



そら組 マメヨ

1. 課題名 赤そら豆の6次産業化プロジェクト ～マメヨと一緒にブランド作り～

2. 目的

本プロジェクトは、実家で栽培され続けてきた小粒な赤そら豆に着目し、神山町のスタチに続く特産品化の可能性を模索するものであった。小粒な赤そら豆は、青果市場へ流通されることなく自家用や直売所用等に各地で生産されている。この赤そら豆は、そら豆特有の臭みが少なく、深みのある色合いが特徴である。また、ビタミンB1、レシチン、赤味の成分のアントシアニン等が豊富に含まれているため、健康食品としての効果も期待できる。このような優れた特徴を活かした商品を開発することにより、神山町の新たな特産物をつくることができると考えた。

6次産業化を推進するためには、この小粒な赤そら豆の価値を再認識してもらう必要がある。そこで、赤そら豆の生産性、加工性、流通性を調査し、6次産業化の有効性を総合的に評価することを本プロジェクトの目的とした。

3. 方法

1) 生産性の調査

標準品種の駒栄、比較品種の初姫（赤蚕豆）、小粒な赤種蚕豆の播種密度が収量に及ぼす影響について調査した。



小粒な赤種蚕豆

2) 加工性の調査

赤そら豆の素材としての有望性を把握するため、小豆餡を基準とするそら豆餡の官能評価および生餡製造における歩留まりを調査した。

3) 流通性の調査

試作品の食味調査による購買意向ならびに、神山町内の特産品製造者や販売店、飲食店、生産者に対し、赤そら豆に関するアンケート調査を行い、流通の可能性を調査した。

4) 6次産業化の実践

農業大学校の資源を活用し、商品開発、価格設定、流通方法、販売促進等を実践し、赤そら豆の6次産業化の実績を作った。

4. 結果の概要

1) 生産性の結果

赤種蚕豆は3粒、駒栄は2粒、初姫は2粒が収量の多い播種密度であった。

この収量は、徳島県野菜生産指針の目標収穫量を超える値であり、赤種蚕豆および初姫とも生産性で満足できる結果を得ることができた（表1）。

表1 品種別収量比較結果

| 供試品種 | 収量 (g/区) | 区割り面積 (m ²) | 10a 当たり換算値 | |
|--------------|-------------|----------------------------|------------|--------------|
| | | | 種実 (kg) | さや付き (kg) |
| 徳島県指針 | — | — | — | 1,000 |
| 赤種1粒 | 367 | 6.075 | 60.4 | 604 |
| 赤種2粒 | 493 | 6.075 | 81.2 | 812 |
| 赤種3粒 | 827 | 6.075 | 136.1 | 1,361 |
| 赤種4粒 | 672 | 6.075 | 110.6 | 1,106 |
| 駒栄1粒 | 541 | 6.075 | 89.1 | 891 |
| 駒栄2粒 | 808 | 6.075 | 133.0 | 1,330 |
| 初姫1粒 | 659 | 6.075 | 108.5 | 1,085 |
| 初姫2粒 | 988 | 6.075 | 162.6 | 1,626 |

※10a 当たり換算式

10a 当たり種実重量 (kg) = 1000m² ÷ 区割り面積 × 収量 (g/区) ÷ 1000

10a 当たりさや付き重量 (kg) = 10a 当たり種実重量 (kg) × 10

2) 加工性の結果

赤種蚕豆の餡は、小豆餡の基準をすべて上回る評価を得た。食感の評価は、初姫より低かったが、におい、色合い、味の評価は、最も高い評価であった(図1)。

3) 流通性の結果 (意見交換会)

小粒な赤そら豆について、半数以上が、認知していた。また、参加者全員が、素材として有望であると思っただけことができ、さらに商品化への取り組みに、19人中11人が興味を示した(図2)。

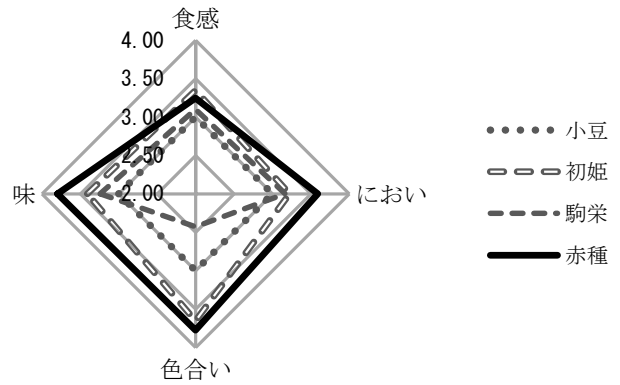


図1 小豆餡を基準にした官能評価

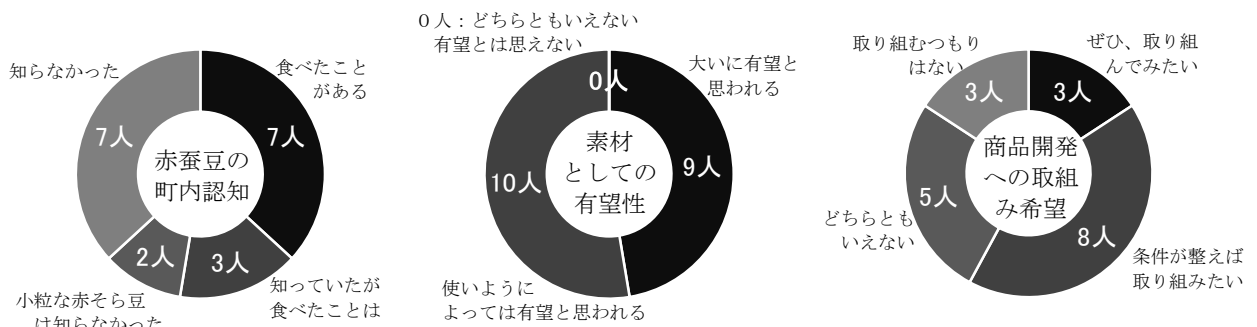


図2 意見交換会の参加者アンケート結果

意見交換会の参加者から、「赤そら豆のパウダーも餡子もジェラートの原料に使える」「赤色のアントシアニンを活かした加工品を作ってみたいと思います」「使いようによっては流通に乗ると思います」といった流通に対して前向きな意見があった。

4) 6次産業化の実践

赤そら豆の全粒粉と和三盆糖を使用し、深みのある香ばしい贅沢感のあるクッキーにした。また、脂肪が付きにくい特定保健用食品のオイルを使用し、太りにくい健康的なクッキーを開発した。価格は200円/袋。販売促進用のポップを作成し、東京都秋葉原で販売の実績を作った。

5. 考察

赤そら豆の6次産業化は、生産性・加工性・流通性の良好な結果により、地域の人々と一緒に取り組むことができれば、地域振興や新たな産業づくりに“有効”であると総合評価した。

実家で栽培して、あたり前のように食してきた赤そら豆は、当初、周囲から、「赤そら豆は、小豆の代替や3流豆であるから難しい」と言われていた。しかし、比較的若い年代からは推進に前向きな意見が多く、昔から伝えられてきたネガティブな思い込みがないため、素材そのものの価値を素直に感じ取っていただけたと思っている。

卒業後は、地元の関係者と一緒に、この赤そら豆を使った新商品の開発やブランド作りを進めていきたいと考えている。現在、町外ではあるが老舗の醤油会社と発酵食品(国産豆板醤)の開発を始めた。今後は、赤そら豆の醤油や健康食品の開発を進めたい。将来、この小粒な赤そら豆が、地域の振興や活性に貢献できる取り組みに発展すると信じている。