

消費拡大のための環境改善！

衛生面での乳質改善は、酪農産業が始まって以来将来も続くテーマの一つです。

以前は消費者や乳業メーカーのニーズがあまり厳しくなく、衛生面の規制も低かったのですが、HACCPの導入、生菌数や体細胞数の削減運動、さらに2001年からの生乳取引の変革などますます良質乳が求められる時代になってきました。

北海道酪農にとっては、厳しい規制を悠にクリアーして安全で衛生的でこくのあるおいしい牛乳が本州で大量に消費されるようになり、明るい兆しが見えてきています。

1. 都会の消費者が想像する北海道酪農

(1) 住宅や牛舎の周りの環境

★牧草地が広がる小高い丘に通じる小道を行くと、住宅と牛舎が見えてくる。

★住宅はポプラなどの木で囲まれ、広い庭は芝生があり花壇には季節の花が所狭しと植えられている。

★牛舎は少し離れたところにあり、屋根と壁はペンキできれいに塗装されている。

★大型トラクターや作業機なども整然と格納庫に保管されている。

★遠くの放牧地にはきれいな牛が悠然と草を食べていて、一度はこの様な酪農場で仕事をしてみたいという牧歌的な感情にかられる。

(2) 牛舎内の環境

★牛の寝床にはワラがふんだんに敷かれている。その上には黒と白の斑紋がはっきりと分かれ、毛づやがよく清潔でよく管理された牛が横たわっている。

★きれいで大きな乳房をゆらゆらさせながら、おとなしく搾乳されている。

★壁の色は白で明るく、広々として中の空気は乾燥して快い酪農の臭いがする。

★毎日使うフォークや竹ぼうきがきちんと片づいて保管されている。

(3) 牛乳処理室

★牛乳という生鮮食品を処理、保管する場所なので、関係者以外立入禁止でガラス越しに見る処理室をイメージする。

★もちろん、床はコンクリート、壁は白で室内は明るい。

★光沢のあるステンレス製の大きな入れ物があり、その中にはあの白い搾りたての牛乳が入っているのだと想像し飲んでみたい気持ちにさせる。

★搾乳や洗浄のための機械がまるで工場の様なスタイルで配置され、非常にきれいに保たれている。



2. 都会の消費者の期待に応える北海道酪農

(1) 住宅や牛舎の周りの環境

住宅や牛舎周辺の環境整備は最も基本的な管理作業の一つです。

農場全体の景観は経営者やその家族の酪農経営への意気込みや情熱などが表現されていると言われています。

消費者が安心して牛乳が飲みたくなったり、農場で働きたくなるような期待を裏切らないようにしたいものです。

花畑や野菜畑の他に作業機を駆って広めに芝生を植えてみたいものです。

必然的に環境整備に対する意識変化が起こり、ゴミや野草、サビた作業機、古タイヤ、廃車、腐敗ロールペール、不要な昔の納屋、一雨で泥濘化する敷地等が無くなるでしょう。

(2) 牛舎内の環境

牛舎は牛の生活の場であり過酷な職場でもあります。搾乳されるのは勿論ですが、採食、飲水、反芻、排糞尿、横臥、睡眠等も牛にとっては大事な仕事です。

牛の背中にほこりがたまってませんか、共進会用の毛刈りだけではなく、牛体衛生や健康管理のために、特に後軀と乳房の毛刈りや手入れが必要です。

牛舎内の明るさや換気構造は十分ですか、蹄が伸びすぎていませんか、飛節が腫れて痛々しい牛はいませんか、……

牛床や換気、繋留方法、飼槽、給水施設等への投資による飼養環境の改善で、飛躍的に効果が上がった事例が身近にあります。

搾乳は現在推奨されている手順でやっていますか、「面倒くさい」では消費者の賛同は得られないでしょう。



汚れたタオル
は細菌を増や
します。

(3) 牛乳処理室

処理室は収穫物を冷却保管し、搾乳機械を洗浄保管する農場の中で最も衛生的な場所であるべきです。生乳の品質は、管理のいかんによっては急激に低下します。

牛舎と処理室を仕切る戸を使いこなしていますか、汚れが判りやすいように内部の色彩や明るさはどうですか、網戸を付けて昆虫の侵入を防いでいますか、犬猫は、バキュームポンプ周辺の油とホコリのこびりつきは、クーラーの排熱方向は、お湯をふんだんに使える給湯設備ですか。

汚れた作業着、牛の治療薬等種々雑多な物は置いてませんか。

処理室は食品工場と同様で、物置ではありません。ポイントは衛生管理と不要物の排除です。



悪い乳質の
生乳からはお
いしい牛乳・
乳製品はでき
ません。

消費拡大の
第一歩は環境
改善から

3. 今後に向けて

最近の牛乳・乳製品の消費増に伴い、ますます北海道の牛乳が脚光を浴びています。

先進的な農場は生乳生産は低コスト化を図り、牛乳の品質管理はマニュアル化された技術を励行しながら、むしろコストをかけて努力しています。

特に本州の酪農家は北海道酪農に脅威を感じながら、生き残りのために環境衛生や品質保持に取り組んでいるようです。

過去の習慣から抜け出せず、現状に踏みとどまり、技術革新をしないという事は自らの敗北を意味しています。

具体的に美しい清潔な酪農地帯を地域を上げて作り上げ、牛乳の生産現場を信頼できる食品現場にすればその牛乳は必ず高く売れる時代が来て、酪農家とその地域の経済は活性化し羨望の的となるでしょう。消費者はその応援団なのです。

消費拡大のために環境改善や乳質改善に地域を上げて努力する時代の最中にいるのだから……

