

小麦の美味しさを麺・パンにつなぐ製粉業が参画、庄内

小麦が麺やパンの原料として流通するには1次加工の製粉が欠かせない。庄内スマート・テロワールでは(株)小川製粉の参画により2020年12月、初めて山形県内で庄内産小麦を製粉した。域内流通の環境が整ったことにより、庄内産小麦の品質向上、需要喚起、生産拡大が好循環する道筋が見えてきた。

小川製粉が20年12月、庄内産小麦を製粉して小麦粉の販売を始めた。

これまで庄内スマート・テロワールの活動では山形県外に製粉を委託し、ラーメンや麦きり、パンを提供する飲食店に供給し、加工の実績をつくってきた。20年度産の収量が小川製粉の最小ロットに達したのを機に山形県内での製粉に踏み切った形である。域内で生産から製粉、加工、販売までが繋がったことにより、今後、本格的に「庄内スマート・テロワール 庄内産小麦」として流通させていく。

今回、製粉を担当した小川製粉の小川祐史氏(35)に話を聞いた。
それぞれが役割を果たし地域で連携する

小川製粉は1947年に創業した山形県唯一の製粉会社である。小麦

粉のほか、小麦グルテンと小麦でん粉を製造販売している。小麦グルテンは小麦粉に加えるとよく膨らむパンや伸びにくい麺になるもので、フリーズドライ製法の自社商品「O・グル」は品質にこだわる製麺業や製パン業などにニーズがある。大手数社がシェアを占める製粉業界のなか、小川製粉は大手が参入しにくい分野に注目し、小麦グルテンのほか地域の農産物をフリーズドライ加工するなど、特徴ある商品づくりに挑戦している会社だ。

「他社がやらないことをやって、食に関わるさまざまな人たちの役に立ちたい。本当に良いものづくりをして、選ばれる会社」になることを目指している。小麦粉というのは、どんなに製粉の機械化が進んでも製粉会社の個性が出るものだ」

小川製粉はこれまで製粉業の使命

として良質な小麦粉を挽くことに専念してきた。しかし、これからは工業的なアプローチだけではなく、農業レベルまで掘り下げたさらなる知見が必要だと感じていたという。そのような折、庄内スマート・テロワールの小麦チームMD(マーチャンダイジング)から参加してほしいという声がかかった。

「熱意ある生産者や研究者の方々とご縁がとてもうれしく、ぜひ参加させてほしいと答えた。そして皆さんの想いを肌で感じ、一緒に頑張ってこの人たちの役に立ちたいと心から思った」

小麦チームMDは小麦の生産から加工、販売までをつなぐ活動や品質向上の取り組みをしている。

小麦チームMDのメンバーは山形大学農学部と生産者、酒田ラーメン店の花鳥風月。そして小川製粉が19

食の価値をつなぐ

庄内で、小麦の生産から乾燥、製粉、製麺・製パンなどの食品加工を経て住民が賞味するという一連の流れが地域のブレイヤーの連携によって始まった。

この流れは単なるサプライチェーンではなく、食のバリューチェーンである。バリューチェーンとは価値をつなぐこと。原料となる作物の美味しさが加工や調理で生かされ、食べる人まで届くことで初めて食の価値が上がる。

カルビーのポテトチップスで言えば、チップに適したジャガイモの品種開発をし、よい土づくりをした畑で高い技術で栽培し、ジャガイモに衝撃を与えず丁寧に収穫した後は、ジャガイモの品質を維持する保管をし、素材を生かす加工を施してポテトチップスに仕上げ、流通の手を借りて消費者の手元に届けることだ。

このような食のバリューチェーンが地産地消という形で地域内で完結すると、その地域的美食革命



年に加わり定期的に話し合いを重ねてきた。

小川氏は、生産者から実需者へバトンをつなぐ立場として、そのあり方と責任の大きさを感じている。

「小麦は硬いので粉にしないと食べられない。生産者さんたちがつくったダイヤの原石を磨き上げるのが製粉会社の仕事。色んな人たちの想いに応えていくことで、結果として美味しい小麦粉ができ、その経験が自社の自信とやりがいになっていくはずだ。それぞれの立場で役割を果たし連携したときにスマート・テロワールができると思う」

品質向上による麵・パン向け需要拡大に期待

小川製粉ではこれまでも山形県産ゆきちからの製粉、販売をしてきた。ゆきちからは本来、製麺や製パン向けの硬質小麦である。しかし山形県産のタンパク質含有量は約9・5%（製品時）で少なく、ラーメンやパンに山形県産小麦を使いたいと思っても、誰でもうまく使えるものではないというのが実情だった。

庄内スマート・テロワールとして生産した小麦は、このタンパク質含有量を上げるなど品質向上を目指してきた。今回、20年度産のタンパク質含有量は玄麦で11・5%に達し、

従来の山形県産の平均値を超えることができた。小川製粉が製粉した小麦は、庄内3軒の生産者が6月末に収穫した20年度産の秋まき小麦ゆきちからである。20年度産は作付面積3・5ha、平均反収498kg、収量は計15t。乾燥調製して半年ほど寝かせ、品質が安定したタイミンングで製粉した。

「ラーメンやパンに必要な小麦粉のタンパクは、およそ11%（製品時）が目安。いままでタンパクが低いか使わなかったというお客様も、使ってみてほしいという気持ちに変わり、一気に需要が増えるだろうと思っている」

今回製粉した小麦粉は、庄内スマート・テロワールに参画している飲食店からの予約で製粉時に完売した。小川氏は、より多くの飲食店や製麺・製パン業に希望の量を供給できるように、より多くの生産者に参加してほしいと話す。小麦チームMDの目下の課題も、庄内スマート・テロワールに賛同する生産者を増やし生産量を増やすことである。

「流通量が増え、山形県産小麦があつて当たり前になるがら



(株)小川製粉

い多くの人に知られるようになることを願っている。そして食べてくれる方々の期待を超え、感動してもらえるような品質をチーム一丸とって目指していきたい」

包装デザインに込めたメッセージ
メッセージは2つ。ひとつは庄内産小麦を通じた地元愛。庄内産小麦に愛着を持ってお店自慢の美味しいラーメンやパンをつくってもらい、生産者から生まれ加工業者を経て食べる人まで庄内産小麦への愛をつなげてほしい。もうひとつは地域の多くの人々がまとまること。庄内産小麦をつくりたい人と使いたい人がたくさん集まり、できるだけ量を増やし品質を安定させて庄内産小麦を強くしたい。（山形大学農学部 中坪あゆみ助教）



「庄内スマート・テロワール ゆきちから」包装デザイン

が始まる。
住民の評価により、農業と加工・飲食業が共に成長する

食の価値は、消費者の食に対する感性の進化と共にどんどん改良されていくものである。加工や調理に携わる人々が消費者の要望や期待を積極的に受け止めると改善・改良が始まる。そして加工や調理の専門家たちの要望や期待が生産者を動かすようになると、作物の品質改善、改良が促される。品種改良、品種開発もこれを契機に絡につくことになる。改善・改良は終わりのない持続的な営みである。

さらに地域の人々が地元産であることで愛着を増し、継続的に賞味することで、その地域固有の美味しさ、固有の価値を生み出し、洗練をし続けることになる。
美食革命とはこの地域固有の美味しさ、価値を継続的に産み出すプロセスにはかならない。

地域住民が動かすときが来た

庄内では地域産を嗜好するファンが多く、発売する商品は、あつという間に完売すると聞く。活動開始から5年経った庄内スマート・テロワールはいま地域住民が主役となって価値増殖を継続するフェーズの扉を開けたと言えよう。