



酪農学園大学  
農食環境学群循環農学類  
農村計画論研究室  
教授 **吉野 宣彦**さん

# 農家チーズ生産の可能性 Vol.1

北海道で製造されるナチュラルチーズは、今や世界から注目されるようになってきた。道内各地のチーズ工房等では、個性的なチーズが作られ話題を呼んでいる。

農家チーズに関する研究を進めていた吉野教授に、道内におけるチーズ生産に関する情報を聞いた。

## 国内におけるチーズの需給動向

農林水産省の「食料需給表」では飲用の牛乳は90年代から、加工製品も00年代後半から頭打ちになっていきます。でもチーズはがんばっていますね。消費量全体では平成22年に28万トンを超えて過去最高です。

国産のナチュラルチーズも年々増加し、平成22年に4万6千トンを過去最高です。生乳生産全体の6%、加工用の15%です。酪農業界にとって欠かせない重要な部門です。半分がプロセスチーズの原料になるので、直接消費は2万ト。年間でプロセスチーズも含め一人当たり2kgくらい、ナチュラルチーズでは1kgくらいでしょう。今やチーズは消費者にとっても欠かせない食品です。作っているところは、乳業メーカーも含めて110カ所以上。10年前の2倍です（平成24年）。

## 農家チーズの意味

酪農家がチーズを販売するのは36カ所（道内、平成19年）で、まだまだ数えるほどです。「趣味」でチャレンジしている例は非常に多いと思います。各地の加工施設では、お母さんたちのグループでスケジュールがびっしりです。農家当たり

の加工グループの数は、酪農地帯の方が実は多い時もありました。

定期的に生産し、オリジナルのシーリングを貼って、プレゼントというところも。工場へ、だけではなく身近な人たちへのお裾分けができる。もしかすると販売相手を自分が選べる。そんな時代がいよいよ来ましたね。

酪農では何度も生産過剰の苦い体験があります。食紅を入れ、廃棄する。畑の栄養に戻ることもありません。生乳以外に販売するものがないという異常なほど専門化が進みました。チーズは過剰のリスクを減らすために、生産者にも業界にも大切な分野ですね。

## 広がり背景

全道でチーズ作りに取り組むお母さんたちのグループを、以前に何組か調べました。根室、十勝、宗谷、道南それぞれです。やはり生産調整をきっかけに実験的に始めた例が多いようです。

ただお母さんたちが始めるには、農家の中でのゆとりが大切です。放牧などを取り入れ、無理をせず時間をつくれる人たちが本格的に可能なようです。そして自家製チーズは酪農家でしか味わえない楽しみです。

P09 はぐくむ「人・組織」

有徳人心

第6回「自立的クレーム対応術」ムジカ研究所 代表 山下 由美氏

P11 やさいのちえぶくろ

「トウモロコシ」株式会社ベジブルデザイン代表取締役 野菜マイスター 若林 富士女氏

P12 バトンタッチ

北海道NOSAI 北島 真吾さん

P13 NOSAI INFORMATION

行事予定／8月のいちおし記事

P14 耳より情報・あとがき

こうした下地の上に、平成になって各地に加工研修施設が作られました。指導員などが地道な努力をされ、先進的な農家がボランティアで勉強会を開き、多くの仲間が広がりました。

## 販売への課題

学生と何度かチーズを作りました。そのスケジュールは、朝8時から始めて夕方5時まで。バルクで冷やした生乳を温め直して殺菌し、また冷まして乳酸菌や酵素を働かせ、ゆっくり攪拌（かくはん）し、圧搾（あつさく）して反転を繰り返して、待つ。非常に時間がかかります。チーズ作りの楽しさと大変さを実感しながら、お母さんたちに話しをうかがう調査をしました。毎日作るにはゆとりある酪農が基本です。

そして、熟成が終わり食べる事ができるのは3カ月後。苦かったり、あるはずのないホールができたたり。失敗すれば販売できません。経済的な回転を考えるとフレッシュタイプも選択肢です。しかし保存食や製品としての醍醐味はハードタイプでしょう。経済的にもゆとりがあることが販売に進む条件です。

## チーズ加工のメリット

チーズは濃縮食品です。おおよっぱに言って1リットルで1000グラムができます。このチーズがもし400円で売れるならば生乳の乳代の5倍になります。実際にこれ以上の価格になっています。製造費用を無視するなら大きな付加価値を生みます。

そして消費量を著しく高めます。1リットルの牛乳を一気に飲むのは無理ですが、100グラムのチーズは食べられないことではないでしょう。

## 北海道チーズの実力

もし牧草しか生産できず、酪農が適している地域ならば、その限られた土地からよりたくさん経済的な価値を生み出す農家チーズは、地域社会を維持するために不可欠です。酪農の柱となる必然性があります。北海道のように酪農専業地帯を抱え、牧草以外に選択肢がない地域では、まさにそのことがチーズに付加価値を付けてくれることと思います。

## 農家チーズが普及するために

まず流通の整備です。都市部でどういうチーズが人気で、チーズはど

こで売るのが、集荷や販売業者が成り立つ状態が、個人のチーズ作りを励ますことになるでしょう。

そして衛生を含めた文化です。おいしい農家チーズを食べることは、フグを食べることと同じです。リストリア菌による食中毒に2001年、80名が感染しましたが、大きく知らされませんでした。下痢にもならず24時間後に40度の発熱。3カ月の潜伏期間で髄膜炎に至る。この発症の仕方は一般の消費者も農家も未経験で、病院の検査態勢も十分ではありませんでした。すぐに判断すればペニシリンで対応できますが、まだ常識ではないでしょう。

日本でチーズは、まだ高級感が強く、酒のつまみやイタリアンなどのイメージが濃厚です。自家野菜や漬物が交換されるようにチーズも交換され、何かの集まりにはチーズが定番、学校給食でも出てくるという状態が必要でしょう。たった一種類のミルクではなく、さまざまなチーズが作られて身近なものになる。多様な魅力ある酪農村が形成されて、魅力あるチーズも増えるのではないでしょう。か。