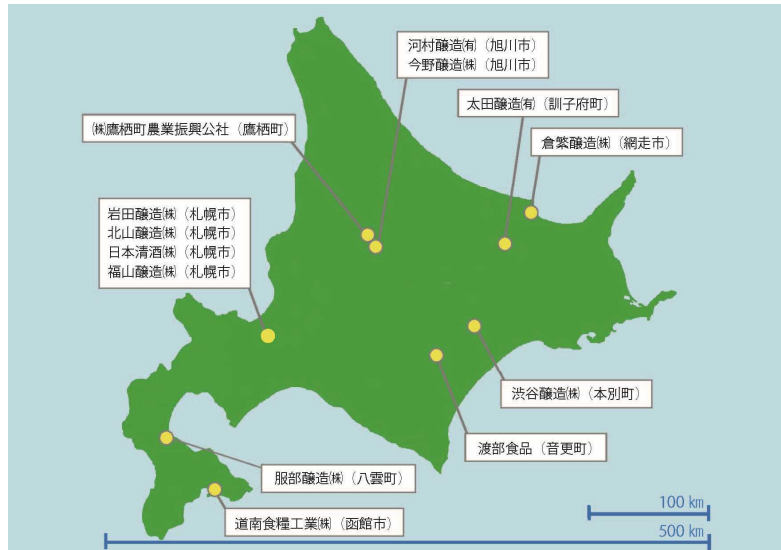


万人受けする味が魅力 北海道味噌

「北海道味噌（ほっかいどうみそ）」は、北海道味噌醤油工業協同組合が2012年に権利取得をした地域団体商標であり、道内各地の醸造所にて醸造されている。

同組合には現在21社が加盟し、そのうちの13社が味噌を販売している。国土の2割に相当する広大な北海道の中で、その土地の原料や気候に向き合い「つくり」にも工夫を重ねながら、それぞれの醸造所ごとに多様性を発揮してきた経緯がある。地域団体商標の申請にあたっては、そうした多様性の中から北海道産味噌の特性について考えるきっかけとなり、組合員が共通の認識をもつ良い機会となった。



（上）同組合内のうち味噌を販売する組合員の一覧



（上）北海道味噌

温和ですっきりとした味わいであり、幅広い食材と相性が良い万能選手。筆者もその味に魅了され家庭では北海道味噌を使用している。

北海道味噌の製法は来道した杜氏による移入技術で始まった。本州と同じ造り方では良い味噌にならず、苦勞に苦勞を重ねて北海道独自の「みそ造り」をしてきた結果、北海道の気温・湿度、水などの自然条件が大きくかわって、北海道らしい高品質なみそが造られてきた。半年が氷温に近く、盛夏でも冷涼な地であるため、長期の熟成や切返しを要することで、すっきりとした芳香の温和な味が生み出される。

その味について、今回お話を伺った同組合の岩田理事長（岩田醸造株式会社）、事務局の健名さん、同組合員である福山醸造株式会社の福山さん、猪股さんに尋ねたところ、「クセがなく万人受けするのが特徴」、「どんな食材とでも合わせやすいというのが売り」と皆様口を揃えられていた。また、味が合わせやすいということ、全国の味噌ラーメンには北海道の味噌が良く使われている。

時代に合わせて変化する北海道味噌
新しいものを取り入れる北海道の風土

北海道の味噌・醤油は北海道の歴史とともにある。明治2年に開拓使が設置され、同4年に官営醤油醸造所が建設された。次いで同10年、12年には札幌の街中にも第二・第三の味噌・醤油醸造所が建てられた。後にこれらの醸造所は民間に払い下げられたが、これらとは別に民間の起業として同24年に福山醸造、翌25年に岩田醸造が創業し現在に至る。

『北海道は命名されてから150余年。その北海道の中で100年を超える企業となると、なかなかそう多くはない。北海道の味噌・醤油は北海道の開拓の歴史とともにある』と福山醸造の福山さん、猪股さん。

また、現在では赤粒、白粒、だし入りなど様々な種類のある北海道味噌だが、元々、明治時代は、原料や当時の糴造りの技術等から、色としては濃い茶褐色の味噌だった。その後、特に昭和の時代になると、全国的に発酵技術も進み、昭和40年代頃に入ると、本州から新たな味噌メーカーの北海道への進出があり、そこで製造されていた非常に明るい色の味噌が瞬く間に北海道内を席卷した。それ以来、道内メーカーにおいても明るい色の味噌がつかられるようになった。

『北海道ならではの風土みたいなもので、新しいものへの関心が高く、どんどん新しいものを受け入れる。また、良い意味で伝統に縛られない風潮がある。その時々状況に合わせて味なども変わっていくし、そういう変化が受け入れられる氣質もある。味噌も開拓以来の造り方が残る一方で、「だし入り味噌」などのように各醸造所が時代に合わせた工夫を続けている。』と岩田理事長。

親子向け料理教室イベント

道民気質と合い万人受けする北海道味噌だが、『実際に食べるときに「これは北海道の味噌だ」と意識している方は少ないと思う。そういう意味でも小さいときから北海道味噌を知ってもらうことが大事』と組合事務局の健名さん。

また、組合では道内の味噌メーカーを気づけるために日々奮闘している。北海道味噌のPRの一環で親子向け料理教室イベントを毎年行っており、近年はコロナ禍の影響もあり、オンラインによるみそ玉作りとして開催している。

例年は札幌市内からの参加がメインだったが、オンライン開催により道内各地からの参加があり、参加者からも好感触だったようだ。



(右)味噌と好きな具材を丸めた手作りの即席みそ汁の素である「みそ玉」。

自由自在にアレンジができ、使う具材の組み合わせ次第で、味だけでなく見た目もバリエーション豊かに楽しむことができる。手軽に作れて可愛く時短を。



(上) 親子向け料理教室イベントの様子
レシピをみそ玉作りとした背景として、オンラインでの進行のためだけでなく、お子様にも粘土感覚で作っていただくことで、簡易なものにすることで日常的に味噌を身近にしてほしいという想いがあるようだ。左の写真はコロナ禍前の料理教室の際の石川事務局長による味噌の説明の様子。



(上) 味噌の量り売り（福山醸造直売所）
組合員 福山醸造が2014年にオープンした直売所。様々な味噌の量り売りを行っている。
その味に惹かれ全国からお客さんが足を運ぶ。

北海道味噌と地団カード

組合では、地域団体商標取得後も様々な角度での普及啓発を模索していた。そんな中、2019年に地団カードの作成団体募集に応募。カードの発行に至っている。

組合員である福山醸造が2014年に社屋のそばに建てた直売所がある。こちらでは醤油・味噌の量り売りを行っており、期間限定の商品も販売していることから、道内のみならず全国からお客さんが足を運ぶ。そんな量り売りを行っているカウンターの一角に地団カードを設置。量り売りをお客さまへの北海道味噌の紹介の一助となっている。

岩田醸造社屋に併設されている直売所でも地団カードが設置されている。筆者が訪れた場所に限り、そのほか多くの直売所で地団カードが設置されている。

また、組合では、前述の親子料理教室イベントの際、参加者へ北海道味噌の歴史や特徴について説明するとともに地団カードを配布し活用している。筆者も同イベントに参加させていただいたが、参加者であるお子様方は地団カードに興味を示しつつ熱心にお話を聞いている様子だった。

北海道味噌 今後の展望

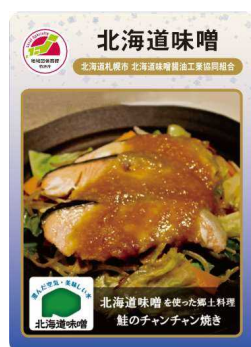
『今後、北海道のマーケットの縮小に備えて、北海道味噌の多様性を確保するためには北海道外にもPRしていくことが大事』と岩田理事長。

前述の親子向け料理教室をはじめ、組合としても北海道味噌のPRを進めているところ、海外展開にも力を入れており、現在は中国上海への展開を進めている。海外向けのホームページも作成し公開しており、現地からのアクセスも多いようだ。

新しいものを取り入れる開拓の精神で常に新たなことに挑戦し続けている北海道味噌醤油工業協同組合。幅広い食材に合い、万人受けする味の特徴をもとに、北海道味噌が今後国内のみならず海外でも広く愛され、受け入れられる日も遠くはない。



(上) 地団カード設置・配布の様子
(渋谷醸造直売所)



(上) 地団カード「北海道味噌」

DATA

北海道味噌醤油工業協同組合

※詳細はHPをご確認ください。



<https://www.hokmisho.or.jp/index.html>

(記事作成元)
独立行政法人
工業所有権情報・研修館
(INPIT)
知財活用支援センター
[HP]



<https://www.inpit.go.jp/index.html>



工業所有権
情報・研修館