

# 特用林産に関する研究 (VI)

## — 山菜の生産と流通 (I) —

九州大学農学部 吉良今朝芳  
福岡県林業試験場 野中 重之

### 1. はじめに

畑で栽培される野菜に対して、山野に自生しているものを採集して食用とする植物を山菜と称している。

この山菜は、最近、健康食品、自然食品ブームを反映して脚光をあびている。その背景には①薬づけ農産物から無農薬の特産物への本物志向、季節感のある食べものへの高まり。②日本人は古くから香りを大切にしており、香りのある食べ物が見直され、また山菜固有の味と香りが好まれている。③健康面から減塩食への関心が高まり、食塩の代替としてワサビ、ミョウガ、サンショウなどの香辛山菜の消費が伸びている。④高カロリー食品が敬遠され、コンニャクなどの低カロリー食品が伸びている。⑤特に山菜類の多くが薬用効果を有すること、などが上げられよう。

このため、山菜類は需要が大きく伸び、市場流通も拡大し、価格も好調に推移している。例えば山菜類(クサソテツ、オオバギボウシ、アケビ、ウコギ、ウワバミソウ、コシアブラ、マタタビ、モミジガサ、ミヤマイラクサ、ネマガリダケなど)の東京卸売市場の入荷状況をみると、この5年間に入荷量で1.4倍、販売金額で2.0倍の伸びを示しており、野菜とは対照的に供給不足の状況下にある。

そこで、われわれは今回この山菜類を取り上げ、福岡県を事例に、その生産と市場流通の実態を明らかにしたので、報告する。

### 2. 山菜の生産の動向

特用林産資源としての山菜は、その種類をみると、商品化されているものだけでも100種以上にのぼり極めて多いことがわかる。とくに山菜固有の味と香りは、野菜にはない本物の味、個性的な味と香りをもち、現在の消費者ニーズに合致している。このことから近年は山菜類の消費は拡大基調にある。

しかし、こうした特産資源としての山菜は、森林の開発が進み、奥地化するとともに減少しており、地域的、季節的な特産物として市場での評価は高いものの、その多くは一般化、大衆化されていない状況下にある。

九州地方で利用されている主な山菜類の栽培状況は表-1のとおりである。このなかで山菜として市場に出荷されているのは①フキ②ツツブキ③ウド④ヤマノイモ⑤ミョウガ⑥ワサビ⑦ワラビ⑧タラノメ⑨ゼンマイ⑩サンショウ(葉、実)など数少ない状況である。このほかの山菜は料理店など直需者との直接取引や自家消費が主体を占めている。

表-1 主な山菜類の栽培状況

山 菜 名	科	食用部位	栽培方法
アケビ	アケビ	若芽, 果実	露地, 促成
アザミ	キク	若芽	一部ハウス
ウコギ	ウコギ	若芽, つばみ	露地, 促成
ウワバミソウ	イラクサ	茎	露地
オオバギボウシ	ユカリ	若葉	露地, 促成
オカヒジキ	アカザ	全若芽	露地, 促成
オランダガラシ	アブラナ	若芽, 茎	露地, 促成
クイモ	キク	イモ	露地
クサソテツ	ウラボシ	若芽	露地, 促成
コシアブラ	ウコギ	若芽	促成
サルナシ	マタタビ	果実	露地
サンショウ	ミカン	若葉	露地, 促成
ジュンサイ	スイレン	若葉	水田, 池
セセリ	セセリ	全若芽	草水田, 湿地
ゼンマイ	ゼンマイ	若芽の茎	自然, 露地
タラノメ	ウコギ	若芽	露地, 促成
ツルナ	ツルナ	若芽	露地
ツツブキ	キク	若芽	露地, 促成
トンブリ	アカザ	若芽, 果実	露地
ナンテンハギ	アザミ	若芽	露地
ハマボウフ	ウセリ	若葉	露地, 促成
フキ	キク	若葉	露地, 促成
マタタビ	マタタビ	若芽, 果実	露地
ミヤマイラクサ	イラクサ	若芽, 葉	露地
ミョウガ	ミョウガ	花	露地, 促成
モミジガサ	キク	若芽	露地, 促成
モリアザミ	キク	新若芽	露地
ヤマウド	ウコギ	若芽	露地, 促成
ヤマノイモ	ヤマノイモ	イモ	露地
ワサビ	アブラナ	全若芽	露地
ワラビ	ウラボシ	新若芽	露地, 促成

したがって福岡県においても、山菜類の栽培状況を示すところの市町村別の栽培面積、生産量、販売量、生産者数等の把握はきわめて困難である。われわれの現地調査の結果得られた資料を示すと、昭和61年の生産量は①フキ472.4トン ②ウド2.3トン ③ヤマノイモ45トン ④ミョウガ53トン ⑤水ワサビ2.0ト

ン ⑥畑ワサビ1.7トン ⑦ワラビ15トン ⑧干ゼンマイ1.8トンなどとなっており、主な産地は当然のことながら山間地域に偏在している。

3. 山菜の市場流通について

山菜の流通の実態を把握するため、福岡県内の代表的な4つの青果市場（北九州、福岡、久留米、飯塚）を取り上げ、過去5カ年間（57～61年）の入荷状況

表-2 山菜の産地・年次別入荷量の推移  
(北九州市場)

品 目	産 地	57	58	59	60	61	シェア
フ キ (ton)	福 岡	137	126	149	117	115	78.1
	大 分	37	46	50	-	1	16.2
	その他	12	14	5	8	7	5.8
	計	186	186	204	125	123	100.0
ツワブキ (ton)	宮 崎	150	140	115	118	118	87.2
	鹿児島	25	19	16	16	9	11.5
	福 岡	1	1	1	1	1	0.3
	その他	1	2	1	-	1	0.7
計	177	162	133	135	129	100.0	
ウ ド (ton)	東 京	21	12	13	8	7	41.5
	岐 阜	3	3	6	6	8	17.9
	熊 本	5	6	6	5	4	17.3
	福 岡	0.1	0.2	0.6	0.3	0.1	0.9
その他	8	8	5	6	7	22.4	
計	37	29	31	25	26	100.0	
ヤマノイモ (ton)	群 馬	172	178	203	226	249	81.7
	埼 玉	47	19	27	28	10	10.4
	福 岡	5	5	3	7	5	2.0
	その他	8	11	19	14	22	5.9
計	232	213	252	275	286	100.0	
ミ ョ ウ ガ (ton)	大 分	10	14	16	11	16	32.6
	福 岡	14	10	14	10	10	28.7
	熊 本	4	6	7	5	3	12.5
	その他	11	13	12	11	9	26.2
計	39	43	49	37	38	100.0	
ワ サ ビ (kg)	宮 崎	1158	1247	1078	1072	1074	45.3
	大 分	449	383	429	194	490	15.6
	福 岡	460	146	80	230	112	8.3
	その他	370	806	525	1155	795	30.8
計	2637	2582	2112	2651	2471	100.0	
ワ ラ ビ (ton)	鹿児島	6	4	5	4	5	31.3
	福 岡	10	5	3	3	2	28.2
	熊 本	2	3	3	2	1	12.9
	その他	5	3	2	6	7	27.6
計	23	15	13	15	15	100.0	
タ ラ ノ メ (kg)	大 分	-	-	42	72	129	45.0
	愛 知	-	-	4	43	31	14.4
	福 岡	-	-	2	2	4	0.7
	その他	-	-	56	89	65	39.9
計	-	-	104	206	229	100.0	
その他山菜 (ton)	福 岡	11	10	8	9	8	76.2
	その他	3	3	3	1	4	23.8
	計	14	13	11	10	12	100.0

等を調査した。その結果、市場規模の大きい北九州市場について今回は取り上げ、報告する。

まず山菜の産地別、年次別入荷量の推移をみると表-2のとおりである。

市場における福岡県のシェアをみると、フキが第1位で78.1%と高い比重を占めているものの、ツワブキは第3位で0.3%、ウドは第6位で0.9%、ヤマノイモは第4位で2.0%、ミョウガは第2位で28.7%、ワサビは第5位で8.3%、ワラビは第4位で12.9%、タラノメは第5位で0.7%といずれも低い。産地別の特徴としては一村一品運動を展開している大分県が山菜についても大きく伸びている。例えばミョウガ、ワサビ、タラノメなどにその傾向がみられる。

しかし、全般的には大きな伸びを示している東北地方や東京などに対比して北九州市場の場合、あまり大きな伸びを読みとることはできない。

一方、表-3で山菜の価格の推移をみると、ヤマノイモ、生ゼンマイを除いて、いずれも順調な伸びを示している。ヤマノイモについてはナガイモ、ジネンジョとの競合で、また生ゼンマイについては消費形態に問題があったと考えられる。

表-3 山菜の価格の推移  
(北九州市場1kg当り単価円)

品目	年次	57	58	59	60	計
フ キ		158	157	162	212	221
ツワブキ		442	489	465	545	544
ウ ド		367	477	442	516	549
ヤマノイモ		669	700	556	447	391
ワ サ ビ		4,849	5,286	5,617	4,424	5,294
ミ ョ ウ ガ		771	834	619	961	993
ワ ラ ビ		461	502	532	518	551
ミョウガダケ		-	-	1,066	1,252	1,260
タラノメ		-	-	2,281	1,906	2,360
ジネンジョ		-	-	844	1,387	1,204
ゼンマイ		-	-	1,164	708	595
葉ワサビ		-	-	-	854	516
サンショウ(葉)		-	-	9,412	9,902	13,025
サンショウ(実)		-	-	1,745	798	785

さらに、山菜の販売金額は381百万円に達しているが、このなかで大きな比重を占めるのはヤマノイモの112百万円(29.3%)、ついでツワブキの70百万円(18.3%)、サンショウ(葉)の48百万円(12.3%)、ミョウガの38百万円(9.7%)などとなっている。

4. むすび

このような山菜資源を再評価し、いかに高度利用を図っていくかは、山村地域の産業振興にとって重要な課題であるが、生産基盤、技術開発、流通、加工体制など未解決の点が多い。