

平成 16 年度畜産物安全・安定供給相互理解体制推進事業

食の安全・安心のために

平成 17 年 3 月

社団法人 三重県畜産協会

は じ め に

三重県は温暖な気候風土に恵まれ、この土地で育まれた農林水産物は、県内はもとより広く国内へも流通し消費されています。

食べるということは、生命維持のための基本であり、欠かすことのできないものであると同時に、家族の団らんや友人とのコミュニケーションを図る上でも重要な役割を果たすなど生活と深く結びついています。

しかし、農業の衰退により、日本のカロリー換算自給率は40%といわれており、食材や食品の多くを海外に頼っているのが実情です。輸入元の食に関する安全基準は、それぞれの国によって異なり、わが国が求めているものと同じ水準ではありません。ポストハーベスト農薬といった問題も指摘されています。

また、食卓には、加工食品やインスタント食品・レトルト食品など、科学技術の進展が食生活を便利にしていますが、食品添加物の多様傾向や病害虫から農産物を守る農薬の残留、遺伝子組み換え作物などは、一方で食の安全や安心を脅かす懸念もあります。

ここ数年、食を取り巻く社会問題が相次いで発生しました。BSE問題や原産地・賞味期限の偽装表示、残留農薬問題など消費サイドからみた食の安全安心という信頼は大きく揺らぎました。

このような時代に、食を提供する側の畜産生産者は、どう消費者からの声を聞き、これにどう対応していくのかは、社会的責任でもあります。一方、消費者は、食品の安全性の確保に関する正しい知識と理解を深めるとともに、有益な情報を選択する能力を身に付け、賢い消費者になることが必要です。

今回、三重県畜産協会が開催した「畜産物安全・安定供給相互理解体制推進事業」の研修会では、生産と消費の両者からのニーズ、シーズについて互いに勉強し合い、理解を深めていくことが大切であるということ学びました。

当協会では、この貴重な講演内容をより多くの皆さまに知っていただきたいという願いで本誌を作成することにしました。

併せて、三重県で先進的に食の安全に取り組み、消費者の皆さんに安心を届けている事例のひとつをご紹介します。

この冊子が、新たな発見につながり、生産サイドと消費サイドの相互理解が深まるための糧となることを希望いたします。

ポストハーベスト農薬とは、収穫後の農産物に散布する農薬のことです。農産物を長期保存するためや、輸送中の害虫やカビの発生による品質低下を防ぐために使用されるものです。

平成 17 年 3 月

社団法人 三重県畜産協会

目 次

畜産物安全・安定供給相互理解体制推進事業の実施について	1
畜産物安全・安定供給相互理解体制推進事業研修会講演	
社団法人 三重県畜産協会 専務理事挨拶	2
演 題「日本での畜産への期待」	3
- パルシステムの取り組みに踏まえ、生協からの提言 -	
講 師 生活協同組合連合会 首都圏コープ事業連合 常務執行役員 山本 伸司 先生	
三重県における畜産物の安全供給にかかる取り組み事例	26
(1)牛乳におけるトレーサビリティシステムの導入	
四日市酪農農業協同組合の取り組みから	
取り組みの概要	
事業内容	
取り組み内容	
(2)四日市酪農で使われている飼料の内容	
非遺伝子組み換え飼料の取り組み	
配合飼料の特徴	
利用している配合飼料	
流通粗飼料の特徴	
(3)生産者の横顔	
田川正樹さん（四日市市）	

畜産物安全・安定供給相互理解体制推進事業の実施について

三重県の畜産経営は、時代と共にかつての家族経営形態から企業経営に経営形態を変貌させ、経営規模の拡大による生産コストの低減を図る一方で、消費者ニーズに応じたプライベートブランドとしての畜産物生産や独自の販売ルートの開拓等多様な動きを見せてきています。

消費サイドからは、食物への安全性を求める声が高まる中で、安全に安心を乗せたいわゆる顔の見える関係が非常に強く求められてきています。

畜産サイドからは個々の生産物に付随する情報を開示し、消費者に広く深く理解を求めているところですが、単に生産と消費の二者を直線的に結ぶだけではなく、これらを取り巻く関係者を面的に捉え相互理解の下で確固たる信頼関係を築き、物と心のやり取りを行い、基盤の強い農畜産業を育成していくことが重要です。

本事業の実施により、畜産物等の生産、流通、消費、教育等に関係する者に対して、知識の習得や意見交換等の場を提供し、ここから相互理解を深め、強い絆で結ばれたグループを育成することを目的としています。

このため本事業では、関係者各位からなる検討委員会でこれらの課題について各方面からの意見を交換し、モデル地域を中心に生産サイドと消費サイドの交流の場を設け、安全性を重視した農畜産物やこれに付随する生産情報や消費者ニーズを共有することにより、相互的に関係する者の間に強い信頼関係を築いていく計画です。

畜産物安全・安定供給相互理解体制推進事業研修会講演

【社団法人三重県畜産協会 山下専務理事挨拶】

皆さま、年度末のお忙しい中、また足元のお悪い中をご出席いただきまして、本当にありがとうございます。本日は、生活協同組合連合会首都圏コープ事業連合の山本伸司先生にお越しいただきまして、ご講演をいただくということになりました。この研修会は、三重県畜産協会が本年度から取り組んでおります「畜産物安全・安定供給相互理解体制推進事業」の一環として開催させていただきます。

皆様も、ご案内のとおり、命を支える農畜産物を考える中で、私たちの命を支えてくれている畜産物ということの特に捉えますと、非常に国際化が進んでまいっております。その中で、防疫に関係する部分では、疾病や農薬、投薬の問題等につきましても、いろいろな波が押し寄せてきているのではないかと、そんな脅威が一段と強まってきているのではないかとこのように考えております。

私どもは、畜産物の生産を支援させていただく団体といたしまして、本日このような生産と消費を結び付ける場で、お互いに理解を深めていただき、畜産生産現場の苦しさ、生産者の安全に対するモットーを知っていただきたいと思っております。また消費者の方々には、県内の畜産生産がどんな状況であるのかということを実感できる研修会を開催したり、生産現場を見ていただけるようなツアーというものを企画させていただきながら、日々交流を深めさせていただいているところですが、まだまだ消費者と生産者の乖離（かいり）があるのではないかなというふうに思っております。

こういった状況の中で、本日「日本での畜産への期待」という演題でご講演をいただきながら、それぞれの立場でお聞きいただき、今後、本日の講演内容をどう生かしていただけるのか、また生かしてもらえるのかということをお考えいただければ幸いに思っております。

私どもといたしましても、いろいろな方法で、生産と消費を交流できるよう努力しているのですが、なかなか行き届かない面もあると思います。お聴きになる皆様の立場はそれぞれ違うと思うのですが、それぞれの立場で理解をしていただきまして、日本の食糧問題について再度考えていただき、本当に日本の農畜産物はどうなっていくんだろうというようなことも踏まえていただき、短い時間ではございますが、ご講演をお聴きいただき、さらには皆様のご意見等をいただきたいと思っております。

簡単ではございますが冒頭のごあいさつとさせていただきます。それでは山本先生、よろしくご講演をお願いいたします。

【 演 題 】

日本での畜産への期待

- パルシシステムの取り組みに踏まえ、生協からの提言 -

【 講 師 】

生活協同組合連合会 首都圏コープ事業連合

常務執行役員 山本 伸司 先生

スライド1

こんにちは。先生なんて言われると、全く向いていないんで、先生じゃないんですけど。私が所属するのは「首都圏コープ」といって、東京を含む一都六県にも、生協がそれぞれの県・都にありますけれども、その中でグループを作りまして1つの生協のように活動している組織です。これは私たちのホームページです。

(参照 : <http://www.pal-system.co.jp/>)

私たちは「パルシステム」というふうに呼んでおります。それまで生協は「共同購入」という形式をとっていました。三重県って結構、生協は強かったと思うんですが、この会場で生協に入っていらっしゃる方いますか。お一人？結構少ないですね。東京辺りですと、こういった集まりでも結構、生協に入っている人が多いんですが。

その生協の中で、共同購入ではなくて個人別の配達の仕組みをつくったのです。一番最初に先行してつくったのが私たちのグループ「パルシステム」というグループです。生協というと共同購入ですよ。5人とか7人とかの班をつくる。そのことによって生協は伸びてきたわけですけども、それを個人別にするときには大議論がありました。個人別になると生協はつぶれるんじゃないかと。ところが私たちは、5人のグループをつくっても、結局、中心は当番さんという1人の人にぶら下がっている場合が多い、それだったら逆にばらばらにして、それぞれが当番になって仕組みをつくってもいいんじゃないかといったような理屈をこねまして、やってみました。実際、このシステムは非常に支持されておりまして、今はもう利用率が80%近い。利用率というのは、生協に加入しても実際は利用しない人も大勢いるんですけども、加入して利用している人、これが8割以上という、ものすごく強い仕組みになっています。

現在、一都六県の9つの生協には、全体で60万人の組合員さんがいます。そこで、こういう商品案内を毎週発行しています。これを全部合わせると50万部になります。一口に50万部と言いますが、『週刊文春』という雑誌がありますね、今日本で一番売れている『週刊文春』。あれが公称100万部なんですけど、実売は60万部です。ですから、その『週刊文春』、日本で一番売れている週刊誌、それに近い部数、50万部を発行しています。三重県の世帯数を調べたんですが、山梨県の世帯数が32万世帯なんですね。それに対して60万部、あるいは実際の実用者50万世帯というのは非常に大きな社会的な力になっているのかなと思っています。で、これを週刊で発行して、1週間後に注文用紙を、テストの答案用紙みたいなOCRカードというのを出して、その翌週にお

届けするというスタイルでやっています。



それだけではなく、実はパルシステムの商品案内はちょっと変わっておりまして、3種類発行しています。どう違うかといいますと、通常、生協が発行しているのは、この『マイキッチン』といわれる、だいたい組合員さんの想定が38歳、子ども2人。下の子どもは幼稚園、あるいは保育園、上の子どもが小学校に入って2年生か3年生まで、という想定なんですね。普通、生協の場合、ほとんどこれだけです。でも私たちは、日本で唯一、3種類発行しているんですね。『YUMYUM!!』(ヤムヤム)というのがあります。この『YUMYUM!!』というの、英語の赤ちゃん用語で「おいしい」「うまい、うまい」というような意味です。『YUMYUM!!』。これのターゲットの組合員さんは、関東一円でいうと約3万2,000世帯。実際私

たちが組織しているのは7万世帯、もっと多いんですけど。これは何かというと、「初めての赤ちゃん」というコンセプトでやっています。2人目の赤ちゃんとか3人目の赤ちゃんじゃなくて、初めての赤ちゃん。

なぜそうかという、皆さんの中で子どもが関東の方に、大学に行ったり、あるいは就職したりして出ている人、いらっしゃるかと思うんです。いかがですか。お子さんと、関東の方に行っている人います？問題は、生協に入るということを意識するのがいつ頃かということですね。これの答えは簡単なんですけど、赤ちゃんができたときなんですよ。それまで、露骨に言うと、茶髪でガングロという、原宿なんかでたむろしている、今ちょっと少なくなりましたがね、池袋とかね。こういう人たちが結婚します。結婚しても、まだ恋人同士で、家庭というのを意識していないですね。赤ちゃんができます。そのとき変わるんですね。たばこをやめますね。特に赤ちゃんが生まれてからが大変です。田舎にいるときは家族と一緒に暮らしていましたから、赤ちゃんがむずがったり、泣いても、あまり関係なかったんですね。ところが、都会で夫婦2人だけ、しかも、だんなはほとんど子育てなんか関係ないですから、ものすごく悩むわけ。この『YUMYUM!!』は、そういう人を応援するというコンセプトになっています。



どこが違うか。まず書き方が違います。なるべく分かりやすい簡単な言葉を使う。それから料理。そういう人に限って、家計調査をやると、「昼食にマクドナルドのハンバーガー1つだけ」というのがあるんですね、どうするんだ？赤ちゃんがいるのに.....。「赤ちゃんを連れてマックへ行く」という暮らしをしているんですね。せっかく命ができて、意識し始めたのに。そういう人たちに対して、「ちゃんとした料理を簡単レシピで作ろうよ」「料理ってそんなに面倒くさいものじゃないよ」という意味を込めて例えば「みんなのお買い物」といった見開きを付けて、うまく使っている人たちを紹介しています。この人たちが、こういうふうに住らしている、これをまねしてみたらどうですかと。それから、最近流行りの若い成島さん（注：成島昭夫氏）という男性のフードコーディネーターがいて、最近の料理人は、フードコーディネーターというんですね。この人が人気者なんですけど、この人のレシピは、簡単レシピ。いかに手抜きで本物を作るかという簡単レシピの紹介です。さらには、この中に「赤ちゃんにもOK！マーク」というのがあってですね。これは何かというと、離乳食ではなくて「小分け食」のことなんです。離乳食というのはミルクから普通の食べ物への中間になりますけど、小分け食というのは、お母さんが赤ちゃんと一緒に食べることができる料理のことです。意外なものが、「これ、赤ちゃんにも食べさせて大丈夫なの？」というマークがあるんです。

それから、今の子どもたちにはアトピー、アレルギーが非常に多い。これがまた悩み

の種で、子育ての中で一番悩むのは、なんと、アトピー、アレルギーのことなんですね。子どもがアトピー、アレルギーで、夜になると、かゆがって、むずがって泣きまくる。これが、ご主人との不和になるとか、いろんな原因になる。その場合、私たちは、アトピー、アレルギーのお医者さんとか子育ての専門家、それから料理家、管理栄養士、こういう人たちのグループをつくってまして、これに対するサポート、応援しようという仕組みをつくっています。それが、その商品案内の中にいろいろ込められています。

さらには、「アトピーの電話相談室」というのを設けています。電話相談室そのものは、結構お医者さんが持っているんですけどもね。お医者さんが持っている電話相談室というのは、仕事でやっていますから、「何をバカなことを言ってるの?!」みたいな感じで、淡々と、プロとして答えているんですね。ところが、生協がやっている電話相談室というのは、実際にアトピー、アレルギーの子どもを持ったお母さんたちが対応している。だから、なんと30分も1時間も一緒になって聞いてもらっているというんです。そのときの電話相談の一番の悩みは何かというと、亭主の無理解。これで泣いているんですね。こんなことを言われても、医者には答えられないわけですよ。ところが、それをやっているお母さんたちからすると、「うんうん、そうだな」という、「私もほんとに困ったのよ」という話になるらしいです。「おまえが悪いから、アトピー、アレルギーになっちゃうんだ」みたいなね。そういう、つまり、生活、暮らしを応援するというのが、私たちのコンセプトです。このことが、後でまた話しますけど、重要な意味があります。



さらに、この『Kinari』(キナリ)、『Kinari』が、対象にしているのは団塊世代のお母さんたちです。この団塊世代のお母さんたちとはいったい何かというと、子育て終了層です。子育てを終了した方はいらっしゃいますか? はい。男性は手を挙げないというのはどういうことなんですかね。(笑)あまり意識していないって……。子育てを終了するというのとは大きな暮らしの変化なんです。これは、終了された方のご存じだと思いますけど。それまで、子どもと一緒にご飯を食べるときは、子どもを中心に物を買って料理を作る。ところが、子どもと一緒にご飯を食べなくなったとき、ある日ふと気づくことがあります。冷蔵庫がいつも物だらけになって余る。物をいつも作り過ぎて腐らせてしまうといったことです。だいたいそれを実感

するまで半年かそこらかかるわけですね。ずっと作り続けていて、おかしいなと思ったら、結局子どもが帰ってこないんだと。そのとき、ある日、心のスイッチがチェンジす

る。じゃあ今度、誰のために作るんだと。まさか亭主のためじゃないですよ。(笑) 要するに自分のために作るんです。そうすると、自分のために作る料理というのはいったい何か。これですね。非常にこだわった、ほんの少しだけでも、こだわった料理、そういう提案になってきます。それから、自然。やっぱり昔のような、本当に自然のいいものが食べたい。それから、地域の伝統的な、「ああ、これこれ。これを食べてみたかったな」というやつが大事なんですね。

ですから、こういうふうに紙面が全く変わってきます。『Kinari』。Kinari(生成り)というのは、生(き)の生き方という意味です。もともとは染める前の生の生地という意味ですが、要するに、自分に戻って自分らしい生き方をしようということです。こういう表紙には、例えば女性の起業家とか、元気な人、それから、ちょっと年配になっても地域で非常に元気に活動している方を載せています。元気だということは、例えば足が悪いとか良いということではなくて、やっぱり自分らしく生きようという心の元気さです。

そんな中で、やっぱり、ものづくり、食べ物にこだわる。

そして、例えば同じレシピを提案するにしても違います。『YUMMYUM!!』の場合、「砂糖ひとつまみ」では駄目なんです。「ひとつまみ」というのは分からないですから、「スプーンで」という風に表現します。あるいは、保存方法が分からない。買い過ぎると半分腐らせてしまう。だから、上手な保存の仕方とか、タマネギの皮のむき方、簡単なニンジンの使い方とかです。ニンジンも食べなくちゃいけないけど、料理が面倒くさいとかいう人には、本当に簡単に柵切りにして、それでスティックにして、マヨネーズを付けて食べたっていいんだよ、という風にですね。

それから、面白いのは「出汁」ですね。干しいたけとか昆布とかだけでは売れないんですね。そこで、私たちは、「生協の乾物屋さん」という別のチラシを作って毎月入れています。そうするとこれらが売れるんです。乾物というのは、実は究極のインスタント食品なんですね。究極の本物。本当に、正式な出汁の出し方なんて、いいんですよ、そんなものは。干しいたけは本当に、水へパッと入れておいて、少し時間をとって、それでそのまま煮炊きすればいいんです。煮干しなんかもそうです。それから、昆布ですね。昆布は、カード式に、最初からハサミでパチパチパチパチと切っておくんです。そして、パイレックスか何かの容器に、ちょっとかっこよく入れておいて、みそ汁の出汁を作るときに、化学調味料を入れないで、それを入れておけばいいんだよという簡単レシピを教えます。今の子どもたちというのは意外と舌が肥えているんです。まずい店には行きませんから。居酒屋進化論ってありますけど、居酒屋を見ていると、どんどんどんどん、おいしい居酒屋に進化していく。まずい所は客が来なくなる。だから意外とそういう本物の味なんかについて舌が駄目になっているかということ、そうでもないんです。やっぱり、いいものを提案すると売れます。売れるというか支持されます。ですから、その生協の乾物屋さんも売れるんです。これが、ある意味では、今までの生協の業界常識というのを変えたんですよ。それまでは、「いや、もう、干しいたけとか昆布は売れないよ。無理だよ」と。そんなことない。今は本当によく売れます。

というわけで、こういう媒体の考え方を導入して展開しているのは、たぶん今のところは私たちだけでしょう。普通は、お店の延長上ですから、商品案内というのは、ほとんど写真と赤札だけです、価格だけ。でも、これだと商品が伝わりません。「じゃあ、同じタマネギじゃないか」と言うけれども、タマネギをどう提案するかというのは、『Y UMYUM!!』と『Kinar i』では違います。料理の仕方も違う、使い方も違う、タマネギの見方も違う。ですから、私たちとすると、こういう無店舗、生協というのは、商品そのものを売るのでなくて、そういう提案、情報を一緒に付けて、初めて理解されるんです。理解してもらって、ただ売りっぱなしではなくて、更に本当にちゃんと使いこなしているかどうか、余らせていないか、無駄なく最後まで使っているか、その結果として、「よかった」というふうになるかどうかということまで見ていくということが必要ですね。

今、インターネット上に「2ちゃんねる」といううわさ話の世界、無責任に展開しているサイトがあります。そこで生協のコーナーを見てみると、結構パルシステムの話がいっぱい出ています。この間、笑ったのは、働きながら『Kinar i』に入っている組合員さんが投稿しているんですね、もちろん匿名で。「『Kinar i』すごく面白くて、それで家では忙しいので、会社に行く途中に電車の中で『Kinar i』を読もうと思うんだけど、『Kinar i』を広げると、エコ電波が出るので恥ずかしい」とかいう書き込みでした。「何だこれ、エコ電波？」と思ったんですけど、いわゆる環境的な、そういう臭いというのかな。環境的な臭い、何かそれらしいそういう臭いが出て、その人は嫌だ、みたいな、そんなやりとりを見ていて面白いなと思っていました。

それが私たちのパルシステム、首都圏コープ事業連合という生協です。私どものインターネットホームページにはいろいろな情報が出ておりますので、見ていただきたいと思います。そのひとつに「牛肉生産情報システム」というのがあります。この検索窓に商品ラベルに印刷してある12桁の「牛肉履歴確認番号」を入力して、「検索」ボタンをクリックすると、その牛の生産履歴が登場するという仕組みになっています。ただ、これをどの程度、みんなが見て活用しているかなという、あまり大したことないですね。要するに、こういうシステムがあるよというだけで安心しているだけで。じゃあ実際それを本当にうまく使って、いつもこうやって見ているかということ、そうでもないということですね。ただ、私たちとすると、単に誰が作ったかだけではなくて、その誰がどういうふうに作っているか、そこが一番本当は重要です。できたら、のぞいてもらって、それぞれの産地を見てもらうというのが本当は一番いいなというふうに思っています。

スライド2

じゃあ、演題へ戻りまして、畜産についての期待というものを、一方的に話をしてみたいと思います。これが平成13年度の農業生産額、8兆8,521億円。8兆円です。日本のGDP総生産は確か550兆円ぐらいだったと思いますけども、そのうちの8兆円しかない産業です。その中で今のところ元気に頑張っているのが、本当に元気かどうかは

分かりませんが、割合でいえば畜産が1位です。ただ畜産の中で、たぶん酪農が一番、農家的に利益を出しているのが酪農というふうに言われています。米は、これは毎年作柄が変わるので、その年度によっては違うのかなと思います。米については、おとしが非常に大不作で、米が非常に高くなって、去年は高かったんですけど、去年は台風とかいろいろ来ましたが、そこそこの出来だったので、去年は平年作ということで、今年は米が暴落していますね。

スライド3

畜産物自給率の推移を見てみました。減少率を見て劇的なのは、やっぱり牛肉ですかね。牛肉の自給率は昭和50年代に81%、豚肉が86%、鶏肉が97%だったものが、平成15年になると、牛肉が39%、豚肉が53%、鶏肉が67%というふうに激減しています。鶏卵は平成15年度でも96%です。ただし厳密に言うと、これは畜産業をやっている方にはちょっと酷な言い方かもしれませんが、餌の問題があるんですね。餌の問題というのを抜きに考えると、ちょっとまずいかなと感じます。餌の問題を考えると、実は自給率はもっと減りますよね。今、自給率の議論が農水省で行われていますけど、自給率を考えると、果たして餌の考えを抜いていいのかどうかということ、それから農水省は最近、金額における自給率ということを出したんです。実は、ある所で、「金額における自給率という考え方は全くごまかしじゃないか」と言ったら、もともと昔は金額の自給率だったそうなんです。だから、「金額が農業生産力との関係で、金額自給率という考え方は正しいんだ」というふうに言っていました。でも、分かりにくいですよ、金額は。だから基本的に、カロリーで計算するか、あるいは穀物自給率で計算するかという問題があります。

いずれにしても、100%の自給ができるかということ、これは無理ですね。日本の人口1億2,700万人を476万ヘクタールぐらいしかない土地で、完全な自給100%というのは基本的に無理だろうと思います。ですから、自給率を目標にする場合は、政策的にどういう自給を増やしていくかという考え方が必要だと思います。それは当然、政府が決めることじゃなくて、本当は消費者そして生産者がお互いに、どういう農業とどういう食べ物の在り方を考えるか、というふうに積極的に発言していくべきなんですけども、まだそういうふうになっていないですね。どちらかというと、政府の政策があって、それに文句を言う。文句を言うんだけど、泣きながら従っていくみたいな、そういう流れなんですけども。どこかでその流れを変えていかなきゃいけないんじゃないかなとは思っています。

スライド4

それから、やっぱり畜産関係の話で言うと、非常に不安な時代ですね。病原性大腸菌O-157の感染というのがありました。この当時、厚生大臣がカイワレダイコンを食

べるというパフォーマンスもありました。カイワレダイコンが原因だなんていうとんでもない話がありましたけど、これはもう皆さんご存じのように大腸菌ですので、当然、畜産ですね、牛の大腸菌、これが変異してO-157という構成になっている。当然、自然界の農産物にあるわけがありません。もともと、チラチラチラチラとあったんですね、昔からこれは。別に特別にあったものじゃないんですけど、ただ爆発的に感染する、爆発的に広がるという意味では、95年から97年、非常に深刻でした。死亡者も出てしまいました。このときに何が起こったか。98年以降、食肉処理場についての改訂が行われてきました。大腸菌群を前提とした管理に変わっていきました。例えば洗浄の仕方だとか、あるいは内臓を含めて個体的な汚染の拡散を防ぐといった考え方です。こういうものが、かなりしっかりしてきて、感染爆発というのを防ぐようになってきたのかなというふうに思います。

それから、2001年に国内で初めてのBSE感染牛の発見が起きました。これについては、今、全頭検査の議論がいろいろ行われています。いわゆる学者といわれる人の中に、「全頭検査は無意味だ」という言い方をする人たちがいます。特に食品安全委員会の中での議論がもめています。一番単純な言い方をすると、今、アメリカからの牛肉輸入をストップしているの、アメリカが偉そうにいろいろ言ってきて、輸入を再開しろと言っていますよね。でも、あの最大の矛盾は何かというと、アメリカは日本からの牛肉輸入をしていないんです。ストップしているんです。なぜかということ、日本がBSE発生国だからです。BSEが発生したときに輸入をストップしたわけですよ、彼らは。そのまま今も輸入をストップしているんです。最近、カナダのBSEの発生について、カナダからの牛肉輸入を認めるというようなことを言い出しましたけど。だから、完全にアンフェアです。だから、まず科学的な議論うんぬんの前に、アメリカが最初に輸入を認めるべきですね。特に、三重の松阪みたいな和牛の輸入を。それを全然やらないで、相手方の輸入だけを認めるというのは、植民地じゃあるまいし、とんでもない話だということですよ。

全頭検査を開始するときに議論がそもそもありました。何かということ、異常プリオンが蓄積するには、やっぱり年代がかかると。普通は、30カ月齢以上になって初めて異常プリオンが検出できる。だから、20カ月齢未満で、そういう検査をしたって意味がないんだ、検出できないんだという論理です。あの当時は、30カ月齢未満は検査する必要はないという議論があったんです。ところが、そのときに、全頭検査をやるんだというふうに、逆に言えば、農水省が決断したのは何かということ、もともと信用されていないわけですよ、政府がね。だから全頭検査に踏み切った。

もともと1987年ぐらいですかね、もうBSEは問題になっていて、特に1994年頃とか5年頃というのは、もうイギリスではすごかったんですよ、BSEだらけで。人間に感染するということがはっきりしてきていたんですが、イギリスでは大丈夫だと言って、大臣が肉を食ったりしていました。ところがもう明確に、要するに、人間にかかわるということがはっきりして、大騒ぎになっている。当然、僕らももの本やいろいろなことによってそれは知っていました。しかし、まさか日本には入ってこないと思ったんで

す。ところが、世界の獣医学会では、日本は危ないと言われていたんです。ヤバいんじゃないか、出るんじゃないかと。それは何かと言うと、結局、肉骨粉を規制していなかったんです。他の国を経由して肉骨粉が輸入されているんじゃないかと、かなり疑われていました。そのときにまだ規制していなかったんです。ところが、日本では絶対に起きないというふうに言い張ったわけです。これはもうはっきりしているんですが、餌として、やっぱり輸入していたんです。膨大な調査報告書があって、その調査報告書の中に、どこが輸入したかとはっきり名前が出てきています。それがあんまりマスコミで騒がなかったのが不思議なんです、肉骨粉はイタリアを経由して入ってきたんです。それを知らないで食べさせる。牛は知りませんよね、全く。

それともうひとつは、代用乳とか人工乳というものがあります。一番実はかかりやすいのは牛が小さいときです。そのときに人工乳や代用乳を飲む。代用乳と人工乳は違うんですけども、その中に実はその肉骨粉が使われていました。それが一番影響力があって、そこで感染したんじゃないかというのが、いわゆる専門家の考え方です。そういったことがあったので、もうすべて信用できないというふうになっていました。

そのときに、この全頭検査をやることによって、全部網がけがされているということで信頼を回復したわけです。事実、以降に見つかっているのを見ると、21カ月齢とかでも見つかっていますよね。30カ月齢未満は見つからないと言ったのに、実際には見つかっているんです。検査精度も上がってきています。そうすると、予想もしなかった場所から出てくる、というようなことがあって、そういう意味では、今の日本の全頭検査体制、それから肉骨粉の使用禁止というのは正しいということが言えると思います。ただ、肉骨粉禁止はちょっと揺らいできましたけども、牛の場合は間違いなく、きちんと焼却するとなっていますから、この制度に関しては、消費者側の信頼感というのは非常に高いというふうに思います。だから、これを制度的にひっくり返すという論理については、基本的に私たちは反対です。科学論一辺倒の政策よりも、そこについてはきちんと立てる必要があるんじゃないかなというふうに思っています。

BSEについては、私たちから見ると、イギリスは非常に優れています。イギリスがなぜ優れているかという、イギリスは自給率向上のために、餌についての国内循環体系をつくり上げたんです。そのつくり上げていった中に、いわゆる肉骨粉といわれる廃棄物をいかに熱処理して、そして危険性を除外した上で餌に使うか、ということをやリ遂げていたんです。だから、そういう意味では非常に優れた仕組みだったんですけども、結局、共食いと言ってしまうとまずいんですけども、そういった構造的な矛盾があって、しかも循環させる場合に危険なのは、濃縮して広がっていくという問題が生じた訳です。

BSEの感染については完全に解明された訳ではないんですが、ほぼ大勢の学者が言っているのは、基本的に感染爆発しているのは、やはり餌が原因だろうということです。親から子にうつっていくという垂直感染については、ほとんど考えなくてもいいんじゃないかというふうに言われています。あるいは、個発性といって突然ポンと出てくるという病気もありますが、そういう問題でもないということで、ほぼ餌が原因だと判明してきていますので、きちんと対応すれば対処できると思います。

それから、鳥インフルエンザの発生は、これはもう現在も非常に重大な部分ですね。鳥インフルエンザのような問題というのは、いったいなぜこういうふうに大きくなるかという、単純に言えば、中国や韓国で起こったことは、よそ事じゃない。まるでひとつの国内のように、いつでも上陸する可能性があるということですね。そういう意味では、もう皆さんの所では既に神経質になって、対処されていると思います。

鳥インフルエンザ問題についても、私たち生協が失敗したなと思っていることがあります。それは、例えば浅田農産の問題も含めてですけども、異常に反応してしまうことです。鳥のインフルエンザですから、人間のインフルエンザじゃないんですね。人間が保菌したからといって、発症していないわけですよ。保菌したとしても、別に発症しないわけでしょう。なぜなら、人間のインフルエンザじゃないから。ところが、これがごっちゃになって、特に感染爆発を防ぐために、つまり清浄国になるために、鶏を全部殺してしまう訳です。それを生き埋めにしました。完全白装束の人たちが殺菌しながら、噴霧するようすをマスコミが全部報道していました。それを連日連日やられると、もう恐怖感でいっぱいになってしまうんですね。京都の生協の話聞いたときは、本当に怖いなあと思ったんですけど、京都の船井農場があった地域で全部移動ストップをかけられると、その地域から来る人間に対しても、学校だとか、いろいろな所で差別が起きたそうです。それこそ、鳥インフルエンザに汚染された人間が来たかのようにです。これはかなり深刻だったと。これは全く無知だから起こるわけですね。鳥インフルエンザが怖い以上にこうした社会的な状況の方が問題だと思っています。

鳥インフルエンザ発生時の私たちの生協側の反省というのは何かというと、結局、鳥インフルエンザの実態について、きちんと伝えきれなかったことです。鶏の感染したものと卵や肉の安全性についての情報、更に、人間のインフルエンザは怖いから学級閉鎖なんかをやるわけですけど、鳥インフルエンザは、あくまでも鳥の病気であって、人間の病気ではないということをきちんと伝えきれなかったということについて非常に反省をしています。

そういう意味では、生産者との連絡を密にして、いかに、これについての防御をするか。もし発生したとした場合に、当然、鶏卵の移動等についてはストップさせられますけども、ストップさせられたからといって、永遠に取引を停止するとかいうふうにはしないとか、再開のルールを明確にするということについて、この事件の後、きちんとルール化、体系化したということですね。だから、今後、発生した場合、当然それはそれで被害は大きいんですけども、いわゆる風評被害みたいに広がっていくということについては、生協のほうもかなり構えた構成になってきているかというふうには思っています。

スライド5

「食の安全を保障し安心を獲得するために」ということで、私たちが考えているパルシステムの食料・農業政策というものがあります。生協があえて食料・農業政策をつくるということです。それは生協がただ一方的に販売者、一方的に消費者という立場に立

つというだけではなくて、やはり農業が食料生産の根幹であり、食料と農業は統一的に把握するということが必要だということです。当然、消費側と同時に生産側があり、そのことを同時に統一的にとらえて、そして生産も消費もする、その両方の立場には、かなり矛盾する部分もありますが、それをごまかさないうで、議論しながら、生協というのは、そういう立場でかかわっていくということを基本で確認をしました。その基本方針として、1つは資源循環型・環境保全型農業モデルを追究する。2つ目には、農業の厳しい状況を切り開くために、新たな発想に基づく事業に挑戦し、生産者との協働、コラボレーションを推進する。3つ目はフードシステム。生産から消費まで、つまり畑から台所まで、これについての一貫したシステムを追究するという考え方です。

スライド6

畜産における事件と不安ということに関しては先ほど言いましたが、根本にあるのは、「食」という台所の状況と、「農」という生産の状況の距離の拡大です。お互いに理解しない、知らないといったことが最大の問題であると思っています。特に生協が、消費者側としてみると、牛の生理を知らなくて、牛がお乳を出すのは、ずっと自然に出すものだというふうに思っている方もいっぱいいます。それから、肉については、部位のバランスです。当然、1頭、1羽には、さまざまな部位があるということについて理解が足りません。あるいは食べ方を知らないということです。例えば賞味期限が切れると、怖いからということで、見事に捨ててしまうんですね。ですから、自分でおいをかいだり、食べてみる、そういうことをしなくなりました。そのために、逆に、例えば牛乳だとか卵というのを利用しなくなることもあります。加工して熱を通したのしか食べなくなるといったようなことが起こっています。

それよりもっと根本的には、やっぱり生命と食を頂くということの現実感覚の喪失を感じます。つまり、いつもきれいなスーパーマーケットに並べられているパッケージ商品やレストランで調理されたものを食べる食生活では、例えば、自分で泥付きの野菜をマンションに持ってきて、それを料理するといったことをしなくなります。恐ろしいことですが、今は50歳過ぎても草取りをしたことがないという人が非常に増えています。お母さんの世代が知りませんから、当然、子どもの世代は全く知らないということです。

一方、生産現場でも、非常に専門性が行き過ぎてしまって、ある意味では、畜産農家と耕種農家との連携が悪いとか、あるいは、生命体そのものに対する理解というのが弱ってきているのではないかというふうに思います。田んぼなんかでもそうですよね。今の40代ぐらいになると、自分の手を使って田植えということをやらないから、機械が全部やりますから、苗の性格とかいったものについては、ほとんど知識も低くなってきているんじゃないかというふうに思われます。

スライド7

食の安全を保障して安心を獲得することに、パルシステムの基本方針がありますが、私たちの生協の産直が曲がり角に立っております。2003年当時、全農チキンフーズという全農系の会社と一緒にやっていたんですけど、直接私たちの生協ではないのですが、品物が欠品しそうになって、国産というふうに言っていたものに、中国産を入れられて、残念ながら、それを供給してしまったといった事件がありました。その後、国産に外国産を混ぜるといった問題ではなく、指定産地以外の原料が入っているといった事件を多発させてしまいました。雪印の偽装事件以降、あるいはBSEのときもそうでしたが、国の肉の買取り制度を悪用した偽装工作という社会問題と一緒にあって、実は生協も同じじゃないかというような大変な事件が起こったわけです。

そのときに、生協の中からいろいろな議論が起きました。「産直」という言葉をやめてしまおうという意見も一部出ました。それは何かというと、「産直というのはいったい何だ?」「言葉として非常にあいまいで、分からない」「産地直結とか産地提携とか、そういう言い方をしてもよく分からない」という意見がありました。しかし、私たちは生協というのはやはり生産者と消費者を結び付けて、その中で初めて生協が伸びてきたと思っています。したがって、生協はやはり産直についてこだわり、本来の産直をどう再構築していくかということが、生協にとってものすごく重要な課題だろうというふうに捉え、1年かけていろいろな議論をした上で、最終的にパルシステムの目的を制定しました。

その目的は、ちょっと理屈っぽいんですが、「生活者の健康で安心な暮らしに貢献するため、農業の持つ多様な価値を見直し、環境保全・資源循環を基本に置き、農と食をつないで、豊かな地域社会をつくることを目的にする」というものです。そうすると、これは商品論ではないんですね。商品論として見れば、「安全なものをより安く」というのが今までの方針です。これを「農と食をつないで、豊かな地域社会をつくる」というふうに、非常に遠回しな言い方になっています。そのことによって、いわゆる生協業界的な言い方をすると、単品産直論なのか、総合産直論なのか、という議論に及びます。単品産直論というのは、単品でいいものだったら、ある産地からは1つのいいものを取るのには生協としては正しい、しかし、その産地で総合的にいろいろなものを取るというのは、産地も駄目にするし、生協も駄目になるんだという考え方です。僕らはそうじゃなくて、当然、豊かな地域社会をつくるわけですから、その産地でできた単品から、次第にその単品だけではなくて、関連する、産地からできたものを頂くということが正しいのではないかとというふうな考え方を持ったということです。

スライド8

畜産生産への期待です。1つは、これはもう既に皆さんはやられていることかと思ひ

ますが、誰が生産したのかというトレーサビリティですね。これは、形だけが先行してはいますが、トレーサビリティの確立というのは、単に誰がとか、どの圃場がとか、どの農場が、ということだけに意味がある訳ではありません。当然、それはその誰がどのような生産をしているのか、どういうことにこだわったのか、あるいはこだわらない作り方をしているのかということが、実は非常に大事です。そのことを食べる側が理解するためにトレーサビリティがあるんだというふうに思っています。

それから2つ目に、飼養方式の透明性。つまりAさんがいつ出荷したんだというトレーサビリティがあるということは、同時に、その人がどういう作り方をしているかということが、ちゃんと伝えられるかどうかという透明性が課題になります。

3つ目に、不必要な動物薬品の削減。これは人間に対するお医者さんの治療も同じですけれども、要するに抗生物質をバンバン多用することではなくて、やはりその家畜の自然な力によって家畜を育てるということを、生協や組合員は非常に求めています。

それから、飼料へのこだわりですね。これは安全性はもちろんですけれども、粗飼料率だとか自給率だとか、あるいは醗酵飼料だとかといったものについてのこだわりが、非常にこれからは求められるというふうに思います。特に、先ほど言いましたが、日本の食料自給の問題を考えたときに、国産の畜産を育てようというふうに、例えば消費者と議論をする。そのときに、一方で輸入飼料に頼っているというのは自己矛盾になりますね。それが悪いという訳じゃなくて、輸入飼料でいいんだというふうに言ってしまうと、ならば、飼料を輸入しないでそのまま肉を輸入したらどうなんだ？というややこしい議論になりますので、そうではなくて、飼料輸入を全面的に否定する訳にはいきません。当然、こんな狭い国土で、それを全面的に否定するのはナンセンスですから。だったら、どういうふうにこだわっていくのかという1つの道は、未利用資源といわれる食品残渣（ざんさ）の利用です。食品残渣といっても昔の残飯養豚とは違い、原料をきちんと分別して、飼料を作り、それを循環させるというやり方です。まさにリサイクルです。こういう考え方と同時に、例えば醗酵との考え方を合わせ持っていくということが、今後、ものすごく支持されるというふうに思います。

それから、家畜福祉についての考え方。これは一見、自己矛盾するようには見えなくとも、どうせ食べるんだから、家畜に福祉だなんて言ったってしょうがないじゃないか、偽善者だ、というふうに思うかもしれません。ところが違うんです。これはヨーロッパの考え方が非常に先行しているんです。例えば、豚の食肉処理場に対して、豚を屠畜するときに、その悲鳴が聞こえないようにという食肉処理場の作り方が求められています。1頭1頭を離して処理するとかいうところまで来ているんですけど、それは宗教的な影響が大きいからかもしれません。だから、そこまでは行き過ぎかなと思うんですけど、要するに、豚や牛や鶏が健康体であり、自分たちが快適に暮らせるというのは、結果として肉質や畜産の成果物が良くなるといった考え方でしょう。もう1つは、食べる側の共鳴性、共感性を大事にするということです。生産者側が「家畜をどう飼おうといいじゃないか、そんなもの」というふうに考えるんだとしたら、これはまた別ですけどね。そういうことじゃないだろうということ考えています。

スライド9

これは1つの例ですけども、「挑戦的畜産への取り組み」というのがあります。この図は、私たちが考えている生協と生産者が結び付きながら展開していきたいと思っている概念図です。この図で生産者側の家畜の飼い方を見ると、生産者側には、普通の、慣行の飼い方があり、餌や何かも含めてオーガニックの飼い方、それからその動物生理に合わせた飼い方があります。一方、右側には、消費者側の意識の問題があります。当然、一般消費者的にいえば、安全なものをより安く欲しい、価格がすべてだと言う人もいます。しかし、消費者はそれだけかということ、そういう人だけじゃないんですよね。消費者の中には、意識的に、生産現場を知ろうと思う人がいます。それから、さらには行動参加する人、つまり、いろいろな形で、現場に来て交流しながら手伝いをするというような人たちもいます。ですから、生産の側がこだわった生産をするということは、それを理解する消費者も生み出すということです。この両方からのアプローチがないと、うまくいかないということです。では、これは無理かということ、実は交流と相互理解によって十分に仕組むことができます。特にこだわった生産をこれからやろうと思う方は、必ず消費者をどういうふうに理解させて抱き込んでいくか、巻き込んでいくか、ということを考えないとうまくいかないですね。

具体的な例で言うと、一番分かりやすいのは、例えば田んぼなんかの交流で稲刈りなんかの交流をする例です。そこに行って交流して、田植えから始まって稲刈りまでやって草取りもやって、という交流をしている消費者は、そこから送られてくる米については値段が2倍ぐらい高くても平気です。更に、米粒1粒に対しても、もったいないという気持ちが出てきます。特に子ども連れで行って交流した場合は、そういう意識が高くなる訳です。そういう意識が出てきた消費者がどれだけ他の消費者に影響を与えるかというと、かなり影響を与えるんです。しゃべって回りますから。だから、消費者を育てるというのも生産者の仕事です。自分たちで本当にこだわったものを作ったら、単にスーパーに並べて写真を付けているだけでは分かりません。そうじゃなくて、やっぱり消費者を選んで巻き込んでいくという仕組みをどうつくっていくかというのが必要だと思います。

この場合、面白いのは、例えば畜産の専門家だからといって、魚については専門家じゃないですよね。それから、お米についても知識はない。私たちが、産地へ行って話をしていると、畜産の生産者がパンフレットを見て、肉を見て、「安すぎる」「もっと高くしなきゃ駄目だ」「生協はもっと高くしろ」と言うんです。ところが、この人が組合員になって、その奥さんが魚やその他のお米を買う場合、値段についてどう考えるかというと、「高すぎる」「もっと生協で安くしろ」となるんですね。ですから、意識的な消費者、行動参加する消費者が、必ず、何でもかんでもそういうことを認めるかということ必ずしもそうじゃないです。だから、例えば自分のところの農場に来た消費者は、その農場については理解します。だけど、すべて理屈で分かった消費者になる訳ではないことは当たり前ですよ。

日本の自給率が低いといって、田舎の家に行って冷蔵庫を開いて、中身を全部チェックしていくと、全部国産品で詰まっているかといえば、そんなことはないですから。当然ですけどね。だから、その場合、交流を通じて自分たちの農産物をいかに理解させるかということが、先ほど言ったように非常に重要です。そこで交流の方法ですが、自分の農場に来てもらって、ただ見学して帰るだけでは駄目なんです。何かの作業をやらせないで駄目です。うまく仕組みで、ほんの1時間でもいいんですけど、一緒に汗を流すようなことをすると、農業の世界が全然違って見えてきます。違って見えることによって、そこから届けられた農産物というのは全く違う感覚になるんですね。それをやっぱり、どう育てるかというのが、畜産の取り組みのときに、ものすごく重要なのかなと思います。

理屈で言うと、先ほど言ったような、どこの生産者が、どういうふうにこだわっているかということですが、100%こだわっていないでもいいです。この図を書くと必ず「オーガニックは無理だよ」という話が先に出るんです。田んぼの例で言うと、完全に不耕起で、完全に無農薬で、無化学肥料でやっている田んぼが幾つもあります。これを最初にやろうとするときには、「そんな無理だよ」という声が先に来るんです。だから、どちらかの両極になってしまうんです。オーガニックとか有機をやっているのは本当に変わり者で仙人みたいなやつだ、普通のやつはみんな慣行農法でやるんだというのが、一昔前までの時代だったんです。これだと対立してしまいます。少し柔軟に対応すれば僕は対立しないと思うんです。例えばトヨタがディーゼル車を生産してますよね。しかし、一方でプリウスというハイブリッド車があって、さらに万博では電気自動車をやるわけでしょう。見方によっては、矛盾しますよね。「電気自動車をやるなら、今のガソリン車もディーゼルも全部やめてしまえ」というのは、乱暴な話なんです。そんなことをやったら、電気自動車も成功しません。

だから、柔軟に考えて、慣行農法をやるけど、同時にオーガニックの実験農場を作ってみようとしていいんです。自分ひとりではできないんだったら、グループでやってみようということでもいいんです。こういったことに消費者を巻き込んでやりながら実験して、採算に合うのか、どうなのかということに挑戦する必要があるんじゃないかなと思います。

何よりも、こうした実験というのは作っている側に力を与えます。田んぼの例で面白かったのは、有機の田んぼをやろうとしているときに、一番反対したのは奥さんでしたよ。亭主は見えっ張りだから、そういう会合に行くと、「やってみようかな」となる。でも、「実際にやるのは私じゃないの。あなた、やらないじゃないの」「じゃあ、俺がやるから」とか言って、最初は本当に狭い田んぼで始めてみるんですね。全部やってしまうとまずいんです、失敗するかもしれないから。ほんの少しやるんですね。その結果、やると変わるの、誰が変わるかということ、だんなが一番変わるんです。気になって気になってしょうがないから、毎日田んぼに行くようになるんです。毎日、田んぼに行って、田んぼの色を見たり、水を見たりというふうにな。そうすると、そこで採れた作物が売れるかどうかは別にして、取り組みそのものが面白くなって来るんです。こ

れは、商品を開発するのと同じことで、そういう挑戦をするというのは、やっぱり取り組む姿勢が変わってくるんですよ。消費者が自分の田んぼを見に来たときに、もちろん慣行農法の田んぼも見せるけど、新しい取り組みを始めた田んぼも見せるんですよ。結構惨めなでき具合だったりするんですけど、うれしそうにしゃべる。そういうことが必要なんです。

僕は、採卵経営の皆さんにウインドレス鶏舎での飼育・生産は否定しませんと言っています。でも、一方で開放鶏舎があって、さらに平飼いがあってもいいんじゃないかと。現実には、疾病の問題がありますから、同じ敷地でいろいろな飼い方をするのは難しいんだけど、平飼いの鶏舎には、子どもたちの見学や何かを受け入れて、一緒にやってみてもいいんじゃないかと思います。いろいろな飼い方があることを隠すんじゃなくて、ちゃんと、いろいろな飼い方があることを見せるべきでしょう。

農協に対しても、そういう話をして、実行していくと生産者が変わってきます。だから、今までのように、「オーガニック？そんなの無理だよ。日本にはそんなものは無理だよ」というのではなくて柔軟に挑戦してみることが必要です。繰り返しになりますが、100%じゃなくていいんですよ、最初は。スタートラインとしては、やれるところから無理なく始めてみると、そこへ消費者が来てくれて、無理なく一緒に考えながら組み立てていくことが、その後の進化の前提になっていくというふうに思っています。

スライド 10

これは、挑戦的な畜産の取り組み例のひとつで、「北浦シャモ」といいます。北浦シャモには、非常に固定的な組合員さんのファンがいます。それほど多い人数ではありませんが週の販売量でいうと、だいたい週平均 2,300 パック程度、2,000 から 3,000 パックの間です。それほど多い量じゃありませんけども、しっかり利用されています。これを食べると、要するに、「普通の鶏肉は食べられない」とかいった意見が出ます。この例は、生産者が結構こだわっていますので、ちょっとさっきの例にはならないかもしれませんね。

スライド 11

このスライドには、放牧されたアングス牛が映っていますが、この例もちょっと良すぎるというか、飼育は放牧ばかりではなくて、もちろん牛舎にもつないで飼っています。このアングス牛の肉の販売については、予約登録制にしています。餌については、NonGMOにして、こだわっています。牛 1 頭分でだいたい 200 人分を目途にして、月 13 頭ずつ各部位を 200 人に組み合わせて、6 ヶ月ワンクールで月 1 回、最初は宅配で届けます。それが終わると、また次の 6 ヶ月へ行くという形で組み合わせています。価格は完全に一定です。価格は最初から市況価格に一切関係なく決めて、その価格で予約登録してい

いただいています。今は、月 13 頭程度ですが、次の年には、月 18 頭程度を目標にだんだん増やしていこうということにしています。これは計画的に予約でやりますので、注文用紙で増えたり減ったりとかしません。ただ、予約をしても、引っ越したりとか、やめたりする人があるので、その場合はもう 1 回募集をかけます。それで、いつもだいたい決まった人数で、分けられるようにするというやり方です。

スライド 12

次は先ほど言った平飼いの卵の例です。これも予約制です。6 個パック 245 円で販売しています。これは商品案内で売っているのではなくて、予約すると毎週届けられます。現在、この商品の顧客数は 2 万 6,500 名です。もちろん、これ以外の卵は、注文用紙で注文を取っていますが平飼いをやってもらうので、その平飼いをやってもらう人については、予約制で販売量を決めて、年間通して安定した販売ができるという形でやっています。

スライド 13

パルシステムの畜産供給高に関しましては、この資料のとおりです。表中の「組合員数」というのは延べの組合員数ですので、実数は冒頭に言った数字ということになります。組合員数は、前年比でだいたい 1 割ずつぐらい増えています。はっきり言って急成長しています。それから、畜産供給高についても非常に順調な伸びです。この中で一番金額的に売れているのは、豚肉です。

スライド 14

その次に、先ほども少し触れましたが、いわゆる家畜福祉の概念についてです。これはヨーロッパが先行しているんですけど、こういう家畜福祉の概念があります。このことについては、今すぐどうのというのではなくて、おそらく時代の流れで見ると、こういったこととの共有性が必要であるという考え方として捉えておいてください。

スライド 15

私たちは、やっぱり畜産というものが国内農業の核になる、もしくは核になってほしいと思っています。植物としての米だとか、果樹だとかいろいろあるわけですが、特に生命産業としての農業の価値ということについて捉えると、やっぱり「命」が目に見えるのは畜産です。このことの持つ意味は、特にこれからは、例えば福祉的な観点でいう

と、癒しだとか、子どもの教育に大きな影響を与えたいと思います。

僕らは関東でいろいろな体験農業をやっています。僕もほとんど毎月行っている小田原の体験農業にはだいたい3,000人が集まります。3,000人ですよ。しかも現地集合です。ここでは田植えから、ミカンもぎや剪定とかいろいろなことをやっています。これに参加する組合員の層というのは2つあります。ひとつは50歳以上の団塊の世代以上の人たち。こういう層は多いですね。もうひとつあるんです。もうひとつは何かというと、30代前半の子ども連れの夫婦です。これがものすごく多い。なぜかと聞いてみると、子育てに対する不安なんです。今の子どもは、突然キレたり、いろいろ問題を起こしますよね。それから、お母さん自身がマンションで子育てしていると、本当にストレスがたまりますね。自分が知らないうちに子どもを殴っちゃうとか。それで、子どもを本当にこう、何というか、かかえて、そう抱きかかえて、田んぼや畑へやって来るというのが多いです。だんなは、最初は嫌なんですけど、女房がとにかく来いと言うから、嫌だなあと思いついてくるんです。ついて来れば、田んぼや畑で汗を流すことになります。その内に必ず大きな変化が起こるのは、だんなが一生懸命になることなんです。これは面白い現象です。

生命産業というのは要するに教育産業でもあって、その教育の部分をうまく畜産のほうに取り込むことができると、非常に大きな力が働くと思います。だから、そのときに、物を売るためにやっているんだよというように顔に出してしまうとまずいんですけど、そうじゃなくて、やっぱり、そういう交流をするということで、逆に生産者が変わってきます。

次の、栄養としての貢献というのは当然ですね。

それから、地域資源の循環については、ぜひ畜産の人たちにやってほしいことです。豆腐屋さんからとか、いろいろな産業廃棄物として出るものがあります。これを利用したいのですが、この場合に難しいのは、産廃としての引き取りなのかとか、餌として買うとすると、飼料メーカーになる必要があるんじゃないかとか、ややこしいことが発生してきます。これをどう突破すればよいのかという先行事例が福岡県にあります。私たちの福岡の生産者は、県とちゃんと話し合って、論理を組み立てています。そこをちゃんとやらないと、産廃を処理している産廃業者なのか、それとも飼料としてやるんだという人は、飼料メーカーとしての認可はどうなのかとかややこしいことが発生してきます。この論理を組み立てて、その両方すれすれでやれると、結構コストを安くすることができます。それともうひとつは醗酵させることが重要で、醗酵させることによって、その成分が変わるということと、安全性の問題に対応できるようになります。

僕らは帯広畜産大学の中野先生（注：中野益男教授）と、醗酵飼料の研究というのをやっていました。牛乳からダイオキシンが出たとセンセーショナルに発表した先生です。その先生と、牛乳のダイオキシン濃度が高いある地域で、共同研究を4年間やったことがあります。ものすごく面白いことがありました。何かと言うと、ダイオキシンが非常

に高かった原料乳が、ヨーグルトとかチーズになったときに、それを調べるとダイオキシンが減っていたんです。「なんでダイオキシンが減るんだろう？」といたら、先生の仮説で、まだ証明されていないんですけど。ダイオキシンって炭素原子の連鎖ですよ、亀の子の連鎖。それを、乳酸菌の力で、その連鎖を切るんじゃないか、切ると無害化する、それで、ダイオキシンが減るんじゃないかというふうな話がありました。

いずれにしても、醗酵するということは、かなりの力を持っていて、まだ分かっていない部分も多いですが、私たちがまだ理解をしていない力があるようです。そういうことも含めて、発酵によって未利用資源から飼料をつくり出すことは大きな課題です。

それから、糞尿の堆肥化。これも非常に重要です。耕種農家と協力し合って、地域の中に有機的な循環体系、有畜複合型の地域農業の確立を、畜産サイドの人たちが先導して対応できると非常に面白い構造になるのではないのでしょうか。

こういったモデルをぜひ生協なんかにも働きかけてみて下さい。その環境や農業を守るといのは、こういう取り組みだろうという畜産モデルを提案して、消費者を取り込んで、そして体験・交流を強めていただければ、私は21世紀の畜産というのは本当に重要なポジションになるだろうというふうに思っています。

講演の最初に疾病の話や畜産の安全を脅かす話をいっぱい出したんですけども、要するに、今はそういう時代の転換期、非常に不安な時代です。それに対して畜産こそそういう不安、不信を逆に転換して、日本の農業をリードすることができるんじゃないかというのが私たちの期待であります。以上です。(拍手)

三重県における畜産物の安全供給にかかる取り組み事例

(1)牛乳におけるトレーサビリティシステムの導入

～ 四日市酪農農業協同組合の取り組みから ～

取り組みの概要

平成 16 年 4 月から四日市酪農協では、生産者から受け入れた生乳を牛乳に加工する段階において、ロット別管理の記録を行い、トレーサビリティシステムを整備することで、製造した牛乳について生産段階までのトレースを可能としました。

このシステムでは、牛乳パックに商品を識別するアルファベット 3 文字を印字し、同酪農協のホームページ内で記載された製造日と 3 文字を入力すると出荷した複数の生産者名が表示されます。ホームページ内では生産者ごとに農場や生産者の写真や、飼養管理などの情報を公開しています。

システムは、集荷した生乳を入れるタンクに時間毎にどの生産者の生乳が搬入されたかを記録することから始まり、消費者からクレームを受けた場合、それらの情報をもとに生産者まで追跡調査することにより迅速に対応できる体制をとっています。

2000 年に発生した大手乳業メーカーの食中毒事件では、消費者の信頼が大きく揺らぎ、業界には大きな爪跡を残しました。システム導入に当たっては、酪農協職員の危機意識を徹底し、不測の事態に備えることにあります。

また、大手乳業メーカーが製法や味にこだわった牛乳を商品化する中で、生産履歴をたどれる安全・安心な牛乳を消費者にアピールし、有利な販売につなげていきたいという考えもあります。

事業内容

ア)事業名

トレーサビリティ導入促進総合対策事業

イ)対象

四日市酪農協生産農家 9 戸

ウ)トレーサビリティ促進検討委員会メンバー

三重県北勢県民局農林商工部、四日市市商工農水部、全国酪農農業協同組合連合会、四日市酪農協、その他流通関係者

エ)トレーサビリティ関連機器等

パソコン 4 台、プリンター 2 台、その他ホームページ開設関係費用

取り組み内容

これまでの文書管理からパソコンへデータベースで管理

ア)生産情報

治療、乳質、温度、検査結果、受入日・数量等

イ)工場情報

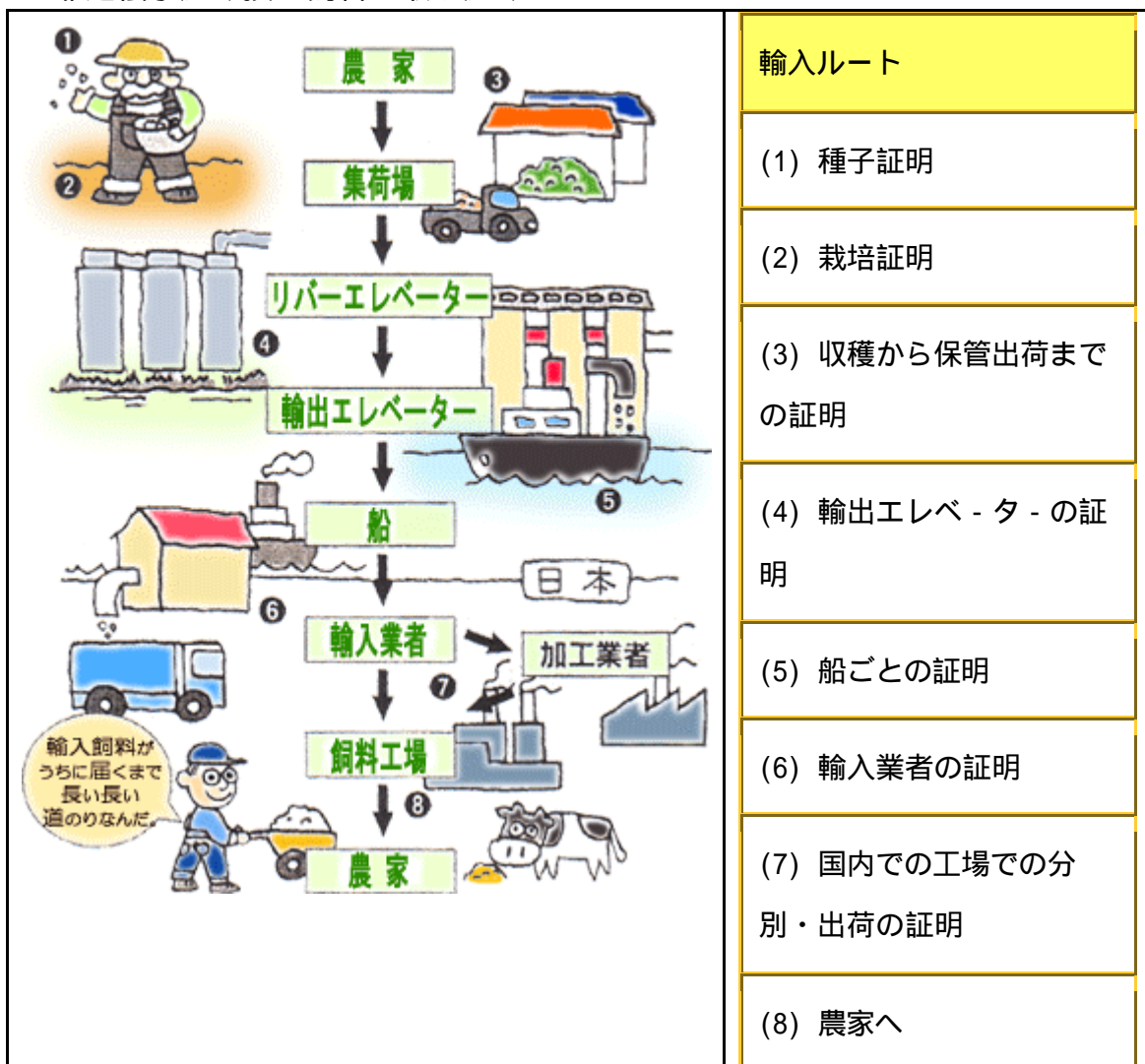
ローリー単位：生産者、乳量、乳温、受入日、乳質、細菌数

殺菌・充填：製品の種類、タンク No、製造開始時間、温度、充填品温、
充填本数

ウ) ホームページ

組合の概要、酪農家情報、飼料情報、工場紹介、製品紹介、ふれあい牧場案内、
牛乳のトレースページ

(2) 四日市酪農で使われている飼料の内容（四日市酪農ホームページから）
非遺伝子組み換え飼料の取り組み



取り組みの経過について

私たち組合では、組合設立以来「土作り」「草作り」「牛づくり」を基本にして、可能な限り自分たちでもエサ作りが出来るよう努力して来ました。

併せて、牛の飼料に遺伝組み換えをしていない穀物を使用する取り組みを平成 11 年度から続けています。

遺伝子組み換え飼料については、これからの食糧の安定確保に必要であると言った意

見、研究開発企業による種子・農薬市場の独占やその安全性が十分検証されていないと言った意見など賛否両論があります。

現段階では消費者の皆様にも遺伝子組み換えに対する不安があり、私たちは全国酪農業協同組合連合会（全酪連）の皆さんと話し合いを重ねる中で、遺伝子組み換えしていない飼料の分別・供給が可能と言うことで、飼料の全面的な切替えに挑戦して行くことにしました。そして、「非遺伝子組み換え飼料で飼育した乳牛から搾った牛乳」の提供を平成12年11月から開始し、現在に至りました。

しかし、大変な作業でした

家畜用の配合原料の多くは、輸入されています。ですから夫々に遺伝子組み換えをしていないことを証明する必要があります。

気の遠くなる確認作業と書類、価格的にも一般の飼料に比べかなり割高になることもあって、残念ながら全国的には家畜の非遺伝子組み換え飼料の普及は少ない状況です。

問題点としては・・・

「飼料が高いにもかかわらず、牛乳価格に反映しにくい」や「大変な労力にもかかわらず、消費者の方の評価が低い」ことなどが挙げられます。

穀物の市場では、さらに遺伝子組み換え作物の作付けが増え続けており、非遺伝子組み換え飼料の原料は入手しづらい状況になりつつあります。

私たちにとっても、何時までこの非遺伝子組み換え飼料の利用ができるかは不透明な状況ですが、消費者の皆様には私たちの活動を繰り返しお伝えしながら、頑張ってこの取り組みを続けて行きたいと考えています。

配合飼料の特徴

<p>配合飼料を製造している工場</p>	
<p>(株)東海全畜産配合飼料公社 愛知県碧南市</p>	
<p>* 四日市酪農で使われている配合飼料は、 全てこの工場から出荷されています。</p>	
<p>工場の風景</p>  <p>トラック用の消毒槽</p>	

利用している配合飼料

名称と特徴	原料名	
<p>こだわり一番 (一般的な乳牛用配合飼料です)</p>	<p>とうもろこし、マイロ、大麦、きな粉、小麦粉、乾熱処理大豆、大豆油粕、ごま油粕、ふすま、米ぬか、綿実、糖蜜、ビートパルプ、炭酸カルシウム、食塩、りん酸カルシウム</p>	
<p>こだわりベース (TMR用の基礎配合飼料です)</p>	<p>とうもろこし、マイロ、大麦、乾熱処理大豆、ふすま、米ぬか、大豆油粕、ごま油粕、綿実、糖蜜、脂肪酸カルシウム、炭酸カルシウム</p>	
<p>全酪トライ21 (TMR用の基礎配合飼料です)</p>	<p>とうもろこし、ふすま、ビートパルプ</p>	
<p>こだわりサプリ (乳がいっぱい出ている牛用の高蛋白・エネルギー・サプリメント)</p>	<p>とうもろこし、きな粉、小麦粉、大麦、マイロ、大豆油粕、ごま油粕、米ぬか、脂肪酸カルシウム、糖蜜、綿実、りん酸カルシウム、食塩</p>	

こだわりドライ (お産前の2ヶ月間、 搾乳を休んでいる時 の専用飼料)	とうもろこし、マイロ、きな粉、小麦粉、大豆油粕、ごま油粕、米ぬか、ふすま、糖蜜、炭酸カルシウム
--	---

* 四日市酪農で利用している配合飼料には、分別管理された非遺伝子組み換え原料が使用されています。


	
500Kg の Non-GMO 専用バッグで流通	小物は 20Kg の紙袋で流通

流通粗飼料の特徴



ア) 自給粗飼料

名 称	特 徴
トウモロコシサイレージ	多汁な飼料用のトウモロコシを密閉したサイロで乳酸醗酵させ、保存性を高めた飼料です。
グラスサイレージ	多汁な牧草を密閉したサイロで乳酸醗酵させ、保存性を高めた飼料です。

イ) 流通粗飼料

名称	産地	特徴
スーダン乾草 	米国	アフリカ原産の1年草で、スーダン地域から米国に導入され、温帯地域に広く栽培されているイネ科の牧草。
アルファルファ乾草	米国	英語は「ルーサン」、和名は「むらさきうまごやし」という。米国から輸入される主要な牧草で、国内で広く普及しているマメ科の牧草。

		
<p>チモシー乾草</p> 	<p>米国・カナダ</p>	<p>北ヨーロッパ原産の多年草で、冷涼な地帯に向くイネ科の良質な牧草。嗜好性も良く、上級品は主に馬用に使われている。</p>
<p>オーツ乾草</p> 	<p>豪州・米国</p>	<p>中央アジア原産でイネ科の一年生草木のエン麦（オーツ麦）を青刈りして、乾燥し梱包（ベール化）したもの。</p>
<p>クレイン乾草</p> 	<p>米国</p>	<p>アフリカ原産のイネ科の暖地型多年草で、主に乳牛用牧草として利用され、嗜好性が良いため数年で急速に普及して来ている。</p>
<p>アルファルファ・ハイキューブ</p>	<p>米国</p>	<p>アルファルファを刈取り後、ハイキューバという機械で立方体（キューブ）に圧縮・成型したもの。</p>

		
	<p>米国</p>	<p>甜菜（砂糖大根）を細断し、糖分を搾った残渣に糖蜜を添加し、ペレット状に成型加工したもの。</p>

(3)生産者の横顔

田川正樹さん（田川ファーム：四日市市）

- ・搾乳頭数 90 頭
- ・従業員数 2 名
- ・1 日平均搾乳量 2,800kg

コメント

水沢地区で 100 頭の搾乳牛を飼育しています。

消費者の見学も多く、酪農へ理解を持っていただく事を大切にしています。

牧場の周りがお茶や花の栽培が盛んな地域なので、堆肥処理はいわゆる「循環型農業」が実践できています。家族労働と従業員の雇用、そしてヘルパ - 制度も活用して休日を取って、子供との時間を大切にしています。





給与飼料内容

種 類	飼 料 名
配合飼料	トライ 21
単味	おからサイレージ、とうもろこし、大麦、綿実、ビール粕
粗飼料	アルファルファ - 乾草、チモシ - 乾草
ビタミン、ミネラル	第 2 リン酸カルシウム、炭酸カルシウム、VIP ヘルス、酸化マグネシウム