

芳源マッシュルームの歩みと業界の変遷①

主事研究員 吉井 薫

1 国内マッシュルームの大手生産者

国内のマッシュルーム生産量は2020年時点で6,980トンであり、うち4割を千葉県が占める。芳源(よしもと)マッシュルーム株式会社(以下、同社)は、千葉県香取市に拠点を置くマッシュルームの大手生産者であり、22年の生産量は約3,800トンと国内トップクラスの水産である。千葉県と茨城県に菌舎88棟(22年時点)、パッキング専用施設を所有し、主に関東地方へ出荷するほか、ベトナムにも生産拠点を置き海外生産にも力を注ぐ。同社は日本のマッシュルーム生産の黎明期から続く老舗でもあり、その変遷は業界の現状や将来の展望を考えるうえで多くの示唆に富む。本稿と次稿により、紹介したい。

2 東京オリンピックを契機に事業着手

国内にマッシュルーム生産が普及したきっかけは、1964年の東京オリンピックにある。当時、外国人選手などに提供する食材として、国内で調達できるマッシュルームが不足し、缶詰業者が原料調達のために、全国各地でマッシュルーム生産に着手した。以降、70年代にかけて生産は盛んになり、缶詰として米国向け輸出もされていた。ピーク時の72年生産

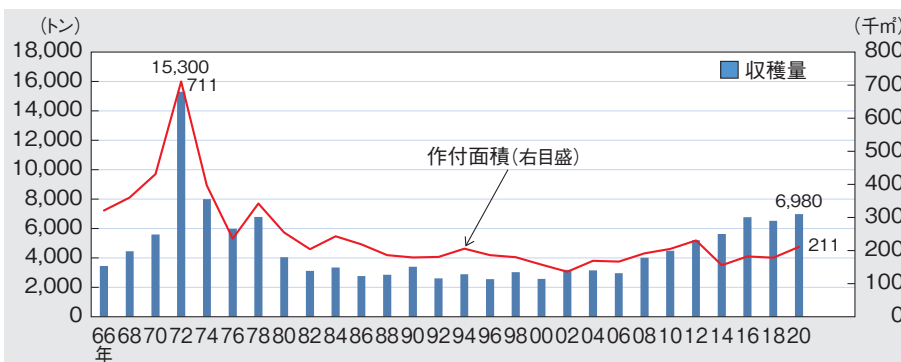
量は15千トン超であり、これは現在の2倍以上の量であった(第1図)。

同社の前身も、缶詰メーカー傘下の生産者として、缶詰用原料の生産をスタートした。もともと香取市など東総地域は稲作が盛んであり、培地の原料となる稲わらの調達が可能であったこと、稲作の裏作として手掛けやすかったことなど、産地としての利点を多く備えていた。このため同地域ではマッシュルーム生産への機運が高まり、ピーク時の生産者は約300軒にも上ったという。生産者が自主的に勉強会を開くなど、技術向上の取組みも活発であり、同社の菅佐原芳夫代表取締役社長(以下、菅佐原社長)も18歳のとき、地元生産者の元に3か月間泊まり込みで修業し、技術習得に努めた。当時の培地は稲わらに石灰窒素や尿素、炭酸カルシウムなどの肥料を混ぜて作られており(第2図)、このときに学んだ「堆肥作りかいかに大事か」という点は、現在も会社の基礎となっている。

3 稲わらの調達に苦労する

70年代後半、コンバイン普及に伴い、稲わらが不足するという問題が浮上した。コンバインはイネの茎を短くカットし田地に撒いてしまうため、培地に利用できる清潔な稲わらが入手困難となった。このため成長途上にあったマッシュルーム産業は一気に下火になる。同社も調達難に直面し、一時は人海戦術により田地でワラ集めを行ったが、重労働であったため諦めざるを得なかった。稲ワラ調達に奔

第1図 国内マッシュルーム生産の推移



資料 農林水産省 「地域特産野菜生産状況調査」

第2図 当時の床詰の様子(1987年)



資料 同社 会社案内パンフレットから転載

走していたところに、78年に開設された茨城県美浦村の日本中央競馬会(以下、JRA)のトレーニング・センターにて、厩舎の寝ワラ向けに稲ワラが使用されているとの情報を得た。缶詰会社を經由して早速センターに使用済み寝ワラの提供を依頼し、ようやく原料不足の危機を乗り切ることができたという。現在も、同センターは、同社の主要原料調達先である。

4 生鮮商品への転換、販売の大事さを知る

87年、菅佐原社長が会社を設立した際、事業規模は敷地面積約30坪、菌舎6棟、年間生産量は約15トンであった。「これからは缶詰向けだけではなく、欧米で主流であるフレッシュ(生鮮マッシュルーム)向け生産に変わらなくてはならない」と考え、缶詰メーカーの傘下から独立した。独立後は種菌調達や販路確保など、すべて自前で行う必要があり、同業者から種菌の提供を受けるなど多くの苦労を重ねた。特に苦労したのは販売先の確保であり、最終的に当時の茨城経済連の協力によって商流に乗せることができたという。以来、同社は徐々に生産を拡大していくことになる。

2000年になり、商社に対して生鮮マッシュルームの出荷に応じたことを契機に、大手外食企業への出荷も手掛けるようになる。商社とのやり取りを通じて菅佐原社長は、「農家でも、売ることが大事」であり、美味しさをアピールすることによって付加価値が生まれることを学んだという。「農家は作ることに一生懸

第3図 取引先スーパーの同社紹介ページ



資料 いなげや エールHPから転載

命だが、売ることには無頓着になってしまうことが問題」と菅佐原社長は指摘する。生産者は、いかに良いものを作るかという主張はしても、どのくらい高く買ってもらえるかという主張ははなかなかない。結果、良い商品にもかかわらず、卸先や販売先に対して高く売ることが出来ずにいるという。同社HPや販売先での紹介記事を見ると、美味しさや栽培へのこだわりがわかりやすく説明されており、マーケティングを重視する姿勢が伝わる内容となっている(第3図)。同様の取り組みを行っているスーパーは現在多数あり、徐々にリピーターを増やしながら順調に販売量を伸ばしているという。

需要増に対して懸念されているのが、培地原料のワラ不足である。調達先である美浦村のJRA厩舎では、寝床の素材をワラからウッドチップに変え、使用済みチップを発電所で再利用する計画が進む。産地を支える生産者維持にも影響するため、一定量のワラを確保する旨の交渉はできたものの、調達先の分散のため地方の競馬場や牧場にも寝ワラ確保の打診中であるという。

次稿では、同社の事業展開に加え、栽培設備の内容についても紹介していきたい。

<主な参考資料>

- ・農林水産省(2020)「地域特産野菜生産状況調査」
- ・芳源マッシュルーム株式会社「会社案内」
- ・株式会社いなげや「いなげやエール(HP)」
<https://inageya-yell.com/feature/mushroom01>
(2023年8月10日最終アクセス)

(よしい かおる)