

直接体験でファンを広げる

●三河で伝統製法の調味料を学ぶ(その1)

三河地方の調味料ツアー

6月の週末の朝、愛知県のJR岡崎駅に7人の女性が集まった。岡崎出身の会社員・芹川悦子さんが、岡崎の味噌醸造会社、まるや八丁味噌の浅井信太郎社長と企画した、三河の伝統的な製法の調味料を学ぶツアーに参加するため、東京と関西からやって来たのである。芹川さんは東京の自然食品店に立ち寄ったとき、たまたま自分の出身地である岡崎の伝統的調味料である八丁味噌(米麴や麦麴を用いず、原材大豆の全てを麴にした豆麴で造られる豆味噌のうち、現在の愛知県岡崎市八帖町にて生産されてきたもの)の試食販売を行っていた浅井社長と知り合った。そして八丁味噌の奥深さと浅井社長の人柄に魅せられ、2018年3月に、浅井社長と共に東京で八丁味噌の料理ワークショップを開催。そこに参加した人たちからのまるやの八丁味噌蔵を見学したいという要望に対し、浅井社長からせっかく岡崎に来るなら、三河地方で伝統的な製法を守って調味料を作っている企業を案内したいという提案があり、まるや八丁味噌ほか3社を訪れるツアーとなったのである。

愛知県南部は温暖な気候・風土に加え、矢作川など豊かな水源もあり、岡

崎平野で収穫された米、麦、大豆や衣浦湾岸の塩を原料とする発酵・醸造製品が数多く産出されたという。また、船により江戸に物資を送る要衝の地であったこともあり、江戸を市場とする酒や調味料の生産が盛んになったそう。碧南市と湾を挟んで反対側の半田市には醸造酢の最大手ミツカングループの本拠地があり、ミュージアムもあることなどで有名だが、碧南市や岡崎市には、規模は大きくないものの、今でも昔ながらの発酵の伝統を受け継いでいるユニークな企業が数多く存在する。今回のツアーでは、こうした企業の幾つかを訪れることにしたのである。

三州三河みりん製造元、角谷文治郎商店(愛知県碧南市)

最初に訪問した角谷文治郎商店で参加者がまず驚くのは、みりんとは元来調味料ではなく、もち米と米麴を米焼酎に仕込んだ“米を使った甘い酒”であるということだ。リキュールグラスに注がれた「三州三河みりん」を口にすると、その柔らかな甘みと米の香りに「おいし

い!」と声上がる。江戸時代には甘い酒として親しまれ、正月に飲むお屠蘇や滋養強壮に効く薬用酒はみりんがベースであること、昔は入手の難しかった砂糖に代わる甘味調味料として使われるようになったことを聞き、納得する参加者も多い。

工場で、麴づくり、蒸したもち米、米麴、自家製焼酎による仕込み(糖化)、絞り、熟成の過程を見学すると、みりん造りが意外とシンプルな工程で行われていること、しかし、そこにはよい原料米の栽培から、熟成具合の見極めまで、きめ細かい人間の経験知が込められていることが体感できる。見学後の講義で、伝統的な製法で造られたみりん、戦中戦後の物資不足の時代に低コストで需要に応えるためにさまざまな代替品を合成して作られた新みりん(みりん風調味料)の違い、本みりんの中にも、輸入穀物を原料とする糖類と醸造用アルコールを大量に添加した価格の安い量産品と、米だけで造られた伝統的なみりんがあることを知る。参加者は自分が認識していた「みりん」ではなく、「価格の高い高級なみりん」と思っていたものが実は本来のみりんであったこと、価格という数字が持つ意味を理解するのである。



角谷文治郎商店で、三河みりんを試飲しながらの座学



角谷文治郎商店で、蒸したもち米を麴で糖化させる過程を見学



まるや八丁味噌の浅井信太郎社長。同社サイトの社長インタビューページ。
<http://www.8miso.co.jp/kodawari3.html>

●三河で伝統製法の調味料を学ぶ(その2)

有機白醤油、白だしの七福醸造 (愛知県碧南市)

2番目に訪れたのは七福醸造の碧南工場「ありがとうの里」。七福醸造は日本で唯一の有機JAS認定を受けた「有機白醤油」(白醤油は三河発祥の醤油で、濃口醤油に比べて原料の大豆の割合が少なく、小麦の割合が多いため色が薄いのが特徴。素材の色を活かす料理に使われる)の醸造元であり、1978年に料亭の依頼で白醤油とだしを合わせた「白だし」を日本で初めて製造した。「ありがとうの里」では、年末年始を除く毎日工場見学を受け付けており、社員の案内で白醤油と白だしの製造工程を見学できる。この日は工場見学だけでなく、白だしで調理した料理が並ぶランチを試食し、白だし発祥の経緯などの話を社長から直接聞かせてもらうという貴重な機会を得ることができた。参加者は工場見学で、社員の方々の工場や自社製品への愛情に触れ、それまであまりなじみのなかった白醤油、白だしの味や、実際に料理に使うメリットを直接体験することにより、製品や会社に親しみを感じ、ここの製品を使ってみたいという意欲が高まったようだ。

純国産原料の菜種油を製造する、 ほうろく屋(愛知県西尾市)

3番目の訪問場所はほうろく屋。若い頃は“やんちゃ”だったという代表の杉崎学さんは、身近な子どものいじめによる自殺をきっかけに、若者の受け皿となる居場所をつくりたいとさまざまな活動を行う中で、手焙煎、圧搾という昔ながらの製法を守る80代の工場主が営む小さな製油所と出会い、菜種油の魅力



「ありがとうの里」で白だしを使ったランチを試食



ほうろく屋の杉崎学さんが菜種を焙煎するほうろくについて説明。黄色いTシャツは菜の花をデザイン

に取りつかれた。“でっち奉公”の末、機械を譲り受けて製油所を承継することになった杉崎さんは、原料の菜種を取る菜の花の栽培を広げるプロジェクトも手がけ、純国産原料と伝統製法による菜種油の復活に挑んでいる。7人の見学者が入るといっばいになってしまう工房で、ほうろくによる菜種の薪火焙煎と圧搾の過程を見学し、昔ながらの圧搾法と大規模な製油工場で用いられる溶剤法の違い、静置、自然濾過による不純物除去と薬品や遠心分離機による工業的な精製法の違いについて話を聞き、みりんと同じく食用油の作り方も意外とシンプルであること、そして、作り手の手間がかかっていることを知る。杉崎さんから「ほうろく菜種油」を飲ませてもらうたり、手で触ったりして、普段目にするサラダ油等とは全く異なる黄金色や菜種特有の香り、触感を確かめた後、奥さん手作りの丸干し鰯(碧南産の天

日干し)のアヒージョをごちそうになり、「おいしい!」という歓声上がる。

木おけと石積みで長期熟成させた、 まるや八丁味噌(愛知県岡崎市)

ツアーの最後はまるや八丁味噌の味噌蔵に案内され、浅井社長が前日に仕込んだ八丁味噌を使ったメニュー(味噌入りシチュー、大根の味噌煮、味噌ソースを使ったピザ等)の仕上げと一緒にし、夕暮れの中、ランプの光が灯る中庭のテーブルを囲んで、料理を頂き、ワインを飲みながら、浅井社長と懇談をする。中庭の周囲は、仕込んだ味噌の上に円錐形に石積みをした巨大な木おけ(この状態で2年間熟成させるのだそう)が並ぶ味噌蔵が囲み、外部とは異なる空気が漂っている。参加者はまるで発酵の神様(か、浮遊する微生物か)に見守られながら食事をしているような気分させられる。味噌蔵の景色と空気、そして味噌の味わいによって、自分たちが普段買っている量産品の味噌とは異なる素材と時間と職人の技によって造られていること、しかし、その時間と技は決してブラックボックスではなく、発酵という自然の営みを活かして成り立っていることがしみじみと感じられる時間を過ごし、参加者の満足度も非常に高いツアーとなった。



まるや八丁味噌の味噌蔵に囲まれた中庭に食卓をセッティング

たけのうち さちこ●(株)シナリオワーク代表取締役。女性消費者を中心とする消費者研究、マーケティング戦略立案を多数手がける。2015年4月、自宅を改装し、シェアハウス&シェアキッチン『okatteにしおぎ』をオープン。18年3月、立教大学大学院21世紀社会デザイン研究科博士前期課程修了。

●作り手とつながることでアンバサダーとなる

ツアーで知る本物の調味料

今回のツアーの参加者は、見学した企業の調味料についてはほとんど知らなかったという人ばかりである。伝統的な製法のため、量産することは難しく、顧客は食に関する意識の高い層や高級飲食店が中心だという。しかし、参加者は、それぞれの企業で調味料を作る過程を見学し、作り手の話を聞き、作られた調味料を実際に味わってみることで、作り手の姿勢に共感し、その企業と商品の魅力にはまった人が多い。参加者全員が各企業で商品を購入し、自宅で使っている。また、ツアーの写真やそこで買った調味料を使った料理をSNSに投稿したり、ブログで感想を発信した参加者もいる。

ツアー参加者の熱い感想

参加者の感想を幾つか紹介する。「とにかくすごかったです。熱くて愛情深くて誇り高い、三河の皆さまに本当に心を揺さぶられた一日でした。本物って、こういうことなんだなあ、と思いました」



まるや八丁味噌の味噌蔵。巨大な木おけと円錐形の石積みで圧倒される

「伝統的な調味料を作りながらも、伝統を守るために作っているのではない、いいもの、おいしいものを作りたいという一心で取り組まれている皆さんのお話を伺っているうちに、こんなにたくさんの愛に溢れている作り手さんたちは、本物としてこれから先もたくさんの人たちに愛され続けるに違いないと確信した」

「商売は儲けではなくて、いかに皆さまに喜んでいただけるか、の原点を見た気がします。そして、初心のまま、何十年も継続されているみなさまの驚異!!! 気づいたらブランドが出来上がっている。とても理想的なことだと思いました」

「発酵ツアー、ほんとに刺激いっぱい。それぞれの職人さんの情熱と、社風と発酵の魅力に感動でした。発酵と自然の力に魅せられ、夜の蔵に囲まれての晩餐会も幸せでした。お買い物した調味料で何を作ろうか、ワクワクします!」

直接体験によるファンづくり

作り手と会話を交わし、作るプロセスの全てを見ることで、作っているものにかかる想いやこだわり、工夫を知識として知るだけでなく、五感で体験し、まるごと共有する。そのような直接体験の機会を持つことは、メディアで商品について知り、店頭でパッケージ化された商品を買うこととは全く異なる。特に食品の場合、作り手の真情や物語がそのまま価値として消費者に伝わることになり、消費者はそれに対してきちんと対価を



ほうろく屋のファンコミュニティをつなぐFacebookグループ「ほうろく生活 共同購入グループ」



七福酒造の「ありがとうございますの里」の見学案内ページ
http://www.7fukuj.co.jp/arigato_sato/index.php

払おうという気持ちになる。時間と手間のかかることだが、自分の作るものに自信と誇りをもって人に提供できる作り手にとって、消費者とつながるための非常に有効な方法である。

このような形で企業のファンになった顧客は自然とロイヤリティが高まり、率先して周りにその価値を伝えるアンバサダーとなる。ツアーで訪問した各企業は見学以外にも料理教室やイベント等さまざまな機会でも消費者と直接向き合っている。ほうろく屋ではFacebookの非公開グループ「ほうろく生活」を立ち上げることで、作り手とファンがより親密に交流できる場ができています。今後、こうした形で地元以外の消費者と直接強い絆を結ぶことで、地理的制約を超えて顧客とつながる地場産業の企業が増えると考えられる。