
ばれいしょ畑からの提言

長崎県総合農林試験場
愛野馬鈴薯支場長

藤山 俊計

暖地二期作ばれいしょの主産地である長崎県の雲仙山麓の畑の中にいて、日頃気にかかっていたことを2～3申し述べ、関係者の皆様の御批判を頂ければ幸と思い筆をとりました。

先ず第1は生産現場での問題点についてですが、ばれいしょの食味は品種特有のものと考えられます。しかし、品種を育成した当時の味と現在の味は異なってしまっているのです。これは、化学肥料の多施用、特に窒素の多用などの栽培条件の変化によって、澱粉価が低下しているようです。また、一部には土壌中の有機物や石灰の不足によって、いもの組織の壊死や、煮えにくくなったりしているものが見られます。また品種名を明記していない場合もみられます。即ち、ニシユタカ、農林1号、デジマなど外観が似ているものを同じダンボール箱を使って出荷されていることが一部の業者では見られ残念に思っています。品種によって食味は違っておられますので、当然、それぞれの品種名を明記して消費者に届けられなければならないと思われます。おいしくない品種が栽培されていることも問題でしょう。昭和30年に育成されたタチバナは多収で作りやすい品種ですが、残念ながら食味はよくありません。

このような品種が一部で作付されていることも、生産過剰の時代には適合しないことではないでしょうか、産地農家の意識の改革が必要だと思います。その他の品種については、デジマ、シマバラ、メイハウ、ニシユタカな

どが栽培されていますが、品種登録の時の食味は消費者から批判されるような悪いものではありませんでした。栽培条件が変わると食味は変わってしまうのです。このことは生産者は良く理解することが大切です。

何でも責任を品種のせいにする傾向があるようですが、それでは品質向上は期待出来ないと考えます。元来、暖地二期作産のばれいしょは、茎葉が黄変枯凋して、いものが完熟することはありません。青々とした茎葉でいものは未熟のまま収穫しなければならない環境条件下にあるのです。北海道など一期作地帯のように茎葉が枯れて、いものが完熟して収穫されるものとの違いがここにあるのです。未熟な状態であっても澱粉価が13～14になり、煮くずれしなくておいしく食べられる品種が育成されてきたのです。あまり多収をねらって多肥栽培をすることは、暖地二期作栽培では一期作より大変危険なことなのです。暖地ばれいしょを特徴づけるために、外観の優美さ、外皮のきれいな事を重要な条件として品種を育成し、北海道産いもに対抗しようと努力しています。量を重視した栽培が続いていましたが、ここらで量より質への転換を図る時期に来ていることを生産者は理解して欲しいものです。

高品質ばれいしょの生産のためには、堆肥、石灰の適量の施用、化成肥料の抑制、種いもの休眠コントロール、適品種の採用、適期収穫などを基本とし、疫病防除の徹底、収穫後の風乾の徹底などによる腐敗防止策の樹

立などを実行されることが重要なポイントかと考えられます。市場での腐敗いもの発生は、大変悪いイメージを与えています。現在の疫病防除法には散布薬量と、散布回数の不足が問題と考えられます。これくらいで終りにしようという甘い判断がいもの腐敗につながっているようです。充分反省する必要があります。

高価格を追求するあまり早期出荷が年を追って進み、5月が出荷の主力だったものが、4月へ、3月へと前進したことも未熟いものを収穫し食味し食味を低下させることにつながっています。もちろん早い時期のいものは、ハウス栽培、トンネル栽培で、後期出荷のマルチ栽培のものとは栽培型が異ってはいますが、それぞれの栽培型の中での早期出荷の傾向がみられます。少なくとも出荷前には澱粉価を測定し、それぞれの時期に適した澱粉価のいものを出荷することが大切だと思います。今日の円高による輸入冷凍ばれいしょの増大と、それに続く澱粉自由化に伴う北海道の澱原ばれいしょ、鹿兒島県の澱原甘藷の他作物への転換は、青果用ばれいしょが増加する恐れが十分あり、作れば売れた時代が終ったことを認識させられます。このようなことは暖地二期作地帯では初めての経験です。私共試験場では農家にとっては作りやすく、消費者にはおいしくて喜ばれる品種づくりに尚一層の努力を続ける必要があります。当面は早くそうか病に強い品種の育成にとそうか病、青枯病防除対策確立につとめて参ります。

第2は流通段階での問題点です。ばれいしょは明るい所におくと緑化して、その部分にソラニンが生成され食味が低下します。これ

はばれいしょの宿命ともいえる欠点ですが、暗い所に貯蔵すると緑化することはなく、おいしく食べることが出来るものです。この自然の摂理にしたがって販売して頂きたいものです。明るい店先に並べられて緑化したばれいしょを、時々は見かけることがあります。このようなことが積重なるとばれいしょのイメージダウンにつながり、ひいては消費の減退にもなりかねないと思われます。

昔では常識とされていた知識も現在では親から子へと伝わっていない例が多いようです。箱の中にそれらのことを印刷したチラシを入れることも必要なことではないでしょうか、チラシには生産者の氏名、電話番号も記入すると生産者の自覚も高まり、消費者の信用も得られるかと思いますが如何でしょうか、チラシのうらには料理法も記載して消費拡大に努めたいものです。暖地二期作産のばれいしょは北海道産のように、粉ふきいものにもおいしくありません。それなりの適した料理法がありますから、そのことを消費者に理解して頂けるよう努力する必要があると思われます。

第3は消費者に対する宣伝活動の不足を感じることです。昔からの食物で今更と思うこともあります。やはり日々新たな宣伝は必要だと思います。

調理法の宣伝や、料理法の宣伝、生産現場を理解してもらうための消費者と農家の交流など、年代別に異なったPRの方法を考えて実施して、ばれいしょを見直す機会を作ることが重要かと思っています。主要産地が経費を負担して、消費拡大に役立つ事を実行してはどうかと考えています。消費者からの質問

などを見聞すると、必要な情報は幾度もくりかえして提供することの必要性を感じさせられます。健康維持にたいへんよい食物であることも大いに宣伝したいものです。レクリエーションをかねてばれいしょ掘りを消費者に呼びかけるなどの交流も実行したいものです。産地での直売店も設けて欲しいと思います。

観光地長崎と特産ばれいしょの料理のむすびつきを強くすることも検討に価するものでしょう。

暖地二期作産ばれいしょは、その性格上どうしても青果用としての消費を重点に考えざるを得ないのです。消費者に好まれるいもを生産することに全力をつくすことが必要でしょう。加工用などについては低コスト生産が可能な北海道が主力となり、二期作地帯は補完的な役割を担うようになると考えられます

もちろん北海道産いもが青果用としての大部分を占めることは当然でしょう。

暖地はその一部を占有するよう努力したいものです。生産現場の意見として、供給面から考えられる問題点を申し述べた次第です。

流通、消費、料理、新用途開発などの立場の方の御意見を本誌上で拝見出来ることを期待して拙い筆を置きます。

イモ類の国際化

川越いも友の会会長
東京国際大学(助教授)
ベリー・ドウエル



▲開発中のさつまいもジャム、飲料、ケチャップ／フィリピン

1992年のコロンブスのアメリカ発見 500 年記念がだんだん近づいて来ます。今年の 4 月 2 日～16 日、東京のイタリア文化会館では、「ジェノヴァ人コロンブス」という資料展が行なわれました。コロンブスはどのような人物か、どのようにアメリカを発見したか、同展は1992年までに、世界 100 ケ国を巡展する予定だそうです。

コロンブスのアメリカ発見後、さつまいもやじゃがいもなどが世界に広まり、つまり、

それはいも類の国際化時代の本格的な始まりと言えるでしょう。この国際的流れは割合重要な影響がありましたので、それについて、アメリカでは特別展があります。1991年に米国立博物館(Smithsonian Institution)では、「Seeds of Change (変化の種)」というコロンブスアメリカ発見500年記念展を開きます。旧世界と新世界のかけ橋になっていったコロンブスのアメリカ発見後、お互いの珍しい動植物などの交換によって、世界の生活が変化