

豆類時報

NO. 83

2016. 6



公益財団法人 日本豆類協会 発行
公益財団法人 日本特産農産物協会 編集

あがらしやれ 真室川

—— 「あるもの探し」からの地域おこし 前編 ——

本文2ページ参照



高橋伸一さん



高橋家で生産している在来種の豆たち

豆のある町山形かわにし

「豆の展示会」報告

本文7ページ参照



フェイスブックでイベントを知った若い方々も
多く来場



既存店舗と川西産豆のコラボメニュー

第10回 (2015年度) 十勝小豆研究会報告

本文21ページ参照



多数参集した会場で質問も活発に！



十勝小豆研究会の会場風景

FOODEX JAPAN 2016への 出展結果について

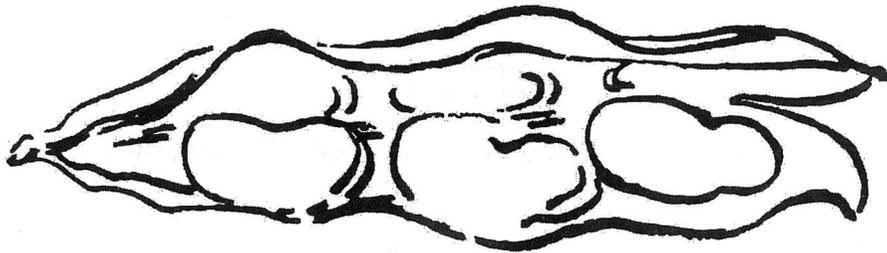
本文58ページ参照



試食提供



展示状況



豆 類 時 報 No.83

2016.6

目 次

話 題	あがらしゃれ 真室川 ——「あるもの探し」からの地域おこし 前編—— …… 高橋伸一 2 豆のある町山形かわにし「豆の展示会」報告 …… 中村智彦 7
行政情報	国産大豆の安定取引に向けた取組の報告 …… 潮田遼 12
調査・研究	近年の消費行動や食品小売業における変化と 豆類・豆類製品の現状について (その1) … (公財) 日本豆類協会 16 第10回 (2015年度) 十勝小豆研究会報告 …… 佐藤久泰 21 篠山藩における黒大豆の献上までの道のり …… 島原作夫 28
海外情報	米国農務省海外農業局GAIN報告書より …… 42
豆と生活	連載：長野県諏訪地方、時代を超える豆たち【最終回】 …………… 町田裕樹 52
業界団体	FOODEX JAPAN 2016への出展結果について … 雑穀輸入協議会 58 外食産業等と連携した農産物の需要拡大対策事業の推進について …………… (一社) 全国豆類振興会 61
豆類協会 コーナー	「見る・知る・食べる、和菓子を愉しむ集い」に参加して …… 63 第35回豆まつり (TOKACHI BEANS FESTIVAL) の開催について …………… 64
本 棚	「和食とはなにか」原田信男著 …… 後沢昭範 65 資料箱「和食：日本の伝統的な食文化…ユネスコ無形文化遺産」… 68 資料箱「(一社) 和食文化国民会議の設立と活動」… 70
統計・資料	雑豆等の輸入通関実績 …… 71
編集後記	…………… 72

あがらしゃれ 真室川

——「あるもの探し」からの地域おこし 前編——

高橋 伸一

地域での暮らし方そのものを“ブランド化”する取り組みを約10年続け、全国に知られる存在になっている町があります。それは、山形県最北部に位置する真室川町。在来のダイズやインゲン豆を含む「伝承野菜」を掘り起こしての商品化や、地元のお母さんたちから聞き書きした郷土食・行事食をまとめた本『娘に伝えたい郷土食 あがらしゃれ真室川』を発行するなど、有形無形の町の魅力は県外の人々にも知られ、雑誌などの取材が絶えることはありません。

今回は、ブランド化のキーマンとなったお二人にお話を伺いました。元真室川町役場職員の高橋伸一さん(前編)、伝承野菜「甚五右エ門芋(サトイモ)」生産者の佐藤春樹さん(後編)の2回に分けて紹介します。

地域そのものをブランド化する

町役場にこの3月まで私が22年間勤務していた真室川町は、山形県の最北部、秋田県との県境にある山あいの町です。冬ともなれば雪深く、町の面積の約八割が森林に

包まれた自然豊かなところですよ。

「あがらしゃれ」というのは、「召し上げれ」「お入りください」の二つの意味を持ち、この土地で昔から“もてなしの気持ち”をあらわす、いい言葉なんです。山の中ですから、かつては人が訪れることもなかなかなくて。たまに人が来ると、お酒を飲ませて外の世界の話聞いて、すごく歓待したんだそうです。この言葉は、これからお話す「真室川ブランド」のキャッチコピーにもなっています。

真室川ブランドとは、真室川の暮らしそのものをブランド化する取り組みです。といっても、特産品の商品開発にとどまりません。この地域や暮らし方の魅力を伝え、真室川のことを「買いたい」「見たい」、真室川に「訪れたい」「住みたい」「暮し続けたい」という気持ちをもってもらえるパートナーとの、信頼関係をつくりあげていくことすべてを指します。

ブランド化の取り組みがはじまったきっかけは、町の教育委員会が町民大学「ゆめきらきらまむろがわ塾」を開講したことでした。講師として、民俗研究家の結城登美雄さん(地元民の手で自分たちの望む形

たかはし しんいち 元 真室川町役場職員／
農家(工房ストロー主宰)
<http://kobo-straw.com>



高橋伸一さん

の地域をつくりあげる“地元学”の提唱者)を招き、私もその担当者として関わりました。2年間の学びを続けるうち、“真室川全体を生涯学習のフィールドとして見直す”という視点をいただいたんです。それをひとことであらわすなら、「ないものねだりから、あるもの探しへ」です。

そして平成19年(2007年)に私も含めた3人のチームで、真室川町役場の企画課の中に「町ブランド開発室」が立ち上がりました。当初は町ブランドの認証制度を作ることが主だったのですが、結城さんには推進プランを策定する委員会の長になっていただき、より厚みのある地域ブランドとしての真室川ブランドを推進するため、プラン作りにとりかかりました。

伝承野菜を掘り起こし、商品化

町民一人ひとりが自分のこととして関わられる「真室川ブランド」とは何か? を考えた中のひとつに、伝承野菜を掘り起こすこともありました。すでにその2年前に山形県の調査が入っていたのですが、当初は



真室川の伝承野菜を紹介するパンフレット。豆類の写真は実物大で掲載

「真室川町に伝承野菜はない」、とされていたんですね。ところがブランドを立ち上げることになって、あらためて町の広報誌で呼びかけるなどしてみたら……最終的には20種類もの豆や野菜が発掘できたんです。

そのいくつかには、私の家で栽培してきたものもあって。考えてみれば当たり前のことで、戦前から家でタネを採ってつくり続けてきたものはみな「伝承野菜」なわけです。当時はナス、キュウリ、トマト、ピーマンだって、全部自分のところでタネ採りをして育てていましたから。まあ目からウロコではないですけど、それだったらいっぱいある! ということになって。作物の特徴や写真、どのようなつくり方、食べ方をしてきたかを、町の人に聞き書きしてまとめて「真室川『伝承野菜』図鑑」として公開しています。

発掘がきっかけで生まれた商品に「伝承野菜スイーツ」があります。「タルト甚五右エ門」「勘次郎胡瓜のジュレ」「黒五葉の枝豆プリン」「黒五葉のモンブラン」の4品です。これらは、真室川ブランド認定品と

して町内の老舗菓子店「おかしの平和堂」にて好評販売中です。その後も「雪割菜シフォン」「からどり芋スイートポテト」伝承豆類を使った「スイートビーンズコレクション」なども開発されています。

黒五葉の枝豆プリン、大豆になる直前ぐらいの、枝豆としては終わり頃のものを使っています。その頃の枝豆は、薄皮に少し黒っぽく色がついてしまうんです。ペーストにすると薄皮を剥いたものに比べて色は悪いのですが、試作を重ねる中で、この薄皮に旨みが多くあることが分かり、「薄皮を取らない方がぜったいいい。色鮮やかではねえけども、おいしい方がいいよにゃ」と意見が一致して、今の形になりました。

黒五葉のモンブランは、うちの母の正月料理のレシピがもとになっています（笑）。洋菓子風に煮るとうまく煮えなかったそうで、昔ながらの方法で黒豆の煮豆にしてから、ペースト状にしたりして、モンブランに加工しているそうなんですよ。

真室川の家庭の味を本に残す

残しておきたかった家庭の味は、うちの母のものだけではありません。町のお母さんやおばあちゃんたちが受け継いできた、季節ごとの郷土食や行事食を『娘に伝えたい郷土食 あがらしやれ真室川』という本に収録する仕事もしました。月に1回くらい集まってもらって料理を持ち寄り、みんなでわいわい言いながら、どんな時に食べたかとかを、話し合ったり、撮影したりして。みっちり一年かけての制作は大変でし

たが、今となっては楽しい思い出です。

地域の食文化をあらためて見直してまとめたことは地域をより深く知ることもになりましたし、何より、地元の人がこの本を喜んで手にとってくれたんです。本に協力してもらった方々が「私を持ってきた料理がのってるから」と子どもたちや親戚に送ってくれて、さらにそこから購入の輪が広がったりして。本が完成したのは平成22年（2010年）ですが、ありがたいことに何度か増刷がかかって、今なおロングセラーとして、県内の書店や、町の「産直まごころ工房」でも販売されています。

外の世界とかかわる、魅せる

こうして見えてきた真室川のよさを人に伝えるにあたって、“トータルでの見せ方”が大事だということも、だんだん分かってきました。これには、山形市にあるデザイン事務所「アカオニデザイン」との仕事から刺激を受けたことも大きいです。アカオニデザインと真室川町との関わりは、多岐にわたります。伝承野菜「甚五右エ門芋」の生産者、佐藤春樹くん（次号でインタビュー掲載予定）の「森の家」、町の人気商品「いなごふりかけ」を作る「佐藤商店」、「純粹天然はちみつ」を手掛ける「大沼養蜂」、先ほどお話しした「おかしの平和堂」など、これらそれぞれのWEBサイト制作や商品のパッケージデザイン、包装紙やのぼりのデザインなども手掛けてもらっています。こうやって統一されたデザイン＝見せ方をすることで、町全体のイメージが

くられていくと考えているんです。

また役場での仕事とは別でしたが、春樹くんが毎年、自主企画している「芋祭」のオプションツアーとして「しんちゃんの真室川ツアー」をしたこともあります。芋祭とは、伝承野菜のサトイモ、甚五右エ門芋の収穫がはじまる10月に、芋掘りを通じた秋の収穫の喜びをみんなで分かち合おう！ と、県外からも参加者を募って収穫体験と食事会等で交流するイベントです。

掘った芋は持ち帰りができ、芋煮は食べ放題、焼きたての鮎の塩焼きや郷土料理のバイキングも名物のひとつです。その時のオプションツアーとして、なめことり体験、郷土料理づくり体験のほかに、酪農家のもとをたずねて話を聞き、搾り立ての牛乳を飲ませてもらったり、リンゴ園でとれたてのリンゴの食べ比べをしたこともあります。「町の巨木巡りツアー」をやったこともありましたね。楽しいし、おいしい企画です。芋煮だけではない町のトータルの魅力に触れられ、真室川のファンになってい



現在も販売されている『あがらしやれ真室川』。「フード・アクション・ニッポン・アワード2015」に入賞

ただけるイベントでもあると思うので、ぜひいろんな方に来ていただきたいです。

農家としても在来豆を栽培

家で作っている豆は、おもに在来種の豆です。ダイズは9種類（青黒、青ばこ豆、秘伝、小粒白大豆、在来白大豆、七里香ばし、大黒豆、黒五葉、赤大豆）、インゲン豆など7種類（在来金時豆、在来大福豆、紅虎豆、七夕白ささぎ、弥四郎ささぎ、紅平豆、紫花豆）があり、どれも少量ずつ生産しています。

「七里香ばし（鞍掛豆）」という青大豆は、七里離れたところでも煎っている匂いが分かるといわれるほど、香ばしいダイズです。「弥四郎ささぎ」はかつては町内全域でつくられていたインゲン豆。若莢は柔らかくて味がよく、完熟した豆は煮豆にもできます。「在来白大豆」は、山形県金山町の母の実家でずっとつくられていたダイズです。でも今は実家でつくっている人がいないので、もうほぼ、ここにしかないものです。

ダイズの収穫は、黒豆→白豆→赤豆→青豆の順番で穫ることができ、今つくっているなかでは黒五葉が一番早いです。関東地方や宮城県などの太平洋側では晩秋の気候が乾燥していますから、収穫するまで畑において、豆を自然乾燥させられますよね。そうすると機械で一斉に刈り取って、脱穀までできます。

でもこの辺りは、秋口になると長雨やみぞれが降りはじめるので、濡れたあとに寒さで凍ると、豆が腐ってしまうんですね。

逆に雨が降ったあとあったかくなると、畑で実ったまま“もやし状態”になり、発芽してしまいます。だから葉っぱが残っているかないかくらいのギリギリの状態です。収穫して、ビニールハウスや小屋で乾燥させないとダメなんです。場所がそんなにとれるわけではないですし、手間もかかりますから、そんなに大量につくれないうんですよ。

私はこの4月から、20年以上勤めた町役場を辞め、家業である農業を継ぎました。昭和16年（1941年）に祖父の代で分家になってから小規模ながら、稲作に加え、肉牛の繁殖農家、年間100種類以上の作物を作り産直などで販売する複合経営を続けています。もともとは「中学をでたらすぐ、農家になれ」と祖父に言われていたんです（笑）。でもそれはさすがに……と普通高校に進学し、やがて家の仕事も手伝えるだろうと高卒で町役場に勤めました。

この春に退職を決意するまで、長く真室川ブランドの仕事に関わり、伝承野菜や手仕事の数々など、失われつつある町の宝を守り伝えることに使命感のようなものを持つようになりました。その多くに後継者がいなかったのです。自分がしなければ消えてしまうのか、そのためには定年まで待てないということで退職を決意しました。

両親について本格的に農業に関わる傍ら、伝統の手仕事であるわら細工の継承発展を目指して「工房ストロー」を立ち上げ、ワークショップ等を通じた手仕事文化の伝導と情報発信の活動も始動させました。

伝承野菜や食文化、わら細工をはじめと



「産直まごころ工房」で販売している高橋家の豆。1袋90g入りと、使い切りしやすい分量にパッケージ

する手仕事など、戦後急激に変化し、失われようとしている本来あった暮らし方の文化、衣食住の全てを自らの手で作ってきた文化を、今後もしできる限り活かした形で伝えていければと考えています。「つくる文化から買う文化へ」と移行してきた高度経済成長期から現在、しかし先人が蓄積してきたこの地域の暮らしの知恵やわざは、この地域の無二の魅力であり、固有の宝だと思います。これらを受け継ぎ、時代に合わせて磨きあげていくことが、地域が進むこれからの道を照らす灯りになると思うんです。

地域の暮らしそのものの魅力を高めていく「真室川ブランド」の取り組みで始まった「あるもの探し」。しかし、せっかく見つかった「あるもの」が、ただ消えていくのを見送るのは寂しすぎます。私は「あるものつなぎ」「あるもの活かし」をライフワークに掲げ、真室川の暮らしの文化を体得し、広め、この時代を生きる多くの仲間たちと共に、次につなぐ中継係になればと思っています。

直のイベントを繰り返してきた。行政が交通費や送料の補助を支給することが多く、どうしても事業者側も甘くなり、地元と同じか、時にはそれ以下の値段で販売してしまう。結果、開催中は賑やかであるが、終わると採算ラインを割っていることが多く、長期的な販売への効果もないということが繰り返される。

役所やコンサルタントは、集客数だけで成否を言うが、経営者としては利益が得られなければ意味がない。交通費や送料の補助を出しているために、赤字にはなっていないものの、それは販売を行うための人件費などは含まれていない場合が大半である。それは「ビジネス」としての継続性があるとは言えない。今後、政府や地方自治体の財政状況がひっ迫する中で、漫然と今までと同じように補助金に頼った「拡販」事業が継続できるのかも、疑問である。

そもそも論として、漫然と、一度開催した場所での継続を行っているのではないかという点と、コンサルタントや役所の論理で進め、事業者の視点が欠落しているのではないかという点から、会場の設定を見直すことにした。

「ブランド化をしたい」、「うちの製品の良さを訴えたい」と考える事業者は、地方でも多い。農業者も例外ではない。そうになると、どこで販売するかも重要な視点である。

「自社のイメージに合わないところでは売らない。値引き販売しなくてはいけなくなるようなところでは売らない。消費者は

よく見ている。あの商品は、あそこで安売りしていたとなれば、イメージがすぐ落ちる。」六次産業化を成功した関西地方のある酪農事業者は、そのように指摘する。また、東北地方から首都圏などに販売を広げた食品製造企業の経営者は、「地元の役所や商工団体からは非協力的だと批判されるが、駅前や商店街の屋台でうちの商品を山積みされたら、今までの努力が水の泡だ」と指摘する。

消費者にとって、「どこで買ったのか」、「どこで売っているのか」は非常に重要なのだ。さらにそれは、販売する側のモチベーションにも影響するのである。今回、「産直市」、「物産市」という固定概念を捨てるところから、会場選びを始めた。「物」を販売するのではなく、「情報」を発信するというコンセプトを第一に据え、その情報に合った会場を都内数か所に絞り込み、最終段階で事務局も含め、現地をみた上で、「上野桜木あたり」に決定したのである。

②PROMOTION 広報・宣伝

複合施設「上野桜木あたり」は、2015年3月にオープンしたばかりだったが、わずか半年余りで、特に若者向けのファッション雑誌やテレビなどでたびたび取り上げられるようになっていた。おしゃれなファッション雑誌に紹介されており、従来の会場とは大きく異なるという共通認識がスタッフの間に次第に醸成された。

女性スタッフから提案があったのは、「のぼりやはっぴは止める」ということだった。「その代わり、豆の展示会ですから、丸い

ということで、なにか水玉模様のものを身につけましょう。」などと提案があった。さらに若手のスタッフからは、今までは「かっこが悪い」からと首都圏在住の知人や友人にも知らせなかったことなどの意見が出された。広報や宣伝を行う際に、集客のことだけを考え、若手経営者や従業員が「行ってみたい」と思ってもらえるような拡販事業を構築する発想が欠落していた。既存の手法を無批判に継続していても、若手の積極的な協力を得られなければ、徐々に力を失っていくだけである。

もちろん、「はっぴとのぼりの廃止」は問題を引き起こした。

「場所が判りにくい。のぼりを立てて集客しろ。なんでこんな格好で売ってるんだ、地方から来たんなら、地方らしく売り出せ！」

怒鳴り声を上げ、若いスタッフに詰め寄る高齢の男性が入り口にやってきた。「気にいらない。俺は地方を応援するために来てやっているのに、なんだこれは」と怒鳴る。この老人と同様に今回、「場所が判りにくい」とのご指摘を来場者から、特に高齢の方たちからいただいたのは事実である。しかし、内部的には大きな混乱も問題も発生しなかった。むしろ、狙い通りの結果が出ている証拠であるとの受け止め方をした。

行政などが支援する既存の産直市や物産展は、「応援してやろう」という上から目線の「お客」に「格安」で物産を販売するという傾向が強い。行政側は補助金を出し、いかに多くの集客をするかに腐心し、販売

側は補助金で赤字が出ないなら行ってみるか程度の気持ちで参加する。その結果、とにかく誰でも良いから「お客」として集めれば良いとなりがちなのだ。

今回、集客手法をSNSなどネットに特化させた。葉書は、限定的に食品関連企業や、特に飲食店関連の若手経営者やライター、コンサルタントを中心に送付し、チラシは顧客層が若いカフェやレストランを中心に配布した。そもそも一般顧客層をターゲットにはしていなかった。インターネットを利用できない層には、確かに情報は入らないし、場所も判り難い。

「多少判りづらくとも、興味があればネットで情報を収集し、わざわざ出かけてくる」層をターゲットとした。ターゲット層を明確にし、それに対しての方策を講じることは、限られた人員と資金である以上、重要である。

そして、「多少判りづらくとも、興味があればネットで情報を収集し、わざわざ出かけてくる」層は、自らの情報発信能力を兼ね備えていることが多い。「お客がお客を再生産」してくれる。従来型の「産直市や物産市」の反省から、こうした一般客を多数集客しても、利益確保に繋がっていない点や、その後の例えば中元や歳暮といった高額商品の販売に継続していないことが明らかになってきた。今回は、こうした一般客の集客を「捨てる」ことで、後に継続するための広報宣伝に重点を置くことにしたのである。

③PRICE 価格設定

6次産業化において、原材料を供給する農林水産業者の利益率が、加工（製造）や販売（流通）よりも極端に少ないことがしばしば指摘できる。その理由を聞くと「もともと廃棄していたものだから」、「そんなに利益を上げなくても、とりあえず売れたらと考えて」などという回答が返ってくる。果たして、それでビジネスとして継続性のあるものになるのかという発想が欠けているとしか思えない。

「農業をやっていると、なかなか他の地域を見に行くきっかけがない。そうすると自分たちの作っている物が、消費者にどのように判断されているのか、適正な価格はどれくらいなのかの判断がつかなくなり、他から来た人の言いなりになってしまっている」。農産物を自ら販売している農業経営者はそう言う。

「豆の展示会」の打ち合わせでも、販売価格に関して議論となった。今回、出展場所やその周辺、期待できる来訪者から判断して、「安売り」をする必要はないと判断し、各自が「強気の」価格設定を心がけるように、各参加事業者に依頼した。「売れなかったら」という不安を口にする関係者もいたが、今回はあくまで実験だという考えと、下見をしてきた関係者の、あそこなら売れるという報告が、強く後押しした。

「いつもは、もう少し安くとか、高いとか言われてきたのが、今回は高いというお客さんがいなかった。もう少し高く値付けをしても良かったかも」。販売を担当した

若手スタッフからは、こうした声が出た。最終的には豆類に関して、従来の都内での産直市や物産展を越す売り上げとなった。

もちろん単純に値段を上げた訳ではない、若手後継者や女性たちがパッケージやレシピなど添付物を作成し、従来とは異なった販売方法を試みたことも功を奏した。開催までに他の農業事業者や物販事業者などの情報を、参加者間で共有できるようインターネット上のフェイスブックに会議室を設けた。

今後、TPPの影響などもあり農業経営者にもそれぞれが自立した経営体制を確立することが求められる。そうした農業経営者と加工・製造業者、販売業者などが連携して、地域経済の活性化を図っていくことが求められている。いかに「より良いものをより高く売るのか」が重要な課題になっているのだ。そのためには、このような「高く売る」ための実験が重要である。

④PRODUCTS 商品

「豆」に絞った展示会については、農業者たちからも不安の声が聞かれた。しかし、「豆」というアイテムで一点突破し、その後、米などほかの産品に横展開していくという戦略には、若手の農業者を中心に理解を示してもらえた。

展示会前から始めていたプロジェクトを通じて、紅大豆のサンプルを食品メーカーや飲食店などに配布する努力が功を奏し、マルヤナギ（株式会社小倉屋柳本・神戸市）が新商品開発に当たり、紅大豆を使用することを決定した。同社では、国産豆を

100%とした新商品の開発を進めていたが、そこで使用する豆の選定に困っていた時に、折よく、神戸市の農業関係の研究会で代表取締役社長の柳本一郎氏にサンプルをお渡しでき、同社の開発部門の担当者が川西町を訪問。2015年夏に新商品として販売を開始した。「彩り国産大豆の蒸しサラダ豆」として発売された新商品は、山形県の新聞紙上でも紹介され、川西町のスーパーなどに並び、地元住民にも川西産の「豆」への関心を高める結果となった。

さらに、豆という製品の付加価値をいかに高めるかという戦略の中で、会場の飲食店とベーカリーにタイアップ・メニューを持ちかけた。今回の会場となった複合施設「上野桜木あたり」には、飲食店が二軒、ベーカリーが一軒入っている。この施設は、台東区のNPOが運営していることもあり、関係者や経営者間の関係が密であるだけではなく、周辺の商店、飲食店経営者たちとの関係も非常に良好である。川西町産の豆を特別価格で提供することで、会期中、それぞれの店舗で特別メニューを作ってもらおうという企画であった。実際に豆を使用した料理を会場で食べられることが、来場客の購買意欲を高める結果となり、参加する飲食店は次回から拡大する予定である。

「もの」だけを販売するのではなく、「情報」という商品を付加する手法を前面に押し出した今回の展示会には、大手食品メーカーのマーケティング部門や営業部門の方たちも来場いただき、今後の商品展開についての情報交換もしていただけた。

3.これから

今回、催しを進める上で非常に物心両面から強く支えられたのは、上野桜木あたりを関するNPO法人たいとう歴史都市研究会のみなさんと、テナントとして入っている店舗のオーナーやスタッフのみなさんのおかげであることも指摘しておきたい。

さらに、従来は希薄であった行政、農業者、商工業者間での協力関係、情報の拡散に協力していただいた編集者や記者、広報にもご助力いただいた飲食店経営者のみなさん、豆つながりでご協力をいただいた一般財団法人全国豆腐連合会や一般社団法人豆腐マイスター協会など、連携を拡げることができたのも大きな成果であった。

「豆の展示会」は、仙台ターミナルビル株式会社から要請があり、JR山形駅ビル「SPAL山形」で、ミニ凱旋展示会を2016年3月19～20日の2日間開催し、地元山形県民にも広くアピールすることもできた。

すでに、2016年12月2日から3日間に、ふたたび上野桜木あたりを会場に、第二回の展示会を開催することが決定し、5月に開業した川西町の農産物直売所「かわにし森のマルシェ」には、豆の常設展示が行われる。事務局は、補助金の獲得が難しく、自主財源でのやりくりを痛めているが、あくまで「身の丈にあった」事業展開を旨としている。今後は、豆を中心に据えつつ、川西町の農産物PRへの横転換を作り上げてきた連携を活用して展開していく予定である。

国産大豆の安定取引に向けた 取組の報告

潮田 遼

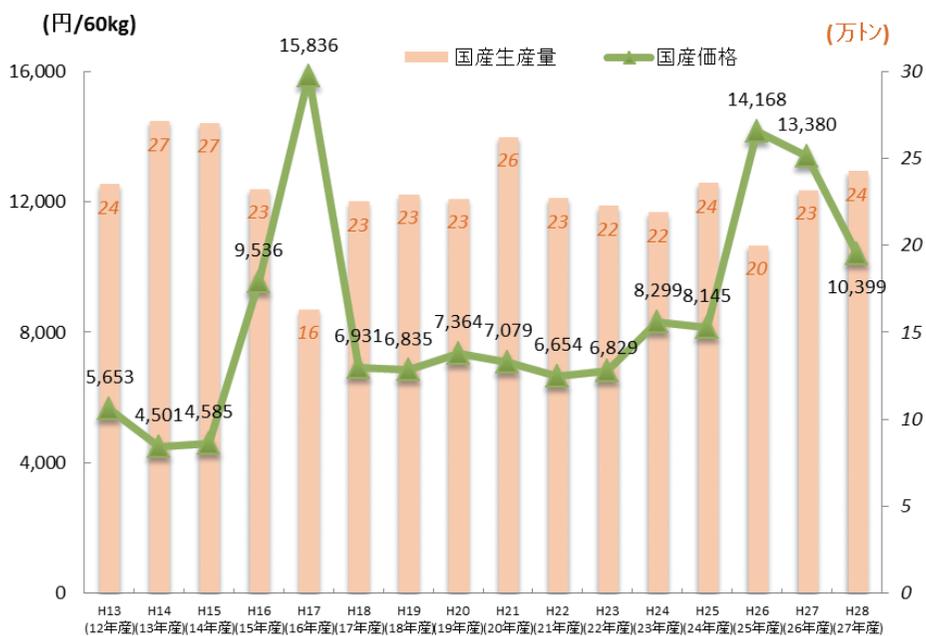
国産大豆の取引は、昭和36年の輸入自由化以降、収穫後の入札取引により需給に応じた価格形成を図り、市場原理に基づいて販売することを基本としてきました。しかしながら、国産大豆は、需要面では国産品と輸入品との短期的な代替性が低い一方、供給面では作柄変動等により生産量が不安定になりやすく、例えば不作であった25年産においては、24年産と比べて価格が1.7倍に高騰するなど、これまで大幅な価格変動を繰り返してきました。

こうした中、近年、消費者の国産志向の高まり等により、量販店で販売される一般大豆商品への国産大豆の使用が増加しており、実需者からこれまで以上に安定的・計画的な国産大豆の調達が求められるようになってきています。また、産地においても、担い手への農地集積が進む中で、他の作物と合理的な輪作体系を作ることができる大豆の位置づけが経営の中で高まるなど、実需者・産地双方の状況変化により、より安定的な取引方法を構築する必要性が高まっ

てきています。

このような状況を踏まえ、国産大豆の産地、流通、実需の取引関係者等で構成される「国産大豆の安定取引に関する懇談会」が昨年11月から3回にわたり開催され、国産大豆の安定取引のあり方について議論が行われました。本懇談会の中で、産地からは、「価格は高いに越したことはないが、それよりもずっと買ってもらえることを優先したい」、「安定生産のためには価格安定が重要」、「播種前と収穫後の両方の取引を組み合わせるのが安定価格に繋がる」等の意見が、また、実需者からは、「豊凶に関係なく価格が決められる部分があると良い」、「現物取引だけで価格安定は難しい」、「収穫後の現物取引については、従来通り行うべき」等の意見がありました。

これらの意見を踏まえ、懇談会として、播種前取引を新たに導入すること等の国産大豆の安定取引に向けた方向性が農林水産省及び関係団体への提言としてとりまとめられました。具体的な運用方法等は今後、大豆入札取引委員会で検討される予定（4月現在）ですが、次項では、懇談会で提言された国産大豆の安定取引に向けた方向性



注1. 国産価格は、(公財)日本特産農産物協会における入札結果で各年産の平均価格(税抜)。(H28は、第1回～4回の入札結果(平成27年11月～平成28年2月)の数値)

国産大豆の生産量と価格の推移

について見ていきます。

1. 播種前取引の新たな導入

産地サイドでは作付前に経営計画を立てて安定的な経営を行うこと、実需サイドではあらかじめ商品の生産計画を立てられるようにすることが求められているため、播種前に価格を決めることができる取引方法の新たな導入が求められました。一方、実需者からは引き続き収穫後の現物取引を望む声が多く存在すること、産地としても、収穫後の需給動向を見ながら販売を行うとともに、翌年産の生産につなげていく必要があることから、収穫後に価格を決める取引方法も必要とされました。このような意見を踏まえ、播種前に価格を決める取引方

法と収穫後に価格を決める取引方法を併用していくことが適当であるとされました。

2. 安定取引のための取引の運用

① 播種前に価格を決める取引の割合

播種前に価格を決める取引の割合は、各産地の判断を基本としつつ、作柄変動のリスクや流通・実需サイドからの当該取引に対する要望を踏まえ、まずは、産地品種銘柄毎に3割程度を目安として運用することを目指し、導入後に、取引の状況を見て適切にその割合を見直していくこととされました。

② 播種前入札取引の割合

現在の収穫後入札取引においては、透明性のある価格形成を図るため、集荷・販売

計画の販売予定数量の原則として1/3以上を上場することとされています。新たに播種前に価格を決める取引方法を導入するに当たっても、透明性のある価格形成を図る場として、入札取引を導入することが必要とされました。播種前入札取引においても、現行の入札と同じように、播種前に価格を決める取引数量全体のうち1/3以上の上場を義務として運用することとされました。

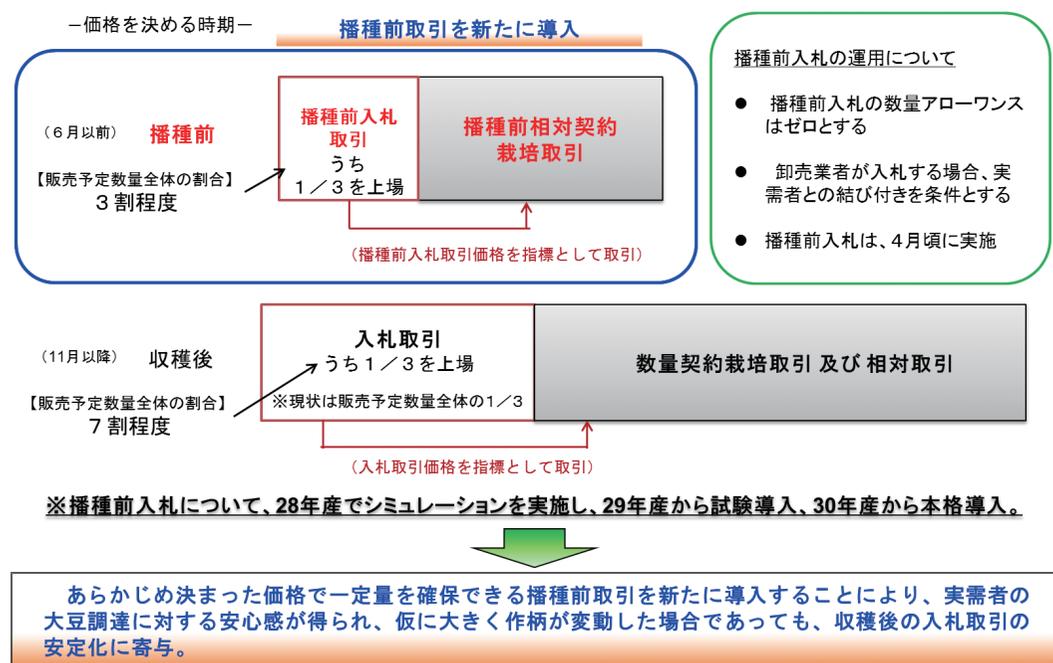
③播種前入札取引の実施時期

播種前入札取引の実施時期については、前年産の収穫後の入札価格動向が一定程度明らかになる時期、播種前相対契約の申し込み時期、実需者の商品の生産計画の検討時期及び当年産の大豆作付意向面積をある

程度の確度で決められる時期を考慮して、4月頃に実施することとされました。

④具体的な実施方法検討に当たっての留意点

播種前入札の実施に当たっては、取引の確実な履行を担保するため、入札者は実需者から要望のあった落札価格で確実に実需者と取引することを担保する仕組みとしてもらいたいと、懇談会で意見の一致がありました。また、取引数量が限られる中で公正な取引を進め、需給に応じた価格形成が図られるよう仕組みを検討すべきとの意見もありました。このような意見も踏まえ、播種前入札取引に関する具体的な実施方法について、大豆入札取引委員会で今後検討されていくこととされました。



国産大豆の安定取引に関する懇談会でとりまとめられた新たな仕組み（イメージ）

⑤国産大豆の需要に応じた生産の推進

国産大豆の需要に応じた生産を図るため、生産者団体等は、生産者に対して取引の結果を説明し、生産現場に市場動向を的確に伝達することが必要とされました。また、実需者も積極的に産地情報を取得するとともに、実需者と産地が情報交換を行う際に、生産者に対する需要量・品質に関する情報の発信を行うなど、交流を図っていくことでニーズに即した大豆生産を推進することが必要とされました。

3.播種前取引の導入スケジュール

播種前入札取引については、新たに導入する取引方法であるため、本格的な実施に先立ってシミュレーション及び試験的な導入が行われる予定です。運用ルールの具体的な検討のため、28年産大豆を参考に、現物取引を伴わないシミュレーションによる検証を行い、29年には、試験的に播種前入札取引が導入されます。それらの結果

を踏まえ、30年から、本格的に実施していくこととされています。

おわりに

平成27年3月に策定された食料・農業・農村基本計画において、優れた生産装置である水田をフルに活用し、食料自給率・食料自給力の維持向上を図るため、飼料用米、麦、大豆等の戦略作物の生産拡大を推進すると決定されました。大豆については、平成25年度に20万トンだった生産量を平成37年度には32万トンとする生産努力目標が設定されました。この目標を達成するため、地域条件に適応する生育特性や加工適性、多収性を備えた新品種の開発と導入に取り組むとともに、ほ場条件を踏まえた排水対策や地力維持に資する輪作体系等の栽培技術の開発と導入を推進していきます。これらの取組により、農林水産省としても、実需者のニーズに対応した生産・供給の一層の推進を図ってまいります。

近年の消費行動や食品小売業における 変化と豆類・豆類製品の現状について（その1） （豆類生産流通消費事情調査結果から）

（公財）日本豆類協会

1 豆類生産流通消費事情調査の実施状況 について

当協会では、豆類生産流通消費事情調査として、平成24・25年度の第1回目では、消費者の消費事態調査とともに、和菓子や煮豆など雑豆を使用した製品群の市場規模推移や多様化している販売チャネル別の市場展開状況などの市場実態を調査しました。その調査結果の概要については、豆類時報の2015年3月号（No.78）で報告済みです。

そうした中で、第1回目の調査では足りなかった点について、平成26・27年度に第2回目の調査を行いました。総合スーパー、食品スーパーの業態変化と豆類・豆類製品の取り扱いの状況や、伸びの著しいコンビニエンスストアでの状況、新業態（ネットスーパー、都市型小型スーパー）での状況などについて調査しました。また、消費者の消費行動の変化についても調査しました。

2 近年の消費行動や食品小売業における 変化と豆類・豆類製品の現状の小冊子 作成について

この2回にわたる豆類生産流通消費事情調査の実施結果について、関係者の皆様に

分かりやすく情報提供をしていこうということで、カラー刷りのA4版の10ページほどの小冊子を作成しました。

この6月号と次回の9月号の2回に分けて、その内容を取り上げさせていただきます。

今回は、「ライフスタイルと食品に対するニーズの変化」という視点で、①超少子高齢化に伴う減少、②女性就業率の上昇、③核家族化、単身世帯の増加、④健康志向の高まりという、4つの項目で整理した情報を以下に掲載します。

なお、次回は、「近年の食品販売チャネルの動向と業態変化」の関係を掲載します。



ライフスタイルと食品に対するニーズの変化

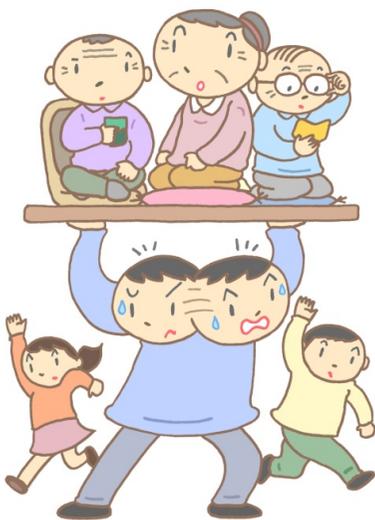
超少子高齢化に伴う人口減少

- 人口増加が著しかった時代は、モノを大量生産し、マーケットに供給すれば、自然に売上が伸びたが、それは終焉を迎え、日本は今、‘少子高齢化’を超える‘超少子高齢化’に突入している。
- 2014年から2024年までの人口動態変化について、60歳以上の人口増加を75歳以上の後期高齢者が押し上げるという予測になっている(図1)。
- 総人口が減少する中、都市部への人口集中が加速しており、小売業各社は経営戦略の一つに都市部におけるシェア拡大を盛り込んでいる。そのパイをめくり、スーパーやコンビニエンスストアなど、業態の垣根を超えた競争が激化しており、今後さらに加速すると見られる。
- 世帯人数の少ない高齢者人口の増加は、調理の省力化ニーズにも繋がっている。

<図1: 今後の人口動態変化>

(単位:千人)

	総数	0~17歳	18~34歳	35~59歳	60歳以上		
					60~74歳	75歳以上	
平成26(2014)	126,949	19,632	22,757	42,512	42,048	26,058	15,990
36(2024)	121,403	16,663	20,240	40,541	43,960	22,748	21,212
2014年比	95.6%	84.9%	88.9%	95.4%	104.5%	87.3%	132.7%



75歳以上の後期高齢者が増える！

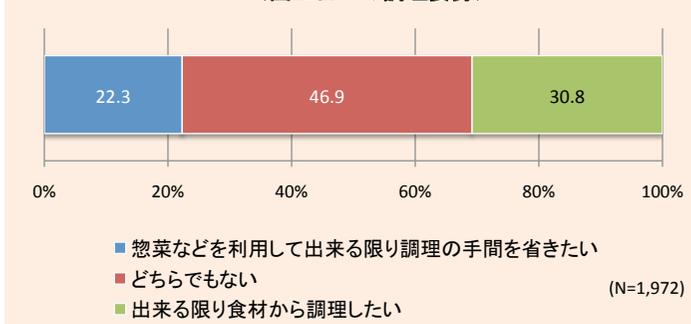
～豆類・豆類製品の現状～

- 豆類・豆類製品をよく食べる層は中高年層とみられており、60歳以上の高齢者人口が増加することはプラスである。
- 但し、高齢者は食が細くなる。後期高齢者が増えて60~74歳が減少するという予測も、豆類の消費量に影響を与える可能性がある。

女性就業率の上昇

- 女性の就業率が上昇し、夫婦共働きの世帯が増加する中で、調理の省力化に対するニーズが高まっている。
- カット野菜や下処理済の生鮮食品、メニュー専用調味料(惣菜の素など)、調理済の惣菜・弁当などに対する需要が増えている。
- 一方、日々の調理姿勢について消費者に質問すると、「できる限り食材から調理したい」の比率が「調理済食品などを使用してできる限り調理の手間を省きたい」の比率を上回っている(図2)。
- できるだけ自分で調理を行いながらも、手間や時間を省くことができるカット野菜や下処理済の食品は、今後も需要を取込むことが期待できる。

<図2: 日々の調理姿勢>



～豆類・豆類製品の現状～

- 惣菜・弁当など、すぐに食べられる食品への豆利用促進に向けて、業務用半製品(水煮・蒸し豆)の提案強化が求められる。
- 乾燥豆を圧力鍋で調理し、水で戻す手間を省くといったレシピ・調理方法の紹介は受け入れられやすい。

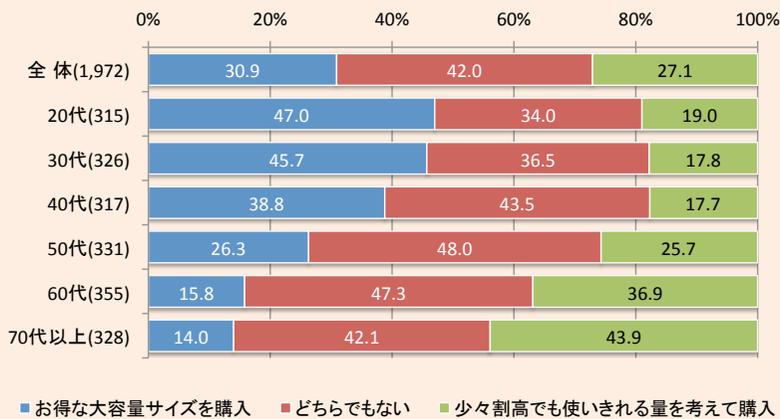


「できるだけ自分で調理したい！」
「でも調理の手間や時間は省きたい！」

核家族化、単身世帯の増加

- 単身世帯が増える一方、夫婦と子供から成る3～4人世帯が減少している。従来のファミリー層をイメージした食品の容量が、近年の世帯構成に合わなくなってきており、調味料、飲料、菓子など、様々なカテゴリで小型化が進んでいる。
- 消費者調査では、年齢が高くなるほど、「少々割高でも使いきれの量を考えて購入」する人の比率が高くなっている(図3)。
- ライフスタイルの多様化、核家族化などを反映し、個人嗜好も多様化しており、様々な味を少しずつ楽しめるアソートタイプ(詰め合わせ品)の商品が人気となっている。

<図3: 食品購入における考え方>



(矢野経済研究所調査)

～豆類・豆類製品の現状～

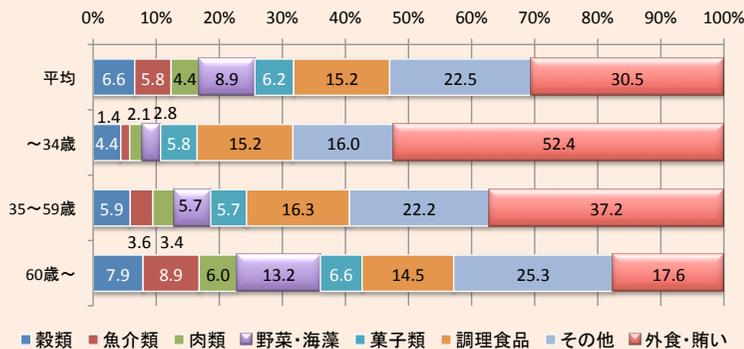
- 和菓子では、棹菓子を家族で切り分けて食べる機会が減り、小型ようかんなどの食べきりサイズが中心になってきている。
- 個人嗜好の多様化を反映し、複数の味の食べきりサイズを詰め合わせた商品(アソート品)が人気になっている。
- 煮豆も、60g×2パックなど、食べきりサイズでの展開が目立ってきている。



健康志向の高まり

- 平均寿命が長くなり、医療費削減が求められる中、近年は、介護などを必要とせず自立した生活を送ることができる期間、すなわち‘健康寿命’を伸ばそうという意識が高まっている。
- 総務省「家計調査」によると、単身世帯の食料支出(2014年)は、年齢が高まると共に外食に対する支出が減り、内食化の傾向が強まっている。
- 特に、野菜・海藻類など、健康に良いとされる食材への支出構成比が高まっている(図4)。
- 糖尿病患者・予備軍の増加や、女性の根強いダイエット志向などがあり、最近では‘糖質オフ’を切り口にした食品が目立つようになるなど、健康志向は高まっている。

＜図4：単身世帯の食料支出構成比(1ヶ月)＞

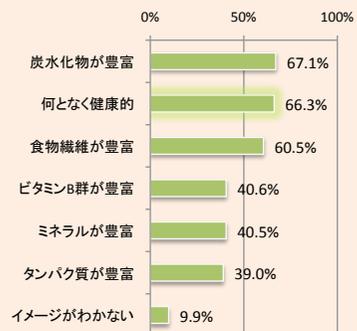


(総務省「家計調査」)

～豆類・豆類製品の現状～

- 6割以上の方が豆類に対して「何となく健康的」と感じている(図5)。
- 洋菓子よりも和菓子はヘルシーである。
- コンビニエンスストアのチルド和菓子は、保存目的の加糖が不要のため甘さが控えめで、ヘルシー志向の女性客・シニア層の需要を取り込み、拡大に繋がった。
- スーパーやコンビニエンスストアでは、健康訴求の弁当・惣菜が増えているものの、雑豆を使用した商品数はあまり多くなく、開発の余地が残されている。

＜図5：豆類に対するイメージ＞



(矢野経済研究所調査)

第10回（2015年度）十勝小豆研究会報告

佐藤 久泰

はじめに

第10回目を迎えた十勝小豆研究会は、平成27年11月27日に、十勝川温泉「ホテル大平原」で開催された。

遠くは姫路の（株）御座候、京都の龍谷大学農学部教授、大阪・焼津・東京・釧路の東海澱粉（株）、東京の（株）虎屋、井村屋（株）、イワノヤ（株）、大栄産業（株）、日本製餡協同組合連合会。

道内関係では、北海道大学農学部名誉教授、帯広畜産大学名誉教授、元北海道立中央農業試験場長、元道立農試研究部長、元北海道総括専門技術員、道総研十勝農業試験場研究部、北海道製餡協同組合、古川食品（株）、（株）川西製餡所、（株）柳月、十勝農業普及センター、JAおとふけ、JA十勝池田町、JA幕別町、（株）山本忠信商店、アグリシステム（株）、（株）萩原敬造商店、（株）バイオテック、（株）バイオクロップ、（株）バイオファーム、農試OB、小豆生産者など多彩な面々70名が参加して、盛大に開催された。

今回は、記念すべき第10回大会で、十勝小豆研究会の設立に中心的な役割を果たした、帯広畜産大学名誉教授 あずきミュージアム シニアキュレーター（初代十勝小豆研究会会長）の沢田壮兵先生の「あずきの起源—いま縄文がおもしろい」をはじめ、元北海道立十勝農業試験場 豆類第2科長の千葉一美さんの「エリモショウズ誕生秘話」、元北海道立十勝農業試験場研究部長（現十勝小豆研究会会長）の村田吉平さんの「小豆育種の変遷」、北海道立十勝農業試験場 豆類グループ研究主任の堀内優貴さん（小豆）、齋藤優介さん（菜豆）から、「2015年の小豆・菜豆の生育収量について」が話題提供され、その後、総合討論が行われた。

開会は、まず長岡事務局長の司会進行で始まり、最初に村田会長の挨拶があった。村田会長からは「十勝小豆研究会の趣旨に賛同戴き、第10回の記念すべき十勝小豆研究会に、70名もの参加戴いた事へのお礼。本年の小豆作柄はほぼ豊作で、十勝農試の作況では500kg/10a近い収量を上げ、歴代のトップの記録であった。しかも品質の良いものが収穫出来ている。また、十勝

農試の育種では、性格の異なる品種が育成されており、今後加工業者の皆さんがそれらの評価をいただいて、自社の製品として使用出来るかどうかについて検討して欲しい」などがあった。

話題提供

次の順で発表され、その内容については、いずれも興味深い内容であった。恒例によりその概要について報告したい。

(1) あずきの起源—いま縄文がおもしろい
あずきミュージアム シニアキュレーター

(帯広畜産大学名誉教授) 沢田壮兵氏

①あずきの起源について

アズキの祖先種がヤブツルアズキであることに、異論を唱える者はいない。発祥地は照葉樹林帯で、従来から東南アジアの中国やブータン・ネパールなどが起源であるとされていた。いつ頃かという縄文時代前期の今から約6000年前、どの様に伝播したかでは、大陸から朝鮮半島を通じて入ってきたことが考えられるが、最近の研究では、日本列島が起源の一つである可能性が出てきた。日本各地で縄文遺跡の発掘が行われ、その数は9万4千カ所と言われている。近年は、山梨県や熊本県などから発掘された土器などの分析から、分析技術の進歩により「土器圧痕レプリカ法」による分析により、日本列島でも野生アズキを縄文人が利用していたのではないかということがわかってきた。

また、その名残と思われる事例が、今で

も石川県津幡町（金沢市の隣町、富山県との県境）で「おまん小豆」として栽培されているヤブツルアズキがある。「おまん茶屋」では古代小豆と称して、小豆茶、アイス、シフォンケーキ、ぜんざい、赤飯のおにぎりなどに利用し、販売しているという。沢田先生は、現地を訪問してそれらを確認されてきたといい、ヤブツルアズキを今でも栽培しているなんて、全く予想できないことが、今でも続いていることを紹介された。6000年前の縄文人がやっていたことを、今も津幡町で8歳のおばあさんたちがヤブツルアズキを栽培し、収穫して加工して利用し、販売もしているのである。

②縄文時代について

最近の研究で縄文時代の時代区分が変化してきている。縄文前期（6000年前）以降の中期、後期、晩期（2500年前）について研究が進展して、道南の遺跡でも中空土偶が出土するなど新しい発見が数々現れている。

また、縄文人に間違ったイメージを持ってきたといい、「毛皮を着て棍棒を持った髭ぼうぼうの野蛮人」ということであったが、日本で10万カ所近い遺跡から、縄文時代の特徴として、自然と共生する中で農耕を持たずに定住生活を達成したこと、1万年以上も大規模な戦争がなかった、土偶や土器に見られる高い精神性、母系性社会、縄文男性の妻問いで女が家を守った。

また、「縄文人に学ぶ」の著者である上田篤氏の疑問は、日本人はなぜ玄関で靴を脱ぐのか、なぜ家の中に神棚や仏壇を祭る



あずきの起源、今縄文がおもしろいを話す沢田シニアキュレーター

のか、なぜ座敷を庭に向けて大きく開放するのか。氏の試論では、日本の家は「火という神さまを祭る住まい」だった、日本人はその神さまの家に仮住まいしている、縄文文化は日本文化の基層であるという。

そのほか、「幸せの味 平和の豆 小豆」(村田吉平さん発案)と、あずきミュージアムに掲示してある言葉を紹介された。この言葉は、誰が使っても良い言葉であり、日本に、世界に向けて発信して良い言葉ではないか。また、マメは科学の大発見に貢献していることについて、エンドウは遺伝の法則に、ダイズは光周性に、インゲンマメは細胞分裂周期に、アズキは研究が少ないが、これからの研究で、何か大きなことにかかわってくるのではないかという。

(2) 「エリモショウズ誕生秘話」

元北海道立十勝農業試験場 豆類第2科科长
千葉一美氏

千葉さんは、十勝農試に昭和50年4月から57年4月まで、豆類第2科で小豆の品種改良に従事し、耐病性育種、特に落葉病抵

抗性品種の探索に当たり、落葉病抵抗性品種の育成に貢献した。「エリモショウズ」の育成では、 F_5 から係わり、各種生産力検定、特性検定試験などを行い、昭和56年の新品种「エリモショウズ」の育成に係わった。その後昭和57年5月に根釧農試へ転出したが、昭和63年4月から再び十勝農試の豆類第2科長として、平成6年3月まで勤務された。その後農水省の東北農試(盛岡市)へ転出され、ナタネなどの資源作物を担当されたあと退職された。

退職後は、JICAの農業専門家として中国、ミャンマーなどへの技術協力に携わり、それらの内容等について、前半に報告された。後半を小豆育種に係わったこと、特に「耐病性育種」と「エリモショウズ」の育成について報告された。

「耐病性育種」では、千葉さんの専門分野でもある病理の面から、当時落葉病抵抗性品種が発見されていない中、数ある品種の中から氏の中から、抵抗性品種の探索に当たり、晩生品種である本州あるいは海外の品種から、「黒小豆(岡山)」、「赤豆」などを見つけ出した。また、落葉病に関する遺伝子についても探求し、劣性遺伝することなどを発見するとともに、選抜が容易であることもわかり、落葉病抵抗性育種を重点的に継続し、昭和60年に落葉病抵抗性品種第1号の「ハツネショウズ」育成に尽力した。

そのほか、落葉病抵抗性の中間母本の育成や、茎疫病抵抗性品種の育成に当たった。それら品種と中間母本を交配母本として供

試するとともに、多くの耐病性系統の育成などに当たった。それらの中より、「ハツネショウズ」に続き、平成4年に「アケノウセ」（落葉病・茎疫病抵抗性）が、平成6年に「きたのおとめ」（落葉病・萎凋病抵抗性）などを育成した。

「エリモショウズ」の育成では、F5から関わり、昭和51年の冷害年にF6で「十系123号」を付し生産力検定予備試験に供試した。その結果、冷害年にもかかわらず「宝小豆」比129%と多収を上げたので、翌年「十育97号」の系統名を付し生産力検定試験に供試するなど、各種検定試験を行って、昭和56年の新品種「エリモショウズ」の育成となった。

「エリモショウズ」は、育成中の印象として、他の品種が少ししか莢を付けないときも、「エリモショウズ」は、笹の葉がサラサラと言うほどに多くの莢を付けていたことや、「アカネダイナゴン」がまだ僅かしか莢を付けていないのに、「エリモショウズ」が沢山莢を付けていたことなどだ。

また、55年に品種に出来る成績であったが、1年遅らせた。品種を出した56年の冷害年に、現地本別町勇足で、周辺の小豆が黄化した生育をしているのに、「エリモショウズ」は、青々と生育していたことも印象に残っている。

品種の命名では、成績会議には20品種余りの候補名を用意していったが、北海道の会議で10品種名くらいの候補にして農水省の会議に持って行くが、すべてペケとなり、その後は千葉さんと農水省との電話

でのやり取りで、「エリモショウズ」がひらめいて提案したところ、襟裳は、何もなというイメージで、空気がきれいなところで生育すると言うようなことでOKとなったようだ。

加工適性では、従来品種に比べて粒色が淡い、黄色みが強い粒色であったが、餡にした場合に明るい餡色になることが、個性が強くなく、いろいろな商品に加工する上では、適性幅が広くて良かったのだと思う。

(3) 小豆育種の変遷

十勝小豆研究会会長(元十勝農試研究部長)

村田吉平氏

「小豆育種の変遷」の課題名が与えられましたが、私が就職した昭和48年当時は今のようなPCはなく、品種の系譜図を作るときは古い成績書、試験成績台帳より交配番号を頼りに作成していました。平成6年に小豆・菜豆科に再び配属された頃から系譜図を作るソフトを数年かかって作りました。

そのソフトで十勝農試小豆・菜豆科の小豆育種の、交配組合せの系譜図を解析することで、小豆育種の変遷を調べてみました。戦後、昭和29年に小豆育種が再開されてから、1954-2014年までの61年間の交配組合せ数は1365に上り、その系譜図を作成し、育種目標と祖先品種（系譜図で最初の交配に使用された品種）の変化を解析しました。

育成品種（奨励品種）は20品種（寿小

豆を含む)で、平均育成年数は10.9年、一番新しい品種の「きたあすか」までの交配組合せでは、41組合せに1品種が育成されたことになる。最初の交配組合せは「5401:早生大粒1号×剣-7」で、育種目標は(良質;多収;大粒)の正逆交配であった。その後、ファイトロン、低温育種実験室などの利用から耐冷性、耐病性(落葉病)、機械化適応性を育種目標に。また、茎疫病や萎凋病が新たに発生したため、育種目標として加え、近年では高度耐冷性、3病害抵抗性、ダイズシスト線虫抵抗性、機械収穫管理に適した草型の改良、餡色、風味が取りあげられている。

しかし、これまでの育種目標として取り組んできた中では、機械化適応性(コンバイン収穫向き)、ダイズシスト線虫抵抗性品種については、育成されていない。これら育種目標すべてを具備した品種を育成するには、遺伝子を単離して核内に注入する手法等を開発・活用することが必要と考えられる。これら手法の開発に期待したい。

(4) 2015年の小豆・菜豆生育について

北海道立総合研究機構十勝農業試験場
豆類グループ 研究主任(小豆)

堀内優貴氏・(菜豆) 齋藤優介氏

①小豆

融雪期以降好天に恵まれ、降水量も少なく高温で経過したが、播種は平年より2日遅れで行い、出芽は干ばつが続いたため平年より遅れた。6月上旬にまとまった降雨があったものの干ばつ傾向で、6月下旬か

ら7月上旬までは低温・少雨が続いた。7月上旬後半より8月上旬は高温となったが、開花始は平年より2日遅れた。主茎長・本葉数は生育初期から平年を下回り、8月下旬になってほぼ平年並みとなった。しかし、8月中旬以降やや低温に経過したため、登熟が緩慢となり、登熟期間が平年より長くなった。主茎節数や分枝数は平年を上回ったが、主茎長は平年を下回り、成熟期は1週間余り遅れた。着莢数・1莢内粒数は平年を上回ったため、子実重は平年を20%余りと大きく上回った。100粒重はほぼ平年並みであったが、屑粒率も少なく、品質(検査等級)も平年を上回った。

そのほか、調査研究として昨年から継続している「エリモショウズ」、「きたろまん」について、開花始から毎日の開花する花に札を付け、開花推移と成熟期までの登熟調査を行った結果を報告した。「エリモショウズ」の開花推移では、本年は後半に多く開花し、開花から成熟期までの登熟日数では、着莢数・1莢内粒数が多かったためか、前年より4~5日多くの40日を要した。

②菜豆

融雪以降好天が続き、干ばつ傾向で播種期を迎え、平年より1日遅れて5月28日に播種した。6月2日までまとまった降雨がなかったので、金時類の出芽期は平年より4日遅れ、手亡類では平年並みであった。初期生育の6月下旬から7月上旬まで低温・少雨が続いたため、金時類では草丈・葉数が平年を下回ったが、開花始は平年並、手亡類は7月上旬後半より8月上旬まで高温

となったため、草丈・葉数とも平年並みとなり、開花始は3日早かった。

その後、8月下旬より9月中旬の成熟期まで低温で経過したが、降雨も少なかったため、成熟期は金時類・手亡類で4日程度平年より早まった。草丈、葉数は平年よりかなり少なく、特に金時類が平年より30%程度少なかった。

収量構成要素では、金時類が着莢数、1莢内粒数、100粒重とも平年より少なく、子実重は平年比60～70%であった。手亡類は着莢数は並、1莢内粒数少なく、100粒重はやや重かったが、子実重は平年比90%と低収であった。品質では、金時類で裂開粒・変形粒が見られたが、金時類・手亡類とも腐敗粒・色流れ粒が少なく、屑粒率が少なかったため、ともに検査等級は平年を上回った。

管内の地域別の生育状況は、手亡類では西部で着莢数が多かったが、中部、東北部が15～20%少なかった。金時類では北部、西部が着莢数が多かったが、東部、東北部が少ないなど、今年は、地域による生育差が大きく見られた。

③小豆の有望系統・菜豆の有望系統と問題点について

1) 小豆の有望系統、十育164号・167号について

十育164号は、「エリモショウズ」より6日早い早生種。早生種の「サホロショウズ」は、落葉病抵抗性がないため、発生地では収量が劣るため、落葉病抵抗性を付与するとともに、茎疫病、萎凋病抵抗性を有する

「サホロショウズ」並の普通小豆。耐倒伏性はかなり優れ、収量も「サホロショウズ」並が期待できるので、危険分散のためにも、冷涼なオホーツク地域などで安定生産が出来るものである。(1月の成績会議で奨励品種に決定)。

十育167号は中生種で、「エリモショウズ」に「しゅまり」の落葉病抵抗性を入れようと6回戻し交配を行ったもので、「エリモショウズ」に落葉病抵抗性が付与された系統で、「エリモショウズ」に似る諸特性を持つ。耐倒伏性、子実重、100粒重、品質などは、ほとんど「エリモショウズ」と同様である。今後の予定は、29年1月の成績会議に提出を計画している。

2) 菜豆の有望系統と問題点について

手亡類では、近年、収穫時期に降雨が多く、腐敗粒の発生が多いため、耐倒伏性と最下着莢節位高の向上が求められる。また、金時類では、降雨による色流れ、腐敗などによる品質低下、秋まき小麦の前作になる早生品種が求められる。倒伏、茎折れなどが発生しており、加工面では皮切れなどがある。

有望系統では、手亡類で「十育E62号」「十育E64号」、金時類では「十育B81号」「十育B82号」「十育B84号」、新しい用途として、サラダ・スープ用の育種を開始した。現在は、サラダ用の育成系統として「十育S3号」があると、その特性を紹介。

サラダ用は、新規用途であり、特性としては粒の色落ちがしない、煮崩れしないなどが必要である。そのため「大正金時」を

母に「ダークレッドキドニー」を父に人工交配し、色落ち、煮崩れ、皮切れの少ない「十育S3号」を育成した。

「十育S3号」は、その他特性として、「大正金時」並の成熟期で、子実収量がやや上回り、皮切れ・煮崩れがしない。煮熟粒色L*の明度、a*赤度がよいという特性を紹介された。

(5) 総合討論

各話題提供に対する質問・要望が多数あり、総合討論も活発に行われたが、紙面の都合で割愛するが、主な質問や要望について、その内容を次に紹介する。

①今年の北海道立十勝農業試験場の小豆収量は、「エリモショウズ」で460kg/10aといい、これまでの最高記録と言うが、どこまで収量記録が伸びるのか。

②「エリモショウズ」は昭和56年に奨励品種となって、その年に大冷害であったが多収を示し、耐冷性が大きな特性として注目され、これまでに約60万haの作付けを記録している。今年の収量を見ると、耐冷性ばかりでなく、より多収性の特性を持っているのではないか。

③多収性も重要だが、おいしさや安心して生産出来ること、適性価格についても追求して戴きたい。

④従来、北海道の小豆は、適期収穫をしてニオ積みされたものが、風味があって美味しいとされてきたが、現在ではコンバイン

やスレッシャーによる脱穀になっている。アズキのおいしさの原点に返って追求して欲しい。

⑤あずきの起源について、最新の研究を解説書のようにして整理したものがあるとよい。

⑥あずきの品種が「エリモショウズ」と「きたろまん」のようになると、現在生産量が多いので1部の品種が残ってしまうなどの問題が生じるのではないか。「エリモショウズ」に偏るのも、多様な味を追求する上では問題が生じるのではないか。

⑦あずき栽培で、灌漑用水を用いたり、ミネラル水の利用などについて研究して欲しい。フランスワインで有名なボルドーワインがあるが、根が深く張るなど独特の条件があるようだ。あずきもミネラルを含む水を灌漑することによって、どういう味になるのか、美味しい餡になるのかなど研究して欲しい。

⑧あずきの品質も、それぞれの品種が良い、悪いではなく、コーヒー豆の評価のように、風味や舌触り、渋みなどの諸特性について、評価法も考え直して戴きたい。

⑨あずきは、美味しい餡が出来て良いが、加工する側では狭い間の評価である。りんごの品種のように、酸味に違いがあるなど、もう少し品種に幅を持たせたものを出してもらおうと良いと思う。Aタイプ、Bタイプ、Cタイプのものなどがあると、加工面でも都合が良い。

篠山藩における黒大豆の 献上までの道のり

島原 作夫

はじめに

丹波篠山（兵庫県篠山市）は、日本一の丹波黒大豆の産地である。全国生産シェア約2割と量の点はもちろん、市場評価の質においてもトップである。

今から250年前、京まで18余里の山陰道、百姓たちが篠山城三の丸の蔵に黒大豆を納めた帰り道、出会った旅人は煮染の黒大豆を味わってみたいという。

その時代を旅の出発点として、篠山藩における黒大豆の献上までの道のりをたどってゆこう。残された史料を駆使して篠山藩の黒大豆の実態を浮かびあがらせながら、献上を促した社会の姿を描く旅である。まずは、座禅豆が丹波篠山の名物であったところから始めよう。

座禅豆は丹波篠山の名物

江戸初期には、素材や調理例を記した『料理物語』（1643）や飯・味噌汁・膾・煮物等の実際的な調理法を記した『料理塩梅集』（1668）、料理に関する百科全書ともいえる『江戸料理集』（1674）など数多くの料理本が刊行された。それまでの形式主義から脱却して、実質的な味覚を尊重する立場

で具体的に調理法が紹介されるようになったのである。

江戸中期の18世紀になると、料理法・料理の心得・食物関連用語集・料理用語の定義から成る総合的料理書『料理綱目調味抄』（1730）や地方料理を集めた『料理山海里』（1750）、食材を限定した『豆腐百珍』（1782）など数多く料理本が刊行された。

その『料理綱目調味抄』（1730）に次のように記されている。

「座禅豆 かたく煮るハ豆を布巾にてふきて生漿にて炭火にて煮るくろ豆ハ丹州笹山名物なり」

「黒豆 丹州笹山よし 押して汁煮染」
名物と言わしめるにはそれなりの理由があったはずである。

名物とは一般的には、評判になっているものや有名なもの、有名な人の意味で、名物男、名物教師というような使い方がされるが、「名物にうまい物なし」の諺があるように土地の有名な産物、特に食べ物に使われることが多い。

江戸時代、旅に関する「道中記」や「紀行文」、「名所図会」が数多く出版されたが、道中記の類にほぼ例外なく記されているの

が各地の名物である。万治元年（1658）に浅井了意が著した『東海道名所記』には、「旅屋の遠き所にハ。店屋の餅、団子。茶屋の焼餅。某外在所により。家によりて。国の名物、酒、さかな。煮売、焼売、色々あり。」と記されている。また、「名物を食うが無筆の旅日記」（『誹風柳多留』、1765～1840）といわれたように、旅に出たら名物を口にするのが庶民の楽しみであった。たとえば、『東海道名所記』には、染飯（瀬戸、現藤枝市）、わらびもち（新坂、現掛川市）、俵の火米（庄野、現鈴鹿市）などの名物が出てくる。『東海道中膝栗毛』（1802～1814年）のあべかわ餅（府中、現静岡市葵区）、やまいも汁（鞠子、現静岡市駿河区）、飴餅（小夜の中山、現掛川市）、焼蛤（桑名、現桑名市）は有名である。

いずれにしる、名物は庶民に広く知られるようになってはじめて、名物になるのである。

名物になった理由

では、なぜ座禅豆が篠山（笹山）の名物になったのであろうか。

理由として、第一に篠山藩領内で煮染に適した黒大豆の栽培があげられる。

平安中期の延長5年（927）に完成した『延喜式』には、近江国、但馬国、丹波国、因幡国、播磨国、美作国、備前国、備中国、備後国、紀伊国、阿波国、讃岐国、伊豫国の交易雑物（日本古代に諸国が購入して朝廷へ貢上した種々の物資）として大豆が明記されており、大豆の栽培が古くから普及

していたことがわかる。宮崎安貞の『農業全書』（1697）には、「大豆色々あり。黄白黒赤の四色あり（此外つぶの大小、形のまるき平き、其外さまざま多し。又つる大豆あり）。又あき色なるものもあり。此内黄白の二色を夏秋の名をつけて専ら作る事なり。赤土は大豆に宣しとて、豆の類はあか土に取分けけよき物なり。」と、粒色の区分や夏・秋の早晩生も記載されており、現在の品種分類の基礎が示されている。江戸前期には、主要作物として各地で大豆の栽培が盛んであったことがうかがえる。当時、黄大豆は豆腐や醬、油、味噌に用い、黒大豆は煮豆、黒豆飯に用いた。

多紀郡（現篠山市）においては、18世紀前期、平坦部における水不足に対応して、村中の申し合わせで稲の植付不可能な犠牲田に大豆等を栽培する「堀作」が行われていた記録が残っている。堀作は一区域に集団化し、年々場所を移動させる。

多紀郡垂水村では、享保3年（1718）、村高168石に対し、その半分の88石を4カ年計画で堀作をしようとした。村高に対し、13%の堀作の計画である。享保11年（1726）の多紀郡井串組八カ村では、組平均では12.9%の堀作で、最高は垂水村の36.9%、次は貝田村の15.9%であり、最低の草上村は5.2%となっている。

享保3年（1718）の垂水村庄屋の「年々作毛不出来」の「悪地の場所」を「堀蒔大豆田」に仰せ付けられ下されたならば、「段々田地も能成」ようになるという文書から、田畑輪換（農地を、水田と畑に数年

ごとに交替利用する方式)の堀作が土地を肥沃化させることを百姓は認識していたことがわかる。

延享2年(1745)に代官所からの令により、堀作は村の石高に応じて一定の限度を設られ、しかも栽培作物は原則として大豆耕作が強制され、木綿やたばこなどの諸作が禁止された。

延享5年(1748)には、年貢米の減収を恐れた藩から堀作停止を命ぜられたが、大庄屋全員が堀田は悪地の場所を交代に「地こやし」のためにしているのであって、堀田を禁止にしたならば稲作の生産が低下すると嘆願し許され、それ以降続けられた。

この堀作大豆に作付けされたのが、古くから丹波地域で栽培されていた在来種の煮染に適した黒大豆であることは、「黒豆丹州笹山よし 押して汁煮染」が物語っている。

在来種は、長い間その地域で栽培され、生き残ってきた品種であるので、その地域の気候等に適する特性を有し、かつ加工適性に優れた品種である。煮染に適した黒大豆は、いくら煮ても皮切れしにくい、食感のよい豆だったろう。

第二の理由として、城下町篠山の発展があげられる。

関ヶ原の戦い(1600)後、篠山領は前田茂勝、ついで松井松平康重が封じられ丹波八上城に拠っていた。大坂城の豊臣秀頼の存在を警戒する徳川家康は、慶長14(1609)年、豊臣恩顧の大名を動員して新たに篠山城を築いた。武家町や商家町など

城下町の整備は、築城からおおよそ40年後の正保年間(1644~48)頃に一応の輪郭が完成した。町家は、慶長15(1610)年立町・呉服町・二階町・魚屋町が、慶長16(1611)年西町が、元和6(1620)年河原町・小川町が町建された。

城を中心として武家屋敷地、商・職人町地、寺社地によって構成される都市・城下町は、消費階層として武士、商人、職人の集住に依存して町の形成が進む。城下町の発展によって、産物消費が拡大し、これらの後背地に農村が成立する。寛延元(1748)年の城下町庶民人口は2,678人、家数581軒であり、領内総人口38,872人の6.9%にあっている。

城下町篠山は食べ物をはじめ生活物資の領内の一大消費地だった。そこに領内各地から農産物などが送り込まれ、商人によって加工・販売されたのである。当然、黒大豆も含まれる。

山陰道の要衝にあった篠山は、諸国人はもとより魚商や富山の売薬商、畳表・ござ・小切売等の商人の出入りが多く、味わった座禅豆の美味が庶民の間で宣伝されただろう。

ちなみに、城下町の庶民人口は表1によると、寛延元年(1748)の人口2,678人で家数581軒から、90年後の天保9年(1838)では、戸数は1割強増加したが、人口はかえって減少している。城下町の人口吸収力の停滞から城下町商業の不振を読み取れる。

表1 城下町篠山の庶民人口・戸数の変遷

	庶民人口	戸数	出典
寛延元(1748)年	2,678	581	岡光夫『封建村落の研究』,1963(武士階層の人口3,600人程度、嵐瑞澂)
宝暦12(1762)年	2,673	523	嵐瑞澂『丹波篠山の城と城下町』,1960
天明3(1783)年	2,669	641	嵐瑞澂,1960
文政頃(1818~30)	2,670	661	
文政4(1821)年	2,529	640	岡光夫,1963
天保9(1838)年	2,644	660	嵐瑞澂,1960

注) 庶民人口・戸数は上河原町、下河原町、小川町、上立町、下立町、呉服町、二階町、魚屋町、上西町、下西町の合計人口・戸数である。

第三の理由として、参勤交代による商品流通があげられる。

参勤交代は、寛永12年(1635)に武家諸法度の改正で制度化された。徳川幕府は諸大名に対し、江戸に大名屋敷の領地を与え、妻子を住ませ、参勤交代で諸大名に一年在府、一年在国を義務づけた。

篠山藩主の参勤コースは、城下より亀山(現亀岡)、そして山城の檜原(現京都市西京区檜原)をへて東海道に入る。江戸までの道中、他藩の領地を通行する。通行される領主の方から贈物をされるとい慣行が定着していた。当然、返礼として進呈品が必要だった。

江戸の人口は江戸中期には武家50万人、町方50万人、寺その他10万人で、合計110万人に達し、江戸は名実ともに天下の中心都市として栄華をきわめた。江戸は遠く離れた藩の大名や藩士同士が交流し、情報を交換する場でもあった。江戸の繁栄を支えていたのは、こうして地方から出てきた武士たちだったのである。

大名の参勤交代に伴う人や物の移動に

よって、諸国の特産物が江戸に集まるようになった。江戸に入ってくる各地の名産品を江戸前期刊行の『江戸往来』(1669)によってみると、松前昆布、小布施栗、大和柿、西条柿、丹波大栗、朝倉山椒、伊予素麺、琉球泡盛酒など産地名を付した食品が119種類も収録されている。丹波の名産であった丹波大栗、丹波・但馬の名産であった朝倉山椒が、江戸市中に出回っていたのである。

江戸前期、これほど多くの特産物が江戸で流通していたことは、人々が諸国の特産物に関心を寄せ、それだけの需要があったことを物語っている。それ故、商人たちは各地の特産品の輸送と販売を一手に引き受けたのである。

当時、篠山藩の黒大豆が、商人によって江戸まで運ばれ市中に出回っていたかどうかは不明であるが、少なくとも参勤交代の際に、保存のきく黒大豆を江戸まで運び、そして他藩の大名や藩士同士が交流し、情報を交換する場で、藩主や藩士は自藩の産物を自慢し、その宣伝に努めたと推測でき

る。そのことによって、江戸において、篠山の黒大豆は座禅豆として食され、広く認知されるようになったと考えられる。

庶民の旅の隆盛

江戸の日本橋が起点とする「五街道」(東海道〔1624完成〕、中仙道〔1694完成〕、日光道中〔1636完成〕、奥州道中〔1646完成〕、甲州道中〔1772完成〕)が完成したのは、17～18世紀である。その後、京街道、西国街道(山陽道)、山陰道などの主要街道も整備され、庶民の旅が盛んになったのは、18～19世紀の江戸中・後期である。

江戸時代、旅といえば寺社詣でと湯治に出かける旅であった。単なる観光では旅の許可がおりなかった。山陰道は寺社詣でと湯治の庶民の旅に利用された。「伊勢に行きたい、伊勢路がみたい、せめて一生に一度でも」そう歌う「伊勢音頭」で有名な伊勢参りは、江戸時代の代表的な旅である。

江戸中期の人口1,800万人で、享保3(1718)年の正月から4月15日までの間に、42万7,500人が伊勢参宮した。旅に費やす日数は、京から関、追分を經由して伊勢まで片道が約6日、往復で約12日、それに、奈良や高野山、大坂へのついでの遊山旅を含めると約18日もの旅程となる。伊勢参りは、江戸時代、継続して隆盛をきわめた。

伊勢神宮への集団的巡礼であり通常「おかげ参り」という現象が、江戸時代全般に約60年周期で起こった。大規模なおかげ参りは、慶安3(1650)年、宝永2(1705)年、明和8(1771)年、文政13(1830)年に流

行した。おかげ参りの熱狂が頂点に達したのが、文政13年である。その年の3月から8月の半年間に457万9,150人もの人が伊勢参宮に向かったといわれている。『篠山藩町奉行日記』の文政13年3月27日に「お伊勢参りの集団が篠山の城下町の魚屋町に4,000人、但馬養父郡・因州方面から到着し、宿屋が足りず」の記録が残っている。

京都は古くから観光都市であった。室町時代、東寺では賽銭の分配に関する紛争(応永26〔1419〕年)が起きているなど、旅人の来訪による経済効果は、無視できない水準にまで達していた。江戸時代に入ると、京都の寺社では遠忌・開帳を盛んに催して客の誘致につとめており、それに呼応して京都で最も古い名所案内記『京童』(1658)や地誌・観光案内『京雀』(1665)、京の



図1 位置図

モデルコース案内記『京城勝覧』(1706)など続々と案内記が刊行された。篠山は京の都から亀山をへて17里と、京の都の近くに位置している(図1)。

寛政11年(1799)には『丹波国大絵図』が刊行された。京・大坂より湯島(城崎温泉)までの道程や丹波国の名産「畳表、太布、煎茶、綿、栗、煙草、枚丸太、松茸、炭、志やく王寺石榴石、むくの葉、ほうづき、木賊、柿、串柿、氷こんにゃく、山椒、乗酒、黒大豆」を記しており、名所案内の役割も果たしている。このような絵図が出版されるようになったのは、この時期、丹波国への関心が高まってきたためといえる。

湯治は古くから行われてきたが、各地で湯治法が確立し、多くの人々が湯治場を訪れる習慣が定着するのは江戸後期以降のことである。一廻り7~10日を基本単位として、三廻りの滞在が普通で、かなり長期の滞在が一般的であった。文化・文政期(1804~1829)になると、湯治は近距離の遊山旅の表向きの口実に使われるようになった。

文化3(1806)年の『但州湯嶋道中獨案内』に、湯嶋(城崎)への道は「京より福知山超三十五里半十四丁、大坂より三田超え三十九里六丁、大坂より播磨廻り五十一里二丁、福知山より丹後名所廻り」の四道中の詳しい記述がある。大坂より三田超え三十九里六丁のコースは、大坂から三田一藍一丹波古市を経て山陰道大山下村へ出て遠坂峠越えて山陰道一豊岡道をとる。城崎温泉は、寛延2(1749)年の17軒の旅館屋

号から寛政11(1799)年の『温泉寺年中行事』には宿屋59軒と急増している。城崎温泉の繁栄の証左である。

篠山城下から南に約10里のところに有馬温泉がある。京・大坂から至近の距離にあつて、全国的にみても、有馬はもっとも古くよく知られた温泉である。『日本書紀』にすでにその名がみえる。豊臣秀吉は、天正11(1583)年から文禄3(1594)年にかけて少なくとも9回入湯したといわれている。徳川三代に仕えた儒学者林羅山は、『撰州有馬温湯記』(1621)の中で有馬を草津や下呂温泉とともに日本の三名湯と称している。

江戸前期から中期に、平子政長『有馬私雨』(1672)や貝原益軒『有馬山温泉記』(1711)、有馬榎並『有馬山温泉古由来』(1728)などの案内記が著された。

江戸中期から後期にかけて、井上布門『有馬之日記』(1738)や本居太平『有馬の日記』(1782)、大根土成『滑稽有馬紀行』(1827)などの紀行文が著された。こうした案内記や紀行文が数多くあることは、有馬温泉への旅の隆盛を物語っている。江戸時代、有馬温泉は有馬千軒と呼ばれ、全国でも一、二を争う名湯として各地からの湯治客で賑わった。

江戸後期の刊と思われる温泉番付(表2)には、大関「撰州・有馬湯」、関脇「但馬・城崎湯」と格付けされ、有馬と城崎は人氣の高い温泉であった。

このように江戸中・後期になると、より多くの伊勢参りや京見物、城崎・有馬温泉

表2 温泉番付

諸病によし各泉ナリ	攝州 有馬湯	大関	瘡毒三病諸病によし	上州 草津湯
万病に吉	但馬 城崎湯	関脇	諸病に吉	野州 那須湯
諸腫物に吉	豫州 道後湯	小結	眼病 ひつひぜんに吉	信州 諏訪湯
上州	さわたりの湯	行司	紀州	龍神の湯
津軽	大鱈の湯		伊豆	熱海の湯
差添人	紀州熊野新宮の湯		勸進元	紀州熊野 本宮の湯

出典『諸国温泉功能鑑』（吾妻美屋げ 三編、東京都立図書館蔵）

への湯治の旅人が篠山にやってくるようになり、丹波篠山名物の座禅豆や黒大豆の知名度を不動のものにしたのだろう。

大豆の現物納と畦豆

先述したように、延享5年（1748）に藩から堀作停止を命ぜられたが、郡中大庄屋全員嘆願し、同年3月に許され、それ以降続けられた。時代は大分下るが、嘉永6年（1853）の多紀郡八上新村（現篠山市日置）では、全村の2割の堀作が実施された。

堀作大豆は初期においては、犠牲田耕作であるため免から外されていたが、城下町の発展に伴い高請地（検地帳に登録され年貢賦課の対象とされた耕地（田畑）および屋敷地）であるが故に、寛延以降（1748～）、大豆の現物納をもって貢租を取り立てた。すなわち、貢租対象として大豆の耕作と現物納である。堀作で木綿やたばこなど商品作物の栽培が禁止され、あくまで貢租対象物たる大豆の耕作を強制された。

それでは、大豆の栽培は堀作の田だけだったのだろうか。

豊岡縣の『博覧会物品概説』（明治5〔1872〕年）に次のように記されている。

「黒大豆 丹波国多紀郡川北村産：播種ノ季肥糞ノ料各地ト一般但三年ニシテ菌圃ヲ換フ是レ培養ノ法ノ□其他品ニ踰（こ）へ名声アル蓋シ土質ト菌圃ヲ換ルトニ依リナリ一歳収穫凡七石一石代價七圓」

川北村産の黒大豆が他産品に比べ品質良好で名声がある理由は、土質と3年毎に栽培地を換えることをあげているが、このことは川北村以外では土質の適否に関係なくかつ栽培地を換えずに黒大豆を栽培していたことを明瞭に物語っている。

江戸中・後期、大豆は水田のほかにもふたつの栽培地で作られていた。

ひとつは畦畔である。

水田の畦につくる大豆は「畦豆」と呼ばれ、晩秋の季語になっている。畦畔大豆（あぜまめ）については、土屋又三郎が著した加賀藩初の農書『耕稼春秋』（1707）に「黒大豆大方田の疇（うね）（田畑のうね、あぜ道）に植る也、所により畠に植るも有、田畠共に春の土用十日ばかり立、あせぬりて二日も過、あせの両方に間一尺ばかり置、包丁の先よくさしおかし、其内へ種子二、三粒程つつ入る。其穴の口へ灰とぬかを交合一つまみ宛入る」（（ ）は筆者）。

加賀藩の鹿野小四郎の『農事遺書』(1709)に「豆ハ畷塗テ後シルカラズ堅カラズ、歩ケバ足跡付テ歩ム事ノナラヌ位ノトキ植ベシ」。

近江国伊香郡八戸村における農業・養蚕に関わる手間11労力を書き上げた寛延4(1751)年の古文書(余呉町八戸桐畑家所蔵文書)に「畔大豆植、其上二灰買候而糞二仕候」。

加賀藩の林六郎左衛門によって著された『耕作大要』(1781)に「畦ニ大・小豆ヲ植ルヲ、畦ノ物植ルト云、女子ノ仕事也」。

時代は下って江戸末期の『公益国産考』(大蔵永常、1859)に「扱世間一統田の畦畔豆とて、田の畔に大豆を播きて、一年家内にて用ふる味噌大豆をとり、其外多く作りては賣りてよき價を得る農家あり」など、1700年を過ぎた頃から地方の農書等に見られるようになる。

地域によるが、おそらく、その頃から畦豆がごく普通の栽培法になったことがうかがわれる。農村では、その大豆を利用して味噌や醤油を自家製造するのが一般的であった。農村ばかりではなく、地方の城下町に住む武士たちも味噌や醤油を自家製造していた。

今も「年貢いらずの畦豆」という諺が残っているように、畦の作物には課税されていなかった。畦は検地の対象外であった。享保11(1726)年、幕府は新田を検地するにあたって、「あぜ際壹尺宛可除」というルールを定めている。畦と接する一尺(約30cm)は検地の対象外、つまり税がかか

らないのである。畦に作物を植えることは、土地の有効利用と見えるが、こういう事情もあったのである。

江戸中・後期における篠山藩の畦畔大豆の作付面積は不明であるが、百姓たちは「年貢いらずの畦豆」を栽培しないわけがない。これで自家用の味噌などが作られ、余れば売却し百姓は副収入を得られる。ちなみに兵庫県における大豆栽培面積に占める畦畔大豆の作付率(『雑穀要覧』、1953)は、昭和19(1944)年度の14.8%、昭和26(1951)年度の67.1%と年度によってかなり大きな差がある。

もうひとつは畠である。米の減反政策の本格的実施(昭和46〔1971〕年)以降、都府県においては、大豆は専ら水田で栽培されているが、大豆はもともと畑作物である。ちなみに、明治5(1872)年の篠山藩の全耕地に占める水田の割合は81.9%であり、残り18.1%が畑である。このような畠地が少ないと、大豆の商品化は困難で、専ら大豆は自給用に作られていたと考えられる。畠は高請地であるため、畠大豆には年貢がかかる。大豆は、年貢のかかる堀作の田と畠、「年貢いらずの畦豆」の畦畔で栽培されていた。

献上と贈答文化

寛延以降(1748～)の堀作大豆の現物納は、堀作大豆が安定した収量をあげていることを踏まえた領主の年貢収取政策の一環とみられる。同時に堀作大豆の収穫物、すなわち黒大豆が藩の統制下におかれることをも意味し、藩は黒大豆を商人に売って

商品化・換金化しなければならなかった。

慶長8（1603）年に江戸幕府が開かれ、幕藩体綱維持のため寛永12（1635）年から始まった参勤交代制の実施により江戸は急激な膨張を遂げた。特に元禄年間以降（1688～1703）は100万人以上の人口を擁し、江戸は国の政治の中心地として、全国最大規模の城下町として、さらに一大消費地として繁栄した。この江戸の消費生活を賄ったのは、諸国から送られてくる産物や物資、さらに地域の特産品や商品であった。

江戸時代の武家社会は、とりわけて献上と贈答文化が極まった社会であった。

江戸には献上品や贈答品を買い取り、ほかに転売する「献残屋」という商売があった。『守貞謄稿』（1837～53年成立）によると、献残屋は「江戸にあって、京都や大坂にはない生業」の第一だという。江戸の人口の約5割が武家であった。そのため献上や贈答が盛んだった。たとえば、大名が国元から参勤交代で江戸にやってくると、かならず將軍に土産物を献上した。

それ以外にも、大名が互いに贈答し合ったし、家臣は上司や藩主に物を贈る。また御用商人は出入りの武家屋敷や役所などへ、付け届けるが多かった。

明暦3（1657）年2月、幕府は進物の制を定め、將軍家への献上物の種類や数量などを規定し、義務づけた。公式の献上であって、これには参府献上と時献上の二つがあった。参府献上は大名が参勤交代で江戸に出府したとき、將軍家へ献上するものがある。時献上は、季節、時節の献上である。

篠山藩の時献上品は、二月、暑中、八月、寒中、一二月に献上された。

これら將軍家への献上の際には、ほかに將軍の近親者や老中等幕閣、他藩の大名、藩主の近親者にも贈るのが慣例であった。

献上すると倍額に近い拝領品が下賜されるが、老中等幕閣や他藩の大名、藩主の近親者への進物には返礼はなく、数が多く費用がかさみ、厄介なものであった。

幕府は享保3（1722）年3月に献上物の軽減を試みたが、内証の献上が多くなるだけだった。たとえば、篠山藩に隣接する柏原藩の藩主織田信憑は、歴代藩主の中で唯一、文化12年（1815）に従五位から従四位下に任じられた。これは、老年に至るまで参勤交代で登城し藩主の務めを行ったということによって任ぜられたものだが、密に老中に四位に叙せられるよう再三献上品を贈っていた。

江戸の留守居は、藩主の在府・在国にかぎらず、藩邸の取締まりや諸用向きを統括するだけでなく、幕府・諸藩との連絡・調整や各種情報を収集する任務をもっていた。そのため、留守居は特別な外交手腕を必要とした。

幕府の重要な地位を志す大名、あるいはお家に有利な取計らいをしてもらおうとする大名にとって、献上や贈答は目的を達する手っ取り早い方法であった。

各藩は競って自藩の産物を將軍家に献上し、また老中等幕閣や他藩の大名にも贈答を重ねた。そのことでお家と自らの地位の安泰をはかったのである。

篠山藩においても、定番の献上品である「漬松茸、熟瓜、山椒、丹波栗 塩松茸」や「黒大豆、塩鴨、葛粉、小豆」などの特産物が、将軍家への公式・非公式の献上品として、老中等幕閣や他藩の大名への贈答として、道中の諸藩への進呈品として、使われ、これら特産物が庶民に広く知られるようになったと考えられる。

川北村の黒大豆

名声あるといわれた川北村産黒大豆にふれておこう。川北村は城下の西1里に位置し、南部を篠山川が流れる。天明3（1783）年では高390石余、家数57、人数287の、嘉永5（1852）年では田316石余、畑73石余、家別64、人別278の村である。

『多紀郡明細記』（嘉永5年）に「黒豆 川北ノ産ヲ善ク煮テ皮切レズ」とあるように、川北村産の黒大豆は高い評価を得ていた。『料理綱目調味抄』（1730）に「黒豆 丹州笹山よし 押して汁煮染」と記されていたが、「皮切レズ」は篠山の黒大豆の品質特性に関する具体的な記載の初見である。

この史料と、さきの『博覧会物品概説』（1872）の中の「黒大豆 丹波国多紀郡川北村産…三年ニシテ菌圃ヲ換フ…其他品ニ踰（こ）へ名声アル蓋シ土質ト菌圃ヲ換ルトニ依リナリ…」を併せてみると、次のようになる。

ひとつは川北産の黒大豆が名声ある理由は皮切れしないこと、ふたつは皮切れしない大豆ができる理由は土質と3年すると栽培地を換えること、である。

皮切れしないため高い評価を得ていた川北村産黒大豆の値段と収量について、『博覧会物品概説』に「一歳収穫凡七石一石代價七圓」とある。同概説に収録の天田郡奥野邊村産の小麦は一石当たり値段4円、氷上郡竹田村産の赤小豆は一石当たり値段6.75円であった。米の値段と比べると、明治5年川北村産黒大豆の一石当たり値段7円の時、明治はじめの正米市場における米一石当たり値段は、明治元年5.98円、同2年9.02円、同3年9.20円、同4年5.63円、同5年3.88円、5カ年平均すると6.74円であった。

次に一年の収量の7石から、多紀郡における大豆の明治17～19年平均反収0.7石を使って、川北村の黒大豆の栽培面積を試算すると、10反作っていたことになる。

江戸後期における川北村の黒大豆の収益性はわからないが、表3に明治の前・中期の反収と単価を使って黒大豆と米の一反当たりの粗収益（売上高）を試算したので、大体の推測が可能となる。黒大豆の一反当たり収量0.7石、一石当たり値段7円、一反当たり粗収益4.9円の時、米の収量1.3石、値段6.74円、粗収益8.7円であるから、名声ある川北村産においてさえ黒大豆の栽培は有利でなかったことがわかる。

江戸後期の黒大豆の収益性については、年貢率を考えなければならない。仮に1.3石の米が収穫できたとしよう。五公五民の年貢率であれば、50%にあたる0.65石を年貢として納め、残りの0.65石が作徳（田畑米の収穫中から年貢を納めた残りの分）として手元に残る。作得から自家消費し、残

表3 黒大豆と米の1反当たり粗収益試算

	黒大豆	米
反収 (石/反)	0.7	1.3
単価 (円/石)	7	6.7
粗収益 (円/反)	4.9	8.7

注) 1 反収は多紀郡の大豆・米の明治17～19年平均。

2 米の単価は正米市場の明治元～5年の平均(『日本米価変動史』より)。

れば販売して収入が得られることになる。

多紀郡(飛地を除く篠山藩領国)における明治17～19(1884～1886)年平均の米収量60,130石、篠山藩における多紀郡分の宝暦2(1752)年の年貢米は32,247石から、米の年貢率は54%と試算できる。信頼できる黒大豆の年貢率を持ち合わせていないので、年貢を控除した黒大豆と米の粗収益と比較できないが、年貢控除前の一反当たり粗収益が黒大豆4.9円に対し、米8.7円であることから、「黒大豆の年貢率は米作に比べ低かった」ことがうなずける。それでも犠牲田の大豆作はせいぜい水不足地の損害を一部補う程度であっただろう。

水不足を緩和するために村民自身により犠牲田を設け、犠牲田の作物は、藩の方針により江戸時代を通じて大豆であった。最も早く犠牲田が生じ、その面積も大であった川北村においては、一定面積、大豆を栽培せざるを得なかった。犠牲田の大豆であっても、年貢として生産物の大豆を納めなければならなかった。

名声のある川北村の黒大豆作で先述した粗収益であるので、他村の犠牲田の黒大豆作はさらに粗収益が劣り、犠牲田の大豆作

はせいぜい水不足地の損害を一部補う程度以下であっただろう。畠栽培地についても同様であっただろう。

篠山藩主の時献上品

時献上は徳川將軍家と大名各家との間で交わされる献上儀礼である。時節の献上物ということで時献上と呼ばれ、享保7(1722)年3月、時献上は領内の産物に限られるようになった。したがって、それ以降の時献上品は、当時唯一の公式な諸国名物である。まず、篠山藩主の時献上品の変遷を表4でみてみよう。

藩主が交代しても時献上品に大きな変更はなく固定化している。これは時献上品が基本的に領内の産物に限られたからである。しかし、藩主が青山忠良になって時献上品に一部変化がみられる。すなわち青山忠良が藩主在任の一時期に「寒中 丹波栗」に代わって、「寒中 黒大豆」が登場して来る。『弘化武鑑』(弘化3〔1846〕年)と『安政武鑑』(安政3〔1856〕年)の「寒中 黒大豆」である。時献上品は、大名側から勝手に献上できるものではなく、「格式に応じ、なにをどれだけ献上するか」を事前調整しての上のことであるから、徳川將軍の側も黒大豆を望んでいたことになる。

次に、時献上品は、篠山藩が海浜に恵まれぬところから、漬松茸、マクワウリと呼ばれる熟瓜、山椒、丹波栗、塩松茸、黒大豆と農林産物で、現在も丹波松茸、丹波栗、黒大豆は名物である。なお、正月三日、在着御礼は本来時献上とは別の献上である。

では、藩主青山忠良は、一時期であるが、これまでの「寒中 丹波栗」に代えて、「寒中 黒大豆」を時献上品にしたのであろうか。

丹波栗は、『延喜式』（927完成）に「古より丹波、但馬、阿波の諸州栗を産す。今も丹波の山中より出ざるものを上品とす。大きき卵の如し。諸州之を栽培するも丹波に及ばず」と、宮崎安貞『農業全書』（1697）に「栗に大小あり。丹波の大栗を勝れたりとす」とあり、全国的に著名であった。

『増訂丹波史年表』（1960）によれば、天保2（1831）年に篠山藩主青山忠裕が黒大豆の栽培を奨励したとある。『多紀郡誌』（1918）に「天保二年ニ至り日置村豪農大庄屋波部六兵衛ノ其ノ良種ヲ精選シテ郷ノ各所ニ配布シ大イニ改善の途ヲ講ジタレドモ…」とあるように、篠山藩主青山忠裕は大庄屋波部六兵衛に良質な種を配付させ、黒大豆の栽培を奨励した。藩主青山忠良の時代、丹波栗に代わって黒大豆が時献上品になったのは、その時代には献上にふさわしい良質品の黒大豆が村々で生産されるようになったからである。

あとひとつは、丹波国の5藩（福知山藩、丹波亀山藩、園部藩、篠山藩、丹波柏原藩）の藩主が栗を時献上品としており、黒大豆は特徴的な品であったからである。

その頃の黒大豆の生産状況はわからないが、献上松茸の資料から献上黒大豆の概要の推測が可能となる。岡光夫氏の献上松茸の資料を要約して紹介してみよう（『近世農民一揆の展開』1970）。

「篠山藩では献上松茸を藩有林（高城山

中腹以上の地）から得ることになっており、寛延2（1749）年当時、將軍への「御献上松茸」は700本であり、藩主の近親者や他の大名に対する「御賦（おくばり）松茸」7,700本を年間必要とした。これらは江戸まで130余里を運搬するのに、13日の日数を要し、生のままでは品質が悪化するので漬松茸として、京都から人足をやとい、足輕2人が付添って運んだ。

良質の献上分を除いては城内御台所に運搬され、城内の家臣間の食用に供されていた。松茸は豊凶の差があり、高城山の生産量は豊作年で35,000本、不作の年はその3分の1にも達せず、平均は18,500本となっている（寛延3年、宝暦6年、宝暦11年、明和4年、明和6年の記録）。不作の年には民有林から買い上げて献上している。

明和年間（1764～72）になると、御献上分の松茸は他の御林の落札者に、一定数を割付して供出させている。文政2（1818）年になると藩では、農民に漬松茸を命じ、これを買上げる方式にしている。献上残の漬松茸については農民の利用をいとわないが、これを他藩に出すことを堅く禁止し、献上前のある一定期間を専ら漬方の期間と定め、その期間中は生の松茸たりとも他国に出すことを禁じて、御用不足とならざるように意を用いている。」

たしかに「御献上松茸」と「御賦松茸」があったこと、献上松茸の11倍もの御賦松茸が必要であったこと、献上松茸を集めるために藩が種々の措置をとっていることが理解できる。献上黒大豆についても、藩

において同様な取組みがなされたものと思われる。

山椒も献上されたが、「丹波山椒壺」（東京国立博物館蔵）などの山椒壺がある。丹波名産の朝倉山椒の器として、「朝倉山椒」の文字を刻んだ六角形の壺である。

黒大豆を奨励したといわれる青山忠裕は英邁な藩主として知られ、文化元（1804）年に老中に起用されて天保6（1835）年まで32年間務めるなど、幕府の重鎮として活躍した。その功によって篠山藩は文政10（1827）年1万石の加増を受け、遠江国榛原郡・城東郡の内24村が領地となった。後継者の青山忠良も、弘化元（1844）年に老中に起用されて4年間務めた。

先述したように、幕府の重要な地位を得ようと、あるいはお家に有利な取計らいをしてもらおうと、各藩は競って自藩の産物を將軍家に献上し、また老中等幕閣や他藩の大名にも贈答を重ねた。

老中であった青山忠裕も例外でなく、藩主青山忠裕は、当然、自藩の「漬松茸、熟瓜、山椒、丹波栗 塩松茸、黒大豆、塩鴨、葛粉、小豆」などの特産物を献上あるいは贈答して、幕府や諸藩の情報を収集していただろう。その結果、庶民にも丹波篠山の黒大豆が広く知られるようになったらう。藩主青山忠裕時代の

表4 篠山藩主の時献上品の変遷

武鑑	藩主	品
明和武鑑（明和8、1771）	青山忠高	
大成武鑑（安永7、1778）		
安永武鑑（安永9、1780）		
天明武鑑（天明4、1784）	青山忠講	正月三日 御盃臺 二月 漬松茸 暑中 熟瓜 在着御礼 二種一荷 八月 山椒 寒中 丹波栗 十二月 塩松茸
寛政武鑑（寛政7?、1795?）	青山忠裕	
文化武鑑（文化7、1810）		
文化武鑑（文化14、1817）		
文政武鑑（文政元、1818）		
文政武鑑（文政13、1830）		
天保武鑑（天保2、1831）		
天保武鑑（天保7、1836）		
大成武鑑（天保9、1838）		
弘化武鑑（弘化3、1846）		
大成武鑑（嘉永元、1848）	青山忠良	正月三日 御盃臺 二月 漬松茸 暑中 熟瓜 在着御礼 二種一荷 八月 山椒 寒中 丹波栗 十二月 塩松茸
大成武鑑（嘉永2、1849）		
大成武鑑（嘉永5、1852）		
大成武鑑（嘉永6、1853）		
大成武鑑（嘉永7、1854）		
安政武鑑（安政3、1856）		正月三日 御盃臺 暑中 熟瓜 在着御礼 二種一荷 八月 山椒 寒中 黒大豆 十二月 塩松茸
大成武鑑（安政5、1858）	青山忠敏	正月三日 御盃臺 二月 漬松茸 暑中 熟瓜 在着御礼 二種一荷 八月 山椒 寒中 丹波栗 十二月 塩松茸
大成武鑑（安政6、1859）		
大成武鑑（万延2、1861）		
大成武鑑（文久2、1862）		
大成武鑑（慶応3、1867）		

注）武鑑は国立国会図書館ウェブサイトによる。

黒大豆の献上と贈答の成果が、その後継者である青山忠良藩侯の時代に黒大豆の公式の献上、すなわち時献上という形で花開いたといえる。

おわりに

江戸中期の享保15（1730）年には、「座禅豆 丹波篠山の名物なり」、「黒豆 丹波篠山よし」といわれていた。

名物になった理由は、篠山領内で煮染に適した黒大豆の栽培、城下町篠山の発展、参勤交代による商品流通があげられる。

江戸の日本橋が起点とする「五街道」の完成、その他の主要街道も整備によって、18から19世紀の江戸中・後期、伊勢参りに代表される寺社詣でと湯治に出かける庶民の旅が盛んになった。寛政11（1799）年には『丹波国大絵図』が刊行された。それに伴い、より多くの伊勢参りや京見物、城崎・有馬温泉への湯治の旅人が篠山にやってくるようになり、丹波篠山名物の座禅豆や黒大豆の知名度を不動にした。

一方、堀作大豆は初期においては、犠牲田耕作であるため免から外されていたが、城下町の発展に伴い高請地であるが故に、寛延以降（1748～）、大豆の現物納をもって貢租を取り立てた。堀作で木綿やたばこなど商品作物の栽培が禁止され、あくまで貢租対象物たる大豆の耕作を強制された。

このことは、堀作大豆の収穫物、すなわち黒大豆が藩の統制下におかれることをも意味し、藩は黒大豆を商品化・換金化しなければならなかった。黒大豆は、年貢のかかる堀作の田と畠、「年貢いらずの畦豆」の畦畔で栽培されていた。名声ある川北村産においてさえ黒大豆の栽培は稲作に比べると有利でなく、せいぜい水不足地の損害を一部補う程度であった。

江戸時代の武家社会は、献上と贈答文化が極まった社会であった。各藩は競って自藩の産物を将軍家に献上し、また幕府老中や他藩の大名にも贈答を重ねた。そのことでお家と自らの地位の安泰をはかった。

篠山藩においても、定番の献上品である「漬松茸、熟瓜、山椒、丹波栗 塩松茸」や「黒大豆、塩鴨、葛粉、小豆」などの特産物が、将軍家への公式・非公式の献上品として、老中等幕閣や他藩の大名への贈答として、道中の諸藩への進呈品として、使われ、これら特産物が庶民に広く知られるようになったと考えられる。

藩主青山忠良の時代、一時期であるが、丹波栗に代わって黒大豆が時献上品になったのは、その時代には献上にふさわしい良質品の黒大豆が村々で生産されるようになったこと、黒大豆が特徴的な品であったこと、に因る。

いずれにせよ篠山藩の黒大豆は、煮染に適した黒大豆の村々での生産と、城下町篠山の発展、参勤交代による商品流通、庶民の旅の隆盛、江戸での献上と贈答が相俟って、多くの人々に知れわたり、認められて、将軍家への時献上品に発展した。

明治4（1871）年7月、篠山藩領は明治政府のもと篠山縣になった。長かった江戸幕府は倒れ、明治政府になったが、その内容は江戸時代のままであった。これ以降、主要産業であった農業は、田畑勝手作許可（1871年9月）や田畑永代売買の禁止の解除（1872年2月）など、それまでの規制が解かれ、急激に近代化に向かうのである。

米国農務省海外農業局 (USDA Foreign Agricultural Service) GAIN (世界農業情報ネットワーク) 報告書より

1. クロアチアの乾燥豆類市場の概観 (Dried Beans 2014年8月30日)

要約

クロアチアでは、乾燥インゲンマメ消費量の2分の1以上を輸入している。2013年にクロアチアは5,782t、金額にして980万ドルの乾燥インゲンマメを輸入しており、その大部分が中国及びカナダからの輸入であった。米国の乾燥インゲンマメ輸出業者には、克蘭ベリー・ビーンの世界市場では市場占有率を争う機会があるし、米国産のピントー・ビーンを不足を補う銘柄または代替銘柄として提示する機会がある。クロア

チアは現在、EUの加盟国であることから、米国からの乾燥インゲンについては関税の義務はないことになっている。

市場状況

2013年にクロアチアは3,416tのインゲンマメを生産しており、このうち1,386tが商業的生産によるものであった。それ以外は自家用として家庭菜園で生産されたものである。大規模な商業的生産が行われていないのは、圃場の規模が小さく、インゲンマメ生産によって生産者が十分な収益を得られるだけの経済的規模が実現しないことによるものである。インゲンマメ生産には長

表1 クロアチアの乾燥豆類市場の利点及び課題

利点	課題
食糧及び飲料の分野は十分に発達しており、近代的な小売り及び流通網が全国的に整備されている。	輸送経費が高い。クロアチアの仕入れ業者は、高品質及び低価格を求める。クロアチアは価格に敏感な市場である。
大部分の輸入業者が英語を話す。	小売業者が米国製品をクロアチアに輸入することは稀である。EU加盟国を含む仲介的な仕入れ業者からの買い入れが一般的である。
米国はピントビーンの高品質で評価が高い。	EU27加盟国が市場への参入面で優遇されている。
都市部の人口が増加している。	消費者の関心はレッドスペックルド・ビーンに集中している。
米国から乾燥インゲンマメを無関税で輸出可能である。	EU加盟国であることから、米国の製品を他のEU加盟国から買い入れる方が安価となる場合がある。

年にわたって補助金が設けられていないことも、その一因となっている。

クロアチアは、価格について非常に敏感な市場である。消費者はなじみのある品物を購入する傾向があり、レッドスペックルド・ビーンは伝統的な料理によく使用される食材である。第二次世界大戦までは、各家庭でレッドスペックルド・ビーンが栽培されていた。このような生活習慣は過去のものとなったが、レッドスペックルド・ビーンへの嗜好は継続している。消費者は、色、粒の大きさ及び価格により購入するかどうかを決める。しかし、価格こそがすべてに優先される要素である。クロアチアは、クランベリー・ビーンという1種類の銘柄を特に消費する市場である。その他の銘柄も缶詰及び乾燥品の袋詰めで入手可能ではあるが、量は極めて少ない。クランベリー・ビーンが伝統的なインゲンマメであり、今日でも家庭菜園で栽培されたり、商業的に生産されたりして、国内で栽培されているが、その範囲はごく限られている。クランベリー・ビーンは秋から冬の季節にはシチューの材料として、春から夏にはサラダの材料として使用される。市場で目にするのできるその他の乾燥インゲンマメとしては、アルビア種のホワイト・ビーン及びダークレッドキドニー・ビーンがあるが、極めて少量なので米国の輸出業者の興味の対象とはなりにくい。

市場の各分野における機会及び問題点

他のヨーロッパ諸国の市場とは異なり、

クロアチアにおける主要な買い手は小売チェーンそのものである。スーパーマーケット及び現金払い持ち帰りの販売店が独自の仕入れ部門を設けて、直接に輸入を行っている。乾燥袋詰め加工及び缶詰加工は下請け契約で行われている。

クロアチアには、インゲンマメに関しては国内に缶詰加工業界が存在しない。製品は、クロアチアのスーパーマーケット・チェーンの契約を受けたイタリアの缶詰加工業者によってイタリアで缶詰加工される。したがって、クロアチアのスーパーマーケット・チェーンでは自らの顧客に向けて缶詰加工されるインゲンマメの銘柄を管理することができず、缶詰の数量を注文するだけとなっている。缶詰加工製品は通常は「ボルロッチィ (borlotti) ・ビーン」(ボルロッチィ・ビーン、クランベリー・ビーン及びピントー・ビーンを指す)、ホワイト・ビーン (アルゼンチンアルビア種 (Argentinean alubias) 並びにダークレッドキドニー・ビーンを使用して製造されている。

乾燥袋詰め製品が缶詰加工製品より多く使用されている。クロアチアの主婦は圧力鍋を使用するので、乾燥インゲンマメが経費及び時間の両面で効率的である。

輸出入

2013年にクロアチアでは5,782t、金額にして980万ドルの乾燥インゲンマメを輸入しており、主に中国及びカナダからの輸入であった。景気が後退しているにも関わら

表2 クロアチアのキドニービーン輸入状況
(ホワイトピー・ビーンを含む。莢を取り除き乾燥した製品、種子用を含む)

輸入相手国	輸入額 (米ドル)			占有率 (%)			変化率 (%)
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2013/2012
世界全体	7,246,709	8,407,039	9,759,682	100.00	100.00	100.00	16.09
中国	4,233,452	5,209,759	6,996,537	58.42	61.97	71.69	34.30
カナダ	1,465,139	1,552,287	1,566,040	20.22	18.46	16.05	0.89
イタリア	479,640	386,116	383,286	6.62	4.59	3.93	-0.73
アルゼンチン	456,477	840,497	277,246	6.30	10.00	2.84	-67.01
キルギスタン	139,281	61,682	129,794	1.92	0.73	1.33	110.43
ペルー	55,757	86,581	87,553	0.77	1.03	0.90	1.12
チェコ共和国	0	0	85,230	0.00	0.00	0.87	0.00
ウルグアイ	18,456	0	71,742	0.25	0.00	0.74	0.00
米国	263,583	51,609	50,158	3.64	0.61	0.51	-2.81
スロベニア	63,448	84,992	29,751	0.88	1.01	0.30	-65.00
マケドニア	0	0	28,138	0.00	0.00	0.29	0.00
タンザニア	34,918	37,242	12,519	0.48	0.44	0.13	-66.38
ドイツ	0	0	9,355	0.00	0.00	0.10	0.00
エジプト	202	62,816	9,331	0.00	0.75	0.10	-85.14
ハンガリー	18,260	13,344	8,119	0.25	0.16	0.08	-39.16
オランダ	9,710	9,661	4,705	0.13	0.11	0.05	-51.30
スロバキア	0	160	4,306	0.00	0.00	0.04	2,597.90
チリ	750	4,334	3,745	0.01	0.05	0.04	-13.60
インド	0	0	947	0.00	0.00	0.01	0.00
エチオピア	5,380	2,119	566	0.07	0.03	0.01	-73.30
トルコ	0	0	402	0.00	0.00	0.00	0.00
ボスニア ヘルツェゴビナ	0	0	214	0.00	0.00	0.00	0.00
イラン	0	26	0	0.00	0.00	0.00	-100.00
ミャンマー	2,257	1,117	0	0.03	0.01	0.00	-100.00
セルビア	0	2,698	0	0.00	0.03	0.00	-100.00

ず、乾燥インゲンマメの輸入量は2012年に比べて16%増加した。クロアチアは、主に中国、カナダ及びアルゼンチンからクランベリー・ビーン系の乾燥インゲンマメを輸入している市場である。しかし、米国の乾燥インゲンマメ輸出業者には、クランベリー・ビーン市場での市場占有率をめぐる競争に参加したり、米国産ピントー・ビーンを、従来使用されている銘柄の品不足を補ったり、代替として使用できる銘柄として提案する機会がある。クロアチア（人口450万人）の乾燥インゲンマメ輸入市場の規模は、5,000tと推定されている。

輸入手続き

輸入される品物は輸送ターミナルまたは空港の関税倉庫を通過する必要がある。品物が関税倉庫に到着したのちに、輸入業者または貨物運送業者がクロアチアの関税当局に輸入関税申告書類を提出し、品物の検査及び確認といった通関手続きを開始する。手続きは、防疫検査所（the Sanitary Inspection）での品物の検査から始まる。随時、サンプルを採取して食品安全検査が行われる。品質及び健康基準に疑いの生じた品物については、分析がすむまで販売が禁止される。通関手続き及び関税倉庫からの搬出に際しては、税関職員が防疫検査のすんだ品物と通関書類を照合して監視する。輸入の手続きに関して、輸出業者にとって最も重要な事は、信頼できる貨物輸送業者または友好的で信頼できる取引相手（あるいは、その両方）の存在である。

輸入の要件

クロアチアはEU加盟国であり、EU諸国内では市場を共有し、関税を設けていない。クロアチアでの輸出入は、EUの規定に従って行われる。

2. トルコの豆類生産と市場の概観 (Turkish Pulses Market Overview 2016年2月3日)

要約

トルコの豆類生産量及び作付面積は、長年にわたって減少を続けてきており、特に最近10年間はその傾向が著しい。しかし、トルコ政府はレンズマメ生産に対する支援を増加してきており、2016市場年度にはレンズマメ作付面積が増加するに至った。当局の推定によれば、トルコの2015市場年度のレンズマメ生産量は35万tであり、2016市場年度の前産量の予測は36万tとなる見込みである。国内需要及び再輸出の需要が強まっていることにより、トルコのレンズマメ輸入が促進されている。トルコのレンズマメ輸入業者は、菜種など、他の農産物に由来する低水準のバイオテクノロジー物質夾雑物が含まれていたことに起因する輸送拒否の影響を受けた。

豆類生産の概要

乾燥エンドウマメ、ヒヨコマメ、乾燥インゲンマメ、レンズマメ及びカウピー（ササゲ）がトルコで一般的に使用される豆類であって、レンズマメ及びヒヨコマメが多く使用されている。豆類、特にレンズマメ

がトルコの伝統的な料理によく使われる。トルコの豆類生産量及び作付面積は長年にわたって減少してきており、特に2004年から2014年にかけて減少が著しかった。生産量の減少が最も大きかったのが赤色レンズマメで、減少率は67%であり、緑色レンズマメの減少率は32%、ヒヨコマメの減少率は27%であった。2004年の豆類総生産量は140万tで、1990年代の生産量約200万tに比べて減少していた。豆類総生産量は2014年には100万tであり、この値は2004年に比べて40%の減少となっている。作付面積は通常は種子の入手状況、前年の収穫分の価格及び割増金、天候条件、肥料の価格、病害の状況等に応じて変化する。作付面積減少のもうひとつの理由は、灌漑条件が改善するにつれて、生産者がより労力が少なくてすむトウモロコシ、綿花及びテンサイといった作物に移行していることである。

ヒヨコマメは、トルコで生産されている最も一般的な豆類であり、トルコの豆類総

生産量の44%を占めている。ヒヨコマメは、アナトリア地方のほぼ全域で栽培可能である。ヒヨコマメの主要生産地域は、中央アナトリアではコンヤ、カラマン、コラム及びヨツガート、南アナトリア及び西アナトリアではメルシン、アンタルヤ、クタヤ及びウサクである。

レンズマメはトルコの豆類総生産量の33%前後を占めている。2014年のレンズマメ総生産量は約34万5,000tであって、そのうち95%が緑色レンズマメ、残りの5%が赤色レンズマメである。南東アナトリアのGAP（南東アナトリア・プロジェクト）地域では伝統的に赤色レンズマメが栽培されている。中央アナトリアのコラム、ヨツガート、アンカラ、キルセヒル及びコンヤでは、トルコの緑色レンズマメ総生産量の50%以上が生産されている。

政府当局の推定によれば、2015市場年度のレンズマメ生産量は35万tの見込みであり、2016市場年度は36万tと予測されている。作付面積がかなり増加しているにも

表3 トルコの豆類の作付面積と生産量

作目	2004		2014	
	作付面積 (ha)	生産量 (t)	作付面積 (ha)	生産量 (t)
エンドウマメ	1,350	3,500	1,149	2,987
ヒヨコマメ	604,290	620,000	388,169	450,000
インゲンマメ	154,730	250,000	90,450	215,000
レンズマメ (緑)	379,000	480,000	226,336	325,000
レンズマメ (赤)	59,990	60,000	17,034	20,000
カウピー (ササゲ)	2,900	2,300	1,941	2,006
ホースビーン	9,930	20,000	3,227	6,971
合計	1,212,190	1,435,800	728,306	1,021,964

資料：トルコ統計研究所

関わらず、冬季の生育条件が思わしくなかったことから、2016市場年度には単位面積当たり収穫量（単収）が低下する可能性がある。3月末及び4月に降雨があるかどうか、レンズマメ生産量の動向を決定する要因となる。

政策

国営企業であるトルコ穀物委員会（the Turkish Grain Board）は、穀物市場に対しては相当な影響を及ぼす立場にあるが、豆類市場では活動的でない。食料農業畜産省（the Ministry of Food, Agriculture and Livestock（MinFAL））は、生産量不足及び高価格について批判されてきたが、2015年初めに豆類生産の促進を目的として豆類の割増金を2倍にした。MinFALは2009年に100トルコリラ/tの割増金を導入し、2015年には200トルコリラ/tに増加した。このような高額な豆類割増金が、2016市場年度のレンズマメ作付面積の増

加に結びついた。

2005年から2015年までのレンズマメ生産量及び収穫面積の推移をグラフに図示した。最近10年間のデータによれば、レンズマメ生産量は65万tから35万tへ減少しており、収穫面積の減少もこれと並行している。

輸出入

トルコでは、まずカナダからレンズマメを輸入し、それを中東諸国及びアフリカ諸国へ輸出している。イラク、スーダン、エジプト及びサウジアラビアがトルコからの主な輸出先である。豆類総輸出量の2分の1以上が上記の4カ国へ送られている。2015市場年度始めの5カ月間の豆類輸出量は9万2,761tであって、2014市場年度同時期の6万0,092tに比べて増加している。トルコの輸出業者は国際的な食料支援の供給元ともなっており、食料支援には主に小麦粉が使用されているが、場合によっては豆

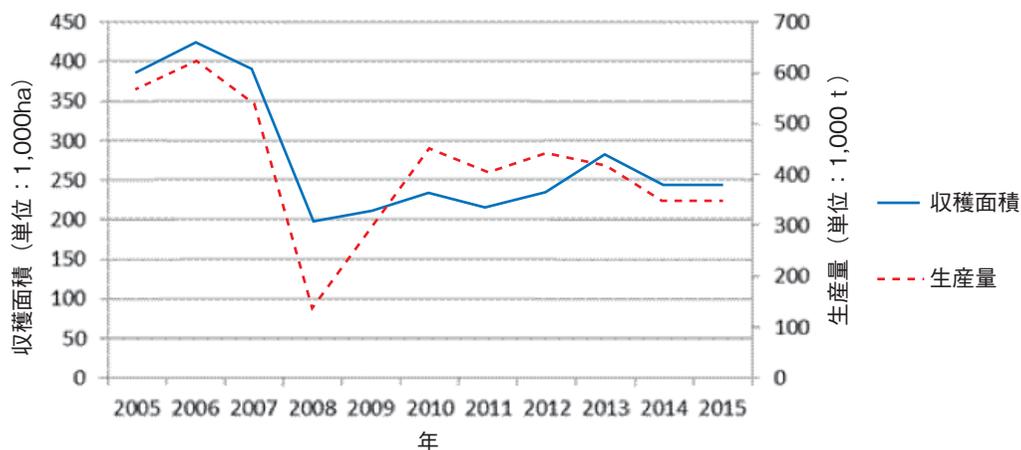


表4 レンズマメ生産量の推移

類が使用されることがある。トルコ国内での単収の向上及び相手国の需要の高まりにより、レンズマメの輸出量は2014市場年度に増加しており、2015市場年度にはさらに増加する見込みである。

トルコは2014市場年度に32万5,323tのレンズマメを輸入した。2015年7月から11月までの期間にトルコでは10万5,717tのレンズマメを輸入したが、この値は2014市場年度の輸入量（2014年7月から11月までの期間に10万6,079t）とほぼ同じであった。

2014市場年度の輸入量のおよそ75%が輸入物取扱機構（the inward processing regime (IPR)）を通して輸入された。トルコの農産物輸出業者の多くがIPRの恩恵を受けている。IPRが存在することで、トルコの輸出業者は再輸出を目的に輸入するレンズマメを関税ゼロで輸入することができる。つまり、トルコでは、2014市場年度に輸入したレンズマメの75%を再輸出したということになる。

トルコでは遺伝子操作（GE）の食料へ

表5 トルコのレンズマメ輸出入状況

	2012市場年度 (t)	2013市場年度 (t)	2014市場年度 (t)	2012市場年度 (t)	2013市場年度 (t)	2014市場年度 (t)
7月	3,396	15,467	19,772	20,991	20,726	14,519
8月	1,595	5,353	17,997	17,245	10,344	8,033
9月	6,605	4,961	20,771	16,206	11,226	10,003
10月	17,341	17,566	17,491	14,311	11,140	13,138
11月	9,791	34,546	33,048	14,300	21,175	14,399
12月	9,290	42,769	49,262	12,339	18,273	22,267
1月	13,712	20,778	50,354	15,630	13,507	22,998
2月	8,973	26,210	42,084	11,407	13,510	20,020
3月	8,544	19,919	17,403	11,869	17,492	14,537
4月	22,457	49,786	31,864	8,440	24,100	13,002
5月	18,773	17,779	13,005	12,426	17,668	15,306
6月	9,355	13,341	15,270	25,887	14,779	19,117
合計	129,832	268,475	328,321	181,051	193,940	187,339

資料：GTA

表6 トルコのレンズマメ輸入状況

供給元国名	2012市場年度 (t)	2013市場年度 (t)	2014市場年度 (t)	2015市場年度 (t)
カナダ	114,995	255,119	308,950	99,838
オーストラリア	1,063	2,196	5,729	1,963
ロシア	8,069	1,385	3,445	629
米国	2,833	2,802	3,018	1,450
その他	2,903	3,840	4,220	1,837
合計	129,863	265,342	325,362	105,717

*2015年は7月から11月

資料：GTA

の利用をまだ承認していない。したがって、レンズマメの輸出入に際してGEによる生産物が検出された場合には、生物工学的安全法に違反したことになる。この法律では、承認されていない生産物が検出された場合に、厳重な禁固刑及び罰金を課している。トウモロコシまたは菜種といった他の作物の粉末と言っているような夾雑物の低水準の混入であっても、違反とみなされる。2015年には、未承認のバイオテクノロジー技術処理をした物質の検出により、輸出入業者が取り扱いを拒否され、重大な経済的損失を被った。

消費

トルコでのレンズマメ年間消費量は、国民一人当たり約5kgである。赤色レンズマメの価格は、2015年1月初めには2.6トルコリラ/kgであり、2016年1月には約4.5トルコリラ/kgであった。市場関係筋によれば、トルコリラの切り下げの影響と、それより影響の程度は少ないが、輸入規制の実施状況が一貫性を欠いていることが、このような価格上昇につながっているとのことである。

第68回国連総会で、2016年は国際マメ年 (the International Year of Pulses (IYP)) とするとの宣言がなされた。2016国際マメ年の目標は、豆類の栄養面の長所及び豆類が継続可能な食料生産に果たす役割についての認識を高めることにある。2016国際マメ年の一環として、世界各地で豆類を奨励するための特別な催しが行わ

れる。トルコでもこのような催しがいくつか開かれることになっており、第15回国際穀物パン会議 (第15回ICBC)、世界豆類コンベンション並びにFAOヨーロッパ地域会議 (ERC) が開催される。2016国際マメ年の催しの一覧については、<http://www.fao.org/pulses-2016/events/en/>を参照されたい。

3.2015年ミャンマーの豆類の輸出入 (Beans and Pulses Trade 2015 2016年2月24日)

要約

ミャンマーは、2015年度に前年度に比べて25%増の154万tの豆類を輸出したが、これはインドからの需要が強まったことによるものである。輸出需要が強かったことから、2015年度にはインゲンマメ全銘柄、特にマッペ (Matpe、ケツルアズキ) 種の国内価格が上昇した。供給量が減少し、マッペ種の種子に対する需要が高まったことから、マッペ種の価格は、2015年11月に過去最高記録となった。

輸出入

ミャンマーの豆類輸出には、主に海運を利用した公的輸出と、国境を越える陸運を利用した非公式の輸出 (主な輸出先はインド及び中国) がある。ミャンマーは、2015年度 (1月から12月) に154万tの豆類を輸出した。商業省によれば、2015年度の豆類総輸出量の約80%がインドへ送られた。ブラックマッペ (Black Matpe)、緑豆

(Green Mung) 及びツールホール (Toor Whole、キマメ) といった銘柄の豆類が輸出量の80%を占めている。

インドへの豆類の公的輸出量は、2015年5月に20万t近くに達したが、これはインド南部及び西部の雨季の遅れを懸念して、インド政府当局がミャンマーからの輸入量を増やしたことによるものである。インドで新物の豆類の供給が始まって市場に出回ると、豆類輸出量は9月及び10月に徐々に減少した。

ミャンマーからインドへの国境越しの豆類総輸出量は、2015年度には284,262tであった。

市場状況

特にインド及び中国への輸出需要が強かったことで、2015年度には豆類全品種の国内価格が急激に上昇した。マンダレイ市場 (国内最大の豆類市場) でのマッペ種

の価格は、1月から11月まで上昇を続け、国内供給量が減少する一方で播種用のマッペ種の種子の需要が高まる10月には、過去20年間の最高価格の1,640米ドル/tに達した。

ツールホール種の国内価格もまた2015年度に上昇し、8月及び9月にはマッペ種の価格を上回った。最終的には、新物の供給が始まり国内市場に出回った12月に価格が低下した。緑豆の国内価格もわずかに上昇した。

輸出の見通し

ミャンマーの2015年度の豆類輸出量は154万tで、前年度同時期に比べて25%の増加であった。新物の供給が始まり国内市場に出回ったことから、豆類輸出量は2016年1月及び2月にはさらに増加する見込みである。

表7 ミャンマーの豆類月別輸出状況 (2014及び2015年 単位：t)

月	2014			2015		
	海運	陸運	合計	海運	陸運	合計
1月	75,197	8,942	84,139	81,183	12,247	93,430
2月	90,314	13,382	103,696	98,344	22,439	120,783
3月	170,803	25,957	196,760	370,779	67,383	438,162
4月	88,852	9,706	98,558	131,609	20,493	152,102
5月	142,999	24,242	167,241	197,287	23,290	220,577
6月	68,893	28,892	97,785	134,363	22,141	156,504
7月	69,229	41,014	110,243	64,526	24,207	88,733
8月	69,498	11,910	81,408	71,553	23,441	94,994
9月	57,217	9,065	66,282	29,936	7,126	37,062
10月	48,900	8,821	57,721	31,319	4,273	35,592
11月	75,998	6,378	82,376	18,543	4,221	22,764
12月	72,091	11,511	83,602	5,639	71,553	77,192
合計	1,029,991	199,820	1,229,811	1,235,081	302,814	1,537,895

資料：商業省、ミャンマー税務部

(参考) 2015年12月為替レート：1米ドル=1,295チャット

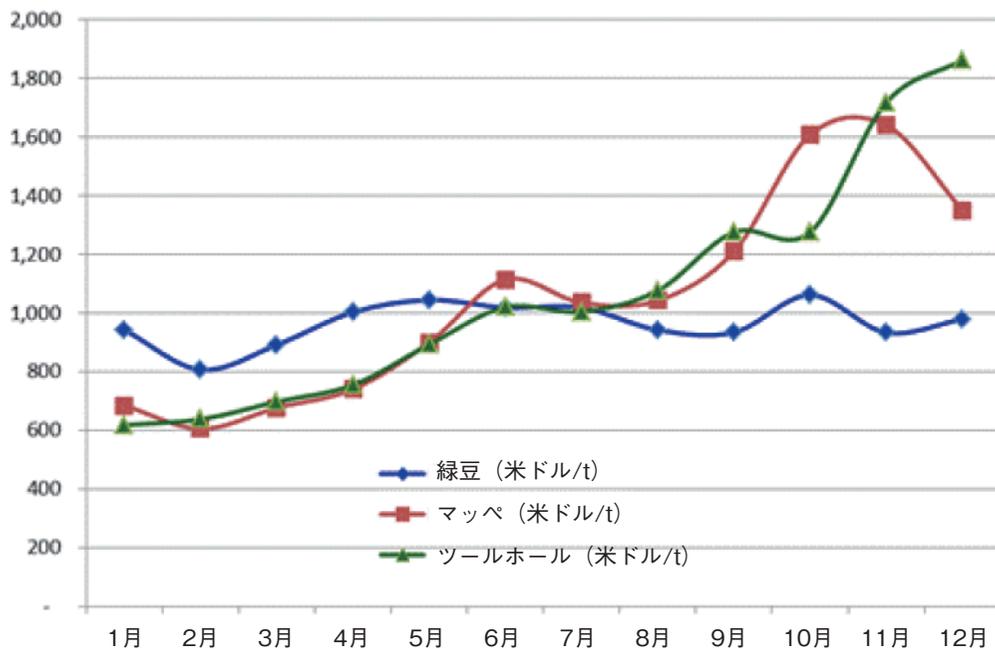


表8 2015年の月別公式輸出価格の推移
 資料：商業省、ミャンマー税務部、中央統計機構

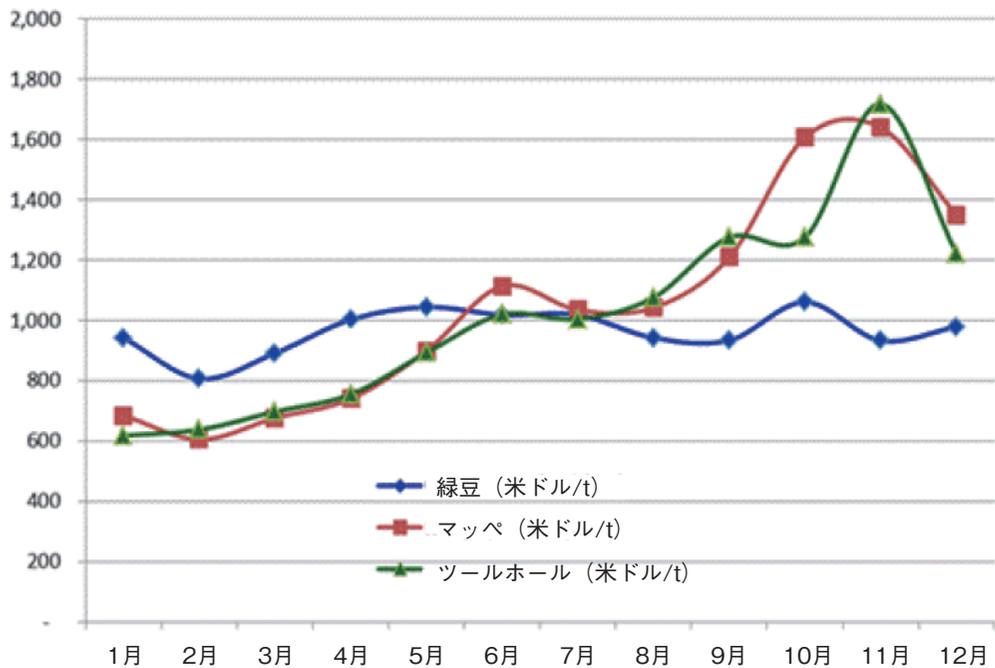


表9 2015年の豆類月別価格の推移 (単位：米ドル/t)
 資料：『商業ジャーナル』
 注：価格はマンダレイ農産物取引センター調べ

連載：長野県諏訪地方、時代を超える豆たち【最終回】

味噌の新たな可能性を探す、老舗の二代目

町田 裕樹

長野県諏訪地方は「信州味噌」で知られる味噌どころでもあります。今回は長野県岡谷市の諏訪湖のほとりにある喜多屋醸造所に伺いました。取材に応じてくれたのは喜多屋味噌を営む、佐々木一夫社長の長女である愛さん。高校卒業後に上京して料理を学び、都内の料理店へ就職したのち、2014年春に帰郷。現在は2012年に取得した「みそソムリエ」(みそソムリエ認定協会)の資格を活かして、地元の素材を使った味噌作りに取り組む一方で、味噌の魅力を伝える活動を精力的に行っています。諏訪地方の味噌作りの歴史や味噌の魅力について聞きました。

みそソムリエについて

まず、私が持っているみそソムリエは、一般社団法人東京味噌会館が主催し、みそソムリエ認定協会が認定する資格です。味噌の歴史や味噌料理に敬意をもち、味噌の魅力の後世に語り継ぐ、味噌の伝承者に与えられます。2010年から始まって、1年に

1回試験が行われています。

味噌について学ぶようになったきっかけは東京・表参道で毎週末に開かれている青山ファーマーズマーケットへ出店したことでした。そこで初めて実家である喜多屋味噌を売りに挑んだものの、味噌に対する知識が少なく、魅力を伝えられないだけでなく、接客もおぼつかず、とても悔しい思いをしました。そこから一念発起して味噌について学びなおして、みそソムリエを取得しました。

今は実家でじっくりと味噌作りや味噌に関する知識を身につけて、機会があればまた東京に行って売りたいと思っています。味噌が熟成して、どんどんおいしくなっていく様子を間近で見ていると、ついついか



看板商品「雪娘」を持つ愛さん

まちだ ゆうき 長野県在住
農家兼業ライター・校正者

わいくなってしまいます。

味噌はスポットライトが当たりづらい調味料で、どちらかといえば縁の下の力持ち的な存在です。今度東京で販売できるチャンスがあれば、しっかりと味噌の魅力をアピールできるよう、勉強中です。

諏訪地方の味噌の歴史

「信州味噌」の名の通り、長野県は全国的にも味噌どころとして知られています。知名度が上がったのは関東大震災や終戦直後に、東京で味噌がなくなった時に、大量に味噌を生産していたのが諏訪地域だったことからです。

東京で信州味噌が消費されるようになると、瞬く間にその評判が広がり、全国的にも認知されるようになりました。さらに時代が進むと、長野県長野市にあるマルコメ味噌株式会社がダシ入り味噌を開発して大々的に売り出したことで、一躍信州味噌の名は誰もが知る存在となりました。

諏訪地域はもともと味噌の生産高が日本一でした。ここは昭和初期の頃、生糸の一大生産地で、その時に女工さんたちを養うために味噌屋さんも増えていきました。全盛期は岡谷市内だけでも47社の味噌醸造所がありました。しかし、現在は味噌を作っているのは4社ほどになっています。今でもこの地域の味噌の生産技術はトップクラスで、毎年10月頃に行われる品評会・鑑評会、長野県内や全国規模の味噌コンクールではいつも上位に入っています。

長野県内でも諏訪地方の味噌づくりは独

自の路線を歩んできました。今でも長野市にある長野県味噌組合とは別に信州味噌研究所という組織が岡谷市にはあります。ここでは酵母の研究などが行われていて、諏訪地方は味噌の産地としても特異な存在であったことが伺えます。

諏訪地方の気候と味噌づくり

おいしい味噌づくりには、この地域の気候条件が欠かせません。諏訪地方は昼夜の寒暖差が大きく、気温の差によって味に深みが出る味噌づくりに適しています。味噌を熟成するまでには、様々な菌のはたらきがあります。低温から高温になることによって、味噌の中で働く菌の種類が変わるのです。

まず低温のときに麹菌が味噌の基礎部分を耕してタンパク質や糖質がブドウ糖、アミノ酸になります。それらを乳酸菌が食べてくれるので酸味が出てきます。また、このときに酸性度が高まることで、全体的なpH値が整えられて次に酵母菌が活動しやすい環境になります。

1年のうちでも特に5、6月が最も菌の働きの盛んになります。その時期に向けて冬から仕込む必要があります。厳冬期に仕込む理由はそれだけではなく冬場は雑菌の繁殖も抑えられるので、質の良い味噌に仕上がるからです。この低温の期間がしっかり確保されないと、その後に酵母菌が入ってくる余地がなくなってしまいます。例えば、一気に温度が上がってしまうと乳酸菌が増えすぎて酸っぱくなってしまいます。菌に

は、それぞれで活動しやすい温度帯があり、低温から高温まで徐々に温度が移っていくことでバランスの良い、味わい深い味噌が作れます。

味噌と歴史

戦国時代でも味噌がしっかり作れるところは、強い武将がいたといわれています。このあたりでは武田信玄。当時は山梨よりも諏訪地方の方がおいしい味噌がつくれていたので、信玄公の命令で、わざわざ家臣が味噌を教わりにきていたと伝えられています。また徳川家康は当時としては長寿として有名ですが、やはり地元の名古屋には八丁味噌があります。八丁味噌は豆味噌で、栄養価が高いのが特長です。それを毎日食べていて、三根五菜のみそ汁（根菜と野菜がたっぷりに入ったみそ汁）を毎日飲むことが家訓となっていたのも有名です。みそ汁とご飯と煮干し。これが健康の秘訣だったといわれています。

仙台の伊達政宗も味噌を大切にしていた武将の一人です。仙台北下に「御塩噌蔵(おえんそぐら)」という味噌醸造所を建て、日本ではじめて味噌を工場的につくったことでも知られています。これが、今でいう仙台味噌の発祥になります。

喜多屋味噌について

喜多屋味噌の創業は昭和7年。元は酒蔵でしたが、地元で味噌をつくっていた会社を買い取って、味噌作りを本格的に始めました。味噌の原料はシンプルで、大豆と麴

と塩だけです。主原料の大豆は長野県松本市産の種類はナカセンナリです。国産の大豆は炭水化物の含有量が高いので、旨味が引き出されます。麴は一部では麦や豆麴を混ぜた合わせ味噌もありますが、諏訪地方で仕込まれる味噌のほとんどが米麴を使っています。うちも米麴を使用しています。この原料も地産地消を目指していて、なるべく地元の素材を使っていきたいと思っています。ただ、海外の原料と比べると2~3倍の値段になるのが悩みでもあります。塩は長崎県産です。ミネラル分が多い、海水から作った自然塩を使うことで、深みがあり、まろやかさがある味噌に仕上がります。

味噌づくりは様々な要素に配慮しながら行う繊細な作業です。おいしい味噌を作るのも難しいけれど、同じ味にするのもまた難しく、目に見えない菌たちのはたらきと、その年によって変わる天候にも配慮しないとイケません。また味噌にも一番おいしい時期があるのですが、十分に寝かせておいても未熟で香りが十分でないことと取り出すことはできませんし、仕込んでいる状態で一番おいしくなってしまうとお客さんが手に取った時は味が進んでしまうかもしれないので、一概にどのタイミングが正解とはい切れません。この繊細さと、味の幅があって人それぞれ味の好みに分かれるのも、味噌の魅力です。



寝かせておいた麴を移す作業。このとき使っていた麴は米粒の形が残っていてサラサラとしたタイプ。味噌の種類によって使い分ける



蒸しあがった大豆と麴が入った樽に塩を入れる作業

喜多屋味噌のおすすめ

現在の看板商品は「雪娘」です。赤と白の二種類があります。白味噌は大豆の皮をむいて仕込みます。日本酒に例えると白味噌は吟醸のようなものです。皮をむく手間がかかるのと、麴が多く入っているのが特徴です。赤は皮をむかずに仕込むので、皮の部分に多くふくまれている旨み成分や深みとなる味の素が入っています。

信州味噌は白いタイプの塩分が効いたものが特徴で、麴がたっぷり入っていて、甘くて、上品で、やさしい味わいが特徴です。雪娘は、味噌が大量生産される過渡期に、いち早く高級路線を打ち出した商品です。



雪娘。大豆の皮をむいて仕込む白味噌と、皮をむかずに仕込む赤味噌がある

当時はまだ一般的だった家庭で仕込む味噌と比べると、技術が確立されない大量生産の味噌の味は劣る点も多かったようです。

そこで、味と品質を上げて、大量生産でも美味しい味噌を目指したのが雪娘です。当時は高かったかもしれませんが、今の価格は1kg 650円で、高級路線とはいえリーズナブルだと思います。

また、雪娘には発酵を抑制するためのアルコールが入っていない無添加の商品もあります。通常、流通している味噌には2%のアルコールが入っていますが、これによって菌のはたらきを穏やかにして、味噌が美味しく食べられ、かつ長持ちするように工夫されています。

一般流通させるのにはアルコールを添加するのは欠かせない技術ですが、味噌で一番大切なのは菌が生きていて動いていることです。それによって体の中の整腸作用などがよくなり、自分たちが元気になる源になってくれます。

無添加（アルコールが入っていない）の雪娘は味噌樽の中でも空気に触れにくい中心部分から取り出されています。味噌の最大の利

点が味わえる味噌の中でも特上の部分で、その分値段も高くなってしまいますが、機会があれば是非一度食べてもらいたいと思います。

しかし、一般流通するのは難しいのが現状です。なぜなら、菌が活着しているため、日数が経つとパッケージが膨らんでしまい、見た目も悪くなってしまふからです。冷蔵保存しないといけないというのも流通できない大きな理由です。しかし、菌がそのまま入っている利点は多く、例えば豚肉を味噌につけておく場合だと、無添加の味噌の場合は肉の柔らかさが格段に違い、うまみも凝縮されます。菌が活着している様子を実感できるはずです。

最近、私が取り組み始めているのは「愛の味噌シリーズ」です。コンセプトは一般の家庭でいつでも味噌が食卓にあってほしいと願ってつくりました。テスト販売が終了して、パッケージがきて、昨年11月くらいから販売しています。現在は中央高速道諏訪湖サービスエリアとガラスの里で販売しています。種類は、梅みそ・ハバネロ・燻しみそ・納豆みその4種類です。

納豆みそはご飯につけてもらうように考案しました。納豆はもともとエネルギーもあって、アミノ酸の含有量も高く、味噌と合わせることでさらにその効果が上がることがわかっています。ハバネロはスープや麺類、お鍋の薬味としても重宝します。ゆずこしょうの代わりに使ってもらうと良いアクセントになります。燻しみそは、お酒のアテとしてとっても合います。テスト販

売でも一番人気でした。桜のチップで、無添加の赤味噌を2時間くらいかけて、じっくりスモークしています。最後に味を整えるのに使わせてもらったのが、同じ市内にある酒蔵 高天さんの日本酒です。日本酒をいろいろ買って試してみたのですが、高天さんのお酒が一番しっくりきました。地元素材とのコラボレーションした商品でもあります。

このシリーズが他の味噌調味料と違う点は、加工する時に火を通してないことです。非加熱にすることで味噌の菌を生きのまま摂ってもらえる。女性目線で、女性をターゲットに作っています。食べて、健康で、キレイでいられること。それをサポートできるのは、味噌の力だと思っています。

愛さんの今後の活動

今後は新商品を含めて、各家庭に当たり前に味噌があることを目指します。昔は味噌と米とお漬物があれば生活できた日本人なので、原点復帰という意味も含めて味噌を普及していきたいと思っています。そして、食材としてだけでなく、味噌があれば



喜多屋味噌醸造所に併設された直売所。ここでは無添加の「雪娘」も販売している

健康でいられるというのも伝えていきたいポイントです。朝、味噌汁を飲むだけで1日元気に過ごせるなど、昔から日本人が当たり前にやっていた味噌の活用方法を伝えていきたいと思います。

今では科学的に証明されていることも多くあります。例えば、味噌を食べている子供の方が集中力が高いという研究結果も出ています。また、味噌にはアミノ酸が多く含まれており、疲労回復効果もあります。特に麴が多く含まれている白味噌はGAVA（アミノ酪酸）の含有量も多く、リラックス作用があるといわれています。朝は赤味噌でアミノ酸をたっぷりを摂って活動できるエネルギーにしてもらって、夜は甘みの強い白味噌で疲れをとって体をいたわるのもいいかもしれません。

大豆は畑のお肉と言われるくらい栄養価も高く、体にいいことは知られています。ただ、大豆のままだと栄養価が吸収されにくい面もあります。味噌は、菌の働きで発酵している分だけ体に取り入れやすく、エ

ネルギーにもなりやすくなっています。

味噌を勧めると塩分の問題を気にされる方が多いのも事実です。ただ、実は塩分はそれほど問題ではありません。なぜなら味噌は発酵しているのです、同じ塩分を含んだ塩をそのまま摂るよりも30%ほど塩分吸収率が低くなることがわかっています。コーンスープ1杯の塩分含有量が0.8g、味噌汁は1.1～1.3gくらい。味噌だと塩分が30%カットされると考えると、塩分量はほとんど差がありません。

また、塩分は長寿の大敵だと言われていましたが、平均寿命日本一の長野県をみると塩分摂取量は全国で4位か5位くらいと高いのです。それでも長生きされている方が多いということは、味噌から塩分を摂ることによって塩分の吸収率が抑えられているのかもしれません。塩分を気にして味噌を摂っていない方にも、最近の研究成果などを踏まえて味噌の効果をお伝えしていきたいと思っています。

FOODEX JAPAN 2016への 出展結果について

雑穀輸入協議会

国連による2016年「国際マメ年」制定を踏まえ、当協議会では、去る3月8日（火）～11日（金）に開催された食品産業界で最大級のイベント「FOODEX JAPAN 2016」に「世界の豆」をテーマに、前回に引き続き参加しましたので、その結果を報告いたします。

1 「FOODEX JAPAN／国際食品・飲料展」の開催概要

1976年から毎年開催しているアジア最大級の国際食品・飲料展示会であり、2016年で41回目を迎えました。今回は出展者数が過去最多となるなど食品の国際取引の活発化を示す盛況ぶりでした。

正式名称：FOODEX JAPAN 2016（第41回国際食品・飲料展）

開催期間：2016年3月8日（火）～11日（金）10:00～17:00（最終日16:30）

開催場所：幕張メッセ（JR京葉線海浜幕張駅下車）千葉市美浜区中瀬2-1

予定来場者数：76,532名（2015年実績：77,361名）

出展者数：3,197団体うち国内1,262、海外1,935（2015年実績：2,977団体（国内1,166、海外1,811））で過去最多

出展参加国：78ヵ国・地域（2015年実績79ヵ国・地域）

主催：一般社団法人日本能率協会ほか5団体

後援：外務省、厚生労働省、農林水産省、観光庁ほか

2 雑穀輸入協議会の出展の概要

前回「FOODEX JAPAN 2015」に引き続き、「国際マメ年」制定を機に当協議会に設置された国際マメ年推進委員会において出展計画を作成し参加しました。

出展のテーマ、ポイント等も前回と同様とし、「国際マメ年」のさらなる認知度浸透を目指し



試食提供の様子

ました。

(1) 出展テーマ：世界の豆

(2) 出展のポイント

- 2016年「国際マメ年」の認知度アップ
- 世界の多様な豆類の紹介
- 豆の栄養と機能性のアピール
- 世界の主要な豆料理の紹介

(3) キャッチコピー

前回同様、「豆は、あなたの元気と健康の源！（Pulses make you stronger & healthier）」

(4) 出展内容

以下のコーナーにおいて、豆に関する各種の展示、資料配付、試食等を行いました。

○2016年「国際マメ年」コーナー

「国際マメ年」のロゴ入りタペストリーの展示とともに、リーフレットなどの「国際マメ年」にアピール用グッズを配布しました。

○世界の多様な豆類のコーナー

世界各地で生産、流通、消費されている様々な豆の標本を展示して紹介するとともに、国内外で生産される主要な豆を、「国際マメ年」をアピールするロゴ入りの小袋に入れて配布しました。

展示および配布した品目は次のとおりです。

【展示（14種類）】

ファバビーン（皮付き）、大粒そらまめ、トラッパーピース、緑豆、ブラックマッペ、バタービーンズ、ベビーライマビーンズ、グレートノーザンビーンズ、赤竹小豆、ペインビーンズ、サルタニアビーンズ、ピントビーンズ、ブラックアイビーンズ、赤えんどう

【配布（18種類）】

天津小豆、カナダ小豆、マローファットピース、大白芸豆、アルビアビーンズ、大手亡、大黒花芸豆、ささげ、うずら豆、ダークレッドキドニービーンズ、カリオカビーンズ、ブラックビーンズ、ひよこ豆、レンズ豆（赤、ブラウン）（以上国外産）

北海小豆、とら豆、金時豆（以上国産）

○豆の栄養・機能性コーナー

豆の持つ優れた栄養・機能性についてまとめた冊子やリーフレットの配布や主な豆加工品サンプルを展示しました。

○世界の主要な豆料理のコーナー

煮込む、揚げる、炒めるなど様々な調理法により世界各地で食べられている豆料理

を解説した冊子を配布して紹介しました。

配布したパンフレット、リーフレット類は次のとおりです。

★Beans in the World 世界の豆料理いろいろ（日本豆類協会）、★3Step豆クッキング by ヤミーさん（日本豆類協会）、★「豆」元気、きれい。（日本豆類協会）、★かんたん！乾燥豆 ゆで方入門（日本豆類協会）、★カンタン豆料理（全国穀物商協同組合連合会）、★国際マメ年リーフレット（2種類：日本豆類協会、FAO）

また、前回も好評であった試食、試飲コーナーでは、

★アン・かのこ入りヨーグルト（小豆）、★とら豆・大地の煮込み（とら豆）、★十六穀とら豆ご飯（とら豆、小豆、黒大豆）、★カレースープ（とら豆、レッドキドニービーンズ、大手亡）、★コンソメスープ（大手亡、ひら豆）、★クラムチャウダー（大白芸豆、レッドキドニービーンズ）、★小豆茶、★もなか のほか、えんどう豆のスナック、うぐいす煎り豆などを提供し、いずれも好評でした。



クラムチャウダー

特に北海道訓子府の石川農場・石川シェフによる大地の煮込み、カレースープ、コンソメスープ、クラムチャウダーを食べた方々から、「おいしい」、「豆の新しい食べ方を知った」、「使用されている豆が配布されている中にあるなら欲しい」という方の声を多く聞き、今回の出展目的にかなうものとなったと実感いたしました。

今回のブースは、隣のブースの壁のため閉塞感があるものとなり、当初心配しましたが、期間中は食品加工業、流通業を始め、多くの方々に来場していただきました。

試食・試飲会では行列の出来る人気ぶりで、豆のおいしさ等を再認識していただいたものと思っております。

また、前は普及啓発用パンフレット等が不足し、来場者に十分な情報提供が出来ませんでした。今回は十分な量を提供していただき、様々な豆料理やそのレシピ、豆の持つ機能性などを伝えることができました。

当協議会における「国際マメ年」に係る最大のイベントとして出展した2回の「FOODEX JAPAN（国際食品・飲料展）」ですが、この経験を豆類消費啓発の促進のため、本年12月までの「国際マメ年」の活動に、また、その先の活動に生かすことが出来ればと思っています。

最後に、「FOODEX JAPAN（国際食品・飲料展）」出展に当たり、協力していただいた皆様方に厚く御礼を申し上げます。

外食産業等と連携した農産物の 需要拡大対策事業の推進について

(一社) 全国豆類振興会

1 事業の背景と趣旨

TPPによる新たな国際環境の下で、国産農産物の競争力を強化し、需要フロンティアの開拓を図る対策が、「総合的なTPP関連政策大綱」に即し、平成27年度補正予算で打ち出され、「外食産業等と連携した農産物の需要拡大対策事業」として農林水産省が実施しています。この事業は、産地と外食・加工業者等の連携により国産農産物を活用した新商品の開発やそれに必要な技術開発等を支援するものです。

2 全国豆類振興会における取組

標記事業については、農産物の各分野別に関係団体が事業の推進に取り組むことができるようになっており、「豆類」（小豆、いんげん等）の分野については、当会が農林水産省の公募要領に基づき、応募し、3月上旬に実施主体として承認を受けました。

当会では、早速事業の推進に取り組むこととし、豆類の関係団体等に対して説明会を行うとともに、HP（全国豆類振興会・「豆の日」普及推進協議会）に外食・加工業者等に対して新商品開発等事業への取組、応募を求める公募を開始しました。3月の第1回の公募は終了しましたが、この事業は予算が繰り越しになったことから、引き続き事業を推進し、6月24日（金）から7月8日（金）まで第2回目の公募を行うことにしております。御関心のある方には応募方法など事業の詳細についてHPを見ていただきたいと思います。当会は、公募選定委員会で審査・選定を行った上で、予算の範囲内で助成を行っていきます。

3 新商品開発等事業の概要

本事業は産地と複数年契約を締結する加工業者等による新商品の開発や販路開拓の推進に対して支援し、その事業内容は、①新商品の開発・試作、②新商品の開発等に必要な技術開発等、③新商品のプロモーション、④原料原産地表示の促進です。

加工業者等の事業実施者の要件、事業の支援内容については、以下の表を参考にさせていただくとともに、その詳細についてはHPにある事業実施要領を見て下さい。

事業実施者(外食・加工業者等)の要件

- 1**

外食・中食・加工業者等又は外食・中食・加工業者等と行政等により構成する協議会※¹であること。

2

国産農産物を活用した**新規性のある商品の開発、製造及び販売を行う事業者**であること。

3

安定的に国産農産物を原料として供給することができる能力のある**複数の生産者※²又は生産者団体と原材料の供給契約を締結※³**すること。

4

本事業で開発した商品は、**商品の包装等に国産農産物を使用している旨を表示**すること。

5 【成果目標】

事業実施年度の**5年後**（目標年度は平成32年）に**取り扱う国産農産物の使用量を10%以上増加**させること。

※1 都道府県又は市町村が構成員となっており、本事業の実施に必要な指導及び協力が確実に得られること。

※2 契約を締結する生産者は、当該地域の1戸当たりの平均作付面積を超える者又は今後3年間でこれを超える計画を有する者とする。

※3 原材料の供給契約は、事業実施年度の翌年度から3年以上の期間とし、本事業の実施年度中に締結すること。

事業実施者(外食・加工業者等)への支援内容

国産農産物を活用した新商品の開発のためのニーズ調査、新商品の開発、新商品の製造に必要な機械の開発・改良等を支援。

事業内容	補助率
・新商品の開発のための検討会の開催	定額
・新商品の開発のための企業・消費者等のニーズ調査	定額
・新商品の開発に必要な試作(必須)、試作品に係るパッケージの開発等	定額
・試作品の評価検討会の開催	定額
・新商品の製造に必要な機械・貯蔵用機械・販売用機械の改良(保有機械の改良経費) ・新商品の製造に必要な機械・貯蔵用機械・販売用機械の開発・改良(開発・改良経費) ・開発・改良した機械の導入(購入費又はリース費(機械の貸付主体を通じた助成))	1/2以内
・開発・改良した機械を用いた試作品の製造	定額
・試作品のPRのためのパンフレット等の作成、広告・宣伝	定額
・試作品の試食・商談会等の開催	定額
・試作品の原料原産地表示に向けた検討会の開催	定額
・試作品の原料原産地表示に必要な自動ラベル貼付機器等のリース(リース費(機器の貸付主体を通じた助成))	1/2以内

※補助対象経費

会場借料、会場設営費、通信運搬費、借上費、印刷製本費、広告・宣伝費、情報発信費、資料購入費、原材料費、消耗品費、委員旅費、調査旅費、謝金、委託費、役員費、備品費、雑役務費(手数料、印紙代)、整備費

※試作品や試作品の商品説明資料(パンフレット等)は、販売することはできません。

「見る・知る・食べる、和菓子を愉しむ集い」に 参加して

(公財) 日本豆類協会

平成28年2月16日、都内のホテル会場において、「見る・知る・食べる、和菓子を愉しむ集い」が開催されました。競争率は約5倍となり、400名の方々に参加いただくことができました。今回の催しは、消費者の方々に和菓子の文化や商品特性、技術の公開、健康性等への理解を深めていただくために、全国和菓子協会等が行っている啓発活動で、全国各地で延べ24回開催しているものの一つです。

まず、全国和菓子協会の細田会長の開会挨拶の後、同協会の藪専務理事から「和菓子の文化と健康性」と題して、五感で愉しむ和菓子と原材料の小豆の健康性と機能性について、約1時間講演（第1部）が行われました。

この中で、和菓子、小豆の優れた健康性、機能性のみならず、和菓子と五感の関係、なかでも嗅覚に関しては、和菓子に香りが少ないのは、和菓子の基本が“お茶席でのもてなし”であり、お茶の香りを超えないことと関わりがあるとのこと。また、和菓子の聴覚での愉しみとは、お菓子の名前（菓名）、その由来を聞いて愉しむことであることを知り、和菓子の奥の深さ、魅力を再認識したところです。

続いて、講演会場と隣接の場所で第2部の「和菓子でパーティー」が開催されました。参加者は足早に試食場所に向かい、お目当ての和菓子を自由に食してその美しさ、おいしさを堪能していました。パーティー会場では、著名な老舗和菓子店の銘菓の提供、試食に加えて、和菓子職人による和菓子作りの実演もあり、その技と出来映え、おいしさに参加者から賞賛の声があがっていました。特に、優秀和菓子職（全国和菓子協会が制定する「選・和菓子職」で優れた技術を有すると認定された和菓子職人）の実技の的確さ、美しさは、和菓子を芸術品の域に高める原動力の一つであると実感しました。

日本の伝統と文化により培われてきた和菓子の魅力、おいしさを参加者に十分伝えられたイベントであり、今後とも関係者の理解と協力の下、継続されることを期待します。



「講演」の状況



「和菓子でパーティー」の状況

第35回豆まつり (TOKACHI BEANS FESTIVAL) の開催について

(公財) 日本豆類協会

平成28年3月6日(日)、帯広市のとちプラザにおいて、第35回豆まつりが開催されました(主催：豆まつり実行委員会、共催：帯広市・帯広商工会議所)。

このイベントは、十勝地域の歴史や文化、地域産業と強く結びついている「豆」をテーマに、農商工や観光業などの産業界が連携して、地産地消や地域住民の郷土意識向上、地域産業活性化などを推進し「豆王国十勝」のさらなるパワーアップを図ることを目的とするものです。

当日は、地元バトンクラブの華やかな演技で始まり、高品質な十勝産小豆や大正金時などが市価の半値で即売され、地元加工品の販売、北海道ホテルシェフによるマメ料理の無料配布など、豆を用いた様々な催しが行われました。特に試食会では、手亡豆のドライカレーと小豆・大豆・枝豆入り蒸しパンが4百食分用意されていましたが10分で完了となりました。

会場では、国際マメ年のPR、ビンゴゲームと組み合わせた豆クイズ、豆料理のテキスト配布、豆料理講習会など消費者への普及啓発活動が行われました。

豆のはり絵、豆射的、枝豆飛ばし選手権など子供向けゲームも多く、子供から大人まで楽しめるイベントが盛り沢山でした。

豆まつりは35年目を迎え来場者は2千人を越え、今や十勝の名物イベントとなっており、新聞、テレビなどでも紹介されています。

十勝豆まつりが豆類の需要拡大と地域振興に一層寄与し発展していくことを期待します。



豆の即売会



豆料理の試食

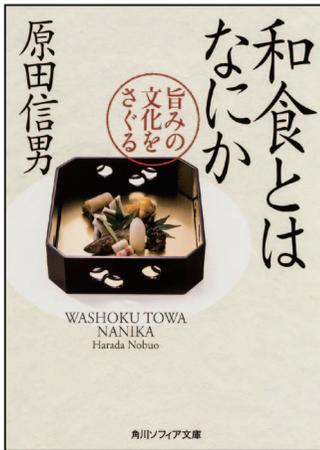
本 棚

後沢 昭範

「和食とはなにか」

原田信男著

株KADOKAWA、平成26年5月発行、251
ページ、800円



和食ブームの到来

いま「和食」がブーム。平成25年暮れ、ユネスコの「無形文化遺産」に登録されて国際的にも注目され、海外一流シェフの賛辞や和食レストランの繁盛記、国際博覧会の日本館大入り等が報道され、貿易統計では、日本からの食材輸出が増えています。

政府の後押しで、27年2月に「一般社団法人和食文化国民会議」が設立され、“和食文化の保護・継承活動”が本格化し、28年3月決定の「第3次食育推進基本計画」

では、“伝統的な食文化の継承に向けた食育”が新たな重点課題になりました。農林水産省の28年度予算でも「和食の保護・継承事業」や「地域食文化魅力再発見食育推進事業」等が計上されています。“いい日本食”ということで、11月24日は「和食の日」です。

和食とは何か

誠に結構なことですが、改めて“和食とは何か”と考えると、具体的な定義は意外に難しいことに気がきます。

祖母の手料理、ご飯・味噌汁・漬物に野菜の煮物と焼魚。あまり縁のない高級料亭の会席料理、滅多に訪れない禅寺の精進料理、テレビで見る古式豊かな包丁式。ポピュラーなところでは外国人に定番の寿司・天ぷら・すき焼。どれも和食らしいのですが、決め手は何なのでしょう。

その疑問にピッタリの1冊があります。「旨みの文化をさぐる」を副題とする本書。〔はじめに…和食とは何か〕と〔おわりに…和食の将来〕に挟まれて〔i 米と魚の文化…和食の源流〕から始まり〔ii 神へのおもてなし…和食の原型〕〔iii 外来の料理…

和食と中国〕〔iv 旨みの食文化…和食の成立〕〔v 旨みの創出…和食を支える工夫〕〔vi 楽しみとしての江戸の料理…和食の発達〕〔vii 新たな料理へ…和食の近代と現代〕までの7章から成ります。

著者は国士舘大学教授で、日本文化論・日本生活文化史を専攻。多数の著書があり、『江戸の料理史』（中公新書）でサントリー学芸賞、『歴史の中の米と肉』（平凡社）で小泉八雲賞を受けておられます。

本書から・和食とは…

著者は言います。「和食の定義は難しい」、「和食とは“日本独特のもので外国にはない料理”という規定が可能かも知れない」、「一般的なイメージとしては、米のご飯に汁と漬物がセットになっていて、これに主菜と二つ程度の副菜が付いて、いわゆる“一汁三菜”が基本となる」、「汁や菜の調味に出汁（だし）を用い、独自の展開を遂げた味噌や醤油で香りや風味を引き立てながら、自然の素材を生かした料理を作り上げたところに和食の最大の特徴がある。しかも、素材を大切にするとところから、生食が発達し、料理そのものに必要以上に手を加えないという工夫がなされている」と。

また、歴史的に肉食を排除して来たので“中心的な菜は魚介類であったこと”、四季があり、様々な野菜等が用いられるところから“旬（しゅん）が重要視されること”、結果として“油を多用しない、低カロリーの健康食になっていること”等も大きな特徴とされます。精神的な特色として“もて

なしのこころ”が挙げられています。

歴史の中から生まれた和食文化

こうした和食のイメージと特色は、長い歴史の中で作り上げられて来たものです。それだけに、和食を理解するには、源流を遡り、日本という国の地理的条件、成り立ちから始まって、国の姿や文化の変遷を理解し、その中で営まれ、発展して来た“食文化の姿”として捉える必要があります。

ここで研究者を悩ますのは、史料が極めて少ないことです。食の世界には“階層性”、要は身分や貧富の差が付いて回ります。庶民の食事と高度な様式を伴う頂点的な料理の間には大きな落差があり、個人でも、日常の食事とハレの料理とでは大分違うでしょう。庶民の日常茶飯までは記録されません。古文書等に残るのは、後者に属するものです。それでも、同じ国、同じ時代であれば、両者に通底するものはあり、また、時代とともに、その差は縮まって来ます。

料理様式の歴史を追うと、神饌料理、大饗料理、精進料理、本膳料理、懐石料理、会席料理の順で6様式が登場します。著者は、これらの変遷を手掛かりに、“和食とは何か”を浮き彫りにして行きます。

米の文化と麦の文化

著者は、まず和食の源流として、麦と対比させながら“米の文化”を取り上げ、そこから本論に入ります。改めて両文化を見ると、その違いと、その必然性は歴然としています。

冷涼乾燥で、畑と草原が広がれば、麦作と牛・羊の牧畜が結び付き、麦文化は粉食の麦とミルク・肉の組み合わせとなります。一方、温暖湿潤で、豊富な水と水田が広がれば、稲作と漁労、雑食の豚が結びつき、米文化は粒食の米と魚をベースに豚肉が加わります。調味料も、麦文化では、バター・チーズ・クリーム等の乳製品やスープストック、対して米文化では、発酵調味料の魚醤や穀醤です。菓子なら、小麦粉とバター・砂糖、対して米粉と餡・砂糖と来ます。

大括りで見ても、麦文化と米文化とでは、異質とも言える大きな違いがあります。更に、その米文化の中で、日本の「和食」という、特異な食文化を、古文書等にある“様式料理の変遷”から探って行きます。

様式料理の変遷

i.最も古い料理様式は神社に伝わる「神饌料理」とされ、和食の原型を垣間見ることが出来ます。神への“おもてなし”のために、米・野菜・魚等を美しく盛り付けて捧げ、その後、直来（なおり）として食べることで“神人共食”が成立し、願いが通じるとされます。なお、古来の神饌は、神と人が食べることから、蒸物（むしもの）・茹物（ゆでもの）・和物（あえもの）等の調理された熟饌（じゅくせん）でしたが、明治時代に国家神道として祭式が整備される際、生饌（せいせん）に改められ、今日に到っているとのこと。

ii.平安時代に「大饗料理」が登場します。高級貴族が催す特別な大宴会で、大きな

テーブルにずらり着席した貴族達の前に、それぞれ1人分の料理が置かれます。料理と言っても、酢で締めた生物（なまもの）や干物、時に蒸物や茹物を小さく切って皿に並べたものです。飯の横の手塩（てしお）皿（さら）に塩・酢・醬をお好みで調合し、つけて食べます。箸（はし）と匙（さじ）を使います。ある正月大饗の記録では、ランクによって違いますが、最上位の席には20種類以上も並んだそうです。皿数は常に偶数で、中国の影響を受けています。

iii.鎌倉時代になると調理技術が格段に進歩し、禅宗寺院で発達した「精進料理」が登場します。肉食禁忌の下で、植物性食品を動物性食品に似せる工夫が凝らされ、大豆（豆腐等）や胡麻が多用されます。これまでと違い、食材や食品はしっかりと味付けされています。ここを境に、日本の料理史は大きく展開します。なお、日常の、鎌倉武士の食生活はとても質素です。

iv.室町時代になると、武士の儀式料理として「本膳料理」が登場します。奇数の皿を並べた膳が一献（こん）、二献…十献…と次々に出され、能を觀賞しながら、料理を摘まみ、酒を飲み、宴は夕方から翌朝まで延々と続きます。本膳料理は、出汁（だし）の発達と包丁流派の成立を招きました。昆布出汁は精進料理にもありましたが、更に鰹節が考案され、その出汁も使います。また、日本の料理文化の特色の一つは“切る技術”です。鋭い包丁で切る儀式をベースに、武家の包丁流派が成立します。室町時代は、茶道、華道、香道、畳、書院造り

等々、今で言う日本の伝統文化が成立しました。

v. 戦国時代には、茶の湯と結びついて「懐石料理」が生まれます。本膳料理では、前以て作り置きし、当日は冷めたものが多かったのですが、懐石料理では温かい料理を出します。茶の湯では“一期一会”の思想があり、人との出会いを大切にします。茶を飲む前に頂く懐石料理には、旬の最高の素材を用いることが約束事です。器も含めて見た目も美しく、茶室のしつらえにも心を配り、簡素で少量ですが、美味しいものを美味しいうちに出します。“もてなし”の思想を高度に集約させ、料理の最高の演出をするのが懐石料理です。“一汁三菜”の基本型が出来、和食が完成を見ます。

vi. 江戸時代に入ると、和食は社会的に大きく広がります。“料理屋が発達”し、お金さえ払えば、誰でもいつでも自由に食べられるようになりました。それが「会席料理」です。懐石料理のお茶が酒に替わり、もっと気楽な雰囲気になったものとも言えます。会席と即席があり、会席は予約、即席はその場で選ぶ本日のメニューです。

また、料理本の出版により、それまでは秘事口伝だった料理の知識と技術がオープンになりました。「豆腐百珍」や「大根百珍」等、遊びとして料理を楽しみます。大食いや大酒飲みの会も開かれ、物見高い江戸っ子の評判を呼びます。

更に、家内工業的ですが、各地で、素封家による味噌・醤油等の“発酵調味料の大量生産”が行われるようになり、一層身近

なものとなりました。江戸時代は“楽しみとしての和食文化が庶民にまで広がった”時代です。

進化する和食

実は、「和食」や「日本料理」なる言葉は、欧米文化の流入に対応して作られた、明治維新後の造語です。では、“それ以前の食事スタイルが和食か”となると、そう単純ではありません。明治以降、日本流のカレーライス、ラーメン、カツ丼等々、ルーツは別として、日本にしかない料理が生まれ、普及しています。多分、これらも和食ということになるでしょう。「和食」は時代とともに変化しており、これからも変化し、多様化して行くでしょう。考えてみれば、寿司、天麩羅、すき焼き等も、過去に同様の経過を辿って、日本的な工夫が加えられ、和食の代表格になったものです。

読み進むにつれ、時代を追って、「和食」なるものの輪郭と、通底するものが徐々に浮かび上がって来ます。日本という国の風土…歴史…文化…食…と、時には鳥瞰図の様に広がり、時には絵巻物の様につながって、引き込まれる1冊です。

資料箱

「和食：日本の伝統的な食文化…ユネスコ無形文化遺産」農林水産省HP、平成25年12月発表

暫く前になりますが、2013年12月、ユネスコの「無形文化遺産」に「和食」が登録され、明るいニュースとして報道された

ことは、ご記憶にあると思います。この頃から「和食」ブームが本格化しました。

無形文化遺産とは

「無形文化遺産」とは、“芸能や伝統工芸等、形のない文化であって、土地の歴史や生活風習等と直接関わっているもの”とされます。ユネスコの「無形文化遺産保護条約（2003年）」では、“これらを保護し、相互に尊重する機運を高める”ために「登録制度」を設けています。締約国からの提案を受けて、審査の上、政府間委員会で採否を決定し、「人類の無形文化遺産の代表的な一覧表（代表一覧表）」に登録される仕組みです。

2016年1月現在、336件が登録されており、日本からは、能楽・人形浄瑠璃文楽・歌舞伎・雅楽等の〔芸能〕、結城紬・和紙等の〔伝統工芸技術〕、日立風流物・京都祇園祭の山鉾行事等の〔社会的慣習・祭礼行事〕など22件があります。

また、特に、食に関するものとしては、フランスの美食術（フランス）、メキシコの伝統料理（メキシコ）、地中海料理（スペイン等）、ケシケキの伝統（トルコ）、キムジャン：キムチの製造と分配（韓国）、トルココーヒーの文化と伝統（トルコ）、そして和食（日本）等があります。

なお、「無形文化遺産」に対して「有形文化遺産」がありますが、こちらは、同じくユネスコの「世界遺産条約（1972年）」に基づくものです。「世界遺産制度」として運営されており、「文化遺産」、「自然遺

産」、「複合遺産」等があります。

日本からの提案内容は

さて、日本提案の正式名称は「WASHOKU; Traditional Dietary Cultures of the Japanese—notably for the celebration of New Year—」、原語名称は「和食；日本の伝統的な食文化—正月を例として—」です。つまり、「和食」を“自然の尊重という日本人の精神を体現した、食に関する社会的慣習”として提案しています。

そのポイントとして“i 新鮮で多様な食材とその持ち味の尊重、ii 栄養バランスに優れた健康的な食生活、iii 自然の美しさや季節の移ろいを表現した盛りつけ、iv 正月行事などの年中行事との密接な関わり”の4点を挙げています。

ユネスコの政府間委員会では日本からの「和食の提案」を以下の様に理解し、代表一覧表への登録を決定しました。以下は「委員会決議文」（文化庁仮訳）の一部です。

「『和食』は、食の生産、加工、調理や消費に関する技能、知識、伝統に基づく社会的慣習である。それは、自然資源の持続的な利用と密接に関わる自然の尊重という根本的な精神に関連している。和食に関する基礎的な知識と社会的・文化的特色は、正月行事にその一典型を見ることができる。日本人は、新年の神々を迎えるため、餅つきをし、また、縁起ものとしての象徴的な意味を持つ、新鮮な素材を使い、美しく盛りつけられた特別な料理を準備する。これらの料理は、特別な器に盛られ、家族やコ

コミュニティが集って食される。地域で採れる米、魚、野菜、山菜等といった自然の食材がよく用いられる社会的慣習である。家庭料理における適切な味付けその他の「和食」に関する基本的な知識や技術は、家庭で家族が食事を共にする中で伝えられるものである。また、草の根グループや学校の教員、料理のインストラクターも、フォーマル及びノンフォーマルな教育や実践を通じ、知識及び技術の伝承を担っている。

格調の高い決議文を読むと、改めて、日本の伝統的な慣習であり、文化である「和食」について考えさせられます。

審査経緯、登録内容等の詳細は、以下のアドレスからご覧下さい。農林水産省の公式サイトです。登録後に作られたパンフレット『和食』、『WASHOKU』も掲載されています。

<http://www.maff.go.jp/j/press/kanbo/kihyo02/pdf/131205-03.pdf>

資料箱

「(一社) 和食文化国民会議の設立と活動」
和食文化国民会議HP 平成27年2月設立

設立の経緯と目的

「和食：日本の伝統的な食文化」のユネスコ無形文化遺産登録を受け、和食文化の次世代への継承に向けた国民的な機運を醸成して行くことが、それまで以上に重要になりました。このため、ユネスコへの申請時点に活動した「和食文化の保護・継承国民会議」を発展的に解散し、“将来に亘っ

て安定的・継続的に和食文化の保護・継承活動を展開して行く組織”として、平成27年2月に一般社団法人が設立され、同年4月から「(一社) 和食文化国民会議」(略称：和食会議)として活動しています。

会長は静岡文化芸術大学学長の熊倉功夫氏で、会員は正会員・賛助会員・賛同会員から成ります。入会は、会議の趣旨に賛同する法人、団体、個人いずれもOKで、具体的には、生産者、食品メーカー・フードサービス・観光業等の企業、地域の郷土料理保存会や食育団体、NPO、料理学校、学会・研究者等の食に関わる団体、地方自治体、個人等、幅広い構成となっています。仮事務所は都内台東区東上野です。

「和食会議」は“伝えよう、「和食」文化を！”をスローガンに、日本食文化の保護・継承とその魅力の発信を行っています。主な活動は以下の様です。

- ①和食の普及啓発事業
- ②和食の「技・知恵」の発信事業
- ③和食活性化推進事業
- ④和食の調査・研究並びに情報発信事業
- ⑤和食の保護・継承に関する諸活動のモニタリング事業

公式ロゴマークの設定、ホームページのアップ、メールマガジンの配信をはじめ、各種の広報活動を行っています。詳しくは「和食会議」の公式サイトをご覧下さい。具体的な活動内容や、全国各地で催される〔和食に関連する各種イベント〕等をご覧になれます。

[http://washokujapan.jp/_](http://washokujapan.jp/)

雑豆等の輸入通関実績

2016年(1～3月期)・2015年度

(単位：トン、千円)

	品名	相手国名	2016年1～3月		2015年4月～2016年3月	
			数量	金額	数量	金額
輸	小豆 TQ (0713.32-010)	中国	3,481	625,598	9,059	1,680,240
		ロシア	0	0	3	596
		カナダ	2,994	496,339	7,958	1,342,414
		アメリカ	187	32,355	643	121,775
		アルゼンチン	20	3,374	60	10,659
		オーストラリア	0	0	58	10,779
		計	6,682	1,157,666	17,781	3,166,463
	そら豆 TQ (0713.50-221)	中国	1,898	298,861	3,604	601,211
		イギリス	21	1,676	42	3,167
		ポルトガル	0	0	79	23,901
		ポリビア	0	0	7	2,759
		エチオピア	0	0	23	1,887
		オーストラリア	115	9,920	1,003	99,576
		計	2,034	310,457	4,758	732,501
	えんどう TQ (0713.10-221)	中国	21	1,730	21	1,730
		イギリス	1,590	180,907	3,697	459,231
		オランダ	0	0	1	764
		ハンガリー	191	21,063	191	21,063
		カナダ	2,508	241,268	8,093	797,586
		アメリカ	805	102,632	2,855	382,115
		オーストラリア	132	7,781	592	52,953
		ニュージーランド	215	23,621	709	99,757
		計	5,462	579,002	16,159	1,815,199
いんげん TQ (0713.33-221)	中国	464	79,074	1,430	279,008	
	タイ	0	0	20	1,878	
	ミャンマー	0	0	63	6,831	
	インド	0	0	4	901	
	キルギス	21	3,243	42	7,133	
	カナダ	2,239	351,425	6,818	1,122,179	
	アメリカ	519	74,859	2,020	292,749	
	ペルー	38	9,334	82	17,292	
	ポリビア	0	0	149	17,973	
	ブラジル	95	16,678	207	35,331	
	アルゼンチン	234	16,422	492	39,431	
	南アフリカ共和国	0	264	0	264	
	計	3,610	551,299	11,327	1,820,970	
	その他豆 (ささげ属、いんげんまめ属) TQ (0713.39-221) (0713.39-226)	中国	715	189,270	2,108	576,234
タイ		284	40,828	461	71,684	
ミャンマー		693	55,193	6,865	696,342	
アメリカ		1,261	193,381	3,911	656,893	
ペルー		191	23,533	337	44,514	
計		3,144	502,205	13,682	2,045,667	
入	加糖餡 (調製したささげ属又はいんげんまめ属の豆 さやを除いた豆 加糖) (2005.51-190)	韓国	0	0	4	1,436
		中国	14,905	1,913,518	62,902	8,426,871
		台湾	0	0	18	4,199
		タイ	37	4,716	231	31,527
		フィリピン	106	15,646	498	74,369
		英国	9	1,269	63	8,446
		イタリア	0	0	5	567
		アメリカ	62	11,957	252	51,534
		計	15,119	1,947,106	63,973	8,598,949

編集後記

「総合的なTPP関連政策大綱」（平成27年11月25日 TPP総合対策本部決定）を踏まえ、平成27年度補正予算をはじめ、様々な施策が実施されています。その一つが「外食産業等と連携した需要拡大対策事業」です。この事業は、産地と民間企業等の連携により、国産農林水物を活用した新商品の開発やそれに必要な技術等を支援しようというもので、対象農産物は以下のとおりです。現在、関係全国団体が事業実施主体となって新商品を開発する外食・加工業者等を公募しています。

- 豆類（小豆、いんげん等）（一社）全国豆類振興会
- 茶等工芸農作物・いも類等甘味資源作物（公財）日本特産農産物協会
- 青果物（果実、野菜）（公財）中央果実協会
- 米（公社）米穀安定供給確保支援機構
- 麦（一社）全国米麦改良協会

この公募を円滑に進めるために、4月15日には熊本会場での説明会を予定していましたが、九州新幹線で熊本駅に着いたのが20時過ぎ。駅前のホテルにチェックインし、一休みして寝室の机でパソコンを操作している時に激しい揺れに襲われました。今回の熊本地震の前震（M6.5）で、震源地では震度7を記録しています。一瞬、ホテルの床が急に沈み込み、激しい横揺れが続き、とっさに部屋のカドに腕を当てて体を固定するのが精一杯で、揺れが収まるとテレビは床に転がり、壁の絵画はベッドの上に落ちていました。

このような地震被害にもかかわらず、翌日の説明会は予定の半数程度の方の出席を得て無事に終え、我々は予定通り熊本空港に向かいました。幸運にも予定よりも早い便に搭乗できたのですが、そのわずか数時間後に本震（M7.3 震度7）が発生、空港は閉鎖されました。振り返ってみると、予定通り説明会を開催したことは、極めて危険な状況であったと反省したところです。

現地では最初の地震から2週間近くが経過し、食料の供給には概ね目途がつくとともに電気や水道等のインフラの復旧が進んでいます。しかしながら、依然として余震は頻発しており、被災された方々の精神面の負担を考えると胸が痛みます。熊本城は、国の重要文化財の櫓が完全に倒壊するなど、石垣や建物に深刻な被害が出ています。熊本県は、トマト、スイカ、甘夏みかん、い草が日本一など、有数の農業県です。農業分野でもカントリーエレベーターや選果場の破損や圃場の地割れ、法面崩壊、農地の液状化など、大きな被害が出ています。「誉れの陣太鼓」は北海道の高級大納言を使用した粒餡をやわらかな求肥で包んだ美味しい熊本の銘菓ですが、阿蘇の工場が被災したため、製造を停止していると聞きます。この地域の人々の暮らしや産業活動、更に貴重な文化財が以前のレベルまで回復・修復するには、相当な時間と経費、人的リソースの供給が必要でしょう。我々に出来ることは限られていますが、一日も早い復旧を祈りたいと思います。（矢野 哲男）

発行

公益財団法人 日本豆類協会
〒107-0052 東京都港区赤坂1-9-13
三会堂ビル4F TEL：03-5570-0071
FAX：03-5570-0074

豆 類 時 報

No. 83

2016年6月20日発行

編集

公益財団法人 日本特産農産物協会
〒107-0052 東京都港区赤坂1-9-13
三会堂ビル3F TEL：03-3584-6845
FAX：03-3584-1757

