

特産農作物の品種育成と普及

－生産者・実需者・消費者を結ぶもの－

農林水産省農林水産技術会議事務局 筑波事務所

研究交流管理官 勝田 真澄

「特産種苗」が、特産農作物の品種・種苗・生産技術・産地に情報を提供する冊子として刊行され、特産農作物振興に向けた様々な品種の育成が進められていることが、毎号で紹介されています。これまでに本誌で取り上げられてきた雑豆類や雑穀類などでは、成分特性の改変、機能性成分増強、加工適性、新規用途等をターゲットとした品種の育成に多くの力が注がれて特徴ある品種が次々と育成されています。こうした品種が広く普及することによって、新規需要の創成等を通じた特産農作物の栽培振興が図れるものと期待されます。私自身、アマランサスやごまの品種育成に関わっていたことがあり、新品種を世に送り出す現場に立ち会う僥倖に恵まれました。草丈が低く栽培しやすいアマランサス「ニューアステカ」や高リグナン含有ごま「ごまぞう」など、それまで国内ではほとんどなじみのない作物や、栽培が途絶えかけているような作物でしたが、現在では小面積ながら徐々に農家での栽培が定着してきています。

とはいうものの、両作物とも、国内では稀にしか栽培が見られないような状況から新品種の普及をスタートしたので、新たに世に送り出した品種が定着するには、新規に生産者や実需者を獲得する必要があります。雑穀類などのマイナークロップでは生産基盤が確立していないことが多く、稲や麦類などのような生産現場に直結して普及を組織的に行う体制にはありません。品種の浸透にあたっては、生産者・実需者・消費者の間のニーズのマッチングや、連携のコーディネートなど、様々な場面における関係者の方々の熱意やご支援、ご協力が必須です。最近では、地域活性化にむけた補助事業や支援事業が地方自治体などで

実施されており、特産作物の普及に向けた活動が各地で始まっていますが、生産者・実需者・消費者の間で特産農産物が順調に定着するまでには、数多くの困難に直面しているのではないのでしょうか。

一般に、新品種の情報が新聞等に掲載されると、地域特産農作物に関してはとりわけ読者からの反響が大きく、生産者のみならず、実需者や消費者からのこうした作物における新品種の登場に対する期待が大きいことを実感することも屡々です。しかし、実際には消費者がその品を入手したいと考えても、品種が世に出た時点での生産者は限定されており、生産物はほとんど流通していません。加工品などの開発に着手しようとしても、試作用の原料が手に入らず、販売先がないので農家は栽培規模の拡大に踏み切れないという、需要と供給におけるミスマッチの状況にあり、ここから抜け出すには、迅速な種苗の提供や、生産者と実需の密接な連携による製品開発が重要な要素になります。特産農作物では、栽培の継続性と安定供給の確保が「普及」の鍵であり、消費者のニーズ創出とともに、生産者と実需者のマッチングが非常に大切であると実感しています。

品種・栽培・商品化という3つの技術開発に立脚した特産農作物の普及と生産振興は、近年見聞きすることの多い「技術経営(MOT)」や「産学連携」の考え方がそのまま当てはまる分野だと思います。生産者・実需者・消費者の3つの歯車がうまく噛み合うことが特産農作物を定着させる上で最も重要であり、「特産種苗」は三者を俯瞰した情報を提供する貴重な場として、関係者に活用されるものと期待しています。