

## こんにゃく食文化のグローバル化に挑戦する老舗こんにゃく製造会社

### 株式会社原田食品



原田 敏弘 社長  
(はらだ・としひろ)

#### ●会社概要

所在地：岩国市周東町上久原 1901 番地 1  
 本社：柳井市新市 2 番 32 号（登記上）  
 年商：534 百万円（2014 年 2 月期）  
 設立：1964 年 3 月  
 資本金：54,978 千円  
 従業員：32 名（2014 年 9 月末現在）  
 事業内容：こんにゃく、ところてん、海藻加工品、くずきり等の製造・販売  
 工場：岩国市周東町、中国江蘇省ミャンマー  
 URL：http://www.harada-foods.com

#### ●会社沿革

1924年	原田松助氏が柳井市でこんにゃくの製造販売を開始
1964年 3月	資本金200万円で(有)原田商店設立 原田嘉人氏が代表取締役役に就任
1988年 8月	(株)原田食品に組織変更
1996年11月	岩国市周東町に周東工場竣工
2001年 4月	原田敏弘氏が代表取締役役に就任
2005年 7月	中国江蘇省でこんにゃく生産を開始
2007年10月	中国江蘇省に中国工場竣工
2008年12月	ミャンマーでこんにゃく粉事業開始
2012年 6月	ラオス駐在員事務所開設
2014年 2月	公益財団法人やまぎん地域企業助成基金の助成企業に選定

#### ◎はじめに

日本の2014年上半期の農林水産物（加工食品を含む）の輸出は、前年同期に比べ10.3%増加し、年間輸出額は2年連続で過去最高を更新する勢いである（農林水産省調べ）。昨今の円安に加えて2020年の東京オリンピック開催決定や日本食ブームが追い風となった。なかでも、昨年12月にユネスコ無形文化遺産に登録された和食は、美味しさや見た目の美しさだけでなく、健康的な食事として世界的に注目されている。

そうした中、こんにゃくを健康食として世界に広めるため、海外市場の開拓を目指しているのが、本稿で紹介する(株)原田食品（柳井市）である。創業90年を数える老舗こんにゃく製造会社の海外展開の取り組みをレポートする。

#### ◎こんにゃくを極める

(株)原田食品の創業は1924年（大正13年）、現社長である原田敏弘氏の祖父が玖珂郡柳井町（現柳井市）でこんにゃくの製造販売を始めたことに遡る。現在は、実父からバトンを受けた敏弘氏が、3代目社長として経営を担っている。

原田敏弘氏は、大学を卒業後、中堅食品スーパー共同仕入れ機構（CGCジャパン）に就職し、若くして商品開発や海外商品の輸入を担当する。当時はバブル期真っ只中で、仕事は忙しかったが毎日が充実していた。ところが、家業は人手不足で、いくら募集をかけても人が集まらない。折しも父親が事故で負傷し、そろそろ帰ってこいということになった。やむなく帰郷し父親の経営する(株)原田食品に入社したのが1990年。前職での経験や人脈を生かしながら、入社後5年で売上を4倍、利益は10倍以上に伸ばし、1996年には周東工場を新設した。

しかし、その後はバブル崩壊の影響が深刻化し始め、デフレの影響で商品単価の引き下げに

拍車がかかり、仕事は増えても「利益なき繁忙」の状態に陥ってしまう。事態打開のため栗の販売や、糖尿病患者向け弁当宅配など新規事業に着手したが、思うようにいかず撤退を余儀なくされた。餅は餅屋、こんにゃく屋はこんにゃくを極めるしかないと思腹をくくった。

### ◎中国江蘇省でこんにゃくの製造を開始

そうこうしているうちに、中国でこんにゃくを製造する話が持ち上がる。しかしながら、原田社長の頭の中には様々な不安がよぎった。CGCジャパンで世話になった先輩がこんにゃくを扱う部門の責任者をしていたので、相談を持ちかけると、「お前がやるのなら買ってやるから、良いこんにゃくを作って持ってこい」と言ってくれた。価格や条件などの話は一切なく、自分という人間だけを信じてくれた。

そして2005年、中国江蘇省で手巻き糸こんにゃくの製造を開始する。現地工場立ち上げのため山口県内の大学から中国語に堪能なマレーシア人留学生を採用。現地企業と「合作」という形態で事業を始めた。設備と技術は原田食品が提供し、日本向けのこんにゃくは全て原田食品が買い取るという内容が契約で決められた。先行業者が既に存在していたので、同社では原料のこんにゃく芋を

有機栽培することで差別化を図った。やがては農林水産省から有機JAS認定を受ける、中国でのこんにゃく作りがスタートした。

当初はなかなか思うようなこんにゃくができなかった。何度もやめようと思ったが先輩の一言があるので簡単にやめるわけにはいかない。悩んで、悩んで、悩みぬいた末、3年目にしようやく軌道に乗ってきた。今や中国で製造する糸こんにゃくは、同社の主力商品のひとつに数えられるまでになった。現地工場から日本向けは勿論のこと、中国国内、アメリカ、ヨーロッパ、台湾、ロシアなどへ向けて販売している。国内のデフレの加速、需要の不振を打開すべく決断した中国進出が、その後の同社の経営戦略を左右する大きなきっかけとなった。

### ◎こんにゃく粉はミャンマーで製造、ラオスでこんにゃく芋の試験栽培に着手

中国工場稼働当時、原料であるこんにゃく粉の品質が安定しないために問題が多発した。原田社長は高品質な原料の安定調達が重要と考え、内陸部のこんにゃく芋産地や原料工場に赴く。そして中国雲南省を訪れた時、ミャンマー産のこんにゃく芋に出会った。品質が良く、しかも安い。ミャンマー産のこんにゃく芋を使



▲中国工場での製造風景



▲ミャンマーのこんにゃく芋

えば、製造コストを抑えることができるのではないか。実際にミャンマーへ行ってみると、こんにゃく芋がたくさん自生している。

折しも2007年、LDC<sup>1</sup>（後発開発途上国）特惠関税が適用開始され、ミャンマーのこんにゃく粉を日本へ輸入する場合の関税が無税になった。日本へ輸入すればメリットは大きい。そこで2008年に、ミャンマーでこんにゃく粉の製造技術の指導を行い、協力工場で栽培から乾燥、精粉、アルコール精製までの原料一貫生産を開始した。また2012年には、同じくLDC特惠関税が適用されるラオスに駐在員事務所を開設。現在、こんにゃく粉生産を目指して試験栽培を行っている。安定的な原料調達が実現すると同時に、途上国の経済発展にも大きく寄与することができる。

### ◎こんにゃくの新たな用途開発へ

こんにゃくは、こんにゃく芋というサトイモ科の植物の球茎から作られる加工食品。その作り方は、こんにゃく粉から作る一般的な方法と、こんにゃく芋を生のまま使う方法がある。つまり、生芋を原料としたものが生芋こんにゃくで、こんにゃく粉を原料としたものが通常のこんにゃくである。成分は96～97%が水分で、残りがグルコマンナンという水溶性食物繊維。グルコマンナンは多糖類の一種で人間の消化管ではほとんど消化されず、カロリーも極めて低いという特長を持つ。

日本ではおでんや煮物などに欠かせない一般的な食材だが、こんにゃく芋の原産地といわれるインドシナ半島の国々でさえ、食用としての風習はそれほど根付いていない。食文化の異なる海外で市場を広げるには、新商品や用途の開発が重要となってくる。

ところで、ミャンマーで調達したこんにゃく粉は自社製品の原料にも使うが、大半を他社に販売

した。外販することで初めて、こんにゃく粉は、こんにゃくの製造だけに使われるのではないことが分かってきた。ペットフードに混ぜたり、ソーセージや食肉加工品の結着剤あるいは食感改良剤として、幅広く使われている。そこで同社が目を付けたのがこんにゃく粉の用途開発である。

### ◎こんにゃく粉から生まれた新商品「マジック・マンナンペースト」

単にこんにゃく粉を販売するだけではなく、付加価値を付けることはできないか。3年前に開発に着手し、試行錯誤の末に生まれたのが食品加工材「マジック・マンナンペースト」である。

「マジック・マンナンペースト」は、こんにゃく粉に水や凝固剤などを混ぜ合わせた保水性が非常に高いペースト状のこんにゃく。超低カロリー（6kcal/100g）でカロリーコントロールに適している。冷温状態ではゾル（ペースト）状で、ほかの食材や調味料と混ぜることができ、加熱するとゲル（固形）化し、冷めると徐々にゾル状に戻る。また、無味無臭に近い



▲マジック・マンナンペースト

<sup>1</sup> Least Developed Country

め食材そのものの風味を損なうことがない。ハンバーグや肉団子などの食材に混ぜて加熱するだけで、カロリーカットの料理ができあがる。

昨年5月には、一般社団法人中国地域ニュービジネス協議会が主催する第21回(平成24年度)中国地域ニュービジネス大賞で奨励賞を受賞した。現在、国際特許出願申請中で、ライセンス供与により海外での現地生産を行う形で「マジック・マンナンペースト」を普及させていく計画を立てている。

### ◎こんにゃくを健康食として世界に広める

日本食ブームの恩恵は知名度の高い寿司や天ぷらなどに限定されており、残念ながらこんにゃく製品の認知度は、海外では決して高くない。しかしながら、超低カロリーで食物繊維が豊富というこんにゃくの特徴は、日本食＝健康食というイメージに合致している。アメリカ発の寿司ブームも、アメリカ人が健康志向になり、ヘルシーな食生活に関心が高まったことが始まりであり、こんにゃくも海外市場で受け入れられる可能性を十分秘めている。

同社は2006年から、アメリカやイギリスなどにこんにゃくを輸出してきた。国内のこんにゃく消費の減少が進む中、こんにゃくの特性を生かした新たな商品や用途の開発を進め、製品だけでなく原料も含めた海外市場での販路の拡大と需要の増加を目指している。用途については、食品メーカーやレストラン等とコラボレーションを図り、開発を進めて行く方針である。まずは病院食や医療食などの分野を強化し国内での実績を作り足元を固めたうえで、海外での販路を広げるツールとする。ターゲットは、肥満人口が多いアメリカをはじめとして、中東、ヨーロッパなどの国々を予定している。

原田社長は、グルコマンナンの研究や「マジック

・マンナンペースト」等の用途開発を進め、人類、社会の健康で豊かな食生活に貢献することが自社のミッション（使命）であると考えている。世界中で糖尿病患者が増え続ける中、同社のこんにゃく製品がこうした病気の予防や治療に役立つようになる。確かに、大変夢のある仕事である。

### ◎おわりに

原田社長が同社に入社して間もなく、バブルが崩壊しデフレの影響で販売単価がどんどん下がっていった。その打開策として目を向けたのが中国進出。地方の中小製造業にとっては大きな決断であったが、何とか軌道に乗せることができた。生半可な苦勞ではなかっただろう。しかし、「天は自ら助くる者を助く」。一途に努力する者には天の助けがあり、幸運がもたらされる。原田社長の好きな言葉である。

学生時代には弓道で鳴らした原田社長。一見おだやかな風貌だが、標的を見定める鋭い目を持ち、困難に屈しない強い精神力がある。さらなる成長に向けて、次はどんな矢が射られるのか楽しみに見守っていきたい。

(松本 敏明)



▲水と磁場にこだわった周東工場