

魅

せます！²活き湧く²

地域資源

日本の伝統食材を世界の舞台へ 〜府中味噌の挑戦〜

独立行政法人中小企業基盤整備機構 中国支部 中国地域活性化支援事務局

PM 渡貫 久

●府中味噌ってご存じですか

府中味噌の故郷である府中市は、広島県の南東部にある都市で、古くには備後国の国府が置かれた交通の要衝である。現在は、隣接する福山市に備後の中心地としての地位を譲ったものの、製造業が盛んな地域であり、地方都市としては有数の企業集積を誇っている。そうした、ものづくりの町の歴史ある地域資源が「府中味噌」である。

府中味噌が、全国に名を馳せたのは、江戸時代中期からと言われ、それまで零細な家内製造だった府中味噌を、商品として販売ルートにのせた最初の人は、元和2年（1616年）府中の豪商・木綿屋の当主、大戸久三郎であったと伝えられている。

備後北部、岡山県北部地方の良質の大

粒大豆と、芦田川流域の最上級の米、そして府中周辺独特の清澄な水によって醸造された白味噌は、他に類を見ない絶妙な味として、福山藩主水野公はその味を賞した。水野公は参勤交代の道中、山陽道、東海道の道筋の諸大名に白味噌を贈呈し、諸大名はその味を賞讃し府中味噌を競って注文したことから、「府中に味噌あり」と、特権上流階級を中心に全国に名を馳せ、名声の基礎をつくったと言われている。

そのように、全国に名を馳せた府中味噌ではあったが、他産地の味噌の台頭や、近代的な設備を有した大手味噌メーカーの台頭により、全国における市場シェアは急速に低下していった。現在でも府中味噌は、京都・讃岐と並ぶ白味噌の三大産地と呼ばれているが、その知名度はご当地の広島県内においても、高いとは言えない状況である。原因はいろいろある

と考えられるが、過去において名声があった故に、マーケティングを怠り、本物志向にこだわるが故に近代化に乗り遅れた感否めない。

●ブランド再構築めざし ライバル企業が結集して組合設立

そうした状況下において、現状を打破するべく、府中味噌3事業者が結束し、「中小企業地域資源活用促進法」を活用した、新たな事業化に乗り出した。

音頭を取ったのは、「金光味噌」。府中味噌を製造して130年になる老舗メーカーである。

金光社長は以前より、府中味噌を使ったお好み焼きソースである「府中お好みソース」等を開発するなど、新しいことに取り組む進取の気概に富んだ経営者である。その気概が、今回の事業を推進する原動力としての役割を果たした。

事業化のきっかけは、金光社長の呼びかけで、府中味噌3社（金光味噌・浅野味噌・本家中村屋）で研究会を開催したことに始まる。研究会の場において、府中味噌の将来像を模索して活動をするうちに、府中味噌が大手味噌メーカーに對抗するためには、独自性を持つことが必要であるとの結論を導き出し、そのためには、歴史ある府中味噌をブランドとして再構築することが必要であると考えた。そして、各企業がバラバラではなく、力を結集し、叡智を持ち寄ることが必要であるとの思いから、府中味噌の組合化とともに、府中味噌を「地域団体商標」（通称：地域ブランド）の登録を目指すことにした。

組合設立からの動きは早い。平成19年7月に地域ブランドに申請を済ませると、間髪を入れず「中小企業地域資源活用促進法」を活用し、地域資源である「府中味噌」を使った事業化に取り組むため、



金光味噌店舗外観

3社で協力して新商品の開発に乗り出した。

もともとは競合するライバル企業同士である。なかなか巧くいくはずもない。当初、各々がやりたいことを主張し、なかなか方向性が定まらずに迷走した。介護食品やサプリメントといった意見が出てきたが、なかなか合意にはいたらなかった。しかし、「歴史ある府中味噌の味と技術を後世に伝える」との想いは、各社共通であり、時間は各社の結びつきを強めた。

最終的に、全員の意見をまとめると「安全・安心」という志向が強いことがわかったことから、今度は、逆に「安全・安心」な商品の製造に対して、各社ができることを持ち寄ると、直ぐに「海外向け有機商品」「府中味噌の味を活かした簡便食品」という方向性が導き出された。

●「海の外」に挑戦する味噌のサムライ達

方向性が決まれば、あとは前進あるのみ。数は3社と少ないが、300年を超える府中味噌の歴史を受け継ぎ生き抜いてきた、百戦錬磨のサムライ達である。各社とも、長い歴史の中で、それぞれが違った個性や強みを持っており、それを活かした新商品開発に取り組んだ。フリーズドライにいち早く取り組み、ノウハウを蓄積している浅野味噌が、フリーズドライの新商品を開発。頑固なまでにこだわりの味噌を作り続けている本家中村

屋が、府中味噌ならではの味を活かしたおかず味噌を開発。そして、海外の有機味噌製造認定を持ち、海外への販路を有する金光味噌が海外向け商品を開発することとした。特に、金光味噌の有する海外向け有機認定（米国：OCIA、EU：Ecocert）は取得している同業他社が少なく、海外で販売されている商品が少ないことから、他の産地との差別化を図る上で、重要な武器となる「事業の柱」として位置づけている。

このようにして、試行錯誤を繰り返しながらも、府中味噌3社は、地域資源を活用した事業計画をとりまとめ、平成19年9月に広島県に申請書を提出。翌月の10月12日に、無事、経済産業省から、「地域産業資源活用事業計画に係る認定」を受けることができた。

現在、各社は事業計画に基づき、各々の強みを活かした新商品を開発するために、日夜努力を続けている最中である。平成20年2月には、ドイツで開催された



ミーティング中の味噌のサムライ達



ドイツ展示会出展風景

オーガニック系展示会「BioFach」に、3月にはアメリカのアナハイムで開催された「Natural Products Expo West」に新商品である有機フリーズドライ味噌汁を出品し、好評を博したことから、各社とも益々士気が上がっている。

府中味噌が海外に進出と聞くと、違和感を覚える方も多いのではないだろうか。実は、味噌の国内消費は減少傾向であるのに対し、海外での味噌の消費は増加傾向にある。また、米国では、以前のからの日本食ブームに加え、ロハス（LOHAS: Lifestyles Of Health And Sustainability: 健康的で継続可能な生活スタイル）がブームとなっており、オーガニックスーパーが好調なのである。また、多くのハリウッドのスターが愛好家であることで知られる、マクロビオティック（健康による長寿法）では味噌が人気であることから、有機味噌が普及する土壌は存在していると考えられる。

府中味噌の各事業者は、どれも規模が

小さいが、結束することで大きな事業を成し遂げようとしている。小規模な企業であっても、熱意とアイデア次第で道は開かれることをこの取り組みは物語っている。

今後、後に続くであろう全国の事業者のためにも、府中のサムライ達が海外に渡り、新たに植えた種が芽を出し、大輪の花を咲かせ、道標となる日が待ち遠しい。

企業概要

- ・ 名 称：金光味噌株式会社（共同申請）浅野味噌株式会社
- ・ 株式会社本家中村屋
- ・ 資本金：1000万円
- ・ 住 所：広島県府中市府中町628
- ・ 従業員数：13人
- ・ 代表者名：代表取締役 金光邦彦
- ・ 連絡先：0847-41-2080



金光邦彦社長