今、食品企業も〝地産

るのが難しい状況です。かつては、食品工業試験場と地元メーカーが一緒になって地域の特色をいかした製品開発をすることが多かったが、最近では、そうした取組みも弱まっています。販売方法も含め商品提案するコーディネーターとか、農業に農業改良普及員がいるように、食品改良普及員がいればと思いますね」

そんな食品企業のコーディネーター役として、ぜひ活用したいのが農文協発行の「食品加工総覧」（全12巻）だ。

本書の価値について、地元のサツマイモを生かした菓子製造に取組む鹿児島県・九面屋の鳥丸正勝社長は、仲間とともに立ちあげた産学官連携の「さつまいも研究会」の活動にふれながら、次のように述べている。

地域に生きる企業として

九面屋・鳥丸正勝

研究会のテーマは「食は材にあり」「地域の技術の確立」「マーケティングと流通」の三つである。「食は材にあり」では、農家との契約栽培をはじめ用途別の品種選択、特に育種に心がけた研究をする。「地域の技術の確立」では従来の伝統技術をベースに先端技術との結合をはかる〝中間技術〟の開発と、異業種技術の食品技術への導入をめざし、さらに「マーケティングと流通」では「さつまいも館」など生活者との対話を重視している。このように研究会は、素材生産、加工技術、販売戦略の三分野をシステムとして結合し、二十一世紀のモノづくりをどうすればよいかを総合的に追求する集団である。

この私たちの課題に『食品加工総覧』は農村加工に焦点を当てているがゆえに、一般の食品加工の専門書では得られない情報がのっており、たいへん役立つものだ。

「食は材にあり」―本書には農畜産物から山の幸、林産、水産まで四〇〇種におよぶ地域素材の特性と加工用途が網羅され、商品開発のヒントに富む「食材事典」として活用できる。

各食品については、その歴史から機能性などの特性、加工方法、事例までを記述している。農村加工を対象とするという本書の編集意図から、大規模生産やハイテク技術には触れていないが、伝統的な食品のよさを生かして商品化するための加工方法の記述、あるいは事例の中に伝統技術と先端技術を結合する「中間技術」の実践的なあらわれをみることができ、示唆に富んでいる。たとえば第5巻の干しいもの項目にある、天日乾燥の原理とそれを分析して得られた低温調湿乾燥法などは伝統技術の解析とその応用をしめすものである。

「マーケティングと流通」の課題では産直を進める農村のほうが、新しい流通を生み出す先進地域ともいえ、事例の「顔の見える販売方法」など、宝が眠っているといえそうである。

加工品への利用がすすむサツマイモの有色品種（「食品加工総覧」第9巻より）

地域の連携の中に生きる企業として、産業を通じて地域の文化や政治まで巻きこんでいく新しい地方の時代の芽を伸ばしたい。中央のみに向き合ってきた地方が目覚め、新しい多様な地方の時代を演出する舞台づくりが始まっているのだ。

〈加除式〉で、本書の魅力はますます高まる

「食品加工総覧」には、この九面屋さんなど、本紙4面下の表のように多数の食品企業（株式会社）の事例が紹介されている。会社案内や社長の抱負ではなく、企業のノウハウに農村が学ぶために、商品開発の経緯から原料の入手法、加工方法、そして販売方法までを記述。おいそれとは得られない情報だ。地域に根ざした企業戦略の先進事例としても学ぶことは多い。

今年七月の第2巻「販売戦略・経営管理」をもって完結するが、本書は加除式出版物であり、「追録」として毎年、新しい情報が加わっていく。地域素材を生かした新商品開発や、ますます課題になる「中間技術」の創造。あるいは農工商の地域的な提携など、個性的な商品開発と流通改革という時代の大きなうねりのなかで生まれる実践的な情報が絶えず付加され、本書の魅力はますます高まっていくことだろう。

大豆を知り、豆腐つくりに挑戦するこころを育む絵本

総理大臣賞　受賞の秋田の小学二年生が読んだ「ダイズの絵本」

受賞者を代表して挨拶をする松岡清平君（写真左）。下は両親と『ダイズの絵本』を書いた画家・上野直大氏（左端）と記念撮影。

『そだててあそぼう ダイズの絵本』（農文協刊）を読んだ感想文が大変高く評価されている。第48回青少年読書感想文全国コンクール・小学校低学年の部で内閣総理大臣賞を受賞した秋田県八森町の豆腐屋さんの息子・松岡清平君の文章だ。《「ぼくはとうふやになりたい」と書き出しから宣言し『ダイズの絵本』を読んでその気持ちを強め、「父さん、じいさんに、ちょうせんしていきたいんだ。」と力強く結んでいる。ツルマメを探しての新しい豆腐つくりの夢のことなど内容理解の深さとともに、家族への尊敬と愛情が強く感じられる作品である。「総合的な学習の時間」の実施に伴い、低学年にも取りやすい調べる本の出版が増えてきたことが、子どもたちの知的好奇心を刺激し、2類における感想文の向上に結びついているようである。》（「学校図書館」2月号 審査長 対崎 奈美子さん）。

絵本「そだててあそぼう」シリーズは、この『ダイズの絵本』をはじめ、イネ・ムギ・ソバなどの穀類から、野菜、果樹、花、家畜、工芸作物など、現在45巻出版されている。この3月には継続企画として10巻発行予定。これまで味噌やソバ、ラッカセイ、コンニャク、サトウキビなどの関連会社から会社見学用や地域の学校へのプレゼントなどに採用されてきている。次世代の子どもたちへ「たべもの」のルーツから食文化・加工技術など関心を深める本として最適だ。

なお、絵本「おもしろふしぎ食べもの加工」（全5巻）も同じ農文協から発行される。かたまる、ふくらむ、色・味・香りがかわる、長持ちする、発酵する、いろいろな加工食品の不思議を楽しくつくって知る本。これも食品加工業界にとって役立ちそうな絵本だ（3月発売予定。各2100円、揃10500円）。

『ダイズの絵本』より

「そだててあそぼう」

既刊45冊、AB判・上製、各36頁、各1890円（税込）

漓トマトの絵本
滷ナスの絵本
澆サツマイモの絵本
潺ジャガイモの絵本
潸トウモロコシの絵本
澁イネの絵本
澀ムギの絵本
潯ソバの絵本
潛ダイズの絵本
潭ワタの絵本
澹キュウリの絵本
澱カボチャの絵本
潼メロンの絵本
潘イチゴの絵本
澎ラッカセイの絵本
澑ヒマワリの絵本
濂ケナフの絵本
潦アイの絵本
澳カイコの絵本
澣ニワトリの絵本
澡ダイコンの絵本
澤ヘチマの絵本
澹コンニャクの絵本
濆サトウキビの絵本
澪ヤギの絵本
濟キクの絵本
濕スイカの絵本
濬ヒツジの絵本
瀾ヒョウタンの絵本
濘カキの絵本
濱ブルーベリの絵本
濮キャベツの絵本
濛ナタネの絵本
瀉アサガオの絵本
瀋シイタケの絵本
濺〜瀘土の絵本
瀛ニンジンの絵本
瀚ニツバチの絵本
瀦ベニバナの絵本
瀝チャの絵本
瀘ブドウの絵本

【2003年新刊】
ピーマン、ホウレンソウ、アスパラガス、ブタ、チューリップ、ニガウリ、オクラ、アワ・ヒエ・キビ、リンゴ、ミカン　3月発売

農文協

地域資源活用
食品加工総覧

〈地産地消〉の食品起業マニュアル

地域の農産物を活かした食品加工を強力に後押し。各専門家、コンサルタント、優良企業がそのノウハウを惜しげもなく公開した初めての食品起業完全マニュアル

現在刊行中・既刊10冊、B5判、各600～900頁、カラー口絵付き
●150000円（加除式・直販商品につき分売不可）

全12巻　3部で構成　②、⑧は未刊

共通編　全3巻【製造・販売の基礎】
❶地域・経営戦略と制度活用
❷販売戦略／生産・経営管理
❸加工共通技術

加工品編　全5巻【食品大事典】
味噌、パン、菓子など食品ごとの製造・販売法
❹米飯、もち、麺、パン、でん粉、穀粉、麩、こんにゃく
❺漬物、惣菜、豆腐、納豆、缶・びん詰、乾燥食品、飲料
❻乳製品、肉製品、水産製品
❼味噌、醤油、調味料、油脂、酒類、菓子類、ジャム
❽非食品の加工品

素材編　全4巻【食材大事典】
食材ごとの加工特性、機能性などの多面的な活用法
❾穀類、雑穀、マメ類、イモ類、油脂作物
❿野菜、山菜、その他草本植物
⓫果樹・樹木、きのこ

【素材編】全4巻の最終巻　第10回配本
⓬畜産・水産・非食品資源

【畜産資源】牛、豚、鶏、羊をはじめ合鴨、猪、鹿、ダチョウ、キジなど。
【昆虫その他】ミツバチ、ジバチ、イナゴ、ザザムシ、カイコ、マムシ
【微生物資源】泡盛麹菌、くさや菌、くものすかび、酢酸菌、すんき漬菌、ぬか漬菌、フナ寿し菌、紅こうじ菌、味噌玉こうじ菌
【水産資源】イワシ、タイ、イカ、イワナ、コイ、ドジョウなどから、貝類、ナマコ、海藻、スッポン、サワガニなどまで。
【非食品資源】アイ、アサ、イグサ、ウルシ、コウゾ、シキミ、ケナフなど。

ご注文は　農文協（社団法人 農山漁村文化協会）〒107-8668　東京都港区赤坂7-6-1　TEL.03-3585-1141　FAX.03-3589-1387　振替00120-3-144478　URL http://www.ruralnet.or.jp/　価格は税込

地消時代

不況、デフレの中で、安売り競争ではなく、個性的な地域食品によって経営を守ろうとする食品メーカーやスーパーなど小売業の動きが、いよいよ活発になってきた。その動きをみながら、今、食品産業・食品流通業に何が求めてられているかを、考えてみよう。

イオングループのフードアルチザン認定販売

最大手のスーパーチェーンであるイオングループ（ジャスコなど）は、昨年、フードアルチザン（「食の匠」）運動を立ちあげた。アルチザンとはフランス語で職人の意味。

イオングループでは、近年、食に関する客の声は大きく変化し、「食の安全性」への関心が高まる中、〝地域独自の味〟や昔なつかしい味〟へのニーズが増しているとみる。こうした声に応えるために、全国各地で郷土の味を守り続けている多くの生産者からフードアルチザンを公募し、店頭展開しようという取組みだ。

公募産品の条件は次のとおり。

地域の風土、文化、伝統等の郷土色が明確な商品であり、日々の生活の中に取り入れられており、その地域以外では味わえないもの（土産品は対象外）。産品の素材・原料について、地域の特性・伝承にこだわったもの。産品の生産・製造方法について、地域の伝統技術にこだわったもの、である。全国から応募を集め、認定したうえで、イオングループで販売するしくみだ。

生産量など規模の大小は問わない。全国展開でなく、地域のものを地域で流通させるという考えだ。

長野県松本市で開かれた「食の匠展」のポスター

売先きがなくなった中小メーカーが大いに助かる

このフードアルチザン事業の第一弾として、昨年十一月、長野県松本市のジャスコ南松本店で、「ながの食の匠展」が開かれた。飯田市産のリンゴ、鬼無里村のおやき、松本市産の「二年味噌」、東筑摩郡明科町産のニジマスを丸い形に揚げた「ニジマス円（つぶら）揚げ」などが並び、大変好評だった。

この取組みに参加し「二年味噌」と「漬物たまり」を出品した株・丸正醸造（松本市）の林利親社長は次のように話す。

「地方の小さな食品メーカーはどこも売先きがなくて困っています。地元の酒屋、八百屋、食料品店がどんどん消え、大手スーパーがナショナルブランドの特売で攻めてきますから。

そんななかで、イオンさんのフードアルチザンは、私たちのような中小メーカーにとっても画期的な取組みだと思っています。商品の個性が明確で、衛生管理もしっかりしているなど、認定にはきびしさもありますが、個性的で質のいい製品をつくり続けているメーカーには大きな励ましになると思います。私どもの『二年味噌』は以前からジャスコで扱ってもらっていましたが、『食の匠展』以降、ずいぶん売れるようになりました」

丸正醸造の「二年味噌」は、地元長野産のダイズと米を使い、二年間熟成させる。

「近年の味噌は糀歩合が多くなり、甘くなる傾向にあります。しかし、ほのかな甘味のある淡白な味のごはんには、甘味を控えたコクのあるみそ汁が合うと私どもでは考えております」と、林社長。独自な製法と食文化にこだわる。

そんな地域食品を地域で流通させる。大量生産、大量消費のシステムを流通の側から担い、日本人の食の画一化に大いに貢献してきた大手スーパーが、地産地消に本腰で取組む時代なのである。

流通業界も注目「地域特産品認証事業」（Eマーク）

各県でも、地元産の原料を使った地域食品を育成しようという動きが広がっている。その一つが「地域特産品認証事業」である。地域で生産され、原材料や製法など素性が明らかな「地産地消タイプ」の特産品について、各都道府県で基準を設けて認証し、共通の認証マークをつけるというしくみだ。認証された地域特産品は、その優れた品質と信頼の証として「Eマーク」が表示され、消費者が商品を選ぶときの目安になるというものである（下図）。

国の立場からこの事業を推進している（財）食品産業センターの漆原英彦氏（環境・普及部長）は、このねらいについて、次のように話す。

「生産量が少なく、知名度もないが、地域の原料を使っていいものを生産している、そんな地方の中小食品メーカーが力をつけるよう、支援したい。Eマークでどんどん販売しようというより、食品メーカーの拠り所になればいいと思っています」

中小メーカーが経営を拡大するためではなく、地場産業として誇りをもって生きていくための支援策といえよう。

この事業は平成三年から始まり、現在、青森県の約二二〇商品を筆頭に、二三県で二〇〇〇近い商品が認定されている。ここへきて応募する食品が増え、西友やジャスコなどから説明を求められるなど、流通業界の関心も強まってきたという。

こうした地域食品の流通の手助けをしようと、食品産業センターではインターネットで「ふるさと食品電子マーケット」を立ちあげている。地域食品メーカーが自分の製品を登録し、流通業等のバイヤーがみれる登録制の無料サイトである。距離や時間の制約を受けずに、いつでも、どこでもビジネス情報の発信と収集ができる、というわけだ。現在、メーカーが三五〇社、バイヤーが一一〇〇社、登録されているという。

さらに、平成十四度から「地域食品製法認証事業」がスタートした。Eマークは地域産・県産の原料を使ったものだが、こちらは、たとえば大阪の昆布や東京の江戸味噌など、原料は地元産でなくても、地域の食文化を活かし、特色ある製法でつくられた食品を認証しようというものだ。

優れた品質
正確な表示
地域の環境と調和

Excellent Quality
Exact Expression
Harmony with Ecology

食品企業のコーディネーター「食品加工総覧」

このように食品企業に新たな動きが生まれているが、課題も多い。先に紹介した食品産業センターの漆原さんは、次のようにいう。

「中小メーカーは一般に人材不足で、これまでの製品を維持するのに精一杯で、新しい製品を開発し販売す

（5面に続く）

地域食品で元気な食品企業（『食品加工総覧』の掲載事例より）

★4、5、7、9、10、11巻の事例のうち、株式会社の事例（年間販売額1000万円以上）を販売金額順に並べた。

所在地	会社名	主な加工品	特徴	年販売額万円	収録巻
秋田県比内町	(株)おぐら製粉所	凍結乾燥ヤマノイモ粉	加熱せず薬品も使わないフリーズドライ粉末	1000	9
北海道更別村	神野でんぷん工場(株)	じゃがいも澱粉	昔ながらの製法と清涼な地下水がつくる粘りと風味	1500	4
鳥取県淀江町	(株)白鳳	うどんほか	大山のブナ原生林をイメージしたドングリの特産品	1500	11
富山県舟橋村	立山黒部サービス(株)	ミネラルウォーター	標高3,003m立山連峰の湧水を加熱処理してびんで出荷	1800	5
北海道札幌市	(株)マルナカ	内麦ラーメンほか	道産小麦・ハルユタカで北海道らしさをアピール	2000	4
福島県福島市	(株)元気アップつちゆ	各種こんにゃく	温泉地の観光協会が地場産のいもで8種の商品開発	2200	4
群馬県大間々	星野物産(株)	乾めん	地粉の難点だった色あいを手振り製法で克服	3000	4
北海道石狩市	杉野フーズ(株)	缶入り豆	水も味付けも一切なし。豆本来の味だけで素材缶詰	3000	5
愛知県碧南市	日東醸造(株)	しろ醤油	廃校跡を仕込蔵にして伝統の味覚復興	5000	7
富山県立山町	(株)ライスリム	か　ゆ	北アルプスの清冽な水と、こだわりの「おかゆ」	6000	4
京都府木津町	三桝嘉七商店	柿渋エキス	自然・安全志向で広がる需要に粉末・顆粒品も開発	6000	11
岐阜美濃加茂	桜井食品(株)	スパゲッティ、マカロニ	安心を求めて北海道農家と契約。内麦100%のパスタ	7000	4
長野県上田市	ドーマー(株)	発芽玄米	栄養分が遊離活性化し、発芽にむかう瞬間を食べる	8800	4
長野県豊科町	(株)あづみアップル	リンゴジュース	酸化防止剤無添加、混濁したジュースで時代を先取り	10000	5
愛知県名古屋	(株)浅井	お茶、パフ	利用の幅を大きく広げた焙煎パフと焙煎茶の開発	10000	9
埼玉県吉川市	松本製油(株)	ゴマ油	江戸の伝統「玉締めしぼり」で抜群の風味と透明感	11500	9
沖縄県粟国村	(株)沖縄海塩研究所	海塩	ミネラル含有率が20%前後に安定している天然塩	12000	7
徳島県上板町	岡田製糖所	和三盆糖	在来種「竹糖」を使いこなす230年の伝統技法	15000	9
宮城県大河原	(株)ヤマコメ	仙台みそ	年産500tだからできる「土用返し」による天然醸造	18000	7
群馬県下仁田	(株)ヤマキ	さしみこんにゃくほか	伝統的製法にこだわりつつゼリーやジュースも開発	20000	4
北海道江別市	江別製粉(株)	北海道産小麦粉	道産小麦の「粉の味」を生かすパン用粉の加工技術	20000	4
熊本県熊本市	(株)イシザカ.	茹でラッカセイ	在来品種の細心選別、味付けは秘蔵の魚醤だれ	21000	9
北海道札幌市	(株)マルナカ	内麦うどん(乾めん)	北海道産チホクコムギ利用で、年々伸びる販売量	22000	4
和歌山海南市	和歌山ノーキョー食品工業(株)	ハッサクジュース	苦味成分を除去する技術開発でジュース加工へ	22500	11
香川県池田町	東洋オリーブ(株)	塩蔵品・オイル	オイル人気で、新漬加工やマヨネーズなども開発	39000	11
長野県開田村	(株)霧しな	干しそば	村の立地と新製法で、日本一のそば企業をめざす	40000	4
東京都大島町	海の精(株)	海塩	伝統の流下式塩田に学んだ自然海塩の草分け	45000	7
新潟県巻町	上原酒造(株)	地ビール	多様な味と香りを越後から生み出した日本初の地ビール	45000	7
京都府京都市	(株)イマムラ	各種あん	原料アズキに対する厳しい品質調査が評価を高めた	48600	9
福島県福島市	銀嶺食品工業(株)	雑穀入りパンなど	雑穀、野菜、薬草と内麦の風味を生かした健康パン	50000	4
埼玉県両神村	秩父こんにゃく(株)	氷こんにゃく利用製品	コンニャクマンナンの活用広げたR.G.C.で70種の製品	50000	9
群馬県前橋市	曽我製粉株・ベーカーズストリート	硬焼きパン	県産小麦の風味とビタミン、ミネラル豊かな石臼挽	60000	4
鹿児島国分市	九面屋	あん入りかるかん	中小企業ならではのワンポイント手作業にこだわる	70000	9
兵庫県姫路市	(株)本田商店	無ろ過・純米清酒	播州杜氏が明治の育種家の意気に感じて酒米を復興	80000	7
徳島県上板町	光食品(株)	ソース	原料野菜・果実の栽培を支援しながらの本格加工	108000	7
京都府京都市	(株)半兵衛麩	焼き麩、生麩	伝統を活かし内麦ブレンドで健康食に挑む	127800	4
奈良県奈良市	ゐざさ(株)中谷本舗	柿の葉すし	炊飯直後に秘伝の米酢を散布し渋柿の葉を生かす	210000	4
北海道十勝	日本缶詰KK十勝工場	スイートコーン缶詰	収穫後2時間で製品化。全国シェア56%	677900	9

《各事例の目次》
地域の状況と取組みの経過／製品開発の経過と製品の特徴／素材・原料の選択と調達法／施設、資材／加工方法の実際、留意点／販売方法／今後の展開、課題

組見本

熊本県熊本市

茹でラッカセイ

在来品種の細心選別，味付けは秘蔵の魚醤だれ

熊本　茹でラッカセイ

地元産の豆を生かした各種製品

――――――株式会社イシザカ．

●経営のあらまし

［商品名］：ゆでピーナッツ，バターピー，味付けピーナッツ
［主な素材］：ラッカセイ，ダイズ，寒梅粉，小麦粉，糖類
［経営形態］：株式会社
［参加人員］：20名
［資本金］：1,000万円
［加工時期］：通年
［販売時期］：通年
［年間販売金額（円）］：2億1,000万円
［販売方法］：生協，スーパー，問屋市場出荷
［連絡先］：株式会社イシザカ，（代表取締役：石坂智），熊本市御領6丁目9-1，TEL.096-380-1616，FAX.096-380-1500，E-mail：kabuishizaka@clasic.mus.com

●地域の状況と取組みの経過

熊本県には，全国的にも有名な九州の阿蘇山がある。その阿蘇山の外輪山より熊本市内にかけて，火山灰の土壌畑が多数見られ，指折りのラッカセイの産地だった。今でこそ生産量は減っているが，ここで収穫されたラッカセイを主体とし，株式会社イシザカ，（以下「イシザカ」と記す）では豆菓子加工に携わってきた。

イシザカは，現社長の石坂智の亡父が創業し，豆菓子加工業者としてスタートした。その当時は，販路を同業者にゆだね，メーカーとして頑固なまでにこだわった商品は，同業者からの注文が多かったという。

創業者のもとで現社長が取り組んでいくうち，1つの壁にぶつかる。原料感覚で生産していたために，当時の状況では手塩にかけてつくった豆菓子が他社ブランドとして販売され，当然のことながら一般消費者には知名度がないという点だった。

自社ブランド生産に取り組んだほうが，製品を原料感覚で販売するより利益率も増えるし，イシザカの知名度もアップする。いわゆる下請けのイメージから脱皮するべく，昭和40（1965）年から生協，問屋などに販路を求め，自社ブランドにウェイトを移していった。工場を主とした建物から，パッケージ部門にも力を入れた新工場の建設（平成元（1989）年）。その当時無謀ともいわれた熱風式自動焙煎機を導入するなどして一時は苦しい時もあったが，創業者が頑固なまでに守り続けた味のおかげで売上げも順調に伸びている。

●製品開発の経過と製品の特徴

当社の企業理念は「味と心，健康をおとどけする」である。

ラッカセイの健康食品としての側面につい