

食材の大地・北海道、 生産地と消費者をつなぐ人々

これまでは原料を移輸出していた北海道ですが、近年、製造加工や流通過程で商品に新たな付加価値をつける「食クラスター運動」や「6次産業化」が具体的に動き出しています。本連載では、こうした中、消費者を生産地や生産者につなぐ、地域を巻き込んだ新たな挑戦をする人たちの姿を伝えていきます。

第3回

北海道・十勝の 素材の潜在能力と バイヤー目線の モノづくり



甲賀 静香 (こうが しずか)

十勝菓子工房菓音代表

1972年東京都生まれ。神戸の通販会社(株)フェリンモで商品企画を10年経験後、2005年に北海道へ移住。帯広市内の会社で雑誌編集、食品の商品開発・品質管理の経験を積み独立、2010年に十勝菓子工房菓音を開業。「十勝の食を伝えるモノづくり」を目指し、主に首都圏で販売している。

どこまでも続く小麦畑、のどかな牧場に草を食む牛たち。初めて見る十勝の雄大な景色と採れたての食材の本物の味に感動した20年前。その後、通販会社のバイヤーとして再び訪れた十勝には、前と変わらない豊かさがある一方で「原料はあるのに、商品がない」と感じました。

「いつか十勝でモノ作りがしたい」。この思いから移住して、菓子工房を開業。十勝産素材を使った菓子作りがスタートしました。

バイヤーから見た北海道

北海道へ移住する前の10年間、神戸の通販会社でバイヤー兼商品開発をしていました。国内外の食品を集め、時にはオリジナル商品を開発しカタログで販売する仕事です。生鮮食品、乳製品、加工総菜、和洋菓子、輸入食材と幅広く扱い、日本各地へ商品開発と買い付けに飛び回りました。生産者、製造メーカーなどの現場を見て、そしてお客さまである消費者から生の声が届き、売り上げという実データを見ながら、自ら企画した商品を届けるということを行っていました。

当時の私は、「九州は特にモノづくりが上手な地域だ」というイメージを抱いていました。食文化や贈答文化による違いもありますが、魚介類や冷凍総菜は、食べやすく加工され、見た目にも美しく、配送箱にきっちりと収まるよう仕上げられていたからです。そこには、お届け先や実際に食べる人への配慮が感じられました。洗練された贈答用の郷土菓子が九州にはありませんでした。例えば、佐賀県村岡屋のさが錦や長崎県の茂木ビワゼリー、鹿児島県のふくれ菓子などです。

私は、北海道の食材や加工品を磨いて「商品」に仕上げ、首都圏をはじめとした全国へ紹介したい、そんな思いを持ちました。

食材豊かな十勝、その潜在力

バイヤーとして特に力を入れていた北海道には1999年から2003年にかけて、月に一度、四季を通じて訪れ

ていました。

長い冬があるからこそ豊かな土壌が生まれ、昼夜の寒暖差で野菜が甘くなり、冷涼な気候が質の良い牛乳にしてくれる、その素晴らしい営みに感動する日々。しかし、いざ通販向けの商品を探すとなかなか見つからず、味わいのある加工品があっても、生産量や配送の問題、パッケージの問題などクリアすべき点が多々ありました。

十勝には食料基地として生産し移出してきた歴史があります。今では、その自給率は1100%と誇るべき生産力です。この生産品を原料のままではなく、加工度を上げて十勝素材、十勝メイドの商品ができれば、日本全国のどこにも負けない商品となるはずです。その大きな潜在力は、農産品、畜産品、乳製品、海産物を幅広く生産できる十勝だからこそ、なのです。

菓子工房を始める

食の宝庫である十勝へ移住したのは5年前のこと。地元の食品製造会社で商品開発や衛生管理を2年間経験して独立、菓子工房を始めました。とは言っても、製菓学校出身でもなく、製菓業の経験もありません。あるのは、バイヤー時代にさまざまな和洋菓子を見て、食べてきたという経験だけでした。それでも、格安の賃貸マンションの一室で営業許可書を取得、地元産素材を使用した焼き菓子の試作を始めました。

「原材料として出荷される十勝産素材を、もっと地元十勝で加工しなければ」という思いが原点にあったので、目指したのは、「十勝産高付加価値で、できるだけ高単価の商品」でした。

そこでまず目をつけたのが、ウェディング市場。披露宴で配られるプチギフトは、クッキー1枚で300円にも500円にもなります。できるだけ手間をかけること、思い出になる商品に仕上げることで、それが高単価、高付加価値につながるのです。商品をお届けすると、大手の既存商品がほとんどだったことから、北海道出身のお客さまや地元の挙式場から「地元産素材のギフトを探していた」というお声を何度もいただき、マーケットとニーズがあったことを実感しました。

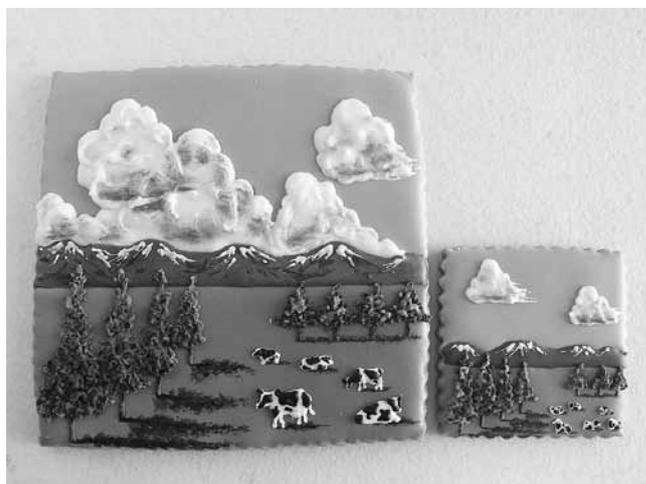
首都圏百貨店からのリクエスト

工房を開業して2012年の12月でちょうど3年になります。開業間もない頃からの取引先に伊勢丹新宿店があります。ご縁があって地下1階の洋菓子コーナーに月に一度、一週間程度クッキーを置かせていただいています。伊勢丹新宿店は、「常に新しいものを」という売り場を目指しています。私の工房「菓音^{かのん}」への依頼は「毎月、個展のような感覚で大手メーカーができないような作家としてのクッキー展開を。そして十勝の素材のおいしさを菓子で伝えること」でした。

このリクエストに応えるべく、メインはアイシングクッキー（粉砂糖と卵白を練って色づけしたものをクッキーにコーティングしたカラフルな焼き菓子）にしました。毎月テーマを変えるので、この2年間で作ったデザインは軽く100を超えますが、中でも十勝ならではの牧場を描いたイラストクッキーは、今も好評いただいているものの一つです。食わずに飾っておく方も多いようですが、紙のイラストではなくクッキーだからこそ、観てから食べるという二重の楽しみがあります。



ウェディング会場で来場者にプレゼントするプチギフト



十勝の牧場クッキー、天然色素で着色

昨年は広島三越でも、この牧場のイラストクッキーを中心にした販売の機会をいただきました。1Fのコスメフロアで雑貨のような売り場を作り、若手層を獲得するという狙いが百貨店側にはありました。食べるだけでなく、雑貨のような外観で十勝を紹介するという展開は新たな試みでしたが、結果はほぼ完売で予想以上の手ごたえでした。

食のアートの根底にあるもの

十勝産素材のクッキーを「見た目勝負のアート」にすること。1枚のクッキーにデザインという価値を加えたことによって、アイシングクッキーが売れ続けている理由の一つに、安心できる北海道・十勝産素材を使っているということがあるでしょう。

既存商品の多くは、ギフトや土産用に半年ほどの長い保存期間を持たせるためにマーガリンやショートニングといった植物油脂を使用し、低価格で作業効率の良い外国産を使っているのが現状です。しかし、菓音では十勝産小麦を使用、十勝産（北海道産）のバター、甜菜糖、牛乳を基本としているので、前者とは全く風味が違います。アートであってもやはりお菓子です。食べてみるとその差が歴然であることも、売れ続ける理由なのだと思います。

コンセプト勝負のモノづくり

見た目勝負のアートであるクッキーと並行して、徹底的に素材を追求してきた商品として「十勝すふれカステラ」があります。十勝の代表的な生産品、小麦粉、甜菜糖、バターに加え、地元産の鶏卵、蜂蜜、生クリーム、牛乳を使用したもの。素材は全て、自分が現場を

見て生産者から生産背景を聞いて、使って食べて納得したものだけ。単に素材を集めて混ぜているのではありません。

目指す味と食感を心に描いて、相性の良い素材を一つずつ積み重ね、配合量を調整し、焼成温度と焼き加減を細かくチェックし、食感を左右する水分量を見る…その繰り返しです。

こうして生まれた「生産者の想いを伝えるお菓子」、十勝すふれカステラは、今年12月で6シーズン目を迎え、今もお中元やお歳暮の商品としてご注文をいただいています。

この夏、さらに難易度の高い商品を伊勢丹新宿店の洋菓子部門から依頼されました。「キャトルカールを全て十勝産素材で作ってほしい」というもの。キャトルカールとは、フランス語で4分の1を四つという意味。小麦粉、バター、鶏卵、砂糖を等分ずつ、100gなら四つの原料を100gずつ混ぜて焼いたフランスの伝統菓子ですが、最近は洋酒や香料で風味を出したり、ベーキングパウダーなどの膨張剤を使用しているものをよく見かけます。しかし、今回の依頼は四つの原料以外は使用不可。ごまかしはきかず、十勝産素材の味が試されるというハードルの高いものでした。

原材料に、小麦粉は本別町・前田農産の“きたほなみ”、中札内村・十勝野フロマージュの発酵バター、鹿追町・北養鶏場の赤卵、本別町で精製された十勝産の甜菜糖を選びました。試行錯誤の結果、四つの相性が良く、この上ない仕上がりに伊勢丹パイヤーからも「洋酒等の風味をつけなくても、素材勝負でここまでの味が出せる、シンプルな焼き菓子の素晴らしさを改めて感じました」との評価をいただくことができました。



広島三越1Fのコーナーレイアウト



十勝すふれカステラ

14cmほどの小ぶりのサイズの木箱に丁寧に包装して1,470円。素朴な焼き菓子としては高めかもしれませんが、「生産者の方々が丹精込めて作る素材だからこそ安く売りたいくない」、そんな思いを込めての価格設定でした。結果は、連日お昼頃には完売という盛況ぶり、十勝の素材のうまさに支えられた企画でした。

教科書にはない、素材を活かす作り方

先にご紹介した十勝すふれカステラ、十勝キャトルカール、クッキーも独学で編み出した作り方です。十勝産小麦粉の“きたほなみ”は、もともと麺用小麦で、一般的な薄力粉よりもややたんぱくが強く、中力粉に近いものです。一般的なスポンジケーキを作ると、フワっというよりモチリとした仕上がりになりますが、豊かな小麦の風味があります。だからこそバターケーキのような重いケーキには最適なのです。

クッキーも、そのまま焼くと外国産の薄力粉に比べて、ふくれ過ぎや形が崩れることがあります。そこで、生地を冷蔵庫で一晩寝かせたり、北海道産の米粉を混ぜて膨張を抑えたりと、作りたいクッキーに合わせて、配合や作り方を工夫しています。

牧場から分けていただく牛乳や生クリームも同じです。自然なままの不安定な牛乳だから使いにくいのではなく、それを個性と認めどうやったら使いやすくなるのか、そのうまさをどうしたら引き出せるのか、何度も試して答えを見つけ出すのです。

そうして向かい合うと、十勝産の素材は、個性も味わいも豊かな素晴らしい素材ということが分かります。教科書はないけれど、使って試して自分なりのレシピを作り上げれば、十勝産素材の最高のオリジナル商品が出来上がります。



菓音の十勝キャトルカール

これからの十勝に願うこと、思うこと

菓子工房は開業してまだ3年。創り上げた十勝素材のレシピはまだ数えるほどです。それでも十勝素材のうまさを引き出せる焼き菓子を、これからもこの地で発信していきたいと思います。同時に、十勝に原料の加工度を上げた食用素材ができることを強く願っています。

加工度を上げた食材の例を挙げると、十勝管内の製餡工場あんで小豆の煮汁を産業廃棄物として有料廃棄していたものを、粉末になるまで煮詰めて、赤飯の着色や風味づけをし、さらには小豆茶とし飲用できる素晴らしい粉末（小豆の素）が開発されました。また、ジャガイモやカボチャなどの野菜をフレーク状や粉末状にしたものも生まれ、実際にクッキーの着色料として使用しています。このように原料から加工度を上げて年中安定して使える素材が増えると、製菓業も食品製造業も商品の幅が広がります。原材料で出荷するだけでなく、少しでも加工度を上げたものを生み出すことで付加価値の高い商品が生まれるはずですよ。

もう一つ、十勝でモノづくりをする上で大切にしていることがあります。外から見た「あこがれの十勝像」を忘れないということ。十勝には、首都圏のような商業施設や便利さはない代わりに、今まで述べてきたような素晴らしい食材や田園風景、雄大な自然があります。そのような土地で暮らし、食を育む仕事へあこがれて、神戸から北海道へ移住してきた時の目線。十勝に暮らすことでその感動が日常化してしまわないように、いつも首都圏や関西圏からの目線「あこがれの十勝像」を忘れないようにすること、それが道外へこの十勝の魅力を伝える力になると思うのです。

これからも十勝から十勝メイドの商品が全国の価値の分かる人たちへと広がることを願い、菓音もその流れの一端を創っていきたいと思います。大きな工場でなくても、小さな工房発でもそれが可能だということを感じて。

十勝菓子工房 菓音

<http://www.kita-kanon.jp/>