

# 道産豆ユーザー の熱い思い

— 道外菓子メーカーの取材から —

広報ほくれん 編集長

能 條 伸 樹

天満宮参道名物

梅ヶ枝餅の「きくち」

毎月一回くらいは道外に出張する。主としてホクレン広報誌に連載している「道産流通レポート」の取材のためである。

この企画は、北海道の農産物の主要なユーザーを訪ね、その企業の業績などを紹介するとともに、原料供給産地・北海道とホクレンへの期待や要望を聞くという内容。取材先は食品メーカーが中心だが、ナショナルブランドの大企業から地域の中堅企業まで、その規模や歴史はさまざまだ。

しかし、いずれも個性的な経営感覚とたゆみない挑戦精神を持つ経営者によってリードされているだけに、取材のたびに、スリリングな興奮とともに、教えられることが多い、対象原材料のうち最も取材の機会が多いのは小豆、手亡などの豆類。そのほか、ピート糖、馬鈴しよ、でん粉、乳製品、いも・たまねぎをはじめとする農産

園芸作物、米、小麦、そば類、そして肉や鶏卵など、まずは北海道農業の万般にわたっている。その中で、今回は、最近の道産豆ユーザー取材で感じたことのいくつかを述べてみたい。

昨年（のいまごろ）（二月上旬）、私は福岡県内にいた。その時の取材先は、これまでも取材した百社を超えるユーザーの中で、最もこじんまりした地域のお店で、このシリーズに登場するのは、やや「異例」に属していたかもしれない。

寒冷前線の通過で寒波におおわれ、九州は時ならぬ寒さだった。太宰府天満宮の梅もまだほころびそめず、ちらちら雪さえ舞うありさま。お宮の参道も人影はまばらだったが、軒をつらねるみやげ店の中で、目ざすその店だけは客足が絶えない。太宰府天満宮の参道名物・梅ヶ枝餅の「きくち」は、間口二窓そこそこの店だ。大きな赤ちようちんがなければ、誰もが見のがしてしまうだろう。だが、味の情報というのは千里を駆けるのである。この店には、土地の人

◀梅ヶ枝餅の小さな地域一番店「きくち」



ばかりでなく、観光客たちも〇〇三情報で集まってくる。昨年も、元旦だけで二万個(一個百円)を売ったというから驚く。

### 「あんこ」は道産小豆

#### 一〇〇%使用

その理由は、あんこの原料(道産小豆)にこだわる自家製餡のノウハウにあると社長の菊地洋子さんはいう。「私は梅ヶ枝餅と結婚したようなもの」と豪快に笑う女傑の洋子さん、四十数年間、女手で切りまわしてきたという自信一あえて「道産小豆一〇〇%使用」の看板を店頭にかけて近隣同業者の反発を買った時期もある。看板は黙ってはすしたが、「組合あつせんの製餡所から餡を仕入れてくれ」という申し入れはキッパリ断って、娘さん二人と豆を炊き続けた。博多女のこの気づぶが千客万来の原動力である。

だが、そうして守ってきた「きくち」の味を危機に直面させたのが、平成五年の凶作と豆相場の暴騰だった。「信じられぬ価格で品質は悪かった。あのときは何度、この商売をやめようと思ったか」。輸入物に代えることはツク考えず、道産がなければ「廃業」まで思いつめさせる、この「原料価値」の重さを、生産者は本心に考えたことがあるかどうか。

「きくち」は、年間小豆使用量が約一五〇程度。ユーザーとしては、他のメーカーと比較になる存在ではないだろう。しかし、経営のスケールや手法が月とスッポンでも、商品の質にこだわる良心的メーカーにとつて、「豆」の位置づけに軽重はない。あらゆる道産豆を大事にしてくれるユーザーの「原型」が、このちいさなお店には、あつたと思う。

### 安定供給への

#### 切実な訴え

この二年ほどの間に取材した他の道産ユーザーをふりかえつてみると、まず、全国五百店舗のフランチャイスチエーン(FIC)展開



能條伸樹 (のうじょう のぶき)

- 1930年東京生まれ
  - 1951年北海道タイムス入社。編集、総務、営業の部長、局次長、局長職に。
  - 1983年ホフレン農業協同組合連合会入会。広報誌編集長として在職中。
- 〈著書〉詩集「薄明に呼ぶ」(北書房)、「父と子の二十代詩集/時代」(ことばの工房)、「農と食の窓辺/コラムちゃんねるの100カ月」(ホフレン)「北風ちゃんねる/統農と食の窓辺」(共同文化社)など。
- 〈作詞〉札幌市「市民の歌」(川越守作曲)、「北海道タイムス社歌」(八洲秀章作曲)、北海道農業博テーマ曲「北のいぶき」(青木清一郎作曲)、栗山町立継立小学校校歌(杉山祥子作曲)など。
- 北海道詩人教会会員 ●北海道文学館会員
  - 北海道速記士会会員 ●詩誌「青芽」同人
  - 現住所 〒062 札幌市豊平区西区4条14丁目8-5

をめざす森の中の工場「シャトルーゼ」(山梨県の)が特異だった、斉藤社長からは、森の中の熱いの工場「ファームファクトリー」のロマンチックな構想とともに、「原料小豆の供給ルートとして、ゆきつく先は契約栽培的な関係の構築を考えている。ホフレンの知恵も借りながら、農家のFC化を進められないだろうカー」などと問いかけられたのが印象に残る。

秋田県湯沢市で創業百三十年の「くらた」の、心あたたまる「民話菓子シリーズ」、愛媛県松山市で、これも創業百三十年の「山田屋まんじゅう」の風雅なひと口サイズ、山形県鶴岡市で創業百十年の「木村屋」では、重厚な風格の銘菓「古鐘」とも出会った。一世紀を越える暖簾には、それぞれに誇り高いメインアイテムが健在なのである。

一方、東京みやげとしてポピュラーになつてはいるが、本拠地は九州筑豊の「ひよ子」(福岡県飯塚市)にも行った。道産大手「館を、あどけないヒヨコの表情で包んだ、あの卓抜なデザイン」の妙。

それが工場の量産ラインでみごと再生産されていくのに感嘆した。そして、これからすべてのユーザーが、取材の最後の締めくくるとき、異口同音に居すまいを正して語ったこと。それは「安定供給」(価格も含めて)への切実な訴えであった。

あの平成五年凶作以降、輸入豆に原料を切りかえたまま、まだ道産に戻ってくれないユーザーも少なくないのが現実だ。その中で、たじろがずに、北海道産を使い続けてくれた企業は、産地にとつてかけがえがない。「安定供給」を求めるユーザーの声をないがしろにせず、将来にわたつて強い信頼関係を築いていけるかどうか、道産豆の未来を左右するだろう。

太宰府天満宮参道の「きくち」の二階喫茶部で、博多弁丸だして私に「安定供給」を訴えた菊地洋子さんの真剣なまなざしが、いまでも脳裏に残つて消えない。