

光るモノづくり 中小食品メーカーの挑戦

江戸甘味噌の伝統を守る 国内唯一のメーカー

日本味噌株



1階が出荷口、2階が熟成蔵と加工場、ため、2階の蔵は地下に位置する
3階が仕込み場、4階がサイロ。山の斜面を利用して建てられた

米の使用量は3倍
塩分は半分程度

どじょう汁や鯉こく……。江戸時代に創業した老舗の名物料理に欠かせないのが江戸甘味噌。三河の八丁味噌といい京都の白味噌の上品さを兼ね備えた高級味噌として、江戸中期に開発された。光沢のある茶褐色で、トロリとした独特の甘みが特長だ。

なぜ江戸甘味噌が江戸の味噌を代表することになったのか。実はその造り方に起因している。一般的な信州系白味噌に比べ、約3倍の米を使用するが、塩分は5～6%とおよそ半分程度。従つて熟成期間が10日間程度と短い一方、変質が早く夏場は持たない。おのずと醸造は江戸市中の生産者に独占され、江戸甘味噌の名を定着させることになった。

トロリとした甘みが特長で、かつて粹な江戸っ子たちに愛された江戸甘味噌。その伝統を今に伝える唯一のメーカーが、神奈川県横浜市の日本味噌株だ。最近では、地産地消をテーマにした「神奈川県産味噌 津久井」、雑穀ブームに対応した「十二種雑穀味噌」など個性的な商品を相次いで開発する一方、手づくり味噌教室も開催、大きな話題を呼んでいる。



田中清孝代表取締役社長



江戸甘味噌には中国産有機大豆を使用する。4階のサイロで水に漬けた後、3日間蒸した大豆

豆の仕込み方法が大きく異なる。通常「蒸す」か「煮る」かの2つの方法がある意味『担保』で、会社の信頼を高める上でも大きな役割を果たしています。新商品の場合、その安全を立証するのには大変ですし、賞味期限を決めるに当たつても科学的な根拠が求められます。だからこそ、江戸甘味噌を基本にしながら、バリエーションを広げる道を選択してきたし、これからもそうあるべきだと考えています」

「戦後、味噌メーカー自体が次々に姿を消していく中で、醸造に手間が掛かる上、需要も限られている江戸甘味噌を作り続けるところはほかにありませんでした」

日本味噌株の6代目、田中清孝代表取締役社長（49歳）はこう話し、江戸甘味噌造りの大変さについて解説してくれた。

江戸甘味噌は、一般の味噌と比べ大豆の仕込み方法が大きく異なる。通常「蒸す」か「煮る」かの2つの方法があ

る上でも大きな役割を果たしています。新商品の場合、その安全を立証するのには大変ですし、賞味期限を決めるに当たつても科学的な根拠が求められます。だからこそ、江戸甘味噌を基本にしながら、バリエーションを広げる道を選択してきたし、これからもそうあるべきだと考えています」

江戸甘味噌は04年3月、東京都地域

盛期には、東京の需要の60%を占める商品へと成長した。ところが、第二次世界大戦期の戦時統制により、多量の米を使っていた品として醸造が一時禁止される。その後、1952年に解禁となつたものの、食生活の変化に伴い衰退の一途をたどつていて。

3日間かけて 大豆を無圧蒸し

り、江戸甘味噌の場合は「蒸す」。味噌が赤茶色になるのは、大豆に含まれる糖分によるものだが、この糖分は水溶性のため「煮る」ことができないからだ。しかも、高圧蒸気で短時間加熱するのではなく、3日間かけて無圧蒸しにする「留め釜」という手法を用いる。これによって、江戸甘味噌の独特な色と風味が出るという。

「大豆には芽胞菌という耐熱性菌があります。従つて120～130度C以上に加熱しなければならないのですが、昔は100度Cまでしか上げられませんでした。そこで、いつたん100度Cで熱してから冷まし、芽胞菌の芽が出てきたところを再び加熱殺菌するという工程を3度繰り返すようになつたのです」

江戸甘味噌は現在、月1～2回製造している。国内で唯一の醸造元として、老舗料亭をはじめとする外食産業や食品メーカーなどに供給している。

「歴史と伝統を持つ江戸甘味噌は、あらゆる意味『担保』で、会社の信頼を高める上でも大きな役割を果たしています。新商品の場合、その安全を立証するのには大変ですし、賞味期限を決めるに当たつても科学的な根拠が求められます。だからこそ、江戸甘味噌を基本にしながら、バリエーションを広げる道を選択してきたし、これからもそうあるべきだと考えています」

特產品認証食品の指定を受けた。東京都味噌工業協同組合でも積極的なPR活動を展開するなど、その認知度は高まりつつある。

人気の手づくり味噌教室 年間700人が参加

都味噌工業協同組合でも積極的なPR活動を展開するなど、その認知度は高まりつつある。

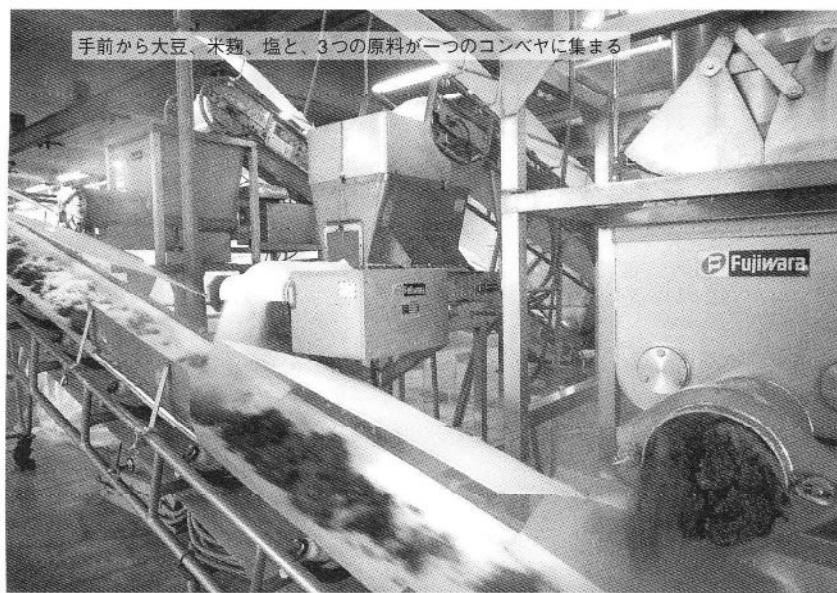
手づくり味噌教室は、春と秋の2回開催し、年間700人が参加するほど盛況ぶり。昨年までで、参加者数は延べ4000人に上った。

「おかげさまでリピーターが7割を占めています。当初は1回につき4・5kgを造るコースのみでしたが、この分量では足りないということで、8kgコースも新たに設け、今では全体の3分の1の方がこちらのコースに参加しています」

やがて参加者が年々拡大する中で、「自宅でも同じような味噌ができるのか」という声も聞かれるようになり、昨秋には手づくり味噌キットも開発、遠方からの申し込みも増えて

いる。蒸した大豆を粒のままパックしているのが、他社製のキットと異なる点だ。約4・5kgの味噌（完成品）で、価格は3400円（税込・送料別）。

そして、新しい味噌の開発にも着手。その一つが、04年に売り出した「神奈川県産味噌津久井」だ。「神奈川県産の大豆と米を100%原料にした地産地消の味噌を造りたい」



という思いから手掛けたもので、約2年かけて「津久井在来」という県産大豆を探し当てた。

この「津久井在来」は、全農主催の味噌原料の適正試験「味噌の科学と技術」(81年1月号掲載)でも、「糖質、タンパク質とともに多く、熟成後の味噌の色調と組成も良い」と、総合評価で最も高い評価を得たが、神奈川県の農業の変遷とともに生産量が減少し、「幻の大豆」といわれていた。

現在は津久井や平塚、藤沢などわずかに年10t程度栽培されているのみ。そんな中、

田中社長の熱意が実り、JA湘南の真田大豆転作組合と栽培委託契約を結ぶことができた。「農家の高齢化問題など懸念材料はあるものの、大豆の生産量は年々増えてきている」そうだ。

十一種雜穀味噌が 「通販生活」で人気

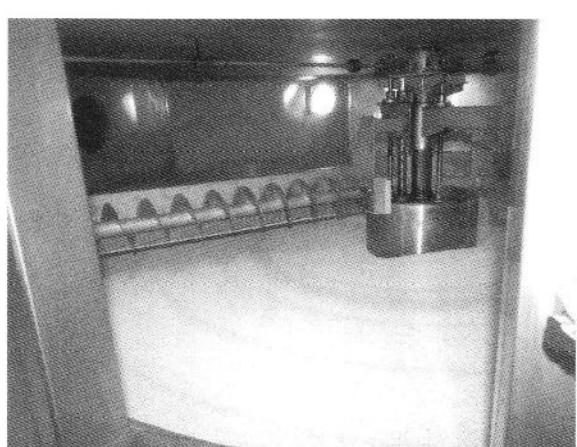
また、昨年発売したばかりの商品が「12種雜穀味噌」だ。カタログハウスとのタイアップ企画で誕生した。きっかけは、06年4月に出展したスローフードフェア2006。同社のブースを訪れたカタログハウスの担当者にて、雑穀を使った味噌の開発を依頼された。

「正直言つて最初は、長い歳月をかけた。多くの原料から米・麦・豆に集約され、配合や麹造り、豆の炊き具合、熟成方法などを試行錯誤しながら一つ一つ決めていった。

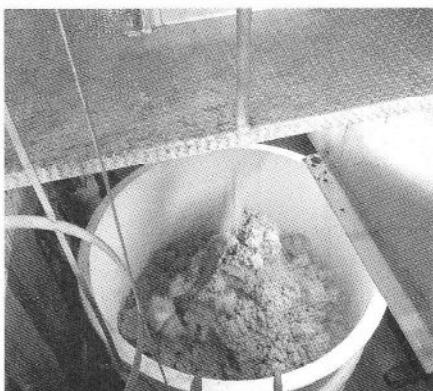
田中社長の熱意が実り、JA湘南の真田大豆転作組合と栽培委託契約を結ぶことができた。「農家の高齢化問題など懸念材料はあるものの、大豆の生産量は年々増えてきている」そうだ。

ただ、実際に商品化するまでには1年半かかった。まずは雑穀選び。「南米原産のアマランサスなどもありますが、日本人的に合うかどうか分からなかった」。め、日本で古来から栽培されてきたものに限定。白米、赤米、黒米、もち米、大豆、黒大豆、小豆、大麦、ハトムギ、アワ、キビ、ヒエの12種類を選択した。

1級の資格を持つ社員を中心に、原料



No.11 日本味噌(株)



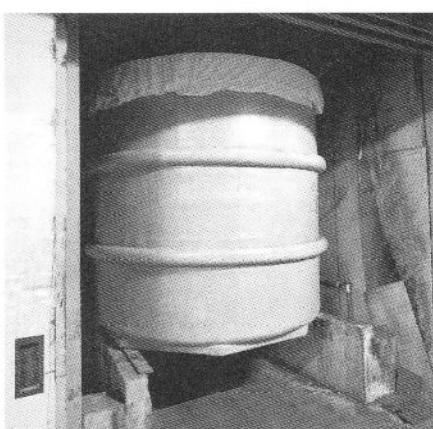
ミキサーで攪拌した後、階下のたるに投入



最終的に味噌の堅さを手の感触で確認し、種水の水分量を調整する



混合機には最も強力なマグネットが取り付けられている



蒸気で35℃くらいに暖めた部屋に移し、2週間寝かせる



- 1 動物性タンパク質によく合う江戸甘味噌。肉や魚の臭みを抑える
- 2 地産地消を実現した「神奈川県産味噌 津久井」
- 3 国産原料を使用し、無添加・天然醸造で製造した「十二種雑穀味噌」



「醤油と違つて味噌にはJAS規格がない。そのため各々のメーカーが個性を出しやすいともいえる」と田中社長。「わが社にこの味噌があり」といったオリジナリティーがあふれた味噌が各地に登場することが、業界全体の底上げを図るヒントになるのかもしれない。

当初心配されたえぐみや渋みもなく、さっぱり度も実験を重ねました」

たえぐみや渋みもなく、さっぱり度も実験を重ねました」

同社の強みには、その立地条件の良さもある。手づくり味噌教室の開催も、まさにそれを生かした試みだった。東京から至近距離にあることは、食品メーカー・惣菜メーカー、

同社の強みには、その立地条件の良さもある。手づくり味噌教室の開催も、まさにそれを生かした試みだった。東京から至近距離にあることは、食品メーカー・惣菜メーカー、

「最も苦労したのが豆の焼き方。例えば大豆と小豆では大きさが違います。どうしたら均等に熱が伝わり、軟らかくなるか、

りとした口当たりで甘みのある味噌が完成。「通販生活」2007秋冬号で紹介され、注文が殺到した。

「リピーターも多く、今も引き続き注文が続いています」と田中社長は顔をほころばす。現在は一般家庭用向けだけでなく、業務用にも販売している。

取引先が直接訪問立地条件の良さも利点

立地条件の良さも利点

「『うちは大丈夫』『一生懸命やっています』では話になりません。文書・記録管理はもちろん、しっかりとトレーニングも不可欠です」

同社の味噌生産量は20000t~30000t。うち業務用が8割を占める。

「今後は、自社ブランドの確立を目指したい。ただし大手メーカーと同じ物を同じように造っていては価格競争に負けます。他社では造れないものを造つていいくしか道はありません」と熱く語る田中社長。江戸甘味噌「津久井」、「十二種雑穀味噌」を3本柱として育てながら、取引先からの小ロット多品種の要望にきめ細かく応えていくつもりだ。

その結果、1964年竣工の古い工場ながら、早くからHACCP手法やISOの考え方を取り入れ、品質・衛生管理制度を整えてきた。さらに05年には工場の完全密閉化のためのリニューアル工事も完了した。

外食産業などの取引先が直接同社を訪れる機会も多いということ。