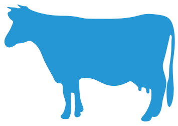
CASE 002

新商品の開発・製造に向けて ファンドを活用して設備投資 さらなる販路開拓も

株式会社おおのミルク工房（岩手県）



地元の支援を受け再出発 そして黒字経営への転換

「おおのミルク工房」は、経営困難に陥った乳製品加工施設を存続させるため、酪農家16名をはじめ、地元商店主や連携事業者など24名が1300万円を出資して2005年に設立。

再出発したおおのミルク工房が目指したのは、地元の住民に支持される商品作り。そのためマーケティングにも力を入れた。異なる方法で加熱殺菌処理をした6種類の牛乳を600人以上の人に試飲してもらい、最も多くの人々から支持を得た「85度20分間殺菌」という製法を確立。一般的な超高温瞬間殺菌に比べ手間はかかるが、この製法により、酪農家が搾りたての生乳を弱火で沸かして自宅で飲んでいるような牛乳本来のコクと旨味を引き出すことに成功した。

関係者の熱意に共感して、おおのミルク工房に入社したベテランの工房長・小野協次さん（専務取締役）も「酪農王国・岩手の中でもトップレベルの生乳を使ったコクのある飲みやすい牛乳」と、味と品質を自負する。

新商品は「ゆめ牛乳」と名付けれられ、スーパー店頭での試飲会やイベントへの出店など地道な営業活動が展開された。その結果、販売ルートは、道の駅や岩手県・青森県の小売店・スーパーをはじめ、ホテル、老人ホーム、そして、宅配や学校給食など周辺地域を中心に拡大。7年目から黒字経営に転換、3年間連続で黒字を維持し、2013年度の売上は予想を上回り3億7千万円まで伸びた。

出資者・出資額表

地元酪農家等	1,300万円
とうほくのみらい応援ファンド	1,300万円
合計	**2,600万円**

【事業内容】

（1）酪農家が搾りたてを鍋で沸かして飲む牛乳本来の味を再現した牛乳の製造販売の他、地域特産品を活用したヨーグルト・ソフトクリームミックス等の開発・製造・販売を行う。

（2）製造工場の設備整備、ファンドからの経営支援・販路支援により、以下の①～④を通じて、地元雇用の拡大と農山漁村の活性化に貢献する。①生産量拡大による地元酪農家への貢献。②地域特産品とコラボした新商品の開発による地域のPR効果。③地域への販路拡大。④首都圏への販路拡大。

現在、おおのミルク工房での一日の生乳処理量は5～7トン。この生乳を原料に、主力商品の「ゆめ牛乳」のほか、ヨーグルト、アイスクリーム、生洋菓子、業務用ソフトクリームミックスなどの製造・販売を行っている。

株式会社おおのミルク工房
代表取締役
塩倉康美（しおくら やすみ）さん（48）

「現在15人の従業員がいますが、それぞれが大きな役割を担っています」と話す。酪農家で出資者の一人でもある。

再出発して発売した商品「ゆめ牛乳」のPRには生産者も積極的に参加。スーパー店頭での試飲会やイベントへの出店など、営業努力が実を結び販路が拡大した。

本州でも有数の酪農地帯として知られる岩手県北部。戦後まもなく酪農が導入され、最盛期の昭和40年代には、洋野町（旧大野村）の酪農家の数は250軒を超えていた。（平成20年度時点で44軒）

構えることなく柔軟に考える 相談することで展望が 見えてくるファンド活用

法人設立から10年。節目となる2014年に、おおのミルク工房は、「とうほくのみらい応援ファンド」に支援を求め、1300万円の出資を受けることになった。

その経緯について、取締役企画部長の浅水さんは、「今後のビジョンを明確にしていくため、六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画を作成し認定を受けたところ、6次産業化を応援してくれるファンドの存在を知りました。地元の商工会議所や銀行が窓口となり、ディスカッションを重ねているうちに、地域活性化に対する思いの方向が出資者と一致していることに気が付きました。そして、ファンドを活用してやっていけば、やりたいことに近づける、将来が見えてくると感じました」と話す。

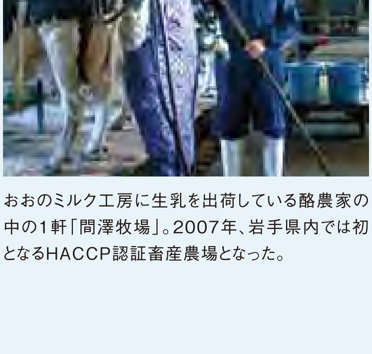
新商品の開発、HACCP導入による品質管理の強化と新たな生産体制の整備。雇用の創出、そしてデータ活用による営業力の強化、個別の顧客対応を充実させていくなど、おおのミルク工房の今後の事業展開の目標・目的は多岐に渡る。

小さな工房ならではの強みを活かす

現在、おおのミルク工房では、主力商品の「ゆめ牛乳」のほか、ヨーグルト、アイスクリーム、生洋菓子、業務用ソフトクリームミックスなどの製造・販売を行っている。社長の塩倉さんが話す。「小さな工房ならではの強みがあると思います。おおのミルク工房は、地元酪農家と強い信頼関係があり、安定した原料の確保ができます。小ロットでの商品開発や、短い納期にも対応できる柔軟な営業スタイルも私たちの強みです。おおのミルク工房という名前は表に出ていませんが、岩手県野田村でヒットしている塩ソフトクリームや、県内の南部せんべいを使ったアイスクリームなど、ご当地

酪農の里のシンボルを支える酪農家たち

おおのミルク工房は、地元酪農家たちの〝酪農の里のシンボルをなくしたくない〟という思いから再生した施設。前身となる農協が運営していた乳製品加工施設が経営難に陥った時、法人設立の中心メンバーとなったのは、自らも大型の酪農経営を営む田村英寛さん（初代社長）だった。田村さんからバトンを引き継ぎ、社長に就任した塩倉さんが話す。「2011年の東日本大震災では、大手メーカーが出荷できない状況に陥る中、私たちは震災の影響は受けながらも、酪農家の協力のおかげで、なんとか製造できる状態でした。このことは、おおのミルク工房の知名度をあげる大きな要因になりました。地域の人たちに支えられていることを実感した出来事でした」。



おおのミルク工房に生乳を出荷している酪農家の中の1軒「間澤牧場」。2007年、岩手県内では初となるHACCP認証畜産農場となった。

アイスクリームの商品開発のお手伝いもさせていただいています」と話す。

ご当地ソフトクリームと飲むヨーグルトで事業展開

おおのミルク工房の地域特産物を活用したOEM乳製品開発に対する評価は高く、全国の6次産業化を目指す生産者から次々に業務委託の相談が持ちかけられている。今後、ファンドを活用した事業展開のひとつとして、マルチ対応で多様な商品の加工が可能になる設備を導入。新たなご当地ソフトクリームの開発・製造を行っていく予定だ。

また今年度から、おおのミルク工房では加工場内に新たな設備を導入して、新商品「飲むタイプのヨーグルト」の開発を進めていく。その背景について、「牛乳の消費量が年々下がっていく中、これからは、お茶、炭酸飲料などの清涼飲料水を含むすべての飲料を意識しながら、牛乳は生き抜いていかないといけません」と浅水さんは話す。新商品は他にも、管理栄養士と共同での機能性ヨーグルトの開発や、シニア野菜ソムリエと共同での地場野菜を使ったヨーグルトの開発などを予定している。

こうした商品アイテムの増加は生乳利用の拡大に直結する。「現在、おおのミルク工房での一日の生乳処理量は5～7トンですが、今後の事業展開ではこの約1.5倍を予定しています。そもそも地元では約20トンの生乳出荷が見込めるのですが、弊社では、まだ3分の1しか処理できていません。地元に密着した企業として、できれば地元の生乳すべてを処理できるよう、商品数を増やし、売上を伸ばしていけたらと思っています」と浅水さんは抱負を語る。

販売ルートは、これまで築いてきた地元の取引先、道の駅や岩手県・青森県の小売店やスーパーなどを中心に、今後は首都圏も視野に入れ展開していく。そして、5か年計画で、おおのミルク工房は売上4億円弱を見込んでいる。

株式会社おおのミルク工房
取締役企画部長
あさみず たくみ
浅水巧美さん（45）

農協が運営していた頃から関わっていた浅水さんは、法人設立と同時に、おおのミルク工房へ転職。「経営難に陥った事情も知っているだけに、もう失敗はできないという思いがありました」と話す。

おおのミルク工房では、岩手県産100%の南部小麦で作られた「南部せんべい」を使った「せんべいアイス」など、地域特産品の野菜・果物・海産物などを使った乳製品を製造。今後さらに、ご当地アイスについては力を注いでいく予定だ。

株式会社おおのミルク工房
岩手県九戸郡洋野町大野58-12-32
TEL：0194-77-4301
http://www.yumemilk.com/

株式会社おおのミルク工房の6次産業化の取組は、動画インタビュー含め、「第6チャネル」Webサイトで詳しくご覧いただけます。
http://www.6-ch.jp/fund/fundcase01.html

再出発したおおのミルク工房の最初の販売先

おおのふるさと公社は、旧大野村の村おこしのシンボル的な施設「おおのキャンパス」を運営。おおのミルク工房が再出発を図った時、キャンパス内の宿泊棟を新商品の試飲会の場所として提供した。商品を最初に置いてくれたのも、おおのキャンパスだった。また、事務局長の林下さんは、キャンパス内で製造していたアイスクリームの製造もおおのミルク工房に委託。「施設内の設備に限界がありましたし、せっかく地元でアイスクリームを作れるところがあるのなら、そこにお願いした方がいいと思いましたから」と話す。

おおのミルク工房の浅水さんは、「おおのキャンパスが起点となって、まるで波紋が広がっていくように商品が認知されていきました」と、当時を振り返る。

社団法人おおのふるさと公社 事務局長
はやしした せんいちろう
林下千一郎さん（60）