

# さといも(親芋)コロッケの取り組みについて ～これからの地産地消～

株式会社福島食品 営業部 企画課 よしだ 吉田  
さゆり 彩有里

## はじめに

株式会社福島食品は埼玉県毛呂山町にある食品総合卸売企業で、冷凍食品・常温、乾物商品・チルド、日配商品から包材まで食に関わる商品を取り扱っている。

卸売業を主業務としているが「埼玉県の食品をもっと知ってもらいたい」という思いから埼玉県産の農産物を活かした地産地消商品の販売・商品開発にも積極的に取り組んでいる。社是は「皆が幸せになる企業を目指して」である。

## 1. さといもコロッケとは

「さといもコロッケ」という商品をご存じだろうか。一口たべると口の中にさといもの甘さがふわっと広がり、ねっとりとした食感一度食べたら忘れられないやさしい味わい。福島食品が取扱う商品の中でも高い人気を維持しているロングセラー商品である。

食品業界では、流行や消費者のニーズの変化が激しく、多くの商品があっという間に姿を消していく。そのような中で単純なコロッケがここまで売れる商品になることはあまりない。長年愛されているのは素材の持ち味を生かし、品質の高さを示していると考えている。



さといもコロッケ

見た目はシンプルだがその分素材の良さが引き立つ逸品である。

## 2. 「もったいない」が原点

さといもコロッケの原料はさといもの「親芋」である。通常、流通しているさといものは「子芋」と呼ばれる部分で、親芋は食味の悪さなどから流通することはほとんどない。一般的には廃棄してしまう部分だ。「適切な加工をすれば美味しく食べられる」が、それでもやはり適切な販路がないという理由で廃棄されてしまう。「食べられるのにもったいない」そんな考えをもった熱い生産者の方が声をあげた。

親芋は食べられる。しかしそのまま販売することは容易ではない。そもそも一般のご家庭では親芋と子芋の違いを知る人も少なく、そのうえ食味の悪い親芋の調理方法など認知されてはいない。そのため、消費者が手軽に購入・調理できる形へ加工することが不可欠であった。

生産農家は「量より質！」というくらい品質にこだわっており、親芋でも粘り気がありながらホクホクしている。この特徴が「コロッケ」という商品選択に大きな決定打となった。

近年では「SDGs」（持続可能な開発目標）が周知されるようになったが、このような取り組みも食品ロス削減や、地域資源の有効活用という観点でもその理念に合致するものである。生産者の方々の熱い想いがこうした活動に、そして現在の持続可能な地域づくりと繋がっていることに大変意義深く感じている。



狭山里芋増産倶楽部の皆さん



目標12 持続可能な消費と生産のパターンを確保する  
(作り過ぎたり、廃棄しないようにしていくのが重要)

### 3. さといもコロッケ販売まで

「とてもいい商品があるので、一緒に販売していきませんか？」

さといもコロッケとの出会いは、製造メーカーの社長さんからの一本の電話で

あった。

その後、生産者の方々を紹介していただき、開発の経緯を伺った。「市場に流通しないで捨ててしまうだけの親芋をなんとかできないか？」と相談を受けた製造メーカーが生産者の方と共同で開発したのが「さといもコロッケ」だった。

しかし、製造メーカーだけでは販売するのが難しいので、当時すでに地産地消商品に力をいれていた当社に声がかかった訳である。

販売開始にあたり、高速道路のSAにて試食販売を実施。すると、試食したお客様の多くが商品の味を高く評価し、購入するに至った。10時から15時までの販売時間で用意したコロッケはすべて完売。販路の開拓と地産地消商品の可能性につながる大きな一歩になった。

当初は市場でどのような評価になるか不安も大きかったが、「美味しい」「また購入したい」という声を多くいただき、品質の高い商品であれば必ず評価されるということを改めて実感した。

また高速道路SAという販売先も商品を広めるための大きな一歩となった。さといもコロッケを気に入ったバスガイドさんが、休憩に立ち寄るたびに利用客に「美味しいのでぜひ食べてみてください」と声をかけて紹介してくださり、他県の観光客にも広く知られることとなった。

### 4. 地産地消としての取り組みと評価

地元でとれた食材を地元で食べる。これが地産地消である。埼玉県内には美味しく、質の高い野菜がたくさん収穫されているものの、「埼玉県の特産は？」「美味しい野菜

や果物は？」と聞かれてすぐに答えられる人は決して多くない。

品質も良く、味も良い。それでも認知度が低いままでは十分にその価値が伝わらず、地域資源として活用されにくい現状がある。

では、どうすれば認知が広がるか。

地産地消を推進するには次の3つの要素が必要であると考えられる。

- ①美味しい商品をつくる
- ②いつでも購入できるようにする
- ③地域に根付いた活動を継続する

実際に①から③を生産者が単独で行うことは容易ではない。その理由は、以下のとおりである。

#### 【美味しい商品をつくる】

もちろん、そのまま食べてもらえば味の良さは伝わる。しかしながら「調理の仕方がわからない」食材は消費者から敬遠されやすい。また、いも類などの根菜類は皮をむいたり下処理に手間がかかる。コスパ・タイパといった利便性が主流の消費傾向において、購入機会が減少する要因にもなっている。

#### 【いつでも購入できるようにする】

これこそ最大の難関である。野菜や果実は収穫時期があるため、生の状態では収穫期以外では供給ができない。テレビなどで報道されてもいざ購入しようとなったときにはもう販売時期が終了しているというケースも少なくない。

#### 【地域に根付いた活動を継続する】

さらに、地域に根付いた活動をするのは容易ではない。収穫体験での説明は非常に有効な取り組み、手段ではあるが、準備や運営に多くの時間と労力を費やすこととな

る。そもそも野菜作りにはかなりの時間と手間がかかり、特に収穫時期などなおさら人手不足にもなる。このため、各生産者が個々に活動するには限界がでてきてしまう。

これらの課題を、さといもコロッケの取り組みでは、次のように解決した。

まず、さといも（親芋）本来の美味しさを損なうことなく手軽に食べられるコロッケという付加価値の高い商品を開発した。

その結果、サービスエリアのスナックコーナーなどで採用され、人気商品として多くの消費者に認知される商品へと成長した。

次に、冷凍商品として保管することで販売店に必要なタイミングで納入することが可能になった。

さらに、狭山市内の精肉組合のすべての店で販売されるようになり、店頭から地域へ情報発信することで知名度は徐々に向上することができた。「狭山市はさといもの生産が全国NO.1である」「これまで捨てられていた親芋を再利用した商品である」という商品の特徴も大きな宣伝材料になり、県内だけでなく他県など様々なところから問い合わせをいただいている。

そして、生産者・加工メーカー・流通・



小売がタッグを組んで商品を開発し、地域を活性化したとという実績が評価され、平成23年度には普及活動全国コンクールで農林水産大臣賞を受賞することができた。

## 5. 企業としての地域振興とは

一般的に、企業としては「売上」が大きな指標になる。しかし、企業としての役割は利益を追求することだけではない。

福島食品では「皆が幸せになる企業を目指して」という社是により、社員のみならず、すべての人幸せを追求している。

地域経済を持続的に発展させるには生産者・加工メーカー・流通・小売とそれぞれの分野が連携し、強みを生かすことが重要であるが、新型コロナウイルス感染症の影響に加え、異常気象・資源の価格高騰・世界情勢の影響などにより食品業界は厳しい環境に置かれている。

一方で、購入者が求めているのは「付加価値」であり、それこそが「地産」商品の生命線である。今まで生産者は多く作りすぎた野菜は廃棄するしかなかったが、企業と連携することで、余剰農産物等を安定的に買ってもらうことにより、収益の安定化や食品ロス削減が可能となる。一方、企業側も安定した原料調達と魅力ある商品の販売が可能になる。

このような取り組みが地域に浸透することで生産者はより品質の高い生産物、そして企業はその魅力を消費者へ伝えるという好循環が生まれる。

また、生産者と企業の連携は、生育状況のを共有や適切な販売計画の作成、さらには需要予測や供給調整にも役立つことから、当社では、川越農林振興センターの協

力を得て月に1回の「農業技術勉強会」を開催し、作物の生育状況や問題点について情報共有をしている。

また近隣の障がい者施設とも連携し、当社が力をいれている農産物の生産を委託、全量を買取ることで、障がい者施設の雇用と収益にも貢献している。

さらにはシニア活躍推進宣言もしており、セカンドキャリアとしての「農業」を始める際の敷居を低くすることにつながっている。



## シニア活躍農業事業 参加者募集



### 川越農林振興センター 技術指導・講習あり

生産についての質問や指導が受けられます。

農作物の生産～出荷までやっていただける方を募集しております。

- ・現在、法人で障害をお持ちの方や様々な方々が参加しています。
- ・シニアでなくても、元気で参加できる農業をやりたい方を募集しております。
- ・農地をお持ちでない方もご相談ください。

### 一緒に農業してみませんか？

内容：主に葉もの野菜・加工向け作物の  
生産・収穫・出荷

第一回時期：2024年9月 種植え～



推進事業者



株式会社 福島食品

〒350-0436  
埼玉県入間郡毛呂山町  
川角 644-3



サポート事業者

【問い合わせ】  
株式会社フジネス  
担当者：藤塚  
TEL：070-5084-7409

## 6. 今後の展望について

埼玉県にはまだ広くは認知されていない地産商品が存在する。こうした魅力はあるが、消費者の手元まで届いていない農産物を流通できるようにしていきたいと考えている。

さといもコロッケの実例もあって、直接、生産者の方から相談が来ることも多くなり、その結果、商品の魅力をストレートに伝えと共に関製造や流通に関する問題点についても忌憚なく意見を交わすことができるようになった。今後は製造メーカー・生産者・流通・小売店等の間での連携を担うハブ的な存在としての役割を積極的に務めていきたいと考えている。

なお、さといもコロッケに使用している親芋は全量買い付けには至っておらず、今後、コロッケ以外の商品化へ向けた検討も進め、狭山産里芋（親芋）の付加価値をさらに高めていきたい。

また農業DXとして農業のデジタル化にも着手しており、経験値で行ってきた農作業を数値化・見える化するすることで、安定的な農作物の生産、農業への参画をより一層進めていきたいと考えている。

