



J-MILK REPORT

vol-35

2020. WINTER

海外情報をもっと身近に。

- 02 特集
海外情報をもっと身近に
1. 注目したい2つのキーワード
「アニマルウェルフェア」と「乳房炎」
2. 国際酪農乳業組織への参画がもたらすメリットとは
3. 進化し続けたい「酪農乳業の国際比較研究会」
4. IDF ニュース
- 06 ミルクバリューチェーン
地域社会に根ざした経営が、愛され続けるブランドを育てる
有限会社古山乳業 代表取締役社長 古山 信介 氏
- 08 思いをひとつに
北海道酪農の次の担い手を、“乳業者×地域”の力で育てたい
よつ葉乳業株式会社 酪農部「若手酪農生産者研修事業」
- 10 乳和食
“おいしい減塩食”普及への新たなアプローチ
- 11 牛乳ヒーロー&ヒロイン
子どもたちの考えた新しい牛乳キャラクター誕生！
- 12 食育コミュニケーション
「食品ロス」の削減へ、酪農乳業界にできること
食育・コミュニケーション委員会 委員 井出 留美 氏
- 13 牛乳食育研修会
学校現場での牛乳の多様な価値を活用した食育実践に
- 14 明治150年事業
酪農乳業史デジタルアーカイブ
近代日本における酪農乳業の展開と発展について
- 15 基盤強化
酪農乳業産業基盤強化特別対策事業の進捗状況

海外情報をもっと身近に。

酪農乳業関連の国際組織との連携や会議への参加を通じて、海外情報を効果的に収集し、国内関係者に共有できる体制を整えていきます。いま世界ではどんな課題が議論されているのか、海外の酪農乳業情報に精通する専門家の皆様にお話を伺いました。



01 注目したい2つのキーワード

日本も対応を求められる「アニマルウェルフェア」と「乳房炎」

近年の酪農乳業の国際会議では、アニマルウェルフェアと乳房炎対策が主要テーマとして議論される機会が増えています。近藤誠司氏(JIDF酪農専門部会長)と菊佳男氏(JIDF酪農専門部会委員)に、海外の最新動向と国内の現状・課題をお聞きしました。

アニマルウェルフェアの基本は「5つの自由」

一近藤先生はIDFが発刊したアニマルウェルフェアに関するガイドの翻訳にも関わられています。このガイドにも取り入れられているOIE指針の考え方の基本的な視点をご説明ください。

近藤氏：アニマルウェルフェアの基本的な視点として世界で広く認められているのは、国際獣疫事務局(OIE)の指針が示す「5つの自由」(①飢え、渇き及び栄養不良からの自由、②恐怖及び苦悩からの自由、③物理的及び熱の不快感からの自由、④苦痛、傷害及び疾病からの自由、⑤通常の行動様式を発現する自由)です。国内でも2007年頃から、農林水産省、畜産技術協会、馬事協会などを中心に、畜種ごとの「アニマルウェルフェアの考え方に対応した飼養管理指針」を策定し、改訂を重ねながら普及に努めています。

海外では飼養管理以外にも、家畜の輸送や農場内での殺処分に関する厳しい指針もつくられています。私はアニマルウェルフェアに関して講演する際には冒頭で、「動物を飼うことはタブーではなく、飼い方が問題なのです」と話しますが、ラディカルな動物愛護思想とは違って、畜産アニマルウェルフェアは産業動物としての飼育は認めているのです。



こんどう せいじ
近藤 誠司 氏

JIDF酪農専門部会会長
北海道大学 名誉教授
北海道大学総合博物館 資料部 研究員

1975年北海道大学農学部畜産学科卒、1977年北海道大学大学院農学研究科修士修了。1986年農学博士(北海道大学)。北海道大学農学部助手、同助教授等を経て、2002年北海道大学大学院農学研究科教授。2015年より現職。

飼養環境の整備は酪農経営の改善にも効果的

一日本の酪農乳業界がアニマルウェルフェアに対応していく上での課題は？

近藤氏：地域差はあるものの、理解と対応は少しずつ進んでいる印象です。前述の「5つの自由」の①～④は、従来からある“カウコンフォート”に近い内容で、ガイドラインに従って適切に飼養すれば牛の状態が良くなり、乳量が上がります。農家も経済的に良くなるのは世界中同じです。きちんと飼うことが基本であり、それが国際的にも求められていることがわかれば、日本の農家にももっと浸透していくと考えています。

⑤に関しては、いくつかの課題があります。まず、動物が通常の行動を発現するには人間がかなり譲歩する必要があるため、農家の経済的利益とウェルフェアの度合いが相反する可能性があること。その場合は欧州で見られるように、消費者が求めるウェルフェアのレベルに応じて、相応の負担をしてもらう動きが国内でも広がるかもしれません。

もうひとつは「通常の行動様式」の捉え方の違いです。日本人は基本的に、動物は自然のなかでこそ幸せになる、“野に帰る”ことが行動的には一番いいと考えます。対照的に、人が飼っている環境下でも通常の行動はあるとするのがヨーロッパ風の考え方で、この違いは日本人にはやや馴染みにくいと思います。

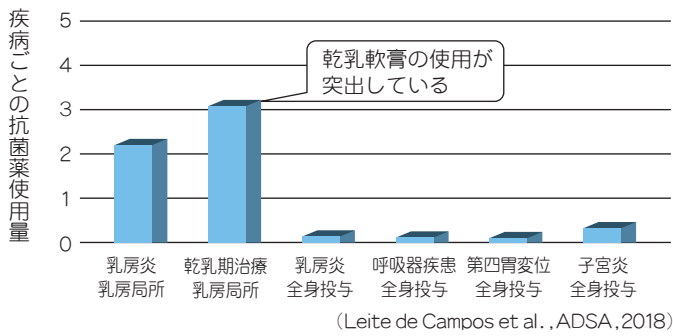
抗生物質の使用削減で期待される「選択的乾乳」

一アニマルウェルフェアに加えてSDGs※への貢献としても、乳牛の乳房炎対策が注目されていますが、海外の動向はどうでしょうか。

菊氏：日本と海外では乾乳期の乳房炎対策が大きく異なります。国内では全頭全乳房に乾乳軟膏を使う乾乳方法が主流ですが、海外では牛や乳房を選んで抗生物質を使う“選択的乾乳”が普及しつつあります。

薬剤耐性菌への懸念から、抗生物質の使用減は世界的な流れになっています。乾乳時の乳房炎の発症が1～2割程度

乳用牛における抗菌薬使用量の比較（海外で行われた調査結果）



と仮定すると、全頭全乳房に抗生物質を使うことが妥当かという視点から、選択的乾乳が広がっているのです。

選択的乾乳は、結果的に薬の使用量が減り、乾乳期間中や分娩後の乳房炎の発生は増えていないという報告が多くみられます。IDF国際乳房炎会議2019(コペンハーゲン)では、ノルウェーの研究者がIDF加盟国内でアンケート調査した結果、約74%の国々で選択的乾乳を実施していることを紹介していました。

また、オランダのように、国がガイドラインを整備して普及を図っている事例もあります。

一国内の乳房炎対策の現状は？

菊氏：農済に加入している北海道のある地域の計14万頭のデータを調査したところ、乾乳軟膏を使っている農家は9割で、1割ほどは使っていません。意外なことに分娩後乳房炎の発症率を見ると、実は乾乳軟膏を使っていない農家のほうが低い結果となりました。

これは乾乳軟膏の有効性を否定するものではなく、乳房炎が少ない農家は、アニマルウェルフェアへの対応や衛生管理など何らかの効果的な工夫をしていると考えられます。

今後は日本の酪農に適した乾乳の手法を確立したい

近藤氏：実際に、牛が健康的な環境で飼養され、原因となる常在菌もない農場では、乳房炎はほとんど出ないものです。日本では一般的に、次の分娩の2か月前をめどに一発乾乳を行います。まだ乳が十分に出る状態で乾乳することが、乳房炎と関連している可能性はあります。

国内で一発乾乳が普及し始めた1970年代には、平均乳量6,000kgで有能な農家とされましたが、いまは例えば十勝の農家の平均乳量は1万kgを超えています。乾乳前の乳量も増えていて、かつては10kg前後だったのが、いまは40kg近く出ますから。

菊氏：そうですね。この数十年で牛の能力が大きく変わっているのです。それに対応して乾乳の仕方や抗生物質の使い方も変える必要があると思います。

私たち農研機構の研究グループでは、牛の鼻から注入する粘膜ワクチンを開発しているほか、抗生物質ではなく免疫機能を高めるたんぱく質を乳房に入れて治療する方法や、核磁気共鳴装置(NMR)を使用した乳房炎の早期診断技術の研究(理化学研究所との共同研究)も進めています。

NMRによる早期診断は、2019年の農業技術10大ニュース(農水省)に選ばれ、第24回日本乳房炎研究会でも高居百合子学術賞を受賞しています。

一研究者としての今後の取り組みについては？

菊氏：日本でも選択的乾乳の普及が見込まれるので、しっかり調査してエビデンスを取り、国際会議の場でも日本の現状を報告していきたいと思っています。選択的乾乳は、いわば「きちんと牛を見て乾乳する」ということです。従来やり方にひと手間を加えることで対応は可能です。日本の農家に適した手法を確立できるよう、技術面の研究開発にも引き続き取り組んでいきます。

近藤氏：抗生物質の食品混入は世界的な問題です。耐性菌の人への感染リスクに対する懸念が高まれば、日本の農家も対応を取らざるを得ないでしょう。私たち研究者も海外の動向をいち早く伝えていく必要があります。

一方でアニマルウェルフェアに関しては、日本からも積極的に情報を発信し、これはおかしいという点は国際会議の場できちんと主張していくことが重要だと考えています。

Keyword

アニマルウェルフェア

国際獣疫事務局(OIE)の勧告では、「動物が生活及び死亡する環境と関連する動物の身体的及び心理的状态をいう」と定義している。家畜の快適性に配慮した飼養管理は、安全な牛乳製品や畜産物の生産性向上にもつながる。畜産物の輸出拡大や東京2020オリンピックへの対応でも重要性が高まっており、国も各種指針を策定して普及を図っている。

乳房炎

牛の乳房に病原性微生物が侵入することで発症する病気。原因菌は多様で、黄色ブドウ球菌や無乳性連鎖球菌は、搾乳器具や搾乳者の手指を介して複数の牛に感染する。環境性連鎖球菌や一部の大腸菌群など、牛舎の敷料や牛の糞に存在する菌が感染源になる場合も。乳房炎が発症すると乳量や乳質が低下し、酪農家に大きな経済的損失を与える。

※SDGsとは、2001年に策定されたミレニアム開発目標(MDGs)の後継として、2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にて記載された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標です。

きく よしお 菊 佳男 氏

JIDF酪農専門部会委員
国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構 動物衛生研究部門 病態研究領域 寒地酪農衛生ユニット 上級研究員

1999年酪農学園大学卒、2003年同大学獣医学研究科獣医学専攻修了。獣医学博士。同年(財)日本生物科学研究所研究員、2005年(独法)農業・食品産業技術総合研究機構動物衛生研究所研究員、同主任研究員を経て、2016年より現職。



02 世界の酪農乳業の今を知り、日本の知恵を発信する 国際酪農乳業組織への参画がもたらすメリットとは



今年度よりIDF^{注1}国内委員会(JIDF)とJミルクの国際部門が統合しました。日本の酪農乳業関係者が国際会議に参画する意義や、IDFやGDP^{注2}で各国が議論している課題について、JIDF専門部会代表の小出薫氏にお聞きしました。

日本の生産者と共に世界へ

—日本の酪農乳業関係者が国際会議に参画する意義は？

小出氏：いま国連とその関係機関を中心に、今後の世界における「在るべき食事とそれを供給する仕組み作り」に関する活発な議論とルール作りが、SDGsの理念を共有しながら進められています。この大変重要な動きの中で、私達のミルクが正しく位置付けられることを目指して、IDFやGDPといった「ミルクの国際組織」が活動しています。幸い国連機関では、民間団体や事業者などと討論する機会を持っており、既にIDFやGDPは重要な地位を獲得しています。特にFAO(国連食糧農業機関)とは、乳とその生産活動がSDGsの幾つかに貢献するという前提での共同研究も成立しています。

但し、これら私達の組織の内部でもアニマルウェルフェアや乳の栄養価値といった重要なテーマについて、時として誤った認識が生まれることもあります。この時こそ、わが国の酪農乳業と栄養研究の固有の成果を背景に、国際社会のパートナーとして意見発信することも重要な参画です。

参画で得られるものは、人脈とインテリジェンス(情報)です。世界の酪農乳業者の生の声が聞け、統計データを越えた重要な状況変化を把握できます。そこから危険予知と必要なリスク管理の準備に繋がっていきます。日本は乳が常時不足していながら、乳による栄養を十分に届けることを事業者達がミッションと考える国です。それには国内だけでなく世界の乳の需給も、マーケットも、政策も予測可能である必要性があるのです。

—ワールドデイリーサミットのリーダーズフォーラムやIDF常設委員会等で議論されている主な課題は？

小出氏：前のご質問に対して酪農乳業団体の国連関係機関への取り組みに触れました。実際SDGsが採択される前にIDFサミットではFAOの代表者から内容に関する講演がありましたし、GDPとFAOはSDGsの幾つかのゴールと酪農乳業

の役割に関係する共同の報告書を作成し昨年未までに貧困の解消と地球環境問題について出版されています。

今重要なのは、足元を固めること。酪農乳業関係者が課題をよく理解し、エビデンスに基づいて消費者と社会に向けて酪農乳業のストーリーを語れなければなりません。重要領域は次の5つです。

①人が健康に育ち生きる上でミルクの栄養が(栄養素の豊富さだけでなく、身体の中で使われやすく機能する存在形態も含めて)持つ特別なベネフィットを科学的に確立する。②酪農乳業の社会的・経済的価値の定量評価により、酪農の存在が地域や人々の生活の向上に貢献していることを示す。③ミルクの属性に対し、身体に良いからという教育的な価値だけでなく、自分の生活、希望、理想との繋がりを求める新しい消費者像に対するコミュニケーションの開発。④セクターとして、酪農生産が実際に環境に及ぼす影響を定量的に掌握する。緩和への手段を講じて成果を示す。⑤2020年から加速する国際的なルール作りに参加し、交渉に臨む。

—Jミルクへ期待することについてお聞かせください。

小出氏：JIDFメンバーが集めて整理した情報について、国内の仲間たちと十分意見交換する場を作ること、そこに現場の酪農家が参加する機会を作ること、そこをまず支援して頂きたい。さらに酪農家がサミットに出席できる方策を講じてほしい。聴衆としてだけでなく講演者としても。

最後に1つ。国際会議から帰国して国内の会議や会合に参加すると極端な男性比率の高さに暗い色彩に覆われる感じがします。女性のエンパワーメント。この課題についての日本の現状を海外の酪農乳業関係者はどう見ているのでしょうか？1つの夢として、例えば次のワールドデイリーサミット(ケープタウン)で日本の元気な女性酪農家が登壇して会場で語りかけてくれたら日本のイメージも大きく変わると思います。

注1)IDFとは、国際社会における酪農乳業関係者が共通の問題解決を目指し、考えや経験を交換しつつ、消費者の栄養、健康及び幸福に寄与し、良質な生乳の生産と乳製品の開発・普及に努め、科学的、技術的および経済的発展を推進することを目的とした非営利かつ非政治的な国際団体。

注2)GDPとは、世界28の主要な乳業会社、25の酪農乳業団体を組織され、今後世界の酪農乳業がどのように対応していくか、「乳製品の栄養安全保障」「酪農乳業の持続可能性」「酪農乳業の発展」の3つの分野に焦点を絞り、戦略を立てている。

令和元年度JIDF国際会議出席報告会の開催

日 時：2020年2月25日(火) 9:30～18:00(受付9:00～)

会 場：学士会館 2階 210号室

内 容：1.IDF/ISO分析ウィーク等
2.FAO/WHOコーデックス部会
3.IDFワールドデイリーサミット2019
4.IDF国際乳房炎会議2019

※JIDF会員にはご案内済みです。

お問い合わせ：info@j-milk.jp



こいで かおる
小出 薫 氏

JIDF 専門部会代表
株式会社明治 顧問

1975年、東京大学大学院農学研究所修士課程修了。当時の明治乳業株式会社入社中央研究所勤務。粉乳、クリーム、チーズ、乳素材の開発研究、用途開発に従事。本社国際本部海外事業部長、取締役品質保証部長、常務執行役員品質本部長を経て、2013年退任、常勤特別顧問に。2014年より現職。

03 進化し続けたい「酪農乳業の国際比較研究会」

名古屋大学大学院 生命農学研究科 准教授 竹下広宣氏（寄稿）



今回の研究会は、昨年と同じく4つの報告とパネルディスカッションで構成された。例年通りIFCNカンファレンスで出た話題の提供を皮切りに、9月に実施したオランダ調査とイギリス調査の成果が次々と紹介された。

持続可能な酪農乳業を目指す乳業メーカー（ドイツ）による酪農家評価プログラムの紹介、植物由来乳やビーガン（完全菜食主義）の存在を踏まえて今後牛乳はどうなるのかといった根源的問いかけ、オランダ酪農の労働生産性が日本の数倍も優れているのはなぜか、アニマルウェルフェアにどのようにアプローチすべきか、これを考える上で参考になるであろう英国王立動物虐待防止協会（世界で最初に設立された動物福祉団体）の考え方や取り組みの紹介、酪農家を応援する非営利団体が近年始めた戦略的酪農家支援プログラムの紹介など、話題は多岐に渡った。そのため、最初から最後まで多彩な味のおかずが隙間なく詰まったお弁当を楽しむような研究会であった。そして、おかず（話題）はバラエティーに富むものであったが、いずれもより健康になれる（酪農乳業の持続性を高める）一品であったと感じた。研究会の詳細は、昨年までと同じくJミルクさんのHP上に後日掲載される予定です。是非、そちらをご覧ください。

さて、限られた紙幅ではあるが、ここからは、4年続けて国際比較研究会に登壇者として、パネリストとして参加させていただいた私の思うところを気ままにつづる。

Jミルクさんは、出席者のみなさまのご期待に応えるべく、毎年、新しい取り組みにチャレンジされている。2年前は酪農家の方がご登壇し、昨年はカナダの研究者の招聘とオランダ研究者のネット中継参加があった（ただし、このネット中継は緊急事態への対応であって、Jミルクさんはかなりご苦労されたものと拝察します）。

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

2004年、京都大学大学院農学研究科生物資源
経済学専攻博士後期課程修了、日本大学生物資
源科学部准教授等を経て、2016年より現職。



そして、今年は、アンケート調査とフロアからの質問受付にスマートフォンが用いられた。賛否両論あるとは思いますが、確かなのは、例年より質問数が明らかに増えたことだ。今回の試みは、概ね好評いただけたのであろう。ただ質問が増えると（嬉しい）悩みも出てくる。研究会は半日。パネルディスカッションに割ける時間は多くない。できるだけ多くの質問に回答するとなると、話題を絞ったディスカッションはできない。

実際、今年はそうであった。なかなか難しいとは思いますが、あと半日ぐらい延長できれば、フロアの皆さまのご満足度をもう一段あげることができるのでは？と思う。ただ、半日延びるとフロアの皆さま、登壇者ともに疲労困憊となり、かえって良くないのではとの不安もある。ジレンマである。このような思いを巡らせていると、もう一つのことが頭に浮かんでくる。国際比較研究会の開催は東京のみ。毎回、フロアの皆さまが、真剣な表情で耳を傾けてくださる姿を目にすると、こうってしまう。東京に足を延ばすのが難しい方にも研究会に参加いただけるよう、他での開催もあって良いのではと。ただ、もし、この研究会が年に複数回開催となると、私は（控え目に言って）少し困ることになる。と言うのは、私が一年でもっともプレッシャーを感じる時、それは国際比較研究会なので。

04 IDFニュース

IDFの科学・計画調整委員会委員に東アジアから初選出！

IDF科学・計画調整委員会とは、世界各国の専門家11名で構成され、IDFにおける約180のワークアイテムを調整し、活動推進のための最優先事項を決め、促進していく組織です。2019年9月のIDF総会にて、株式会社明治 研究本部 特許戦略部 専任部長のリチャード・ウォルトン氏が役員に就任しました。東アジアからは初選出です。



ウォルトン氏
のモットー | Everything that is worthwhile takes time and effort
価値のあることはすべて時間と労力がかかります。

右から2人目がリチャード・ウォルトン氏。
（トルコ・イスタンブールにて）

地域社会に根ざした経営が、愛され続けるブランドを育てる

有限会社古山乳業 代表取締役社長 古山 信介 氏

1915年の創業以来、100年を超える時を地域と共に歩んできた有限会社古山乳業(大分県大分市)。社会の変化に対応しながら「地域ブランド」を守り続けてきた同社の取り組みと、これからの経営課題への対応策についてお聞きしました。
(聞き手：Jミルク専務理事 前田浩史)

地域の乳業再編を経て、他社の商圏を受け継ぐ

前 田：100年以上に及ぶ御社の歩みの中で地域社会や乳業をめぐる環境は大きく変化したと思いますが、社長に就任された前後の状況はいかがでしたか。

古山氏：私が社長に就任したのは1997年です。その数年前から地域乳業再編の動きが始まっていました。93年には弊社を含む近隣の4社で、乳業協同組合を設立しています。弊社が工場設備をリニューアルして生産を担当し、他社は配送センターや販売店などに移行して事業を再編したのです。

2010年代に入って他社の廃業により同協同組合は解散し、結果的に弊社が商圏を譲り受ける形になりました。特に大きかったのは学校給食で、現在でも牛乳販売量の60%は学乳です。商品アイテム数は減りましたが、集約化で生産性が上がったことと、機械設備を引き継いだことは経営面では大きなプラスでした。

前 田：御社の社内体制面でも変化はありましたか。

古山氏：会社としての経営体制が固まってきたと思っています。地元のファンドから提案をいただいてHACCP関連の設備投資を行ったことも、経営を見直す一つのきっかけになりました。現在は私と常務を務める妻、ファンドの担当者、かつて九州乳業で研究開発に携わっていた外部顧問で役員会を構成し、販売方針や進捗を話し合っ



(有)古山乳業 代表取締役社長 古山 信介 氏(左)

ています。HACCP対応以外にも、大分県中小企業団体中央会の「ものづくり補助金」やクラウドファンディングを活用して新しいことに取り組んできました。

生産性向上から異業種との協業での市場拡大へ

前 田：ファンドとの議論を通じて経営の体制が整い、ビジネスノウハウが蓄積されてきたわけですね。収益性を上げるポイントは何だったのですか。

古山氏：まずは生産性の向上です。学校給食の供給は年約180日で、夏休みや冬休みなどは極端に製造が少なくなります。しかしスーパーさんへの納品があるため、工場は年間363日稼働していました。

これを改善するため、まずはスーパーさんをお願いして納品日を週1日減らしてもらい、その後も店舗網の再編などに合わせて交渉して、現在では週4日になっています。その分、社員の休みを増やしたり、工場ではデザートをつくったりすることで、以前とほぼ同じ生産量で生産性が向上しました。デザート製造は、アイテムの追加ではなく製造日を増やしたということです。例えば、週2日だった飲むヨーグルトの製造を週3日にして、コンスタントに供給できる体制をつくっています。

また、同業他社との協業もあり、現在は他社さんのヨーグルトもつくっています。しかし近年は同業が減って、どのメーカーも同じようなものをつくって売りたいと考えているようになってきているので、こうした協業も難しくなっています。

そこで3年ほど前から、福岡の朝倉にある甘酒を主力にしている酒造会社さんと「ヨーグルトあまざけ」という商品をつくって協業を始めています。今後も異業種に材料を供給して、市場を広げていきたいと考えています。

地域に貢献する地道な活動がビジネスにもプラスに

前 田：SWOT分析に倣って、御社の企業としての強み、弱み、マーケットの新しい機会、あるいは脅威などを伺いたいのですが、まず「強み」についてはどうお考えでしょうか。

古山氏：やはり地域に根ざしていることだと思います。事業を通じて地域のニーズに応えるだけでなく、業界や地域社会に貢献する仕事をしてきました。祖父もそうで

したし、父も長く商工会議所で活動していましたので、その考え方を私も引き継いでいます。例えば、地域でのリサイクル活動の推進を支援するため、学乳の容器リサイクルなどにも取り組んでいます。

学校給食用牛乳のパッケージには、2002年のサッカーW杯に合わせて、県のマスコットキャラクター「めじろん」がサッカーボールを蹴っているデザインを採用しました。昨年はラグビーのW杯があったので、「めじろん」がラグビーボールを持って走っているイラストをプリントしています。毎日飲む牛乳を通じて、こうした地域のレガシーを子どもたちにアピールするのも、地元メーカーならではの取り組みだと思っています。その他に、地域の酪農家さんともコミュニケーションをとり、関連団体とも交流して生産現場の状況を聞いています。

前 田：思えば「古山乳業」という地域ブランドが残っていたからこそ、廃業された他社の商圏が集約できたわけで、ナショナルブランドではこうはいかなかったでしょう。地域社会に根ざす、貢献するという姿勢が、地元の金融機関や行政とのつながりも含めて、ビジネスにプラスになる事例だと思います。では次に「弱み」についてはいかがでしょう。

古山氏：売り先も商品もそうですが、収益性を上げる柱の構築に時間がかかること。合わせて機械設備の更新が難しいことです。メーカーさんが主力にしている機械は大きすぎて、弊社のサイズには合わないことが多いのです。

前 田：時代や社会、地域の変化を踏まえた新たな「機会」をどうお考えですか。

古山氏：商品開発で大切にしているのは、使用原材料品目を絞ることです。お客様が見てわからないものをたくさん表記しない。よりシンプルに、かつ地元のものであることがわかる味つけにするという方向性です。味のとらえ方は人によって異なりますが、私たちがいいと思った味は自信を持って提案していきたいと考えています。

良質な原料が安定的に確保できる環境づくりを

前 田：事業を継続、発展させていくうえで何がマーケットで「脅威」になりますか。

古山氏：もっとも危惧しているのは原料調達です。お客様が納得できる品質の国産原料を、いかにして安定的に確保できるか。国内の生乳生産量が漸減している現実は大変重たいと思います。

これは私の個人的見解ですが、「乳脂肪分3.5%以上」にこだわる必要はあるのか、オーバースペックの可能性はないかということです。夏場の品質維持に困るなら、最初から3.3%で商品提案できないかと。3.3%でも日本の牛乳は十分おいしいです。その分、乳量を確保する方向に進めたほうがいいのではないかと考えています。



古山乳業の商品（一部）

前 田：難しいところですが、安定的な原料調達という面から議論の余地があるかもしれません。夏場も3.5%をクリアするために、酪農家さんは大変なコストをかけてエサの工夫などを行っていますから、3.3%に下げれば九州などは特にメリットがあるかもしれません。地域乳業と酪農家が連携して3.3%を独自につくることができれば、一つのチャンスになるかもしれませんね。

小規模事業者の課題解決につながる支援策に期待

前 田：最後に、Jミルクの活動に対する期待をお聞かせください。

古山氏：大手乳業さんから私たちのような地域メーカーまで、会員構成が多様化しているでしょうから、それぞれに合った取り組みが必要だと思います。

前述したように、地域乳業は同業とはなかなか手を組めなくなっている現状があります。しかし商品面では難しくても、物流や決済などのシステムと一緒に参加することはできます。いまの物流は決済さえできればあらゆる場所へ送れますから、地域の乳業メーカーや酪農家が利用できる決済の仕組みがあれば、販売戦略の自由度がさらに高まる気がします。そうした部分への支援を期待したいですね。

経済的合理性のある支援策として、機械のリースなども有効だと思います。それもリースアップした中古を整備して、再リースする形式です。例えば急速冷凍機などは新規に導入すると大きなコストがかかりますが、ちょうどいいサイズの中古品を安価で導入できれば、私たちのような小規模メーカーも新しいことに思い切ってチャレンジできます。

前 田：機械設備に関しては、全国の事業者のニーズをマッチングできる場があるといいですね。Jミルクが現在取り組んでいる酪農乳業産業基盤強化特別対策事業でも、地域乳業へのきめ細かな支援策を検討しています。本日はそのヒントにもなる貴重なお話をいただき、ありがとうございました。

北海道酪農の次の担い手を、“乳業者×地域”の力で育てたい

よつ葉乳業株式会社 酪農部「若手酪農生産者研修事業」



今回の「思いをひとつに」では、よつ葉乳業株式会社酪農部が、地域の生産者や関係機関との連携で実施している「若手酪農生産者研修事業」をご紹介します。若手生産者と消費者の交流や、参加者である生産者と構築するテーマ性のある海外視察などの取り組みが、北海道酪農を担う若い世代の営農意欲と技術の向上、仲間づくりにつながっています。よつ葉乳業酪農部の皆様と研修に参加された東瓜幕協和生産組合理事兼牧場長の清水勇輝氏にお話を伺いました。

生産者の思いと消費者ニーズをつなぐ機会に

よつ葉乳業は1967年、のちにホクレン農業協同組合連合会および全国農業協同組合連合会の会長となる太田寛一氏を中心に、地域の酪農家の出資で設立されました。「適正乳価の形成、酪農経営の長期安定」という社是が示すように、“すべては生産者のため”という理念が、当社の事業基盤になっています」(酪農部・新田修部長)

全国の生乳生産量の減少や国際的な競争激化など経営環境が変化する中で、理念をどう実現していくのか。新田氏はこの課題を若手社員に投げかけ、2012年頃から若手社員が中心となってプロジェクトチームを作り、今後求められる事業のあり方を検討してきました。

SWOT分析などで現状を整理した結果、「生乳を適正価格で全量販売したいという生産者の思いと、牛乳乳製品の品質と価格、量の安定的確保を求める消費者・ユーザー側のニーズ。両者をつなぐ事業を、私たちがつくり上げる必要がある」と考えました。こうして企画されたのが『若手酪農生産者研修事業』です(概要・プログラムは別枠参照)。

同社の各工場には、生産者代表で構成する運営協力が設置されています。研修事業のコンセプトと思いを伝えたところ、「我々も若い世代を元気づけたい」と協力を快諾。研修内容の参考にするため、JA道東あさひのベテラン酪農家である橋本明雄氏を招いて協力会メンバーの生産者とよつ葉乳業の若手社員を対象にセミナーが開催されました。



よつ葉乳業株式会社 酪農部 部長 新田 修氏



よつ葉乳業 酪農部・道内各工場酪農担当の皆様

『別海での厳しい条件に苦労したが、同業者と夢を語り合えたことが支えになった。一番大切なのは仲間づくり』というお話に、私たち職員も生産者の皆さんも感動しました。技術や経営手法の習得に加え、乳業関係者の仲間づくりにもなる研修にしようという方向性が固まりました」(新田氏)

消費者の「おいしい」で仕事の成果を実感

2か年・4プログラムで構成する研修の企画・運営は、同社酪農部が事務局を担っています。酪農部の広瀬正典課長と木幡麟太郎主任は、「私たちがメニューを決めて提供するのではなく、いま知りたいことや身につけたいことを参加者全体で話し合っ、みんなでつくるのがこの研修の特徴。当事者意識と意欲を持って、自ら学ぶことが成果につながります」と話します。

その中で、“生産者と消費者をつなぐ”という同社のねらいを具体化したプログラムが「消費者・ユーザー交流研修」です。2019～2020年度の第3期は、都内の調理師専門学校でパティシエを目指す学生たちとディスカッション形式で学んだほか、北海道酪農のアンテナショップで「よつ葉ミルクフェア」で開催し、消費者と交流しました。

第1期の研修に参加した清水勇輝氏(東瓜幕協和生産組合理事兼牧場長)は、『「おいしい」よつ葉はブランド牛乳ですね』という言葉が心に残っている」と振り返ります。

「牛も僕らも、命を削りながら搾っている生乳。品質にも自信を持っているので、適正な価格とおいしさでお客さん

に届くことを常に願っています。よつ葉さんはその思いを汲んで、値段を落とすことなく質の高い商品を提供してくれています。自分の仕事の成果を、お客さんの言葉で実感できたことがうれしかったですね」(清水氏)

調理師専門学校では、異なるバター(よつ葉バターと輸入バターなど)を使い分けて同じレシピでケーキやクッキーをつくり、味の違いを確認。「学生さんたちは味が全然違うと驚いていました。僕らが写真を見せて生産の様子を説明すると、質の高い製品はこうしてつくられるのかと興味を持って聞いてくれました」(清水氏)

今後は異業種とのネットワークづくりも

また、学生と酪農家が互いの仕事のやりがいを実現するために、何ができるかを話し合う場も設けました。「これから自分たちがやるべき仕事を考える機会となり、同世代として刺激ももらえます。研修後に酪農家のもとを訪れて、牧場の仕事を体験した学生さんもいたほどです」と木幡氏。

清水氏は、「牛乳を飲み、お菓子や乳製品を食べた人が喜んでくれて笑顔になっていく。酪農は人を笑顔にする、夢のある仕事だと僕は思っています。若い人たちも、ぜひ自分の仕事に誇りとやりがいを持ってほしい」と話します。

地域が思いをひとつにして、次世代の担い手を育てる取り組みは、今年で6年目を迎えます。新田氏は、「品質向上、特に安心安全への意識が高まったことと、地域を超えた交流を深められたことが大きな成果」と振り返りつつ、「研修で学んだことが経営に反映されるようフォローしながら、酪農以外の異業種とのネットワークづくりも支援していきたい」と今後を見据えています。



理事兼牧場長
しみず ゆうき
清水 勇輝 氏

農事組合法人東瓜幕協和生産組合

1963年、十勝地方北西部の鹿追町で農事組合法人として発足。飼養頭数は搾乳牛300頭、育成牛300頭。2000年頃から町の支援も受けながら6次産業化に取り組み、現在はヨーグルトやアイスクリームを自社生産し、道内のホテルなどに販売する。2007年、「カントリーホーム風景」をオープン。2018年には株式会社風景を設立している。



「カントリーホーム風景」にて。右は代表理事 しみず ともひさ
清水 智久 氏

よつ葉乳業「若手酪農生産者研修」プログラム

道内の20～30代の若手酪農家を主な対象として実施する、2か年にわたる研修。下記の4つのプログラムで構成する。2015～2016年度にスタートし、2019～2020年度の第3期までの参加者はのべ約500人。研修終了後の参加者を同社社員が毎月訪問し、技術向上や経営課題への対応を支援するなどフォローアップも行っている。

01 帯広畜産大学デリースクール



帯広畜産大学との包括連携協定により、就農3～5年程度の若手を対象に年2回実施する基礎講座。2泊3日の日程で、乳牛管理技術や酪農経営手法などを授業形式で学び、大学教員もまじえたディスカッションを通じて理解を深める。

02 牧場視察研修



優良農場の経営を現場で学ぶ。経営指標に基づく分析と意見交換など、経営ノウハウ習得につながる内容を基本に、地域農協などの要望に応じたテーマも設定。経験豊かな酪農家が自らの思いを若手に伝える場でもある。

03 消費者・ユーザー交流研修



牛乳乳製品のユーザーや一般消費者との交流を通じて、酪農という仕事への誇りや責任感を高めてもらう取り組み。今期は都内の調理師学校と北海道酪農のアンテナショップで実施し、海外視察研修の事前検討会も合わせて行った。

04 海外酪農視察研修



酪農先進国の最新技術の習得や、市場調査を目的に実施。行き先や学びたいテーマを参加者自身が話し合い、事務局が事前調査して具体的なメニューを策定する。第1期はデンマーク、2期はアメリカ、カナダを視察した。

酪農生産基盤の強化という業界共通の課題について、当社が実施していることのひとつが「若手酪農家生産者研修事業」です。これからも酪農家とお客様を結ぶ「架け橋」として北海道酪農の発展に寄与したいと考えております。

ひがしはらてるあき
東原 輝昭 氏
よつ葉乳業株式会社 総務広報グループ 部長



“おいしい減塩食”普及への新たなアプローチ

乳和食のやさしい味を、お酒とともに楽しむ

New-
Washoku

JA全農グループが運営する個室居酒屋「神田かしわき」は、岩手の銘柄鶏や秋田の地鶏をはじめとする国産農産物を使った、焼き鳥・水炊きで評判のお店です。このほど、牛乳乳製品の普及活動の一環として乳和食の試験的な提供を始めました。取り組みの現状と今後の展開についてJA全農のご担当者と店長にお聞きしました。

“お酒に合う乳和食”のあり方を検討中

—乳和食の導入に向けて、今はどんなことをされていますか。

三海氏(全農)：料理研究家の小山浩子先生による指導をきっかけに、焼き物や煮物、ホエイでご飯を炊くなど、いくつかのメニューを試作研究中です。現在は予約制で「鶏の塩麴焼き」と「減塩みそ汁」をコース料理の献立の一部として提供しています。

—乳和食の調理を経験されての印象は。

鷹野氏(店長)：牛乳をそのまま使うだけでなく、分離させたホエイやカッテージチーズを利用するさまざまなメニューもあり、想像以上に奥深い料理だと思います。

火加減や分量などで味わいが変わるので、調理に慣れて「あんばい」をつかむことが大切だと感じています。食べていただいたお客様からは、おいしい、やさしい味がするとご好評をいただいています。

—今後はどのような取り組みをされていきますか。

三海氏(全農)：お酒に合う日本料理のコースに、乳和食をうまく取り入れる方法を探っていきます。例えば店内で国産牛乳からカッテージチーズを作る際にできるホエイを鍋スープにすることもできるかもしれません。

お店では前日までの予約時に「コース料理で乳和食希望」とお伝えいただければご提供可能です。特に、やわらかい味わいの「減塩みそ汁」は、お酒を楽しんだ後に締め一杯としておすすめです。

焼き鳥個室完備「神田かしわき」(神田駅徒歩3分)
飲み放題コース4,000円～
予約TEL.03-6206-8602



乳和食の
「減塩みそ汁」と「鶏の塩麴焼き」



JA全農 畜産総合対策部 畜産販売課 三海 泰良氏(左)
神田かしわき 店長 鷹野 良氏(右)

乳和食講習会用テキストを全面改訂！ 伝えやすい訴求ポイント。レシピやエビデンスも充実

全国で乳和食を普及・指導する関係者が、講演会や調理実習等で使用するテキストを全面改訂しました。(旧「乳和食のすすめ」)新しいテキストでは、乳和食の減塩効果や栄養面に加え、「だし」や「調味料」として使用する牛乳の新しい使い方に着目し、乳和食の価値を「おいしさ」「あたらしさ」「やさしさ」の3つのポイントでわかりやすく紹介しています。

乳和食の基本をマスターする“調理編”では、乳和食開発者の小山浩子氏(料理家・管理栄養士)が繰り返し調理する中で確立した乳和食ならではの調理現象を手順ごとに写真で説明するとともに、調理のポイントや栄養情報を伝えやすく整理しています。“資料編”は「なぜ和食にあえて牛乳を使うのか？」を説明するために、日本人の食生活課題と牛乳の優れた価値を最新の調査や研究結果などのエビデンスに基づいてイラスト付でやさしく解説しています。乳和食指導の際には、従来通り参加人数分をお送りいたしますので是非ご活用ください。



「やさしい、おいしいはじめよう乳和食」(B5版32ページ)

申込み方法は乳和食サイトをご覧ください。
「乳和食」で検索→ダウンロード→資料申し込み



子どもたちの考えた新しい牛乳キャラクター誕生！

第7回牛乳ヒーロー&ヒロインコンクール

Jミルクでは今年度も6月1日「牛乳の日」を起点に、全国の小学生から牛乳のキャラクター作品を募集する「第7回牛乳ヒーロー&ヒロインコンクール」を開催しました。本号では、本年度のコンクール結果を紹介します。

全国の小学生から2万8,736点の応募

今年度で7回目を迎えた「牛乳ヒーロー & ヒロインコンクール」には、全国47都道府県の小学生から作品総数28,736点、小学校からは1,382校の応募がありました。

10月26日最終審査会を開催。農林水産大臣賞をはじめ酪農家、乳業、販売店の特別賞を含む上位9賞、ほか30賞の優秀賞、応募数上位5校を団体賞(うち最上位校にはFAO団体特別賞)に決定。12月7日に学士会館(東京都千代田区)で表彰式が行われました。

子どもたちの素直なメッセージ表現

本コンクールは、子どもたちが「牛乳について考え、学校の食育活動を家庭に広げ、世界の飢餓問題や食品ロスなどに対しても自ら行動する」ことを目的に開催しています。

本年度、最優秀賞の農林水産大臣賞を受賞したのは、渡邊結太(わたなべゆうた)さん(高知・高知市立はりまや橋小学校2年)、金澤怜也(かなざわれいや)さん(福島・石川町立石川小学校4年)。

世界の食料問題も一緒に考えて行動を

本コンクールは、国連の「持続可能な開発目標(SDGs)」に業界として対応する活動としても位置付け、国連食糧

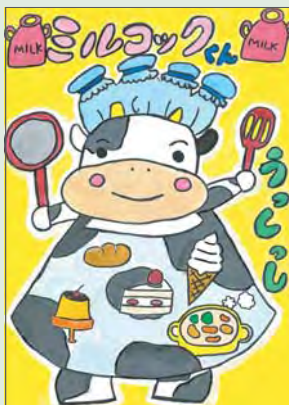
農業機関(FAO)駐日連絡事務所と連携。今年は応募1作品につき50円(総額1,436,800円)を「FAO飢餓撲滅草の根募金」に寄附しました。

表彰式でスピーチしたポリコ駐日連絡事務所長は、「ミルクについて大切に考え、食品廃棄、温室効果ガス、飢餓や肥満など、食べ物すべてのことを考え、自分に何ができるか、家族や友達と話し合ったりして行動を」と呼びかけました。



第7回牛乳ヒーロー&ヒロインコンクール表彰式 受賞者、受賞校、来賓、審査員

農林水産大臣賞(最優秀賞・低学年) 牛乳ヒーロー&ヒロイン名: ミルコックくん



渡邊 結太 さんの作品
高知県高知市立はりまや橋小学校
2年生

<受賞者コメント>
「牛乳が嫌いだったけれど、好きな食べ物に牛乳が使われていることを知って(牛乳が)好きになった。それを絵にしました」

農林水産大臣賞(最優秀賞・高学年) 牛乳ヒーロー&ヒロイン名: レス牛(ぎゅう)



金澤 怜也 さんの作品
福島県石川町立石川小学校
4年生

<受賞者コメント>
「レスキュー隊はみんなを助けている、濁点をつけてレス牛(ギュー)にすれば、みんなを助けられると考えました」

かわいい入賞作品を check!



「食品ロス」の削減へ、酪農乳業界にできること

食育・コミュニケーション委員会 委員 井出 留美氏

昨年10月1日に施行された「食品ロス削減推進法」により、国や自治体、事業者が連携して対策に取り組む責務が明確化されました。SDGsの観点からも重要性を増す食品ロス問題に、酪農乳業界はどのような視点で対応すべきか、Jミルクの食育・コミュニケーション委員会委員であり、食品ロス問題ジャーナリストの井出留美氏にお聞きしました。

「もったいない」と「安全性」のバランスが大切

—食品ロス削減を目指す上で、どんなことが課題になりますか。

井出氏：家庭でも事業系の食品ロスでも、削減への大きな足かせは「賞味期限」だと思います。一般消費者だけでなく食品企業の社員でも、賞味期限と消費期限の違いを理解しておらず、賞味期限を過ぎたらすぐに捨てるという方もいます。

食べ物を捨てるのは「もったいない」という意識の一方で、「食の安全」という重要な課題もあります。安全を優先するあまり、消費できる食品まで全部捨ててしまうという不均衡が問題であり、両者のバランスをとることが大切です。

—牛乳乳製品のロス削減に向けた国内外の企業の取り組みについて教えてください。

井出氏：チーズを個包装にしたり、乳飲料の包材を変更したりして賞味期限を延長する、ヨーグルトのフタの素材を変えて、付着したまま捨てられてしまう量を減らすなど、日本の乳業メーカーもさまざまな努力を行っています。

また酪農分野も、豆腐やビールの製造過程で出るおからなどの粕類を牛の飼料として再利用することにより、食品廃棄の削減に貢献しています。

消費者教育の責務を企業も意識してほしい

海外に目を向けると、例えばデンマークでは牛乳パックの側面に賞味期限に関する啓発表示があり、「消費の期限ではないので、目で見て、においを嗅いで、味を確かめてほしい」と呼びかけています。

この取り組みはある女性活動家が政府の承認の下で企業に働きかけ、賛同を得て実現したものです。ヨーロッパなどを取材して感じるのは、企業が消費者を啓発する責務を強く意識していることです。

日本では啓発・教育というと学校教育が重視されますが、それだけでは十分でなく、大人に対する消費者教育も必要です。その責務は、消費者団体や消費者教育専門家をはじめ、食品メーカーや小売業などの企業も担っています。

—食育・コミュニケーション委員会でも、酪農乳業の公益性強化の観点から食品ロス削減につながる活動を検討しています。どのような取り組みが有効でしょうか。

井出氏：知り合いの栄養士が独自に行った活動で、都内の小学校に酪農家の協力で牛を連れてきて、乳しぼりやふれあい体験をした事例があります。

赤い絵の具で着色した水を入れたペットボトル200本を見せて、「これだけの牛の血液からミルクがつくられている」と説明したところ、牛乳の飲み残しが激減しました。牛乳は「もの」ではなく、命からいただいているのだと体験的に理解してもらうことは大切だと思います。

子どもたちへの啓発の一方で、前述したように大人向けの消費者教育も不可欠です。それを担うのは企業ですから、業界団体としてのJミルクの取り組みにも期待したいですね。

おもな著作及び監修



『食品ロスをなくしたら1か月5,000円の得!』(マガジンハウス)
『食品ロスの大研究』(PHP研究所)
『賞味期限のウソ 食品ロスはなぜ生まれるのか』(幻冬舎新書)

※食育・コミュニケーション委員会とは、SDGs(「持続可能な開発目標」)を目指す社会・経済・環境・健康面に配慮した持続可能な社会の発展に貢献する視点で、酪農乳業の取り組みを「見える化」することを目的に、酪農乳業関係者と国連機関、ジャーナリスト等の専門家で構成する委員会。



井出 留美氏 株式会社office 3.11 代表取締役 (食品ロス問題ジャーナリスト/栄養学博士)
奈良女子大学食物学科卒。日本ケロッグ広報室長等を歴任後、(株)office3.11を設立。国内外での豊富な取材経験をもとに食品ロス問題の啓発に取り組む。メディアを通じた情報発信だけでなく国や自治体への提言も行っており、昨年のG20サミットの国際ワークショップでも発表を行った。食品ロス問題への注目度を高めたことが評価され、2018年食生活ジャーナリスト大賞食文化部門受賞。

学校現場での牛乳の多様な価値を活用した食育実践に

「牛乳食育研修会」を千葉県、福島県、香川県の3会場で実施

Jミルクでは、毎年、全国の小中学校の教職員を対象とした「牛乳食育研修会」を公益社団法人全国学校栄養士協議会や教育委員会、酪農乳業組織の協力で開催しています。本号では、2019年度に全国3会場で実施した研修会についてご紹介します。

酪農家や乳業の取り組みを教材に

2019年度の牛乳食育研修会は、9～11月まで千葉県、福島県、香川県で実施しました。33道府県の教育委員会や学校栄養士会から推薦のあった学校教職員90人が参加しました。

本研修会の目的は、小中学校などで食育を実践する学校教職員に対して、栄養や健康面だけでなく、毎日給食に提供されている「牛乳」を地域の暮らしとの結びつきを通して、子どもたちがその価値に気づき、食の学習を深めていく食育実践の「学びの場」を提供することです。

“学び”の内容は大きく分けると牛乳の教育的な価値探しをする「教材研究」、牛乳を教材として食育で活用するための「授業実践」の2つ。開催県内の牧場視察、地元乳業会社による講演で情報収集した材料を、グループ毎に講師の指導で教材化や実践で活用するための授業案を検討しました。



学校教職員にアドバイスする、
会津中央乳業 代表取締役社長 二瓶 孝也氏



各会場とも2日間の研修
成果は模擬授業で発表



牧場視察で教職員に説明する、加茂牧場 代表取締役社長 加茂 太郎氏

食育教材：短時間学習指導案

テーマ：牛乳と社会

「フードロスとエコを考える」

“牛乳を残すことは水を汚す事につながる”という、社会科「水」の学習を踏まえ、これまでつながってこなかった「牛乳飲み残し」と「水を汚す」をつなぎます。



補助教材

指導案・補助教材が
ダウンロードできます



食品ロスなどSDGsを意識した実践も

2日間の最後には、参加者がグループに分かれて作成した授業案をもとに、給食時間などの短時間授業として模擬授業形式で発表し、各グループのさまざまな授業のアイデアを共有しました。

3会場で検討された授業案は、例えば「酪農はエコフィード飼料なども上手に使い、環境に配慮した産業であることを学習し、サステナブルな食生活について考える」や、「牛乳のパック表記から、地域の農産物に関心が持てる」など、学校の教育課題に沿って、即実践に活用できるものばかり。

本研修会で作成した授業案は、各校で参加者が実践し、児童生徒の反応や改善点などを含めて、新しいテーマや効果的な実践を検証、全国の学校で食育実践に活用できる学校教職員との共同制作教材としてJミルク公式サイトを通して学校関係者に情報提供しています。

研修にご協力いただきました皆様です。ありがとうございました。

講師：石井雅幸氏・大妻女子大学教授(千葉会場)

藤本勇二氏・武庫川女子大学准教授(福島、香川会場)

アドバイザー：長島美保子氏・(公社)全国学校栄養士協議会会長

(千葉・福島・香川会場)／白鳥友美子氏・同理事

(千葉会場)／小野瀬尋子氏・同副会長(福島会場)

武方美由紀氏・同理事(香川会場)

乳業者講演：山本淳氏・雪印メグミルク(株)野田工場長(千葉会場)

二瓶孝也氏・会津中央乳業(株)代表取締役(福島会場)

亀割陽博氏・四国明治(株)香川工場品質保証課長(香川会場)

牧場研修：加茂太郎氏・(株)加茂牧場代表取締役(千葉会場)

紺野宏氏・ミネロファーム担当理事(福島会場)

広野正則氏・(有)広野牧場代表取締役(香川会場)

酪農乳業史デジタルアーカイブ

近代日本における酪農乳業の展開と発展について

Jミルクでは、これまでに収集した酪農乳業史に関する多くの史料を一般公開することで今後の調査や研究などさまざまな場面で利用して頂くことを目的とし、JRA補助事業を活用し、これら史料をデジタル化し掲載したウェブサイトを開発し2018年11月に公開しました。現在までの掲載数はおよそ500点(2019.11.28時点)で、2019年度末には1000点を目標とし、2020年度以降も掲載点数を増やしていく予定です。

このサイトは国立国会図書館のデジタルコレクションをイメージしたつくりです。史料をお探しの際は、「カテゴリ」、「都道府県別」、「年代別」、「キーワード」で検索が可能です。また、掲載しているデータは全てプリントアウトもしくはダウンロードが可能です。史料のカテゴリについては、大きく3つのカテゴリ、①「書籍・論文・その他刊行物」、②「画像・写真・音声・映像」、③「調査・研究レポート」に分類し、最も掲載点数が多い①は更に9つに細分化し分類しています。



ホーム画面

酪農乳業史デジタルアーカイブ
印刷・ダウンロードが可能です



1 書籍・論文・その他刊行物

このカテゴリの大半は書籍として発行されたもので、現在は明治大正期に発行された書籍や乳業・生産者団体・業界団体などが発行した記念誌などを中心に掲載しています。掲載データはカラーで表示され、ズームも可能です。また、その史料の「概要」、「タイトル」、「著者」、「発行年」など基本情報を掲載しています。なお、著作権の関係で本文を除き表紙と目次のみを掲載している場合や掲載データがない場合は基本情報や所蔵先(図書館など)を掲載している史料もあります。



検索一覧画面



ズームも可能

2 画像・写真・音声・映像



スキャン画面



史料基本情報

このカテゴリは広告などの画像、当時の様子がわかる乳業や牧場などの古い写真や映像、酪農乳業関係者へ取材した音声データなど、書籍とは異なる史料となります。現在は明治大正期の「引札」といわれる牛乳販売店の広告のみを掲載しており、今後順次写真・画像・音声といった他のデータも掲載したいと考えています。

3 調査・研究レポート

このカテゴリではJミルクで制作した冊子・媒体物を掲載しています。日本酪農乳業史研究会会長の矢澤好幸先生が執筆された「酪農乳業の発達史」はおそらく業界ではじめて47都道府県各地の酪農乳業の歴史をまとめた冊子となります。また、2018年11月21日に開催した明治150年記念シンポジウムで展示したパネルデータを掲載しています。今後はこれらに加え、乳の学術連合の酪農乳業史に関する研究データを掲載したいと考えています。



検索一覧画面



史料基本情報

文献ご惠贈のお願い

これまでJミルクは会員賛助会員をはじめとする多くの関係者の皆様から貴重な史料をご惠贈いただきました。今後もウェブサイト充実させるため多くの史料を掲載していきたいと考えていますので、ご惠贈いただける社史・酪農協史・記念誌などの文献がございましたらご連絡いただくと幸いです。

連絡先：一般社団法人Jミルク 生産流通グループ 関 TEL.03-5577-7493

酪農乳業産業基盤強化特別対策事業の進捗状況

地域生産基盤強化支援事業のうち提案型生産基盤強化対策について

1. 乳用牛資源緊急確保事業(乳用牛の輸入)

2019年度の計画申請は全農のみで、全酪連と熊本県酪連は今年度の輸入の計画はない。国内初妊牛価格は下落傾向にあるものの、乳牛資源の需要は引き続き堅調であり、今後も適切に事業を推進することとする。(表1)

2. 生乳増産対策特認事業

全酪連において、昨年度に引き続き、地域生産基盤強化支援事業における「乳用牛育成基盤強化対策」と同様の取り組みにより、全酪連所有の育成施設における育成頭数増加実績を基に単価助成を行う。(計画額501万円)

3. 地域生産基盤強化支援事業(表2)

原則として昨年度と同様の枠組みで推進することとし、指定団体及びその会員等から計画申請を受け内容を集約。本事業のうち、提案型生産基盤強化対策については前号で報告済み。

参加団体数は92%(前年度比、以下同様)と減少したが、これは県連の会員の申請を県連が一括して行うことによる減少であり、北海道や東北の新規参加団体を加味すると実質的には増加している。同様に、「乳用後継牛増

頭対策」「供用年数延長促進対策」の参加酪農家戸数も各103%、106%と増加している。

特筆すべきは、「乳用牛育成基盤強化対策」の申請頭数の増加である。この対策は前年度より増加した分に助成する仕組みのため、通常は年々助成が減少するが、昨年度に比べ申請頭数で120%、助成金ベースで112%と増加しており、堅調な育成預託需要とそれに対応した施設の新増設や育成牧場への転換の動きが見て取れる。

今後は、(独)家畜改良センターの個体識別情報取得のための手続きを進めるとともに、第4回Jミルク理事会(10/18)での決定を基に、2020年度以降の特別対策事業の実施に向けた方針を2月に開催する需給見通し説明会において公表予定。

4. 国産牛乳製品高付加価値化事業

2019年度の事業申請は、HACCPを活用した衛生管理の制度化に対応するため、東北乳業協議会、近畿ブロック乳業協議会による地域単位の研修会の開催のほか、全国農協乳業協会からは、商品開発や危機管理をテーマとした研修会、岩手・宮城・福島・茨城・静岡・四国の各県の乳業者団体からも独自の衛生管理や学乳の風味変化への対応などに関する研修会の助成について申請があった。2018年度から申請団体が3団体増加し、本事業の活用が一層進んだ。

今後も乳業団体からの申請を随時受け事業の推進を図る予定。

表1. 2019年度乳用牛資源緊急確保事業の申請内容

		全国農業協同組合連合会		備考	
輸入時期	第1期	令和元年7月22日 令和元年8月7日	育成牛	327頭	昨年度まで実施していた全国酪農協同組合連合会及び熊本県酪農協同組合連合会は今年度は実施せず。
	第2期	令和2年1月予定 令和2年1~2月予定	育成牛	350頭	
	合計			677頭	

表2. 2019年度 地域生産基盤強化支援事業 事業実施計画取り纏め表

(千円、戸) (上段：今年度計画、下段：前年度計画対比)

地域	合計		1. 生産基盤強化の改善・指導						2. 生産基盤強化支援対策の推進							
			(1) 会議開催		(2) 研修会開催		(3) 現地指導・その他		(1) 提案型生産基盤強化対策		(2) 乳用牛育成基盤強化対策			(3) 乳用後継牛増頭対策	(4) 共用年数延長促進対策	
	団体数	助成額	団体数	助成額	団体数	助成額	団体数	助成額	団体数	助成額	団体数	施設数	申請頭数	助成額	参加戸数	参加戸数
北海道	63 107%	66,788 114%	0	0	1	330	0	0	0	0	19	59	42,140	66,458	3,590	3,592
東北	31 221%	134 4%	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	48	134	1,324	1,324
関東	51 100%	7,456 49%	0	0	0	0	0	0	1	1,500	3	8	2,127	5,956	2,401	2,401
北陸	5 13%	407 65%	1	200	2	207	0	0	0	0	0	0	0	0	273	273
東海	5 100%	2,750 145%	0	0	0	0	0	0	0	0	2	6	1,982	2,750	581	581
中国	8 100%	8,227 67%	0	0	0	0	0	0	1	527	2	2	1,689	7,700	588	588
四国	5 56%	885 74%	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	316	885	287	287
九州	9 113%	24,552 101%	1	300	2	895	1	233	3	15,900	3	4	2,580	7,224	1,290	1,290
その他	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
合計	178 92%	111,199 95%	2	500	5	1,432	1	233	5	17,927	31	82	50,882	91,106	10,336	10,338
			50%	46%	83%	85%	100%	388%	71%	54%	100%	103%	120%	112%	103%	106%



全国説明会・第一弾、始まります。

開催内容

1. 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未来に向けた戦略ビジョン～」について

2. 酪農乳業産業基盤強化特別対策事業の成果及び今後の方針について

- ① 2017～2019年度の事業成果
- ② 2020年度以降の実施方針について

3. 政府の生乳生産基盤強化関連対策事業について

4. 2020年度の生乳及び牛乳・乳製品需給見通しについて

開催地	開催日	会場	住所
東京	2020年2月 6日(木)	ベルサール東京日本橋 4F J・K会議室	東京都中央区日本橋2-7-1 東京日本橋タワー
仙台	2020年2月 7日(金)	ホテルJALシティ仙台 2Fローズ	宮城県仙台市青葉区花京院1-2-12
大阪	2020年2月 19日(水)	ハービスPLAZA 6F 会議室	大阪府大阪市北区梅田2-5-25
岡山	2020年2月 20日(木)	メルパルク岡山 3F 曙	岡山県岡山市北区桑田町1-13
名古屋	2020年2月 21日(金)	メルキュールホテル名古屋 2Fザ サイプレスルーム	愛知県名古屋市中村区名駅2-43-6
札幌	2020年2月 26日(水)	読売北海道ビル 3F ACU 大研修室Y0313	北海道札幌市中央区北4条西4丁目 読売北海道ビル
福岡	2020年2月 28日(金)	博多バスターミナル 9F 第7・8ホール	福岡県福岡市博多区博多駅中央街2-1博多バスターミナル

時間は全て13:30～17:00(受付:13:00～)

需給見通し・提言・酪農乳業産業基盤強化事業説明会



■ スケジュール 2月以降の会議・イベント予定

J ミ ル ク

- 2/14 (金) 第6回理事会
- 2/17 (月) ミルクの達人1Dayセミナー(岩手)
- 3/ 5 (木) 臨時総会
- 3/22 (日) 牛乳食育研究会幹事会
- 3/22 (日) 2020年度「食と教育」学術研究計画発表会
- 3/23 (月) 第51回メディアミルクセミナー(東京)

J I D F

- 2/12 (水) コーデックス栄養・特殊用途食品部会
- 2/18 (火) 第32回専門部会長会議
- 2/25 (火) 国際会議出席報告会



2020年最新号です。今回も多くの皆様にお会いして貴重なお話を伺いました。ミルクサプライチェーンには各分野、多岐にわたる重要な業務があります。この冊子は、Jミルクの持つ価値情報の発信とともに、同じ業界で奮闘する仲間の仕事を互いに知るきっかけになればいいなという思いを込めて制作しています。取材にご協力いただいた多くの皆様に御礼申し上げますとともに、本年も酪農乳業界の皆様と連携し、力強く成長し信頼される持続可能な産業を構築する一翼を担って参ります。ご支援ご協力をよろしくお願い申し上げます。

☺ Jミルクレポートへのご意見・ご要望、お待ちしております！ ✉ info@j-milk.jp

J-milkレポート vol.35 発行日/2020年1月 編集・発行/一般社団法人 Jミルク

住所: 〒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 (代表) FAX.03-5577-3236

ホームページ <https://www.j-milk.jp/> <https://www.facebook.com/Jmilkjp> https://www.instagram.com/j_milk_official/