

淡路島から心と体にやさしい牛乳を届けます

- 消費者が求める牛乳生産への取り組み -

兵庫県洲本市

洲本市酪農農業協同組合

(代表：代表理事組合長 赤松 清助)

1 地域の概況

1) 一般概況

(1) 自然条件

兵庫県洲本市は瀬戸内海の東域に浮かぶ淡路島の東南部に位置し、大阪湾に面している。人口は41,000人(淡路島全体の約4分の1)、面積は124km²(淡路島全体の約5分の1)の都市である。瀬戸内海気候に属し、冬も比較的温暖で平均気温15.4℃、年間降水量は1,400mmと住みやすい自然条件となっている。

市のほぼ中央を洲本川が大阪湾へと注ぎ、その下流域に中心市街地が形成され、その周囲には農業地帯が広がり、北部は棚田等が広がる丘陵地帯に、南部は柏原山を中心とする山地となっている。

市内中心部には洲本城跡や寺町など歴史的な街並みが残っており、かつての城下町の面影をしのぶことができる。また、洲本市は淡路島内唯一の市であり、古くから淡路の文化・経済・行政の中心として発展を遂げてきた街である。

現在では、本土側の神戸市垂水区との間に明石海峡大橋が開通したことで京阪神都市圏へ約50km、自動車でも1時間程度という交通アクセスの良さもあり、自然環境に恵まれた「観光都市」として、特に夏はマリンレジャー等を楽しむ多くのリゾート客が訪れ賑わいを見せている。

(2) 地域の産業、農業、畜産の状況

淡路島は、万葉の時代から朝廷の食膳の糧を奉る国「御食国(みけつくに)」と呼ばれ様々な農・海産物の産地として農水産業が盛んに行われてきた地域である。なかでも洲本市は、その恵まれた気候と地勢により、古くから淡路の農水産業の先進的地域として発展を遂げてきた。今日では、京阪神地域の消費者の食生活を支える一大食料供給基地として「花とミルクとオレンジの島」のキャッチフレーズで多くの人たちに

親しまれている。

洲本市の全農家戸数は1,462戸で、そのうち専業農家は14%、第1種兼業農家は12%、第2種兼業農家は74%である。主な作目構成は、「酪農」、「酪農+水稻」、「野菜」であり、高い生産性を実現している専業農家がいる一方で、農外所得を主な収入としている兼業農家も多数を占めている。

耕種部門については、タマネギ、レタス、ハクサイ、キャベツ、ピーマン等の野菜生産が盛んで、なかでもタマネギは長い期間をかけて育てるため肉厚で甘く、主として京阪神市場に出荷されて高い評価を受けており、全国的に名の知れた特産の1つに数えられている。洲本市でのタマネギ作付面積は120ha、収穫量は7,540 tに上っている。その他の野菜についても、それぞれが国や県の指定産地となっている。果樹は、柑橘類が中心で、温州ミカンが大半を占めるほか、「ナルトオレンジ」という淡路独特の柑橘の栽培も行われている。花きは、温暖な気候を生かしての多種多様な栽培が行われている。特にカーネーションの施設栽培や千両の栽培が有名で、ほかに市の南部に水仙郷があり1月から3月にかけて観光客の目を楽しませている。

畜産部門では、酪農が最も盛んで洲本市の農業産出額の約半分を占める。飼養戸数は96戸、乳用牛飼養頭数は3,610頭となっている。生乳生産量は17,569 tに上り、兵庫県全体の約1割を産出する主産地である。

肉用牛については、飼養戸数は388戸、飼養頭数は3,180頭となっている。繁殖経営が中心であり、生後約9ヵ月の子牛が「淡路家畜市場」を通じて、三重県、滋賀県、県内等に出荷される。

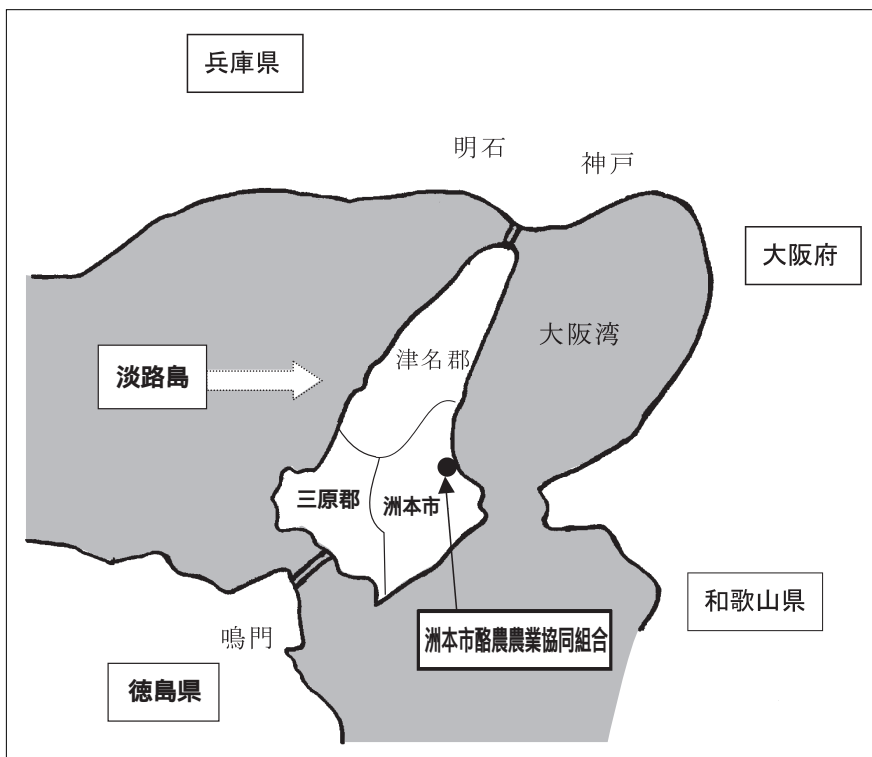


図1 洲本市の位置

2) 畜産業が地域社会の中で担っている役割・機能等

洲本市の酪農は、島内にあった民間練乳工場へ原料乳を供給するために明治時代初期に始まったとされ、兵庫県内では最も古い。明治42年に県が淡路酪農試験場を設置し、農家指導と併せて乳製品の加工が開始されたことで、酪農は地域農業の基幹作目として発展を遂げていった。その間にも篤農家が、大手乳業会社や県立種畜場の誘致に尽力し、また、販路の確保や乳牛改良に積極的に取り組むなどして“洲本の酪農”の基礎固めが行われた。

昭和29年、本土と淡路島を結ぶフェリーボートの開通により海路輸送が可能となり、これを機に飲用牛乳の供給地として、京阪神の大消費地に近接するメリットを生かして発展してきた。

現在の洲本市の酪農の状況は以下のとおりである。

洲本市の農業産出額の約半分を占める基幹産業として成長を続けており、1戸当たり平均飼養頭数は36頭と、県平均(34頭)を上回る規模となっている。

第2種兼業農家が大部分を占める洲本市にあって、酪農家は専業経営が多く、また、認定農業者の過半数を占めるなど、地域農業の中核的役割を担っている。

酪農家と耕種農家、関係機関が連携して洲本市堆肥流通協議会を設立し、地域の特産である野菜等の安定生産のための土づくりに積極的に取り組んでいる。

消費者との交流事業を通じて新鮮で良質な牛乳を広くPRするとともに、他の農産物や観光産業などへの波及により地域の活性化に貢献している。

2 地域振興活動の内容

1) 当該事例の活動概要

活動の概要	活動の対象
<ul style="list-style-type: none">・協同組合活動・各種酪農生産振興活動、とくに徹底した乳質改善指導	酪農家(正組合員)96戸 ・飼養頭数2,645頭 ・1戸当たり飼養頭数36.5頭
<ul style="list-style-type: none">・意見・要望を取り入れた商品を開発・提供・安全・安心な牛乳・乳製品を供給・交流を通じた生産現場の状況、現状への理解を深める活動	京阪神地域の消費者関連団体 ならびに一般消費者
<ul style="list-style-type: none">・「洲本市堆肥流通協議会」を通じたたい肥の野菜生産への積極的な供給	地域の耕種農家 ならびに一般消費者
<ul style="list-style-type: none">・市内中心部の観光施設でアイスクリームを製造・販売	洲本市を訪れる観光客等

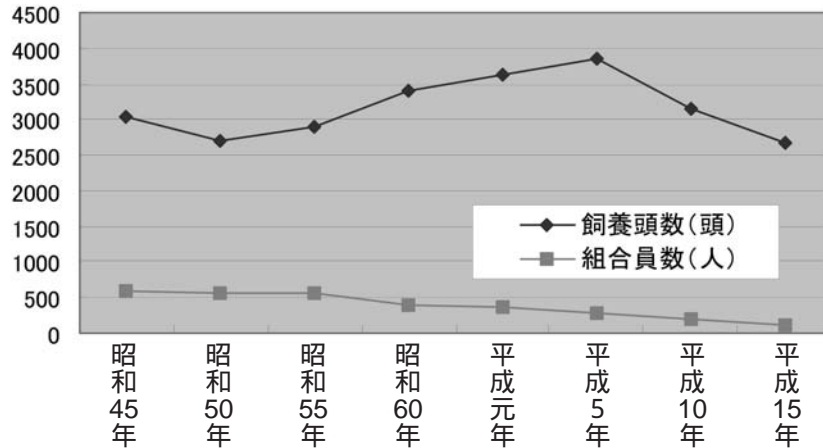


図2 洲本酪農の組合員数と飼養頭数の推移

2) 具体的な地域振興活動の内容とその背景

(1) 地域酪農の基礎づくり

昭和23年5月、農協法の制定を受けて酪農家有志が、さらなる“洲本の酪農”の発展と組合員の所得向上・経営安定を目指すために「洲本市酪農農業協同組合（以下、「洲本酪農」とする）」を設立した。以降、農家相互の協同精神のもと、牛乳生産ならびに生乳販売をはじめ、飼料の共同購入などに取り組んだ。

昭和35年には、全国に先がけて一元集荷・多元販売システムの共販体制を確立し、組合にクーラーステーションを設置、地域酪農近代化の基礎を形成した。

昭和38年、学校給食用牛乳の供給を開始し、同39年には独自の飼料製造工場、同40年には近代的な牛乳処理工場の建設など、組合員の経営発展のために協同組合機能の充実強化に取り組んできた。

(2) 乳質向上による市乳販売の拡大

高度経済成長に伴う国民の食生活の多様化で生乳需要が高まり、組合員の多頭化が進行し、生乳生産量も順調に拡大した。

組合では、昭和46年、県内他地域に先がけて管内各地区の集乳所にバルククーラーの設置とスケールローリーによる集乳を開始し、生乳出荷の近代化を進めると同時に、合乳による乳質低下を避けるために個々の酪農家での定期的な乳質検査を実施し、乳質向上の徹底を図った。

しかし、昭和48年のオイルショック後に経済は低成長に転じ、生産資材の高騰、取引乳価の低迷など厳しい組合運営を迫られるようになった。組合では、組合員の経営安定と組合運営の健全化に向けて、従前の大手乳業メーカーとの原乳販売取引が主体の生乳販売形態を見直し、市乳販売の拡大へと大きく舵を切ることとした。

このために組合では、「消費者に喜ばれる美味しい牛乳」、「新鮮な牛乳を産地直送」

を目標に掲げて、さらなる乳質向上のための経営指導と自給飼料生産基盤の強化を推進し、この結果、組合員の生産意欲の高揚と乳質向上意識の醸成につながった。

市乳販売の拡大を目指したことで安定した販売先の確保が急務となったが、地の利を生かした「新鮮さ」と組合員とともに築きあげた「良品質」が認められ、昭和50年に大手量販店との産地直送による販売契約が成立した。1日当たり約18tを紙パックで出荷する計画でスタートし、同55年の年間市乳販売額は10億円を超える規模となった。これにより小口販売に比べ製造・販売コストが抑制され、組合員へ利益還元することでさらに生産意欲が高まり、規模拡大が進み生産基盤の強化につながった。

また、以前には見られなかった「消費者を意識した牛乳生産」が組合員に浸透していききっかけとなり、のちに乳質トップレベルの組合員の生乳のみを使った農家限定や低温殺菌などの高品質商品の販売が実現できることになった。

なお、組合では組合員の増頭意欲と乳質向上意欲の高まりを受け、牛群検定への加入促進とともに優良後継牛確保・導入に積極的に取り組んでいった。現在、牛群検定加入率は38.4%に達しており、兵庫県全体の加入率(28.6%)を大きく上回っている。

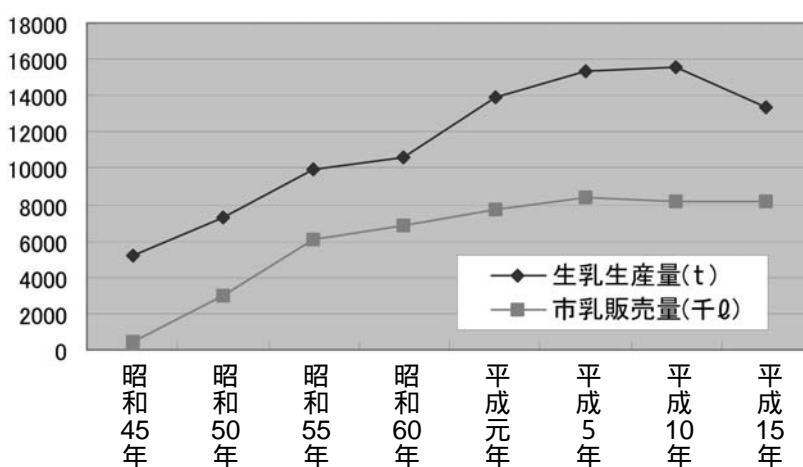


図3 生乳生産量と市乳販売量の推移

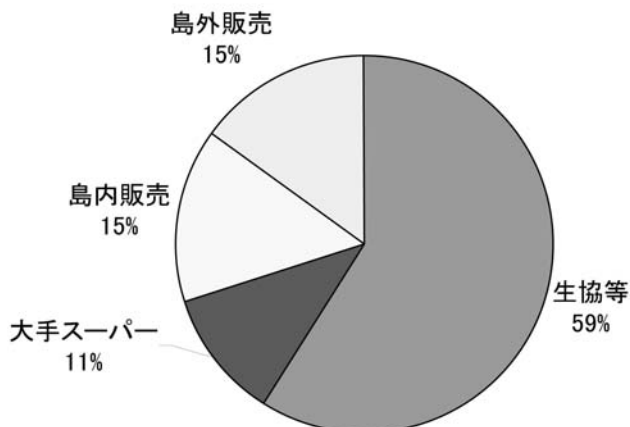


図4 平成15年度市乳販売先別構成

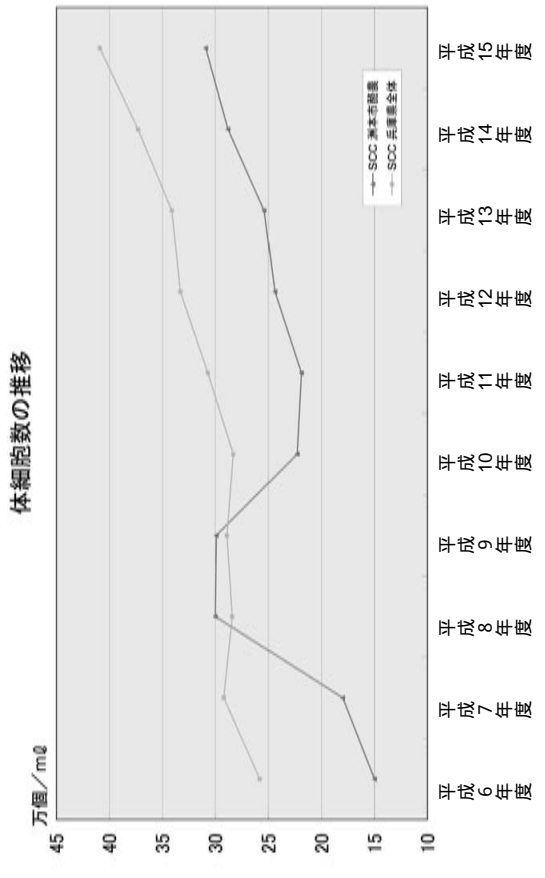
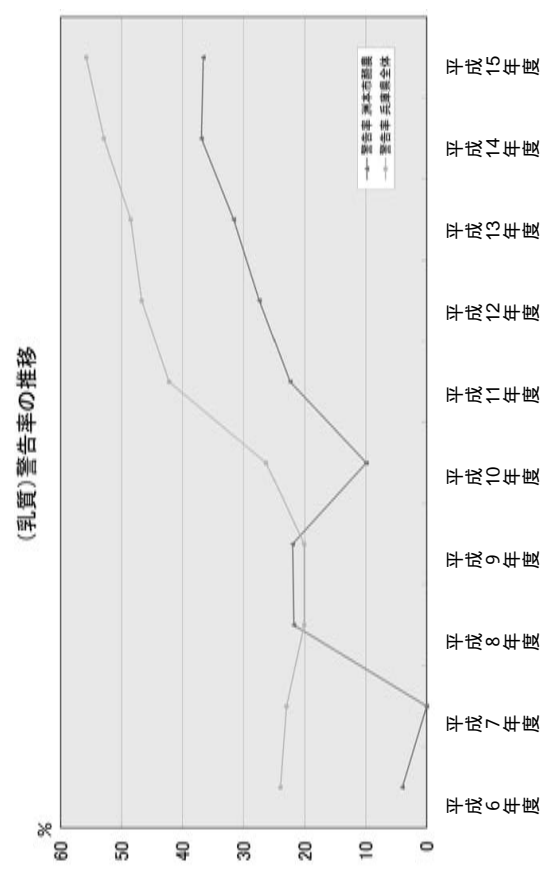
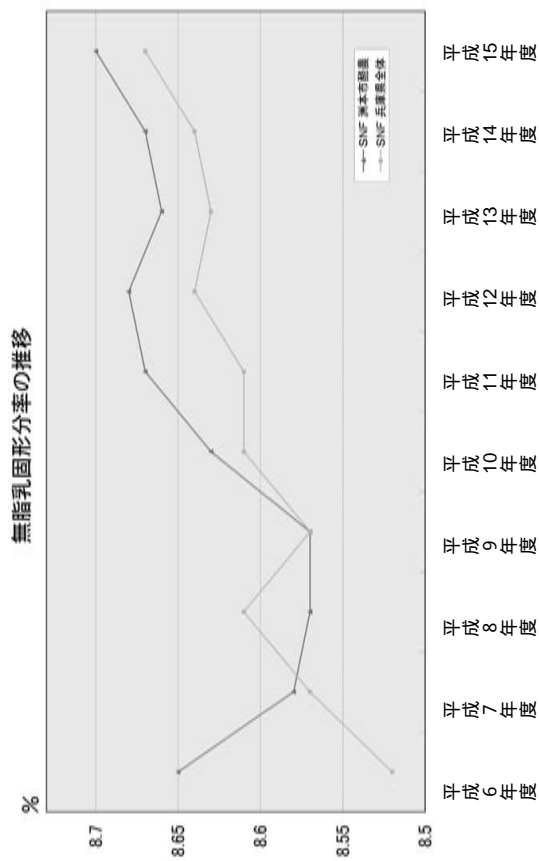
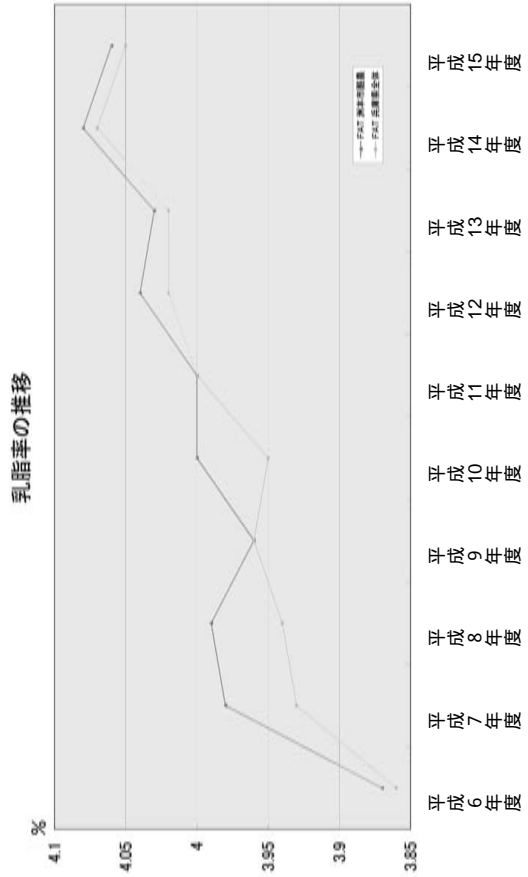


図5 洲本酪農組合員の乳質改善の推移

(3) 生協との取引開始による組合員意識の改革

大手量販店との産直販売が順調に推移するとともに、組合員の生乳生産量も増加の道をたどってきたが、昭和62年を転機に飲用乳価が値下がりになったことで特定の大手量販店に偏った産直販売は見直しを迫られることになった。

平成元年、新たな販売先を求めていた組合に、洲本市長より「洲本市の酪農家の実態を知ってもらい、新鮮で良質な牛乳をアピールしてみたら」との提案がなされ、組合では洲本市と大阪湾を挟んで対岸に位置する大阪府南部の「大阪いずみ市民生協（組合員20万戸）」との交流事業を立ち上げることとし、産地の実態とおいしい牛乳を知ってもらうための検討会が開催された。

検討会において生協側から示された牛乳取引の条件は極めて厳しいものであったが、消費者が求める本当の安全・安心を提供できる牛乳生産の実現に向け、組合・組合員が一丸となった取り組みが行われた。

具体的な条件項目と取り組み内容は、以下のとおりである。

a．原乳供給地域の指定

新鮮さを保持するために、組合の牛乳処理工場から5 km以内の酪農家の生乳を限定使用することとし、地域の指定を行った。これにより牧場での搾乳から消費者の食卓へ牛乳が届くまでの時間を48時間以内とすることが可能となった。

b．水源地の調査

指定地域内の酪農家の乳牛に与えられている水の水源地を調査し、生活污水や農業排水などの汚染が無いことを確認した。

c．酪農家の調査

指定地域内の酪農家の概況、施設構造、飼養方法などを調査した。特に食品製造現場であるという認識に立ち、牛舎環境や搾乳施設については厳しくチェックした。

d．飼料の調査

牛への給与飼料は、生協の品質管理センターで分析を行い、残留農薬など人体に悪影響を及ぼす物質が含まれないことを確認した。また、トウモロコシや大豆については遺伝子組み換えでないもの（Non-GMO）だけを給与することとしている。

e．乳質の調査

生協へ供給する牛乳の乳質については、一定の基準（生菌数：10万/ml以下、体細胞数：20万/ml以下）を設け、集乳時の検査（アルコール反応・乳温・風味など）をクリアしない生乳は牛乳工場へ搬入しないなど、厳しい検査体制による品質管理に努めた。

f．牛乳処理工場の調査

牛乳処理過程での品質管理について重点的に調査するとともに、生乳の受け入れ前に再度生乳検査を実施し、処理工程への異常乳の混入阻止に努めている。

の取り組みは現在のトレーサビリティシステムの原型ともいえるもので、その後2年間の協議を経て、平成3年から大阪いずみ市民生協とわかやま市民生協の組合員に向けて日量10 tの牛乳供給が開始された。

なお、取引開始時に実施した酪農飼養条件等に関する調査・確認は、組合および組合員の「品質」に対する意識を大きく変革させる効果をもたらし、結果として組合全体の乳質向上が図られることになった。まさに消費者とともに築きあげた成果といえる。

(4) 消費者ニーズに応えた商品開発

生協向けの販売が始まってから生協組合員との交流会も活発に行われるようになった。このことで消費者の声が生産現場に届く体制が確立し、ニーズを反映した商品開発が行われるようになった。

ホールディングチューブ方式による低温殺菌牛乳

自然で搾りたての風味を求める生協組合員の要望により、時間とコストを要することから大手乳業メーカー等であまり製造されていなかった「低温殺菌牛乳」の製造に平成5年から踏み切った。

さらに組合としても殺菌処理方式をより生乳に近い風味で処理できるようにホールディングチューブ方式を採用した。この方式は、一般的なバッチ処理方式に比べて2倍以上の施設投資費用を要するが、牛乳品質の安定性が高いうえ、処理効率も高く安全性に優れている。消費者からも生乳本来の栄養成分が保たれており、特にカルシウムの消化吸収が良いと評価を得ている。現在では自然派志向の高まりから順調に売り上げを伸ばしている。

まさに「体にやさしい牛乳」であるといえる。

ハーブを食べた牛から搾った「心にやさしい牛乳」

「ハーブ風味のヨーグルトは作れないだろうか」との消費者の提案から、平成11年にハーブ牛乳の研究開発を始めた。組合をはじめ、酪農婦人部会、県農業技術センター、スパイスメーカー等々が協力しあい、有用ハーブの選定、栽培・貯蔵技術、牛への給与方法などの試行錯誤を繰り返しながら、平成12年、ハーブを給与した牛から搾った牛乳の生産技術が確立された。

また、製品のネーミングについても牛乳嫌いの人でも飲むことのできるよう苦労を重ね、最終的にハーブの醸し出す癒し効果を訴えるため「心にやさしい牛乳」と命名、販売が開始された。牛乳独特のにおいを抑えた、牛乳嫌いの人でも飲める商品として人気を集めている。さらに最近では、ハーブの持つ抗菌性・抗酸化性の効用が牛乳に移行した機能性食品としても期待され、医療関係機関等でも注目されている。

なお、「心にやさしい牛乳」に使用する生乳は特定の牧場産に限られている。給与しているハーブ（現在はペパーミントを使用）については、現在、購入しているものにはあるが、洲本市では平成15年から転作推奨作物に指定されており、地元産ハーブを使用しようという試みも考えられている。今後、組合員や地域農家での栽培面積が拡

大していけば、ハーブ原料の供給増に伴う原料乳の増加が見込まれる。

その他

このほか組合としても自己の発意により組合員の乳質向上の取り組みを生かしつつ消費者を意識した、乳質上位の生産者の生乳を使った「厳選島そだち牛乳」や販売取引先の要望による「生産者特定牛乳」等、多彩な商品開発の対応を行っている。

(5) 生産者と消費者の交流による産地づくり

大阪いずみ市民生協との交流活動は、近年、明石海峡大橋の開通も影響し、年間に14～15回程度(多い年は20回)実施されている。

交流活動は、牛乳・乳製品の品質や安全性に対する消費者の生の声が直接組合や酪農家に伝わり、生産に対する意識の向上が得られるとともに、消費者にも取り組んでいる酪農生産の内容を知ってもらうことができるといった相乗効果があり、安全・安心な牛乳生産につながっている。

交流活動とあわせて、生協との取引条件である飼養環境、水源条件、粗飼料成分などの現地確認についても定期的に行われている。

また、交流活動は、安全・安心な生産内容の把握と醸成から食農教育の一環として酪農教育ファーム的な側面を持ち合わせている。搾乳体験や子牛への哺乳といった牛の体温や牛乳の温かさを実感することのできるふれあい交流で動物からの恵み、生き物の命などを都市の子どもたちに伝えている。

以上のように交流活動を通じてまさに生産者と消費者が一体となった産地づくりが行われている。

(6) 組合員と一体となって地域への貢献

洲本市堆肥流通協議会の活動

大消費地京阪神地区の食料供給基地である洲本市では特産品である野菜等の農作物をこれまで以上に差別化を図り有利に販売していく必要がある。加えて、食品に寄せられる安全・安心の関心の高まりの中にあって、減農薬、減化学肥料栽培で安定的な肥培管理を進めていく必要から、良質たい肥の需要が高まっている。

一方、酪農家にとっては規模拡大に伴うたい肥の適正処理とスムーズな流通が避けることのできない課題として顕在化している。

こうした双方の課題とニーズに対応するため、平成13年、洲本市と組合の連携によって「洲本市堆肥流通協議会」が設立された。本協議会は、市域でたい肥流通に関する調整を行う組織であり、たい肥貯蔵施設や散布機等のハードを一切持たず、あくまでもソフト面(調整)に特化して活動しているのが特徴でもある。

主な活動内容としては、

- a . たい肥の取引価格を設定する
- b . たい肥の需要を取りまとめ、供給側の調整と配布の手配を行う
- c . たい肥代金決済に伴うトラブル等の処理を行う
- d . たい肥利用にかかる技術的助言を行う

などであり、このほか洲本市やJAが主催するイベントでたい肥の無料配布なども実施し、市民との交流・調和も図っている。

このように組合は、酪農生産に責任を持ちつつ、耕畜連携による資源循環型の地域農業発展のために一役買っているのである。

アイスクリーム工房「南風」の開店

平成13年、洲本市中心部にあった紡績工場跡地の再開発事業に伴って建設された第三セクターの観光施設「Sumoto Artisan Square」にアイスクリームの製造・販売を行うアイスクリーム工房「南風」を開店した。当時、生協組合員の要望により製造していた低脂肪乳の製造過程で生じる生クリームの有効利用について検討していたこともあり、また、洲本市が新鮮で美味しい牛乳の産地であることを観光客にPRする施設も無かったことからアンテナショップとしての機能も担うべく、組合をあげて開店に取り組むこととした。

アイスクリーム製造には地元特産のオレンジやピワ等を存分に使い、一部の製品にはハーブ牛乳も利用している。

ここで製造されるアイスクリームは地元の新しい特産品の1つに加えられ、地元観光旅館での提供や高速道サービスエリアでの販売など販路も拡大し順調に売り上げを伸ばしている。この取り組みによって地域の活性化に貢献できたとして組合員からも高い評価を得ている。

震災時にも被災地へ新鮮な牛乳を供給

平成7年1月17日に発生した阪神淡路大震災では震源地となった淡路島をはじめ、京阪神地域に甚大な被害をもたらした。管内においても組合員や組合職員の多くが被災したが、幸いにも牛乳処理工場は壊滅的な損害を免れ、数日後には市乳処理を再開することができ、がれきが散乱する中を集乳が続けられた。

ライフラインが寸断されたことにより阪神間に集中していた大手乳業メーカーは製造再開のめどが立たず、被災地では新鮮な食料品の供給が急がれていた。

しかし、淡路島と兵庫県本土側を結ぶ海上輸送のルートは寸断されたままで、かろうじて残されたのは四国を経由して岡山県へ向かう陸上ルートと洲本市と対岸の大阪府南部を結ぶフェリー航路のみであった。以前から大阪いずみ市民生協との取り引きがあったことも幸いし、この大阪南部とを結ぶルートをフルに活用して震災直後から被災地に向け新鮮な牛乳を救援物資として送り続けたことで、阪神間の被災者の健康維持に大きく貢献できた。

3) 活動の実施体制

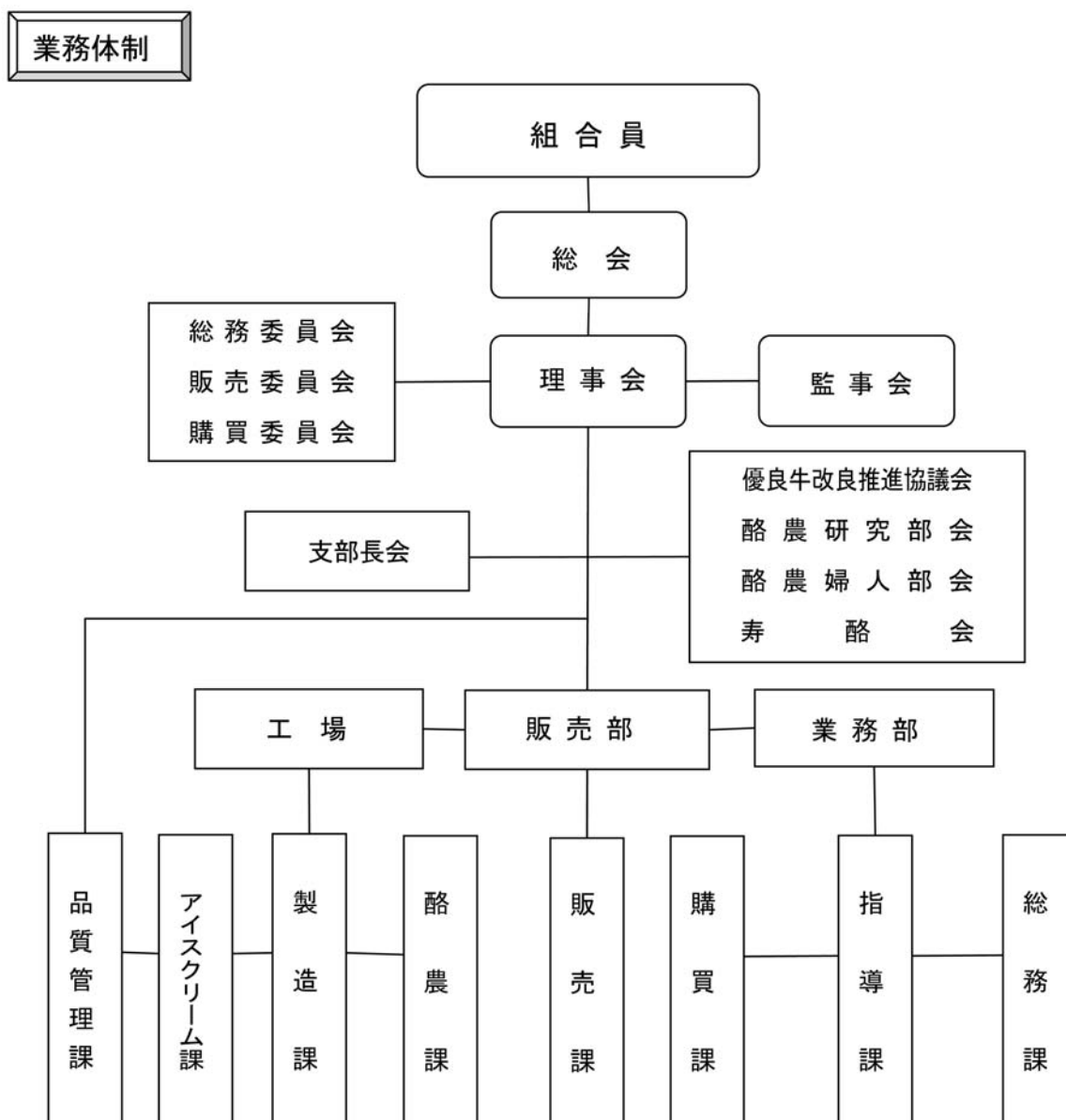


図6 業務体制

関係機関との連携（安心安全のネットワーク）

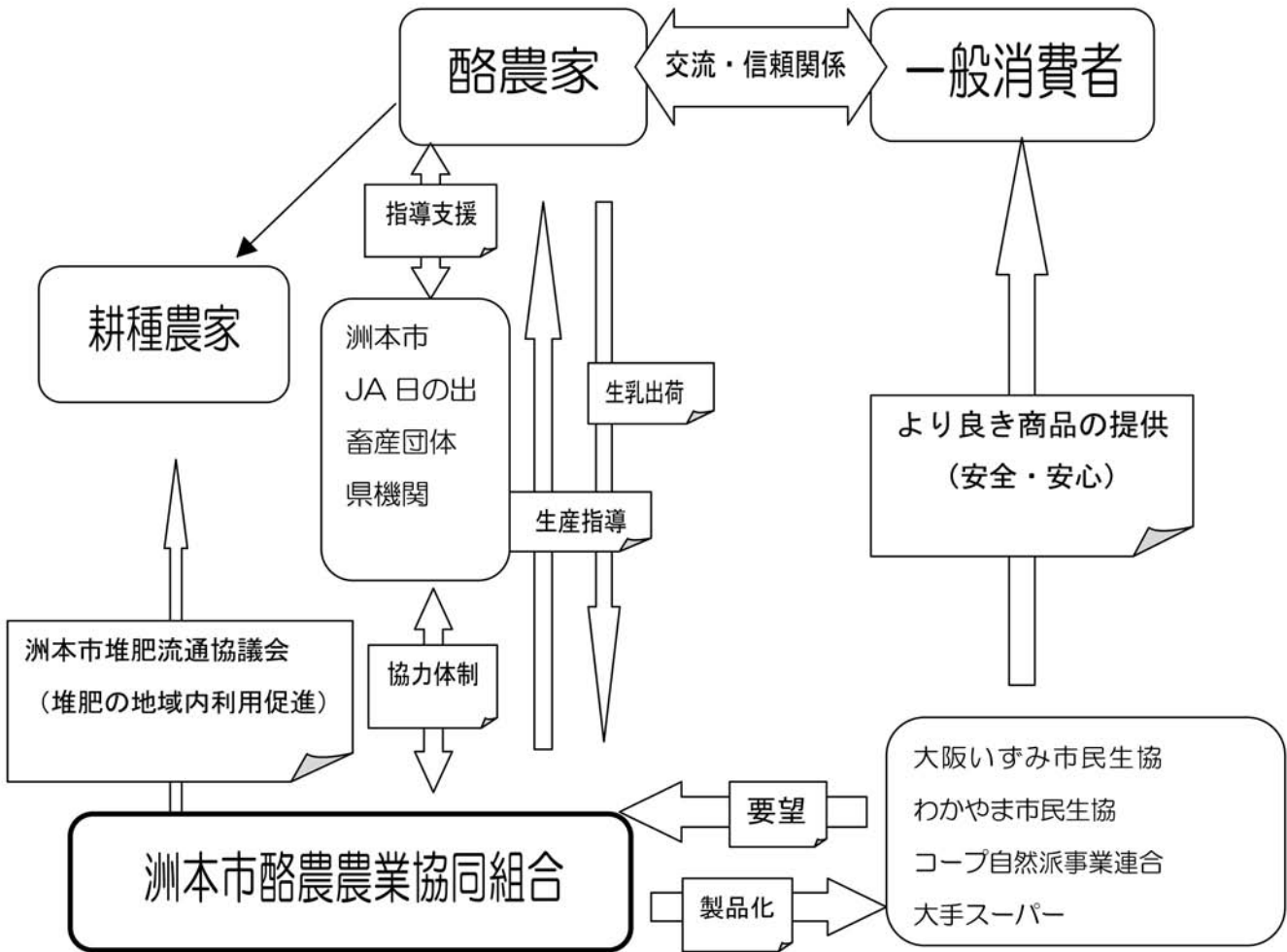


図7 関係機関との連携図

3 活動の年次別推移

年次	活動の内容等	成果	課題・問題点等
昭和 23 年	洲本市酪農農業協同組合設立	本格的な生乳生産開始	
昭和 35 年	地域酪農の基礎づくり	クーラーステーション設置、一元集荷、多元販売システムの共販体制確立	
昭和 38 年	学校給食への牛乳供給開始	生乳生産量順調に推移	
昭和 46 年	生乳出荷の近代化を図る	各地域にバルククーラー導入	乳質改善の必要性
昭和 50 年	市乳販売の拡大対策	大手スーパーとの産直開始	生乳生産量の拡大
昭和 59 年	市乳販売促進に向けたアイデア募集	「島そだち」ブランド誕生	販路の分散
平成元年	新たな販路開拓開始	大阪いずみ市民生協と交流開始	消費者との交流事業
平成 3 年	生協への販売開始	大阪いずみ市民生協、わかやま市民生協と取引開始	
平成 5 年	消費者との新商品開発	ホールディングチューブ方式による「低温殺菌牛乳」製造販売開始	新商品開発
平成 7 年	阪神・淡路大震災	被災地に定期定量出荷の継続	
平成 11 年	ハーブ牛乳生産検討開始		ハーブ牛乳の公正マーク取得が難航
平成 12 年	洲本市観光拠点づくりに参画	ハーブを給与した牛の牛乳「心にやさしい牛乳」製造販売開始	「心にやさしい牛乳」を使用した加工品の開発
平成 13 年	アイスクリーム工房「南風」開業	新たな観光拠点の開発	新たな販売先の確保
平成 14 年	コーヒー用クリーム製造販売開始	製造副産物の有利販売	

4 活動の成果・評価

1) 成果のまとめ

洲本市の農業粗生産額の約半分（196千万円）を産出する基幹産業として地域農業の中核を担うまでに発展を遂げるとともに、兵庫県酪農全体の生乳生産量の約1割（13,400 t）を生産する主産地として兵庫県の酪農振興に大きく貢献している。

月1回以上の間隔で開催される消費者との交流事業を通じて、お互いに顔の見える、声の届く良好な関係が構築できたことで、県内他地域にない産直販売を確立するとともに、生産者の乳質向上意識の高揚と消費者を常に意識し、高品質で安心してもらえる生産・販売活動を目指すことができた。

産直と消費者ニーズに対応した商品開発による市乳販売拡大のための活動が組合員の増頭意欲や乳質向上意欲を高め、専門的酪農経営を育成した。

地域のたい肥流通を調整する「洲本市堆肥流通協議会」の活動が、耕畜連携による資源循環型農業によって活路を見いだす原動力になっており、地域農業全体の安定的な発展に寄与している。

牛乳のほか、地元の特産果実を使ったアイスクリームが洲本市の新しい特産品の1つとして観光客にも認知され、地域農業の振興・発展にとどまらず観光事業をも包括した地域活性化に貢献している。

交流活動を通じた搾乳体験や哺乳体験は都会の子どもたちに食と農の理解を深めるとともに、将来にわたる畜産の担い手創出にもつながる取り組みである。

2) 他への波及拡大にあたっての留意点

生産活動の最終地点であり、収益を得るための原点でもある消費者のニーズに視点を置いた生産活動、そして牛乳販売を早くから取り組んできたことが高く評価できる。付加価値販売や安全・安心を意識した畜産物供給がささやかれる中で、あくまでも販売に強く影響するのは、生産方法のこだわりではなく、信頼関係であり、それを高めることがもっとも有効であることを示す事例でもある。

牛乳生産・販売といった直接的な利益を生む活動のみならず、発生するふん尿等の処理にまで責任をもつ組合体制、その地域で組合と組合員が営むからこそ、最後まで責任をもって処理を行う。当たり前のことではあるが、大きな視点で地域共生、小さな視点で組合員の利益につながる協同活動である。

消費者や地域を常に念頭においた生産活動をすることが、生産振興につながり、誇りをもった、高度な経営につながるものと思われる。

3) 活動に対する受益者等の声(評価)

大阪いずみ市民生協組合員・交流会参加者

洲本市酪農農業協同組合さんとの交流を通じて、私たちが毎日飲んでいる牛乳のことが大変良く理解できた。牧場訪問では乳搾りの体験や牛の飼育方法等を、また工場見学では牛乳が製品化されるまでの行程について知ることができた。洲本の皆さんが一生懸命においしくて安心できる牛乳づくりをされていることが肌で実感できる機会であった。

子どもたちだけでなく大人にとっても知らないことばかりで、参加者全員が、素晴らしい体験ができたと感謝している。このような気持ちを実感できるのは、生産者の顔が見える産直の醍醐味であると思う。今後は、感謝の気持ちを忘れずに安心して牛乳を飲んでいこうと考えている。洲本のみなさんも、素晴らしい牛乳をずっと作り続けていただきたい。

洲本市野菜農家・たい肥利用農家

これまでは面識のある酪農家から相対取引でたい肥を購入していた。このため、たい肥の品質や散布時期などについてのこちらの要望が反映されないところがあったが、洲本市堆肥流通協議会による調整が機能してからは細かな対応が可能となり、経営において非常に助かっている。代金決済も口座取引なので安心して利用できる。

また、生産した野菜もたい肥利用によって高い評価を得ていることから、これからも酪農家と連携し、野菜づくりに頑張っていきたいと思う。

洲本酪農組合員・酪農家

生協取引を開始するにあたり、厳しい乳質基準をクリアする必要があり、正直言って大変だった。しかし、現在の乳質が実現できたのはこのお陰であると思っており、また、産直により市乳販売の割合を増加でき、乳価の下げ幅を最小限に抑えることにつながったと思う。このことは我々酪農家の経営向上に直結したものである。

また、消費者との交流については、当初は「消費者＝お客様」という立場でお付き合いしてきた。活動当初は、牛舎を交流の日だけ普段以上に清掃するといった姿勢で臨んだこともある。しかし、そんな見かけだけのお付き合いでは駄目であると思い、常に心がけて清掃などを行い、近年では「ありのままの自分の酪農経営」を見て頂くようにしている。

酪農業を営む以上、ふん尿問題や臭いの対策は切っても切れない事柄である。また、搾乳作業は大変な作業である。しかし、そういった事もしっかりと消費者に伝えることで、「本当の信頼感」を得られることがわかってきた。

今では、消費者から頂くお礼状や感想文、また子どもたちの素直な感想を聞くのが楽しみである。そしてそのことが自分の経営のプラスになると確信している。消費者のみなさまの期待に応えるためにも、今後も安全・安心な生乳生産に尽力していきたい。

5 今後の課題

1) 当初目的の達成状況と残課題

(1) 市乳販売の増加

昭和50年以降、市乳販売の強化を図ってきた結果、現在では全生乳処理量に対する市乳処理量の割合は66%となっている。また、市乳販売高は13億円に達し、組合全販売高の38%を占めるに至っている。

市乳販売割合の増加は結果として、生乳の有利販売が実現できただけでなく、酪農家の自信と生産意欲を高めることができた。また、消費圏においては、淡路島の洲本市が美味しい高品質の生乳の産地であることを広くPRすることができた。

しかし、牛乳消費は飲料の多様化や天候要因等により漸減傾向が続いており、組合においても市乳販売量はここ数年間伸び悩んでいる。今後は、大手量販店や生協に続く大口需要先の開拓、高付加価値製品の開発と製造コストの低減が必要と考えられる。

(2) 消費者ニーズに応えた商品開発

市乳販売の本格参入時から、消費者に軸足を置いた商品開発を実施することができた。これは、組合員酪農家の理解と組合職員の努力の成果である。

しかし、食品安全基準法等の整備が進み、これまで以上厳しい品質管理が求められることも予想される。最新鋭の設備を備えた大手乳業メーカーとの過当競争は激しさを増すものと考えられるが、小回りの利く農協プラントのメリットを生かし、消費者ニーズに最大限に応えていく組合運営を心がけていく必要がある。

(3) 酪農家が安心して搾乳できる環境づくり

洲本市堆肥流通協議会の活動を通じて地域農業の連携強化を図ってきたところだが、畜産経営をめぐるふん尿処理の適正化を求める法律が本格施行したことから、組合員が安心して酪農経営に従事できるように広域堆肥処理施設の整備を洲本市と連携して進めている（平成16年秋現在）。

また、酪農ヘルパー制度の拡充、育成牧場の整備、牛群検定事業への加入推進をはじめとして組合員の経営支援対策の強化に努めていく必要がある。

(4) 組合員が誇れる組合に

一部地域の組合員の生乳は48時間以内に消費者のもとへ届けることが実現できたが、さらに集送乳・牛乳処理工程の効率化をすすめ全組合員の生乳がもっと早く、よりフレッシュな牛乳として消費者に届けられるように努力していく。

また地域社会への貢献について、福祉関係施設への牛乳提供やボランティア活動、障害者の雇用拡大等をこれまで以上に推進し、地域に認められる組合を目指す。

2) 新たな展開方向

(1) ほんまもんの味を伝えたい

組合員の経営や地域振興を考えると、現在の組合体制を維持していくことが最良であると思われる。しかし、商品価格では大手乳業メーカーに対抗できないことは明らかであり、今後は農協合併等も含めた団体・プラント再編も検討する必要があると感じている。

一方で、消費者との交流、低温殺菌牛乳やハーブ牛乳に代表される商品開発は小さな酪農専門農協であるからこそできたものと考えており、このような活動を軸においしい牛乳を提供し続けてきたことにある意味自信も持っている。

このことから「消費者に喜ばれる美味しい牛乳」を念頭に、組合員と二人三脚で本物の牛乳の味を消費者に知ってもらおうための努力を重ねていきたいと思っている。

(2) 酪農教育ファームの育成

交流会の活動は酪農教育ファーム的な機能も持ち合わせているが、今後この活動を一過性の体験で終わらせることなく、定期的・反復的な活動に発展させていきたいと考えている。そのために受け入れ農家の施設整備や環境整備、教育現場との連携調整など組合として積極的に取り組んでいきたい。

これら活動は、食と農の理解を深めることに有効なだけでなく、将来の畜産の担い手創出にもつながる可能性があると思っている。