





## contents

-  message  
8兆円の重さ
- ハイブリッド研究会レポート  
枕崎産かつお節とエキスについて
- 包装食品のものさし (No.2)  
1. クレームの内容と因果関係
-  情報BOX  
商品紹介 / Topics

## message

### 8兆円の重さ

今年のはじめ、私たちは「中食」文化をもっと身近に考えることをこれからのテーマのひとつに取り上げ、その進捗に注目してきました。

外食業界全体が低迷し伸びが止まった現在でも、中食業界は着実に伸びつつあります。最近、「惣菜白書」(社団法人 日本惣菜協会)は平成18年の市場規模を7兆8897億円と推計しました。約8兆円。外食全体の30%近くを占めるに至り、たいへんな存在感です。平成17年は実績5.4%増で、それからの推計でしょうが、現在の社会状況から考えても、市場が縮小する材料はない、と予測してのものでしょうか。

さて、この情勢は私たちにとっても無縁ではありません。無縁どころか、おいしいに関係があります。当然、私たちの業界にもその恩恵はあるわけで、それ自体は大変結構なことなのです。しかし反面、私たちに求められることも更に大きくなり、安全・安心はもとより環境対応、使い勝手などますます「きびしさ」を求められます。

こうした状況だからではなく、私たちは常にユーザー、消費者のみなさまのご要望に沿うよう、容器メーカーとして安全面でも環境面でもそれに応える努力を続けてきています。が、とくに今後は、使い勝手のよさ、デザインなど、安全・安心だけでなく求められる範疇もさらに広がることは必至です。容器だけでなくそれを使う商品まで、トータルで考える時代がもうそこまで来ているのではないのでしょうか。こうした時代の要請に応えていくには、これまで以上の責任の重さを痛感します。

私たちは、中食産業の態様を注視し、高発泡PPの改良・新開発に励んでいます。

## 枕崎産かつお節とエキスについて

講師●水野 喜法 | イズミ食品株式会社 代表取締役

深めのどんぶりに、茹であがったばかりの薄くて平たい麺を入れ、たまり醤油を使った関東風に少々濃いめのつゆを掛け廻す。その上に油揚げとかまぼこほうれん草。あつたかく鼻をくすぐるいい匂いの中に、踊っている花かつお。たまりません。これが名古屋名物「きしめん」の定番。たこ踊りをするたっぷりの花かつおがなければ、きしめんは成立しない、と信じているのは私だけでしょうか。前置きが長くなりましたが、今回は「鰹節」のお話。天然調味料として、和食に欠かせない「ダシ」の元ですが、鹿児島県の枕崎が鰹節の生産地として日本一と知らなかったのは私だけでしょうか？

(2007年6月19日 第273回ハイブリッド研究会より)

### 鰹節の歴史と産地

日本人がカツオを食べ始めたのは、約7000年前位だといわれ、縄文時代の遺跡からその魚骨が出土しています。その後、数千年経った縄文中期(約5000年前)には堅魚(かつお)、煮堅魚があり、すでに煮魚として食用していたといえます。

室町時代になって焙乾(ばいかん=薪などを燃やした火力で得られた熱気流を主に、合わせて煙りを利用して乾燥させる。かつお節生産の基本的工程)による「鰹節」が名称と共に出現します。(屋久島郷土資料館)

江戸時代初期頃から北九州方面の鰹節は、ポルトガル船、イギリス船などによって、平戸から琉球を経て明国、シャム国などに輸出されました。

江戸時代、熊野節・土佐節・薩摩節が名を成し、大阪という大消費地の存在が鰹節の品質をおおきく向上させました。

幕末になると土佐、薩摩の鰹節は生き残りましたが、徳川幕府親藩の紀州藩内の熊野節はいっせいに衰退しました。こんなところにも、明治維新が影響したのかも知れません。

一方、江戸に近い伊豆節の発展は目ざましく、明治時代の三大名産品は土佐節、薩摩節、伊豆節と称せられるようになりました。

明治20年から40年代にかけて製法

の改良が一気に進み、製法も統一へと動き、鰹節は本枯鰹節製法を極めることを目的として、全国的に格差もなくなりました。

### 生産量日本一は枕崎

平成18年度の鰹節の生産量は約3.6万トン。水揚げの1/5しか鰹節になりません。主な生産地は、

鹿児島県枕崎市…1.6万トン(44%)

鹿児島県山川町…1.1万トン(31%)

静岡県焼津市……0.9万トン(25%)

このうち本枯節は、わずかに0.3万トン、全体の8.3%に過ぎません。

### 本枯節とは

本枯節とは、鰹節の中でも最上級の香りと味を生み出す究極の鰹節。

焙乾を繰り返す、できた「荒節」に更にカビ付けと天日干しを繰り返す、数カ月の手間と時間を掛けて作り上げたものです。通常、ダシを採るならまろやかな味と香りの本枯節、直接食べるなら味、香りとも鮮烈な荒節と言われています。

また、大阪は荒節文化圏、江戸は本枯節文化圏ともいわれています。

### 節はカツオだけじゃない

普段、余程でなければ気が付きませんが、鰹節以外にいろいろな原料を使

った「節」があります。鰹節以外に、こんな種類の節が造られています。

### ●宗田節=別名：目近節

宗田鰹から製造。高知県土佐清水が主産地。鰹節より血合いが多く、味が濃厚で色のあるダシが採れる。関西のそば店で良く使われ、おでん、煮物のように濃い味が求められる料理に最適。

### ●さば節

ゴマさば、平さばなど脂肪分が少ないさばが原料。香りは少ないが、甘味のある濃厚なダシが採れる。そば店はかけそばのつゆのダシによくこれを使う。宗田節と同じく、濃い味を求める料理向き。

### ●ムロアジ節

赤ムロ、銀ムロが主原料で九州が主産地。レモン色で香りは弱く、まろやかで臭みが無く鰹節よりさっぱりしている。中部地方、特にきしめんのダシを中心によく利用されている。

### ●まぐろ節

キハダ節、メバチ節の小型が原料。上品でほのかな甘味があり、さっぱりして渋味がない。糸状や削り節に加工され、食べる節として、多くの店で使われている。節類の中で最も生産量が少なく、中部から関西、特に京都では良く使われている。関東では「めじ節」、関西では「しび節」とよばれている。

### ●鰻節

ウルメいわし、真いわしが原料。黄みがかったダシで、香り味とも濃い。主に関西で麺、煮物、味噌汁などに使われる。



## 1.クレームの内容と因果関係

### (1) クレームとのかかわり

包装食品については、安全な状態が維持され、消費者の苦情(クレーム)がなく何事もなければ、結果として法律に守られて作られた商品といえます。クレームがないということはメーカーも、消費者も、行政も安心な状態なわけです。しかし、クレームは皆無ではありません。メーカーで原材料から商品までものづくりするのは作業員、つまり人です。人は間違いをしないとは限りません。この人の間違いについて、山本 敏は「人がおかすミスには単に“不注意”とか、“気の緩み”といった皮相的な心理作用の欠陥パターンで認識したのでは解決は出来ないの、ミスをおかす心理作用をもっと深層心理まで踏み込んで分析すべきである」として、「ミスを10種類のタイプ、①ウツカリミス、②ガッテンミス、③チラリミス、④アマミス、⑤カッテミス、⑥ボカミス、⑦ニブミス、⑧パナシミス、⑨アレヨミス、⑩ワザミス」に類型化して分析しています。「ウツカリして」、「ボカして」という言葉は現場では良くささやかれる言葉ですね。すべてにおいて作業に従事する人の健康管理が大事なのです。現実には、何らかの間違いが発見されずに出荷され、消費者が発見するクレームがあります。また、消費者の手に届くまでには、メーカーを中心とする仕入先とのクレーム、物流とのクレームなどがあるのです。

では具体的にどんなクレームがあるのでしょうか。日常発生するクレームの主なものを「表1」に示しました。最近の大きな事件から見ると、食肉メーカーの食肉偽装事件(2007)、大手菓子メーカーの期限切れ牛乳使用事件(2006)、大手食品メーカーの牛肉偽装事件(2002)、残留農薬事件(2002)、大手乳業メーカーの食中毒事件(2000)、O-157(腸管出血性大腸菌)事件(1990、1996)、辛子蓮根によるボツリヌス食中毒事件(1984)、水俣病事件(1953)、調製粉乳中毒事件(1955)、カネミ油症事件(1968)、虫等異物混入事件等々がありました。輸入製品による化学汚染事件が発生していますが、国内での化学汚染事件は減少しました。ただ、目に見えない微生物、ノロウイルス、病原性大腸菌O-157、黄色ブドウ球菌、カンピロバクターなど食中毒菌による食中毒事件は毎月発生しています。

●表1：クレームの内容と因果関係

項目	原料由来	製造工程由来	作業員由来	危害分析			
				生物学的	物理的	化学的	心理的
昆虫混入	○	○	○	○			○
毛髪混入	○	○	○				○
寄生虫混入	○			○			○
金属混入	○	○			○		
残骨	○				○		
その他異物	○	○	○		○	○	
下痢・腹痛	○			○			
異臭	○	○				○	○
異味	○	○					○
変色	○	○					○
脂身過多	○						○
包装不良		○	○	○			○
規格違い		○	○				○
期限表示間違い		○	○				○
配送不良			○				○

包装食品で容器に関連するクレームでは、人に危害を与える事件例は少ないと思います。フィルム片、プラスチック容器破片、トップシールの強度(剥離しにくい)、容器破損、真空包装の真空漏れ(ピンホール)、毛髪等の異物混入などがあります。以前の出来事ですが、プラスチック容器を調味料計量カップとして使用していた練り製品メーカーが、調味料添加後の容器保管が悪かったためにサイレントカッターという練り物用機械に入っしまい、容器が粉々に混ざって製品化され、消費者のクレームになってしまい、会社が倒産した例があります。その対応として、現在の計量カップはステンレス製に変わっています。

よくクレームで言われるのですが「ハインリッヒの法則」というのがあります。これは「1：29：300」という法則で、1件の重大な事故の背後には29件の中ぐらゐの事故が、またその背後には300件の小さな事故があるという統計資料に基づくものです。

これらクレームの起因は主にメーカー側にあります。メーカーでは、これらクレームの項目について、その起因を

- ①生産管理上に由来するものなのか、
- ②品質管理上に由来するものなのか、
- ③衛生管理上に由来するものなのか

という視点から分析します。生産管理、品質管理、衛生管理それぞれの由来を分析するのに、製品の製造工程(フローチャート)を追跡し、①原料由来か、②製造工程由来か、③作業員由来か調査し、分析します。分析した結果に基づき対策を立て同じようなクレームを2度と起こらないように努めます。クレームをなくして、食品の安全性を保障するのはメーカーです。メーカーの責任は重大です。

従って、クレームの有無はメーカーの安全・安心の1つの指標です。

しかし、クレームは0に近づけることはできますが、0には容易になりません。それで、時には製造物責任法(PL法)によって責任を取らねばならないときもあります。そのためにPL保険があるのですが…。

(次号へ続く)



## 商品紹介

営業第一部 営業一課  
主任 寺田 寛之

### 高発泡容器

## パルファイン

### 1 樹脂比較

使用者の安心、安全を守る容器がパルファインから作られる容器です。パルファインは、容器の不安材料を除去します。ポリプロピレンから成る特性で熱・油に対しての耐性を作り、その高い発泡倍率で、内側の食品と外側の外気を隔て、食品の熱を感じにくく、外気に食品が影響を受けにくくします。使用者の立場になって開発された素材がパルファインです。

### 2 環境対応

パルファインは、環境にも配慮しています。単一素材からなる構成は工場から産廃が排出されるのを防ぎ、剛性も生み出すその発泡倍率は、プラスチックを減量化させ、環境負荷を軽減します。環境対応素材として、生分解性プラスチックがありますが、世の中の容器を生分解性プラスチックに変えるとして、どれだけの農作物を廃棄すれば良いのでしょうか？ 今、簡単にできる環境対策、それが減量化です。ロハス的な発想が特徴の一つです。

### 3 得意先使用用途

現在、パルファインの主な使用用途は、レンジアップ商品がほとんどです。特徴である耐熱性・耐油性・断熱性・保温性はレンジアップ商品に最も力を発揮します。個人差はありますが、ヒトは熱いものを美味しく感じます。ヒトは太古に火を使い始め、調理を覚え、熱い物を美味しく感じるようになりました。人間だけが持つ特徴であり、人はそれを求めます。そんなニーズに合わせた容器がパルファインです。

### 4 使用満足度

販売を始めて約3年間。多々問題を起こしては改善し、開発、販売を同時進行で進めています。その評価は様々で、パルファインがなければ商品が成り立たなかった。と最もうれしい一言を頂戴したこともあり、個人差はあれど、機能面で物足りなさを感じられる評価は少ないように思えます。

### 5 今後のパルファイン

パルファインの開発は、現在進行形です。まだ終着点は迎えておらず、幅広い用途での対応が可能のように、日々進化しています。3年前では、全く予想していなかったことが今では対応可能です。内嵌合・縦型形状・ニーズに合わせたスペックの対応等、皆様に与えられた課題に真剣に取り組んだ結果の私共の資産です。皆様に満足していただけるようパルファインは進化し続けます。

## Topics

### 団塊世代は“参加型”

—第23回 中食・コンビニ容器包装研究会—

中食・コンビニ容器包装研究会は7月26日、東京・神田佐久間町の東京都中小企業振興公社で、シニアライフアドバイザーの松本すみ子氏(アリア代表取締役)を講師に招き、「団塊世代のライフスタイルと食」と題する第23回目の勉強会を開催した。

松本氏はIT企業で20数年間、広報や販促およびマーケティングを担当し、2000年、シニア世代へのライフスタイル提案と情報発信を行う「有限会社アリア」を設立。勉強会の冒頭では、自身も広義で団塊世代の当事者との立場から、当該世代についての概論を紹介した。

勉強会では、現役時代と定年後の自由時間に言及した後、団塊世代は「産業を支える消費者」および「社会を支える市民」として期待されるほか、「個人生活の充実と自己実現」が本人の精神衛生にとって重要になってくると指摘。ここからさらに、「団塊世代のライフスタイルと現実」について、

夫婦という関係やリタイア後の新就職、ボランティア活動、田舎暮らし、ITへの対応—といったキーワードから解説を試みた。また容器包装とかかわりが大きい部分では、団塊/シニア世代にとっての「食」について「大人にとって「食べる」ことへの意味」や「食を手に入れる手段と場所の多様化」といったアプローチを踏まえ、その可能性を考察した。松本氏によれば「団塊世代は何事にも参加型」とされることから、今後の商品開発などにも少なからず影響力を発揮しそうだ。



●中食・コンビニ容器包装研究会

URL:<http://www.foodscore.com/naka-cvs/>