モロコシのはなし

第12回

Non-GM 飼料牛乳

文/北川祐子

生産の形というニュアンスで使われ りないが、マーケットインのほうが ある。いずれも顧客のニーズをにら 場のニーズを捉えてそれに沿った商 ていく方法で、マーケットインは市 方針に基づいて商品をつくって売っ ウト、もう1つはマーケットインだ より顧客側の要望を具体化していく んで商品をつくっていることに変わ 品を開発し、販売していくやり方で プロダクトアウトは企業の技術力や 方法がある。 ものづくりには大きく分けて2つ 1つはプロダクトア

るために生まれた商品を売り出して いて、消費者の強いニーズを実現す 広がるなかで商品化も並行して進め いる事例を紹介したい。 入 Non-GM トウモロコシなどを用 ケットインの発想である。今回は輸 られている。その鍵を握るのがマー Non-GM トウモロコシの国産化

乳業㈱は現在、「よつ葉牛乳 Non がどのような経緯で生まれ、 えて生産した牛乳である。この商品 Non-GM トウモロコシと大豆粕を与 GM(UHT)」という製品を世に出 している。名前を見てわかるとおり、 北海道札幌市に本社を置くよつ葉 販売が

顧客のニーズを具体化する マーケットインのものづくり

まったグループがほとんどだ。 取り組みが始まった。共同購入グル 同購入グループからの引き合いが増 営組織を想像するが、よつ葉乳業と ープと聞くと、生協のような事業運 え、72年より消費者に直接販売する 勢が消費者から評価されたのだ。共 品質とものづくりに対する真摯な姿 品の販売を行なったところ、 た。転機は71年、東京で試験的に商 る乳業メーカーとしてスタートし 取引しているのは少人数の個人が集 し、全国に業務用の乳製品を提供す よつ葉乳業は1967年に創 商品

るべく共同購入グループを全国各所 量販店での個人購入の限界を打ち破 めて購入したい」という消費者層が るものは自分たちの目で安全を確か た。そのなかで、「子供たちが食べ 安全に対する関心が高まりつつあっ の安全が脅かされることが大きな社 で立ち上げたというわけだ。 会問題になっていたころで、 いえば、公害や農薬などにより生活 この取り組みが始まった70年代と

当時の世の中のニーズと合致した。 品づくりをする同社の取り組みは、 酪農王国でシンプルで真っ当な製

る。

広報部に話を聞いた。 継続されているのか。よつ葉乳業の

共同購入グループとの出会い

料における割合は粗飼料が約45 粗飼料が約55%となっている。 2種類からなる。 濃厚飼料はいわゆる配 牛の飼料は、粗飼料と濃厚飼料 一般的な乳牛用飼 合飼料と単

を自分たちで選んで購入できる「よ こうした直販に近い取り組みは40 ている。 以上も続き、 の共同購入グループが商品を購入し つ葉会」をはじめ、 現在はさまざまな商品 関東を中心に54

飼料に使った商品 Non-GM トウモロコシを

2000頭、日量約30tの生乳を生 年から製造・販売を開始した。現在、 飼料に対応できる生産者を募り、 流通に乗っている。 カマンベールチーズで商品化され た生乳は牛乳のほか、ヨーグルト、 産している。 戸)と契約しており、乳牛にして約 士幌町2戸、音更町1戸、幕別町5 合会と傘下のJAを通じて Non-GM 生産団体のホクレン農業協同組合連 牛乳である。よつ葉乳業は指定生乳 されたのが、Non-GM 飼料を使った 十勝管内の生産者16戸(鹿追町8戸 入グループからの要望を受けて開発 こうして信頼関係を築いた共同 Non-GM 飼料に対応し

15 TA

で輸入したものが使われている。 大豆は基本的にGMO不分別の状 に頼る部分が多く、トウモロコシと などが主原料である。 トパルプやアルファルファペレット -味飼料は繊維分を補うためのビー いずれも輸入

ロコシ、

大豆、

綿実、

麦類などが、

もがなこちらは国産で Non-GMC ーン)でまかなわれるため、 れる牧草、 させたもの)、乾草を主に使う。 や牧草をカッターで細断し乳酸発酵 本的にはその牧場や周辺地で収穫さ 粗飼料は生草、サイレージ(生草 トウモロコシ(デントコ 言わず

で、この取り組みに挑んでいる。 料も Non-GMO に切り換えること 料の給与割合を若干増やし、 という恵まれた環境を生かして粗 よつ葉乳業の取引農家は、 Non-GM 飼料原料の仕入価格 濃厚 北海

> 高めの乳価で買い取っている。 レミアム乳価 で指定生乳生産団体の設定する 配い分、 余談だが、いくらプレミアム乳 (料費が割高になる。そこ 一という形で通常より

影響している。 占める豚や鶏に比べると2割も少な が保証されているといっても、 スが多く、 い。子牛の購入価格が高いという理 合は平均5割だ。飼料費が約7割を な飼料原料を利用するということ 【料は約半分が粗飼料であることが [もあるが、前述のとおり、乳牛の 「べると比較的そのハードルが低 乳牛の生産費に占める飼料費の割 その理由を説明しておきたい。 酪農においては、 濃厚飼料は配合飼料に頼るケー 畜産農家に挑戦を強いる。 国内生産でまかなわれている 個々の経営でコストダウ 粗飼料は多くが自家 養豚、 養鶏に

ンを図るのが難しい

大豆、 ることを考えると、 換えるべきは濃厚飼料 あと Non-GMO に置き 料化を達成しており、 産費に対するコストア の半量(トウモロコシ、 プはそれほど大きく 粗飼料はほぼ国産飼 綿実) のみであ

NON-GMO 年到 生乳100%使用

1000ml

葉

はないだろうか。 こと、子実トウモロコシとして収穫 にも理解を得やすい土壌があるので ならない。 ントコーンを栽培していればなおの 濃厚飼料に利用するチャレンジ また、 サイレージ用にデ

消費あってこその生産

という展望を示している。

がかかる。こうしたプレミアム乳 らは Non-GM 飼料の利用や、 層とつながっているためである。 っても、 価格に転嫁している。 の加算分も含むコストはすべて商品 製造ラインで行なうことにもコスト け入れ、 を理解して対価を払っている。 という商品の素性、 道の限られた生産者が生産している のは、共同購入グループという顧客 っては、 さて、Non-GM 牛乳の生産にあた 商品として成り立っている 保管を通常の牛乳と異なる 飼料費だけでなく生乳 会社の姿勢など 多少割高であ 北 の受 彼 海

費者に生産のこだわりを改めて認識 関係各所との交流会を開き、 者を対象として、 してもらうとともに、 よつ葉乳業は、 もともと食に関心の高い消費者 懇親会などを実施している。 て生産者に高いモチベーシ ってもらおうと狙ったもの JA、ホクレンなどの 都内、 年に1回牛乳生産 さらなる検討 大阪の消費 現場視 消

牛乳は今後も大切なラインナップの とに役立っている。 1つとしてつくり続けていきたい 会に生産にかかわる知識を深めても 集まりではあるが、このような機 この商品を継続するこ 同社は「Non-GM

庫として抱えることになりかね るからだ。さらに、乾燥・調製施 みを目指すことがポイントになる。 その生産という形で継続的な取り組 りというモデルケースといえるだろ 事例は出口があってこその商品づく のでは、 るのか。 クトアウト型では戦えそうもない。 産可能な価格とリンクしていないと 型のケースが圧倒的に多かった。 売っていくというプロダクトアウト 取り組みもまた、 い。今回取り上げた、よつ葉乳業の 値をどうしたら商品価格に転嫁でき いう現状の問題を鑑みると、 や保管倉庫の不足や、必ずしも再 トウモロコシが輸入され、単純な価 は事情が少し異なる。すでに安価 れに対して、 格競争では敵わないという事情があ :開発した種苗から製品をつくり、 これまでの農業は、 国産 Non-GM トウモロコシの 国 産 Non-GM トウモロコシ 安価に販売するか、 生産してから売り先を探す 国産子実トウモロコシ 商品化があ 種苗メーカ プロ