
第Ⅳ章 サツマイモが再評価され始めた平成期 —消費嗜好を見据えた事業展開の川小商店—

バブル経済が崩壊した1991（平成3）年以降の日本経済は、「失われた20年」に苦吟する状態が続いている。

平成時代におけるサツマイモ生産の状況を見ると、1998（平成10）年以降の作付面積は4万ha、10a当たり収量は2,500kg、収穫量も100万tの水準で推移している。また、生食用品種では平成5～20年までの間、「ベニアズマ」が東日本を、「高系14号」が西日本を中心に広く栽培され、東西の横綱の地位にある。一方、消費では菓子用、色素用などの加工食品用を中心に、消費用途の多様化が進行中だ。

川小商店は、昭和時代後期にサツマイモの加工・小売へ経営転換を図り、平成時代に入ってもその路線で着実に事業拡大を図っていった。2001（平成13）年には、川小商店グループを構成する（株）^{みやび}雅を設立し、日本料理店「浅草^{がぼう}我房」を出店するなど、多角経営を推進している。この間、2004（平成16）年には川小商店の四代目を三代目齋藤興平の夫人である齋藤雅子が、2012（平成24）年1月からは齋藤浩一が五代目を継承した。そして現在、サツマイモ農家と消費者のニーズを重視した経営を展開している。

1 節 社会・経済動向とサツマイモ施策

1. 社会・経済の動向

バブル経済の崩壊は、その後の日本経済を厳しい状況に陥れていった。それが1997（平成9）年の金融危機となって顕在化していく。日本経済は平成10年代の後半に至り、世界的な景気回復もあって、ようやく立ち直るかにみえた。しかし、2008（平成20）年9月のリーマン・ショックによって世界経済は混乱し、日本も強い影響を受けた。それに追い打ちをかけたのが、空前絶後の甚大な被害をもたらした2011（平成23）年3月11日の東日本大震災であった。

日本は、平成時代に入って先進国の中で最も早く少子高齢化社会を迎えた。加えて、財政状況の悪化も著しく、経済、財政、少子高齢化、大災害等の重要課題に対し抜本的な対応が求められている。

2. サツマイモの施策

平成時代における農政は、作物毎の個別施策は少なくなり、品目横断的な総合対策が主体となっていった。したがって、サツマイモを特定した事業の実施はほとんどみられなくなった。

1993（平成5）年のウルグアイ・ラウンド農業合意の受入れに伴い、国は1994（平成6）年10月に「ウルグアイ・ラウンド農業合意関連対策大綱」を公表し、1995（平成7）年度から農業関連施策が実施された。そのうちサツマイモ関係対策では、でん粉原料用いも類の加工食品等への用途転換事業が講じられた。また、特定畑作物等対策の中ではサツマイモなどの特産物やその加工品について、消費動向の調査、新規用途の開発・普及に関する対策が実施された。しかし、これらに要したサツマイモ対策費は、他の農業対策費に比べると極めて微々たるものであった。その意味で、平成時代における現在までのサツマイモ施策は、ほとんど見るべきものがなかったと言っても過言ではない。ただ視点を変えて、サツマイモが辿った歴史からみれば、サツマイモ施策に見るべきものがない時代の方が、むしろ平和な時代であることの証左とも言える。

ここで、農業政策面から、サツマイモの歴史を再び遡ってみよう。400年余にわたるサツマイモの歴史で、国策としてサツマイモが大きく取り上げられた時期は2回あった。

1回目は、享保の大飢饉が発生し、約100万人が餓死したと伝えられている1732（享保17）～1735（享保20）年の時代である。江戸幕府の役人から石見（島根県）大森銀山の代官として赴任した井戸正明^{いどまさあきら}は、1732（享保17）年に幕府を通じて薩摩藩（鹿児島県）から甘藷の種いもを石見に移入する。もっとも、移入初年目は成功したとは言えなかったが、甘藷の種いも^{こうし}を移入し普及に努めた事実は、サツマイモ農政の嚆矢と位置づけてもよいであろう。

翌1733（享保18）年には、青木昆陽^{あおきこんよう}が、甘藷の効能、栽培法、食べ方を記述した『蕃藷考^{ばんしょこう}』を著した。さらに、1735（享保20）年に青木昆陽が、小石川御薬園および養生所構内（現小石川植物園）、下総国馬加村（現千葉県花見川区幕張）、上総国不動堂村（現千葉県九十九里町）でサツマイモの試作に成功した。この成果を基にそれ以後、サツマイモは関東地方を中心に全国に向けて普及していった。これら一連のサツマイモ振興策を推進したのは、“米將軍”とも呼ばれた江戸幕府の八代將軍・徳川吉宗である。享保の大飢饉という未曾有の国難に際し、吉宗をトップリーダーに、井戸正明、青木昆陽などが真摯に対応して、実績を重ね国難を乗り切ったのである。私たちはこの事実から、多くを学ぶべきである。

2回目は、国家総動員法が公布された1938（昭和13）年から太平洋戦争を経て、藷類の配給統制が撤廃された1950（昭和25）年までの12年間である。この間のサツマイモ農政については、第Ⅱ章で述べたのでその内容を省略するが、この期間に数々のサツマイモ施策を推進した人たちについて若干触れておきたい。戦中・戦後における重要政策の一つは、食糧と軍事用アルコール燃料の確保であった。これに関する基本方針の策定は軍部が握っていた。しかし、実質的な施策の企画立案、予算化、実行は、農林省が担っていた。この期間、農林省で甘藷施策を所管していたのは、1938（昭和13）年12月3日に発足した特殊農産課（昭和16年1月21日から特産課）であった。その中で特筆すべき人物は、後に農林大臣を歴任する坂田英一^{さかたえいち}（1897～1969年。石川県加賀市出身）の活躍であろう。坂田は、特殊農産課発足時から食品局長に栄転した1946（昭和21）年1月25日までの8年間余り特産課長を務めた。戦中・戦後の動乱期にあって、甘藷を中心に特産行政の陣頭に立ち指揮をとったのである。当時、農村の若者は兵隊にとられ、軍需工場に動員されたので、食糧増産のかけ声は空転しがちだったという。1939（昭和14）年、石黒忠篤^{いしぐろただあつ}は農林大臣就任に当たって、「食糧大増産」を掲げた。そして、茨城県内原にある日本国民高等学校^{かとうかんじ}の加藤完治校長とはかり、2万人の「農業増

産推進隊」を送り出す計画を立てた。次いで、「諸類の大増産運動」を展開していった。戦後、“農政の神様”といわれた石黒忠篤の門下生であることを無上の光栄と称していた坂田は、この特産課長時代、猛烈に甘藷増産の旗を振ったのである。「坂田課長は豪放磊落^{らいらく}だった。」「いつも、なんとなく陽気な雰囲気^{ふんいき}が課内に漂っていた。また、予算編成などお家大事ともなれば、課員全員が一致団結して猛烈に頑張るという家風（課風）を坂田課長がうちたてた。」と、農林省特産課特産会25年誌（昭和38年12月）に記されている。

余談である。坂田英一は1949（昭和24）年に衆議院議員に初当選以来、1969（昭和44）年に没するまで7回当選している。この間、財団法人いも類振興会の前身である財団法人諸類会館（昭和25年10月30日設立）の初代理事長も務めた。また、私は1966（昭和41）年4月に農林省に入省しが、その時の農林大臣は奇しくも坂田英一であった。その4年後の1970（昭和45）年4月から3年間、特産課の課風を継ぐ畑作振興課に在籍し良き時代を過ごすことができた。

3. 国際いも年

「国際いも年」（international year of the potato 2008）の企画は、食料安全保障の確保と貧困の削減に役立つジャガイモの重要性について世界の関心を集めることを目的とし、ペルー政府などが2005年11月に国連総会に提案して採択された。その実施は、国際連合食糧農業機関（FAO）へ委託され、2008年には世界各国で“いも”に関する様々なイベントが開催された。

ジャガイモの起源は南アメリカのアンデスで、サツマイモと同じく今から約7,000年前に栽培化され、人々の食料に供されてきた。その起源地域内であって、世界のいも類研究の中心となっている国際いも類研究センター（CIP：International Potato Center）の所在地であり、ジャガイモ原産国のペルーによって国際いも年が発議されたことは、自然な成り行きであった。

このような経緯から国際的にみると、国際いも年で対象となった“い

も”は、ジャガイモである。しかし、日本では農林水産省が主催した「2008 国際いも年に係る取組み方針検討会」での結論は、わが国のいも生産・消費の実態に即して、ジャガイモにサツマイモも加え、いも類全体を対象とした活動計画がたてられた。

ローマのFAO本部に置かれた国際いも年事務局では、国際的な連帯の象徴としてロゴマークを作成した。そのキャッチフレーズは、“HIDDEN TREASURE”であった。一方、日本では子供の頃にみんなが体験した“いも掘り”で、土の中から美味しい“いも”が飛び出してきたときの新鮮な驚き・喜びを表現すべく、標語は“畑の中の宝もの”となった。

国際いも年に際して、日本では次の三つの主要行事が実施された。一つは横浜市のパシフィコ横浜で開催された「国際いも年シンポジウム」(2008年11月9日)、二つは東京虎ノ門パストラルで開催された「食のブランド・ニッポン2008—食材紹介セミナー(サツマイモ、ジャガイモ等)—」(11月11日)、三つは札幌市の共済ホールで開催された「ポテトフォーラム2008」(12月12日)である。いずれの催しも多数の参加者が集い、有益な講話や交流が行われ、いも類に対する関心の高まりが伺えた。

国際いも年をひとつの契機として、サツマイモやジャガイモに対する再評価とも言える動きがみられた背景には、「食料の安定供給への期待」と「国民の高い健康志向」という2つの大きな潮流が後押しをしていたと言っても過言ではない。

4. 秋篠宮同妃殿下の「いも類ブース」ご視察

平成21年度の第48回農林水産祭「実りのフェスティバル」は2009年11月6日と7日の両日、東京国際展示場(東京ビックサイト)で開催された。これに先だち6日の午前、秋篠宮文仁殿下、秋篠宮妃紀子さまは、実りのフェスティバル会場をご視察された。その中で、両殿下に財団法人いも類振興会の「いも類ブース」をご視察いただき、私をご案内役を務めた(図13、図14)。秋篠宮殿下は東京農業大学客員教授でもあり、



図13 「いも類ブース」をご視察の秋篠宮同妃殿下



図14 財団法人いも類振興会の「いも類ブース」全景

野^{やけい}鶏の研究者であるほか、ヤムイモなどの熱帯農作物についても造詣が深い方である。

「いも類ブース」ご視察の概要は、次のとおりである。サツマイモ関係の展示品は、新品種、紫サツマイモを素材とした機能性食品、焼きいも、イモケンピ、サツマイモチップス、いも焼酎であった。まず、人気の高い^{あんの上}安納いも、すなわち、「安納紅」、「種子島ゴールド」、「甘熟蜜こがね」を使用した焼きいもを、香ばしい匂いの漂う中でご覧いただいた。近年、焼きいもはスーパーなどでの電気式自動焼きいも機の普及もあって、若者の関心も高く消費が伸びていることや、嗜好性も従来の“ほくほく系”から“ねっとり系”へと変化しつつある状況を説明した。

次に、1995（平成7）年に「アヤムラサキ」が育成されて以降、紫サツマイモは肝機能向上、血圧上昇抑制、血液流動性改善などの効用を持つ機能性食品として注目され、商品化が進んでいる状況を説明した。展示した紫サツマイモの製品は、清涼飲料、漬物、菓子類の着色に利用されているムラサキイモ色素、パン、クッキー、麺類に利用されているアヤムラサキパウダー、ムラサキイモエキスタブレットの3品である。また、水にムラサキイモ色素を点滴すると、紫色や赤色に変化する様子を興味深く観察いただいた。



図15 サツマイモの展示品 (左上「タマアカネ」、左下「農林ジェイレット」)

新品種コーナーでは、平成21年に育成された一口サイズの青果用「ひめあやか」、焼酎用「タマアカネ」、干しいも用「ほしキラリ」について説明した。「べにはるか」、「パープルスイートロード」、「クイックスイート」、「べにまさり」、「アケムラサキ」、「ムラサキマサリ」の9品種

をご覧ください。殿下は、「太白、金時という品種もありますね。」と往年の人気品種の現況をお尋ねになった。これに対して、「「太白」は数年前から埼玉県秩父地方で地域特産物として、復活の兆しがみられます。また「紅赤」である金時の栽培面積は少なくなったが、高系14号の派生系統である“なると金時”、“五郎島金時”などの人気銘柄は健在です。」と申し上げた。

また、塊根（いも）が総状に肥大した普通のサツマイモと形状がやや異なった「タマアカネ」と、ジュース用の巨大な「農林ジェイレット」の2品種も展示していた（図15）。これを驚いた様子でご覧になり、「これもサツマイモですか？、サツマイモでは1本の最大重量はどれくらいになりますか。」とお尋ねになった。「変わった形をしています、サツマイモです。1本の重量で最大10kg程度まで大きくなります。」とお答えした。

秋篠宮・同妃殿下には、サツマイモ、ジャガイモの「いも類ブース」をご熱心にご視察いただいた。そして私たちいも類関係者は、大きな励ましを賜った。

2節 サツマイモの生産・消費動向

1. 生産の動向

平成時代におけるサツマイモの生産動向を、年産別でみておこう。

作付面積は、1989（平成1）年に6万1,900haから2011（平成23）年

表14 日本におけるサツマイモ生産の推移（1986～2010年）

年 産	5ヵ年間の加重平均					
	作付面積 ha		10a当たり収量 kg		収穫量 t	
1946（昭和21）～1950（昭和25）	403,400	100	1,400	100	5,639,800	100
1986（昭和61）～1990（平成2）	62,900	16	2,250	161	1,417,800	25
1991（平成3）～1995（7）	53,500	13	2,240	160	1,195,600	21
1996（8）～2000（12）	45,500	11	2,400	171	1,091,880	19
2001（13）～2005（17）	40,700	10	2,500	179	1,019,220	18
2006（18）～2010（22）	40,480	10	2,400	171	971,580	17

資料：農林水産省「作物統計」より作成

には3万8,900haまで減少した。この間、平成3～6年までは5万ha台で推移し、平成14年以降は概ね4万haの横ばいで推移している。10a当たり収量は、平成1年の2,310kgから平成21年には2,530kgへと約200kg増加した。特に、平成17年は史上最高の2,580kgを記録した。しかし、平成22年は猛暑等で2,180kgにとどまり不作に終わった。収穫量は、平成1年の143万tから平成23年には89万tに減少したが、平成11年以降は約100万tで横ばいに推移している。

次に、生産動向を5ヵ年間の加重平均値でみる（表14）。

作付面積は、昭和61～平成2年は6万2,900haで、昭和21～25年を100とする指数で見ると16、平成8～12年は4万5,500haとなり指数は11であった。平成13～17年と平成18～22年は、それぞれ4万700ha、4万480haとなり、直近の10年間は4万haで推移している。しかし、史上最高を誇った昭和21～25年を100とする指数で比較すると、10であり大幅な減少となった。

10a当たり収量は、平成13～17年には2,500kgに達し、近年はこの収量水準にある。昭和21～25年を100とする指数で見ると、1.8倍の増収となった。

収穫量は、平成8～12年は109万t、平成13～17年は102万t、平成18～22年は97万tとなった。これを昭和21～25年を100とする指数で比較

すると、17まで低下している。

2. 品種の変遷

1990（平成2）～2008（平成20）年までの品種の変遷を、サツマイモの主要品種別作付面積の推移（表15）からみよう。

平成7～20年までの間、総作付面積の24～32%を占めた「ベニアズマ」が1位で、1万～1万4千haで推移した。「高系14号」は、平成2年では1万6千ha（総作付面積に占める割合27%）で1位であったが、平成7～17年には2位、平成20年では6,700ha（同17%）まで減少し3位に後退した。「コガネセンガン」は、平成2年では2位の1万2千ha（同20%）であったが、平成7～17年には3位へ後退した。その後、第二次焼酎ブームなどもあって、平成20年には8千ha（同21%）まで回復し2位に返り咲いた。また、でん粉原料用の「シロユタカ」は、平成2～20年まで4千ha台（同10%）を保ち4位であった。干しいも用の「タマユタカ」も、概ね1,500ha（同約3%）で5位を占め、安定した作付面積となっている。

なお、平成20年では、「不明」を含む「その他品種」の作付面積が8千haもあり、総作付面積に占める割合は20%に達した。このため、正確な品種別作付面積の把握、時系列分析が難しくなっている。

平成時代に入ってから、数多くの新しい品種が育成されてきた。しかし、その多くは普及・定着せず次々と消え去っており、「高系14号」、「コガネセンガン」、「ベニアズマ」に代わるスター的な新品种がみられない状況が続いている。

ここで、1932（昭和7）年以降におけるサツマイモの品種別最大作付面積のベスト10を紹介する（表16）。1位は「源氏」10万5,700ha、2位「農林1号」9万8,300ha、3位「護国諸」9万5,900ha、4位「農林2号」8万4,700ha、5位「沖縄100号」8万1,000ha、6位「太白」5万5,000ha、7位「紅赤」3万8,900ha、8位「コガネセンガン」3万4,700ha、9位「七福」2万5,400ha、10位「高系14号」2万4,900haとなっている。

さらに、総作付面積に対する品種別面積割合からみたベスト10をみる。

表15 サツマイモの主要品種別作付面積の推移（1990～2008年産）

単位：ha、%

品 種	年 産	1990 平成 2	1995 平成 7	2000 平成12	2005 平成17	2008 平成20
総作付面積		60,600	49,400	43,400	40,800	40,700
面積割合		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
農林1号		1,220 2.0	1,028 2.1	568 1.3	222 0.5	125 0.3
農林2号		484 0.8	165 0.3	247 0.6	60 0.1	30 0.1
タムユタカ		1,570 2.6	1,200 2.4	1,454 3.4	⑤ 1,406 3.4	⑤ 1,393 3.4
コガネセンガン	②	11,914 19.7	③ 8,148 16.5	③ 5,568 12.8	③ 6,167 15.1	② 8,369 20.6
ベニコマチ		1,039 1.7	584 1.2	220 0.5	172 0.4	136 0.3
ミナミュタカ		292 0.5	69 0.1	28 0.1		
ベニアズマ	③	10,962 18.1	① 13,096 26.5	① 13,887 32.0	① 12,178 29.8	① 9,653 23.7
シロユタカ	④	4,591 7.6	④ 4,456 9.0	④ 4,142 9.5	④ 4,573 11.2	④ 4,248 10.4
シロスツマ		2,486 4.1	1,347 2.7	1,515 3.5	1,029 2.5	741 1.8
アヤマラサキ				75 0.2	23 0.1	140 0.3
べにまさり					92 0.2	103 0.3
ダイチノユメ					595 1.5	387 1.0
紅赤	⑤	3,498 5.8	⑤ 1,834 3.7	⑤ 1,965 4.5	1,135 2.8	462 1.1
高系14号	①	16,346 27.0	② 10,842 21.9	② 9,473 21.8	② 8,427 20.7	③ 6,727 16.5
護国蒞（高系4号）		124 0.2	39 0.1			
その他品種		6,074 10.0	6,592 13.3	4,258 9.8	4,721 11.6	8,186 20.1

資料：都道府県報告による農林水産省畑作振興課・特産振興課・生産流通振興課調べから作成

注：1. 総作付面積は、農林水産省「作物統計」。その他品種の作付面積は、総作付面積から品種別作付面積の計を差し引いた面積とした。

2. ベニツマ、土佐紅、紅高系、鳴門金時は、高系14号に含めた。

3. ①～⑤は、作付面積の順位を示す。

表16 サツマイモの品種別最大作付面積のベスト12

順位	品種名	最大作付面積	面積割合	西暦（年号）
1	源氏	105,679ha	②32.5%	1943（昭和18）年
2	農林1号	98,322	⑥26.1	1955（昭和30）
3	護国諸（高系4号）	95,868	⑦21.7	1949（昭和24）
4	農林2号	84,696	⑤26.2	1962（昭和37）
5	沖縄100号	80,956	⑦21.7	1946（昭和21）
6	太白	54,997	⑩13.7	1945（昭和20）
7	紅赤	38,851	⑨14.6	1932（昭和7）
8	コガネセンガン	34,679	④26.9	1970（昭和45）
9	七福	25,356	7.9	1942（昭和17）
10	高系14号	24,920	①37.8	1985（昭和60）
11	農林10号	14,068	3.7	1955（昭和30）
12	ベニアズマ	13,887	③32.0	2000（平成12）

資料：小野田正利「さつまいもの改良と品種の動向」（1965年、（財）薯類会館発行）のデータ及び都道府県報告による農林水産省農産課・特産課・畑作振興課・特産振興課調べから作成

注：1. 1932（昭和7）年以降の実績である。

2. 面積割合は、総作付面積に対する品種別の作付面積割合である。その順位を①～⑩で示した。

1位は「高系14号」38%、2位「源氏」33%、3位「ベニアズマ」32%、4位「コガネセンガン」27%、5位「農林2号」26%、6位「農林1号」26%、7位「護国諸」22%、7位「沖縄100号」22%、9位「紅赤」15%、10位「太白」14%である。

時代背景などもあり単純に品種間の比較はできないが、品種別の最大作付面積、総作付面積に対する品種別面積割合の両面から大雑把に総括してみると、総じて「源氏」と「高系14号」の健闘ぶりが際立つ。この両品種は、品種生命期間が大変長い実績を有することからみても、他の品種を凌駕^{りょうが}している。

3. 消費の動向

平成時代におけるサツマイモの1人1年間当たり消費量の動向を、日本と世界との比較でみよう（表17）。日本の消費量は、1990年では8.5（世界14.2）kg、2005年は7.6（同11.0）kg、2009年は7.5（同8.3）kgと横ばい傾向にある。これに対して、世界は緩やかな減少傾向を示している。

表17 サツマイモの1人1年間当たり消費量の推移（1965～2009年）

単位：kg

国・地域別 西暦（年号）	日 本	世 界	アジア	オセア ニア	アフリ カ	アメリカ			ヨーロ ッパ
						北	中	南	
1965（昭和40）	30.3	25.1	42.4	3.4	8.8	2.6	1.8	8.4	0.1
1970（ 45）	12.0	27.5	45.7	3.3	9.9	2.2	2.1	9.4	0.1
1975（ 50）	8.5	25.7	41.9	3.1	10.7	2.2	0.9	7.0	0.1
1980（ 55）	6.8	21.4	34.5	3.5	9.7	1.7	0.3	3.8	0.1
1985（ 60）	8.4	15.0	23.2	3.4	9.3	2.3	0.4	3.6	0.1
1990（平成2）	8.5	14.2	22.0	3.5	8.2	1.8	0.3	2.9	0.1
1995（ 7）	6.9	13.9	20.6	4.3	8.9	1.7	0.2	2.7	0.1
2000（ 12）	6.9	11.4	16.1	4.1	10.6	1.7	0.4	2.3	0.1
2005（ 17）	7.6	11.0	14.4	5.5	13.4	1.9	0.5	2.5	0.1
2007（ 19）	6.7	8.5	10.4	5.4	13.2	2.1	0.4	2.3	0.1
2009（ 21）	7.5	8.3	10.0	5.2	13.3	2.2	0.3	2.2	0.1

資料：FAOSTAT「Food balance sheets」

注：2010年6月時点のFAOSTAT公表データに基づき作成

この要因は、サツマイモ大国である中国の消費動向が大きく反映されているものと推察される。この結果、1人1年間当たり消費量における日本と世界の差は縮小し、ほぼ同じとなった。

平成時代におけるサツマイモの用途別消費の動向を、1990（平成2）～2010（平成22）年度の推移からみよう（表18）。

総消費量の約45%を占める生食用は、平成2年度の62万t（総消費量の占める割合44%）から平成22年度には38万t（同45%）と24万t減少した。このうち市場販売用は、平成2年度の53万t（同38%）から平成22年度には4割減少し33万t（同38%）となった。

アルコール用は、平成17年度にでん粉用を抜いて2位の消費量となった。その主な要因は、平成15年度から始まった第二次焼酎ブームによって消費の拡大が進んだことによる。ちなみに、平成2年度の7万t（同5%）から平成22年度には20万t（同23%）まで増大している。

3位のでん粉用は、平成2年度の43万t（同31%）から平成22年度には15万t（同17%）へと大きく減少した。しかし、ここ数年間は横ばい

表18 サツマイモの用途別消費の推移（1990～2010年度）

1995単位：t、%

区分	年度	1990 平成2	1995 平成7	2000 平成12	2005 平成17	2008 平成20	2010 平成22
生産数量		1,402,000	1,181,000	1,073,400	1,053,000	1,011,000	863,600
用途別割合		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
生食用		619,800 44.2	557,300 47.2	570,300 53.1	512,200 48.6	469,600 46.4	384,900 44.6
	農家自家用	85,700 6.1	78,200 6.6	83,800 7.8	105,100 10.0	80,800 8.0	59,500 6.9
	市場販売用	534,100 38.1	479,100 40.6	486,500 45.3	407,100 38.7	388,800 38.5	325,400 37.7
でん粉用		430,000 30.7	295,300 25.0	213,500 19.9	184,100 17.5	155,700 15.4	150,200 17.4
加工食品用		72,900 5.2	94,300 8.0	107,300 10.0	93,900 8.9	88,800 8.8	79,400 9.2
アルコール用		73,400 5.2	73,100 6.2	70,100 6.5	207,800 19.7	247,500 24.5	198,200 23.0
飼料用		83,900 6.0	67,300 5.7	44,000 4.1	12,900 1.2	5,800 0.6	3,500 0.4
種子用		52,800 3.8	45,900 3.9	31,800 3.0	17,200 1.6	15,300 1.5	12,000 1.4
減耗		69,200 4.9	47,800 4.0	36,400 3.4	24,900 2.4	28,200 2.8	35,400 4.1

資料：生産数量は、農林水産省「作物統計」。用途別消費内訳は、都道府県報告による農林水産省畑作振興課・特産振興課・生産流通振興課・地域作物課調べ。

注：1. 各年度の上段は生産数量で、下段は用途別消費割合である。

2. アルコール用は、生切干用、蒸留酒用、専売アルコール用の計である。

傾向にある。

4位の加工食品用は、10万t前後で推移しており、平成22年度は8万t（同9%）となった。この加工食品用については、平成5年度からその消費用途内訳（蒸切干、菓子用、焼きいも、大学いも、物菜用、色素用（平成17年度に追加））についても調査されている（表19）。平成22年度では、蒸切干3万8千t（加工食品用に占める割合48%）、菓子用3万1千t（同39%）、焼きいも5千t（同6%）、大学いも1,900t（同

表19 サツマイモの加工食品用仕向量の推移（1990～2009年度）

単位：t、%

年 度	1993	1995	2000	2005	2009	2010
用 途	平成5	平成7	平成12	平成17	平成21	平成22
加工食品用	67,200	94,300	107,300	93,900	92,200	79,416
用途別割合	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
うち加工食品用	59,309	76,342	96,209	86,449	83,051	71,756
	88.3	81.0	89.7	92.1	90.0	90.4
蒸切干	30,284	38,431	40,210	43,336	45,708	38,321
	45.1	40.8	37.5	46.2	49.6	48.3
菓子用	14,895	20,632	29,230	39,196	33,708	31,216
	22.2	21.9	27.2	41.7	36.5	39.3
色素用	—	—	—	2,559	2,747	1,427
				2.7	3.0	1.8
その他	14,130	17,279	26,769	1,358	888	792
	21.0	18.3	24.9	1.4	1.0	1.0
うち準加工食品用	7,896	12,706	9,960	7,428	9,183	7,660
	11.7	13.5	9.3	7.9	10.0	9.6
焼きいも	2,898	3,614	5,233	4,285	5,313	4,629
	4.3	3.8	4.9	4.6	5.8	5.8
大学いも	1,339	2,897	1,280	1,466	2,481	1,871
	2.0	3.1	1.2	1.6	2.7	2.4
惣菜用	770	1,911	640	1,058	1,232	969
	1.1	2.0	0.6	1.1	1.3	1.2
その他	2,889	4,284	2,807	619	157	191
	4.3	4.5	2.6	0.7	0.2	0.2

資料：都道府県報告による農林水産省畑作振興課・特産振興課・生産流通振興課・地域作物課調べ。

注：加工食品用計と内訳の計とは一致しない。

2%)、色素用1,400 t（同2%）の消費がある。

ただ、加工食品用の消費用途内訳調査は、平成12年度までの調査には「その他」の割合が28%も占めるなど、消費実態が十分に把握されていない。今後、実需者の消費実態を的確に反映させるなど調査内容の充実が望まれる。

4. 生産・消費の特徴

平成時代におけるサツマイモの生産・消費の特徴は、次の2つに集約されよう。

1つは、量的確保から品質重視に大きく転換し、それが加速したことである。諸類の配給統制が解除された昭和25年までは、サツマイモも品質よりも生産量を重視した生産対策が講じられていた。収量は多いが不味いと言われた「沖縄100号」、「茨城1号」が、その代表例である。しかし、食料供給がほぼ安定期に入った昭和30年代以降、市場販売用（青果用）については、生産量の確保よりも品質が高く、栽培しやすい品種が求められていった。その代表が「高系14号」と「ベニアズマ」と言えよう。一方、でん粉原料用では、「コガネセンガン」に代表されられるが如く、でん粉価が高く、品質も優れ、多収品種が求められた。平成時代に入って、この品質を重視する傾向は一層顕著となっていった。

2つは、サツマイモの消費用途が、加工食品用を中心に多様化したことである。これに伴い、その消費用途に叶った様々な特徴を有するサツマイモの安定供給が求められてきた。例えば、加工食品用では、各種の色素を含むサツマイモが注目され、「アヤムラサキ」を先兵に、新しい食品分野の需要を切り開いていった。さらに、焼きいも、スイーツ用などにおいても、それぞれの需要に応じた生産・供給体制が整備されつつある。

3節 東京甘藷問屋組合の解散

東京甘藷問屋組合への加入者は、1941（昭和16）年に73軒を数えていた。昭和16年の諸類配給統制規則公布によって、東京甘藷問屋組合もやむなく休止に追い込まれた。昭和25年によりやく諸類の配給統制が解除された。この配給統制解除によって、昭和30年頃までに甘藷問屋業務を再開できた者は24～25軒であった。甘藷問屋組合の再結成を果たした昭和32年には、甘藷問屋組合への加入者は33軒に増加していた。その後再び減少し、昭和47年に22軒、昭和51年に21軒、平成1年には10軒となり、

それ以降も減少を続ける。平成12年に二代目齋藤直衛が没した頃には、川小商店を除き既に甘藷問屋の体をなす同業者はほとんどいなかったという。

このような状況となったため、2003（平成15）年8月21日に、組合の構成メンバーであった「屋号」でいうと嶋田、城田、統一、上茂、和田亀、尾張屋、川小の7軒が「浅草我房」に相集って、甘藷問屋組合の残金を精算処理し組合の思い出などを語り合い、130年余の伝統を誇った「東京甘藷問屋組合」に終止符を打った。これによって平成15年8月以降、川小商店は東京都内における唯一の甘藷問屋となり今日に至る。

余談に入る。二代目直衛も明治、大正、昭和、平成の時代をサツマイモ一筋に生きた。振り返ってみると、直衛は初代小平次よりもさらに過酷な時代を生きたことになる。それゆえであろうか、関東大震災、東京大空襲という2つの大災禍をくぐり抜けて、サツマイモへの強い愛着を示す2つの物を残した。

その1つは、既に第I章で紹介した「東京甘藷問屋組合」の看板である。もう1つは、初代小平次の紋付羽織袴姿を等身大で描いた肖像画（掛軸）である。この肖像画は、小平次の没後に直衛が小平次を偲び想いを込めて、暁山という画家に作成を依頼したものと推察されている。

4 節 川小商店グループと事業活動

1. 齋藤雅子四代目を継承

2004（平成16）年に至り川小商店グループの事業経営は、安定期に入りつつあった。この時、三代目の齋藤興平は65歳を迎え、三代目を継承してから31年間が経過していたこともあり、会長職に退くことを決意する。

時代の流れは本物の食べ物を求め、食に対する安全・安心志向が一段と高まりをみせていた。こうした状況下で、興平の夫人である齋藤雅子が四代目を継承した。雅子夫人は、高校生の時から商いが大好きであった。また、時代の潮流を的確に把握し、優れた経営センスと決断力を併

せ持ち、それを実践する経営者であった。消費者ニーズ、経済・社会動向などを踏まえて、サツマイモを中核とする多角経営を積極的に推進していった。

2. 川小商店グループの体制と事業活動

ここで、川小商店グループの組織体制をみておきたい（図16）。136年の歴史を有する「川小商店」は、今も名目上残っているが経済活動の実態からみた場合には無いに等しい。つまり、1876（明治9）年創業以来の法人格を有しない「川小商店」は、昭和56年の「株式会社 川小商店」設立以降において、実質的な事業活動が伴わなかった。二代目直衛の没した平成12年以降はその状況が一層顕著となり、現在、「川小商店」という屋号を残すのみとなった。だが、「川小商店」という伝統を誇る屋号は、今も大切に持続されている。

1981（昭和56）年に設立された「株式会社 川小商店」は、「川小商店」創業以来からの取り扱い品目であるサツマイモのほか、1966（昭和41）年からジャガイモを加えて問屋事業を営んでいる。平成23年12月30日現在の資本金は1,000万円、従業員数は5人である。

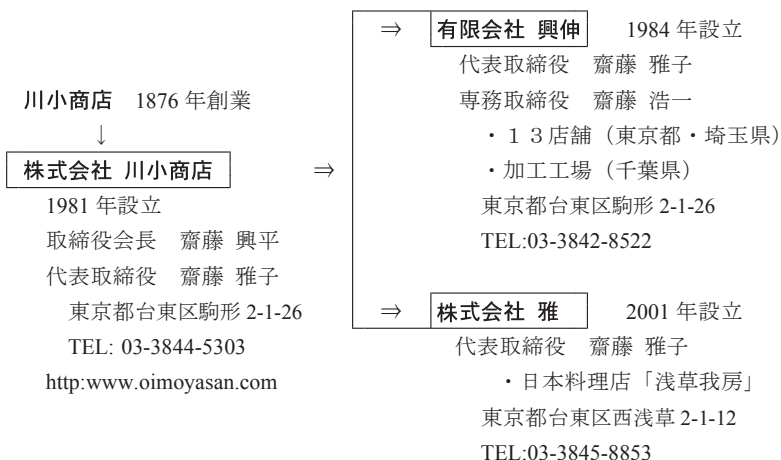


図16 川小商店グループの組織図（2011年12月30日現在）

注：(株)川小商店は、2011年12月31日(有)興伸を吸収合併した。

川小商店グループは、平成23年12月までは「株式会社 川小商店」を筆頭に、系列会社の「有限会社 興伸」と「株式会社 雅」の2社から成っていた。

(有)興伸は、(株)川小商店からサツマイモの提供を受けて、大学いも、芋ようかんなど、サツマイモスイーツの小売業を営んでいた。資本金は500万円で、従業員数は70人であった。東京都内と埼玉県内に13店舗を出店し、サツマイモ産地である千葉県香取市内には加工工場があった。

一方、(株)雅は、日本料理店「浅草我房」を経営しているほか、中国を拠点に食品の卸・小売業務を進めていた。「我房」の名称は、“わが厨房”を意味し、気軽に来店いただきたいという気持ちが込められている。資本金は1,000万円、従業員数は6人である。

(株)川小商店

事業の内容をみると、茨城、千葉、宮崎、鹿児島県の契約栽培農家から「ベニコマチ」、「ツクバコマチ」、「紅さつま」、「紅高系」のほか、6～8品種を仕入れている。サツマイモの消費用途に応じて、大学いも屋、焼きいも屋、菓子・食品メーカーへ納入する卸事業が主力だ。この他にも、協力工場で製造されたサツマイモのペースト、パウダー、ジュースなどを、冷凍の状態で菓子屋に卸している。

また、ジャガイモは、北海道、茨城、千葉県からポテトチップス用として「トヨシロ」、「キタヒメ」、「スノーデン」などを、サラダ、コロッケ用としては「男爵薯」、「キタアカリ」、「マチルダ」などを仕入れ、これらをメーカーに卸している。

(有)興伸

「おいもやさん 興伸」は、サツマイモスイーツを消費者へ提供していた。人気商品は、大学いも、芋ようかん(図17)、スイートポテト(図18)の3つをあげることができよう。この他にも、芋あめ、芋かりんとうがある。さらに、季節限定商品として、秋～春にはアップルポテト、秋～初夏には紫芋カステラ、芋あん人形焼、夏～秋には芋しずく、紫芋わらびもちなどがあり、それらの商品は季節毎に店頭を飾る。提供商品



図17 芋ようかん (提供：川小商店)



図18 スイートポテト (提供：川小商店)



図19 店舗別売上No.1の浅草
オレンジ通り店
(提供：川小商店)

は、年間合わせて、11～12品目にのぼる。

(有)興伸は、東京都に11店舗、埼玉県内に2店舗、合わせて13店舗を構えていた。出店順に紹介しよう。1984年に浅草駒形店、1986年に巣鴨地蔵通り店、1993年に浅草オレンジ通り店(総本店、図19)、1995年に北千住駅前通り店、1997年に外神田店、2007年に根津店、谷中銀座通り店、浅草伝法院通り店、2008年に大宮ルミネ店、2009年に巣鴨本店、2010年に浅草伝法院東通り店、川越店、2011年に浅草新仲見世通り店、大丸東京駅店、二子玉川店を出店した。なお、谷中銀座通り店は2011年に、二子玉川店は2012年に、それぞれ閉店となった。

(株雅

(株雅は、日本料理店を経営している(図20)。サツマイモと旬の食材をとり入れたコース料理“甘藷物語”は、人気料理の一つだ。



図20 日本料理店「浅草我房」
(提供：(株雅)

川小商店グループの事業経営に関

する理念は、「農家・消費者との共生」である。これをベースにした営業の基本姿勢は、次の5つに集約できよう。

① “主役はサツマイモ” をモットーに、提供する商品は、全てサツマイモが元来有する味や特性を最大限に活かしきることを重視している。それゆえ、いも菓子製造に当たっては、技巧に走ることを戒める。そこには、「おいもやさん」の店でしか買えないオンリーワンの商品を目指し、サツマイモの素材を活かして“自然な味”を提供していくという、老舗甘藷問屋としての強い自負とこだわりがある。

そのこだわりの一端を、芋ようかんでみよう。芋ようかんは、サツマイモと砂糖、塩のみの原材料で作られ、添加物、化学保存料は一切使用されていない。加工法も、他社の芋ようかんは裏ごしによって食物繊維が除去されている。これに対して川小商店の芋ようかんは、練らずに細かく切り刻んでミンチ状にしたものを固めるというシンプルな職人技の製造法だ。このため、サツマイモの細胞が壊れず“いも”本来の旨味がそのまま残り、肉眼でも繊維の毛羽立ちが見え舌触りがよく、身体にやさしいも羊羹に仕上がっている。

② 高品質で美味しいサツマイモの周年確保とその貯蔵管理には、常に細心の注意が払われている。同時に、消費用途と季節に合わせて、高品質のサツマイモを厳選し商品化を進めている。いも菓子用サツマイモの調達先は、契約栽培を実施している茨城、千葉、宮崎、鹿児島県の篤農家だ。例えば、味の良い「ベニコマチ」は、栽培が難しく手間もかかるので一般的には入手しにくいだが、川小商店は契約栽培を継続することによって確保している。

③ 消費者へサツマイモから作った安全・安心な商品を提供するため、生産・流通履歴を追跡する仕組みであるトレーサビリティを実践している。具体的には、サツマイモの契約栽培農家から減農薬、有機栽培であることの履歴を証明したサツマイモを仕入れ、栽培農家から消費者に至るまで一貫して顔が見え、安全が確認できる状態を保持している。

④ 消費者の嗜好や目線を大切にし、サツマイモ商品の提供には創意

工夫を積み重ねてきた。例えば、社内研修でサツマイモの特性と調理技術を習得した従業員は、店内で手作りの調理を行い、消費者に出来たての味を提供している。また、これまでの焼きいもといえば、長年にわたってホクホク感のある“いも”に人気が集まっていた。近年に至り、若者を中心として“ねっとり”、“しっとり”感のある甘味の強い“いも”にも人気が出ている。こうした嗜好の多様化にも対応できるよう、選択肢の幅を広げた商品の開発・提供に努めている。

⑤ 優れた人材を確保するため、従業員に対するカウンセリングの実施と併せて、研修教育の徹底が不可欠である。こうした相談・研修の充実によって、優れた従業員が育成されており定着率も高い。さらに、“おもてなし”と良い意味での“おせっかい”の観点から、お客様には「気持を込めて一言話しかける」ことを実践している。

3. 齋藤浩一五代目を継承

三代目齋藤興平と二人三脚で、川小商店の事業発展に貢献されてきた四代目齋藤雅子代表取締役社長は、2012（平成24）年1月2日に突如帰らぬ人となられた。雅子社長は、消費者の嗜好を見極めながら甘藷問屋をベースに加工・小売り分野に至るまで、サツマイモ産業の裾野を拡げられた功労者であった。

これに伴い、川小商店グループは会社組織の再編成を図った。すなわち、(株)雅の代表取締役社長には、齋藤興平が平成24年1月に就任した。また、2011（平成23）年12月31日に(株)川小商店は、子会社である(有)興伸を“おいもやさん”の商標を残して吸収合併し、組織の強化を図った。新生なった(株)川小商店の代表取締役社長には、興平会長の長男である齋藤浩一が平成24年1月に就任し、川小商店の五代目を継承した。それを齋藤興平会長と次男の齋藤公章常務取締役、三男の齋藤高央取締役・営業部長が支える新体制となったのである。

4. 新たな事業活動の展開

川小商店は、サツマイモ菓子を経営の中核事業として位置づけ、着実に拡充を図ってきた。そのような状況の中で当面する事業経営の課題と

しては、次の3点がある。

1つは、サツマイモ生産者から来年も作らせて欲しいと言われるような「再生産価格の維持」を図るといふ経営理念を、今後も継続していくこと。

2つは、「川上から川下へ」をモットーに、サツマイモの生産から消費に至る強固な組織づくりを進め、事業経営の活性化を図っていくこと。

3つは、消費者には、「おもてなし」と「思いやり」の心を大切にしていって接していくこと。

以上の課題を十分認識のうえ、将来の経営方向を見据えて、新たな取組みも既に進められている。その中から次の2つを紹介しよう。

(1) 産地加工工場を拠点に地域・農家との共生

地域・農家との共生を円滑に進めるため、2010（平成22）年9月、千葉県香取市のサツマイモ産地内に加工工場、冷凍・冷蔵貯蔵庫（敷地面積約3,000㎡、建物面積800㎡）を竣工させ、営業を開始した（図21）。

この加工工場で製造されるサツマイモの商品は、大学いも、スイートポテト（図22）、芋ようかん、家伝のミツ（蜜）、アップルポテト、芋あんなどである。加工品に使用されている主な品種は、「ベニコマチ」、「ツクバコマチ」、「高系14号」、「アヤムアラサキ」、「べにはるか」、「紅さつま」、「コガネいも」、「紅高系」である。

事業運営に当たっては、地域の関係機関・団体や農家との共生を重視



図21 香取市内のサツマイモ加工工場
（提供：川小商店）



図22 スイートポテトの製造
（提供：川小商店）

しており、千葉県農林総合研究センター北総園芸研究所、千葉県香取農林振興センターなどからも助言を得ている。

(2) サツマイモの食育で社会貢献

東京都台東区・墨田区の公立中学校では、平成10年から2年生を対象に、毎年9～11月にサツマイモを扱う職場体験を通じて食育が実施されてきた。川小商店は、この食育へ全面的に協力し支援を行っている。職場体験の場所は、浅草にある5店舗と日本料理店「浅草我房」を合わせた6店舗。受入れ生徒数は、1店舗当たり2～3人単位で平日の9時30分～15時まで実習し、体験期間は2～3日である。生徒は従業員と同じ服装で店頭に立ち、サツマイモの調理や接客を体験する。生徒達は、職場体験を通じて食文化や職業について学ぶ。この食育の実践によって将来、サツマイモファンの増加にも結びつくことを期待したい。

5. 200年企業を目指して

川小商店本社ビルからは、隅田川「駒形橋」の向こうに、2011年12月に完工し2012年5月22日から開業した高さ634mの「東京スカイツリー」を仰ぎ見ることができる。老舗川小商店も、東京スカイツリーの如く200年企業という高い目標に向かって一層繁栄され、引き続きサツマイモ産業の発展に貢献いただくことを心より念願している。