
した奴隷貿易のことだ、奴隷船の食事にバラツキのあったことは当然であろう。ただ基本的にはこんなものだった。

ところでここにある「イモ」とは、なんであらう。

アフリカ在来のヤマイモである「ヤムイモ」か、新世界から入った「サツマイモ」のいずれかが、または両者が考えられる。

そして「マニオク」は新世界原産のキャッサバだ。

コロンブス以後、アフリカに入ったトウモロコシやサツマイモ、キャッサバなどが奴隷船で新世界へUターンしていることがよく分かる。

ところでこの粗末な食事にも、一つだけいいことがあった。

奴隷船の白人水夫に支給されていた食糧は、塩漬け肉と航海用の乾パンだけだった。そのため航海が長引くと、ビタミンCの欠乏からくる壊血病に悩まされた。

むろん黒人奴隷でもそれにかかった者はあったが、その割合は低かった。

サツマイモにビタミンCが多くあることはよく知られているが、バナナやヤム（ヤマイモ）、ゆでトウモロコシなどにも、それが僅かずつだが入っているからだ。

Mannixによれば、イギリスのような強大な海軍国でも、壊血病予防のために1日1口のレモン・ジュース（実際にはライム・ジュースで代用）を軍人に支給するようになったのは、やっと1795年になってからだったという。

需要拡大推進事業の検討

財団法人いも類振興会 秋元 喜弘

平成4年2月20日、東京麻布グリーン会館において昭和63年度より平成3年度にいたる間実施された需要拡大推進事業（国産いも類加工食品等需要拡大推進事業）の実績検討会が開催された。本事業の計画・実施にあたり格別のお導きをいただいた農林水産省畑作振興課から市之宮課長、いも類班担当上野課長補佐、横田農蚕園芸専門官、来島いも類係長が出席され、事業を実施した北海道・茨城・千葉・宮崎および鹿児島各道県の担当者ならびに財団法人いも類振興会関係者、また毎年東京目黒不動尊で行われる甘露まつりに盡力されている昆陽先生遺徳顕彰会の二瓶会長が

参集した。

ジャガイモは全都道府県において、またサツマイモは東北南部以南の都府県で広く栽培されているが、本事業を実施したのはでん粉を生産している上記5道県であった。しかし同じいもにつながる仲間が集まり、情報と意見をかわし得たのは今後のいも産業発展のためきわめて有意義であった。

■ いも類生産消費の現況

上野課長補佐よりいも類生産消費の現況について資料にもとづく説明があった。全国的にみるとサツマイモについては単位あたり収量が10アールあたり2,000～2,300kgと、戦

中戦後の頃に比べ相当に増加しているものの戦後40万ヘクタールを超した作付が現在では約6万ヘクタールと激減したため収穫量もそれにつれて大幅に減じている。ジャガイモの作付面積はピーク時の約2分の1と、サツマイモほどではないが減じている。しかし10アールあたり収量が飛躍的に増加したために総収穫量はここ数年350万ないし400万トンの線を維持している。

単位面積あたりの収量増は肥培管理技術が進歩したこと、病虫害防除が徹底して行われるようになったことのほか、とくにサツマイモにおいては優良多収品種の育成普及、ジャガイモでは健全無病種いもの使用が大きく貢献しているものと考えられる。

消費についてはサツマイモでは市場販売用は、昭和40年代半ばまでは減少していたが、その後増加に転じ、現在はほぼ昭和30年水準まで回復しており、加工食品用が3倍以上と伸びているほかは農家自家食用、飼料用、種子用、でん粉用、アルコール用ともに激減している。ジャガイモでは農家自家食用が2分の1以下に、飼料用が約4分の1に減じており、また種子用も都府県での栽培面積減少にともなってわずかに減じてはいるが、市場販売用、でん粉用、加工食品用は増加しており、とくに30年前には全くなかった加工食品に年間50万トン以上と生産量の約15%が消費されるにいたっている。サツマイモの加工品としては蒸切り干と菓子がその大部を占め、ジャガイモではポテトチップが半分以上でフレンチフライその他の冷凍品およびマッシュポテトなどがある。またジャガイモ加工品の輸入では冷凍品およびマッシュポテトが生いものに換算して約40万トンであり、これはわが国総生産

量の1割を占めている。すなわちサツマイモ・ジャガイモともに加工食品用の伸びが大きく、今後の消費拡大に期待すべき分野であると考えられる。しかし飽食といわれる現在、いも類加工食品にしても他の食品をおしのけてそのシェアをのばすことは容易ではなく工夫と努力が必要である。

■ 需要拡大推進事業の概要

多数の人に、いもについて関心をもたせ、食品としての長所を理解してもらうための手段としてはいくつかある。すなわち耳をとおすラジオ放送、耳と目をとおすテレビ放映・討論会、目をとおすパンフレット・広告・展示説明、さらに実物を見て味わう試食宣伝・実物の無料配布あるいは販売、等であり、このたびは各道県・いも類振興会ともにこれら手段により事業が推進された。またいも類消費動向につきいも類振興会がアンケート調査を行った。

テレビでの放映は行わなかったがラジオ放送は昭和63年度に北海道放送（HBC）東京放送（TBS）ほかで行われ、討論会はいもの研究者・実務者・主婦・ジャーナリストなど幅広いパネラーにより行われ、また各種パンフレットが作成頒布され、とくに料理・栄養関係の雑誌等に広告が掲載された。各所におけるイベントに際してはわが国でのいもの生産状況、サツマイモ・ジャガイモ主要品種の特性、いもの栄養、主ないも料理のつくり方などのパネルと実物が展示された。

試食宣伝等はデモンストレーターによる調理実演と試食、料理教室の開催、レストランでの新メニューの開発販売、量販店・スーパーなどの店頭における試食が行われ、またデパートの食品売場あるいはイベント時にいもの無

料頒布が行われた。各地で行われたイベントでは多くの人が集って催しものを見物したり、クイズに参加したり、実演を楽しみ、あるいは無料頒布のいもを喜々として受取り、さらにはいもについての数多くの質問をよせたりしていた。

またある農業協同組合では今後の需要拡大を目ざして安定した一次加工品の開発と製品の販路拡大に努力した。

アンケート調査の結果は今後消費拡大をはかる上での指針を提供している。目黒不動尊での甘藷まつりの際の調査では

1. サツマイモを「ビタミンと食物せんい等を多く含む健康食品である」と大多数がみている。

2. 大多数がサツマイモが「好き」であり女性は男性を上まわっている。また年代が高くなるにしたがって「好き」の率が高くなっている。

3. サツマイモを食べる回数については男性と女性とではやや異なり、男性では月に1回、週に1回、2週間に1回、週に2回の順であり、女性は週に2回がもっとも多かった。

4. 家庭におけるサツマイモ料理ではテンブラなど揚げもの、焼いも、煮物、の順で、その他の料理はきわめて少ない。

5. 食べたことのあるサツマイモの加工品としては大学いも、干いも、いもようかん、スイートポテト、いもせんべい、かりんとう、の順である。

6. サツマイモについての消費者の希望としては、価格を安くしてほしい、品質をよくしてほしい、がもっとも多く、次いで料理法を教えてほしい、多くの種類を揃えてほしい、加工品を多くしてほしい、であった。注目す

べきは高齢者が品質のよいものを安く入手したいとしているのに反し、若い人たちは料理法を知りたいとか、加工品を多くしてほしい、の意見が多かった。

この調査は例年10月28日目黒不動尊で開催される「甘藷まつり」に集まった人たちを対象として行ったもので、これらの人々がはじめから「甘藷まつり」を目的として来ていたか否か、近隣の人が多かったのか否かにより結果についての判断も微妙に異なろうが、つねにサツマイモに関する情報に接しておれば自ら関心も高まってくるであろう、とみることができよう。

また平成2年度に行ったいも類消費動向調査は札幌・仙台・東京・名古屋・大阪・福岡の主婦層を対象としたが、ジャガイモについては1世帯1ヵ月の購入量は2.7～3.6kgで、大阪・福岡は購入量は多いが意識的に購入しようとの意向は少ない。東京・札幌は購入量は中位であるが購入意向が高い。名古屋・仙台は購入は少なく購入意向が低い。サツマイモについては1世帯1ヵ月の購入量は1.3～1.8kgであり、地域間の購入量の差はジャガイモほど大きくはない。鮮度に敏感な人ほど多くを消費し、また多く消費する人ほど不満は少ない。

これら事業実施の効果については今後いも類の消費が現実にはのびるかどうかにより判断すべきであるが、全般的な感触として次のことがあげられる。

1. 多くの量販店においてはその後の売上げが伸びているところからみて理解が得られたのではないかと考えられる。

2. リーフレットその他印刷物を受取った人たちからは「いもについての知識の修得と

家庭料理の学習の機会が得られた」として歓迎されている。

3. レストラン経営者・調理師なども、すぐれた素材のよさをあらためて認識した。

4. 各所で行われたイベントにはつねに多くの人が集まり、いもについての認識を新たにしようであった。

このように事業の実行を通しての限りでは相当の効果を挙げ得たものと考えられ、この効果が今後とも続くよう事業の継続を各実施団体とも切望していた。

■ 問題点

担当者の間から次のような事業実施上の問題点がのべられた。

1. 戦中戦後の食糧難を経験した世代はいもに対する忌避感・嫌悪感をもつ人が多い。これは配給されたいもが例えば沖縄100号・茨城1号（サツマイモ）、紅丸（ジャガイモ）など本来はアルコール・でん粉原料用として育成したものを食用に充てざるを得なかったことに起因しているのであろう。一旦落した評判は回復させるのは難しいが、いまの食用いもは当時のものと全く異なることを認識してもらいよう努力しなければならない。反面古い品種、たとえばサツマイモの^{ダイハク}大白（関東で広く栽培された。外皮は赤紫色肉色は白、肉質は粘でふかすと甘味が強い）などをなつかしがる年配の人も相当にいる。

2. いも料理の講師を招へいして実演会などを行うが、これら講師でさえいもについて知らない人が多い。同じようなことが宣伝者（マネキンガール）についてもいえる。実演・即売会などを行うに際しては、まずこれら担当者を教育する必要がある。

3. 加工用途のものはのびているが市場販

売用いわゆる青果物がのびない。これをのばすことが重要であるが、主婦その他多くの人がいもについての知識・料理法などを知らず、また家庭での調理が面倒なために消費がのびないのであろうか。

4. 北海道のジャガイモについてみれば、都府県での生産が減ったため需要が道産ものに集中しており応じきれない。他方道内でジャガイモから他作物への転換がみられ作付減の傾向となっている。従来ジャガイモは農家経営にしっかりと組み込まれたものであったが、いまではこれから利益が上らないとなるとすぐ転作してしまう。

5. レストラン・ホテルなどいもを用いる側からみると、とくに冷凍ジャガイモなど輸入品の宣伝は徹底しており、情報も多いが、国産いもについての情報は乏しく、用いたくてもできにくいとのことである。もうすこし情報の提供が必要ではなかろうか。

6. 以上に対し大ユーザー相手の販売はすぐキャンセルされるなどスムーズにゆかない面が多く、その点で情報の提供をついついためらうようになってしまう。多くの日本のユーザーはたえず状況により供給先を頻繁に変えたがる。

7. 生産者とユーザーの考え方・構想の一致が必要である。互いの意見を交換できるような場があれば結構であるが。

8. スーパーなどは安いものを仕入れたがる傾向があるためであろうが、需要者ののぞむ品種・品質などが揃わないので購入できないことがある。

■ むすび

いも類がビタミン・ミネラル・植物せんい等を多く含む健康食品であることはいまさら

バレイシヨ増収一〇〇〇問答

■三百回余りの講演で、いも作従事者からいただいた千四百余の質問を整理し、これに回答。基本から植付け、収穫・防除までを解説し、厳しさが加わる現代農家に大きな指針を示す好著。元北大助教授・吉田稔著 定価七〇〇円 送料二五〇円

清薯源流の砦

■現在の種苗管理センターのいも作関係は、昭和二二年に創設された「馬鈴しよ原種農場」がその出発である。各農場の歴史と現況の報告書。いも類振興会編・定価七〇〇円 送料二五〇円

21世紀に向けてのいも作り

■生涯を北海道のバレイシヨ作に投入した著者快心の著作。その視野は需要者の品質志向から国際競争力まで、イモ作従事者の今後の指針を示す。吉田稔著 定価六〇〇円 送料二五〇円

アンデスから食卓まで

■ジャガイモのふるさとアンデスから出発し、その料理法や品種の特性、栽培から食卓への供給までを、オールカラーで紹介。田中智著（全改訂）定価五八〇円 送料一七五円

熱帯アジアの馬鈴薯生産

■東南アジアの馬鈴しよ生産の実態を、各国のレポートから翻訳した貴重な資料。わが国馬鈴しよ作に大きな示唆を与える。秋元喜弘著 定価八〇〇円 送料二五〇円

甘しよ・ばれいしよ・おいも全書

■斯界の権威による今日のおいも百科。
香川綾 監修 定価三五〇〇円 送料四〇〇円

論をまたず、また一部の心ある人はいつの日にか来るであろう世界的食糧危機を救いうる重要な作物であるとの認識をもっている。が何ととっても他のグルメ食品のような華やかさがなく、またある人々にとっては過去の暗い時代の思い出と重複するため、ともすればさけてとおり勝ちとなる。さらにいまの飽食時代、いもが世人の胃袋に入るためには国産品・輸入品をとわず他の食品をおしのけなければならない。

いかにすぐれた食品とはいえ、素材のままのいもの消費を増大させるには限度があろうし、それを強く願うのは時代錯誤というものであろう。つねにいもを扱っている人たちは当然のことながらあまりにも身近にあるため、いもの良さを知り、いもについての認識を広く持ち、また愛着を覚えているであろうが、このことは得てして他人も自分と同じくらいよく知っているであろう、との錯覚におちい

りやすい。全く知らない、強い関心をもっていない人々に平易に説明し理解を深めてもらうことはきわめて難しいが、このたびの需要拡大事業の実施により以前にくらべ相当に関心は高まったものと期待する。この盛り上りを機に、さらにたえず情報を提供することは一層の理解を深めるための第一歩であり、最良の策と思う。決して派手でなくても地道に、こまやかな心づかいをもってこれからも事業にとり組む必要があることを痛感した。

いも類振興情報 第32号

平成4年7月15日発行

発 行 所	財団法人 いも類振興会 東京都港区赤坂6-10-41 ウィップ赤坂303号室 電 話 03-3588-1040 振替・東京3-110152
印 刷 所	交通印刷株式会社