

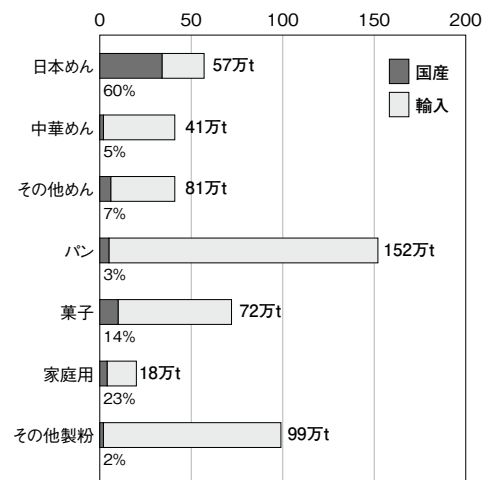
用に耐える品質の食材を安定供給できる生産者がいるかどうかだ。そして第二のカギは、これも同等の難条件のだが、コストダウンの要求の厳しい中で、地元食材を使う意欲のある加工業者が存在していることだ。しかもパンの場合には、製粉と製パンと、2業種からの参画が必要になる。輸入小麦を使う定番の流れを外れた途端に、品質管理の面で新たな課題も続々登場する。

それらの諸条件を、高い情熱を持ってすべてクリアしたのが、今回紹介する茨城県での挑戦だった。

高タンパク強力粉需要と本州以南の気候のミスマッチ

国内の小麦需要は年間600万t弱で、米の需要（700万t強）に近い水準だ。しかし国内の田園風景を見れば明らかとおり、小麦とコメでは作付面積に大きな違いがある。小麦の自給率は15%程度で、しかも国産小麦の3分の2が北海道産だ。茨城県内の小麦生産量は、大正時代には全国一だった。現在は全国の1%少々である。欧米に比べ緯度が低く、梅雨のある本州以南では、タンパク質含

■食料用・加工用小麦の用途別自給率

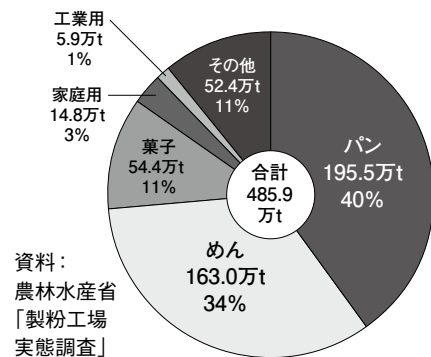


資料：2009年度食料需給表。プロジェクト開始当初の状況を示す。現在でも大規模な変化はない。

有量の高い強力粉用の小麦の生産に、難しい面がある。その結果、中力粉を原料とするうどんや味噌醤油などについては、地元産小麦の使用率も高いものの、強力粉を使うパンや中華麺、パスタについては、輸入小麦の使用が当たり前だ。敷島製パンのように、国産小麦使用を掲げたシリーズを製造販売している大手もあるが、使っているのは質や量の安定した北海道産である。

これを逆からいえば、本州以南産の小麦の需要の伸びしろは、明らかにパン、ラーメン、パスタにある。そこで本州以南でも、各県でそれぞれ強力粉用の品種の開発が進められ、現在では国内生産量の2割に迫っている。

■小麦粉の用途別生産割合 (2015年度)



資料：農林水産省「製粉工場実態調査」

しかし、温暖な本州以南で、強力粉向け品種のタンパク質含有量を伸ばし、かつ安定させるには、生産者側の工夫と研鑽が必要だ。

うかつに量的な拡大を先行させると、質が安定せず、市場での評価が下がる。事実、北海道産と本州以南産では、小麦の市場取引価格にも差があり、かつ最近の生産拡大を受けて、本州産の価格は低すぎみとも言われる。

そんな「質と量の両立」という課題をクリアしてきているのが、生産者の団体である、茨城パン小麦栽培研究会だ。

コメの輸出も手掛ける。プロ農家が乗り出した小麦栽培

台地と低地が交錯する平野の彼

方に、筑波山を望む、茨城県西部の坂東地域。鉄道駅がないので認知されにくい。環状高速道路の首都圏中央連絡道（圏央道）開通で、東京からも近くなった。

このあたりを本拠に平将門が、10世紀の関東地方に一瞬の覇を唱えたのだが、その武力の背景には、馬産があった。当地の台地に広がる火山灰土壌の「黒ボク土」は、水田耕作には向かないが、馬を放つ牧草地を設けるには好適だ。養分豊富で畑作にも向く。馬産と小麦栽培をベースにするユーラシア大陸文化に、共通するテロワールが、古代から茨城県西部にはあったわけだ。

その将門の故地に拠点を置く、有限会社ソメノグリーンファームは、コメの輸出も手掛ける農業法人であるとともに、畑作や耕作請負も大規模に行なっている。南極越冬隊向けの非常用備蓄米を生産する会社でもある。

ソメノファームでは、うどん用小麦も生産していたが、低質品に

引つ張られて茨城県産の価格は全国最低レベルだ。同社の染野実社長は、顧客ニーズに合わせた経営努力を惜しまないというポリシーから、「品質に応じて買取価格を変えてはどうか」と農協側に提案してきたが、反応は冷たかった。

また染野社長の奥様は、パン焼きに関してプロ並みの腕前を持っており、そのためもあってパン用小麦も、県の普及センターから声がかかるたびに試作していたが、舌の肥えたご夫婦の望むレベルの品質のものではできなかったという。そんな中、県の坂東普及センターに赴任してきた県農業大学校時代の恩師から、「パン用に開発された『ゆめかおり』という品種が、醬油用に回されている」との嘆きを聞き、試験栽培に着手したのが2012年。田植えて忙しい時期でもある、梅雨時の追肥などに工夫を凝らし、2年間の挑戦で、タンパク質含量12.5〜13.6%、収量500kg以上/10aを達成することができた。

それまでの県内小麦の平均タンパク含量は10.5%、当地域の小麦平均収量は350kg/10aだったので、見事な成果である。「これなら外国産に負けない品質だ」と、

パンを焼いてみた奥様の太鼓判も得た。

新たな挑戦に工夫を重ねる生産者が、同時に高度な嗜好を持つ個人消費者でもあったというこの点に、イノベーションを起こす基本要素の一つを見て取ることができらるだろう。

千葉製粉の求めで 仲間を募り生産を拡大

小麦をパンにするには、製粉会社の協力が不可欠だ。コイン精米機が使えるコメと違い、ふすまを完全に取り除いて、かつ熱で品質を損なわないように粉にするには、大規模な専用設備が必要である。しかし製粉会社からみれば、極小ロットの国産小麦の試作品を製粉することに、スケールメリットはない。

染野社長は、千葉市に本社工場を持つ千葉製粉株式会社に、試作した小麦を持ち込んだ。売上高200億円近い同社だが、国産小麦のブレンド粉も開発・販売しており、国産原料指向の製麺業者やベーカリーを多数顧客に持っている。「未来づくり with YOU! 千葉製粉は、お客様とともに歩む『応援企業』です」をキャッチフレーズ



茨城パン小麦栽培研究会の皆さん(現在16名)

研究会を結成した。現在の会員は16名にまで広がり、染野氏は副会長となった。年間生産量は720t(うちソメノファームは230t)に拡大している。

研究会の高橋大希会長によれば、水田の小麦畑への転換も数年かけて研究し、現在では元水田でも、高タンパクの小麦の生産に成功するようになったという。ただし水はけを良くすることは、必須の課題として残っている。

品質の向上と安定を 集団で研鑽

本州でのパン用小麦栽培は、前述のとおり、生産量を追求すればいいというものではない。近年の不安定な気候の下でも、タンパク質含有量を安定して13〜14%にできなければ、同じく国産をうたう北海道産には太刀打ちできない。そこで研究会では、適期播種、適期追肥のノウハウを相互に共有。画像解析技術で追肥の状態を衛星画像で管理する、品質のブレの解消に向けてタンパク質含有量を計算するソフトを導入するなど、研鑽を重ねている。さらには有限責任事業組合として共同出荷を行ない、出荷ロットの中で含有量が13



タンパク質含有量の分析



脱穀した「ゆめかおり」



開花期の「ゆめかおり」

14%の範囲内に収まるよう、生産者ごとにタンパク含有量を計測し、ロットの組み合わせを調整しているという。

このように生産量だけではなく品質をも契約し、そのための管理を集団で徹底しているのは、日本ではまだ珍しい。しかし食品加工事業者や、そのさらに川下にいる小売業者にしてみれば、国産であつても外国産並みの品質の安定はマストだ。その認識のずれを、生産者側の努力で埋めているところに、茨城パン小麦栽培研究会の取り組みの傑出した点がある。そうした努力の対価として、製粉事業者による買い取り価格の向上という成果も得られた。

品質向上に向けたもう一つの問題として、当局による既存の品質検査体制の不備もあつた。中力粉用と強力粉用では、小麦の外見がまるで違う。前者の外見基準を機械的に適用すると、強力粉の品質は規格外にされてしまつて、補助金額などに影響が出るのだ。染野社長は、パン用小麦の品質基準を、外見ではなくタンパク含有量とするよう穀物検定協会に働きかけて実現。さらには奥様に検査員の公的資格を取得してもらつたこと

で、この問題をクリアしたという。製パンのプロとして、強力粉用小麦の品質に誰よりもこだわる人が検査員になることは、制度の趣旨ともまったく矛盾しない。

かくして茨城県産のパン用小麦「ゆめかおり」は、千葉製粉を通じて、まずは茨城県の県庁所在地の水戸市周辺などのベーカーリーに供給され始めた。しかし坂東地域は、水戸からは遠く離れている。たまたま地域内の境町にある「道の駅さかい」にサンドウィッチ専門店ができるのとニユースがあり、研究会自ら売り込みに出向いた。その結果、地産地消にこだわった具材たっぷりの「さかいサンド」のパン生地として研究会の小麦粉が使用され、人気を博している。

しかしこのように、ベーカーリー向けとして生産を拡大した茨城産ゆめかおりが、国内最大のコンビニエンスストアチェーンであるセブニーイレブンの棚に並ぶパンに使われるには、まだいくつものハードルを越えねばならなかった。

リバイティーフーズの 試行錯誤

坂東市の東隣の常総市に、従業員数600名を擁する製パンメーカー、株式会社リバイティーフーズ

カー、株式会社リバイティーフーズがある。茨城・栃木・福島の3県内の、セブニーイレブン計1500店舗向けに特化して、おいしいパンを作ることに日々邁進している会社だ。

実際に、この3県のセブニーイレブンのパンは、味が違つと、筆者は常々感じていた。コンビニのパンは、インスタアベーカーリーのものなどに比べてランクダウンするものと、先入観で思われがちだが、同社では材料面でも、工程面でも、品質管理でも、抜きんでた水準を実現している。この3県にお出掛けの方は、ぜひ食べ比べをしていただきたい。

それにしても、セブニーイレブンへの納入はたいへんな仕事だ。納入タイミニング、納入量、品質管理、すべてにおいて正確さが求められる。セブニーイレブンの側でも、顧客に安定した品質のものを間違いないく届けることに、最大の情熱と細心の注意を向けている。「原料が切れたので欠品します」は、この世界ではありえない言い訳だ。そんな厳しい業界にあつて、同社の鳥山雅庸社長は、県内各地の一次産業事業者を支援する活動を、個人的に続けてきた。苺、ブ

ルーベリー、さつまいも、牛乳、霞ヶ浦特産のシラウオ。様々なネットワークをつないで、商品開発や販路拡大をバックアップしてきたのである。

2009年には、「ユメシホウ」という小麦品種をパン用に栽培できないか、私財を投じて1ha作付けするという試みも行った。しかし、ユメシホウは茨城県の奨励品種にならず、投下資本はまるまる授業料になったという。以来、国産小麦を使ったパンの製造というビジョンは、封印してきた。

そんな鳥山社長が、茨城パン小麦栽培研究会の存在を知ったのは、新工場の生産も軌道に乗ってきた2017年だった。車でわずか7分の距離ながら、それまでお互いに気付いていなかったのだ。きっかけはまず、勉強熱心な鳥山社長が、日清製粉の著名製パン研究者の話を聞きに行った際に、ゆめかおりの現物を渡されたこと。

折も折、千葉県松戸市のパンの繁盛店のカリスマ店主から、研究会主催のゆめかおり栽培の見学会があると聞き、そこで晴れて出会いはあった。鳥山社長は、難関と認識していた検査問題を、奥様を検査員にしてクリアしたという染

野社長の話に、思わずうなづいたという。

研究会の生産したゆめかおりを、セブニーイレブンのパンに使えないか。一度あきらめた挑戦に、ここで再び火がついた。

原料生産・製粉・パン製造 すべて県内で

リバティーフーズは、小麦粉を昭和産業から購入している。連結売上高2600億円弱、穀物取扱量で国内食品メーカー最大であり、主力工場の所在地は、茨城県の鹿島臨海工業地帯（神栖市）だ。ここで県内産小麦を製粉してもらえば、農産、製粉、製パンがすべて県内で行なわれることになるのではないかと。どこ産でもどこ製でも構わない」という普通の大手企業の発想とは対極に、地産地消の志を持つ鳥山社長は、昭和製粉の懇意の担当者に働きかけた。

最大手の昭和産業からすれば、仮に年間1000tであっても、普通のロットに比べて小さすぎる話だ。しかし同社の担当者は、多年付き合ひのある鳥山社長の熱意に共感し、工場などの現場に無理を頼んで、敢えて50tという極小ロットでの製粉を請け負うところ

までこぎ着けてくれた。大企業社員という制約の多い立場ながら、諸方面を調整し、可能な限りでロマンを追うことに協力する。こういうサラリーマン諸氏のいるところ、日本の産業界の本当の強みがあるのかもしれない。

これを受けて鳥山社長は、2018年に染野社長と、50tの播種前契約を結んだ。翌19年には、その50tが実際に納入されてきて、昭和産業で35tの小麦粉に製粉された。

セブニーイレブンでは、この小麦粉を使った製品を開発。ところが4tの小麦粉を使ったところで試作品販売は打ち切られてしまった。手の込んだ新製品が、かえって消費者に受け入れられなかったのかもしれない。

さてそうしている間にも、新たに20年産の小麦が50t納入され、さらに21年（今年）には100tが納入予定ということで、鳥山社長は高い志ゆえの窮地に立たされることになった。

だがそこにさらに救いの風が吹く。地域原材料の導入に積極的だったセブニーイレブンのかつての担当者が、責任ある立場で戻ってきたのだ。鳥山社長と息の合う彼

の決断で、10〜11月の2カ月間、茨城県産小麦を使った4つのパン商品を、茨城・栃木・福島県内の1500店舗で販売することとなった。鳥山社長の理解者である県議会議員の仲介で、茨城県の大井川知事とセブニーイレブン・ジャパンが共同記者会見を行ない、これらの商品の投入をアピールもしてくれた。

パンの種類をひねり過ぎた20年の試行の教訓で、今回の品種は、粒あん&マーガリン、苺ジャム&マーガリン、ふわふわちぎりパン、チョコクリーム、北海道ジャガイモのクロックパンという、定番の路線とした。値段も119〜140円と、たいへんお安い。これにより150tの茨城県産小麦から製粉される100tの小麦粉が消費される見込みとなった。セブニーイレブンの事業規模の大きさを、如実に示す数字であろう。

そんな中だが、セブニーイレブン側にも大きな手間が発生している。本来に県産小麦粉100%使用なのかをチェックする作業だ。消費者の信用を勝ち得ることで成り立っている同社のビジネスにおいて、「メーカーからそのような聞いています」というようなレベル

の品質管理はあり得ない。原材料を「〇〇産」と表示する以上は、本当にそうなのかをきちんと確認し、管理しなくてはならないのだ。このあたり、安易な消費者の発想からはうかがい知れない、最大手と組む事業ならではの難しさがあ。だがそれをクリアできた先には、桁違いの規模の市場が待っているわけだ。

小売りチェーン全国展開の 巨大な可能性

このように、汗と心意気と人のつながりの連鎖の末にようやく実現した、セブニーイレブンの茨城県産小麦粉使用のパンの販売。もともとおいしいリバティーフーズ製造のパンの中で、海外産と国内産に味の違いがあるわけではないが、違いが判らないレベルまでこぎ着けたところにこそ、見えな

い努力の成果があるのだ。
鳥山社長は語る。セブニーイレブンのような巨大企業に対して、地方のブロックの納入業者の一つに過ぎないリバティーフーズが地元産のパン用小麦の利用を提言するのは、プロ野球ファンが球団に「ドラフトで誰々を指名しろ」と言うようなものだ。

茨城県 古河市、坂東市、境町、常総市、筑西市、水戸市、八千代町
茨城県 神栖市
茨城県常総市 福島県郡山市
現在販売中のラインナップと参加プレーヤー
茨城パン小麦栽培研究会 昭和産業 リバティーフーズ

つぶあん&マーガリン ¥118.80	ほのかな甘み等シヤム &マーガリン ¥118.80	ふわふわちぎりパン チョコクリーム ¥129.60	北海道じゃがいも コロッケパン ¥140.40
-----------------------	---------------------------------	---------------------------------	-------------------------------

「オール茨城」で取り組んでいる国産パン小麦「ゆめかおり」のPOP

現状では、「ゆめかおり使用」を冠しても特に売り上げは変わっていない。消費者や各店舗側の地産地消への関心を、もつともつと社会的に高めていって、地産地消への消費側からの支援を当たり前にしていかなないと、物事は大きく動いてはいかない。
だがセブニーイレブンの側でも、地産地消のマーケティングに年々関心を深めているという。現状ではまだまだ本社MDが開発する商品が主流だが、全国9つの

ブロックにもそれぞれ10名程度の人員を配置した地区MD部門を置き、その開発した商品の比率を今後高めていこうとしている。全国で同じものを売って規模の利益ばかりを追求するのではなく、ブロックごとの生産者を育て、ブロック内での経済循環を拡大すること、各ブロックの経済活力の維持につながり売り上げの維持拡大にもつながるといふ、大きなビジョンを持つに至っているのだ。

地元産小麦粉の使用にしても、たとえば群馬・栃木・茨城の3県で販売されるうどんの麺を供給しているタママラデリカは、10年前から、群馬県産小麦を昭和産業で製粉して使用しているという。

こうした方向性は、セブニーイレブンの限らず、全国展開する小売チェーンのいずれもが、大なり小なり指向しはじめているのかもしれない。となれば必要なのは、一般論としての指向を、実際の行動に結びつけていく努力だ。
だがそれがどれだけ

いへんなものであるのかは、以上をお読みいただいただけでも推測されるところだろう。加工、販売という川下での、無数の関係者の粉骨砕身と協働があつて初めて、川上の農業経営者の研鑽が活かされる。それが難しすぎるので、農業生産者はずいぶん、消費者直販や、自らできる範囲での6次産業化に走ってしまう。

それはそれで実需のある話だ。だが、輸入農産物の利用を前提に構築されているマス向けの大量生産・大量消費システムにも喰い込んで行ければ、国産農産物の市場は革命的に拡大する。そこに取組まずして、食料自給率の向上や、地域内経済循環の抜本的拡大はない。だが取り組めれば、日本農業には新たな地平が拓ける。

世界的な食糧価格の高騰と、消費者および流通業者の国産指向の高まりという「天の時」。本州以南でも高タンパク小麦の生産が可能になってきているという「地の利」。そこに、茨城県でつながったような「人の和」が加わったとき、大きな変革が起きることだろう。スマートテロワール協会としても、その方向性を支援すべく、鋭意活動してまいりたい。