

農家チーズの普及過程に関する研究 (第1報)

A report of the farm-made cheese in Hokkaido (I)

山口和美・田淵直子
Kazumi Yamaguchi, Naoko Tabuchi

ABSTRACT

This report analyzed the development of farm-made cheese production in eastern Hokkaido, Japan.

We paid special attention to the process of increasing farm-made cheese production by a farmers' group Nouka Chizu o Tukurui Kai ("Farmers' Cheese making Group"). This organization was born from the activities of Mai-Pesu Rakunou Kouryukai ("Farmers' Group which Aims for an Unhurried Style of Work and Living").

This activities are seen as important in dairy farmers' making a new life culture, particularly food culture. The development of farm-made cheese production has unfolded in two directions. One trend has been to focus on enjoying life, another has been to make social appeal for the production and selling of cheese. Anyway, farm-made cheese production by farmers' group is a very interesting activity.

Other groups also are increasing farm-made cheese production. On Another occasion, we must analyze the background and characteristics of the processes by which these groups are making cheese.

はじめに

近年、わが国におけるチーズの消費量が伸びている。この背景には海外旅行の増加やワインブームによるヨーロッパ食文化の導入、健康面からみた乳製品の見直し(カルシウム摂取のため)、あるいは食生活を楽しむゆとりができたことがある。そして、単に消費量全体が伸びただけではなく、プロセスチーズ一辺倒であった日本人の嗜好が、ナチュラルチーズに向かい始めたことが注目される。

ただし、その食文化は、十分に日本社会に根付いたものとはいえない。というのも、チーズ(ナチュラルチーズ)消費ブームは都会の外食産業を起点に広がり、ようやく大衆消費のレベ

ルに至ったにすぎないからである。食文化・生活文化の視点から見ると、チーズは、味噌や漬物のように地域毎の生産物と密着し、独自の生活文化を形成している加工食品とは比べものにならない。確かに、国産ナチュラルチーズの生産量は順調に伸びている(表1)。しかし、国内で流通するナチュラルチーズにおける国産品の割合は10数%にとどまり、直接消費用ナチュラルチーズでは10%をわずかに超えたレベルで低迷している。チーズブームが輸入品に依存した表面的なブームに終わるのか、わが国の食生活に密着し、新しい食文化を創造するきっかけになるかは、予断を許さないものがある。

表1 ナチュラルチーズの供給状況

単位：トン、%

	1980	1985	1990	1995	1997
国産ナチュラルチーズ生産量 1	12,353	19,696	28,415	30,739	34,190
うち直接消費用 2	2,264	5,856	10,170	11,690	13,812
輸入ナチュラルチーズ総量 3	71,205	79,546	111,629	154,956	167,867
うち直接消費用 4	25,795	39,346	67,258	93,720	104,577
ナチュラルチーズ国産品割合 1/1+3	14.8%	19.8%	20.3%	16.6%	16.9%
直接消費ナチュラルチーズ国産品割合 2/2+4	8.1%	13.0%	13.1%	11.1%	11.7%

資料：農林水産省畜産局牛乳乳製品課調べ

注)「直接消費用」とは、プロセスチーズ原料以外のものを指し、業務用その他の原料用を含む値である。

しかし、全国の酪農家もしくは酪農地帯の中からチーズ作りの動きが続々と生まれていることは、期待できる要素である。これらの内、自家産生乳を用いて作ったチーズを「農家チーズ」と呼び、本論の分析対象は、この農家チーズに限定する。これらには、当初から販売を目的にしたチーズ作りもあるが、自らの生活をより豊かにするために、自家用として取り組まれる例も多数ある。そして、チーズ作りのために酪農家等によるグループやネットワークが組織されつつあることは、生活文化・食文化を創ってゆく動きとして、興味深いことである。というのも、日本の酪農は加工原料生産に起点を持ち、乳業メーカーが効率的集乳を可能にする酪農地帯を人為的に形成したので、酪農家自身の生活文化・食文化に乳製品が定着するか否かは、当初から問題にされなかったためである。もちろん、自生的に自家産生乳を利用した食文化は生まれつつあった。販売できない初乳を沸かして酢で凝固させ、カテージチーズ様にして水気を絞った「牛乳豆腐」は、準和風の素材として煮物等にも活用され、完全に食生活の中に定着している。次いで、ヨーグルト作りは、市販ヨーグルトをタネにするという簡易な方法もあり、保温にさえ配慮すれば失敗は少ないこともあって、かなり普及している。これらに次いでナチュラルチーズへの取り組みが始まったのは、いわば自然のなりゆきであって、行政や農業改良普

及制度・農協運動などによる支援も受けやすかったと言えよう。ただし、牛乳豆腐やヨーグルトに比べると、ナチュラルチーズは、一度に使用する生乳の量も多く、手間がかかる上に加工技術も高度であり、ある程度の器具の用意も必要である。何よりも失敗する可能性が高く、気軽にチャレンジ出来るものではなかった。

そして、そうであるからこそ、チーズ作りには酪農家等のグループ・ネットワークの意義が大きいのだといえる。ともに研修し、情報交換し、批評しあう仲間があることが、チーズ作り定着の条件を作るのだといってよい。

本論では、北海道根釧地区（特に別海町・中標津町）における酪農家グループ内から生まれたチーズ作り普及活動を取り上げる。このグループは自らの酪農経営・酪農家としての生活のあり方を再考し、ゆとりある経営・生活をめざすグループである。このグループの活動の中からチーズ作りが自然発生的に生まれ、またチーズ作りを普及する組織が生まれていった。本論では、このグループにおける農家チーズ作りの実態を調査し、「何故農家チーズを作るのか」という理由、およびチーズ作りの普及過程についてまとめ、新しい生活文化・食文化創造の胎動と課題を明らかにしたい。

1. 「マイベース酪農交流会」の活動とチーズ作りの発端

1) 「マイベース酪農交流会」の活動

根釧地方、特に根室管内（図1 根室支庁管内地図）は大型酪農専業地帯である。「草に依存する酪農以外の農業は成り立ちにくい土地柄」¹⁾であり、農業政策上もそう位置付けられてきた。1960年代のパイロット・ファーム事業、70年代から80年代にかけてのいわゆる「新酪農村建設事業」が象徴するように、この地域は「近代化農政の優等生」であり、莫大な国費を投じた農業開発が進められた。確かに外見上は「ヨーロッパ水準を凌ぐ」施設・機械、飼養頭数、乳量・乳質となったが²⁾、他方で農民が「ゴールなき規模拡大」に翻弄される傾向が問題視された。この言葉は、新規投資の際に想定した経営規模が、借入金を返済するには不十分であり、返済のための新たな投資を借入金によって進めなければならないという悪循環を表現している。もちろん、固定化負債に苦悩する農民ばかりでなく、収益を十分にあげている農家もあるが、総じて「ゆとり」がないことが問題である。具体的には、酪農家の経済的・肉体的疲弊であり、乳牛の事故率の高さ（起立不能症・乳房炎・第4胃変異等の多発）であり、乳牛の平均産次数が3産を切る状態である。

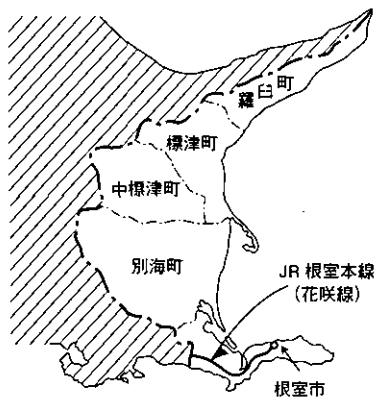


図1 根室支庁管内地図

このように農民が「ゴールなき規模拡大」に翻弄される状況に対する、当事者や現地関係者の異議申し立てが「マイベース酪農」という語を生み出している。ただし、「マイベース」の語自体は、多義的であり、中小規模の堅実経営を指すのに用いられることもあれば、農民の学習活動を指す語にもなり、農民や関係者の理念を意味することもある³⁾。ここでは、この語の用い方を、1991年に発足した「マイベース酪農交流会」に即したものに限定する。

「マイベース酪農交流会」の発足は同年の「別海農業の未来を考える会」において、学習活動を進めてきた有志が、中標津町Mi氏の経営に出会い（彼らの側から見ると「発見」ともいべき衝撃的出会い）、その経営を学ぼうとしたことに遡る。Mi氏経営は、1991年当時で小規模（飼育頭数50頭、うち成牛40頭）、低産乳（1頭当たり5500kg）、昼夜放牧、粗飼料は1番草による乾草のみ、にも関わらず高い所得（1400万円）をあげているという特異な経営であった。当時、脚光を浴びていたフリーストール・ミルクキングパーラー、完全舎飼、濃厚飼料多給のコンプリートフィーディング、高産乳（1万kg以上）という最先端の経営の対極にあるのがMi氏経営である。

「マイベース酪農交流会」は低投入（特に輸入穀物を中心とした濃厚飼料給飼の削減）、放牧の重視、牛と人間の健康重視等を暗黙の目標にしているが、その達成を絶対的目標にしているのではない。むしろ、文字どおり「交流」を主たる目標にし、相互研鑽を積む活動を続けている。それゆえ、この会への入会資格は特になく、酪農家以外（地元有志の他、獣医、普及員や試験場職員や大学教員および学生等）もメンバーとなっている。世話役Mo氏の自宅等を会場に毎月の会合を開く他、公民館を会場とした学習会等にも取り組んでいる。こうした場では、自家製の肉加工品やパンの持ち寄りが日常的に

あり、最近はチーズも定番になりつつある。

2) チーズ作りの背景

一般に農畜産物加工品づくりは、農家婦人を対象に、農業改良普及センターや農協婦人部を要とした「生活改善」⁴⁾の範疇にある。この地域のチーズ作りも行政や普及センターの指導から始まっている。マイベース酪農交流会の中心人物の一人であるMo氏(妻)によれば、10数年以上前に別海町酪農工場でカテージチーズ作りの研修をしたことがあるという。また、1994年頃には、農業改良普及センターの指導で、農協婦人部の活動としてモツアレラチーズを作ったことがあるというが、この時は失敗している。チーズは微生物の発酵を活用した食品であるため、出来上がりがいつも一定ではないという特有の難しさがあることの好例である。しかし、この難しさがむしろ、酪農家の興味を引き、チャレンジ精神を呼び起こしているように見える。そして、それゆえにチーズ作りには、単なる「生活改善」を超えた意味付けができよう。

一つには、生産者乳価の低落(1983~85年の90.07円/kgから1999年の73.36円/kg)傾向・「WTO2000年体制」後の全面自由化対策として、わずかでも付加価値を付けて自分の力で販売しようという意志である。実際にチーズ加工に用いられる乳量のごくわずかであるし、販路の確保に苦戦することは予測に難くない。だが、マイベース酪農交流会のメンバーの中にも、販売志向を強めてゆくメンバーが存在しており(後述)、この側面を無視することはできない。

しかし、本論で分析の中心に据えたいのは、「生産ではなく、生活が中心」という価値観を獲得し、ゆとりある生活追求の一環として農家チーズ作りに乗り出したという、もう一つの意義付けである。言うまでもなく、この価値観はマイベース酪農交流会の理念そのものである。いわば、農業政策に翻弄され、高産乳や生乳の

衛生状態改善(細菌数・体細胞数の減少)が至上目的であるかのように錯覚していた「真面目な酪農家たち」が、自分たちの目指すべき方向性を再認識し、「新たな生活の創造」を指向したものと捉えられる。付言するならば、その価値観転換は農家婦人だけによるものでは現実的意義を持たず、経営主を含む家族全体のものである必要上、チーズ作りも「女性の専売特許」の枠内に留まらない点が重要である。実際にも、チーズ作りの担当者は女性とは限らず、側面支援も含めて男性の役割が重要である点が、「生活改善の加工品づくり」とは異なっている。

2. 「農家チーズを作る会」の発足とその展開

1) 「農家チーズを作る会」の発足と活動

さて、マイベース酪農交流会のメンバーが、網走管内で独自のチーズ作りをしている酪農家K氏を講師に招き、ゴータチーズ・サンマルセラチーズ等の作り方の手ほどきを受けたのは、1995年6月のことである。「本格的なチーズを自分たちで作れるんだ」という感動がメンバーの意欲を駆り立て、この直後、同年7月に「農家チーズを作る会」が発足した。その創設は、交流会スタートの契機となったMi氏の妻の呼び掛けによるものであり、Mi氏の自宅を事務局に同年7月20日「つうしん 農家チーズ」の第1号が発行された。ここにMi氏(妻)が載せている文章が、「農家チーズの会」のめざすところをよく伝えている。すなわち「(前略)牛を飼って、乳を搾って、その乳でチーズをつくるー考えてみればこんなに文化的で創造的な生活があるでしょうか。(中略)ちょうど漬物をご馳走したり、交換したり、自慢したりするように『農家チーズも』、その料理を含めて楽しめるようになればと、夢はひろがります」⁵⁾というものである。

この「農家チーズを作る会」は、酪農家を会

員（賛同者は準会員）とする非常に緩やかな組織であり、会費は年間1500円（当初）、通信「つうしん農家チーズ」発行（不定期）を通じて主として情報発信機能を果たしている。また、つうしんにQ&Aコーナーを散発的に設けて、会員の質問を専門家に問い合せ、その回答を掲載している。さらに、先に紹介した「別海農業の未来を考える学習会」に合流したり、独自の交流会を開いたりしている。この会は、手作りチーズのリーダ的役割を果たし、スターター（乳酸菌やカビ等の種菌）・レンネット（子牛の第四胃から抽出する酵素製剤）・器具の取りまとめ購買や様々な企画を組織している。1996年9月には、希望者を募ってオランダ視察研修を実施、1週間かけて、農家チーズを提供するファーム・イン（農家民宿）で研修を行っている。また、地元でも根室支庁に農家チーズを作る会との共催で、「チーズトーク in 根室」（1997年度～）を開催するよう働き掛けたり、それに合わせた講師招聘を行っている。なお、専門家の援助も様々にあり、例えば地元のT獣医は、スターターの培養・保存等の面で緊密な協力関係にある。

2) 技術修得の過程

①指導を受ける機会

技術指導は、会全体で行うということではなく、小規模な研修会をセットし、研修に参加したメンバー（会員以外も受け入れ）がそれぞれ学ぶというのが基本である。その中でも、中標津町営食品加工研修センターのK氏による研修は、回数も多く、またK氏の指導力が極めて高いことから、最も重要な研修機会だといえよう。

そもそも中標津町営食品加工研修センターは、乳製品・肉製品の加工研修を幅広い階層に向けて実施する施設である。ナチュラルチーズに関しては、趣味のチーズ作りから、将来的に販売を目的とするセミプロまでを対象に、多種多様の研修を行っている。国内のチーズ研修施

設としては「(財)蔵王酪農センター」が有名である。⁶⁾同センターでは1980年以降、国産ナチュラルチーズ製造技術開発実験の傍ら、研修機能も果たしている（農家チーズを作る会のメンバーも参加）。この施設は、日本のナチュラルチーズ作りの発展に多大な寄与をしているが、その運営には、(社)中央酪農会議、畜産振興事業団、農林水産省等が、直接・間接の支援をしており、スタッフ・資金力・研修の容量ともに中標津の研修センターとは比較にならない。こうした状況にも関わらず、中標津町営食品加工研修センターが、チーズ作りの普及に多大な貢献をしているのは、K氏個人の働きが大きい。一般向けには、ストリングチーズ（いわゆる「さけるチーズ」）とゴーダ中心の平易な研修プランを用意し、さらにゴーダ等の熟成中「預かり制度」と真空パックの採用で「手軽にチーズ作りを楽しむ」研修ができる。他方、難度の高いチーズに挑戦したい場合も、ヨーロッパでのチーズ作りの経験が豊かで、専門書の翻訳も手がけたK氏は、十分に対応できる。農家チーズを作る会の会員がそれぞれ、「〇〇となってしまったが、どうしてか？どうしたらいいか？」と、比較的気軽に問い合わせができる一方、微生物についての専門的講習も担える貴重な人材である。

一方、雪印乳業中標津工場は、小規模の工場ながらナチュラルチーズ作りに特化して、工場を維持しており、その技術者との交流も重要であった。

②チーズの選択

チーズは乳を原料とし、単一の原料から作られる食品の中で最も種類豊富な食品の1つである。表2には代表的なナチュラルチーズの特性を示したが、このようにチーズは外観（チーズアイなど）・体質（硬質～軟質）・風味が、原料となる乳の種類、チーズ中の酵素や微生物・

表2 ナチュラルチーズの特性

	硬質チーズ	半硬質チーズ	軟質チ ー ズ	
熟成方法	細菌熟成(加熱後)	細菌熟成	カビ熟成	フレッシュ(非熟成)
代表的チーズ名	エメンタール	ゴーダ	カマンベール	モツァレラ
特 徴	ゴム状	しなやか	軟らかい	水分多い
外 観	大きなチーズアイ	まるいチーズアイ	空隙なし	空隙なし
風 味	スイート	溫和	アンモニア臭	軽い酸味

資料：全国農協乳業プラント協会〔5〕P. 15より作成

pH・水分・塩分・熟成温度および湿度などの要因によって大きく影響されている⁷⁾。多種のチーズの中から何を選ぶかは、作り手の考え方をよく反映するものといえよう。フレッシュチーズか熟成タイプなのか、熟成の中でも硬質タイプなのか軟質タイプなのか、軟質の中でも熟成過程で「洗い」が加わるウォッシュタイプか否か等、選択は多様である。

国産のナチュラルチーズの中ではカマンベール(白カビ・軟質系)が目立つが、これはもっぱら日本人の嗜好に合わせての選択であって、製造法でいうとかなり難しい部類に属する。農家チーズを作る会としては、チーズの選択は個人に任せるのが基本である。ただし、ゴーダ研修から始まったこともあり、ゴーダが主流であるとはいえよう。人によっては一般的なスターターを用いながら、独自の熟成を進め、オリジナルチーズを創って販売に踏み出している例(後述)もある。

③技術上の課題

ここでは、もっとも問題となっている衛生問題と酪酸発酵問題についてまとめた。

衛生問題とは、当然ながら食中毒をどう防止するかという問題である。農業改良普及センターや中標津町営食品加工研修センターでは、手や器具の清潔維持のみでなく、菌を投入する前に生乳加熱処理をするよう、指導している。加熱は、「63度で30分」⁸⁾ というのが一応の目安である。これ以上の高温にしてしまうとタン

パク質の変性によって生乳が凝固しなくなってしまう。直火の加熱で温度ムラが生じて、部分的に高温になっても同様であり、普及センター等は慎重に湯せんによって加熱することを推奨している。例えば、生乳40ℓを単位とする4kgゴーダチーズでは、40ℓチーズバット(プラスチック漬物桶等でも可)での加熱が推奨されている。しかし、これは大仕事であり、一般家庭の台所では極めて困難である。10ℓ(1kgゴーダ)であるとしても、容易な作業ではない。さらに、加熱した牛乳はタンパク質の変性を最小限に留めるために、速やかに冷却する必要があり、これも普通の台所では難しい点である。しかし、農家チーズを作る会メンバーの中にも、「是非やらなければならないこと」という認識が生まれ、そのために、衛生状態を良好に保つことが出来るチーズ工房(後述、写真1参照)を建設し、自動加熱できるチーズバット(写真2参照)や本格的な熟成庫を整備する動きが生じている。

実は「農家チーズに加熱は不要」との声も、マイベース交流会や農家チーズを作る会の中に存在するという。販売を想定しなければ、例えば漬け物の出来・不出来が雑菌によって左右されるようなものであり、自家製「いずし」の食中毒が発生しても、たいして問題にならないのだから、チーズも同様であるといった考え方であろう。衛生問題は実は単なる技術問題ではなく、「どのような農家チーズを作るか」という問題である。

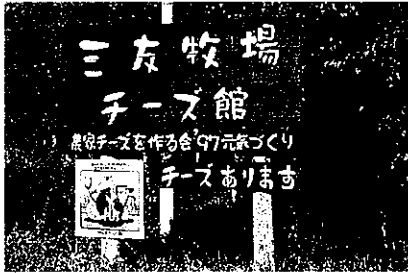


写真1 Mi牧場チーズ工房（チーズ館）看板

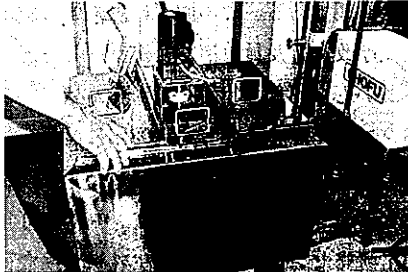


写真2 自動加熱の100ℓチーズバット
（浜中町H牧場チーズ工房）

一方、酪酸発酵とは、土壌菌の一種である酪酸菌による異常発酵である。異常なガスホールが多数出来、風味が落ち、特に苦みが強くなるのが問題である。これは、加熱で死なない菌であるところがやっかいである。原因はサイレージ（発酵させた粗飼料）にあって、生乳そのものに酪酸菌が含まれているわけである。しかし、食品加工研修センターのK氏によれば、生産者は自分の家の生乳品質に誇りを持っているので、解決が難しいという。酪酸菌の存在を認めて、害の少ない添加剤（硝酸塩・リゾチウム）を入れた方が合理的であるが、こだわりがあるので難しいとのことである。

3. 農家チーズ作りの発展

1) 自家用チーズの生産とその活用

楽しみながら自分達で作る、自分達で食べるという立場に徹しているMo氏（妻）は、牧草収穫やその調整に忙しい夏期はチーズは作ら

ず、農閑期の冬を中心にチーズに取り組んでいる。自宅内に、簡易な熟成のためのスペースを設け、家事や酪農作業の合間に熟成の様子を観察し、手入れをしている。

Mo家の経営は、「マイペース酪農交流会」でMi氏の経営に学んだのちに、大きな転換を遂げた。Mo家は、別海町内でもっとも開拓の古い地区の一つに戦前入植し、着実に頭数・産乳量を増やし、粗飼料を十分に与えて放牧を大事にする堅実な経営を営んできた。1992年には出荷乳量412t、1頭当乳量1万kgを達成（乳検データ）、いずれはフリーストール・ミルクインゲパーラー体系への移行を考えていたMo氏（夫）であったが、前述の「別海農業の未来を考える学習会」を境に、大きな方向転換をはかった。すなわち、「1992年に比べて1998年には、乳量で110t、農業収入（粗収入－筆者－）で1300万円、農業支出で700万円、所得で500万円、いずれも減らしている。特に飼料代にいたっては半分以下の水準になっている。（中略）経営の収支ではなく、農業の収支は確実に上がっている。投入エネルギーを小さくしたことが、私の農場内での農業生産をむしろ高めたと、認識している。また、これらさまざまな投入資材の減少は、そのまま労働の減少につながっているし、生活時間に大きなゆとりをもたらした。したがって、所得減少の500万円はゆとりのために投資をしたと考えている」⁹⁾ というのが、その状況である。そして、「（前略）約500万円のゆとりへの投資によって、農村らしい豊かさを実感している。通常の牛舎作業だけだと、1日4時間半から5時間なので、朝8時頃から夕方4時頃までは自由時間がとれる」¹⁰⁾ という。Mo氏（妻）の時間的・精神的余裕は、このように作られたのである。

Mo氏（妻）は、自家製チーズをスライスして食べるだけでなく、食材として活用している。野菜炒めのしあげに加えて、溶けたところを食

べたり、食パンを麺棒でつぶした即席ピザ生地を用いた「ピザ」を軽食に利用している。こうした日常の調理の中で、Mo氏は「失敗作のチーズは加熱後、硬くなってしまふ」といった経験を積むことになる。これは、農業近代化の中で生産が収入を得る単なる手段になってしまい、自らの生活と切り離されていったのに対し、生産と生活を、再び近づけるプロセスとして、評価できるのではなからうか。

2) 農家チーズの社会的アピールとしての販売

贈答品としては、かなり前から農家チーズは「流通」していたようである。「つうしん農家チーズ」に販売の記録が載ったのは、1996年2月12日発行の第5号が初めてであって、中標津農協婦人部の新年会「一坪ショップ」での販売が好評であったと記録されている。農家チーズを販売しようという背景には、「自分たちのチーズを知ってほしい」「これまで生乳販売に農家がほとんどタッチできなかったが、自分の手塩に掛けた生産物を自分の力で売りたい」という素朴な思いがあることも確かである。ただし、同時に経済的側面も無視できない。kgあたり70数円の生乳がチーズに姿を変えることでkg当たり（チーズとしては100g当たり）350円にもなることは、極めて魅力的である。恒常的な「安売り」によってミネラルウォーターよりも安い市乳価格が問題にされるが、加工原料乳価はそれよりもさらに安い（手取りは、市乳向けとプール計算されて同一だが）からである。

上記の二つの背景から販売が目立ち始めたのは、ここ1年ほどの間である。特にMi氏（妻）は、道の補助事業（農務部管轄・「北海道元気づくり事業」）による「チーズ工房」を1997年10月に自宅敷地内に建設したことで、販売への傾斜を深めている。¹¹⁾ ただし、この施設は、単なる販売向けの施設でもないし、個人の専有物でもない。工房は「農家チーズを作る会『チー

ズ館』」と名付けられ、会員の研修の場等に用いられている。とはいえ、資金の出し手はMi氏（個人）であるから、必然的に本人の利用が多くなる。また、わずか16.5坪の施設ではあるが、自動加熱できるチーズパットや温湿度調整を完璧にできる熟成庫も整い、商品生産を進める条件が出来たといえよう。

販売するとなると、なによりも問題になるのは衛生問題である。この問題に対処するため、根室支庁改良普及員生活部会が『うしやの醍醐味～おいしい！簡単!!手づくり乳製品～』というパンフレットを作成し、1998年に関係者に配布している。これは、ナチュラルチーズ作り等のマニュアルであるが（後述）、中標津町営食品加工研修センターのK氏や生乳検査協会、道立根釧農業試験場の指導によって、冒頭ページで衛生面での配慮の必要が強調されている。すなわち、チーズの出来上がりは生乳の品質（細菌数や体細胞数等）に大きく左右されるとして、具体的な加熱殺菌の方法が指示されているのである。行政や酪農関係団体が衛生問題に神経質になるのは、別海町産のイクラが「O157」による食中毒事件を引き起こし、管内のイクラ販売のみならず、全国のイクラ、ひいては水産物販売全体にダメージを与えたこと¹²⁾が、記憶に新しいためであろう。ひとたびナチュラルチーズによる食中毒を引き起こすと、ナチュラルチーズ全体、さらには生乳そのものの需要が減退し、重大な問題に発展する可能性が高い。ゆえに、関係者は、熱心に啓蒙に取り組んでいる。Mi氏（妻）もこの重要性をよく理解し、会内部での啓蒙に力を注いでいる（後述）。

一方、販売に際してはマーケティングの良否がきわめて重要である。このマーケティングは、普及センターや食品加工研修センターに「指導」してもらえる質のものではない。食品加工研修センターのK氏自身も「チーズの中身3割、マーケティング7割」と成功の条件を冷静に認識し、

状況を静観している。また、農協も原料乳中心の販売事業を営んでおり、間接的には農家チーズ作りを支援しているが¹³⁾、販売過程そのものについてはノータッチである。そうした中で、農家チーズの販売に乗り出した人々がヒントをもらい、相談相手としたのが、すでに農家チーズ販売を手懸けてきた人々である。特に「十勝ナチュラルチーズ振興会」の存在は大きく、相互の研修会に参加しあうなど、管内を超えたネットワークが形成されている。

4. 「マイベース酪農」運動と農家チーズ普及の課題

1) 「マイベース酪農」運動と農家チーズの関係

「マイベース酪農」運動に由来を持つ「農家チーズを作る会」のチーズ作りは、まずは順調なひろがりを見せている。わずか4年程の間に急速にチーズ作りが広まり、チーズの名前も十分に知らなかった会員たちが、専門的な知識を海綿が水を吸い込むように吸収し、自らの生活文化を自らで作り出す喜びを獲得したことの意味は大きい。

ただし、「マイベース酪農交流会」と「農家チーズを作る会」は、同一組織ではない（本部一分科会関係でもない）ので、必ずしも考え方・行動がアブリオリに一致するわけではない。また、「農家チーズを作る会」の内部にも多様な考え方が生まれつつある。大きくいうと、チーズ作りを「生活を楽しむための手段」と考えるか、「アイデンティティの獲得や収入に結びつくもの」と捉えるかということである。誤解を避けるために付言しておく、この二つの志向は同一人物のなかに併存しうるものであり、「どちらかといえば前者（または後者）の志向が強い」といった程度の差であろう。しかし、二つの志向が存在することは、この1年程の間に明らかに

なりつつある。

例えば、「マイベース酪農交流会」の事務局を務めるMo氏（夫）が、最近、アイスクリーム作りに凝りだしたのは、妻のチーズ作りに感化されてのことであろう。Mo氏（夫）は、クリームセパレーターを購入し、アイスクリーム作りに挑戦、自家菜園の果菜（イチゴやメロン）を入れて、おいしさにチャレンジしている。Mo家の場合には、チーズもアイスクリームもあくまでも「文化的で創造的な生活」を楽しむために取り組む対象であり、1995年当時の「農家チーズを作る会」の考え方を強く維持していると見える。そして、Mo氏（妻）の夢は「できれば子豚を飼って、豚肉加工にも取り組みたい」等、膨らんでおり、必ずしもチーズだけにこだわるという意識ではない。Mo家にとってのチーズは「生活を楽しむための手段」として位置づけられている。

一方、Mi氏（妻）は、農家チーズの「販売を通じての社会的アピール」に力を注ぎ、そのために衛生問題についての啓蒙に熱心に取り組んでいる。「農家チーズを作る会」は、当初から、衛生問題を軽視していたわけではなく、衛生問題への注意を喚起した雑誌記事のコピーを配布する等の取り組みをしている。ただし1995年当時は「無殺菌乳を使いたいので、その他の衛生面ではできるだけ配慮」をするよう、呼び掛け¹⁴⁾、生乳の加熱殺菌は念頭になかったようである。その後、食品加工研修センターのK氏から技術指導を受けたり、「ナチュラルチーズサミット in 十勝」（1996.11.4）参加で衛生問題への認識が深まってゆく。このサミット後には「無殺菌乳でのチーズ作りワンポイント アドバイス」と題して、具体的なアドバイス（フレッシュタイプ・ソフトタイプは殺菌を、自家用半硬質および硬質チーズは乳質が良ければ殺菌しなくとも良い等）をプリントにして、会員に配布している。さらに、チーズ工房建設後に

は、方が一の食中毒事故を防ぎたいという思いが高まっているようである。Mi氏（妻）は、「殺菌は大変すぎる」という声に対し、「殺菌する暇を作ってからチーズ作りを」と主張する。この言葉は間違っていないし、生活のゆとりをめざす「マイペース酪農交流会」の主旨とも合致している。ただし、会員たちの受けとめ方は多様であるようである。

また、Mi氏（妻）は、オリジナルチーズを追求し、伝統的なチーズ名ではなく自分の名前を冠したシールを印刷してパッケージに用いる等の工夫をしている（写真3参照）。オリジナルチーズの販売は難しいが、非常におもしろい仕事である。マスコミの注目も集まっていて、Mi氏（妻）は、頻繁にマスコミに顔を出す存在になっている¹⁵⁾。マスコミに取り上げてもらうことは、社会的アピールとしては非常に有効な方法であり、農家チーズの認知度が一気に高まったのは間違いない。ただし、チーズを販売するということは、「いつでも注文に応じる」のが基本であり、チーズ工房での不特定多数への販売は、常に在庫の存在を要求する。チーズを作る量が生活ではなく、売れる分量によって規定されてゆくことになりかねない。その意味では、Mi氏（妻）のチーズ作りの自由度には、制限された部分が生じているようである。

いずれにしても、販売の動きの台頭はごく最近のことであり、まだ、販売について評価する段階にはないといえよう。また、農家チーズを



写真3 Mi牧場のオリジナルチーズとパンフレット

作る会の組織体制も、1999年10月から40数名の会員の中から運営委員6名が選出されるという変化を見せている。今後は、運営委員会が大きな行事を担い、計画策定の役割を負い、会の中の意志調整も進むと思われる。さらに、「マイペース酪農交流会」との意志疎通も、スムーズになることが期待される。

2) 「農家チーズ」普及の課題

WTO体制への対応、環境規制強化への対応等、深刻な問題の多い根釧酪農において、農家チーズの普及は数少ない明るい話題の筆頭である。ゆえに、行政側もその支援には前向きである。例えば、南根室農業改良普及センターが新築され、チーズ実習もできる調理施設が整えられたし、根室支庁の「チーズトーク」主催や中標津町営食品加工研修センター等については、先に述べたとおりである。また、前掲の『うしやの醍醐味』には、バター・アイスクリーム・ヨーグルトの製法もまとめられているが、その中心はナチュラルチーズ作りのマニュアルである。ところで（財）蔵王酪農センターでは、すでに1990年に国産ナチュラルチーズ製造の問題点の抽出とこれらに対応するマニュアル『ナチュラルチーズ製造必携－衛生的なおいしいチーズを作るために－』¹⁶⁾を作成している。これはプロ向け（製造のプロと、アマチュア指導者としてのプロ）のパンフレットであり、その要点は、国産ナチュラルチーズにおける衛生的品質と安定した風味の確保にある。『うしやの醍醐味』の方は、これに比べると農家チーズに焦点を絞り、農家の地道な工夫を紹介（手作り型枠や道具の代用などの紹介）するなど、親近感を覚えさせる中で、基本的なチーズ5種の作り方を紹介している。また、「トラブル対処法」もリストになっており、苦みが強くなるのはどういふ場合であり、チーズが膨らむのはどういふ原因があるか、それらはどうすれば防げる

か等が、一覧表の形式で示してある。おそらく、自家用チーズを楽しむには、この1冊がかなりの部分までカバーしてくれることになる。各機関の連携で、このパンフレットができた意義を高く評価したい。

以上の支援が功を奏して、農家チーズ作りは広がりを見せている。例えば、農家チーズを作る会ほどの明確な理念を持つわけではないが、自主的な食品加工グループでのチーズ作りが広がっている。また、一部の農協女性部・青年部の食品加工研修センターを利用した定期的なチーズ作りも定着している。酪農をめぐる諸情勢は厳しいが、総じて、酪農ヘルパー制度の恒常的利用にも表れているように、生活を大事にしようという気運は高まっており、農家チーズ作りは、さらに広がるのが予想される。

おわりに

これまで新しい食生活は、都市から農村にひろがり、また行政から普及されてきた。戦後早い時期には「ごはんの代わりにパンを」「蛋白質摂取のために魚肉ソーセージを」摂取することが推奨され、高度経済成長期以降は「カルシウム摂取のために牛乳・乳製品」が推奨され、逆に高血圧や胃ガンの原因として味噌汁や漬け物が目の敵にされた。しかし、人々は栄養成分表のためや生活習慣病の予防を主目的として食事を摂っているのではない。そして、長年の行政による食生活改善指導にも関わらず、日本人の食生活には問題が多い。

現在、必要なのは、今日的な生活文化・食文化の創造であり、とりわけ生産者が誇りを持って提示できる、彼らの産物を生かした食文化である。近年、カマンベールチーズを中心にナチュラルチーズの消費が伸びているとはいえ、まだ日本人はチーズを楽しんで食べているとはいえないと指摘されている。日本の食文化に応じたチーズの位置が今後、問われているように思わ

れる。ゆえに、本論で分析した事例は、「生活文化・食文化を創造するチーズ作り」としても、「販売をめざし、オリジナルな商品をめざすチーズ作り」としても、非常に興味深い状況であり、今後の推移を期待をもって見守りたい。

最後になったが、本論のための取材に快く応じて下さった中標津町Mi氏夫妻、別海町Mo氏夫妻、浜中町H氏、中標津町営食品加工研修センターK氏、南根室農業改良普及センターの皆様、記して謝意を表したい。

註

- 1) 森高〔11〕参照。
- 2) ヨーロッパ水準との比較は、例えば(社)中央酪農会議〔8〕pp.6~7に次のような記述がある。「酪農家一戸当たりの乳牛飼育頭数は、昭和40年のわずか3、4頭から平成9年には、48.2頭にもなり、欧州の平均規模を上回りました。さらに一頭当たりの年間搾乳量も7,000キログラムを超え米国に並ぶ世界トップクラスの生産性を誇っています。」
- 3) 吉野〔12〕参照。
- 4) 生活改善運動の歴史については、坂野〔4〕pp.31~32参照。
- 5) 農家チーズを作る会〔10〕NO.1。
- 6) (財)蔵王酪農センター〔6〕、〔7〕参照。
- 7) 全国農協乳業プラント協会〔5〕参照。
- 8) 農林水産省乳等省令 飲用乳殺菌条件で認められた方法=低温保持殺菌(LTLT)。
- 9) 森高〔11〕pp.1~2。
- 10) 同上p.11。
- 11) 同様の例は、農家チーズを作る会の主要なメンバーであり、浜中町ナチュラルチーズの会まとめ役のH氏(釧路管内浜中町)等。
- 12) 別海町産のイクラ「O157」食中毒事件とは、1998年5月上旬~中旬にかけて、富

山県・東京都を中心に7都府県で62名がO157に感染した事件である。菌のDNA鑑定によって、別海町内の業者が加工・出荷したイクラしょうゆ漬が原因であると特定され、関連業者に大きなダメージを与えることになった（国立感染研究所資料等による）。

- 13) 農家チーズ用原料乳は、実際の生乳の物流としては、自分の牛舎の生乳を充てるものである。しかし、書類上の形式としては、これもホクレンの一元集荷多元販売の枠内であって、通常どおり農家が農協・ホクレンに販売し、ホクレンが割安な乳価で農家に買い戻させるということになる。これは、間接的に農協系統が農家チーズ作りを支援していることを意味する。
- 14) 農家チーズを作る会 [10] NO.2。
- 15) 例えば、北海道新聞1999年5月23日付け記事「酪農家集いチーズ作り」等。
- 16) (財) 蔵王酪農センター [7]。

参考文献

- [1] 岡本信弘：チーズの知識と応用、グラフ社、50-51 (1996)
- [2] 齊藤善一：乳製品の製造開発技術の変遷、日本酪農の歩み、203-209 (1998)
- [3] 齊藤善一：もっと牛乳を知ろう、くらしのサイエンス、61-65 (1998)
- [4] 坂野百合勝編著：JA女性部活動のすすめ、日本経済評論社、1-244 (1996)
- [5] 全国農協乳業プラント協会：ミルクのサイエンスーミルクの新しい動きー (1994)
- [6] (財)蔵王酪農センター：いま熟成の時ー国産ナチュラルチーズ開発の歩みー (1989)
- [7] (財)蔵王酪農センター：ナチュラルチーズ製造技術標準化マニュアル衛生的なおいしいチーズを作るために、(1991)
- [8] (社)中央酪農会議：日本酪農の知力と体

力、1-57 (1998)

- [9] 根室支庁改良普及員生活部会：うしやの醍醐味～おいしい！簡単!!手づくり乳製品～、1-35 (1998)
- [10] 農家チーズを作る会「つうしん 農家チーズ」(1995-1999)
- [11] 森高哲夫：成牛43頭・育成32頭、放牧型、農業技術大系畜産編、農山漁村文化協会、1-12 (1999)
- [12] 吉野宣彦：低投入持続型酪農への実践ー根拠に生き抜く「マイペース酪農」の取り組みー、日本農業経営学会、農業経営研究、70-75 (1998)