境の中で整理して、弾力性、俊敏性、多源性といった視点で課題を議論していくことが重要ですね。

当然そこにはグローバルサプライチェーンという観点が不可欠です。国内でミルクの需給調整をある程度できるようにしてリスクを軽減するためには、需給調整にどれくらいかかるといえるのかといった点は大きな議論になると思います。

そのような生乳廃棄に至らず、農家所得への影響も抑えられたのは、指定団体の存在が大きいです。複数の売り先を持ち、自ら需給調整できるのが指定団体の魅力ですから、グローバル化を前提としたマーケットの競争性を確保しつつ、緊急時の管理機能を強化していくことが必要です。

清水池 指定団体制度は元々、酪農経営の安定や価格交渉力の強化、需給調整などを目的につくられました。次に地域システムとしての酪農についてです。コロナ後の社会では、デジタルトランスフォーメーションにも対応しながら、自律分散型、地域循環型の経済システムをどうつくっていくかが課題になりそ

うです。地域コミュニティを支える酪農の役割を、雇用を含めた地域経済への貢献と、外部効果の二つの視点で論じたいと思います。

竹下 高知県で地域密着の山地酪農を実践する牧場に聞いたところ、ジェラート店の休業などで売り上げは減少したものの、客足はすでに戻り、10月に再開を見込む酪農教育ファームにも地元の学校などから多くの申し込みが入っているそうです。

冒頭で清水池先生も指摘されたように、日ごろから地域社会とつながっていたことが、「そこに酪農がある意味」をつくり出しています。この事例では、酪農は地域の人々にとって命の教育の場であり、また牛を見ることによる保健養育的な外部効果も発揮していると言えます。

外部効果としてもう一つ考えるべきは、日本の食料自給率です。現在は潜在的な生産力で示していますが、実際の自給率としてどれくらいの数値を設定するのか。自給率を上げることを目指す場合は、耕作放棄地をいかに減らすかという観点から、地域の循環型農業を支える酪農の役割はより大きくなるでしょう。今後の国の食料政策の方向性によって、この外部効果の位置づけは変わってくると思います。

地域の多様な人々が みんな支える農業へ

清水池 道内では6次化などで観光客対象の高付加価値化を選択した酪農家は大きな打撃を受けています。一方で、十勝の酪農家がつくったある乳業メーカーは10年以上前に売り先を近隣の保育園や病院、介護福祉施設などに変更しました。このように、地元の商品を供給するという視点で販路を整備してきたメーカーは比較的軽微な影響で済んでいます。

経営という点で高付加価値化は間違いではないのですが、地域との関係性の違いが結果として大きな差を生んでいますね。

前田 需給調整もそうですが、乳業メーカーと地域のつながりも、多元的な関係をつくってリスクを分散するという視点が必要でしょうか。

竹下 現実問題としてインバウンドの早期回復は難しいですから、国内需要、それも全国レベルでなくローカルな需要に向かわざるを得ないでしょう。地域のコミュニティや消費者と新たな結びつきをつくり、地域経済の中で役割を果たしていくことが、酪農のニューノーマルの一つになるのではないのでしょうか。

清水池 ニューノーマルに関し
ては、テレワークの普及で居住地の
選択肢が広がり、農村への移住増も
予想されます。

北海道大樹町では、若手芸術家に
アトリエを提供して、創作活動に取
り組みながら、朝夕に牧場で搾乳作
業に従事するダブルワークを支援
しています。この事例を調べてみ
て、本業以外でも酪農や農業に関わ
れる人、関わりたいと考えている人
は、案外多いのではないかと思います。

これからの地域農業は専業者だ
けで行うものではなく、地域の住民
全体で、さまざまなスタンスの担い
手によって支えていくという考え方
も必要ではないでしょうか。農業者
中心の地域にこそ、そうした発想の
転換が求められていると感じます。

生産と消費の両面から 持続可能性を考える

前田 「コロナ疎開」で移り住む
人々も地域コミュニティの一員と
して迎え入れ、酪農の労働力として
活用するしくみが必要ですね。移住
を検討中の人たちの背中を押すよ
うな魅力的なプランを、農村側から
提示することも大切だと思います。
では、議論のまとめとして一言ずつ

お願いします。

清水池 私がいま関心を持って
いるのは、酪農の経営形態と農村社
会の関係です。欧米の農業社会学で
は1960年代から、ゴールドシュ
ミット仮説に関する論争がありま
す。企業型経営中心より家族経営中
心の農村のほうが、多様性、経済的
活力、持続可能性が高いと
いう説です。

近年は北海道でも農村
の性格に変化が見られる
ため、研究の重要な観点だ
と感じています。コロナ後
に起こる農村社会の変化
が、持続可能な農業と社会
づくりにつながる意味をも
たらすのかについても、注
意深く見ていく必要があ
ります。

竹下 酪農の持続可能
性という課題は、生産供給
サイドと消費サイドの両
面から考えることが重要
です。

今回、学校給食の中止で
家庭内消費が増えたのは
確かですが、飲用消費は期
待したほど伸びなかった
と私は見えています。食品に
は栄養、味、免疫力などの
機能性という三つの機能

がありますが、地域の消費者に対す
る一次機能(栄養)の訴求がまだ不十
分なのではないでしょうか。

「学校で飲めない分、家庭で飲ま
せなければ」と親御さんが考えるく
らいまで認知を高める必要があり
ますし、そうした取り組みによる消
費の変化を的確に捉えることが、サ

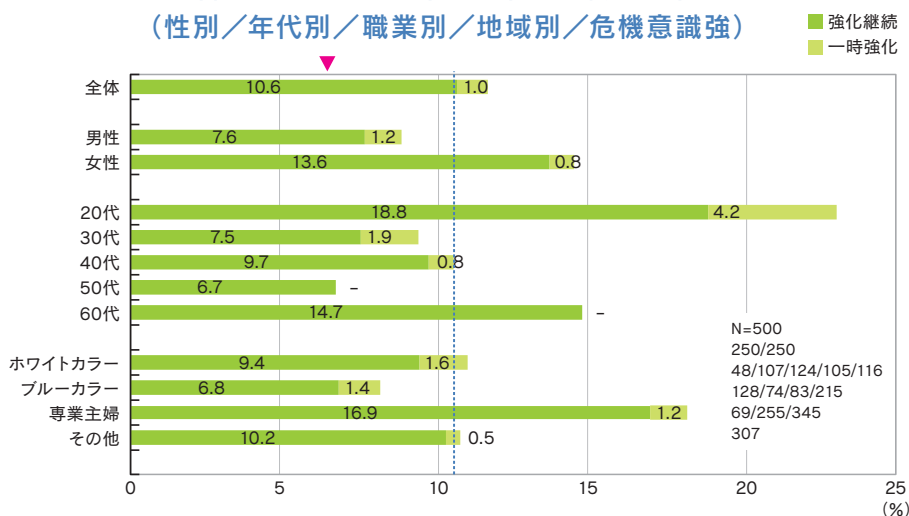
プライチェーンの維持にとっても
重要だと思っています。

前田 Jミルクが行った食生活
動向緊急調査からも需要構造の変
化が読み取れます(*図表参照)。健康
への不安を背景に、若い女性など今
まで牛乳を飲んでいなかった層が
飲むようになっていきます。まとめ買
い需要でスーパーの販売
量が伸びた一方、コンビ
ニはさほど変わらないと
いうデータもあります。

こうして需要構造が変
化するとチャネルが変化
し、それに伴って商品構
成が変化し、サプライチ
ェーンも変化していきま
す。まさにご指摘の通り、
生産側と消費側の両面の
変化をしっかりと分析する
ことが大切だと感じてい
ます。

今回議論した内容も踏
まえた、先生方の今後の
ご研究にも期待していま
す。本日はありがとうございます。
ございました。

新型コロナによる牛乳の利用意識の強化
(性別/年代別/職業別/地域別/危機意識強)



牛乳の利用意識の強化は、男性より女性、年齢別では20代と高齢者、また専業主婦において顕著。
いずれも継続的な利用強化が中心で、需要構造への長期の影響も見込まれる。

座談会の議事録は
こちら



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

Jミルクの公式SNSで5月から6月の牛乳月間最終日まで行った「#ミルクのバトンリレー2020」。ミルクサプライチェーンの関係者がつながり、お互いに感謝の気持ちを伝え合うとともに、消費者に対する牛乳消費支援のお礼を伝える機会となりました。



JA宮崎経済連、宮崎県牛乳普及協会(宮崎県)



よつ葉乳業株式会社(北海道・札幌市)



吉田牧場 吉田裕美さん(鳥取県)



株式会社山岸牧場(北海道・士幌町)



協同乳業株式会社(東京都)



大山乳業農業協同組合(鳥取県)



森乳業株式会社(埼玉県)



全国農業協同組合連合会 酪農部(東京都)



大分県酪農農業協同組合(大分県)



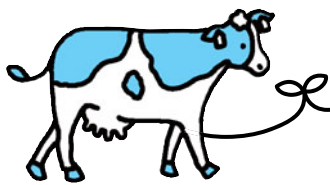
谷牧場 谷博之さん(北海道・八雲町)



農林水産省 生産局畜産部 牛乳乳製品課(東京都)

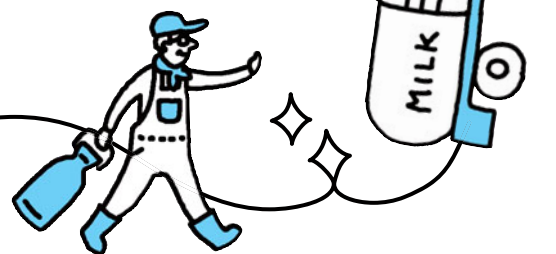


北海道乳業株式会社(北海道・函館市)

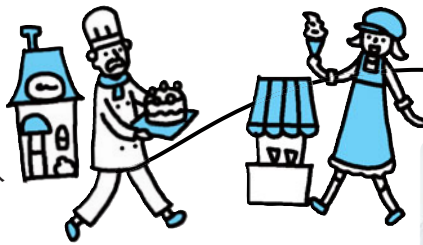


紙面でご紹介したのは、全国から届いたメッセージのごく一部です。公式FacebookとInstagramではすべての投稿をご覧いただけます。ご参加いただいた皆様に改めて感謝申し上げます。

公式Facebook



#私のミルク餅



子どものおやつやイェナカ生活の気分
転換にアレンジが楽しめる“ミルク餅”。

「#私のミルク餅」企画では全国から届いたオリジナル
レシピをリレー形式で紹介しました。みんなのレシピ
はFacebookやInstagramで公開しています。

[公式Instagram](#)



01 まるごとジャムのミルク餅
小山 浩子さん(東京都)



02 真っ赤なミルク餅♪
登坂 ゆいさん(北海道)



03 みそのミルク餅
ホリ乳業さん(石川県)



04 抹茶ミルクもち
猪股 聖士さん(福岡県)



05 杏仁風ミルク餅〜生姜シロップ添え〜
宮崎 早花さん(北海道)



06 ビリッとスパイシーなカレーミルク餅
荒木 真美さん(北海道)



07 もちもち抹茶ミルク餅
船木 伸城さん(北海道)



08 キティちゃんコラボミルク餅
小山 浩子さん(東京都)



09 りんごのミルク餅
石野 久子さん(千葉県)



10 ごまdeミルク餅
山下 敏子さん(鳥取県)



11 ホワイトチョコ入り☆紅茶ミルク餅
工藤 康子さん(北海道)



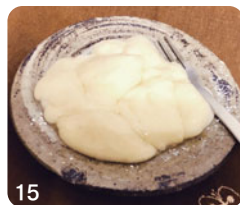
12 ミルク餅いちごヨーグルトかけ
天野 佳代さん(北海道)



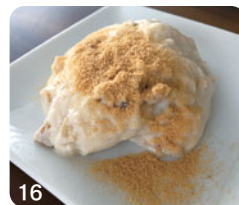
13 杏仁ミルク餅〜マンゴーソース〜
櫻井 美幸さん(石川県)



14 ミルク餅アフォガート
伊藤 菜穂子さん(北海道)



15 バターミルク餅
土田 由希子さん(東京都)



16 くるミルク餅
鈴木 玲子さん(北海道)



17 バナナdeココアパフェ風ミルク餅
溝口 朋代さん(奈良県)



18 井村屋小豆パー風 ミルク餅
榎田 真奈さん(石川県)



19 ティラミス風ミルク餅
皆川 好太郎さん(北海道)



20 みたらしミルク餅
志村 絆奈乃さん(長野県)



21 桃のミルク餅
矢島 優香さん(長野県)



22 とろーりほうじ茶餅
奥山 ちひろさん(北海道)



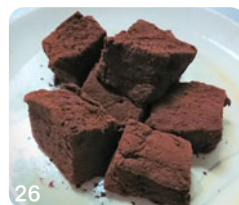
23 ミルク餅コーヒー寒天添え
堀内 智恵さん(長野県)



24 モックウバラ色のカスタードミルクもち
中村 早苗さん(石川県)



25 丸ごとバナナのcaféミルク餅
久保 香苗さん(北海道)



26 簡単☆チョコミルク餅
高金 里沙さん(北海道)



27 白玉だんご風ミルク餅 フルーツ添え
青木 孝美さん(長野県)



28 きな粉牛乳餅
征矢 フサ子さん(長野県)



29 かぼちゃのおだんす
有賀 くら子さん(長野県)



30 みたらしミルク餅
金澤 遥さん(北海道)



31 パッションフルーツのみるく餅
安里 美紗さん(北海道)



32 Wチョコ☆アイスのミルク餅
奥平 咲藍さん(千葉県)

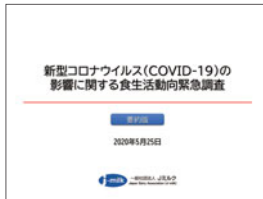
新型コロナ関連の各種コンテンツを発信

新型コロナウイルス感染拡大による学校の臨時休校や外出自粛、在宅時間増加などの「新しい生活様式」によって生じる、国民の暮らしと健康や栄養面などの課題解決に貢献するため、食生活動向緊急調査や牛乳乳製品に関わるさまざまな情報を、WebサイトやSNSを通して発信しています。

調査報告

新型コロナウイルスの影響に関する食生活動向緊急調査

コロナ禍が、食生活に与えている影響や牛乳乳製品の消費行動変化を把握するため、消費者を対象に調査を実施しました(4月17~19日)。さらに、宣言緩和後の食生活の変化についても、8月上旬頃に追加調査を実施し、「新しい生活様式」に対応するための情報発信に役立てていく予定です。



“簡単・おいしい・栄養良好” コンビニミルクめし

「レンジ調理/パスタを牛乳でゆでる/混ぜるだけ」など、思わず作ってみたいくなる、人に話したくなるようなアイデア料理。コンビニでも手に入る食材で手間をかけずに作れる「内食」の強い味方です。



ミルクレシピ

食と健康に関するコラム

免疫を高めるシリーズ

そもそも免疫力って何?新型コロナウイルスの感染予防や重症化を防ぐために、免疫力を高める食生活や生活習慣について紹介します。

外出自粛による肥満にご注意を!

外出自粛による運動不足やストレスで、脂肪の蓄えは進んだが、筋肉は減ってしまった、そんな「コロナ太り」を解消する方法は?

新型コロナ、“マスク熱中症”にご用心!

ニューノーマル(新常态)な生活様式に欠かせないマスク着用。しかし、暑い夏の訪れとともに忍び寄る「マスク熱中症」の危険。その対策は?



牛乳乳製品健康科学会議
乳の学術連合
高齢者の栄養と健康
駒沢女子大学 教授 西村 一弘 氏

高齢者と一緒に住まいの家族が在宅生活で気をつけたいポイントについて、医療と介護施設の現場で栄養指導に従事されている西村一弘先生にお聞きしました。



乳の社会文化ネットワーク
乳の学術連合
**世界の乳文化を
おいしく楽しむ**
帯広畜産大学 教授 平田 昌弘 氏

家庭でできるミルク料理レシピへのアクセスが急増しました。乳文化が日本よりも何千年も昔から根付き、発展してきた西アジアや周辺地域のミルク料理やスイーツをご紹介します。簡単にできるアレンジレシピも掲載しています。



牛乳食育研究会
乳の学術連合
学校給食なしの子どもの食・栄養問題と対応
帝京平成大学健康メディカル学部 教授 児玉 浩子 氏
学校が休校となり、外出自粛も求められ、生活の大部分を在宅で過ごした子どもたち。家庭における子どもの食生活において気をつけたいことを分かりやすくまとめていただきました。

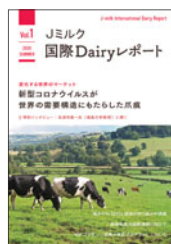
家庭で食育実践!親子で学ぶ
武庫川女子大学 准教授 藤本 勇二 氏

コロナ禍では、学校と家庭が連携して子どもの食育を推進していくための工夫が必要です。学校の食育活動を家庭で楽しみながら実践できる学習アイデアをお寄せいただきました。

国際関連情報

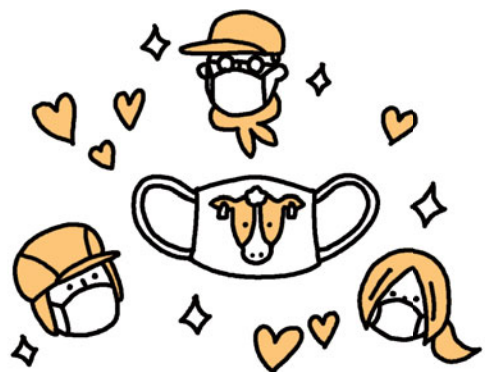
国際Dairyレポート

世界の酪農乳業界を巡る動向や直面する課題、牛乳乳製品に関わるマーケットのトレンドなどをまとめた情報誌を創刊しました(年4回発行)。日本の酪農乳業界が連携している国際組織IFCN、GDP、IDFなどが行う活動や調査研究の成果なども随時紹介していきます。冊子はダウンロードできます。



国際酪農乳業情報 (J-MILK INTELLIGENCE)

国際情報をより早くタイムリーにWEBサイトとFacebookでお届けします。(月2~3回)



夏を楽しむお手軽レシピ



レシピ考案：
小山 浩子 先生
(料理家・管理栄養士)

このレシピは、
暑い夏におすすめ。
ホエイとポン酢を
分量通り混ぜるだ
けで、減塩でも味

がしっかりします。オクラはグリルで焼いても。同様の作り方で、プチトマト、かぼちゃ、ピーマンでも夏にぴったりの一品に。おろし生姜を添えるのもおすすめです。

ホエイを使った

オクラの焼き浸し



1人分 36kcal 塩分0.3g

【材料 2人分】

オクラ 6本
サラダ油 小さじ1

A [ホエイ 大さじ2
ポン酢しょうゆ 小さじ1
削り節 適量

【作り方】

- 1 オクラは縦半分切る。
- 2 フライパンにサラダ油を熱して1の表面を焼き、Aを加えて火を止める。
- 3 器に盛り、削り節をかける。

ホエイ(乳清)の作り方はこちら



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! ➡

乳和食

検索

調理動画も
あるよ!



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

お知らせ

会議等の開催形式について

Jミルクが主催する専門部会、委員会等の各種会議につきまして、原則としてオンライン形式でGoogle(グーグル)社のシステム“Google meet”を使用させていただきます。その他ブロック会議やセミナー等につきましては、Webサイト、SNS等で別途ご案内いたします。

お問い合わせ：総務グループ info@j-milk.jp

編集後記

このたびの梅雨前線による7月の豪雨被害に遭われた皆様へ心よりお見舞い申し上げます。コロナ禍が続く中で新たなコミュニケーション手法が必要となっております。「#ミルクのバトンリレー」でいただいたメッセージの中に、「この誇るべきサプライチェーンを見つめる機会に」というお言葉がありました。度重なる難局を業界全体で乗り越えていく中で、多くの関係者が互いに感謝の気持ちと誇りを持って、「一緒に負けずに頑張ろう」と思い合える一助になりたいと思っています。

FACTBOOK

「よくわかる!乳糖不耐」

牛乳は飲みたいけれど、飲むとお腹がゴロゴロして…。その原因の一つが「乳糖不耐」。JミルクのWebサイトへのアクセスも年間を通じて多いテーマです。しかし最新の研究では、乳糖が原因という思い込みによる誤解や、症状を解消できる方法があることがわかってきました。日本人の半数が経験するとされる、「牛乳でお腹ゴロゴロ」の原因と対処法を、わかりやすく解説します。





2 ミルクバリューチェーン

特集1: 中央製乳株式会社(愛知県豊橋市)

需給調整能力を活かして愛知のミルクを支える

川澄 宏匡 氏(中央製乳株式会社 代表取締役社長)

特集2: 有限会社戸田乳業(埼玉県秩父郡)

積極的な多角化を進め地域で生き抜く力を磨く

戸田 喜裕 氏(有限会社戸田乳業 代表取締役社長)

特集3: 筑波乳業株式会社(茨城県石岡市)

生産基盤を全力で支える東日本の需給調整の要

梅澤 弘 氏(筑波乳業株式会社 代表取締役社長)

8 座談会

「ニューノーマル時代」の持続可能な酪農の姿とは

竹下 広宣 氏(名古屋大学大学院 生命農学研究科 准教授)

×

清水池 義治 氏(北海道大学大学院 農学研究院農業経済学分野 講師)

×

前田 浩史(Jミルク専務理事)

12 牛乳月間2020・Wリレー

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

#私のミルク餅

14 コンテンツ紹介

新型コロナ関連の各種コンテンツを発信

■ 調査報告

新型コロナウイルスの影響に関する食生活動向緊急調査

■ ミルクレシピ

“簡単・おいしい・栄養良好”コンビニミルクめし

■ 食と健康に関するコラム

新型コロナ、“マスク熱中症”にご用心! ほか

■ 乳の学術連合から

高齢者の栄養と健康 ほか

■ 国際関連情報

国際Dairyレポート ほか

15 乳和食(New-Washoku)

夏を楽しむお手軽レシピ

■ ホエイを使った「オクラの焼き浸し」

その他

■ FACTBOOK「よくわかる!乳糖不耐」

■ お知らせ

■ 編集後記



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

J-MILK REPORT Vol.37 SUMMER 2020 | 発行日/2020年7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