

「SDGs 関連の取組事例調査」報告書

— 株式会社 弘乳舎の事例 —

調査実施日：2024年10月16(水)～17日(木)

調査担当者：本郷、吉本

調査先：株式会社 弘乳舎

応対者：武田執行役員、岩本氏



1 会社概要

- ・所在地：熊本県熊本市
- ・設立年月：1956(昭和31)年3月
- ・資本金：10,000万円
- ・役員：取締役6名、監査役2名
- ・従業員：94名
- ・売上高：約50億円
- ・生乳受入量：約32千トン
- ・営業範囲：九州を中心とした関東以西
- ・取扱構成：乳製品（脱脂粉乳、バター、脱脂濃縮乳、クリーム）約90%、アイスクリーム・デザート類約10%

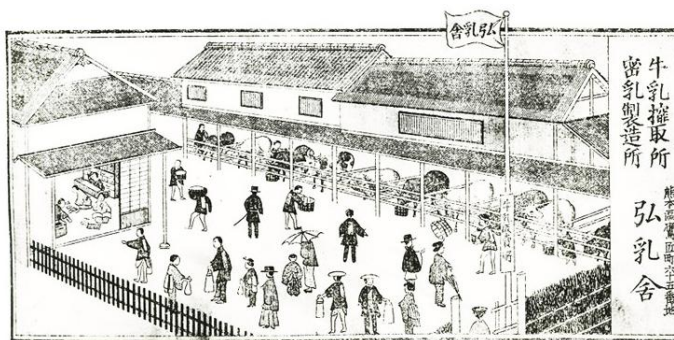
○ 弘乳舎の沿革

弘乳舎の創業は1883(明治16)年にまでさかのぼる。のちに衆議院議員や九州商業銀行(現肥後銀行)支配人、九州新聞(現熊本日日新聞)社長などを歴任することになる高木大四郎が、熊本市鷹匠町に「弘乳舎」という牧場と牛乳を扱う会社を創業したのが始まりである。一方、1899年には熊本市長六橋で高木氏の親類筋の光永氏が、自分の名字の「光」の字を取り、現「弘乳舎」とは漢字が一字異なる「光乳舎」の屋号で牛乳の販売を開始した。



高木大四郎氏

それから約半世紀後の1941年、戦時統制により「弘乳舎」は熊本の牛乳会社4社と合併して「熊本合同牛乳」となり、さらに1943年には、その「熊本合同牛乳」と「光乳舎」ほか10社程度が合併する。他方、戦後の1945年、熊本合同牛乳専務



取締役の光永立身が熊本市新屋敷に乳業会社を創業することになるが、高木大四郎からの申し出により「弘乳舎」として創業する。これが実質的な前身となつて、1956年に現行法人である「株式会社 弘乳舎」が設立された。

法人化に伴い弘乳舎は製造品目の多角化を開始し、1961年にアイスクリーム、翌1962年に瓶詰炭酸飲料、1967年に乳酸菌飲料を発売する。1970年には本社を現在地に移転し、生産品目に乳飲料、チルドデザート、プリン、ヨーグルトを加え、さらに脱脂粉乳とバターの製造・販売も拡大しはじめた。



2000年に指定団体がブロック単位に広域化されるのと同時に、全農酪農部が国の補助事業である乳業再編整備事業を活用し、弘乳舎に乳製品加工処理施設を増設した。これを契機として、九州域内の大手乳業各社が乳製品処理事業から徐々に撤退していき、弘乳舎への加工処理の依存体制が次第にでき上っていった。さらに、全農を通じた取引により九州域外からの搬入も増加し、余剰生乳の受託事業及び乳製品事業が主力事業となつていった。

2010年には、全国農業協同組合連合会及び九州生乳販売農業協同組合が第三者割当により資本参加する。さらに、2012年にはシステムパーツ会社と合併し、プレミックス原料、包装資材の輸入販売業務を開始し、現在に至っている。

○ 現状

弘乳舎の事業は、余乳処理事業、乳製品事業、アイスクリーム・デザート事業及び北九州支社事業の4事業から成り立っている。このうち北九州支社事業は主に小麦粉・砂糖等調整品、包装資材等の食品原材料の輸入販売業務であり、直接的には乳業事業とは異なる。

余乳処理事業は、生乳生産と飲用需要の不均衡により日々又は季節単位で発生する余剰生乳を農業協同組合連合会や乳業会社から預かり、バターと脱脂粉乳に処理加工して引き渡す事業である。また、乳製品事業は、指定生乳生産者団体等を通じて生乳を原料として仕入れ、脱脂粉乳、バター、液状乳製品を製造して販売する事業である。これら2つの事業が弘乳舎の主力事業となっている。



両事業の受入れ乳量に大きな差はなく、しかも製造される乳製品も乳業事業から液状乳製品を除けば同じである。ただし、余乳処理事業は受託加工賃だけが売上として計上されるため、自社で乳製品を製造・販売する通常の乳製品事業と

比べれば、売上は1桁少なくなる。なお、弘乳舎の全売上に占める両事業の割合は合計で50～60%程度となっている。

アイスクリーム・デザート事業は、指定生乳生産者団体等を通じて仕入れた生乳及び自社で製造した乳製品を原料としてアイスクリームやデザートを製造・販売する事業である。余乳処理事業と乳製品事業を通じて生産される乳製品の量は、生乳需給の季節変動を反映して、不需要期に多くなり需要期に少なくなる。このため、当該事業に係る労働力も季節により大きく変動する。弘乳舎は、労働力の季節変動の平準化を図るため、脱脂粉乳やバターが生産が集中しない季節に、作りだめの利くアイスクリームの製造を行っている。こうした取り組みの結果、売上に占めるアイスクリーム・デザート事業の割合は1割を超えるまでに成長している。



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 紙・段ボール類の利活用

事務所においては、勤務表等の内容に問題がない用紙については、裏面の再利用を推進している。また、工場においては、製品容器の一部をプラスチック容器から再生可能な紙容器に変更している。さらに、紙・段ボール類はリサイクル業者による回収を通じて、再生・利用に協力している。

② 食品ロスの削減

工場においては、乳製品の受託加工や主に保存性の高い乳製品の製造・販売を行っているため、基本的に食ロスは発生しない。しかしながら、賞味期限の近い小売り用商品やアイスクリームについては、食品ロス削減対策の一環として、工場内にある直売所においてアウトレット価格で販売している。



(2) エネルギー対策

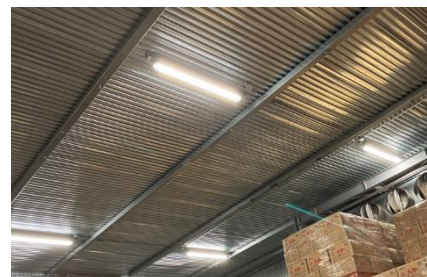
① 二酸化炭素排出量の削減：重油からガスへの変更

ボイラー設備について、重油を燃料として使用するボイラーから、2012年に熱効率が高く煤煙発生が少ない都市ガスを使用するボイラーに更新した。新規に導入したボイラーは、粉乳製造用の高圧ボイラーが2台、アイスクリームやバター等のその他乳製品製造用の中圧ボイラーが2台の合計4台である。



② 二酸化炭素排出量の削減：照明のLEDへの切り替え

工場内の照明について、蛍光灯からLEDへの切り替えを推進し、省電力化を図っている。ごく一部に蛍光灯が残っているが、順次LEDに切り替えていく予定である。



③ 二酸化炭素排出量の削減：電気自動車の導入

工場内で使用しているリフトについて、2022年以降、ガソリン車から電気自動に順次更新を行っており、2024年時点で6台中4台の更新が完了している。



(3) 水関連対策

① 節水の取組：普段の努力

弘乳舎の所在する熊本市は、水道水源の100%を地下水で賄っているとおり、阿蘇山からの伏流水などを起源とした地下水が豊富な地域である。このため、弘乳舎の工場で使用する水はすべて、豊富に湧出する井戸水を利用している。特別の対策を講じているわけではないが、工場の運営管理に当たっては、普段から節水に努めるよう従業員に対して指導している。



② 排水の取組

排水による環境への負荷をできる限り少なくするため、工場から排出される汚水は、自社の污水处理場で浄化処理したのち河川に放出している。特に、需給調整用の生乳の受入が集中する特定の期間には、浄水能力を超えることがないように、CIP 洗浄（定置洗浄）装置が付いていないローリーの洗浄をコントロールしている。



③ 地下水保全企業としての表彰

2019 年度、弘乳舎は地下水保全顕彰制度において、シルバー企業に認定されている。

本制度は、（公財）くまもと地下水財団が実施しているもので、熊本地域における地下水保全活動を行う事業者・団体の諸活動を顕彰し、その活動を広く周知することで、更なる地下水保全活動の推進を目的としたものである。



具体的には、地下水保全活動報告書を提出し、地下水保全活動の点数化と審査を経て、ゴールド、シルバー、ブロンズの 3 段階のランクを決定する。

評価の対象となるのは地下水の啓発活動、育水活動（浸透施設、・地下水涵養）、節水活動、水質保全活動などであり、弘乳舎の表彰は、①地下水に関する社員研修の推進、②地下水を育むコメを継続して購入し、農地保全と地下水涵養に貢献、③工場での地下水の循環利用や水使用量削減による節水活動、が評価されたものである。

2) 地域・社会への貢献

(1) 地域清掃活動の実施

地域環境の美化に貢献するため、毎月 1 回、工場の外周の清掃や草刈りを行っているほか、通行人の妨げとならないよう、定期的に垣根の伐採を行っている。

(2) 地域イベントへの参加・協力

工場近隣にある高平神社でお祭りがある際は、工場の騒音による迷惑対策の意味も込めて、アイスクリームを寄贈することにより地域住民との融和を図っている。

(3) 食育への貢献

学校給食用牛乳を生産しているわけではないため、小中学生等による工場見学の受入は行っていないが、高校生の職場体験として、年間 2 名程度のインターンを受け入れている。

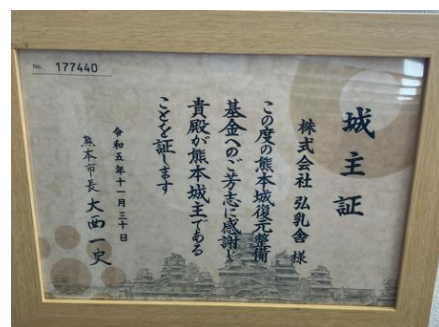
(4) フードバンク等への支援

弘乳舎は、何らかの事情により親元を離れて集団生活をしながら学業や部活動などをがんばっている子供たちに笑顔を増やしてほしい、また、関係者や地域社会への感謝の気持ちを忘れずに成長してほしい、との思いから、毎年クリスマスの時期に、弘乳舎周辺の児童養護施設 6 施設に対してアイスクリームを寄贈している。



(5) 熊本城災害復旧支援金としての寄付

熊本地震が発生したのは、今から 8 年前の 2016 年 4 月のことである。同一地域において震度 7 の地震が 2 回発生し、熊本県下に大きな被害をもたらした。中でも、世間の注目を浴びたのは熊本城の被害であろう。天守閣最上階の瓦はほとんど落ちて破損するなど、各種建造物の被害も大きいが、最も被害が大きかったのは石垣である。このため、熊本城の完全復旧にはまだまだ長い年月と、莫大な予算が見込まれている。



こうした中、弘乳舎は、熊本城の雄姿を再び見るために何かできることはないかと考え、2023 年 4 月 10 日から 7 月 10 日までの期間、直売所で売り上げた金額の一部を熊本県災害復旧基金として寄付している。

(6) 災害時における井戸水の提供

災害用井戸は、災害により広域での断水が発生した場合、上水道が復旧するまでの間、これを補完するものとして民間の事業者が管理する井戸の水を応急用の飲料水又は生活用水として地域住民に提供するものである。弘乳舎は熊本市と協定を締結し、災害時における井戸水の提供に協力している。



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

乳業事業を行う部署の女性従業員の割合は、約3割となっている。事務部門だけでなく、製造部門や販売部門にもまんべんなく配属されており、男女間の格差のない施設・労働条件となっている。

(2) 施設内完全禁煙の実施

職員の健康のため、工場内や事務所内は完全禁煙とし、屋外に喫煙場所を設けることにより、喫煙者の要望にも応えている。

(3) 熊本県ブライ企業としての認定

熊本県は、審査項目を設け、一定の水準を満たしている事業所をブライ企業として認定している。基本的要件は、①従業員とその家族の満足度が高い、②地域社会・地域経済への貢献度が高い、③安定した経営を行っている、④地域の雇用を大切にしている、の4つである。本調査報告書にも記載されているような地域社会への貢献や働きやすい職場づくりなどが評価されて、熊本県が本事業を創設した初年度である2015年度に、弘乳舎はいち早くブライ企業に認定されている。



4) 行政への登録による各種取組の推進

(1) 熊本県SDGs推進企業としての登録

2021年8月、弘乳舎は「熊本県SDGs登録制度」第1期(登録期間:2021年4月1日~2021年5月31日)に申請し登録されている。

本制度は熊本県が独自に創設したもので、熊本県内の企業や団体等が、自らの活動とSDGsとの関連性を認識し、SDGs達成に向けた具体的な取り組みを推進することにより、SDGsの普及を促進することを目的としている。併せて、新たな価値の創造を促し、その取り組みの「見える化」による地域の自律的好循環の形成につなげることで、熊本の特性を生かした持続可能な社会と、SDGsを原動力とした地方創生の実現を目指すものである。

弘乳舎によれば、余剰生乳を無駄にすることのないよう乳製品に処理加工す



ることにより酪農家の安定的な収入確保に寄与しているほか、地下水保全活動の継続・発展、熊本県産・九州産の食材を使用した製品開発、新卒・中途を問わない県内出身者の積極的な採用に重点的に取り組むことにより、SDGs の達成に向けて貢献していくとしている。

(2) 熊本市事業所グリーン宣言

事業所グリーン宣言とは、事業所が環境マネジメントシステムに簡易に取り組むための仕組みで、省エネルギー、省資源など、地球温暖化防止に資する環境保全活動に取り組むことを宣言し、市に登録するものである。弘乳舎は2021年度に登録しており、宣言した取り組みの実績をエコチェックシートで確認のうえ、毎年、市に提出している。



3 本業である余剰生乳の受託加工を通じた社会貢献

周知のとおり、生乳生産は季節変動が大きく、生乳需要も季節変動が大きいが、生産と需要の波がほぼ真逆に動くため、飲用向け中心に生乳生産を行っている都府県においては、需給が緩和した際に生乳を保存性の高い乳製品に処理加工することは死活的に重要となる。こうした余剰生乳の受託加工事業は、生乳の不需要期、特に学校給食のない年末年始、年度末を中心とした春休み期間、ゴールデンウィークなどに集中するため、事業の効率化を図ることは非常に難しい。しかも、都府県における生乳生産が長期低落傾向で傾向してきたため、受託加工処理施設は通常時にはほとんど稼働せず、特定の期間に集中するという傾向にますます拍車がかかってきた。

このため、都府県に所在する多くの乳業は余剰生乳の受託加工事業から次々と撤退していった。こうした中で、弘乳舎は西日本において残り少ない加工処理施設を有するだけでなく、その処理能力も他に抜きんできて大きいことから、東日本の筑波乳業（及び全酪連北福岡工場）とともに、弘乳舎は西日本の酪農家・指定団体にとってなくてはならない存在となっている。

弘乳舎の経営理念に記載されているとおり、弘乳舎にとって余剰生乳の受託加工事業は、酪農家が生産した生乳を、季節的に需給が緩和したときに廃棄する



ことなく安心して生産できる体制を維持するために重要な機能を果たしているといえよう。

ただし、本事業は経営の柱でもあるが、前述のとおり安定的な稼働は元々不可能であることから、生産されたバターや脱脂粉乳などの乳製品の利用・販売においては、様々な工夫や努力がなされている。こうして、弘乳舎は生乳の廃棄（食品ロス）を抑制しているほか、地域社会だけでなく西日本全体の酪農を支えるという重要な機能を果たしており、社会への貢献は地域を超えて西日本全体、ひいては都府県全体に及んでいる。

4 まとめ(調査を終えての感想)

会社概要によれば、1883年の創業時の屋号「弘乳舎」とは、「牛乳を弘く社会に普及する天下国家への奉仕」を意味するとのことである。弘乳舎の経営を取り巻く環境の変化に伴い、今では牛乳の販売事業は行われていないが、牛乳の販売を直接行わなくとも、西日本を中心とした飲用向け生乳の生産を支える余剰生乳の受託事業を通じて、間接的ではあるものの、「牛乳を広く普及し、国家に奉仕」する取り組みは今でも着実に行われているといえる。

また、経営の基本方針に記載されている経営理念をみると、以下のようなすばらしい記載がある。

「最高品質の乳製品を提供し、地球上に生きるすべての人々の健康に貢献し、豊かな健康生活を創造する」「法律・規則などを遵守し、倫理・道徳などの社会規範に従うとともに、文化・慣習を尊重して、よき企業市民として公正な経営を貫き、社会の発展に寄与する」

こうしてみると、弘乳舎の経営理念はSDGsそのものと言ってよい。経営理念に沿って、弘乳舎は余剰生乳の受託加工事業などを通じて、持続可能な酪農の支援、食品ロスの削減、人々の健康の維持に貢献しているだけでなく、地域・社会への様々な貢献を通じて、よき企業市民としての使命も果たしている。地球温暖化と異常気象の頻発、国際紛争の発生、世界人口の増加と日本人口の減少、為替レートの急激な変動など、酪農乳業をめぐる情勢は不安定さを増している中で、弘乳舎の存在は今後ますます重要になってくるものと思われる。

縁の下の力持ちとして、弘乳舎がこれからも日本の酪農の発展を支え続けることを期待したい。

以上