

菓子クラスター(業態転換への取組み)

～株式会社オハラ取組み～

1 株式会社オハラの概要

石川県河北郡に本社工場を置く株式会社オハラは昭和34年に「コンニャク」製造業としてスタートした。その後、平成5年に菓子（くずきり）製造・販売を手がけ出してから、次々と菓子関連の新商品を開発し、コンニャク製造からの業態転換を図る戦略をとってきた。

(株)オハラの業態転換の手法は、自社のコンニャク製造技術をベースに新たな技術導入を行いながら菓子製造業へ少しずつ移行させるといったものであった。そのために、大学や異業種と連携し技術的な面でサポートを得て、石川県（ISICO）から資金的な支援を受けながら確実に自社の菓子製造技術を高めていった。



株式会社オハラ本社外観



対応してくれた松下さん(左)と横江さん

1.1. 脱コンニャク（萌芽期）への取組み

「コンニャク」は冬の鍋物や惣菜の食材の一部として利用されているが、製造量は冬の一時期に偏っていた。また、中国産の安いコンニャク製品がおでん種として輸入されるようになってくると経営的には厳しさを増し、このまま国内でコンニャクを製造するには将来的な見通しが立たないといった不安が積みまとった。

1.2. 商品開発への取組み

このようなことから比較的暇な夏場に作れるような商品ができないものかと日頃から考えていた。小原社長は異業種交流の中で「くずきり」なら夏場の商品として自社でも作れるのではと考えるようになり、開発に取組んだ。コンニャクの製造ラインで菓子を作るという発想は異業種と交流があったから生まれたのかもしれない。くずきり製造の基本技術はゲル化であり、コンニャクがマンナンを原料としているのに対し、くずきりはくず澱粉を主成分としていることで技術的には近いものがあった。



写真3 初めて開発したくずきり

しかし、実際にやってみるとマンナンのゲル化にはアルカリ性（pH11以上）であり、くずきりは酸味料による味付けなどのためにpHは7をきることになる。同じラインでpHをコントロールするための工夫が必要であった。菓子製造のための知識とともに衛生面も含めた管理を向上させていった。もともと、コンニャクがpH11以上であれば常温保存でも腐敗することはなく衛生管理についての専門知識を必要とすることは少なかった。このため、(株)オハラでは微生物の専門家が育っておらず、

微生物コントロールの失敗で製品クリームを出すこともあった。そこで、日持ちのしない菓子の保存技術について大学のなどに依頼し、衛生的な面での技術支援を受けたりした。

2 4smile（4つの笑顔プロジェクト）戦略

（株）オハラは脱コンニャク化を目指す中で経営方針を見直し、自社は何業であるかを問い直したそうである。その結果、自社を「農産物加工活性化業」と位置付け、生産者（農家）が作る野菜や卵といった食材を生かすため、農家とともに土作りから始めるといった方針を打ち出した。

4smile とは「4つの笑顔プロジェクト」といっている、生産者、加工業者、販売者、お客様の4者がともに喜び合えるような商品開発を目指して立ち上げたプロジェクトだ。

製造技術だけでなく、ものづくりの考え方で見直すことで、コンニャク製造業からの転換を図った。そして、現在までに4smileの取組みでつくられたものは「プリン」「スイートポテト」「パン」などがある。



4smile で生まれた菓子(スイートポテト)

2.1. クラスタ

（株）オハラとクラスターを構築している機関を表1に示した。

表1 株式会社オハラとのクラスター構築機関

機関名	役割
（株）オハラ	商品開発
石川県立大学	機能性評価、微生物制御技術支援
ISICO	経営支援(ニッチトップ等)
生産者	素材価値(土作り、トレーサビリティ)構築
流通 (CVS)	商品コンセプト開発

それぞれ、こだわりの原料素材は顔の見える生産者から仕入れ、生産者と価値観の共有化をはかっている。生産者には（有）すえひろ（能登大納言生産者）、（有）かわに（金沢五郎島金時生産者）、（有）ばんば（加賀水稲生産者）らあり、彼らと（株）オハラは土作りの段階から議論をしながら進めているようである。このような交流を通じて信頼関係を構築し、安心できる食材の提供ができるのかもしれない。

また、菓子類だけではなく、コンニャク成分のマンナンから機能性成分を見つけ出す研究も進めている。もともとマンナンは難消化性の高分子多糖類であるが、カロリーがゼロということと便通改善効果を期待した商品が多い。しかし、マンナンを低分子化しその成分に機能性がないかの研究を始めたところは少ないようである。

低分子化技術については石川県立大学の協力を得ながら、また、商品化についても ISICO の専門化支援制度を利用して開発が継続されてきた。

機能性の確認についてはさらに動物実験など科学的なデータ蓄積が必要であるが、マンナンを低分子化することで原料として使える食品が広がり、新たな商品開発が可能となってきた。

2.2. MOTTO プロジェクト

石川県の農産物を使った商品開発を積極的に行い、地元の消費者に購入してもらえるように、流通と販売戦略を立てているものに MOTTO プロジェクトがある。

MOTTO とは「もったいない」「地元」「もっと」の言葉からとったもので、地産地消の考え方をコンビニで販売する商品にも取り入れようとするものである。

たとえば、石川県産こしひかりや能登大納言あずきを使ったあんパンや、五郎島金時芋を使ったスイートポテトやプリンがある。

商品開発はメーカー単独ではなく、マーケットを良く知る流通と組むことで、商品開発のノウハウを習得できたという。

3 新たな市場（マーケット）開拓

石川県にはニッチトップ制度があり、市場の隙間（ニッチ）の分野でトップとなる可能性のある企業については支援体制が厚い。（株）オハラは平成19年度のニッチトップ企業に認定され、マンナンの低分子化と応用製品の開発で将来性を期待された。脱コンニャクを進めるということは従来のコンニャク製造技術を捨てることではなく、製造技術やノウハウを活用し、新たな道を模索することである。このことから考えると小原社長の進めている脱コンニャクの取組みは着実に実施されているように見受けられる。

4 メーカーとしての課題

（株）オハラは県内の大学研究機関や生産者とうまく

連携（クラスター化）し、激しく変わりつつある食品業界にうまく適応してきたように思われる。外部の組織との連携をいくつも持ち、その都度、必要性に応じてクラスターを組み合わせたりしてきた。

また、自社内の製造技術や衛生管理技術といった基盤整備を継続的に実施してきた。具体的には開発商品のライン化と従業員教育を指すが、本当に競争力のある商品は品質を支える従業員の意識とスキル、さらに確立された製造ラインの徹底したムダの排除による取組みができて成り立つことが取材を通じて伺えた。

そして、開発された商品を今後どのように拡販していくかが新たな課題として見えてきた。ものは作ったが、売れなかったでは継続的な経営は難しい。

今後もこれらの課題の克服に向けて取組まなければならないと、小原社長はさらに危機感を強めている。

（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

