

## アカモク・クラスター

～株式会社ハチバン、株式会社 J F A（石川県漁業協同組合）の取り組み～

### 1 株式会社ハチバンの概要

石川県能美市に工場を置く株式会社ハチバンは昭和42年に加賀市国道8号線沿いに「8番らーめん」1号店としてスタートした。当時は田んぼの真ん中に掘って小屋同然の粗末な店構えのラーメン店であったが、創業者の後藤長司氏（故人）の考えた炒めた野菜をたっぷりのせたラーメンは評判もよく、当時は行列ができるほどであったそうだ。

その後、フランチャイズシステムを導入し、自社工場の建設に合わせて国内で140店舗以上に成長した。また、平成4年にタイの首都バンコクに海外第1号店を出展し、中国、香港に出展するに至り、現在は居酒屋など業態の異なる多店舗展開を進めている。

#### 1.1. 脱ラーメンへの試み

北陸地区は麺を好んで食する地域で、蕎麦やうどんの店が多い。(株)ハチバンはそのような地域需要をとらえて北陸地区を拠点に着実に店舗展開を進めてきた。しかし、近年、北陸地区は全国的にも有名なラーメン激戦区となり、金沢市内だけでも全国展開を図る大手ラーメンチェーン店がひしめいている。そのような中で、(株)ハチバンは家族で食事をする店を目指し、野菜ラーメンを地元に着着させることに成功した。

近年、何度も足を運ぶ人たちの気持ちを言い表した「なんでやろう、ハチバン」のキャッチコピーがはまり、更に来客数を増やした。しかし、「8番らーめん」が地元に着着し、ラーメンの味が固定化してくると、新規参入してきた新しいラーメンに興味を示す客や、業態の異なる飲食店に客が流れるようになり、このままの業態ではいずれ衰退するという危機感がでてきた。

ラーメンの開発だけに固執するのではなく、まったく新しいメニュー開発をしなければならないとの思いから、平成18年に地元の食材（中島菜）を利用した菜飯を開発した。

さらに、能登で採れるアカモクを麺に練り込んだ麺の開発にも積極的に関わってきた。

#### 1.2. 中島菜めし、アカモク麺の開発

(株)ハチバンの商品開発におけるキーワードは「地産地消」、「健康」、それに「おいしさ」で、それを追求した商品作りを目指した。どんなにいいものであってもおいしくなければお客さんに支持してもらえないことはわ

かっていたので、中島菜やアカモクがもっともおいしい収穫時期や加工方法を追求していた。

中島菜の場合、開発担当者がとりわけこだわったのは色である。中島菜の鮮やかな緑色を再現するための加工方法が最初はわからず、何度も試作し失敗を重ねた。結局、中島町の農家が昔からやってきた「手もみ」を再現することによって、色だけでなく、独特の「辛味」も強くすることがわかり、面倒でも全てを手もみ処理するようにした。これにより、顧客に受け入れられる菜めしが出来上がった。

一方、アカモク麺の開発には株式会社 J F A との係わりが深い。



写真1 菜飯

#### 1.3. 販売戦略

実際に、菜めしを(株)ハチバンのチェーン店のメニューに載せたが、お客の中島菜の菜めしに対する評判はよく、初年度(H18)から5tの原料を購入処理した。しかし、中島菜がおいしいのは、収穫時期が2月以降の雪をかぶったものであり、秋に収穫される中島菜は味の点で劣るため使用できなかった。

つぎに考えたのが、石川県の戦略作物である源助大根の菜めしであった。大根の菜部を使用し菜めしを作ってみた。しかし、大根の収穫時期は同じであっても、生産地により味が全く異なることがわかってきた。水はけの良い砂丘地で採れたものよりも、若干粘土質の土地で採れたものの方が菜めしには適していることもわかってきた。

このように食材一つ使用するにしても、もっともおい

しく調理するために野菜の生育条件なども十分検討しながら開発を進めている点が、顧客に支持される理由かもしれない。

## 2 地元の食材を発掘

石川県には地元でしか利用されていないような水産物関係の食材が多いが、その一つにホンダワラ属の海藻である「アカモク」がある。

アカモクは能登地方や東北地方の日本海側で取れるが、地元では味噌汁などに入れて食べられているだけである。(株)ハチバンではこれを、練り込んだ新しい食感の麺の開発に取り組んだ。

(株)ハチバンの強みは、商品開発したものを自社店舗にて販売することができることである。日本国内に140店舗以上の販売網を持つため、ある程度の売上げ規模が計算でき、それに合わせて生産計画も立てられる。さらに、生産者との間で直接契約を結び、確実な原料確保と商品供給ができる体制が出来上がっている。

このシステムを使って、地元水産物を使った商品開発の水平展開も可能である。例えば、「コゾクラ」と呼ばれるブリの子どもは未利用魚種であるが、店舗におけるメニューとして商品開発が進めば、漁師からの買い付け計画も容易にできるといった具合である。このように地元によくある食材を利用して商品開発を進めたいと、開発部長の吉村氏は開発にかかる意気込みを話していた(写真2)。



写真2 開発担当者の吉村部長と一松さん

### 2.1. アカモク・クラスター

アカモク麺は確かにおいしいのだが、これを麺に利用するためには次のような課題がある。

- ① 原料の安定確保
- ② 原料の乾燥・形状（粉末化など）
- ③ コストパフォーマンス

地元で食品素材を発掘し、加工食品の原料等に利用する場合の加工適性を見つけ、安定製造を確保しなければなら

ない。しかし、海藻を養殖したり、収穫後に乾燥するとなると、自社の持つ製麺加工技術だけでは当然対応しきれない。したがって、クラスターを形成して不得意分野の技術開発は他の組織に委託するしかない。

(株)ハチバンが取り組むアカモク麺の開発を進めるアカモク・クラスターは表1のメンバーで組織されている。

表1 アカモク・クラスターのメンバー

組織	役割
(株)ハチバン	メニュー開発
(株)JFA（石川県漁連）	原料調達
石川県水産総合センター 乾燥企業	養殖技術開発・粉末化乾燥など 乾燥・粉碎技術開発

アカモクを麺に練り込むと「コシ」が強くなり、なめらかで、咽越しが非常に良くなる。新潟県に海藻の「ふのり」を練り込んだ「片木そば」があるが、それに匹敵するおいしさになることを確認している。実際に試食させてもらったが説明の通りとてもおいしく、地元の特産品に大きく成長する可能性を感じた。

製造には麺に練り込むための原料適性があり、現段階では生をそのまま使用すると製麺できない。しかし、アカモクを乾燥粉末化し小麦粉と混ぜた後加水するとまとまりやすくなる。また、乾燥アカモクの吸水力は強く、乾燥アカモクの粒子の大きさが適切でないと麺にまとまらなかった。調整し、製麺に適したものを見つけ出したことがよかった。



写真3 アカモク麺(写真は(株)ハチバンの試作とは別)

## 3 株式会社JFAとの係わり

株式会社JFAは石川県漁業協同組合の100%子会社で石川県内の水産物の販売を主な業務としている。また、新しい食品を開発し、県の特産物として販売することも一部行っている。

能登でとれるアカモクについては早くから注目し、何とか利用できないか、最初に（株）ハチバンに提案したのも（株）JFAであった。また、石川県水産総合センターへも足を運び、アカモクの用途開発の相談や養殖技術の状況確認なども積極的に行っている。（株）JFAの弘崎氏はこのアカモクの推進者であり、（株）ハチバンでの麺の開発以外にも、パンやうどんなどの試作も積極的に行ってきた。

#### 4 今後の課題

このように、麺へのアカモク利用の可能性が見えてきたが、問題は原料確保が難しいことであった。アカモクは魚場育成の重要な資源となっているため、冬場の一時期は禁猟となる。しかし、アカモクを麺に練り込んだ時にでる粘りや味は、ちょうど禁猟期の時期に取れるアカモクであることから、その時期に荒波にもまれて漂流しているものを波打ち際で拾い集めるしかないのが現状である。したがって、高齢化が進む生産者にとっても養殖技術がはやく開発され、容易に回収できるような仕組みが望まれている。

（文：有限会社食品環境研究センター 新蔵 登喜男）

\*社団法人食品需給研究センター 客員研究員

