

「SDGs 関連の取組事例調査」報告書 — 永利牛乳株式会社の事例 —

調査実施日：2022年12月6日(火)～7日(水)

調査担当者：本郷、尾崎

調査先：永利牛乳株式会社

対応者：長谷川専務、長谷川常務、平工場長、森下業務課長、西川品質管理課長
長谷川経理課長

その他お世話になった方々：長谷川社長、近藤牧場長、猪股調理師

1 会社概要

- ・所在地：福岡県太宰府市
- ・設立年月：1982(昭和57)年7月
- ・出資金：5,000万円
- ・役員：役員4名
- ・職員：44名
- ・売上高：約13億円(うち学乳が約8割)
- ・生乳受入量：約6千トン
- ・営業範囲：福岡県下
- ・取扱構成：牛乳95%(自社製造品)、乳製品(仕入商品5%)



○ 永利牛乳の沿革

永利牛乳のあゆみを振り返ると、1942(昭和17)年に初代の永利嘉作(敬称略:以下同)が筑紫郡二日市町に永利牧場を創業したことにまで遡る。嘉作は北海道から乳牛を買ってきて、地域の農家に配布して酪農家を育てることに貢献した。なお、それ以前の1934(昭和9)年、嘉作は他の13名とともに大牟田牛乳株式会社(現オーム乳業株式会社)も設立しているが、こちらの方は、紆余曲折を経て現在は不二製油グループの傘下に入っている。



1955(昭和30)年には、2代目永利義嗣が現在地である太宰府市通古賀に牛乳処理施設を設け、牛乳の販売まで一貫して行う事業を展開した。1958(昭和33)年に天皇陛下が福岡県下に行幸された際、牛乳を献上したこともある。

1999(平成11)年に3代目社長に長谷川敏が就任すると同時に、工場と販売会

社を統合して現「永利牛乳株式会社」に社名を変更した。同年、国の乳業再編事業を活用して工場的大幅増改築を行い、翌年に完工。現在に至っている。

○ 現状

以前は、大型ビン・小型ビン入り牛乳の生産や他の乳業からの委託生産も行っていたが、3年前(2019年)に大手乳業が学校給食用牛乳の供給から撤退したのを契機として、事業構造のリストラを行った。現在は、ビン入り牛乳の製造設備を撤去し、紙パック入りの牛乳だけを効率的に生産している。また、製造委託も取りやめ、依頼があった場合のみ、学校給食向けの商品を仕入れて販売(納品)している。結果的に、事業の約8割が学校給食用牛乳の生産・供給となっている。学校給食用牛乳については、福岡県下の15の市町に供給している。



このため、地元の消費者に親しまれ、「牛乳といえば永利さん」と言っていたできるように、下記の2)に示されるような地域密着型の様々な取組を行っている。

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 車両排出ガスの浄化(及びCO₂削減)

2000年代に入り、トラックを低燃費かつ窒素酸化物を窒素と水に分解するAdBlue搭載車両へと順次入れ替え、2015年には全車両の入れ替えを完了している。大気汚染の元となる有害な物質である窒素酸化物(一般的に黒煙)を無害化することにより排出ガスを浄化するとともに、CO₂の削減にも貢献している。また、営業車は全車ハイブリッド車を導入し、CO₂の排出を削減するように努めている。今後、電気自動車の走行距離が十分に伸びてくれば、電気自動車の導入も視野に入れている。



② 廃プラスチックの削減

現在、学校給食用牛乳には別添でストローを供給しているが、福岡市からの要請もあり、プラスチックごみの排出を削減するため、来年(2023年)2月期からストローレス紙パックの導入を予定している。

③ 食品ロスの削減：学校給食用牛乳の賞味期限内飲用の確保

学校給食事業においては、昨今の自然災害の頻発、インフルエンザや新型コロナウイルス感染症による休校や学年・学級閉鎖によって供給数量の調整が難しくなっている。このため、同じ日付け（賞味期限）の牛乳の供給にこだわらずに、賞味期限日よりも前であれば飲用していただけるよう各市町村や学校にお願いし、これを受け入れていただいた。この結果、学校給食用牛乳の廃棄を発生させない仕組みが構築され、各市町村や学校との協力体制が確保されている。

④ 食品ロスの削減：トレーサビリティシステムの導入

牛乳等を原因とした食中毒事故の発生を契機として、消費者に安心して牛乳を飲んでいただけるよう、20年以上前から生乳の供給酪農家まで遡れるトレーサビリティシステムを導入している。また、ホームページから製品の製造履歴が追跡できる仕組みも構築されている。上記③及び本取組に加え、流通には完全買い取り制でお願いしていることから、返品もないため工場残渣は発生しない体制が構築されている。

生乳受入日	2021年09月29日	納品日	2021年09月29日
生乳導入業者(心付)	N	検品方法	検品員目視検査
生乳検出日	2021年09月29日	検品温度	120℃±50分
検出	否	充填日	2021年09月29日
アレルゲン	(-)	保管温度	0℃
セシウム	否	製品検査日	2021年09月29日
検出	0.118	製品検査機(心付)	N
検出率(%)	4.03	工場	否
色味	否	検出率(%)	3.95
発生地県	徳島	平均検出率(%)	0.72
比重	1.0326	検出率(%)	0.120
総検出率(%)	8.79	比重	1.0324

⑤ 地域資源循環の推進

直営牧場では、近隣農家の畑に無償で施肥をする代わりに、収穫後の稲わらを牛床材や飼料として利用している。また、「まきばの家」で提供している乳和食の食材には、地域の特産品や地元の農産物を採用するなど相互協力を図っており、地産地消に貢献している。

(2) エネルギー関連対策

① 二酸化炭素排出量の削減：重油から LNG への切り替え

2008 年にボイラー燃料を重油から LNG(天然ガス)へ切り替えたことにより、年間約 200,000kg の二酸化炭素排出を削減している(杉の木を 1 年で 140,000 本植樹するのと同等の効果)。



ボイラー

② 二酸化炭素排出量の削減：照明の LED への切り替え

2011 年に工場内の全照明を蛍光灯(主に 60W)から LED(主に 5W)に切り替えて省電力化を図ったことにより、年間約 30,000kg の二酸化炭素排出を削減している(杉の木を 1 年で 2,100 本植樹するのと同等の効果)。



LED 照明

③ 二酸化炭素排出量の削減：エアコン(冷媒)の入れ替え

2016 年より社内エアコンの入れ替えを順次行い、オゾン層破壊係数ゼロの HFC 冷媒 R32 を用いたエアコンを採用している。HFC 冷媒 R32 は、オゾン層を破壊しない冷媒(オゾン層破壊係数ゼロ)として開発された当初の HFC 冷媒 R410A と比べ、地球温暖化係数も約 1/3 と非常に低い。2022 年にすべてのエアコンの入れ替えが完了し、省電力化による二酸化炭素排出量の削減も寄与している。

④ 二酸化炭素排出量の削減：保温ジャケットの装着

牛乳ライン等の配管に保温ジャケットを装着することによりエネルギーの節約を図り、二酸化炭素排出量の削減に貢献している。



保温ジャケット

⑤ チャレンジ 25 宣言→Fun to Share 宣言

2011 年に地球温暖化防止のための国民運動「チャレンジ 25 キャンペーン」に参加し、「チャレンジ 25 宣言」を行っている。これは国連気候変動サミットにおいて、日本が温室効果ガス排出量を 2020 年までに 1990 年比で 25%削減することを表明したことを受けて開始されたキャンペーン(事務局：環境省)で、CO₂排出削減と個々の行動・努力を通じて地球温暖化防止に努めることを宣言したものである。現在は「気候変動キャンペーン Fun to Share」に引き継がれ、「THINK エコ！で、低炭素社会へ。」という Fun to Share 宣言を行っている。

(3) 水関連対策

① 節水の取組：普段の努力

工場用水には井戸水を使用しており、流しっぱなしにしないなどの節水の努力をしている。

② 節水の取組：すすぎ水の再利用

ラインやサージタンクの最初のすすぎ水は、前回の最後のすすぎ水を利用することにより節水を行っている。

2) 地域・社会への貢献

(1) フードバンク等への支援

子ども食堂、フードバンク、病院、老人ホーム等から要請があった場合、原則として断ることなく牛乳を提供している。また、電力会社やガス会社などがフードバンク等への支援を行う際に協賛して乳和食レシピや牛乳を提供し、非営利目的の取組に協力している。ただし、営利目的とみられる取組や業者には協賛しないこととしている。

(2) 食育・生涯教育機会の提供：工場見学や牧場見学等の受入れ

・工場見学のほか、直営牧場の見学や搾乳体験を受け入れ、自社の直営牧場を持つ乳業メーカーの強みを活かした「食育」活動を行っている。工場見学では、秋のピーク時には毎日 200 人程度の児童・生徒を受け入れている。牧場見学では、子供たちに実際に乳牛に触れて暖かさを体感してもらうことや、牛乳はお母さん牛の母乳であり、本来は生んだ子牛のために出しているものだという事に気づくことにより、命の尊さやありがたさを知っていただくように配慮しており、情操教育に寄与している。



・小・中学校の児童・生徒だけでなく、食生活改善推進委員会や町内の男の料理教室、親子で参加の乳和食ワークショップ、乳和食出前料理教室などを通じて、酪農や乳業の実態、牛乳の価値や栄養、利用方法について、年代を問わず多くの消費者に知っていただけるよう努力を続けている。

(3) 地域住民への交流機会の提供：牧場まつりの開催

・毎年 11 月上旬に、従業員と地域住民との交流機会として「永利牧場まつり」を開催している。搾乳・哺育体験や骨密度測定、味覚テスト(牛乳の風味検査の体験)などを実施し、来場者に酪農や乳業への理解を深めていただく機会にしている。全社員総出でイベントを実施しており、普段は消費者とかわかることがない部署の社員も消費者と直接コミュニケーションが取れることにより、日々の仕事のモチベーションの向上にもつながっている。ただし、過去 3 年間は、コロナ禍のため残念ながら実施できない状況が続いている。



・近年は来場者数が年々増え続け、来場者数の制限が必要となっていたことから、牧場まつり開催の宣伝は行な

わないことにしている。それでも毎年 2,000 人を超える地域の方々が来場している。骨密度測定なども行い、健康と骨粗しょう症予防の呼びかけも行っている。

- ・上記（2）の工場見学等と合わせ、年間で 8 千人～1 万人程度の来場者がある。

（4）乳和食レストラン「まきばの家」の開業

2015 年に減塩食である乳和食を提供するレストランを日本で初めて開業した。新しいメニューの考案や調理実習等に取り組んでいるほか、レシピ本を兼ねたカレンダーも作成している。本施設は、実習施設が併設されており、牧場まつりの際に活用される。また、講師を招いてワークショップや講習会なども開催しており、地域の人々の交流や健康増進にも寄与している。



（5）自治体との連携・協力:ふるさと納税の活用

全国への牛乳発送は、2011 年の東日本大震災による災害発生を契機として、各地より要望があり開始した。コロナ禍の現在、太宰府市からの要請により、ふるさと納税の返礼品に「永利牧場(まきば)の牛乳」(500ml×12 個入り)を登録。商品が重くて賞味期限の短い牛乳であるため需要は限られているが、全国の消費者から注文をいただくことを通して、地域の活性化に貢献している。

（6）地域清掃活動の実施

2000(平成 12)年に乳業再編事業を活用して工場を増改築した際、社長が工場従業員の作業服を着て毎朝率先して工場周辺のごみ拾いを開始した。その活動が周辺事業所の共感を呼び、周辺の事業所でも清掃活動を行うようになったため、今では周辺にごみ 1 つ落ちていないような地域となっている。

3) 働きがいのある職場づくり

（1）全社員の健康診断やアフターフォローの実施

「ふくおか健康づくり団体・事業所宣言」に登録している。また、福利厚生の一環として、パート(シルバー)を含む全従業員を対象に大分県湯布院

の宿泊施設へ年1回の無料宿泊を提供している。さらに、余暇の利用法の1つとして、直営牧場の畑を利用した家庭菜園作りを呼びかけ、職員と家族のリフレッシュと健康増進にも注力している。

(2) 施設内完全禁煙の実施

職員の健康のため、工場及び事務所内いずれでも禁煙としている。ただし、屋外に喫煙場所を設置することにより、喫煙者の要望にも応えている。

(3) ジェンダー格差等への対応

原則として職員はフルタイムで雇用している。女性従業員の割合は約20%。事務所だけでなく、工場内でも女性が勤務しているため、男女間の格差のない施設・労働条件で勤務している。

3 まとめ(調査を終えての感想)

以上のとおり、永利牛乳は主に学校給食用牛乳を生産・提供して、成長期の子供たちを栄養面で支えているだけでなく、知らず知らずのうちにSDGsに関連した様々な取組を実施している。企業としての生き残り戦略として、地元貢献するための地域に密着した様々な活動が、地元の消費者や自治体の信頼を得、それが回りまわって永利牛乳の企業価値を高めている。

例えば、新型コロナウイルス感染症の拡大により、2022年3月～6月にかけて全国で学校給食用牛乳の供給が停止された際、テレビの取材に長谷川社長が応じて窮状を訴えた。それが影響したのかどうかは不明であるが、その後、学校給食用牛乳を供給している宗像市から、学校給食用牛乳が停止している間牛乳を購入したいとの申し出があった。次いで、地元の太宰府市からも同様の申し出があり、市のホームページにも掲載された。それだけではなく、地元の方々が工場に隣接する事務所の階段に列をなして牛乳を買いに来てくれたとのことである。日頃から、地域住民や自治体と良好な関係を築き、永利牛乳のファンを増やしていこうとする努力が奏功したものと思われる。

廉価販売により販売量を増やすという経営手法ではなく、商品の価値を崩さないように努力し、牛乳の価値に見合った対価を得るように取り組んでいる。こうして安定した利益を確保することにより、先進的な取組みへの投資が可能となっている。最新の機械・施設を導入することが、結果的にSDGsに貢献するという好循環を描いていると感じた。

以上