

## 味な提言

### 第3回 充填豆腐と寄せ豆腐 「広域流通時代の幕開け」

一昔前では考えられなかったほど、最近のスーパーマーケットの豆腐売り場は、形や内容量、食感、ネーミング、生産地が多種多様な商品であふれています。製法で区別すると、絹や木綿以外の豆腐を見かけるようになったことも特徴です。

一つは、充填豆腐といって、パックの中に封入水の入っていないものです。冷却した豆乳に凝固剤を入れ密閉し、過熱処理をしているので日持ちが長いのが特徴です。

昭和四十年代、スーパーにセルフ販売という業態ができた時に生まれました。それまで豆腐は、冷水ケースの中に裸の豆腐を入れ、客が鍋を持って買いに行くか、薄板で包んで青い塩ビ製のパックに入れての販売でしたので、到底セルフ販売には向いていません。

製造技術の面から見ると、加熱凝固タイプのグルコノデルタラクトン(GDL)が開発されたことや、包装容器の進歩が挙げられます。また、充填豆腐の黎明期は、水溶物を完全密封する包装技術がなく、魚肉ソーセージに使う機械で、筒状のポリ袋に冷えた豆乳と凝固剤を入れ、針金で結束して製造していました。それは円筒状の豆腐で、岐阜県や北陸地方によく似たものが今でもあります。

その後、現在のプラスチックケースにフィルムを熱着する技術が開発され、現在の豆腐の形態になります。昭和五十年代に入り、グルメブームが到来し、漫画「美味しんぼ」で寄せ豆腐が紹介されたのもこのころです。

寄せ豆腐は、木綿豆腐の製造工程上で箱型に入れる前のものです。わが社も愛知でいち早く寄せ豆腐を作って販売したところ、お客様から「豆腐が壊れている」、そんな苦情をいただいた笑い話もありました。

凝固剤ににがりを使うことで、フワフワな新食感と、水さらしによるうまみの流出がない



ため、濃厚な味わいの豆腐ができ、すまし粉の淡泊な味に慣れた舌には画期的な豆腐で、全国のお豆腐屋さんで作られて大ヒットしました。

戦後中断していたにがり製法が、寄せ豆腐でおいしさが再認識され、新技術の乳化にがりによってさらに簡便化され近年では、普通に流通するようになりました。また、かつては水槽で豆腐を直接冷やし、あく抜きしていましたが、えぐみの少ないにがり寄せになってからは、水槽も不要になりました。

同時に、豆腐がまだ熱いうちに裁断し、パック詰めで密閉し、10度以下の冷水で急速冷却することにより、食品が腐敗する危険温度帯をやり過ごすホットパック製法が生まれました。防腐剤の使用が禁止されている豆腐は、日持ちが大きな問題だったのが改善され、夜中に豆腐を作って朝に配達をしなくてよくなりました。

今では、二次加熱製法の確立によって、できたての味が一週間は維持できるものが作られるようになり、豆腐の広域流通時代の幕開けとなりました。