顧客に喜ばれる 麦・大豆づくり 9

伝統的な保存食から生まれた５色の「押大豆シリアル」



岡山県津山市で穀粉製造業を営む㈱半鐘屋は今年２月、地元産の５色の大豆を使用したシリアル「押大豆シリアル」を発売した。それぞれの品種の風味を活かし、現代の食生活や女性の好みにマッチさせたことによって、市場から高い評価を受けている。加工業者の技術と商品開発力、生産者の大豆生産にかける思いが信頼関係を育み、この商品を支えている。

文／平井ゆか

押し大豆の衰退とシリアルの台頭

押し大豆は打ち豆とも呼ばれ、保存食として昔から親しまれてきた食材である。大豆を水に浸し、たたいて平らにつぶしてから乾燥させたもので、一般的に流通しているものは製造過程で熱を通していない。さっと洗うだけで浸水時間が要らず、火が通りやすいのが特徴で、加熱調理して食べる。

この伝統的な食材をシリアルにしたのが㈱半鐘屋だ。半鐘屋の押し大豆は熱を加えてから乾燥しているため、加熱調理せずにそのまま食べることができる。

シリアルが西洋スタイルの朝食としてひとつの市場を築いてから久しく、市場はすでに激戦状態にある。「押大豆シリアル」は今年２月、大豆タンパクや大豆イソフラボンを摂取できる健康食品としてその市場に投入された。

新商品の原料は選ばれた５品種の大豆のみ。塩さえ加えないため、大豆の風味が商品の食味に大きく影響する。最大の魅力である５色のカラフルな色合いは大豆の品種そのものの特徴である。しかし、生産量が少なく、収量性の低い品種ばかりで、生産者の努力と協力が欠かせない。

課題満載とも思える条件の下、この商品がどう生み出されてきたのか。加工業者と大豆生産者、それぞれの声を聞いた。

半鐘屋の創業は１８９５年。豆腐屋として創業したが、戦争を機に、業務用の米粉やきな粉、小麦粉などを大量生産・大量流通させる穀粉製造の業態に変更し、岡山県津山市で商売してきた。

ビジネスの転機は危機によって訪れた。砂糖などを混ぜた米粉加工品の輸入品が増えてくると、国産の原料を使用してきた半鐘屋の取扱量は減ってしまったのだ。そこで１９８３年に個人向け商品の通信販売を始め、発酵ハトムギなどの健康食品の取り扱いも本格化させた。今回紹介する、押大豆シリアルもそのひとつである。

しかし、押大豆シリアルの商品化までの道のりは長かった。

「大豆の味がしっかりしていて、おいしかったですね」

四代目の代表取締役社長、岡田裕治氏にとって、押し大豆は子どものころから慣れ親しんできたおやつである。半鐘屋では二代目社長の祖父の時代から熱を加えてそのまま食べられる押大豆を販売していたためだ。ところが、日本人の食生活が変わるにつれ、押大豆を買う顧客は



半鐘屋「押大豆シリアル」５種類のラインナップ。そのまま食べたり、牛乳やヨーグルトをかけたり、フルーツを加えたりする食べ方を提案している。

減っていき、ほとんど取り扱うことはなくなっていた。

5色5品種の大豆の色と風味を活かした商品に

その押大豆に再びスポットが当たり始めたのは約12年前のことである。半鐘屋の個人顧客向けの商品として復活させようと考えたのだ。近くの作州地域の特産である丹波黒とタマホマレを押し大豆に加工し、物産展での販売を試みた。だが、売れ行きは芳しくなく、期待外れに終わってしまう。

幸いなことに、数年前、再び挑戦の機会が訪れた。きっかけは、岡山県で30年以上前から農業試験場に保管していた地大豆の赤大豆と茶大豆を復活させようという取り組みだった。話を聞いた岡田氏はサンプルを受け取ると、まず半鐘屋が得意とするきな粉に加工してみた。

さっそく試食してみたところ、岡田氏の食指が動いたのだ。興奮冷めやらぬ岡田氏は、これらの大豆が押し大豆の原料に向くのではないかと思いつく。

「非常においしかったです。昔の品種は味がしっかりしています」

味に魅力はあるが、この地大豆の2品種は、最近の品種に比べると収量が少ないことは否めない。同じ単価で考えれば、生産者は作りたがらないだろうし、原料確保に苦労すると予想できた。

そこで岡田氏が注目したのはタマホマレだ。同社がきな粉の原料として使用してきた品種で、タンパク質の含有量が少なく、豆腐には向かないため、こちらも生産量は少ない。しかし、タマホマレの甘い風味がある点を評価した。

さらに、地域で親しまれてきた丹波黒と青大豆（キヨミドリなど）を原料に加え、5色の押し大豆としてシリーズ化することにした。こうして5つの色の大豆をJAや契約栽培の生産者から調達することにした。

一方、大豆の色と風味、食感を活かすため、加工方法も創業当時から培ってきた大豆加工の職人技を尽くして開発した。皮の色を最大減商品が引き立つように皮ごと圧ぺんし、従来品よりやや薄くすることで食感の良さを引き出した。

販売コンセプトも念入りに準備した。中小企業団体中央会が招聘したアドバイザーと相談し、ターゲット顧客を「東京の郊外に住み、休日はおしゃれな雑貨店に行く30～40代の健康志向の女性」に定め、カラフルなパッケージデザインを採用した。こうして今年、「押大豆シリアル」を発売するに至ったのである。

すぐに市場から反響があった。顧客からは、大豆の味がしっかりしておいしい、調理する必要もないので手軽だという声が聞かれた。「岡山県産」という産地表示も功を奏した。常々、産地を知りたいという来店客の声を聞いてきた小売店にとってはありがたい商品なのだ。いまでは大手流通からもいくつか引き合いがある。

創業当時、社名の候補は「繁盛屋」だったが、繁盛しても高慢にならないように警鐘を鳴らすという意味で「半鐘屋」にしたという。岡田氏はその手堅い姿勢を引き継いでいる。何よりこれまで培ってきた「半鐘屋なら間違いない」という顧客の信頼を裏切らないようにしたいという思いで経営してきた。だからこそ、大量受注を控え、少しずつ着実に進めていくつもりだ。大豆の生産量や工場の製造量を急に増やすことができないという事情もあるが、急に製造量を増やしても良いことはないと岡田氏は悟っている。

「個人のお客様はリピーターが非常に多いです。商品には自信がありますので、どっと売れて一過性のブームで終わるよりかは、口コミなどで徐々に広がっていってほしいですね」

大粒のタマホマレ 生産者が重ねる試行錯誤

津山市の土井盛夫氏は半鐘屋の契約生産者である。土井氏の農場は水稲20ha、小麦と大豆10haで、タマホマレはそのうちの3haに作付けしている。半鐘屋には、もともときな粉用としてタマホマレを納めていたが、昨年、さらにタマホマレを使った「押大豆シリアル」を開発するという話を聞き、「黄大豆」の原料としてもタマホマレを納めることになった。

土井氏の農場のタマホマレは全量、半鐘屋との契約栽培である。もともと大粒黒大豆の産地である津山市で、白大豆（商品名では黄大豆）、しかもタマホマレを生産することは、経営上あまり得策ではないと言われている。さらに台風が来ると日本三大悪風のひとつ「広戸風」の被害も受ける。そのなかでわざわざ収量が多い品種でもないタマホマレを生産している土井氏は、自ら「変わり者ですよ」と話す。

地力も大豆に適しているわけではなく、タマホマレの平均収量は150～200kg／10aだという。

「反収300～400kgという地域もありますから、それと比べると少ないですよね」

そう言いながらも土井氏からはやるべきことはやっているという自負が感じられる。

土井氏が取り組んでいるのは、タマホマレ本来の粒の大きさを保つことによって、結果的に収量を上げるという方法だ。半鐘屋からの「なるべく農薬を減らしてほしい」という要望にも、状況を見ながらできる限り応えている。

これまで土井氏は岡山県の指導に従って栽培してきた。県では、除草対策として狭畦（きょうけい）密植栽培を指導している。条間を狭くし、早い段階で大豆が条間を覆うことによって日光を遮って雑草を防ぐ。雑草が生えてきたら一度、除草剤を散布することで中耕・培土による除草作業を省略する。追肥は効果が少ないと言われていたため、行なっていなかった。

しかし、実際に狭畦密植栽培にしてみると粒がどうしても小さくなりやすい。また、追肥しないと生長が悪いところもあった。

そこで土井氏は、条間を広げて中耕・除草をして、生長の悪い大豆が多い場所に追肥したところ、効果が見られた。外来種のチョウセンアサガオやつる草などは、新たに導入した除草カルチで取り除いている。

「一般的な考えとは違うかもしれませんが、私は、追肥して大豆の草丈をある程度大きくしたほうが実の着きも良いと思っています」

土井氏はタマホマレの量と品質を確保しようと努めることで、「押大豆シリアル」という商品を支えている。

お客様を思い浮かべられる 生産者と一緒に取り組みたい

「どの生産者と取引するかは信頼できるかどうかがポイントです。押大豆もきな粉も最終的にはお客様の口に入るわけです。お客様の顔まで思い浮かべて生産してくださる方と一緒にやっていきたい。いま生産者の皆さんに恵まれています」

岡田氏は土井氏の大豆生産に対する姿勢を信頼している。農産物加工品は、生産と加工の両輪がしっかりかみ合わないとうまくいかないものだ。このケースでは、土井氏の生産と岡田氏の加工・販売とが互いの役割をしっかり果たしている。2人の一生懸命な姿勢と手堅さが、「信頼できる半鐘屋」の看板を背負った商品をつくっているのだ。

取引価格は、中間流通を入れないことによって両者にとってメリットがあるように設定している。契約栽培でも市場価格に左右される取引も多いが、収量が多くても少なくても単価を上下させないという。

納得できる金額で取引してくれて、大豆を商品として販売してくれるおかげで生産に専念できる環境をつくっている。土井氏はさらに、加工専門業者が努力しても売ることが難しい時代に、経験のない者が加工業に手を出しても、うまくできるものではないと考えている。

「新商品を開発していただけるのはありがたいですね。売り先があるというのは安心します。風潮に流されず、自分の経営は自分の責任で手堅くやっていきたい」

そして、岡田氏は、作物を生産してから売り先を探すと需要と供給のバランスが取れないため、生産者にとっても加工業者にとっても不幸なことではないかと話す。

土井氏が一生懸命なのはもうひとつの理由からだ。できれば補助金の収入を含めた経営から脱したいと考えているが現実は難しい。それならば収量を上げることで、補助金を受け取っている責任を果たすべきだと考えている。だからこそ植えっぱなしの畑を見ると腹が立つという。

「家内に『お父さんは補助金をもらってるんだから、それなりのことはせんと恥ずかしいやろ』とズバッと言われます。すごいです。怖いですよ（笑）」