

国産ナチュラルチーズシンポジウム 2021

～ ミルクで地域をデザインする！ ～

2021 年 2 月 25 日 (木)

東京農業大学世田谷代田キャンパス

(東京農大オープンカレッジ)

[主催] 一般財団法人蔵王酪農センター

[協力] 東京農業大学

[後援] 独立行政法人農畜産業振興機構(ALIC)

注: 音声聞き取れず、文字起こしができなかった箇所は「…?…」で表示

【事例報告 1】

チーズ工房【千】sen 柴田千代氏



千葉県出身。18 歳からチーズ職人を目指し、東京農業大学卒。北海道、フランスと修業を重ね、2014 年に千葉県大多喜町で築 120 年の古民家にてチーズ工房【千】senを開業。女性職人として史上初の農林水産大臣賞受賞、国内産の乳酸菌・酵母を利用した[うぶすな]が World Cheese Award 2019 で Bronze 受賞と、数々の快挙を成し遂げる。日本の大地を醸すチーズ職人として、世界に挑み続ける。

[司会] それでは、本題に行きたいと思います。まず、「チーズ工房【千】sen」、柴田千代様からご講演を頂きます。柴田さんは千葉県のご出身で、18 歳のころからチーズ職人を目指され、北海道で、それからフランスでも修行をされて、2014 年に千葉県大多喜町で築 120 年の古民家を改装されてチーズ作りを始められたという方でございます。日本の大地を醸すチーズ職人ということで、今、世界に挑戦されています。今回、遠いところからいらしてございまして、準備が完了できたのがスタートの 3 分前くらいでした。

[柴田] 千葉県大多喜町から来ました、「チーズ工房【千】sen」、柴田千代、チーズ職人。1 時間の枠を頂きましてご説明させていただきます。かなりページ数がありますので早口になってしまいますが、ご了承ください。

今日は、「動」という字をテーマにしようと思っています。私がチーズ職人になった理由がございます。18 歳のときでした。どこの大学に行こうかなと思っている時代にさかのぼります。その当時、ダイオキシン、環境ホルモン、『買ってはいけない』という本が世の中に出回り、日本の食料自給率は 40%を切っていました。その裏側では『買ってはいけない』という本、食べてはいけないものが多く含まれている食品事情も学びました。添加物、保存料、発がん性物質、このようなものにあふれている食事情を感じ、何とか自分の生涯をささげる仕事として役に立てることはないかとまた調べ直しました。

そこでたどり着いたものが発酵食品です。この発酵食品というのは非常に栄養バランスがよくて、しかも保存性が利く。そして、人間の体にいい。その発酵食品の第 1 位を調べたところ、出てきたワードが「チーズ」だったのです。これがもし、「チーズ」というワードではなく「味噌」であれば、お味噌を作る人に、「醤油」であれば醤油を作る人になっていたと思います。このくらいシンプルに、自分の人生をかけた仕事、この時間は何に費やそうと思ったときに、ごく幸いなことに、大学選びのタイミングで、私はチーズというものに出会います。

チーズをご存じの方がほとんどでいらっしやると思うので、凄くシンプルにしか話をしません。ゴードチーズ 30g、こちらが毎日食べ続けても体に負担のないグラム数です。それと同量の 200mg のカルシウムをとるためには、このガイドラインにあります、例えばですけれども、卵でいうと 4 個、生わかめでいうと 200g、メザシでいうと 6 匹と同等のカルシウムが、たった 30g、一口のチーズで補える大変効率のいい食品ということが分かりました。

このチーズを作る人が世の中に増えれば、もしかしたら添加物があふれない、もっと体にいいもの残り、もしかしたら日本の食料自給の役に立てる仕事になり得るかもしれないと思い、私はチーズを作れる学校を選びました。それが、母校でもあるここ、東京農業大学です。オホーツクキャンパスの食品科学科を専攻いたしました。ここは国内の大学の中でも、乳製品加工実習所で実際にチーズを作れて論文が書ける大学の、2 校のうちの 1 校でした。今、こうやって母校で講演できることを本当に嬉しく思っています。

このとき、無我夢中でチーズをたくさん勉強しました。論文はカマンベールについて書かせていただきました。やればやるほど、食品の中でもチーズ、チーズと掘り下げていくと分からないことがめちやくちや多いんですね。なので、これはもう、実学主義をメインにしている農大さんで作らせてもらって、作ることのおもしろさにハマりまして、奥が深い、歴史もある、もっともっと現場の肌の触感を持って向かい合わなければ、自分が作れるぞと名乗れるところまで届かないということに気が付きました。なので、リクルートスーツを投げて、この当時、唯一門を叩いたチーズ工房さんが北海道にございます、共働学舎チーズ工房さんにお世話になりました。

ここでは放牧をしながらチーズを作るにあたって、朝から晩までたくさんのチーズを作る製造現場でした。今でこそですけれども、若気の至りで飛びこんでよかったなと思います。なぜなら、ブラックなのですぐ消しますけれども、朝 5 時に出勤です。もう、365 日のうち、月に 3 日は休みで 1 日は日曜当番なんですけれども、1 日朝から晩までチーズの前に立つといった修行をさせていただきました。今やれと言われたら「絶対に嫌です」と言うんですけれども、この時代に出会えた、この場所の与えてくれた、技術はもちろんですが、ご縁ですね。同期のチーズ職人さんがたくさんいます。今ではもうピカピカに日本で活躍されている方がいらっしやいます。本当に、この時間を共有できたことは一生の財産だなと感謝しております。

大学を出て、チーズ工房に入って、さらに見たくなった世界がありました。それがフランスです。カマンベールというチーズはもともとフランスが原産国ということもありまして、フランスにいつか行きたいという気持ち。そして、北海道のチーズ工房さんで修行させていただいたときに、フランス人の先生が何人か訪問されて、「本当に学びたいければ、きちんと大地に根付くチーズ作り、違う国のものを見てもいいんじゃないか。できればフランスに来てごらん。凄い歴史もあるよ。凄い環境で、いろいろな形、パターンで、チーズの種類もある」と声を掛けていただきました。もうこれは動かないと駄目だなと、大地を踏む決意をし、27 歳から 28 歳のときに、1 年間のワーキングホリデービザを使ってフランスに修行に行きました。

4 軒の酪農家さんに行ったんですけれども、どこも素晴らしくて、住み込みで朝から晩、そして市場に売りに行く、1 つの家族が経営しているところを中心に回りました。そこではチーズの価格帯、チーズの仕込む量、売り方、デザイン。そして、地域との繋がりということも、いろいろなパターンと角度で、小さな規模でも地域に根付く方向というのはいろいろなノウハウをその時代に見てこられたなと、今では思います。



図1 千葉県の地図(大多喜町の位置)

急にざっと飛びます。現在です。私は今日、千葉県夷隅郡^{いすみ おおた きまち}大多喜町というところから来ました。これは千葉県^{いすみ おおた きまち}の地図(編注:図1)ですけれど、黄色い部分が大多喜町になります。水色の部分がアクアラインなので、アクアラインから2町内側に入った、海には囲まれていないですけれども、千葉県の南のエリアに当たります。私の「チーズ工房【千】sen」は、現在、こちらにございます。

築120年の古民家を補修して、直しながら、築120年の母屋の横に付いている長屋を改装してチーズ工房をつくりました。お金がなかったのも、自分でやるしかないということと、凄く仲よくしていた大工さんもお友達にいましたので、大工さんの協力を得て、自分でもやるし大工さんも一緒にということで、何でもかんでもやりました。

というのは、一度手で触っていると、そこのできているものごとの原理が理解できるんですね。このあと自分が一人でやらなければならなくなったときに、いきなり壊れていきなり止まるようでは駄目です。すぐ修理ができる。誰に頼めばいいか。そういう知識も、実は 1 つの工房を立ち上げるときに非常に大切な基礎になっていて、できる範囲は自分でやる。でも、それ以上のことはプロの方たちのほうが早かったり、正確だったり、長持ちしたりするので、あまりそこは欲張らないで、その目安を付けるためにも、作業現場を設置するときは、極力携わりました。これは今でも凄くいい経験になっております。

売店も自分で造りました。これはお金が尽きちゃったという感じですが。でも、唯一無二の空間ができたので、いつかぜひ売店にも遊びにいらしてください。

これが私のチーズ工房の外観です。森に囲まれていて、ほとんど人工物が周りにはないですけれども、そこでぽつんと、瓦屋根の下でチーズづくりをしております。これは日本の象徴になるのではないかなと思っていて、この美しさは大切にしたいと思っております。

2014 年、私は乳製品加工営業許可と飲食営業許可と両方持っていますけれども、許可を得て、「チーズ工房【千】sen」が始まりました。

普通のチーズ工房さんと違うところはいくつかあるんですけど、その中の 1 つで、この 2014 年にチーズ工房を始めたとき、私は二足のわらじで、別の職業も実は持っていました。木更津にあるバイオテクノロジーセンターという微生物の研究所で、経済産業省の末端の施設ですけれども、そこで微生物の身体検査のようなもので、遺伝子を読んだり、細胞的な部分で分析データを出したり、いろいろな菌の特徴として論文を書いて、研究するほうだったので、ファーストネームのほうが書いた方ですけれども、私は分析屋さんだったので 2 番目のほうに入っております。このような世界中で発表される文献にも携わるようなお仕事も、実はしておりました。これは 8 年間続きます。自分にしかできない仕事と生き方ということで、チーズ職人ではない職業をしておりました。

「夢があれば人になんて言われようと諦めてはいけない」、これは自分で言っていていつも思っちゃうんだけど、いろいろな方法がこれからチーズ工房を始めるときにあっていいんじゃないかと提案したくて、自分の人生の時間を使って今、挑戦中です。一足のわらじだけのチーズ工房さんでなくても、ほかの職業を持っていたとしてもやってもいいんだよとも思いますし、できるんだよということも、一つずつ実証したいなと思っています。

なぜなら、チーズ工房って結構投資がかかる割には回収が遅くて、しかも技術も必要であって、マーケティングも凄く必要で、成長していくのに凄く時間がかかる産業だと私は思っているので、最初の一步が出ました、すぐ売れますという、なかなかそういうところの波に乗るまでが非常にスローペースです。リスクはあります。ただ、自分の好きなことであったらどんな方法でもいいと思います。「諦めてはいけない」、これは非常に大切なワードだと思っています。

今言った通り、やり方や方法は自分で見つける。昔はこうだった、この場所でしかなかった、道沿いにある店がいいよ、毎日やるお店がいいよ、そういう概念を全部取っ払いました。なぜなら私は二足のわらじからスタートしたので、毎日売店に立っている時間はありません。朝から晩まで作る体力もありません。独りで、山奥で、どういう可能性を見いだせるか。自分にできる、一番最高に長く続けてきた仕事はチーズ職人だったので、チーズ職人という職業を最大に活かせる方法を考え尽くした結果が、月に 1 回、第 1 日曜日のみ営業

するという、ちょっと変態的な(笑)、お客様のニーズに合わせるんじゃなくて、私のできることにお客様を合わせていく、非常に事としては逆ですけども、7 年前に始めたときはいろいろな賛否も頂きましたけれども、今ではその方法は間違っていなかったのではと思っております。なぜなら、おいしいチーズを作ることが、チーズ職人にとって一番大切なミッションだからです。

生きた菌から生まれるチーズを届けたい。これも、「チーズ工房【千】sen」で非常に大切にしているワードです。これはパッと見て分かると思うんですけども、うちの製造室は木製ですが、中が木でつくる 110cm の腰板のパネルというのはもうルールで決まっていることですが、これ以上の部分もうちは木でできています。無垢ではないですけども。

これは、保健所さんに何度も何度も交渉しに行って、いろいろな問題点を全部しらみつぶしで話し合いが続きました。ヒントにしているのは麹室です。やはり空中にいる菌がその空間を醸してくれる。そしてそれが有意的にチーズを作るごとに水分がたまって降りてくる。またそこに増えた菌が上って付着して、その菌の性状の中に住み着く。その呼吸が、拮抗性という言葉でよく言いますけれども、拮抗作用。その空間自体を、チーズ作りに凄く有利な空間に育て上げる。その空間自体をチーズの発酵物にしてしまおうという思いも込めて、凄く時間はかかったんですけど、丁寧に説明をして、このような空間をつくることをクリアにしました。ぜひいつか、皆さん、現地に見に来てください。おもしろいです。

窓もそばにあります。チーズ職人の仕事はほぼほぼ洗い物をしている時間が長いです。毎日、洗い物、洗い物です。そのときに、外の空気も季節の移り変わりもわからないまま 1 日が終わるくらい、忙殺されるほどの仕事量があるんですけど、やはりそこで作っている職人さんが気持ちよく「今日は風が強いな」「雨が降ってきそう。洗濯を取りに行こう」というような、四季を追えるような感性も非常に大切にしなければならないと思っておりますので、洗い場のそばに窓を。凄く明るくて気持ちのいいチーズ工房になっています。

そして、いろいろなものも勉強してまいりました。その中でも、乳酸菌や酵母は 19 ページ(編注:次ページ図 2)のような形をしていますけれども、学名もいっぱい書いてあって、難しく話そうと思えばここだけでも 1 時間過ぎてしまうのですけれども、目に見えない生き物とどのように自分の活かしたい原料に合うチーズを作るかというのが、非常に。チーズは思い切りサイエンスだといつも思うんですけども、作りたいという思いだけではなく、やはりテーブルの上で、勉強でしか補えない知識もありますし、経験していっぱい触らないと出てこないこともあります。あとは感覚です。季節が変わった、ミルクの質が変わったというのも肌で感じるような感覚、感度も凄く大切なので、自然の移り変わりも職人さんは非常に敏感にならなければならないと思っています。

戻りますと、この乳酸菌という酵母、たくさんが見えない生物たちを仕事のパートナーとしてチーズ職人の仕事しております。

良い発酵をするために原料にこだわる。これは「チーズ工房【千】sen」がとても大事にしているもう 1 つ、2 番目の理由です。オーガニックのレンネットはフランス産のものを使用しております。やはりオーガニックは、自分がフランスで 1 年間勉強してきたキーワードだったので、その産業が落ちてほしくないという部分と、使い続ければ必ずその良さに気が付いてくれる人がいるのではないかという願いも込めています。



図2 スライド19 ページ

そして、熟成タイプのチーズで使っている岩戸の塩です。これは薪で焚く登り窯で煮出した、昔ながらの製法です。凄く時間がかかります。今では電気もガスもあります。濃縮、噴霧乾燥もありますし、塩の製法はいっぱいあります。でも、未だに薪を割るところから塩作りが始まるというこだわりを持った、百木さんという塩職人さんから私は買っております。非常に高値のお塩で、キロ1万円くらいします。目ん玉が飛び出しますね(笑)。でも、二足のわらじだったので、どうしても唯一無二のチーズが作りたくて、いろいろな塩を、全国の美味しいと言われる塩のほとんどを試作で作ってやってみたんですけども、熟成の後半に味わいとして深みを帯びてくるのは、この岩戸の塩さんしかなかった。私は値段も見ずに交渉してしまって、目が飛び出しました。最初は全然採算が合わなくて。

でも、人生は1回しか挑戦できないですし、小さいチーズ工房が印象あるチーズ、個性のあるチーズを作るのに、原料の計算でつまずいていたら、お仕事にならなければ意味がないですけども、**…?…**に近い食べ物作りをしたいと思って、自分の人生をチーズにかけて、これでちょっと出し惜しみをして「将来やろう」では将来のままで終わってしまうので、「今やるぞ。今、自分の最大を引き出すために必要な要素であれば私は二足でも三足でも履いてでも、この挑戦をしよう」と思っております。

「物づくり(物語)」は、人と人との関係も大切だと思っています。今、申し伝えました、百木さんという岩戸の塩の塩職人さんも、彼の現場には必ず、私は何年かにいっぺんはお伺いしています。去年も 7 月くらいに行きました。ごっつい手なんですけれども、ここの登り窯でゴンゴンと薪を焚きながら、中は 40℃から 50℃近くまで上がる、凄く暑い中で汗をかいてやっているんですけれども、「やっぱりここの塩を使いたいです」というのと、「私もチーズにして最高の状態に仕上げて世の中の皆さんに届けるので、百木さん、これからも手仕事、真面目にコツコツと頑張る私たちが生き残る社会を創りましょう」と伝えました。

発酵は手仕事だから意味があると、【千】は思っています。手作りです。なるべく機械化をしない。これがヨーロッパから習ってきた、本当に大切にしてほしいポイントでした。

理想は高くありました。ただし、先ほど言ったとおりメリットとデメリットもあります。これは誰もがぶつかる場所です。もちろん、田舎暮らし、地方である私たちのような小さい工房にはメリットもあります。高品質な原料が手に入る。もう、牧場から 50m のところにチーズ工房を構えておりますので、搾りたてのミルクのみを使用させていただいております。非常に贅沢なことです。すぐにチーズに加工できるんです。この立地は一番大切にしたい部分です。そして、手で作る。職人さんの思いが込められると私は思っております。これは、モクモクに広がった理想です。

デメリットもあります。知っておく必要があると思って書かせていただきました。手で混ぜ混ぜするという事は、量産ができないんです。機械化していないので、私は牛乳を毎日持ってきているんですけれども、牛乳缶とこのがありまして、それに入るリッター数が 20L です。私の「チーズ工房【千】sen」は、今のところ 1 日に処理できるのが 100L を限界としています。その 20L の牛乳缶が 5 本分です。これは女性職人ではギリギリの体力仕事だと思っているんですけれども、それ以上は増やせないです。なので、それ以上の収入もできない。そういう苦しさはあります。量産ができない、イコール収入が少ないという現実が待っています。

それをどう乗り越えるかという次の発想としては、できないから諦める、できないことをできるようにするのが職人さんのもとの努力です。才能、そういうところに思いをかけていくのが得意なほうの職業だと私は思っているので、私はこの時代に考えたのは、品質の向上、個性を出していくということです。付加価値を付ける。自己満足ではなくて、対外的な評価を頂くというところに自分の付加価値を、チーズの付加価値を付けていくことに決めました。

そして挑み始めたのが、全国のチーズコンクールになります。2014 年 12 月に「チーズ工房【千】sen」をオープンしていますので、実質、2015 年からのチーズコンクールへの挑戦となりました。その結果です。どうぞ。

全敗です(笑)。いくら昔、いいチーズ工房さんで修行させてもらっていたとしても、ブランドできましたと堂々と言って、結果は全敗。まだまだ厳しいですね。チーズ工房がすぐできたからって、最高のものはすぐできないということです。そこの空間に馴染むこと。その道具に馴染むこと。そして、牛乳と仲良くなるのに、やはり年単位で、季節ごとに変わっていくことです。あとは、自分で「よし」と思っていたレシピが全然通用していない。このとき感じたことは、「これじゃダメだ」。それを叩きつけられました。

なので、もう発想の転換で、レシピも全部書き直しました。何がいいのかな。どういう熟成加減がいいのかな。この種目にはどういう方が出ていて、どういう作品があるのかな。連敗したその日に、コンクール出場されていた同じカテゴリーの方のチーズを全部食べました。悔しかったんですね。何とかしなきゃと。1年後には絶対に入賞くらいはするぞという気持ちです。そのいいソバネが、新しい方向の可能性を広げてくれるので、できたことの感情論ではなくて、次の探索に走るんです。

次の年、結果はこうです。銀賞と銅賞でした。少し気持ちが落ち着きました。ただし、チーズ業界って不思議ですけども、金賞じゃなければあまり意味がないんです。オリンピックみたいなものですけど、「この部門で獲りました!」と言い切るためにも、やはり賞は上を目指していくのがいい。そして、品質の向上をすることによって、いろいろな方の意見を素直に聞けるようになったんです。チーズコンクールの凄く大切な要素だと思っているのは、仲間に出会えることと、自分でどうしたらいいというときは相談するいろいろなキーワードをいただけることです。それはやはり、コンクール自体もいろいろな思いはありますけれど、私はこの場所に1年に1回行くことの刺激のほうが凄く大切だと思っております。2016年の結果でした。

そしてまた、同じようにレシピを変えて、審査員の思い、どういうところをジャッジされたか、もう1回勉強し直しました。2017年です。第11回 ALL JAPAN ナチュラルチーズコンテスト2017で、「竹炭 濃厚熟成」というものが農林水産大臣賞を取りました。その当時、コンクールの19年の歴史上、初めての女性職人としての登壇、日本一を取ることができました。お店が開業して2年と10ヶ月。こちらも最短でした。凄く名誉ある賞を私が頂けたこと、本当に嬉しく思っています。

表立ってはあまり言ったことがないですけども、私はこのコンクールで、6年前に会場でボランティアスタッフをやっていたのです。今は亡き恩師のクボタさんに誘われて「柴田さん、チーズ職人で今、死にそうになっているでしょう?」「はい、廃人やってます。何にもなれずで、今腐っています。」「ちょっと来なさい」。もう、そのときは自分以外の要素でも、チーズ業界に戻れないと思いました。私はチーズ職人浪人時代と呼んでいるんですが、この時代に、恩師からヘルプのメッセージ。私はもう、昔の同級生にも会わずに、先輩も後輩もいっぱいいる中で、自分のチーズを持たずにそのコンクールに行くこと自体が凄くつらかったです。でも行きました。このときに、チャンピオンを取った人だけが壇上でマイクをもらってお話ができるというシーンを目撃して、「私はこの業界に帰ってきたら必ずあそこに戻る」という決意を6年前にしているんです。本当に恩師は私の心に突き付けてきましたね。「あなたはそこで沈む人じゃないでしょう。早く帰ってきなさい。」という。それは今でも本当に感謝しております。

そして、登壇したときに決めたことが3つありました。それは、個人でも、女性でも、地方でも、個人というのは個人事業主です。私は40Lの寸胴をかき混ぜながら、日本と世界を取るぞと始めていたので、たぶんこのとき、日本の最小規模でコンクールに出場したんじゃないかと思っています。あとは、女性でも。女性職人が今まで取れたという経歴がなかったんです。でも、私は男性とか女性とか関係ないと思っていて、おいしいチーズさえつくればきっと一番高いところには登れるはずと信じてやってきました。

そして、地方でも。千葉県、または関東エリアでこの賞を取ったのは初めてだったらしいのですけれども、やはり北海道や九州、長野など酪農産地と呼ばれる大きなところがありますけれど、その地域ではなく、放牧がない、あったとしても面積の少ない不利な場所でのチーズ職人の出なのですから、そこのアプローチではなく、そこが不利になるわけではなく、自分の作りたい、個性のあるチーズを作れば、立地は関係なくチャンスはみんなにあるということを伝えられて、本当によかったと思います。それをこのスピーチのときに述べています。「女性でも、個人でも、地方でも、この賞をここを取ることを証明できたことが私の一生の誇りです」とスピーチさせていただきました。

祝賀会を行ないました。私は自分の自己満足でチーズを作っていると思っていました。でも、蓋を開けてみたら凄く多くの人が喜んでくれて、凄くうれしかったです。これは私のチーズ工房の母屋ですから、ここに集まる仲間たち、両親や牧場さん、地域の繋がりの仲間たちに祝賀会をしていただきました。そのとき、本当にはっと気付きました。私はなんて多くの方に支えられているのだらうと。そして、自分の活躍の中で、こんなに笑顔が生まれるんだ。チーズでこんなにいろいろな思いをさせてもらったんだという感動は今でも忘れられなくて、どう恩返ししたらいいだろうと凄く考えたのですけれども、私は私らしく、おいしいチーズを一生懸命に世に届ける職人業を邁進することだけが、恩返しができる唯一のことかなと思っています。

そして、次の目標も立ちました。日本のチーズを作りたい。ここに凄くストイックに入り込んでいく時代もここから、自分にグッと入り込んでいきます。日本一を取ったから終わりではありません。次に目指すべきは、世界一を取る。私はまだ目標の中では半分だったんです。次は世界にビジョンを向けています。

日本のチーズを作りたいというのは、いろいろな日本一が私はあっていいと思っています。築 120 年の古民家で作っていますというのは絶対に個性になりますし、いろいろな発酵文化を取り入れても、それも個性がある。私が 1 つ着目したのは、日本の菌を使ってチーズを作りたいなという探究心に燃えました。たまたまですけど、自分がチーズ工房と、もう一つ、微生物の研究員をやっていたという経歴もあったので、その大地にいる、その大地にしかない微生物を使って乳製品加工、つまりチーズを作ることができたら、その場所を醸すことができるんじゃないかなと思いました。

私が勤めていた研究所さんの協力を得て、日本で初めて国内産乳酸菌・酵母を、自分のお世話になった牧場さんの敷地内から分離してチーズを作りました。これが 2018 年のコンクールで銅賞を獲りました。凄く感触を得ました。完全に国産オンリーではできなかったんです。割合としては半々です。半分の要素を国内産乳酸菌・酵母、半分の要素を今まで使っていた海外産の乳酸菌・酵母と、併用培養という形になるんですけれども、日本が半分、海外が半分といった形で、今は比率を微妙に調整しています。これは調整のしがいがあります。非常におもしろいです。

36 ページ(編注: 次ページ図 3)はチーズに貼ってあるラベルです。国内産乳酸菌・酵母を使っているということの一つの付加価値にしたいと思っています。なかなかこの分野を掘り下げていくことは難しいと思います。専門分野でもあり、大地の味をそのまま目指す作業を「チーズ工房【千】sen」はこれからも探求し続けたいと思っています。

これで世界に行けたら格好いいなと思って、これも1つの個性の始まりだと思います。チーズ工房が始まって、賞も得て、これから行くぞと走り始めた2018年。そして、2019年がやってきました。この年は非常に、天も見たし地も見たしというおもしろい時代なので、ご紹介いたします。「栄光と挫折」。タイトルだけで怪しいですね。栄光というのは、職人として一番「よっしゃ、やったぞ!!」と思う瞬間を世の中から頂いた瞬間でした。それが、私が長年ずっと出たい、出たいと思っていたドキュメンタリー番組、『情熱大陸』です。2019年8月4日の情熱人として選んでいただいたことは、非常にうれしかったです。



図3 ラベル

これは8月に放送されているんですけども、この4月に、ちょうど微生物の研究所のお仕事を辞めてチーズ職人1本になって、命綱が1本になりました。命綱なしでスタートして、これから製造量も増やしてお客さんにも来てほしいというときに、幸いにもこのようなチャンスを受けました。これは伸びるなと思って、勢い余って行こうと思ったのに、お客さんが来ると思っていたのに、来たのが台風15号でした。直撃です。千葉県にぶつかってきました。今までは内陸部はパッと入ってくるので、風自体は弱まったんです。この15号は、ちょうど千葉県の南房総エリア、館山付近はめちゃくちゃ被害が出ました。

私も水を届けに行ったりしたんですけども、この衝撃たるや凄くて、8月に出て9月です。神様、何とかしてくださいよ、という感じです。これが「これから行くぞ」というタイミングに仕込んでいたチーズも、停電で全滅です。熟成関係が全部駄目になりました。もう、穴を掘って埋めました。悲しかったです。どうしようもできません。電気がないと何もできない自分と、工房の軟弱さに気が付きました。

屋根瓦が飛んで、20畳ある畳がずぶ濡れでした。雨戸も扉も全部吹き込んで、全部繋がりになって、ブルーシートを急いで敷いたんですけども、それでも追いつかなくて、畳を全部ひっくり返して、SNSに載せて「助けて」と言ったら、20人くらいがすぐに次の日に隣町から駆けつけてくれて、急いで上げたんですけども、蒸し暑くて、すぐに拭き取らないとカビが生えてしまうということで、本当にここはスピーディーな仕事が要求された時期でもありました。地域の仲間たちのおかげで着手はできたのですが、朝2時半に直撃するんですけども、朝7時まで、雨水をずっと外に出す作業をしていました。売店の中も、両面ガラスですが、それも全部割れて、チーズ工房の売店の中もぐちゃぐちゃで、母屋の中もぐちゃぐちゃでした。

売店の窓のガラスを朝7時半頃拾っていたのですが、涙がぼろぼろ出てしまいました。せっかく今までやってきたのに全部がマイナスだとぼろぼろ泣いていたら、スタッフの友達が手伝いに来てくれて、「全然電波も繋がらないし大丈夫かと思って見に来たら、本当に酷いことになってるね!」と爆笑していて、「あれ、ちょっと友達いっちゃったかな? これ見たら笑える?」と思ったんですが、その友達が言ったんですね。「今日が最悪なら、明日は最高にしか向かっていかないよね。」めっちゃいいこと言うと思ひまして。本当にそうなんですね。この日が最悪の日で、次から復興していけばいいので、自分の考え方次第です。最悪を言っていたら、たぶんその価値観は変わらなかったと思います。お蔭様で、その日のうちに復活して、みんなに助けてと言って復興していきました。

そのさなか、何と日本代表に決定するという幸いな話が飛び込んできました。同じ年です。その年に行なわれた世界のコンクールに、「チーズ工房【千】sen」が2年前の2017年チャンピオンということで推薦されていて、私は出るチャンスを頂きました。日本から、いくつかほかにもチーズ工房さんが出て、そのうちの1つです。このような形で、「うぶすな」というものが。「うぶすな」は台風の直撃の次の日に唯一残っていたチーズで、この子だったら生き残っているかもしれないと思って、飲食店のある町の冷蔵庫に移させてもらったんです。乳酸菌とレンネットと「うぶすな」だけが生き残ったんです。祈るような思いでイタリアに送り出しました。

それが、ワールドチーズアワード 2019-20 で、何と銅賞を獲りました。これは本当に、イタリアに行くお金もなかったのですけれども、その当時、義援金がたくさんもらえて、その義援金を握りしめて、それで全部、イタリアに行くチケットを買ってしまいました。でも、周りのみんなには説明しました。「これは復興支援でくれたと思うんだけど、イタリアのチケット代に使っていい?」「もしかしたら『チーズ工房【千】sen』が終わってしまうかもしれないから、行きたかったところにチーズを持っていきなよ。」と、凄くみんな前向きに答えてくださって、お蔭様で私は皆さんの気持ちと、生き残ってくれた「うぶすな」で、世界の銅賞を取ることができました。

これで感じたのは「想いあれば夢叶う」ということです。どこにチャンスが落ちているか分かりません。ピンチも同じような確率で落ちています。ですが、そこを超えていくのは本当に自分の想いなのかと思っています。「できない可能性より、できる可能性を見いだす力」、これがチーズ職人をやっていく、自営業をやっていく、経営者をやっていくのに必要な要素だなと。よく、実習生さんから「職人をやりたいです」と言われたり、悩みなども出るようになっていきます。お金がないからできないと言われるパターンがあります。なければ、手仕事は自分でなるべくやって、物を買わずに、ある物で工夫を凝らす。こういう発想の転換です。

あとは、時間がないという方も結構多いです。時間がないのは当たり前。でも、段取りをしっかりして、仕事内容を分散して、毎日コツコツ、そこにどうやったら向かえるのかなという意識を向けることが非常に大事です。

2020年から2021年も、また新しい課題が【千】にやってきました。コロナウイルスです。やっと去年の春先、半年間続いた台風の被災のローンが終わって、これから黒字にできると思った瞬間に、自分以外の要素、前の年は台風、次の年はコロナです。経営でやりたいことと関係なくやってくる対外的な要素がもう、これでもかという感じです。皆さんもいろいろな業界でそれぞれ大変だと思いますけれど、チーズ業界もかなりの打撃があったわけです。東京のお取引先様、飲食店様がかなり減ってしまいました。今、臨時休業されているところも多いです。この波を何とか取り戻したいと思っています。

コロナウイルスで、世の中のものごとを正しく捉えるということも、経営をしている中で非常に大切な要素で、
51 ページ(編注: 次ページ図4)は厚生労働省が発表されている表ですが、令和3年1月6日18時現在、ちょうど1ヶ月くらい前で、陽性者数と死亡者数は誰でも見られるPDFとして閲覧できるウェブサイトにあるものをそのまま持ってきたものです。

新型コロナウイルス感染症の国内発生動向（速報値）

（陽性者数・死亡者数）

令和3年1月6日18時時点

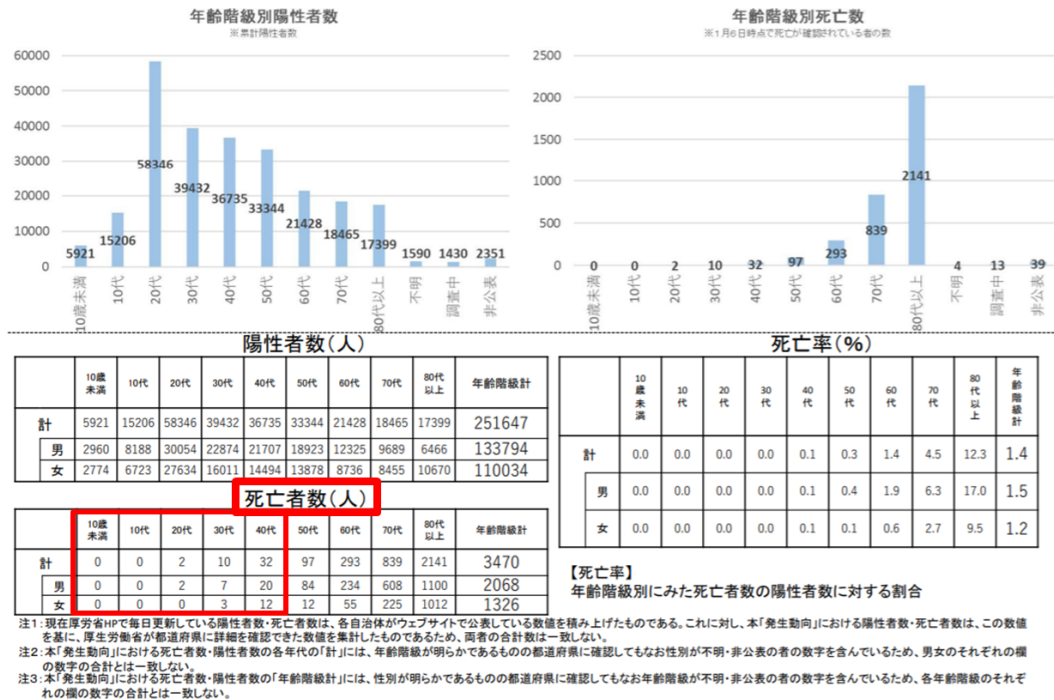


図4 令和3年1月6日現在における新型コロナウイルス陽性者・死者数

注目していただきたいのは、死亡者数です。ここの数字は知っている人は意外と少ないかなと思うので、ちょっと入れておきましょう。40代以下をしてみます。というのは、現場で頑張っている方は49歳くらいで、あとの方は管理職という体(てい)でお願いします。そうしますと、10代未満で亡くなられている方は0、20代で2人、30代で10人、40代で32人になっている。全国で去年から始まったコロナで40代未満、つまり49歳以下で、ここの合計の数は44人です。この44人でも、経済を止めなければいけない。これは結果論にしか過ぎないかもしれませんが。感染者の数を数えたら、別の角度の議論も必要かと思います。ただし、ご年配の方には完全なリスクになっていますけれど、50歳未満の方には経済活動を止める以上の、別の苦しみは今広がっています。なので、ちょっと観点を変えて、自分たちの産業を止めてはいけなく、むしろ伸びていかなければいけない時期なのだと私は捉えています。

自分の頭で考え判断し、素早く変化させる。これが、個人事業主の最大のメリットかなと思っています。同調圧力だけではなく、自分自身、こう考えてこう向き合っているというビジョンを明確に持つことが、今の時代の突破口になる切り札になっているんじゃないかと思います。

チーズ職人には2種類がいると思っております。「物をひたすら作りたい人」「物を作り、伝えたいことがある人」私はどちらかという後者の人間だと思っています。

今回のシンポジウムの本題、「ミルクを通して地域をデザインしていく」。これは、「チーズ工房【千】sen」が今見ている、今活動しているところを少しだけご紹介します。モッツアレラチーズ体験を凄く積極的にやっています。今はルールの中でちゃんとやっていますけれども、もう少し規模が大きなところで、子供さんをたくさん集めてやりたいなと思っています。チーズは大人の食べ物という概念が多いですけれども、もっともっと若い方からお年を召した方まで食べられるものだとは私は思っていますので、その機会を積極的にチーズ職人自ら広めていきたいと思っています。

また、地域に仕事の場をつくることも非常に意識して「チーズ工房【千】sen」は広げております。その根底にあるのは、お金が回る仕組みをデザインすることです。仕組みをつくるということです。例えば、コロナの間に臨時休業しなくてはならなくて、外からのお客さんも普段より減りました。物はいつも通り作れているのに、お客様がいない。周りを振り返ってみたら、周りの産業も落ちてきている。何とかしようかと始めました。

これは、季節の発酵ギフトセットです。微生物の関係性が非常に私たちはリンクしていて、私には 2 種類のチーズがあるのですが、干物屋さんと酒蔵さんに凄くお世話になっているんです。なぜかというと……。

これが私のつくっている 2 種類のチーズです。これと、酒蔵と、干物屋さんがあります。酒蔵とチーズ工房は発酵として一つの商品をつくっています。干物屋さんからは、干物のつけだれに使っている汁の中にいた微生物を私のチーズ工房では作らせていただいています。干物屋さんの菌がチーズに入っています。干物屋さんと酒蔵さんはもともとここにあるし、チーズ工房もある。これで何とかできないかと思ったんです。お互いの産業は別々ですけれども、どのように密接にかかわってくるかということがチャンスになると私は今回思ったんです。

それで、地域の普段から繋がっている仲間たちの商品を、全部「チーズ工房【千】sen」に集めて、私は 1 つの「発酵ギフトセット」という形で、オンライン上で売り始めました。凄く人気が出てびっくりしたのですけれども、ステイホームという追い風もあって、みんなおうちでも体にいいもの、滋養のあるものを食べたいと。そして、おいしいというですね。この三拍子のおかげで、凄く普及が早かったです。

そして、「チーズ工房【千】sen」の庭では、毎月 1 回の営業日にマルシェを開いています。12 ヶ月あるので、全部一気に呼んでいるわけではないですけれども、うちの庭にはたくさんの作り手が来ます。コーヒー屋さんから、作家さん、パン屋さん。60 ページ(編注:次ページ図 5)が 2020 年にうちの庭でマルシェを開いたときに来てくださったメンバーの屋号のリストです。いろいろな方が。私はお蔭様で、チーズという媒体を持ちながら求心力ができました。でも、これを 1 つのものだけで終わらせるのではなくて、みんなでシェアする。お客様をお互いに、コーヒーが好きな人に【千】を知ってもらってもいい、【千】が好きな人がコーヒーを知ってもらってもいい。その相互作用がいろいろな形で開花していく。みんなの力を借りています。

昔は、チーズを 1 つ売れば 1 つ売上が出るという、本当に 1 つ 1 つの時代でした。どういうものを使ってどういうふうに売っていますということも大切な要素になっています。だから、私は最初からチーズを売るというよりも、どちらかというと物語と一緒に商品価値を売りだしました。

2020年 出店リスト

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| • 焙煎香房Hug /コーヒー | • 炭火焙煎 森の詩/コーヒー |
| • アトリエひとつ/絵本作家 | • ソングバード/クラフトビール |
| • dehours/木工作品 | • ABC/ケーキ屋 |
| • 東ノハテノ国/軽食 | • 25/コーヒー・軽食 |
| • Momkusuke/台湾屋台料理 | • つちはる/フェルト作家 |
| • 和雑貨 翠/雑貨・小物 | • 竹あかり/照明作家 |
| • いなわしろ写真館/写真撮影 | • たけるうどん/うどん屋 |
| • 青色工房/画家個展 | • 革細工/むっちゃん |
| • 亀吉/Tシャツ屋 | • シュガーペタル/クッキーペインター |
| • 蔵精/発酵和食 | • Bee's Work/蜜蝋キャンドル・コスメ |
| • Umitomori/米粉の蒸しまふいん | • 福笑屋/コーヒー |
| • 農処 Shiki/竹細工 | • こがし焼きそば三つ星/焼きそば屋 |
| • Soboku/ミュージシャン | • Nuts/真鍮作家 |
| • ネスト/パン屋 | • 炭火焼き鳥 麻顔/焼き鳥屋 |
| • かつつあんのおにぎり/おにぎり屋 | • ごなごな/薬膳なカレー |
| • レフレール/パン屋 | |
| • いまここ園/クッキー | |
| • moon child/木工作品・アクセサリ | |

図5 マルシェ出店リスト

ただし、時代がどんどん変わっています。チーズの物語を、どんな思いで、どんなところで、どんな工夫をして作っているチーズなのかということを当然ながら伝える必要があります。でも、その次を見ましょう。必要なのが、「体験に価値がある時代へ」。これも非常に遠回りで、一步一步の牛歩のような進みにしかならない、大量に一気に説得力があるものではないのですが、今この時期に入って、この時代の流れに入って、去年とは違うことを始めないと、もう変化が…？…とっております。

地域の仲間と話し合いました。他業種とのコラボです。私が今回、3月一発目に始めるのは、チーズ職人の私と、もう1人、養蜂家の27歳の元気な女性と一緒に、職業体験講座というもの。これは10～12名様限定になるんですが、自分のチーズ工房に来てくれて、チーズの話を勉強する。そして、すぐ15分先に養蜂家の友達がいるんですが、養蜂家の友達が養蜂場講座とテイスティング。私はチーズの講座と工房見学、モッツァレラチーズ体験。学んで、見て、食べて、そこに来られなければ得られないものを私たちは次のアクションとして始動し始めました。

チーズ職人として大切なこと、最初から思っていることがあります。次の世代に残したいメッセージです。自分が始めた産業が、お金持ちで終わるのではなくて、もっと違うことを私たちは求めています。この、1年に1回やっている試みが「寺子屋」というものです。これは50人の子供たちを無料招待しようと思っている挑戦です。こういう子はみんな平等にあるべきという考え方です。「チーズ工房【千】sen」は、この50人の子供たちを20年招待する仕組みに挑戦中で、ちょうど5回が終わりました。4分の1来ました。20年で50人の子供

たちを招待すると、1,000 人の卒業生が世に出ます。その子供たちが自分と同じくらいになったときに、その時代に合う寺子屋を開催してくれれば、私たちの挑戦が見られます。これは絶対に辞めたくないですね。去年はコロナで残念ながら中止です。今年はもう悔しくて、何とかできないかと思って会場を広くしました。格段に広くします。今申請書を出している途中ですけれども、近くにあった、廃校になったところを使いまして、各クラスにテーブルを分けて、そこで教室 1 つ 1 つで寺子屋を開催する準備を始めております。これが【千】の寺子屋の挑戦の 1 つのご紹介です。

また別に、芸術家さんとのコラボにもどんどん挑戦しています。これはチーズという入り口ではなくて、アート、美しいものからチーズを見てほしいという思いがあって始めました。68 ページ(編注: 図 6)は、「うぶすな」というチーズを画家さんに描いていただいたものです。このように、チーズがあって、フローラルの香りが出ているのがうちのチーズの特徴なのですけれども、それを花に模していただきました。いつか、こういうものがどんどん続いて、包装紙になったり、パンフレットになったり、何かこういう地域のアーティストさんと一緒に可能性を広げる活動にシフトしていっております。

2021 年の挑戦ということで、今年のページになるんですけれども、「チーズ工房【千】sen」は、個人事業主だったのですけれども、めでたく「株式会社 千 sen」になりました。小さいことですが、私の中では凄く、去年の 10 月に追突事故、交通事故を受けて、私は完全に止まっていて後ろから追突されてしまって、むち打ちになって、凄い大怪我をしたんですけれども、もう、台風といい、コロナといい、交通事故といい、人生いきなり 1 日で変わることはあるんだということを学びまして、いつかやと思っていたんですけれども、もう「いつかやる」では一生やらないなと思って、ヘソクリをかき集めて立ち上げました。

そして、これを起点に、自分が本来やりたかったいろいろなビジョンがあるんですけれども、チーズ職人以外のこともいろいろやってみたくて、地域を巻き込んだり、子供たちを巻き込んだり、大地を巻き込んだり。その母体をしっかりとした意志を持って明確に世に打ち出していこうと決意をいたしました。そのスタートが今年からです。ここからまたおもしろい挑戦が始まりますので、ぜひ注目していただきたいと思います。「発酵で世界平和」。こちら也非常に大切にしているワードです。何が言いたいかというと、やはりお互いに会話して、協力して、思いやり、一人で頑張るよりもみんなできよくしていく環境づくりです。この「仕組みをつくる」というのが、最初からある思いです。



図 6 「うぶすな」チーズの絵

お味噌は、大豆や麴、塩などから作られますよね。この 1 つ 1 つの素材でも十分にみんなの食卓の彩りに変わる。1 つの素材ですけれども、お互いの特技を持ち合わせて、時間をかけて発酵すれば、人間の体により良いものに変化していきます。私はこの微生物業界で起きていることを人間界でぜひやってみたくて。私が言う「素材」というのは人です。時間をかけるというのは発酵のことです。よりよいものへ変化する。これは、各チーズ工房さんの思いであったり、地域の作り手さんの思いであったり、見ているビジョンの近い異業種の方であったとしても、絶対にみんなで会話して協力して思いやれば、時代を変えられることを始めることができると思っています。チーズ業界だけではなく、その垣根さえも超える挑戦を「チーズ工房【千】sen」はこれからもしていきたいと思っています。

最後に、皆さんに届けます。どんどん、想い、想像、夢があったら、動いて、仲間をつくって、いろいろな大きな大きなうねりとなるような仕組みを一緒に考えていきましょう。今後の「チーズ工房【千】sen」の活動に乞うご期待です。ありがとうございました。

最後に、私が活動をしている動画がございますので、この場を借りて投影させていただきます。ご覧ください。
(動画上映)

ご清聴ありがとうございました。「チーズ工房【千】sen」でした。

[司会]ありがとうございました。柴田さんから、「チーズ工房【千】sen」のご紹介でした。皆さん、もう一度盛大な拍手を。

「チーズ工房【千】sen」の柴田さんの話を 1 時間でやってくれというのはどだい無理な話で、また後半のパネルディスカッションで皆さんとキャッチボールしながらお話していただきますので、よろしくお願いします。ありがとうございました。

注: 音声聞き取れず、文字起こしができなかった箇所は「…?…」で表示

【事例報告 2】

森林ノ牧場 山川将弘氏

チーズ工房那須の森 安田翔吾氏



(左写真および下記プロフィールは山川氏)

埼玉県出身。東京農業大学畜産学科卒。現・森林ノ牧場代表。

小さい頃から田舎暮らしに憧れ、中学生の時に北海道で放牧酪農の風景に感動し、志す。アマタホールディングス(株)による森林ノ牧場立ち上げに参画し、2011 年に代表取締役役に就任。「田舎で暮らすをつくる」をテーマに、六次産業化による酪農経営を行なう。

[司会] 続きまして、このまま次の方をご紹介しますと思います。次のご講演は、株式会社森林ノ牧場、山川将弘様にお願いします。山川様は栃木県的那須でジャージーを使用した酪農をされていて、また、乳製品をつくっていますけれども、同じ那須地域の「チーズ工房那須の森」の安田翔吾様もお呼びしていまして、これから連携してチーズ作りも取り組まれるということです。後ほど安田様にもご登壇いただいて、お2人でお話していただくような形をとりたいと思います。それでは山川様、お願いします。

[山川] 初めまして。私は栃木県的那須町というところで「森林ノ牧場」という牧場をやらせていただいています、山川将弘と申します。よろしくお願いします。このような場所にお呼びいただきまして。柴田さんの次に(笑)。凄く楽しませていただきまして、前々から話が聞きたかったのも、本当にお話を聞けて大変光栄です。

私のほうも、今お話したように、私は「森林ノ牧場」という牧場をやらせていただいています。地域の中で一緒にやっている「チーズ工房那須の森」というところがありまして、そこの安田という者が今日来ていますので、途中でバトンタッチして、チーズのお話を途中からしたいと思います。前半は私のほうでお話しさせていただきます。

私、山川将弘は東京農業大学の出身です。農学部畜産学科卒業で、キャンパスは本厚木というところです。世田谷でもオホーツクでもないのですが、4 年間で過ごした東京農業大学でこのようなお話をさせていただくのは大変ありがたいことです。大変光栄です。

私はもともと埼玉県出身で、実家は酪農家というわけではなくサラリーマン家庭でした。このあと話をしますが、あるきっかけで酪農をやりたいと目指すようになりました。酪農家になりたいといっても、どうやって酪農家になっていいかわからないんですよね。少なくとも小学校でも中学校でも習わなかったのです。でも、東京農業大学畜産学科に入ったら酪農家になれるのかなという、本当にそんな単純な理由で農大に私は入りました。北海道に行くか農大に入るかくらいの選択肢だったので、本当に 1 本で農大の畜産学科に入りました。

私は放牧の酪農にこだわってずっとやっておりまして、放牧の勉強を畜産学科でしていたのですが、その中で岩手県の中洞牧場に出会いまして、卒業後は岩手県に移住して中洞牧場で 2 年間働きました。その後、今私がいる「森林ノ牧場」ですが、最初は違う会社が経営していました。その立ち上げからかわっております。最初は、実は京都に「森林ノ牧場 京丹後」を立ち上げました。これが 2007 年です。その 2 年後に、本当に私は那須のことを全然知らなくて、初めてそのときに行ったのですが、社内の異動として那須に移住して「森林ノ牧場 那須」を、当時の会社で立ち上げました。そこから働いていたのですが、アミタ…？…、そこから私が代表になって、独立して「森林ノ牧場」代表を、こちらで今やらせていただいているという経歴です。

うちの「森林ノ牧場」は、このようにジャージー牛を放牧で飼育しています。この景色(編注:次ページ図 7)が僕は好きでした。いいと思いませんか？ 最初にお話したように私は埼玉県で生まれて、でも田舎暮らしに本当に漠然と憧れておりました。川越というところの出身ですが、周りはちょっと行けば川があって、趣味では昔から釣りが好きで、毎日のように釣りに行くような少年だったので、漠然と田舎暮らしがしたいなという思いが小さい頃からあった。

中学生のときに北海道に行って、その中学校で、北海道の牧場で搾乳体験という、いわゆる一般的な搾乳体験をしました。そこが放牧で飼育していました。牛がいて、向こう側が海で、山があってというその景色が本当に素晴らしくて、中学生なのでそんなに大して将来のことを考えてはいなかったのですが、漠然と「牛飼いになったら僕が憧れているような田舎暮らしができるんだ」と思うようになりまして、それで牧場を目指すようになりました。

牧場といえば牛が放牧されているものだと思っていて、実際にそれで東京農業大学に入りました。農大に入れば畜産ができる、酪農ができると思ったんですが、今でこそ放牧をやられている酪農家さんは増えてきているとは思いますが、当時は本当に少なかったのです。何でだろうと。僕自身は、牛飼いに興味があるというよりも、放牧されている牛の景色が好きで酪農に入ったので、牛舎の中で牛を飼うことも別に嫌ではないけれど、それだったら自分はちょっとその世界でなくてもいいかなと、本当に正直思うようになりました。



図7 山川氏お気に入りの景色(牛の放牧飼育)

でも、そんな中でも、少なくなっているとはいえ、やはり牛を放牧で飼育している酪農家さんがいて、その酪農家さんをあちこち回ったんです。そうしたら、なんかもう、みんな頑固爺みみたいな人ばかりで(笑)。でも、それが凄くよかったんです。やはり「何で俺はこれをやるんだ」というものを明確に皆さん持っていて、「だから俺は放牧をやるんだ」という思いをそれぞれが持っていて、本当に魅力的だな、これを増やしたいなと思ったし、自分もやりたいな、でもやりたくてもやれない人もきつっているんだなというのを自分自身の体験として思うようになって。だったらやはりそこに飛びこんで、自分自身がやって、私はサラリーマン家庭で、自分で牧場を持つのは大きな借金を持つことになるので、それはなかなかできないけれど、自分がこれを実現できれば同じように夢を持つ若者が増えるんじゃないかという思いもあつて。じゃあ、放牧の酪農をどうやってたら経営できるのかというのを自分のテーマにしよう。学生時代から今に至ってもそうなのですが、放牧酪農でどうやってたら牧場を経営できるのかというのが私自身のテーマとして取り組んでいることです。今でもそれにチャレンジしていると思っています。

うちはいわゆる六次産業というやり方で経営をしています。牛を飼って、加工して、販売をしているわけです。今でこそ六次産業化という言葉も、やっている方も増えてきてはいますけれど、やはり当時はまだまだそういう言葉も少なかった、あまり出ていなかったんです。放牧で酪農をするということは、牛はやはり歩き回るので、それだけエネルギーを使うし、寒い・暑いというストレスももちろんあるわけです。そうすると、牛の乳量は減ってしまう。要は生産効率が悪くなってしまいます。牛乳の量が減ってしまうわけです。

一般的に流通している牛乳は、牛飼いが搾ってそれを組合さんなどに出荷するわけです。そのときの価格というのは、放牧していようがしていまいが一定なわけで、そうするとやはり放牧をするというのは酪農家の経営にとってメリットになりにくいわけです。なので結局、放牧酪農はなかなか増えない状況ではありました。

僕なりの解決策は、やはり六次産業化で、僕自身は牛を放牧している景色こそがやはり僕らがやっている酪農の一番の魅力かなと思っていて、それをお客さまに届けることが乳製品の価値として広がるのが大事だなと思って、最初から六次産業ありきでいつか酪農をやりたいなと思うようになりました。実際、今「森林ノ牧場」では、牛を放牧して、飼育して、乳製品を加工して、牧場の中にカフェがあるのですが、販売まで行なっています。

うちの牧場の紹介をさせていただきます。牧場の中にカフェを経営して、奥に牧場の放牧地があるのですが、その手前の入り口にカフェがあります。そこから遊歩道になって、放牧地まで見に行けるようになっていきます。僕自身がやはり放牧地で牛が歩いている姿こそがうちの一番の魅力だし、それが商品というわけではないけれど、うちの作品のようなイメージがあって、それをお客さまに届けたい。ついでにソフトクリームを食べてもらう。そんな感覚でもあるので、やはり牧場の中に入ってもらいたくのが凄く大事なと思っていて、カフェが入り口になって、ソフトクリームがきっかけになって来てくださってもいいですけど、それがきっかけになって牧場を見ていただくというお店にしております。

実は去年、欲張ってお店を 2 つ造ってしまいました。「ソフトクリームスタンド」と「モリコーネ」という地元の図書館の中にある店です。

ソフトクリームスタンドはソフトクリームに特化したお店です。那須は観光地でもありますので、観光のお客様に対してソフトクリームを提供する。僕は旅先でソフトクリームを食べるのが凄く好きで、そのソフトクリームが美味しいとちょっとうれしかったりするので、僕は那須に住んで 10 年ちょっとたって、大好きな土地なので、その記憶の中の 1 つにソフトクリームが残ってくれたらいいなと思って、ソフトクリームスタンドという直球の名前を付けたお店を造りました。

モリコーネは、地元の図書館に入るカフェの公募があったので、それに対して「ソフトクリームを食べられる図書館なんて素敵かな」と思って、僕は本が好きなもので、そこでやらせていただいております。このように直接お客様に乳製品の販売をさせていただいています。

また、搾乳した生乳の半分以上は今、卸販売をしています。その 1 つで有名な取引先様でいうと、無印良品の系列で「Café & Meal MUJI」というお店です。全国 30 店舗ほどあるんですけど、そちらでうちのソフトクリームを出していただいています。あとは、牛乳をレストランで販売しています。業務用として卸販売もさせていただいています。

そもそも「森林ノ牧場」という名前ですが、「森林」と「牧場」って何か違うのではないかとよく言われます。なんで「森林」なのか。日本は森林が多い国だと言われています。どれくらい森林があると思いますか？ 何%か？ はい、柴田さん。

[柴田]70%。



図 8 放牧牛

[山川]そうですね、大体それくらいです。3 分の 2 くらいの、67～68%とされています。それくらい日本は森林が多い国です。これは先進国の中でもかなりトップクラスで、先進国の中でいうと 2 番目くらいに日本は森林が多い国です。我々が使っているものも、木の文化を創り、木造建築も日本人にとっては、世界最古の木造建築である法隆寺もありますけれど、それくらい日本人と木の文化は近くにあった。ただ、我々が今、周りで全部木を使っているかという、そんなことはありません。皆さんが今座っている机や椅子もちろんそうですし、それは仕方ないことだと思います。木材が全部国産で賄われているかというそんなこともなくて、輸入されていたり、昔はこの森林でエネルギーを採ったり、薪を採ったり、炭を作ったりして、エネルギーとして使ったり、あとは山菜を採ったり、キノコを採ったりで、食料としても使っていたりした場所でもあるけれど、今は食料自給率も低かったり、エネルギーもほとんど海外に依存している状態です。

それはある程度、皆さんも私ももちろん車も乗るし、全部国産の木で賄っているわけではないのですが、でもやはり足元でそれだけ木が残っていて、一方で僕らがそれを使えていないで、海外から輸入しているという現状は、やはり考えなければいけないことだと思います。やはり、それは何か取り組まなければいけない。考えるだけではなく、取り組まなければいけないと思います。そういう現状がある。

一方で、牛たちのことを話しますと、この動画(編注:図 8)はうちの牛たちを放牧している姿なのですが、可愛いですね。いい時期に撮れました。でも今は可愛さを伝えたいのではなくて(笑)、牛は草食動物なんです。当たり前のことですが、牛は草を食べるんですね。草は森林にも生えるわけです。ある程度木を切ってあげてもいいわけです。森林がなぜ使われていないかといったら、資源として使いにくい場所にあたりするわけです。斜面だったりするから、そこに畑や田んぼはつくれないし、住むにもなかなか住みにくい。木材を伐採しようと思ったって、海外で平らのところで一斉に採ったほうが安い。でも、牛たちはそこに生える木も食べるし、牛は 4 本足だから、こういう傾斜地もトラクターとかを入れなくても登っていけるわけです。

だったら、その使っていない森林空間を利用して牛たちを飼えるようにして、そこで牧場をやったらいいのではないか。

「牛は草食動物。草木を食べて乳製品を」と書きましたが、そこが僕はうちの凄いいところだと思っていて、柴田さんもこの草は食べないですよ。この草を食べている方、いらっしゃいますか？僕は食べないんですよ。僕はこの草を食べられないけれど、牛が食べてくれることによって乳製品や肉になるというのは、やはり凄いことです。牛がいるからこういう森林の空間であったり、森林の草木だったりというのが、やはり僕らにとっての価値に変わると思います。

それが凄いいところだと思っていて、先ほど言った3分の2ある森林が活用できていない一方で、輸入されている資源がある。では、そこで牛を飼うことによって、そこをもう1回価値化しようというのが、我々「森林ノ牧場」の目指しているというか、やっていることです。そこから生まれる乳製品を売っているということです。

僕自身は先ほど言ったように、酪農家になりたいというきっかけは田舎暮らしがしたいということだったので、田舎暮らしをするためには収入も必要です。そこで牛たちが使っていない山を価値に変えてくれて、乳製品にする。それでちゃんとお仕事をつくる。そして、それが中心になって人が集まって、仕事をする人もお客様も集まってきて、そこに職が生まれてくる。田舎の暮らしをそれで創ることが「森林ノ牧場」が目指していることになります。

乳製品を作る中で、いろいろな商品を作っています。牛乳も作ってまして、ソフトクリームはカフェでも卸でも販売していたり、ヨーグルトを作ったりしているんですけど、お店をやっている中で、お客様から「バターはないの？」とよく言われました。本当によく言われます。牧場といえばバターを買いに来る、くらいの感じが、特に2016年か2015年、バター不足になった年は本当にお客様から「バターはないですか?」。電話でも「バターはないですか?」と掛かってくるくらい、問い合わせがありました。そんなに言うならバターを作ってやろうじゃないかという気持ちになったんです。

僕自身も実は物凄くバターが好きで、本当にあちこちのバターを買っては食べていました。それは国産のバターもそうですし、海外のバターもそうですし、本当にいろいろなバターを食べて、もうこうなったらバターを作ろうと決心をしたのですけれど、その中で1つ出会ったバターが、これです。このバターをご存じですか？食べたことがある方はいらっしゃいますか？ **イタリアの「Occelli(オッチェリ)」というバターです。(編注:図9)**

いろいろなバターを食べる中で、このバターを食べたときの衝撃が凄くて、こんなに美味しいバターがあるんだなと、本当に感動しました。食べ物で人を感動させたり、僕がもし牛を飼って、ああいう景色の中で生まれたミルクでこんなに人を感動させられたらどんなに素敵かなと思うようになって、バターを作るぞと決めたときに、日本一の発酵バターを作りたいという思いで始めるようになりました。



図9 イタリアのバター



図 10 乳酸菌飲料「キスミル」

発酵バター的美味しさが本当に衝撃的だったので、発酵バターを作りたいという思いでスタートするようになりました。ただ、バター作りに詳しい方はご存じかもしれないのですが、作るのがなかなか大変です。というのも、牛乳からバターが生まれる……牛乳の何がバターになるか。バターは油、乳脂肪分です。乳脂肪は、牛乳のパッケージを見ていただくと分かると思うのですが、たったの 5%しかないんです。残りの大部分がスキムミルク(脱脂乳)になります。牛乳 1L のうち、50g しかバターはできない。残り 9 割がスキムミルクになってしまう。ホエイとチーズの関係と同じことが言えるのですが、バターについてもそうです。物凄く歩留も悪いし、効率も悪いし、スキムミルクを捨てるのはもちろんもったいないし。これを解決しないとバターを作るのは嫌だと思うようになって、バターを作るならスキムミルクもちゃんと商品化してからにしようと思うようになりました。

バター製造、日本一のバターを作るぞという思いを持ちながら、スキムミルクの商品化をコツコツやっていくということを始めました。地元の大学と連携していろいろと教えてもらったり、地域の高校生と一緒に取り組んだりしてできた物が、これを発酵させて作った飲み物です。乳酸菌飲料「キスミル」(編注: 図 10) というものです。これはスキムミルクを発酵して作ったものです。

「キスミル」を販売したのは 2017 年です。まだ出してからそんなに大して売れることもなく、コツコツこれを作って、ちよつとずつバターができるようになりました。バターは当時はまだ小売では販売していなくて、知り合いのレストランさんや、地域の常連さんだけに販売するようになって、公には販売していません。とにかく乳酸菌飲料をしっかりと売っていくことを続けていきました。

今の流れですが、思いとしては「森林ノ牧場」のバターを作りたい、日本一のバターを作りたいと始めた取り組みです。その中でスキムミルクという課題を見つけて、それをきちんと商品化しようと。結果できたのは、もちろんバターもできるようになりましたけれど、小ロットでバターを作るという取り組みだったんです。その仕組みができたのが凄く大きかったです。要は、バターは市販ではいくらでも販売しているわけです。大手さんのバターはいくらでも、スーパーでもコンビニにでも行けば買えるわけですけど、「〇〇牧場」のバターは本当に少ないです。要は、先ほど言ったこのスキムミルクの問題で、大手さんだったら乾燥させて脱脂粉乳にできるわけです。でも、それをやるためにはロットが大きかったり、設備投資が大変だったりします。ポイントは、小ロットでどうバターをつくるかということだったのだなと。

バターを作ってスキムミルクに商品化をしていったら小ロットでバターができるという話を聞いて、バターを販売する前から、酪農家さんから「うちのバターが作れないか」と言われたり、行政の方から「その取り組みをやりたいから、一緒にバターを作ろうよ」と言われたり、「近くの農業高校でバターを作ってくれませんか」と言われるようになったり。うちのバターもまだ作っていないのに、いろいろな方から「うちのバター作れませんか」と言われるようになってしまって、「いや、まだうちも出していないんだけど……」と。でも、私も気付いていなかったことで、ニーズがここにはあるんだと。うちのバターを販売する前に、他の酪農家さんのバターの販売を始めました。本当に、こういう取り組みがおもしろくなってきたなと。

バターのおもしろいところは、個性が出やすいんです。14 ページ(編注: 次ページ図 11)手前はうちのバターです。ジャージーで放牧をしているので、青草をたくさん食べて、カロテンが豊富に含まれています。ビタミン類が青草だとそのまま入るので、黄色になります。上はホルスタインで、舎飼いで飼われている農家さんの牛のバターです。これはどちらがいい悪いの話ではなくて、個性がとにかく出るのがバターで、小ロットで作るという取り組みのおもしろさかなと。これは、酪農家さんも作れたらおもしろい。一方で、消費者側からもやはりおもしろいと思います。「〇〇牧場」のバター、しかもそれは時期によって違うわけです。うちの牧場だったら、これは春先のバターだけれど、冬になるともっと白くなります。そのときにしか食べられないバターができるというのは、やはりお客様にとってもおもしろいことだろうなと思っています。

うちみたいな牧場が、最初から六次産業化で直接販売をするということは、一般的な酪農家さんはそういう取り組みを基本的にはしていません。ということは、お客さまに直接何か乳製品を届けるという体験をしていないわけです。でも、バターが小ロットでできれば、バターは販売しやすいと思います。冷凍をかけても持ちますし、お歳暮やお中元で配ってもいいわけです。バターが 10kg できても何とかなるだろうなと。なので、自分で六次産業化しなくても、バターで委託製造を受けられれば、いろいろな酪農家さんが自分の乳製品を持つことになる。

小ロットのバター製造により 酪農家ごとのバターができる



Craft butter 酪農家ごとに個性のあるバター製造

図 11 酪農家のバター(手前が森林ノ牧場のバター)

酪農家は、自分の商品が売ることがなかなかできません。というのも、例えば野菜農家さんは、採ったトマトやキュウリを近くに配ってもいいし、もしかしたら産直に持って行ったら売れるかもしれない。酪農家さんの場合は、絞った生乳は必ず加工しなければいけない。その加工が、設備投資が大きかったり、技術が必要だったり、知識が必要だったりするわけです。もっと気軽にそれを、ハードルを飛び越えていけるような仕組みがあったら、お客さんからの「美味しい」という声をもっと聞くこともできると思います。自分の牛乳がどこで売られているかも分からない状態です。もちろんその仕組みがあるからこそ、どこでも牛乳が飲めて安定的に乳製品を消費者が食べられるというメリットはあるのですが、「美味しい」という声をもらうのは、やはり作り手にとって一番の喜びだと思っているのです、実は。それがなかなかできないのは、つらいところだと思っています。例えばこういう取り組みができれば、直接「美味しい」と言ってくれるんです。

大事なのはそれだけではなくて、やはりもっと喜んでもらいたいという思いが生産者としての素直な気持ちだと思います。「美味しい」という言葉があれば、「もっと美味しくするにはどうしよう」「もっと喜んでもらうにはどうしたらいいのか」と思うかもしれません。それが、たぶんこういう取り組みをすればするほど、もっともっとそれぞれの個性が出ていくのではないかと考えています。個性は自分で狙って創るものではなく、やはりお客様にどう喜んでもらうかという一生懸命さから出てくると思っています。だから、こういう個性の出るバター作りを仕組みとしてきちんとつくっていこうと。それが「クラフトバター」と呼んでいるのですが、生産者ごとに、美味しさやこだわり、思いが詰め込まれたバターを作れる仕組みをつくっていきたいな、と。

いよいようちのバターも、おとしの 2019 年の秋に販売するようになりました。先ほど、バターはそれぞれの酪農家さんの個性が出る商品だと、僕はそれが牧場にとっての名刺になってほしいと思いました。「うちの牧場はこういうものです」というものに、バターがなっていったらいいなと思ひ、名刺にそれぞれのプロフィールを入れられるパッケージを作りました。これはうちのバターです。他の酪農家さんが使うときもこのパッケージをもちろん使ってよくて、この色違いとか、中身を変えることで、同じクラフトバターという取り組みの中で一緒にできるような仕組みをつくって取り組みをしてもらっています。

こういうクラフトバターの取り組みを進めていくうちに、「いいね」と言ってくれる仲間が集まってきました。我々はスキムミルクを乳酸菌飲料として販売をしていると説明しましたが、まだまだスキムミルクが出る量がそんなに多くはなかったです。このスキムミルクがもっと出れば出るほど、いろいろな酪農家さんがバターを作れるようになるということです。お客さまがスキムミルクを買えば買うほど、酪農家さんのいろいろなバターが生まれる。それをみんなでやろうよ、ということで地域の仲間に声を掛けていただいて、スキムミルクを使った商品開発を、僕だけではなくて、地域の人みんなでやろうという話になりました。

僕は生産者なので、生産者目線でいうと美味しいバターを作る。皆さんは観光客です。こういう循環ができるというのを、お客さんの消費が支えている。消費があることでこの循環がぐるぐる回っていく、そういう取り組みになったらいいなと。スキムミルクを販売できるように商品作りをして、「バターのいとこ」(編注: 図 12)というお菓子を作りました。中に入っているミルクジャムをスキムミルクで作しまして、那須は観光地なので、お土産品としてこれを買っていただいて、観光地の人がこれを買っていくことによって地域の生産者がおもしろいことになっていくという商品をつくりました。



図 12 バターのいとこ

今、「バターのいとこ」は、工房をカフェの横に立ち上げて、そこで作っています。ここは就労支援施設にもしておりまして、地元の障害者が 10 人くらい働いていて、あとは主婦とパートさんで工房をつくっております。

障害者とパートさんというのがポイントで、要は労働的なマイノリティというか、朝から夕方まで 8 時間働く正社員のような働き方が世の中で一般的だとすれば、それに合わない人はどうしてもいるわけです。何か怪我をしたりとか、もしくは体調が悪かったりとか、そういう方たちの職場になれたらいいなと思って、「バターのいとこ」は手作業が多いので、機械化できないところをこういう方たちに担っていただけたらいいなと。観光客に買っていただくものが、地元でそのように繋がっていくという枠組みで、「バターのいとこ」は…?…。

今カフェで販売しているものと、通販でも今は 3 ヶ月、4 ヶ月待ちで、結構人気です。あとは催事で、今日も行っていますけれども、2,3 時間で売り切れるくらい、意外と人気なお菓子です。

もう一度流れを言っていきます。うちは 6 次化で牧場を経営している中で、最初にお客様からバターが欲しいと言われて、では作ろうと。スキムミルクで商品を作っていく。そうすると、地域の酪農家さんから「じゃあ、うちもバターを作ってよ」と声が掛かるようになりまして、クラフトバター、小ロットバターの仕組みができる。仕組みができたなら、今度は地域の仲間が、工房に観光客とかが来る。仲間の協力があって、「バターのいここ」に。今、「バターのいここ」は本当に人気の商品になって、こういう商品が生まれている。

それは別に最初から狙ったわけではなくて、最初はバターを作りたいと。牧場をやっていたら皆さんからバターが欲しいと言われて、作ろうという中でいろいろな人に声をかけてもらったり、いろいろな方のニーズがあったり、協力があって生まれたものです。決してデザインして作ったわけではなくて、デザインされて作ったような感覚があります。僕はそれがポイントかなと思っています。

今回、「ミルクで地域をデザインする」というテーマですけど、僕の感覚でいうと、周りからミルクがデザインされるものでいいかなと正直思っています。そうやって生まれたのが「バターのいここ」かなと思っています。それは、たまたま那須が観光地だったからお土産品がいいだろう、そこを巻き込めばいいだろうと。酪農家さんがたくさんいるからこそ、クラフトバターという仕組み、発想も出てきましたし、やはりその地域に合った文化、歴史があって、その素材を使うというようになってきますし、あとはそういうことが今できる時代でもあります。これが例えば 30 年前、40 年前ではこういう仕組みになっていない。これがたぶん 10 年後だったら、また違う取り組みになっていると思います。このときの時代性もある。やはりこれは仲間ができ…？…。

六次産業化はこういうところが魅力だなと思っています。商品作りをして、こういうところが出てきたなど。組合で牛乳を出荷していることはもちろん酪農家として大事なことですけれど、何かを作りたいという、周りからいろいろな協力だったり、いろいろな関わりがあったり、関係性ができはじめたら、同じ牛乳の価値がどんどん高まってくるという感覚があるんです。その最初の起点になるのはやはり、これをどうしていきたいか、何をしたいか。僕は日本一のバターを作りたい。Ocelli というバターに出会って、うちの牛乳が日本一の発酵バターになったら嬉しい、これだったらもっと人を感動させられるというのがあると思ったんですけど、やはりきっかけは「何をしたいか」。だけど、それをデザインしていくのはいろいろな関係性なのかなと思います。

六次産業化とは？ これは農林水産省のホームページから引用した言葉ですけど、「地域資源を活かした新たな付加価値を生み出す取り組み」。僕はやはり、「何をしたいか」が本当に大事だと思っていて、六次産業化をすることによって、ではミルクでどういうことをしたいか、牧場で何をしたいかというのが、いい商品を作っていくのだろうなと思っています。それは別に六次産業化に限ったことではなくて、大きな話をすれば、僕は、要は人を喜ばせられるかどうかだと思っています。

僕は酪農家として、やはり最初に言ったように、酪農を見て、景色が良くて、僕自身が好きなシーン。それは人を感動させられると。やはり僕は埼玉に生まれて、都会も好きだけれど、でも、自然の景色というのは東京で暮らす人たちにとってもきっと何か役に立つだろうと思って、だからこそ僕はここで牛を放牧することで、東京から疲れて、たまに週末に牧場に来て「ああ、癒やされた。また明日から東京で頑張ろう」と思ってくれたら嬉しいなと思うんです。でも、仕事ってそういうことかなと思っていて、人を喜ばせてナンボかなと。その対価としてお金を頂いていて、その頂いた対価以上を喜ばせてあげられれば、もっとそれ以上にまたお金を

次も頂ける。やはり困っている人がいたら助けてあげたいし、人に喜んでもらいたいと思うし、そのための手段として酪農をやって、そのための手段としての六次産業化かなと思ってやっています。

また動画ですね。僕は本当に、牛が放牧されている景色が好きで、牛たちが本当に可愛いと思います。やはり音がいいんですよね。ぜひ聞きに来てもらいたいんですけど、牛たちが歩く音は、人間の本能的なものに訴える何かがあるんじゃないかなと。

これからの話ですけど、酪農ってそんなに甘くないんだなと僕は思っていて、やはりこれから環境問題が深刻化する中で、人口が増えて食糧が枯渇して、仔牛をたくさん飼っているような酪農、畜産というのは環境にどうしても悪影響が出てしまう。それはやはり否めない事実だなと思っています。その中でも酪農はやはり、僕は食べられないものを価値に変えてくれるというのがやはり素晴らしい。人間と動物たちがずっと一緒に暮らしてきた歴史というのは、間違いなくあると思います。それはきっと、僕らが使えないものを価値に変えてくれるという合理的な関係性のようなものが世界中であるからだと思います。

環境問題がこれからもっと深刻化していくにあたって、酪農が叩かれるようになって、やはり事実として人と動物が生きてきた。それは何かの必然性がある。それは何なのかということを 10 年、20 年、僕ら酪農家は探していかなければいけない。それはたぶん、僕らが思っている以上にお客様のほうに敏感だと思っているので、僕自身は六次産業化をして直接お客様とやりとりをしているので、最前線に立てているラッキーな状態ではあると思います。それに対して、僕らがどう応えていくかによって、これから畜産や酪農がどこに向かっていくのかが定まってくるのかなと思って、ここは本当に真剣に考えていかなければいけないことだと思います。

以上で私の話は終わりですけど、柴田さん同様うちも動画がありまして。うちの牧場は森林で牛を飼って、その場所で価値を高めていく、お互いの命、牛も人間もかわるもの、例えば牧場の中にいる虫たちや動物たち、木や葉っぱだったり、いろいろなもの、森林にかかわるものの命の価値をどう高めていくかというのが、うちの牧場のテーマなのかなと思って、そんなことを動画にしたものです。

(動画上映)

私の話はこちらで以上になります。地域の中で一緒に取り組んでいる「チーズ工房那須の森」の安田が今日は来ているので、チーズの取り組みを話してもらいます。うちも牧場でジャージー牛のチーズを「那須の森」に委託して作ってもらっています。本当においしいチーズを作っていて、今日のチーズを含めた取り組みを話してもらいますので、お願いします。

自己紹介

安田翔吾
愛知県出身

- 学生時代
北海道で酪農とチーズの研修
- 休学
日本全国、海外へ（イタリアやスイス）
- 現在
チーズ工房那須の森 工房長
- 将来
自分で放牧酪農とチーズ工房



図 13 安田氏自己紹介

チーズ工房那須の森



栃木県那須塩原市

- 2008年
個人事業として創業
- 2019年
新しい工房へ
- 現在
スタッフ8名
メイン6種類のチーズを製造

図 14 チーズ工房那須の森の紹介

[安田]僕は農家とか、チーズをやっていたところというわけではなかったのですが、テレビで放牧酪農に行ったときに、僕も同じで、放牧の景色が凄くいいと思って、そこから憧れを持って、大学進学を機に北海道に行きました。そして、北海道では、牛とチーズの研修を学業の合間にやりながら過ごしていました。そこでやれることに限りがあったので、思い切って1年休学して海外に行ったり、日本全国あちこちを回って研修をしたりしていました。

これ(編注:図 15)は、個人的に行ったイタリアの山のほうの景色です。ブラウンスイス 13 頭を山の放牧地に追っているところです。ここではすべてのミルクをチーズに変えていて、そこでチーズの魅力にはまってきたところですよ。

山川さんのお話にもありましたけれど、放牧の魅力は、やはり人間が食べられない草を乳にして栄養にしてくれるところがあったのですけれど、それを今度は、チーズはその草から作ってくれた栄養を保持して、先の未来に届けることができる物、しかもそれが自分の手で作れるというのが僕には凄く魅力的に映って、そこで放牧からさらにチーズに興味を持って、あちこちを回りました。

日本全国の牧場とチーズ工房を回っているときに、「森林ノ牧場」にも行きました。それ以前に山川さんには何度か会ったのですけれど、そこで「一緒にチーズをやらないか」とお誘いいただきまして、卒業してから那須のほうに来て、チーズをやることになりました。

この写真(編注:左図 16)は、一緒にベトナムのチーズ工房に視察に行ったときの写真です。そのままベトナムのカフェで採用が決まり、そのままこっちに来ることになりました。現在は「チーズ工房那須の森」の工房長として、チーズの全体的な製造と、内部の運営に携わっています。ゆくゆくは自分でもチーズ工房と、放牧して牛を飼ってという小規模な放牧酪農の両方をやりたいと思っています。

続いて、「チーズ工房那須の森」の紹介です。工房は、栃木県那須塩原市にあります。那須は北海道の次に酪農が盛んなところで、本州で一番生乳生産量が多いところになります。そこに、2008 年に個人事業として「チーズ工房那須の森」ができました。そこから 2019 年に今の新しい工房に移転しまして、現在はスタッフ 8 名と、メイン 6 種類のチーズをつくっています。(編注:前ページ図 14 も参照)



図 15 イタリア山岳地域の風景



図 16 ベトナムにて

チーズを簡単に紹介させていただきます。まず、フレッシュタイプのチーズが 3 種類で、2 種類のパスタフィラータタイプのチーズと、半凝固のフロマージュブランが 1 種類あります。熟成タイプはセミハードの「森のチーズ」と、白カビタイプの「ブリー・ド・那須」、ウォッシュタイプの「那須ブラウン」をつくっています。

工房のチーズは比較的癖が少なく、食べやすいのが特徴です。それだけではなく、「那須の森」では生乳にもこだわっています。チーズに向いていると言われていて、ブラウンスイスの生乳にこだわっています。工房の近くの牧場でブラウンスイス牛を飼っていて、そこで牛乳を分けていただいて。いつも細菌数も体細胞数も凄く低い、いいミルクをすぐに確保できる状態で製造できています。最初は本当にブラウンスイスの牛も数頭からだったんですけども、徐々に頭数が増えてきて、十分にチーズが作れるようになりました。

そんな「那須の森」ですけれども、今回のテーマ「ミルクで地域をデザインする」ということで、「那須の森」でやっているようなことを、事例紹介をさせていただきたいと思います。

工房のある那須塩原市では、市長が那須塩原市をチーズフォンデュの街にしようと宣言して、凄く力を入れて取り組まれています。この取り組みの中でも、1 つ具体的に、昨年、「ガストロノミーウォーキング」というイベントが行われました。ガストロノミーウォーキングがどういったイベントかといいますと、その土地を巡りながら、食と文化の魅力を体験するというヨーロッパ発祥のウォーキングです。これを今回、那須では、温泉旅館とお酒とチーズをテーマにして行ないました。

画面(編注: 図 17)下の写真は、「那須の森」が行なったときのものです。これはサンプルではなく、本当にやったときの写真です。那須のワイン用ブドウ畑でチーズを提供したり、夜のイベントでレストランさんが開発してくれたフォンデュメニューを提供したりしました。どうしてもチーズフォンデュは、大皿でもできないですし、運ぶときも冷めてしまうというので、温かいソッパンの中に溶かし入れて、そのまま各テーブルで食べるという形式でやりました。なので、「那須の森」では、那須はもともと観光が盛んな地域ですけれども、そこにチーズというものを取り入れて、もっとチーズでアピールして、チーズを特産にしていこうという流れが今、生まれてきています。



図 17 ガストロノミーウォーキング

また、那須には「那須の森」以外にもほかの工房さんやチーズ販売店さん、乳製品を販売している牧場があります。もっとチーズ食文化を広げていこうということを目的にして、チーズ研究会というものが組織されています。その中の取り組みの 1 つとして、「チーズを楽しむ会」を毎年行なっています。各工房のチーズを料理研究家の方やいろいろな方に協力していただいて、**・・・？・・・**を作ってもらいます。それをお酒と一緒に楽しむというものです。お客さんに「ある工房のこのチーズが好きで」という人がいると、大体そのチーズには製造担当者がいて、その担当者と直接繋がる場がここでできて、そこでお話したりしていくと、その話を聞いて自宅でチーズを作られる方が出てきたり、その翌年には運営側に加わってくださったりして、繋がるきっかけができています。

また、今年からは、那須のチーズをそれぞれ販売しようというだけではなく、まとめて那須チーズの魅力を発信していこう、お届けしていこうということで、「NASU natural cheese STORE」という共同の通信販売を創りました。ここでは、チーズ単品での販売というよりは、チーズはこう使ってくれたらいいとか、こう食べるならこうというものを、研究会側でそれに合ったチーズを選定してお届けするスタイルでやっています。こういったことをしながら、今、那須と観光というものとチーズとを結びつけて、いろいろな挑戦をしている最中です。

そんな中ですが、那須の森ではもう1つ、ミルクやチーズで地域をデザインするために考えていることがあります。先ほどの話と繋がってくるのですが、「ホエイで地域をデザインする」ということです。チーズは生乳から作られます。バターは5%くらいですが、チーズは10%で、その他がホエイとして出ていきます。現状ではそれが使われず、これを処理するのに経済的な負担がかかっています。お金を払って捨てているということです。お金を払って捨てているが、そのまま流していたら環境に負荷が掛かっているという状況になっています。

さらに、チーズを販売しているということは、お金になっている部分は10%だけで、ホエイは本当に何もないまま、むしろどんどんマイナスになるような感じで流れています。やはり、チーズが地域に根付いたり、デザインしていったりと長く続いていくためには、ホエイの活用が必要なのではないかということを工房では考えています。

その中で少しずつ取り組んでいるのですが、「那須の森」では近くの農業学校と協力して、豚にホエイをやって、ホエイ豚の育成を行なっています。チーズを作るときの生乳の30%くらいを缶に入れて、毎回車で回収に来てもらって、豚にやって、戻ってきてまた缶をこちらで準備するというやりとりをしているのですが、さらにこのときに、チーズをカットするときに出た皮も一緒に与えています。

この繋がり、ホエイの活用だけではなく、温かいメッセージを頂いたり、研修の受け入れをしたり、チーズ工房がチーズコンテストで賞を頂いたときには温かい色紙メッセージをいただいたりして、工房だけでやっているのではなく地域で一緒にやれているのだと実感したのになっています。写真(編注:次ページ図18右下)はホエイを与えている様子で、こちらが仔豚(編注:次ページ図18中下)です。

もう1つ取り組みがあります。地域のパン屋さんにホエイを渡しています。ホエイでパンを作ると結構美味しいらしく、そのパン屋さんではホエイで作ったパンを「ホエイブレッド」とシリーズブランディングにしています。これは物凄く嬉しくて、ホエイでただパンを作るというよりも、チーズを作るために、続けていくためにもこのパンができたような感じがします。やはりホエイに乳酸菌が入って、菌が生きている状態になっていてどんどん発酵が進んでいくので、酪農が盛んで、チーズができて、それが近い距離だからこそできると考えています。

といった具合で、ミルクやチーズで地域をデザインするというのに、やはりホエイの活用は「那須の森」では必要ではないかと考えてはいるのですが、一方で、ホエイが地域に合った形で活用されるようになってくれば、もしかしたらミルクやチーズの利用の仕方、活用のされ方はもっと広がってくるのではないかと考えています。実際にやっていることはまだ少なく、なかなか1つではできない部分もあるので、ゆくゆくはチーズやミルクで地域をデザインしていく中で、一緒にホエイのほうでも地域をデザインするようなことができていったらいいのではないかと考えて、そういう仕組みができればいいのではないかと考えて、一緒にやれたらいいなということで今回、発表いたしました。



図 18 色紙

最後に、「那須の森」には動画はないですが、代わりに、地域とより繋がるために最近インスタを始めましたので、もしよろしければご覧いただいて、フォローをしていただけると嬉しいと思っています。

以上で「那須の森」の事例紹介を終わります。ありがとうございました。

[司会]山川さん、安田さん、ありがとうございました。皆さん、もう一度盛大な拍手をお願いします。

注: 音声聞き取れず、文字起こしができなかった箇所は「…?…」で表示。参加者からの質問時、名前を把握できない場合は「男性参加者」「女性参加者」とする

【パネルディスカッション】

一般財団法人畜産環境整備機構 原田英男氏



元 農林水産省畜産部長、現 一般財団法人畜産環境整備機構副理事長。

1956 年、東京都生まれ。北海道大学農学部卒業。

日本のチーズと畜産物、ワインと日本酒をこよなく愛し、ツイッター等で勝手に宣伝活動を行なっている。

ギルド・クラブ・ジャポン会員、肉肉学会理事長、社団法人全日本・食学会会員、宮崎こばやし熱中小学校校長。

[司会]4 人の方を改めてご紹介させていただきます。向かって右側が、このあとパネルディスカッションのコーディネーターを務める一般財団法人畜産環境整備機構副理事長の原田英男さんです。

[原田]よろしくお願いします。

[司会]最初にご登壇いただいた「チーズ工房【千】sen」の柴田千代さんです。

[柴田]お願いします。

[司会]続いて、「森林ノ牧場」の山川将弘さん。

[山川]お願いします。

[司会]それから、同じ那須の地域で活動されている「チーズ工房那須の森」の安田翔吾さんです。

[安田]お願いします。

[司会]このあとのディスカッションは原田コーディネーターにお譲りいたしますので、よろしくお願いします。

[原田]原田です。皆さんよろしくお願いします。今日は柴田さんも、安田さんも来ていただいて、楽しみでしょうがないので、このリアルな会場で集まれた方は本当に幸せな方で、コロナの中でこういう形でもできたことはよかったなと思います。

最初にお三方のお話を聞きましたので、会場の方から質問をいただいて、それに対してお三方に答えていただく時間を少し設けたい。オンラインで参加している方、Zoomの方は会場の方との質疑が終わった後に参加していただきますが、70名も参加されているので、質問したい方はチャットにお名前と簡単な質問項目を今から挙げていってください。会場との質疑が終わったあとにZoom参加の方々の質疑もいたします。

ただ、会場にはZoom参加者の顔が出ていません。ですから、私のほうでチャットを見てご指名します。ご指名された方はミュートを外して質問してください。声だけ流れます。声ぐらい聞けないと寂しいので。それで答えていただくということなので、Zoomの方はお名前と、特にどなたに聞きたいかを簡単に書いていただけるといいと思います。そのあとに、そういった質問なども踏まえながらゲストの皆さんとフリートークをさせていただき、最後の30分ぐらい、4時半ぐらいからまたZoomの方も含めて質疑応答をしたいと思いますので、運営をよろしくお願いします。

では先に、会場の皆さん、ご質問はありますか？

[女性参加者]山川さんにお伺いしたいのですが、不勉強なので分かっていないだけなのだと思いますが、「放牧」は何か定義はあるのですか？それから山地酪農という酪農形態があると思いますが、山地酪農と「森林ノ牧場」さんがやっている放牧とは何がどう違うのか、そのへんのことを教えていただけたらと思います。よろしくお願いします。

[山川]放牧の中でもいろいろスタイルがありまして、大きく2つに分けると、集約的に放牧するのか、素放牧かということです。集約的にというと、面積がある程度限られているところを、できるだけその土地の能力を引き出すために、例えば牧を区切って、そこに牧草を生やして牛に草を食べさせて、できるだけその土地の能力を生かすような放牧の仕方が集約的な放牧。素放牧というのは、広い面積があるところに「行ってこい」と放牧させて草を食べさせるようなスタイルです。素放牧のほうが管理はあまりなくて楽、けれど面積が必要。集約放牧はある程度の面積が限られている中で、丁寧に生産性を上げるような放牧のスタイルです。

山地酪農は後者のほうになります。山地酪農の定義はもともと東農大の猶原教授が提案されて、芝生を使って山で放牧するという、山地酪農の場合は「こうあるべきだ」というスタイルが決められてやられています。山地酪農の場合は野芝を使うというのがポイントになったりするのですが、私自身は山地酪農の勉強もしていましたが、「森林ノ牧場」自体は山地酪農とは言っていないくて、どちらかと言うと集約的放牧に近いところ。私の場合は空間を牛によってどう活かすかだと思っていて、限られた条件の中でどう最大限の放牧をするかというスタイルでやっている感じです。

どこから放牧かというのは、あれは時間とか決められているんですか？

[原田]補足しますと、放牧自体が、今お話があったように非常に幅広い中で、草があるところに牛を出して、そこで餌を食べさせるということです。パドックという草がない運動場に牛を放す場合は一般的に放牧とは言わないですが、放牧酪農や放牧乳製品と言う場合は、日本畜産草地種子協会が認証している基準があります。その場合は放牧日数が何日以上とか。放牧期間は報告できないけれども、とにかく放牧するとか、そういう認証基準はありますが、それは義務ではないので、そういった名称を用いたいときには認証を受けるというスタイルです。

[女性参加者]…？…1 つでも叶っていれば入れてしまうのかなど、そのへんが私たちにはよく分からなくて、そういうことも今後もっと…？…。

[原田]そうですね。そういった混乱があるので、日本畜産草地種子協会が認証基準をつくっていますが、まだ浸透はしていないと思います。これを本当にもっとしっかりしたものにするには、JAS に規定するとか次のステップに行かないと、まだおっしゃるような浸透がないと思います。ただ乳製品や肉に結びつかない場合は、牛の飼養管理形態の 1 つなので、それほどこだわらなくてもやられている方はいらっしゃいます。育成段階では放牧するけれど、搾乳段階では舎飼いしているとか、いろいろなタイプがあるのは確かです。

ほかにいらっしゃいますか？ 会場の方。

[勝部]全酪連の勝部です。「那須の森」の安田さんに質問ですが、地域のほうでホエイの使用をどうされるんでしょうか。そのホエイを例えば牛に与えて、再利用のようなことを…？…。私が昔ちょっと研修を行なっていたところでホエイをヤギに与えて、ヤギが喜ぶと…？…、それが絶対チーズにどう影響を与えるかは…？…。他に組み込まれているところは…？…。

[安田]那須の森で、一番メインで提供いただいているブラウンスイスを飼っている前田牧場というところにホエイを持って行って使うということはしなかったのですが、ちょうど隣の「森林ノ牧場」さんにホエイを渡して使っていただいていた時期があります。その間は結構、仔牛の下痢が減ったということを聞いていました。ただ、扱いの問題で使われなくなってきた、今はやっていません。冷凍でホエイを保存して、仔牛にミルクを飲ませると同じように、それを解凍して飲ませるというようには使っていました。

[原田]他にいらっしゃいますか？ よろしいですか？ では Zoom の方で、大笹牧場の高山さん。

[高山]大笹牧場の高山です。よろしくお願いします。主に「チーズ工房【千】sen」の柴田さんにご質問します。発酵ギフトセットなどとても素敵なセットだと思いました。セット販売など他産業の商品とコラボされる場合には、どういった経緯で、どのような基準で商品を選定されているのでしょうか。よろしくお願いします。

[柴田]ご質問ありがとうございます。最初のきっかけはスライドショーで申し上げた通り、コロナウイルスがはやっていて臨時休業せざるを得ない、対面販売をすることは様子を見ようといった時期に入っていたときに、商品は作り上げられる。だけどその先に繋がる要素として、対面販売を中心にしてた私たち地元の流通が止まってしまったことをきっかけに、ギフトセットがまず生まれました。

今ご質問いただいた内容のお答えになると思いますが、どういう判定基準というか、誰と一緒にギフトに入れようかというところだったと思いますが、一緒に入れたお取引様は私のチーズ工房の卸先の発酵和食「蔵精」という飲食店さんの発酵カレーを一緒に入れたり、あとは酒粕のバーニャカウダ漬けというチーズの種類をつくっているのですが、その「寺田本家」さんの販売している「うふふのモト」という乳酸発酵飲料と、普段だと私の売店で売らせていただいている同じ大多喜町のクッキーをつくっている作り手さんの「いまこ園」さんという方と、最後は「越田商店」さんという、私の国内産乳酸菌酵母の活動で干物の付けダレの微生物を提供してくださっているところの干物です。すべてが普段からのお付き合いがあって、お互いの物が行き来している取引先であったり、あとはその素晴らしいものであれば一緒に箱に入れて、お客さまをきっと笑顔にしてくれる、おいしいと分かっている、その体(てい)で一緒にやりませんかというお声掛けをさせていただきました。

[原田]ありがとうございます。もうひと方、質問が書いていませんが、北海道の根室農業改良普及センターの松本さん。

[松本]北海道の根室農業改良普及センターで乳製品などの加工を担当している松本です。本日はありがとうございました。チャットに入れましたが、「森林ノ牧場」の山川様のクラフトバターの取り組みは大変参考になりました。

2点教えていただきたいと思います。1つめが、乳等省令でバターの品質基準、脂肪分が80%、水分が17%以下、こちらをどう製品にする際に保証されているのかということ。2つめは、非常に地域間の部分があるかと思いますが、酪農家の方々より自分の牧場名がついた乳製品を作りたいという要望はたくさんありますが、実際製品の取引など乗り越えなければいけない施設以外の部分もいろいろあり、そのような部分でどのようにご対応をされたのか教えていただければと思います。

[原田]ありがとうございます。文字で来ているので、会場は凄く聞こえにくいものですから、私のほうでもう一度整理します。

「2点質問があります。どちらも山川さんへの質問です。乳等省令でバターの品質基準、乳脂肪分80%、水分17%以下というのがありますが、クラフトバターをつくるときにどのようにそれを保証されているか。技術の問題なのか聞きたい。2点めは、酪農家さんから自分の牧場名がついた乳製品作りという希望が向こうでも多くあるけれども、北海道なので基本はホクレン通しの形で大抵のことは動いていますが、生乳取引なので、山川さんのケースで苦労した話があれば教えてください。」

[山川]まず1点目ですが、品質基準については定期的な外部での検査を行って、それで毎回クリアしていることを確認してやっています。全ロットでの検査はやっていないですが、定期的な検査によって乳脂肪と水分の含量検査をしています。ギリギリになることもないし、余裕を持ってクリアできているので全ロット大丈夫だろうということでやっております。

2 番目の生乳取引。今うちがお願いされている酪農家さんで言うと、直売をされている方もされていない方も両方いますが、それぞれ取引している組合さんにきちんと話をし、その上で直接やっという話をし、特に組合を通してではなく直接うちに持ち込んでいただいて、そのまま直接生乳代をお支払いするという形でやらせてもらっています。たぶん 1 日 500L までは OK なんですね、確か杵が。きちんと組合さんにお話をした上で直接持ち込んでいただいて、直接やりとりをしています。

意外と物理的な問題があったりして、運び方が意外と難しい。牛乳缶で運ぶというスタイルは昔ながらですが、そもそも牛乳缶を皆さん持っていない。保冷車を持っているかといったら持っていない。意外と小ロットで運ぶ物理的な問題は難しかったです。

[原田] 柴田さん、牛乳缶は毎日運んでいるの？

[柴田] そうですね、私は 20L 缶 5 本ですけど、運んでいます。牧場さんとの距離は凄く心配しましたね。保冷車が確保できないと、冬場はいいですけど、夏場の輸送による温度上昇のリスクは最小限に抑えたかったので。

[原田] 確かに牛乳缶はどこで売っているのだろうという感じはありますね。Amazon なんかで大概手に入るんですけどっけ？

[山川・柴田] (笑)

[原田] ありがとうございます。ちょうど今 Zoom の質問は、お 2 人の共同の取り組みというか、柴田さんの場合は乳製品ではなくて、他の異業種の方々の食品の組み合わせをセットにしている。山川さんの場合は酪農家に頼まれた委託、加工製品だったり。安田さんが紹介された、那須地域全体で各工房のチーズを 1 つに集めて発送する。実は簡単なようでありませんよね。各地域でも工房ごとをお願いして注文してということを経営者がみんなしなければいけないので、本当はもっといろいろな組み合わせでその地域の乳製品が欲しいと思っていても実はあまりなくて、大事な取り組みだと思いました。

柴田さんの場合は、その商品を集めて段ボールに入れて発送するのは、どういう仕組みでされているのですか？ 全部柴田さん？

[柴田] そうですね。チーズはご存じの通り冷蔵で送るものなので、冷蔵状態が一番長く必要な物のところに他の物を集めるという形にすると、賞味期限の用意スタートからゴールまでがチーズは短い。なので、一番よくできて、一番長く賞味期限が持つタイミングで送るには皆さんのものをこちらに在庫させていただいて、そこからスタートが一番効率がいいと思って始めました。

[原田] なるほど。近いところなので、あまり横持ちの経費のかからないところですね。

[柴田] そうです。それがあくまでも体(てい)になっています。

[原田] 凄く大事な取り組みだと思って。それと「チーズ工房【千】sen」のチーズが地域の食品とどのように関わっているかが一目で分かる姿になっている。

[柴田] 箱を一つ開けた瞬間に、そこの山里の風景が記憶に入るようなイメージでデザインさせてもらっています。満遍なく。そこに来たような気持ちになれるような。

[原田] 逆にいうと大多喜のそばはチーズ工房が多い地域ですが、那須塩原のように、チーズ工房同志で商品を集めて一括で発送するという試みはまだ難しいですか？

[柴田] 実はまだ内緒ですが、4 月から始めようかと思っていて。全世界に今発信してしまった(笑)。4 月は、リレーしようかと思っていて、フロマー・ジュハルさんと一緒に「チーズ工房【千】sen」とコラボして、1 つのセットにして、千葉発信ではないですが、いろいろな作り手さんと、何週間前までにお互いの受注が、このタイミングで納品できるように事前の打ち合わせが凄く大事になってきますが、一番美味しいタイミングで【千】に集めて、そこからスタートするという試みを今年はチャレンジしようと思っています。

[原田] それは楽しみです。いい情報を聞きました。

[柴田] まだ内緒にしておいてください。すぐなくなっちゃうから(笑)。

[原田] 柴田さんのところなんて、日曜日の 7 時に発注が始まるとすぐなくなっちゃう。私も注文してもなくなっちゃったことがあるので、今ここだけの秘密にしておくお手に入りやすくなる(笑)。

山川さんのところでクラフトバターの委託を受けてやるというのも簡単なようで、手間がかかるだろうし、正直、山川さんのところに経済的なメリットが発生するとも思えない。他でもなかなかないということ。シックスセンスさんが少し委託加工のようなものをされているけれど。そういう意味では凄く楽しい発想だと思ったのですが、特にバターを買って、あのパッケージに名刺を入れるというアイデアは今日聞いて分かったのですが、なるほど。きっかけは今日お話がありましたけれど、ご苦労なりは。

[山川] 僕自身は六次産業化ありきで酪農の現場に入ってきましたが、この業界の方々と話していると、お客様に販売する意識があまりないというのを凄く感じるんです。今、仕組みがそうになっていて、もちろんその仕組みはもちろんいい仕組みではありますが、その中の弊害として、お客様と生産者の距離感が凄くあると感じるようになったんです。六次産業化というのはそれを直接繋がれる取り組みだから、お客様にとっても生産者にとっても嬉しい取り組みだと思います。

もう少しマクロの視点に立つと、それは業界にとってもいいことだと思っていて、それがメインにはならないと思いますが、大きな流れの中でも新しいチャレンジをどんどんしなければいけないと思います。新しいチャレンジをどんどん中からやっていかなければいけないと思いますが、そのためには消費者の意見や考え、世の中の状況に生産者が常に敏感でいる必要があると思います。「俺が作った物だ! こうだ! 食べ!」でやっていたらいずれ取り残されてしまうと思っていて、やはりお客様に喜んでもらう。お客様が求めている物を食べてもらうというのを原点にしないと、いつか酪農や畜産は取り残されてしまうのではないかと本当に思っています。

そのためには六次産業化は凄いいい。でも六次産業化は酪農のハードルが高いです。牛乳を自分で作る、いきなり1,000万という話になってきてしまうので、いかにそのハードルを下げるかというのが、既にやっている身として広げていかなければいけないし、そのハードルを下げるミッションを持っていると思っています。委託を受けるというのは2次産業がなくなるから、1次産業と3次産業でいい。

販売は何とかなると思います。牛乳やヨーグルトを道の駅で販売するとか、知り合いに配るようなことはきっとできていると思っていて、その中でも特にバターはハードルが低いと思って、だからバターであえて分かりやすく名刺というのを作ったんです。

思いとしては、最終的に酪農がずっと続いていくようになってほしい。そのためには六次産業があつて、新しいチャレンジが出てきてほしい。そのためには六次産業のハードルを下げたい。既にやっているところとして委託を受けたい。そういう流れです。そこは正直、バターの委託加工はそれほど利益が出るわけではないですが、でもスキムミルクが売れてくれるので、スキムミルクが商品になってくれればとりあえず収支としては合う。バターで儲からなくても、そちらで合わせることができているので、うちとしては仕事を受け入れられるという状態です。

[原田]昔から、山川さんのところに行ったときに「僕ね、乳製品作りが好きなんだよね。」とおっしゃったことがあつて、そのときにキスミルとかやる中でも、バターをつくる前にスキムミルクの売れ口を考える。チーズを作る人で、最初にホエイの売れ口を考える人はなかなかいないと思う。そういった発想の転換というか、きちんと出口をつくってからバター作りに着手する。ロマンチストだけど意外に堅実なんだよね(笑)。凄いと思う。

チーズのほうは山川さんが自分で作るのではなくて、「チーズ工房那須の森」にジャージーのチーズを委託して作って、今は安田さんと組んで全体にかかわっていらっしゃる。でも自分の会社にするのではなくて、それぞれ独立してやっていらっしゃるというのも凄く興味深いですが、その発想と、差し支えない限りで落合さんとの繋がりとか、そういうのはどのような具合に。というのは、チーズ工房で創業者がお年になってきて、次に譲っていくシーンがこれから増えてくると思います。那須の森の場合はそれが凄く今うまくいっているのかと思って、大変興味深く聞きました。

[山川]「チーズ工房那須の森」は落合さんという方が創業されて、ずっと続けてやられていて、作っているチーズは「World Cheese Awards」で最高に入るぐらいクオリティの高いチーズを作っている工房ですが、落合さんは高齢で、もともと牛の研究者で、酪農が凄く好きなんです。自分で最初に台所でチーズを作っていたところから始まって、定年後にチーズ工房を造られていった。牛が好きで、放牧が好きで、チーズが好きでという自分の思いのようなものを形にしていた変わり者。

[原田]変わり者ですね。

[山川]変わり者だけど、これだけ評価されるチーズをつくれるのは凄いことだと思っていて、それが周りを巻き込んでもいっている。本人自身もこれを繋げていきたいし、働いている方たちにもこれが続いてほしいという思いを、僕もそれは感じていたので、チーズ研究会に那須で取り組んでいる中で、一緒に仕事をしたりする機会がある中で落合さんと今後の話をすることがあって、できれば事業を続けてくれ、譲渡というか、山川さんやってくれないかという話をいただいて「那須の森」をやるようになったんです。

落合さんは学生の頃から研究者として知っているし、落合さんも一緒に那須の地域の仲間として、チーズ研究会という取り組みがあったから私の活動や私のことも知っているという関係性があった上でだったと思います。だから買収とか、そういうのではなくて、たぶんそういうのは素直になった。でも僕自身はチーズ職人ではないので、彼を連れてきたということなんです。僕自身もチーズは好きだけど、作れないので、こういうチーズを作りたいとかこういうものがあつたらいいなというチーズに対する思い、六次産業化に対する思いはあるので、作れる職人、思いが通じる職人として彼(安田さん)をベトナムで口説いた。

[原田]人間の信頼関係が最初にあつてというのがある。やはりどんなお仕事でも大事ですね。

[山川]そうですね。信頼関係の中で「那須の森」の場合は事業承継をしているところです。

[原田]普通のホルスタインとブラウンスイスとジャージーのカチョカバロを 3 食セットで売るとか、そういうのは非常におもしろいアイデアですね。

[山川]「那須の森」のいいチーズがあるからというのはあります。うちのジャージー牛も、うちでは作れないけれど、お任せにして本当にいいチーズにつくってもらって安心感もある。

[原田]安田さん、ベトナムで口説かれてよかったですね(笑)。

[安田]大変うれしい。最初は各地を回っているとき、日本にいたときに誘っていただいて、そのときは僕はまだそんなにチーズを作っていなくて、それから住み込みで半年ぐらいつとチーズに、それこそ柴田さんのように長くやっていて、本当に畳 2 畳のスペースではなくて、畳 2 畳で生活しながらチーズを作っていたのですけれど、それで作れるようになってから、自分でもやれるようになってきたし、一緒にやりたいと思って。それで一緒にベトナムに行ったときに僕からもお願いして、やらせていただきました。

[原田]今日お 2 人の話を聞いていて、仕組みをつくるということがお話の中にもあつたし、思いつきでポツとやったとはいえ、いろいろな試行錯誤があるかもしれないけれど、それが続くような仕組みづくりをすることが大事だというお話があつて、だからこのように、地域の方々と一緒に根付くのだらうと思いました。そのへんの苦労話や工夫したところがあれば、お 2 人からそれぞれ。地域の仕組みづくりで。

[柴田]私は自分の始めた大多喜町はチーズ工房が私だけしかいなかったもので、町として歓迎いただいたというのが凄く幸いだと思っています。その後にはどんどん仕組みをつくっていくのですが、実は自分からの発案のように今は響いていますけれど、最初は無名で、チーズがまだほんの少ししか作れないときから、既に他の異業種の方、コーヒー屋さん、パン屋さん、その他お菓子屋さんの皆さんが定期的に出店されている地域のイベントにお声掛けしていただのがきっかけです。そこで同じような思いをもって地方にやってきて、または移住してきて、そこで産業を立ち興して、それを小さな小商いとして自立されている姿を目の当たりにしたときに、この地域でもやっていると凄く実感しました。

チーズ工房さんという存在自体が珍しかったのも幸いで、2,3 年後には自分も少しずつ結果を出せるようになって、皆さんにマーケットに引っ張り出していただいたお蔭で繋がったご縁で、凄い早さで広がっていきることができて、何とか産業 1 本でもっていきることができて、今感じているのは、今度はお返しの時期に来ていて、集客力はお蔭様であって、メディアさんの力も少しずつ増えてきているので、【千】が引っ張ることによって、またこの【千】を起点に広がっていく。地域に興味を持っていただく。

何でチーズの在庫がほとんどないのにまだ宣伝するの、外に出て行くようなことをすると言われることがあります、今を見ているのではないんですという話をよくするんです。今私がチーズを買っていただいているお客様は、2 年前に出会ったお客様だと思っています。なので、私は 2 年後のお客様に出会いにいすべき時期になっているので、心臓を止めない。私だけ 1 人生き残ればいいという社会ではなくて、先ほどの塩職人さんではないですが、コンクールに行行って受賞したときに、塩職人さんに電話をしているんです。「百木さん、私日本一取りました。ありがとうございます。この電話は、取りましたという自慢の電話をしたくてしたわけではないんです。私が日本一のチーズ職人であつたら、薪をくべて、一生懸命手尺で頑張っている塩職人百木さん、あなたも日本一の塩職人です。」と言って、お互い電話越しに号泣するのですが。自分が突き上がることによって、何か大切なものを失うべき早さのほうが早い時代に、少しでも歯止め、少しでも気が付いていただけるチャンスを残すことが次の【千】のミッションになってきているかと思っています。なので、勢いを止めず、多角的にいろいろな発想を持ってチャレンジする姿勢は今後も変わらない勢いだと思っています。

[原田]ありがとうございます。山川さん。

[山川]まず、日本一のバターを作ることに職人としてのこだわりを徹底していくことは凄く大事だと思いますが、それはそこで周りが見えなくなつては絶対いけない。何のためにそれを目指すのかをきちんと打ち出していないといけないと思います。それをするによって仲間が集まると思います。酪農家の中で、例えば牛を何リットル出すという話をしている、それは酪農家の中での話にしかなくてこない、もっと大きな話をしなければいけない。何のために牛を飼うのかという話は、異業種にも共通の言葉になってくるので、共通の言葉がそこには必要だと思います。

私の場合は震災で 1 回牛が飼えなくなってしまうことがあり、その後事業を畳むか畳まないかということがあったのですが、地域と一緒にイベントをする仲間がいて、那須朝市というイベントで、それが「那須の大きな食卓」というテーマだったんです。僕はそのテーマに沿って酪農をやりたいか、食を通じて生産者もレストランもホテルもみんなそこで集まろうと。わざわざ市場に出して、それが東京に行って、レストランの人はわざわざ市場から買ってきているのではなくて、生産者がそこで繋がる場ができれば、もっと地域が楽しくなるよねということで朝市があって、それが「那須の大きな食卓」というテーマでやっていたんです。

その当時、原発事故で放牧できなくなって、牛を飼えない状況に当時なってしまっていた。牛は全部委託で飼ってもらっていて、そこから生乳を持ってきて加工するというのをその頃ずっとやっていました。でもいつか除染をして、もう 1 回牛を戻すぞというタイミングだったんです。僕はそれまで先ほど言ったような、うちのやりたいことを話したけれど、そういうのが全部なくなってしまったんです。放牧の魅力がとか言っても、そんなの嘘になってしまった。でも、那須の大きな食卓というテーマ、食卓でみんなを豊かにするというテーマには全然変わりはないので、たぶんそこで共通の友達や仲間が集まって、今は「バターのいところ」や、一緒に商品作りをしている仲間やデザインを一緒にしている仲間はそのときからの仲間。1 つのことにこだわることも大事だけれど、何のためにという大きいビジョンを持っていることが凄く大事なのかと僕は思っています。

[原田]なるほどね。共通の言葉がある、共通のビジョンができるのが大事なんですね。世界一のチーズを作るとか、日本一のバターを作るとか、そういった消費者も含めて分かりやすい……。違って、地域の皆さんがそれに応えてくれる。お 2 人とも移住組ですから、地域からすれば余所者だけど、逆に余所者が地域を変えていくというか、おもしろくしてくれている。そういうお話もね。

Zoom でおもしろい質問が来ているので、聞いてみましょう。加藤満さんからです。

「はじめまして。環境への配慮からオーツミルクやヴィーガンチーズが伸びています。いかがお考えですか。また新しい切り口としての A2 ミルクがありますけれど、どうでしょう。」

たぶんそういったものを使った、前者が最近の代替肉ブームと同じで、本当のミルクを使わない乳製品に対するお考えで、後者は A2 ミルクという新しい生乳ができてきているけれど、そういったものに対するお考えはどうですかということでした。それぞれお話しいただければ。

[山川]オーツミルク、ヴィーガンの考え方は、僕はもっと広がると思いますし、これから間違いなく広がってきて、酪農、乳製品は需要が減っていくだろうと思っています。ヴィーガンの方の考え方とわれわれ酪農家の考え方は、動物のことを思っているわけです。一方は動物の権利を主張して、一方は動物の生産性、価値向上を考えていて、でも目指すところは動物の価値向上だと僕は思っていて、もっと対話できると思っています。僕はヴィーガンの友達もいるし、ヴィーガン思想に凄く賛同もする。たぶん対話が今は本当にはないです。それも敵対しかなくて。凄く僕はそれが嫌で、敵対した瞬間に考えることをやめちゃうと思うんです。

本来目指すのは、相手を負かすことではなければ自分が勝つことでもない。僕はヴィーガンの考え方に凄く賛同できる一方で、歴史的にも動物がいることによって人間社会がうまく回る仕組みが絶対あると思っている。畑に牛がいたほうが堆肥やいろいろなものを使っていない、糞は牛が食べると栄養になるなど、牛がいることによってよりヴィーガンのような考え方が回っていくのではないかと考えていて、それをもっとみんな考えなければいけない。今考えるのをやめてしまっているの、それを考えて、考えて、これをやったらお互いいいよねというものを創れるかどうかだと思っている、凄く今それをチャレンジしています。

A2 ミルクがその中の 1 つになるかどうか分かりませんが、そういう取り組みをやることは凄くいいことだと思います。失敗も成功もたくさんあると思いますが、いろいろ取り組みをやっていく。でもそれを何のためにやるか必ず考えながら、「A2 ミルク最近流行ってるからいいよね」ではなくて、なぜそれをやるのかをちゃんと持ってやらないと、せわしないというか。そんな気がします。

[柴田]チーズ職人として乳製品加工のアプローチは、植物性のヴィーガンの方にどう提供できるか可能性を広げることも 1 つのミッションかと思っています。需要は正直、年々伸びているのは体感しますし、市場が広がっていることも凄く感じています。自分がもともとチーズを始めた理由の背景に、栄養素のバランスがよく、一口の 30g でも体に負荷のない発酵保存食品というものに自分の人生を賭けて走っているので、やはり栄養素の高いものを召し上がっていただく、効率的な位置、食品加工、保存という部分でのチーズというキーワードだった。

ただヴィーガンの皆さんの考え方も、山川さんがおっしゃっていた通りで、農業や循環、環境負荷などももちろんすべてにおいて過多、多すぎる、必要以上にやりすぎるというのはすべてにおいて負担がかかる。大地にも、食糧自給率、食料生産力、すべての循環において過多になった瞬間に地球にも思い切り環境負荷がかかります。ただその、何をもってそれを今捉えているかという自分の視点が非常に大事で、おっしゃる通りヴィーガンの方の考え方、そして私たち乳製品加工産業に携わっている者の考え方のディスカッションをもう少し多く持つべき場があってもいいのかなと。そしてその先に見ているビジョン、それをやり続けることによって互いのいいところは絶対にあるんです。スライドショーに出した話と重複しますが、やはり話し合い、そしてお互いのリスペクト、そして何を求めているかというビジョンの相違。その部分のすり合わせによって、決して多すぎない、だけど必要なことを自分のできる範囲で行動し始める。そこにしか解決点はないかと思っています。

[山川]僕は最近、ツイッターで炎上しているんですよ。

[原田]革ですね。

[山川]あれは結構これに近いのかと考えていて、「あの子の革」という商品をうちは出しているんです。うちは牛に 1 頭 1 頭名前を付けて牛を飼っているのですが、出荷した後に革が普通の流通に行ってしまうとどこに行くか分からない。肉もそうです。でも僕らは革製品を使っているから、その革製品はやはり自分たちの革を使いたいということで、戻して革にしているんです。名前も 1 頭 1 頭付いているから誰の革かわかるようにしたというのが「あの子の革」です。それが最近ツイッターで物凄く炎上してまして、狂気だと言われている。

でもみんな使っている革は一緒だと思っていて、ヴィーガンの考え方も一緒ですが、それが狂気だと言われるかもしれない。一方で僕は何も考えないで使う。どちらも極端だと思っていて、この革は牛だよなと考えたことがあるのかどうか？ パッケージで食べているお肉を、命として食べたことがあるのかどうか、考えたことがあるのかどうか？ それは、答えはないじゃないですか。時代もあるし、人によっても違う。たぶん答えは絶対になんて思っているんです。でも考えるかどうかは凄く大事で、ヴィーガンと畜産関係者の中で答えを求め合おうとするのが僕はあまり好きではなくて、とにかく「考える」ということが凄く大事だと思います。その中で僕はこうしていきたいと思えるかどうかは凄く大事だと思っている。それが多様化していくかと思いますが、そういう取り組みを、炎上することは悪いことではないと思って、革なんかは自分で。

[原田]ツイッターで、山川さんは凄く冷静に答えていますよね。炎上が炎上を呼ぶのではなくて、本当に丁寧に答えているので、凄いなと思って。

[山川]そういう方と直接話す機会はなかなかないんです。だから、僕は考え方をもっと知りたくて。ヴィーガンの方がどのように考えているかを勉強したくて。その上で僕らは何をできるのか、畜産農家として何ができるのかを考えないとできないので、いいことだと思うんです。

[原田]最近、フードテックの一環で、プラントベースミートや大豆ミートなどいろいろなもの、代替エッグもあるし、代替ミルクもありますが、それは確実に環境意識の強さが、宗教的な部分も含めて伸びているのは間違いないです。お2人ともおっしゃったように、対話を放棄してしまうと思考停止になってしまっていて、結局背を向け合うしかないのかもしれない。

食の選択肢を増やすということも大事なことで、難しい話ではないけれど対話しながら。もっと言うと、畜産サイドにももっとできることはいっぱいある。もともとチーズ作りを始めたとか、放牧を始めたというのは環境に対する意識、あるいは食の安全性に対する意識からなっているわけなので、“今飼っている飼い方がベストで、これしかない”ではなくて、やはりまだいろいろな余地があるのかという部分もあるので、そのへんは大事なテーマとしてこれから必要だと思います。

Zoom の中でもう1問あります。東北大学の齋藤忠夫先生。

「ふるさと納税での返礼品などにされてはいかがですか、ということです。特にお肉の場合は各地銘柄肉など、ふるさと納税でずいぶんありますが、最近チーズも多いと思います。お2人の地域で考えるとどのような貢献、あるいはこれからもっと増えるとか、見通しがあれば。」

[安田]ふるさと納税のほうで、チーズ工房でもチーズはやっています。チーズ工房があるのは那須塩原市で、もう1つ共同通販をやって発送してくださっているチーズ販売店が隣的那須町にあります。なので、那須塩原市と那須町それぞれでふるさと納税で活用させていただいています。チーズ工房でも結構たくさん出ていまして、那須町のほうは共同のふるさと納税なので、少しは他の商品を入れて何%か…？…、それで那須塩原市の自分の工房のものも入れてもらってやっています。それがランキングで上位に入って、凄く出たことがあって、ポスターをいただいたりしたので、結構そういうのはいいと思います。

[柴田]ふるさと納税の取り組みは知ってはいますけれど、実は「チーズ工房【千】sen」は参加していないんです。以前はチーズ工房さんは 2 軒ぐらいされていて、旬があるという形で、閑散期の、外からのお客様が減る時期にふるさと納税さんのご予約、出せるタイミングで出していいという緩い感じも功を奏して、お客様の閑散期に発送物を増やしていく。繁忙期に入ったら、外からのお客様にもご提供できるものを回せるという、凄くバランスの良い経営ができるとお勧めしていただきました。ただし、「チーズ工房【千】sen」は生産能力が低すぎて、将来的には考えてはいるのですが、やはり直通でお客様に、産地からお客様の食卓に直接行く。もちろんふるさと納税さんも同じルートではあるのですが、母体数の総数が用意できないので、今は自分に合ったオンラインショップを持つことが一番有効性が高く、自分の作っている量にはちょうどいい中身になっています。

[原田]間に合っているということですね。会場からどうでしょう。

[男性参加者]チーズのことを柴田さんと安田さんにお聞きしたいのですが、お 2 人とも目指すは世界一のチーズ作りだと思いますが、フランスやイタリアなどに修行や視察されて、フランスやイタリアは…？…昔から伝統もあって、お 2 人とも修行していて、僕はかなわないと思う部分もあると思いますが、ただこれから世界一のチーズ作りを目指すにあたって、自分はこうやっていけば勝てるのではないかと。まずフランスやイタリアの凄いところと、これからこういうことをすれば世界一に近づけるのではないかということ、考えていることがあれば教えてください。

[柴田]凄く素敵な質問ですね。世界、世界と言っているだけではなく実装と実績、そしてそれを越えられるものの思考は、職人さんは常に感度を上げておかねばならないキーワードなので、海外に行った 1 年間は、やはり向こうで暮らせてよかったというのが一番の印象です。というのは、消費スピードが全然違う。ヨーロッパの方が年間 24kg に比べて、日本人は 2.4kg。その消費の力が違うことはさておき、文化の中に溶け込んでいる率も全然違うのを実感しました。

チーズの製法や種類も、1 つの町で 1 つの代表作が生まれるくらいの多様性と、もともと牛の加工乳の種類も全然量が違うので、個性もバラバラに生み出すことができる。あとは製法の違いですね。山脈、海岸沿い。他の国との歴史的背景の由来など、調べれば調べるほどの多様性と、その技術、そしてそれが生まれた頃から生まれてくる料理のバラエティなど、そういうところの伝統と歴史には絶対的にかなわないという大御所を見せつけられた感がありました。

私は凄くヨーロッパのチーズに憧れて勉強しに行ったのがきっかけで、あわよくば向こうで就職してしまえという気持ちで行ったのですが、旅の後半では 4 軒のチーズ工房さんを回らせていただいて、後半では 4 軒とも日本のチーズの事情をたくさん聞かれるんです。「日本のすばらしさはどういうところなんだ？」とか。やばい、私めっちゃくちゃ胸張って答えられていないと思って。ヨーロッパ最高と言いながら行ってしまったので、自分の中でこれが日本のチーズと言い切れるものは何だろうと凄く自分に問う時間にも後半は使いました。

先ほどビデオにも出てきましたが、ヨーロッパとまったく同じことをやっても意味がないし、歯が立たない。同じ場所の視点ではなく、もちろん基本はチーズを作る、乳製品の発酵食品を作るという工程手順はすべて一緒ですが、そこから何が日本原産として胸を張ってできることに繋がるのかを凄く考えました。

そこで考え抜いて、牛種も日本ではホルスタインが凄く多くて、ほとんど選べる状況では。もちろん特定のジャージーやブラウンスイスなど、本当はそういうミルクでやりたいとか、そこではなくて、今あるミルクの条件を持って、日本で世界に通用するというキーワードとして私が目を付けたのが微生物。そのアプローチで国内産にもともといる、もちろん学名などきちんとしたものですが、そちらを使って大地の、そこにしかないなかった微生物をまたよみがえらせて、それをチーズの個性として使う。

ピラミッドの「うぶすな」というチーズは表面にマコモの炭を使って付与しているのですが、これもタケノコと同じようにマコモダケと言われているイネ科の植物、日本で昔から使われている、ご神事にも使われているマコモという種があって、それを灰にしてまぶしている。なので、木炭が流通的に一般的に黒いチーズでは多いですが、竹の炭、マコモの炭を使ったりという日本由来の食材を使うことで個性を、そして微生物からその風土でしか醸し出せない香り、特徴、そして富士山を模したような三角のピラミッドのようなもの、日本を表現したいという一貫で入れたイメージです。

これからまだまだいろいろな可能性があると思いますが、世界に行くアプローチはずっと職人である以上、探し続ける日々は続くのだろうと今では思っています。

[原田]ありがとうございました。安田さん、高いところの目標を。

[安田]先にヨーロッパの凄いなというところ。行ってみて思うのが、最初に衝撃だったのが、車で行って、止まってくださいと言われて、そうしたらカンカン、カンカンとそのままベルを付けた牛がどんどんやってくるんです。そこに糞を落としても OK で、牛が優先なので止まってくださいという地域なので、場所もここは牛が使うところだからとなっているのはいいなと思います。

日本では、それこそ使えない森林や、山で放牧していて僕も思っているところはあるのですが、飛び地になっていたりして道路を挟んでいたりすると移動が難しい。というときに、これがヨーロッパであればそこは融通が利くのだろうなと思ったりはします。なのでルールの部分で、ミルクの先のところでも話があったと思いますが、なかなか融通が利きづらく、やりづらいところがあるというのがあって、そこはいいなと思います。理解がある。

先ほども山川さんが喋っていたところですが、真空パックで包んであるチーズが多い中で、ヨーロッパだとパンと切って、それを紙袋に包んで、パンを持って帰るような感じで持って帰れる。これもいいなと思ったし、これはなかなかまだ日本ではできないなと思って、やりたいと思っています。

いいチーズを作るにはというので、具体的にこういう手法でやろうとか、ここを変えてやろう、日本特有のこうやろうというのはあまりないですが、お客さんが来て、結局賞を取るチーズはきれいだからとか、ここがいいからではなく、美味しいから賞を取るのだと思います。来られたお客さんの話や声を聞いて、このチーズが美味しい、それがヨーロッパのチーズがこうだからと、癖の強いものをつくって出してというのではなくて、日本のお客さんが美味しいと思ってもらえるようなもの。それは結局だんだんそれが残って、美味しいというのが浸透していったら評価されれば、それは日本のチーズになると思います。

そういうのを続けていって、それが結果になる。結果がすべてですが、その結果は積み上げてきた過程から必然的に現れるものだと思うので、お客様の声を聞いて、日本のお客さんが美味しいと思ってもらえるようなものを、自信を持って作って、コンテスト、海外にも胸を張って出していくというのが大事なのではないかと考えています。

[原田]ありがとうございます。柴田さん、日本の乳酸菌や、地域の土着の菌を使うのは、スクリーニングが大変じゃないですか。

[柴田]めちゃくちゃ大変です。

[原田]個人でやるのは本当に大変ですよ。どんな形でされているのですか。

[柴田]幸いですが、前職のバイオテクノロジーセンターの協力がなければたぶん不可能でした。なので、今感じているのは大学さんや、その県にある培養室を持っている地域連携ができる研究室などとチーズ工房という単体が、どういう未来を見て、どういう要素が必要かという話し合い、お互いにできる強みを活かしあって、次のステップに進むのも凄く楽しい連携だと思っています。

[原田]本当に前職が凄く効いていますね。山川さんは世界一のバターを作るとは言わないけれど、それはヨーロッパのバターに勝てないからですか。

[山川]いや、そんなことはないです。

[原田]どういうところが日本のバターの特徴になりますか。

[山川]「日本一のバター」って、フワッと抽象的な言葉じゃないですか。あえて抽象的な言葉でずっと言っていたのですが、今、安田の話を聞いていて、日本人が美味しいと思ってくれるチーズがいいんだなど改めて思いました。

[原田]バターも？

[山川]だから、何でしたっけ？

[原田]クラフトバターは各地でずいぶん作り始めて認知が進んでいますよね。

[山川]そうですね、増えていますね。いろいろ個性があるバターは広がって、認知が広がっていると思いますね。

[原田]ぜひバターのほうでも世界一を。

[山川]バターはあまりコンテストがないですね。

[原田]あまりないよね。これからクラフトバターのコンテストとかやったらおもしろいのにな。

[山川]そうですね。

[原田]ほかにいらっしゃいますか。まさにその関連で、福島県の柚原さん。

「地域独自の微生物はどのように見つかるものでしょうか。どこに目を付けてスクリーニングすれば?」

[柴田]私の採取していただいた場所は、まずミルクなので生乳からサンプリング。それからサイレージを食べさせて、うちの地域では休耕田を利用した稲作のところで、コシヒカリを少し早めに刈ってしまうのですが、サイレージにしている、それを牛に。地域の餌で、地域を循環という形でやっているのです、その餌からもスクリーニングしました。あとは牧場さんの敷地内というツバキの花。

[原田]ツバキの花?

[柴田]私「椿」というチーズをつくっているのですが、そこには入れるのですが、そこから取った酵母です。そのように牧場敷地内からサンプリングしました。サンプリングする研究者からは牛糞からも取ろうと言われたのですが、植物性由来のほうがストーリーが美しいのでやめましょう。そういう形で研究者と一緒に 20 サンプルぐらい取ったのですが、どういう場所からというポイントと一緒に選びました。やはり乳製品加工に使う、牛の周りに存在する、その地域に存在するものでまとめたかったので。

[原田]ありがとうございます。今日僕がびっくりしたのは、お 2 人初めてお会いして。

[柴田]そうですね。山川さんは初めまして。

[原田]凄く意外でね。今度はお 2 人で、それぞれこれは聞いてみたいこと。この場で勝負したい、この場で聞いてみたいこと。1 問ずつぐらいでいいので、ぜひ聞いてみてください。

[柴田]今日お会いできることを実は凄く楽しみにしていて、質問というよりは、私が将来やりたいビジョンをもうされているというイメージで、放牧で、地域と繋がって、産業を興して、そして雇用も増やして、その仲間がその土地で生きていける。ミルクというデザインの下に文化を創っていると思っていて、格好いいと思って。私はまさに株式会社にしたときに何がしたいかという、自分の個のチーズの単体の動きではないところに巻き込んでいく母体をしっかり持とうと思ったのがそもそものスタートだったので、「山川さん、後からついていきます!」ではないですけど、凄く勉強になったのと、刺激と情熱をもらえたというのが今日の感想です。

[原田]兄貴って感じ?

[柴田]年的には下なので。

[山川]年の話はしたくないです(笑)。最終的にどこを目指していくのかということを知りたいですね。長期的に、将来的にどこを目指していくのか。

[原田]千葉だと動きが速いからね。どうですか、今の話。

[柴田]ロマンを語れば、「発酵で世界平和」と言っているのですが、その発酵という例えは、人が寄り添い、話し合い、そして調和を持って、長時間かけて自分のなすべき役割を個々でまずミッションを遂げて、その仲間たちをまた束ねて、その時代にしかできない大きなうねりをつくる。そこまでが自分が持っていきたい、見たい風景ですね。

発酵で世界平和と謳っているのですが、そのマインドがあればきっといろいろな、これから起きるであろう気象現象や、感染系のものであったり、食料自給率の問題や、いろいろなものはいろいろな方の専門知識と譲り合う、話し合うという調和が必要になってくるので、そういうような場がもてる空気感であったり、そういうものを意識して走っている生産者であったり、そういうところの起点をまずは自分事に、そしてみんなと手を繋げられる場所づくり、そしてその時代を創っていかうというのが、自分が今求めている最終ビジョンのイメージです。

[原田]柴田さんの場合は、地域のイメージはどういう範囲を考えていらっしゃる? そういったことをやっているのは。

[柴田]発酵で世界平和なので、最後は全部繋げようと思っています。日本が変わるしか時代は変化できないと思っているぐらい、日本人みんな寝てるぞ! と思っているんですけど、そのぐらい匠の技と、知恵と、それを積み上げていく方向性を持つという意味では日本人は凄く得意だと思うんです。なので、今こそ自分たちの目の前にある産業から、自分の意思を持って未来を創りあげてくれれば、きっといい方向にしか行かないと思っています。

[原田]山川さんは逆に今いろいろ、サマンサタバサとやったり、びっくりする、いろいろなことをされている。山川さんの目標地点はこれからどこまで行くんですか。

[山川]僕は最終的にはやっぱり酪農家になりたいんです。今は酪農をやっていますが、やはり今は経営者側のことも結構やっているんで、現場に入っているかというところでもなくて、僕はそもそも田舎暮らしをしたいというのが目標だったので、小規模の酪農を、自分で搾乳して、牛を飼いたいというのが最終目標です。でも最初からそれを持っていたもできなかったというところがあるので、できるようにするための仕組みをつくるのが今の会社のビジョンです。若者や、これから酪農をやりたいという人を、実際にできる仕組みをつくるためにはどうしたらいいのかというのが今の会社でやっていること。その仕組みの中で、自分が一酪農家になるのが最終的な夢です。

[原田]「森林ノ牧場」の従業員さんで、各地に散って、自分でまた新規酪農を始められる方がいるじゃないですか。あれもある意味、山川さんのシステムの中でしょう。

[山川]まだ独立してやるというメンバーはいないのですが、1 つは販売を協力することによって、最初は自分で、小布施牧場の木下荒野君などは自分で酪農やるという中で、少しでも一緒にできるいいなと思って、販売を協力することで売り先を最初にある程度お願いすることで、スタートアップの売上をある程度一緒に確保するというので、酪農の一步目のハードルを下げることをやりたいということ。あとは、うちの牧場で第 2 牧場を今度つくるのですが、那須の牧場を大きくするのではなくて、今の規模感の牧場を他の場所につくっていくことによって、小規模酪農で地域の課題解決をしていって、かつ自分が我が牧場というスタッフを増やしていきたいということを今やっています。

[原田]最後はご自身も？

[山川]そうなんです。第 2 牧場、第 3 牧場と今後増えていければ、その中の一つとして“山川牧場”があったら、それが一番のゴールというか、そこを目指したいです。

[原田]やはり現地なんですね。

[山川]やはりゴールというのはそこですね、

[原田]会場のほうはいかがですか。せっかくの機会なので、ご質問のある方。

[男性参加者]世田谷区の…？…です。少し前にクラフトチーズを食べてみたいと思って成城石井に行ったんです。隣の駅の高級スーパー。滅多に行かないところですが、そこに行けば何か…？…イタリア、フランス…？…。

[原田]消費者にしっかりウケるんですよ。国産チーズを食べたいのに、売ってないじゃないかと。お取り寄せしか手がないのか。石井は木次乳業とか売っていなかったですかね。全然ないわけではないと思いますけれど、でもおっしゃる通り、大手のメーカーのチーズはスーパーでも買えますけれど、こういったクラフトチーズというのか、各地にあるチーズはなかなか手に入らない。

これはどうでしょうかね。各工房の生産量がそれほどないということももちろんあるんですね。先ほどから柴田さんのお話があるように、直販でほぼ出してしまう。たぶん規模を大きくすると皆さんの思いがけないにくいというか、大きくすることが目的ではないので追いつかないということもあるかと思います。これはチーズプロフェッショナル協会の佐藤さんに現状をご報告してもらおうとありがたいと思いますが、いかがでしょうか。

[佐藤]やはり何軒ものチーズ工房ができたはできたけれど、ほとんど中小ですよ。生産量が非常に少ないということと、日本の消費者やスーパーは常に同じ状態、ある一定の大きさや状態であることを非常に厳格にされたい。いつでも同じ味の物が出るのがスーパーマーケットと言っても過言ではないかと思います。ナチュラルチーズ、特に国産で作られるチーズというのは、今日の話からもわかるように、季節によっても違うし、状態によっても味が違うというように、何となく知識の部分が足りていないということで、大手のスーパーさんなどは扱いがないというように考えられると思います。

[原田]スーパーの場合は、定時・定量・定額、いつでも棚に置いていないと、欠品になると凄く嫌がるということもあって、日本の個々のチーズ工房は対応できない部分があります。もう少し買いやすくなったほうがいいなというのは確かに思うところなので、個々のチーズ工房の規模を拡大するというやり方もありますが、例えば今、新しいやり方として、十勝では6つのチーズ工房が共同して、1つの熟成業、熟成会社をつくっています。グリーンチーズという形を入れたばかりのチーズをそこに集めて、そこで「十勝モールウォッシュ」というモール泉で洗ったウォッシュチーズをつくっていて、そうすると結構大きな量なので、スーパーでは無理ですが、そこそこのチーズ専門店や催事など、少しいいデパートに行けば買えるということも少しずつ芽生えているので、国産チーズがせっかくおいしくなって、品質が上がっているのも、消費者の方が食べやすくなるというのも大事な話だと思います。ありがとうございます。

他にいらっしゃいますか？ Zoomのほうもいいですね。

それでは、時間もそろそろ近づいたので、最後にもう一度柴田さんと山川さんと安田さんからご感想なり、今後の抱負なり、これから新しいことを考えているというお話もあればお聞かせいただければありがたいです。

[柴田]今日はこのような話す場を設けていただいた蔵王酪農センターのスタッフの皆さん、本当にありがとうございました。小さな小さなチーズ工房ですが、このように自分が何を思っ、何をかなえたくて、今何を見ているかということを発言させていただく場をいただけて本当に光栄です。小さな心臓でも、きっと誰かの何かの一石になれば幸せな気持ちで帰れます。

今日は自分で発信しておきながら、凄く学ぶことも多く、近々すぐ行きたいという気持ちで今満タンになっています。ぜひ、「凄いな」とか、「あの工房だからできる」とちょっと敬遠するのではなく、自分の業界、自分のチーズ工房、自分のやっているご職業で、今から何に向かって未来に進んでいるかというのをもう一度立ち止まっていただいて行動に移す、そのきっかけになればいいなと思います。今後とも「チーズ工房【千】sen」をよろしくお願いします。

[山川]本日はお呼びいただきましてありがとうございました。柴田さんに会えるのが私も楽しみで今日は来たのですが、柴田さんがおっしゃったことと重複するかもしれないですが、たぶん自分の役割の中で、みんな目指すは世界平和のようなことだと思うのですが、豊かな世の中に向かって自分がどう、何ができるのかということで、僕は酪農という業界に入ったので、業界の中でできることをしっかりやっていくことだと思っています。

でもそれはやはりお客様がいないとできないことでもありますし、それを運んでくださる宅配便の方、販売してくださる方だったり、みんないないと駄目なことでもあるので、それぞれが自分の立場の中でどう豊かなところに向かっていくかだと思うので、そこで分かれる取り組みではないので、一緒になってみんなで取り組めたらいいなと思っています。そのために商品も販売するし、そのために放牧もやるのかと思うので、ぜひ那須地域にいらしてください。牛を見にいらしてくださいれば、きっとみんな心が平和になると思いますので、ぜひいらしてください。本日はありがとうございました。

[安田]結構緊張したのですが……。今日は2人のお話をうかがって思ったのが、2人ともやりたいことをやられている。綺麗事をそのまま格好よくお話しされて、それを実現されているというのが凄く格好よくて。僕の中でも、自分がやりたいと想像したことを実際に形にして想像するというのを大事にしている、そういうことができるような大人になりたいと思っていて、今日話を聞いていて凄く勇気付けられる部分がありました。自分もそうやって、今度は自分が進んでいく中でそういった姿で誰かを勇気付けられるようになったらいいなと思いました。

一方で、今はチーズを作っていて、お客さんと向き合って、日々チーズが美味しくなるように、どうやったら喜んでもらえるかということはやっていこうと思っていますので、今後とも「那須の森」のチーズをぜひ食べていただいて、もし美味しいと思っていただけたら、あるいはそうではなかったらぜひ意見をほしいと思っていますので、言っていただいて、力をつけて、もっとみんなを喜ばせられるようになったらいいなと思います。今日はありがとうございました。

[原田]ありがとうございました。もう一度お三方に大きな拍手をお願いします。ありがとうございました。では宮沢さんにマイクを返します。

[司会]皆様、大変お疲れ様でした。原田コーディネーター、本当にありがとうございます。



図 19 パネラー