

# 地域・信頼・思いやり

—消費者に届ける、信頼と安全の酪農を目指して—

## 有限会社 安富牧場（酪農経営・岡山県岡山市）

### 地域の概要

足守地域は、岡山市中心部から北西へ約10kmに位置し、北に吉備高原、南に岡山市街地を控えている。笹ヶ瀬川支流の足守川沿いに開けた山あいであり、気象条件は年間平均気温が14.0℃で、年間降水量は1246.5mm程度と比較的温暖で、雨は少ない。

主な産業は、農業、畜産で、農業では水稲を中心に、メロン、椎茸、ごぼうなどが栽培されている。中でも、足守メロンは特に有名であり、昭和初期から栽培されている主流のアールスメロンは県内生産量の大部分を占め、地元の酒造メーカーではこのメロンを使用したりキュールも生産している。畜産は主に酪農で、安富牧場を含めて3戸、約200頭が飼育されており、ジェラートやチーズなどの乳製品の加工・販売が盛んに行われている。

### 経営・技術の特色等

#### 【効率的な牛の管理と丁寧な個体管理】

給餌の省力化と飼料効率向上のため、TMRを給与している。季節によって変更するものの、給与メニューはシンプルに作り、中身が変わることで起こる牛のストレスを少なくしている。また、発情発見には「牛歩」を導入し、ICTによる受胎率の向上を図っている。AIやETを利用しながら、分娩間隔



（写真1）安富照人さん・由美子さん

13.7ヵ月で好成績となっている。今後は搾乳ロボットの導入を予定しており、さらなる省力化が見込まれる。

効率化を進める一方で、牛の個体管理については経営者自身の目による観察も欠かさず、獣医師からも太鼓判を押されている。また、事故率低減や生産性向上のため、NOSAIが実施する月1回の繁殖検診や年1回の代謝プロファイルテストを受けている。この結果から乾乳期の飼い方を改善し、分娩後の事故は低下した。

#### 【生乳生産管理の徹底】

作業従事者に関わらず作業の質が保たれるよう、乳頭洗浄機（フューチャーカウ）を導入するなどの工夫をしている。乳房炎の牛や抗生物質を投与した牛の生乳がバルククーラーに混入しないよう、要注意牛はストップ

(表1)

年次	作目構成	飼養頭数	飼料作付面積	経営・活動の内容
昭和25	酪農、養鶏 稲作	経産3	0	祖父が酪農、養鶏、稲作の複合経営を開始
昭和47	酪農	32		父が経営を継承
昭和52		58		牛舎を拡張し、バークリーナーを設置 堆肥の製造開始
昭和57 ～62				家庭菜園や耕種農家向けに堆肥の販売や牧場の環境美化 の取組を開始 →消費者との交流事業を開始
平成1		58 (育成12)		堆肥舎を建設
平成8				休耕田を利用して貸し農園を開設
平成9				現経営者が就農
平成10				アイスクリームの製造販売を開始
平成12				酪農教育ファーム認証を取得 家族経営協定を締結
平成13		50 (〃12)		市内のAコープにソフトクリーム販売の直営店を出店 土ひねり体験工房をオープン
平成16		40 (〃12)		法人化
平成17				つなぎ飼い牛舎をフリーバーンに改造し、3頭Wオート タンデム方式のパーラー搾乳に変更 発情発見装置を導入
平成23		40 (〃20)		ソフトクリーム施設を増設
平成25		45 (〃30)		堆肥舎を新設
平成26				イオンモール岡山へ直営店2店舗目を出店
平成28		60 (〃30)		乳頭洗浄機を導入 牛舎増築
平成30		70 (〃40)		牛乳製造施設(乳処理業)、育成舎完成 搾乳ロボット導入予定

バンドとホワイトボードを使いダブルチェックしている。バルククーラーの温度などは生乳生産管理チェックシートを活用して記録と管理を徹底している。

また、近年、畜産における抗菌性物質の使用過多が問題となっているが、安富牧場では獣医師の指導のもと、乳房炎発症時には生理食塩水による乳房洗浄と原因菌の特定を行うことで、抗菌性物質の使用量を減らしている。

#### 【消費者との交流を大切にした経営】

平成10年ごろの生乳価格低迷を受け、増頭による規模拡大化か生乳加工による多角化か経営の岐路に立った中で、「消費者が笑顔になる牧場」になるという強い思いから、岡山県で初となる自家生乳を使ったアイスクリー

ムの製造販売を開始した。

また、消費者に生産現場を見てもらい、安富牧場の牛乳・乳製品のファンを作って消費拡大につなげたいとの考えから、年4回の牧場でのイベントや搾乳体験、陶芸体験など畜産に親しむさまざまな取り組みを行っている。加えて、休耕田を活用した貸し農園25aを提供しており、地域の人達が気軽に農に触れられる場となっている。ここでは、牧場で製造された堆肥を使うこともできる。

#### 【定期的な経営分析の実施】

経理は社長の母が担当しており、経理ソフトを利用して記帳を徹底するとともに、月に1度、税理士が取引内容をチェックし適宜助言している。同時に、経営者と税理士で経営

(表2) 経営実績 (平成29年)

経営の概要	労働力員数 (畜産・2000hr換算)	家族・構成員	3.9人
		雇用・従業員	12.1人
	経産牛平均飼養頭数		56.7頭
	飼料生産	実面積	0a
	年間総販売乳量		556,265kg
	年間初生子牛販売頭数		31頭
	年間育成牛販売頭数		0頭
	年間経産牛販売頭数		6頭
収益性	年間肥育牛販売頭数		0頭
	所得率		13.5%
生産性	経産牛1頭当たり生産費用		1,148,389円
	経産牛1頭当たり年間産乳量		9,812kg
	平均分娩間隔		13.7ヵ月
	受胎に要した種付回数		2.7回
	平均産次数 (期首)		2.7産
	平均産次数 (期末)		2.8産
	牛乳1kg当たり平均価格		113.6円
	牛乳1kg当たり生産原価		92.1円
	乳脂率		3.86%
	乳たんぱく質率		3.43%
	無脂乳固形分率		8.96%
	体細胞数		26.4万個/ml
	借入地依存率		0.0%
	飼料TDN自給率		0.0%
乳飼比 (育成・その他含む)		59.7%	

会議を行い、現在の収支状況と併せて、今後の投資計画や6次化部門の展開を協議している。決算時には改めて、全体の損益や資産・負債状況を比較検討している。

### 耕畜連携の活動

地元の大規模水稻農家との連携により15ha (年間450ロール×100kg) の稲わらを堆肥と交換し、育成牛および乾乳牛の粗飼料として給与している。堆肥散布とラッピングは当経営が受け持っている。

今後、規模拡大を選択した場合は耕畜連携面積も拡大する見込みである。

### 地域に対する貢献

#### 【環境保全】

畜舎からの臭気の発生を抑制するため、毎日除ふんを行い、朝夕には牛床に納豆菌を散布している。堆肥化の際には、有用微生物に



(写真2) 平成17年につなぎ牛舎からフリーバーン牛舎に改修



(写真3) 牧場内の各所に来場者向けの説明看板を設置

よる短時間での発酵を心がけているほか、コーヒークスを添加するなど臭気抑制の工夫をしている。これまで臭い等で近隣から苦情が来たことはない。また、堆肥の副資材としてパークを使用し、土壌改良効果の高い堆肥を製造している。販売先は家庭菜園用や農家で、口コミで広まり、現在では販売用の堆肥が不足している程である。

#### 【地域の雇用への貢献】

従業員は地元を中心に採用している。従業員にとって柔軟な働き方ができるよう、正社員と常勤パート、アルバイトの三形態を用意し、それぞれの事情に合った勤務形態を提供している。

また、県内の乳業メーカーOBに乳製品加工の品質管理を担当してもらうなど、人材とともに専門知識や技術をうまく取り込んでいる。

## 【地域の食育等への貢献】

昭和62年から環境美化への取り組みを始め、岡山市等と連携しながら消費者を牧場に招いて交流をしている。牧場内の各所に牛や飼料、搾乳についての説明看板を設置し、来場者に酪農への理解醸成を図っている。

さらに、酪農教育ファーム認定牧場として、地元の中学校を中心に6校ほどから職場体験を受け入れている。来場者向けの体験では、年間約500人がバター作り、約400人が搾乳体験をしている。

## 【地域の他農家との連携】

牧場内の直営店において、地元農家が生産している野菜や花の苗を販売している。アイスクリームの販売は全国展開とともに、地元を大切に商品開発や販売を考えており、地元農家の農産物や特産品とコラボしたアイスクリームの製造や、地域のイベントには積極的に協力、参加している。また、牧場で年4回開催するファーム祭りでは、地元の農家と協力して野菜や地元食材を使った加工品などを販売している。

## 生活の視点の配慮について

家族4人が役員として経営に携わっている。家族の役割の明確化と必要な時に休みを取れる体制を作るため、平成12年に家族経営

協定を締結した。平成16年には、法人化して本格的に従業員の人材育成や労働環境の整備を行った。

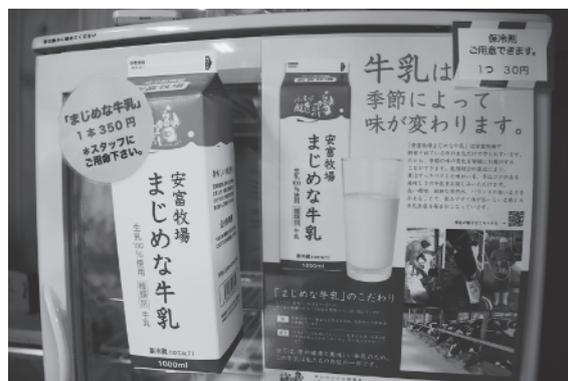
平成29年度現在、従業員25人のうち22人が女性でアイスクリームの製造販売から品質管理まで担っている。社長の母は、アイスクリーム部門開始当初から、従業員が相談・提案のしやすい「風通しの良い職場」づくりに努めており、女性従業員の提案で、年1回の親睦旅行や誕生日にうどんを食べる「お祝い会」などが実現している。その他、WEBサイトやメニュー開発といった店舗運営にも従業員の声が多く反映されている。加えて、外部研修を積極的に活用して従業員教育に取り組んでおり、ミーティングでの報告を通して情報共有も行っている。なお、パートから正社員への登用も行っている。

また、平成19年から6年間、社内にコーチングの顧問をおき、週1回の面談や5S活動を実施したほか、製造日誌やチェックリストを作成し、職場内の環境改善に取り組んだ。現在でも、チェックリスト等は活用されており、年1回の面談で従業員一人一人に合わせた働き方ができるよう配慮している。

また、育児・介護休暇制度を整備するほか、品質管理資格取得者には手当を支給している。



(写真4) アイスクリームショップ「ファミーユ」



(写真5) ミルクプラントを建設し、平成30年9月より牛乳の販売を開始した

女性が働きやすい職場環境の整備に加え、男女隔てなく能力・実績を評価することが従業員のモチベーション向上につながっている。

## 将来への方向性

### ① 次世代への継承（経営の継続性）

長女が後継予定である。現在、役員は年間で4～5日ほどしか休みをとっていないが、今後は十分な休みと給料が与えられるような環境にしていき、後継者の意欲向上につなぐこととしている。

### ② 今後の経営計画

現在、農場HACCPの構築を進めている。アイスクリーム部門はすでに食品製造業のHACCP認証を取得しており、生乳生産から加工・販売まで一貫した衛生管理体制を目指

している。

父の代から「自分で搾った乳を牛乳として自分で売りたい」という強い思いを持っており、平成30年9月から自家生乳のみで製造した牛乳の販売を開始する。牛乳の美味しさそのままを味わってもらいたいとのこだわりから、80℃ 20分殺菌での製造を行う。

さらに搾乳ロボットの導入を予定しており、作業の省力化と合わせて、“見せる酪農”を考えている。これはカメラモニターを通して店内に搾乳風景を流し、消費者に酪農に関心を持ってもらうことを意図している。

消費者に生産現場を見てもらうことを大切にしているが、消石灰帯や消毒槽の設置、海外からの来場者への注意喚起といった衛生対策にも注意を払っている。