日本地理的表示協議会がGーシンポジウム

「行方かんしょ」事例紹介

登録で品質担保、海外との商談円滑に

日本地理的表示協議会は今月、地理的表示（GI）保護制度の認知向上に向け、都内で「GIシンポジウム GI産品のDiversecollaboration～GIで高める私たちのブランド力～」を開催した。登録生産者団体、関係自治体、連携する各種の事業者等が事例紹介を行い、青果では行方（なめがた）かんしょブランド推進協議会が取組みを発表した。

「行方かんしょ」は2023年3月、東日本のサツマイモとしては初めてGI登録された。

他産地と比べて糖化し甘みに変化するデンプン含量が多いこと、キュアリング処理や長期低温保存により糖度が高く甘みが強いことなどが特長。品種ごとの最も美味しい時期を割り出し、リレー出荷体制を確立。年間を通じて、安定した食味の良い状態での出荷を実践している。主要ブランド（品種）と出荷時期は、「紅優甘（べにゆうか）（べにはるか）」が8月～2月中旬、「紅こがね（べニアズマ）」が2月中旬～5月中旬、「紅まさり（べにまさり）」が6月中旬～8月。

輸出に挑戦し始めたのは17年。11年の「べにはるか」本格販売開始以降、リレー出荷を確立し、順調に伸びていた売上げが頭打ちとなったことがきっかけだった。輸出先はタイ、シンガポール、香港、カナダ、EUなど6か国地域に及ぶ。昨年の輸出量は約110トン、輸出額は19年からの6年間で48倍に増加。GI登録は、輸出戦略の一環として取組んだ。

GI登録したことで、生産者の責任感や所得の向上につながったほか、品質が担保され、海外との商談が以前より円滑に進むようになった。海外産の安価なイモが「JapaneseSweet Potato」と謳って売られている事例もあるため、イモの箱に大きくGIマークを入れることで模倣品対策にもなる。

海外でさらに販路を拡大するためには、国際的なGAP認証が必要と考え、現在はASIAGAPに取組んでいる。昨年は14名が団体認証を取得。3年間で50名の取得をめざしている。貯蔵性をさらに高めるため、キュアリング技術の向上、施設の整備等も進めているところだ。

行政と生産者が協働「行方市さつまいも課」

昨年11月には「行方市さつまいも課」が発足。市・JAなめがたしおさい・生産者など関係者が協働し、企業とのコラボレーション企画や広報など、サツマイモに関することをワンストップで受付ける機能を持つ。問合わせ先を行政の窓口に一本化することで円滑な情報共有ができ、チャンスロスを減らし、効果的なプロモーションが実現できているという。

昨年は、カルピスの「特選バター」と、行方かんしょを使用したスイーツのレシピ動画作成に協力。これが縁となり、同バターとサツマイモ製品のセットを、ふるさと納税の返礼品として展開するようになった。

今後について同市役所の担当者は、「市場関係者の行方かんしょへの認知度はある程度高まっており、消費者の認知度を上げることが喫緊の課題。『行方市さつまいも課』の活動を通して『サツマイモといえば行方』と言われるように努めていきたい」と語った。