



紅大豆

地元こんなスゴイ豆があつたなんて 紅大豆で地産地商

山形県川西町

佐々木雅彦

煮豆として
食べられてきた
赤豆

五年前、山形市諏訪町の老舗豆腐店・仁藤商店の仁藤齋社長が、ある料理コンテストに招かれたときのこと。川西町のおばあちゃんがつけてきた赤豆を見て、びつくり仰天！ おばあちゃんにたずねた。

「これ、小豆じゃないよね？」

「赤豆だあ。煮豆として食ってんのよ」

国産大豆、大豆の商品化に力を注いでいた仁藤社長にとつて、赤豆はそれほどセンセーショナルな大豆だったそうである。それから川西町内の農家と連携し、試行錯誤を繰り返しながら赤豆の商品化に成功した。名前も山形をイメージする「紅花」（べにばな）にちなみ、「紅大豆」（あかだいず）と命名した。

紅大豆は、完全した豆を割ってみると中は白い。生長段階ではふつうの大豆と変わらないが、最後の完熟期に表皮のみが赤色に変化する。収量については、白大豆（黄大豆）と比べて三割ほど落ちるが、栽培方法はふつうの大豆と変わらないという。

地元の豆のすごさを
外から知らされた

川西町は、山形県南部の置賜盆地中（おきたま）心に位置する人口約一万九〇〇〇人の

町である。県内屈指の米どころとして、あるいは「日本一の川西ダリヤ園」「米沢牛の主産地」としても有名である。

川西町役場では、昨年まで紅大豆の存在はほとんど知られていなかった。私たちが知ったのは、役場の女性職員の情報入手がきっかけだった。

昨年二月、東京で「地大豆カフェ」というイベントが行なわれている。そのなかの「地大豆・豆腐の食べ比べ」という内容がインターネットで紹介されていた。「山形県産の赤豆は、赤茶色でうまみが凝縮された味」。そこにごう評されていたのを女性職員が見つけたのである。詳しく調べてみると、それがなんと川西町産の紅大豆だった。

大豆事情に詳しい仁藤社長にさっそく電話をしようかと思ったのが、前述のような仁藤社長と紅大豆の出会いである。そして、全国の大豆情勢はもちろ

ん、紅大豆ニーズの「すごさ」を知らされた。

ここからは駆け足で物事が進む。仁藤商店へ役所と生産農家で出向き、詳しい話を聞きながら、生産拡大の気運が高まった。続いて、仁藤社長を講師に迎え、農業者・事業者・行政機関等を集めての学習会を開催。マスコミ・インターネットを使つてのPR。そして「川西町紅大豆生産研究会」（会長・淀野^{よしの}貞彦ほか二三名）が発足した。それまでは農家四人で五七ほどだった生産量を二〇tまで増やすことを目標に、生産体制を整えるため研究会が発足したのである。

地元品種の強み、健康効果で売る

売れる商品（とくに農産物などの食品）には、「先進性」「安全安心」「健康性」の三つの要素がある。その点、紅大豆には、ここ川西町が生産適地

というオリジナリテイ、生産者の顔が見える、肥沃な大地での生産、健康効果が注目されているポリフェノール成分を含むなど、そうした要素が兼ね備わっていた。

豆腐業界では、紅大豆の色素（アントシアニン）に魅力を感じ、天然のピンク色の豆腐を桜のシーズンに合わせた製造・販売するという戦略を構想している。また、ポリフェノールによる身体への抗酸化作用にも注目している。さまざまな業界の方々が注目することにより、新たな知恵が生まれ、生産・販売の増加につながることを期待している。それには、生産サイドからのリアルな情報提供が重要であると同時に、生産体制の確立が急務であると考えた。

昨年の紅大豆の栽培期間中には、生産者と事業者（食品製造、流通関連等）を一同に集め、栽培地を見学しながらの学習会と情報交換会を開催した。さ

大豆・麦 いろんな品種をつくる



紅大豆は、川西町内の農家のあいだで煮豆にして食べられてきた



川西町紅大豆
生産研究会の
面々

らに仁藤商店の計らいで、消費者との交流会にも参加した。
「農業は作るだけではダメ。売り込みをしなきゃ……」
仁藤社長がよく言うこの言葉の意味

は、紅大豆生産研究会の農家自身がよく理解している。地元の役所はそのコーディネート役を担い、またあるときは先導役を果たさなければならぬと心得ている。

町内外との連携で「地産地商」
いま農業においては「地産地消」がキーワードとなり、産直施設が増加傾向にある。一方、商店街は、大型郊外店の進出や後継者問題があり、低迷している。これは川西町のみならず、全国的な傾向だろう。
「農家は出荷する」「商店は売る」という役割分担は、長い歴史を経てあたりまえのように確立されている。それが、農家と商工業のあいだの「壁」のように感じられるときがある。その壁を取り除くため、紅大豆生産研究会では町内の商工業者に商品開発を積極的に依頼し、「協働による利益」を生もうと考えた。豆腐・味噌・納豆はもちろん、和菓子・もち・パン・惣菜など、さまざまな業種に波及しつつある。
地産地消という言葉から連想されるのは、ある意味、閉鎖的な経済である。だが川西町では、町民と行政による



紅大豆でつくられた豆腐と湯葉。うっすらとピンク色



紅大豆入りビーンズサラダ

行政研究機関との連携を構築しようとしている。

農家所得の向上につなげる

さて、昨年は二〇tを目標としてきたが、七月後半の長雨・日照不足の影響で、残念ながら十数tの生産にとどまりそうである。それにたいして全国からの紅大豆のオフアーはその一〇倍以上。喫緊の課題はやはり、土壌条件、気候条件の見極めを含めた栽培技術のレベルアップと生産者数の拡大である。

紅大豆は、白大豆と比べると約五割高で取引される。それにしても、これまでの制度であれば大豆交付金、来年からの新制度では品目横断的経営安定対策の対象にならないと、農家にとっては十分な収入につながらない。そこで町として新たな助成手段も検討中である。栽培技術の課題はあるものの、白大豆の栽培方法と大きな違いはない

「協働のまちづくり」の理念にもとづき、地域で生産される農産物や農産加工品等を、地域が一体となって商売しよう（売り込もう）と考えた。いわば「地産地商」である。その考えを浸透させ、これから事業展開していきたいと考えている。

また、産業振興策には「産・学・公

の連携」が欠かせない。紅大豆の目標はもちろん町の特産品をつくること、所得の向上へつなげることである。研究会発足後は、JA山形おきたま川西支店や川西町商工会との連携、県農政企画課や地元の置賜総合支庁農業技術普及課から技術指導を受けるほか、地元 の県立置賜農業高校、山形大学、県

ため、農家経営の面でも経済的なメリットが生まれてくる可能性があると考えてよい。生産体制の基礎をしっかりと構築し、農家所得の向上をめざし、生産者の増加につなげたいと考えてい

地元品種を奨励品種に！

これまでの「大豆交付金」は、今年から「品目横断的経営安定対策」（以下、「品目横断」）に取り込まれることになる。「品目横断」の対象になる大豆は、品種の面では各都道府県が定めた「産地品種銘柄」であることが条件。聞き慣れない読者もいると思うが、いわゆる奨励品種と重なっていることが多い。

国産大豆の流通価格は現在では比較的高く、六〇kgが八〇〇〇〜九〇〇〇円で取引されている。とはいえ農家にとっては、これだけの額では生産費がまかなえない。そこで担い手には、「品目横断」の直接支払いとして助成金（面積単価・一〇a当たり二万三三〇円、数量単価・六〇kg当たり二七三六円（二等））がつく

る。

町内の子どものための 評価も上々

紅大豆の特産品開発を発展させるに

ことになっているのだが、奨励品種になつていない品種をつくった場合はそれが支払われなくなってしまう。

今号の記事中に出てくるように、地域の在来大豆品種を復活させてオリジナル加工品をつくらうという動きが各地に出てきている。ところが在来品種はほとんどが奨励品種にはなっていない。加工業者が農家の再生産を保障するくらいの金額を負担するか、農家が奨励品種より安い価格を我慢するしかないのだ。これでは担い手は、地域のオリジナル加工品づくりに協力しづらい。

「地産地消」あるいは「地産地商」の時代である。各地の個性的な在来品種を奨励品種に認める動きが広まることを期待したい。

は、町民全体の意識醸成も必要だろう。昨年秋、町内の小学校の給食で、収穫されたばかりの紅大豆と町内産の豆（白大豆・エダマメ・黒豆）を合わせて、「ビーンズサラダ」として食べてもらった。「紅大豆は、ほかの豆よりおいしい」「豆の香りと甘さがいい」など子どもたちから好評を博した。

そのほかにもさまざまな調理方法が検討されている。子どもから町民、そして事業者に至るまで、地場産の農産物を理解し認めてもらうことも大切なことと考える。

川西町の紅大豆物語はいま始まったばかり、これからが正念場である。「良質な生産体制」と「売れる商品づくり」という両輪が加速し、農家・事業者などの町民の顔が紅色に染まるほどの笑顔にしたいものである。

（山形県川西町産業振興課 産業創造室）