

# キラリレポート

市民編集委員の  
視点から  
山本美香さん

## ～愛情たっぷりのミルクが人々を笑顔に～ 増田牧場の取り組み

これまでさまざまな清瀬の魅力ある場所や施設を訪ね、お伝えしてきました。今回は全国的に件数が減少傾向にありながらも、清瀬で牛乳の生産に励む酪農家の一つ、増田牧場に伺いました。市内での酪農の現状をお伝えします。

### ～地域密着型牧場～

30年前には都内に約400軒近くあった酪農家。今は都内に50軒弱ほど、清瀬市内に至っては6軒となりました(東京都酪農業協同組合調べ)。

清瀬市役所から市役所通りを志木街道方面に進み、トウモロコシ畑をさらに進むと左手に増田牧場が見えてきました。愛くるしい牛たちが顔をのぞかせます。



今年生まれた子牛達

親子3世代に渡り酪農を営む増田夫妻によると、現在、飼育しているのは約40頭。そのなかのお母さん牛から1日2回、搾乳されたものが集乳車で工場へと運ばれます。殺菌・パックなどの工程を経て、出荷され、私たちの食卓へ届きます。牛舎を案内して下さった増田光紀さんは「確かな愛情を持って飼育をしていますが、その一方で、酪農は仕事、牛は経済動物です。日々、商品の供給が保たれるよう飼育環境に気を配っています」と話されました。

### ～美しき乳牛の祭典～

#### ブラック&ホワイティショウとは

飼育をする傍ら、力を注いでいるのが品評会への出展です。「全日本ホルスタイン共進会」主催の大会では、これまで何度も受賞を経験している増田夫妻。今年4月には東京農林水産振興財団主催「第29回多摩ブラック&ホワイティ



ブラック&ホワイティショウで優勝した「キョウドクリスター」

ヨウ]においても1位を獲得されました。

これらの大会はホルスタイン種牛の体系資質改善向上や生産効率の高い牛群を増殖することを目的とし、いかに牛が美しいルックスかを競う競技です。

大きな牛だと800\*にもなるそうですが、出展すると決めたら、日ごろの飼育・環境管理に加え「牛のウォーキングやシャンプー・ブラッシングも欠かせない」と手入れにも余念のない光紀さん。「同じ志を持つ酪農家が一堂に集まり、意見や情報交換の場ともなるので私たちのモチベーションにも繋がります」と妻の徳子さんも毎回、大会を心待ちにしている様子でした。



増田光紀さん

### ～労働環境や地域とのつながり～

酪農業と言えば生き物を扱うが故「重労働」「24時間体制」といった過酷なイメージが拭いきれないのも、また事実です。この点について光紀さんは「今は酪農ヘルパーに依頼する仕組みがあるので安心です。今年の夏も一度お願いしました」と話されます。また、子どもたちに「酪農の仕事、食や命の大切さ」を知ってもらうた

### め「酪農教育ファーム」

として登録し、牧場を解放していると言います。徳子さんは「牛を目の前に、こんな風にスケッチしています」と、小学生たちの写真を見せてくれました。「酪農への理解が深まると嬉しい」と話されました。



増田徳子さん

### ～今後の取り組み～

「東京牛乳」やその「コラボ商品」「アイスマルク」の開発など、幅広くビジネス展開する増田夫妻ですが、課題もあると言います。ふん・尿への対処法です。「牧場が住宅街にあるので近隣の方にご迷惑にならないよう対策を検討しています。」と光紀さん。「今後も地域の方たちとの交流を通じて、社会貢献をしていきたいですね」と語られました。

### ～取材を終えて～

近年「インスタ映え」「見た目のインパクト」などが重視され、舞台裏が見えにくい時代になっているように思います。決してきれいごとでは済まされない環境のなかで、牛と真摯に向き合うお二人の姿に身の引き締まる思いでした。地産地消を意識され、地域を活性化していきたいという思いもひとつ伝わってきました。増田牧場のこれからの事業展開にも注目しています。



取材にご協力いただいた増田夫妻

## 消費生活相談の現場から

—今だけお得！先着〇人！—

定期購入の契約ではないですか？

インターネットやテレショップなどで、化粧品や健康食品の「今だけお得」の宣伝を見て申込んだ。ところが安く買えるのは定期購入が条件だった、そんなことは説明されなかった、といった相談が数年前に急増しました。法の改正により、定期購入であること、総額表示、期間などの明記が義務事項となり、相談件数もいったんは減少しました。

しかし、このところ次のような相談が増加しています。

### 【事例】

スマホで脱毛クリームのパナー広告を見て「今だけ8,900円の80%引き、1,780円で」とあったので画面から申込んだ。品物が届いたが、あと3回お届け予定、1回の商品代は5,340円との納品書が入っていた。事業者連絡したら「会社のホームページには定期購入の説明がきちんと載せてある、確認してほしい」と言われた。

確かに会社の案内には初回代金、定期購入代金と、回数が書かれているが、自分の見た広告には書いてなかったと思う。もしそう



だったら申込んでいない。

### 【アドバイス】

このような相談が多いことより、パナー広告には定期購入が条件と書かれていない、もしくは非常に小さく目立たないように書かれていたのでは、と思われます。

しかし、相談者が見たという広告を確認しようにも見つからないことが多く、事業者への立証が困難で、交渉は容易ではありません。広告、申込み画面をスクリーンショットなどで保存しましょう。

また、定期購入の解約ができるとして条件が書かれていても申し出期間が限定されていて分かりにくい、申し出の電話が繋がりにくい、という苦情も多く寄せられています。困ったら消費生活センターまでご相談を。

消費生活センター ☎042-495-6212 (相談専用)

## キョセタイムトラベルS40s

2020年は清瀬市市制施行50周年

第2回  
梅園 中央公園

写真は昭和47年ごろの中央公園の様子です。この公園は昭和40年代半ば、もと国立療養所清瀬病院(東京病院清瀬病棟)の広い敷地の一画に3年計画で整備されました。

医学の進歩で結核が治せる病気になり、患者数も減少。病院統合で病棟も集約され、清瀬で最初に来た結核療養所の敷地の一部は市民の憩いの場に変身しました。写真中央のカーブする徒歩池で

は、長袖の季節にも関わらず、元気な子どもたちが水に足をつけて楽しんでいます。写真奥フェンス越しに見えるテニスコートは昔も今もそのまま。

昭和47年には写真左手前の線路寄りに市民プールもでき、にぎわいました。ローラースケート場があった時代も。

昭和49年の夏には、待望の市立中央図書館が写真右奥、中央公園脇にオープンしました。



新たな『清瀬市史』の編さん事業を行っており、昭和・平成の清瀬の写真を集めています。ご協力ください。\*今までの収集資料に基づき市史編さん室が記事を担当しています\*