

コロナ禍における地域振興を目指した 酒粕プロジェクト支援

花酵母（プリンセスミチコ）と阿見町産米（ミルキークイーン）を
コラボした純米吟醸酒の酒粕を活かした商品開発を担う女性起業者の活動支援

農産加工・直売活動相談所 本橋 修二



■茨城県阿見町での酒粕プロジェクト開始の背景

阿見町（以下、町）には、米、スイカやグリーンメロン、レンコン、そば、ヤーコン等の品質の高い農産物が生産されています。地元の評価も高く県内外で販売されています。

町（農業振興課・商工観光課）では、新型コロナウイルスの影響で逼迫する飲食店等の支援と地域活性化に向けて、令和3年度から、「霧筑波」で知られるつくば市の浦里酒造店と花酵母（プリンセスミチコ）を持つ東京農業大学と連携して、町内産の米（ミルキークイーン）とプリンセスミチコをコラボさせた純米吟醸酒の開発に取り組んできました。純米吟醸酒は町内飲食店にて無償で振舞ったところ、購入や販売を望む等の声が多く寄せられたことから、醸造を担う「浦里酒造」、販売支援を担う町内事業者、JA 水郷つくば、総合サポートを担う東京農業大学、観光協会、町等の産学官一体となった「地酒開発プロジェクトチームを」立上げ、地酒「桜翔」の一般販売に取り組んでいます。地酒は町の木「桜」と町に伝わる昔話「姫塚」をモチーフに、戦国武将画の巨匠、諏訪原寛幸氏がデザインしたラベルにしました。また、町では、「新商品開発事業」を活かし、「地酒開発プロジェクトチーム」の活動に併せて、純米吟醸酒「桜翔」の副産物である「酒粕」を活用した新商品開発に向けて、令和3年11月8日に、町内の女性起業者と民間企業、町等と連携した「酒粕プロジェクトチーム」を立ち上げ、地域活性化につながる新商品開発活動を進めています。町内では農業者で女性起業者の他、6事業者が「酒粕」を活用した新商品開発に取り組んでいます。

私は双方のプロジェクトチーム参画し、活動の展

開段階に合わせた助言・支援を進めています。特に、「酒粕プロジェクトチーム」には、農の機能発揮支援アドバイザーとして継続した助言・支援を進めています。これまでの取り組みについて、以下で紹介します。

■酒粕プロジェクトチーム支援について

「酒粕プロジェクトチーム」は、町内農産物を原料とした加工品の製造販売に取り組む農村女性起業家3名、民間食品企業の食育サポート専門家1名、町（産業建設部長、農業振興課3名、商工観光課1名）、アドバイザーである私の10名で構成しました。この「酒粕プロジェクトチーム」の立ち上げにあたり、町の担当者とは、「酒粕プロジェクトチーム」の活動方針と令和3年度の目標設定について意見交換しました。内容としては、①年度内に酒粕と米糀加工品を開発すること、②そのために、すでに営業許可を取得して加工品の製造販売に取り組んでいる女性起業者の協力を得ること、③女性起業者による酒粕加工品の開発については、現在の加工経営にムリなく、作業オペレーションが複雑にならないよう取



写真1 検討会議の様子

り組んで頂くこと、④そのため、加工品開発は1品でも2品でも良いこととする、⑤女性起業者の経験と技術を活かしたオリジナルな加工品とすること、⑥商品化にあたっては専門機関等の協力を得ること等について検討すると共に、町が商品開発の試作や販売等の支援、また、「酒粕プロジェクトチーム」の活動をPRすること等で、それらについて検討し、会議を進めることとしました。

■「酒粕プロジェクトチーム」会議について

・第1回目（令和3年12月21日）

今年度内に、酒粕・米糀を活かした加工品を開発することから、女性起業者3名には事前に加工品開発のヒントとなる板粕とバラ粕を使った酒粕加工品レシピを提供しました。それを参考に、女性起業者3名は独自のアイデアを加えた加工品（ビスコッティ・クラッカー・シフォンケーキ・チョコケーキ・バターケーキ・マフィン・甘酒を活かしたスムージー等）を紹介し、試食の結果、商品化に取り組むこととしました。このため、今後の商品化にあたり酒粕のアルコール度数や栄養的な特徴、保存方法、多様な活用方法等について理解を深めるよう助言しました。また、開発された加工品のブラッシュアップはもとより、包装資材と品質保持剤の選定、ネーミングやパッケージデザイン、価格設定、期限設定に向けた微生物検査等についても検討するよう助言しました。さらに、令和3年6月1日から食品衛生法の一部改正に伴う「営業許可・営業届出」と「HACCPの考え方を取り入れた衛生管理」の取り組みについても助言しました。そして、町には、酒粕や米糀が計画的に入手できるよう計画立てして頂くこととしました。

・第2回目（令和4年1月31日）

2回目の会議は、女性起業者3名がからブラッシュアップした加工品が紹介され、求評と商品化に向けた検討を進めました。特に、今回は町長の出席が得られることとなり、女性起業者3名の取り組みと加工品の紹介からスタートしました。

一人目のYuさんは、ハウスでトマトを栽培する農家で、飲食店営業と菓子製造業を取得して、主に

キッチンカーで多様な地域で営業活動に取り組んでいます。今回は、ブラッシュアップした酒粕と地元産イチゴ・サツマイモをコラボさせた甘酒スムージーの紹介、開発コンセプトと開発経過等の説明後、試飲、官能検査を行いました。その結果、参加者全員から食味・色合い・香り・のど越し・地域農産物とのコラボ等の面で高評価が得られ、次の商品化の手順に向けた検討を進めました。特に、食品表示、ネーミング、包装容器の選定、冷蔵や冷凍での販売、理化学検査の実施と期限設定、価格設定、年間を通じてスムージーが楽しめるよう阿見産農産物とのコラボ商品の開発について助言しました。

二人目のUさんは、野菜等を栽培する農家で、茨城県を退職後に加工施設を整備して、菓子製造業・惣菜製造業・漬物製造業を取得して多様な加工品を製造し、地元の農産物直売所と東京の直売所等で販売活動に取り組んでいます。今回も独自のアイデア加えた酒粕シフォンケーキ、クラッカー、ビスコッティの紹介がありました。加工品開発のコンセプトと想定する利用シーン、3品ごとのターゲットिंग、ネーミングや包装デザイン等の紹介がありました。3品とも参加者からは食味・食感・見た目・形状・色合いが良いといった高い評価が得られました。Yuさんと同様に、商品化に取り組むこととなったため、商品化手順・微生物検査・包装容器・品質保持剤の選定・アレルギー表示等次の検討事項について助言しました。特に、酒粕シフォンケーキは、阿見町に新たに建設された大相撲の二所ノ関部屋の二所ノ関親方（前横綱稀勢の里）からも高い評価を受けていたとのこと。こうした物語も商品化に活かせないだろうか等について意見交換しました。



写真2 コラボ商品の開発

三人目のY〇さんは、野菜栽培に取り組む農家で、菓子加工品の製造販売に取り組むため、昨年度加工施設を整備して、菓子製造業を取得しました。Y〇さんはパティシエの経験があり、その技術を活かした酒粕生チョコ・酒粕テリーヌ・酒粕バター等の紹介がありました。3品とも出席者からは、食味・食感・形状等の他、酒粕とのバランスが良いとの高い評価が得られ、商品化を進めることとなりました。



写真3 Y〇さん考案の加工品

ほかの二人と共に商品化に向けて、前述の助言に加えて包装資材と品質保持剤の選定・価格設定・販路開拓と販売方法について助言しました。

こうした検討の後、今後の販促活動に活かせる製品説明書の作成について様式を示し、作成のポイント等について助言しました。また、期限設定等に向けた微生物検査についても、加工技術が確立できた上で専門機関に依頼し、その結果を踏まえ科学的根拠を持って期限設定するよう助言しました。

この他、酒粕の利用拡大に向けて農村女性起業者のみならず、阿見町内に利用開発を進める人材の育成や飲食店等の掘り起こしが必要であることについても検討してきました。

農業振興課担当の活動により、新たに、菓子店1店と飲食店2店、食品製造販売業2店が参加することとなり、こうした対象にも、農業振興課・商工観光課と連携して支援することとしました。

・第3回目（令和4年3月9日）

3回目の会議は、加工品の微生物検査結果の確認と商品化に向けた期限設定、食品表示法に基づく表示、ネーミング、HACCPの考え方を取り入れた衛生

管理の取り組み等について検討しました。

検討のスタートは加工品の品質の良さはもとより、関連法規の遵守等目的に沿った取り組みとなるよう、女性起業者が開発した加工品の商品化に向けた期限設定と製品説明書作成等について検討しました。期限設定は微生物の検査結果を踏まえた期限設定についての考え方を説明し、期限設定の判断について助言しました。また、販路開拓に活かす製品説明書にはこうした点とこれまで検討してきた容器包装・製品の特性・製品の自社規格・賞味期限等を記入することを助言しました。現在は加工品のさらなるブラッシュアップに取り組んでいるところであり、加工技術等が確立できた時点で作成することとしました。

このほかに、商品の特性と形状等に合わせた包装資材と品質保持剤の選定では、焼き菓子和生洋菓子、スムージー等の商品毎に検討し、包装資材と品質保持剤の選定について検討しました。なお、スムージーはPETやガラス瓶仕様、焼き菓子はPEやOPP等のポリフィルム包材と乾燥剤封入仕様、また、生洋菓子のPE資材と紙箱仕様、品質保持剤としてアルコール発生剤の封入仕様等について助言しました。食品表示法に基づく食品表示・栄養成分表示・アレルギー表示等について検討し、栄養成分表示については、民間食品企業の食育サポート専門家の指導助言を得て作成しました。食品表示とアレルギー表示については加工技術が確立した後に作成することとしました。ネーミングについては女性起業者の思いを解りやすく伝えることと音感が良く覚えやすいネーミングを設定することを助言しました。

販売については、地元の農産物直売所から販売をスタートすると共に、Y〇さんが取り組んでいるキッチンカーでの販売に委託することとしました。その



写真4 スムージー容器の検討

後、町内のレストラン等での販売、あみアウトレットでの販売等を検討しました。また、昨年の6月1日から義務化された HACCP システムの取り組みについても、これまでの HACCP の考え方を取り入れた衛生管理の取り組みを確認しました。

こうした取り組みを経て商品化の見通しが立ちましたが、次年度にさらに幅広い年代層や他地域での官能検査等を進め、さらなるブラッシュアップとアイデアのヒントを探ることとしました。

・第4回目（令和4年6月13日）

令和3年度は、女性起業家3名の技術や経験を活かした酒粕の加工品開発、商品化に向けた包装資材の選定、微生物検査と期限設定等への指導支援の他、食品衛生法の改正に伴う衛生管理の取り組みや食品表示等について助言してきました。

令和4年度の課題は、テストマーケティングを通じた加工品のブラッシュアップ、包装デザインの確立、販路開拓、「酒粕プロジェクトチーム」の広報宣伝等について支援することとなりました。

Yuさんは、自家農産物を活かしたスムージーやスープ等をキッチンカーで販売していることはすでに記述しましたが、自宅にバラ園を整備し、5月にはバラ園を活かしたオープンガーデンマルシェを開催しています。この機会を活かして開催期間中にテストマーケティングを実施し、来訪者に対する商品テストを行うよう助言しました。商品テストは官能検査の5段階評価法とホームユーステスト法です。今回はこの結果を持ち寄り、ブラッシュアップ等に向けた検討を進め、改善点等について助言しました。

Yuさんの甘酒スムージーは、阿見町内農産物とコラボさせており、味・食感等良いとの評価が得られ

ました。今後はコラボさせる農産物等の配合割合を検討することを助言しました。

一方で、Yoさんは、酒粕のほか酒を加えた洋菓子であることから試食提供できなかったが、ホームユーステストとしアルコールが入っていることの説明について課題が残ったとのこと。さらに、Uさんは3種の焼き菓子を提供したところ、好評を得た一方で、食感が硬いと評価された菓子があり、評価の良いものを商品化する計画としました。食感が硬いと評価とされた焼き菓子は、今後、加工技術を改良することを助言しました。また、商品力を高める包装デザインの確立について提案するとともに、ブランド化の筋道づくりにつなげることを助言しました。併せて、今後も新商品づくりを継続していくこと等の意義について助言しました。また、今回は包装デザインの案について農業振興課から説明がありました。さらに、商工観光課には、包装デザインの専門家がいることから、今後、専門家の協力を得てラベル等を含め包装デザイン全体について検討して頂くこととなりました。6月18日には、鹿島スタジアムで阿見町の商品を販売する計画があり、この機会を利用して再度テストマーケティングに取り組むよう助言しました。また、商工観光課では、コロナの状況を踏まえつつ、予科練平和祈念館でのまい・あみ・マルシェやあみプレミアム・アウトレットでの（仮）まい・あみ・プチ物産展等の開催計画について説明がありました。農業振興課にこの際には、酒粕プロジェクトのねらいや取り組み等をポスターやチラシ等でPRするよう提案しました。これらのイベント開催はコロナ感染拡大の状況により判断されるということです。

今回は、昨年度の成果を評価し、今年度さらに商品力を高める計画作成について検討でき、令和4年度の役割分担が計画できました。農業振興課では試作による加工品のブラッシュアップやテストマーケティングへの支援、商工観光課では包装デザインづくりへの支援と各種イベントの開催計画と参加促進、民間食品企業の食育サポート専門家は食品表示や加工技術等、アドバイザーは、商品開発技術支援、加工品製造の衛生管理（HACCP 含む）、販路開拓等を



写真5 商品テストのようす

支援することとしました。

■おわりに

紙面をいただいて簡単に私の専門家としての土台となる支援コンセプトを紹介させていただきます。

自然環境と歴史等の観光資源、そして、地域農業の振興とを結びつけ、農村と都市とのふれあい交流を深める活動を展開するために、(図1)のように、人・機関・組織等がそれぞれの機能を発揮した活動を進める地域活性化連携システムを構築することか

図1 知恵くらべ時代の地域づくり展開の視点

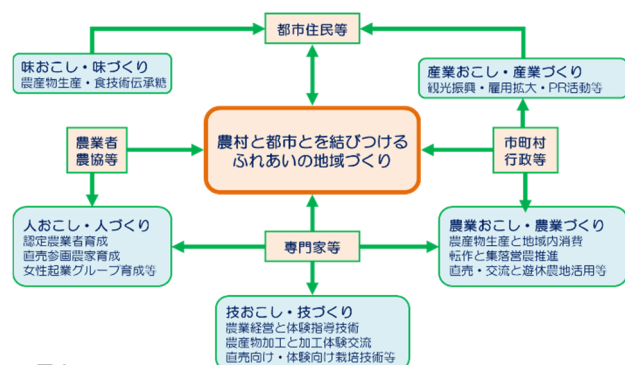
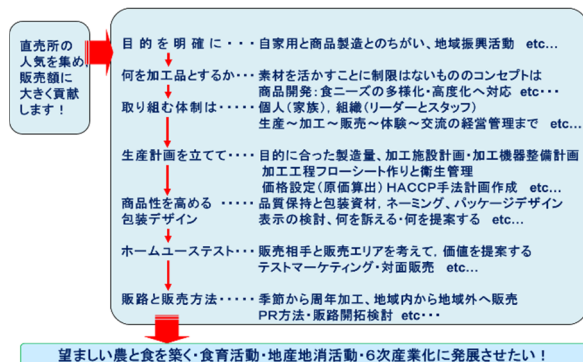


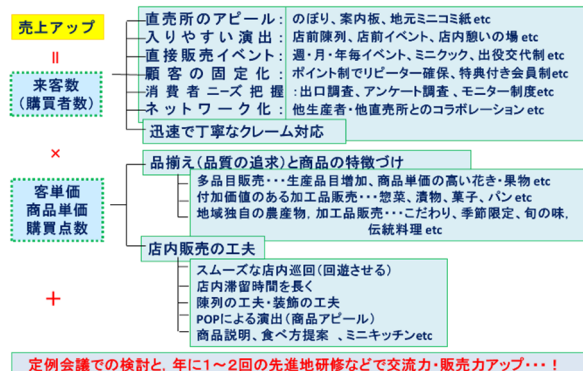
図2

農の6次産業化に向けた加工活動は計画的に・・・！ (農産加工品商品化の視点)



望ましい農と食を築く・食育活動・地産地消活動・6次産業化に発展させたい！

図3 直売経営のポイント、しっかり準備・・・！



らのスタートが重要と考えています。抱えず・孤立せずそれぞれが役割分担し、機能を発揮することが必要です。こうしたコンセプトをベースに、例えば、(図2)のような農産加工を取り入れた農の6次産業化や、(図3)のように農業者自らが消費者と触れ合う農産物直売所の整備と運営支援にあたってきました。また、食品衛生法の一部改正に伴い、令和3年6月1日から義務された(図4)のようなHACCPに沿った衛生管理の取り組みを支援しています。HACCPに沿った衛生管理については新規就農者や女性起業家、高齢者グループ、6次産業化事業者等の1次産業者にとどまらず、2次産業者、3次産業者にまで対応しています。2次産業者や3次産業者まで相談に対応すると1次産業者の強みと弱みが見えてきます。こうした支援活動を通じて、(図5)のような関係を築いていきたいと考えています。

以上です。ご一読いただきましてありがとうございました。

図4

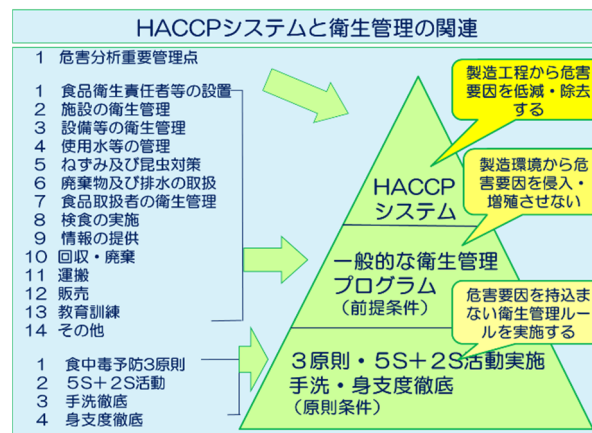


図5

交流を進め、アグリビジネスを継続していくために

