

自然のおいしさと、 安全で安心できる牛乳に こだわって

～生産者が取り組んだ牛乳販売～

全国でも高い評価を受けている北海道の牛乳と乳製品。不足払い制度のもと、多くの生乳が指定生乳生産者団体に一元集荷されているなかで、生産者自らが、おいしい自然の牛乳を届けたいと、独自の体制を作り、製造・販売に取り組んだ例が、函館牛乳で知られる(株)函館酪農公社です。同社の金子隆社長にお話をお聞きしました。



小高い丘にあり、眺めもよい「あいうす118」。4月1日～11月第1日曜日まで9時～18時（6・7・8月は～19時、11月は～16時）の無休で営業

酪農家の夢を形に

函館空港を過ぎ、函館オートキャンプ場方面に車で5分ほど行った小高い丘の上に、津軽海峡を眺めながら絶品の牛乳とソフトクリームが味わえる「あいうす118」があります。4年前に函館牛乳がオープンさせたキャンピングカーを使った小さなお店です。

(株)函館酪農公社は、'73年に設立、その翌年の8月から牛乳の製造・販売を始めました。現在も酪農業を営む金子社長は「酪農家なら誰もが自分で搾った牛乳を自分で売ってみたいと思う」と、その動機を語ります。

当時はすでに不足払い¹法が施行されていましたが、全体として加工乳の割合が高い北海道のなかで、都市近郊にあるこの周辺では、飲用乳の割合が高いという事情がありました。飲用乳の比率が高い酪農家にとっては、不足払いはメリットがなく、当初はそういった地域特性を配慮した対応を呼びかけたのですが、その点は聞き入れられませんでした。

道南の酪農は、規模も小さく、まだ競争力はあまりありませんでしたが、北海道のなかで大消費地に

※1 不足払い法

'65年に制定された加工原料乳生産者補給金等暫定措置法のこと。飲用乳と加工乳など、用途別に取り扱をすること、加工乳の場合に、乳業メーカーが定めた基準価格と、酪農家が再生産できる保証価格の差額を補給金として国家財源で支払うこと、都道府県に指定生乳生産者団体を設け、そこに生乳の一元集荷・多元販売などを担わせる、などそれまでの生乳市場を大きく変えた。しかし'99年に食料・農業・農村基本法が成立し、生産者補給金制度など不足払い法の根幹部分は廃止され、競争原理が導入された。

最も近いという立地条件が大きな武器でした。そうした背景から、金子社長を始め、何人かの仲間が集まって、同社が設立されました。

函館牛乳の生乳は、管理の行き届いた60軒弱の契約牧場から、毎日搾りたてのものが届きます。原料乳へのこだわりと品質の高さは、生産者ならではの深い愛情が感じられます。しかし、生産者である酪農業から、製造・販売という新しい分野に足を踏み入れたわけですから、知らないことばかりで、販売体制、製造工程、原料管理、品質など、多くの壁にぶつかりながらのスタートでした。

全国初の移動販売車導入

なかでも大きな難関は、一元集荷の枠を外れて、独自の体制を確立することでの販売経路問題でした。今となっては、函館牛乳の特徴となっている移動販売も、苦肉の策で考え出されたもの。当初、販売を予定していた小売店からキャンセルが相次いだため、目をつけたのが車による移動販売だったのです。これが運良く大成功。全国でもこのような例はなく、NHKの全国ニュースにも取り上げられ、連日、長蛇の列。牛乳は飛ぶように売れたと言います。

今でも函館牛乳の4割の売上は約40台の移動販売車があげており、直営の販売組織を持つことが一つの強みになっています。現在は保冷環境の利点を生かして牛乳以外の商品も販売していますが、移動販売車の1台分の売上平均は14、15万円程度。これまでには1台30万円ほどの最高売上記録を達成したこともあるそうですが、同じ時間・同じ場所に到着することが移動販売車のポイントだと言います。すでに函館市内では多くのスーパーが函館牛乳を取り扱

っているため、現在、移動販売車は地方エリアで主力の戦力となっています。

昭和50年代には、移動販売車のほかに販売拠点を広げるため、小さな直営店を函館市内に6ヵ所設置したこともありました。また、当初から函館の立地を生かして、販路拡大は道内ではなく、道外をターゲットに定めていたこともあり、現在は函館本社のほかに、青森、栃木、東京、仙台に営業所や出張所を設け、こちらでも移動販売車を取り入れています。自然のおいしさを生かした牛乳づくりを実践しているので、道外バイヤーに試飲させると味の評価は高く、道外では3分の2の売上をあげています。道内では、あえて札幌圏に積極的には進出せず、渡島・檜山地方を中心としたエリアで販売を続けています。

本社と工場が立地する小高い丘の景観の良さにほれ込んだ観光業者から観光バス立ち寄りの話があったことをきっかけに、4年前には「あいす118」を開店しました。ここでは、100円で飲み放題の牛乳、乳化剤や安定剤を一切使っていないソフトクリーム、コクのあるヨーグルトドリンク、オリジナル生チョコ



「あいす118」に隣接する工場は窓越しに見学も可能。同社の商品は、函館近郊ではダイエー、イトーヨーカドー、長崎屋などのほか、丸井今井、西武などで販売中。渡島・檜山管内外では、札幌のロビンソン百貨店でも販売

コ、自慢の生乳から作った手作りのナチュラルチーズなどを販売しています。4月～11月上旬までの営業ですが、多い日は千数百人が訪れると言います。

品質にこだわるからこそ殺菌方法にこだわる

販売当初は、130度で2秒殺菌する²UHT殺菌で牛乳を製造していた同社ですが、その後、75度で18秒殺菌する³HTST殺菌、65度で30分殺菌する⁴低温殺菌の牛乳を相次いで発売します。

今日多くの牛乳がUHT殺菌であることに対して、金子社長は疑問を抱いています。先進国の飲用乳は、HTST殺菌を中心とする⁵パスタライズ牛乳が一般的です。しかし、日本では消費者が日保ちの問題を意識しすぎているのか、HTST殺菌や低温殺菌はなかなか受け入れられません。デンマークでは'67年に移出のためにUHT-LLという国際乳業連盟の規格である超高温滅菌牛乳の生産が許可されています。それと同時に牛乳の取り締まりが改正され、UHT-LL牛乳は容器に「乳児または幼児には飲ませてはならない」という表示がメーカーに義務付けられたという雑誌の記事を読んで、金子社長は大変なショックを受けたと言います。

日本とは牛乳の規格が同じではないため、同等の処理方法の比較にはなりません。高い温度で殺菌することで、自然の味はもちろん、牛乳が本来持つ成分や機能が損なわれてしまうということなのでしょう。デンマークのこのような状況を知ったことで、函館牛乳では生産者とともに乳質改善をスタートさせました。HTST牛乳など、低い温度での殺菌には質の高い生乳が要求されるからです。

生乳の品質評価には、成分と衛生面の両面があり

ます。成分面では、脂肪分とたんぱく質、そしてカルシウムなどが評価の対象になります。

最近では脂肪分よりもカルシウムに注目が集まっているので、生乳のカルシウム量を格付けし、乳価に反映させるような試みもしました。しかし、この点は技術的にまだ課題が多く、3年ほど研究を進めましたが、断念しました。現在は、契約農家の乳量に応じて、土壌にまくカルシウム剤を配布しています。できるだけ自然のものをという願いから、あえて製品そのものにカルシウムを添加するのではなく、土から作ったものを牛が食べて、その牛が出した乳を自然のまま利用するという考えからです。衛生面では、生乳の細菌と細胞を管理し、その評価を乳価に反映させ、契約農家のやる気を喚起させました。また、年に数回、牛舎衛生検査コンテストとして「ファーム・クリーン・コンテスト」を実施。質のよい生乳生産のための環境づくりを進め、現在も、より高い品質の生乳を生産できるように牧場の衛生管理を徹底するよう、生産者とともに努力しています。

意識の高い生産者の生乳だけでHTSTなどの低い殺菌温度の牛乳を製造することは簡単ですが、あえて金子社長は「これを機会に契約牧場全体の質を上げること」にこだわります。そうした取り組みが、全体の商品の質を上げることにつながるからです。そうした努力ののち、'82年にはHTST牛乳を発売、その後低温殺菌牛乳の発売にもこぎつけました。

HTST殺菌、低温殺菌にこだわるには、酪農家としての深い思いがあるからです。現在、牛乳は、UHT、HTST、低温殺菌のほかに、135～150度の高温滅菌後、無菌状態で充填するロングライフ牛乳と呼ばれるものがあり、日本ではロングライフ牛乳以外は栄養価があまり変わらないと言われていたが、

※2 UHT殺菌

Ultra High Temperatureの略で超高温殺菌法のこと。80～85度で5、6分加熱し、その後120～130度2秒の加熱処理が基準。一般の牛乳はほとんどがこの方法で殺菌している。原乳中の有用な菌まで殺してしまい、たんぱく質やカルシウムの変性も大きいと言われる。

※3 HTST殺菌

High Temperature Short Timeの略で高温短時間殺菌法。72度15秒の加熱処理が基準。たんぱく質やカルシウムの熱変性が少なく、原料に近い風味がある。

※4 低温殺菌

正式には、低温長時間殺菌法（Low Temperature Long TimeでLTLTとも略される）、63度30分の加熱処理が基準。大量処理には向かないが、甘味とろみが増し、独特の風味がある。

※5 パスタライズ牛乳

低温長時間殺菌法（LTLT）が高温短時間殺菌法（HTST）で処理された牛乳。牛乳の天然性が損なわれないため、胃のなかで固く凝固し、消化吸収がよく、カルシウムの吸収率も高いと言われる。



「当社の考えを最も反映している商品」（金子社長）という低温殺菌の函館3.8牛乳（写真左）同じ瓶タイプのコーヒー牛乳、のむヨーグルトも絶品

「それに抵抗がないとすれば、将来は日本の牛乳も輸入品になってしまう可能性があるのではないかと懸念があるのです。牛乳本来の自然性と味、栄養価を大切にすることこそが、日本の酪農を継続させる道ではないかと金子社長は考えています。だからこそ、牛乳はHTSTか低温殺菌であるべきだと主張します。現在、低温殺菌牛乳の消費量は全体の5%とされていますが、同社では常に12%程度を占めており、金子社長の思いが消費者に伝わっているように思います。

おいしさに安心を加えた牛乳を

「日本一おいしい牛乳を作る」ことを標榜し、これまで取り組んできた同社ですが、3、4年ほど前から、おいしさに加えて“安心”というキーワードが加わりました。牛に与える多くの飼料原料が海外から持ち込まれている点に気が付いたのです。遺伝子組み換え問題はもちろんですが、海外から輸入される配合飼料の主要原料の穀物は、収穫後にカビや害虫を防ぐため、農薬を散布されているものが多く含まれています。そこで、同社では遺伝子組み換えや収穫後に農薬を散布した穀物を使用しない配合飼料『函館さわやか18号』を伊藤忠飼料(株)と共同で開発。この配合飼料を使用し、牛の餌からこだわってつくられたHTST牛乳『緑と牛と大地』牛乳が昨年発売されています。

「国際競争のなかで日本の酪農の生き残りという問題もありますが、牛乳を取り巻く状況、そして本当の牛乳の大切さを消費者に知らせることが我々の役目だと思っています。生産者が大事なのではなくて、牛乳が大事なのです。牛乳をいとおしむ気持ち

を持ってほしい」と金子社長。同社の牛乳は、その思いが心に染みてくる味がします。

「我が道を行く」でやってきたと言う金子社長ですが、それは生産者としての確固たるメッセージが、消費者に受け入れられたあかしでもあります。都市近郊で、本州に近いという立地条件もありますが、本当においしい牛乳を消費者に届けたいという思いがこれまでの函館牛乳を支えてきたのです。この経験は、これまでの企業論理や流通の仕組みを見つめ直すきっかけにもなるのではないのでしょうか。



移動販売にはこれよりも小さな2トントラックが使われる。スピーカーから「おお牧場はみどり」のメロディーが流れて、販売車がやってきたことを知らせる

組織概要 Information

株式会社 函館酪農公社
創 立 / 1973年12月
資本金 / 4,680万円
売上高 / 約31億円 ('00年度)
本 社 / 函館市中野町118-17
電 話 / 0138-58-4460
<http://www.hakodate.or.jp/milk>



NON-GM (非遺伝子組み換え) P.H.C.F. (収穫後の農薬散布をしない) 飼料で育てた牛の生乳から生まれたHTST殺菌の『緑と牛と大地』牛乳