

## 甲州手前味噌づくりによる食育事業をテーマにした農商工連携の構築支援について

～ 山梨県 五味醤油株式会社の取り組み～

### 1 これまでの活動概況

#### 1.1. 支援の背景

五味醤油株式会社は、明治元年に味噌・醤油の製造を始め、その後140年余りに亘って醸造業を営む老舗で、現在は麹と味噌の製造・販売を行っている。



【五味醤油株式会社】

山梨県は、古くから甲州味噌といわれる自前の味噌作りが盛んで、ほうとうに使用する味噌として地域の食文化を支えてきた。甲州味噌は地元で採れた大豆と大麦を使った合わせ味噌であるが、近年地元で大豆や大麦を作る農家なくなった事と、核家族化の進展により、家庭で味噌作りを行なうことが少なくなっている。

五味醤油では、かねてから甲州味噌の伝統を復活させ、信州味噌に負けないブランドを築くことで、自社の売上拡大にも結び付けたいと考えていたが、原料となる大豆、大麦を県内で生産している農家が無く、これらを調達するためには、甲州味噌を普及するという目的を共有し、生産に協力してくれる農家との連携が不可欠と考え、農商工連携事業に取り組むことを決意した。

連携して行なう事業は、農業体験から味噌作りまでの一貫した食育活動で甲州味噌の理解と認知度を高め、新たな需要を創造して、農業者から安定して原料を供給してもらい、農業者、五味醤油とも売上、利益の拡大を図ると共に、地域の活性化に貢献するというものである。

#### 1.2. 現状の確認

目指す商品は、「甲州手前味噌」の名称で販売することができる味噌と「味噌作り教室」の事業化である。

販売ターゲットとして、「甲州手前味噌」についてはほうとう料理店をはじめとする、和洋食の業務用チャンネルへ販売を主体とし、「味噌作り教室」に関しては、地域の食材に関心の高い3世代ファミリーを中心とした一般消費者に向けた販売を目指している。

事業の前提となる、「甲州味噌」の定義について確認をしたところ、米と麦のあわせ味噌であること以外に明確な定義は無いとのことであった。過去には、20年ほど前に山梨県味噌醤油工業協同組合で、原料と配合を定義した記録があるが、その後特に積極的に商品を普及させる活動を展開することもなく今日に至っている。

食育事業に関しては、「甲州手前味噌の会（仮称）」を立ち上げ、農業者とも連動させた事業にするために、連携先として山梨県内で先進的な農業に取り組む農業生産法人の有限会社アグリマインドと話しを進めていた。

アグリマインドの代表者である藤巻氏は、山梨県内で耕作放棄地が増えることに問題を感じて、異業種から農業に参入した事業者で、遊休農地を活用して大豆、小麦を中心とした農作物を生産しており、売上の安定化を図るために、契約栽培のできる相手を探していた。

そこで、両者が連携し、山梨県内の原料を使った甲州味噌の開発・販売を行うことで合意し、特に今まで山梨ではほとんど生産されていなかった大麦については、この事業のために新たに生産を開始してもらえることになった。



【連携先となるアグリマインドの農場】

## 2 農商工連携を推進する上での課題

### 2.1. 農業者との有機的連携の構築

農商工連携が必要とされる、農業者との有機的な連携とは、目的を共有し、連携することがお互いのメリットにつながるもので無ければならない。

そのためには農業者が最終製品と顧客を認識していることが必要で、これについて最も効果的な方策は、農業者自身も製品の販売に参画することである。

製品が売れることで農業者は原料供給と製品販売の両方で売上・利益が上がることになり連携のメリットを直接感じることが出来る。

五味醤油として、売れる仕組みづくりを確立する過程に、農業者を如何に組み込むかが有機的連携を構築する際の課題になる。

### 2.2. 地域貢献度の高い連携体の構築

五味醤油の取組みを、国の認定事業とするためには、当事者だけが潤えば良いのではなく、広く地域を挙げた活動にすることが要求される。

また、農商工連携で必ず課題となる、需給ギャップの解決という観点から、地域の同業者にも連携体に参加してもらい、農作物の生産量に見合うだけの消費量を確保する必要がある。

五味醤油では、既に一度アグリマインドに大麦の栽培を依頼したことがあったが、収穫量が見込みを上回り、自社の販路だけでは消費しきれない量の引取りを余儀なくされた経験から、取引規模の確保の重要性を感じている。

国の認定を取るということでは、やまなし産業支援機構から、認定申請に関する専門家のサポートを受けているので、後は計画に基づき、より広範囲で強固な連携体を構築し、地域への貢献を実現できる事業にすることが課題である。

### 2.3. 食育プログラムの充実

味噌作り教室は、3年前から実施しており、例年11月から翌年の3月までの味噌作りのシーズン中に15回程度を開催している。

現在は味噌作りが主体の教室であるが、原料となる、大豆や大麦作りの農業体験から、味噌を使った料理教室までメニューを取り揃えることで、継続的なイベントとして顧客の定着化が図れる。

また、甲州味噌の定義を明確にすることも必要であり、他の味噌と比べたときに商品の優位性を具体的に示すことが出来るようにしておくことも課題である。

## 3 指導の実施内容

### 3.1. 連携体の拡大

「甲州手前味噌の会」は一般消費者の直接需要の拡大を狙った活動であるが、さらに認知度を上げるために、山梨の味噌料理として知名度の高い、「ほうとう」の材料に使ってもらうことも有効である。

現在、五味醤油の味噌を使ってほうとう料理を出している店に、甲府で地元住民に人気のほうとう料理店「金峰」がある。出来れば「金峰」も連携体に入ってもらい山梨の郷土料理として一貫したストーリー作りを行うことを提案した。



【ほうとう大衆割烹 金峰（甲府市）】

### 3.2. 強固な連携体の構築と連携参加者の拡大

連携体を強固なものにするため、過去に「甲州味噌」のブランド化にかかわった、山梨県味噌醤油工業協同組合を後ろ盾にした活動とすることを薦めた。

その上で、五味醤油としては、事務局のスタンスで、同業各社との連携を密にし、最終的には原料の共同購買も視野に入れて農業者のとの連携を進めることを助言した。

具体的には、山梨県味噌醤油工業協同組合の力を借りて県内で同様に甲州味噌の製造、販売を行っている、おかめ麹商事、富士こうじといった同業者にも連携体への参加を呼びかけ、アグリマインドで生産した山梨県産の原料を共同で使用する形を実現することを目指すものである。

### 3.3. 食育活動の指導

山中湖畔のアウトドアリゾート施設、PICA 山中湖ヴィレッジを会場にした、味噌作り教室を見学し実施状況を確認した。毎年この時期にこの会場で実施しており、今年で3回目になる。集客はPACA 山中湖が行い、今回は12組17名が参加した。

今後は、味噌作りだけでなく、味噌を使った料理作り、

農業体験として大豆作り、ほうとう作り等も教室のテーマとして考えている。

すでに参加者から、五味醤油の味噌蔵見学もしたいとの意見も出ており、今後さらに地元の観光業者等と連携して、畑～蔵めぐり～味噌作り+温泉といったミニツアーを企画するなど、農商工連携で計画したとおり、畑から製品作りまで一貫した体験の出来る事業とする企画も考えられる。



【味噌作り教室(PICA 山中湖ヴィレッジ)】

また、甲州味噌の定義に関連しては、成分の化学的分析や、他の製品との比較等について、大学の研究機関を活用して客観的な評価をしてもらうことを薦め、食味や成分の客観的評価を依頼するため五味氏に同行して東京農業大学を訪問した。

## 4 課題解決の結果

### 4.1. 農商工連携の計画認定

一連の課題をクリアしながら、農商工連携事業計画を作成し、平成23年2月8日付で関東経済産業局・関東農政局から第9号として認定を受けることが出来た。

計画期間は4年で、アグリマインドで大麦と大豆の生産を行い、五味醤油が甲州手前味噌として商品を完成させる。販売に関しては、五味醤油とアグリマインドが協力して食育プログラムを開発し両者で実施する計画である。

### 4.2. 連携参加者の拡大

課題となっていた、連携体の拡大について、山梨県味噌醤油工業協同組合への申し入れは実施し、後ろ盾はできたが、同業者への連携参加の申し入れまでは進んでいない。

ほうとう料理店「金峰」の連携体参加に関しては、本

事業とは別に「甲州味噌を語る会」という名称で、ユーザー側の組織化を企画しており、「金峰」もそのメンバーであることから、連携参加者として入ってもらい山梨の郷土料理として一貫したストーリー作りを行なうことを投げかけている。

また、農業体験についても、アグリマインドとは別に親交のある農業者が、3年前から大豆のオーナー制度を実施しており、ある程度運営のノウハウもあるので、そちらの農業者との連携も進める計画である。

### 4.3. 味噌作り教室の認知度向上

山中湖で行なった味噌作り教室の様子がNHKの「がんばる甲州人」という番組で紹介され、それを切っ掛けに、地元の小学校や保育園からも開催について問い合わせが来ている。特に、小学校については食育強化校に指定された学校からの問い合わせである。

また、地元の新聞社から今後一年間に亘って、五味醤油の取り組みを追跡取材したいとの申し入れがあり、事業のPRに大きな力になるものと期待される。

また、甲州味噌の定義と商品の優位性の明確について、東京農業大学と連携してテストを実施することになった。

## 5 今後の方向性

甲州味噌についても、もともとその様なカテゴリーが確立しているわけではないので、しっかりした定義を作ってブランド化することは、地域の活性化に役立つ意義のある事業である。

事業の基盤となる、味噌作り教室については、ある程度形ができつつあるが、これを如何に収益に結びつけるかが今後の課題である。

五味醤油として目指すところは、最終的に「甲州手前味噌」がブランドとして確立され、商品が売れることであるが、事業規模の小さい同社にとって、一社でそれを行なうことは困難である。

そのために、第一段階として、連携する農業者及び地元の同業者が一体となって商品の良さをPRし、地域全体でブランド化を推進することである。

次に、山梨県出身の人が多いといわれる東京西部地区へ味噌作り教室のアプローチを行い、なるべく費用をかけないプロモーションで成果を上げることを考え、最終的には首都圏での販売拡大を目指すことを、今後の目標としたい。

執筆者：田中経営研究所 代表 田中 敏夫