Phyto Rich ファイトリッチ®

京丹後発！「ファイトリッチ」部会通信 第3回

若手生産者の挑戦！「ファイトリッチ」シリーズを全国展開へ！

エチエ農産 越江昭公さんの「オランジェ」「京くれない」「オレンジクイン」

京都府京丹後市における「ファイトリッチ」品種の生産は、順調に伸び続けています。各農家は作付面積を拡大し、うち3軒は補助事業を利用してハウスも建設。新たな品種にも取り組むなどして増産を図ってきました。ますます活気あふれる部会の中から、今回はエチエ農産の越江昭公さんをご紹介します。（編集部）

↑コメと野菜を大規模に栽培する、エチエ農産の越江昭公さん（左）と、田園紳士・森下裕之社長。

【安全な品を大規模に】

株式会社田園紳士の森下裕之社長が、京丹後市の名産に「ファイトリッチ」を…と思い立ったとき、まず頭に浮かんだのが、前回ご紹介した中玉トマト「フルティカ」の和田農園さん。ほぼ同時に「この農家さんにも！」と浮かんだ一人がエチエ農産の越江昭公さんでした。広大な土地で安全に配慮したコメと野菜を栽培しており、質のよい品の豊富な供給が期待できたからです。

エチエ農産は社員約10名、コメ21ha、野菜7haと、京丹後でも有数の大規模農家です。栽培方法は減農薬栽培以上で、有機JASを取得している圃場もあり、環境に配慮した農業に森下社長も高い信頼を置いています。ただ、ここへ至るには長い道のりがありました。

【農家を継ぐ】

代表の越江昭公さんが子どものころ、主な栽培品目はコメとタバコでした。野菜はタバコの裏作として、秋冬に「日野菜」カブを作っていた程度。父の雅夫さんを中心に、親戚を含めた5～6人の家族経営で、長男の昭公さんも手伝うことはありましたが、継ぎたい思いは特になく、高校卒業後は就職する道を選びました。

ただ、仕事の後や休日など、時間があれば手伝わずにはおれません。面積は年々増えていき、家族の負担は重くなる一方。その中で、昭公さんの心には「こうも大変なら、仕事をやめて農業をした方がいいんじゃないか」という気持ちが芽生えてきたそうです。その思いは徐々にふくらみ、21世紀に入り25歳を過ぎたころ、ついに退職して農家になる道を選ぶことになりました。

【無農薬への挑戦】

そのときもコメとタバコの2本柱は変わっていませんでした。ただ、タバコは「早くやめたかった」と昭公さん。理由は大量使用する農薬にありました。常に健康被害におびえながらの薬剤散布が、嫌でたまらなかったからです。

タバコを作らなくてよくなっても、農薬を使いたくない気持ちは常にありました。さらに、父の雅夫さんが耳にした「農薬を過剰に使用すると、体内に蓄積され、子や孫に影響を与える」という説が減農薬への取り組みを加速させます。次世代に悪影響を及ぼすことは、できるだけ避けたかったのです。

まずは農薬を減らしてエコファーマーを取得。さらに、京都の高級料亭と共同で、無農薬のコメを作る取り組みも始めました。ただ、1haの面積を薬剤なしで栽培するのは、予想以上に大変。雑草の繁殖力はすさまじく、機械や手での除草ではとても間に合いません。途中からはイネより雑草の方が多い状態。そのため収穫にはコンバインが使えず、すべて手で刈りとりました。

これでは続けられないと、あらゆる所から情報を仕入れ、試してみました。イネを雑草より早く生育させるためにポット苗を使ったり、水を濁らせる肥料を入れて日光を遮断し、雑草の光合成を妨げたり、ラジコンのボート（ホバークラフト）にチェーンを取り付け、水田を走らせて雑草を絡めとったり。

その甲斐あって現在はかなり安定しましたが、それでも無農薬の特別栽培米は、21haのうち2haで作るのが限度。とはいえ、残りもすべて減農薬で、除草剤を1回散布するのみと、かなり抑えた使用です。有機栽培も取り入れて、品質はますます向上していきました。

そうやって作ったコメはやはりおいしい。昭公さんは実感しています。大変だけど、何より身体によいものをの

↑栽培しやすい「オレンジクイン」。継続して出荷するため、細かく播種設定している。

↑「ファイトリッチ」フェアで人気の「オランジェ」。一般の西洋ニンジン同様に栽培でき、抵抗なく導入できる。

↑加工品も製造し、野菜パウダーは写真のニンジンなど数種。パンの材料などに使われる。

↑写真の「京くれない」をはじめ、ニンジンはすべて無農薬有機栽培。計60ａで作付けする。

一念です。以前に戻りたいと思うことは決してありません。

野菜も減農薬で

コメを無農薬や減農薬で作ってみて、慣れてくると、次は野菜も…となるのは自然な流れでしょう。タバコをやめてから、当初は稲作と被らない秋冬の葉根菜類を主に入れていました。そこで、夏場の何もない期間を利用し、太陽熱消毒を行うことにしたのです。

湿り気のある土にもみ殻と米ぬか、雑草が主原料の自家製堆肥を施し、畝立てをしてから透明マルチで1カ月ほど覆っておきます。これで雑草の種子はかなり死滅します。マルチをはがしたら、なるべく土は起こさないようにし、秋冬野菜を植えていくのです。

いろいろ試した中で、この方法が最も効果を発揮したとか。葉物には虫害が多いため、殺虫剤はいくらか散布しますが、除草剤はこの10年間一度も使っていません。現在は野菜7haのうち、2haが有機JASの栽培です。

販路の拡大

こうしてエチエ農産は、減農薬に取り組みながら徐々に面積を拡大していきました。野菜は以前からの「日野菜」カブに加えて、先にあげた葉根菜類やイモ類、続いて聖護院ダイコンその他の京野菜も導入。夏野菜も少しずつ入れていくようになりました。

ただ、野菜類はもともと取引先が多くなく、増産すると販路の開拓も必要になります。しかし、栽培に手をとられて、なかなか思うようにいきません。

そうした時、出会ったのが、田園紳士の森下社長です。社長が京丹後の野菜を売り込む役割を担うことで、エチエ農産の販路も広がり、面積拡大はさらに進んでいったのでした。

「ファイトリッチ」栽培

3年前、昭公さんは父の雅夫さんからエチエ農産の代表を引き継ぎました。ほどなく、森下社長から「ファイトリッチ」部会の構想を聞かされ、昭公さんは「やってみよう」と快諾。面積拡大の後押しをしてくれた森下社長の発案で、しかも身体によい野菜なら、断る理由はありませんでした。

シリーズの中で「こどもピーマン」だけは以前から作っていました。発売当初、「新しいモン好き」の父の雅夫さんが植え、おいしくて気に入ったとか。

新規で導入したのは、ニンジン「オランジェ」「京くれない」とハクサイ「オレンジクイン」。エチエ農産ではニンジン、ハクサイとも多く栽培していて、抵抗なく取り組めます。思惑通り、初年度から栽培は順調。森下社長いわく、「ファイトリッチ」シリーズは栽培しやすいものが多く、その品目の経験さえあれば十分導入可能。栽培面のリスクは少ないのが利点です。

「京くれない」は濃い赤でアピール力の高い品種です。食べやすく、最近は直売所でもよく見かけるし、赤ニンジンと呼ぶ人もいて定着してきたのを感じます。また「オランジェ」は、甘くおいしいと味の面で高評価を得ています。

「オレンジクイン」は生食可能で、加熱すると一層色鮮やかになり、甘みも高まるのが特長。在圃性が短めなので、段まきで継続出荷に対応しています。

常設化に向けて

エチエ農産の「ファイトリッチ」栽培は年々拡大しています。ニンジンは60ａに達し、ごく一部を除いてすべて「ファイトリッチ」。昨年はリーフレタス「ワインドレス」、オクラ「ヘルシエ」を新規導入し、特に「ヘルシエ」はえぐみがなくおいしいと好評を博しました。シリーズに新品種が加われば「ぜひ作りたい」と、昭公さんは期待を寄せます。

森下社長としては、エチエ農産など部会の方々にできるだけ増産してもらい、既存の出荷先の売り場を充実させること。そうやって足元を固めつつ、新しい生産者にも声をかけていき、規模を拡大して新規取引先を開拓するこ

と。それが当面の目標になるでしょう。

そのためにも、さらに「ファイトリッチ」シリーズを広めていきたい。以前お伝えした京都の人気野菜レストラン「都野菜賀茂」でのフェアは大好評で、昨年11～12月にも「京都野菜リッチフェス」として再度登場。また、大丸京都店などでもフェアを開催し、京丹後と「ファイトリッチ」野菜を強くアピールしました。

フェアでのお客さんの反応はよく、手応え十分。これをその場で終わらせず、常設の「ファイトリッチ」売り場へとつなげていかねばなりません。

フェアでたまたま口にした人たちが「おいしい」と思える野菜を作ること。それが越江昭公さんの役割であり、やりがいでもあります。今後もできるだけ農薬を減らし、納得いく野菜を栽培して「おいしい」の声を聞き続けたい。自分の圃場をしっかり守り、京丹後の農業振興にもつなげたい。そうやってよい圃場、よい産地を次世代へ譲り渡すのが、昭公さんの今の目標です。

↑「農薬をできるだけ使わず、圃場を守り、次世代に譲り渡したい」と話す越江昭公さん。

「ファイトリッチ」ココをひと推し！
安心のこだわり栽培で身体にもおいしい「オランジェ」

←試食には茹でただけの「オランジェ」を。味つけなしで素材のよさを実感してもらう。

栽培しやすく抵抗なく導入できる

「オランジェ」は栽培法、難易度とも一般的な西洋ニンジンと変わらないので、新規導入する際も抵抗なく行えます。ニンジン栽培の経験がある生産者なら、まず問題ありません。そのため、多くの方にすすめやすく、地域やグループの中で生産を拡大していきやすい品種といえるでしょう。

ニンジンは無農薬有機栽培 試食を提供して素材のよさを

エチエ農産では栽培全般にこだわりをもっていて、特に薬剤防除はギリギリまで控えていますが、中でもニンジンはすべて無農薬で生産されています。堆肥ももみ殻や米ぬかを使用した自家製で、もともと甘い「オランジェ」が、さらに甘くなっているようです。

その特長を生かし、現在は試食を提供しながら展開していっています。無農薬なので生でも安心して食べていただけ、切っただけ、茹でただけのシンプルな調理で、素材の甘みを感じていただけます。そういったよさを生かしつつ、さらにカロテン豊富な点をアピールし、価値を高めていっています。

大丸京都店にて「ファイトリッチ」フェアを開催！

↑売り場にずらりと並ぶ「ファイトリッチ」野菜。色味でお客さんを引きつける。

↑「今後に生かしたい」と森下社長も売り場に立ち、商品の説明や試食の提供に奮闘。

↑和田農園の「フルティカ」も大人気。

↑エチエ農産の「オランジェ」は、試食したら即買われる方も。

●京都の中心でPR

昨年（令和元年）12月４日～10日の１週間、大丸京都店にて「ファイトリッチ」フェアを開催しました。ねらいは「ファイトリッチ」を知ってもらい、通常の野菜より身体によく、おいしいことを広めるため。田園紳士の森下社長も出向き、ＰＲに努めました。

●色鮮やかさで引きつける

食料品売り場の一角に、色とりどりの「ファイトリッチ」野菜が並んだ特設売り場。その華やかさに、つい立ち止まるお客さんは少なくありません。周囲にも野菜は売られていますが、特にカラシナ「コーラルリーフ」やミズナ「紅法師（べにほうし）」、レタス「ワインドレス」などは、ほかにない鮮やかさで人々を引きつけます。中玉トマト「フルティカ」やニンジン「オランジェ」「京くれない」も効果は高く、見た目の分かりやすさは重要です。

例えば「ワインドレス」には「シソかと思った！」と驚く方もいて、「この赤はシソと同じアントシアニンなんですよ」のように伝えると、お客さんも興味津々。機能性についてのやりとりも弾みます。

その反面、あまり外見が異なると使い方が分からず、買うのを躊躇する方も見られます。その場合はレシピの配布が効果的で、特に「コーラルリーフ」や「紅法師」では、購入の決め手になった方もおられました。

●味で勝負の品種も

一方でホウレンソウ「弁天丸（べんてんまる）」のような外見に特徴のないものは、使うのには安心でも視覚で訴えかけることはできません。そこで試食を何種類か用意し、味のよさも同時に伝えています。「弁天丸」などは甘みの差が歴然で、買っていただける方も多くいます。また、「フルティカ」は見た目も味もアピール力抜群。高い人気を誇りました。

価格が周囲よりいくらか高めなので、購入に結びつけるには、差別化できる点をいかに伝えていくかも重要なポイントです。

●フェアの成果を生かして

もちろん機能性は、最大のアピールポイント。お客さんの中には知識のある方もおられ、高機能性の野菜がこれだけ集まっていることに興味を引かれる様子。そういう方は質問も熱心にしてこられたりします。

機能性成分の高い野菜はいろいろありますが、「健康によい野菜がこれだけまとまっていると、より大きな力になるのは感じますね」と森下社長も成果を実感。お客さんの反応を見て、人気の高いものは増産するなど、今後に生かしたいと語っていました。