

第2回 焼き芋シンポジウムの概要

財団法人いも類振興会 狩谷 昭男

第2回焼き芋シンポジウムは、「焼き芋の多様性と今後の課題」をテーマに、2007年1月27日（土）、埼玉県日高市のサイボクハム本社講堂で開催された。本シンポジウムは、川越いも友の会、(株)埼玉種畜牧場サイボクハムが主催し、(財)いも類振興会をはじめ、日本いも類研究会、川越サツマイモ商品振興会が後援した。

当日、学識経験者をはじめ、生産者、流通・加工・販売業者、消費者など45名の参加を得て、全員参加型の活発な楽しいシンポジウムとなった。その主な概要を紹介する。

1. 基調講演「品種改良から考える焼き芋」

講師は、熊谷 亨氏（農業・食品産業技術総合研究機構〔以下「農研機構」という。〕作物研究所食用サツマイモサブチーム長）で、品種改良の視点からみた焼き芋に関する次の話題が提供され、参加者の関心呼んだ（写真1）。

(1)サツマイモの生産、消費、品種の動向をはじめ、品種改良と主要品種・新品種の特性についての解説があった。

農研機構が2001年に育成した「べにまさり」（農林55号）は、焼き芋用として茨城^{なめかた}県行方地域を中心に普及しつつある。しかし、2002年に育成した「パープルスイートロード」（農林56号）は、当初、焼き芋に

も使えると考えられたが、まだ普及には至っていない。

なお、1945年に高知県農事試験場が育成した「高系14号」は、ネコブセンチュウ、ウイルス病に弱いものの、貯蔵性に富むこともあって、生食用は勿論のこと、焼き芋などの加工用としても使える。

(2)焼き芋用品種に求められる特性は、「鮮やかな肉色で、甘く、美味しい」ことに集約されよう。

現在、サツマイモの品種改良では、焼き芋用としての特別な選抜、試験研究は行われていない。ただ、蒸しいもの特性から焼き芋用を選抜することができる。つまり、蒸しいもので美味しいものは、焼き芋でも美味しいといえる。

(3)「焼き芋用品種に必要な特性に関し、どのように考えるべきか」について、熊谷講師



写真1. 講演する熊谷 亨サブチーム長

から以下の事項について、参加者に問いか
けがあった。

①甘さ：

甘ければ甘いほどいい？ 甘さの質？

②肉質：

ほくほく（粉質）、ねっとり（粘質）、し
っとり、×ばさばさ。焼き芋の割れ方。

③肉色：

黄、紫、オレンジ、白。○鮮やか、×く
すんだ色（調理後の黒変）。

④香り、味：

焼き芋特有の香り。栗のような。再加熱
後もいい香り。

⑤食べ方への対応：

あつあつで。冷やして。冷凍焼き芋。
新しい家庭用調理器具（ウォーターオー
ブンなど）での調理。

⑥いもの皮色：

鮮やかな皮色。濃赤紫、赤紫。黄、白？

⑦いもの形状：

短紡錘形、紡錘形、長紡錘形？

⑧いもの大きさ：

ふさわしい大きさ？小さめ？

⑨いもの外観：

条溝、裂開、皮脈などが無い。

⑩貯蔵性：

いもが腐らないことはもちろん、内部の
変化（肉質等）が少ない。

⑪収量性：

より多収。

⑫病虫害抵抗性：

ネコブセンチュウ。立枯病。

2. 焼き芋ランチパーティ

(1)品種別の食べ比べでは、焼き芋屋の井上俊

彦氏に焼いていただいた、次の16品種が供
された。（ ）内は、提供者である（写真
2及び3）。

つくば小町、ベニコマチ、紅さつま、パ
ープルスweetロード、コガネセンガン（川
小商店）、愛娘「高系14号」（JAかとり）、
ベニアズマ（成田市：多良貝生産組合）、
紅赤、太白、おいらん、べにまさり、クイ
ックスイート、九州137号（井上俊彦）、沖
縄の焼き芋、台湾冷凍焼き芋（たるたる
亭：森園 弘）、インドネシア冷凍焼き芋
（川小商店）。

出席者の評価は、それぞれ嗜好も異なり
多様であった。ちなみに、筆者はベニコマ
チ、太白が美味しいと感じた。

(2)前回の第1回（2005年11月26日）焼き芋品
種別（16品種）食べ比べ評価（主観的投



上：写真2. 16品種の焼き芋を試食
下：写真3. 焼き芋ランチパーティ

票)で、2点以上の評価を受けた品種は次のとおりである。ただし、提供された品種は、今回と全て同じではない。

関東124号(8点)、ベニコマチ(7)、クイックスweet(6)、愛娘「高系14号」(6)、太白(5)、関東121号(3)、さわらっ子「高系14号」(3)、九州138号(3)、ベニアズマ(2)、紅赤(2)。

3. 問題提起「焼き芋の課題について」

川越いも友の会の山田英次氏から、次の問題提起があった。

- (1)原料生産者(A)、加工業者(B)、様々な消費者(C)の三者間にズレがあって、それを解消することが、これまでほとんど行われてこなかったのではないかな？

例えば、

◇A B間のズレ現象 原料芋調達……………品質、量、形状、低農薬

◇B C間のズレ現象 販売方法……………地域別・店別、年代別、買いやすさ、食べやすさ、食べる工夫

◇C A間のズレ現象 ブランド・P R ……産地・品種・生産者、味、安全性、イベント

- (2)このズレを少しでも埋めるための方策として、次の3つの提案があった。

- ①お互いの顕在的・潜在的な価値観を、常にウォッチングして知る。
- ②価値観(都合)は変化し、さらに細かくなっていく。
- ③グローバルに観て、ローカルに、独自性をもって展開を。

4. 事例発表

- (1)「JAかとり銘柄芋“愛娘”の取組み」

千葉県印旛^{いんぼ}農林振興センター

振興普及部改良普及課

安藤 利夫

- 1)千葉県成田市大栄・下総地区、香取郡神崎町の生産者で組織する「JAかとり香取西部園芸部」は、食用甘しょを基幹作物として農業振興を図ってきた歴史がある。しかし、平成に入ってから、ベニアズマへの偏り等品種構成の問題もあり、販売価格が低迷した。

- 2)そこで、園芸部が一丸となって食用甘しょのブランド商品「愛娘」(まなむすめ)の創出(高系14号の選抜)を目指し、平成13年2月に、新組織「甘しょ育成研究所」を43名で結成した。平成15年10月には、第31類さつまいも「愛娘」が商品登録された。そして、生産から販売に至る一連の活動を行った結果、平成18年度には生産者74名による68.6haのサツマイモ産地に成長した。

この間、全農ちば営農技術センター(統一原苗の供給元)、全農ちば東京青果事務所(販売部門担当)、香取農林振興センター改良普及課(栽培技術サポート)等が支援した。

- 3)生産者は、「愛娘」の生産・販売活動を通じて消費者志向へと意識転換し、現在では販売促進活動へは、女性達の協力を得て、総力をあげた産地育成に努めている(写真4)。

- (2)「焼き芋商売をしてみても」

幸芋(サチイモ)

井上 俊彦



写真4. JAかとり焼き芋「愛娘」の販売

1) 焼き芋屋を始めた経緯

定年退職4年前から埼玉県「三芳町甘藷同好会」に入り、サツマイモづくりから収穫までを勉強した。その収穫イモで「三芳町民俗資料館まつり」や「公民館まつり」に参加し、大学芋、サツマ団子や蒸かしイモを作って販売した。そこで、お客さんに喜んでもらえる楽しさを味わった。

その頃、川越市「サツマイモ資料館」の井上館長の紹介などもあり、2000年から川越市の「菓子屋横丁」で焼き芋屋を始めた。2002年2月からは、川越市の妙善寺で「イモ供養」が行われているので、そこにも出店している。

焼き芋の作り方は、最初、鉄板の上で厚めに切ったイモを焼く京都方式を採用していた。その後、2002年1月26日の日本農業新聞に、神奈川県植木農家である平本正之氏が考案した、ドラム缶で作った焼き芋器と焼き芋保温器を紹介する記事が出た。これを契機に、平本氏の指導を得て、ドラム缶利用の平本方式で焼き芋を作っている。

2) 焼き芋屋の難しさと工夫

焼き芋作りで大切なことは、品種の特

徴をよく把握し、その特性を活かした焼き方がポイントとなる。お客様には待たせることなく、焼き上がりの熱いうちにタイミングよく提供し、売り切らねばならない。

お客様の嗜好も様々であるが、最近の傾向としては、「軟らかい」、「甘い」が好まれ、「ホクホク」はやや敬遠気味と言えよう。

また、焼き芋を売る場所、食事前後などの売る時間、芋の大きさ、気温・風などの気象条件などをデータ化し、売る工夫を重ねている。

3) 将来の夢

インターネットを通じて、広く焼き芋仲間を作っていきたい。更に、美味しい原料芋づくりから焼き芋製品まで工夫していきたい。そして、出来ればフランスやアメリカの街角で、焼き芋を食べてもらいたいと夢を描いている。

(3)「現代女性が想う焼き芋」

女子栄養大学4年生

鷲見 典子、鈴木 恵美子

1) 消費者からみた3つの課題

①焼き芋の値段が高い。

②焼き芋1本が大きすぎて食べきれなかったり、途中で飽きて残したりする。また、皮があるので食べづらい。

③焼き芋屋のトラックの場所が不特定で、食べたいときに手軽に買えない。加えて販売トラックも買いつらい雰囲気がある。

2) 需要を増やすための女性からの提案

焼き芋は、とてもヘルシーだ。だから、一年中、いつでも、どこでも食べられる

焼き芋であるためには、次の工夫・改善が必要である。

- ①焼き芋の種類を増やし、買い手が選択できるようにする。
- ②焼き芋のサイズをS, M, Lなどにし、女性向けの小さめのサイズを用意する。
- ③クレープ屋さんのようなトラックで焼き芋を売り、買いやすい雰囲気をつくる。また、焼き芋の売り場を、コンビニ、駅中、デパ地下にもつくる。
- ④焼き芋袋は哀愁のある紙袋もいいが、女性向け用に可愛いおしゃれな袋があれば持ち帰りやすい。
- ⑤売り手を若い男性にして、女性の客層を増やす。

5. 総合討議「焼き芋の多様性と今後の課題」

総合討議では多くの意見が出されたが、特に印象に残った事項は次のとおりである（写真5）。

- 1) 愛娘の「甘しょ育成研究会」は発足6年目で、ようやく軌道に乗り始めた。今後、
①消費者の声を大切にしながら、先ず「愛娘」をしっかり育てていきたい。高系14号は、9～10月までは甘味は少ないので、



写真5. 活発な総合討議

主に甘味の出る11～4月までを出荷時期としている。

- ②食味検査は、現在、会員自らが当番制で官能検査を実施している。評価は○△×の3段階で、×評価のものは出荷させない。このような事情もあり、サツマイモ用の簡易な食味・糖度計の開発が必要であるという要望が、他の参加者からも出された（安藤利夫：千葉県印旛農林振興センター）。

- 2) 沖縄県で10年前から焼き芋の商いをしている。沖縄県の人口は131万人で、スーパーが180店ある。この全店で焼き芋を売っているが、売上額は落ちてはいない。このように、消費者が買いやすいように条件整備することが重要であり、焼き芋では沖縄県が全国で一番進んでいるとみている。

沖縄では、焼き芋を周年供給している。夏場でも人気があるので、冷めても美味しい焼き芋を売っている。低温（200℃以上に上げない）で、長時間（70分）かけて焼き上げることが、美味しさの秘訣であろう（森園 弘：(有)たるたる亭代表取締役）。

- 3) 川越市でも菓子を生産・販売しているが、サツマイモの色の組み合わせで売ることも一つの方法である。サツマイモの加工品は、フルーツとも相性がよい。加工業者としては品質に優れた原料サツマイモの安定的な周年供給を期待している（町田明美：(有)右門代表取締役）。
- 4) 小さいサツマイモの育成に対する要望が強いことを、今回改めて確認した（熊谷 亨：農研機構サブチーム長）。