

5 特集

有名店シェフも 納得の天然調味料 鮎魚醬



合名会社 **まるはら**

<http://www.soysauce.co.jp/>

日田市中本町5-4
tel.0973-23-4145 fax.0973-23-8859

- ◆設立/大正13年9月
- ◆代表者/代表社員 原正幸
- ◆従業員数/22名
- ◆払込資本金/1,000万円
- ◆主要事業内容
発酵食品製造・販売



適正な発酵温度が美味しい鮎魚醬を製造するポイントとなる。

との共同開発に着手する。

通常、魚醬といえば海産物が主体であるが、鮎は淡水魚。そこが大きなアドバンテージとなった。臭いのもとになる微生物は、海の魚であれば塩を加えても耐えることができるが、淡水魚である鮎の場合は死滅してしまう。つまり鮎の骨、身、内臓、塩だけによる純粋な発酵が可能になってくる。これに同センターが研究を重ねてきた最適発酵温度を施すことで、“香魚”とまで

魚醬の概念を打ち破った 画期的調味料

水郷・日田を象徴する三隈川といえば、鮎を思い浮かべる方も多いことだろう。この鮎でつくった魚醬が、世界のミツ星レストランで使われはじめています。これまで苦手という人が多かった魚醬独特の臭みをなくし、それでいて鮎のうま味を活かした『鮎魚醬』は、食材の味を引き出す調味料として、また料理の隠し味として、高く評価されているようだ。

製造元は合名会社まるはら。その発端は2000年春、原正幸代表が地元の鮎養殖業者から規格外で商品に使えない鮎、いわば産業廃棄物をどう処分するか相談を受けたことにはじまる。タイの『ナンプラー』、ベトナムの『ニョクマム』、秋田の『しよつづる』といった有名な魚醬をイメージした原代表は、蛋白質の分解酵素を研究していた大分県産業科学技術センター



水洗いされた鮎はミンチにされ、アミノ酸分解酵素を加えて専用タンクで発酵させる。これら一連の工程は、2009年春から新工場で操業開始となる。



呼ばれる鮎ならではの特徴を活かした、新しいタイプの魚醤を完成させるに至り、同時に製法特許の申請も行った。

“食”のプロをうならせた逸品の味

その後、原社長は自社の倉庫に小さなプラントをつくる。水洗いされた鮎を一匹ずつミンチにかけ、すり身状態になった頃合いを見計らい塩と蛋白質をアミノ酸に分解する酵素を加え、かき混ぜる。それをタンクに移して発酵・醸成を約4カ月ほど施せば、上品なうす茜色をした鮎魚醤が出来上がるという流れだ。

当初は店内で売られる土産品のラインナップ程度の扱いに考えていた原社長だが、県の補助もあって2003年に出席した食の見本市『フードテックジャパン』で大きな反響を呼んだことから、本格的な製造を考えるようになる。雑誌で特集が組まれ、一流ホテルや料理店の料理長からの関心が高まり、和食だけでなくフランスやイタリアの料理にも合うという評判が広まると、とても現在の生産体制では追いつかなくなってきたのだ。

2009年春、天瀬町に建ちあがった年間24tの生産が可能な新工場から、第1便が出荷される。国際的見本市に出展し、世界の三ツ星レストランからもオファーが届くようになった大分県産の天然調味料・鮎魚醤の第2ステージが、まもなく始まろうとしている。



国内外の見本市ではバイヤーや料理人の話題を集めている。



店内には各種派生商品の販売コーナーもある。



「ものづくりモチベーション」を高める

3つのカンフル剤



地域資源活性化への想い

公的機関や制度の有効活用

グローバルな視点

『鮎魚醤』ものがたり

養殖業者から規格外鮎の処分を依頼される

大分県産業科学技術センターと共同開発スタート。淡水魚の特性を活かしながら、最適発酵温度を施した、新しいタイプの魚醤が生まれる。製法特許を共同で取得する。

業界の注目を集め、ジワジワと人気上昇

店頭での販売程度に考えていたが、見本市への出展で人気に火がつく。各種メディアの取材が盛んになり、有名店の料理人たちも注目。生産量が追いつかなくなる。

積極的展開が功を奏し、新工場操業へ

国内外の見本市へ積極的に参加。人気の高まりとともに、地域からの期待も寄せられるようになる。新しく工場を建て、新体制での生産を開始し、次のステージへのぞむ。

—伝統産業にいながらの開発着手は
勇気が必要だったのでは？

現在、地方の味噌醤油メーカーは大手との競争にさらされ、20年後には三分の一に淘汰されると言われています。そこで各メーカーでは、価格競争に陥らない特徴のある商品づくりを考えているところが多いのですが、鮎魚醤は日田ならではの地域性を打ち出せる商品になると思いました。最初は店頭だけの販売を考えていたのですが、思った以上に評判がよかったものだから、地域を代表するブランドとして確立させたいという思いが強くなったのです。

—派生商品もいくつか出ていますね。

卵かけごはん醤油、フリーズドライのみそ汁、焼肉のたれなど、一般家庭の食卓でもなじみの品になるよう、いろいろなアプローチをしています。業務用としても和食、イタリアン、フレンチからラーメンまで多方面での活用を提案し、その反響を見定めています。

発想のミニマート

おしえて！
まるはらさん



代表社員
原 正幸氏

—各機関のバックアップ体制はいかがでしたか？

パートナーとなった大分県産業科学技術センターの協力体制、『フードテックジャパン』参加を後押ししてくれた県の支援や各種補助金、新工場建設の制度融資など、県の機関や制度などを有効に活用できたことはよかったです。商品の信頼度も高まり、あらゆる場面で効果が出ています。

—販路は海外にまで広がっています。

大手百貨店バイヤーや有名料理店の料理長から評価されたことが自信につながりました。国内外の見本市には可能な限り出展して、その魅力を伝えたいと努力しています。九州はアジアに近いので、さほど不便は感じていません。新工場が完成して生産体制も整うので、魚醤の本場・タイにも販路を広げたいという考えを持っています。そのためにまずは地域ブランドとしての地位の確立をはかり、日本一の魚醤メーカーになりたいですね。

