

三重県漬物協同組合（三重県）

社団法人中部開発センター

客員研究員 坂口香代子

「伊勢たくあん」をご存知だろうか？実は、昭和30年代、三重県は全国一のたくあんの生産県であった。それが、食生活の洋風化に伴う嗜好の変化などによって、昭和40年をピークに一気に生産量は減少。以来、三重の漬物産業は、伝統を継承しながらも、長らく厳しい道を歩んできた。しかし2006年に、三重県漬物協同組合が伊勢たくあんに地域ブランド^(※1)として商標登録を申請したところから、新たな、大きな一歩が踏み出された。その取り組みを紹介したい。

「伊勢たくあん」をシンボルに 漬物を21世紀に求められる豊かな食材へ



【写真1】伊勢たくあん（右上）の原料である御園大根を乾燥させる「ハサ掛け」の風景。近年、その数は少なくなったものの、伊勢の冬の風物詩として、生き続けている。

〔注1〕これまで非常に厳しかった「地域名と商品・サービス名」が結びついた商品の商標権の登録要件を緩和し、地域の活性化などに役立てようという新しい制度が2006年4月1日の商標法改正によりスタート。伊勢たくあんは、2007年6月に地域ブランドとして認定された。

1. 「伊勢たくあん」とは

伊勢神宮の荘園で生まれた

「御園大根」を原料に

「たくあん」は、「たくわん」「しんこ」「こうこ」などとも呼ばれ、大根を主に糠と塩で漬けた漬物のこと。一説には、この種の漬物は長期の貯蔵に耐えることから「たくわえづけ」と呼ばれていたのを、江戸時代に江戸品川の東海寺を創建した沢庵和尚が広めたことから、その名がついたと言われている。

「伊勢たくあん」は、三重県の伝統的な品種である「御園大根」を用いたものである。大根は、「すずしろ」という名で春の七草の一つにも入っているように、古代から日本人に親しまれてきた野菜であり、現在では、いわゆる「青首大根」といわれ、大根の上部が地上に出て太陽光線を受けた部分が緑色になったものが市場の95%を占め、一般的だが、全国各地には、その地場の特長を持った、実にさまざまな種類の地大根がある。御園大根もそんな地大根の一つで、三重県伊勢市の御園町にあった伊勢神宮の荘園で選抜改良された、直径15cm、長さ50cm、重さ2kgぐらいの白く大きな秋冬野菜である。

人工甘味料を使用しない

昔ながらの風味

この御園大根を、収穫後の11月下旬頃から、風がよく通る土手で、伊勢おろしの吹きぬく中、ハサ掛けと呼ばれる方法(写真1参照)で干し、の、の字が書けるくらいまで乾燥させる。このハサ掛



【写真2】木樽での漬け込みの様子。(林商店)

けには、伊勢の気候風土が最適なのだという。伊勢平野の東側は伊勢湾と熊野灘に面し、西側は鈴鹿山脈、布引山脈、大台山系などの紀伊山地が覆っている。温暖である上に、海風も陸風も通る地勢。その中で干された御園大根には、濃縮された非常に深い甘みが生まれ、イチヨウ切りに切って味噌汁の具にすると、それだけで最高の一品になるという。

そして、この乾燥御園大根を、年代物の杉樽の中で、米糠、塩の他に、茄子の葉、柿の葉、唐辛子、着色料にウコンを加え、120日～2年間、じつくりと漬け込むのが伝統的な手法である。

こうしてできあがった伊勢たくあんは、風情と歯ごたえのある滋養の味覚として、食卓に送り出されるのである。

2. 「三重県漬物協同組合」のこれまで

昭和30年代、

全国一の漬物生産量を誇った三重

「伊勢たくあん」に象徴される三重県の漬物製造業は、明治の中期に農家の副業として始まった。漬物業は、野菜を原材料とするため、気候風土に影響を受ける商売である。三重県は、気候温暖で、特に北から中南勢にかけて広がる伊勢平野は1年中緑が絶えないと言われるほど豊かな畑作物がもたらされる地。そんな中で、副業農家の生産と漬物業者との相互協力により、三重の漬物製造業は発展し、1953年(昭和28年)8月に漬物製造業者、農協、農家の三者が一体となり、全国初の法人組織「社団法人三重県漬物協会」を設立した。その後、伊勢たくあんを三重県の特産品として、官民一体で努力を重ねた結果、昭和30年代には全国一の漬物生産県となり、大阪を中心とする関西市場および中京市場において、伊勢たくあんは、名声を風靡したのである。

三重県漬物協同組合設立で 近代食品産業へ

しかし、昭和40年代に入ると、食生活の洋風化

に伴う嗜好の変化、大根産地の老朽化による品質の低下、スーパーマーケットの進出による流通の変化、工業の発展による農業構造の変化などにより従来の伊勢たくあんの構造は大きく崩れていった。そして、新しい時代に対応できる業者のみが残り、三重県の漬物業界は新しい時代に即した近代食品産業への道を歩まざるを得なくなる。そこで、近代的な食品産業に取り組む企業が中心になって、1971年（昭和46年）に原料産地を考慮し当初は南北に協同組合をつくったが、2年後に県下一本の「三重県漬物協同組合」を設立。製品も、伊勢たくあんの他、ひの葉漬、松阪赤菜、大根漬物などやあっさり漬けも数多く製品化し、現在に至っている。

【三重県漬物協同組合 概要】

名 称：三重県漬物協同組合

所 在 地：〒514-0062

津市観音寺町799番地の28

TEL 059-227-4089

組合設立：1973年（昭和48年）11月26日

出 資 金：25万円

組合員数：25名

（三重県内の漬物製造を行う事業者）

主な事業：

- （1）組合員の取り扱う漬物および漬物の原材料、副資材の共同販売および共同購入ならびに共同保管
- （2）組合員に対する事業資金の貸付および組合員のためにする借入
- （3）組合員の事業に関する経営および技術の改善向上に関する教育および情報の提供
- （4）漬物の消費拡大事業
- （5）食の安心・安全啓発事業
- （6）組合員の福利厚生に関する事業
- （7）前各号の事業に附帯する事業

3. 地域ブランド確立への取り組み

「中小企業人材確保促進事業」を呼び水に活用

伊勢たくあんは、昭和40年ごろの最盛期には、約75kgの大根を漬けた樽が50万樽も出荷されていたが、前述した構造不況の中で、急激な生産量の減少を余儀なくされ、現在では、大根を作る農家も往時1割ほどに減り、この地方の風物詩であった木組みのハサ干しの光景を見る機会もかなり少なくなっている。三重県漬物協同組合の組合員は、昭和48年には55社あった組合員も現在は25社。70～80人の従業員がいる企業もあるが、2、3人のいわゆる家族経営の事業体も少なくない。伊勢たくあんに限らず、漬物業界全体が構造不況に陥っている中で、組合員たちは、「退職金や就業規則などの会社の環境整備を進めることも困難な、極端に言えば危機的状況にある」（三重県漬物協同組合・遠藤理事長）という共通認識を持ち、三重県漬物協同組合として、行政の補助事業の一つである「中小企業人材確保促進事業」への申請に取り組んだのである。

中小企業人材確保推進事業は、独立行政法人雇用・能力開発機構三重センターによるもので、都道府県知事から改善計画の認定を受けた事業協同組合などが、当該計画に基づく構成中小企業者の人材の確保や労働者の職場定着を図るため、雇用管理の改善に関する事業を行った場合に、当該事業に要した費用の一部を助成するもの。

三重県漬物協同組合では、平成17～19年度にかけて、総事業費約1,800万円のうち、3分の1を自己資金、3分の2を助成金で賄い、人材確保推進のための環境整備に取り組んでいる（資料1参照）。その一環として、行ったのが、「伊勢たくあん」のブランド確立事業であった。「まず、この取り組みで、組合員の意識向上を図ろうと考えた」（遠藤理事長）のである。

「伊勢たくあん」をシンボルに活性化への道を

三重県漬物協同組合では、伊勢たくあんの商標登録（地域ブランド）を2006年7月に申請。認証を受けたのは、2007年6月で、約1年がかかっている。

昭和40年代以降、急激に生産量が減少し、販売ルートとしては、現在、土産物店や通販が主となっているため、特許庁からは当初、インターネットでのアクセス数を求められた。ある程度のアクセス数はあったものの、認知度のわりに販売量が少ないことなどから、組合では、認証を受けるためには、さらに認めてもらえるだけの材料を提供する必要性を感じていた。

そこで、組合員25社の総意を持った「伊勢たくあんを知っていますか？、キャンペーン」が始まるのである。1年かけ、取引先、小売業者などをはじめ、さまざまな場所に積極的に出かけ、伊勢たくあんをPRした他、中小企業人材確保促進事業を生かして、「つけもの出前授業」なども実施し、日本のスローフード文化の代表ともいえる

漬物をたずさえて、食農教育の現場に参加。「組合員の奥様も巻き込んで、まさに血と汗の結晶ともいえる活動」（遠藤理事長）を推進。この取り組みの中で、組合員たちには「協同組合の活性化を図らないと未来はない」という強い意識付けが図られていったのである。

「漬物意識調査」を実施

また、三重県漬物協同組合では、「中小企業人材確保促進事業」に基づき、「漬物意識調査」を2006年7月～11月に実施した。実施地区は、三重県内の桑名、四日市、鈴鹿、津、松坂、伊賀の6カ所で、10代～80代までの男女、合計1,136名に調査用紙を配布し回収。具体的には、①好きか嫌いか ②食する頻度 ③作るか作らないか（何を作るか） ④買うときの選択肢は ⑤どんな漬物を買うか（何を期待するか）など、さまざまな側面からの意識調査で、漬物に限った調査としてはこれまで全国にも例がない画期的な調査とのことである。狙いは漬物に対するイメージ調査であるとともに、「伊勢たくあん」をはじめとする製品のPRであったが、このアンケート結果（資料2、3参照）をもとに、組合の事業推進のアイデアもいくつか生まれているようだ。

例えば、「漬物に何を期待するか」という問いに対して、全体で期待するものは1位が「安全・安心」、2位が「旬の漬物」、3位が「サラダ感覚」や「栄養の確保」となっているが、性別で見ると、男性が女性に比べ「安さ」や「珍しさ」を求める傾向にあり、女性は「安さ」よりも「健康面」を重視しているという結果が現れ、これをもとに、組合としてのPRの方向性が検討されている。

その内容を含め、遠藤理事長に、漬物の魅力、そして三重県漬物協同組合のこれからについて伺ったので、その内容を次に紹介したい。

資料1

中小企業人材確保推進事業の実施内容	
(実施機関 平成17年度～19年度 主な事業項目と事業費概算)	
	(単位万円)
(1)人材確保検討委員会(27回開催)	90
(2)調査事業(雇用管理・アンケート・成果分析)	170
(3)各種セミナー・相談会・講演会	170
(4)モデル企業見学会(10回)	100
(5)ポスター・パンフレット作成(5種類)など	200
(6)出前授業など(12回)	100
(7)ホームページ作成	80
(8)広報誌作成	150
(9)団体紹介新聞広告	30
(10)実績報告	90
(11)推進員費	580
合計	1,760



【写真3】つけもの出前授業



【写真4】つけもの出前授業



【写真5】事例発表会



【写真6】講演会

【写真3～6】中小企業人材確保事業に基づく三重県漬物協同組合の活動の様子

資料2 「あなたにとって漬物はどのような食品ですか？」（三重県漬物協同組合「漬物意識調査」より）

	①野菜を食べる	②嗜好品	③家庭の味	④栄養の確保	⑤日本の伝統食・食文化	⑥サラダ感覚で食べる	⑦保存食	⑧その他
全体	259 13.0%	363 18.2%	360 18.1%	45 2.3%	468 23.5%	113 5.7%	275 13.8%	110 5.5%
男	87 13.7%	121 19.1%	112 17.7%	19 3.0%	163 25.8%	32 5.1%	68 10.7%	31 4.9%
女	171 12.6%	242 17.8%	248 18.3%	26 1.9%	304 22.4%	80 5.9%	206 15.2%	79 5.8%

⑧その他の意見として・・箸休め、口直し、おかずの一部、付け合わせ、テーブルの端にあるもの、いつも食卓にあるもの、ご飯のお供・相方、学校で食べるもの、おやつ、つまみ、酒の肴、お茶のおかず、お弁当が腐るのを防ぐ、おにぎりの中身、塩分摂取、調味料がわり（チャーハンに入れる）、食欲増進、健康、高血圧の原因など

資料3 「今後、漬物に何を期待しますか？」 (三重県漬物協同組合「漬物意識調査」より)

	①旬の漬物が欲しい	②安全・安心	③栄養の確保	④安価	⑤珍しいもの	⑥サラダ感覚	⑦その他
全体	419	631	291	269	105	301	52
	20.3%	30.5%	14.1%	13.0%	5.1%	14.6%	2.5%
男	149	176	78	107	46	67	27
	22.9%	27.1%	12.0%	16.5%	7.1%	10.3%	4.2%
女	268	454	212	162	59	234	25
	19.0%	32.1%	15.0%	11.5%	4.2%	16.5%	1.8%

⑦その他の意見として・本当においしいと思える漬けもの、おいしくて安いもの、手軽につまんで食べれて日持ちがよいもの、昔ながらの家庭のもの、食べやすさ、味が濃くない、高級感、着色していないもの、身体に害のないもの、無添加、辛さ、ビタミン、伝統を活かしたアイデア漬けもの、今のままでよい

4. 三重県漬物協同組合のこれから

インタビュー

三重県漬物協同組合 理事長 遠藤洋徳 氏



「一つの補助事業が、運用いかんで“呼び水”になる」

—まずは、現在の漬物業界の状況をどのようにお考えですか？

遠藤 非常に厳しい状況です。コメ離れや、嗜好の変化などで、漬物の消費自体が収縮傾向にある中、このまま放っておくと、人材不足による構造不況のような状況にも陥りつつあります。私は、この厳しい状況の打破は、何よりも「いかにして

漬物ファンを増やすか」にかかっていると思っています。組合として、これに真剣に取り組んでいかなければいけません。

当組合では、その一環として、「つけもの出前授業」や、消費者の漬物に対する意識調査を昨年度も実施しましたが、これは、非常に大きな成果をあげています。消費者の漬物に対する意識によると、実は10代でも85%の方が漬物好きだという結果が出ています。潜在需要はかなりあるわけです。これを顕在化していく事業を行うことが、これからの組合の役割です。

—事業推進に、中小企業人材確保推進事業を、実にうまく生かされているようですね。

遠藤 我々のような25社ほどしかない規模の組合が、この制度を活用するのは非常に珍しいことだったようです。まだ、現在も事業の実施期間中ですが、これに取り組んで、「一つの補助事業が運用いかんで呼び水になる」ことを実感しました。伊勢たくあんの登録商標への取り組みはその最たるものでしたが、大きかったのは、組合員の強い結束が図れたことです。極端に言うと、地域ブランドとなった「伊勢たくあん」には、原料となる大根を三重県内で栽培し収穫された大根に限るという基準を定めていますから、農家の実情を考えると、地域ブランドとなったからといって、生産

量自体が大きく増加することはないでしょう。もちろん、組合員の情熱と技術を結集して、今後も伝統を継承しながら、時代のニーズに合う姿を探求し、さらに育んでいきますが、伊勢たくあんは、三重の漬物業界の一つのシンボルであり、確固たる地域ブランドを我々は持っているのだという自信を持てたことが大きいのです。これによって、次の段階への活力が生み出されたと思っています。

21世紀の食文化を支える魅力的な食材として漬物をアピール

—これから、具体的には、どのような活動をお考えですか？

遠藤 時代は、ヘルシー志向です。しかも「本物」を求めています。全盛期から比べると、今の漬物業界は、疲弊産業の典型のような状況ですが、実は、漬物とは、今の時代の要請に何よりも応えられる製品なのです。漬物とは、自然の力を頂戴して育った野菜を、やさしくきれいに漬け、おいしさを別の次元に引き上げたもの。この漬物の魅力を、いかにしてアピールしていくかだと考えています。

例えば、まず第一に、漬物は、生食ではアクが強くて食べられない野菜や山菜を、漬けることでおいしく食べることができるようにした食品であり、漬け物とは、野菜をおいしく食べる先人の知恵なのです。そして、低カロリーで食物繊維が豊富なうえに、少量で満腹感が得られる食品です。梅干などに含まれるクエン酸やリンゴ酸には代謝を活発にして、脂肪の蓄積を防ぐ効果もあります。また、最近子どもたちがよく噛まないで食べることが問題となっていますが、漬物はある程度、咀嚼しないと、飲み込むことはできません。子どもたちの咀嚼力を促す食品としても優れています。これらの漬け物の本当の魅力が、消費者に十分に伝わっていないのが現状だと思います。

—それらを消費者に周知していくことが一つの課題だということですね。他に、取り組もうとお考えのことはありますか？

遠藤 他業界とのコラボレーションも積極的に図っていきたいと考えています。例えば、カゴメがニンジンに接種してつくった植物性乳酸菌飲料「ラブレ」が、あまりの人氣に品切れになるなど、昨年から植物性乳酸菌はちょっとしたブームになっていますが、実は、植物性乳酸菌は、漬け物の乳酸菌なのです。1日、2%以下の塩度の漬物を100g食べると、ラブレと同じ効果があることもわかっています。ただ、乳酸発酵漬物は、健康に良いことはわかっているのですが、生成する乳酸によって、浅漬けの生命線である美しい緑色のクロロフィルが変色したり、乳酸発酵を途中で止めにくいので、酸性発酵の不揃いによる品質管理がしにくいことなど、他にも発酵臭の問題をクリアしなければいけないことなどで、漬物業界として商品化ができているものもありますが、大きな柱としては発展していません。発酵飲料業界などとの協同で、画期的な商品を生み出せないものかと考えています。

また、今、三重県では、「マコモタケ」というイネ科の多年草を原料とした加工食品開発へ取り組んでいます。これは、三重県酒造組合や三重県米菓工業協同組合などとともに参加しています。今は、「伊勢たくあん」の登録商標認可によるブランドの振興対策を全力で推進していますが、その次の柱として考えています。

さらに、漬物というと、どうしても塩分が多いと敬遠されるきらいがあり、今、取り組んでいるのは、やはり低塩化商品です。その一つとして、「だし文化」とのコラボで低塩化漬物への取り組みを推進していきたいと考えています。食卓で、低塩の漬物が少し水くさいと感じたときに、漬物用のだししょうゆなどでいただいてもらうというような。

一なるほど。一つの食べ方文化の創造ですね。

遠藤 ええ。一つの漬物でも、さまざまな食べ方が考えられると思うのです。従来の漬物のように、完成品を食べるだけでなく、料理に用いる素材としての活用方法もあります。それが、やはり生産量イコール消費量の増加につながるのだと思います。我々としては、一方で日本の伝統食品としての姿を追求し継承していくとともに、一方で21世紀に求められる「価値ある食材」としての道もどんどん探っていかなければいけないと考えています。

一伝承するためには、変革も必要だということですね。ありがとうございました。

結びにかえて

美し国にある漬物文化への情熱

三重県漬物協同組合が掲げるキャッチフレーズは、「美し国 三重の漬物～伝統 健康 癒し」である。三重県の中南勢にかけて広がる伊勢平野の東側は、伊勢湾・伊勢志摩のリアス式海岸・太平洋に続く広大な熊野灘に面して、限りない海の幸に恵まれている。北・西・南側は標高1,500mを越える鈴鹿山脈や大台山系とその間を流れ下る河川からの山の幸・川の幸にも恵まれて、風光明媚な景色とともに、まさに三重を「美し国」としてつくりあげてきた。三重の野菜とそれを原料とする漬物も、そんな気候温暖な地域の肥沃な土壌が大きな価値となって育まれてきたものだが、遠藤理事長によると、「もう一つ、純朴な人情、根気ある人々によって、丹念に漬け込む技法が継承され、今日まで伝統が守られ生き続けている」のだという。

伊勢たくあんが地域ブランドとして認められるまで、申請から約1年を要したが、認証という結果へ導いた大きな力は、やはりそんな根気ある人々の情熱だったのだと思う。今回、三重県漬物

協同組合が新たにスタートさせたさまざまな事業への取り組みはまだ始まったばかりだが、根気ある人々の情熱が、次にどんな展開を生むのか、非常に楽しみである。