

特集 産学官連携で北海道に元気を

地域資源の活用と観光

～小清水町産のばれいしょでん粉を利用したせんべい製造～

(株)山口油屋福太郎 小清水北陽工場長 浦田 隆

1. 会社の生い立ちと商品開発の歴史

(株)山口油屋福太郎は明治42年創業、天ぷら油を製造販売しておりました。

世の中変わり、油の製造メーカーになるか販売店になるか決断の時、弊社は販売店として生きていくことにしました。これが企業として生き延びる結果となりました。製造メーカーは全て倒産し、今では一流メーカーしか生き残っておりません。油の販売から始まり、今では野菜・肉・魚を始め調味料・雑貨に至るまで全てを販売し、九州の間屋への卸し、チェーン展開している店への販売等もしております。

そんな中、新幹線が開通し、博多では明太子ブームになりました。弊社も昭和50年に明太子の製造販売をし全国の有名デパートで販売するようになり、各メーカー好景気に沸き売り上げも順調に伸びましたが、世も変わり低成長時代に入り売り上げも右肩下りになってまいりました。そのような時、明太子に代わるヒット商品をあれこれ考えて博多ラーメン・もつ鍋等出しましたが、なかなか大当たりしませんでした。

そのような時、社長の奥様がお土産としていただいたせんべいの中に明太子を入れたのを作ったら博多土産になるのではと考えられました。

その条件は、次の表のとおりです。

明太子とせんべいの商品としての比較

明太子	せんべい
日持ちしない	賞味期限長い
高級品	安価で見栄えがする
冷蔵なので持ち歩き大変	常温で持ち歩き心配なし

今まで明太子でいろいろ苦労してきたので、真逆の発想で考えていたのです。早速お土産メーカーに、明太子入りせんべいを作ってもらえないかと問い合わせたところ、快く了承していただき、いろいろやりとりし、今のめんたいこせんべいが出来上がりました。ネーミングですが、「めんたいこせんべい」で商標登録しようとしたのですが、これはだめだと言われ、世の中言葉を短く言うのが流行していらしたので、「めんたいこせんべい」と致しました。

今まで明太子ばかり売っておりお菓子は売ったことがないので、なかなか販路が広がりませんでした。社長の奥様は頭にこれ「私が作ったせんべい売られんとね。さっさと売ってきんしゃい！」と激怒されました。

皆必死で販路を探し、明太子の売場の横に置いて売ってもらうことになり、これが当たりし皆販売に自信がわき、駅・空港・高速道路売店等積極的に営業し、毎年1割～2割増で売れ出しました。そんな時、全国版のテレビ、ガッチリマンデーに出させてもらいました。平成23年5月の出来事です。そこからです。破竹の勢いで売れ出しましたが、悪いことに平成19年をピークにでんぷんの生産が平成21年、平成22年、2期連続で大幅減産となり、主力のでんぷんが手に入らなくなりました。いろいろなでんぷんで試してみましたが上手くいかず「社長、このままではせんべいが作れません。どこか探してきてください」と訴えました(※1)。

2. 北海道市場調査

- 北海道といえば広大な大地酪農
- ・豊かな農作物
- ・海に囲まれた豊かな漁場 が思い浮かびます。

●北海道といえばスイーツ系が多い

- ・チョコレート、バター、あずき、小麦 等、洋風 弊社は
- ・甘辛、海産物で、和風

つまり北海道には今までにないお菓子。果たして北海道で支持してもらえるか不安でした。

3. 商品開発

北海道で博多のお土産を売ると「なーんだ博多の会社か」と思われるだけです。地元根付いた商品開発をしなければ売れない。何が材料としてよいか、北海道と言えばエビ・カニ・ホタテ・うに・牛乳・チーズ・とうもろこしなどいろいろな意見ができました。まずは色々北海道から原料を取り寄せ試作しました。その中で一番支持を受けたのがホタテです。



開発した新商品「ほがじゃ」

味、香り、高級感、一番じっくりいきいろいろな人の意見を聞きホタテに決定しました。原材料はホタテの刺身用を入れてますので、原料費は博多のせんべいの1.5倍になりましたが、せんべいとして焼くことにより味・香りと共に引き立ち、皆様に喜ばれる商品ができたと思っております。メインが決まったので、後は北海道の地産にこだわりました。ホタテは紋別・網走、イカは羅臼・函館、でんぷんは小清水、玉葱は北見、ビートは清里とできるだけ北海道で取れるものにこだわって造ったのです。

品物ができた後に、地元東京農大と言う、物づくりにこだわった学校があることがわかりました。今は東京農大と一緒にアドバイスを受け新商品を開

発していける道筋もでき、今後に繋がると思っております。

4. どこで販売するか？

福岡のせんべいは、駅・空港・高速道路販売店・道の駅で販売しています。同じ考えで販売先を広げようと考え、取引業者全てにお願いしました。その中に、北海道のJALX、全日空商事、JRさんに携わっている方と出会い、色々なところを紹介していただきました。一方北海道でも大きな菓子問屋さんにお願いしました。北海道は広く、営業活動、配送も上手くいきません。おんぶにだっこで皆様のお世話になりました。

5. メディア注目の的へ

でんぷんがなくて北海道に来ました。

「社長にどうかして下さい」とお願いしていましたが、常にアンテナを張ってくださっていて、ある日のNHKの深夜ラジオで北海道小清水町の青年がでんぷんだんご世界一大きいのを作ってギネスになったと言うお話です。世の中にはでんぷんが不足しているのに、余っているところがある。ぜひでんぷんを分けてもらいたいと電話をされました。農協の組合長さんそのような問い合わせ200件近くあったそうです。

弊社の社長が他の人と違うところは、ここからです。今からすぐそちらへ行くので話を聞いて欲しい。九州から北海道へわざわざ来られて無下にも断るわけにもいかず、小清水町農協の組合長さんお話だけでも聞いてみようと思われたと言うことです。話している内にお互い心が通じたのでしょう。小清水町にとっては良い話かもしれない。町と一体になって取り組まれたと言うことです。全盛期には1万2千人いた住民も今では半分の人口になり、小学校も5校廃校になり全部どのように再利用するか頭を痛めていたところだと言うことでした。小清水町に工場を建てると言うことを条件に、必要なでんぷんを分けてあげようという事になりました(※2)。

社長は役員会の反対を押し切り北海道へ工場を建



廃校になる小学校を改築した小清水北陽工場

てると即答されたという事です。

今までも小清水町はいろいろな企業誘致話はあったけれど、いいところまでいったら話が流れてしまった、という事が何回もあったそうです。今回も同じだろうと疑心暗鬼だったそうです。まず第一に福岡の会社を見に来られました。町長を始め議長・組合長等です。次は農協の慰安旅行として工場を見に来られました。何度か見に来られ、又こちらでも工場建設計画が進みだんだん安心されたという事です。

北海道に来られ、右も左もわからず困っているだろうと、草刈りから雪かきまでボランティアで近くの農家の方にしていただき、この恩に報わねばと思う気持ちでした。

町の気持ちが分かっているので、まず町の広報に人の募集を載せてもらい小清水町民を優先して採用しました。初めは中心となる5人を福岡で研修、工場ができて主要なところに配置しました。初めは20人からスタートし、今では38人になりました。販売が好調でそれでも人が不足しましたがなにせ小さな町、人が集まりません。

それで考えたのが、わがままパートです。メインの仕事の他にサブの雑用があります。このような仕事をしてもらう事により生産性を高めようという考えです。わがままパートとは、いつ来てもよい、いつ帰ってもよい、という条件です。ターゲットは若い子育て中のお母さんです。小さな子はよく病気にかかり幼稚園から呼び出されます。その時、気兼ねすることなく帰れる仕組みを作ったのです。おかげさまで、10名以上のスタッフ増員でき、生産も順

調に行っています。

6. 地域活性化

今の工場、この場所に決めた大きな要因は、網走→知床への観光道路に面してたからです。このあたりでは工場見学してあるところもない、観光地として世界遺産がある有名なところなので、ついでにせんべい工場も見てもらおうという考えです。

7. トップの人の注目の的に

上記のように初めはでんぷんを求めて小清水へ来ましたが、地産地消・人の雇用・地域活性化(廃校利用・観光・工場見学)と地元にとって良い事をしていくと言うことで、北海道庁・農水省・北海道経済部産業振興局と良い事例として視察に来られ又メディアにもとりあげていただきました。

8. 採算にあうか？

企業としてどのような事業計画を立てたら採算に合うかよく検討する。

※求めるものがデメリットを超えるのか？採算は？販売先は？

北海道庁が本州よりバスツアーを組み、企業誘致企画をされました。北海道に工場を建て、良かったところ悪かったところ、ありのままに話してくださいと言う事でした。

(1) 良いところ：地域活性化に貢献できたところ。

廃校を再利用して地元の業者中心にリフォームしていただき、思い出の残る工場にいただきました。地元の人を雇用、広報に載せてもらい優先的に採用又建物・税金・人の雇用等助成金が出ます。いろいろなメディアが紹介してくださるので、知名度アップで売り上げが上がります。

(2) 注意点1：人の雇用の限界

- ・人口が多いかどうか調査する
- ・冬の農家の人に手伝ってもらう
- ・外国の研修生

注意点2：輸送の問題

- ・自然災害による輸送の遅れも考慮しておく

9. 今後の展望

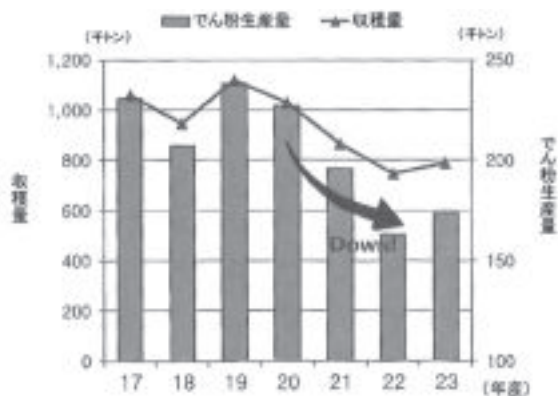
平成 25 年 7 月に製造を始めたほがじゃは 1 年目売り上げ目標 3 億 5 千万、2 年目 5 億の計画通り推移しております。

- ・地元の産品を使った新商品を毎年一品以上開発したい。
- ・当初 70 店舗からスタートした取扱店舗を 2 年後に 300 店舗にし、道内の主要な店舗で買えるようにしたい。
- ・ご当地せんべいを市町村と連携して商品開発したい。

最後に(株)山口油屋福太郎 進出にあたり、小清水町役場、北海道庁、オホーツク総合振興局、小清水町を始め地域の皆様、ご支援いただきありがとうございました。

※注 1

北海道では、でん粉原料用ばれいしょの作付面積の減少や天候不順による不作などの影響により、平成 21 年産および平成 22 年産のばれいしょでん粉は、2 期連続での大幅な減産となった。福太郎の工場は稼働率低下の危機に直面し、ばれいしょでん粉の確保に奔走することとなった。



でん粉原料用ばれいしょおよびばれいしょでん粉の生産量の推移：農林水産省「でん粉の需給見通しについて」

ばれいしょでん粉が調達困難な状況下で、当面の窮地を脱するため、福太郎がまず行ったのは、工場が九州にあることを踏まえ、原材料を九州産のかんしょでん粉に変更することだった。しかし、ばれいしょでん粉とかんしょでん粉では繊維の質、粒子の

大きさなど性質が異なることなどから、商品本来の味を再現することはできなかったという。そこで、輸入ばれいしょでん粉でも商品化を模索したが、食感と風味のバランスが崩れるなどの理由から、これも断念せざる得なかった。

結果としてこれらの試みは失敗に終わったが、「でん粉は北海道産ばれいしょでん粉でなければならない」という認識に至り、これをきっかけに、北海道ばれいしょでん粉に対する強いこだわりが生まれた。

※注 2

町は商工会、JA と連携して、福太郎の工場進出を歓迎するのぼりを町の主要な施設に掲げるなど、町をあげて歓迎する雰囲気づくりに努めている。さまざまな取り組み事例を多く積み上げることで、さらなる企業誘致に弾みをつけたい考えだ。

また、住民の間には、福太郎の工場進出により町が脚光を浴び、さらには町の特産品であるばれいしょでん粉から全国に誇るお菓子が誕生したことで、地域への愛着と住民同士の一体感が生まれてきているという。これが追い風となり、行政、企業、住民が一体となって地域おこしに取り組もうとする気運が高まっている。

他方、福太郎も、町などが出展するイベントなどに積極的に参加し、小清水町の観光や食の魅力を共同で発信したり、小清水北陽工場の一部を見学コースとして無料で解放し、憩いの場を提供することで住民との触れ合いを大切にしたりしている。

参考資料

寺西徹能・坂上大樹：小清水町産のばれいしょでん粉を利用したせんべい製造、調査・報告、砂糖類・でん粉情報 No.17、2014 年 2 月

浦田 隆(うらた たかし)

小清水北陽工場長

(株)山口油屋福太郎

