

おいも探訪 2

在来品種「紅赤」生産を守る加工販売事例

～今後、具体的にどのように守るべきか！～

川越いも友の会 事務局長

やま だ えい じ
山 田 英 次

1 はじめに

明治31年（1898）に埼玉県北浦和で発見された在来品種の「紅赤」は、来年で120年記念の年を迎える。戦前は「東の紅赤、西の源氏」と言われるほど関東地方で広く栽培されたが、戦後は各種の作り易い品種におされて生産量が激減した。それでも「川越いもと言えば紅赤だ」と、紅赤を愛する地元の生産者や業者などにより守られてきた。栽培の適地は、三芳町を中心とする川越地方で、また近年、伝統野菜の見直しと共に、さいたま市でも「紅赤研究会」（約10軒）が2009年に発足し、大宮台地でも栽培が再開された。

現在、三芳町川越いも振興会（生産農家約30軒）と川越市の生産農家、さいたま市の同研究会が、主に紅赤生産を行っているが、生産農家によると年々栽培量は、他の新品種におされ減っているという。最近のサツマイモはべにはるかに代表されるように、ねっとりとして甘味の特に強いものが消費者に好まれ、それと対極の、紅赤のように粉質でほどよい上品な甘味のタイプものは好まれない。さらに紅赤は、過去にサツマイモの女王と言われたほど、栽培に熟練の技術が必要で難しく、収穫量も少ない。しかし、地域ごとのサツマイモ産業振興を考える時、昔からの伝統的なサツマイ

モを守り、地域ブランドとしてこれからも活かし続けることは大切である。

農家による生産量が減る中、加工製品を作って地域ブランドの紅赤を守り続けようとする業者2人（いも膳神山社長、福島食品常務）にその取り組みを聞いた。

2 いも膳・神山正久社長の「いも茶」開発等による取り組み

川越の和食料理店「いも膳」は、1982年6月1日に神山正久社長が27歳の時に開店した店である。川越の地元食材の「うなぎとサツマイモ」をメインにした店で、名物料理は「サツマイモ懷石」である。その他、いもを使った独自の「いも点心」や「いもうな重」がある。平成元年から20年まで、世界で唯一の「サツマイモ資料館」を料理店の隣で運営し、情報の発信基地となると共に多くのサツマイモ関係者の注目を集めた。

神山社長のスタンスは、「川越を訪れてくれる人達の中で、特に一流の観光客を呼び込むためには一流のお店をつくらなければ」との思いで、京都をはじめ全国の一流の食材を訪ね歩いて食べると共に、気に入ればその食材を仕入れてお客に提供している。また、食文化ばかりでなく、一流の日本文化を吸収するため定期的に歌舞伎を観劇し、一流と言われる宿も訪れ、おもてなし等を

学んでいるという。なぜ、紅赤にこだわるのか、信念を抱き続ける神山社長に聞いた。

Q まず、いろいろなサツマイモがあるなかで、なぜ紅赤に長年こだわっているのですか？

神山：自分の使命として、川越のサツマイモを代表する、昔からの地域ブランドとしての紅赤いもを守り抜き、次の世代へバトンタッチすることが大切だと思っています。紅赤というのは、先人達の努力や苦労の末に有名になり、それで多くの方々が生計を立ててきた過去をもっています。川越いもの代名詞にもなっています。それを引き継いでいくことは、私達の役目だと思っています。紅赤のことを知ってもらうために、メイン食材として店で提供するばかりでなく、ボランティア活動として、11月下旬の川越ハーフマラソンでは、参加者に紅赤の蒸し芋を無料で1000本を配ったり、11月23日の川越少年サッカー大会「サツマイモカップ」では、500本の紅赤の焼き芋を選手に配っています。

Q お店では、紅赤の天ぷら等を提供されていますが、紅赤の特色を教えてください。

神山：扱っている紅赤は川越地方の農家など4～5軒に、主に契約栽培で作ってもらっています。その紅赤を天ぷらでお出ししているのは、10月下旬から翌年の5月までの約8か月です。貯蔵性が良くないため、それ以外の期間では鳴門金時を使っています。紅赤の特色は、熱の通りが早いことと、フワツとしたイモの香りがよいこと、ほどよい上品な甘味と共にほっくりとして絹のように細かくほぐれる舌触りです。特に11～12月の間、特別に提供する「丸揚げのミニ紅赤天ぷら（SSサイズ）」は、風味が深

くて評判です。紅赤の食べごろは、年を越した1～3月ころが最も良いと思っています。美味しい紅赤の外観の特色は、皮の表面に縦の条筋が入っているものが良いと感じています。

Q 現在、いも膳では紅赤を使用した「いも茶」や「いも納豆」等を販売されていますが、その開発の動機、それと合わせて今後の目標もお聞かせください。

神山：いも茶の開発の発端は、B級の規格外の紅赤をどうにかしたいということで、まずお店で、スライスや乾燥、フライパンで炒って、手作りいも茶を作り、お客様に提供しました。それは約5年前のことですが、評判がとても良かったので正式に商品化を考えました。製造してくれる業者を探し出し、いろいろなイモで試し研究しましたが、風味やほどよい甘味が一番よかったのが紅赤でした。2年後の2014年秋に、ティーパック形式で商品化し、その1年後に、いつでも気軽に飲めるようにペットボトルへの製品化もしました。販売は広く多くの方に味わってもらうため、川越観光協会へ委ねています。川越の名物として、徐々にファンも増えているようです。（図1）また、去年の暮れ、紅赤のいも納豆・いも羊羹を商品化して販売をはじめました。いも納豆の方は、しっとりとして食感がよく美味しいと好評です。これからも、加工製品等を通して、紅赤を守り続けていきたいと思います。最終的な将来の夢は、川越の八百屋やスーパー等に、シーズン中は紅赤いもが多く並び、一般の市民が紅赤の特色をよく理解し、美味しく食べ、生産農家を支えて共に守っていただいたいということです。（図2）



図1 試行を重ねて開発した「紅赤いも茶」



図2 しっとりしていて美味しいと好評の「紅赤いも納豆」

3 福島食品・福島一徳常務の「紅赤加工品」販売の取り組み

(株)福島食品は埼玉県毛呂山町にある食品卸会社で、創業は大正10年まで遡る老舗問屋である。会社のコンセプトとして、同社独自のPB商品や、埼玉県産の食材を使用した地産地消商品にこだわり、地元の学校・病院・スーパー・飲食店・ホテル等と取引をしている。サツマイモについては地元川越地方の紅赤を扱い、それ以外の県産食材として、比企ののらぼう菜、狭山の里芋、毛呂山の柚子等を扱い、加工製品化している。商品開発を担っている福島一徳常務(47歳)に、紅赤の加工製品の開発と販売について聞いた。(図3)

Q 福島食品では、いつ頃から紅赤いもを扱い、製品化しているのですか？

福島：地元ブランドの紅赤を当社で扱うよ



図3 福島一徳常務と、取引が増えつつある紅赤ペースト1kg、乱切り1kg

うになったのは、約7年前からです。現在は、三芳町の川越いも振興会さまを通して、収穫期の11月半ばに本場富(トメ)の紅赤を仕入れ、すぐに委託工場で加工冷凍してもらっています。1月頃より、冷凍製品として取引先の飲食店や学校給食、ホテル、各企業等へ卸しています。製品は紅赤のペースト、乱切り、ジェラードの3品です。冷凍ですので、1年間を通して販売でき、各取引先からは喜ばれています。売れ筋は、乱切りですが、昨年よりペーストの取引が増えています。

Q 各取引先では、紅赤の冷凍加工品をどのように利用しているのですか？

福島：すべては把握できませんが、乱切りは大学芋や天ぷら、ペーストはお菓子会社では紅赤味の菓子、ホテルではスイートポテト、変わったところでは、アイスメーカーでは紅赤最中アイス、学校給食でポタージュスープというのもあります。

Q 今後の紅赤の取り組みについて教えてください。

福島：今後、紅赤のペーストを伸ばしたいと思っていますが、生産農家と一緒に紅赤を守り、少しずつでも増やしていければと考えています。