

がんばれ!!



新連携・地域資源活用・農商工連携

第31回

長野県産米・大豆を原材料とした地域性の高い信州味噌を食卓へ～醸造は芸術なり～

独立行政法人 中小企業基盤整備機構 新事業支援部 ハンズオン支援グループ ハンズオン支援課

川端 伸清

紹介事例の概要

会社名	株式会社マルモ青木味噌醤油醸造場
認定区分	農商工連携
認定事業名	長野県産米・大豆と新技術を活用した味噌の事業化
認定日	2009年(平成21年)11月20日

◆ 美味しさの追求と天然醸造へのこだわり

善光寺の門前町として栄えた長野市は四方を高い山々に囲まれた盆地・善光寺平の中に位置している。善光寺平は美味しい水と寒暖の差が激しくとも湿度が低いという気候条件を備えているため、古くから味噌作りが盛んで当地で作られる味噌は「信州味噌」と呼ばれている。現在、長野県の味噌生産量は全国の味噌生産量の40%強を占めている。

今回ご紹介する(株)マルモ青木味噌醤油醸造場(以下、マルモ青木味噌)は、味噌作りが盛んなこの長野市で、1928年(昭和3年)の創業以来おいしさの追及を信条として天然醸造にこだわる老舗味噌メーカーである。代表取締役社長の青木幸彦氏は3代目で、2003年(平成15年)に社長に就任した。

マルモ青木味噌は、先代の時代から生活クラブ生協(生活クラブ事業連合生活協同組合連合会、本部東京)との繋がりが強い。生活クラブ生協との取引が始まったのは、1967年(昭和42年)からである。青木社長がマルモ青木味噌に入社したここ20年間で販売先の多様化を図り、現在では生活クラブ生協の占める割合は当



青木幸彦代表取締役社長

社の全販売量の約2割となった。しかしながら、青木社長の味噌生産事業に対する考え方の根幹には、生活クラブ生協の食品に対する考え方(国産、無添加、減農薬)が大きく影響している。パートを含めた約50名の従業員にも、青木社長の考える加工用米等原材料の「国産イズム」の重要性を折に触れて話をして理解してもらっている。

◆ 農商工連携に取り組んだきっかけ

前述のようにマルモ青木味噌と繋がり強い生活クラブ生協は、山形県遊佐町においてJA庄内みどりと共に減反を防ぎ国産米を守るために飼料用米を農家に作ってもらい、その飼料用米を利用した養豚事業を行っていた。青木社長は、その飼料用米の味噌作りへの利用を生活クラブ生協とJA庄内みどりに依頼した。2008年(平成20年)にJA庄内みどりから地域流通米制度があることを教えてもらい、飼料用米を味噌加工用米にすればそれも減反実績としてカウントできることを知った。JA庄内みどりと加工用米の生産契約を最初に結んだのは、2009年(平成21年)であった。

一方で青木社長は、商品の差別化を図るために、栽培履歴が明確な地元産原料を調達したいと考えていた。長野県で作る味噌でありながら、長野県産の加工用米を使った味噌が非常に少ないことはおかしいのではないかという思いがかねてよりあったからである。

JAながのと農商工連携を行うきっかけを作ったのが、社団法人長野県農協地域開発機構(当時)と長野県中小企業団体中央会である。中央会の担当者がマルモ青木味噌を訪問した際、青木社長は「当社はJA庄内みどりと加工用米の生産契約を結んだが、長野県では加工用米の生産を行う農協はないか」と話したところ、JAながのを紹介された。当時JAながのは、水稲の生産調整を達成するため加工用米の普及に取り組んでいたが、価格が主食用米よりもかなり安く米生産農家の経営にもリスクがあるので、加工用米生産に取り組んでももらえないことがあった。

青木社長は、JAながのに、米生産農家の再生産可能な価格により購入することを伝えた。JAながのも、

地域流通加工用米であれば用途が明確なので、地域の米生産農家からも理解されやすい事もあり、地域流通加工用米に取り組むことになった。また、JA ながのには、味噌加工用の大豆の試験栽培も行ってもらった。

◆ 新技術の開発

通常、包装味噌は酵母の再発酵による袋の膨張を防ぐために、熟成終了後の味噌にエチルアルコールを添加し（「酒精」や「アルコール」と表記。）密封容器に充填している。長野県工業技術総合センター食品技術部門は、この発酵熟成時にエチルアルコールを生成し、包装前の調整時に自動的に発酵を停止する新酵母の開発に取り組んだ。マルモ青木味噌は、その新酵母を用いて、アルコール添加が不要な密封容器に充填できる無添加味噌を開発した。テーブルテストでは成功したが、工場規模のテストにおいて酵母を純粋培養できなかつたため、実用化には至らなかった。

そこで、マルモ青木味噌は、無添加味噌を作るために物流形態を変更した。通常、味噌は常温で配送させるが、発酵を防ぐために冷蔵物流システムを開発して味噌を配送の段階からチルド化した。

農商工連携に基づいた商品の一例



生みそ 国産だいごみ 赤 国産原料 善光寺生 赤
 (出所) 経済産業省関東経済産業局 (2012)『地域資源・農商工連携商品一覧』82ページ～83ページ

◆ 販路開拓をどう行うか

農商工連携の展示会・商談会等には、積極的に出展して認定商品のPR活動を行い、販路開拓に努力した。農商工連携の認定後、展示会・商談会の紹介を受けたり補助金の交付を受けるなど見えない所で販路開拓のためのサポートを受けた。

現在のマルモ青木味噌の販売先は、首都圏が約8割、1割は長野県、あとの1割が名古屋、大阪である。また、農商工連携に基づいた商品は、生活クラブ生協の他、高級スーパー、百貨店で販売している。生活クラブ生協では、農業政策として国産の加工用米で味噌を製造していることが減反緩和につながっていることをアピールしているが、一般の組合員までは浸透していない。国産大豆の使用に関しても、その意義を一般消

費者に理解してもらう事は難しく、味も他の味噌と変わらないので、国産原材料を使用した味噌は高価格であると一般消費者から苦情が来る。

◆ 青木社長の味噌作りへの思い

青木社長は結果を性急に求めない。味噌も最高級品（天然醸造品）は1年に1度しか生産できない。米を蒔いてもらって味噌になるまで約2年の期間を要する。事業計画にも継続性が必要である。一旦、原材料の購入契約を行った以上は、多少高価格であっても全量を買いつけることが、生産者、味噌製造業者、相互のメリットになる。

青木社長は、近い将来、世界的に本格的な穀物不足の時代が到来するので、味噌を作る原材料を日本国内で自給したいと考えている。そこには、安心な食作り、生産者との見える関係づくりを大切にしていきたいという思いがある。また、自分が食べたい物を作っていくことでビジネスが敢行されるならば、味噌メーカーとして本望であるとも考えている。

「味噌は、地域性のある食物である。全国同じ味の味噌を作ってはいけない」と、青木社長はいう。従って、マルモ青木味噌では、だし入り味噌の製造は行っていない。また、調味料としての機能性を保つために味噌の加熱殺菌を行っていない。良い原材料を使用して、同じ原材料で他社の2倍以上の味が出せる味噌作りを行うように努力している。

◆ 今後に向けて

今後は、味噌の加工用米として長野県産の加工用米を主体的に使い、同時に台風などの天変地異に備えて、地域分散化の考え方の中で西日本の加工用米も使用していきたいと青木社長は考えている。

また、2010年（平成20年）に発足した「ぐるっと長野地域協議会」の仲間と連携を深めていきたい。「ぐるっと長野地域協議会」は、農商工連携をきっかけとして発足した。構成メンバーは、生産者側として、長野県内のマルモ青木味噌、(株)おびなた(そば製造)、JA ながの、JA 上伊那、長野森林組合鬼無里事務所(えのき、漬物を生産)、(株)アルプス(ワインを生産)、消費者側として生活クラブ生協である。今後、この仲間と農商工連携の新製品を開発できればよいと考えている。例えば、JA ながのの米と大豆を利用してマルモ青木味噌が味噌を生産し、それを利用して森林組合が漬物を生産することなどを考えている。

地元長野産の原材料を積極的に利用し地域性にこだわった味噌作りを進める(株)マルモ青木味噌醤油醸造場に、今後も注目していきたい。