



●目的

「持続可能な強い酪農業を形成するため、酪農・乳製品製造の先進地域の北海道へ視察研修を行う。」

●内容

酪農・乳製品製造の先進地域の北海道で、そのなかでも酪農の盛んな十勝・道東の酪農地帯地域を中心に車で巡り、都市にまだ出てきていない「乳製品」や「牧場が提案できるコト」を視察する。

◎ 牧場の現状と今後の展開

◎

酪農部門と製造販売部門での売上推移

酪農部門

2012年	5,500万
2013年	5,600万
2014年	6,300万

製造販売部門

2012年	670万（製造開始）
2013年	1,200万
2014年	1,600万
2015年	予測2,200万（9月時点 1,600万）

両部門とも売上を伸ばしているが、酪農部門では、原価上昇（牧草や濃厚飼料の高騰）やTPPなど乳業界的な不安要素が拡大しているため、将来的に楽観視はできない。

現在の当牧場の強みである製造販売部門では毎年約35%づつ売上を拡大している。

今後さらに自家牧場の生産物（乳や肉や牧場環境）を活かし、消費者様にご提案していくことが、目指す強い酪農業を作るために重要だと考えている。

2016年後半から2017年に計画している新工場では、現在のヨーグルトをベースに、ヨーグルトを活かしたジェラート・スイーツ、肉を活かした加工を行い、併設の店舗でも飲食できるような施設を計画している。

そのためにも、先進地域の乳製品製造農家や農家レストランなどをされている方を訪ね、乳・チーズ・肉などの食材の活かし方や提案の仕方、味などの違いを確認する。

◎商品力のある乳製品を作る

当牧場では自社工場でのヨーグルト製造のため、乳製品製造設備投資が高額であったこともあり、商品コストが高くなっている。しかし、自家産乳の濃厚な特徴を活かした商品を製造することで消費者様が食べた時に違いが分かりやすい商品となり、価格に見合う商品として指示を得るようになった。

これまで海外でのプロジェクトの合間や、国内での展示会や商談会の時に東京・名古屋・大阪の主要百貨店・高級スーパーでヨーグルトを食べ歩いているが、最近、日本の都市部の小売店では珍しいヨーグルトが見つけれなくなっている。

今回の先進地域視察では、都市部に出てきていない地方のこだわりヨーグルトを探し、商品力の高いヨーグルトや乳製品を比較分析しようと考えている。

●参加で得る事・今後の改善になる事

◎新工場併設の飲食店の展開について

「酪農家が提案する飲食店」のポテンシャルを知ることができる。

飲食店を考えるにあたって、シェフと同じ土俵だと負ける可能性があるため、自家牧場の生産物を最大限に活かすための実例をみることができる。

◎製造販売について

酪農王国北海道ならではの商品展開や提案の仕方を知ることで、当牧場のドメインを見直せる。大自然の中で酪農をしているような良い商品イメージがあり、更に生乳生産原価が日本一安い北海道の乳製品だが、隣に並んでも当牧場の商品が選ばれるような商品力の強いものを作るためのヒントを得ることができる。

研修等成果報告書

H27年11月5日

作成者	住所	合志市須屋	電話	
	氏名	大藪 沙紀		
研修等の概要	<p>酪農王国である北海道、その北海道の酪農家を訪ね(主に乳製品製造されている所) 私たちの今後の事業と地域活性化につなげる、持続可能な酪農業とはどのようなものか、実際に現地を見て、生産物を食べてみる。</p>			
研修等の成果	<p>・酪農～製造販売されている牧場・店が訪問数→4件 実際に食べてみたもの <ソフトクリーム・アイス> 13個 <飲むヨーグルト> 17個 <食べるヨーグルト> 10個 <牛乳> 10杯</p> <p>気候や風土も熊本と違うため、牛の飼い方やエサや購入飼料が全然違う。そのことで、牛乳の色やにおい、味が牧場により違っていた。わかりやすかった。 → 資料①</p>			
あなたは、今回の研究・研修の成果を、今後のまちづくりや自分の仕事に活かすことができると思いますか。			<input checked="" type="radio"/> 思う ・ <input type="radio"/> 思わない	
<p>* 今後、この成果をまちづくりや自分の仕事にどのように活かしていきたいと思えますか。</p> <p>・地元には、これだけ豊富な農作物があるのだから、アイスなどのフレーバーでどんどん試作していく予定。まずはリバ粉を使用してアイス。米粉などの思案中である。</p> <p>・パッケージも作り手の思い、まちの豊かさが見て伝わるようなフーズetcを入れてどんどん県外に卸していきたい。</p> <p>・まちの消費者もハッピー、農家さんもハッピーになるような仕組みづくりをしていきたい。</p>				

資料①

現地で酪農業をされているところで製造販売されているところで加工しているものは、やはりソフトクリームやアイス、ヨーグルト、チーズがおおかった。

私たちはソフトクリーム・アイス・ヨーグルトの加工をしているため、今回はそこを中心に訪問した。

食べてみて違いがわかりやすいものから、違いがわかりにくいもの、デザインで目をひく商品などがあり消費者側の目線で商品を選ぶ気持ちがわかり、とても勉強になった。

アイスでは、フレーバーをオーソドックスなものから地元の農作物を使用し、特徴を出したものがいくつかあった。そのなかでも、地元の米を使用して作ったアイスは、米の食感を残し米本来の風味と甘みが絶妙に感じられた。ヨーグルトは、原材料に脱脂粉乳や香料などを使用したものから生乳だけで作られたものまで様々。飲み口もとろとしたもの、サラサラしたもの、酸味、甘みと全部違い、価格と飲んだ感じとみて今後の商品開発に大変参考になった。

と、パッケージの見た目の大事さも参考になった。

牧場に店舗を構えているところも多く4件訪問した。

店舗によってはウェルカムドリンクとして牧場の生乳が出てきた。

そこで作られたものを調理したメニューがずらりと並び、チーズやミルクジャム、ヨーグルトがある。

店舗自体大変おしゃれな内装で今どきのカフェ、といった雰囲気。

地元の方から観光客から、オフシーズンには大変お客様も多かった。

きっと地元の人もゆっくりランチできる店舗として愛されているのだろう。

こういった環境(地元でできた生産物を地元でご提案し、地元の人が喜ぶ)サイクルは、ぜひ今後最優先で計画実行したい。

【購入した乳製品】



【帯広の牧場の加工場】



【十勝の牧場】



【浜中の牧場】



【訪問先のバンカーサイロ】



【十勝の物産館】



～こうし酪農を活かす為の北海道先進地視察～

オオヤブデリーファーム 大藪裕介



●目的

酪農業の先進地域である北海道で、いかに酪農を活かした経営をしているか、その店舗や乳製品を視察・試食し、自家牧場との違いを知り、現在進めている工場・店舗新設後の強い事業展開へ繋げる。

● 当牧場の課題

世界中のヨーグルトを食べ歩く中で、日本を代表する酪農地帯 北海道の乳製品を無名の地域の商品まで食べたことがなかったので、自家牧場の乳製品との違いをバイヤー様や消費者様に説明できるために商品の違いを知る必要があった。

また、今後、工場と店舗を新築し事業を拡大する計画があるため、北海道の農家レストランを視察し、酪農場に隣接する店舗を視察し、メニューや料理の味を知り、どういった提案をしていくべきか、そのヒントを探している。

● 現地視察

今回、北海道の道東：浜中町から札幌までをレンタカーで横断し、道の駅や物産館、スーパーや百貨店に寄り、北海道の各地域のそこにしかない乳製品を探した。

当牧場ではソフトクリーム・アイス・ヨーグルトを自社製造しているため、今回自家産生乳で製造販売されている酪農家を4軒を訪問した。

世界中のヨーグルトやアイスを食べ歩いているが、日本ではまだ行ったことのない酪農王国【北海道】。実際にやってみると、見たことのない食べたことのないご当地乳製品がたくさんあった。

アイスのフレーバーに地元の農作物を使用し、特徴を出したものがあり、そのなかでも地元の米を使用して作ったアイスは、米の食感を残し米本来の風味と甘みが絶妙に感じられとてもおもしろかった。

ヨーグルトは、原材料に脱脂粉乳や香料などを使用したものから生乳だけで作られたものまで様々。のむヨーグルトの場合飲み口がとろっとしたものやサラサラしたもの、食べるヨーグルトは酸味の出方や甘みが全て違い、購入価格と食べた感じを今後の商品開発役立てたい。

価格に関して、特に高いものはなく、酪農家で作る平均的な価格のものが多かった。(100g: ¥130ほど)
また、パッケージの見た目の大事さも参考になった。

●現地視察後の感想と今後の目標

今回の視察で分かったことは、以外に多くの乳製品に添加剤を沢山使用されていたこと。

沢山の砂糖系の副原料を足している商品がとても多かったこと。

地域のミルクをシンプルに磨き上げるといった加工をしている農家は少なく、パッケージや味から生産者の想いが溢れ出ているような商品は数少なかった。

牧草も多く取れて、美味しいミルクができてはいるはずだが、副原料のせいで大手乳業メーカーとの違いが無くなっている商品が多く、雑菌が繁殖しているのか分からないが苦いヨーグルトもあった。

推測だが、北海道では乳製品加工の許可取得の難易度が低く、製造時の衛生管理レベルが低位可能性がある。とても勿体なく感じるとともに、北海道ブランドの隙があることが分かった。

レストランでは、店舗によってはウェルカムドリンクとして牧場の生乳が出た。

そこで作られたものを調理したメニューがずらりと並び、チーズやミルクジャム、ヨーグルトがあった。

店舗自体が大変おしゃれな内装で今どきのカフェといった雰囲気、地元の中心部や、各地から観光客が来店しており、オフシーズンには大変お客様も多かった。

おそらく、北海道民でも、市街地に住む消費者にとって牧歌的な空間での美味しい時間は特別なものであり、牧場のある環境で美味しいものが食べられて、ゆっくりランチできる空間は「選ばれる」ことが分かった。

こういった環境(地元でできた生産物を地元でご提案し、地元の人が喜ぶ)サイクルは、ぜひ今後最優先で当牧場でも計画実行したい。

合志市は、酪農家・乳製品にとって、地域ブランドとしてのネームバリューこそ低いが、

1・美味しさを追求し、2・安全・安心な原料と工場、3・牧場の隣だとしても衛生的に整え、牧場の良い面だけを表に出した牧場と店舗にし、4・お客様がくつろげる環境作りを行えば、必要とされる牧場になれることを体感した。

とてもシンプルで当たり前の事だが、先進地であっても、それを実現しているところは少ないようであった。

現在計画の中の新工場と店舗では、今回の視察を踏まえ、・ヨーグルトの量産・乳製品の菓子などの拡充・飲食空間の新設を中心に事業拡大を行い、酪農業として広い畑の少ない合志市でも全国に通じる乳製品を消費者の方に提案していくことで、「強い合志酪農」の可能性を模索していきたい

。

【購入した乳製品】



【帯広の牧場の加工場】



【十勝の牧場】



【浜中の牧場】



【訪問先のバンカーサイロ】

【十勝の物産館】



【旧牛舎を活かした販売店：町村牧場】



【世界中の牛グッズを販売する農家レストラン】

(1) ・参加者名簿

(2名)

- ① 大薮裕介
- ② 大薮沙紀

3・事業の経費の配分

(単価；円)

項目	積算基礎	金額	備考
【交通費】			
・航空券	【往路】 ・熊本→羽田 ￥16.290×2名 ・羽田→釧路 ￥22.290×2名 【復路】 ・新千歳→福岡 ￥13.900×2名 ✓	￥32.580 ￥44.580 ✓ ￥27.800 ✓	
・バス代	￥4.500(2名分)	￥4.500 ✓	
・レンタカー	・3泊4日 ￥29.700	￥29.700 ✓	
・宿泊費	・10月19日 ￥7.320(2名分) ✓ ・10月20日 ￥12.050(2名分) ✓ ・10月21日 ￥13.400(2名分) ✓	￥32.770 ✓	
・高速バス	￥3.700(2名分)	￥3.700	・福岡空港→合志市
【需用費】			
・燃料費	￥5.513	￥5.513 ✓	
【賃借料】			
・駐車場代	￥500	￥500 ✓	
合計		￥181.643	

H27 ふるさと創生基金事業 補助内容 個別表

申請者氏名	オオヤブ ムウスケ サキ 大藪 裕介・沙紀	受付番号	—	
住 所・電話番号	須屋	補助該当	第 2 条 第 1 号	
研 修 名	持続可能な強い酪農家を目指すための、北海道視察			
期 日	平成27年10月19日(月)～10月22日(木) 3泊4日			
場 所	北海道(浜中町～帯広～札幌)			
内 容	北海道の酪農家を訪れ、今後の事業と地域活性化に繋げる			
研修費用	経 費	備 考	自己負担額	補助対象経費
	旅費			
	航空券	熊本→羽田(領収書なし)	32,580	0
		羽田→釧路	44,580	44,580
		新千歳→福岡	27,800	27,800
	バス料金		4,500	4,500
			3,700	3,700
	レンタカー料金	4日間	29,700	29,700
	宿泊費	10月19日	7,320	7,320
		10月20日	12,050	12,050
	10月21日	13,400	13,400	
需用費		ガソリン代	5,513	5,513
使用料・賃借料		駐車場代	500	500
	計		181,643円	149,063円
補 助 率	合志市ふるさと創生基金条例施行規則第6条第1号 対象経費の2分の1以内の額とし、且つ研修については、1人10万円以内の額とする。			
補助額の計算	149,063円 ÷ 2 = 74,531円		補助金額	74,531円 (2人合計)
備 考				

column
オオヤブデイリークリーム

「くまもと半熟ヨーグルちよ」



循環型酪農を基礎に、えさにも水にもこだわって大事に育てたジャージー牛のミルクと、
てんさい糖のみの完全無添加のノンホモジナイズ製法で作られています。

市販のヨーグルトにはない、まるやかで
クリーミーな2層のヨーグルトを生み出す
「ノンホモジナイズ製法」とは?

ホモジナイズとは、乳脂肪の均一化をする処理のこと。
一般的に、牛乳は機械を使い、乳脂肪を細かく砕く
処理を行います。オオヤブデイリークリームでは、牛
乳に余計な手を加えたくなかったため、このホモジナ
イズを行わず、牛乳をそのままヨーグルトに加工する「ノ
ンホモジナイズ製法」をとっています。ノンホモジナイ
ズは、乳脂肪を均一化していない牛乳のことで、本来
の脂肪球を傷つけないので、胃液や消化酵素の働き
を受けてゆっくり消化吸収されます。

ノンホモジナイズ製法による、
ヨーグルちよの特徴

- ①ノンホモジナイズ製法でつくることによって、
乳成分の多さからクリームの層が形成され、
牛乳本来の味わいをそのままに、下の
スッキリさわやかなヨーグルト層との2層
の味が楽しめるヨーグルトとなりました。
- ②出来立てのころはミルク感が残り甘く、
熟成が進むとヨーグルトらしい酸味と香り
が増していきます。お好みですぐに食べるも
よし2~3日置いて食べるも良しの逸品です。

合志ブランド
A
MAP-13



2層からなる食感のハーモニー
くまもと半熟ヨーグルちよ
180g 324円(税込)から(各種あり)
※業務用2L以上も可能
※ヨーグルン価格とのまま

無化学肥料、減農薬による循環型
酪農の恵みであるジャージーミルク
を使い、その風味をそのままお届け
できるように、国内でも珍しい『ノンホ
モ製法』でヨーグルトを作りました。
ジャージーミルク特有の黄金色の
クリームラインとココクのある手作り
ヨーグルトです。



オオヤブ
デイリークリーム

合志市須屋2541
問:096(242)7913
合志市物産館「井天」でも取り扱っています。
営:11:00~17:00 休:不定休
<http://oyabudairyfarms.com/>



大藪 裕介

合志ブランド
B
MAP-13



合志産の生姜でさっぱりとした後口
和菓子 弁天山(べんてんさん)

1個 181円(税込)
1箱(6個入り) 1,234円(税込)

合志産の生姜を加えて焼き上
げた生地、小豆餡を包んだ
和菓子です。地元で親しまれて
いる弁天山をイメージして作り、
名前も「弁天山」と付けました。
安心・安全をモットーにお菓子
を作っています。心よりご来店を
お待ちしております。



旬大盛堂

合志市須屋672-16
問:096(344)8124
営:9:00~21:00
休:なし



堤 公長

