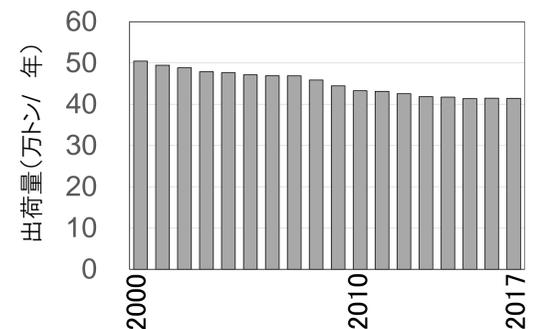


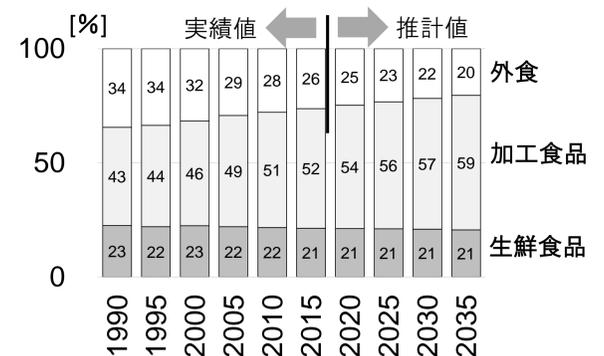
# 加工用調味料の高品質化のための調査

## 目的と調査内容

味噌・醤油は日本の伝統的な調味料だが、食の多様化やライフスタイルの変化等を背景に、出荷量は減少傾向にある。そのような中、食の外部化が進み、味噌・醤油そのものではなく、惣菜・たれ・スープ等の加工品で味噌・醤油が消費される機会が増えている。そこで、加工用の現状や重視する特性などを明らかにするために、県内の味噌・醤油メーカー5社と食品メーカー3社に、特に味噌を中心に聞き取り調査を行った。



全国味噌出荷量の推移  
(全国味噌工業協同組合連合会HPより)



食料支出の構成割合(全世帯)  
(農林水産政策研究所「人口減少局面における食料消費の将来推計」(H26年)より)

## 調査結果

### 1. 味噌・醤油メーカーの調査結果

- ・味噌・醤油メーカーでは、加工用として食品メーカーや飲食店に供給する場合、味噌・醤油をそのまま供給する場合と、調味料等を添加・調製してから供給する場合があった。
- ・調製して供給する場合、顧客の要望に応じ製造するメーカーと既存のラインナップを提示し対応するメーカーがあった。顧客の要望に応じ製造する際は、スペックに合う色調・味の味噌を選び試作・販売していた。
- ・今回調査した5社では、家庭用と加工用とを区別せず味噌を製造していた。

### 2. 食品メーカーの調査結果

- ・食品メーカーが原料として味噌を使用する際に、塩分がネックになって使用量を控えたり、味噌の酵素や残存微生物が製品に影響した事例があることがわかった。これらは味噌特有の課題であり、使用時に留意が必要なポイントである。
- ・食品メーカーが味噌・醤油を調達する場合に、味噌・醤油製造メーカーではなく、たれ・スープメーカーと取引する場合も多いことがわかった。
- ・食品メーカーでは「仙台味噌」をブランドとして付加価値向上に利用する例がみられた。