

天狗がシンボルの食品開発のパイオニア 嘉能食品工業株式会社

インスタントの出汁や味噌汁がまだなかった1960年。お湯を入れて簡単にできる「てんぐのお吸い物」を開発した嘉能食品工業株式会社。節節や煮干しで出汁をとる手間がないので瞬く間にヒット商品となった。当時はテレビCMも流れ、関西でなじみ深い味となる。

1977年にはアサリ入りインスタント味噌汁を発売した。これも他社に先駆けた商品だ。まだアサリが養殖されていない頃だったため、海が荒れると仕入れが難しくなるなど苦労もあった。

現在はどちらも生産していないが「てんぐのお吸い物やアサリの味噌汁がどこにも売っていないので欲しい」と一般のお客から問い合わせがくることもある。このようにお客様の記憶に残る味を大切に、新たな商品作りを行っている。



「東日本大震災以後、大手食品企業が非常食のカレーやラーメンなどを開発したので今後は厳しくなると感じている。」と新たな開発へと目を向けた。

2014年に餅米の味わいが深い新作の乾燥餅が完成

現在、乾燥餅の製造を行えるのは日本で数社しかない。それは製造に手間暇がかかることも大きい。

餅米やトウモロコシを加水・加熱してデンプン質を糊化(α化)させたのち、ローラーで餅の状態にする。餅を粉碎して成型後、水が染み込むよう均等に穴を空けてから乾燥処理を行う。

このように工程が多く餅の粘りでパイプが詰まりやすいため手作業でしか作ることができない。しかし、機械にはできない食作りを大切にしている。

そして「他社にはない製品を作ろう」と2014年に餅米40%トウモロコシ60%の乾燥餅を開発。水で復元すると餅米の味わいがしっかり楽しめる乾燥餅が完成した。

新作の乾燥餅は食品企画会社に採用され、2014年～2015年の大阪城



新作の乾燥餅を使った製品「太閤さんの陣中餅」。きな粉をまぶして楽しむお菓子になった

イベント「大坂の陣 400年 天下一祭」のお土産になった。昔ながらの乾燥餅と大坂の陣にちなんで「太閤さんの陣中餅」として販売。イベント時には試食販売も行われる。

「新作の餅米入り乾燥餅はうどんやしる粉などの温かい食べ物をはじめ、かき氷などの冷たいデザートにも合うと思う。多くの方に食べてもらいたいが、私たちには販売力がない。新作の乾燥餅を使った製品を企画してくださる企業と一緒に仕事をしていきたい。」と関東氏は多くの企業との取り組みに前向きだ。

20年前から障害者を支援社会福祉に尽力

同社は長年障害者雇用や支援に取り組んでいる。きっかけは1995年。ハローワークに求人募集へ行っただけに、知的障害者の採用を頼まれたことだった。パートとして雇用したが「ひとりぼっちで寂しそうだ」と思った妻の克子さんが「なんとかしよう」と作業所の準備を始めた。

しかし、1996年1月に急死。関東氏が克子さんの遺志を継ぎ、企業内作業所を実現した。設備も整えて障害者雇用に取り組むが、最初は手探りだった。思いがけない行動に驚くことも多かったが、次第に目を離さず見守ることが大切だと気づく。「いつもと違うことが起こるとパニックを起こす場合がある。車が好きな子だったら、30分ぐらいドライブに連れ出したことも…。どうしたらいいか答えはないので、自然体で一人ひとりと係わるよう心がけた。」と関東氏。

そして社会福祉法人「あしたの会」を設立し、理事長を務める関東氏は、障害者だけで行う「春を呼ぶみんなのコンサート」実行委員長としても長年尽力する。現在、実行委員長は「あしたの会」で働く息子さんに引き継いでいるが、人に対する思いやりは昔も今も変わらない。「妻も他界しているし、世の中の役に立って働ければと思う。」と優しい笑顔で語ってくれた。

香辛料の製造が始まり日持ちするおろししょうがを開発

創業は1947年。先代の関東嘉一郎氏がコショウや辛子など香辛料の製造を始めた。会社の看板や製品に使われるシンボルマークの天狗は先代のアイデアだ。卸問屋の人にももらった天狗のお面を気に入ったことがきっかけだった。そのお面は今も事務所に台座を付けて飾られている。

当時から製品の販売先は市場や問屋の卸売店。スーパーマーケットなどの小売店には販売していなかった。インスタントのお吸い物や味噌汁に大手食品企業が参入してから売上は悪化の一途をたどる。さらに時代の流れとともにスーパーマーケットが増えて問屋は減っていった。

二代目の代表取締役 関東久二氏は1974年に入社。「義父に『手伝って欲しい』と言われて入社したが、販売先が半減してこのままでは将来はないと感じた。『スーパーにも製品を卸しては』と伝えたが昔気質で頑として聞かなかった。」と振り返る。

その頃スーパーに商品を卸している会社から「かつおのたたき用に日持ちするおろししょうがを作ってくれないか」と依頼があった。

当時のおろししょうがは日持ちしないので、タレしか付けられなかったからだ。研究顧問と開発してパック入りのおろししょうがを作ったところ大ヒット。3ヵ月で50トンも売れた。

しかし、翌年には依頼のあった会社へ製造ノウハウを譲渡する。「もっと生産が増えると思ったから、直接してもらった方がいいだろうとお渡した。誰でもできるものは競争が激しくなる。他社が作っていない物を作らなければ食品業界では生き残れない。」と新製品の開発で活路を切り拓く道を選択した。

他社にない製品作りから非常食用の乾燥餅が誕生



現在の主力製品「乾燥餅」は「どこにも売っていないお餅入りのインスタント味噌汁を作りたい」との想いから生まれた商品だ。

日本に昔からある保存食の乾燥餅は、水さえあれば復元できる。「乾燥餅をお味噌汁に入れよう」と開発を開始。材料の配合や加工の加減が難しく開発は1年を要した。

1976年、トウモロコシ100%の乾燥餅が完成した。餅米を使った乾燥餅より弾力があり食べ応えがある。だが原価が高くて味噌汁には向かないと判断した。

そこであきらめず、見本を食品の企画会社に配ることにした。すると関東の会社から「非常食として販売したい」と声が掛かり契約につながった。

阪神淡路大震災以降の災害時は1ヵ月ほどで乾燥餅の在庫がなくなるほど売れた。そのため常に6～7トン備蓄しているが、楽観はしていない。



「太閤さんの陣中餅」付属の穴あきスプーンの開発も行った

嘉能食品工業株式会社

代表取締役 関東 久二

〒571-0034
大阪府門真市東田町5番25号
TEL: 06(6908)5871
FAX: 06(6908)5874

【事業概要】乾燥餅の製造

