

栃木県食料産業クラスター協議会の推進概況

～栃木県食品産業協会、笠原産業株式会社の取組み～

1 栃木県食料産業クラスター協議会の概要

2006年2月10日に設立された、栃木県食料産業クラスター協議会（以下、協議会）を中心とした栃木県の取組み概況を伺うため、2008年2月18日（月）に協議会の事務局がおかれている（社）栃木県食品産業協会を訪問し、常務理事の大島 功氏にお話を伺った。

1.1. 協議会の設立経緯

栃木県は農業産出額が全国で10位と高く、漬物、米菓、酒造など食品製造業も盛んだ。また首都圏に近いという地理的優位性を活かして、（社）栃木県食品産業協会が中心となり、食料産業クラスター推進事業以前から、産学官連携による商品開発を推進してきた。

しかし1次産業（農業生産の場）と2次産業（加工食品の場）との連携が十分ではないと考え、食料産業クラスターの形成を通じた新たな商品開発や市場開拓等の取組みの場として、平成17年度に食料産業クラスター協議会設立等総合検討委員会（以下、検討委員会）を発足させた。大学・研究機関、農業関係者、食品企業、市場関係者、行政関係者が委員として参加した。

検討委員会は3回開催され、食料産業クラスターの形成を推進するための意見交換や食品産業や農業の連携構築が行われている事例の現地視察などが行われた。そして、第3回委員会において、事務局より検討委員会から協議会への移行を提案・承認され、協議会の設立に至った。

1.2. 協議会における取組みについて

検討委員会から引き続いて協議会の事務局は、（社）栃木県食品産業協会が担当しており、食品産業支援に関する情報の収集や発信、クラスター形成や新商品開発の支援、コーディネーターによる事業支援、人材育成として講習会や研修会の開催などを行っている。

協議会の下には、産学官連携によるクラスターを形成した事業者による新商品開発プロジェクトの他に、いちごともち米に関する「クラスター専門部会」が設置されている。クラスター専門部会では、将来に向けた商品開発のための研究が行われており、いちごに関する専門部会では、夏も収穫できる四季なりの品種開発が行われている。

また、人材育成に関する事業では、食品安全管理や技術向上等の研修会の開催などを支援している。協議会と

して講習会を年に1回開催し、あとは食品関連事業者の研修会開催希望を募って、その開催を支援している。事業者のニーズに適した人材育成の機会を提供している点特徴的である。

また、クラスター形成にはコーディネーターの活動が重要である。協議会には現在4名のコーディネーターがおり、（社）栃木県食品産業協会 常務理事 大島 功氏もその一人として活躍されている。



栃木県食料産業クラスター協議会 事務局
（社）栃木県食品産業協会 常務理事の大島 功氏

大島氏は「コーディネーターは、農業や食品産業の現場について熟知している人でなければ、なかなか務まらないだろう」と話されており、栃木県では、県内の食材と県内で培われた食品製造技術を利用した取組みも多い。

現在、（社）栃木県食品産業協会の会員は、団体会員13、企業会員55、賛助会員7の計75会員だが、さらに団体会員の構成員を加えると約800社となる。「一事業者の取組みでは限界があるので、会員になってもらった事業者には、（社）栃木県食品産業協会のwebサイト上で商品紹介や県内外のフェア出展などバックアップをしている」という。今後も、協議会を中心とした活動が期待される。

2 笠原産業株式会社の取組み

栃木県内の先進的な取組みとして、栃木県産小麦にこだわった商品開発を行っている笠原産業株式会社（以下、笠原産業）を訪問し、代表取締役社長の笠原健一氏にお話を伺った。



足利市にある笠原産業株式会社 外観

2.1. 取組みの原点

笠原産業は足利市内で、小麦粉、ふすまの製造販売などの製粉業を営んでいる。製粉業者は、小麦が港で受け渡しされるため、沿岸に工場を構えていることが多いそう。ところが、内陸の栃木に工場を持つ笠原産業は、港で受け取った小麦を輸送しなければならない。そのため、陸送分のコストがどうしてもかかってしまう。また、小麦粉は原料の性質に依存する部分が大きく、小麦粉製品に付加価値をつけ差別化を行うなど、販売先への訴求が難しい食品だという。

そのような状況の中で、企業として存立基盤を確立するためには、いくつかの企業がグループとなり、それぞれの得意分野を持ち寄って、全体として何かを作り出すという考え方を重視していこう動きがでてきた。

2.2. 「麦わらぼうしの会」設立の経緯

栃木県では以前から、二条大麦を中心に小麦、はだか麦、六条大麦の栽培が行われてきた。現在は海外からの輸入におされ、麦類の生産量は減少傾向にあるが、2006年産の作付面積および収穫量は、いずれも全国第4位であった。しかし、小麦については生産農地が散在しているため、集荷の手間とコストがかかること、ロットがあまり大きくないことなどが原因で、県産小麦の価格やブランド力が低下傾向にあった。

そのような中でも、笠原産業は国内で調達する小麦については栃木県産にこだわっており、他の地域の小麦は使用していなかった。県産小麦をなんとかしたいという強い思いをもっており、2000年頃から農林61号という栃木県産小麦のPRを始めた。2年間近く、試行錯誤の連続だったそうだ。その後、あるイベントで県内の小麦生産者と製菓業者の方と話す機会があり、それぞれに栃木県産小麦をPRしたいという思いがあることが分かった。「今までは加工業者に県産小麦のPRを続けてきたが、そうではなく加工業者と一緒に商品開発を行って、小売業者や消費者へPRしていかなければいけない」ということに気がついたという。

その思いが形になり、栃木県内の小麦生産者、JA、製

パン・製麺・製菓等の加工業者、スーパー等の流通者、そしてサポーターとなってくれる消費者が一緒になり、栃木県産小麦の普及と消費拡大を目指す「麦わらぼうしの会」が2002年に結成された。笠原産業がその事務局を担当している。麦わらぼうしの会では、まず加工業者に栃木県産の小麦粉を使用したパン、うどん、水餃子など作ってもらい、会員で試食した。試食会は食べた人の反応を直に掴むことができるので、意義のある取り組みだったという。その後、イベントやスーパー店頭での試食・即売会、県産小麦を使用した料理教室を開催し、県産小麦の消費拡大に貢献している。

2.3. 栃木県産小麦にこだわった商品開発

栃木県にはもともと、農林61号という品種の小麦が栽培されていたが、その後、うどん加工に適した「イワイノダイチ」、醸造用に適した「タマイズミ」と新品种が次々に導入・生産された。笠原産業では、これらの県産小麦を積極的に利用して、様々な商品開発を行っている。

イワイノダイチは粘弾性が高くモチモチ感があり、従来のASW（オーストラリア産小麦）よりも餡色の透き通ったうどんができることがわかったため、販売に力を入れている。タマイズミについては、中華麺の製造を行った。またタンパク質含有量が高く製パンにも向いているため、タマイズミ100%使用のパン用小麦粉の開発に至った。なお、農林61号やイワイノダイチを使った小麦粉は栃木県Eマーク認証を受けている。



栃木県産小麦を利用した商品を手にした
笠原産業株式会社 代表取締役社長の笠原健一氏

これらの商品開発を行う際は、県産小麦を100%使用することにしており、その考えを理解・共有してくれる加工業者と一緒に組んで商品開発や製造を行っている。そして、販売は麦わらぼうしの会として行っており、特に専用の店舗は設けていない。インターネットやFAXによる通信販売のほか、「パン屋さんの店頭でそうめんが置いてあったりする」と言われるように、笠原産業や製麺・

製パン業者など麦わらぼうしの会に参加している事業者の店頭などで販売をしている。

2.4. クラスタ推進事業への参加

このように笠原産業では麦わらぼうしの会として、クラスタ推進事業が始まる以前より、様々な段階や事業者と協力して商品開発や販売促進を行ってきたという経緯があるが、タマイズミを使用した中華麺試作の際、クラスタ推進事業に応募したようだ。

タマイズミを使用した中華麺の開発では、物性の研究を行っている明治大学農学部井川憲明教授に協力してもらい、タマイズミの特性を生かした製品作りへのデータやアドバイスをを受け、見事に製品化された。その後も、精力的に商品開発が行われ、県産小麦 100%使用の「そうめん」「煮込用うどん」「麩（ちくわぶ）」「ラーメン」「パスタ」「かりんとう」「パン用粉」「てんぷら粉」「パースティ*」が商品化されている。



左：県産タマイズミを使用した中華麺「珠泉拉麺」
右：県産イワイノダイチを使用したうどん「煮込み用うどん」



県産小麦を使用した「かりんとう」

事業に参加したことへのメリットなどを伺ったところ「麦わらぼうしの会として、クラスタの形はできていたが、パッケージの開発や大学など研究機関との連携が可能になった点だ。また製粉業者の取組みというよりも、クラスタ推進事業の取組みとして PR する方がよ

* イギリスコーンウェルズの郷土料理で、牛肉、ジャガイモ、蕪などを細かく刻み、パイ生地で包んでオーブンで焼いたもの。

いと感じている」ということだった。

2.5. 各事業者にメリットを

麦わらぼうしの会での連携、取組みが成功したポイントについて伺ったところ「麦わらぼうしの会は、一社ではできないことを複数の事業者が集まり連携して取り組んだ。小麦は、生産、製粉、二次加工とフードチェーンが長いので、各段階にメリットが出るようにしたことが、成功の秘訣だ」と話され、「いくつかの企業がグループとなり、それぞれの得意分野を持ち寄って、全体として何かを作り出すという考え方を重視」という考えがベースになっていたからこそ、成功したといえよう。

3 今後の課題と展開

大島氏が「よい商品ができて、販売先を確保することが難しいので、協議会では販路拡大（マーケティング）に関する活動にも力を入れている。」と話されているように、今後は販売先の確保が課題になってこよう。

笠原産業も同じ課題を抱えていた。前述の県産小麦 100%の小麦粉を 315 円/kg で販売する予定だったが、営業先の小売店担当者から「店頭で並んでいる通常の小麦粉は 150～200 円/kg で販売しているのに、それよりも高い価格の商品が売れるだろうか」と言われ、店舗には置いてもらえなかった。そこで、店頭を借りて県産小麦を使ったすいとんやうどんの試食を行い、県産小麦粉のおいしさをアピールしながら小麦粉を販売した。おいしさを分かって購入する消費者が増えれば、店舗内でも販売してもらえるようになる、と販売先の確保についても工夫をこらし、努力をされている。

今年度は笠原産業が 3 アイテム、その他の事業者において、二条大麦を活かした大麦ポップライスやいちご入りのドリンクタイプヨーグルトなどの開発が行われている。今後は栃木県の財産である、農畜産物の高い生産力と様々な食品の加工で培われた食品製造技術を連携させ、取組みが広がっていくことが期待される。

【お問い合わせ】

栃木県食料産業クラスター協議会
(社団法人栃木県食品産業協会内)
〒320-0047 栃木県宇都宮市一の沢 2-2-13
(とちぎアグリプラザ内)

TEL 028-648-4609 FAX 028-647-0366
E-mail fia@tochi-shoku-kyou.jp
Web サイト <http://www.tochi-shoku-kyou.jp>

笠原産業株式会社

〒326-0338 栃木県足利市福居町 819
TEL 0284-71-3181 FAX 0284-72-5641
E-mail info@kasa-kona.co.jp
Web サイト <http://www.kasa-kona.co.jp>

(文：社団法人食品需給研究センター 志賀 麻理子)