

# サプリメント原料生産者へシフト

—株式会社スリービーの取組み—

主事研究員 吉井 薫

## はじめに

日本最大手のタモギタケ生産者である(株)スリービー(北海道空知郡南幌町、以下「スリービー」)は、エネルギーコストの増加や低価格競争の激化を背景に、生鮮きのこ販売から機能性食品の原料メーカーへと事業の大幅な転換を進めている。以下では、その具体的な取組みについて紹介する。

### 1 学校給食を契機としたシェア拡大

スリービーの前身であるヨシナリ食品工業は1985年、タモギタケの人工栽培を開始した。タモギタケは、中国北東部、韓国およびロシア極東地域などに分布し、日本国内では主に北海道や東北地方に自生するヒラタケ科のきのこである(写真1)。6~8月にかけてニレ類など広葉樹の枯れ木や倒木に群生する。北海道ではアイヌの童話に登場するなど古くから親しまれており、現在もスーパーや道の駅で販売されている。北海道特用林産統計によると、令和5年度の生産量は全国で約206トンであり、うち北海道産が約73%を占める。収穫期が短いため「幻のきのこ」とも呼ばれ、見た目はヒラタケに似るが、鮮やかな黄色と豊かなうま味、シャキシャキとした食感が特



写真1 市販されているタモギタケ(撮影：農中総研)

徴である。

栽培を開始した当時はタモギタケの鮮度維持が難しく、広域販売のため水煮のレトルトパックでの出荷が中心であった。公益財団法人学校給食会を中心に全国展開を図り、タモギタケ全国生産量のうち85%のシェアを占めるまでに成長した。現在も年間約1,500万食を供給している。

こうして同社は、栽培技術およびボイル加工やパウチの技術を確立した。また、学校給食を支えるメーカーとして、北海道HACCPやGMP認定を取得して生産から加工に至るまでの品質管理を徹底し続けてきた。こうした実績が、同社が次のステップへと進む原動力となった。

### 2 機能性に着目した商品開発

2000年代以降は、健康志向の高まりを背景にタモギタケの機能性に着目し、商品開発を進めた。タモギタケは食物繊維に加え高分子多糖体のβ-グルカンを含む。これが人体の免疫機能を高める作用が確認されたことから、新商品「バイオゴッド」を開発した(写真2)。タモギタケ抽出エキスを濃縮しパウチ化したものであり、製造には水煮生産の技術が活かされている。05年にアメリカ癌学会で抗腫瘍効果について発表されるなど、機能性食品としての評価を高めている。全国展開するドラッグストアで商品が取り扱われるなど、健康食品市場で高い支持を得ることも成功している。また、道産の機能性素材を使用、かつ道内で生産・製造された食品のみが取得できる道独自の制度「北海道食品機能性表示制度(愛称：ヘルシーDo)」の認定も取得し、北海道ブランド向上の一翼も担う。

### 3 エルゴチオネインが脚光を浴びる

さらに、タモギタケは希少アミノ酸の一種



写真2 バイオゴッド(株式会社スリービー提供)

であるエルゴチオネインが多く含まれていることで注目されている。エルゴチオネインは、優れた抗酸化能を有すると同時に、神経細胞を新たに作りニューロン自体を伸ばす効果があることが報告されている。これを受けて、同社は機能性表示食品の原料販売やサプリメント販売等を手掛ける(株)エル・エスコレーションとともに、エルゴチオネインを機能性関与成分としたサプリメント生産の開発に着手した。同成分は水溶性であるため、エキス製造時に、水煮加工設備やパウチ技術を活用できたことが利点となった。

20年には、北海道立総合研究機構林産試験場との共同開発により、生産時の課題であった大量の孢子飛散量を抑え、かつエルゴチオネイン高含有のタモギタケ品種「えぞの霞晴れ33号」を開発し品種登録した。同社内でも、同成分の含有濃度を高める栽培方法、エキスの効率的な抽出方法を確立するなど技術面での革新も行っている。

そして21年、タモギタケ由来のエルゴチオネインを配合した機能性表示食品「記憶の番人」が(株)エル・エスコレーションから発売された。中高年の脳の認知機能(記憶力や注意力)の維持を目的としたサプリメント市場で好評を博している。この商品は特に、高齢化社会における健康寿命の延伸という課題に答えるものであり、メディアでも取り上げられたことで、市場での認知度を高めている。

#### 4 生鮮販売縮小と原料メーカーへの転換

23年、スリービーは生鮮きのこ販売事業を大きく縮小し、機能性表示食品の原料供給へと主軸を移行した。生鮮きのこは包装時に1

パック80gを詰める。しかし、栽培用のビン口径の関係から、1ビン当たり収量は60gであるため、1パック分を作るために都度、株を手で割るなど、人手がかかっていた。また、タモギタケはきのこの傘が欠けやすいという特性があり、包装時におけるロス率も多かった。加えて、エネルギーコスト高を背景に栽培コストが上昇する一方、生鮮の価格は低い水準にとどまっていた。これらを背景に、同社は事業縮小へ踏み切ることとなった。

24年時点で、売上構成は原料供給が7割を占め、生鮮出荷は1割未満となっている。加工用原料であれば、収穫後の調整は不要となり、ロス率低下と人件費の抑制が可能となる。石田社長によると、今後2年間で生産量を1.5倍の350トンに増産することを目標にしているという。また、地域の電力会社との資本提携を通じて生産設備の充実を進める方針である。

このように、これまで培った栽培技術や加工技術の強みを活かし、原料供給分野でさらなる高付加価値商品の開発を進める計画である。

#### おわりに

同社の競争力の源泉は種菌開発から栽培、加工までの一貫した技術と品質管理体制にある。40年近い経験と実績が、現在の戦略的シフトを支える大きな基盤となっている。今後も機能性食品原料の供給を中心に、更なる事業展開が注目される。このように、研究開発と生産効率の向上を両立させつつ、長期的な競争力の維持・向上を目指していく姿勢は、多くの企業にとって参考となるビジネスモデルになるだろう。

#### <主な参考資料>

- ・北海道庁(2025)「令和5年北海道特用林産統計」
- ・金沢大学薬学系 分子薬物治療学研究室「研究概要/エルゴチオネイン物語」
- ・消費者庁HP(2022)「機能性表示食品検索」(届出番号G1246、株式会社エル・エスコレーション)
- ・株式会社スリービー「会社概要と企業沿革」
- ・株式会社スリービー「たもぎ茸」

(よしい かおる)