

活かそう！地域資源

つながり！

農商工連携

蒜山高原から愛をこめて
〜新ブランドへの挑戦〜

独立行政法人中小企業基盤整備機構 中国支部中国地域活性化支援事務局

PM 松浦 由浩

岡山県北部、標高500mに広がる大草原こそ西日本屈指のリゾート地「蒜山高原」。

一面の緑と見渡せば遙かにそびえる中国地方最高峰・大山の稜線。週末やシーズンには京阪神や中国・四国地方からの観光客で大変賑わう。また、一帯は大山隠岐国立公園に指定されている。四方を自然に囲まれたこのステイジが蒜山酪農農業協同組合「蒜山酪農（通称 ひるらく）」のホームグラウンドである。

1956年の組合創業以来、蒜山酪農は、ジャージー牛にこだわり続け、現在では飼育頭数日本一（約2000頭）を誇っており、ジャージー牛の放牧風景は、蒜山観光のシンボリック的存在となっている。

ジャージー牛は、英仏海峡に浮かぶチャネル諸島の「ジャージー島」が原産であり、英国王室のミルクを作るために特別に品種改良されたものである。世界の5大乳用種の中で最も高い乳成分を持つ小型の牛で、栄養価の高い濃厚な牛乳を産する乳牛種として非常に高い評価を得ている。

また、蒜山高原に育つ牧草には、がんや心臓病の予防、コレステロール値の低下などに効果があるといわれるβ-カロテンが豊富に含まれている。ジャージー乳の特徴はその濃さであり、乳脂肪5%前後、無脂固形分が9%以上である。ジャージー牛は体の脂肪がβ-カロテンによって黄色味がかかる特徴があ

り、その牛から搾り出される牛乳にもその色味が反映される。その淡い金色を帯びた美しい色は、「GOLDEN MILK」とも讃えられている。

蒜山酪農では、このジャージー乳からヨーグルトやチーズ・バター、アイスクリームやプリンなどの各種乳製品を製造しており、蒜山ブランドは全国に多くのファンを獲得している。

このように、ジャージーの生乳により、おいしさと健康にこだわった製品をつくり続けている蒜山酪農ではあるが、乳製品市場全体の減少、国内におけるジャージー乳産地の増加による競争の激化などにより近年売上の減少が続いていた。

この状況を打破するため、蒜山酪農は「地域資源活用事業」の認定を受け、蒜山ジャージー牛乳を使用した新商品の開発に取り組んだ。「地域資源活用事業」とは、地域資源（産地の技術、農林水産物、観光資源）を活用して新商品や新サービスの開発・販売に取り組み中小企業を支援するものであり、中小企業が地域資源活用促進法に基づき、地域資源を活かした事業計画を作成し、国の認定を受ければ、補助金、政府系金融機関による融資等の支援を受けることができる。

開発秘話（ベストセラーを超える）

前述したように乳製品市場全体は減少傾向にあるが、目を凝らしてみると、ヨーグルトとの市場は増加しており、今後伸びが期待できることが分かった。目標は決まった。画期的なヨーグルトの新製品開発である。

通常商品戦略の方向性は大きく2つに分けられる。ひとつは徹底したコスト削減による低価格戦略。もうひとつは、価

格以外の要素（味・品質・機能性等）の付加による差別化戦力である。蒜山酪農は迷わず後者を選んだ。蒜山酪農は、強みであるジャージーの生乳自体のおいしさを活かし、品質管理と安全性をさらに強化したヨーグルトの開発を目指すことになった。

いまでもなく、蒜山酪農は酪農を営む農業事業者によって組織された団体である。これまでも様々な乳製品を製造販売しているが、商品開発において生産者の立場での発想がモノづくりになってしまおうという反省があった。そこで、本事業における商品開発では、よい意味での生産者としての「製品へのこだわり」に加え、展示会での試作品によるテストマーケティングを実施するなど、これまで以上に消費者をはじめとする市場の声に耳を傾けた。

蒜山酪農には今や当組合の代名詞ともなっている、20年を超えるロングラン商品である「蒜山ジャージーヨーグルト」がある。これは二層の濃厚なクリーム層のヨーグルトであり、ヨーグルトが脱脂粉乳を原料にして製造されるのが普通であった時代に、原料に生乳を使用し、しかも寒天やゼラチンなどの添加物は使用しないという、当時としては画期的な商品であった。

優れた商品の「モノづくりのスピリット」は受け継ぎ、既成概念にとらわれず、そしてその商品を越えていく。消費者や取引先からの声に耳を傾けたうえ検討の結果、コンセプトの異なる2種類の新商品を開発することにした。ひとつは、「ヨーグルトの感覚を通り越した高級スイーツ」をイメージした商品。もうひとつは、「使用する原乳からこだわったブ

「レーンタイプ」である。両タイプともジャージー乳の特徴である濃厚さやおいしさを活かし、もちろん保存料や安定剤は一切使用しない。

こうして、新商品の開発が始まった。まずは、高級スイーツタイプの舞台裏である。まず、ヨーグルトに生クリームを加えてみた。ジャージー乳はやはり濃厚なので食感が重くなりすぎる。定番商品である「蒜山ジャージーヨーグルト」は、上にクリーム層ができておりそこにジャージーの濃厚さが凝縮されている。ヨーグルトとして固まっている部分には脂肪分はないため、濃厚でありながらヨーグルト全体としての味のバランスはとれている。しかし、この新商品は、従来の商品との違いを明確にするため、「全体を濃厚でなめらかな食感」にしたかった。ただ、生クリームを加えるだけでは味のバランスが崩れてしまうのだ。



蒜山酪農の代名詞ともいえるロングセラー「蒜山ジャージーヨーグルト」

点は想定しながら調合・試作するのだが、実際のところは、やってみなければわからないのが実情である。

生乳と生クリームの割合や使用する乳酸菌の菌種を変え何度も試作を繰り返した。このような試行錯誤の結果、ジャージー乳に生クリームを加えた「ちよっとリッチ」な味わいのデザート感覚のヨーグルトが、ついに完成した。

生クリームを加えることにより、コクがあり「なめらかな食感」を実現し、しかも後味は重くなくさっぱりとし仕上げることになったのだ。商品名はそのものズバリ、直球勝負のネーミングで「贅沢ヨーグルト」とした。

続いて、プレーンタイプである。プレーンはそれこそ何も加えず乳酸菌のみで醗酵させるため、ジャージー乳の風味に合う乳酸菌の選択が重要となる。理想の風味と酸味を実現する乳酸菌を見つけたため、半年以上かかったが妥協はしなかった。ジャージー乳の豊かな味わいをそのままに、なにも加えずに味わえる。この商品のネーミングは「ゴールドヨーグルトプレーン」とした。

この商品の開発にあたり、消費者の安全・安心志向に対応するため、蒜山酪農はもうひとつの挑戦をしている。



“コク”と“なめらかな食感”を実現した「贅沢ヨーグルト」

蒜山酪農は、平成18年12月に、食品製造工程における安全管理の高さを示す HACCP承認を取得している。

これだけでも、安全性・品質の高さを十分示しているが、蒜山酪農は、「ゴールドヨーグルトプレーン」を、NON-GMO（非遺伝子組み換え）の飼料で飼育した乳牛の生乳だけを使用することにした。つまり、商品開発にあたり、原料の生乳自体も変えてしまったのである。

HACCP承認にしてもNON-GMO（非遺伝子組み換え）による原料乳の生産にしても、一朝一夕でできるものではない。まさに、生産者としての蒜山酪農がこれまでに取り組んできた品質管理と安全・安心への情熱とこだわりが実を結んだものといえよう。

さらなる飛躍に向けて

今後の課題は、販路開拓である。幸い、「贅沢ヨーグルト」は、2009年2月東京ビッグサイトにて開催された「第43回2009スーパーマーケット・トレードショー」における「バイヤーズ・食セレクトション」において、第2位を獲得するなど、高い評価を得た。バイヤーズ「食セレクトション」とは、国内外で開発・製造される食品を、バイヤー、バイヤー経験者が審査・評価する審査会である。

また、「地域資源活用事業」による補助金を活用し、積極的に各種の展示会への出展、全国紙への新聞広告の掲載、なども積極的に実施した。これまで取引のなかった地域の小売店との取引が始まるなど、その成果も徐々に現れている。

今後も、おいしくて安全な健康食品「蒜山ジャージー牛の乳製品」を多くの方にPRすることにより、飼料からこだわ

わる安全でおいしい」8ブランドとして「蒜山酪農」の確立を目指している。

冒頭に述べたように、蒜山高原は西日本を代表するリゾート地である。蒜山酪農は、当地において、蒜山・大山を一望する大パノラマの中、蒜山酪農の乳・肉製品を使用したオリジナル料理が楽しめるレストランや各種乳製品が購入できる売店の運営も行っている。また、直営の牧場では、マスコミにもたびたび登場しているおでこにハートマークがある牝牛「ラブリーちゃん」にも会うことができる。彼女の特技は、蒜山を訪れたカップルの愛を伝えることだそう。

ぜひ一度、蒜山酪農をお訪ねいただき、大自然の中でジャージー乳製品を味わっていただきたいものである。

会社概要

名称 蒜山酪農農業協同組合
住所 岡山県真庭市 蒜山中福田958
代表者名 代表理事組合長 真田善弘
連絡先 0867-66-3645
設立 昭和31年9月
資本金 2627万5千円
年商 22億4365万8千円
従業員数 110人



真田善弘組合長