

総合支援企業紹介

● 株式会社マーマ食品

「おからこんにゃく」を独自改良し 「岩手発の世界食」誕生に挑戦

花巻市のマーマ食品は2006年度に続き、今年度もいわて産業振興センターの「戦略的総合支援事業」の支援対象企業に選ばれ、「おからこんにゃく」を使った新食材、新食感の惣菜製品の開発に取り組んでいる。新製品はアメリカ市場での販売計画も進められており、伊藤社長は「あくまでも夢のような話」と謙虚に語るが、世界的な健康食ブームを背景に、カップヌードルのような「世界食」に成長する可能性を秘めている。

おからこんにゃくとの出会い

おからこんにゃくとは、ベースとなるこんにゃくにおからを加え、つなぎに卵を使って作られた新食材。加熱調理すると、食味・食感が肉に似てくるという特徴があり、さまざまな料理で肉の代替品として用いることができる。低カロリーで食物繊維が豊富なことから、肥満や生活習慣病に悩む現代人にぴったりの健康食材としても大きな注目を集めている。

考案者は弘前市在住の主婦で、ベジタリアン料理研究家の岡田哲子さん。子どもがアトピーやぜんそくなどで病気がちだったことから20年近く前に菜食主義となり、長く菜食料理を研究してきた。安価で栄養もあるのに、産業廃棄物としてお金をかけて捨てられているおからをもったいないと思い、知恵と工夫を働かせ、肉食を控えている人も食べられる新食材として完成させた。昨年夏には婦人雑誌にも大きく取り上げられ、ダイエット食材としてブームになった。

マーマ食品の伊藤恒利社長が、おからこんにゃくを知ったのは2006年1月末のこと。当時、地方の中小惣菜製造業者は、きびしい局面に立たされていた。働く女性の増加に伴って、家庭外で調理されたものを家庭に持ちかえって食べる、いわゆる「中食」の利用者が増えていたが、その急成長の市場に大手食品会社がどんどん参入していた。伊藤社長は、おからこんにゃくとの出会いを次のように話す。

「業界の大きな変化の中で、危機感を感じている時に、ある人から『おからこんにゃくという、おもしろいものがあるよ』と教えてもらったのです。」

伊藤社長はちょうどそのころ、新しい惣菜製品の柱を打ち立てようと、さまざまな情報を入手していた。健康



「戦略的総合支援事業は、『岩手発の世界食』という夢にチャレンジする機会を与えてくれた」と話す伊藤恒利社長

● 企業概要

設立 昭和33年5月
代表者 代表取締役社長 伊藤恒利
所在地 花巻市桜町4丁目241-2
電話 0198-24-6811
資本金 1,000万円
従業員数 61人
業務内容 業務用惣菜製造（和惣菜、中華キット、おこわ）、米飯製造（学校給食等）、おからこんにゃくの製造販売

URL <http://www.mama-foods.com/>

志向の高まりの中で、消費者は今後、よりヘルシーな食材を求めていくと考え、マクロビオティック（生活土や環境に合わせた料理や食材を中心とした食事法）やベジタリアンについて学んだり、インドネシアの伝統食品「テンペ」を研究する学会に出席していた。おからこんにゃくのことを聞いた伊藤社長はすぐに、特許を持つ岡田さんに連絡を取った。

「ピノーこんにゃく」を完成

伊藤社長が弘前を訪ね、初めて岡田さんと会ったのは昨年2月中旬。岡田さんから話を聞くや、すぐに「これはとても健康にいい」と直感。同時に、企業の社会的役割の面からも大きな意義があると感じた。

「肉牛一頭養うのにベジタリアン4人分の穀物が必要と言われています。食材そのものの機能性はもちろんです。地球には未だに餓死する人がいる中で、これは絶対に世の中に必要とされる食材だと思ったんですね。」

おからこんにゃくに惚れ込んだ伊藤社長は早速、製造に関わる特許権を共有している岡田さんと東北大学（株式会社東北テクノアーチ社）の2社と、契約の準備を進めた。3月には「特許権の実施」「商標」及び「技術ノウハウ」の使用許諾に関する契約を結んだ。



「おからこんにゃく」を使ったレトルト食品など。マーマ食品の商品群

●沿 革

- 昭和35年 創業。主に味付け鰯、ひじき、メンマなどの惣菜を扱う
- 昭和44年 工場を増設し、コロッケ、天ぷらなどの量産開始
- 平成2年 惣菜製造・魚介類製造販売の認可を取得し、工場・冷蔵庫・冷凍庫を増設
- 平成5年 有限会社ママ食品から、新社名のママ食品に
- 平成7年 伊藤トヨコが会長に、伊藤恒利が3代目社長に就任。資本金を増資し有限会社から株式会社に
- 平成11年 農林水産省から「優良フードサービス事業者」表彰、同じく「食品流通局長賞・食材安定調達部門」受賞
- 平成18年 「ピノーこんにゃく」の製造販売事業に着手
- 平成19年 坂井宏行シェフとの協同企画でオリジナル「おからこんにゃく」を開発



工場で製造中の「おからこんにゃく」。カロリーは鶏肉（皮含み）の約10分の1、食物繊維はレタスの約4倍のデータが出ている



同社の製品はすべて、徹底的に衛生管理された環境で製造されている

一方、上記2社との契約準備を進めているころ伊藤社長は、いわて産業振興センターの「戦略的総合支援事業」募集について知り、応募。その後、同センターの担当者との面接でおからこんにゃくの製造販売プランをプレゼンテーションし、これが認められ、8月に事業の対象企業に選定された。

事業の初年度となる昨年、ママ食品はまず、おからこんにゃくを素材にした商品開発に取り組んだ。当時のおからこんにゃくには、「少しブツブツした食感」や「口中に若干残る臭み」という弱点があった。この弱点を払拭し、「肉の歯ごたえを生かしながら、より洗練された滑らかな舌触り」の実現を目指して試行錯誤を繰り返した。同社が目指したオリジナルおからこんにゃくが完成したのは8月中旬だった。「ピノーこんにゃく」と名付けた。

「おからこんにゃくは、つなぎに卵を使用していましたが、ピノーこんにゃくでは山芋などを使用することで弱点を克服しました。このため、卵アレルギーの方を含め、幅広くお使いいただける食材になりました。」

支援事業の昨年度の成果

同社は、ピノーこんにゃくを「ベジタリアン・ミート」として首都圏に向けて売り出すことにした。「だが、そのためには、あまりにコーポレート・アイデンティティ（C I）が希薄であることに気付いた」（伊藤社長）。伊藤社長は支援事業を活用し、社名、ブランド、企業イメージなどが消費者や取引先に認識できるように、ロゴ、コーポレートカラーなどを考えた。チラシ、パンフレット、レトルト惣菜のパッケージラベルなどを制作し、ホームページのリニューアルも開始した。

正式に販売を開始したのは9月中旬。一般量販店にはあえて営業を行わず、東京ではまず、伊勢丹や高島屋の地下食品売場や、自然食品やオーガニックフードで知られるナチュラルハウス青山店などに商品を置かせてもら

った。マクロビオティック食品の商社を通じた販路開拓にも力を入れた。

年が明けた今年1月31日には、人気テレビ番組「料理の鉄人」で知られる坂井宏行シェフが店主のフランス料理店にテレビ局や雑誌社などの記者を招き、ピノーこんにゃくを素材とした新惣菜レトルト食品発売のプレス発表を行った。

今年3月には、幕張メッセで開催された「FOODEX JAPAN2007／第32回国際食品・飲料展」にも出展。その結果は、今年7月から全国の生協の共同購入商品に選定されるという成果に結びついた。

「料理の鉄人」と組んで世界に展開

「戦略的総合支援事業」の継続が決まった今年度は、3つのテーマを掲げた。第1は、売場の開拓。これは、こんにゃく売場に置かれていた商品を、肉売場での販売を目指すこと。肉よりもかなり割安だが、こんにゃくに比べると約4倍の価格だからだ。第2は、全国販売のさらなる販路開拓。第3は、海外戦略。これは、前年度の坂井宏行シェフとの出会いから一気に話が具体化した。坂井シェフには現在、世界的レストランチェーンの「ベニハナ」から「コーポレートシェフ」就任の要請がきている。坂井シェフは要請を受け入れる予定で、正式契約後には、ベジタリアン向けの鉄板焼きメニューにママ食品のおからこんにゃくを使用する予定だ。

ママ食品では、すでに坂井シェフとの協同企画で、さらに改良を加えたおからこんにゃくを完成させ、この7月に特許を出願した。伊藤社長は「坂井シェフからは、フレンチにも使えるものを、という注文がございました。外国人でも臭いや食感が気にならないように、もっと臭いを抜き、食感はマシュマロのようなやわらかさで、口あたりをもっとなめらかに。色もキレイにしてほしいということで、かなり高いハードルでしたが、ご要望に応えられるものができました」。現在アメリカでは「料理の鉄人」を放送中。坂井シェフは「アイアン・シェフ」として人気を集めている。坂井シェフが紹介する新食材が、ダイエットや健康に良い日本食の一つとしてブームになる可能性がある。伊藤社長は「あくまで夢の話ですが、今回開発した商品が日本発の世界食になってくれたらと期待しています」と話している。