

放牧酪農を軸に多彩な商品開発で販路を広げる

— 十勝しんむら牧場の実践から

滝川 康治*

牛を牛らしく飼い、加工も挑戦

十勝平野の北に広がる緩やかな丘陵地帯に草地や畑が続く、人口5千弱の北海道土幌町。市街地から車で10分ほど行くと、放牧中の牛たちがゆったりすごす(有)十勝しんむら牧場(以下、しんむら牧場と略)に到着する。

草地と山林で95haの経営面積を有し、乳牛155頭(うち経産牛は95頭)を飼う。ここは、牛舎やパドック、放牧地を牛たちが自由に行き来できる、アニマルウェルフェア(家畜福祉。AWと略)にも配慮した牧場である。10年前からヤギも飼い、2015年夏には3頭の母豚を導入し、放牧養豚を始めた。

1933年、富山県から初代が入植し、農場を創業。その4年後に乳牛を導入したのが、酪農の始まりという。土幌町農協組合長や衆議院議員も務めた、2代目の新村源雄さん(1919-1995年)が、こんな言葉を遺している。

「農業を国の基盤産業として明確に位置づけ、次代を担う若者が安心して国民の要望する食糧生産に意欲を持って取り組める政策を確立していかなければならない」

4代目の新村浩隆さん(1971年生まれ)は2000年に牧場を法人化し、祖父が残したこの言葉を胸に酪農経営に取り組んできた。

法人経営への移行ともに、搾った生乳を牛乳や乳製品、ミルクジャムなどに加工・販売する事業を推進。販路は北海道の内外に広がり、しんむら牧場の顧客やファンが徐々に増えている。

牧場の景観を眺め、飲食もできるショールーム「クリームテラス」もオープン。「牛を牛らしく飼う」を基本にすえながら、土・草づくりに努め、環境にも配慮したアニマルウェルフェア実践牧場として着実に歩んできた。



写真1 「十勝しんむら牧場」の放牧風景。
放牧に転換して20年余りになる

牛が健康的に育つ放牧めざして

代表の新村さんは、もともと農業が嫌いで、親のやっていた酪農には魅力を感じなかった。

「長時間労働など働く条件が悪く、他産業から見ても格好悪い…と、複合的な要因があった」

地元の農業高校を卒業し、酪農学園大学に推薦入学。アルバイトをしたり、先輩たちの就職活動を見守るなかで、次の世代に残せる仕事をしたい、と考えるようになる。

「50年後にITなどの仕事はなくなるかもしれないけれど、農業は紀元前からある人間が生きるうえで欠かせない産業。一生やれる仕事に携わり、地道に階段を上っていくのが自分の人生に合っているんじゃないか。そう思い、実家の酪農をあらためて見直したんです」(新村さん)

そして、格好よく、誰もが憧れるような儲かる農業を一生継続したい、と考える。大学3~4年生のころの話だ。放牧酪農に開眼し、ゼミで学ぶかわら、酪農家で実習する日々を送る。

アニマルウェルフェアに対する関心は、そのころ醸成された。

* ルポライター・「北海道・農業と動物福祉の研究会」事務局
(Koji Takikawa)

「将来を模索するなかで、今やっている経営のよ
うな青写真を描いてみた。健康な動物から生産され
たものを提供し、お客さんが食べることで健康に寄
与できる。動物本来の生態に近づけることが、お金
をかけず健康的に飼える方法ではないか、と考えた。
『牛を牛らしく』がスタートでした」

大規模化して糞尿の処理に困るような環境に負荷
をかける農業は、顧客から必要とされないのではない
か。健康な牛を育て、生産物を直接販売して価格の決
定権を持ちたい——。こう考えた新村さんは、解決に
向けた一番の近道は放牧酪農だと確信するようになる。

卒業後の1年間は北海道東部の別海町やニュー
ジーランドで放牧の勉強を重ね、95年に牧場に戻って
就農する。実家は当時、牛舎に牛を閉じ込め、糞の
掃除から搾乳、飼料給与まで、すべて人間が手を
かける“介護酪農”をやっていた。

そこで、周囲に放牧への転換を宣言する一方、50万円
ほどの予算で資材を購入し、牧柵を張って牛を放した。
牛たちはよく草を食べ、乳も出て、まずまずの成果を
収める。実習先から紹介された農業コンサルタントの
Dr. エリック・川辺さんや資材会社の経営者にも来て
もらい、親を説得する…。5年ほどかけて、現在とほぼ
同面積の35haまで放牧地を拡大。デントコーンの栽培
も徐々にやめ、牧草一本の飼養体系を確立していく。

並行して、新たにフリーバーン牛舎を建てる一方、
既存の牛舎をアプレストパーラーに改造するなど、

低コストで放牧がしやすい飼養環境を整えた。牛を
拘束するのは搾乳時だけになり、牛たちの自由度が
向上した。

土の生態系に着目して草づくり

しかし、放牧への転換は順風満帆に進んだわけでは
なかった。2006年「コープさっぽろ農業賞」の受賞者
を招いたフォーラムの席上、新村さんはこんな失敗談
を語っている。

「牛を放牧すると喜んでくれると思ったんですが、
実際にはぐるっと一周して牛舎に戻り、今までと
同じように『餌をくれ!』と鳴いたり、走ったり
していた。先輩に相談すると、『いい土でない
と牛は草を食べない』と言われ、土づくりに視点が
いった。土壌分析をして、畑に必要な化学肥料は
入れる、不要なものは入れない、というやり方を
しています。

『牛舎に戻してくれ!』と牛が鳴いていたころは、
畑にはミミズがほとんどおらず、牛が糞をしても
分解する昆虫や微生物がいなかった。糞のなかの
肥料分を草がダイレクトに吸収し、硝酸態窒素が
過剰だったり、牛にとって良くない草の成分になっ
ていたわけです」(『北方ジャーナル』07年4月号
「農と食」北の大地から」第52回)

土の多様性を豊かにすべく改良を進めた結果、
糞の分解速度が上がり、今はミミズだけでなく、



写真2 牧場の土は団粒構造が発達(左)し、深さ80cm前後まで根を張る(提供:十勝しんむら牧場)



写真3 フリーバーン牛舎の糞は白い菌糸で覆われている

さまざまな土壌生物が棲息する。放牧に転換したところは半径 1m もあった牧草の不食過繁地は、5~10cm ほどしかない。土と草のバランスがうまく取れている状態になった。

最近、帯広畜産大学の谷昌幸教授（土壌学）がしんむら牧場内の 3 カ所に深さ 1m の穴を掘り、根の張り方や土の状態などを調べた。

「一番良いところは 80cm、採草地でも 60cm の深さまで根が入っていました。世界中の土を見てきた谷先生は、『人間が作ったところで、ここまで根が入ったのを見るのは初めて』と驚いていた。30 年以上も草地更新や心土破碎をしていない畑なのに、生物が土を軟らかくしてくれたのです」

と新村さん。そして、こう続ける。

「(家畜にストレスを与えない) アニマルウェルフェアの考え方を草地にも当てはめ、土の状態に反映させています。農薬をかけたり、耕して反転することは生態系を崩すことになる。過剰な堆肥も散布せず、いかに生物の多様性を豊かにするのが大事だと思います」

しんむら牧場では、土壌分析の結果に応じ、堆肥と 10a あたり年間 30~50kg の化学肥料を散布し、土の健全性を保っている、という。

冬場も牛の行動の自由を確保

アニマルウェルフェア畜産の基本は、動物にストレスをかけず健康に育てること。20 年ほどの実践のなかで考えてきた、新村さん流の定義は次のようになる。

- ①放牧だからといってストレスがないわけではなく、暑さや寒さ、雨、風、直射日光など自然環境内でも牛たちはストレスを受ける

- ②土が悪ければ生えている草がまずく、そこに放牧すると牛たちには食べるものがなく、ストレスになる

- ③家畜を飼い、経営全般のバランスをとることが、アニマルウェルフェアの実現にもつながる

- ④最終的に、人も牛も微生物も虫もハッピーになること

しんむら牧場の搾乳牛は、16 の区画で集約放牧され、採草兼用地は設けていない。さらに、広さ 400m²ほどのパドックとつながった放牧場 1 カ所と、育成牛用の放牧地 4 カ所があり、食べ残しが目立つ草地には乾乳牛を後追い放牧する。

冬場、牛たちはフリーバーン牛舎とパドック、広さ 1ha ほどの放牧地を自由に行き来できる。牛舎の床は全面、戻し堆肥によるバイオベッドにしており、「敷料の表面から 15cm ほどの位置で 15℃になるので、真冬でも凍りません」（新村さん）。1 日のうち、牛の搾乳時にパーラーへ拘束するのは、最短で 30 分未満、最長でも 4 時間ほどという。

牛たちには、放牧地の青草（夏場）とラッピングした自家産グラスサイレージ（通年）、食塩、ミネラルを自由採食させる。成牛には、デントコーンに代わるエネルギー源として、飼料会社が製造した粗飼料主体の発酵飼料を 1 日 5~10kg 与える。経産牛 1 頭あたりの配合飼料給与量は、搾乳中は 2~5kg/日、乾乳期は 1kg/日と少ない。

農業と動物福祉の研究会（東京）が 13 年秋に開催したセミナーで、しんむら牧場の傷病事故件数が紹介された。乳房炎や乳熱、繁殖障害など 28 件の診療があり、上士幌町内 68 戸の平均件数の半分にとどまっている（同年 1~8 月、成牛の場合）。放牧酪農が軌道に乗り、牛たちの健康度が高いことを窺わせる数字だ。

国産初「ミルクジャム」を商品化

しんむら牧場で生産される年間 750t ほどの生乳は、全体の 3 割前後を自社で加工し、残りは指定生乳生産者団体のホクレンに出荷する。

自分の牧場で搾った生乳を牛乳や乳製品に加工し、みずから値段をつけて販売することは、新村さんが 20 代のころからの目標だった。

17 年ほど前、ある外食産業の経営者から、「今さらバターやチーズを造っても将来性がない。



写真4 カフェや直売所も併設している「クリームテラス」



写真5 カウボーイハットを愛用する代表の新村浩隆さん

バターを使ってケーキをつくり、加工度を上げるといい。それが付加価値になる」

と助言を受ける。だが、具体的な手法になると想像すらできなかった。

そんななか、フランスを訪れた人からミルクジャムのお話を聞く。生乳と砂糖を鍋に入れて煮詰めるとできる、シンプルな加工食品だ。日本ではまだ商品化されておらず、比べる製品はない。空いている車庫を加工施設に改造し、試行錯誤をくり返して2000年に商品化にこぎ着けた。

国産第1号のミルクジャムは好評を博し、1カ月で100万円の売り上げを記録する。この年に牧場を法人化し、「放牧牛乳」やチーズケーキなど菓子類、クロテッドクリーム、焼き菓子、ヨーグルトなどを相次いで発売していく。

05年には、牧場の一角にショールーム「クリームテラス」がオープンした。酪農の現場に来てもらい、空気を吸い、草を食べる牛を見て、スタッフとも接する—そんな場所を顧客に提供することが開店の目的だった。

家族3人と実習生1人で始めた法人だが、今ではエスタ帯広駅店(07年開店)も含めると、スタッフは15人ほどに増えた(うち牧場スタッフは新村さんら3人)。主力商品の「ミルクジャム」は10数種類に増え、全国各地の雑貨店やカフェ、スーパー、百貨店など300店ほどに卸す。

商業者と出会い販売戦略を磨く

新村さんは、酪農家であると同時に、自社で製造した食品を販売する商業者の顔も持つ。みずからの

マーケットをきちんと創ったうえで、事業の拡大や加工の道を追求してきた。

張り切って始めた放牧酪農が壁にぶつかっていた90年代半ば、全国各地でハンバーグレストラン「びっくりドンキー」を展開する(株)アレフの庄司昭夫・前社長(故人)らと出会い、酪農の夢などを語り合う。そんななか、東京の(株)商業界が主宰する「商業界ゼミナール」の存在を知る。

同ゼミナールは年1回、3泊4日の日程で開かれ、専門家による講義に耳を傾け、参加者同士の体験や悩みを共有する場になっていた。

「全国から商業者が1,300人ほど集まったのですが、農業者の参加は僕だけで、とても目立った。『自分が搾った牛乳を加工して販売したい』と話すと、参加した人たちがいろんな商業者を紹介してくれました」

このゼミナールは、「日本の商人の父」とも呼ばれ、日本の商業史に足跡を遺した倉本長治さん(故人)が始めたもの。全国の商業者に「店はお客さまのためにある」と伝え続け、「損得より先に善悪を考えよう」、「愛と真実で適正利潤を確保せよ」、「公正で公平な社会的活動を行え」などの教えを残した。新村さんは現在、同ゼミナール北海道地区の会長を務める。

北海道中小企業家同友会とかち支部に加入したのも、25歳のころだった。同支部には今、900社ほどが加入し、うち170社が農業経営部会に所属している。部会長の新村さんは、仲間たちとの販売戦略などの勉強に余念がない。

「現在の僕があるのは、さまざまな集まりで出会った人たちの存在が大きいです。紹介を受けた会社も見学し、体験を積み重ねてきました。農業者は、儲けることの

意味をよく分かっていないのではないかと。適正価格で販売し、お客さんから支持されるなかで利潤を上げる—そうしたことを学ばないと(農畜産物に)値段もつけられません。コンセプトをきちんと作っただけで、生産拡大や加工の道を考えるといい。農業者は、もっと経営理念を持つことが大切です」

AW を理解する店とつながる

しんむら牧場には多くのバイヤーが訪れるが、みずから商品を持ち込んでスーパーや百貨店などへ営業に出向くことはない。

「商談会や展示会には参加しますが、営業をすることで制約を受ける。うちの商品が欲しい人が買に来てくれればいいのです。そのためにも、『買いたくなる牛乳を生産する牧場』でなければならない。エンドユーザーに現場を見てもらわないと、結局は価格で決められてしまう。『この牛乳だから飲んでみたい』というお客様とのつながりを創っていかなくてはなりません」

と新村さんが力を込めた。

そのためのセールスポイントの一つがアニマルウェルフェアだ。「フェアトレード的に買い支えていただく方向を考えたい」と将来を見すえる。一方で、マーケットにアニマルウェルフェアが入っていく仕組みを創ることも急務という。

しんむら牧場は近年、東京都羽村市に本店があるスーパー「福島屋」とのつながりを強めている。

都内に5店舗を展開する(株)福島屋は、安売りをせず、チラシを撒かないで40数年間、黒字経営を続ける異色のスーパー。旬にこだわった自然栽培の

野菜や果物、素材を吟味して全国の生産者と創り上げたオリジナル商品などを扱う。オーナーが産地に出向き、みずから目利きして買いつけてきた(福島徹『福島屋—毎日買いたくなるスーパーの秘密』実業之日本社)。店内で野菜の硝酸態窒素濃度を計り、基準以内のものを販売するなど食の安全・安心にも配慮している。

新村さんからそんな話を聞き、福島屋の本店を訪れてみた。乳製品コーナーの一角には、しんむら牧場の案内板も設けてある。週2回入荷する「放牧牛乳」(720ml 瓶 550円+税)は、各店舗で毎週120本ほどを限定で販売している。

「土曜日の入荷分はすぐなくなる。お客さんは美味しければ買い求めます。北海道の乳製品には草原や放牧のイメージがあり、一目置かれる存在。(アニマルウェルフェア畜産商品は)『ストレスのない飼い方をした…』といった形で消費者に伝えていくといいのではないかと(安永智哉店長)

生産者と連携してきた福島屋のようなスーパーに期待を寄せる新村さんは、「アニマルウェルフェアを理解しようとする店とつながり、新たな販売展開を図っていきたい」と意欲を見せる。

「放牧養豚」で山林を生かす

しんむら牧場は15年7月、3頭の母豚を導入して放牧養豚を始めた。放牧用地は、山林と草地あわせて11ha。将来は、母豚10頭と肥育豚150頭ほどを飼育する一方、加工品も製造して牧場経営のすそ野を広げていく。



写真6 東京のスーパー・福島屋の店頭に並ぶ「ミルクジャム」



写真7 週に2回入荷する「放牧牛乳」は福島屋の人気商品



写真8 山の中で子育てをする母豚。笹の葉などで巣を作り自然分娩した(提供:十勝しんむら牧場)



写真9 植樹祭に参加した子どもたちが豚の様子を見学(提供:十勝しんむら牧場)

「美味しいベーコンを食べたい」と思い、新村さんは8年前から養豚場の見学や飼料業者との勉強会を重ねてきた。

豚の病気などが気になり踏ん切りがつかなかったが、10年前から草刈り用に飼育しているヤギの様子を観察するなかで、「このやり方でいいんだ。まず、試してみよう」と決断。折よく、北洋銀行などが農業生産法人を支援する、道内初のファンドの第1号に選ばれ、500万円の出資を得て牧柵などを整備できた。

こうして、恵庭市にある農業と環境のコミュニティ「えこりん村」から生後1年、2種類の三元豚を3頭導入。母豚たちは、7月下旬から9月上旬にかけて、笹の葉や山の腐葉土で巣を作り、合わせて28頭を自然分娩した。カラスに襲われたり、圧死によって3頭が死んだが、残りの豚は元気に育つ。「トライアルの段階ですが、思ったより順調に推移しています」と安堵の表情を見せる。

新村さんは数年前、「えこりん村」で豚が山に放牧されているのを見て、そのエネルギーに圧倒された。

「豚はもともとイノシシなので、山に棲む動物。山で飼ってこそ魅力がある」。しんむら牧場の独自性を打ち出し、豚の持つ能力をもっと引き出せないか、と考えた。

そこで、牛でも使いにくい、機械作業のできない未利用地に放牧することにした。

「豚が深い穴を掘るのは、ストレスがあったり、隠れ場所をつくるための行動。草地で飼うのも可哀相な気がする。やっぱり山の中ですね」

放牧された豚たちは、草や木の根、土、配合飼料を食べて育つ。カウハッチを置いてみたが、雨の当たらない木の根元で分娩し、子育てをする。

「40人ほどが視察に訪れたときにも、豚たちは全く気にせず寝ころんでいました。ストレスを感じていないようです。鐘を鳴らすと配合飼料を食べに来て、終わると森の中に消えていく。寝るときは、鼻で穴を掘って横たわる。これが豚本来の性質でしょうね。豚舎で飼育すると、それが出来ないのだから、相当辛いんじゃないかな。うちの豚たちは、とても幸せだと思います」

と、新村さんの表情がほころぶ。

山林の自然環境が維持される範囲で豚を飼い、年間100~150頭を出荷するのが当面の目標だ。

日本では、母豚には1年に2回ほど、生涯で8~10回ほど出産させ、屠畜場へ送るのが一般的な飼い方。「うちは1年1産で、ここで生まれた地豚にしたい」。肥育豚は、生後6カ月~10カ月ほどで出荷し、ベーコンやサラミなどに加工する一方、精肉でも販売していくという。

「豚を導入したことで牧場の多様性がさらに豊かになった。ここでは柵越しに豚を見られるので、一般の人にも豚の生態を知ってもらいたい。将来的には、山林の中で豚と鶏を混牧し、キツネに襲われないよう豚が鶏を守ってくれる…。そんな牧場になっていくといいですね」

放牧酪農に転換して20年余り、農業の可能性を追い求めてきた新村さんの夢はさらに広がる。

◆(有)十勝しんむら牧場

〒080-1407 北海道河東郡上士幌町字上音更西1-261

電話: 01564-2-3923

FAX: 01564-2-3919

HP: <http://www.milkjam.com/>