

農村の食文化を発信する 牛乳・チーズ加工の営み

水戸市
滝川 康治



生乳を生産するだけではなく、瓶詰め牛乳やチーズなどに加工し、付加価値をつけて販売する酪農家の営みが道内各地で続く。新得町の共働学舎と興部町のノースプレインファームを訪ねて、農村地帯から食文化を発信する人たちに、その実践と意見を聞いた。



次々に瓶詰めされる「オホーツクおこっぺ牛乳」と、共働学舎新得農場の乳製品。(写真上)

ブラウンスイスを導入して

新得町市街地の西、牛乳山の中腹にある農事組合法人・共働学舎の新得農場。ここは、全国に8カ所ある共働学舎の4番目の農場として78年に開設された。「自労自活」が合言葉で、農業や工芸などに携わりながら、心身に悩みをもった若者たちとともに暮らす場である。いまは約50人が生活する。

町からの借地を主体に70haの土地があり、飼料作物や無農薬有機栽培の野

菜類をつくり、乳牛や肉牛、豚、鶏などを飼う。経営の中心は酪農である。

代表の宮嶋望さん(42)が入植したころ、5頭ほどの乳牛を飼った。農協の生産枠がないため、搾った牛乳は出荷できず、乳製品に加工して自家用に回した。道内のチーズ工房にも足を運び、「いつか本格的にチーズを作ってやるぞ」という思いが募った。

そんな試みに注目した新得町が、町営の特産物加工センターを農場内に建設してくれた。共働学舎に管理・運営

が任せられたのは84年のこと。チーズづくりの腕を磨けるようになった。

翌年、国内では珍しい乳肉兼用種のブラウンスイスをアメリカから導入する。蛋白質やカゼイン量の多いブラウンスイスの牛乳は、発酵もスムーズでチーズには打ってつけ。「十勝にナチュラルチーズの食文化を」という夢を実現するための第一歩だった。

「チーズは他の乳製品よりずっと個性が出しやすいから、それを楽しみて来てくれる人たちが仲間になれる。ナチ

ユラルチーズの消費は伸びているけど8割以上は輸入品で、それに対するクレームもある。レストランやホテルも個性のあるチーズを待っている。僕らは多様な食べ方ができる製品を開発中なんですよ」

こう話す宮嶋さんは、日本人の食味に合ったチーズをつくり、それを地元で売って食文化を根づかせ、観光客などを通して十勝のイメージづくりにつなげる…といった計画を、少しずつ具体化してきた。

現在は、ホルスタインを加えて34頭の経産牛を飼い、年間200トンのあまりの牛乳を搾る。うちチーズに回るのは3分の1ほどで、91年に道営事業に乗せて建設したチーズ工房で加工する。モツアレタイプのスナックチーズやクリームチーズを製造販売しており、カマンベールチーズも試作中だ。

高品質、安全性で勝負を

学生時代、宮嶋さんの関心は食べ物とエネルギーに向いていた。放射線物理学や植物生態学を学ぶが、「自然をコンピュータで解析して何になるのか?」と疑問がわいて、自然とがっつき四つ



導入したブラウンスイスと宮嶋さん。搾った牛乳はチーズに向いている



箱詰めされる共働学舎のチーズ。十勝の新しい食文化を目指している

に組める農業を志向していく。

22歳のとき、共働学舎を開設した父親を説得してアメリカに渡り、2年間牧場で実習し、あとの2年間をウィスコンシン大学で畜産学を学び、農学士を取得した、という国際派である。「東のオイルの上に浮く小舟(日本のこと)はよく動く。だが、勝手に動かれては困る。コントロールするのは食糧であり、それは国際政治の武器だ。USAの威信に賭けて、安くて安定した農産物をつくるのが君たちの使命」

留学中、農家の子弟を前にして教授がこんなブラックジョークを飛ばした。日本の農業をつぶして、輸出依存体質

をつくろうとする植民地時代の名残のような発想に、無性に腹が立った。

帰国後、新得に入って農場の基盤づくりには奔走し、少し落ちついてきた。ここ5年ほど、海外の農業を訪ねる旅

を続けている。アメリカで大規模農業が地力を奪っている現状を見つめ、伝統農業を守ろうとするフランスやファームインなどを取り入れて農村環境を創出しているドイツで、小規模農業が生き延びるアイデアをもらう。「日本では、品質や安全性の高いものを作って消費者に届けていくことを考えなければならぬ」と思った。ペル

ーの山奥にインディオの古代農法の痕跡を訪ねたとき、そのなかに遠赤外線や微生物、木炭の利用がすでにあつて、とても勉強になり、自信がついた。これらを組み合わせていけば、いいものが創れるというのが結論でした」

こう話す宮嶋さんに農場を案内してもらおうと、床下に炭を埋め込んで造ったアンモニア臭のしない牛舎や、スムーズな発酵を促すように設計された糞尿還元システム、それに微生物食品の代表格のチーズづくりとが有機的に結びついた運営に感心させられる。

チーズサミットも続ける

フランスには、チーズの製造方法や牛・エサの種類などを細かく規制して昔ながらの味を守る「原産地名称(AOC)チーズ」が33種類あり、協会を組織して食文化を維持している、という。地域おこしグループの視察に参加した宮嶋さんは、この協会の代表者と知り合い、それが縁で90年から毎年、地元で「チーズサミット」を開くようになった。

これまでに、AOCチーズ機構のヒュベール代表、米・ウィスコンシン州の酪農家やチーズ製造者でつくる組合の事務局長、フランス人のチーズ技術者を招いて、生産方法や販売戦略、地域経済との関係などを、全国から訪れる100人以上の関係者がじっくり学んでいる。一昨年は、十勝の農家の女性7人がフランスの製造現場などを訪れて、その様子をサミットで報告してもらった。というふうに、地元にも少しずつ定着してきた。

「昨年11月のサミットではヒュベール氏が、4年前より進歩している。歴史は浅いけど、まだまだ伸びているよ」



レストハウス「ミルクホール」は、仲間たちの交流の場でもある

しても立派な心意気である。「消費者は、牛乳の製造日付を争って買うけれど、実際には現場で2日(冷却・貯蔵されて)寝て、メーカーで3日くらい寝たあとで加工される。北海道バター」と銘打つても、輸入物が混ざっている。こんな具合に消費構造や流通が歪みすぎているので、自分でやるしかない——それだけなんです。うちのスタッフは優秀で、それぞれ夢がある。それをお手伝いして、次の世代につながる基盤ができればいい」

生産物に自分で値段をつけて売りたい——というのは農民の多くが抱く夢だが、それができずに現場で呻吟する

「今後、こうした動きと連携することも考えている。今は牛乳はプライベートブランドの「特別牛乳」の枠を取得し、『無殺菌牛乳を飲みたい』という層に対して販路を開拓したい」(宮嶋さん)というのが共働学舎の次の目標である。厚生省令に基づく特別牛乳とは、乳室から10m以内の場所まで牛乳を瓶詰めしたもので、国内では数個所でしか製造されていない高品質のもの。わたしの目には酪農家冥利に尽きる挑戦に映るが、新得でもトップクラスの乳質を誇るだけにそう難しい夢なのだろう。

「おこっぺ牛乳」皮切りに

オホーツク海を望み、酪農と漁業を基幹産業にする興部町。市街地から名寄市に向かい国道239号線を少し行くと、左手に牛舎や牛乳プラント、瀟洒な感じのレストハウスなどが目に入る。大黒宏さん(38)が代表を務める「ノースブレインファーム」である。100haほどの土地で牛乳126頭(うち経産牛は54頭)を飼う一方で、搾った牛乳を瓶詰めしたり、乳製品

に加工して販売する。肉の加工も手がける。静かな音楽が流れるレストハウス「ミルクホール」は、製造した牛乳や乳製品などの飲食ができるし、仲間たちのたまり場でもある。生産一辺倒の酪農ではなく、付加価値をつけて販売し、興部から農村文化を発信しようとする意気込みがうかがえる経営展開といえる。

大黒さんは、97年前に紋別地方へ入植した曾祖父から数えて4代目の酪農家。1962(昭和37)年に現在地へ入植した両親の元で育ち、80年に酪農学園大学を卒業してオーストラリアなどを旅したあと、家業に就いた。子どものころ、学校で飲んだ牛乳は札幌の雪印乳業で製造されたものばかりだった。「酪農地帯なのに、地元の牛乳がなんで飲めないのか?」との疑問がずっと心に残っていた。搾った牛乳を自分で加工して販売することは、長年の夢だった。が、酪農を始めたころは、乳量増大を追求する傾向が強く、合理化路線によって弱小メーカーはつぶれられていた時期で、両親にも反対される。資金をためなが

自前の研修施設から発信

大黒さんらは来年、食に関する図書館やホールなどの機能を備えた宿泊研修施設を建設する。星のように散らばった火がやがて野を焼き尽くす(星火燎原——という中国の古史に登場する言葉にちなんで、「星火燎」と命名したこの施設(20人ほどが宿泊可能)は、食品メーカーなどの研修の場として活用する計画という。

大黒さんらは、92年から肉の加工も手がける。静かな音楽が流れるレストハウス「ミルクホール」は、製造した牛乳や乳製品などの飲食ができるし、仲間たちのたまり場でもある。生産一辺倒の酪農ではなく、付加価値をつけて販売し、興部から農村文化を発信しようとする意気込みがうかがえる経営展開といえる。

道内1万戸の酪農家に群がって食っている者がたくさんいて、本末転倒になった。牛乳の認可や加工でも、ホクレンが独占している配乳権の壁にぶち当たる。でも、1万戸で消費者が1000万人いたら食っていきける。1kg75円の牛乳を加工・販売することで、卸値で180円になる。10円高くなれば1家族が食えるという現状が、あまりに見えなくなっている。製造メーカーが週休2日で給料が出て、酪農の現場が休みなしでは平等じゃないよ」

共働学舎や大黒さんらの営みは、生産だけに目がいて、搾った牛乳が消費者の食卓に届くまでの加工や流通の動きを見失った、いびつな酪農とは対照的な生き方といえるだろう。「大規模酪農をやる人はやっていい。でも、頭数増で経済は何とかなっても体力は持つか、企業感覚のみでやって農村で生活する楽しみや人生の意味合いをどう考えるのか——と言いたいし、そこから農村文化は生まれない」と、宮嶋さんが力を込める。「本当は経営者なのに、指導者がこそって、農業従事者」にしてしまった。

大黒さんが持論を展開し、「だから、これからは(酪農家のやる気次第で)面白くなる」と意欲をのぞかせる。「生産一本に絞っていったとき、人は集まらない。しかし、田舎で生きることが楽しく視座をもって実行しだすと、いろんな能力のある人が集まる。味の濃いストーリーのついた商品を求める人は、都会にたくさんいる。(自分たちの実践は)そうした潜在的な需要を掘り起こすパイオニアとして、面白いんじゃないか」(宮嶋さん)



酪農のすそ野を広げる「ノースブレインファーム」代表の大黒さん

「おこっぺ牛乳」皮切りに

大黒さんは、97年前に紋別地方へ入植した曾祖父から数えて4代目の酪農家。1962(昭和37)年に現在地へ入植した両親の元で育ち、80年に酪農学園大学を卒業してオーストラリアなどを旅したあと、家業に就いた。

北見の農家と契約して、92年から肉の加工にも取り組み、1月中旬に本格的な加工プラントが操業を始める。昨年6月には、千葉県のデパート内に15坪ほどの直営店をオープンさせた。酪農部門の3500万円をベースに、加工や「ミルクホール」部門を合わせると年間2億3000万円ほどの販売額があり、これを19人のスタッフ(パートを含む)が支える。