

国産ナチュラルチーズシンポジウム 2020

～ 女子力全開！ ～

2020 年 2 月 27 日 (木)

日本獣医生命科学大学

[主催] 一般財団法人蔵王酪農センター

[協力] 日本獣医生命科学大学

[後援] 独立行政法人農畜産業振興機構(ALIC)

【チーズ生産者による事例発表】

【事例発表 1】

スミイー牛乳店 水門輝美



1997～1998 年

英国グロスター州に於いてアルチザンタイプチーズの製造に従事

1999～2008 年

国産ナチュラルチーズの工房に於いて製造技術者として従事

2008～2018 年

貿易商社に於いて、乳製品製造用カルチャーの輸入販売業務、
輸入ナチュラルチーズの加工開発等に従事

2018～現在

地元神戸にて、乳製品製造所を開業

皆さん、こんにちは。神戸から参りましたスミイー牛乳店の水門と申します。今日は無事に開催され、いろいろな意味で安心しています。

私は地元神戸の商店街で乳製品製造販売業を営んでいます。開業からまだ丸2年です。一番小さな単位で商売を始めようと思い、今は一人でやっています。やるからには3年間は持たせなければと思ひ、今はその道半ばといったところ。当初はこれ一本でやっていけるとは到底思えなかったのも二足の草鞋を覚悟して始めましたが、幸いこの2年は本業だけでやっています。

このシンポジウムの依頼を頂いたのが半年前の夏だったので、店が今まで続いて本当に良かったと思っています。このように、いまだにかなりスリリングな状態ということ踏まえて、いろいろな環境でいろいろな経営の仕方があると思いますが、このメンバーでは商店街という立地が私にとっては特異的かと思ひますので、なぜチーズ屋を商店街でやっているのか、そこで一体何をしようとしているのかということを中心にお話しさせていただきたいと思ひます。

本日のプログラムはこちらの通りです。まずは自己紹介、店舗紹介をします。次に製造アイテムの紹介。三つ目に私が最初にチーズを製造したイギリスのチーズ文化の紹介をします。最後に商店街との関わりです。以上の内容で進めて参ります。

まずは自己紹介をします。気付けば20数年チーズ製造に携わっていますが、まずは帯広畜産大学に進みました。在学中に手に職を付けようと思い、休学してイギリスに働きに出ました。それが1997年です。知識も何もなかったですし、その時は強くチーズとは思っていませんでしたので、フランスではなかったという点がポイントかと思ひます。チーズ製造に最初に触れたのがこの時でしたので、これが私のスタンダードとして刷り込まれ、現在のベースになっています。

1年で帰国し、復学・卒業し、道内のチーズ製造所に就職しました。その後10年近くは国産ナチュラルチーズ生産者だったわけですが、20代の頃は製造に関する知識も販売に関する知識も浅く、日々製造作業をこなしていたという印象です。

その後2008年、ご縁を頂いて貿易商社に転職しました。カルチャー、乳酸菌スターター、カビ菌など、カルチャーのユーザーの立場から、今度は販売に転じたわけですが、製造のお客様との日々のやり取りの中で解決策を探っていたことが結果として知識の後付けとなり、理論的な側面からチーズ製造を見られる機会となりました。

この時、第1回の蔵王のシンポジウムの分科会で、FPC レンネットについて登壇させてもらったり、チーズの製造研修で1コマいただいたりと、今も続く製造者さんたちとの出会いの機会を得られたことが、一人でやるようになってから、かなりの心の支えになっています。

この時、別の業務として濃密に輸入ナチュラルチーズに触れました。数あるチーズの中で、国内に輸入されているのは、例えば一定の生産量やパッケージなど、流通を考えれば味だけではなく賞味期限も含めた条件に合う物となります。しかし現地に行けば、山盛りの種類のチーズがあるのが現実です。この時期に有給休暇を取ってさまざまな国に行き、チーズ製造を見て来ました。

ちなみに、2ページの写真(編注:図 1)は、今より8年若い写真です。ワールドチーズアワードという出品数が世界最多のチーズコンテストがあるのですが、2012年にイギリスで審査員を務めた時の写真です。これは結構な体験になりました。

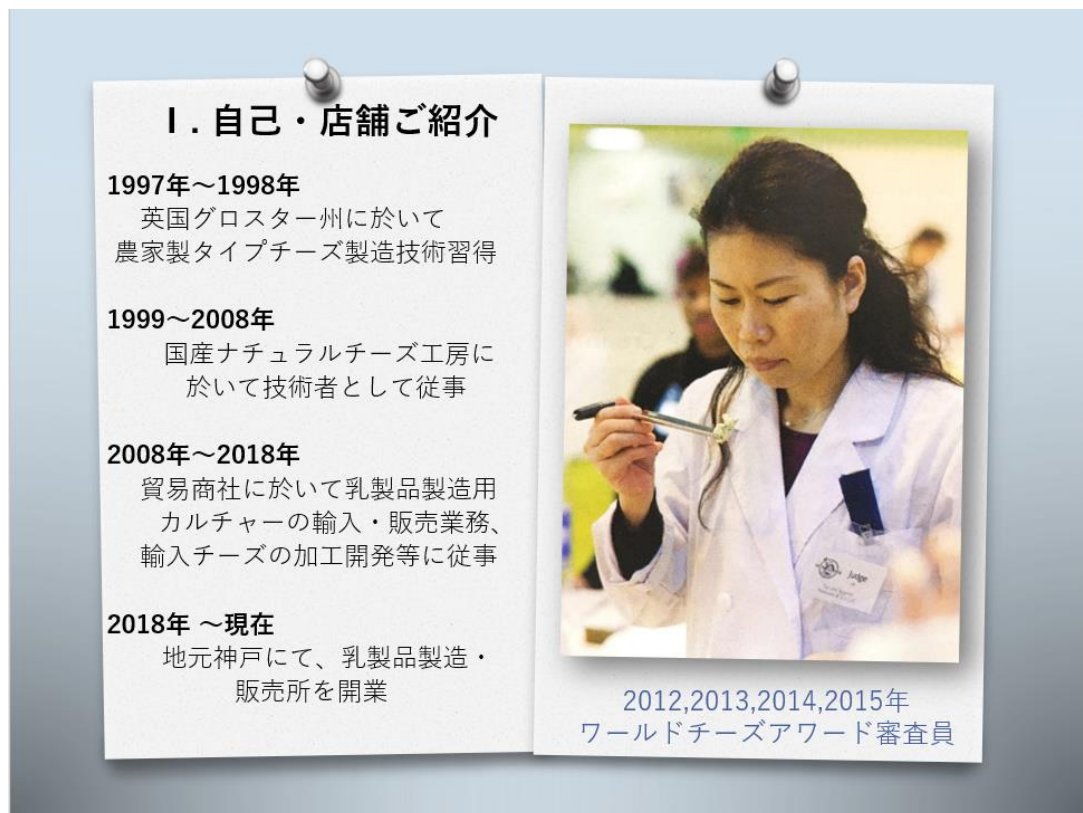


図 1:スライド 2 ページ目

カルチャーの輸入販売と並行して行っていたもう一つの業務が、加工開発です。具体的に言うと、輸入ナチュラルチーズを国内で、例えばプロセスやスプレッドなどに加工して商品に落とし込むというような内容でしたが、この経験が今の商品開発にも役立っていると思います。

この10年間、商品を販売するにあたって多くの労力を割いているのがクレーム対応だと感じていました。一人で行うにあたって、まずクレームが起これないように動くに限ったのが今の接客スタイルにつながっていると思います。そして2年前に開業し、現在に至っています。

次に、店舗の紹介をします。製造販売所は、メルカロード宇治川商店街という、神戸の中心地から 2km ほど離れた下町の商店街で、その名の通り宇治川沿いにあります。道路の下は暗渠になっていて川が今も流れています。3ページの写真の風景(編注:図 2)は、店が入っているビルの屋上から撮ったものです。奥に見えているのは六甲山系です。登山口まで北に徒歩15分ぐらいです。逆に川を南に下ると10分ほど歩けば海です。風向きによっては海から汽笛が聞こえるような、風光明媚な所です。

住宅街になっていますが、古い街ですので年齢層はかなり高いです。人はたくさん住んでいます。この宇治川は肉の町として神戸市民に知られています。小さな商店街ですが、精肉店が5件あります。というのも、神戸港は開港150年を迎えましたが、外国軍艦の乗組員や、滞在する外国人向けに牛肉を販売したのが精肉店のきっかけと言われていて、地域内に神戸初の老舗の精肉店が今もあります。明治以降、文明開化で牛肉が推奨されるようになり、じわじわと庶民にも牛肉文化が広がって定着したということで、今も老舗として続いています。



図 2:スライド 3 ページ目

そんな古き良き商店街ですが、現状をストレートに言えばシャッター通り商店街だと思います。私自身はこの立地がとても気に入っていますが、2年前は、この街の人にも「チーズとヨーグルトならどうして三ノ宮や元町などの大きな商店街でやらないのか？」と不思議がられました。

この街の一角で店を構えています。とても狭く、アイテムからして商店街ではちょっと浮き気味です。ここで私は、日中は対面販売で接客し、定休日や朝に製造しています。

原料乳は、車で1時間ほどの六甲山の裏側にある酪農家さんに購入に行っています。ワンオペレーションで切り盛りしていますが、いらっしゃるお客様の半数は徒歩圏内か、自転車でいらっしゃるご近所さんだと思います。もちろん商店街の組合員でもあり、地域の活動にも出来る範囲で参加するようにしています。

ちょうど十字路の交差点に面していますが、4ページ(編注:図 3)に見えている窓ははめ殺しで開きません。さらにガラスが中に見えますが、そこが熟成庫になっています。お店の入り口は左側になります。

店舗の正面入り口が5ページ(編注:次ページ図 4)の写真です。扉を開けて中に入ると、すぐ左手に熟成庫があります。これも店舗側から見てもらえるようにはめ殺しの窓にしている、熟成の様子が見られるような設計になっています。

工房内の内装は、理想はポルトガルなどで見た飾り気のない素っ気ないぐらいのコンクリートが良かったのですが、乳製品製造業の営業許可を取るにあたって扉をたくさん付けたり、何だかんだで、今は結局ラボ、実験室のような感じになっています。



図 3:スライド 4 ページ目



図 4:スライド 5 ページ目

この店舗は賃貸です。元々はカフェの居抜きでした。改装することで営業許可を取得したわけですが、お客様が立てる場所では入って4畳半ぐらいのとても狭いスペースです。8割近くを製造室に充てています。このような狭くて不便な場所でも、商店街でやろうと最初から思っていました。経営としての側面を考えた時、やはり日々作った物が売れていかないと作り甲斐がないと思ったことと、一人でやるので作れる量に限界があるので、一度しかいらっしやらない遠くの方より、日常で歩いて来てくださるご近所の方に来てほしいと思ったからです。

ちょうど2年前というと、配送料も大幅に値上がりした時期でもありますし、そもそもその土地の物をその土地で消費するので充分ではないかという考えが昔からあり、今は配送もやっていませんし、今どきホームページも持たずにここまで来てしまいました。

うちの商店街は市場機能としての役割が非常に高いので、お客様はプロでも一般の方でもかなりシビアですが、ユニークな方が多いと思います。神戸と聞いて皆さんがおそらく思い描くマダム像もたまにはいらっしやいますけれども、だいたい、品はあるのですがガラは良くないみたいな、ちょっと情のあるお客様が多数を占めています。ただ、そのことが私にとってはモチベーションになっています。買い支えてくださっている実感があるので、商店街に買い物に来ているこの方たちに信用してもらうには、一人でやっているとはいっても気ままな営業をしてはいけないと思いました。

営業日の決まった時間内に店を開け、最後のお客様まで選んでもらえるように売り切れご免には極力しないという、当たり前のことなのかもしれませんが、これらのことを自分に課すようにしています。特に開業直後の半年ぐらいは体力的に非常にきつかったのですが、「人生の中では這ってでもやらなければいけない局面があり、それが今だ」と自分に言い聞かせながら、なんとか病欠で臨時休業せずにやってこられました。その小さな日々の積み重ねを見ていてくれる、うちの粋なお客様がいることで、ずいぶん助けられています。

二つ目、商品を紹介します。ヨーグルトの紹介はさらっと流しますが、季節物を含めて常時4種類作っています。サラリーマンとして製造していた頃から、私だったらヨーグルトも作って売ると考えていたので、それを実践しています。ただでさえ異質な店なので、来てくださったお客様には積極的に試食を出して納得して決めてもらうように時間をかけて接客しています。

ヨーグルトはずいぶん日本の食卓に馴染んでいるのでまだまだ会話は弾みますが、ヨーグルト希望でいらっしゃったお客様のうち、チーズは10人に一人が試食してくれたらいいかなと思っています。というのも、作っている唯一の熟成チーズが、結構パンチ強めのウォッシュタイプだからです。開業するまで製造から10年離れていたのですが、実際に売れる物ができるのか確信が全くなかったのですが、これを作ったのは知識先行で、昔取った杵柄で出来たのがハイカラーです。こうなったのかと、2年前の冬に思いました。

ハイカラーで私がやりたかったのは、リネンス菌のウォッシュタイプです。官能評価としてよく表現される、獣脂臭とアーシーを体現するチーズを作りたいと思っていました。ナチュラルチーズに関する知識がある方でも、このタイプは馴染みのない方が多いので逆に混乱するようです。その点、宇治川のお客様は知識はありませんが好奇心と味覚があるので、結構面白がってくれていると思います。食の上では、実はそのことが利点に働くのではないかと思います。

ウォッシュは、生乳の成分に合わせて半年ごとに異なるタイプの物を作っています。今の時期はハイカラーです。中がドロツとしています。試食会ではハイカラーを準備しています。夏場は、ハイカラーより少し食べやすいバカンスを作っています。これもウォッシュで、セミソフトです。

このウォッシュたちは、私が作りたいから作った物なので、最初から売れるとは思っていませんでした。仮に売れるようになるにしても時間がずいぶんかかるだろうと思っています。今はヨーグルトが経営の柱になっていて、店の宣伝はウォッシュチーズと、商品同士がお互いに助け合っている感じです。現状の製造と売上の比率は、8対2ぐらいでヨーグルトの方が多いです。

次に、私のかなり個人的な目線になりますが、イギリスのチーズ文化を紹介したいと思います。イギリスのチーズ事情はおそらくメジャーではないので、その辺りも踏まえて紹介します。

私の学生時代の無知が今の経営スタイルにつながっていますが、チーズとの最初の出会いがイギリスのファームタイプだったので「チーズってこういうものなんだ」という刷り込みがこの時に行われました。後に30代になって、食の歴史の背景にある文化に興味があって非常に心が動かされると気づきましたが、その一つを紹介します。

イギリスのチーズの特徴は、ざっというとはロホロの組織で、フランスなどと同じように州や村にちなんだ名前を付けるのが伝統です。私が働いていたのは小さな家族経営の工房で、ボスはチャールズ・マーテル(Charles Martell)という人です。グロスター州というイングランドとウェールズの境目にある小さな村で、シングルグロスターという土地のチーズを中心に作っている所でした。

チャールズは、今でこそ一目置かれる存在になっていますが、当時は村の人から見ても風変わりなおじさんでした。彼の興味は68頭にまで減ってしまつて絶滅の危機にあるオールドグロスター牛の繁殖でした。イギリスにはさまざまな牛の固有種がいて、チーズもローマ時代から作られていたのは、1930年代の不況、世界大戦での生産統制、生乳販売の合理化という三つの理由で、酪農の廃業に拍車がかかっていきました。

オールドグロスター牛は13世紀から乳肉、また役牛として存在していた牛ですが、そのような理由で数がどんどん減っていきました。これを絶やしてはいけないということで、3頭の雌牛と1頭の雄牛を飼って農場をスタートさせたのがチャールズ26歳の時です。二百年の歴史を持つシングルグロスターはこの時すでに絶えていましたが、その復活も欠かせないと思ったチャールズは、チーズ作りも同時に復活させました。

写真はチャールズのライフワークですが、地域のお祭りでヘーゼルスティックと呼ばれる長い棒を使ってグロスター牛を昔のようにドライブして、鋤で耕したりワゴンを引いたりということをデモンストレーションしているショーの様子です。このようなことを彼はずっとやり続け、地域で賛同者を得て、現在、牛は700頭弱にまで増えています。彼は20代からこのようなことをやっていたので、相当マニアックだと思いますが、物事を動かすには一般とは少し異なる思考の持ち主の出現がおそらく必須で、その点では国産チーズ業界においても思い浮かぶ方が何名かいらっしゃいます。

そのような変わった思考の持ち主がイギリスに数名いたことと時を同じくして、ロンドンに地方のチーズを集めたチーズショップが出現しました。それがかなり人気になり、スーパーのチーズに代わるものを求めているお客様に評価されました。イギリスの経済も繁栄し続けていて、この時に追い風としてチャールズ皇太子がチーズ職人協会を支援するようになり、消えかけていた伝統チーズが守られたという背景があります。

チャールズの工房の話に戻ります。当時、私はブルガリアの女性と二人で5種類のチーズを作っていました。1. 5トンの円型のチーズバットで、これが部屋の8割近くを占めている工房でした。10ページの写真(編注:次ページ図 5)にあるのが、チャールズが復活させたシングルグロスターです。今では王室御用達の、チャールズ皇太子が認定した3本の羽の紋章が与えられたり、『ウォレスとグルミット』というイギリスのアニメにも登場したりと、ずいぶん世間に受け入れられるようになりました。

これらのチーズはここでは売っておらず、チーズショップに卸しています。そのうちの 하나가、先ほど紹介したイギリスのファームチーズを集めた、ロンドンの Neals Yard Dairy というチーズショップです(編注:次ページ図 6)。ファッション要素の高い、おしゃれなマーケット内にあるチーズ屋さんです。



図 5: スライド 10 ページ目



図 6: Neals Yard Dairy ; London

ここに集められるチーズは希少性が高いので、現地でも決して安くはありません。画面の下(編注:前ページ図6下部)にあるのがチャールズのウォッシュチーズです。日本円で100g700円前後といったところでしょうか。これをむき出しで切り売りしながら販売しているので、この店に入ると熟成庫の匂いがします。試食もさせてくれますが、ナイフで薄く削ってその場で試食できるスタイルと、本当に包むだけという素っ気ない販売方法がめっちゃめっちゃカッコいいなと思いました。

とはいえ、この方式をそのまま日本に持ち込んでも、食文化の背景が違い、ルールも違い、不可能です。そこでスイミー牛乳店的に解釈したのが、今の店舗の設計です。パスチライザーとチーズバットで製造室はいっぱい。とても狭くて、おそらく人は一人しか働けない状況です。チーズの熟成庫は、熟成過程を店舗側からガラス一枚隔ててリアルに見てもらえるように窓を付けました。12ページの写真(編注:図7)は、熟成庫の中から逆に店舗側の外を見たところです。

最後に、立ち戻って商店街に関してです。メルカロード宇治川の、細長い青いビルの1階がうちの店舗です。この向こう側に、並びで魚屋さん、八百屋さん、薬局さんと、個性が強い個店が一つのまとまりになって商店街を形成しています。近くには大手スーパーもいくつかありますが、お客様は比較的、商店街と使い分けられていると感じています。スーパーにも行くけれども、お肉は肉屋さん、野菜は八百屋さんという流れで、チーズはチーズ屋さんに行けばいいじゃないかと選べる豊かさを、この街に提供したいと思います。

例えば、チーズを桐の箱に入れてデパートの地下に置いてほしいとは思いませんでした。ファッションの要素をそぎ落とし、食べられない部分に極力お金をかけないという商品設計をしています。そのような店は、国産ではあまりなかったかもしれませんが、そろそろそういう店が出来ても良いのではないかと、それを試すにはこの街が合うのではないかと思います、この商店街に出店しました。

最近のネタをご紹介しますと、2,3日前から配られ始めた阪急沿線のフリーペーパー『TOKK』に、「パンとおとも」として駅近のパン屋さんとともにうちのチーズを選んでもらいました。風変わりだから取り上げられたのだと思いますが、こういうお話は珍しさも手伝っていくつか取り上げてもらえるので、これはこれでありがたいのですが、私が願うのは、実はこのチラシの方です。これはうちの商店街の去年の歳末セールチラシです。地域の2万軒に配られました。ここに去年初めてスイミー牛乳店として「生乳100%ヨーグルト50円引き」と載せてもらいました。今はまだヨーグルトを載せることで歩み寄ったと思っていますが、そのうちここにチーズが載るようになって、それが普通の風景になったらとても面白いなと思っています。



図7:スライド12枚目(一部)

パンや洋食文化というのは、今はもう見事に日本の食文化になっています。ヨーグルトもそうです。2年たつて、お客様のには「今日はヨーグルトをチーズ屋に買いに行こう」という動線がじわっと浸透しつつあるような気がします。やがてチーズも日本の食文化につながればいいなと願いを持って、試みている最中です。こういうことは時間がかかることと思いますが、文化というものはそもそもそういうもので、たまたま熟成チーズもそういう側面を持っていて、近道はないので、マイペースに地域の中でやっていけたらいいなと思っています。

【事例発表 2】

株式会社田園プラザ川場 片岡恵子



2000～2008 年、パリにてプライベートチーズ教室 Salon du Fromage 主催。札幌・東京・ミラノなどで定期的にチーズの魅力を伝える。その間、フランス・イタリア・スイスのチーズ生産者訪問、山岳地帯でのチーズ作りに興味を持ち、ロブロッションやトム・ド・サヴォア、ボーフォールなどを学ぶ。サヴォアの山羊農家では 3 年間山羊の飼育から製造(シェーブ・フェルミエ、シュブロタン)を学ぶ。のちイタリアに移り、ピエモンテでロビオラ・ロッカヴェラーナ、プーリアでパスタフィラータを学ぶ。

・首都圏に位置する川場村で、地元の酪農家さんから供給されるミルクを使ったフレッシュチーズを生産しています。

・道の駅にある各種レストラン・店舗と共同でメニュー開発を行い、いろいろな形でチーズを使い、また私自身が直接試食を通して来場者にチーズの美味しさを伝え、食べる・買う・学ぶを体感してもらうようにしています。

群馬県から参りました片岡と申します。今、水門さんのお話を聞いて気付いたことがあります。私がしたかったことをそのまましていらっしやいます。私にとって理想的なチーズの作り方と、チーズの販売の仕方だと感心しました。

私は今回、女性ばかり、今日はお一人欠席されたので4名が登壇していますが、その皆さんの経歴を見せていただくと本当に驚く、興味深い経歴を持った方たちばかりで、女性の力、女性だから向き合える情熱のかけ方というのは深いなと改めて感じました。

私は水門さんとは反対で、企業の中で事業の一つとしてのチーズ工房に携わっています。今は群馬でチーズを作っていますが、その前は栃木県那須塩原市で短い間ですがチーズを製造していました。その前にヨーロッパでチーズを作っていた時期の方が長いです。ヨーロッパの作り方の全部を日本で参考に出来るわけではありませんが、自分はまだ日本でチーズを作っている時間の方が短いです。

私が今いる群馬県川場村をご存じの方はいらっしやいますか？ 川場村で有名なのは、田園プラザという道の駅です。川場村をご存じない方も、尾瀬や谷川岳、水上温泉という言葉は聞いたことがあると思います。その中の人口3千人の本当に小さな村で、果樹園や田んぼが点在する、日本昔話に出てくるような農村です。コンビニありません。

私は道産子なので、関東の群馬や栃木が東京とどういう位置関係にあるか分からなかったのですが、群馬で仕事を始めるようになり、関東近郊の農村の良さを感じています。先ほども申し上げましたが、私の所属する企業が事業の一つとして立ち上げた立場で、チーズ工房のことをお話しします。

今、私たちの道の駅は第3セクターですが、平成5年に発足した株式会社田園プラザ川場は、ミルク工房から始まりました。もう27年ほどたちます。ミルク工房では今はヨーグルトを生産しています。飲むヨーグルトと、桐の箱に入って350gで1,800円もするプレミアムヨーグルトを作っています。その後、ビール工房、パン工房、ピザ工房が出来ました。各種レストランも園内にあり、100軒ほどの農家さんが、自分たちが作った果物や野菜、農産加工品を持ってきて売るファーマーズマーケットもあります。新たにホテルも出来ました。

そういった展開の中で昨年オープンしたのが、KAWABA チーズというチーズ工房です。川場村では、地域とともに川場村ブランドを展開していますが、水がきれいな所なので、お酒やお米なども雪ほたかという全国的に評価されているお米があります。

村のビジョンとしては農業＋観光を挙げていますが、田園プラザでは地場産のミルクを使ったチーズということで、来園されるお客様に出来たての新鮮なチーズを提供したいと、縁あって私が参加させて頂くことになりました。

川場村の中には酪農家が3,4軒あります。たまたま田園プラザ川場の筋向かいに川田牧場という酪農家さんがいて、ホルスタインとブラウンスイスを飼っています。彼も、やはり自分が愛情をかけて飼養している牛たちのミルクに付加価値を付けたいという思いがあったことと、うちからオファーしたミルクの提供に賛同して協力してくれて今に至っています。朝のタンクローリーで運ばれて来るのはこの川田牧場のミルクで、だいたい週4回ぐらい受け入れています。

川場村の田園プラザは、毎年180万人というお客様が関東近郊から来られます。そのうち70%がリピーターで、さらにその40%は10回以上来られているコアなリピーターです。その中で、いつも来ていただいているリピーターの方に常に新しいものを提供したいということで、2年に1回ほど新しい仕掛けをしています。

KAWABA チーズというチーズ工房がオープンしたのは、去年のゴールデンウィークの4月27日なので、まだ1年たっていません。今製造しているのはフレッシュチーズ4種類です。皆さんがよくご存じのモッツアレラ、そのホエイで作るリコッタ、そして、イタリアではポピュラーですが、日本では最近話題になっているブッラータです。もう1点、私がその中でも作りたかったチーズはストラッキノーです。北イタリアではすごくポピュラーですが、日本ではまだあまり知られていません。輸入が難しいことは私も経験しているので、是非地元でストラッキノーを作りたいという私の希望を会社に受け入れてもらい、作らせていただいています。

このチーズ工房がオープンするにあたって、チーズを作ったことがある、チーズのことを少しでも知っているのは私だけでした。もう一人働きたいという若い男の子がいたので、その子に1年間イタリアに行ってもらって、いろいろとチーズに関わる勉強をしてもらいました。私自身も今製造しているパスタフィラータはきちんと基礎から学んだことがなかったので、やはり北イタリアのチーズの専門学校に、短期間ですが行って学びました。その後は、北イタリアから南はプーリアまで約10箇所の工房で研修させていただき、それぞれの工夫を勉強しました。

ここまでが工房を立ち上げるにあたってのソフト面の話で、ハード面では、設備導入のために、イタリアのチーズ工房やメーカーに何回も通って交渉し、日本のスタイルに合った形で作ってもらった物を輸入しています。また、チーズのパッケージや、ザルに入って外側がモールドになった物は日本ではなかなか見つからないので、これもイタリアのメーカーに行き直接輸入して使わせてもらっています。イタリア人といろいろとやり取りするのは非常に苦労しましたが、今はまだ1年たっていませんが、なんとなくごまかしながら機械を使っているという状況です。

私たちの工房はとても狭いです。元は道の駅田園プラザ川場の生ゴミ処理場だったのですが、田園プラザがオープンしてからはあっという間にその処理場の能力では足りなくなって、その後はずっと物置になっていたところを使わせてもらいました。その土台は残しつつ、工房として作り直したので、面積は限られていました。今、中に入っている機材は、大きな物としては600リットルのバットが2台と、成型機が1台、40リットルのバットが1台、あとはステンレスのテーブル2台や、リコッタを作る時の急速冷蔵庫などがあります。

二人が作業するとぶつかりあうような、本当に狭い工房です。最初は、チーズの販売は川場の園内だけで行う予定でしたが、企業として成り立つのかという話になります。やはり外に売らなければいけない。それにはどうしたらいいのか。では業務卸でレストランにということで、1軒1軒レストランを回るのはどうだろう。それならどこか大きな輸入業者や商社に頼んで、そこにチーズを扱ってもらったらいいいのではないかという会社の考えがあり、何度も工房が出来る前にプレゼンをしました。商社に向けてプレゼンを何度も行って、そのチーズを受け入れてもらうまで、なんとかこぎつけました。その商社はイタリアからの食材しか扱っていませんでしたが、初めて国産品のチーズを取り扱ってもらうことになり、現在は関東や関西のレストランなどにその商社を通じて卸しています。

うちの会社の考え方としては、決して安い価格を設定してはいません。やはり商品化するにあたって、価格に見合った商品にするためにどうしたらいいか。社内でも、パンフレット作りやこだわったパッケージ、デザイン性などを検討した結果、今の形になっています。お客様が手に取りたくなるような、おしゃれなデザインになっています。ここが企業の考えなのかなと、先ほどの水門さんのお話を聞いて思いました。私がヨーロッパにいた時は、やはりその場で作ったチーズをその地域だけでその日のうちに売ってしまう、パッケージも何もなく、紙にくるんでポンと売るといった感じが私の理想ではありましたが、企業の中でやるということは、そういう違いがあるのかなと感じています。

園内での販売は、去年のゴールデンウィークは10日間あったので、一体どのぐらいのミルクでどのぐらい作ったらいいのか、お客様がどれぐらい買ってくれるのか誰も分からなくて、とりあえず1トンのミルクで4種類のチーズを作ってみようということになりました。

園内のプレミアムショップでチーズの試食販売を始めましたが、予想以上にお客様が田園プラザに来られて、チーズも買ってくださって、2日間でチーズは売り切れました。その後の1週間はずっと工房に入りっぱなしでした。チーズが売り切れた日が1日半ありましたが、製造して、すぐに下の売り場に持って行って、製造して、下に持って行ってという繰り返しでした。当時は私と、イタリアに研修に行っていた男の子しかいなかったもので、本当に朝早くから夜暗くなるまで製造、パッケージ、洗浄、清掃に追われて、息をつく暇もなく無我夢中で働きました。

現在は、当時よりだんだん売上も上がっているのでスタッフを1名増やし、パートも4名雇って少し余裕が出て、人並みにお休みももらうことが出来ています。

私の仕事は、製造もありますが、やはり新しいスタッフの教育です。みんなが同じレベルでチーズを作れるようにしなければ回らないということで教育しています。チーズの品質の安定は非常に難しく、いつもチーズが出来た時は、これで完璧だということは私の中ではありません。生涯これが完璧ということはないだろうと思いつつ、いつもチーズを作っています。

しかしながら、お客様には「前と違うね」と言われることもあるので、対面で販売する時は、お客様と直接話をして感想を聞いたり「今はこうなんですよ」と理解してもらったりしながら、おいしい食べ方なども紹介して納得して買ってもらっているのが、私の今の唯一の楽しいことです。

先ほども出ましたが、ホエイの使い道もいろいろ考えてみました。ミルクの9割がホエイになるので、まずリコッタも作っていますが、園内にレストランがありますので、カフェでスムージーなどのドリンクに使ってもらったり、パン工場のパン種に使ってもらったり、パスタを乳化する時に使ってもらったりしています。

例えば見た目が悪かった物や規格外になった物、グラムで売っていますので、かなりはみ出たものや、グラムに満たなかった物などは、やはり園内のレストランやピザ工房、パスタ工房などで使ってもらえることが出来ます。そこはありがたいと考えています。また、地域の子供の食育として、学校給食にもうちのチーズが登場します。川場村のミルクで作ったチーズなのだと子供たちに伝える意味で、ありがたいと思います。

チーズを作るために一番注意しなければいけないのは、美味しいチーズや安定した物を作ることはもちろん、安全な物をお客様に届けなければいけないといつも思っています。うちではロット毎に自主検査しています。一般生菌と大腸菌群の検査で、落下菌と拭き取り検査も定期的に行っています。

現在の大きな問題は賞味期限で、業者やレストランに卸すとき、レストランさんはフレッシュな物をすぐに届けてほしい、フレッシュな状態でお客様に出したいと言う反面、賞味期限が短いという話になります。ここは譲れないところで、自主検査の衛生検査では大丈夫でも官能評価はどうなのだろうというところで葛藤しています。業者さんは賞味期限を求めます。こちらは、やはり美味しい時に食べていただきたい。そこをどのように折り合いを付けるか、再度検討しています。

うちと小さな工房とで違うところは、企業同士の横のつながりや、知名度、信用度などが役に立っていると思います。うちの社長はメディアにも出ていて有名人ではありますが、そういった意味で、川場のチーズといっても「川場のチーズって何？」というより「ああ、川場村のあの田園プラザのチーズなのね」ということがあるので、最初にチーズが売れた時は、そういったバックがあるから売れたのかなと思っていました。今はリピーターも増えているので、少しずつファンもできているのかなと感じています。

チーズは、モッツァレラとリコッタ、そのほかにブッラータとストラッキーノを今は作っていますが、試食に出さなくても売れるのはモッツァレラです。皆さんモッツァレラがどんな物かもうご存知です。ただ、モッツァレラも作る人によって、あるいは輸入も国産もみんな違いますが、試食を出さなくても売れるのがモッツァレラです。

試食に出さなければ絶対に売れないのがストラッキーノです。名前を聞いたこともないし、乳酸発酵の特徴的な味があります。会社としてはストラッキーノが一番売れないだろうと最初は踏んでいたのですが、今一番売れているのがストラッキーノです。珍しいということもありますし、酸味のあるヨーグルトのようなチーズは、お子様から年配の方まで人気のあるチーズです。

今日はお見せする映像がなくて申し訳ないのですが、田園プラザ川場は、東京から車でだいたい2時間ぐらいで来られる所なので、是非機会があれば来ていただければと思います。工房も見えていただくこともできますので、ご案内します。田園プラザ川場も、地域と密着して川場ブランドを展開していますので、そういった意味では地方創生のモデルにもなっている村ですので、是非見に来ていただければありがたいと思います。

何かあれば、何でも質問をお待ちしています。今日はありがとうございました。

【事例発表 3】

有限会社那須高原今牧場 高橋ゆかり



栃木県農業大学校卒業後、共働学舎新得農場で2年間、白糠酪恵舎で2年間、その後イタリアで半年間チーズ製造を学ぶ。

2012年4月に、栃木県北部の那須高原にある実家、有限会社那須高原今牧場でチーズ工房をオープンさせる。

酪農家の娘であり、チーズ職人であり、そして母として、私が思うことをお話しします。

皆さん、こんにちは。今牧場チーズ工房の高橋と申します。今日はどうぞ宜しくお願いします。すごい経歴の人たちの次で、すごく緊張します。少しですが、私が国内の研修で学んだことを話したいと思いますので宜しくお願いします。

ご存じの方もいると思うのですが、栃木県北部の那須高原にある今牧場です。スタッフが、両親と私と夫と合わせて10名います。そのうちチーズ工房の製造とヤギの飼養管理で5名が働いています。

今牧場の飼育概要です。牛が今だいたい経産牛を含め300頭ほどと、山羊が経産山羊と雄山羊を含め50頭ほどいます。今ちょうど分娩ラッシュで、仔山羊が続々と生まれています。

私自身は2002年3月に栃木県農業大学校の研究科を卒業しました。就職しなければいけないのにどうしようかと思っていたのですが、私自身が学校で食品加工の勉強をしていたので、両親が大切に搾ったミルクを何か形にしたいと思い、チーズ製造を学びたいと思って、北海道の共働学舎新得農場に製造研修で入りました。ここでは2年間研修して、その時に今はすごく有名になったラクレットを製造していました。

2年の研修を終えた後は一度那須に戻り、自分でチーズ工房を開きたいと思っていたのですが、知識も技術も社会情勢も知らない20代半ばの小娘だったので、しっかりとチーズ製造に携わって経営も学びたいと思い、もう一度、北海道の白糠酪恵舎に行って研修しました。そこでも2年間、ウォッシュチーズのロビオーラを担当していました。ここでイタリアチーズの面白さや、井ノ口和良社長の研修時代の楽しさを聞いて、私もイタリアに研修に行きたいと思い、酪恵舎を終えた後に半年間研修に行きました。その研修先を探す時も、伝手もないし経験も浅いし、自分に務まるかどうか分からない状況で、通訳の方をお願いして1週間就職活動に行きました。

その時に、将来那須に戻って自分でこういう設備でチーズを作りたいということをしっかりと決めて行ったので、そういうチーズ工場を選んで研修しました。2002年に農業大学校を卒業してから、2012年によく10年の夢が叶い、今牧場チーズ工房がオープンしました。

長期研修を受けて良かったことは、まず、共働学舎でフランスからチーズの先生を呼んで最先端技術を学べたことです。また、同世代の仲間と同じ志を持ち成長することができました。千葉の柴田千代さんも一緒に研修していました。

また、共働学舎では主にフランスチーズ、酪恵舎はイタリアチーズだったので、多種多様なチーズ製造を知ることができました。酪恵舎は、今は工房が大きくなりましたが、私が働いていた当時は350～400リットルぐらいのチーズバットが入っていたので、将来、自分が那須に帰ってからのビジョンを、現実的に自分がチーズを生産したらどのぐらい出来て、どのぐらいの価格で売らなければいけないか。また、仕事をすることは社会貢献であるということで、自分がチーズを作って、そのチーズで社会にどのような貢献をしたいのかということを2年間ずっと考えました。また、そこで井ノロさんに経営者としての行動と意識を常に考えながら製造し、お客様と向き合うように言われていたので、常に考えながら仕事をして、訓練できました。

6ページにある3つの写真(編注:図8)は、イタリアへ研修に行った時に持っていった物です。真ん中に写っているのが酪恵舎の代表の井ノロさんです。その井ノロさんに、酪恵舎を卒業する時に言われた言葉が「ちゃんと勉強して、ちゃんとチーズを作れ」でした。私は学校の勉強も好きではなくて、教科書を開いて勉強するのが苦手だったのですが、井ノロさんが最後に私に言ってくれたのは、製造して、作っているところを見ただけで再現できるというか「しっかりと俺と同じものを作れるようになったな」ということでした。その言葉が私の中でもすごく自信になり、イタリアに行くことができました。

その研修中にいろいろ見ることができたおかげで、帰国して工房をオープンするまでに、投資する設備や道具の選び方、どれだけの物を作るのにどのぐらいの道具が必要かということや、熟成庫がどのぐらい必要だからその分の設備投資はどうするかということまで、設備投資や事業計画が早く進みました。また、研修中にたくさんのチーズに触らせてもらったので、ブランクはかなりあったのですが、試作から製品化までが結構早かったのではないかと思います。また、品質の最低ラインが分かることで、クレーム対応や返品交換が少なく、利益率も上げることができました。



図8:スライド6ページ目

また、酪恵舎では仲間作りができ、一人では出来なくても仲間となら出来ることが多いということを見てきたので、那須で何か出来たらいいなと思い、8年前に那須ナチュラルチーズ研究会を立ち上げました。夫が事務局をしています、那須塩原市のチーズ工房那須の森の落合一彦さんが会長です。

私個人の話になります。今現在、8歳の長男、7歳の長女、5歳の次女と、3人の子供を育てながらチーズ職人をしています。チーズ職人でいながらも子供を育てるということで、とくに相談したつもりはなかったのですが、山羊チーズは夫の担当、牛のチーズは私の担当ということで分業制にしました。農家あるあるですが、出産前日までチーズ製造をして、産後3週間は家から出られないので、その3週間売れる分のチーズを、おなかが大きくなっても自分の仕事だと思って熟成庫にためてから出産しました。また、チーズ作りはどうしても朝早くからの製造なので、夫の協力と理解が必要です。

立ち上げから今年で8年目になりますが、なかなか子供たちと旅行することができないので、学校や保育園行事には夫婦で参加することにしています。また、高橋家のモットーは「お互いさま」と「助け合い」なので、家族で協力しています。最近夫もご飯作りをしてくれるので、私が仕事で遅くなっても家のことが滞ることなく、すごく感謝しています。子供たちもその夫の背中を見ているので、自分の片付けや洗濯物は自分でしようということを協力してやるようになっていきます。

チーズ製造というのは朝が早い仕事で、土日休みなくやっているし、山羊のシーズンが始まれば毎日2人でチーズ工房で仕事をしています。仕事中に話すだけではなかなか収まらないので、家に帰ってから子供の前でもチーズのことを話したりするので「いつも仕事の話しかないね」と子供たちには言われるのですが、その背中を見ているおかげなのかは分かりませんが、子供たち3人とも、今のところ将来はチーズ職人になりたいと言ってくれています。

私は結婚して妊娠しても、女性職人として夫のサポートに回るつもりは全くありませんでした。チーズ工房の奥さんは事務処理や包装作業をする話をよく聞きますが、私にその意識はなかったもので、職人であることもそうですが、妊娠して出産することも、私が自分でしたいと思ったからするわけで、自分で決めたことはしっかりと覚悟を持ってやり遂げたいと思っていました。

女性として仕事を続けるには、出産してから3週間は休まなければいけない、子育てで休まなければいけないということもあるし、自分の両親ももうすぐ70歳になるので、そのうち介護が回ってくるのではないかと考えているので、そういう時のためにも、やはり代わりになる人材を育てなければいけないと思っています。

その人材育成ということで、うちの工房には、私たち夫婦の他に3人のスタッフがいますが、それぞれの性格に合わせた適材適所で、その部門で仕事を任せ、責任感が生まれるようにしています。

今、HACCPの事業にも取り組みたいと思っているので、積極的に衛生講習会などに行かせています。また、先日は関東チーズコンテストが開催されましたが、スタッフが作ったチーズを出すことで私たちが前に出ている分スタッフにもどんどん後について前に出てきてもらいたいということもあるので、関東チーズコンテストには3年ほど前からスタッフが作ったチーズを出しています。

また、栃木県宇都宮市で、調理師専門学校が発酵醸造科を設けて、夫も講師をしています。長野のボスケソの是本健介さんなども講師をされています。蔵王酪農センターさんも職人を育てる人材育成をしています。栃木でもチーズの楽しさやチーズ製造を学ぶきっかけを作っています。

私が研修中にたくさんの先輩やイタリアの工場の人々から、チーズの楽しさや作り方、熟成の仕方などをたくさん勉強させてもらって、自分もまだまだ勉強しなければいけないのですが、その先輩たちからもらったことをなかなか返すことができないので、先ほどの人材育成ではないですが、次の世代にどんどん教えてもらったことを教えていきたい、伝えていきたいと思っています。

終わりになりますが、これも酪恵舎の井ノ口さんから教えてもらったことです。「忍耐は熟練を生み、熟練は人生に目的を与えてくれる」。酪恵舎にいた頃は、忍耐しかないというぐらいに大変で、それまでの緩かった自分を変えてくれた場所だと思っています。それを続けていくことで、チーズ職人として生きることができ、人生に目的をもらえたのかなと思っています。

最後になりますが、次の世代にも、私たちが先輩たちから教わったことを伝えていきたいと思っています。

【事例発表 4】

国産チーズ酒場 Ace 鈴木みどり



「右手に日本酒、左手に国産チーズ」

—もっと身近に日本が誇る文化の発酵を—

兵庫県明石市出身。実は犬が好きすぎて、埼玉の警察犬の訓練士の学校を卒業後、単身北海道の動物病院ヘトレーナーとして就職。任期を終えて明石へ帰郷。

とあるきっかけで酒屋社長にスカウトされ、酒屋店員になり、そこで国産チーズに出逢う。以来 15 年、国産チーズの虜。

2012年に独立し、国産チーズ酒場 Ace をオープン。毎日国産チーズ盛り合わせと日本酒を愉しむお客様の笑顔を見ることにより、酒屋と現店舗での経験と酒蔵との密な繋がりを活かし、日本だからこそ素晴らしいチーズと日本酒をもっと身近な日常にできないかと日々模索中。

こんにちは。水門姉さん、田園プラザ川場の片岡さん、ゆかりちゃんと、チーズ職人でバリバリその道で修行して活躍されている3人の後で、おまえ誰やねん？ という空気をひしひしと感じながらこの場に立たなければいけないプレッシャーを感じています(笑)。私は明石から参りましたみどりです。鈴木みどりですが、鈴木という苗字があまり好きではないので、“みどり”で覚えてください。

私の店は、兵庫県明石市にあります。海がすぐそばで、その向こうが淡路島です。明石というと、関東の方は神戸や大阪との距離感がよく分からないようですが、大阪から新快速で明石まで40分、神戸から明石が20分の距離感の土地で商売をしています。

明石は、とにかく魚が有名な街です。タコやタイが有名で、店はもうすぐ8年になりますが、元々働いていた酒屋の社長にチーズの店をやると言った時「やめとけ」と言われました。明石でチーズが売れるわけがないと反対されたのですが、自分がやりたいのがチーズという一つしかなかったので、そこだけは当初から揺るぐことなくずっと進めてきた商売です。

今日は、チーズ、酪農、さまざまなプロフェッショナルの方々が集まるこの場で私が何をお話しようかと悩みました。数字もデータも難しい話も苦手です。だからこそ今日の3人のプロフェッショナルの方とは違う角度から、自分の体験を交えてお話しさせていただこうと思います。関東の方が多く、関西弁アウェーな感じがしますが、笑いながらも聞いていただければありがたいです。

ゆかりちゃんと一緒に、こう見えて私も二児の母です。6年生と3年生の息子がいます。どうでもいい話ですが、シングルマザーで息子と3人で生きています。私が大黒柱を務めています。

私が国産チーズと出会ったのは2005年、約15年前です。初めてナチュラルチーズに会いました。その時は、明石の魚の商店街にある田中酒店という酒屋さんでスタッフとして働いていました。そのお店には、お酒はもちろん発酵に絡めた調味料、食品に加えて、当時ではかなり珍しく国産チーズを置いていました。チーズプロフェッショナルの杉岡正恵さんという方が働いていて、十勝のランランファームさん、十勝野フロマージュさん、兵庫県三田の日向牧場さんのチーズなどがありました。

20代前半から田中酒店で働いていたのですが、とにかく飲んだくれの私が焼酎に飽きてきて、そろそろワインを飲もうかなと、ちょっと大人になろうかなと思ってワインを買いに行きました。その時に杉岡さんに「ワインを飲むから何かチーズを選んで」と言ったら「これを買って帰れ」と言われたチーズが、十勝のランランファームの山羊チーズ十勝シェーブル・炭です。

5ページの写真(編注:図 9)は黒い中身が見えますが、私が買った時は黒とピンクの紙のパッケージに入っていて中身が分かりませんでした。ハイジに出てくるような山羊が描かれたすごく可愛いパッケージで、美味しそうだなと思って買って、家に帰って開けたら真っ黒いチーズが出てきて「何やこれ? でも買うたしな」と思い、恐る恐るカットして食べてみました。それがすごく美味しくて自分が今まで生きてきた中で食べたことのない味で、すごく衝撃を受け、山羊チーズの虜になりました。そこから私の国産山羊チーズの追っかけが始まりました。



図 9: 十勝シェーブル・炭

当時は日本のチーズ工房さんも少なく、さらに山羊チーズを作っている生産者も少ないことを知ったのは数年後でした。高橋ゆかりちゃんの旦那さんが、新潟の胎内高原で胎内サントモールという山羊チーズを作っていました。そこにたどり着くまでにかなり時間がかかったのですが、それまではひたすら十勝のランランファームさんの十勝シェーブル・炭を食べていました。

明石にも高級スーパーが何軒かあって、海外のチーズもどんな物なのかと思って山羊チーズを買ってみました。家に帰って包装紙を開けたらものすごい匂いがして、とにかく臭くて、こんなチーズ食べられるのかな? と思いましたが、それなりの値段がしたのでもったいないと思ってカットして食べたら、正直美味しかったです。後になって気付いたのですが、チーズの管理がどれだけ大切か知ることになりました。

その頃、元職場の田中酒店にいたチーズ姉さんの杉岡さんが結婚して京都に行くということで引退することになりました。長男が生まれて10カ月ぐらいの時でしたが、社長に「戻ってこい」と言われて戻りました。社長に「チーズ好きやろ?」と言われて、杉岡さんが担当していたチーズの仕入と販売を担当することになりました。

チーズの知識のない私がひたすら続けたのは、食べることでした。日本のチーズだけでなく輸入チーズも、田中酒店で働いた給料の8割をチーズにつぎ込むくらい、とにかく食べ続けました。食べれば食べるほどチーズの底なし沼にはまる一方でした。田中酒店は忙しい酒屋で、信じられないくらい電話が鳴って、お客様も来ますし発送もあるので、朝から晩まで休むことのない仕事でした。そんな中でチーズを販売するのですが、忙しすぎて買ってくれるお客様にチーズのことを説明する時間がなかなかありませんでした。

田中酒店はメディアにも出ているのですが、酒屋の奥の細い通路を通して、お客様が頭を打つくらい低い扉をくぐると洞窟のような空間があって、そこで「立ち呑み処田中」という立ち飲み屋を経営しているのですが、そこで国産チーズの盛り合わせも出しています。私はチーズの仕入を担当していたので、チーズのオーダーが通ると「チーズを盛りに来い」と呼ばれて、お客様にチーズを出すのですが、とにかくむちゃくちゃ忙しい店で、もちろんマイクなどないので声が通りません。説明しようと思っても、チーズを盛って出すだけで、声も届かない。「お待たせしました」と大声で叫んでお客様に渡す作業だけで、販売時にお客様に説明できないモヤモヤが募りました。

そして8年前の2012年に「ワイン酒場 Ace」という店を、その時は旦那さんもいたので二人で店をオープンしました。Ace をオープンしたきっかけは、ここで話が出来るようなカッコいいストーリーもなくて恥ずかしいのですが、その当時は揺るがぬ決意や思いがあったわけではありません。ただ一つだけ、最初に言ったように日本のチーズを食べてもらうことだけは今も変わりなく続けています。

ちなみに、ワイン酒場 Ace のオレンジ色のロゴマークは、たぶん皆さんは分かると思いますが、ヴァランセではありません。茶臼岳です。私が大好きな茶臼岳をモデルにして、その中に Ace というロゴと、開業した年の2012年を入れ、私がチーズにはまったきっかけの山羊を乗せています。

2012年にオープンして、チーズの盛り合わせのオーダーを頂くたびに、ほとんどのお客様に「山羊は入れん」と言われます。山羊チーズ好きとしてはすごく悲しい受け入れがたい言葉です。高級スーパーで買った山羊チーズがあまりにも美味しくなかったのも、お客様たちがおっしゃる気持ちも分かりますが「とりあえず1回試してみませんか？」と説得すると「それやったら」と言って食べてくださるお客様が結構いらっやいます。

そんな中で、そういうお客様が持っているトラウマを見事に打ち砕いてくれるのが、今牧場さんの茶臼岳、松原先生の三良坂フロマージュさんの三次の鵜飼、カレ・ド・ラヴォンド・シェブルなどが本当に大人気です。山羊が嫌いな人を山羊好きにさせる魔法のチーズだと私は思っています。

それを食べたお客様が「ほんまに山羊ですか？ 山羊は臭いと思っていたけど臭くない。山羊が初めて食べられました。山羊って美味しいですね」とおっしゃるお客様が本当に多くて、そこから山羊のファンになって山羊リピーターになってくださるお客様が多くて、すごく嬉しいと思うと同時に、美味しいチーズに出会えていない方がまだまだたくさんいらっやるといふことと、日本にこんなに美味しいチーズがあることがまだまだ認知されていない現状に、日々気付かされます。

8年近くチーズに特化したお店をして、今でこそ日本チーズをめがけてうちの店にお客様が来てくださいますが、よく耳にするのが「日本にこんなチーズがあるの?」「どこで買えるの?」「ここ以外で見たことがない」。これはよく言われます。自分も15年前に日本チーズにはまって、どこに行ったら食べられるのかと思って、神戸や大阪のチーズショップにいろいろ行きましたが、1種類あるかないかの時代でした。お店の人はもちろんプロですから「何かお探しですか?」と声をかけてくださるので「日本のチーズで山羊が好きです」と言うと、逆に「日本のチーズですか? 山羊ですか? 美味しいんですか?」と衝撃的な返答をされて、ショックを受けて帰る日々を過ごしていました。

10年以上たった今でもチーズショップに買いに行くことがありますが、2, 3種類あったらいいかなという感じで、まだまだ日本のチーズをお見かけすることがないのが私の印象です。

だからこそ自分が国産チーズ専門店として立ち飲み屋をしているのですが、そんな自分の店で何が出来るのか、本当にいつも考えさせられます。私がいつもやっているのが、お客様に知ってもらう、食べてもらうということです。とにかく知って、食べてもらって、記憶してもらう。そのために自分が店でやっている取組みをいくつかお話しします。

まず、店名です。2012年当初は「ワイン酒場 Ace」でオープンしました。当初から日本チーズを扱っていましたが、1割程度は輸入チーズも置いていました。店名どおり、チーズにはワインというお客様ばかりで、その頃は自分もそうでした。まだ明石に美味しいグラスワインが飲める店が少なかったこともあって、チーズとワインというより、ワインを求めてくるお客様が大変多かったです。

チーズとワインをやればやるほど、自分が一番伝えたい日本チーズができなくなる毎日に「何してるんやろな」と悩んだ時期がありました。そんな日々の営業の中で、ある時、チーズを頼んでくれた男性のお客様が「チーズやったらワインやな」とおっしゃったので、「いやいや、実は日本酒も合うんです」とさらっと言ったら「ほな、何か日本酒ちょうだい」と言って、何気なく出した日本酒に、その男性は「日本のチーズと日本酒がこんなに合うんや」とすごく喜んでくださって、うちに来るたびに必ずチーズの盛り合わせと日本酒と一緒に頼んでくださるようになりました。

それをずっと見ていて、それをきっかけに自分の中で一つ歯車がかみ合いました。チーズだからワインではなくて、日本のチーズだから日本酒、お客様が求めるものに合わせて提供するのではなく、本当に自分が伝えたいことを伝えられる店にならないといけないと思うようになりました。

そこから「なんで日本酒?」と馬鹿にされたり「ええからワインちょうだい」と拒まれたり、店名の「ワイン酒場」と逆行することで女性のお客様が減ったりと、2人の子供を育てながら生活を維持する中で、波乱な日々が2年ほど続きました。それでも徐々に日本チーズと日本酒の組み合わせのファンになってくださるお客様が増えていき、それが商売をやっていく上での自信につながりました。

15ページの写真(編注:次ページ図 10)のような感じで、日本のチーズと日本酒を組み合わせています。ちなみにここには、今日来ていただいている新利根チーズ工房さんの勝馬蹄と白霞が写っております。

そこから自分の自信が付いて、絞り込もうと考えました。日本チーズだけを食べてもらう店にしようと、あてのメニューを減らしました。取り扱う日本酒の銘柄も絞り込みました。6周年を境に店名と看板を変えました。「ワイン酒場 Ace」から「国産チーズ酒場 Ace」とし、名刺もショップカードも作り変えて看板も変えました(編注:図 11)。看板の写真は分かりにくいので持って来ませんでしたが、このオレンジ色がそのまま看板になっているとイメージしてください。「国産チーズ酒場 Ace」に変えることによって、今まで何の店か分からなくて入らなかったお客様や、看板を変えたことで見たとおりにすぐ読めるので「国産チーズ」の文字につられて入って来てくださるお客様、SNS やフェイスブックもやっているの、店名も変えることでチーズというものが伝わりやすくなって、チーズをめがけて来てくださるお客様が本当に増えました。



図 10: 日本のチーズと日本酒

今までやってきた何かを壊すのは本当に怖くて、不安を感じる時間も長かったのですが、壊さないと進めなかった次のステージに行けた気がします。コンセプトを決め、絞り込む大切さと、先ほど片岡さんもおっしゃっていたように、どうデザインするかという重要性を強く感じました。

2018年から2年、明石だけではなく神戸、大阪、姫路方面からも、日本チーズをめがけてお客様がたくさん来店くださるようになり、日本チーズのさらなる可能性を感じるようになりました。



図 11: 店のロゴ

今の日本チーズの職人さんや日本酒蔵が、世界を見据えて技術を磨いて奮闘している中、10年後の自分をイメージした時、やはり自分は大好きな日本チーズと日本酒を伝えることを続けているだろうと思います。今よりもっともっと日本チーズと日本酒をみんなの日常に。これは最初の水門さんがなぜ商店街にチーズ屋をオープンしたのかというのと思いが共通すると思うのですが、漬物や梅干しが日本の食卓に上がるように、日本のチーズが食卓に普通に並ぶことを夢見ながら商売しています。

そんな願いと決意を込めて、今年5月に8周年になるのですが、「国産チーズ酒場 Ace」からもう少しひねりを入れるというか「発酵醸造酒場 Ace」と、益々日本チックに絞り込もうかなということで、今日は何人かにお配りしましたが、名刺も変えて参りました。5月に看板も変えます。SNS の名前も変えます。そういう感じで舵切りしていこうと思っています。

日本チーズと日本酒、それに発酵をもっと絡ませて、国産というのは日本の中に向けての言葉だと思うので、外に向けての発信も必要だということで「国産チーズ」という呼び方から「日本チーズ」に変わるのではないかなという話を聞いたので、なぜそういうことになるのかと思ったときに、やはり外側を見ているビジョンだと思うので、今から自分が携わっていきたい世界の中で、自分も舵を切らなければいけないのかなと思い、かなり悩んだ末に実行しました。

日本のイメージを記憶してもらって、リンクしやすくするために文化を取り入れるようにしています。19ページは2月上旬にフレッシュチーズ食べ比べというイベントをした時に使ったチーズの盛り合わせの写真です(編注: 図 12)。チーズより容器をご覧ください。奈良の吉野杉を使った折敷になります。奈良の吉野で、坪岡林業さんという製材所のお仕事をされている傍ら聖山というブランドを立ち上げて、吉野杉を使ったさまざまな作品を作りあげておられる方の折敷を使っています。



図 12: チーズ盛り合わせ

20ページが自分で頑張って撮った「花巴」の写真です。その隣が今牧場さんの茶臼岳です。(編注: 図 13) これには少しドラマがあります。奈良吉野にある美吉野醸造さんの「花巴 水酛純米」というお酒に、6年前に初めて出会いました。水酛というのは、生米を水に浸けて常温放置し、乳酸発酵させたお米で酒母を作り、そこからお酒を仕込むことです。



奈良・吉野
花 巴
水酛純米

+



栃木
茶臼岳
山羊チーズ

図 13: 花巴と茶臼岳

かなり衝撃的な味と香りです。最初に飲んだ時は「腐っているのかな」と思って冷蔵庫にしまいました。今まで飲んだことのない味だったので、本当にその味なのかどうかの評価も自分で出来ず、お客様に出せないからとりあえずしまおうと1回しまいました。ただ、ものすごく記憶に残っていたので、気になって次の日にもう1回飲んだら「茶臼岳やな」と何かが降りてきました。これは茶臼岳が絶対に合うと思いました。これを飲んだのは12月で、茶臼岳がシーズンオフだったので、春になって茶臼岳が出たときに、この水尻純米をもう一回買って合わせたら、それが感動的なマリージュでした。これが私の日本チーズと日本酒をマニアックに掘り下げるギアを上げることになりました。

奈良の吉野は昔から本当に雨が多くて、いまだに日本一の降雨量と言われている土地です。それだけジメジメしている土地なので、発酵文化の土地です。その発酵文化で醸される吉野のお酒には、味噌や醤油が良く合います。そこからヒントを得て、お店で出すチーズの盛り合わせに味噌を付けることがあります。味噌といえば、最初に水門さんが登壇した時に出了たスイミーという少しスキルタイプの、フロマージュ・ブランがもう少し濃密になったイメージのチーズに、少し味噌を付けて食べてもらうアレンジもします。

また、わさびが入ったもろみや、味噌とわさびが入ったもろみを合わせたり、酒粕を合わせたりします。最近ハマっているのは、スパイスもできるだけ日本産に絞り込むことで、わさびや山椒といった和のスパイスを合わせます。おとしの年末には、さらにもう一步踏み込んで面白いと思ったのが、カカオです。皆さんご存じのチョコレートの原料ですが、チョコレートが発酵食品だということは、カカオに携わっている丈池武志君と出会って初めて教えていただきました。

日本チーズと日本酒を合わせる時には、土地のチーズに土地の日本酒を合わせることをできる限り意識するようにしています。例えば、うちのメイン酒蔵の一つに長野の大信州酒造がありますが、長野のチーズに長野の日本酒ということで、開田高原アイスクリーム工房の斎藤さんのクリームチーズに、大信州酒造の大信州。ここから一步踏み込んで、長野といえば水がきれいでわさびが有名ですから、開田高原さんのクリームチーズに、長野のお漬物屋さんから取り寄せたもろみ味噌わさびを載せて、それに大信州を合わせていただくとか、2年前からかなり大ブレイクしているのが、大信州の大吟醸の酒粕に、アトリエ・ド・フロマージュさんのブルーチーズを自分で漬けて込んで出して、それに大信州を合わせるというのがかなり反響があります。日本酒が止まらない、危険な味わいになるわけです。

先ほどから、チーズのイベントなのに日本酒のことばかり言っていてすみません。ワインとチーズはもちろん美味しいのですが、うちの店ではチーズに日本酒をかなりおすすめするようにしています。日本の風土で、日本人が作っているチーズを食べれば食べるほど、私は日本酒が飲みたくなります。その組み合わせの方が腑に落ちていただけるというか、衝撃的なのか、お客様のリピート率が完全に高いです。ワインと合わせていただくよりも、チーズと日本酒を合わせていただいた方がお客様の反応が良くてリピート率が高いので、それに絞り込むことにしております。

日本のチーズと合わせていただく時に、また違うご提案があります。燗、温めたお酒です。チーズですが、食べる時の温度がとても大切だと思います。日本酒もチーズも温度ですごく表情が変わると思います。冷たいお酒に合わせる時と、燗に合わせる時の味や香りを知ってもらうことで、より深く日本チーズと日本酒の楽しさを感じていただけたと思います。

温度でいえば、先日、あらためて大切だと気付かされたのですが、33ページは先ほど言っていた折敷のフレッシュチーズイベントのポップ(編注:図 14)ですが、「フレッシュチーズ食べ比べ」というとにかくリスクなイベントをやりました。見てもらったら分かるように、モッツアレラとリコッタを3種類ずつ出しました。モッツアレラが長崎佐世保の里村さん、東京八丈島の魚谷さん、先ほどのお話にも出ていた白糠酪恵舎の井ノ口先生。リコッタが渋谷チーズスタンドさんの藤川君、八丈島の魚谷さん、井ノ口先生。こちらの6種類のフレッシュチーズの食べ比べイベントをさせていただきました。

去年の夏にもモッツアレラだけ5、6種類の食べ比べイベントをやったのですが、自分が思っているより好評だったのと、やったのが夏だったので、冬のミルクのチーズも食べてみたいという声がいくつかあったので、自分も食べてみたいし、面白そうだと思って、よりもよって2月という恐ろしい時期に決行いたしました。

そこまでして押し切ったのは、やはり日本チーズのレベルの高さを知ってほしいと思ったからです。何十年も輸入チーズに携わっているプロの方でも、日本チーズのフレッシュチーズを食べていただくと、うなりながら「美味しい」とおっしゃいます。そんなプロの方をうならせる日本のフレッシュチーズは、チーズが好きな方でも、チーズが苦手な方でも、とにかく受け入れやすいチーズナンバーワンが、ピザの上の溶けたチーズと同じレベルでフレッシュチーズだと、私は日々業務をしていて感じます。

フレッシュチーズのレベルの高さと同時に、先日の食べ比べイベントでお客様が驚かれていたのが、チーズを常温で食べることでした。できる限り、30分から1時間、室温に置いたチーズを盛り合わせに使うようにしました。それをする事によって、今まで知らなかったチーズの新たな表情に気付いてもらえるきっかけづくりができたと思います。

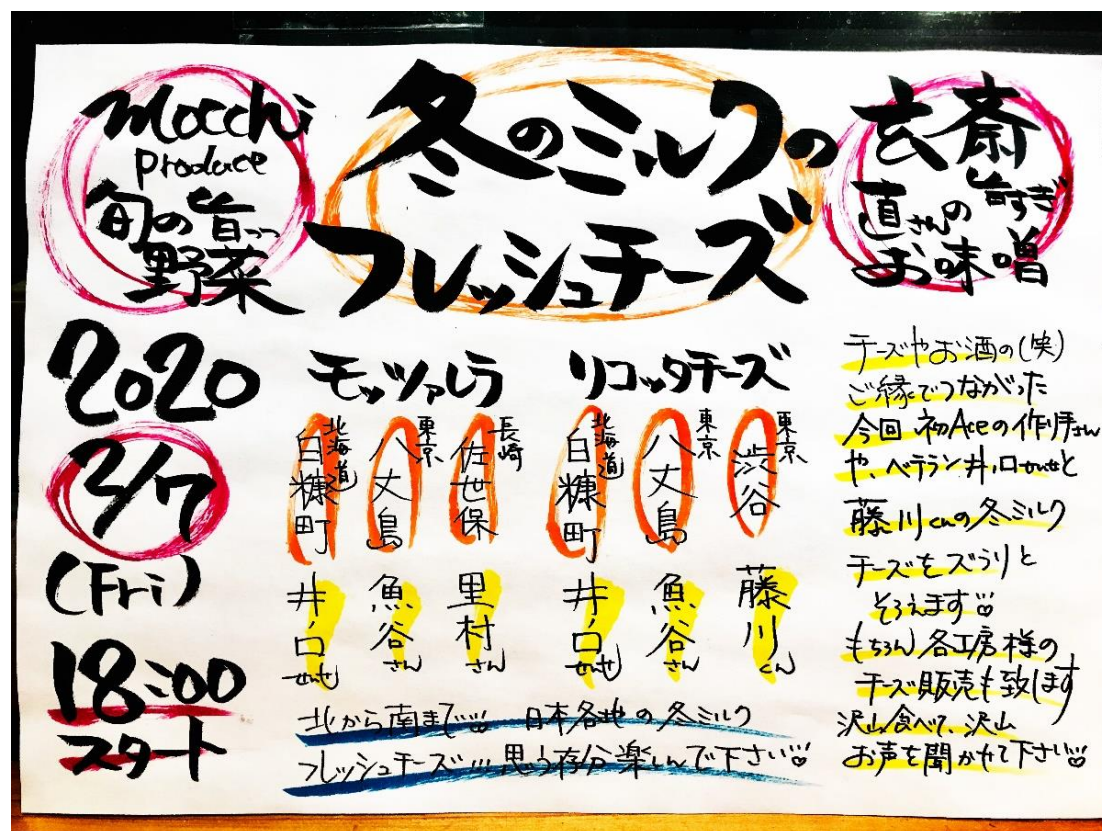


図 14: フレッシュチーズイベントのポップ

実は自分も少し前までそうだったのですが、特にフレッシュチーズを常温で食べるのは型破りな感じがするようです。でも、食べたお客様は、口に入れた時にすごく驚かれていたのが印象的でした。室温になったモッツァレラとリコッタの香り、甘み、うまみがしっかり感じていただけたような気がします。

店でいろいろなイベントをするのですが、もう一つ試みていることがあります。日本酒イベントに日本のチーズを絡ませるということです。日本酒は長野の大信州と、奈良吉野の花巴、もう一つ、奈良香芝の大倉の三銘柄を、うちの三本柱の酒蔵にしております。その酒蔵さんの方を年1回程度店に招いてお酒の会を行う中で、34ページ(編注:図 15)はもうだいぶ前のものなので、自分もこんなことをしたんだなと思っているのですが、とにかくチーズを食べてもらうという感じでメニューを構成します。

35ページ(編注:次ページ図 16)が大倉です。お酒はすごく美味しいのですが、とんでもない兄さんが作っています。ピンク杜氏と言われているのですが、酒の会の時に恐ろしいぐらい下ネタばかり話す男です。

長野の大信州さんは、すごくピッチとした吟醸蔵の酒蔵さんです。花巴と大倉が山廃の純米酒が多いのに対して、大信州さんは速醸で、あとは純米吟醸、純米大吟醸ばかり作って、純米に関しては1種類だけの、吟醸メインの酒蔵さんです。

チーズのメニューは、できるだけ旬の食材と組み合わせたり、ソースやちょっとしたアクセントに使ったり、普段の食卓でも気軽に再現してもらえるメニューをイメージして作ります。日本酒イベントに絡ませることによって、チーズを目がけてくるお客様だけではなく日本酒を目がけてくるお客様にも、日本チーズを食べて知ってもらうきっかけになっています。

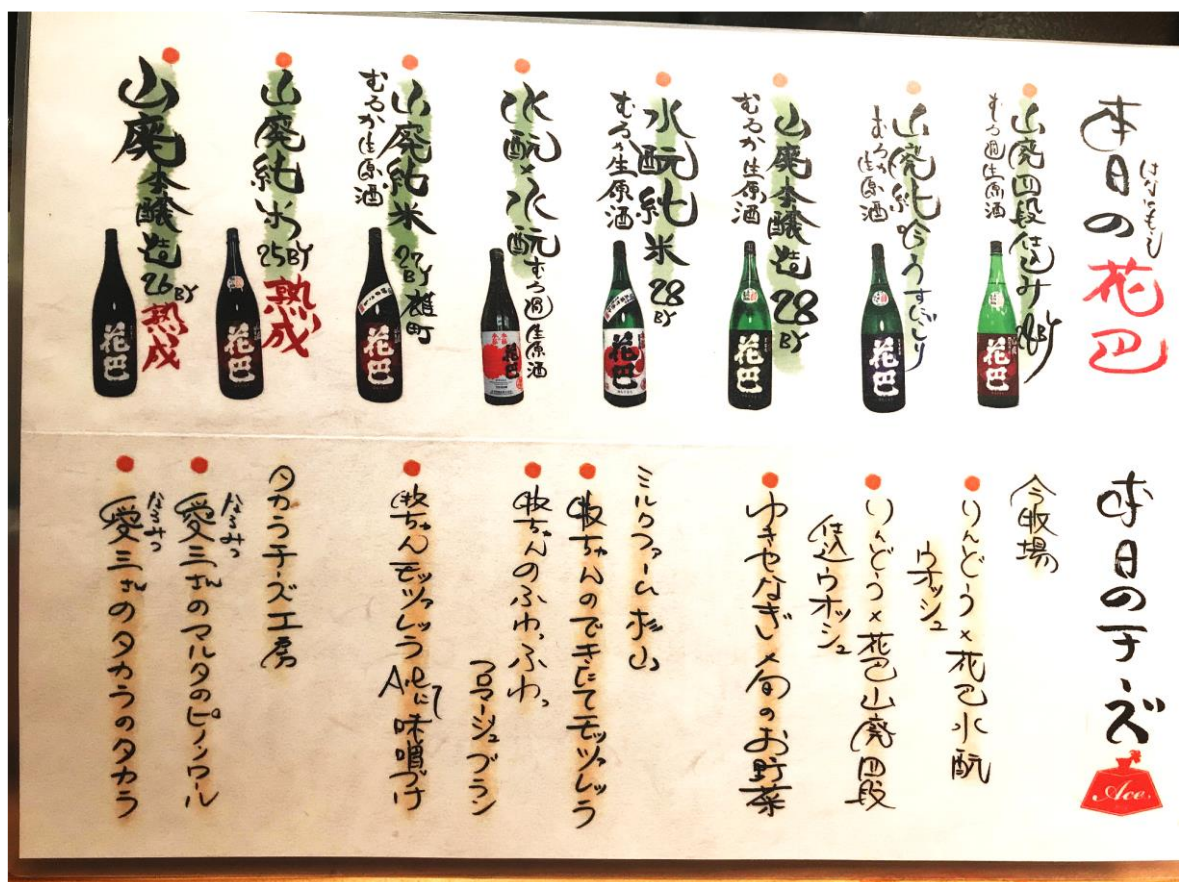


図 15: 日本酒とチーズのメニュー表



図 16: 大倉氏

そして、今年2月から新たにスタートさせたことが、買ってもらうことです。2020年、Ace9年目を迎えます。8年かけて、チーズをめがけて食べに来てくださるお客様を少しずつ増やせた手応えはあります。これからも日本チーズを一人でも多くのお客様に楽しんでいただくために「食べて、知ってもらう」にもう一步プラスして「買ってもらう」につながるツールとして、販売用の冷蔵庫を導入しました。息子の4月からの中学校の制服代を忘れて、チーズ用の冷蔵庫を買ってしまいました(笑)。えらいこっちゃと思って、お客様には制服基金と称して「もう一杯飲んでください」と呼びかけているのですが、まだまだ頑張っています。

12, 3人でいっぱいになる小さな店なので、どこに置こうか悩んだのですが、そこしかなかったのも、扉を開けてすぐ左にチーズの冷蔵庫を置きました。スミエーさんと同じ感じなのですが、食べて飲みに来てもらうお客様だけでなく、チーズだけ買いたい人もきつというので、そういう人も入りやすく買いやすいだろうと思って、そのポジションに置きました。

思った以上にチーズを買いに来てくれるお客様がいらっしやって、これからももちろん店頭告知で、不器用ながらやっているインスタグラムやフェイスブックなどの投稿でもいろいろと活用していこうと思っているので、その効果が今から楽しみです。

チーズをお客様に伝え、売る側の立場として、チーズショップでの販売経験もなく、チーズプロフェッショナルでもありません。悩んだ時もありましたが、たくさんのお客様とチーズを通して会話する中で、何の資格も経歴もないからこそ、お客様目線に近い売り手なのかなと感じたりもします。

私はチーズも日本酒も作れなくて、だからこそ作り手さんを尊敬しています。昨年秋に、白糠酪恵舎の井ノ口さんと、三良坂フロマージュの松原さんが店に来てくださって、うちの日本チーズを愛するお客様を交えて、いろいろお話をさせていただきました。帰り際に井ノ口さんが言いました。「一つだけ君が間違っていることがある。作り手、売り手、食べ手は、みんな同じライン上にいる。だから、作り手を神のように扱う必要もないし、遠慮することはない」。飲んで食べて3時間くらいの短い中で井ノ口さんは何かを感じたようで、最後にそれを言われて、すごく印象的でした。

昨年末には神戸のチーズイベントに、あしょろチーズ工房の鈴長さんが来てくださって、夜の飲み会でこれからの国産チーズの話をすごく熱く語らせていただきました。その中で、鈴長さんと私の思いの根底は同じでした。それは、とにかくお客様に喜んでもらうことです。そのために自分が出来ること、すべきことは何だろうと考えました。資格もショップ経験もないけれど、私には日本チーズと日本酒の二つの方向からの伝え方があって、とにかくもっとそこを掘り下げて伝え続ける大切さ、それが今の自分に出来ることだと思います。

今まで通り、でも今までよりも深く、作り手さんと向き合い、その思いと美味しさをお客様に伝えられる売り手であると同時に、何より日本チーズの大ファンであり続けたいと思います。ファンであり、ファンを増やし、知って、食べて、買ってもらえる循環を作れる店になって、日本チーズの礎の一部になることが私の目標です。

長くなりましたが、最後に、日本チーズの作り手さんに心からの敬意を表し、日々の感謝を申し上げます。ご清聴ありがとうございました。

【パネルディスカッション】

国産チーズの魅力とこれから ～女性の視点から～

フリーアナウンサー・農業ジャーナリスト 小谷あゆみ



NHK E テレ「ハートネット TV 介護百人一首」司会、農林水産省 食糧農業農村政策審議会畜産部会委員ほか、フードアクションニッポン・国産応援 FAN バサダー。

兵庫県生まれ、高知県育ち。関西大学文学部卒業。石川テレビ放送アナウンサーを経て、2003年からフリー。野菜をつくる「ベジアナ」として、食の当事者になり、農をリスペクトする社会、都市と農村のフェアな関係、生産と消費が互いを応援しあう持続可能な食を目指し、取材、講演・執筆活動を行う。

[小谷]ここからは皆さんとパネルディスカッションということでお願いします。

女子力という、お昼に打合せしながら突っ込み合っていたのですが、皆さんも4人のお話を聞いて十分に面白さを感じられたと思います。面白かったですね。それぞれの皆さんの人生そのものと思いました。

水門輝美さんのスイミー牛乳店は、商店街でやるということを最初から思われていたと朴訥な感じで話しているようで、めちゃくちゃ戦略的だと思いました。4人の皆さんに共通していたのですが、今のお立場になるまでのそれぞれの経験、社会経験や研修も含め、いろいろな側面からチーズを見てこられた結果、今はこのように自分の生き方あるいは営み方をしているという感じがしました。

女性という切り口が今回のテーマになっているのですが、一つ私が忘れないうちに自分の感想を申し上げますと、女性の力というのは生活者であるということだと思いました。別に男女の差別ではないのですが、どうしても男性は、国産チーズはどうやったら売れるだろうかという話になりがちですが、売っていこうという話より、特に日常という話が水門さんと鈴木みどりさんの話にありましたが、むしろブランディングせず、日常化させて、常習化させて、麻薬化させて(笑)、生活の中、暮らしの中から日本チーズが離れられないような、じわじわと来るような刷り込みというのでしょうか、母の刷り込み力というものを感じました。

皆さんから質問もたくさん頂きました。全てにはお答えできないと思いますが、ここからは質問に答えていくことと、最初にいくつか大きなテーマで伺いたいと思います。

女性としての切り口を今回はテーマにしていますので、ゆかりさんから、女性ならではのメリットとデメリットを。先ほども山羊チーズ、牛チーズを夫婦で分担しているお話、それから片岡さんのお話にもありましたが、力仕事であることを含めて、そして私が「おお」と驚いたのは、前日まで仕込みをして出産に入ったことなど、それだけではないですが、改めて女性でありチーズ職人であることについて少し追加でお願いしたいと思います。

[高橋]分業制にすることで、喧嘩が減ります(笑)。私は山羊チーズが作れないので、私が出来ないなら夫がやるしかないし、夫は牛のチーズが作れないから私が作るということで確実に交わらないようにしています。

結構、皆さんご存じの通りなのですが、夫は外に営業に出ているので、工房に残される私が山羊チーズを作っているだろうと思われるのですが、夫はその日の仕事は全部自分で終わらせてから出張に出るので、私が手伝うことはなく「あの時ああやっただろう。お前のせいでこうなった」ということはありません。

[小谷]料理もしてくれるし、お互い自立しているし、いいことばかりなので、あえて意地悪な質問をしますが、何か問題点を感じているなら今ここでお願いします。そんなに完璧な夫ですか？(笑)

[高橋]まだ工房が始まってから8年目で、子供も小さいし、一緒に研修に行くことがなかなか出来ません。例えば海外研修に行くといっても、二人で同じものと同じように見てきたら二人で同じ知識が増えるのですが、一人が行って帰ってきて、あれが良かった、これが良かったと言われても、ちょっと意味が分からないということがあったりします。同じものを一緒に見たいということはすごくあるので、もっと稼いでもらって人を雇えるようにしてもらって、一緒に研修に出られるようにしたいと思います。

[小谷]なんだか素敵ですね。文句のようで結局一緒に行きたいという話でした(笑)。私も畜産の女性のシンポジウムにいろいろ出るのですが、夫婦で同じ物を見に行っても視点が違うから、夫は別の所を見ているけど、女性はトイレを見ていたり、夫婦で行かれることはすごく良いことですね。はい、頑張ってください(笑)。

今度は水門さんに、女性として、チーズ職人として感じていることを教えてください。

[水門]このパンフレットが出来た時「えらいことになってもうたな。女子力って何なん？」と思いまして。これを求められても話すことは何もないと思ったんです。完全に一人で作って接客もして、全部一人で完結していますので、お客様は女子として扱うわけもなく、変わったことをしている人だなというカテゴリーに組み込まれている感じです。特に自分でもそこを強く意識することはないですし、美味しい物を作れたらどちらでもいいじゃん、みたいな感じです。

「これがもしかしたら女子力かも」と思うところを無理やり引っ張り出すとしたら、一人で資金をバンと入れてやり始めたわけですが、覚悟したら腹をくぐるということぐらいでしょうか。その辺はもしかしたら女子特有のことなのかもしれないですが、「あかんかったら、その時によそで働こう」という、店を1回やったということすら踏み台にして、よそで働こうと思って始めたという、その腹のくくり方は、もしかしたら女性特有かもしれません。

[小谷]会場から拍手が(笑)。そうですね。最初は売れないと思ったけど、自分が作りたい物をという覚悟をとて感じました。

そして今度は全然違う、企業というお立場で、スケールも違いますが、片岡さんが女性としてお感じになることをお願いします。

[片岡]確かに今の水門さんのお話のように、女は男より強いですね。私は今、私の息子が孫になるぐらい若い男の子とチーズを製造しています。私自身も孫が2人いて、私のことはおばあちゃんとは呼ばず“ミーミー”と言うのですが、「ミーミーはチーズの病気だね」と言われます。「美味しいチーズまた食べさせてね」と言われた時に、続けていて良かったと思います。

普通はもう引退して、孫の面倒を見たりお茶を飲みに行ったりする歳ですが、私自身がチーズに出会ったのが人生の後半でしたので、今まさにチーズに向かって走っています。若い男の子とチーズを作っている時は必死で、大きな重たい物も平気で持ちます。でも家に帰るとやはりこの歳なので、腰が痛いとか肩が痛いとか、起き上がるのもやっという感じで、目も老眼だし耳も遠くなるし、そういったところを隠しながら働いて「女だから持てないから持って」とは言わずに働いています。女のいい意味での図々しさかと思うこともあります。

女も男も関係なく、好きなことがあれば頑張りが利くのではないかと思います。歳のことばかり言って申し訳ないのですが、やはりこういうチャンスをもらった今の会社に感謝しています。

[小谷]片岡さん、ありがとうございます。

それではここからは、パネラーへの質問用紙をたくさんいただいていますので、全員の分は答えできないかもしれませんが、しばらく答えていただきたいと思います。

まずは、国産チーズ酒場 Ace の鈴木みどりさんへ、二つの質問をピックアップしました。「夏の時期、日本酒よりビールになるような時期のチーズ需要が減るイメージがある時は、どう工夫をされていますか？」ということが一つ。「おすすめの『十勝シェーブブル・炭』はどんな味でしたか？ どんなところが好きだと思いましたか？」ということです。まず、夏の時期についてお願いします。

[鈴木]確かに夏になると日本酒需要が減ります。ビールやチューハイ、ハイボールをちょうだいと言われるので、それを踏まえてチーズのラインナップも少し変えます。

普段はモッツアレラやリコッタは、賞味期限の問題もあるので多くは入れないようにしますが、夏になるとやはりすっきりした炭酸が効いたご注文が多くなるので、モッツアレラやリコッタを増やして、なおかつモッツアレラも自分でたまり漬けにしたりして、1杯目はビールやチューハイ、ハイボールで合わせていただいて、2杯目には「こういうパターンもあるので次は日本酒でどうですか？」と振ったり、ビールに合うようなスパイスが入っているチーズにしたりします。

三良坂フロマージュさんにカネストラートペペロンチーノという汗が出るくらい辛い熟成チーズがあります。ブラウンスイスと山羊を混入したタイプと、ブラウンスイスだけで作っている物、山羊だけで作っているゴーダのような熟成感がしっかりしたタイプの物があるのですが、ビールやハイボールにも合わせやすいです。やはり男性が多く、辛い物もいける方が多いので、変化球のチーズを入れたりして対応するようにしています。

[小谷]ありがとうございます。もう一つは「十勝シェーブブル・炭」の感想です。

[鈴木]25, 6の時に山羊チーズを食べたのが、そもそも自分が生きてきた中で初めてだったので、まず山羊乳でチーズが出来ることの衝撃です。「どんな味がするんやろう？ 山羊チーズって何やねん。しかも日本で作ってるんや」という衝撃から入って、獣臭いと言われるんですが、私は食べても全く感じなくて、よくお客様は「絹糸のような食感」と言っています。本当にさらっと溶けていくような食感が衝撃的で「これは何だろう？」と思って、ほかに何を食べてもこんな感覚はないのに、これは何なんだろう？ という衝撃でした。

最初買った時は若めだったので、酸味がまだありました。それが日にちを追うごとに、その酸味が旨味に変わっていく変化がすごく面白くて山羊チーズにはまりました。

[小谷]ありがとうございます。司会をしてくださっている CPA の坂上さんも、国産チーズと日本酒の合わせ方を提案されたり、山羊のそういう個性が逆に日本酒と合う、お店の名前まで「発酵」に変えられて、それこそ覚悟のお話を伺いました。

では順番に、ゆかりさんに質問します。複数の方から伺っている質問で、私も思ったことなのですが、修行中の「忍耐」がキーワードとして皆さんに残っているそうです。「忍耐とはどれぐらいだったのですか？ 具体的に何がつらかったのですか？」ということについてお願いします。

[高橋]酪恵舎の時に、当時は井ノ口さんも40半ばで若くて、チーズ業界で一番おっかない人と言われていて、共働学舎で2年間やってから行ったので、ちょっとは仕事できるかな、使ってもらえるかなと思ったのですが、こてんぱんに怒られました。今でこそ井ノ口さんも優しくなってきたのですが、あの当時は「あそこでやっていけるの？ 大丈夫なの？ すごくおっかないところだよ」と言われながら行きました。でも自分の甘えがすごくあって、体力的にも20代前半だからいけるかなと思ったのですが、毎日20kg のバケツで300kg のミルクを運んでバットに移して製造をスタートするのですが、井ノ口さんと二人しかいないから、とにかく自分がやるしかないし、製造が一段落してからバットを洗うのですが、熱湯で洗剤をすぐのに80℃ぐらいのお湯を使うので、すごく熱かったです。製造室もそんなに大きくないので暑いし、疲れるし、本当に大変だと思っていたのですが「頑張ればいいことあるよ」とパートさんたちから励ましを頂きながら毎日やっていました。

井ノ口さんに精神的にすごく守られていたことに、辞めてから気付くことがたくさんあって、すごく勉強になったということと、厳しくしてもらったからこそ、立ち上げの時、今度は自分でやるから精神的にも体力的にも大変で、子供もいるしという中でもやってこられたのは、あの時の2年間があったからかなと思います。その経験があったからこそ今があると思って、すごく感謝しています。

[小谷]スライドの最後に「弟子として認めます」という表彰状がありましたが、本当に師弟というか、良い師匠をお持ちになったのだなということがよく分かりました。コメントでは「サポートに回るのではなく自分自身が、という言葉が印象的でした。共感しました」と頂いています。

では、ゆかりさんにはまた後で伺うことにして、片岡さんに移りたいと思います。複数の方から、ストラッキーノについて質問が来ています。「普及するためにどのようなことをしていますか？」「イタリア人がよく食べているからという理由だけでストラッキーノを作ろうと思ったのですか？」などのストラッキーノを作ろうと思った理由、「お客様の反応が知りたい」という辺りでしょうか。ストラッキーノについて、もう少しお願いします。

[片岡]なぜストラッキーノを入れたかといいますと、以前、東京で働いていた会社ではイタリアチーズを自分で選んで輸入していて、その中にストラッキーノを入れたのです。なぜかという、ストラッキーノは個人的に好きなチーズで、夏の暑い時期に少し辛いルッコラやトマトとオリーブオイルをかけて食べると、酸味があって喉ごしが良くて好きなチーズの一つだったからです。

それと、輸入が非常に難しいということがあります。輸入してお店に着いた時にはもう賞味期限が2日か3日しかなく、パッケージを開けると蒸れた臭いがするといったことの繰り返しでした。ストラッキーノを作ってみて思うのですが、本当にデリケートなチーズです。これは乳酸発酵して調整しているのですが、その発酵は温度や気温によって行き過ぎたり足りなかったりと、すぐにダメージを受けます。こういうチーズは国内で作るしかないという思いからストラッキーノを作りました。

ストラッキーノは柔らかくて「わらび餅のような食感」と表現しています。表皮があって、触るとポヨンとして、型から出してお皿に置くと、その型がやっと形を保っているぐらいの柔らかさになるように製造しています。

企業の中で作るチーズは全部、モッツァレラ、リコッタ、ブッラータのようなフレッシュチーズです。私は個人的には発酵や熟成したタイプが好きなので、抵抗というか、発酵ぐらいならいいんじゃない？という感じで、このチーズを入れさせてもらいました。

イタリアンのシェフもストラッキーノをご存じの方は少ないし、ましてや一般のお客様にはなかなか知られていません。販売する時に必ず試食していただくのですが、食べ方の提案もしています。時間はかかりますが、例えばストラッキーノをカップに入れて最初はそのまま食べてもらって、次は蜂蜜で食べてみて、次はオリーブオイルで食べてみてという感じでお出しすると、そのチーズの持っている酸味のイメージがガラッと変わります。非常に面白いチーズで、甘くてもおいしい、スパイシーなオリーブオイルが酸味を引き立てるといった面白さもあるので売れています。

子供が好きなヨーグルトのような酸味もあるし、大人の方には白ワインだけではなく意外と赤ワインにも合うので、例えばオリーブオイルをかけて南イタリアの赤ワインに合わせることもできます。そういったことも含めていろいろと説明をしながら販売していくと、お客様も納得して購入につながるのではないかと思います。

[小谷]お客様の感想はどうですか？

[片岡]「え、何これ？」という感じです。「美味しい」という意味です。最初はストラッキーノをそのまま食べると酸味があります。オリーブオイルをかけると「え？全然違う」。蜂蜜をかけると「これも美味しい」という反応です。

[小谷]ストラッキーノを気に入るお客様の層はどうですか？

[片岡]対面販売するのは田園プラザ川場に来られる方だけです。お客様は本当にチーズのことを知らない、モッツァレラは知っているけどあとはあまり知らないというお客様が多いです。もちろんウォッシュやブルーやハードタイプがお好きな方もいらっしゃいますし、うちのチーズを食べて「こんなのチーズじゃないわ」というお客様もいらっしゃいます。でもストラッキーノを食べると「これはチーズらしいわね」といった感想をいただきます。でもデリケートで、非常に難しいチーズです。

[小谷]対面で説明も試食もされて、丁寧に時間をかけてというお話がありましたが、いわゆる客層、ターゲットはこんな人だというよりは、それぞれということでしょうか。

[片岡]そうですね。あとは商社を通してレストランに卸しているのですが、関西や関東のレストランを回ってシェフといろいろ話をして「このチーズはどうか？」とプレゼンするのですが、なぜか関西でストラッキーノが受け入れられてシェフに人気があります。料理に使っていただいています。

[小谷]皆さんの作っている物の、いわゆるファンというかターゲットに層や特徴があるならば伺いたいと思います。全員に伺いたいので覚えておいてください。

水門さんは先ほど、神戸三宮から2駅という、街の中だけどショッピングに行くエリアというよりは住んでいるエリアで、しかも食文化の理解が深い人たちで、知識よりも自分の舌で判断するとおっしゃっていました。

水門さんはワールドチーズアワードで審査員をされていたということで「日本のチーズを持っていく時の注意点はありますか？」という質問が来ています。「日本ではこのような物が好まれるが世界では、という特徴や傾向があったら教えてください」という質問もあります。

[水門]ワールドチーズアワードは年1回11月頃に行われる世界規模の大会で、約3千個のチーズが世界から集まり、トップを決めようというのがそもそもの純粋な目的です。1日で3千個の中から一つに絞り込むのに、3回の予選を勝ち抜いて最後に16個を集めて頂点を決めます。その絞り込む作業に審査員200名が世界から集まります。

3年目ぐらいに気付いたのですが、トップになるチーズは、めちゃめちゃ美味しいか印象に残るかというより、マイナス要素がない物でした。両極端に好みが分かれるというよりは、非の打ちどころがない美味しいチーズというのが勝ち上がってきていると思いました。

一つそれで面白かったのが、その後で審査員のロンドンのチーズショップの人と話していたのですが「このアワードで例えばトップ16に入ったら売上げは上がるのですか？」と聞いたところ「そうでもない」ということを言っていたので「アワードってそういうものなのか」と思いました。一時的にはポンと上がるようなのですが、チーズショップに買いに来る人は、例えば「今日はブルーチーズを買いに行こう」と決めて買いに来ている人が、アワードでトップを取ったからといってそちらに流れることはあまりないとおっしゃっていました。どちらかというと、生産者にとっては自分の指標を見つけられる場なのかなと思いました。

3千個のチーズを200人で選ぶという、なかなか無茶な話だと思われるかもしれませんが、本当に面白かったことがあります。最後のトップ16の中で3次決勝を行うのですが、同じ点数で2個1位ということがあって、どちらもブルーチーズでした。決勝のさらに決勝を行ったら、1点差で片方のブルーチーズが勝ちました。ふたを開けてみたら、その二つのチーズは同じチーズでした。

そのブルーチーズの製造者は、違うカテゴリーで2つエントリーしていたのです。エントリーフィーさえ払えば別のカテゴリーでエントリーすることができるので、ブルーチーズなんか部門と、もう一つ別のカテゴリーでエントリーしていたのです。それが全然違うテーブルの審査でまず1番になって、2次審査でも1番になって、3次審査でも同じ点数だった、最後が1点だけ違ったということを目の当たりにした時、ざくっとやっているように見えて案外このコンテストは信用性があるなと思ったのが印象です。

[小谷]なるほど、そうですね。ブラインドですものね。もう一つだけ、スイミー牛乳店というチーズ店や、チーズ工房ではなく「牛乳店」という店名について、何人も質問されていますのでお願いします。

[水門]名前ですね。なぜ「牛乳店」と付けたかという、店名を名付けないと駄目なので、最初、横文字はやめようと思ったんです。フロマージュリーなんかとか、そういうのをやめようと思ったのは、ここは日本だということと、宇治川でそういう横文字を付けたら完全に無視されると思ったからです。だから、誰もが読める平仮名か片仮名か漢字を付けないと、と思ったのがまず一つ、自分の好みもそうであったということが一つです。

チーズ屋やヨーグルト屋とくると、経営を考えた時に例えば何かでこけたときに店名も変えないといけないなと思って、少し遊びを持たせたという感じです。

[小谷]今、ヨーグルトとチーズが8対2とおっしゃっていましたよね？

[水門]そうです。もしかしたら両方駄目で、3年目はバター屋をやっているかもしれないとなった時に、広く名前を付けた方が保険が利くと思いました。

乳製品製造業の許可を取ったら、作れる種類はチーズやヨーグルトだけでなく、いくつかの種類があります。作らなかったのはチーズとヨーグルトだったので、ヨーグルト・チーズ製造所では長いなと思いました。

それから、うちのロゴにもなっているのですが「SWIMMY'S DAIRY」と横文字で書いた時の DAIRY をどう訳すか考えました。普通はどう訳しますか。製造所や製造販売所みたいな意味になりますよね。それも硬いなと思いました。うちの商店街を見た時に、〇〇鮮魚店という、お名前プラス専門分野のお名前という組み合わせで皆さん名付けていらっしまったので、「じゃあ、うちは牛乳屋でいこうかな」という安易な考え。

ただ、このズレ方がお客様には惹かれるみたいです。宇治川でチーズ屋というのと同じぐらい、ヨーグルトとチーズを作っているのに牛乳店というズレ具合が「ひねくれているなこいつ」という感じで喜んでくれています。

[小谷]宇治川の商店街の人に愛されるということをすごく感じました。スイミーというのは、レオ・レオニ作の魚のお話の絵本も含めているというお話もありました。

今日はチーズ工房の生産者の方が何人も来られています。せっかくですので逆指名で、世羅高原ファームランド「ジェラート工房 Donna」の岡田恵さん、質問でもいいですし、感想でもいいですし、同じ生産者のお立場から一言お願いしたいと思います。

[岡田]広島県から来ました。今、水門さんが言われていたように、うちは逆に幅を持たせなかったのですが、今チーズを始めるところなのですが、ジェラート工房 Donna といいます。アイスクリームを作って約20年で、新たにこの3月ぐらいからチーズを商品化するというので、ここに参加させてもらっています。私は去年、ちょうど片岡さんのところの若い男の子のパートナーと一緒に蔵王で1週間研修をして今に至ります。

今日は蔵王の方から「後で逆指名するよ」と言われたので、4名の方のお話を伺いながら、ずっと質問を考えていたのですが、私が考える質問には全部答えてくださっていたので、質問はありません(笑)。

私が一番悩んでいることは、チーズは今日の明日では作れないじゃないですか。普通の会社であれば、例えば「コピー取ってね」「お茶淹れてね」というのは今日の明日でできるかもしれませんが、チーズはある程度知識がないと、なぜこれをやっているのかが分からないからバルブ操作を間違えてしまったり、入れるタイミングを間違えたりということがあると思います。水門さんは一人でやられているということで伺いたいのですが、製造のパートナーなどは考えていらっしゃいますか？

[水門]ありがとうございます。ワンオペですけれども、ということですね。当初、実は一人ではやれると思っていませんでした。1.5 人か、2人体制でやれたらいいなと思って始めたのですが、今2年目で、一人でやることで落ち着いているのですが、一つは経営を考えると人件費がものすごく大きくなるので、今はまだそこまで考えられない段階です。自分のことなら考えなくていいので、固定費でいうと家賃と水道光熱費と、購入原料は必ずかかるものとしてありますが、人件費を考えることになると今の状況ではその方の人生まで背負える状況ではないという判断でやってきたという感じです。

今のところ一人で製造できる体力が持つ範囲内での製造をして、きれいにはけていくという状況なので、しばらくはこのままやっていきます。人件費の面が一番大きな理由になります。ただ、今後どうするかというのは3年目を超えてから考えたらいいかなぐらいで、とりあえず3年は店を持たせてみようと思います。

製造はどうしても一人でしかできない状況だったので、販売をどなたか営業時間内に立ってくださる人を、アルバイトさんでも来てくれたらいいという意味で 1.5 人と思っていたのですが、お客様は、うちの商品のヨーグルト、チーズだけではなく、ある意味、私にちょっかいを出しに来ている人が下町なので何人もいて、逆にすごく喋りかけてくれるのですが、次のお客様が来るまでずっと喋り続けているような正月番組みたいな感じになっています。その分、奥での製造は進まなくなりますが、これもおそらく、売るには一つの重要な要素になっているのだらうと思って、なんとなく途中からスナック・スイミーのような状態になっています(笑)。たぶん、ここを変えたら来てくれなくなるお客様もいらっしゃると思います。

そういう二つの理由で、今はワンオペで回しています。積極的に一人でやるぞと思ったわけではないです。

[小谷]ありがとうございます。まだ2年目ということで、私もお話を伺っていて、商店街の豆腐屋さんを思い出しました。今はシャッター街になっているけれど、宇治川に住んでいる人は大型スーパーとの使い分けをしているという、その一つを担っているということでした。

残り時間が少なくなってきましたので、ゆかりさんに先ほど伺いそびれた質問をしたいと思います。

「チーズ工場の経営面で、安定した経営を行うためにどのようなことを心がけているか?」、そして「酪農はどなたが継いでいるのか?」ご家族が酪農をされて、その乳を使ってチーズを作るという関係性やメリットについて、まとめてお願いします。

[高橋]酪農はまだ両親がやっています。あと2年ぐらいかけて兄に引き継ぐのかなと思っています。

うちのミルクを使ってチーズを作るメリットは、来ていただいた方は分かると思うのですが、搾乳室の隣にチーズ工場があります。道路に面していない、かなり入った所なのですが、パイプラインでミルクを工場に送っています。朝、搾乳と同時に製造が始まるような感じです。ミルクをパイプラインで送ることによって、ポンプで落差を使ってチーズ工場に運ぶので、どうしても1回上げることはあるのですが、その後は空気に触れずに緩やかにミルクが入ってくるので、衛生的にも新鮮なミルクでチーズ作りがスタートできます。

また、いつも搾乳しているスタッフが牛を選んでくれます。いい牛が入ってきた時に、チーズ用にミルクを取れるような時間でしっかりと牛を調整してくれているので、その辺も質の高いチーズ作りに向いているように思います。酪農家ならではのことができていると思います。

安定した経営は、チーズ作りにおいては一定以上の品質を必ず保たなければいけないと思っています。そのために自分たちが努力することは、海外研修もそうですが、フランス人のチーズの先生が毎年2回ぐらい日本に来て教えてくれているのですが、その時に通訳代や交通費など結構お金がかかるので、お呼びする各チーズ工房で割って払うのですが、その時に工房に来て設備を見てもらって、ミルクを見てもらって、チーズ作りを見てもらって、改善しています。技術を高めるという意味でも、そのような努力は必要だと思います。自分たちが海外に行って製造を見るのも良いですが、使っている道具も規模も全然違うので、自分のところに来てもらってしっかりと教えてもらったほうが技術が向上し、ロスが減って、捨てるチーズ、自家用に回すチーズが少なくなると思います。

[小谷]ありがとうございます。もう1つ「個人で工房を始める時、一番高いハードルは何か?」という質問です。

[高橋]ハードルは、お金を借りることでしょうか。自己資金でできるのが一番ですし、あとは企業で自分の思うようにできたら一番良いと思いますが、私たち生産者、酪農家が何かをする時には、事業計画を立てたり、行政とやり取りするのがすごく大変だったと思います。

[小谷]ありがとうございます。もう一つ、片岡さんに、企業としての良い面と、今後の展開なども、言える範囲で構いませんのでお願いします。

[片岡]先ほどもお話ししたように、企業の中の一つの事業として始めたチーズ工房ですが、良い面は資金力があることです。資金力があることで、パッケージやデザインなどをプロの方に頼んで作ってもらえることで、商品として見た目がきれいなものができる。これは資金力かなと思います。また、良い意味でも悪い意味でもお膳立てがされているので、すんなりと問題も少なく工房の設立に入れたと思います。あとは広告力というか、宣伝する力も、企業だからそれに乗かって宣伝してもらっているというメリットはあります。

今後の展開というと、今作っているチーズは4種類ですが、新商品2種類を4月頃から予定しています。それは園内で来ていただいたお客様にしか販売できない形ですので数量も限られますが、パッケージやネーミングはこれから考えますが、決まっています。是非いらしてください。

[小谷]ありがとうございます。川場村は道の駅自体がもう有名で、テレビなどにもよく出ているところですね。

では、残り時間8分ほどとなりましたので、全員に一言ずつ、2分ぐらいを目安にお願いしたいと思います。みどりさん、お待たせしてすみませんでした。大きなテーマですが、全員に改めてお伺いしたいと思います。

みどりさんのお話の中でワイン酒場からチーズ酒場になって、本当に覚悟を決めて国産チーズ酒場になった。それから名前が日本チーズなのか国産チーズなのか、最近では地ビールのように地チーズのような言い方もありますが、皆さんそれぞれが国産チーズ、日本チーズをどのように魅力的だと思って、はまり、そしてこれからもっと広めるためにお感じになっている課題、あるいはご自身がやっている場所での地域社会としての関わりなど、スライドの中でも何度か発表があったとは思いますが、重なっても構いませんので、改めてこれからの展開のために、会場に向けて一言ずつお願いしたいと思います。

それから、みどりさんに短く一つ伺いたいのですが、どんなお客さんが多いですか？

[鈴木]皆さんはどちらをイメージしていますか？ 女性客が多いと思う方は手を挙げてもらっていいですか？ 逆に男性の方が多かった方は？ ……日本酒日本酒と言っているからですかね。

実は2年前ぐらいまで7割が男性でした。しかも40代半ばから50代後半ぐらいのダンディーなおじさまが多かったです。ただ、先ほどから女子力と言っていますが、私も決して女子力があるタイプの女ではないので、私をめがけてくる男性ではなくて、純粹に食べること、飲むのが好きな男性が来てくださっています。

名前を国産チーズ酒場に変えることによって女性が増えました。やはりチーズが好きな女性が、チーズをめがけて来てくれるようになったので、今はかなり追いついてきていて、半々か女性は何人か来るので女性が追いついてきています。意外と若い子も来てくれます。若い子が来ると「映え」とか言いながら写真を撮ってくれるので、私にはできないインスタの映え投稿を若い女の子たちがしてくれていると思います。

チーズの魅力は、飲食の先輩がたくさんいるので、フレンチやイタリアン、割烹料理屋など、いろいろな所に食事に行かせていただきます。いろいろな料理を食べる時、器や味が本当にすごいと思って食事をさせていただくのですが、チーズの何がすごいかというと、例えばチーズをカットして親指の先ぐらいのチーズのそのひとかけらから得られる幸せ感がすごいなと思います。コースのフレンチを食べる幸せもちろんありますが、チーズのひとかけらの幸せが「どんだけすごいねん」というのが、私は魅力だと思います。

[小谷]コストパフォーマンスならぬ、ひとかけらのパフォーマンスということですね。ありがとうございます。続きまして、高橋ゆかりさん、国産チーズの魅力、あるいは広めるための課題や地域との関わりについてお願いします。

[高橋]私たち今牧場チーズ工房では「おいしい！ から幸せ！ へ」というテーマで、質の高い物を作って、それを食べていただいて、食べてくれるお客様にも美味しいと思ってもらって幸せな気分で毎日生活してもらうことをモットーに作っていますので、そういう意味では、やはり国産チーズを食べてもっと幸せになってもらいたいという気持ちはすごくあります。

また、20年ぐらいチーズに携わっていますが、チーズを通してすごくいい出会いがたくさんあって、チーズでたくさんのご縁につながって、今でも皆さんによくしてもらっているのも、これからも素敵なご縁に恵まれたらいいなと思います。

[小谷]ありがとうございます。では片岡さん、お願いします。

[片岡]国産チーズの魅力は、より身近なストーリー性があるのかなと思います。最近、国産の物がブランド化されていると思うので、安心感や生産者の顔が近くで分かること、どういった背景が作られているのかということも含めて、やはり安心感とストーリー性があるということかだと思います。

日本人がチーズを食べる歴史というのは、国産チーズよりもやはり輸入チーズが入ってきた頃、私が初めて食べた外国のチーズはカマンベールチーズで、高校生の時でした。「何だろうこの白いのは？」と50年ぐらい前に食べたのが初めてでした。その時、国産チーズにはプロセスチーズはありましたが、ナチュラルチーズはなかったのではないかと思います。

ヨーロッパにいる時、現地のチーズを「これが本場の物かな？」と食べていたのですが、日本に帰ってきて、最近は国産チーズにも素晴らしいチーズが出てきました。やはり日本人だと思うのは、日本のチーズを食べると、ほっとする。これは年齢なのかもしれませんが「やはりこれが本当のチーズだな」と思えるようになることができればいいなと思っています。

[小谷]本場のチーズ。ありがとうございました。では水門さん、お願いします。

[水門]私が思う国産チーズの魅力は、やはり地産地消であることではないかと思っています。輸入チーズにも確かに美味しい物はたくさんありますし、たくさんの種類が入ってきていますが、その土地で採れた物を加工して、その土地の人に食べてもらうという、非常に自然な流れだと思うので、それが野菜なりお酒なり、ほかのカテゴリーにはあるので、チーズもそのようになることが希望です。

私は本当に1人1店舗でやっていることなので、大きくどう変わったらいいなという大それたことは思っていないくて、いま目の前に来ているお客様に対してきちんと向き合うという、できることはそのことだけかなと思っていますが、洋食文化が1960～70年頃から日本の食卓に上り始めて、だいたい50年たって、今はもうコーヒーもパンもヨーグルトも日常の食卓に自然と上がっていますが、その中にスツとチーズが入るようになることが私の理想型です。

[小谷]スライドの中でも、桐箱に入れるだけではないというご自身の考え方がありました。

[水門]一家の冷蔵庫にひとかたまりのチーズみたいな、そういうのが理想です。

[小谷]『トムとジェリー』のように、どの家庭にもということですね。言い残したことはありませんか？

ということで、国産ナチュラルチーズシンポジウムと題しまして、女子力という切り口でお送りして参りました。冒頭の挨拶でも富士理事長が、1980年から国の助成でナチュラルチーズが日本で始まったとおっしゃっていました。今40年たって、いろいろな国際的な背景や情勢がある中で、改めて偶然にも北海道の方が今日はおられず、北海道で修行をされましたけれども兵庫県の神戸市と明石市、栃木県那須町、群馬県川場村というように、私も農業ばかりを取材しているものですから、この国産チーズの広がりによって酪農の生産現場も盛り上がっていくことを期待しています。

まさに地産地消というお話がありました。元々はワインでよく使われていたテロワールという言葉がありますが、チーズの作り手はそのテロワール、土地の力や土地の個性というものをすごく大事にされますので、そのことによって逆に多様な場所で酪農を営まれて、そしてそれを喜ぶチーズ生産者がお互いにタッグを組んで、地方創生や地域活性化、商店街活性化もできるようなことを、今日の皆さんも仲間ですので、一歩ずつ、それぞれの場所での取り組みが強まっていくことを願っています。

全国に知られるメジャーなチーズになること、ワールドを目指すことももちろん一つなのですが、町場の、わが町の、わが村の自慢の一つになるということを47都道府県のもんなで目指せば、実は日本がチーズの力のある国になっていくのではないかと期待しています。

このあとは試食会がありますので、是非今度は舌で味わっていただきたいと思います。改めて、登壇者の皆さんに大きな拍手をお願いいたします。



図 17: パネルディスカッションの様子(パネラー左から小谷氏・水門氏・片岡氏・高橋氏・鈴木氏)