

→「桃太郎ギフト」で、おいしさ・品質ともに自信作の「南郷トマト」をアピールする筆者。



JA会津みなみにおける新品種「桃太郎ギフト」の栽培

～葉かび病耐病性と「南郷トマト」ブランドを守る品質に期待～

福島県 JA 会津みなみ 営農部 西部地区営農課 調査役営農係

近藤 一夫 (こんどう かずお)

トマト栽培の歴史

「南郷トマト」は昭和37年に南郷村の14戸の農家によって「トマト研究会」を結成し、50aで栽培されたのが始まりです。以後、隣接する町村にも栽培が普及し、昭和49年に町村とJAの枠を越えた「南郷トマト生産組合」が組織され、共販体制の強化が図られました。

昭和50年には当時の南郷農協に共同選果場が設置され、この利用により出荷労力が大幅に軽減されたことを機に栽培農家と面積は急増し、昭和54年には栽培者数223名、面積32ha（1戸平均、約25a）と、当産地においては最大規模となりました。以降、アンブレラでの雨よけ栽培（傘状のパイプ支柱を何本も連ねて、1枚のポリシートを被せたもの）からハウス雨よけ栽培に全面移行し、何度かの品種入れ替えや選果機の更新を経て、平成6年度には念願の「南郷トマト」販売

地域概況

【積雪の多い山間地で作る高原野菜】

福島県の西南に位置し、周囲を越後山脈の急峻な山々に囲まれています。その間を伊南川とその支流が流れ、これらの川沿いの標高370～870mに耕地および集落が形成されています。

年間平均気温は9.2℃の内陸山間型気候で、気温の大きい日較差があります。年間降水量は1760mmと比較的多く、霜は10月中旬から5月中旬にかけて、積雪期間は11月下旬から4月中旬までの5カ月におよび、平均積雪量196cmと日本でも有数の豪雪地帯です。

主要な農産物は、夏秋トマトやグリーンアスパラガスなど。そして花きの産地として、全国でもトップクラスの生産量を誇っています。

高10億円突破となりました。

その後、栽培面積は最大37haまで増加しましたが、販売額では平成6年の10億をピークに、以降8～9億前後の販売が続いています。出荷先は京浜市場を中心に、大阪や一部福島県内へ年間約2900tを出荷しています。

「桃太郎ギフト」導入の経緯

当地区のトマト栽培は、河川跡の上へ水田転作による作土が15～20cmと非常に浅いところに作付けされているため、どうしても後半のスタミナ切れが問題となっていました。「桃太郎8」を栽培していたところは、その関係で後半に葉かび病が発生し、収量を下げる要因になっていました。「この葉かび病がなければ…」という状況が数年続き、土づくり・根づくり・肥培管理とさまざまな対策を講じてきましたが、なかなか結果を残すことができませんでした。そんな時に「桃太郎なつみ」という葉かび病耐病性品種と出会い、2年間の試作期間を経て、3年目には全面的に切り替えました。この先、この品種でしばらくは安泰かと思われましたが、品種切り替えをした2年目の初めごろに、低温にあったところ「桃太郎なつみ」の欠点が発現したところ「桃太郎なつみ」の欠点が発現したところ「桃太郎なつみ」だど前半戦は厳しいのかという声が上がるとなっていました。

→「桃太郎ギフト」を作るポイントには水管理。土壌水分に極端な変化を与えないように、少量を多回数で灌水。



↑さまざまな品種比較によって、葉かび病に強く、食味やかたさ・店もち性も「桃太郎8」と同程度の「桃太郎ギフト」へ全面的に切り替えられた。



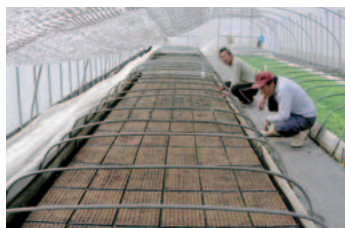
↑平成16年に完成したトマト選果場。出荷作業がシステム化されている。



↑従来の色・形のセンサーに加えて糖度や酸度も測定できる最新装置。



↑本年度から台木に「グリーンガード」を使用。青枯病とコルキールートの強い耐病性で栽培をサポート。



↑育苗は接ぎ木苗用台木・穂木が128穴、自根が200穴のセルトレイを使用。



↑「南郷トマト」ブランドとして、京浜市場を中心に大阪や一部福島などへ出荷される。

そんな時期、「桃太郎ギフト」と「桃太郎サニー」を試作していたところ「桃太郎8」や「桃太郎なつみ」以上の結果が残り、耐病性・収量性・品質・食味のトータル評価で、「桃太郎ギフト」に平成20年より全面切り替えをする運びとなりました。

「桃太郎ギフト」の評価と低温対策

20年度については、正直なところ天候の影響がかなり大きく、さらには全面積「桃太郎ギフト」での作付けということもあり、正確な評価はできません。生産者から聞こえてくる声は、この品種は難しい、作りづらいという、どちらかというとマイナス評価が目立ちます。しかしながら、品種の切り替えというのはいつもそうですが、豊作の年に切り替えができれば評価は当然のことながら「この品種はいい！」ということになりやすく、不作の年に切り替えとなれば「この品種は…」という評価になりやすいのではないのでしょうか。ですから、来作も見ないと実際の評価はできないと思います。

参考までに、当産地で本年の9月中旬までに「桃太郎ギフト」の生育を見た中で、特徴や栽培のポイントなどを挙げると、①葉かび病に強い、②優れた食味、③市場性は「桃太郎8」並み、④初期草勢はおとなしいというように、代表的特

長はカタログなどに書いてある通りですが、栽培の要点に示される部分については、環境や圃場条件によってかなり変化します。その点をそれぞれの産地あるいは、地域に応じて管理し煮詰めていかなければならないと思います。

●育苗

全面積「桃太郎ギフト」の作付けです。約60万本をJAで発芽させ、それをトマト栽培者より選出した育苗担当者10名に配布し、発芽後から本葉2枚程度の移植ステージまでは、共同育苗としています。以後の管理については、各トマト農家で行っています。

この品種は低温にかなり敏感であるため、他品種より温度管理には十分気を付けなくてはなりません。当地区では定植した時点で低温の影響を受けやすく、梅雨時期においても低温の影響を受ける場合があります。このような環境条件をふまえ、育苗の時点ではある程度コントロールできるので、温度管理はもろんのこと、水管理、肥培管理も今まで以上に気を配り、定植後に温度が十分確保できないような場合に備えて、より良質な苗に仕上げる必要があるでしょう。

全体の約5割が接ぎ木ですが、その主な目的は青枯病対策です。台木品種は本年より「グリーンガード」を導入していますが、やや根の動きがゆっくりで、初



↓撮影した8月でも庫内にはこんなに雪が残っている。



↑環境にやさしい雪室予冷は、約1,000㎡の雪を貯蔵した冷気によってトマトを予冷し出荷している。毎年冬に雪の入れ替え作業を行う。積雪のハndeを利点に変える取り組み。

→特に温度と灌水に気を配りながら「桃太郎ギフト」を生産する五十嵐久長さん。



↑トマト生産者の方々とタキイの技師を交えて栽培研修会。

作型体系

播 種	4月7日
仮 植	4月28日
定 植	5月25日～6月10日
収穫期間	7月中旬～10月下旬

収穫段数 10段～13段

期の草勢確保が難しい場合があります。そんな場合には台木の選定の段階で十分な品種でも万能ではありません。どんな品種でもあれば悪いところもあります。悪いところは栽培技術や圃場条件を整えるなどしてカバーしなくてはならないと思います。

●定植

栽植本数は坪6～7本で、果実への採光性や作業性を考え、通路・条間は広めにとり、仕立て方法は主枝直立1本仕立てとしています。

特に定植時に気をつけているのは、圃場の水分状態ですが、土壌条件によってその最適な状態が違っているので、それぞれの条件にあわせ水分を適量確保しておくよう心掛けています。

当地区は先にも述べたように、定植時

から定植後1カ月間に、気温で15℃を下回るような低温があります。そのため、定植してからの根の張らせ方が重要です。根をしつかり張らせるために、水分不足・排水不良・多肥といった、マイナス要因は、極力排除しておかなければなりません。

●肥培管理と水管理

元肥のチッソ基準量は10a当たり10kg前後で、有機質肥料を全面的に使用しています。個別の施肥量は土壌分析を行い、それに基づき施用しています。

肥料は「桃太郎8」や「桃太郎なつみ」に比べて同等量か、やや多い程度で調整しました。追肥は、基本的には第2段花房開花始めごろに試し灌水を行ってから開始し、以降は草勢を見ながら、液肥中心で1回当たりの量は少なめにし、回数多く施用しています。よって、自然と灌水量は従来品種より多くなってきました。灌水量が少なくないと樹がかたくなつてのびのび生育できない感じが、特に温度が低い時期は顕著に現れ、玉張りも悪くなる傾向にありました。

この「桃太郎ギフト」を作るポイントは、やはり「水」だと思います。不足するような作り方はさまざまな弊害を生みやすくなります。かといって、多すぎてはいけません。多灌水になって土が必要以上にしまったり、酸欠を起こしたりし

たのでは、根が傷み、芯がかたくなって花芽分化などにも影響してしまいます。どの程度が適当な灌水なのか、それぞれの圃場でその圃場にあった灌水方法と灌水量を設定し、まずは「水」でしつかり生育管理ができるようになるのが上作の一番の近道だと思います。

●病害虫防除

防虫ネットなどを利用し減農薬に取り組んでおり、さらに耐病性品種の導入により農薬使用回数が減ってきています。

南郷から笑顔を広げたい

今後に向け、栽培面では本年の状況・結果をふまえて課題をよく整理し、「桃太郎ギフト」をさらに作りこなせるよう、生産者・指導機関が丸となって努力し、品質の向上と収量の安定につなげたいと思っています。さらには「桃太郎ギフト」の最大の武器である「食味」を販売面で最大限にPRして、市場関係者はじめその先のお客様に至るまで、こうした産地の取り組みなど商品としての「南郷トマト」を深く理解していただき、最終的には「南郷トマト」を買っていただくお客様、またその流通にかかわる全ての方々に「笑顔」にできるような産地を目指し、産地を支える生産者自身も「笑顔」で自信と誇りを持ちながらトマト作りができるように、これからも努力していきたいと思っています。