

特集2

長野県の事例

『莢音(さやね)』の 産地化に取り組んで

暑い季節には、
うまいビールとエダマメ！

三好種子(株)

営業部 宮本淳彦



長野県での エダマメ

『エダマメは、田んぼのあぜにでも蒔いておけば、8月のお盆には息子や娘が孫連れて帰ってきてビールのつまみにするし、孫もおやつがわりにつまんでは、じいちゃん家のエダマメは甘くておいしい！って喜ぶで、少しくっっておくだ。』と、ニヤニヤしながら種を選ぶ人が多い。いわゆる家庭菜園です。

また、諏訪の地区では、昨今はやりの直売所で、野菜の販売が盛んで、その中の品目のひとつにエダマメがあります。

『おらほう(私たちの地域)で、エダマメをつくるとそりゃあうめえのが

できるで、いい稼ぎになるだ。甘くて良い品種があったら教えてくれや。』

私は、JA傘下の直売部会の推奨品目を選んでいる仕事もしていますから、当然聞かれる質問ではあります。このように長野県は、家庭菜園や地元直売向けの栽培はあっても、いわゆるエダマメの産地というものはありません。

たしかに準高冷地から高冷地へかけての栽培になりますから、出荷できるのは7月下旬~9月上旬でビール消費のピークと重なり、全国的には平坦地の出荷が終わって、高冷地から東北地方へかけて産地が移行する端境期にもあたります。加えて、日中の強い太陽光線と昼夜の寒暖差が大きい気候であるため、品質的にも高いエダマメが収穫できます。

『いい稼ぎになるだ。』なるほど、



◀ えだまめ『莢音(さやね)』

主莖長が短くても、びっしりと大さやがつく、省力・大莢・豊産品種

▼ 『莢音(さやね)』簡易束ね包装用出荷シール(JA名入り)



みなさん市場流通には直接かわらなくても、この時期に味のいい豆を出荷すると売れるということは、肌で感じていますね。

これが今年の産地化へ踏み切る大きな理由でした。

産地化への 取り組み

『いつ種を蒔くで〜?』『いつごろ獲れるで〜?』そんなこと聞かれたって、品種も決まらず産地でもない地域では、はっきりとはわかりません。そこで、これまで作ったことのある品種を聞き取り調査し、おおまかな栽培暦を組むところから始まりました。

2005年の作付けは、播種期と収穫限界を模索する目的で、JA信州諏訪管内で標高750m~1,000m、JA長野八ヶ岳管内では標高1,000m~1,350mまでで設定しました。

出荷の時期は、平坦地の終盤から東北産までの間、7月下旬から9月上旬までとしました。年々、残暑が厳しいですから、味のいい豆さえ作れば需要はかなり見込めそうだという期待と、生産調整もなく生産経費が小さいことにエダマメの最大の可能性があります。

『品種は何にするで〜?』直売部会用の品種ならば、スタンダードな白毛品種、香りが個性的な茶豆品種、味に特徴がある黒豆品種と多種多様で、荷姿も、莢もぎ・切り枝・束ねなどバラバラです。また、長距離輸送をしない鮮度が売りなので、莢の色抜けもさほど気にはならないし、品種の多さが店での売りにもなりますから、お客様の好みで選べばいいわけです。ここに客



▲ 富士見町農技連の試験圃場での『莢音(さやね)』
草丈が他の品種よりもかなり低い。手前が『莢音(さやね)』

待ち商売の気軽さがあり、売れるものは売れるし、売れ残るものは残ります。しかし、JAの共選出荷となれば、なんでもこいというわけには行きません。

既存の主要産地のように市場や消費者から認知されているわけではありませんし、安定出荷(供給)にも問題が残りますので、地域に合った品種で統一する必要があります。

消費者の動向を見て、最近話題になるものを見ると、山形県や新潟県の茶豆、丹波の黒豆などがありますが、既に、先行している有名産地として地位を確立しています。

市場バランスで見た場合、今後も万人向けの白毛品種が全流通量の80%

を割ることは考えにくく、味や香りが特徴的な茶豆や黒豆は、好き嫌いや需要地に偏りがあることから、一部から熱烈的な支持を受けながらも20%以上の安定シェアに達することはないだろうと予測しました。また、茶豆や黒豆は地域由来の特産品傾向が強く、後発の無名産地ではブランド化が難しい上、先行有名産地と出荷時期が重なるリスクもあります。

栽培面で見ただけの場合には、茶豆や黒豆は、単価はのる場合がありますが、品種改良が進んでいる白毛品種よりも収量安定性で劣る品種が多く、産地確立の第一歩である安定供給面で不安を残すことが課題となります。



取り組み 初年度の結果

販売面では、出荷された『莢音(さやね)』は、フラワーキャップによる乾燥防止で店頭での鮮度の維持期間が長く、目新しい荷姿で消費者へのアピールもじゅうぶんにできました。出荷先は関東・中京・関西の各方面で、各地の中央市場の評価も上々で、この原稿を執筆中の段階では最終精算単価が出ていませんが、エダマメ青果相場が低迷した時期でも安定して差別化販売できた実感をつかんでいます。

また、地元でテスト的に販売していただいたAコープ富士見店(名取幸一店長)では、JA傘下の直売コーナーが併設されているにもかかわらず、フラワーキャップの『莢音(さやね)』を出したところ、エダマメ売上は異例の3倍増となりました。同店は、全国でも指折りの大型店舗で、年間来客数80万人を数える長野県では一番の店舗となっています。



Aコープ富士見店 菊地青果主任とエダマメ『莢音(さやね)』のフラワーキャップ包装

品種特性的には、省力化でき、収量性が高く、長距離輸送に耐え、播種適期幅が広いことが条件で、これに加えて差別化できる要素がひとつでもあればよしという贅沢なものになっています。

これらを検討した結果、白毛品種で最適なものを探すこととしました。

出荷荷姿の検討の段階で、莢もぎの袋詰は機械化しない限り収穫労力が問題となり、『枝付き』できれば『葉付き』の束ね出荷が望ましいとなりました。しかし、本来の束ねでは、栽培時の移植作業が必要となり、出荷調整の技術が難しく、とても素人にいきなりできるものではないことが判明しました。

そんな中で昨年、JA全農長野南信事業所が取り組んだ『莢音(さやね)』のことを聞き、直播で束ね栽培が可能なコンパクトな品種で、極早生で大莢・濃緑、しかもフラワーキャップ(切花用のスリーブ)に詰めることで出荷調整の手間が省けることがわかりました。これは、これまでになかった荷姿として差別化要素も含んでいます。一般に束ね出荷は、ほぼ平坦地の

みとっていい状況で、7月下旬からはほとんど莢もぎ袋詰の荷姿になります。市場入荷量が増えても、束ねの需要は確実にあるとの予想から、品種を『莢音(さやね)』に決めることで、JAと協議し取り組むこととしました。

取り組み規模は、フラワーキャップ1束に4~5本詰め、10束詰めを1ケースとし、1,000ケース以上で市場評価を取ることにしました。



『莢音(さやね)』出荷調整作業

作業面では、最初は荷造りに手間取った生産者も、徐々になれてスムーズな作業ができるようになり、来年からの規模拡大に自信を深めています。その一方で、機械化が進んでいる大規模経営の地区では、導入面積の単位が大きく、出荷調整が機械化できないか検討しています。

今年の市況と生産者の所得、市場の手ごたえなどから、JA 信州諏訪、JA 長野八ヶ岳ともに来年の作付面積は拡大する予定です。標高差を生かした広い播種適期幅の中で、夏場の高品質エダマメの産地化へ向けてさらに前進する方向にあります。



今後の農業形態と展望

私が主に担当するのは、長野県南部、山梨県と隣接する八ヶ岳地区（JA 長野八ヶ岳）と諏訪湖富士見周辺地区（JA 信州諏訪）です。大は、北海道並みに機械化が進んだ大規模経営から、小は自家消費プラス地元消費向けの出荷まで、地域によってその形態はさまざまです。

高原野菜の大産地として知られる八ヶ岳地区では、レタス、はくさい、キャベツなどの葉物重量野菜が基幹作物となっており、その規模は1農家平均で7ヘクタール、中には10ヘクタール以上を耕作する農家もめずらしくはありません。このような大規模形態の課題は、ある程度の面積をこなさないと採算ベースに乗りにくく、これらの基幹作物では5ヘクタール以下の経営では、見合わないという問題を抱えています。生産調整で畑の作物をつぶさ

なければならぬ年もあり、特に、補助金で補填されるとはいえ、生産資材等の初期コストを考えれば経営的には赤字になってしまいます。

また小規模形態は、近年の地産地消ブームによる直売所の充実等で、生産物の販路が広がっているものの、作物の種類が多く単一作物で見た生産量と安定供給から産地化が難しいという課題を抱えています。

長野県も全国の例に漏れず、年々、生産者の高齢化が進んでおり、大規模経営の継続が難しくなってきたり、小規模でも重量野菜を扱うのが難儀になったりで、『何を作ったらいいで～？』という声が地域にかかわらず聞こえてきます。

基幹作物は、指定産地として供給義務を果たしてゆく点で、今後も変わりなく生産されてゆくことと思いますが、

『何を作ったらいいで～？』の質問に
応えるひとつの回答として、エダマメ
『莢音(さやね)』に期待しています。



おわりに

私個人としては、まだまだ暑くビールが飲みたい時期の必需品であるエダマメを探してウロウロせずに、県内で身近に
おいしいエダマメがあることは非常に
ありがたいことだと思っています。

味が決め手で鮮度に価値がある品目は、ぜひとも近くで産地化しましょう
(一消費者の声でした)。



『莢音(さやね)』の圃場にて、現場巡回中の筆者