

## 育てる。

●わたなべ たかゆき／1962年生まれ。酪農家2代目として家業を継承しながら、北海道初の酪農教育ファームに認証された「渡辺体験牧場」を経営する。海外からの観光客も多く、乳しぼりや大草原周遊などが人気メニューだ。オリジナル牛乳「牛のおっぱいミルク」は町内限定販売。

渡辺隆幸



牧場体験者の声が、「牛のおっぱいミルク」の生みの親。



**牛** と触れあい、酪農作業やアイスクリームづくりが体験できる「渡辺体験牧場」には、国内外から年間3万人の観光客が訪れている。

この体験牧場の生みの親、渡辺隆幸さんが自分の牧場を酪農体験の場にしようと考えたきっかけは、およそ25年前、近所のユースホステルの宿泊客にアルバイトの声をかけたことからはじまる。

当時はまだ保存用の草をコンパクトと呼ばれる直方体の乾草にしていたため、雨にあてないように短時間で倉庫に収納するには、その時だけ人手が必要だった。

農作業の手伝いをしてくれた人々から、「ここは良い所だね。牛って可愛いね」という言葉を聞くたびに、渡辺さんは自分が生まれ育った環境を改めて見直すようになっていった。

やがて機械化が進み人手は不要にならなりましたが、有料でも酪農体験をしたいという観光客は増え続けた。それに目をつけた旅行会社からツアーに組み入れたいとの依頼があり、乳しぼりやエサやり、広大な牧草地の周遊などの体験メニューをつくり、受け入れ施設

設も充実させ、渡辺さんは北海道で初めての体験牧場を誕生させた。

「牛を見た途端、みんなその大きさに『オーー』と驚くし、草原に行ったらまず広さに感激する。体験することで農業を垣間見て、自分達がいとも肉や牛乳を食べられるのは、牛ががんばってくれているおかげだってわかるようだ」

そんな体験者の反応は、牧場のオリジナル牛乳「牛のおっぱいミルク」を生産することにもつながった。地元の牛乳のほとんどが加工乳に回される中で、自分の牧場でしぼった牛乳をそのまま味わってもらいたいと思うようになったからだ。

2008年から体験施設の隣に建てた工場が生産される「牛のおっぱいミルク」は、牧場内の店舗をはじめ、町内の摩周湖や硫黄山のレストハウス、Aコープなどで販売され、年間700万円を売り上げる人気商品になっている。

「体験するのは牛とのふれあいだけど、目指しているのは人とのコミュニケーション。お客さんが喜んでくれるとうれしいし、一緒に働くスタッフや家族とも会話ができて、この仕事をさせてくれた親や兄弟にも感謝している」

体験牧場も「牛のおっぱいミルク」も自然な流れの中から生まれたことだと渡辺さんはいうが、人と触れあい、弟子屈の良さを再確認することで、酪農の新たなビジネスチャンスが広がったのではないだろうか。

## 農業が指し示す「てしかが」の逸品

猪狩 広昭

●いかり ひろあき／1964年、弟子屈町川湯生まれ。農家の3代目としてじゃがいも、ビート、小麦などを生産する一方、2000年には摩周そば生産組合長に就任。当初は畑作の代用作物に栽培されたそばだったが、現在はそば通の間で“摩周そば”として高い評価を得ている。摩周そばを原料にした乾めん、そば焼酎、そばまんじゅうなども好評発売中。



ソバ名人をうならせた  
青い実が、  
生産者魂に火をつけた。

## 特産品を



**北** 北海道は全国の作付面積の3割を占める、そばの主要生産地である。ここ弟子屈町でも2000年に摩周そば生産組合が結成され、本格的なそば栽培がはじまった。

結成から組合長として生産農家の中心になってきた猪狩広昭さんは、摩周そばの特長を「他に比べると青味が長持ちして、風味や香りが良い」とことだという。そしてその特長こそが、そばのプロから高い評価を受けている理由でもある。

そばの皮を剥いた実は、新しいものほど緑味が強く、収穫から時間が経つにつれて茶っぽく変色していく。つまり鮮度を表わす緑味が持続するということは、品質が劣化しにくいことを示している。

だが栽培当初、摩周そばの評判はあまり芳しいものではなかったらしい。川湯、屈斜路地区に集中するそば畑が火山灰土壌のため、収穫時に混じる軽石が商品価値を下げていた、というのだ。厄介物の軽石を除去する石取り機を導入し、やっと商品として認められるようになった頃、あるきっかけから、弟子屈のそばが、平成のそば打ち名人、高橋邦弘さんの手に渡った。

長年そば打ちにかかわり、多くの弟子も育てた高橋さんを、その輝くような緑色のそばの実は「こんな良いものが北海道にもあったのか」と、うならせたという。

それを知った猪狩さんたち生産農家とJA摩周湖の担当者は、「それまでは収穫量を増やすことを考えてきたけど、どうせやるなら売れるもの、評価されるものを」と発奮し、摩周そばをブランド化することにした。2003年のことである。



新そば祭りにて—前列右から3番目が猪狩さん、5番目が高橋名人

しかしブランドを名乗るには、他との差別化をはかり、より良いものをつくらなくてはならない。猪狩さんたちはまず栽培方法を研究するために、畑ごとに収穫したサンプルできめ細かな履歴を取った。すると雨に当たったそばは確実に味が落ちることがわかり、徹底した「雨前収穫」をし、種を播く時期もきちんと揃えることにした。

また畑ごとのそばについて、それぞれの味の違いをユーズーから聞くだけではなく、生産者自らも食べ比べ意見を出し合った。収穫物の出来具合がストリートにわかることで、農家同士を結束させる一方、良い意味でのライバル心も生んだようだ。

「高橋名人からは、摩周そばのすべてが良いとは言われていない。つくって欲しいといわれるそばをつくるにはどうしたらいいか。去年みたいな悪条件の天気でも、やっぱり摩周そばが一番良いと言われた」と、猪狩さんが見せてくれたのは、前年(2009年)の収穫からすでに10カ月経つても、まだ緑味が残るそばの実だった。