

馬鈴しょの消費拡大

——原料供給側からの拡大策——

北海道立中央農業試験場・畑作部主任研究員 浅間 和夫

1. まえがき

わが国のばれいしょ総需要量は400万t弱であり、基調としては供給過剰さみであるが、価格は国際的にみると高い。

そのような中で、昨年7月農産物12品目に関する日米間の事務レベル協議の結果、ばれいしょでん粉は輸入コーンスターチとの抱合せ比率を平成3年度までに1対9まで引き上げることになった。このため北海道ではでん粉原料用栽培から生食用などへの作付転換が始まった。また九州でもかんしょの減反などの影響をうけている。さらに、国内価格に比べ安価な冷凍製品の輸入が増加しつつあることから、加工食品原料仕向需要が減少するなど厳しい生産環境条件下にある。

いっぽう、食生活の多様化、レジャーによる外食の増加などに伴う消費者、ファーストフード業者、加工業者などからの多様なニーズが発生してきている。また一般消費者は健康に役立つ、おいしいものを求めている。

これらの諸情勢に対応するため、ばれいしょを供給する側としては、安全・安価・安定供給のいわゆる3安に努めつつ、用途別良質適品種や新規加工品を開発して生食・加工食品用ばれいしょの需要拡大に役立てる必要がある。さらに栽培コストの低減化、低コスト貯蔵方法や流通技術の確立が必要であり、また、ばれいしょでん粉の新製品の開発などが要望されている。ここでは特に、素材提供側からみたばれいしょの消費拡大に的を絞って、思いつくまま述べてみたい。

2. 用途別消費拡大への道

現在、ジャガイモの用途としては、4割以上がでん粉原料用に回り、煮物、サラダ、コロッケ、カレーライスなどの生食用の外、ポテトチップ、フレンチフライ、マッシュポテトなどの加工食品用にも使用されている。

ポテトチップは、昭和50年代にその消費が急に伸びたが、近年は嗜好の変化を模索したスナック菓子類全体の中のシェアの奪い合いになってきており、今後の伸びは期待薄の傾向にある。しかし原料いもの還元糖増加に伴って品質が低下しやすい5、6月にも使用に耐える品種の開発など、原料品質の向上を進めることにより、スナックというパイ内のシェア拡大も可能である。また、商品の多様化に対応した特殊品質を具備するものを育成しなければならない。

わが国におけるフレンチフライの消費は、欧米に比べると、もっと伸びてよい。しかし、アメリカTEA（特定輸出助成計画）の農産物の宣伝や販売促進援助を受けたアメリカ・ポテト協会の日本における強力なキャンペーンや円高の影響をうけ、ここ2、3年凍結野菜の輸入が伸びているため、国産原料は価格などの点で、苦境に立たされている。しかし、外食産業における需要の伸びが堅調なので、品質のよいものを安定的に供給し、コストの低減に努めることにより光明がみられよう。

菓子用、離乳食、養魚の餌などに使われているマッシュポテトも安い輸入グラニューールの影響をうけている。しかし、国内マッシュ

ポテトを使った独特な商品開発を行っていく余地がある。賢明な消費者も塩素系萌芽抑制剤を使っていない安全な国内産原料を求めている。

生食用では、近年特徴のある新品種が生まれてつつある。でん粉原料用の生産から生食・加工食品用へと変換を余儀なくされた新規参入地域では、以下の新品種を上手に生かした特産地化を図るのもいい。

○「キタアカリ」は、肉質がやや粉質で、肉色は黄。煮くぐれの程度は「男爵いも」並であり、水煮後の肉の黒変がごく少ない。肌は「男爵いも」に比べ粗であるが、用途としてはサラダ、スープなど惣菜、外食産業向きとも言える。

○「エゾアカリ」は、粘質で、煮くぐれがごく少なく、用途からみると「メイクイン」に近い。しかし、形状が球の点が違っている。肉色は淡黄で、「キタアカリ」より淡い。水煮後黒変が少し発生するのが欠点であるが、シチュー、カレー、おでんなどの煮物に向くものである。

新品種を生かした成功例は、北海道東部の端野町の「ネオ男爵」(ワセンロ)などがある。この産地の確立は、各種の宣伝、種いもの継続的な確保から始まり、規格の統一された良質なものを安定的に供給し続けるなど容易なものではないが、成功すれば町の基幹となる産業になり得るものである。

一方、既存の産地では、「○○町の男爵」、「△△村のメイクイン」というようにこれまで培ってきた銘柄を大切に、その評価の向上に努める必要がある。例えば、規格を細分化し、包装容器のデザインやサイズを改善し、また収穫選別時に発生する打撲や傷の少

ないもの、加工歩留りの高いもの、土の色のよいもの、しかもその付着量の少ないものを出荷するなど、末端流通小売やスーパーの便宜を考え、差別化傾向に対応しつつ、付加価値をつけて良いものを高く売ることも必要であろう。

缶づめ用にもなる小粒丸いもやダイス状にカットしたものなど、食生活の多様化に応じた商品化が進み、ファーストフードとしてもまだ伸びる余地がある。

3. 消費者ニーズの先取りも必要

消費者ニーズを先取りしたり、アイデア商品を売ることも必要であり、例えばホクホクして煮崩れしない小粒で丸まのホールポテト、サツマイモにおける「ベニハヤト」のような高カロチンのもの、現在最高とされている「コナフブキ」より優れた焼酎原料向きのもの、風味の優れたもの、アミロースのないアミロペクチンだけのでん粉を含むもち種(ワキシール・ポテト、オランダで発見されている)などを育成または発掘してもよい。さらに遊び心を入れて羅列してみると、鯉の餌として好適な「農林1号」など、品種の特性を生かしたような活用、皮色をいろいろ組合せたセット販売(皮色の紅、白、紫、目の周りの着色など)、雪の華(凍結乾燥いも)の活用、TPS(真正種子)または塊茎を使った美しい花を持つものの鑑賞を兼ねたポット栽培……等々。これには育種の柔軟な対応が必要であり、各種用途に向く品種をメニューとして持つようにしたいものである。

また、消費者の本物・健康・ふるさと志向に応じた多様な産直取引、共同購入、宅配、イベント時の販売など市場外流通が増加していくことが予想される。それには、優れて、

しかも一定の外観・品質のものをトラブルなく供給し続けることが重要であり、また消費者との連携を強化したきめ細かな対応による需要拡大も必要になる。

4. 品質表示運動を進めよう

消費拡大には、ばれいしょは栄養価が高く、美と健康に役立つものであることを消費者に宣伝することが重要であり、それを強調して購買意欲をかりたて、少しでも調理しやすい状態までもって行って提供することが必要であるが、それに加えて品質表示運動を提案したい。

すなわち、これは消費者に用途が判るよう、選択の基準を示すラベルを貼るものであり、

例えばドイツにおけるように、赤は粉吹き用、緑はサラダ・マッシュ用、青はシチュー・煮物用などとしたラベルをつけてやり、消費者の意識を高め、材料を生かしてもらうことをねらうものである。このようにして、1つの品種であらゆる料理をこなす現状からの脱皮に役立て、例えば、関西で「男爵いも」の良さを、関東では「メークイン」の食べ方も知ってもらおう。同じ北海道産「メークイン」でも完熟したものは秋には粉質であり、「ワセシロ」は秋は油で揚げの料理に向くが、冬には煮物に使えるものへと変化する。そのような情報をラベルでサービスすることは消費の拡大にもつながるものと考え。

長所生かす積極姿勢を

南日本新聞社論説委員 福山 満雄

「カライモ再生元年」を合言葉に、鹿児島でサツマイモの見直し運動がはじまって1年がたった。結論から先にいえば、鹿児島ではこの特産物のよさが再認識され、消費拡大の兆しが見えてきた。

◎農産物の摩擦の果てに

サツマイモ見直し運動は、農産物の国際摩擦が直接のきっかけだった。昭和61年10月、米国はわが国の農産物12品目の市場開放を求めて、ガット（関税貿易一般協定）理事会に提訴した。そのなかには、でんぷんも含まれていた。審査の結果、ガット理事会は雑豆と落花生を除く10品目の自由化を勧告した。

これに対し、わが国はでんぷんと粉乳だけは自由化を拒否した。しかし、自由貿易をう

たうガットの精神に照らしクロと認定された品目の拒否だけに、代償はあまりにも大きかった。

国内ででんぷんと抱き合わせで販売されるコーンスターチの原料トウモロコシの1次関税（無税）枠は平成元年度以降10万トンずつふやされた。2次関税率は1キロ当たり14円から3年間で12円まで引き下げられる。その後については改めて協議することになっている。

農産物21品目をめぐる日米交渉では、でんぷんの関連製品であるぶどう糖・異性化糖の来年4月以降の自由化が決まっている。これらの輸入増は、国産でんぷんの主な供給先である化工でんぷんの需要減をもたらすのは必至、と関係者は憂慮している。