

風土と交流に培われた美味

地元産の牛乳・乳製品がおいしい。家族で愛飲している。私が好んでいるのは「生協コーヒー」「せいきょう牛乳」である。特に、これをミックスして飲むのを好んでいる。風味・甘みのバランスが絶妙となる。共同購入の後、うかうかしていると家族に飲まれてしまう。店舗でこれを買って求めることもある。おいしいから供給高も大きく、「せいきょう牛乳」は、生協商品の代名詞ともなっており、売り上げも長年トップである。地元限定した生産者の生乳を、地元の牛乳工場で殺菌充填することで、鮮度の良い牛乳が供給されている。風土を活かすことがおいしさの重要なポイントである。さらに生産者と消費者との交流によりそれは確かなものになる。そのおいしさは風土を活かしていることに加え、交流によって培われたものであることを以下に紹介したい。

地域生協は、安全でおいしい牛乳を求めるところから出発しているところが少なくない。コープぎふの前身の岐阜地区市民生協もそうである。成分調整牛乳への不信感のなかで、「安心して飲める牛乳がほしい」という願いから生協が始まった。岐阜大学生協でこのおいしい牛乳が提供されていたことから、近隣の市民がそれを買って求めに来た。そして「この牛乳を継続して購入したい」という願いが地域へと広がり地域生協へと発展してきた。牛乳の共同購入は生協の原点ともいえる。「せいきょう牛乳」は、岐阜地区市民生協の産消提携第1号商品として1973年に開発された。価格重視だけではなく、安全・安心な品質を求める消費者の意識の高まりのなかで、成分無調整乳が開発された。成分調整乳と飲み比べるなかで、「搾りたてそのままの牛乳の味が一番」であることが実感されてくる。

美濃酪農農業協同組合(当時の東酪連)が当時から生協に牛乳を納めていた。美濃酪農農業協同組合連合会(1997年合併)は、本所が岐阜県美濃市にある。組合員酪農家戸数は64戸(飼養頭数2,820頭)、生乳実績は1万8,989トンである(2014年度)。役員15名、職員67名で運営している。製品売上高は41.8億円、売上構成は、生協38%、学校牛乳21%、量販店17%などであり、学校牛乳は県内53%のシェアがある。

うち、東海コープブランドである「はぐくみ自慢」の4つの基準を満たす45戸

の酪農家が生産する牛乳を「せいきょう牛乳」としている。それは第一に餌へのこだわりであり、Non-GMO飼料のみ給餌されていること、第二に、正確な生産情報の管理で生産履歴が作成されていること、第三に、研修会などで生協組合員と交流していること、第四に、ISO22000認証取得工場で品質管理がされていることである。これらの中で、生産者の顔が見える商品づくり、生産者と組合員とが協同した商品開発などが行われてきた。また「せいきょう牛乳」を使った料理の学習と利用普及、製造工程の説明など、一年間に約100回の交流会が開催されている。また生協職員の酪農研修も行っている。これにより、牛の健康状態を見ながら良質の飼料を与えることなど、酪農家の大変さや大切に思っていることが生協組合員に伝えられている。

こうした交流のなかから消費者に生産者を支える意識が生まれてきた。そして「牛乳生産安定基金」や「おっぱいたオル」などの運動が行われる。牛乳生産安定基金は、「せいきょう牛乳」を守るため、生協と酪連が資金を出し合い、乳用仔牛の導入資金として生産者に無利子融資を行うものである。2014年度は4,800万円の基金があり、2,676万円が融資された。これにより21戸が51頭の仔牛を導入した。農家一戸あたり3頭以内、60万円以下が融資の限度である。3年間・36回での償還計画で、生産者は利子負担なく仔牛の導入ができる。これにより酪農経営の安定が図られ、また生産意欲も高められている。この基金で導入された乳牛は「コープ牛」と呼ばれている。

また、良質の牛乳確保のためには、乳牛の乳房を清潔にしておくことが重要である。そのため乳房の汚れを拭き取るタオルがたくさん必要になることから、生協組合員にタオルの提供を呼びかけ、それを酪農家に使ってもらっている。酪農家は組合員から送られたタオルを大事に使用しており、それが仕事の励みにもなっている。

このように風土を活かしながら消費者と生産者の努力でよりよい商品を作る取り組みが進められ、本物の味が作られている。それが「せいきょう牛乳」のおいしさの秘訣である。これからも風土と、人とのつながりを大切にした商品生産がさらに豊かに発展することを願いたい。

(岐阜大学応用生物科学部 教授 荒井 聡・あらい さとし)