

消費者の嗜好変化や少子高齢化による市場の縮小、原料価格高騰等により2009年には51万トンまで減少し、全盛期の半分以下となった。加工品生産量の中で最も割合の高いねり製品生産量の減少は食品加工業全体への影響も大きく、「網走発祥」の技術継承のためにもねり業界の活性化が急務である。

## 地の利のスイーツ生産

一方、洋菓子製造に使用されるミルク、バターなどの原料を豊かに産出し、洋菓子製造に適した冷涼な気候をもつ北海道は、新たな洋菓子文化を発進し続けている。全国にその名を馳せる銘菓も多く、全国各地のデパートで開催される北海道物産展の主役も今や「スイーツ」である。札幌ではスイーツの普及促進を図り、北海道経済に新たな活力を生み出したいとスイーツ王国さっぽろ推進協議会を設立し、企業、行政、市民が連携し北海道が誇る食文化を確立しようとしている。従来から行われている「泥臭い」モノ作りではなく、地の利を活かし、現代の消費者ニーズに対応し得る加工食品を開発・商品化することが地域経済活性化の鍵となる。

また、農業では「てん菜、馬鈴薯、麦類」を基幹作物としている。特に小麦は、「秋播小麦」の「ホクシン」という品種が占めており、めんに対する適性に優れうどん用として活用されている。わが国の小麦国内自給率は極めて低く、需要量の約90%を輸入に頼っているが、国内小麦の約70%は北海道で生産され、そのうち約25%を網走管内で生産している。

## 商品化を卒論テーマに

こうした北海道及び網走の特性に着目して、私は「すり身ドーナツ」の開発に取り組んだ。網走産スケトウダラすり身と道産小麦をふだんに使用したドーナツで、網走市民のアンケート調査でも商品化を期待する声も多く、平成21年度網走市新製品創出支援事業に応募・採択され、開発が本格化することとなった。

当時、卒業論文のテーマを模索していた私の研究室の増田美紀さん＝現在は小岩井乳業㈱勤務＝が商品化の具体的研究に尽力してくれた。基本的レシピは準備



すり身ドーナツ「おさかなクン」



「おさかなクン」を紹介した「rapora」

していたものの、まずは基本的な製造方法の見直し作業から開始した。原料や副原料の種類、配合割合や配合順序などあらゆる角度から検証した。主原料として「すり身」を用いるため水分が多い。スイーツには水分は大敵であり、「マイナス要因」をどのように「プラス」に作用させるかが鍵となった。また、豆乳を活用し「魚臭さ」をマスクするための手法など、日々未知の世界への挑戦であった。「しっとり・ふわふわスイーツ」という基本コンセプトをどのように達成するかがポイントとなったが、これらをすべて克服し「すり身ドーナツ」の製造法を確立した。

## 豊富な魚肉タンパク質

「すり身ドーナツ」は魚嫌いの子供でも美味しく食べられる製品になったと自負している。従来の製品では小麦粉を主原料とするため炭水化物を多く含むが、これは主原料がすり身であり魚肉タンパク質が豊富なため、小麦粉割合が減少し炭水化物量も軽減され栄養バランス良好となる。また、スイーツの名に相応しい「メープル、キャラメル、プリン」をラインナップし、開発者増田さんのアイデアがしっかりと盛り込まれている。さらに商品名、パッケージデザインや配色の考案、広報用広告作製などもすべて担当し、ついに「おさかなクン」として昨年末市内業者に技術移転し商品化された。「おさかなクン開発プロジェクト」は2月に接岸する流水目的の観光客も視野に入れ、同月から女満別空港内売店での販売を開始した。増田さんはAIR DO機内誌「rapora」2月号への記事掲載など、すべての商品化作業に開発チームの中心として活躍した。

北海道経済は本州などとは比較にならない厳しい状況にあるが、高品質で豊富な「食料資源」は他にない強みである。地域の強みを最大限活かした活動が地域活性化への最短ルートに違いない。