

「ピュアホワイト」の 産地化をめざして

東松山市戦略作物研究会
副会長
藤野 孝一

3



▲写真 会員の松本氏(左)と筆者(右)

1.はじめに

東松山市は埼玉県の中央に位置しており、首都圏へ1時間程度でアクセスできる恵まれた地域にあり、都心へ通勤する方が多く住むベッドタウンであります。



農業においては、自然豊かな北部の丘陵地では梨の栽培が、都幾川周辺に広がる平坦な台地では米麦を中心とした栽培が盛んに行われています。野菜類は主に露地栽培で、市場よりも農協の直売所等へ出荷を行う生産者が多く、近年直売所では同じ種類の野菜が大量に並ぶため、安売り合戦になるという問題が生じています。

このような問題を解決したいという思いから、2013年に「東松山市戦略作物研究会」が設立されました。本会は新規就農者や意欲的な農家14名から構成され、野菜の生産規模拡大や産地化を目

的とした活動を行っております。今回は、「ピュアホワイト」の導入から現在に至るまでの取り組みについて紹介させていただきます。

2.アライグマ対策万全! 「ピュアホワイト」栽培適地 となった東松山市

「アライグマかわいいね、飼ってみよと…もんげ〜!かまれた〜どこかに捨てに行かなきゃ、田舎がいいかな?」といった話は昔よくあったことです。

東松山市は首都圏から最も近い田舎、アライグマが多く生息する地でもあります。アライグマは野生化して、野菜などの農作物を畑から奪っていくため、スイートコーン栽培が困難と言われておりました。しかし近年、専門家指導のもと防護柵と捕獲機を設置したところ、被害が軽減され栽培が可能となりました。

さらに、東松山市は埼玉県の他市町村に比べスイートコーンの作付面積が少ないため、キセニア(花粉の混入により白いスイートコーンに黄色の実が混じる現象)が起りにくく、「ピュアホワイト」栽培地域としての利点となっております。



▲写真1 ピュアホワイト栽培の様子①

3.「ピュアホワイト」

栽培・販売に向けた取り組み

2013年、研究会ではスイートコーンの露地マルチ栽培をはじめました。地元農協から埼玉県内で主力だと聞いた黄色品種にメインを置き、どこでも栽培できるわけではない「ピュアホワイト」の作付面積はごく僅かでした。栽培した農作物を、東松山駅や池袋駅、地元の動物園やサービスエリア、そして復興支援として訪問した宮城県東松島市などで直売した結果、圧倒的に「ピュアホワイト」の人氣が高く、研究会一同にとっては大変衝撃的でした。

2014年は、作型拡大を検討するためトンネル促成栽培をはじめました。品種は前年に引き続き黄色品種と「ピュアホワイト」を使用し、地元農協を通して市場出荷をおこないました。「ピュアホワイト」は食味がとても良好で、白色系品種の中でも大型の穂であることから、黄色品種と比べて市場単価はかなり高めに取り引きされ、差別化販売には有効であると認識する機会となりました。

本年、2015年は品種を「ピュアホワイト」にしぼり、長期出荷を行うためトンネル



▲写真2 ピュアホワイト栽培の様子②

促成から露地マルチの作型で栽培を行いました。(写真1、2)

高温・干ばつや局地的に発生したゲリラ豪雨などにより、厳しい天候条件での栽培となりましたが、露地マルチ栽培の中盤までは良品の収穫が続き、高価格で市場出荷することが出来ました(写真3、4)。しかし、露地マルチ栽培の後半は開花期に雨が続いたため、若干実入りが良くなく、品質を考慮し系統出荷を断念しました。



▲写真3 出荷前のピュアホワイト



▲写真4 目揃え会

また、2015年は地元全農及び農協、青果市場と協力して、埼玉県内有名百貨店3店舗での「ピュアホワイト」試食販売イベントを開催し(写真5)、うち1店舗では東松山市長と農協副組合長によるトップセールスが行われました。どのイベントも大好評でしたが、今回最大規模の店舗である百貨店からの評価が特に高く、「こちらから荷を受け取りに行くからイベント



▲写真5 店舗に並んだ「ピュアホワイト」と販促用POP



をやってほしい」との要望をいただくほどでした。「店舗側からリクエストするのは異例だ」と、窓口である全農の担当者から聞き、今後の作付時期の検討や、さらなる栽培技術の向上及び品質向上を目指す意識が高まりました。

スイートコーンは初夏～夏場にかけて需要が非常に高く、販売先からのリクエストも多いため、生産量を大幅に増やすことが今後の課題です。

4.加工品に向けた取り組み

スイートコーンは栽培環境に敏感で、通常の野菜に比べても圃場における歩留まりがやや低い作物であります。その理由は、先述のとおり長雨などによる実入り不良やアワノメイガなどの虫害、収穫遅れによるしなびなどワケあり品(規格外品)が多く出るからです。そのため、出荷量の増大に向けて生産規模の拡大はもちろん、ワケあり品の活用方法についても積極的に検討しています。

その第一歩として、農業支援を目的としたNPO飲食業者と協力し、加工品の開発を手掛けることにしました。現在アイスクリームやスムージー、スープに実用化されつつあり、地元でも人気となっております(写真6、7)。先日、その打ち合わせの様子を地元テレビ局であるテレビ埼玉が取材・放映し、さらに注目を集めることができました。今後この加工品が新たな販売の柱の一つとなれば、生産者のロスを減らすことができると非常に期待しています。

5.「ピュアホワイトの力」

私は実を言うと酪農家であり、朝晩の搾乳の合間に、野菜を少量多品目で栽培し自家直売する規模の農家でありました。しかし「ピュアホワイト」を栽培してみると、今まで交流のなかった野菜栽培農家を始め異業種の方々と連携を取ることができ、今まで体験し得なかったことが次々と経験できました。

白いうもろこし「ピュアホワイト」は私共にとりましては一つのアイテムでしかなかったのですが、数年で大きなうねりとなり、多くの人とつながり、ついには系統市場出荷にまで至り、さらに先に進もうとしている…当初は思いもよらない事でした。自らの想像と栽培技術を遥かに超えた数々の衝撃的な結果をもたらす物は何なのか?それが「ピュアホワイトの力」、まさに、今まで「ピュアホワイト」のブランド力を高めていただいた諸産地の方々の努力の結晶なのでしょう。



我々「東松山市戦略作物研究会」は、関わって頂いた方々やご購入頂いた消費者の方に感謝し、今後一層「ピュアホワイトの力」を高めることが出来るように精進して参りたいと思います。



▲写真6 「ピュアホワイト」のアイスクリーム



▲写真7 「ピュアホワイト」のスープ