

# “農と食” 北の大地から

連載第 81 回

## 「アニマルウェルフェア」で 畜産改革(その2)

ストレスや苦痛のない環境のなかで動物を飼い、そこから生まれた畜産物を提供していくアニマルウェルフェア(家畜福祉)畜産——。旭川市内の小さな牧場では、牛たちが自由に牛舎と外を行き来できる環境をつくり、乳製品づくりにも取りくむ。家畜福祉に配慮した畜産物を広めていくには消費者の理解が欠かせないが、「多少、値段が高くても購入する」とする人が確実に存在することも分かってきた。各地の事例をみながら、畜産改革の道筋を探った。



2頭の子牛がおり、訪れる人たちが気軽に接することができる

# “家畜福祉に配慮した畜産物”の 生産現場に学び消費者へ発信を

自由に出入りできる環境  
の「幸せな牧場」をつくる

旭川市の南に位置し、市街地から車で十分あまりの山あいの土地が広がる上雨粉地区。その一角で酪農を営み、乳製品づくりも手がける「クリーマリー農夢」は、十二年前にわたってアニマルウェルフェア畜産を

実践してきた牧場である。

六・五ヘクタールほどの土地で八頭の乳牛(うち親牛は6頭)を飼う。規模拡大が進む北海道酪農では、もっとも小規模の部類になる。が、牛たちが快適に暮らせる環境を提供している点では、この牧場と並ぶところはきわめて少ない。  
一年中、親牛を放し飼いでいる

ので、好きなきときに牛舎に出入りできる。搾乳と濃厚飼料を与えるとき以外、牛をつなぐことはしない。手作りの牛舎には敷き藁がふんだんに入っており、舎内は清潔に保たれている。牛たちにとって、自由に動き回って生きていることができる、とても幸せな牧場といえるだろう。「くるみ」な「すみれ」……と一頭ずつ名前をつけ、作業をするときによ

く声をかける。まるで家族の一人のように接してきた。  
「山の上に牛がいても、名前を呼ぶと寄ってくる。牛にはそれくらい能力があるんですよ」  
と牧場主の佐竹秀樹さん(1957年、旭川市生まれ)が笑顔で話す。もっと多くの消費者に家畜福祉に配慮した畜産製品の価値を感じてもらおうと、牧場のホームページに次のようなメッセージを載せている。

「最近、家畜たちは産業動物と呼ばれるようになってしまいました。農畜産物を工業製品と同じように大量生産すれば、生産コストを下げる事はできるでしょう。  
でも「生き物を機械と同じように扱っていいのかな?」と思うのです。一生牛舎に繋がれたまま一年一回のお産を強制され、乳量を増やすために高蛋白の飼料を給与され、元来持つて生まれた寿命を全うできない生活を強いられています。  
ちよつと休ませてあげればまたお産をしたり乳を出せるのに、現状の採卵ペースからはずれた牛はすぐに廃用牛として屠殺されてしまいます。私たちは、そのようなストレスの多い産業動物から生まれる食べ物とストレスのない可愛がられた家畜から生まれる食べ物とは違うと思っています。(中略)牛乳も、牛の飼育の「違い」によって、見た目はわかりませんが、分けられても良いのではないのでしょうか?  
また、私たちは牛が好きで牛飼いになりました。牛たちは私たちのために食べ物を生産してくれているのです。  
ですから、できるだけ「苦痛・苦

悩」を排除する「家畜福祉」(アニマルウェルフェア)を実践しなければいけません。(後略)」「酪農の仕事をした経験もあるわたしには、共感できる主張だ。この一文に佐竹さん夫婦の動物たちに対する思いが凝縮されている。  
**牛と人間との共同作業で成り立つ酪農をめざして**

非農家の家庭に育ち、動物好きだった佐竹さんは、東京の玉川大学農学部で畜産を学んだ経歴の持ち主だ。高校時代に牧草地でカウボーイがギターを弾く洋画の場面を観て、牛飼いに憧れたらしい。  
同大三年のときに「アニマル・マシーン」(ルース・ハリソン著)という本を読み、家畜福祉に関心を持つ。近代の集約畜産の問題点を初めて告発した同書は、六〇年代半ばにイギリスで出版されて大きな反響を呼び、のちに動物福祉の原則となる「五つの自由」(先月号を参照)を推進していく原動力になっている。  
卒業後、佐竹さんはオーストラリアへ渡り、二年間、牧場に勤務する。そこは三十頭ほどの乳牛を飼う近代畜産とは対照的な牧場で、オーナー



親牛たちは草地と牛舎を自由に動き回り、好きなきときに乾草を食べる(真冬も牛舎のまわりで自由に運動する)。ここは牛が快適に暮らせる幸せな牧場だ



旭川市郊外の山あいにある「クリーマリー農夢」牛舎や加工施設、直売店、住宅などが並ぶ

では耳標を着けず、牛の出荷時に装着するようにしていた。そうした状況を説明し、職員たちと論争が続いた。「耳標を小さくしたり、ICチップを導入するなど、家畜福祉の考え方を採り入れたシステムに改善すべきだ」と文書でも提案したが、農政事務所は「できない」の一点張り。結局、顧客に迷惑がかかると判断し、装着を余儀なくされたという。

狂牛病(BSE)の発生を受けて制定された個体識別のための法律には「耳標の取り外し等の禁止」が盛り込まれている。施行規則には「装着後、容易に脱落しない構造」とする耳標の規格もある。昨年、子牛の耳標を付け替えて家畜市場に出荷した網走管内雄武町の畜産業者が逮捕される事件が起きた。容易に脱落しない構造であるはずの耳標がいとも簡単に付

け替えられたのである。それ以来、農政事務所からは何も言っていないのでなくなった。佐竹さんの牧場は牛の頭数が少なく、個体識別は容易である。牛舎には、牛ごとの鼻紋の写真も貼ってあった(人の指紋と同様、鼻紋の特徴は変化しないのでより確実に識別できる)。農政事務所への対応は約予定規程すぎたのではない。

「クリーマリー農夢」は、(中)中央酪農会議が認証する「酪農教育ファーム」に登録されており、酪農体験の受け入れにも力を入れる。参加者にアニマルウェルフェアのことを知ってもらうことも目的の一つだ。一緒に夕方の搾乳や牛の世話などを体験してもらおう(「農夢」の牛乳とお菓子付き・有料)。取材に訪れた日には、豆体みを利用して横浜山からやってきた子どもらも、時間近い酪農体験を楽しんでいた。



子牛にミルクを飲ませる佐竹秀樹さん

け替えられたのである。それ以来、農政事務所からは何も言っていないのでなくなった。佐竹さんの牧場は牛の頭数が少なく、個体識別は容易である。牛舎には、牛ごとの鼻紋の写真も貼ってあった(人の指紋と同様、鼻紋の特徴は変化しないのでより確実に識別できる)。農政事務所への対応は約予定規程すぎたのではない。

### 酪農体験の場も生かして 家畜福祉を知ってもらう

「クリーマリー農夢」は、(中)中央酪農会議が認証する「酪農教育ファーム」に登録されており、酪農体験の受け入れにも力を入れる。



子牛にミルクを飲ませる佐竹秀樹さん

始めてから三十年あまりの歳月が流れた。農水省が主導して畜種別の飼育基準をつくる動きも具体化している。そんななかで、消費者は何をしていけばいいのか聞いてみた。「どういう状態で飼育され、自分たちが肉や乳を口にしてきたのかを知ることが大切です。現場を見て、家畜たちの悲鳴を聞いてほしい。最終的には(家畜福祉食品の)認証システムができ、それに消費者が価値を感じるようになっていかなければならないとアニマルウェルフェアは広がっていくでしょう」

という言葉が返った。こうした声に一人ひとりはどう応えていくのか——あらためて問われている。

### 飼い方に関心が高いほど 牛乳へ追加払いも積極的

家畜福祉商品に対し、消費者はど



酪農体験を積極的に受け入れ、一緒に搾乳や牛の世話などを

牛の両耳に装着した耳標に対し、「家畜福祉に配慮したシステムに」と行政側に改善を要請したこともある



け替えられたのである。それ以来、農政事務所からは何も言っていないのでなくなった。佐竹さんの牧場は牛の頭数が少なく、個体識別は容易である。牛舎には、牛ごとの鼻紋の写真も貼ってあった(人の指紋と同様、鼻紋の特徴は変化しないのでより確実に識別できる)。農政事務所への対応は約予定規程すぎたのではない。

は家畜を可愛がる人だった。あるとき、「お前は搾乳が楽しくないのか。牛と話しながら仕事するのが嫌なのか？」と問われた。「僕は学生時代、同じことの繰り返しなので搾乳が大嫌いでした。でも牧場主の言葉を聞き、この仕事は牛と人間との共同作業で成り立つんだ！」と気づいた。それからは、楽しく搾乳できるように変わったんですよ(佐竹さん)

九四年にようやく土地を取得することができ、まず乳製品づくりに着



直売店に貼ってある牛の写真。1頭ずつ名前をつけ、家族同様に扱う



佐竹さんの手で建設した牛舎。採光に配慮し、室内は明るく清潔に保たれている

九三年に農場を退職した佐竹さん夫婦は、山に放した牛の力で草地进行する独自の酪農で有名な旭川の斉藤牧場の一角で山小屋暮らしを始めた。そこを拠点に子どもたちが徒歩で通学できる場所での就業をめざす。二人の真剣な姿を見て、心を動かされたPTAの人たちが土地探しに協力してくれた。

「耳標」による個体識別を疑問視して行政と論争も

牧場の毎日は忙しい。きれいな牛乳を生産するため衛生管理を徹底している。専用の搾乳室に牛を一通ずつ入れ、乳房を丁寧に洗浄してから搾乳する。生菌数のきわめて少ない良質の生乳を生産しており、風味のいい低温殺菌牛乳に加工し、早朝に市内の顧客に宅配する。

直子さんは、牛乳やヨーグルト、チーズ、バター、ソフトクリーム、ミックスなどを造るかたわら、牛たちの世話もする。製品はインターネットと牧場内の直売店で販売。小規模だからこそできる酪農をずっと追求してきた。

「時間もなし(生活は大変だけれど、牛たちが僕らに幸せをいっぱいくれる。牛がいて、自由に草を食む姿を見るだけで幸せだと感じますね」と秀樹さんがしみじみ語る。

牛を大事にして理想的な酪農をめざす佐竹さんにとって、憤りを感じてきた出来事があった。

一昨年、NHKの番組で「クリーマリー農夢」の様子が全国放送された。それを見た北海道農政事務所の職員が数時間後に牧場にやってきた。個体識別のために牛の両耳に着ける「耳標」がないことに気づき、装着を要請したのである。

「小さなICチップを埋め込んで個体識別をしている国もあり、大きな耳標を両耳に着けるのは疑問。牛の耳は、放熱をしたり、虫を寄せつけないようにする役割を持っている。(装着で傷がつき)耳がただれるなどの問題が起きることもある」と考える佐竹さんは当時、牧場内

「勝の名物は豚肉ですが、ほかの地域の豚肉を原料に使う店が多い。豚肉も販売する。」

「脂っぽくないのに旨みがある」「飽きのこない、あっさりした美味しさ」と好評とか、冬場は農場内の研修施設で豚肉を販売する。先月号で紹介した十勝管内幕別町の「北海道ホーブランド」が放牧飼育する豚は、蝦夷豚のブランドで販路開拓を進めている。東京のレストランに7割、地元販売が3割。農場の直売店では精肉を販売しており、百グラム・百二十円、百四十円と、一般の道産豚肉より3割ほど高い。「脂っぽくないのに旨みがある」「飽きのこない、あっさりした美味しさ」と好評とか、冬場は農場内の研修施設で豚肉も販売する。



イギリスのスーパーで販売している家畜福祉に配慮して飼育した鶏の卵(写真提供/松木洋一)

「フリーダムフード」と呼ばれる家畜福祉認証を受けて同国で販売されている卵である。値段はケージ飼いの卵の1.3〜1.5倍程度だが、消費者の購買意欲は高いようだ。

尾哲也さんが考えるような、家畜福祉に配慮した畜産物の認証システムが実現すると、より可能性が広がるだろう。ヨーロッパ諸国ではそうしたシステムができており、EU(欧州連合)は家畜福祉食品を貿易戦略の一環として位置づけている。

上の写真は、イギリスで最も古い動物保護団体が、九四年に始めた「フリーダムフード」と呼ばれる家畜福祉認証を受けて同国で販売されている卵である。値段はケージ飼いの卵の1.3〜1.5倍程度だが、消費者の購買意欲は高いようだ。

中川郡幕別町相川143-14  
TEL 0155-54-5477  
FAX 0155-54-5432  
<http://www.hopeland.jp/>

「生産性が落ちる」「コスト高になる」といった理由から、アニマルウェルフェアに対する警戒感が根強い畜産業界。生産者の意向を気にして、具体的な取り組みに消極的な行政。このままでは、世界的な流れから日本は取り残されるのではないかとわたしは危惧している。アニマルウェルフェアの推進には、家畜福祉商品を支える消費者の層を厚くしていくことが欠かせない。

少ずつ飼育頭数を増やし、放牧豚をメインにした地域づくりを進めていきたい(北海道ホーブランド) 前出の佐竹さんのほかに、牛乳や乳製品の取りくみは各地にある。津別町有機酪農研究会山田照夫会長の五戸の酪農家が搾った生乳は、明治乳業が6年から「オーガニック牛乳(1ℓパック400円弱)として販売中だ。日本農林規格(JAS)法に基づく有機畜産物の認証基準は、家畜福祉に配慮することが前提条件である。津別では、農協や町をはじめ、道の農業試験場や農業改良普及センターなどが連携して

酪農家の実践を支えた(本誌05年2月号「有機酪農の可能性」参照) 十勝管内足寄町で放牧酪農をやっている農家約10戸が生産する生乳だけを原料に使った牛乳も登場した。明治北海道十勝牛乳 放牧のまち足寄からで、今年六月から関東甲信越の一部九県で販売されている(1ℓパック250円。夏場だけの期間限定)。こちらは、アニマルウェルフェアを看板に掲げてはいないが、健康な家畜が美味しい畜産製品を提供してくれることを消費者に発信していく好機になった。

「農業と動物福祉の研究会」の代表・松木洋一さん(日本獣医生命科学大学名誉教授)によると、イギリスのスーパーではこうした卵が売り上げの50%を超えている、という。日本でも平飼いの卵が販売されているが、全体から見ると微々たるもの。アニマルウェルフェアの先進国とは雲泥の差がある。

道庁や道内の生協、消費者団体などは、家畜福祉に関する情報の収集に努めるとともに、先進的な取り組みを続ける生産現場などから学び、一般市民に実践事例を紹介していくべきだ。そこから、「アニマルウェルフェアで畜産改革」の道筋を見つけていくことを期待したい。

果といえるだろう。  
先進事例に学びながら  
家畜福祉商品を支えたい

「生産性が落ちる」「コスト高になる」といった理由から、アニマルウェルフェアに対する警戒感が根強い畜産業界。生産者の意向を気にして、具体的な取り組みに消極的な行政。このままでは、世界的な流れから日本は取り残されるのではないかとわたしは危惧している。アニマルウェルフェアの推進には、家畜福祉商品を支える消費者の層を厚くしていくことが欠かせない。

酪農家の実践を支えた(本誌05年2月号「有機酪農の可能性」参照) 十勝管内足寄町で放牧酪農をやっている農家約10戸が生産する生乳だけを原料に使った牛乳も登場した。明治北海道十勝牛乳 放牧のまち足寄からで、今年六月から関東甲信越の一部九県で販売されている(1ℓパック250円。夏場だけの期間限定)。こちらは、アニマルウェルフェアを看板に掲げてはいないが、健康な家畜が美味しい畜産製品を提供してくれることを消費者に発信していく好機になった。

「農業と動物福祉の研究会」の代表・松木洋一さん(日本獣医生命科学大学名誉教授)によると、イギリスのスーパーではこうした卵が売り上げの50%を超えている、という。日本でも平飼いの卵が販売されているが、全体から見ると微々たるもの。アニマルウェルフェアの先進国とは雲泥の差がある。

「わたしは牛乳が好きですが、大衆で酪農の勉強をするなかで、消費

者と生産者の間にすごい距離があることが分かってきました。家畜福祉に対する消費者の認知度が高いヨーロッパでは、両者の距離が短い。認知度が低い日本では、家畜福祉について訴えても理解してもらえませんが、そこで、消費者の声を聞いてみようと思いい、アンケートをやってみたくす(小熊さん)

酪農家の実践を支えた(本誌05年2月号「有機酪農の可能性」参照) 十勝管内足寄町で放牧酪農をやっている農家約10戸が生産する生乳だけを原料に使った牛乳も登場した。明治北海道十勝牛乳 放牧のまち足寄からで、今年六月から関東甲信越の一部九県で販売されている(1ℓパック250円。夏場だけの期間限定)。こちらは、アニマルウェルフェアを看板に掲げてはいないが、健康な家畜が美味しい畜産製品を提供してくれることを消費者に発信していく好機になった。

「農業と動物福祉の研究会」の代表・松木洋一さん(日本獣医生命科学大学名誉教授)によると、イギリスのスーパーではこうした卵が売り上げの50%を超えている、という。日本でも平飼いの卵が販売されているが、全体から見ると微々たるもの。アニマルウェルフェアの先進国とは雲泥の差がある。

れくらの価値を見いだすのだから。牛乳の購買意向に関するあるアンケート調査の結果がヒントを与えてくれる。

帯広畜産大学を今年春に卒業し、現在は美瑛町内の農業生産法人で働いている小熊章子さん(86年、山形県生まれ)は、「家畜福祉に配慮した畜産物に対する消費者の価値」を卒業のテーマに選んだ。

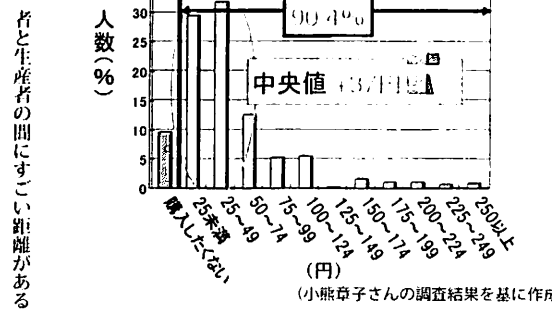
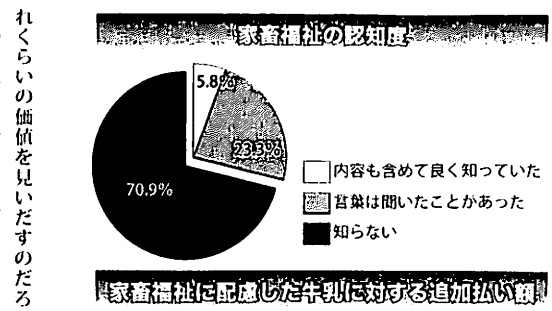
「わたしは牛乳が好きですが、大衆で酪農の勉強をするなかで、消費

者と生産者の間にすごい距離があることが分かってきました。家畜福祉に対する消費者の認知度が高いヨーロッパでは、両者の距離が短い。認知度が低い日本では、家畜福祉について訴えても理解してもらえませんが、そこで、消費者の声を聞いてみようと思いい、アンケートをやってみたくす(小熊さん)

昨年十二月、帯広市内の3つのスーパーを訪れた600人の買い物客に調査票を配り、後日返送しても

酪農家の実践を支えた(本誌05年2月号「有機酪農の可能性」参照) 十勝管内足寄町で放牧酪農をやっている農家約10戸が生産する生乳だけを原料に使った牛乳も登場した。明治北海道十勝牛乳 放牧のまち足寄からで、今年六月から関東甲信越の一部九県で販売されている(1ℓパック250円。夏場だけの期間限定)。こちらは、アニマルウェルフェアを看板に掲げてはいないが、健康な家畜が美味しい畜産製品を提供してくれることを消費者に発信していく好機になった。

「農業と動物福祉の研究会」の代表・松木洋一さん(日本獣医生命科学大学名誉教授)によると、イギリスのスーパーではこうした卵が売り上げの50%を超えている、という。日本でも平飼いの卵が販売されているが、全体から見ると微々たるもの。アニマルウェルフェアの先進国とは雲泥の差がある。



らった。次の3項目について、消費者の意識を明らかにしていくことが調査の目的である。

① 牛乳の飼育方式や家畜福祉の認知度  
② 家畜福祉に配慮した牛乳の評価  
③ 家畜福祉への関心や牛乳の購入希望と他の要因との関連

調査票には家畜福祉に配慮した牛の飼いや飼料と水、飼育環境、施設接し方などの情報を大まかに紹介し、それを読んだうえで、

「仮に家畜福祉に配慮して生産された牛乳が販売されたら、ふだん購入している牛乳の値段に比べ、いくらか高くても購入したいか?」

と具体的な金額を答えてもらった。アンケートの回収率は80.5%。家畜福祉の認知度は全体の3割程度にとどまったが、情報を提示して尋ねたところ、九割の人が「家畜福祉に配慮した牛乳を購入したい」と回答。その人たちは、ふだん飲んでいる牛乳の値段(1ℓパック)に比べ高額でも購入すると答えた。「いつもの牛乳の値段(137円)」が、その中央値だった(グラフを参照)。

この結果について小熊さんは、「家畜福祉に対する関心度は高く、

酪農家の実践を支えた(本誌05年2月号「有機酪農の可能性」参照) 十勝管内足寄町で放牧酪農をやっている農家約10戸が生産する生乳だけを原料に使った牛乳も登場した。明治北海道十勝牛乳 放牧のまち足寄からで、今年六月から関東甲信越の一部九県で販売されている(1ℓパック250円。夏場だけの期間限定)。こちらは、アニマルウェルフェアを看板に掲げてはいないが、健康な家畜が美味しい畜産製品を提供してくれることを消費者に発信していく好機になった。



家畜福祉と牛乳に関するアンケート調査を実施した小熊章子さん