

「SDGs 関連の取組事例調査」報告書 — 株式会社共進牧場の事例 —

調査実施日：2023年11月27日(月)～28日(火)

調査担当者：沼田、吉本

調査先：株式会社共進牧場

応対者：中尾代表取締役社長

森本品質管理室室長

中田品質管理担当部長

西村総務部副部長



1 会社概要

- ・所在地：(本社) 兵庫県神戸市中央区橘通
(浄谷工場) 兵庫県小野市浄谷町
- ・設立年月：1890(明治23)年
- ・資本金：5,000万円
- ・役員：取締役5名、監査役1名
- ・従業員：157名(浄谷工場137名、本社20名)
- ・売上高：103億円(うち学乳割合15%弱)
- ・生乳処理量：約4万2千トン
- ・営業範囲：兵庫県、大阪府、京都府、滋賀県、奈良県、和歌山県、関東、九州
- ・取扱構成：牛乳70%、乳飲料8%、発酵乳4%、アイスクリーム1%、果汁11%、清涼飲料5%、その他1%

○ 共進牧場の沿革

共進牧場の創業はとても古く、1890(明治23)年に外国貿易で賑わう神戸の街角で始めた牛乳処理業販売店が、その始まりであり、西日本で最古の乳業メーカーである。

創業者は、両親の実家が牧場を行っていた中尾うた(敬称略)という一人の婦人である。

その当時は神戸市内にも多くの牛乳処理業販売店があったと言われており、牧場から仕入れた生乳を神戸市内まで運び、殺菌処理な



どして量り売りをしていたが、その多くが大八車で行っていた中で、当時では珍しい自転車を使って販売していたという。

時代の変遷にともない近隣の同業者の廃業が進む中で、同社は、1947（昭和 22）年には、創業者とかかわりの深い小野市青野原に牧場および飼料畑を開き、その後、1956（昭和 31）年に小野市浄谷町の原野 5 万坪（16 万 5 千平方メートル）を開墾し牧場を移転し、酪農と牛乳の生産設備を移すことで、本社機能と生産部門の役割分担という現在とほぼ同じ体制が確立した。

その後も販売部門の分割やヨーグルト工場、アイス工場の増設などを行って、事業の拡大を図ってきた。

そして、1985（昭和 60）年には、牧場ならではの豊かな自然の恵みを消費者に満喫していただきたいという思いを込めて、観光牧場として広く開放し、レストラン・ミルクカーズを開設することで、「生産－製造－販売」をワンストップで体験できる施設として現在に至っている。



○ 現状

2003（平成 15）年には乳業再編により松野牧場（明石市）、中村牧場（神戸市）の製造を集約して、学乳の供給エリアが拡大した。（両社は物流機能を保持してベンダー（販売会社）として存在している）。

一方、2011（平成 23）年にはビン製品の製造を終了し、市販製品は紙パックにほぼ統一した（2013 年には大ビンの製造も終了）。

現在学乳は 17 万本/日（兵庫県の約 40%）を供給しているが、来年度からは中学校への導入が見込まれており、約 20 万本/日に増加する予定である。

浄谷工場の衛生・品質向上に向けては、1998（平成 10）年に HACCP の認証を受け（2019 年に法の廃止に伴い返上）、2014（平成 26）年には



S Q F 国際認証を取得して、お客様に安全で安心な製品をお届けする体制を整えている。

現在の生乳は、北海道産も活用しながら自社牧場、近隣の牧場や兵庫県産の生乳を使い、こだわりのある製品（牛乳、アイスクリーム）を製造し、その他製品とともに近畿圏を中心に様々な販売ルートに展開している。

2 SDGs に関連した取組(調査結果)

1) 環境負荷軽減のための取組

(1) 廃棄物関連対策

① 食品ロスの削減

工場内では食品ロスはほとんど発生していない。学乳においても納品リードタイムを2日確保している。

② プラスチックの削減

現在、学校給食牛乳、病院食牛乳は、紙パックで供給しているが、プラスチックストローは別添付としている。また、2024年度から紙パックをストローレスパックに切り替え、1,500kgのプラスチックを削減することを予定している。

③ 資源のリサイクル・リデュース

紙パック類及び段ボールは、リサイクル業者に引き取ってもらいリサイクルしている。また、紙パックも有限の資材であることから、紙パックの軽量化を資材メーカーと連携して進めている。



(2) エネルギー対策

① 照明のLED化

二酸化炭素排出量の削減に向けては、工場内及び事務所内の全照明を2020年までにLEDに切り替えて省電力化・二酸化炭素の排出削減を図った。



② 都市ガスボイラーへの置換（更新）

2019年に重油を燃料としていたボイラーをガスボイラーに置き換えて、熱効率を高めることができています。CO₂の削減実績は毎月の会議で報告して、実績の把握に努めている。



また、工場の屋上に太陽光パネルを設置して消費電力の一部を賄うことをエネルギー会社と相談して計画している。

③ 太陽光発電の建設

阪神大震災、東日本大震災を経て、電力エネルギーの有難さを痛感したことから、「ものづくり」という大義名分があったとしても、地球資源を使う一方ではよくないという考えもあり、2014年6月に小野市浄谷町にメガソーラー施設「小野サンシャインパーク」を建設して、稼働を開始した。工場に必要な電力の1/4に相当、約300軒のご家庭で使用する量(1000kWの発電能力)の電気を供給している。



(3) 水関連対策

① 節水の取組：普段の努力

工場内で使用する水は市水を使用しているため、普段から節水を意識している。2011年にはビン製品の製造を中止(2013年には大型ビンの製造も中止)して、洗ビン等で使用する水の量の節水に繋げている。(他に検ビン、製造ラインの人員の配置見直しも行って生産性向上に努めている。

② 排水の取組

工場内で使用した後の水の一部は、回収してクレート、パレットや配送車両の洗車などに転利用している。

2) 地域・社会への貢献

(1) 持続可能な酪農業への貢献

① 糞尿の肥料化

牧場から出る糞尿は自前の処理施設で堆肥化し、できた堆肥は自給の牧草地へ還元したり近隣住民へ提供したりしている。近隣の飼料農家は高齢化やコロナの影響などで廃業が増加していることから、堆肥の活用先が減少してきていることが気掛かりである。



(2) 集乳地域限定牛乳の供給

① 地産地消の積極的取組

兵庫県では、県産農林水産物及びこれらを主原料として製造された食品で「個性・特長」・「安全・安心」を認めるひょうご認証食品制度を 2004 年に創設して、県産県消の推進を進めてきている。共進牧場では、直営農場のジャージー牛から搾乳したジャージーミルクや牛乳工場から半径 10 km 以内の鮮度の高い生乳を使った低温殺菌牛乳の他、神戸市北区の農家だけの生乳や兵庫県内の生乳で作った牛乳などが「ひょうご食品認証制度」の推奨ブランドに設定されている。これらの商品には、統一のロゴマークが付けられており、兵庫県内の小売店などで販売がされている。

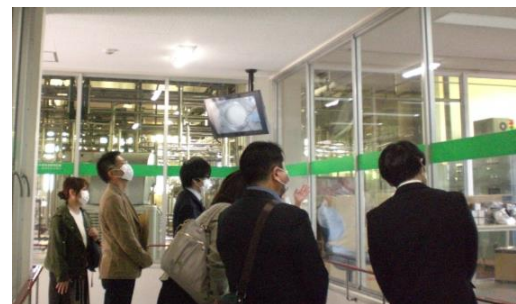
また、兵庫県は、県内各地の選りすぐりのとっておきの逸品を「五つ星ひょうご」として認定、EC サイトで全国に発信している。同社では、六甲山麓の大自然が育んだ新鮮な限定生乳を使用した「牧場アイスクリーム神戸六甲」が選定されて、地元産生乳を県内外にアピールしている。



(3) 地域貢献

① 工場見学の受入

地域貢献として地元小学校や一般の皆様への工場見学を実施している。工場内の PR ルームで牛乳の製造過程を詳しく知っていただける内容になっており、工場に隣接した直営牧場で実際に牛を見学したり、レストランではバター作りを体験したりできるなど毎年多くのお客様が来場されている。



② 中学生の体験学習

地域の中学生を対象に「トライやるウィーク」として就業体験の受入を行っている。

- ③ 神戸市消防局、兵庫県警との取組
神戸市消防局と兵庫県警と共同で熱中症予防、交通安全の啓発活動用の牛乳パックを作成して、兵庫、大阪、京都のスーパーを中心に期間限定の取り組みを行っている。



- ④ トラック側面を活用した啓発ステッカー貼付
共進牧場は小学生の工場見学の受入や中学生の体験学習、児童養護施設への支援活動など子供に対する取り組みに力を入れていることから、「こども110番」や「HG（兵庫県学乳）学校向ステッカー」を貼付して、注意喚起、使用喚起を行っている。



- ⑤ 地域社会との取組
工場のある地元小野市の地域イベント（小野まつり、マラソン大会）へは例年、協力・協賛を行っている。

- ⑥ 地元新聞社とのコラボ企画
昨年、地元新聞社（神戸新聞）とのコラボ企画として、夏休みに50名の子供を招待して、牛乳紙パックを使用した工作体験を開催した。

- ⑦ 児童養護施設への支援
バザーやクリスマスパーティー等の行事の際、商品の提供などの支援を継続している。

- ⑧ 地域清掃活動への参加
小野市クリーンキャンペーンへ参加して、地域の清掃活動を行っている。



- ⑨ 食育セミナー
得意先に対して毎年実施しているものや、不定期ながら訪問型・受入型で食育セミナーを実施している。

⑩ 牧場経営・観光牧場

共進牧場の経営の特徴として、自社牧場の存在と、珍しい品種の牛を育てていることが挙げられる。

兵庫県小野市にある「浄谷牧場」は、豊かな自然に抱かれた広い敷地に約100頭の褐色のジャージー種の乳牛が、理想的な環境の中で育てられている。常に安全でおいしく新鮮な製品をお届けするには、一貫した生産・流通体制と、その「素材」が何よりも重要であると考えている。

またジャージー種という牛は、ホルスタイン種に比べて採乳量は3割ほど少ないが、乳脂肪分が高く、飲料だけでなく、お菓子の原料としても使用されている。

乳業者のなかで、酪農まで手がけているところは少ないので、「生・処・販」を一貫して行えることは強みといえる。

また牛舎を改築したレストラン・ミルクーズでは、地元産のお肉や野菜、米などを使った料理を提供して、牧場ならではの豊かな自然の恵みを満喫することができる。



(4) フードバンク等を通じた子ども食堂の支援

フードバンク関西へ商品を提供して子供たちへの支援に繋げている。

3) 働きがいのある職場づくり

(1) ジェンダー格差への対応

① 女性管理職への登用

女性社員の割合は全体で20%と少数ではあるが管理職に登用するなど、状況に合わせた対応を始めている。

② 障がい者や高齢者の雇用

養護学校とのつながりもあることから障がい者の受入を行っている。また、定年後は、それまでのスキルを活かしてもらえるように、パートタイマーとして就業が継続できるようになっている。

(2) 人材の育成

社員の採用が難しくなってきたおり、第2新卒と言われる他社を早期退職した人員の積極的採用を行っていることもあり、社員教育に注力している。

共進グループ（株式会社共進牧場、株式会社共進舎牧農園）では、社員一人一人が成長できるための教育制度を有しており、新入社員教育、専門教育、外部による資格者教育などを充実させて支援を行っている。



(3) 敷地内での禁煙

社員の健康に配慮して、分煙を徹底している。

3 まとめ(調査を終えての感想)

沿革の所で見てきたように、共進牧場の歴史は古く（取材当時で創業133年）、西日本エリアで最古の歴史がある。

その長い歴史はどのようにして作られてきたのかと考えて見ると、1つには地域に根差した取り組みを創業以来続けてきたことと、2つ目には「生産－製造－販売（レストラン含む）」まで一貫して行っていることから、生産者としての視点・感覚と消費者が自社製品を食べた時の笑顔や満足を直接得ることができるからではないかと考える。

地域に根差した取り組みとしては、地産地消を謳った製品に注力するなど、他社との違いを打ち出して「地域」を意識した取り組みと合わせて、製品の販売先に業務用が多いことで、自社のみならずエリア内の企業とも良好な関係を築いて、エリア内の発展に寄与しているのだと考えられる。

これは、地域で存在感のある会社になり続けたいとの考えの下、拡大志向よりも、創業の地に根を下ろしたローカルメーカーとしてやっていきたい、という思いを実践している表れであろう。

また、兵庫県内における学乳のシェアが約40%あり、子供たちへの教育にも熱心なことから、地元新聞社との共同企画や警察・消防とのコラボなど積極的な取組に繋がっている。

一方、生産から製造、販売までを企業として一貫して実施していることで、他のメーカーとは違った魅力を発信していることは、大きな魅力であろう。牧場については「観光牧場」として行政と連携して情報発信を行い、近隣市民を受入れ、生産の現場を体験してもらうことと合わせて、自社農場で搾乳した生乳を使っ

たソフトクリームやヨーグルトをレストランで提供もしており、小野市の観光スポットとして大いに賑わいをみせている。

「牛乳は大地が育てるもの、良い土地が良い牛乳を産み出す」という信念のもとに、周辺の酪農家とともに、おいしく栄養価の高い牛乳づくりを目指しており、兵庫県が認証した推奨ブランド製品を広めることで地元の生乳生産の拡大に繋げ、地域への貢献に努めている。

また、工場見学も随時実施して、近隣の小中学生の授業の一環として受け入れるなど「酪農・乳業」を一ヶ所で体験、勉強できる貴重な存在として確立していることも大きなポイントであろう。

このような取り組みは、長い歴史の中で定着してきたものと考え、知らず知らずのうちに会社全体、従業員全員がSDGsに沿った活動、行動が身についていることを表している、今後も自社の強みを活かした取り組みによって、近畿圏での酪農・乳業の発展に貢献されることを願って止まない。



以上