

自然薯栽培（北茨城方式）の現状と課題

地域特産物マイスター
北茨城自然薯研究会会長
山縣 繁一

1 北茨城自然薯研究会の発足

(1) 発足の経緯

- ・北茨城市は福島県との県境で太平洋側に位置し、人口は約47000人。漁業も盛んで、海岸寄りの平地では水稲中心の農業、7割を占める山間部では林業、畜産（肉牛）が行われている。昭和30年代は常磐炭田で栄えた。
- ・自然薯は野山に自生し、昔から天然のものを掘り取り食べていた。自身は子供のころからヤマイモ掘りが上手で、掘り取ったものは価値があった。
- ・昭和60年、山口県柳井市の政田農園主を招いて講習会を開き、20名ほど集ったが、いざ栽培を始めてみると、5人しか賛同者がなかった。
- ・当時は皆、自然薯の人工栽培では本物ができないと、思っていた。
- ・同年、出来た自然薯の試食会を行い、200人以上の参加者を集めて、その価値を認識してもらった。
- ・発足2年目で贈答品（ギフト）売上高1000万円を超えたが、栽培技術が未完成で、贈答用としての価値がある品物は50%~60%どまり。商品化率が悪く、安定しなかった。
- ・技術改良、品種の固定化、生産の安定性、生態の解明など多くの課題があった。

(2) 発足当初の課題

- ・当時の主な課題は以下のとおり。
 - ①形状の良いものの比率を高める工夫。
 - ②品質（ねばりなど）にバラツキがあり、これを均一化して品質向上を図ること。
 - ③栽培容器などコストを抑えることと、労力の軽減を図ること。

2 当初の課題への対応

(1) 品種の選抜・固定化

- ・山採りの種芋（ムカゴを含む）にはバラツキが多く、栽培上の安定化はほど遠く、優良種を固定することが課題だった。
- ・このため、昭和63年から3年間、茨城県からの助成（若者の里づくり事業 100万円）を得て、品種の比較、選抜に取り組み、優良種の選抜を行った。

【重視したポイント】

- 1) 風味、味、ねばり度などの優位性はもちろん、生産の安定化には人工栽培上、容器の中の過湿度への対応性を重視した。
- 2) 過湿への適応力が品質、形状のポイントとして捉えた。

※選抜後のウイルスフリー化に道が開かれる。（テレビが結んだ点と線）

品種を固定化（ウイルスフリー化で原種の確保へ道開く）し、平成5年頃から量産体制に入る

(2) 栽培容器の改良

- ・現在の工法に至るまでには、いくつもの試作と失敗があり、簡易で低コスト、軽労働の工法改善には約7年ほどかかった。
- ・畦シートを自前でカットして加工したものを用いることにより、1本当たり20～25円程度（市販品は1本あたり380円）のコストで、しかも10年以上使えるものとした。

(3) 簡易な作業体系の確立

- ・高齢者でも対応できること、設備投資が少ないことなどが必要。
- ・このため、栽培方法は、トレンチャーなどの機械を必要としない浅い溝（深さ15～20cm）で栽培できる方法に切り替え、管理機のネギロータリーで対応可能とした。

3 地域活性化と組織運営

(1) 地域活性化への道

- ・この指とまれのアイデアのみでは人は動かない
～やって、見せて、結果を出して、・・・～

※25年前に始めた6次産業化、農家レストラン、アンテナショップ

平成4年、アンテナショップとして、そば道場を開設

初年度の来場者3万人以上、売上高5000万円を超える

- ・平成12年、茨城県のキラリ園芸産地コンクール(小規模産地のグループ活動)で最優秀賞を受賞する。

※この受賞がキッカケで地域振興への情報公開（技術の開示）を求められた。

（当時、地元の20人の会員は全員、反対だった）

(2) 組織運営

- ・同年、準会員制度（パートナー会）を設立し、情報公開に踏み切る。県内中心に60人。13年は首都圏を含めて120人に拡大。（地元会員12人で指導員体制を作る）

【指導員制度】

- 1) 接客、熱心さ、人柄が売り。
- 2) 会員からの逆指名制度で種芋の販売権を持つルールを確立する。
- 3) この結果、農家の普通のじいちゃん、ばあちゃんが、先生と呼ばれ、生きがいと誇り、経済効果につながり、リッチなじいちゃん誕生へ。

4 販売戦略

- ・販売は当初はギフト中心。しかし、12月のみ販売が集中し、かつ、生産量と出荷量の調整に苦労し、組織一本化の販売戦略には無理があった。
- ・このため、会員自らが販路を広げる努力、販売活動を行うことに切り替えたが、顧客の取り合いなど、問題が出てきたため、以下の遵守ルールを作った。

【ルール】

- | |
|--|
| 1) 価格の値引きはしないこと。（統一価格とする） |
| 2) ギフト用の出荷箱の中味によるモデル品の公開などで顧客の満足度を高めるための工夫による競争をさせた。 |

- ・販売の多様化を図り、出荷時期の分散を図った。

| | |
|---------------|----------------------|
| 11月～ 12月 | イベントなどへの参加 ギフトの出荷 |
| 11月～4月（または周年） | 業務用販売の開発 |
| 3～5月 | 種芋の販売 |

※現在は、ギフトが10～20%、業務用販売が50%前後、種芋用出荷が40%前後。規格外品も含めて100%完売。若干、不足する年もあった。

5 全国展開（組織の飛躍）

- ・食べ物新世紀（NHK、当時、日曜日の朝6時15分からの30分番組）
平成14年2月14日、全国放映で大ブレイク。
放映初日から電話が鳴りっぱなし。
1ヶ月で1000件を超える問い合わせ。平成14年3月の講習会に350人が集まる。
- ・平成14年度、パートナー会員800人に拡大

6 現在の活動状況

～技術公開に伴う全国規模での技術指導と種芋供給のルール化～

- ・全国での指導を展開（パートナー会員制度）。自然薯栽培を通じて、全国各地でオンリーワンの人材育成、地域振興、特産品開発への道を拓く。

- | |
|-------------------------|
| ○栽培マニュアルの目録化 |
| ○技術体系のビデオテープ作成（30分×3本作） |
| 【技術編】 【講習編】 【改正技術編】 |

- ・全国各地で、生産販売が行われ、品質の評価も高まり、大量の受注も続き、月1000kg

以上、年間15t、求めて来る店も出現している。

- ・全国の会員（準会員）への技術指導は、高い技術を持つ指導員（現在12名）を選任し、その対応を任せている。
- ・種芋の供給は、全国の準会員からの指名制とし、技術のサービス、接客のサービス（講習会などでのセールス活動）などにより、その指名を受けた指導員が権利を持つこととしている。

〔参考〕 地元 北茨城自然薯研究会会員の構成

| | | |
|--------|-----|-----|
| 80歳以上 | 11人 | 31% |
| 70～79歳 | 14人 | 40% |
| 60～69歳 | 8人 | 23% |
| 50～59歳 | 2人 | 6% |

注：最高齢者は90歳（生涯現役）

【プロフィール】

山縣繁一（やまがた しげかず） 平成15年度 地域特産物マイスター
茨城県北茨城市在住（元 J A 職員、元北茨城市議会議員、元 J A 理事）
北茨城自然薯研究会会長

昭和60年 北茨城自然薯研究会を創立（当初5名）

平成5年 北茨城1号のウイルスフリー化に成功、安定生産体制を確立

平成12年 パートナー会員制度を創設（県内で60人）

平成14年 NHKテレビ「食べもの新世紀」で全国放映。
全国展開となり、会員が800人に急増。

平成27年 北茨城市内の会員は35名、栽培面積5ha、約10万本
生産販売高 約8000万円