

# 会津の6次化商品から学ぶ

会津中央乳業株式会社

## ●普及指導員派遣研修の狙い

### 会津中央乳業の6次化への取組み活動

今回の研修先は地域の作り手（酪農家、牛乳メーカー、酒蔵）が自主事業としてヨーグルトリキュール「スノードロップ」を開発、販売した6次化商品の先進的な成功事例先です。

特に会津中央乳業株式会社は、会津坂下町にある会津盆地唯一の牛乳メーカー。会津の酪農家と連携し質の高い牛乳作りに取り組んでいます。

基本理念は「牛乳屋であること」。このため目の行き届く範囲から毎朝直送されてくる原乳を丁寧に殺菌し、牛乳本来のほのかな甘みを活かした製品づくりを行っています。

原乳の質と技術が高くないとできない原乳100%のみのヨーグルト「会津の雪」も販売しています。

「会津の雪」は乳酸菌保有数が非常に多く、TVの厳選素材として取り上げられたほどです。

昨年は東日本大震災や福島第一原発事故の影響を受け、原乳出荷停止やスーパーとの取引停止などで多くの苦労が続いてきました。しかし今日では全国のファンから支えられて復興に向かっていきます。裏切らない商品を作り続けることの重要性を学びます。酪農家と会津中央乳業の繋がりや関わり方、思いを知り最先端の取組みを知ってもらいます。

また、地元酒蔵との連携による6次化商品（ヨーグルト・リキュール）開発からのノウハウも学んでいただきます。農や食に関わるみなさまには現地で感じていただければと思います。



会津中央乳業の二瓶孝文さん

ホームページ <http://www.aizu.ne.jp/aizubeko/>

酪農家とメーカー、販売店が協働する強み・震災後の復興にむけた取り組み・地元素材を活かす6次化商品開発。福島放射能対策についての基礎知識・福島の現状からみる震災後対応などを学んでほしいです。

### 研修の狙い～受入先の想い～

この度は素材広場・横田（FACO）の段取りのもと、会津中央乳業での視察を行うこととなりました。

会津は酪農が盛んな地域でありながら、会津にある牛乳メーカーは2社。そのうちの一つが会津中央乳業です。

会津中央乳業を研修先に選定させていただいた理由は、

- ・「基本を大事にしていること」
- ・「酪農家さんが牛を育ててくれるから牛乳ができる。いい生乳があって、美味しい牛乳ができる」
- ・「当たり前のことをきちんと守る」

これが高い品質を誇る会津中央乳業の基本であり、すべての商品販売に繋がると思っています。

今回の研修で学んでほしいポイントは3つ。

- ①「人を繋ぐために必要なこと」
- ②「品質管理」
- ③「地域素材で商品開発をする際の成功キーワード」

### 「人を繋ぐために必要なこと」

普及指導員の方々が普段接している農家や生産者にとって、6次化商品開発は不得意分野。普及指導員が誰と誰を繋ぎ、やり抜く力を見抜くことはとても大変なこと。事業があるから繋がるのではなく、志が同じ相手とつながることが普及指導員には求められます。

### 「品質管理」

会津中央乳業は小さいながらHACCPを取るほど危機管理が行き届いた工場牛乳を製造しています。生乳が入ってきた時の検査から商品になった後の管理まで、お客様に食を届けるということはどういうことだといえる仕組みです。

「地域素材で商品開発をする際の成功キーワード」

地域のいいもの同士を繋げばいい商品ができるわけではありません。ヨーグルトのリキュール「スノードロップ」は酒屋と会津中央乳業の工場長が数年描いた夢が形になったものです。

この3つのポイントから全国に通用する商品作りをするためのプロセスを学びます。

●実施準備・検討過程

今回の会津中央乳業研修参加者は普及指導員4名（果樹専門1名、地鶏専門1名、酪農2名：会津地域3名、新潟市1名）でした。

各指導員は地域の中で農業発展を模索し、原材料を活かした6次化商品作りなどに取り組んでいます。

しかし、一つ一つには生産者のこだわりや思いが詰まっているものの、商品にして販売するとなると知識や販売戦略が弱いのが現状です。

そこで、会津中央乳業の商品開発や販売戦略、商品管理を学び、普及指導員自らが己の役割と強み・弱みを考えていただくことを目的としました。

(1)普及指導員として地域の課題を考える

参加する普及指導員は専門性がバラバラ。しかし個々に指導員としての理想や課題はあるはずです。ワークショップでそれぞれの状況と課題共有による仲間意識作りを行いました。

会津中央乳業研修のプログラム（実施期間：平成24年12月3日～12月6日）

	第1日〔12/3(月)〕	第2日〔12/4(火)〕	第3日〔12/5(水)〕	第4日〔12/6(木)〕
午前	11:00集合(素材広場) 参考: <a href="http://sozaihiroba.net/">http://sozaihiroba.net/</a> 〔オリエンテーション〕 ○参加者の自己紹介と研修の狙い	8:00(会津中央乳業) 〔実地研修①〕 ○会津中央乳業の工場視察 ○品質管理について	9:00(酪農家) 〔実地研修③〕 ○原料供給者：福島の現場体験 ○酪農家と小売店を交えた意見交換	9:00(素材広場) 〔ワークショップ〕 現場から「売る」ということを考える ○研修全体のまとめ(12:00終了予定)
昼食	各自	各自	各自	
午後①	13:30(素材広場) 〔講義・解説：今、福島では・・・〕 ○震災後の福島の現状報告 ○震災から今までの福島の動き テーマ：福島の最先端を知る	13:30(曙酒造)〔実地研修②〕 参考： <a href="http://akebono-syuzou.com/">http://akebono-syuzou.com/</a> 会津中央乳業のヨーグルトを使った地域コラボレーション商品(ヨーグルト・リキュール)および開発現場の視察	13:30(移動) 喜多方市から本宮市へ	
午後②	15:00(素材広場) 〔ワークショップ〕 震災から考える「売る」ということ  ○本日のまとめ(18:00終了)	16:00(JAみどり) 品質管理 セシウム全袋検査体制を視察  ○本日のまとめ(17:00終了)	15:00(農業総合センター) ○品質管理および放射性物質検査の実体験  ○本日のまとめ(17:00終了)	

そして、研修期間中の目標設定を行い、個人レベルでの参加意義を整理し、研修終了後も実践で意識付けできるプログラムとしました。

## (2)現場から学ぶ課題解決の判断力

最近では工場見学が人気になっていますが、工場にはその会社の歴史があります。

会津中央乳業は昭和23年「二瓶牛乳」としてスタート。その頃は小さな牛乳屋が点在している環境でしたが、大手メーカーに押され一軒また一軒と減っていったそうです。その中で生き残ってきたストーリーは感動ものです。牛乳屋であることの意義、地域に存在する価値を心で感じてほしいです。

合わせてこの規模では珍しいといわれるHACCP取得の工場を視察し、危機管理体制の重要性を現場の経験から伺いました。

歴史上、数回の大きなピンチをチャンスに変えてきた判断力はコンセプトがずれなかったからです。このコンセプトを大事にすることと判断力の必要性を学びました。

さらに、今の福島が売るために苦労している放射能物質対策についても検査施設を視察しました。商品を売るために必要な安心安全を如何に作るか。その努力がいかに必要かを福島から学びました。

## (3) 6次化商品は偶然では生まれない

地域のいいものといいいものを繋げれば売れる商品ができるわけではないことは、売る立場の人であれば誰でもわかることだと思います。

しかし、地域の中で連携した時に稀に本当にいい



研修生のみなさん



会津盆地では唯一となる牛乳メーカー会津中央乳業  
生乳100%のヨーグルト「会津の雪」で全国に名を広めた

ものができる場合があります。それは偶然ではなく作り手同士の思いが一緒になった時。繋がることで見える地域の可能性を学びます。

### ●一連の研修をとおしてのテーマ設定

「現場で見て、感じたことを、自分の立場に置き換えて考える」ことができることを大きなテーマとしました。自分の地域を見直し、何をすべきかをこの研修で考えてほしいと思っています。

### ●研修の実施状況

4日間のカリキュラムを実施しました。

研修生4名中3人が会津の普及指導員ということもあり、研修先を知っているとのことでしたが、実際に訪れると知らなかったことばかりで、仕事の奥の深さに驚いたそうです。

表向き成功していると思われる施設にはピンチを乗り越えてきたからこそ今がある、ということが実感できたようです。

特に、会津中央乳業の二瓶さんが言った「食べ物を扱うということは、お客様の命を扱うことと同じ」という言葉が響いたようです。

酪農家さんのところでも、曙酒造さんのところでも、仕事上の話にプライベートな話がでてくるとも地域ビジネスならではの経験でした。

農業総合センターでは食べ物のセシウム検査について丁寧に教えていただき、農家を守るためにも検査は必要であることを再確認しました。



素材広場にてワークショップ  
左手前が横田(FACO)



会津中央乳業にて  
商品開発、商品管理の座学を行う二瓶さん



小池牧場の視察後、自宅にて  
小池さん(左女性)と二瓶さん



農業総合センターにて  
放射線検査体制を視察



曙酒造にて鈴木さん(右側)の  
説明を受ける研修生たち



最後のまとめ  
仕事をするのに大事なこと

最初と最後に素材広場で行ったワークショップでは研修生が自分の考えで発言してもらえるように工夫し、じっくりと話し合えました。少人数であったことが幸いし、己に向き合う時間が作れました。

### ●研修の結果(アウトプットとアウトカム)

地域で6次化に取り組む農家にとって、普及指導員は専門分野の先生としてだけでなく、商品開発・販路拡大の相談役にもなることが多いです。

作れる施設・売ってくれる会社と繋ぐことだけでなく、本来は生産者そのものの思いを知る一番の理解者としての存在価値が求められているのではないのでしょうか。

普及指導員に求められることは、ますます幅広くなっていますが、「売る商品を好きになること」はどの商売でも基本です。

今回の研修先の人たちはすべて会津中央乳業の牛乳が大好きな人ばかりです。ここに気付いてほしい。そして「自分はどうかだろうか」と気付いていただけたことかと思います。

難しい言葉や専門用語を使わない研修だったので、意見交換も頻繁に行われていました。新しいネットワークが構築されたことも副産物でした。

文：民間企業等派遣研修（会津中央乳業株式会社担当）  
特定非営利活動法人 素材広場  
横田 純子（食農連携コーディネーターFACO）

