

寄稿

3 宗教、食文化の垣根を 越えて世界中の 皆さまの「おいしい!」 に貢献する

(株)九重雑賀 代表取締役社長

雑賀 俊光

株式会社九重雑賀で代表取締役社長をしています、雑賀俊光と申します。

弊社は、和歌山の皆さまにご愛顧頂いております「ココノエ酢」の蔵元として、1908年に創業致しました。

創業者である小職の曾祖父雑賀豊吉は、「より良い食酢を造るのには、原材料である酒かすから造るべき」という考えと、「食事に合う日本酒を造りたい」という夢から、1934年に日本酒の製造も開始しました。

現在は、まだ全量には至っておりませんが、親戚が和歌山で酒米（日本酒を造るためのお米）を栽培し、その酒米で日本酒を醸し、その酒かすで赤酢を醸す、また日本酒ベースのリキュールを醸す、一貫造りに取り組んでおります。いわゆる、テロワールです。

和歌山県は毎年10,000人程、人口が減少しております。また、高齢化も進んでおります。これは和歌山だけの現象ではなく、日本全体の現実です。

人口が減少すると口の数も減少します。高齢化すると胃袋の大きさも小さくなります。弊社の食品事業が向き合う相手は、口の数と胃袋の大きさが全てといっても過言ではありません。



ただ世界を見渡すと人口は80億人を突破し、日本の約64倍もの人口がいます。口の数が日本の64倍あるということです。

世界の平均年齢の高い国の中でも日本は上位に位置しています。このことは、胃袋の大きさも世界に比べて小さいことを意味しています。

つまり、国内需要が減る一方の日本だけを見ていては、弊社のような小さな食品メーカーでも海外に出ていかなければ、いずれ立ちいかなくなるという危機感から、海外に視野を広げることになりました。

そこで、ただ漠然と海外に出ていくだけではすでに海外で販売している食品メーカーに太刀打ちできないので、弊社の強みと弱みの分析を行いました。

弱みは海外での販売実績や経験がないこと。

強みは今、海外で「おすし」がブームとなっており、その「おすし」の発祥の地が和歌山といわれていること。

そして、その「おすし」を作る際に使用する「赤酢」を、弊社が製造していること。

強みはこの二つでした。

今、海外では「SUSHI」が日本食である知らない人々がたくさんいるほど、認知度が高まっております。

また「おすし」は、日本では握りすしを連想しますが、海外ではサンドイッチのように、すし飯にいろいろな食材を巻いて食べるロールすしも人気です。カリフォルニアロールやスパイシーロールは有名です。

グルテンフリーの高まりと共に今後、このような食文化が益々増えてくると考えられます。

弊社は、先程申し上げました通り、「おすしの発祥の地」といわれている和歌山県で、赤酢の原材料である酒かすの元となる日本酒から製造している日本で唯一の蔵元です。

この強みを生かし、「おすし」に使用する赤酢、共に楽しむ日本酒、食前食後に楽しむリキュール、ノンアルコールに特化し、海外に発信していくことにいたしました。

発信していくツールとして、味香り戦略研究所様に依頼をし、海外で人気のあるすしネタ（マグロ、サーモン、ハマチ、エビ）を使い赤酢で握ったおすしと、弊社日本酒とのペアリングを行い、その結果を数値により可視化しました。

リーフレットも日本語、英語、中国語と3ヶ国語分を用意しております。

この提案には、エクスポーター、インポーターはじめ海外の飲食店様にも好評価頂いております。



このように海外展開していく中で、ひとつの大きな壁に遭遇します。

日本ではあまり考えられないのですが、世界には宗教や食文化の違いで、口に出来ないものがあるということです。

世界中の皆さまの「おいしい！」に貢献するには、宗教、食文化の垣根を越えないといけないということを痛感しました。

そこで弊社は、『宗教、食文化の垣根を越えて世界中の皆さまの「おいしい!」に貢献する』という理念を掲げ、宗教の垣根を越えるため、2021年コーシャ認証取得。そして2023年には追加認証も頂き、弊社製品合計18品目でコーシャ認証を取得いたしました。



コーシャフードとは、ユダヤ教徒が食べてもよいとされる「清浄な食品」のことです。

世界のコーシャフードの市場規模は年13%前後の成長を続け、2019年に13.8兆円を突破。今後もこのトレンドは続く見込みであり、拡大を続ける成長市場といわれております。

(出典：コーシャジャパン)

また2023年には、弊社製品5品目でハラール認証も取得しました。



ハラールフードとは、イスラム教の教えにおいて神に食べることを許された食べ物です。

ハラールフードの市場の規模は、2019年度で約129兆4,600億円。2018年度と比較した成長率は約3.1%。世界市場は、4人に1人がイスラム教徒の時代になりつつあり、イスラム諸国の多くが、人口が増加しているだけでなく経済開発を進めています。それに伴い中

間層が拡大し、有望市場として注目されています。

(出典：Salam Groovy Japan)

さらに、食文化の垣根を越えるため、2023年、弊社製品15品目でヴィーガン認証を取得しました。



ヴィーガンフードとは、卵や乳製品などあらゆる動物由来の食物を避けた食べ物です。

世界のヴィーガンフード市場は1兆円規模。2021年から2027年の予測期間には9.6%以上の健全な成長率が見込まれており、2027年までに3兆円に達する見込みとのこと。

また北米には、乳糖不耐症の人が多く、市場シェアの点で世界の主要地域となっています。一方、アジア太平洋地域は、研究開発活動の活発化、環境への影響に対する懸念の高まり、慢性疾患の増加、生活水準の向上などにより、2021年から2027年の予測期間において、最も高いCAGR（年平均成長率）を示す予想との報告もあります。

(出典：Report Ocean)

上記内容を踏まえ、弊社はSDGsの行動宣言をしております。



- ・環境に配慮した製品・サービスの提供
- ・人権尊重
- ・責任ある企業行動

で企業活動を通じて、社会課題の解決に取り組み、SDGs達成に貢献しています。

「おすしの発祥の地」といわれている和歌山県で、「おすし」に使用する赤酢を原材料の酒かすの元である日本酒から製造している日本で唯一の蔵元が、『日本酒』と『赤酢を使用したおすし』のペアリングを数値により可視化。さらに、『宗教、食文化の垣根を越えて、世界中の皆さまの「おいしい！」に貢献する』という理念のもと、宗教の垣根を越えるためにコーシャ、ハラール認証を取得。食文化の垣根を越えるためにヴィーガン認証を取得し、世界中の皆さまの「おいしい！」に貢献する。

これが弊社の海外展開です。

2023年5月には、「新型コロナウイルス感染症」が5類に引き上げられました。

2019年インバウンド数は3188万人、観光庁は日本を訪れる観光客の数を2025年に新型コロナウイルス感染拡大前の水準に回復させることを目標としています。

2025年には大阪万博が開催されます。和歌山にも海外からたくさんの観光客が訪れると思われます。

海外からのたくさんの観光客への「おもてなし」として、九重雑賀としては、SDGs10「人や国の不平等をなくそう」を、食を通じて貢献できるよう進めていきたいと考えています。

弊社の調味料を使用して頂き、また飲料を活用頂くことで、観光業、飲食業のお役に立てれば幸いです。