

【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われなく、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とても感じました。

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、女は男より強いんですね。私は今、私の息子か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なという感じで、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。女のいい意味での凶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たらし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、全員の分はお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？ どの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。

普段はモッツァレラやリコッタは、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、モッツァレラやリコッタを増やして、なおかつモッツァ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。

最初に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。「忍耐とはどれくらいだったのですか？ 具体的に何がつかったのですか？」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。なぜかというと、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、モッツアレラ、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、モッツア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「このチーズはどうですか？」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。

そこのブルーチーズの製造者は、違うカテゴリで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、最後に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]名前ですよ。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、ということですよ。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いのしかかってくるので、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なという意味で 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きてくれるのですが、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ろうと思って、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房に送っています。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房に運ぶので、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っ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となった。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？ 逆に男性の方が多いと思った方は？ ……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す。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で、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、いま目の前に来てくれ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都道府県のみんなで目指せば、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)