

特集 とうがらし・わさび

I とうがらし【産地の取組】

内藤とうがらし復活プロジェクト

NPO 法人おいしい水大使館

内藤とうがらしプロジェクト リーダー 成田 重行

1. きっかけ

2004年、我々の活動は日本スローフード協会(支部名 江戸東京 代表 成田重行)で江戸時代の食を研究、再現や種の多様性、絶滅種の再生をテーマに活動していた。

その活動の中で江戸東京伝統野菜研究会の代表大竹道茂氏から江戸野菜事情の講義を受け江戸野菜の復活に興味を持った。活動はNPO法人おいしい水大使館に引き継ぎ今日に至っている。

2. 始まりは新宿宿場の歴史調査から

新宿の歴史は宿場の創設から始まっている。

この宿場の用地を内藤家が提供したので今でも内藤新宿と呼ばれたり、内藤町という地名が残っている。

宿場開設の約100年前に秀吉の命により徳川家康は関東6州を統治するため江戸に入り、家臣である内藤清成を関東総奉行にあて江戸の守りを固めた。家康は内藤清成に約20万坪の領地を与えた。(現在の新宿御苑を含む周辺) 実際にこの土地が使われたのは内藤家の七代当主内藤清枚が信州高遠藩主になったとき(1691年)参勤交代で江戸詰めの際、下屋敷としてこの土地を野菜づくりに

に活用した。

その野菜の中にトウガラシ、カボチャがあり宿場でも売れた。

当時の江戸は男性の単身者が多く、食事は外食が中心で蕎麦が人気、薬味としてのトウガラシが使われていた。一味、七味のふりかけとして内藤新宿のトウガラシが評判だった。やがて近隣の農家も換金できるトウガラシの生産に励んだ。

当時の資料によると「新宿から大久保にかけて秋になると真っ赤な絨毯を引き締めた光景」と表現している。内藤とうがらしが地域ブランドになっていた。

(新編武蔵風土記、武江産物史、守貞漫稿、新宿の伝説口碑などより)

このように新宿がトウガラシの一大産地になったがやがて宿場が繁栄してくると農地は旅籠、茶屋、問屋、商家などに代わり都市化現象がおこり、トウガラシの生産は青梅街道、甲州街道を西へ移動(中野、荻窪、三鷹、立川、八王子)、新宿からトウガラシの生産はなくなっていった。

我々の調査はトウガラシの渡来時期、その後の動向などを多くの資料から探しまとめた。それが(トウガラシ史)である。



「内藤トウガラシ史」

3. 内藤とうがらし文化展を開催

2010年1月、新宿御苑インフォメーションセンター展示コーナーでこれまでにまとめた新宿の歴史、とうがらしの歴史を展示開催した。

同時に江戸東京伝統野菜、とうがらし七味の口上実演、家庭園芸の栽培、とうがらし料理、全国とうがらしの紹介（大田原吉岡食品、やげん堀中島商店、善光寺の八幡屋磯五郎、岡山のとっちりこ等）。セミナーでは信州大学の松嶋憲一氏、江戸・東京伝統野菜研究会の大竹道茂氏、新宿御苑の本荘暁子氏の講演、そしてとうがらしの俳句や写真、絵画、染め、グッズなど文化コーナーもあり、会場いっぱいとうがらしが埋め尽くされた。

会期中には新宿の行政、商店街、大学、商業施設、百貨店、地域代表、区民など多くの人を訪れた。新宿区長から（内藤とうがらし）は新しい新宿の歴史、文化であり行政も大いに支援していきたいと熱く語っていただいた。

アンケートの結果、新宿区民を始め多くの人内藤とうがらしの存在を知らず、ぜひ復活して欲しいとの声が多かった。

4. 八房の原種を探し3年かけ固定種に

区長、区民の復活の声を受けて早速、内藤とうがらしの種を探しに廻った。江戸幕府が始まる前、家康に連れられ江戸の守りを任された家臣の内藤清成が家康から授かった領地（現在の新宿御苑周辺）。そこで清成の出身、三河地域を探した。次にこの領地を実際に下屋敷として活用した内藤



内藤とうがらしの栽培

家七代目当主清成が藩主だった高遠（現在の長野県伊那市）でもとうがらしを調べた。

更に第17代内藤家当主頼誼氏に内藤家の歴史を伺った。

その結果、下屋敷のとうがらしは内藤家当主とは全く関係なく、やとわれの小作人が当時江戸で作られていたとうがらしを栽培していたことが判り、江戸時代の八房系とうがらしの原種を求め、筑波にある独立行政法人農業生物資源研究所を訪ねた。

八房系で最も古い種を数粒いただき、山梨の畑で隔離して3年間固定種を完成させた。現在この種を（内藤とうがらし）として一般の八房系とうがらしとは区別し、都内の伝統野菜を作っている生産者に栽培を依頼している。

5. 新宿各地域の復活、普及活動

新宿区は地域ごとに出張所を設け、地区単位で地域活動を行っている。

四谷出張所は早くから内藤とうがらしに興味を持ち活動を始めた。環境美化運動の一環で街を花いっぱいにと精力的に取り組んでいた。この流れにのってとうがらしの苗を住民、商店街に配布、四谷大通りにとうがらしのプランタが並んだ。5月に定植してから花が咲き、青い実がなり、赤くなり10月まで楽しめる。住民、お店、お客さんともにきれい、かわいいと好評で毎年続けている。

高田馬場、早稲田地域では地域通貨運動（アトム通貨）と連携を取り内藤とうがらしの復活、普及を展開している。具体的には周辺の企業、学校が5月に苗を購入、敷地内、屋上などで栽培し収穫物は地域の飲食店へ提供して内藤とうがらしを使ったラーメンフェア、バルフェアなどのイベントを開催している。地域内で企業、学校、商店街などがネットワークを組み活動を行っている。

6. 学校の活動も活発

新宿地域の各種学校が内藤とうがらしの復活、普及に取り組んでいる。四谷小学校、大久保小学校では内藤とうがらしの苗を校庭の一画で栽培、観察10月に収穫、食育を通じとうがらし料理や加工の学習を行い、また、課外授業としてとうがら



内藤とうがらし

しの歴史探訪、地域の普及活動の人へのインタビューなど多角的な学習を実施している。

中学校では牛込第一中学校と東京韓国学校中等部の生徒が大久保のキムチ歴史館（妻家房）で内藤とうがらし、韓国とうがらしでキムチづくりの交流を行っている。

高校は都立園芸高校の伝統野菜研究員が内藤とうがらしの栽培、収穫、加工の実習、収穫物や加工品を学校周辺の住民に提供し普及を促している。

大学は学習院女子大学の品川明教授のもとフードコンシェルネス講座で内藤とうがらしの学習を展開している。

早稲田大学では農学塾が栽培から収穫まで内藤とうがらしの魅力を研究している。

また、新宿調理師専門学校では和食、中華の専門の先生が内藤とうがらしの出汁の研究を精力的に実験し面白い成果が出ている。学校の取り組みは徐々に輪が広がり地域での普及のベースになっている。

7. 内藤とうがらし発祥の地 新宿御苑

内藤家7代当主内藤清枚の下屋敷（現在の新宿御苑）で生産されていたとうがらしが当時江戸で人気の蕎麦の薬味として使われ評判になった。

新宿御苑を内藤とうがらし発祥の地として毎年イベントを開催している。

春、5月の連休はとうがらしの苗を販売、育て方、料理の仕方などの相談コーナーを設け、来苑

者に対応している。外国の来苑者が多く「江戸時代」「とうがらし」などに興味を持っている。一味、七味、とうがらしの加工品がよく売れる。並行して江戸東京伝統野菜の販売もあり人気、好評である。

秋、収穫された内藤とうがらしをテーマに新宿全域のフェアーの中心拠点になっている。展示会、セミナー、相談会、紙芝居、そして内藤とうがらしの加工品が勢揃い、紅葉の庭園を見ながらとうがらしを楽しんでいる。

レストランではシェフの開発した様々なメニューが提供されている。カレーライス、パスタ、サラダ、ウィンナーパン、とうがらしアイスクリーム等。

8. 内藤とうがらしが江戸東京伝統野菜に認定 (JA 東京中央会)

2013年、大竹道茂氏（江戸・東京伝統野菜研究会代表）の指導で伝統野菜に認定された。プロジェクトが種を探し、固定種化したとうがらしを都内の（練馬、小平、西東京、東久留米、三鷹、八王子）の伝統野菜を生産している農家さんに依頼栽培してもらっている。

日本のとうがらし生産では先駆者である栃木県大田原の吉岡博美氏からアドバイスをいただきスタートした。

現在の国内消費の90%以上が海外からの輸入品といわれ国内生産はごくわずかである。市場の相場は外国産価格で成り立っていて収穫後の手間作業等人件費コストを計算すると国内産は10倍以上の価格になる。

内藤とうがらしはそのブランドを守るため東京都内で指定農家にかぎり生産を認めている。都内の農家は狭い耕作地で工夫をしながら多種の野菜をつくり土地を回しながら旬の作物を生産している。その中でとうがらしをつくるには大規模とうがらし生産とは違う栽培方式が必要となる。

また、とうがらしを薬味の材料だけでなく新鮮野菜としての価値を創造している。葉っぱの収穫、青い実の収穫、赤い実（生）の収穫など通年型の活用を行っている。

内藤とうがらしは少量、限定生産【ここしかない、

これしかない、いましかない】を価値としたブランド品としての高品質生産を目指していきたい。

9. 新宿全域での内藤とうがらしフェア開催

2008年、歴史を調べ、プロジェクトがスタート。それから6年目。多くの人のお陰でようやく内藤とうがらしの認知も広がり、今後は外部の人に知ってもらおうと2014年新宿各地域の活動を集約一堂に集めた催事を開催した。

- ・環境省新宿御苑管理事務所、国民公園協会新宿御苑、新宿観光振興協会の共催。新宿区の後援。江戸東京・伝統野菜研究会の協力。
 - ・9月30日～10月5日。10月4日をとうがらしの日としその前後6日間開催。
- 新しい新宿の歴史、文化、観光、物産を紹介するフェア。
- ・場所は新宿御苑（ Deng 熱騒動で閉鎖、会場を別に開催）、各地域でのイベント、新宿伊勢丹でのフェアなど。
 - ・PR、広報はTV、新聞、ネット、新宿区報、街コミ誌など。内藤とうがらしフェアMAP（3万部）要所、関係先に配布。

集客はそれぞれのイベントが各地域で行われ、正確な数字はつかめないが連日多くの人々がイベント会場で賑わった。各地域のイベントも同時に開催された。

- ①学校取組展：四谷小学校、大久保小学校、柏木



「新宿内藤とうがらしフェア」開催 PR



百貨店での内藤とうがらしフェア

小学校（鳴子うり）、西新宿小学校（内藤かぼちゃ）、牛込第一中学校と東京韓国学校中等部の交流、都立園芸高校、早稲田大学、学習院女子大学、新宿調理師専門学校（以上四谷区民センター）。

- ②四谷地域：玉川上水と内藤七味唐がらしのまち歩き
- ③四谷図書館：講演会「内藤新宿をあそぶ」
- ④新宿大通り：新宿辛辛めぐり（8軒の飲食店が内藤とうがらしの料理用意）
- ⑤百人町：辛クラーベ（16軒の飲食店が内藤とうがらしの料理を提供）
- ⑥高田馬場、早稲田：バル辛フェスタ2014（30軒の飲食店が料理提供）
- ⑦内藤とうがらし巡り：多武峯内藤神社、駿馬塚の碑、太宗寺、新宿歴史博物館、花園神社、玉川上水内藤新宿分水散歩道など。

10. 新宿伊勢丹百貨店の内藤とうがらしフェア

・2014年10月1日～10月7日

- 食品コーナー（B 1）和菓子、洋菓子、惣菜、弁当、青果
- 特設コーナー（B 1）内藤とうがらしの加工品、洋菓子、弁当、盆栽など
- レストラン（7 F）内藤とうがらしを使った料理 和、洋、中華など。
- 屋上（9 F）内藤とうがらしイベント。歌、紙芝居、相談会



内藤とうがらしを使った加工品の開発

など。

伊勢丹は内藤とうがらしの地元でもあり地域と密着したイベントに積極的。会期中はどこコーナーもお客さんでいっぱい、商品は完売、好評。一挙に内藤とうがらしは新宿のブランド商品になった。内藤とうがらしフェアは来年もぜひ開催してほしいとの声が多かった。

11. 大手食品加工メーカーからの注文

新宿の地域を元気にする運動から始まった内藤とうがらしプロジェクトは、年々復活、普及の輪が広がり、新宿全体の新しい歴史文化を形成しつつある。

2013年から内藤とうがらしの物語性、地域性、味覚の特徴に注目。大手食品加工メーカーから内藤とうがらしを使った加工品の開発依頼が始まった。

プロジェクトとしてはいくつかのルールをつくり、開発、生産に協力している。

とうがらしの素材は東京都内の指定管理された生産者が内藤とうがらしの固定種の限定された種を使い、栽培されたものであること。購入はプロジェクトに注文してプロジェクトを通じて行うこと。販売はプロジェクトを通じ、一定のルールに従い行うこと（ロゴマークなど）。

緩やかな規定の中で栽培生産者、加工、販売、

プロジェクトが WinWin の関係を作り相互に新宿ブランドを形成、守ることにしている。

12. まとめ

2008年、新宿の宿場の歴史調査からはじまった運動も2014年には新宿中の大きなイベントにまで拡大、発展してきた。

新宿区民、行政、地域の普及活動応援の皆さん、学校関係、商店街、飲食店、百貨店、公共施設、企業、そして各分野の専門家の先生など多くの皆さんのご指導応援のお蔭で新宿の新しい歴史、文化、観光、物産として形成されてきた。

- ①商品：プロジェクトとしては内藤とうがらしの伝統的な野菜の普及を図るためとうがらしを食卓の端にある薬味だけでなく野菜として（葉、青い実、赤い実、乾燥）旬ごとの料理に活用している。また幅広い加工品の開発も計画している。
- ②生産：東京都内の生産者に限定したとうがらしの栽培は収穫量に限界があり、品質を重視した生産体制を考えている。（苗の名人、葉の名人、青の実、赤の実の名人、成熟の名人、盆栽の名人など）
- ③全体：国内産とうがらしが少ない中、内藤とうがらしは希少価値を発揮し、品質を重視、ブランドを創造していきたい。