

北のブランドカ～ヒツジを丸ごと生かす

(有)茶路めん羊牧場 武藤浩史さん(釧路管内白糠町)



白糠町の市街地から茶路川に沿って北へ8キロほど行った酪農地帯。まわりを山に囲まれた牧草地のまん中に牧場はある。羊毛などの輸入自由化の影響で、国内の飼育頭数が激減していたが、武藤さんはヒツジ飼いの道を選んだ。それから30年。武藤さんは食肉のブランド化の先駆者として、その道を進みつづける。

午前9時、(有)茶路めん羊牧場内の食肉処理室。冷蔵庫から取り出したヒツジの枝肉を代表の武藤浩史さん(52)が手際よくさばっていく(写真右)。

枝肉は、食肉センターで処理された日のうちに引き取ってきたものだ。

「それを1週間以内に出荷するので、お客さんには輸入ものよりフレッシュな生肉を届けられる。枝肉やカット時の状態などをみながら仕上げ、家庭でも食べてもらえるように500グラムから注文に応じています。多くの方が口にできないと、食文化として根づきませんからね」

生肉の出荷先は、個人宅から、枝肉で送るホテルなど……と幅広い。内臓や羊毛なども使いきる。

ヒツジの飼育や草地管理に始まり、ラム肉のオーナー制度、羊肉とその加工品、羊毛製品の販売……と、その業務内容は多岐にわたる。



こんなにおいしいものがあったのか

京都のサラリーマン家庭に育った武藤さんは、昭和53年に帯広畜産大学に入学した。肉



畜繁殖学教室でヒツジの本場・オーストラリアで研修を受けた福井豊さん（現同大教授）と出会ったのが、この世界に飛び込むきっかけだった。

「来週、このヒツジを食べてみなさい」

と福井さんに命じられた。「こんなにもおいしいものがあったのか！」と衝撃を受け、ヒツジの魅力に引き込まれていく。

「歴史をたどると、ヒツジは人間と密接に結びついてきた動物で、衣食住をまかない、文化とも一体化していた。捨てるところのない動物だったんです」

日本では、昭和 30 年代の羊肉や羊毛の輸入自由化で飼育頭数が激減し、ヒツジは見捨てられた家畜になっていた。ならば、原点に戻り、ヒツジを丸ごと活用していこう、と武藤さんは考えた。

大学院を修了して1年間、ヒツジ飼いのかたわら工芸品店と契約して皮革製品などを扱うカナダの牧場で実習。帰国後の2年間は帯広市内の薬品会社の牧場で働き、夢を実現させる道を模索した。

白糠町に移り住んだのは昭和 62 年。酪農家の土地と施設を借り、35 頭のヒツジの飼育から始めた。アルバイトをしながら仲間と2人で 250 頭のヒツジを飼い、毛刈りの請け負いやラム肉パーティーの請け負い、羊毛製品の販売などを手がけ始めたのは、20 年ほど前の話だ。

平成4年には食肉処理業などの許可を受け、みずから枝肉をカットして販売するようになる。地道に頭数を増やし、ヒツジの一貫経営を築きあげてきた。

現在は、13ヘクタールの草地で700頭ほどを飼い、年間300～400頭を食肉用に出荷する。顔と足が黒いイギリス原産のサフォーク種と5年前にオーストラリアから導入したポールドーセット種を中心に、6種類のヒツジがいる。

根室市出身で京都の織りや紡ぎの学校に通ったこともある武藤さんの妻・美雪さん（42）は、加工や出荷などを担当する。

「ぼくの役目は“現場監督”ですよ」と、笑顔を見せるのは取締役で後継者の鎌田周平さん（33・写真左側）。帯広畜産大学の学生時代から訪れ、白糠町に移住して7年。草地管理に手をかけ、健康なヒツ



ジを育てようとはがなっている。

ちょうど札幌すすきののジンギスカン料理、店「しろくま」の従業員・沼澤伸幸さん(31)が5日間の研修中だった。ヒツジの分娩や出荷に立ち会い、ソーセージ作りも体験。「同業の飲食店にない素材を求めるにはヒツジの知識が必要になります。じっくり見るのは初めてで、現場の苦勞がよくわかった」と話す。

マイノリティーがいてもいい

「ヒツジを丸ごと使う」「テーブルミートで広げる」が創立のころからの目標である。現在は食肉販売が収入の約八割。個人の羊肉愛好者や全国各地のレストラン、自然食品の宅配業者、イベント向け……と取引先は幅広く、出荷量の一割強は地元の白糠町と釧路市で占める。

「われわれにとって、小さな焼き肉屋も三ツ星レストランも、たいせつさは同じです。レストランや小さな商店とのマッチングはありがたい。売る側と買う側が対等でないと、いい仕事はできません」

5月には離乳前の子羊を出したり、春に生まれたものは半年後から出荷を始め、秋が深まると脂ののった生後1年以上の個体を出荷したりするなど、季節ごとにおいしい食べ方ができるようにしてきた。マトン(親羊)の肉はソーセージなどの加工品にも使用する。

ジンギスカンブームが広がった数年前、ヒツジの個体購入価格や飼料代が高騰したが、なじみの顧客には値上げすることが難しいという状況になった。

「でも、東京のレストランでも『道産ラムを食べよう』という風潮が生まれましたね。イメージが高まり、ヒツジにたいする見方が変わってよかった」

と、武藤さんは前向きにとらえる。

内臓もむだにしない。ミノの塩ホルモンや、骨と香味野菜を煮こんだブイヨンと、食べやすいかたちにして販売する。

原毛は年間1トンほどとれる。岩手県の羊毛作家・山本実紀さんに靴下やベストにしてもらい、専門業者にはムートンや枕、ふとんの加工を委託。これらの製品を販売する。チ

ーズ工房「白糠酪恵舎」とは共同でギフト商品を作った。

今春、ヒツジ油脂を使った日本初の化粧石けん「サポアの丘」の販売を始める。

古代ローマ時代、いけにえとして神殿にささげられたヒツジが焼かれた。したたり落ちた脂は木灰と混ざり、汚れを落とす土ができて珍重された——これが石け



んの起源という。この物語を知る武藤さんは、札幌の石けん工房と提携して商品開発。医薬部外品の登録に向けたハードルは高く、苦労を重ねて3年がかりで販売にこぎつけた。

家畜としての生産性が低く、行政などの支援策も乏しいなか、ブランド化を進める武藤さん。これからの目標は、適正規模でのヒツジの専門経営を実現し、若い人たちに引き継ぐことだ。

「理想のヒツジを育てるのは一世代ではできません。この牧場が100年後に続いていたら、風景にとけこむヒツジになれるでしょう。世の中の人たちに『マイノリティーがいてもいい』という寛容さをもってほしいですね」

と、力を込めた。ヒツジ飼いを志して30年、自力で販路を開拓してきた営みは、畜産物のブランドカを高めようとするときに多くの示唆を与えてくれる。



※(有)茶路めん羊牧場

北海道白糠町茶路基線 88-1 ☎01547-2-4623

ホームページ：<http://charomen.com/>