

特集 いま、農協はどうなっているのか? ~協同組合としての JA に学ぶ

02

地域一体となって組合員のレベルアップを図る協同組合
JA 浜中町の「エコ牛乳」を訪ねて

杉本貴志 (関西大学商学部教授)



代表理事組合長石橋榮紀氏

1 酪農の世界

消費者が安心・安全な牛乳を求めて酪農家と結びつき、そこから産直牛乳と生協が生まれた…。国内の各地で、生協の誕生にまつわる、そんな話を聞くことが多い。牛乳・乳製品というのは、それほど消費者と生協にとって身近で特別な食品であるが、一面ではそれは一般の消費者にとって、どこでどう作られ、どう流通しているのか、摩訶不思議で訳が分からない食品でもある。

もはや年中行事のようになったバター不足問題。深刻な品不足が何年も続けば、普通は抜本的な対策が取られるものであるが、今後もまたそれが繰り返される可能性は決して小さくはない。「バターは高く売れる」となっても、現在のシステムの下ではバターの生産量を増大させることはきわめてむずかしいのである。その一方で、1年365日、休むこともままならず苦勞して牛の世話をし、乳を生産しても、ちっとも見通しは明るくならないと廃業する酪農家が続出しているという。一般的な経済常識からすれば、牛乳を取り巻く世界は理解不能な世界ともいえる。

生産における季節差や地域差が激しく、腐りやすく日持ちしない生乳を原料とした酪農・乳製品については、世界各国で市場取引とは全く異なった生産・流通システムが構築されている。日本の「指定団体」制度もその一種だが、バター不足問題や酪農家の減少・後継者難問題は、この制度が抱える欠点の現れでもある。飲用と加工用とで、また本州と北海道とで買い取り価格に差をつけたり、酪農家を支援する補給金を指定団体経由で支給したりする生乳の指定団体制には、さまざまな思惑からさまざまな批判が浴びせられている。しかし、だからといって一切の規制や保護措置を撤廃し、個々の酪農家がメーカーと対峙して価格と数量を決めるような市場流通では、問題がいつそう深刻化し、酪農という産業は崩壊してしまうだろう。1960年代、日本の酪農家が所有する乳牛

は平均3頭ちょっとであったが、いまやそれは平均70頭以上にまで大規模化している。個々の農家がそれほどの経営努力を重ね続けてきても、生き残ることがとてつもなく困難な世界なのである。

2 JA 浜中町

そんななかで、「北の星」と称され、協同の力で酪農家である組合員の生活と地域経済を守ること成功している農業協同組合がある。釧路から1日に8本しかない列車で1時間ほど、線路に立ち入るシカの群れのために何度も急停車をしつつ辿り着いた茶内の駅近くに、JA 浜中町（浜中町農業協同組合）の本部がある。

集落単位から地域単位へ、地域単位から県域単位へと統合・合併を進めてきたJA 陣営にあって、JA 浜中町は組合員200戸規模の小規模農協であるが、徹底した品質管理による高品質乳の生産、生乳のトレーサビリティ体制の確立、世界的企業ハーゲンダッツへの原料供給、組合員の酪農経営サポートと新規就農希望者への支援、太陽光発電による「エコ牛乳」化等々、他に類を見ないユニークで先進的な取り組みにより、全国から注目される存在となっている。



浜中町農協本部

JA 浜中町の概要（2016年度末）

設立：1948年3月26日

正組合員：296名（215戸うち搾乳戸数180戸）

准組合員：232名

青年部：73名

女性部：56名

職員：74名

子会社：（有）コープ浜中（スーパーマーケット）、（株）酪農王国（農業生産法人）、（有）浜中町就農者研修牧場

3 高品質乳

このJA 浜中町から出荷される牛乳の最大の特徴は、何ととっても、それがきわめて高品質であることだろう。高級アイスクリームとして有名なハーゲンダッツが日本で販売するアイスクリームは浜中町の牛乳でつくられたものであり、国外で売られているフランス産のハーゲンダッツと比べても、その味・品質は圧倒的だという。

それは、「よそと同じような単なる白い液体ではなく、浜中の牛乳なんだ」ということを消費者や乳業メーカーに納得してもらうためには、品質や成分、風味を他と差別化し、それを数字で目に見えるようにすることが必要だと、JA 浜中町が組合員とともに長年努力してきた成果である。

1978年、日本国内の牛乳生産量は600万トンに達したが、それは需要に対する供給過剰を意味していた。そこでこれを解消するために、翌1979年から始められたのが牛乳の計画生産（多くの場合、それは減産ということを意味する）である。そしてJA 浜中町では、それが「いい牛乳」をつくることへのインセンティブとなったという。これからは、いい牛乳なら売れるが、そう

でなければ売れない、という判断である。しかし牛乳の場合、品質を向上させるといっても、そこには他の農産物にはない困難がある。それは、そうした品質向上策をそっくり地域ぐるみ、農協ぐるみで追求しなければ全く意味がないということである。

たとえば野菜であれば、「〇〇がつくった野菜」という形で、各農家が自分だけの作物の差別化をして出荷し、販売することが相当程度可能だろう。しかし液体であり、各酪農家の生産分を全部集めて混ぜ、合乳として出荷することにならざるを得ない牛乳の場合は、一部の生産者のみによる改善はほとんど意味をもたない。ベテランの酪農家であればあるほど「自分のやり方」にこだわりをもつのが当然であろうが、それを乗り越え、農協全体としてレベルアップを図ることがもとめられるのである。

JA 浜中町は、「酪農技術センター」を 1981 年に開設し、土壌や草の分析結果、牛の投薬・健康の状態、出来上がった乳の成分・細菌数・体細胞数等々をはっきりと見える数字で示すことで、組合員全体のレベルアップ＝牛乳の高品質化を促し、成功したのだった。



酪農技術センター

4 タカナシ乳業とハーゲンダッツ

「当時の北海道では中以下のレベルでした」(石橋組合長)という浜中の牛乳が、酪農技術センターの開設を機に、組合員みんなで徐々にレベルアップしていこうとしていた時期、JA 浜中町は現在の提携・出荷先であるタカナシ乳業との運命的な出会いを経験する。

1980 年、第 2 次オイルショックの影響で、浜中にあった雪印乳業の工場が閉鎖される。そこで新たな出荷先をもとめていた JA 浜中町を偶然訪れたのが横浜の中小メーカーであったタカナシ乳業であった。

以来、JA 浜中町とタカナシ乳業は共同して他にはない高品質の牛乳を商品化し、紀ノ国屋のような高級スーパーで 1 リットル 380 円という高価格・高品質の牛乳を提供していく。成分無調整であるにもかかわらず、夏場でも乳脂肪分 4.0% というような、他では真似のできない品質を達成すれば、このような価格でも売れるのである。

乳業番付で 82 番目であったタカナシは、いまや全国で 5 番目に位置づけられるメーカーに成長した。タカナシ北海道工場の集乳量は 26 万トンと、北海道内の工場では 2 番目の規模を誇っている。全量がタカナシに出荷される JA 浜中町の牛乳であるが、そのうちの 75% はハーゲンダッツ・ジャパンの製品の原料となっている。JA 浜中町は、全国の農協で唯一、「牛乳のトレーサビリティ体制」を確立するという難題を成し遂げているが、そうした組合員組織としての完璧な品質管理体制が、ブランド価値を何よりも重んじ、商品の事故や不備を何よりも恐れる高級ブランドの信頼を得たのである。

JA 浜中町におけるトレーサビリティの確立は1993年のBSE問題がきっかけとなったものであるが、個々の組合員がバラバラに育てている牛の乳からなる牛乳のトレーサビリティを追求できる体制をつくりあげることが、農協のすぐれた指導力・啓蒙力とそれに対する組合員の理解と協力があって初めて可能となるものであろう。個別経営ではとても到達できないようなレベルの管理体制を協同組合がつくりあげることによって、組合員は組合に信頼を寄せるのである。



タカナシ浜中工場

5 後継者の確保

徹底した生産物の品質管理と並んで、JA 浜中町で驚かされるのは、酪農家の後継者や新規就農者を確保するための取り組みとその成果である。全国で酪農家が激減し、乳牛数も危機的な減少を記録するなか、この浜中町では必要な土地が足りなくなるほど、酪農への新規参入希望者を集めることに成功している。

JA 浜中町管内の草地は1万5000ヘクタールであるが、現在のところ遊休草地はゼロだという。酪農は言うまでもなく重労働であり、牛を相手に全く休みが取れない

ような毎日が続くが、JA 浜中町ではたとえば地元の建設会社と組んで牧草の収穫作業を行うチームをつくったり、ヘルパー制度を設けたりすることで、定期的に組合員が休みを取れるような酪農経営をサポートしている。このような支援があれば、息子に酪農を継がせようという組合員も増えるであろうし、全く酪農経験がないような都会人に酪農家になることを勧誘することもできるだろう。

1991年、JA 浜中町は「浜中就農者研修牧場」を開設、これまでに37組の新規就農者を受け入れている。このうちのほとんどが警官、プログラマー、生協職員、市役所職員といった酪農とは全く関係なかった人々であるという。そういう人々を研修牧場の職員として給与を払って雇用し、研修を受けてもらうのが研修牧場であり、多くの場合、研修生は2年半から3年後に就農の準備を始めることとなる。それを可能に



新規就農者が載っているポスター

しているのが酪農技術センターによる酪農技術の共有＝「数字で見える化」であり、総合農協の強みを生かした金融事業による開業経費の支援融資である。現在 JA 浜中町のおよそ 200 戸の搾乳農家のうちの 40 戸弱がこうした新規就農者であるから、この全国初の取り組みは、JA と地域社会の持続的発展にとって、きわめて大きな役割を果たしていると評価できるだろう。

日本全体の乳牛頭数が 130 万頭強という自給ギリギリの危機的な水準にまで落ち込んでいるなか、JA 浜中町は全国で唯一、牛の頭数を減らしてない農協である。

6 エコ牛乳の新たな展開

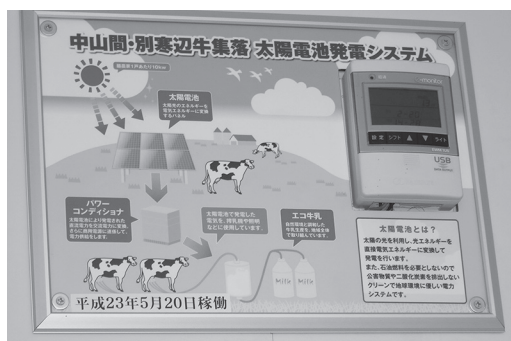
単協としては前例がなく、国内初となるような試みを次々に展開している JA 浜中町は、地元の企業と共同出資で「酪農王国」を 2009 年に設立し、酪農版の集落営農を展開したり、「環境にやさしい酪農」をめざして家畜糞尿や太陽光の活用を図ったり、さらなる前進を遂げている。

現在は乳牛の糞尿を完熟させて草地に有機肥料として撒いているが、今後はガスやバイオマス発電としてエネルギー源の活用を考えているという。また東日本大震災の前年から太陽光発電にも着目し、農水省の

補助金 7 億円を利用して、105 戸の農家に各 10 キロワットのソーラーを設置したが、現在では補助金なしで、JA が農家に融資することで酪農家の庭先に次々に太陽光発電設備が設置され、総発電量は 3600 キロワットに達している。

これが JA 浜中町の牛乳が「エコ牛乳」と称される所以であるが、今後の課題は、浜中の牛乳のそうしたさまざまな魅力を消費者にきちんと発信し、理解してもらう仕組みをつくりあげることだろう。それは例えば、現在は「タカナシの牛乳」としてしか表立っていないのに対して、「浜中のエコ牛乳」というブランドを前面に押し出すといったことである。

石橋組合長は消費者に対して、「自分たちの命をつなぐ食料品に対して、もっと理解してほしい」と訴える。カナダの消費者や生協は、隣国アメリカから輸入すれば半額となるにもかかわらず、成長ホルモンを打たれたようなミルクは要らないとして、2 倍の価格の国産牛乳を愛飲している。日本の生協や消費者にも、そういうマインドを持ってほしいというのである。そのためにも、表示の仕方やブランド化のあり方について、日本の酪農家や農協、乳業メーカーが牛乳の生産と流通について考えるべきことはたくさんあるように思う。



中山間・別寒辺牛集落太陽電池発電システム



コープはまなか店

7 おわりに

高級食材に特化することが日本農業の生き残りの道だという指摘がよくなされる。そして、それでは特定の恵まれた土地でしか農業は生き残れないではないかという反論もなされる。JA 浜中町の革新的事業展開についても、他の地域ではとても真似できないことだという評価もあり得るだろう。しかし、浜中は決して恵まれた土地ではない。コメも麦も作れず、草しかない土地で、地域社会が生き残るためには酪農しかないとして、酪農家の集まる協同組合が組合員全体の水準を向上させ、外部からの人材も受け入れて発展してきたのがJA 浜中町のエコ牛乳酪農である。そういう点で、遙か北の大地で展開される協同の営みに、全国の消費者や生産者の協同組合が学べることは限りなくあるように感じた。

川も凍りつくような地で、熱い思いを語っていただいたJA 浜中町・石橋榮紀代表理事組合長に感謝申し上げたい。



茶内駅



牧場風景



JA 浜中の原乳でつくった商品