

# 資源循環型農業の要となり、食育活動で地域に貢献する

発酵式フリーバーン牛舎と堆肥舎で製造した堆肥で地域の農業の応援  
エコフィードを取り入れた給餌システム  
酪農教育ファーム活動で新たな可能性を模索

名 称	よしだぼくじょう 吉 田 牧 場	 (最寄り駅、距離等) 西武秩父駅から 約 13 Km
代表者氏名	吉田 恭寛	
所 在 地 (住所・電話)	埼玉県秩父郡小鹿野町小鹿野2 262 0494-75-2966	
ホームページ等	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=WFBMTJs6eE8&amp;t=1s">https://www.youtube.com/watch?v=WFBMTJs6eE8&amp;t=1s</a>	

## 1 地域の紹介

私の住む小鹿野町は埼玉県西北部に位置し、都心から90Km圏にあり、地形は荒川水系の源流部に位置して、東部が秩父盆地北西部にある丘陵性の地域、西部は秩父山地で山間の傾斜地にある。この地域は盆地性気候で冬は底冷えのする寒さ、夏は非常に蒸し暑く、寒暖の差は大きい、強風もあまり吹かず穏やかな気候である。

地質は石灰質で酸性の砂礫層に洪積した洪積地が僅かにあって、傾斜した砂礫層が殆どである。

町内の農家数は830戸で専業農家が71戸、第1種兼業農家が31戸である。うち畜産農家は7戸で内訳は酪農家が4戸(230頭)、肉用牛農家が1戸、養豚、採卵鶏農家がそれぞれ1戸である。

耕地面積は506ha、そのうち水稻が31ha、茶が10ha、大豆と小豆で19ha、きゅうりが15ha、ナスが6ha、栗が12ha、柿が11ha、飼料作物が11haと続き平坦地の少ない傾斜地での耕作が殆どを占めている。

農業産出額は町全体で78千万円、そのうち耕種は54千万円(野菜が34千万円、花きが5千万円、米、果実が各3千万円と続く)、畜産は24千万円で乳牛が15千万円で畜産の62%を占めている。

## 2 吉田牧場の概要

経営類型	乳肉複合経営
労働力	4名（経営主、妻他2名）
経営規模	乳牛：経産牛50頭、育成牛20頭・・・70頭 肥育牛：ホル雄、F1、和牛・・・・・・・・・・50頭 アイスクリーム製造

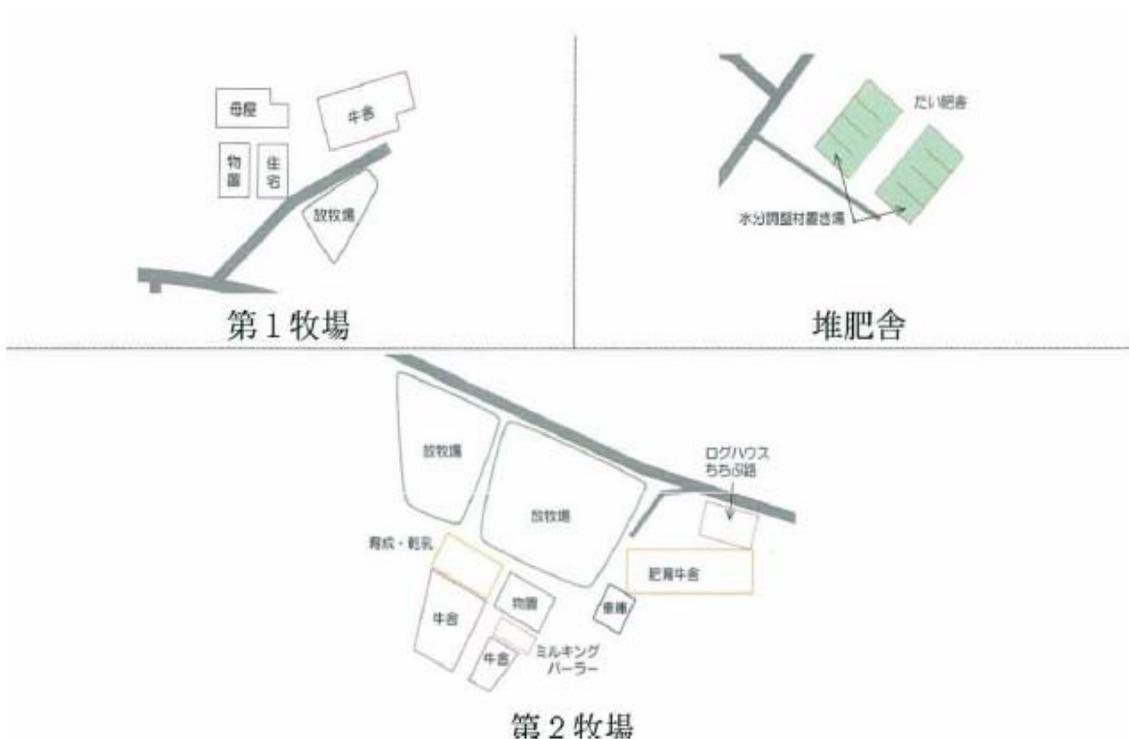


(第2牧場の全景)



(堆肥施設の全景)

### ■ 配置図



### 3 吉田牧場の経緯

#### ◎ 経営開始

昭和21年に祖父が乳牛1頭を導入し、畑作、養蚕との複合経営を開始した。その後、昭和28年に父利太郎氏が就農し、酪農部門を徐々に拡大した。昭和40年に酪農専業（経産牛24頭）となる。昭和45年に牛舎（40頭規模）を建設する。

昭和62年に私が就農し、平成元年に堆肥舎の整備と第2牧場（肉用牛舎）を購入。平成5年に第2牧場に米国からの輸入ログハウスを建設して、「牧場のログハウスちちぶ路」を開店してアイスクリームの製造・販売の六次産業化事業を開始する。平成19年に第2牧場に発酵式フリーバーン牛舎（ミルクングパーラー併設）を新設した。平成29年に地域資源活用のためTMRミキサーを導入し、現在に至る。



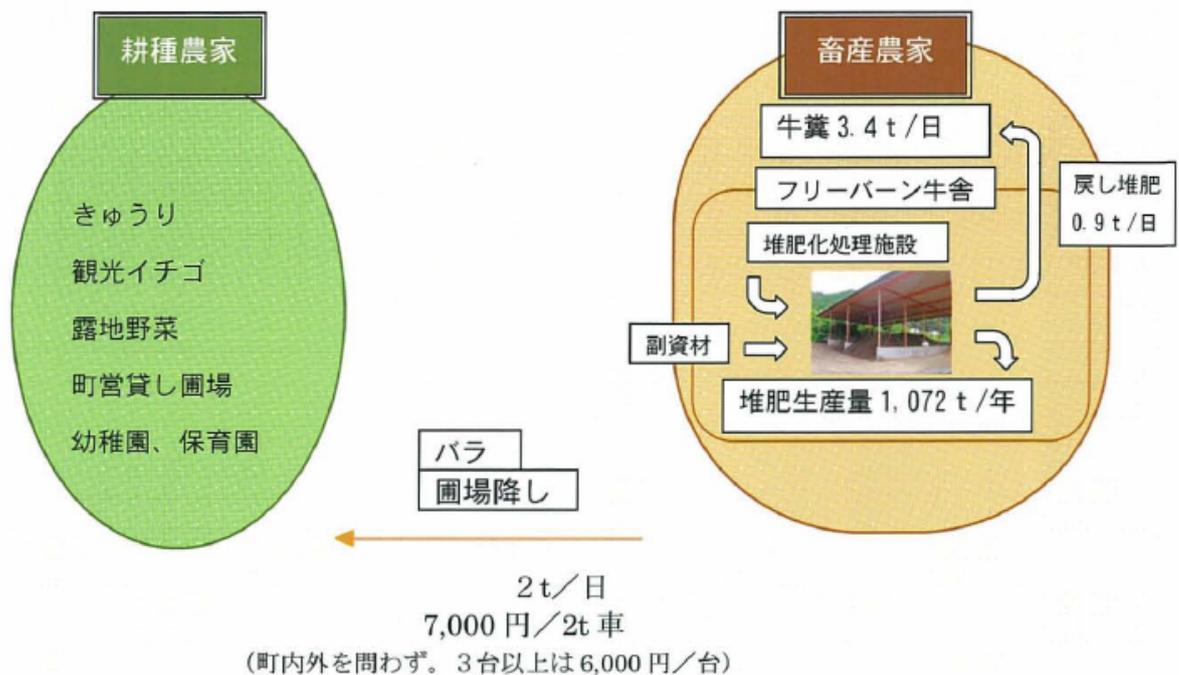
(第2牧場（奥がフリーバーン牛舎）)



(牧場のログハウスちちぶ路)

#### ◎ 就農して一番初めに取り組んだこと

祖父の代は規模も小さく自作耕地への還元で済んでいた。しかし、父の代になり専業になると自作耕地では足りなくなった。また飼養頭数の増加に伴い、流通型の粗飼料やエコフィードを多用することになっていった。飼料畑を持たないため、ふん尿処理に新たな投資が必要になり、堆肥舎の建設を行ない、地元の広葉樹剪定枝チップやキノコ栽培農家の菌床カスなどを大量に入手できる環境にもあったので、ふん尿をすべて堆肥化して、販売することにした。秩父地域には畜産農家は少なく、良質な堆肥を生産して、圃場まで運搬する畜産農家が他には殆ど無いため耕種農家等には非常に好評です。また、ロコミで評判が広まり、年々販売量は増えて堆肥が足りない年もあります。



◎ 堆肥利用者を大切に

「耕種農家との関係を大切に」をモットーに自分たちの都合で堆肥を作るのではなく、利用する耕種農家の要望を聞き、堆肥を作っている。運搬もハウスの入り口や畑の中まで運ぶことを前提に考えて、2トンの四輪駆動ダンプカーを使用している。堆肥を利用する農家は大規模ではなく、中小規模農家が中心である。出来た堆肥を一時的に大量に使用してくれる大規模農家では、もし利用を止められると堆肥の供給先を新たに開拓することは大変で堆肥が堆積してしまうため、毎年利用してくれる中規模農家を優先的に供給することで計画的に堆肥を生産販売することができる。堆肥を利用する農家の中で、ハウスイチゴ農家は堆肥の投入により「イチゴの粒が大きく、美味しくなった」、ぶどう園では「植樹後17年目の疲れて弱ったぶどうの木が復活し現在20数年になっている。ぶどうの味も良く、収穫量も安定してきた」と言われています。また、学校ファームには堆肥を無料で供給し、幼稚園・保育園等ではジャンボかぼちゃを植えてもらい秋にはコンテストを主催しています。家畜のふん尿から堆肥が作られ、美味しい野菜、イチゴ等を作るための土作りに利用されていること。牛が居ないと牛乳も美味しい野菜も食べられないことを子供たちに教えています。

## 経営の特徴

### 1) 地域循環型農業への取り組み

#### [堆肥利用促進]

牧場で生産された堆肥は地域のきゅうり、イチゴ、路地野菜を中心に利用されている。きゅうりは延べ80ha（町内56ha）、観光イチゴ園延べ20ha（町内1ha）、路地野菜延べ20ha（町内10ha）に、きゅうりには11月～1月に、イチゴ園場には5月～7月に、路地野菜園場には通年で搬入している。袋詰めの流れは堆肥利用者が殆ど地元なので行っていない。



### 2) エコフイードで飼料費削減に挑戦

農地は狭く、急峻な秩父地域で大規模な飼料作物の栽培や放牧などは難しいです。流通する輸入乾牧草は為替相場や世界的な需要によって価格は不安定で、経営の安定を図ることはできません。国が進める酪農の理想的な経営とは程遠い環境で、廃業することも考えました。

しかし、近年の生活スタイルや消費行動の変化により、野菜や果物のプレカット工場や、もやしなどの植物工場的な生産も増え、食品残渣も大量に排出されています。私の住む埼玉県は食品関係の工場が多いことに着目し、捨てられてしまう食品残渣を牛の餌に変える試みを始めています。

ほとんどの副産物は水分が高いため、脱水機で水分を調整して、500キロのトランスバックに入れて保管します。牛が食べる飼料は牛乳の味に反映すると

言われています。コストや排出先の都合により、給与量に変化することは乳牛の健康状態にも悪影響があります。10種類を越える副産物を上手く組み合わせることによりリスクを減らす努力をしていますが、作業時間が長くなるため現在、試行錯誤を繰り返しています。



### 3) 地域社会との調和や地域社会の活性化に対する貢献

酪農教育ファームの認証を取得する以前から地域への食育活動を行っていました。ほぼ毎日のように近隣の保育園と幼稚園が牧場に牛を見に来ている。そのため、米国での海外研修を終え帰国し、経営に参加するとすぐに消費者との交流施設を建設し、アイスクリームを主体に農産物の直売所として始めた。家族でアイスクリームを製造し、飲食店営業の許可で牛乳やヨーグルトなどを喫茶店のように提供する仕組みにしました。堆肥を使っていた近隣の農家さんから苺やプラム、ブルーベリーなどをも使い、季節のアイスクリームと地場産の蜂蜜を使った2種類のアイスクリームでしたが、多くのお客様にきていただきました。多くの店舗から製品を売りたいというオファーはありましたが、牧場に来て、牛を見ながら食べていただく事が大切であると考え、「田舎の牧場カフェ」のスタイルを続けて来ました。平成4年から営業を始め、25年続けた営業でしたが、施設設備の老朽化や家族経営の限界を感じ、製品の製造販売を休止し、牧場体験、学校の課外活動を中心に受け入れる体験ファームに変えて現在は年間1500人以上の受け入れをしています。それと同時に、「わくわくモーモースクール」のような出張授業を年間10校程度、消費拡大のためのイベントなどへも牛と共に参加しています。



## まとめ

祖父が始めた酪農も65年の年月の中で形を少しずつ変えて続けてきました。祖父が牛を飼い始めた理由は牛乳を売るためではなく、田んぼや畑の草を食べてくれる家畜、糞尿が畑の肥料になる、トラクターのように畑を耕す手助けをしてくれるパートナーだったようです。多くの農家には馬とか牛が居て、家族と同じように暮らしていたのだと思います。父の時代には経済成長とともに牛乳の増産をするために乳業会社の支援を受けて牛を増やしました。私の住む秩父地区でも多くの仲間と共に事業を拡大し、酪農組合が乳業会社も運営し、発展してきました。しかし、技術の進歩や先人たちの努力で生産量を増やした事、食生活の多様化により牛乳が過剰生産になり生産調整も行われました。BSEや口蹄疫で長年の努力が一瞬で消えてしまうことも経験しました。グローバル化の中で海外との競争に晒され、将来に不安を持つ仲間たちの多くが廃業していききました。半世紀で96%の酪農の仲間たちが牛を飼うことを諦めてしまいました。

それでも残った酪農家は必死で生産量を保ち続け、消費者の元へ牛乳を届けていく努力を続けています。しかし、スーパー等の安売りにより価格の低下が続き、牛乳の価値が蔑ろになっているような気がしています。

酪農家は牛乳や乳製品を消費者に届けても、その価値や作る努力を知らせる努力を怠って来たのかもしれない。酪農教育ファーム活動は消費拡大の運動として始まりましたが、活動の対象は子供達だけでなく、地域に酪農の存在意義を知らせる活動なのかもしれません。

一部の地域や、メガファームのような企業的な経営しか生き残ることのできない産業になってしまうと、消費者の方々の牛乳に対する理解も変わってくるのかもしれない。酪農産業の大きな変化の中で、私達が出来ることは何かということを探しながら進んでいきたいと思っています。