

エダマメ「毛豆シリーズ」の産地化構想

中田嘉博・佐々木伸幸*

(青森県農林総合研究センターりんご試験場・*青森県農林総合研究センター)

Plan of producing station for Regional Green Soybean "Kemame series"

Yoshihiro NAKATA and Nobuyuki SASAKI*

(Aomori Prefectural Agricultural and Forestry Research Center, Apple Experiment Station

*Aomori Prefectural Agricultural and Forestry Research Center)

1 はじめに

青森県の地域特産エダマメの晩生種「在来毛豆」に加え、これを早生化した新品種「あおり豊丸」、「あおり福丸」が育成され、「毛豆」シリーズとして長期継続出荷による特産エダマメの産地化が可能となった。

このため、平成11年から実施した地域基幹研究「地域特産野菜を中心とした高付加価値化技術と生産・流通システムの確立」の中で、中山間地域における地域特産品として「毛豆シリーズ」を産地化するための生産・流通システムのあり方を検討したのでその概要を報告する。

2 試験方法

- (1) 試験年度 平成14～15年度
- (2) 対象地域 青森県上北郡横浜町
- (3) 調査・分析方法

研究対象地域における現地支援研究、技術開発研究及び現地実証試験の中で実施した先進地調査、栽培試験、販売試験などの結果を基に、「毛豆シリーズ」の産地化のための生産・流通システムの構想を策定した。

3 試験結果及び考察

(1) 研究対象地での生産・販売の実践

研究対象地における「毛豆シリーズ」の栽培は、実証試験担当農家1戸から平成14年には栽培農家が12戸、栽培面積が1haになり、販売は農協を通じた青森市中央卸売市場への出荷と町内の道の駅での直売の2ルートで行った(図1)。

系統出荷では試作した段ボール、包装袋を利用し継続して出荷した結果、仲卸に注目されて相対取引が行われ、市場販売価格は平均価格より高い価格で取引された。

平成15年には1.2haと拡大したが、冷害と台風の潮害により収量が大幅な減収となり、品質も劣ったことから市場出荷は不振であった。しかし、直売が好調であったことと、潮害莢をむき身して冷凍し枝豆餅や豆しとぎとして加工販売した結果、好評であったことなどから、栽培農家の生産意欲が高まり、15年12月には「毛豆の会」が設立され、産地化への取り組みが強化されることになった。

(2) 毛豆シリーズの経営モデル試算

毛豆シリーズの長期継続出荷のための作型は、品種をあおり豊丸、あおり福丸、在来毛豆の3品種、播種法をハウス育苗・移植と直播、被覆方法をトンネルマルチと無被覆、播種時期を4月上旬から6月上旬とし、早生

と晩生を組み合わせた品種の特徴を生かせるような作型を採用することにより7月下旬から10月上旬まで連続した収穫ができる。

これら作型について、青森市場出荷を前提とした作型別収益性を試算し、線形計画法により収益最大の経営モデルを検討した結果が図2及び表1である。

(3) 販売価格からみた販路の検討

青森市中央卸売市場への出荷と直売の農家手取り価格を比較すると、直売の方が有利であった(表2)。また、東京都中央卸売市場と青森市中央卸売市場の卸売価格は倍近い価格差があり、収益を確保するためには東京市場出荷が必要なることが明らかになった(図3)。しかし、東京市場出荷は一定量を継続出荷する必要がある、現状では産地としての定着が難しいが、産地規模拡大とともに東京市場出荷を検討する必要がある。

(4) 研究対象地における生産・流通システム構想

前述のような横浜町において「毛豆シリーズ」を産地化するに当たっての生産・流通システムを検討した結果が図1である。

栽培面積の増加に伴って、現在実施している系統出荷による青森市中央卸売市場出荷と地元だけの直売を、市場出荷では地場市場だけでなく東京市場の出荷を積極的に拡大するとともに小売用だけでなく業務用にも対応する方向へ、直売も道の駅店頭販売とインターネットやゆうパックを利用した宅配などを積極的に拡大し、銘柄産地として県外にも認識される方向が望ましい。

東京市場への出荷等の転換点は、青森市場の入荷量が年間120 t程度で、そのうち半分は県内産であるが、8月以降に集中している。このため、青森市場では1産地が栽培規模で3ha、出荷量15 t程度が限界と考えられ、これ以上の産地規模では東京都中央卸売市場やインターネットや宅配等での県外への販売対応が必要である。

そのためには、生産者サイドでは、定時定量出荷できる栽培面積の確保と作型別作付調整や栽培協定、機械施設利用などの体制づくりと実践、農協サイドでは、ネーミング、包装資材・量目等の統一、マーケティング活動の強化、市場・仲卸・小売のルート開拓と連携強化、直売活動では、インターネット販売、宅配等への取り組み、レストラン等への食材供給、加工グループと連携した加工品開発と毛豆関連商品の周年販売 など様々な取り組みが必要になる。

4 まとめ

これまで述べたように、新たな品目の産地化に当たって、農協のリードが成功の鍵を握っており、栽培農家と農協が丸一となって生産と販売の体制作りを進めていく必要がある。また、青森県では、「毛豆シリーズ」を

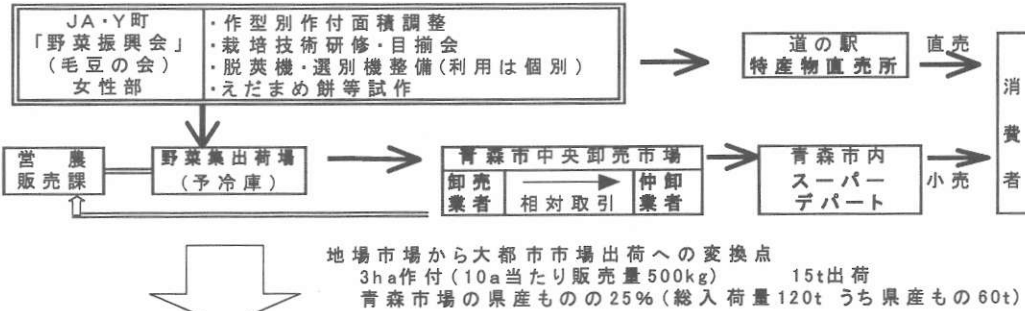
県の特産品として位置づけており、ネーミング、包装資材、マーケティング活動、出荷調整など全県的な取り組みも重要な課題となっている。

現在 (1.2ha)

※ 平成15年現在

作付戸数12戸、栽培面積1.2ha、販売量2.4t(冷害で収量減)

農協→市場 1.0t 道の駅直売 1.4t



将来(5ha以上)

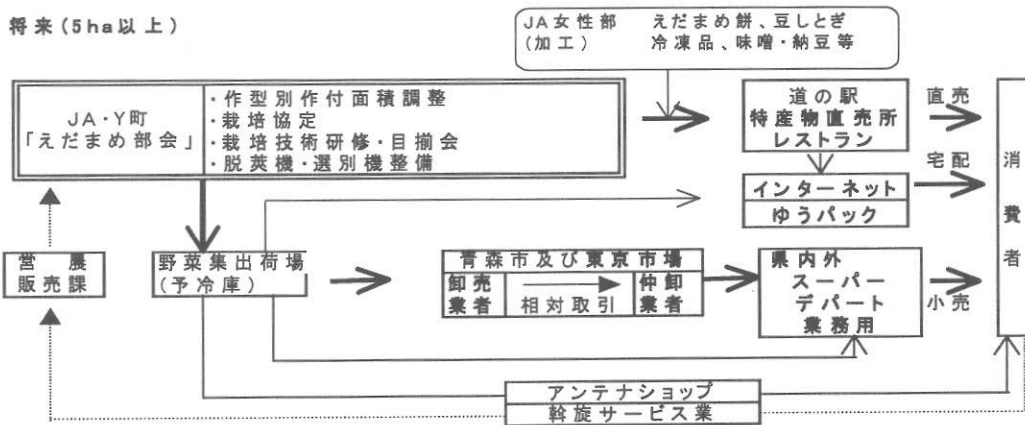


図1 Y町における「毛豆シリーズ」の産地化構想

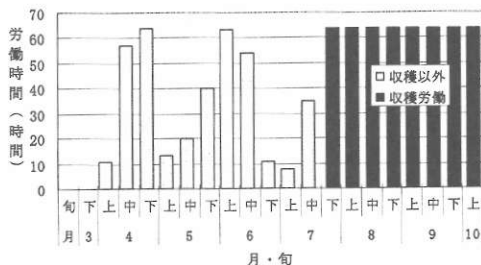


図2 「毛豆」シリーズモデル体系の旬別労働
<39.42a作付>

表2 市場販売と直売の出荷経費の比較(1kg当たり)

(単位:円/kg)

市場価格	地場市場			直売所		
	667	550	500	667	550	500
出荷経費						
手数料	67.4	80.3	73.0	100.1	82.5	75.0
(%)	14.6%	14.6%	14.6%	15.0%	15.0%	15.0%
段ボー	13.3	13.3	13.3			
リフレッ	21.7	21.7	21.7	21.7	21.7	21.7
包装紙	33.7	33.7	33.7	33.7	33.7	33.7
運賃	8.0	8.0	8.0			
予冷料	6.7	6.7	6.7			
小計	180.7	163.7	156.7	155.3	138.0	132.0
手取価格	486.3	386.3	343.3	511.7	412.0	368.0

表1 「毛豆」シリーズ体系の作付構成と収益性

(単位:円)

作型別 作付面積	作型・品種	毛豆シリーズの収益性		
		項目	毛豆シリーズ 全体	同左10a当 り
① 4.61a	移植・トネメマ・豊丸	販売数量(kg)	2,693	683
② 5.05a	直播・トネメマ・豊丸	単価(円/kg)	551	551
③ 2.00a	直播・トネメマ・豊丸	販売額	1,483,214	376,333
④ 3.05a	直播・トネメマ・福丸	出荷経費	441,538	112,041
⑤ 4.50a	直播・無被覆・福丸	肥料・農薬費等	111,612	28,320
⑥ 5.05a	直播・無被覆・福丸	種子・諸材料費	158,880	40,315
⑦ 5.05a	直播・無被覆・福丸	建物・機械費	140,697	35,700
⑧ 5.05a	直播・無被覆・在来毛豆	経営費合計	852,727	216,376
⑨ 5.05a	直播・無被覆・在来毛豆	所得	630,487	159,957
計 39.42a		労働時間	630,487	159,957

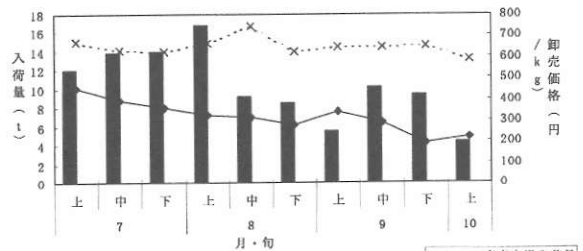


図3 青森市場のえだまめの入荷量と卸売価格
(平10~14年平均)