

川越いも270周年記念事業の取組みレポート

～サツマイモを活かした、更なるマチづくりを目指して！～

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～川越いも270周年とは～

川越地方のサツマイモづくりは、南永井村（現・所沢市南永井）の名主・吉田弥右衛門が救荒作物として、寛永4年（1751）に、現在の千葉県市原市椎津より、種芋などを導入して栽培に成功したのがはじまりである。2021年に、ちょうど270年の節目の年を迎えた。

川越地方は、サツマイモの生産量は全盛期と比べると10分の1以下になってしまったといわれる。当時の畑作地帯をまわると、今はサトイモ畑ばかりが目につく（埼玉県はサトイモの生産額が全国一で、特に川越地方が主産地となっている）。しかし、いまだサツマイモ商品や文化があふれる地域で、マスコミからも「サツマイモ天国」と

称され、観光客も、おいも商品を求めてやってくる。そんな特異な地域であるが、川越いもの歴史についてまとめた文献は、今から40年前（昭和57年）に発行された冊子『川越いもの歴史』（川越いも研究会・井上浩等）があるのみである。ここ約40年間で、川越いもの歴史でとって、大きな変化があり、マチや地域のサツマイモづくりも変貌した。その記録をきちんと詳細にまとめることは、サツマイモとマチづくりを考える上で、事例研究として重要であると思えた。

よって、川越いも270周年記念は、川越いもの270年の歴史を、地域づくりへの影響を視点にまとめることを中心に事業を考え、これからいかに次世代に伝えていくかが重要だと考えた。

2：川越いも270周年記念事業の取組み

2021年度の「川越いも270周年記念事業」は、川越サツマイモ商品振興会（代表：神山正久、おいも商品を販売する約30店舗）が中心となり、川越いも友の会（会長：ベリ・ドゥエル、市民による文化活動グループ）、川越いも研究会（会長：山田哲也、生産農家15軒）の3つの団体等が連携して取り組む、次のような事業となった。

また、資金的な問題から有志より協賛金を集め、事業を推進することにした。



川越いも作り始めの碑：所沢市南永井の吉田家の庭脇に建立されている

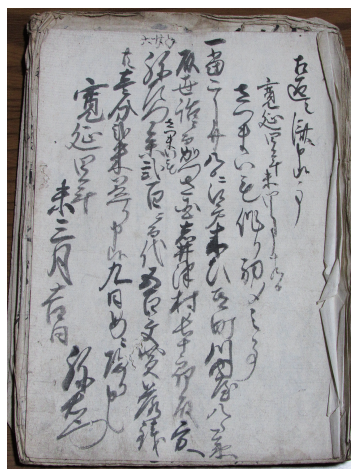
(1) 仮称『川越いも歴史文化学～サツマイモによるマチづくり～』記念冊子の発行。

サツマイモづくりが地域に与えた影響の変遷をなるべく分かり易く、事例研究の素材となるようまとめ、次世代に伝えるべく教科書風に編集する。2022年1月発行予定。

(2) 「川越いも270年歴史市民セミナー」の開催(10～11月・3回)。

おいもに関心がある方に向け、次のようなプログラムで開催し、川越いもの歴史を座学と見学で概要を学んでいただいた。

- ・座学：10月16日(土) 講義1「川越いも270年歴史入門Q&A」(サツマイモまんが資料館) 講師・山田英次～川越いも270年の歴史文化の全体的な変遷像を、まずその歴史的な歩みを知っていただいた。
- ・見学会：10月31日(日)「川越いも270年歴史ハイキング」(三芳町上富地域の約3キロコース) 講師・歴史研究家の赤木隆幸氏～川越いもの本場の三芳町上富地域は、日本農業遺産の地となった地域で、平地林を活用した伝統的な落ち葉堆肥農法や伝統品種の紅赤の保存栽培を積極的に行っている。いも街道には約30軒の生産農家が並び、江戸時代の新田開拓に関係する多福寺・多聞院などの由緒ある寺院があり、また甘藷乃神と称する神社も建立されている。それらの史跡をまわると共に、実際に、収穫シーズンの生産農家へ伺い、イモ作り名人より川越いも作りについて解説をしていただいた。
- ・座学：11月13日(土)「川越いも作り始め・吉田弥右衛門物語」(サツマイモまんが資料館) 講師：吉田浩明氏(吉田弥右衛



吉田家所有の「弥右衛門覚書」のなかの、寛延4年3月のさつまいも作り始めの記載である

門子孫)～実際に、弥右衛門のご子孫により吉田家の古文書「覚書」の記載をもとに、どのような想いで、当時、村民の暮らしを考えて救荒作物のサツマイモを地域のために導入したのかを語っていただいた。

(3) 7月24日「川越いも友の会」の再活動スタート・・・川越いもファンづくりを！

川越いも友の会は、川越いも保存の市民運動として1984年に発足し、10数年は活発に活動をしたが、その後は、あまり活動を積極的に行ってこなかった。270周年を契機に、ここで「川越いもファン」づくりと後継者づくりのために、活動を復活して再スタートすることにした。7月24日にサツマイモまんが資料館にて、おいもサロンとして開催した。

(4) 川越いも270周年を10月～12月のイモパワー・イベントの統一チラシなどでPRを図る。

川越ではイモパワー・フェスとして、次のようなサツマイモの催事を行っている。



甘藷乃神の神社には、青木昆陽と吉田弥右衛門が祀られている

- ・ 10月13日サツマイモの日「いも供養」
(会場：川越・妙善寺)
- ・ 11月21日「小江戸お芋フェスティバル」
(会場：ユニクス川越)
- ・ 12月1日紅赤の日「いも神事～献芋式～」
(会場：川越氷川神社)

広く統一チラシを配布すると共に、イモまんが資料館の来館者などへ、川越いも270年の歴史文化を直接語るようにした。

(5) 仮称「紅赤保存連絡会」設立会議の開催(2022年3月予定)

地域の伝統ブランド品種の「紅赤」を将



三芳町上富の紅赤づくり名人・伊東藏衛氏より、いも作りの話を聞く

来にわたり保存するために、川越市・三芳町・さいたま市の生産者・販売業者・文化団体・行政機関等が連携を取り、情報や商品交流を行う方法を模索し、紅赤の消費者ファンづくりを考える連絡会を起ち上げる。

以上、5本の事業を柱にして、イモ産業文化振興のために取組み中である。

3：川越いも270年の歴史文化の概要

川越地方の270年のサツマイモの歴史文化の歩みは、大きく次のような3つの波の時代に分かれる。

A) 第一の波・・・1750年～1950年頃、農業生産のみの時代(約200年間)～救荒作物の導入から始まった甘藷作りは、江戸・東京の庶民向けの焼き芋用の原料となり、経済作物として増産され、「本場川越いも」ブランドを確立する。鉄道の発達により販路も東北や関西にも拡大し、明治末期からはブランド品種の「紅赤」の登場により、その地位をさらに強固にする。太平洋戦争期も軍用のアルコール原料品種の栽培や代用食として、甘藷の増産が奨励された。

B) 第二の波・・・1953年～1982年頃、芋掘り観光農業の時代(約30年間)～敗戦直後の食糧難を経て、川越が再び注目を浴びるようになったのは、川越の今福中台地域から昭和29年頃よりはじまった「芋掘り観光体験農園」であった。農園主の坂本長治氏の活躍により地域の甘藷作り農家を巻き込んで芋掘り受入組合をつくり、東京都内などから、秋には最盛期(1970～1977)に毎年約20万人が訪れるまでに成長させた。また昭和40年代からはじまった、直売での「発送いも」の注文が徐々に増えていっ



7月24日に川越いも友の会再スタートの集いが開かれ、会長のベリー・ドゥエル氏より講義をしていただいた

た。

C) 第三の波・・・1982年～現代まで、イモ文化発信と観光発展の時代(約40年間)～川越いも作りが減少するなかで、川越いも再発見の活動が、昭和57年より地域活性化の教育活動として起こり、その後、市民団体の「川越いも友の会」(昭和59年3月設立)主導のイモ文化復権運動によるイモ情報発信で、またもや川越いもが注目を浴びるようになった。それと同時に、川越の古い町並み(蔵造り通り街)にも観光ブームが起こり、観光客が求めるサツマイモ商品が急激に売れるようになった。川越いも友の会のイモ文化活動と連動して、倍々で観光イモ商品が売れ、地元業者もいろいろなおイモ商品を開発して売り、繁盛するようになってマチも活性化した。平成元年にはサツマイモ資料館(いも膳運営、平成20年閉館)が設立され、全国各地のイモ産地からも関係者が川越に来るようになり、イモ仲間のネットワークが広がった。現在では川越はイモ商品や文化が花咲く「サツマイモ天国のマチ」と呼ばれるようになった。

4：サツマイモによるマチづくりの分析

川越いも270年の歴史文化の流れを分析すると、4つのポイントとなるキーワードが浮かんでくる。それは、a 社会状況の変化対応、b 生産販売の変化対応、c 関係人口の移り変り、d 文化営業である。

川越地方のサツマイモによる地域活性化は、江戸・明治期には江戸・東京庶民への焼き芋用の甘藷販売による川越ブランド名を確立(生産販売と文化情報)し、鉄道発達時には東北や関西までに販路拡大して、また紅赤というブランド品種(文化営業の種)を持った。芋掘り観光農業が始まると、関係人口となる東京等の都会の庶民(固定客化)を川越の地へ呼び込み、芋掘り体験という文化や観光農園のモデルをつくった。

その後、川越いも友の会によるイモ文化情報発信活動(文化営業)と観光ブーム(社会状況の変化)により、イモ商品(生産販売の変化対応)があふれるマチとなり、サツマイモ天国の地と呼ばれるようになった。



今後、保存のための積極的な連携活動が必要な伝統品種：紅赤。その紅赤をモチーフにしたキャラ「とぎも」。

5：イモ産業文化ビジネスの視点

文化活動というのは、土壌を耕し、肥料などをすき込み、作物を豊かに実らせるための土台の行為である。そこに利益は生まれない。そして生産販売活動は、そこに作物を植え、実をとり利益を得る活動である。また、関係人口をつくるという行為は、その実を買って消費していただき、その土地をより知っていただく人やファンを増やす活動である。

残念ながら、川越地方はイモ産業が栄えても、土壌づくりや肥料の文化活動の重要な価値を知り、関係人口づくりなどに、行政も含め経済的な支援をする考えがない。

日本のサツマイモ生産量が増えないなか、今後はイモ産業文化ビジネスという視点から、イモ文化を高める価値への投資を考えるべき重要な時期にきていると思う。