



手づくりチーズから十勝のチーズ産業へ

宮嶋 望

共働学舎のチーズづくりの経緯

チーズづくりへ向けて

北海道十勝の新得町に誘われ昭和 53 年 6 月に宮嶋望は米国ウイコンシン大学を卒業して直ぐに共働学舎の 4 番目の牧場作りを始めた。3 年間は建築をしながら、5 頭の若牛を導入、搾乳を始めたのだが、バルククーラーがなく、牛乳の出荷ができず、バター、ヨーグルト、チーズを作っては楽しんでた。手づくりチーズの原点は牧場開設 2 年目ですであつた。

自立へ向けて難しい課題

共働学舎の性格上、悩みを抱えた人達が次々と加わってきた。搾乳牛数を牧場に住む人数が上回るのでは、生乳の販売だけでは経済的自立は不可能だ。米国で学んだ規模拡大を考えるか、牛乳に付加価値を付け収益性を上げること考えるか、ゆっくり歩む人達と共に働くことを考えると、機械化、効率化は不可能と判断して“手づくりチーズ”で付加価値をつけることにした。

ブラウンスイスの導入

米国ウイコンシンではブラウンスイスのブリーダーで実習していたが、放牧を主体とし、粗飼料効果の高さを考え、チーズ生産を考えればブラウンスイスは非常に有利だと考えた。昭和 58 年にはブラウンスイスを 13 頭輸入し、共働学舎には 6 頭を導入した。以後も、受精卵移植、生体輸入を繰り返し、現在では 120 頭中 75 頭がブラウンスイスとなっている。チーズの製造においての最も重要な歩留まりが 2 割以上多いということが、2004 年のベローナでの世界会議でも認められてきた。特に熟成タイプのチーズではホルスタイン乳の歩留まりと比べると非常に有利になってく

る。

究極の狙いは長期熟成タイプのチーズづくり

共働学舎では非常に歩みの遅い人達と仕事をしている。乳に付加価値をつけなければならぬと考えたときも、共に働く人達の事を考えた。足の短い商品、たとえば、低温殺菌の瓶詰め牛乳とか、アイスクリーム、ヨーグルト等には手を出さなかった。そのような商品は必ず流行があり、大体、周期は 3 年。1 年で一人前の製品を作れるようになれば 2 年間稼げるが、共働学舎のようにゆっくり歩む人達は他人が 1 年のところを 5 ～ 10 年かかってしまう。流行は去り、結局、10 年間頑張っても、一人前になった人に「遅いよ」と言わなければならない。その様に言われてしまえば、彼はその後の人生で二度と頑張ろうとは思わない。このように考えれば、共働学舎では流行のあるものには手が出せないことになる。ならば 10 年後に売れるものとは？「ほんもの」と言えるものは何時の時代にも買ってくれる人達はいる。そこにしか共働学舎における生産事業の成功の可能性は無い。

本物を求めてフランスへ

平成元年、民間の財団から十勝の国際交流を促進するための補助をいただき、ヨーロッパへ有機農業、グリーンツーリズム、ナチュラルチーズについて視察へ行く機会が与えられた。紹介がありフランス・アルザスで Jean Hueber 氏に会うことができた。彼はフランス AOC チーズ協会（ANAOF）の会長を 27 年務め、マンステールチーズの会長でもあった。「本物のチーズとはどのようなものか話しに日本へ行ってもよい」との言葉に、即座に約束を取り付けた。

国際交流から与えられた大きなチャンス

ナチュラルチーズサミット in 十勝

翌年、平成 2 年 11 月には中央酪農会議、ホクレン、民間財団の援助を得て、Hueber 氏を北海道、十勝へ招くことが出来た。その時には日本中から 180 人ものチーズ関係者が集まった。「第 1 回ナチュラルチーズサミット in 十勝」を開催し、フランス AOC チーズ協会会長からフランス AOC チーズの紹介、原産地呼称証明制度の講義を聴くことが出来た。

十勝の酪農家，農業普及員等も参加し，チーズづくりに興味を持ったものも多かった。

15 回続けたナチュラルチーズサミット in 十勝

翌年には米国のウイスコンシン州からミルクマーケティングボードの事務局長のウィルダール氏を招き，米国のチーズ事情を学んだ。その時に酪農王国ウイスコンシン州の戦略は「品質の高いチーズを生産し，キメ細かく全米へ販売する」というものだった。意外にもヨーロッパが世界的に展開しようというものと同じ言葉だった。そこで，歴史の有るヨーロッパのチーズ文化から学ぶことにした。

その後はチーズの製造，衛生管理，品質管理，品質評価，評価法の成作，コンクール形式の確立，審査員の育成など個性を活かした手づくりチーズをいかに育成していくか，市場を開拓していくか，そして，いかに商品として質の高いものを育てていくかという事を考慮しながら，毎年サミットと技術セミナーを続け，昨年，平成 17 年（2005 年）の 6 月のコミテ・ブレニエ・フロマージュのヨーロッパから数十人を招いての国際会議へとつながることが出来た。その時には中央酪農会議，ホクレン，酪農対策委員会，とかち財団，帯広市など多くの機関が理解を示し，支えてくれた。おりしも牛乳が過剰になりチーズ生産に酪農界全体が力を注がなければならないときと重なっていた。

共働学舎が取り組んでチーズづくり

“牛乳を運ぶな”

一方，平成 2 年に共働学舎を尋ねてくれた Hueber 氏に，「本物のチーズを作るのに一番肝心なことは何か？」と訊ねると，「乳を運ぶな！」と一言だけ返ってきた。そこには二つの重要な意味が含まれていた。一つは牧場で搾った乳だけでチーズをすることで，食品の安全性を証明するトレーサビリティを保つことが出来る。もう一つは機械（ポンプ）を通さないこと。ポンプを通すことで牛乳は劣化し，望まない雑菌が圧倒的に増え，殺菌せざるを得なくなる。殺菌することは経費が嵩み，味の質を落とし，個性を失うことになる。日本の衛生感覚とは隔たりがあったが，自然の醗酵作用の極意を踏まえた筋の通った助言

だった。

牛舎，搾乳室，チーズ工房の建設

Hueber 氏の言葉に従って，牛舎，搾乳室，チーズ工房を建設することにした。平成 3 年に新得町の助力もあり，畜産基地建設事業として約 8 千万円（5 割補助）でチーズ工房を建てた。それに加え，1 千百万円で牛舎を，2 千百万円で搾乳室を自力で完成させた。自然のエネルギーを活かした木造牛舎，8 頭シングルのライトアングルのミルクキング・パーラー，その隣には徐々に床を低くし，ポンプは使わずに自然流下で牛乳を運びこめるように設計したチーズ工房。この仕組みで牛乳を痛めずにチーズバットへ入れることが出来るようになった。

微生物，炭をつかった環境コントロールの仕組み

「チーズの味の 8 割は原乳の質により決まる」とフランスの技術者は言う。故に，乳の劣化を防ぎ，原乳の質を高く維持するために牛舎，工房を設計したが，配置図には難題が潜んでいた。保健所の所長さんには「臭い，ハエ，汚水の管理が出来ないだろうから 50m 以上牛舎と食品工房を離すように」との指導があった。しかし，三つの課題を管理できれば可能とのことだった。この課題を解決するために，炭を地面に埋める「炭埋」技法を用い，餌の上にアース・ジェネターと呼ばれる土壌菌をトッピングし，家畜の胃の中を出来るだけ野生に近づけるようにした。その結果，牛舎のいやな臭いは消え，ハエは微生物の出す分泌物で羽化を阻害され，発生しない。また，乳牛をスタンションやストールに繋がらないで醗酵床に自由に座れるようにしストレスを無くした。醗酵床に尿や糞が落ちるが，醗酵していることで微生物コントロールができる。汚水浄化もしやすい環境が出来上がった。

現在，畜産現場はカラスなどによる微生物汚染が深刻な問題となっているが，一番確実な防御法は「微生物は微生物で護る」ことではないだろうか。そのためには醗酵を司る微生物が必要としている環境を作ることだった。それは生きている生物環境，エネルギーが循環している環境を作ることだった。それは鉄を使わず，自然素材を使うこと，炭を地下に埋めることで創りだせる。この理論の裏づけ

は、日本古来の炭埋技術、米国の Dr. キャラハンの理論、ペルーのインカの遺跡などからヒントを得て考えた。かつて、物理、生態学に触れていたことが大変に役立った。

フランスのチーズ製造技術の講習会から地域の手づくりチーズ普及へ

モッツアレラ・ラクレットの製造

Hueber 氏は十勝に最も適したチーズとして、真っ先にラクレットを挙げた。半年以上も寒い冬の状態だから温かいチーズ料理として使える。比較的、製造は難しくはない。まだ、日本では普及していない。などの理由からの即答だった。フランスから技術者のイブランド氏を招き、出来上がったばかりの工房でナチュラルチーズ製造技術講習会を開き、ラクレット等の製造を学んだ。そこへは十勝のみならず、全道、全国からも 20 人ほどが集まり、熱心にフランスの技術を学んだ。

ラクレットは今では、十勝の名物チーズとなり、北の屋台、ホテル、レストランなどたくさんの場所でサービスをしてくれるようになった。

同時に 6 千万円ほどの借り入れを起こしてのスタートなので、お金を廻すために“足の短い”チーズも必要だった。1 千万円でイタリアからモッツアレラ製造用の機械を購入し、民間ベースでは日本で初めてのフレッシュ・モッツアレラを製造・販売しだした。一時は 3 千万円以上のモッツアレラタイプ、カチョカバロなど現在売れ筋の人気商品を作っていたが、平成 16 年に新しく関わるようになった、幕別の新田牧場内にあるチーズ工房(NEEDS)に移し、イタリア系のチーズとフランス系のチーズの製造を分けるようにした。

カマンベールタイプチーズの製造

日本において「カマンベール」と言う名前はソフトタイプチーズの代名詞のようにになっているが、発祥の地フランスではきちんとした定義が定められていた。日本では余りにその定義を無視した名称の使用に、呆れ、怒りさえ覚えている AOC 会長は「国際法で訴えるのは大人気ない。日本の問題は日本人が解決すべきだ。定義にあったチーズを作るように」といわれたことがあった。白カビチーズの製造法を学びたいという希望も多く、製造

講習会ではモールド、ディストリビューター(分配器)などを自作しながら、フランス流カマンベールチーズの製造法を学んだ。ラクレットよりもコントロールする要素が多く、きちんと製造するのは難しいチーズだった。

ヨーロッパチーズのコピーからの脱却

納得できるような「カマンベールチーズ」が作れるようになるのに数年を要したが、ある時よく出来た「カマンベール」をフランスへ持って行った。Hueber 氏から「エクセレント!」と評してもらい、非常にうれしかったがその次の言葉は「何時までフランスチーズのコピーを作っているのだ」と言うものだった。その事を察して白カビチーズを作るときに北海道産の「笹塩」を使い、表面に笹の葉をあしらったチーズを持って行っていた。そのチーズ「笹ゆき」を差し出した時の彼の驚きと、うれしそうな顔は忘れられない。原産地呼称の意味はその土地の環境要素とそこに住む人の工夫によって生み出された土地由来の個性を護るための認証制度だ。他国の有名な製品のコピーでは「ほんもの」にはならないという強いメッセージがあった。

「笹ゆき」で得たもの

独自に開発した白カビチーズを「笹ゆき」と名づけ、販売すると「カマンベール」タイプの「ゆき」よりも売れることが判った。日本のマーケットは名前だけで買っているのではない。国産チーズも高品質で工夫したものは買っていただけという確信を持った。

マーケットの求めるもの

～小さなチーズ～

ただ、一般の消費者にチーズを広めていく事を考えると、一つ 250g で 1,200 円から 1,400 円というのは大き過ぎ、値が張りすぎる。小さくて、柔らかい感触で、かわいらしく日本的なチーズを作ろうとシェーブルチーズ(山羊のチーズ)の製法に近い、酸凝固の技法を使った 90 g の小さなチーズを開発した。

日本の風味 ～さくら～

白い粉を葎くように表面を仕上げた優しい味のチーズに日本らしさを加えるには何を使うか、考えたが工房の外に見えた山桜の葉を使おうと思いついた。自然の葉を衛生的に使う技術は笹の葉で獲得している。さくらの葉

の上に乘せ、10 日ほど経つとほのかにさくらの香りがチーズに付いた。長い間のせすぎると渋みが出てしまうので、葉をはずすのだが、見た目がフランスのサンマルセルというチーズに似てくる。そこで「さくら湯」に使うさくらの花の塩漬けを思いついた。白い粉を貰ったようなチーズにさくらの花が咲き、美しい。日本の食文化とチーズとの融合だ。この「さくら」をヨーロッパのコンクールに持って行くことにした。

山のチーズのオリンピックが持つ意味

平成 13 年の晩秋にフランス農務省のリボー氏が十勝のチーズの視察にやってきた。その時に山のチーズのオリンピックというのがスタートするので出展しないかとの誘いを受けた。それまで国内のチーズコンクールには出展し、グランプリをいただいていたが、ヨーロッパでのコンクールへの誘いは驚きだった。ヨーロッパでも「グローバル・スタンダード」を掲げてヨーロッパ市場に攻め込んできている米国に対抗するために、彼らの個性豊かな認証をつけたチーズを守り、その価値観を世界に広げたいと考えていたのだろう。それまでのヨーロッパの認証制度の切り口と異なり、経済的に不利な地形という条件となるとヨーロッパ以外からでも出展が可能となる。そして、工業製品ではない歴史のあるチーズのような質を重んじたネットワークを世界に広げることが狙いではないだろうか。非常に奥の深い国際交流だった。10 年以上経ってその成果をヨーロッパのオリンピックで示すことが出来たことは非常にうれしい。

フランス・ラ・ルースで銀賞

第 2 回山のチーズオリンピックはフランスのラ・ルースというスイスに近いアルプス地方で行われた。そこに「さくら」を持っていたが、白カビソフト部門で銀賞をいただいた。主催者側も受ける方も驚きを隠せなかった。東のチーズ後進国から来たチーズを公平に審査し、評価してくれたことに非常に感謝した。評価法を学んだことから欠点が見えてきた。その後の一年はその改良に勤めた。

スイス・アッペンツェルでの金賞

翌、平成 16 年（2004 年）はスイスのアッペンツェルンで第 3 回山のチーズオリンピックは行われた。改良した「さくら」を今度は

「アロマをつけたソフトタイプ」部門に出展した。驚くことに今度は金賞をいただいた。流石に他のヨーロッパの生産者は祝福と同時にライバルとして認識した事をはっきりと伝えてきた。この事を Hueber 氏に伝え、喜んでいただいたと同時に、自分のことだけで喜んでいてはいけない、日本のチーズが正しい方向に行くように考えろと厳しく忠告を受けた。それは日本の畜産の在り方への忠告だったように思う。

日本の酪農界に思うこと

28 年間日本で酪農に関わってきて思うことがある。4 年間の米国での酪農実習と留学を終えたとき決心していたことがようやく現実のものとなってきたということだ。米国から帰る飛行機の中で決心したこととは「アメリカの酪農の真似はしない」ということだった。しかし、入植した十勝では正にアメリカ酪農の後を追ひ、規模でも技術でも追いつき追いつき抜こうとしている。その中であって、全く違う方向を選んできたが、今はこれからの可能性をはっきり確信できる。日本もいよいよ牛乳が余る時代になってきた。一定量の出荷枠の中でいかに収益をあげ、酪農を維持していくかが問われる時代となったのだろう。

乳文化の成熟した欧州を見てみると、飲用乳での消費は 10 % 台となっており、8 割以上はチーズでの消費となっている。日本も乳文化が成熟していくにつれ飲用乳の割合は伸びないのかもしれない。その代わりにチーズの消費が伸びるのであれば、チーズ生産の効率をあげ、競争力のあるチーズを生産し、国産チーズの消費を伸ばしていくことで酪農の発展の可能性を拓くことを願いたい。十勝は生産量の半分以上はチーズ生産に向けられる時代が直ぐ目の前に来ている。チーズ向けの乳を生産する酪農が必要となってきているのではないだろうか。今までに試行錯誤で進めてきたことが何がしかの助けになればと願っている。

（北海道新得町（農事）共働学舎新得農場代表）