

がんばれ!!

新連携・地域資源活用・農商工連携

第27回

会津伝統の味を食卓へ —チャレンジし続ける老舗企業—

独立行政法人中小企業基盤整備機構 新事業支援部 連携事業支援課 立石美和子

紹介事例の概要

会社名	株式会社天寶デリーフーズ
認定区分	地域資源活用
認定事業名	会津高田梅の大玉・肉厚・食感を活かした硬梅漬の開発と需要の拡大
認定日	平成20年12月19日

◆ 老舗の伝統と革新

難攻不落の名城・鶴ヶ城の城下町として発展した会津若松市は、今、最も注目されている観光地の一つである。新島八重を主人公にしたテレビドラマの影響か、筆者が同市を訪れたのは平日にも関わらず、会津若松行き電車は観光客で大変混雑していた。

会津若松で浅漬けの製造を行う株式会社天寶デリーフーズは、味噌・醤油を製造している会津天寶醸造株式会社のグループ会社だ。会津天寶醸造の歴史は古く、当時の若松縣から味噌株人の鑑札を受けた明治4年を創業年としているが、天保年間にはこの地に店を構え、幕末には味噌の製造を開始していたという。

会津天寶醸造の歴史は、革新の連続だった。

味噌づくりから始まった同社はその醸造技術を活かし、醤油、味噌漬け、漬物、浅漬けと、時代のニーズに合わせたものづくりを行い、商品の幅を広げてきた。



商品ラインナップ (一部)

「食の洋風化やお昼の食シーンを考えると、味噌汁はペットボトルのお茶と競合し、あまり飲まれなくなってきました。同様に、漬物は惣菜から市場の侵食を受けています。しかし、昔から食べられているものというのは理に適っていて、特に味噌は生命を維持

するために不可欠な必須アミノ酸8種類がすべて含まれ、ミネラルや食物繊維等の有効成分を多く含んでいます。日本食離れが進んでいると言いますが、そんな今だからこそ伝える必要があるのです。と満田盛護社長（会津天寶醸造(株)代表取締役社長、兼、(株)天寶デリーフーズ代表取締役社長）は語る。



満田盛護社長

昭和30年代、会津天寶醸造は従来の味噌そのものだけでなく、味噌漬けの製造を始めた。やがて塩分の摂取量が問題になると浅漬けに注目が集まるようになり、1975年には浅漬けの製造も開始。1986年に浅漬け製造部門を天寶デリーフーズへ移管した。日常に取り入れてもらいやすいよう時代に合わせて商品を工夫し、乗せるだけで食べられるおかず味噌や、掛けるだけで食べられる味噌ドレッシング等を開発している。

商品開発もさることながら、消費者の手に商品を届ける努力も怠らず、首都圏の高級スーパーから大手コンビニエンスストアまで幅広く取引を拡大してきた。また、創業当初に七日町の日光街道沿いに居を構え、会津天寶醸造の商品を直売している“満田屋”は、囲炉裏の炭火で焼く会津味噌を中心とした郷土料理の田楽が楽しめる店舗として、連日観光客で賑わっている。

さらに同社は、安全な食品を提供することを目的に、平成11年にいち早く HACCP 対応工場を新設し、高い基準での衛生管理を実践している。これら企業努力の結晶である新商品“塩糀ドレッシング”は、平成24年ふるさと食品中央コンクールで農林水産大臣賞を受賞した。

◆ 地元の特徴ある商品開発

市場ニーズの取り込みや安全対策などの徹底した姿勢は、地元への還元という点においても表れている。

昨年度、同社が檜枝岐（ひのえまた）村の要望で共同開発した“岩魚味噌”が、第52回全国推奨観光土産

品審査会において、こちらも農林水産大臣賞を受賞するという快挙を達成した。檜枝岐村では、尾瀬の清流で育った岩魚と味噌の和え物が郷土料理として親しまれてきたが、瓶詰めの“岩魚味噌”はそれをもっと手軽に、域外の人にも食べてもらえるようにと開発されたものだ。商品開発以外にも、広報活動や販売イベントの実施、販売ルートの開拓にも協力している。

同社では、他にも地元との共同開発を複数行っていて、農商工連携に関する法整備がなされる以前から地元農家と連携した取組みを実施してきた。地域資源活用事業の認定を受けた高田梅の商品開発も、梅産業の復興と食文化を残したいという思いから取組みを開始したものだ。

高田梅は、室町時代に豊後地方（現在の大分県）から会津に伝わり、独自に改良が加えられ、400年もの栽培の歴史があると言われる梅だ。直径が約5cmもある大玉で、なおかつ、直径に比べて種が小さく、肉厚の果肉が特徴である。会津では昔から家庭で梅漬けに加工し、消費されてきたという。しかし梅の生産者の高齢化が進んで管理放棄林が目立ち、産地が衰退傾向にあり、出荷価格も低落してきているため、需要を喚起し、消費を増大させることによって梅栽培農家の安定収入と産地の復興が求められていた。

そこで天宝デイリーフーズでは、これまでに培った漬物製造の技術に加え、梅加工の技術習得に努め、紀州の産地や加工場の視察を行い、また、貯蔵技術の研究も進めた。更に、安定的な原料確保のため栽培農家を組織化する等して、計画的な製造に取り組んだ。

そうして開発された高田梅の梅漬けは、果肉が軟化せず青梅のようなカリカリとした食感で、大きさにおいても食感においても、高田梅の特徴的な美味しさを消費者に伝えることができる商品となった。



法認定を受けて開発した高田梅の梅漬け

◆ 福島の復興・日本の復興

中小機構東北本部では東日本大震災を受け、食の力で東北を応援することを目的に㈱日本レストランエンタプライズ仙台支社が製造販売する“東北復興弁当”に企画協力している。“東北復興弁当”は、地域資源

活用事業及び農商工連携事業計画の認定を受けた東北各地の事業者が生産する食材を駅弁に活用したもの。JR 仙台駅等で購入することができる。天宝デイリーフーズの高田梅は、現在発売中の“東北復興弁当”第2弾に使用されている。

「一昨年と昨年、高田梅は不作の年でした。その前年に商品化して売りを拡大していたところだったので残念でしたが、数が少ない分、東北復興弁当を中心に商品の販売先を絞り込み、高田梅のPRを続けています。今年は収穫量に期待していますが、開花時期に低温が続く作柄が心配な状況です。今後の開発商品として甘漬けや、ギフト用の商品化も検討しています。会津だけで消費されていた高田梅ですが、繰り返し食べられてきたということは、それだけの潜在需要のある商品だろうと考え、商品化に至りました。地元の素材を発掘し、復活させることは食文化を次世代に繋いでいくことだと思っています。」と満田社長。



これが「東北復興弁当」だ!

会津は、台風も干ばつも大洪水もないうえに、標高差があるため時期をずらして野菜を安定供給できる希な土地であるという。今回の取材を通し、長い歴史の中で地元の自然や取引先、そして消費者に“活かされて生きている”ことが企業文化として根付いていることを感じずにはいられなかった。だからこそ伝統を守り続けることができ、革新を続けることができる。会津天宝醸造の三橋取締役は「私どもの仕事は素材に味をつけ価値を高めることです。これからも様々な地元素材とコラボレーションできるのではないかと思います。強みである発酵や浅漬けの技術を活かして、健康で安全な食品を届けていきたいです」と語った。

日本全国で農林水産物や伝統技術の産地衰退が叫ばれる中、同社のように地元愛に溢れ、伝統を受け継ぎ、尚且つチャレンジングな企業は、全国的事例として参考にすべき企業である。地元が必要とされ、食卓に必要とされ続ける同社に今後も注目したい。