

【北のブランドカ】

未来に伝える安全で安心な牛肉（オークリーフ牧場、大野ファーム）



消費者との交流をきっかけに、二つの牧場が哺育や肥育を連携しながら、安全・安心を追求したブランド牛肉の生産に取り組んできた。2年前には直営の焼き肉レストランもオープンし、安全性の確かな自慢の牛肉を消費者に届けている。

芽室町の市街地から車で 10 分ほど、緩やかな丘陵地帯に肉用牛の施設が立ち並ぶ。ブランド牛肉「未来めむろうし」をつくってきた柏葉晴良さん（53）の牧場である。哺育から肥育までの肉牛経営を手がけており、約 4,000 頭のウシを飼う。

「健康なウシの安心できる牛肉を食卓に届ける」が牧場のモットー。非遺伝子組み換えの飼料を与え、抗生物質や抗菌剤などもいっさい添加しない。牧草にビール粕や加工用ジャガイモの皮などの食品残渣を乳酸発酵させた餌（サイレージ）にして与える。消費者が安心して購入でき牛肉を提供するために、みずから飼育履歴も公開し、スーパーなどへの販路も開拓してきた。

「農業者も、いわば食品メーカーの一員なのに、自分で価格を決められないことはおかしい、とぼくは思いつけてきました。牛肉をブランド化するには、情報をオープンにして、国民から応援を受ける形にしなければなりません。我々は、決めたことを真面目にやってきたので、価格決定に参画できました。思ったよりも早く、消費者からも信頼と理解を得るようになりましたね」

と、柏葉さんは自信をのぞかせた。

安全・安心の追求はファームインがきっかけに

柏葉さんは、畑作と酪農を営む家庭の長男に生まれ育った。帯広農業高校 2 年生のとき、「女性が働かなくてもいい仕事を」と考え、肉牛経営をやろうと決めた。農作業や乳搾り、家事などに追われて苦勞する母親の姿を見て育ったので、「自分が牧場を継ぐときには、女性は少しでも負担が軽いほうがいい」と思ったのである。

卒業後の昭和 53 年、300 頭の育成牛を導入し、経営を転換していく。数年後に父親が亡くなり負債も背負い“芽室一の借金王”のレッテルを貼られたこともある。苦節の 20 代だった。

まわりを納得させるには、利益を上げ、数字で示すしかない。効率化を優先した経営をめざし、いち早く成長ホルモンを使い、抗生物質入りの飼料にも頼っていた。気がつくやうに、国内でも指折りの経営レベルに達していた。

ところが、平成 6 年、牧場内にファームインのためのログハウスが完成して宿泊客と話すうち、柏葉さんは自身の飼養方法について疑問をいだくようになった。

「お客さんと交流しているうちに、『この人たちに自信を持って勧められる牛肉を生産していないんじゃないか』



ないか』と、後ろめたい感じがしたんです。そこで、胸を張って牛肉を提供したいと思い、飼養方法を転換していきました」

こうして、食品残渣を原料にした発酵飼料を使い、ミルクの段階から抗生物質を添加しないやり方に転換する。音更町内にあるタイセイ飼料も協力を買って出てくれた。

平成13年、BSE（狂牛病）の感染牛が確認され、牛肉が売れなくなった。「これを機に、生産者が価格決定に関わる仕組みがつかれないか。これまで温めてきたことをやるのは今しかない」と、柏葉さんは大野ファームの大野泰裕さん（45）とともに、「未来めむろうし」のブランド化に乗り出す。15年春のことだ。

適期に価格を見直し販売先との信頼を強める



「未来めむろうし」のコンセプトは、次世代を担う子どもたちに安全・安心な牛肉を提供すること。牛肉が食卓に届くまでの飼育履歴は、柏葉さん（写真右）が4人の農業者仲間で立ち上げたホームページ『未来日記』で公開している。ウェブ上で個体識別番号を入力すると、飼料の内容、治療や投薬の経緯などを確認できる。

「ここまで生産者がきちんと公開しているところはありませんよ。飼料も全体の2割ほどが道産で、育成牛にはうちの農場で収穫したデントコーンやエンバクのサイレージも与えています」

と、大野さん（写真左）が胸を張る。

大野さんは、父親の代から畑作と肉牛の複合経営を続けており、就農から23年になる。肉牛部門は最近まで肥育のみを手がけ、長年にわたり柏葉さんの牧場から素牛を導入していた。現在は、育成部門も手がけて3,900頭（約6割は肥育牛）を飼育する一方、60ヘクタールの畑でダイズやビート、コムギなどを栽培する。

就農の3年後、本格的な肉牛経営をめざしていた大野さんは、オーストラリアで半年間の実習生活を送る。そこで、同国のヘレフォード肉牛協会の顧問をしていた農学博士のエリック・川辺さんと出会い、土壌分析や作物の栄養分析などをもとに、持続可能な農業に取り組む農家グループ「SRU」を設立。以来、大野ファームでは、「健康な土・ウシ・人づくり」を目標に掲げ、できた堆肥を地域の農家の麦わらと交換することで“農のリサイクル”も実現した。

「未来めむろうし」は、ホクレンを経由して道内外のスーパーなどに販売される。得意先は、広島市に本社があり、食肉の販売と加工を手がける福留ハムで、週40頭ほどを出荷。その後、四国の食品スーパー「マルナカ」に送られ、店頭に並ぶ。生産者と流通・販売業者が連携し、数年がかりで販路をつくりあげた。

「一番難しいのは肉質を安定させること。生き物だからばらつきが出ますが、なかなか理解してもらえなかった。市場の動向を見ながら半年ごとに価格を見直し、再生産できる価格にすることで、おたがいの信頼関係を築いてきました」



と、大野さんが振り返る。

マルナカとの橋渡し役はホクレン帯広支所である。柏葉さんは、「ホクレン協力がなければ、この販路は実現しなかった。流通に対する問題意識や担当者の努力があって、ここまでできました」と、柏葉さんは感謝を忘れない。

生産者からの発信をもっと進めたい

JR芽室駅の近くにある、JAめむろの旧れんが倉庫を改装した焼肉レストラン「KAGURA」。ここは、町内の生産者が農畜産物の発信基地にしようと、2年前にオープンさせた店だ。オーナーは、柏葉さんと畑作農家の尾藤光一さん(46)。地産地消にこだわり、料理に使う野菜は、夏場には「JAファーマーズマーケット愛菜屋」から、冬場もできる限り地元農家から仕入れる。むろん「未来めむろうし」も味わえる。

客席かられんがの地肌が見える造りになっていて、静かな音楽が流れ、落ち着いた雰囲気が漂う。

「牛肉はもちろん、野菜もおいしく食べられる店はそうありません。一頭から数キロしか取れない希少価値のある部位も提供するので、焼肉好きの人には人気があります。お客さんはもちろん、社内の意見をよく聞き、メニュー作りに取り組んでいます」

と話す、フロアマネージャーの橋本真吾さん(40)。

お客さんは芽室町内はもとより、帯広市などの近隣市町村、また旅行者なども多数訪れており、地域での評判は着実に高まっている。

柏葉さんの夢は、「未来めむろうし」をアメリカに持ち込み、ニューヨークなどでレストランを開くことである。

「この肉のおいしさを多くの人に知ってほしい。我々生産者が発信しないといけないし、農畜産物を素材にした、PRをもっと進めたいね」

大野さんもこう意欲をみせる。

「道内各地、関東方面にも産直のすそ野を広げます。もっと認知度を高め、地域ブランドとして定着させていきたい。ぼくらが設けたハードルをクリアしてもらえば、新しい仲間も歓迎しますよ」

安心・安全な畜産物を求める時流に乗り、「未来めむろうし」のブランドづくりは着実に進化している。