

# 地理的表示保護制度（GI）を利活用したさといも産地振興の取り組み ～<sup>ふたご</sup>二子さといも協議会（<sup>きたかみし</sup>岩手県北上市）の事例を中心に～

国立大学法人 弘前大学 農学生命科学部 国際園芸農学科 教授 石塚 哉史  
元国立大学法人 弘前大学大学院 農学生命科学研究科 園芸農学コース 永田 貴一  
国立大学法人 弘前大学大学院 地域共創科学研究科 産業創成科学専攻 小原 桃々

## 【要約】

農産物の輸入が恒常化し、国産品のシェアが低下していく中で、国内の産地強化の取り組みの一つとして農産物の地域ブランド化が活発な動きを示している。本稿では、「地理的表示保護制度（GI）」を導入した中小規模の野菜産地である岩手県北上市の「二子さといも」を事例に、ブランドの管理方法およびブランド・マーケティングを分析し、その効果と課題について明らかにする。

## 1 はじめに

政府による知的財産の保護に係る法制度が整備されたことに伴い、地域農産物のブランド化による産地振興が多数の産地において取り組まれている。こうした取り組みの活性化に拍車をかけた事象として、2014年6月の地理的表示保護制度の制定が挙げられる。

地理的表示（Geographical Indication、以下「GI」という）とは、その地域ならではの自然や歴史、文化、風習の中で育まれてきた品質や社会的評価などの特性を有する農林水産物・食品を国が登録し、その名称を地域の知的財産として保護するもので、2015年6月1日に施行された「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律」（GI法）に基づく制度である。

登録を希望する産品を生産する生産者団体は、国に申請を行い、登録を受けることにより、登録内容に即して生産される産品

（GI登録産品）に「地理的表示」および「登録商標（GIマーク）」を使用することが可能になる（図1）。これにより、他産品との差別化を図ることが可能になり、また、地理的表示の不正使用は行政が取り締まりを行うことから、訴訟などの負担なく地域産品のブランド価値を守ることもつながっている。

制度施行後のGIの効果を期待した産地による展開は目覚ましく、2015年に7品目で始まった登録産品数は、2023年7月末時点では139産品まで増加している。その内訳を見ると、野菜が46産品（33.1%）と最も多く、果実が22産品（15.8%）、食肉が16産品（11.5%）、魚介類が13産品（9.4%）、その他42産品（36.2%）となっている（図2）。地域別では、東北地方の野菜産地の品目も多く、最近では主産地以外の中小規模産地においても積極的な取り組みが行われた結果、数多くの登録産品が見受けられるようになった。

本稿では、東北地方の中小規模野菜産地である岩手県北上市二子地域に着目し、同地域において栽培されてきた在来系統のさといもである「二子さといも」のGI登録後の登録製品の生産・流通の実態を基に、いかなるブランドマーケティング戦略を展開しているかに焦点を当て、その特長について明らかにする。

「二子さといも」のGI登録に際しては、北上市を中心とした協議会が設立され、規格の統一やプロモーション活動が円滑に取り組みられており、他産地にとって参考となる事象が多く存在するものと思われる。

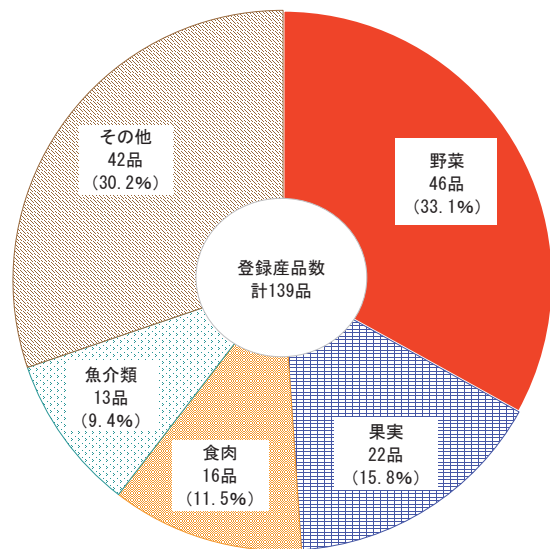
なお、本稿の執筆分担は1、2、5は石塚、3は永田、4は小原であり、最終的な取りまとめは石塚が行った。

図1 GIマーク



資料：農林水産省HP

図2 GI登録産品数（2023年7月末時点）



資料：農林水産省による登録産品情報 ([https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi\\_act/register/](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/register/)) を基に筆者作成

## 2 二子さといものGI登録の経緯

### (1) 北上市の概要

北上市は岩手県南西部に位置しており、北は花巻市、東に奥州市、西に西和賀町、南は金ケ崎町に接している（図3）。

東西に38キロメートル、南北に34キロメートル、総面積は4万3755ヘクタールであり、そのうち、経営耕地面積が8331ヘクタール（19.0%）を占める。農用地の内訳は、水田が7614ヘクタール、畑が

647ヘクタールである（2020年の数値、以下同じ）<sup>（参考文献（1））</sup>。

奥羽山系と北上山系に挟まれた立地条件から、比較的湿度が低く、日較差・年較差が大きい内陸性気候の特性を有しており、直近10年間の気象条件をみると平均気温は11.0～12.3度、年間降水量が1129～1589ミリとなっている。

北上川や和賀川の豊富な水資源と広大で肥沃な土壌を生かし、古くから農業の盛んな地域として位置付けられている。

図3 岩手県南西部に位置する北上市



市内の農業経営体数は2015経営体、基幹的農業従事者数は2424人である（1経営体当たりの基幹的農業従事者は1.2人）。

農業経営体の作目別構成は、米が1814経営体（90.0%）、次いで野菜が998経営体（49.5%）、豆が178経営体（8.8%）、果樹が134経営体（6.7%）となっている。総農家数は、2981戸、うち販売農家は1973戸（64.5%）である。

市内農業産出額は114億3000万円であり、その内訳は、米が60億5000万円（52.9%）と過半を占め、次いで畜産が21億8000万円（19.1%）、野菜が19億3000万円（16.9%）、果実が6億円（5.2%）となっている（2019年の数値）。

米は「銀河のしずく（岩手県オリジナル品種）」や「ひとめぼれ」の生産が盛んであり、野菜はアスパラガスが岩手県内有数の生産量を誇る。

以上に加えて、2022年に北上市産業連携推進会議および北上市産業ビジョン策定委員会を中心に「北上市産業ビジョン」の策定に代表されるように地域資源を活かした産業振興を目指して取り組んでいる点も特徴として挙げられる。「北上市産業ビジョン」は、地域の持続的な発展と魅力ある地域産業の振興を実現するために農業、林業、商業、工業、観光及び産業連携の各分野の方針と具体的な取り組みを示したものである。

## (2) 「二子」さといもの特長

「二子さといも」は、300年以上前から長期にわたって北上川沿いの二子地域を中心に栽培が行われてきた。1977年に選果登録の方法や出荷規格の統一が行われ、生産組合を設立している。

二子さといもは赤茎系品種であり、孫芋が肥大しないため、子芋<sup>(注1)</sup>を食するという特性を有する。その特長として、粒揃いが良く大玉で、他のさといもにはない強い粘り気と味の濃さ、滑らかな食感が挙げられる(写真)。

北上市がGI登録申請時に特徴を精査すべく弾力および粘度を測定したところ、粘度が高く口当たりが良い点、煮込んだ際に調味料との親和性が高い点が実証されている。また、食味についても、酸味、苦味、雑味、渋み、うま味などの数値が他産地よりも優れていることが確認できたという。

注1：一般的にさといもは本体の親芋から順に頭芋、子芋、孫芋と連なって生育している。二子さといもは上述の芋のうち、主に子芋が食されている。また頭芋は加工品などの原料、孫芋は産地では「すぼ芋」と称されて流通している。



写真 二子さといも

出典 [https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi\\_act/register/0068/index.html](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/register/0068/index.html)

## (3) 二子さといも協議会の概要

### ア 協議会発足の経緯

2017年6月、二子さといものGI登録を目指して、二子さといも協議会(以下「協議会」という)が発足した。協議会は、北上市内に設置された二子さといも振興チームが前身となっており、培養苗の技術検証、栽培技術に関する研修・意見交換、栽培歴の見直し、種芋保存の検証、病害虫対策、生理障害対策などを、GI登録申請以前か

ら行っていた。

2015年にGI関連法の整備が進展したのを受けて、全農岩手県本部から振興チームへGI登録の打診があり、生産者等へのGI登録に関する説明会を6回にわたり開催した後協議会が発足した。

これらの取り組みが功を奏し、2018年9月に二子さといもはGI産品として登録されることとなった。

## イ 協議会の構成・主な活動

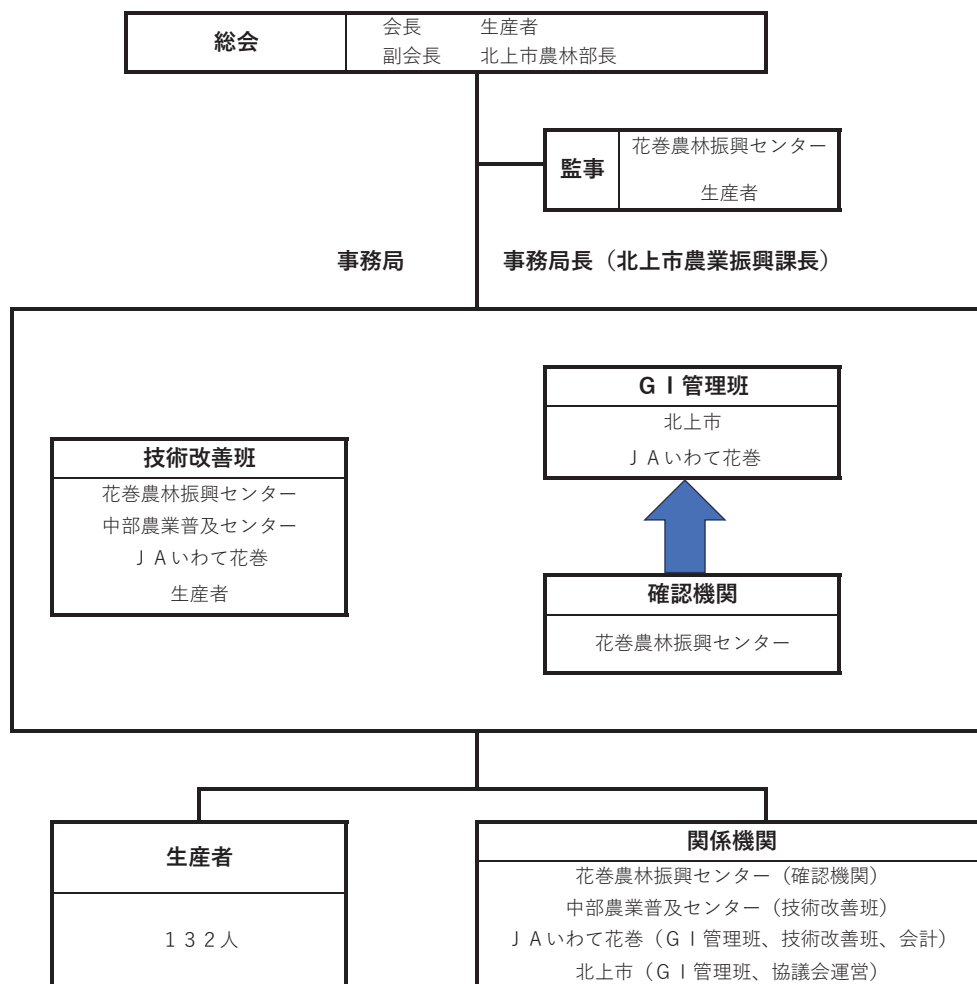
協議会は、①花巻農業協同組合（以下「JAいわて花巻」という）②岩手県県南広域振興局農政部花巻農林振興センター（以下「花巻農林振興センター」という）③岩手県中部農業普及センター④北上市および⑤会員（生産者）によって構成されている。

図4は協議会の構成を示したものであり、協議会の会長は生産者代表、副会長は北上市農林部長およびJAいわて花巻営農部長が、監事は花巻農林振興センターおよび生産者の代表が、事務局長は北上市農業振興課長が務めている。

協議会内には、技術改善班、GI管理班、確認機関の3つのグループが設置されている。技術改善班は前述②・③の県の普及センター、JAいわて花巻および生産者によって、GI管理班は北上市（農業振興課）およびJAいわて花巻で構成されており、これらの確認機関として花巻農林振興センターが役割を果たしている。

協議会の主な活動としては、①栽培技術の規定②ブランド強化への取り組み③新規栽培者の確保育成④栽培管理による品質保持の徹底⑤GIマークの適切な利用⑥広報・宣伝活動の6点が挙げられる。

図4 二子さといも協議会の構成



資料：二子さといも協議会資料を基に筆者作成  
注：生産者の人数は2022年の数値。

### 3 二子さといも協議会の地域ブランド管理・運営体制

協議会では、GI登録の際に定めた生産工程管理の遵守し、品質保持に努めている。

具体的には、①品種の存続②GI取得時に定めた生産工程管理適合性確認票などの提出・管理③協議会内でのチェック体制の強化—の3点が挙げられる（表1）。

このように、生産者のほか、地域内の普及指導機関と農業団体が連携して取り組むことによって生産工程管理の遵守につながり、「差別的優位性」を有するブランド・プレミアムの保持が可能となっているものと理解できる。

なお、「生産工程管理適合性確認票」には、生産者は品種および栽培方法の確認、出荷規格・最終製品の確認を、GI登録申請に必要な審査要領で定める書類（以下「明細書」という）の内容に従って行う義務があり、それを怠った生産者は講習会への参加・指導が入ることが定められている。講習会などの指導に従わなかった場合、一定期間において二子さといもの名称使用が困難となるなどの罰則も存在しており、強制力がある内容となっている。

また協議会は、JAによる出荷だけでなく個人による出荷についても、出荷規格や販売金額を把握することにより、管理体制

を強化している。

また、総会や栽培講習会において上記明細書の内容を毎年周知し、協議会全体でサポートする仕組みとなっている。その他、協議会が主管する栽培講習会や種芋に関する研究などがある。また、JAの生産部会が主催する圃場巡回、作柄調査に協議会が参加するなどの取り組みも行っている。

以上に加えて、GI登録後に開始した取り組みとして、アグリフードEXPO（2018年）、GIフェスティバル（2019年）、いわて・みやぎ・ふくしまフェスタ（2019年）など催事への出展が挙げられる。これらの催事はGI登録産品を対象としたものが多く、従前とは異なるプロモーションの場を得ることが可能となっている。とりわけ、イベントなどに参加することによって、協議会員である生産者が消費者の反応を直に体感できる機会が設けられていることも、顔の見える流通による食と農の距離の縮小や生産者の意欲向上という効果につながっている。

それ以外にも、二子さといもの先行事例として位置付けられる「上庄さといも」<sup>(注2)</sup>の視察を実施した（2018年）。

また、食味調査会では、二子さといもと他産地のさといもを食味試験により比較しており、協議会が二子さといもの産品特性を把握することにつながり、セールスポイ

表1 二子さといもの品質保持に向けた協議会の取り組み内容

	取り組み項目	具体的内容
1	品種の存続	さといもの栽培において重要な種芋保管に関する技術の共有を行い、品種の存続を行う
2	生産工程管理適合性確認票などの提出・管理	生産者に対し、GI取得時に定めた生産工程管理適合性確認票、二子さといも栽培記録簿、二子さといも出荷管理表の提出を義務付け、それらの確認・管理を地域内の普及指導機関と農業団体が行う
3	チェック体制の強化	技術の改善や講習会の開催に関しては中部農業普及センターおよびJAいわて花巻が担い、協議会内で役割を分担することにより、協議会内でのチェック体制を強化する

資料：二子さといも協議会資料を基に筆者作成

ントを明確化することに貢献している。

注2：福井県大野市上庄地区で生産される「大野在来」と呼ばれる在来系統のさといも。肉質が非常に緻密で固く締まっており、煮崩れしにくく、モチモチとした独特の食感が特徴である。詳細は、<https://pd.jgic.jp/register/entry/43.html>を参照されたい。

## 4 「二子さといも」の生産・流通の実態

### (1) 生産暦

二子さといもの生産暦をみると、まず越冬させたさといもを4月上旬に伏せ込み、同中旬に芽出し、同下旬に芽出した種芋を掘り起こし、定植作業を行っている。その後の9月上旬から10月上旬の期間において収穫されている。なお、収穫は、①茎切り②マルチ剥ぎ③掘り起こし④いも掻き⑤搬出—という作業が含まれている。その後の10月下旬～11月には次年度の種芋の収穫が行われている。

### (2) 協議会員数・作付面積の推移

2022年時点の協議会員（生産者）数は132人、作付面積は18ヘクタールである（表2）。

まず協議会員数を見ると、GI申請時（2018年：134人）やその直後（2019年：139人）と比較すると減少しているもの

の、登録以前（2017年：127人）と比較すると増加（5人）している点、および近年（2020～2022年）の協議会員数が変動なく安定している点の2点が確認できる。

一方で、作付面積は、生産者の高齢化などを背景に、GI登録以前の34ヘクタールから半分強程度（54.1%）の規模にまで縮小している。ヒアリング調査によると、1会員当たりの作付面積はおおむね50アールが最も多く、最大規模でも1ヘクタール、2～3アールという零細規模農家も存在している。平均年齢は70歳代が中心であり、若年層は30代の会員が1人存在しているのみである。

### (3) 出荷量の推移、主な販売ルート

#### ア 出荷量

二子さといもの出荷量の推移を見ると（表3）、GI登録以前（2017年）は218トンであったが、登録年度は申請した生産管理工程の規格へ適切に適合させるための移行期であったこともあり、20ポイント以上減少したことが確認できる（2018年：170トン）。

翌年（2019年）は登録直後でGIへの期待度も高く、協議会員を中心に生産意欲が向上し、194トンまで回復したものの、2020年以降は180トン台へ再び減少している。

表2 二子さといもの協議会員数・作付面積の推移

	協議会員数		作付面積	
	実数 (人)	対2017年比 (%)	実数 (ha)	対2017年比 (%)
2017年	127	100.0	34	100.0
2018年	134	105.5	33	97.1
2019年	139	109.4	25	73.5
2020年	132	103.9	25	73.5
2021年	132	103.9	18	54.1
2022年	132	103.9	18	54.1

資料：二子さといも協議会および北上市資料を基に筆者作成

表3 二子さといもの出荷量の推移

	合計			系統出荷 (いわて花巻農協)		市場出荷					
	実数 (トン)	構成比 (%)	対2017年比 (%)	実数 (トン)	構成比 (%)	①+②		①岩手県南青果		②花果	
						実数 (トン)	構成比 (%)	実数 (トン)	構成比 (%)	実数 (トン)	構成比 (%)
2017年	218	100.0	100.0	146	67.1	72	32.9	64	29.2	8	3.7
2018年	170	100.0	78.1	120	70.3	51	29.7	47	27.6	4	2.2
2019年	194	100.0	88.9	141	73.0	52	27.0	46	23.9	6	3.1
2020年	188	100.0	86.2	129	68.8	59	31.2	52	27.8	7	3.5
2021年	189	100.0	86.8	130	68.9	59	31.1	53	27.9	6	3.2

資料：二子さといも協議会および北上市資料を基に筆者作成

しかしながら、GI申請時と比較して、作付面積よりも減少幅は少ないことから理解できるように、1会員当たりの単収を上げるなどの工夫を凝らすことによって、出荷量の維持に取り組んでいるものと想定される。

### イ 主要な販売ルート

二子さといもの主要な販売ルートについてみると、JAいわて花巻を経由する系統出荷が約70%、岩手県内に立地する地方卸売市場を経由する市場出荷が約30%となっており、前者が大半を占めている。市場出荷先は、岩手県南青果市場（以下「岩手南青果」という）が30%前後、花巻市公設地方卸売市場花果（以下「花果」という）が10%以下で推移している。

系統出荷および市場出荷の比率は、GI登録前後を通じて大きな変化は見受けられなかった。系統出荷と市場出荷以外にも、農家による直販（産直、ネット通販）やふるさと納税という販売ルートが存在しているものの、さほど規模の大きなものではない。

### (4) GI登録後の月別販売単価の変化

2017年以降の二子さといもの月別旬別販売単価を見ると、GI登録以前と登録後と比較して全期平均でキログラム当たり

50円弱上昇していることが読み取れる（表4）。

11月上旬以外はGI登録以前の価格を上回っており、とりわけ、お歳暮などの贈答需要の多い年末期（12月）は同100円以上の大幅な上昇が確認できる。それ以外にも収穫開始当初の9月上旬や鍋物・煮物需要が増加する11月中・下旬においても同60円以上の上昇を実現している。

GI登録以前の単価を見ると、収穫開始時期（9月上中旬）に同500円以上の水準で維持していたものの、その後は徐々に低下し、収穫の最盛期となる10月以降は同300円台、収穫が遅れた11月には同200円台での取引となっていた。この結果、GI登録前は同300円台で取引された期間が5回、同200円台が2回と10期中の7割を占めていたが、登録後はこれらの回数が4回と半数以下に減っている。

単価上昇につながった要因として、GI登録が二子さといもの地域ブランド農産物としての認知度や信頼性の向上に寄与したと思われる。また、GI登録を契機として、県内の物産展や県外（関東地方）の百貨店などで数量限定の販売を年に複数回実施できるようになり、こうした販売展開の実現が単価低下の抑制に貢献したものと考えられる。



表4 二子さといもの月別生産量および単価の推移

(単位：kg、円/kg、%)

	9月						10月						11月						12月		合計			
	上旬		中旬		下旬		上旬		中旬		下旬		上旬		中旬		下旬		年末用		実数	構成比		
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比						
生産量	2017年	1,780	1.2	17,836	12.2	25,346	17.3	28,407	19.4	22,010	15.0	16,101	11.0	14,640	10.0	11,832	8.1	3,711	2.5	4,590	3.1	146,253	100.0	G I 登録前
	2018年	2,234	2.0	14,711	12.9	24,098	21.1	17,310	15.2	18,824	16.5	19,609	17.2	8,088	7.1	4,863	4.3	3,500	3.1	1,001	0.9	114,238	100.0	G I 登録後
	2019年	1,590	1.2	17,170	12.6	25,273	18.5	23,311	17.0	18,904	13.8	20,587	15.1	13,690	10.0	9,767	7.1	3,598	2.6	2,890	2.1	136,780	100.0	
	2020年	700	0.5	12,287	9.5	20,295	15.7	25,205	19.5	23,652	18.3	22,508	17.4	10,845	8.4	5,804	4.5	3,937	3.0	3,961	3.1	129,194	100.0	
	2021年	3,071	2.4	21,263	16.3	21,797	16.7	22,922	17.6	20,537	15.8	18,746	14.4	10,044	7.7	5,264	4.0	2,601	2.0	4,062	3.1	130,307	100.0	
単価	①2017年	536		524		425		385		357		351		324		234		217		350		370		G I 登録前
	②4カ年平均	600		543		444		428		414		370		320		298		293		469		419		G I 登録後
	②-①	64		19		19		43		57		19		-4		64		76		119		49		

資料：二子さといも協議会および北上市資料を基に筆者作成

注：単価の4カ年平均は、2018～2019年平均である。

(5) 二子さといもの出荷規格

二子さといもの品質による等級は、大別してA品およびB品の2つに区分されている。球の形状は、球形（直径）および重量により3L、2L、L、M、S、2Sの6つに区分されている（表5）。消費者や実需者に最も需要のある規格はLであり、次いでMとなっている。

また、二子さといもの等級構成を見ると、

A品が77.5%、B品が22.5%と上位等級であるA品が全体の約8割を占めている（表6）。階級別では、M37.4%、L29.2%、S22.3%となっており、これらの3規格で88.9%を占める。

以上からも分かる通り、消費者の信頼を得られた要因の一つとして、基準の徹底に向けて取り組んできたことが挙げられる。

表5 二子さといもの出荷規格表

等級	品質	球の形状		
A品	①品種固有の品質、形状、色彩を有するもの	規格区分	球形（直径） (cm)	平均重量 (g)
	②腐敗、変質していないもの			
	③変形、傷害のないもの			
	④病虫害の被害のないもの			
	⑤凍害、低温障害のないもの			
B品	①A品に次ぐもの	M	4～5	30
	②腐敗、変質していないもの	S	3～4	
	③変形、傷害のないもの	2S	2～3	
	④病虫害の被害のないもの	選別調製		
	⑤凍害、低温障害のないもの	・土砂、異物を除くこと ・風乾を良くすること		

資料：ヒアリング調査に基づき筆者作成

表6 二子さといもの階級別等級構成（2021年実績）

(単位：%)

階級	等級		
	①A品	②B品	①+②
3L	0.0	0.0	0.0
2L	4.1	1.3	5.4
L	22.5	6.7	29.2
M	27.5	9.9	37.4
S	17.7	4.6	22.3
2S	5.7	0.00	5.7
合計	77.5	22.5	100.0

資料：ヒアリング調査に基づき筆者作成

## 5 おわりに

本稿では、「二子さといも」の生産・流通およびブランド管理・運営の実態を踏まえ、二子さといも協議会におけるブランドマーケティング戦略の展開についてみてきた。

最後にまとめとして、前節までに明らかになった点を整理するとともに、産地マーケティングの特長と残された課題について示したい。

第1に、GI登録を契機に設立した協議会を中心に産地一体となった組織的な規格基準の徹底が促されたことが効果的であったと考える。このような取り組みと後述のプロモーション活動が相乗効果を示して、販売単価の向上や価格の安定化に一定程度、寄与していることが明らかとなった。とりわけ、品質や形状において上位等級に該当する規格の出荷比率が高い点も効果的であったものと考えられる。

第2に、GI登録以降は国や県、企業・農業団体などによる商談やイベントへの参加といった積極的なプロモーションに取り組むことによって、以前よりも商品の価値を消費者に伝えるブランドコミュニケーションを実現していることである。このような取り組みが功を奏して、認知度の向上や新規販路の開拓にもつながっているものと思われる。

一方で、いくつかの課題も残されている。前述のように、全体的な単価の上昇を実現したものの、作付面積や生産量はGI登録以前よりも減少している。このことは産地の持続的発展を検討する上で克服すべき事象といえよう。加えて、協議会員数がGI登録以前よりも増加していることを鑑みると、個々の生産規模は小さなものとなっていることがうかがえよう。

さらに、GI登録以前と比較すると、出荷期間の大半においては単価が上昇しているものの、一部において前述の効果が現れていない時期が存在している。このことは、他産地との競合なども関係していると思われるが、GI産品として実需者や消費者に認知度や信頼性が担保されているうちに何かしらの対策を講じるべきであろう。

以上のように、いくつかの課題は存在しているものの、「二子さといも」の取り組みは、中小規模産地や新興産地でなくとも産地の活性化を実現する上で有益な点が数多くあり、筆者グループも今後の動向に注視していきたい。

謝辞：本稿の作成に当たり、ご多用にも関わらず、ご協力頂いた北上市農林部農業振興課の瀬川礼奈主任、清水咲季主査をはじめ、関係職員の皆様へこの場を借りて謝意を申し上げる。

### 参考文献

- (1)北上市「北上市産業ビジョンー地域資源を活かし、人と技術が産業を育てるまちー」2022年、  
(<https://www.city.kitakami.iwate.jp/material/files/group/22/vision.pdf>) (2023/1/12アクセス)
- (2)阿部弘「北上市在来サトイモ「二子いも」のルーツに関する仮説」『岩手県農業研究センター研究報告』第9号、77～90頁、2009年、  
([https://www.pref.iwate.jp/agri/\\_res/projects/project\\_agri/\\_page\\_/002/004/387/shiryuu\\_09-01.pdf](https://www.pref.iwate.jp/agri/_res/projects/project_agri/_page_/002/004/387/shiryuu_09-01.pdf)) (2023/11/24アクセス)
- (3)二子地区交流センター編『二子町の歴史ものがたり「二子いものこ300年の歴史」』二子町協議会、全31頁、2014年。
- (4)北上市「きたかみ農業の概要」2020年、  
(<https://www.city.kitakami.iwate.jp/material/files/group/19/DigestR206.pdf>) (2023/7/10アクセス)。