

巻頭言

イモ類の振興

財団法人 いも類振興会

理事長 生天目 健 蔵

「イモ類の振興とは何ぞや」。ふと、このようなテーマに思いついた。イモと称しても、山芋（自然薯）、里芋等には、自からその用途に限界があって、副食、惣菜用の域を超えて、工業用原料として、大量に消費される余地がすくない。

「衣かつぎ」をスーパーで売り出してみても、量販される可能性はない。また、「麦とろ」、「とろろ蕎麦」を売りだしてみても、消費者の個人的嗜好の域を出ない。従って、里芋、山芋等を振興するといっても、生産者も、消費者も、現状を超越して、量産、量販の危険をおかす者はない。

そうすると、「イモ類の振興」と称しても、甘藷と馬鈴薯の消費拡大、延いてその作付けの増反以外に道はない。ところが、これが容易でない。馬鈴薯については、昭和22年以来、現在原々種農場を全国に8箇所も設立して、優良品種の普及につとめていても、本号の投書欄(七頁)にあるように、農場の責任ではないが、病虫害におかされた種イモが出回って、生産農家を悲嘆のどん底に陥し入れている。従って、馬鈴薯の増産には、消費の拡大の前に、種イモの厳選、優良品種の確立という、基礎的な課題の解決が前提となっている。

残るところ、イモ類の振興という、甘藷の増反だけということになる。ところが、こちらでは、昭和27年産の甘藷澱粉70万トン生

産という一コマがあって、爾来減反、減産の一途をたどって、今日の状態に立ちいたったのであるから、生産農家の段階で、自主的、意欲的に増反、増収の努力をつまない限り、他働的な方法で、増産を喚起する方法はないのである。

それが、軌道に乗るためには、ポテト・チップスのような洋菓子製の製法が開拓されて、大量販売の方式が導入されないと、解決しない。原料として多量に消化し、かつ、多少の高値は無視しても、これを引取するという方式が定着しないと、イモの振興は期待できない。飽くまでも消費が先に解決され、これに追隨して生産の道が検討されないと、振興の道は開けない。

もっとも、イモではないが、コーンスターチの領域では、原料の点で、海外に依存している面が大き過ぎて、この領域では、国内産のイモの加工に期待は持てるが、現在の生産価格では、イモ作農家が追隨して行かない。ここでは、多収穫の原理で解決するほかない。

こうした思考の結果としては、わが国の製菓業界が、新しい技術を開発して、イモを多量に使用する新規の製品を売り出して欲しいのである。イモの振興は、畢竟するに、新しい製品、新しい用途の発見、開拓にあるといふべきか。それであれば、附加価値の高い工業用途を開くことである。