農村経営研究会の第3回視察会

風味、風土、風景を大切にする栗菓子店、岐阜県恵那市の恵那川上屋



文・撮影／窪田新之助

農業技術通信社は10月6日、農村経営研究会の第3回視察会を開き、岐阜県恵那市の恵那川上屋が経営する栗菓子店と原料の栗を栽培する園地を訪ねた。同社はあくまでも地元特産の「恵那栗」を使うことにこだわる。その意図について鎌田真悟代表は、「風味、風土、風景という3つの風を吹かせるため」と表現する。視察会で一行はその心意気を学ぶことになった。

特産の恵那栗を使った菓子商品

恵那駅から車で10分ほど走ったところに、車を何十台も収容できる駐車場を備えた恵那川上屋の本社恵那峡店がある。白色を基調にした明るくて広々とした店内に入ると、平日だというのに人だかりだった。

レジには「栗きんとん」など旬の原料を使った栗菓子を買うために多くの人が並んでいる。喫茶コーナーでは、栗の和洋菓子をその場で食べようと、こちらも大勢が列をなしていた。この日は恵那市内を車で移動する道すがら、ほかの栗菓子店も見かけたが、ここまで混雑はしていなかった。その人気の秘密は後ほど明らかにしたい。

同社がこれまで開発した菓子は和洋合わせて1300点ほど。このうち残ったのは300点になる。季節に応じてそれぞれ店頭に陳列している。栗の年間使用量は200tに上り、その半分は地元の恵那栗を用いる。全量を地元産にしたいが、生産量が追いつかないため、残りは県外産でまかなっている。後述するように農業生産法人を設立し、自社で増産に励んでいるところである。

主力商品の「栗きんとん」といっても知らない人がいるかもしれない。蒸した栗の皮を割って中身を取り出し、砂糖を混ぜ込んでたき上げた後、その塊を茶巾で絞った菓子のことをいう。発祥は恵那市に隣接する中津川市で、かつては各家庭で作ってきた東濃地方の伝統的な菓子になる。いま市内では50を超える店がこの銘菓を扱っている。そのなかで後発組なのが恵那川上屋だ。

地元客を相手にする

鎌田氏は和洋菓子店で修業した後、23歳で家業に戻ってきた。そのころの1980年代というのは、ちょうど栗きんとんが売れ始めたときだった。視察会一行との懇談会で当時の様子を次のように語った。

「あるときから百貨店が生ものを扱い始めた。そのときに栗きんとんも動いたんですよね。でも、老舗の栗きんとん屋から順番に仕入れていく

風味、風土、風景を大切にする栗菓子店、岐阜県恵那市の恵那川上屋

んです。うちは後発組だからなかなか入れなかった」

老舗が市場を牛耳るなか、恵那川上屋はようやくのことで取引先の百貨店を確保していく。ただ、しばらくしてから、都市部の百貨店各社との契約をほとんど打ち切った。代わって販売の拠点として自社で新設したのが、視察会一行が訪れた冒頭の恵那峡店である。年商１億円だった当時、４億円の借金を背負って建造したものだ。

そして、始めたのは地元相手の商売。まずは鎌田氏自ら毎日午前６時から７時にかけて恵那駅前でチラシを配った。そのチラシでは商品とともに会社や契約農家の思いを載せた。これがじわりと効果を上げ、地元だけではなく、名古屋からの来客も増えていった。なぜなら、地域の人たちが地元の銘菓を気に入り、通勤先の名古屋で宣伝してくれたからだ。鎌田氏は、「うちが発展するにあたって、地域の人が自慢してくれたことは重要だった」と振り返る。



恵那川上屋の鎌田代表。地場の栗を使う理由について「風味、風土、風景の風を吹かせるため」と話す。

おばあちゃんの味との違い

地元の人たちに好評を得たのは地栗を調達するようになったからでもある。その発端は、鎌田氏が修業時代に食べた各社の栗きんとんの味に対する違和感にあったという。

「この辺りの家庭はどこでも、秋になると栗きんとんを作っていたんですよ。おばあちゃんが仕込むんですね。そういう味と百貨店なんかで売っている栗きんとんとは全然違ったんです」

もちろん、おばあちゃんが仕込んだ栗のほうがずっとおいしかった。なぜか。それは菓子店に毎日届けられる栗が他県産だったことにある。栗は鮮度が命だ。とくに栗きんとんの素材は栗と砂糖だけのため、栗の品質が商品の価値を決定づける。他県産は収穫してから運ぶまでに数日が経っている。これでは本来の風味を引き出せない。

一部の菓子店では、県外の加工場で裏ごしまでの処理を済ませたペースト状態の栗を使っているところさえあった。鎌田氏が子どものころ、家庭でこしらえていた栗きんとんの原料は、その日収穫したばかりの栗である。だから、修業時代に食べたとき、違和感が生じて当然だったのだ。

鎌田氏が地栗を調達するようになったのは東濃地方を「栗の里」にするためである。この地方は「栗菓子の里」ではあるが、栗の里ではなかった。他県産の鮮度が落ちた栗を使ったところで、農家も客も和菓子屋も心の底から喜ぶことはないはずだ。



鎌田代表の話を聞く農村経営研究会の会員たち。

「超特選」恵那栗を全量買い取り

では、恵那川上屋はどんな栗を調達しているのか。視察会一行は鎌田氏と会う前にその園地を訪ねた。向かった先は恵那川上屋が２００４年に設立した農業生産法人恵那栗の園地。「超特選」の恵那栗を増産するために作った組織だ。

超特選というのは、恵那川上屋とＪＡひがしみの東美濃栗振興協議会の下部組織である超特選栗部会との間で設定している最高ランクの栗である。従来は「一般」とその上の「特選」しかなかった。それを恵那川上屋が「超特選」というランクを作ってもらったのだ。部会が丹精して育

風味、風土、風景を大切にする栗菓子店、
岐阜県恵那市の恵那川上屋

てたこのランクの栗はすべて買い取っている。

視察会一行が訪れた前日にすべて収穫を終えてしまったようで、あいにく実物の超特選の栗は残っていなかった。ただ、写真で見せてもらうとその栗は大きい。通常の倍くらいはあるようだ。契約農家たちは、栗をこれだけ大きくするのに、「超低樹高栽培」という独自の整枝と剪定の技術を実践している。

栗の木は通常の栽培では高さが８mに成長する。しかし、超低樹高栽培ではそれを２・５mに抑える。園地を案内してくれた農家の説明によると、その方法は主枝を亜主枝の分枝しているところで切り落とし、その翌年に骨格枝から発生する長い発育枝を結果母枝とする。定植から15年目以降の樹高は２・５mに抑えられるため、高齢者や女性でも管理が楽である。また、枝が横に広がる分、日当たりが良くて樹体が生長することから、栗は自然と大きく育つ。

増産が進むにつれて課題も出てきた。朝どれの栗をその日のうちに加工するのが難しくなってきたのだ。加工場の１日当たりの処理量は３t。それを超える量が集まり、翌日以降の加工に回さざるを得なくなってきた。ただ、そうなると鮮度が落ちてしまい、他県産を使うのとなんら変わらなくなってしまう。「おばあちゃんの味」は出せない。


恵那川上屋の本店。平日だというのにこの人だかりだ。

そこで栗を一次集荷するＪＡに頼んで導入してもらったのがＣＡＳ冷凍システム（セルアライブシステム）。これは農家が出荷してきた栗を加工した後、マイナス60℃で急速冷凍する装置である。

「収穫してから24時間以内に加工したかった。その仕組みを作らなければ、地元でやる意味がないと思ったんです」（鎌田氏）

「ありがとう」を励みに広がる

これだけ丹精して育てた栗の菓子の人気ぶりは冒頭に紹介したとおりだ。そうした客の「ありがとう」という声を作り手が知ることが大事だという。その思いから、超特選の恵那栗とその栗菓子を献納している伊勢神宮に生産者と一緒に参拝に訪れた。

「自分たちが作った栗を神様が食っていることを知ってもらいたいですからね。誰が食っているかわからないと駄目なんですよ。自分の栗をこんなに多くの人たちが食っているんだと自慢することが、地域を盛り上げていくことになると思うんですね。うちは80人の契約農家がいますが、彼ら１人ひとりが自慢したらその効果は大きいですよ。それは地元の人は買わなきゃいけなくなりますよね。そういうことをずっと考えながらやってきたんです」

恵那川上屋は伊那地方や安曇野でも地元の農家を集め、栗の産地化に取り組み始めたところだ。近い将来、そこで産出した栗を使ったオリジナルの菓子が誕生するだろう。

サラダコスモの「ちこり村」も訪問

このほか一行は視察の合間の昼食休憩で中津川市にある「ちこり村」を訪れた。ここはスプラウトで有名なサラダコスモが経営するレストランやちこり関連の加工品を扱う直売所などを兼ねた施設だ。

ちこりというのは欧州原産のキク科野菜。欧州では日本のキャベツやレタスのように日常的に食べられている。１００g当たり16キロカロリーとヘルシーなのが特徴だ。

そのちこりなどを食材にした料理がずらりと並ぶ、バイキング形式のレストランで食事した。食後には、中田智洋社長が急きょ出迎えてくれ、年商約10億円という「ちこり村」の概要を説明してくれた。