

9 すだちやなると金時だけじゃない、 バラエティ豊かな徳島の食材

●徳島は関西の台所

古事記に登場する阿波国あわのくにの国神くにがみは、大宜都比売神おおいづひめのかみで、食の神様です。実際、徳島は食の宝庫で、野菜をはじめさまざまな農産物が生産されています。

徳島は、温暖な気候など恵まれた自然環境や京阪神に近い地理的条件を生かして、吉野川や那賀川の流域を中心に、多種多様な農業を行っています。徳島で栽培された市場向け野菜や果物の約半分が京阪神市場で消費されていることから関西の台所と呼ばれ、生鮮食品の重要な供給地となっています。年間を通して多くの品目を供給しており、大消費地の周辺地域で発達する典型的な近郊農業です。

徳島はその経済規模から「0・5%経済」と言われていますが、農業に関しては販売を目的とする農業に就業している人口や、農業産出額の全国に占める割合が1%を超えています。県内総生産に占める農業の割合は全国平均よりも高いことから、農業の重要度が



高い県といえます。

2015年時点での一経営体あたりの経営耕地面積は0.99haと、全国平均の2.54haに比べ小規模となっています。しかし、北海道のような大規模な農業地域を別として、中四国地区での平均(1.17ha)との比較では、やや狭い程度です。

山間部が多く、まとまった土地の少ない徳島では、限られた土地を有効利用し、手間を惜しまず品質を追求する、労働・土地・資本を集約した農業が行われてきました。露地に加え、ビニールハウスなどの施設を利用した野菜や果樹を中心とした栽培が行われる一方で、全国平均に比べて稲作が少ないことから、カロリーベースでの食料自給率が低いことが特徴です。

2019年の徳島の農作物の作付延べ面積は2万4700haで、稲が46%、その他作物が53%を占めています。2018年の農業産出額は981億円で、内訳は米14%、野菜38%、畜産27%となっています。野菜、いも類、果実、花き(切り花など)を合わせることで58%となり全国平均を17ポイント上回ることから、園芸作物のウエイトが高いことがわかります。

春夏にんじんや生シイタケ、すだちなどの出荷量は全国1位となっています。またレンコンや洋ラン(切り花)なども全国2位です。



畜産については、阿波尾鶏、阿波牛、阿波とん豚などが有名です。特に阿波尾鶏の出荷羽数は2019年度で205万羽と、地鶏の出荷羽数では日本一となっています。

また徳島は水産物にも恵まれ、鳴門わかめのほかにも鳴門鯛やハモなどが有名であり、関西を中心になくってはならないものとなっています。すだちを与えて育てる「すだちぶり」など新ブランドの普及にも取り組んでいます。

●進化するとくしまブランド戦略

徳島県では、全国に先駆けて農林水産物のブランド化に取り組んでおり、2015年度には、徳島ブランドを「世界に誇れるトップブランド」に育てるため、「とくしま特選ブランド」を立ち上げました。

2018年度からは、徳島県ならではの強みと機能を最大限に活用し、県産品のブランド力を高め、「もうかる農林水産業」を実現するために「進化するとくしまブランド戦略」を展開しています。

進化するとくしまブランド戦略では、新たな視点として、関西、首都圏、県内、海外の各市場の性格に応じた戦略を立てること、首都圏での情報発信の拠点「ターニングポイント」や全国プロモーションを担うPR車両などを活用したブランド化を推進することなどがあ

げられています。たとえば、県内では、産直市やスーパーなどで地産地消の促進活動を行ったり、産地体験イベントを開催したりしています。

また、徳島県は海外展開にも力を入れており、東南アジアでは、フェアを通じて阿波尾鶏やなると金時、徳島県産米などを重点的にPRしたり、欧米では、すだちを日本の香酸かんきつの真打ち「SUDACHI」としてブランド化することで、海外での県産ブランド品目の認知度を高めようとしています。

●新しい農業のかたち、農商工連携、6次産業化、植物工場

農林水産業の成長戦略として、加工や流通分野を取り込むことによって所得の増大を図る2010年12月に「六次産業化法」が施行されて以降、徳島でも6次産業化への関心が高まっています。

6次産業化とは、農林漁業生産（第1次産業）、加工（第2次産業）、流通・販売（第3次産業）まで一体的に手掛けることで、 $1 \times 2 \times 3 \parallel 6$ （ $1 + 2 + 3 \parallel 6$ ）からきた呼び方です。

たとえば、信州名産・野沢菜漬けの野沢菜や、奈良名産・奈良漬けの白ウリなどには、徳島産のものも使われていますが、野沢菜漬けや奈良漬けとしてブランドが確立されてい

ます。これからの農業は、加工・販売も組み合わせることで、徳島発の地域ブランドとして付加価値を高めていく必要があります。

徳島では多種多様で高品質な農林水産物が生産されていることに加え、優れた加工技術を有する中小企業が数多く存在しています。こうした強みを生かし、農商工連携による新商品や新サービスの開発を積極的に支援するために、公益財団法人とくしま産業振興機構が窓口となった「農商工連携ファンド」が創設されています。

また徳島は、省エネルギーにつながるLED関連企業が集積し、養液栽培の液体肥料を生産する企業もあることから、こうした地域の特性を生かし、新しい農業のかたちである植物工場の開発と普及が期待されています。植物工場は、土地を選ばず温度や光などの環境条件を自由に設定できるため、作物を周期的に安定供給でき、病虫害の被害を受けないことから、農業のあり方を変革していく可能性があるのです。

このような背景をもとに、徳島大学は植物工場での生産に関する研究を行ってきました。さらに2016年には生物資源産業学部が設置され、アグリ・フードビジネスの国際展開、さらに医食連携・農工連携・医工連携などのさまざまな業種との連携を支えることができる人材の育成を目指しています。

話は変わりますが、徳島が生産量日本一である生シイタケは、そのほとんどがおがく

ずなどで形成したブロックを培地ばいちとして栽培する菌床栽培きんしょうです。徳島県林業試験場（当時）で、1963年ごろから全国に先駆けて菌床用菌種の研究が行われてきたのですが、建物の中で栽培するので、植物工場の元祖ともいえるでしょう。

●これからの農業の担い手たち

2015年の徳島県内の総農家数は約3万1000戸ですが、そのうち販売を目的とする農家（販売農家）は約6割の1万8000戸で、自分自身が消費することを目的としている農家（自給農家）は残り約4割です。

販売農家の戸数や従事する人数の減少が続いており、2005年と比べて販売農家、就業者ともに約7割になっています。さらに65歳以上の高齢者が6割を超えており、高齢化が一段と進んでいます。

一方で、専業農家に代表されるいわゆるプロ農家の割合は増えており、経営する耕地の集約・集積や、規模の拡大による所得拡大も進みつつあります。

県では、新規就農を目指す人たちを支援するさまざまな取り組みを行っています。就農に関するあらゆる相談に対応する「徳島県新規就農相談センター」や県内の農業法人等での研修生として働きながら、実践的な技術を習得する「とくしま就農スタート研修」、農業

の基礎知識から経営、6次産業化、スマート農業まで幅広く学ぶことができる「アグリビジネスアカデミー」などの支援体制が整備されています。

ところで、農業法人という言葉が使われ始めたのは、1957年に徳島県勝浦町のみかん農家が有限会社を設立したことが発端です。これをきっかけに、1962年に法人でも農地を取得できる農業生産法人制度が創設されました。2016年に施行された改正農地法では、農地を所有できる法人の要件が大幅に緩和され、要件を満たす法人を「農地所有適格法人」と呼ぶようになりました。2019年の県内の農地所有適格法人の数は、122となつています。

しかし、担い手の減少や高齢化などによる耕作放棄地の増加に、依然として歯止めがかからない状況です。もうかる農業を実現する「プロ農家」にとつて必要なことは、経営規模の拡大や合理化による所得の拡大であり、そのためには土地をまとまった形に集約していくことが不可欠です。

●徳島の4大ブランド農産品を知っていますか

徳島には全国に誇るブランド農産品がいろいろありますが、特に、すだち・なると金時・鳴門わかめ・阿波尾鶏は、徳島が誇る4大ブランドとして全国にその名を知られています。

●すだち

すだちはさわやかな酸味と緑色の皮をもつ、徳島原産の香酸かんきつです。全国シェアの9割以上を占め、県民の食卓にも欠かすことのできない、徳島を代表する農産品であり、県のマスコットキャラクターも「すだちくん」になっています。

県内では家庭果樹として植えられてきましたが、県内最大の産地である神山町で本格的にすだちの栽培に取り組んだのは、1957年からです。それまでの主要産業であった養蚕業の不振やサツマイモの価格低下を受け、新たな換金作物としてすだちの栽培を始めました。当初は露地栽培が中心でしたが、ハウス栽培や長期冷蔵貯蔵技術の開発を進め、

1979年ごろまでに、一年中切れ目なく販売する供給体制が整ったことから、県外にも販路を拡大しました。

また、温州みかんの生産調整の中で徳島県がすだちへの転換の支援を始めたことや、1981年に大寒波でみかんの木が大量に枯死したことから、佐那河内村などでも急速に転作が進み、収穫量も大きく増加しました。

すだちは食べ物に添えて酢やレモンと同じような使い方ですが、ジュースやお酒にもなり、皮は薬味とし



すだちくん ©徳島県(すま第20-64号)

て使えます。変わったところでは、ぶりの飼料に混ぜるという用途があります。このぶりは臭みがなくなりさっぱりとした味になり、「すだちぶり」として販売されています。

しかし、すだちは依然としてローカル色の強い食品であることから、効果的にPRを行っていくことが欠かせません。

● なる和金時

徳島へのサツマイモの伝来は江戸時代で、250年ほど前と言われています。

徳島県農業試験場（当時）は1978年ごろに高系14号という品種から、ホクホクとした甘みがあり、表皮が紅く美しい系統を選び出すことに成功しました。当初は単に金時と呼んでいましたが、産地間競争を勝ち抜くために、鳴門く徳島周辺の特定地域で生産されるサツマイモを「なる和金時」と呼ぶこととしました。なる和金時は収穫後に13〜15度で定温貯蔵し、水分を程よく抜くことで、甘みや風味を増すことに成功しています。また、他県産のサツマイモが多く出回る秋冬の時期を避け、安定的に出荷する通年体制を強みと



すだち ©徳島県もうかるブランド推進課

して、知名度を高めることに成功しました。徳島県のブランド戦略の草分け的存在で、2007年には地域団体商標である地域ブランドに登録され、海外でも高い人気を誇っています。

しかし、近年では、ホクホクとした甘みが特徴のなると金時に対して、「紅べにはるか」など、ねっとりとした食感と強い甘みが特徴の品種が人気を集めており、なると金時の地位をおびやかしています。このような消費者の好みの変化を受け、なると金時の産地の一つである松茂町では、サツマイモのねっとり系ブームに着目した一部の農家が「紅はるか」などの栽培に取り組んでおり、今後もさらなる品質向上を目指しています。

●鳴門わかめ

徳島は古くから天然のわかめが豊富で、平安時代である927年の文献にも阿波の国の貢みつぎ物ものとして登場しています。

1958年には徳島県水産試験場（当時）が養殖実験に成功し、1963年からは鳴門市を中心に養殖が本格化しました。東日本の三陸わかめに対し、鳴門わかめは西日本を



なると金時 ©徳島県もうかるブランド推進課

代表するブランドで、鮮やかな緑色や肉厚でシコシコとした歯ごたえと風味の良さが特徴です。

品質の良いわかめが育つ条件として、栄養を供給するための潮の流れが必要です。冬の間、世界三大潮流の一つである鳴門海峡の激しい潮流にもまれて成長するため、海の栄養分が全体にいきわたり、高品質なわかめが育ちます。商品としては、生わかめを熱湯に通し水で冷却した後、塩蔵処理をした塩蔵わかめ、「灰をまぶして乾燥させた灰干しわかめ、塩蔵わかめや灰干しわかめをさいて乾燥させた糸わかめ」があります。

なお、鳴門わかめの産地偽装問題をきっかけに、徳島県は消費者の信頼を高めるため、「徳島県鳴門わかめ認証制度」を創設しました。適正な食品表示と原料仕入れから製品出荷に至るまでのわかめの加工履歴を整備している業者を県が認定するものであり、徳島県は事業者の認証取得促進を図るとともに、消費者に対する制度の浸透に取り組んでいます。

●阿波尾鶏

阿波尾鶏は、赤笹系の軍鶏に白色プリマスロック種を掛け合わせて開発された高級



鳴門わかめ ©徳島県もうかるブランド推進課

地鶏じどりです。身がしまって適度な歯ごたえがあり、脂肪が少なくうま味とコクのある味が特徴です。

徳島最大のイベントである阿波おどりの強烈なエネルギーと、躍動感あふれる郷土色豊かな鶏という意味を込め、開発にあたった徳島県畜産試験場（当時）の職員がその尾羽の美しい姿をイメージして命名しました。インパクトのある素晴らしいネーミングですね。

県西部や南部の自然に恵まれた環境の中、80日以上をかけて丹念に育てられます。2001年には全国で初めて地鶏肉の日本農林規格（特定JAS規格）の認定を受け、厳重な品質管理のもと現在では出荷羽数地鶏肉日本一ブランドとなり、全国の販売指定店を通じて幅広く親しまれています。

名古屋コーチンや比内地鶏ひなじどりなどのブランド地鶏に対して後発組では勝てないと考え、開発当初から全国のマーケット調査を実施し、他のブランド地鶏と競合しない末端販売価格の設定を行いました。現在ではレストランのメニューに明記されるほどのブランドとなっています。



阿波尾鶏 ©徳島県もうかるブランド推進課

