

消費者の顔が見える経営（西山牧場）

薫風かおる、2001年4月28日美囊郡吉川町に酪農家直営の、アイスクリーム工房「BOS&MOM」がオープンした。

1 Goodタイミングを生かして

美囊郡吉川町の西山牧場は30年来、夫婦でいちから築いた酪農一筋の経営を行い、現在、成牛50頭飼育に規模を拡大してきた。しかし、搾乳した牛乳を一方的に出荷するだけの酪農経営に物足りなさを感じていた。

西山牧場では、農業仲間との情報交換の中で、消費者と交流しながら、加工や農業体験など付加価値をつけた経営の必要性を感じ始め、家族で夢を現実に変えるタイミングを図っていた。2001年3月に酪農大学を卒業した二男さんが、就農認定を受け、新規就農資金を利用し、経営を継ぐことになり、このタイミングを生かし、アイスクリーム加工に取り組むこととなった。BOS&MOMの誕生である。

2 消費者相手は難しい、でもやり甲斐がある

酪農家が製造するアイスクリームは、消費者の安心感が高いようである。目の前の牧場で生産された牛乳が、アイスクリームになる。この工程は製品に新鮮さと安心を印象づける。畜産経営には、汚い、臭いのイメージがつきものである。「牧場に接した工房がどこまで消費者に受け入れられるか」と心配した場面もあったが、牧歌的な雰囲気とアイスクリームの品質の確かさが相乗効果を発揮し、牧場全体のイメージアップにつながっている。もちろん、日々の牛舎管理は怠らないが、人に見られることにより、さらに、衛生面や個体管理が充実してきている。しかし、良い点ばかりでなく、新作アイスの味の評価や多忙な時のおろそかになりがちな接遇など、消費者の厳しい声も聞こえ、商売の難しさもストレートに感じている。アイスクリームは自家乳100%使用、自家野菜や吉川特産のお酒なども利用していることが特色で、人気を呼んでいる。消費者の

声を聞くには工房のPRを積極的に行う必要がある。地元はもちろん、近隣の神戸市や三田市へチラシを配布したり、顧客への案内状送付。兵庫県の特産物を紹介した、インターネットモール（旬マガ）にも参加し、広く消費者にアピールしている。

3 さらに、消費者との交流を

西山牧場では2000年に“酪農教育ファーム”の認証を受け「トライングファームにしやま」という名称で、体験農場にも取り組んでいる。2002年から小中学校も総合的学習というカリキュラムが生まれ、完全週5日制がスタートした。酪農は“生きる力を育む”という目的そのものの現場である。昨年も実習や視察・教職員の研修などを多数受け入れている。子供たちに農業の現場を体験させることによって、子供の心を豊かに育み、農業・農村の応援団になってもらえたら、と積極的に活動している。

4 これからのトライング

やっと一年が経過し、アイスクリーム加工の一年のサイクルがつかめたところである。経営的な結果を出せるのは、まだまだ先である。これからは、季節毎のアイデア商品や牧場でのイベントの開催、将来的にはファーム・イン（農家民宿）にも取り組みたいと考えている。また、地元の農業の活力源として地域からの期待も大きく、夢は更に膨らんでいる。北本 則子（三木普及センター）

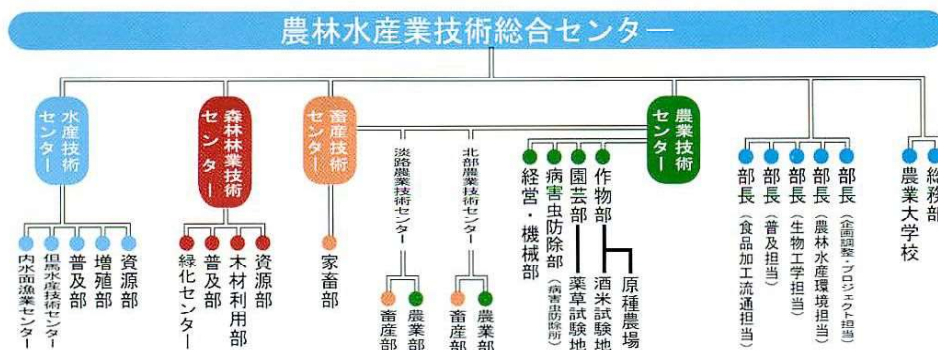


BOS&MOMの全景



店内の様子

平成14年4月1日、県立の6農林水産関係試験研究機関を再編し、兵庫県立農林水産技術総合センターとしてスタートしました。



ひょうごの農林水産技術 No.121

平成14年5月1日（隔月刊）

兵庫県立農林水産技術総合センター（0790）47-2400

1部250円（申込先・県立農林水産技術総合センター）