

# 豆を以て「あんこ」造りて候

株式会社イワノヤ

取締役営業部長 平 松 帆 波

## 一、あんこや

豆の恩恵を最も受けている業種に製餡業、通称「あんこや」があります。「あんこや」は明治20年頃に当時の饅頭屋から独立して「あんこ造り」を業とする新しい仕事として誕生したといわれます。

当然のことながら、饅頭屋の下請け的存在でありましたから、家業で事が足り、また味付けは饅頭屋がそれぞれ独自の味を持っていましたから、生餡が主体でありました。

生餡とは何かと言いますと、一般的に使われます代表的な解説には、「澱粉含有の多い豆類を水煮して生成させた塊状、あるいは粉状の細胞澱粉をいう。」

と言う表現が用いられています。即ち、「豆を水煮して皮を取り、水で晒して絞ったもの」が生餡です。生餡は、原料と色により、赤生餡と白生餡に分類されます。赤生餡は小豆等の赤色系豆を原料として造ったものであり、白生餡は手亡豆（インゲン）等の白色系豆を原料として造ったものです。

製餡、製菓原料に用いられる豆を一般的に「雑豆」といいますが、これは大豆と落

花生を除いた小豆、菜豆（インゲン豆類）、ささげ、そら豆、えんどう等の豆類を総称したもので、いずれも豆科植物であって主に子葉の部分が食用に供せられるものとされています。また、澱粉とたんぱく質の主成分がおおむね2：1の比率で含まれていて、脂質は1～2%程度しか含まれないものが「あんこ」製造には適するとされ、大豆や落花生のように主成分がたんぱく質と脂質であるものは適さないとされています。

## 二、「あんこや」昔のはなし

急速な経済成長と相俟って、昭和40年代大きな社会問題に取り上げられたのが、「公害問題」でした。

当時の「あんこや」といえば、1tの豆を処理して生餡を製造する為に40～45tもの水を使い、汚水を流す公害産業であったのです。

「あんこや」は家内工業的な企業が多く、機械化も遅れ肉体労働と手作業で行われ、後は独特な職人の勘に頼ってきましたが、ここで持ち上がった公害問題が業界に大きなショックを与えたことは言う迄ありません。当時の製餡業者は全国で約1200社あ

りましたが、そのうち約9割程度が従業員10人以下の企業でした。

その時代の製餡業界の団体組織といえば、中央に「日本製餡組合連合会」があり、各県単位でそれぞれの「県製餡協同組合」がありました。そんな中、時代にすばやく反応し立ち上がった組合がありました。それが「愛知県製餡協同組合」でした。当時の理事長各位の強いリーダーシップのもと、有志組合員約40名が一致団結して「愛知県製餡工業協同組合」を設立して、共同工場の建設という一大プロジェクト計画を実行に移しました。〔(歴代理事長)野田理事長－小出理事長－後藤理事長(いずれも故人)〕参加した組合員皆さんが新しい時代の製餡業を夢見た先駆者でもあったのです。

- ・工場の近代化と合理化による品質の向上と原価の低減計画。
- ・公害問題の解消を目差した、製餡業の永続化計画。
- ・将来的な雑豆等の貿易自由化に伴う原料の協同仕入計画。

等々を主な旗印に掲げ、製餡業者やそれに携わる関係業者、澱粉業界等の助力も得て、叡智を結集した全自動の製餡プラントが建設されました。生餡製造能力45t/日、工程延長70mにも及ぶ立派な設備でありました。昭和42年の稼働当時、その代表的な機械は水槽を使わない水晒し工程「ノズル・セパレーター」(遠心分離型)や、脱水工程の「フィルタープレス」等でしたが、特に「活性汚泥法」を取り入れた近代的な廃液処理施設は、1000t/日もの水処理能

力を有するものでありました。

結局は時代に乗れず10年足らずで組合は解散ということにはなりましたが、愛知県製餡協同組合の生き残りを掛けての近代化への挑戦は、今の時代への幾多の教訓を残すとともに、また一方において業界の財産でもある餡についての数多くのデータを残し、近代化への勇気と希望を与えたといっても過言ではないでしょう。

愛知県製餡工業協同組合は、すでに昭和44年には次の時代への加糖餡設備(製造能力10t/日)をも有して居りましたから、「あんこや」が生餡製造工場から加糖餡製造工場への発展的脱皮を始めようとする昭和45年以降の時期においても加糖餡を含めた餡に関する一応の製造方法や機械技術等について、科学的な分析や、具体的な製餡実績を通した現場での積み重ねを行い、職人の頭ではなく、「あんこ造り」を文章や数字に置き換えて勉強して居りました。これらを業界の皆様方に活用して頂いたし、喜んで参考にさせて頂いたことは事実です。これを契機にその後多くの専門家の先生方が「あんこ」に興味を示され研究して頂ける流れを生んだ工場でもあったと自負して居ります。この先、各先生方の専門的研究が製餡業界発展のために大きな力添えになるであろうことは明白であり、誠に有難いと思っています。

組合解散の理由は幾多あったと思いますが、私は機械化により「小豆の素朴な味の伝わり」を消費者に届け得ず、時代の味を求められなかったところに答えは隠されて

いたのではないかとと思っています。

小生も当時から営業担当者として、  
(故) 武井先生と共に「あんこ」を学んで  
参りましたが、売る立場の者は常に「売る  
あんこ」造り、「売れるあんこ」造りを目  
差して「あんこ」の味を探し求め今日に至  
って居ります。

### 三、「あんこや」の生餡

生餡はいわば加糖餡の前処理的な役割を  
持った商品ではありますが、これが加糖餡

を炊くときに誠に重要な生命線なのです。

生餡の良否により、水加減・火加減・炊  
き時間をも異なってしまい、味覚に大きな  
影響を及ぼす事は当然です。

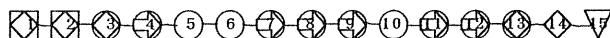
各菓子メーカーが独自性や差別化を狙い、  
味に特徴をもたせ個性を活かし競争に勝と  
うという目的があるからこそ、「あんこ  
や」は本来の豆の味を失わず素地原料とし  
ての責任を果たす重要な役割を担っている  
のだという自覚と責任が必要なのです。

|          |   |
|----------|---|
| 加工       | ○ |
| 運搬       | ○ |
| 貯蔵       | ▽ |
| 滞留       | ⊖ |
| 数量<br>検査 | □ |
| 品質<br>検査 | ◇ |
| 加工<br>運搬 | ⊗ |

(工程図記号)

※ 標準作業手順書に基づく「生餡フローチャート」の一例

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 原 | 計 | 水 | 豆 | 豆 | 豆 | 磨 | 篩 | 検 | 水  | 集  | 圧  | 秤  | 検  | 製  |
| 料 | → | 量 | → | 洗 | → | 送 | → | 浸 | →  | 炊  | →  | 砕  | →  | 別  |
| 受 |   |   |   | 撰 |   | 漬 |   | き |    | 1  | し  |    | 脱  |    |
| 入 |   |   |   | 別 |   |   |   |   |    |    |    | 水  | 包  | 2  |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    | 装  |    | 保  |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    | 管  |



### 四、生餡から加糖餡

生餡に砂糖や水飴を加え更に炊き込んだ  
ものを「加糖こしあん」または「煉あん」  
と言います。一方、小豆を煮て、砂糖や水  
飴を加え直接炊き込んで仕上げたものを  
「小倉あん」または「粒あん」といいます。

時代はすすみ、今まで生餡のみを専門で  
造っていた「あんこや」が昭和45年頃から  
加糖餡としての炊き上げ商品作りを目差し  
て本格的に勉強を始めた事は前にふれた通  
りです。

当時、加糖餡の専門的炊き方等はほとん

ど「あんこや」は知りませんでしたので、  
それぞれのお客さんの饅頭屋さんや生菓子  
屋さんの炊き方を真似したり、店の職人さ  
んに教えてもらったりして試行錯誤を繰り  
返しながらの毎日でした。言うまでも無く、  
その頃は加糖餡の炊き方マニュアル等はな  
く、炊き方に関するすべての技は職人の頭  
の中にあった時代でしたから、聞き出すの  
が大変でした。

そんな時期すでにあん炊き職人をそろえ、  
加糖餡設備を有していたのが前述の愛知県  
製餡工業協同組合でした。加糖餡設備や製

餡方法等についてその機械適正や炊き方の技術、基本的な配合割合等すべて熟知し「あんこや」の方向性を決める一助となったのではなかろうかと思っています。やがて、昭和50年頃からは加糖餡時代の始まりともいう「旅菓子」がピークとなり、音楽に乗せて「タイ焼ブーム」が到来し、アイスクリームでの「あずきバー」が最盛期となりました。キャラクターの登場により「あんぱん」や「あんまん」ブームが昭和の後半を飾ったのはご存知の通りです。

五、煉あん

“まる味を帯びた高級な小豆を時間をかけて「ふっくら」と炊き上げ、中味を傷つけないように潰して、裏漉し、清水で晒すこと数回、それを絞ると淡い、あずき色の生餡が出来上がります。”

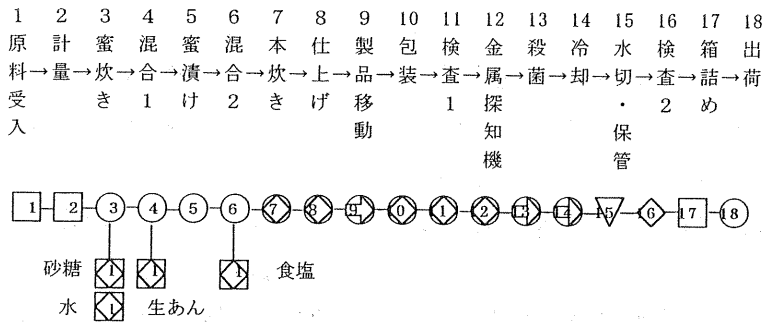
舌に含むとほのかな甘い味と香りを運ぶ…適量の水と白双糖で造った蜜の中に出来たばかりの生餡を加えて炊き上げる。仕上げに少々の水飴等を加え味を整える。「煉あん」の出来上がりである。これを更に一晩寝かせてから職人がじょうよう饅頭に仕

上げる。  
夢かなと思う程、淡いあずき色の中に秘められた、奥深い味と香り。

「山の手の味こしあん」として上品さを代表する誇り高い味は、いまでも息吹いています。さて、平成の時代になり、食べ物の色・味・香りの傾向が変わってきたとは思いませんか。いろいろな要因があるようですが、一つは、世界の色・味・香りが季節を問わずわが国に流れ込んでくるようになったことでしょう。ハウス栽培技術の向上や冷蔵保管の進歩、配達方法の確立等もありますが、日本の食文化に世界の色・味・香りが加わったからだと思います。これは我々が四季の移り変わるとき、いつも持っていたあの季節へのドキドキとした期待感や旬への拘りといったものが希薄になりつつあることへと繋がっているのかも知れません。

「あんこ」のような嗜好品の世界では特に味への憧れや旬の風情を楽しんで味を探すという「季節への共鳴」とでもいう別世界が感じられましたが、近年では一手加えた「こしあん」の上品さ、奥深さでの味の

※ 標準作業手順書に基く「煉あんのフローチャート」の一例



伝わりが敬遠され、より本物の味とされる「小倉あん」への流れはまた時代の進化とも思われます。

元来「白系こしあん」は季節に応じた味のをせ、色を映して香りをも楽しむ和菓子の細工物として、その四季を愛でる遊び心は唯一至福の味わいとして重宝されましたが、いまや時代に少し乗り遅れ気味の味となったのでしょうか。

## 六、小倉あん

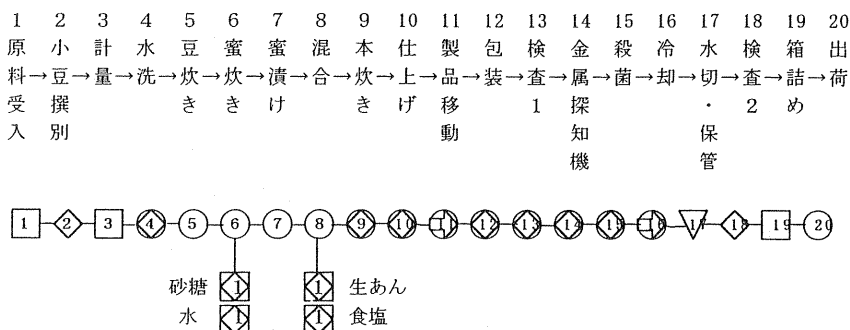
時代を反映した「あんこ」のチャンピオンは何と言っても「小倉あん」です。小豆は北海道においては5月中旬に種を蒔き、10月下旬に収穫期を迎えますが、12月に取り寄せる小豆の味はまさしく旬の味そのもののなのです。旬の北海道の息吹を味にかえて届ける。これがまた一年で一番難しく職人技を要する炊き時でもあるのです。どうしても若い味はいたみ易く、壊れ易いのです。この時期の小豆はまた保管熟成されて

いませんから、小豆粒の実と皮のバランスや色の深みはありませんが、味は抜群です。したがってまだ小豆に炊きむらが出て、腹割れします。そのうえ味は壊れやすく色の变化もしやすいのです。一つ火の加減を間違えれば小豆の皮と実のバランスが崩れ、腹割れを起し中味の「呉」が外に出てしまい、色の变化にも繋がるのです。これを上手くやってのける瞬間こそが、職人が技を示し勝ち誇れる時なのです。

「小倉あん」は丁寧にそして優しく小豆を痛めないように風味を粒の中に閉じ込めてこそ特徴のある味の伝わりが出来るのです。

もともと味のバランスは「あんこ」が舌で踊るときの甘・酸・辛・苦・渋が決め手なのです。お客様が求める味の原点は、原料小豆に拘り、砂糖に拘り、釜に拘り、職人技に拘る基本スタートがあってこそ味の答えを探す道も開け、用途に応じた味の表現が生まれてくると思います。

※ 標準作業手順書に基く「小倉あんフローチャート」の一例



## 七、味の十字路

「あんこや」は今、価値観、価値感を求めて苦しんでいます。

平成の時代になり、中小企業の多い「あんこや」にも世界との競争の場が与えられ、特に中国との価格競争、品質競争という試

練が来ました。

平成10年以降の国内の不景気や製造業の空洞化とも相俟って日本で「アッ」という間に中国の安い人件費、安い原料を武器にした大量生産方式の低価格商品が拡がったのです。特にみやげもの、タイ焼、アイスクリーム、菓子パン等の大衆商品大手への浸透が図られた結果、日本のバリュー市場は一挙に安値商品で満たされました。

それでは、日本の「あんこや」は、このまま低迷を続けるのでしょうか。いや、そうではありません。何故なら安さは万能ではないからです。味への評価を正しくして頂けるお客様は日本にも多く住んでおられるのです。素材は、「ルーツ」の正しい丹波小豆や北海小豆を使用して生産されているのです。「あんこや」には熟練の技と伝統にささえられた味があります。伝統の味は、必ずその地に根付くでしょうし、その地で製造できなければ継承はできません。外国では真似の出来ない「自分の味」その味を自信をもって送り出すことが出来るのです。従って、日本の「あんこ市場」は必ず蘇る筈です。いつの時代でも企業競争は常です。いかに価値創造を時代に結びつけるかが勝負です。嗜好品くらい価格にこだわらず賞味していただける時は必ず来ます。「売る味」「売れる味」造りは常に「顧客本位」を旨として、造る側の主張を食べる側の味に如何に変化反映させ満足が得られるかでしょう。「あんこ」の好きな人は、

「あんこ」の味にかけては専門家なのです。

「あんこ」の味はほとんどが「コロモ」との組み合わせ、即ち複合の味でもあるのです。大量生産の安いものは中国産にはどうしても太刀打ちできない現状では、扱店の方にお任せして別に売り方の道を探すのも現況の打開につながる一つの方策ではないでしょうか。

“拘りの「あんこ」を希望される方、味わいたい方には数量は問わず何でもいつでもお届けしますよ。” くらいの気構えと品揃えで小回りをきかせ、工夫してお客様の求める味を売る、これが今求めたい自分流「あんこのコンビニエンスストア」です。豆も良くなり、水も良くなり、機械も良くなったけれど、職人の技は消えました。「うまし国」において、もう一度“旨い”と言わせる味を探してみたい。機械の味から職人の味を取り戻すことが出来たならば、未来は輝くでしょう。「売る味」「売れる味」を探す為には、用途に応じた味を掴まなくてはなりません。それにはよき製造のパートナーを育てたいものです。売る人の売りたい味、求める味を会話の中からあんこの味にのせてくれる、良き職人の「パートナー」が必要なのです。幸いにして弊社には職人の良きパートナーが育ちましたので、今日も全国のお客様に、お求めの味、イワノヤの100年に亘る伝統の味、安心、安全な「あんこ」の味を造りて、お届け致し候。