

地域の食の世界遺産「本場の本物」をめぐる

①



信州の風土が隠し味「経木納豆」

製造者…有限会社村田商店（長野市）

竹 下 大 学

Takehita Daigaku
（一般財団法人食品産業センター）

工場の所在地

おだやかな「匂い」だけ。
わざわざ長野県産のアカマツ製経木を用いるという、生産効率重視の時代に逆行するような手作り納豆。経営判断により父の代で終売にした経木納豆が、再び村田商店の看板商品になるまでの復活秘話にせまる。

村田商店の工場は、善光寺とは反対側の長野駅東口から歩いて10分も

かからない住宅街の一角にある。経木納豆復活の舞台が、直売所と自宅が併設されたこの工場だとは、にわかには信じられない。柔和な笑顔で出迎えてくださった村田滋社長の若々しさと綺麗に区画整理された周

「本場の本物」とは？

その土地土地において伝統的に培われた「本場」の製法で、地域特有の食材などの厳選原料を用いて「本物」の味を作り続ける。そんな製造者の原料と製法へのこだわりの証となる、地域食品ブランドの表示基準。

日本各地の豊かな食文化を守り育てるために設けられた「本場の本物」は、一般財団法人食品産業センターが認定している。

（一財）食品産業センター認定



厳選原料・伝統の味
www.honbamon.jp

「本場の本物」マーク

なおいに対する感じ方は人それぞれ。同じ「におい」でも、人によって「匂い」にもなれば「臭い」にもなる。これが納豆の場合には、たとえ大の納豆好きであっても「このにおいがいい」という言葉には、自ら「臭い」を当てているに違いない。



写真1 安曇野大粒納豆（80g）
使用品種はナカセンナリ
希望小売価格：160円（税別）



写真2 古今納豆小粒（80g）
使用品種はスズロマン
希望小売価格：180円（税別）

囲の環境に、私は戸惑いを覚えた。経木という単語から、勝手に古びた田舎町を想像してしまっていたからだ。

経木とは

食品で用いられる経木は、材木を紙のように薄く削って作られる。木製の包装資材であるため、吸水・調湿作用があるうえ、環境にやさしい。かつては魚や菓子の包装によく使われたほか、おにぎりを包むのにも大活躍していた。

その経木が役目を追われたのは、1958年に発売された家庭用アルミホイルによってであった。

経木納豆にける思い

出発点

「いまは機械化すれば、誰でもどこでも平均的な及第点の納豆は作れるんです」と村田さん。

「家業を継いで20年、自分なりに美味しい納豆づくりに力を注いできて、安定して品質のよい商品を作れるようにはなっていました。ただ、だからどうなんだと、なんだか気持ち的にしっくりこなかったんです。海外産や北海道産の大豆を使っている限り、いつまでたっても長野県を代表する商品にはなれないんじゃないかと。『長野らしさとは何か?』

この問いが経木納豆づくりの出発点でした」

納豆の原材料は大豆と納豆菌だけである。味付けの必要もない極めてシンプルな加工食品だ。必然的にまずは長野県産の大豆に目が向く。ところが、当時は県産大豆を使っている納豆メーカーは1社も存在しなかった。国産を謳おうとすれば北海道産、低価格を売りにしようとすれば海外産を使用するしかない。

全国ブランドの水戸納豆と差別化しようにも、このままでは何もやりようがない。

「納豆製造に向く大豆が県内にもあるのではないかと」

ずっと原料にこだわり続けてきた村田さんの意識は、この時初めて地元に向いた。

「県産大豆を使っている豆腐屋さんに頼んで、片っ端から大豆を分けてもらいました。それらを使って納豆にしてみても試食しての繰り返しです。確かによりおいしい納豆にできる大豆はあったんです。それが松本の濱農場さんが生産するナカセンナリです。けれども消費者に味の違いが分かるレベルまでにはどうやって

も達しませんでした」

数限りない試行錯誤を経てこの結果。追いつめられた村田さんが、県産大豆の良さをもっと引き出す方法はないのかと辿り着いたのが、父の代で利益が出ないとやめてしまった経木納豆だったのである。

経木の凄さ

経営判断で一度は完全否定した経木納豆に、村田さんはどうして再び目を向けられたのだろうか。

「本質を見極めれば、経木納豆はとも理にかなっているんです」

村田さんの声のトーンが上がった。

村田商店の経木納豆のお客様は、約6割が生活クラブ（生協の食品宅配）の組合員さんで、約4割がリピーターだという。そしてリピーターのお客様は、経木納豆以外の納豆は食べられない方が大多数を占めているのだそうだ。そこまでさせてしまおうという経木納豆のうまさを想像しようにも、納豆好きの私ですら見当がつかない。

一番の違いはにおいにあった。発泡ポリスチレン容器入りのものはどうしてもアンモニア臭がするのに対し、通気性に優れる経木ではこれが



写真3 直売所



写真4 村田滋社長

しない。したがって、納豆本来の香りを楽しめるようになる。経木納豆しか食べない人がいるのも納得だ。

「いざ経木納豆の製造を再開しようにも簡単にはいきませんでした。室（むろ）が昔とは変わってしまったからです。現代の設備を使って作ろうと、経験豊富な父母と親子3人で通常製造の間を縫って数えきれないほど試作をしました。その結果、丸1年かかって、ようやく誰でも違いが分かる1ランク上の味を出せるようになったんです」

経木に包む工程はすべて手作業だ。自動充填機で詰めるパック容器と比較して、同じ量を製造しようとするに4倍強の時間がかかる。それでもついに納豆に長野を代表する食品になる可能性を見いだした村田さんに、経木納豆の商品化を迷う理由はなかった。

納豆づくりの奥深さ

納豆の容器

日本人が納豆を年中食べるようになったのは、江戸時代中期以降である。当時は冬の食べ物であり、ザルで量り売りされていた。藁で包まれ

た形態で流通するようになったのは、明治時代。それが大正時代に経木で包まれた納豆に変わった。そして昭和30年代に発砲スチロール容器が登場し、現在に至る。

そもそも納豆はとても珍しい発酵食品である。それは包装容器が発酵容器を兼ねている点にある。味噌、醤油、酒、ヨーグルト。いずれも発酵容器から包装容器に詰め直して流通する。

基本的に村田商店の納豆づくりは手作業が中心だ。したがって、工場であるにもかかわらず、機械音がほとんどしない。

「乾燥しにくい発泡ポリ容器は、たしかに作りやすいんです。逆に乾きやすい経木は湿度コントロールが難しく。でも発泡ポリ容器を使っているのは、絶対にあの味は出せません」

製造工程

納豆の製造工程は大きく分けて、次の4段階である（図1）。

これを見てもわかるように極めてシンプルだ。人が主体的に関わるのは蒸煮工程のみだといってよい。基本的に残りの条件設定はすべて機械制御によって行われる。

誰でも平均点の納豆は作れるという、村田さんの冒頭のコメント通りなのがある。

味へのこだわり

納豆においては、味にこだわり高みを目指すのがいかに難しいかを理解したところで、村田商店ならではのおいしさのこだわりについて尋ねてみた。

はたして村田さんの回答は、「糸引き」と「食感」の2つであった。

設定条件

選別強度、洗浄強度

吸水温度、吸水時間

圧力、蒸煮時間

接種温度、発酵温度、発酵時間、熟成温度、熟成時間

原料調整：大豆を選別し洗浄する

浸漬：大豆を吸水させる

蒸煮：大豆を煮る

発酵：煮豆に納豆菌を噴霧し、容器に充填し、発酵させる

図1



写真6 充填作業の前に折り量んでおいた経木



写真5 圧力釜で浸漬した大豆

糸引きがよいとは、高発酵で弾力があったしっとりしており、混ぜれば飴色で透き通ってどっしりとした糸になる状態。食感がよいとは、弾力



写真8 納豆菌噴霧後の煮豆2

はやわらかいけどふっくらしていて、歯がすっと入っていく加減、だそうだ。
特に食感については一口食べるだけでは駄目で、必ず1パック食べ切る決まりにしているという。これは食事中的あごの疲れ具合を気にして



写真7 納豆菌噴霧後の煮豆1

いるためだ。
もちろん硬さの他にも、うま味や香り、外観も重要な評価項目となっている。
私も自宅に戻ってから頂いた村田商店のパック入り納豆と普段食べている銘柄とを食べ比べてみたが、たしかにぬれ甘納豆でいえば高級品と安物の差ぐらいの違いの食感の差を確認することができた。

技能伝承の進め方

村田商店における人材育成の基本姿勢は、「平均点を最低ラインにおいて考えられること」だ。一人前になるまで目安は約3年間。村田さんは従業員とともに毎月、他社のおいしい商品も交えてブラインドテストをしながら、味の確認とともに技能伝承を進めている。

「自分の好みは無視できないけれども、自分たち共通のものさしを持つるようにしてきました。納豆は味付けを一切しないだけに、テイティングの表現が限られています。その中でどれだけの確かな表現を見つけ、やり取りできるようになるかが、自

分たちのレベルアップの証拠だという考えですね。たとえば『弾力感』という言葉を見つけるまでも、相当な時間を要しています」



写真9 手詰め作業1



写真10 手詰め作業2



写真11 経木納豆だけは保湿のためにビニールで覆って室に搬入する

たれや醤油抜き納豆の味を思い起こしてみれば、この作業の難しさだけは誰にでも想像できよう。
「納豆は味の違いを数値で表せない



写真12 ビニールに開ける穴の大きさと間隔にノウハウが詰まっている

ため、良しあしの白黒をつけられませんが。白から薄いグレーの差、消費者にはまず分からない部分でいつも悩んでいます」

この発言の時ばかりは、村田さんから経営者のオーラが感じられなくなった。

本場の本物の認証に 取り組んだ理由

村田さんは1998年から、自らの勉強の場を求めて全国組織「良い食品づくりの会」に加入していた。そこで納豆以外の様々な食品メーカーから学ぶ必要性を痛感したそう。「独りでやっているとどうしても楽な道に進みがちになりますし、気づいたらぬるま湯に浸っていたなんてことがないようにね。香川の豆腐メ



写真13 発泡ポリスチレン容器
で発酵中の納豆

ーカー社長に言われた『食卓の上のすべてが学びの対象』のひと言でアテナが立ったんです。正直言ってそれまでの私は、お客様からご指摘を頂かないレベルの品質であればそれでよいと思っていましたから。「本場の本物」の認定に取り組む決意をしたのは、事業規模の大小にかかわらず切磋琢磨していくという理念に共鳴できたことと、歴史的背景から地域性や独自性を再認識したうえで、さらなるものづくりの高みを目指したいと考えたからだという。

今後に向けて

長野産経木の確保

「経木納豆の欠点はひとつだけです。それは食べる時に器を使わなければいけないこと。ここだけは発泡

スチロール容器に勝てません。でも家庭ゴミという観点で見れば、自然に返る経木の方が優れているのは明らかです」と村田さん。

ちょうど濱農場と契約することで県産大豆の調達に目途をつけた直後の

こと、この決断をためらわせるかのように別の問題がふりかかる。肝心の長野産経木の調達が見通せない状況だったのである。

そもそも経木生産者は全国に10社もない。県内では山岸経木店ただひとつ。山岸経木店には後継者がおらず、いつ製造が途絶えるかわからない。長野ブランドを前面に押し出した経木納豆を看板商品に据え続けた村田商店にとっては、死活問題である。

目下最大の課題は、県内で経木の生産が続くようにすることなのだという。

そんな村田さんが繋いだ縁で、県内で新たな経木メーカーが生まれようとしている。伊那市の木工会社「やまとわ」が、山田経木店から機械を1台譲り受け、2020年中の商品化に向けて開発を進めているのだ。これとて、たまたま新聞でやまとわの記事を見た村田さんが、伊那はアカマツの産地だしひょっとしたら可能性があるかも、とすぐに足を運んだことに端を発している。

開田高原納豆

「経木納豆ではありませんけれども」

と、村田さんが見せてくれたのは、普通のパック容器の限定商品「開田高原納豆」である。

「この商品には密かに期待しているんです。木曽御嶽山の麓、標高1100m開田高原産の大豆を使っています。品種はシュウレイ。県の野菜花き試験場が作った新品種で、うちでは2018年に商品化しました。結構成績がよいんですよ」と、村田さんはこの日一番うれしそうな表情を見せた。

シュウレイといえば、本来納豆にはあまり向かない品種だったはず。ひょっとしたら、すでに理想とする長野納豆の手掛かりを見つけているのかもしれない。



写真14 開田高原納豆 (40g×3)
使用品種はシュウレイ
希望小売価格：160円 (税別)