

## JAにおける**主要品種**

### 「紅こがね」 品種：ベニアズマ

- JA管内の作付率が約30%。
- 「紅こがね」ブランドとして差別化販売。
- 当管内で周年出荷している唯一の品種。
- 長期貯蔵によりじっくり糖化させた「紅こがね」は、期間限定で「熟成紅こがね」として販売。



### 「紅まさり」 品種：べにまさり

- JA管内の作付率が約30%。
- 焼き芋に最適な品種で、当産地が全国一の生産地。
- 他の品種には少ない「果糖」と「ブドウ糖」が多く含まれ、独特のさわやかな甘さが特徴。

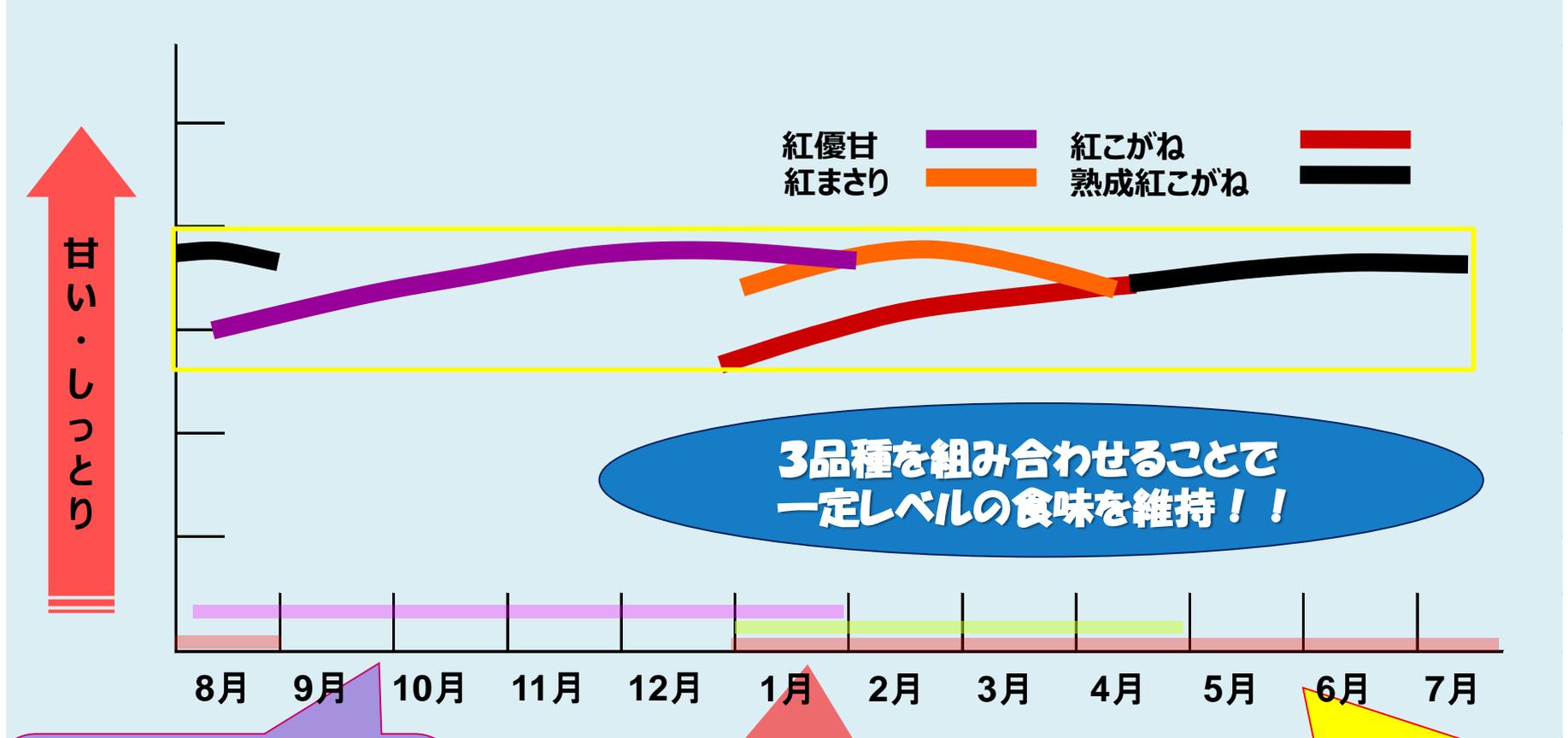


### べにゆうか 「紅優甘」 品種：べにはるか

- JA管内の作付率が約40%。
- 「紅優甘」ブランドとして差別化販売。
- H23年から本格的に出荷が開始され、作付が伸びている。
- 掘り取り直後から甘さが強く糖化が早いのが特徴。



# JAなめがたしおさいの焼き芋の食味変化イメージ



8月からの新芋時期に最も甘くしっとりした焼き芋になるのは「紅優甘」!

年明け頃に適度なしっとり感と甘さが伴ってくるのは「紅まさり」!

長期貯蔵でより美味しくなってくるのは「紅こがね」!  
5月以降は熟成して、極上の美味しさになります!

# いつ食べても美味しい！周年出荷スケジュール

品種	出荷時期（月）											
	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7
紅優甘	←————→											
紅まさり	←————→											
紅こがね	←————→ 熟成紅こがね											



**紅優甘**  
(8月～1月)



**紅まさり**  
(1月～4月)



**紅こがね・熟成紅こがね**  
(1月～8月)

## 営農における甘藷部会への働きかけ

- 定例会や役員会を定期的に行い、出荷、販売のタイムリーな情報を共有
- 研究会や後継者組織を発足し、将来の担い手育成のための活動を支援
- 県関係機関や普及センターと協力し、消費者目線に立った生産や出荷に取り組むための意識改革を図る手法として、食味試験や現物検討会等を実施



現物検討会



焼き芋食味試験



栽培講習会



消費宣伝活動



うまい芋作り研究会検討会

“見る、食べる、納得する”  
を繰り返し、消費者ニーズに  
対応したカンショ作りを  
部会員とともに目指す！

# 女性農業者や将来を担う若手後継者の活躍

未来へと繋がる活気あるカンショ産地づくりのために後継者や女性が自ら活動！

## ○ 女性農業者による食育活動や情報発信



集客力のある施設での直売活動



地元小学校での出前講座

行方の農産物の消費  
拡大や食育等を実施！



女性グループが開発した  
米粉たこ焼き

## ○ 若手後継者組織『TEAM FUTURE』結成



20～30代中心の元気ある組織



焼き芋試食による消費宣伝

平成26年にカンショ  
若手後継者で組織する  
“TEAM FUTURE”  
が発足！

カンショ産地の  
更なる発展ため  
技術研鑽や販促等  
の活動を展開！

# 取引先へのカンショプレゼン活動

当産地の焼き芋がなぜ美味しいのか？その理由を売り先まで伝える…

品種の特徴や焼き芋の美味しい焼き方など、消費者に直に接するスーパー販売担当者やバイヤー等に対し直接出向きプレゼンを実施！

美味しさの根拠等の研究データを蓄積した冊子“焼き芋の本”を取引先に配布！

量販店担当者にプレゼン



市場担当者にプレゼン



	主な開催場所	実施回数	人数
H21	千葉、静岡	3回	131名
H22	神奈川、茨城	6回	169名
H23	宮城、愛知	3回	125名
H24	北海道、秋田、東京	16回	259名
H25	福岡、兵庫、茨城	8回	135名
H26	滋賀、埼玉	13回	463名
H27	長野、兵庫	6回	370名

7年間で55回、1,652名に実施！

データに基づく  
説明で納得！  
顧客との信頼  
関係を構築！



# 焼き芋 の話



JAなめがた甘藷部会連絡会  
なめがた農業協同組合  
《協力》茨城県カンショ技術体系化チーム

## 味に直結！テンブンの「糖化」と「甘さ」

- サツマイモに含まれる「デンプン」は、貯蔵や加熱によって「糖」に変化する、いわゆる「糖化」という現象が起こり、甘味が増加します。
- JAなめがたでは、サツマイモの「糖化」に着目し、焼き芋に向く品種選びや、出荷時期の調整、焼き方の提案などを行っています。

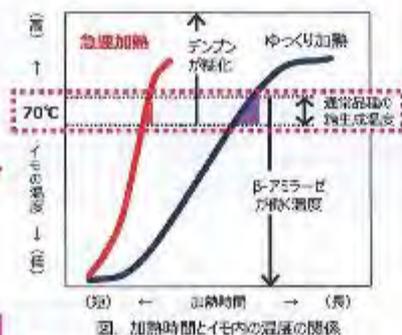
### 「貯蔵」による増加

- サツマイモの掘り取り後に、一定期間の貯蔵や、強制的に低温または高温で処理します。
- サツマイモに含まれるデンプンが、「ショ糖」に分解され甘味が増します。

### 「加熱」による増加

- 加熱により活性化する酵素β-アミラーゼが、デンプンを「麦芽糖」に分解し甘味が増します。
- サツマイモの多くの甘さは「麦芽糖」によります。

イモの内部の温度が70℃前後で、デンプンは糖化し、β-アミラーゼの働きで「糖」に変化します！  
 ゆっくりと焼き、70℃付近の温度を保つことが重要です！



### 糖成分による「甘さ」

- サツマイモの甘さは、主に以下の4種類の糖により構成されています。
- これら糖成分は、それぞれ「甘さの強さ」や「甘さの質」が異なります。

#### 「ショ糖」

- 砂糖の主成分。
- 無味のような強い甘さの特徴。



#### 「麦芽糖」

- 水飴に含まれる成分で優しい甘さ。
- 甘さの強さは、ショ糖の35%程度。



#### 「ブドウ糖」

- 果実やハチミツに多く含まれる成分。
- 甘さの強さは、ショ糖の55%程度。



#### 「果糖」

- 果実やハチミツに含まれる成分。
- さわやかなのが強い甘さの特徴。



産地独自の  
「焼き芋」へのこだわり



## Q. サツマイモの蒸し芋の緑変は？



### 蒸し芋の変色

- 蒸したサツマイモの内部が緑色に変わることや、サツマイモをゆでた水が緑色になることがあります。
- 蒸したサツマイモを冷蔵庫に保管すると、皮の内側や中心部が緑変することがあります。

A.

サツマイモに含まれるポリフェノールが、アルカリ性の物質の影響によって、他の物質と反応したため緑変します。

### <解説>

- サツマイモやゴボウには「ポリフェノール」の一種である「クロロゲン酸」が含まれています。
- クロロゲン酸は、コーヒーなどにも含まれていることが知られており、ポリフェノールの一種としてその抗酸化作用が注目されています。
- 「クロロゲン酸」は、アルカリ性の物質の影響により、食品中の他の物質と反応して緑色の物質に変化することが知られています。
- 衣に重曹を使用したサツマイモの天ぷらや、ゴボウとこんにゃくを一緒に煮込んだ場合に緑変することがあるのは、重曹やこんにゃくに存在するアルカリ性の物質の影響で、クロロゲン酸が他の物質と反応し、緑色の物質を生成するためと考えられます。
- 冷蔵庫に保管した蒸したサツマイモが緑変することがあるのは、冷蔵庫内の腐敗細菌等により作られる微量のアンモニアガスによって、サツマイモが緑変します。
- この場合、冷蔵庫内の洗浄及び殺菌を実施して、庫内を清潔にすることで緑変を防ぐことができます。
- 他の食品から発生したアンモニアガスなどにより、保存中の蒸したサツマイモが緑変する場合もあります。
- 「クロロゲン酸」の変色の原因物質が特定できない場合でも、何らかのアルカリ性の物質が関係しているものと考えられます。

引用文献：食品苦情処理事例集 全国食品衛生監視員協議会編  
独立行政法人 農林水産消費安全技術センター「食の情報交流ひろば」

## Q. サツマイモについている黒い物質は？



### 芋表面の汚れ

黒くて固いゴムのようなものが、芋の表面についたサツマイモがあります。

A.

サツマイモの切り口からにじみ出る白い物質「ヤラビン」です。

### <解説>

- 活性の高い元気な芋からは「ヤラビン」が多く出するため、「ヤラビン」が付着した芋ほど新鮮な証拠です。
- 収穫時や出荷調整時などに切り口から「ヤラビン」が出るため、生産者は芋に「ヤラビン」が付着しないように注意していますが、「ヤラビン」の量が多いと付着する場合があります。
- 「ヤラビン」は昔から緩下剤として知られており、「ヤラビン」は腸の蠕動運動を促進し、便をやわらかくする効果があると言われていたため、安心してご賞味いただけます。
- サツマイモが便秘に効くのは、「ヤラビン」と食物繊維の相乗効果によるものとされ、ヤラビンは熱に対して安定しているため、焼いても蒸しても変質しません。

## Q. 芋表面の肌荒れは？



### 皮目（ひもく）

サツマイモの表面が線形状に隆起した症状で、横縞状に散在します。

A.

空気の入出力の役目をする「皮目」です。特に「紅まさり」は品種特性で多く発生します。

### <解説>

- 秋に雨が多い年などに、芋が土の中で空気を多く取り入れようとして発生を助長します。
- 焼き芋では皮目から適当に水分が抜けて、甘さが増す等、食味に影響はありません。

# 消費者に美味しさを伝える消費宣伝活動

焼き芋を食べてもらえれば美味しさが分かってもらえるはず…

焼き芋をまずは食べてもらう消費宣伝活動を積極的に実施！  
美味しさの理由や品種の特徴等を消費者にじかに説明！



試食による消費宣伝



生産者自ら消費宣伝



品種の特徴等を解説した  
販促用POP・リーフレット

主な  
開催場所

実施  
回数

H24	宮城、福島、愛知	15回
H25	秋田、神奈川、大阪	16回
H26	北海道、神戸、福岡	14回



毎年、県内外で15回程度消費宣伝を実施！  
消費者やスーパー等から大好評！

食べて理解して  
もらうことを重視！  
新たな顧客や  
「ピーター」を獲得！

**『焼き芋戦略』から**  
**食品企業との連携による新たな需要創出**  
**～農家所得の更なる増大と魅力ある地域農業の実現～**

