

ブランド野菜における 均一性と広域生産の両立

— 十勝川西長いもを事例に —

富山大学人文学部4年
人文地理学研究室
長谷川佳佑

目次

I はじめに

II 調査方法

III 調査対象

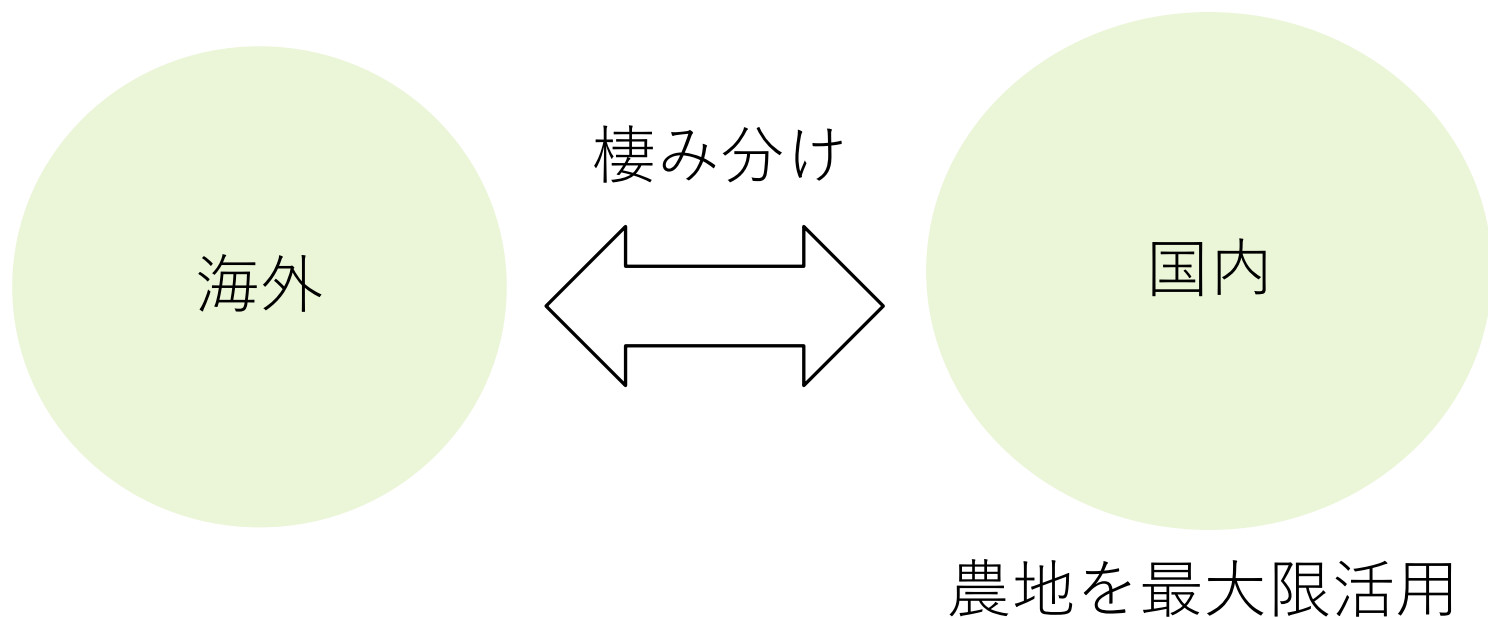
IV 調査結果

V 考察

VI おわりに

はじめに

1 日本の農業の現状



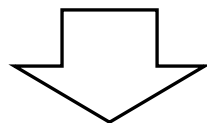
2 アグリビジネス

アグリビジネスとは

農業における経済活動全般を示す言葉である

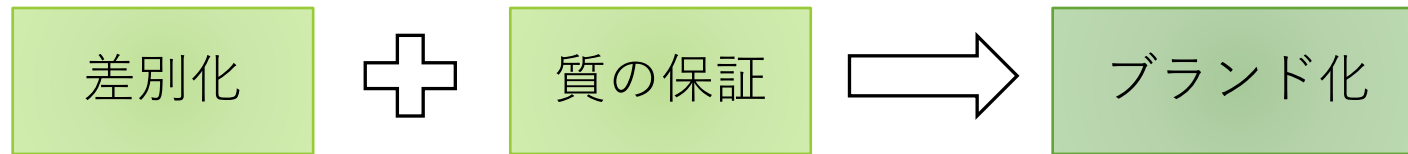
ブランド化の実現

ブランド化を実現するために
種子生産から、作付、育成、出荷に至る一連の経済活動
が関わってくる



アグリビジネスの視点から分析することが有効

3 ブランド化



代表例 地理的表示 (GI)

地域で育まれた品質、社会的評価が高い
知的財産を国が保護する制度

代表例

夕張メロン

入善ジャンボ西瓜

近江牛

3 先行研究

形田・吉田（2016）

加賀野菜を事例に生産流通の面からブランド化の効果を分析。

- 品種ごとの経済的役割から生産物の**ブランド化が小規模な都市近郊産地に与える影響**がある。

大島（2019）

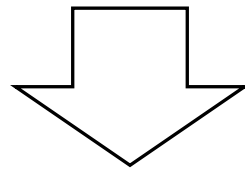
長野県のブドウを事例に地域ブランドの海外輸出について分析。

- ブランドの輸出は一定の成果を上げているもののさらなる**輸出拡大は生産体制の整備等準備が必須**である。

4 課題

斎藤（2010）

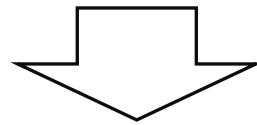
大規模な地域ブランドでは、**均一性の維持が難しく、安全面や衛生管理において大きな課題**となるということ
を指摘した。



十勝川西長いものは**大規模な地域ブランド**でありながら、**品質と安全性**について高い水準で**均一化**出来ている。

5 研究目的

**均一性を維持したまま広域生産できている
ブランド野菜**である十勝川西長いものを
アグリビジネスの視点から分析する。



均一性と広域生産を両立した十勝川西長いもと
これに関わるの生産者と農協の
関係性を明らかにすることを目的とする。

II 調査方法

JA帯広かわにし青果部に対するインタビュー調査

JA帯広かわにし

長いも生産の中心

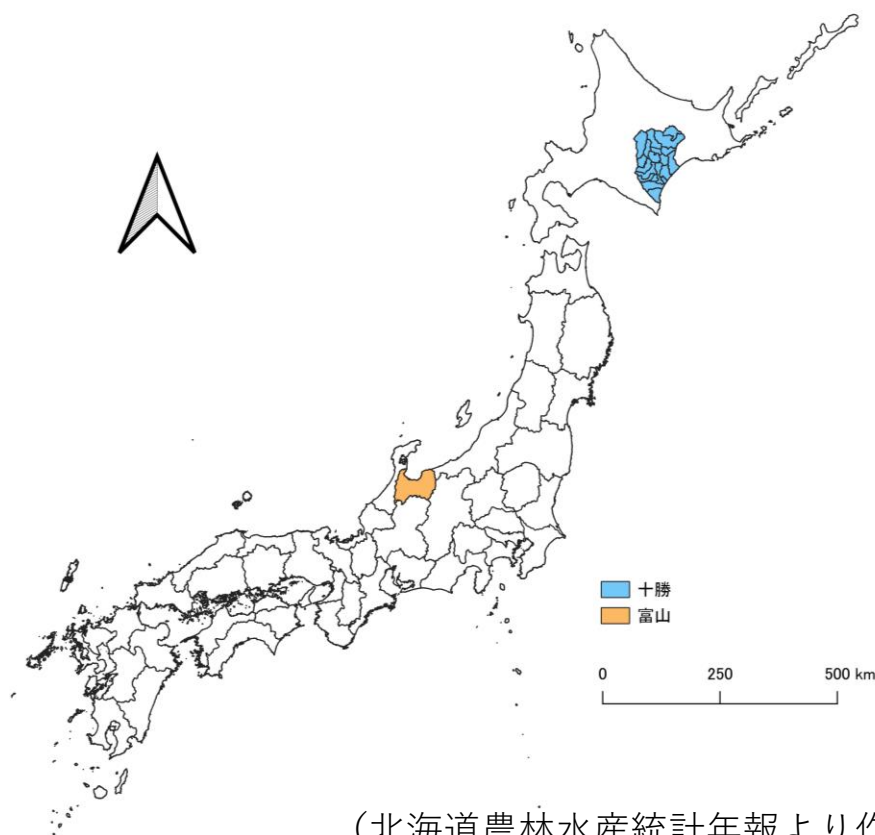
洗浄選別施設
の運営

種芋の生産

構造を分析することにつながる

Ⅲ 調査対象

1 十勝地域の概要



面積
10832平方km
畑地面積
253,800ha
(全国の13%)

富山と比較して

面積	約2倍
畑地面積	約88倍

(北海道農林水産統計年報より作成)

2 十勝川西長いものの概要 — 定義と特徴 —

定義

JA帯広かわにしが生産した種芋を用いて生産され、洗浄選別施設に集荷されたもの

生産量

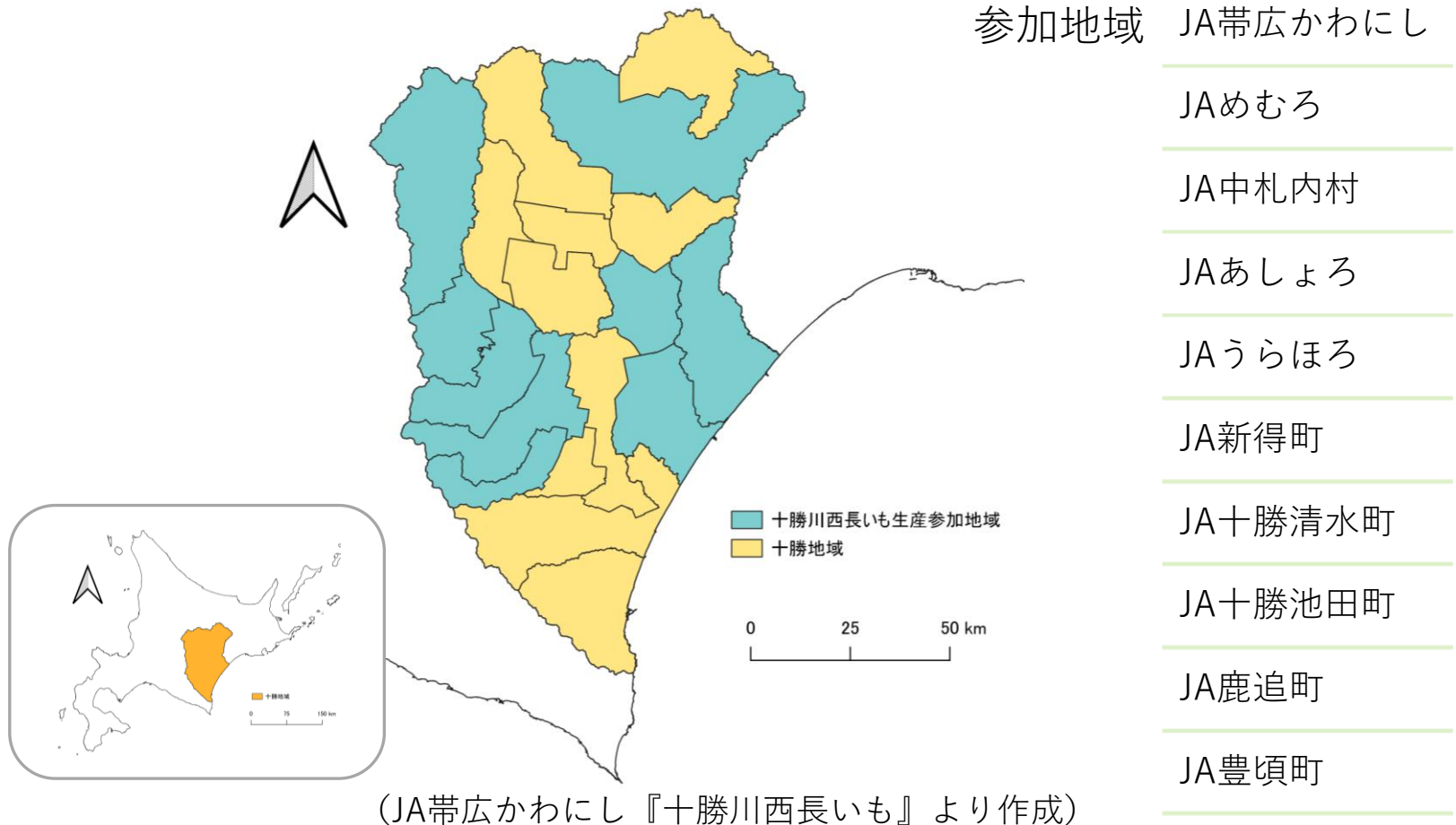
24,245t (2020年) → **日本一の生産量**

特徴

きめ細かく真っ白な肉質と強い粘り
→ **地理的表示 (GI)** **SQFlevel3**に登録

海外では漢方として用いられている
→ **輸出需要**

2 十勝川西長いものの概要 — 生産地域 —



IV 調査結果

1 生産の始まり

生産開始期

- **高収益作物**である長いも
- 炭鉱夫による**需要**

生産黎明期

- 高品質な長いも生産
- 本州からの**需要増加**

生産拡大期

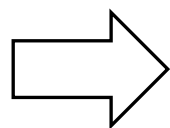
- 周辺農協との協力
- **十勝川西長いも運営協議会**の発足

2 川西長いものの現状 — 生産形態 —

十勝川西長いも運営協議会

生産者

農協



ルールの制定

生産者が主体となり、農協が支える構造

2 川西長いものの現状 — ルールの概要 —

ルール

- 過度な増殖の禁止
 - ウイルスからの保護
- ウイルス検査
 - 生産量の0.3%でウイルスが見つかりと種子の更新を停止
- 収穫時期の指定
 - 安定した通年出荷、質の維持
- JA帯広かわにしが生産した種芋のみ使用
 - 質の維持

2 川西長いものの現状 — 年間スケジュール —

3月	種子準備			
4月				
5月	畑の準備	植え付け	ポール立て	
6月	ネット張り	ツル上げ	防除	病株抜き取り
7月				
8月	交流検定			
9月				
10月	ツル落とし		翌年	
11月	秋掘り収穫		3月	融雪剤散布
12月~	越冬		4月	春掘り収穫

2 十勝川西長いものの現状—洗浄選別施設—

取組み

洗浄選別施設に集約

富士電機株式会社との**共同開発**

複数の農協が共同で出資→**日本最大の長いも洗浄選別施設**

選別以外の利益→おがくずの発生防止、保存期間の延長



2 十勝川西長いものの現状 — 国際的認証 —

国際的認証の取得

HACCP → 食品衛生管理

SQF → 安全で高品質な食品

地理的表示（GI）への登録

日本有数のブランドであることの証明

安全と品質の可視化

2 十勝川西長いものの現状 — 輸出の現状 —

輸出

輸出先

台湾

アメリカ

シンガポール

需要

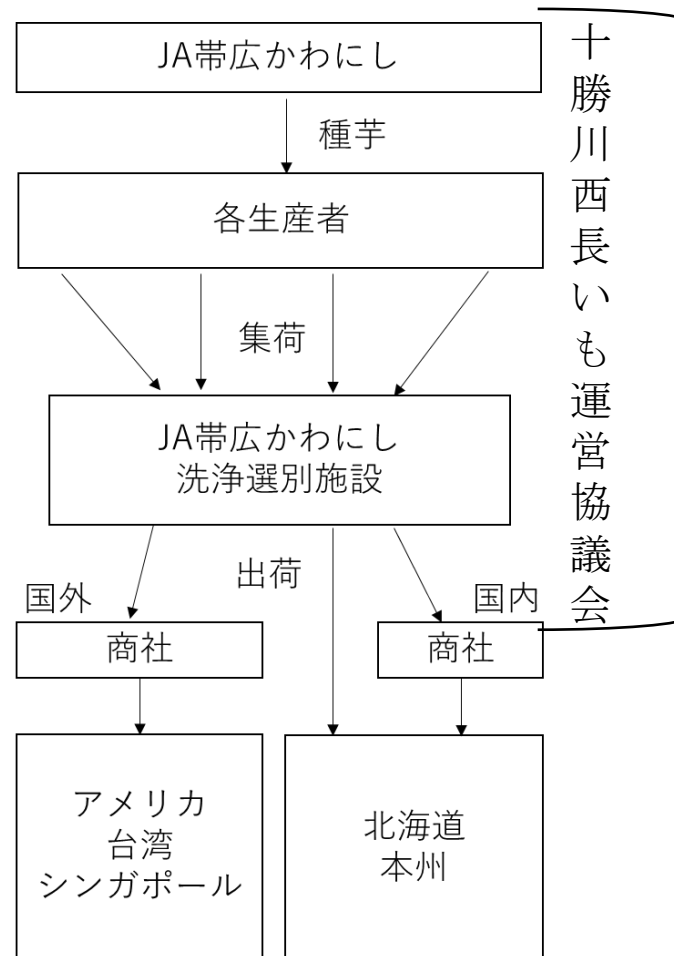
漢方としての需要

太物サイズが好まれる

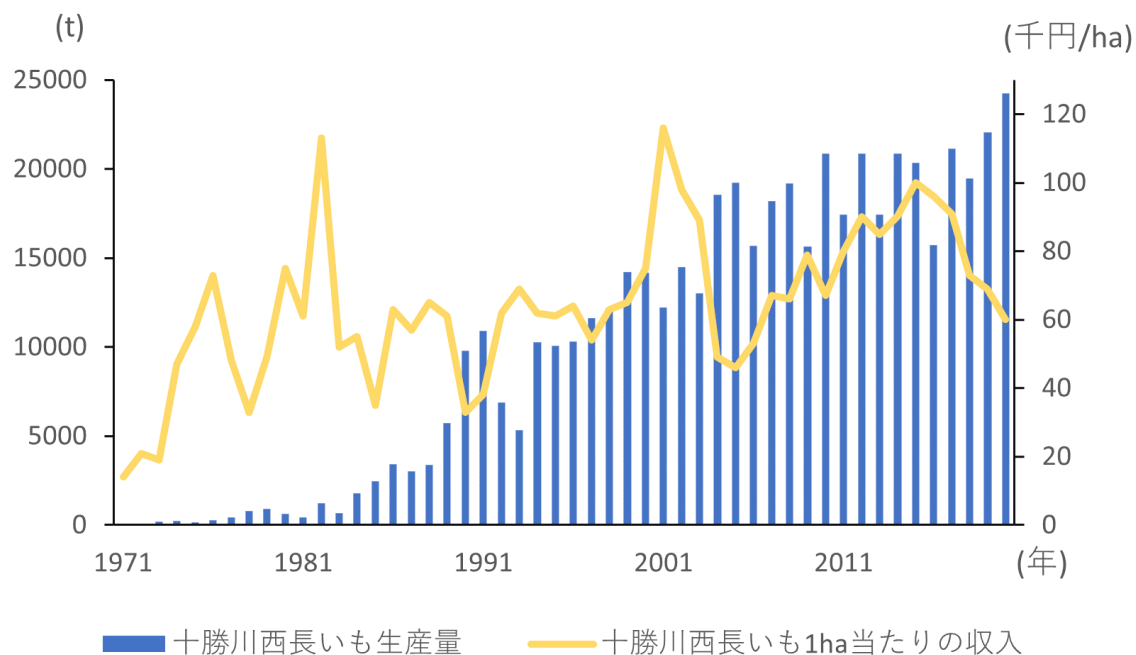
→ 日本では需要が低い

出荷量の15%を輸出

2 十勝川西長いものの現状 — 流通の構造 —



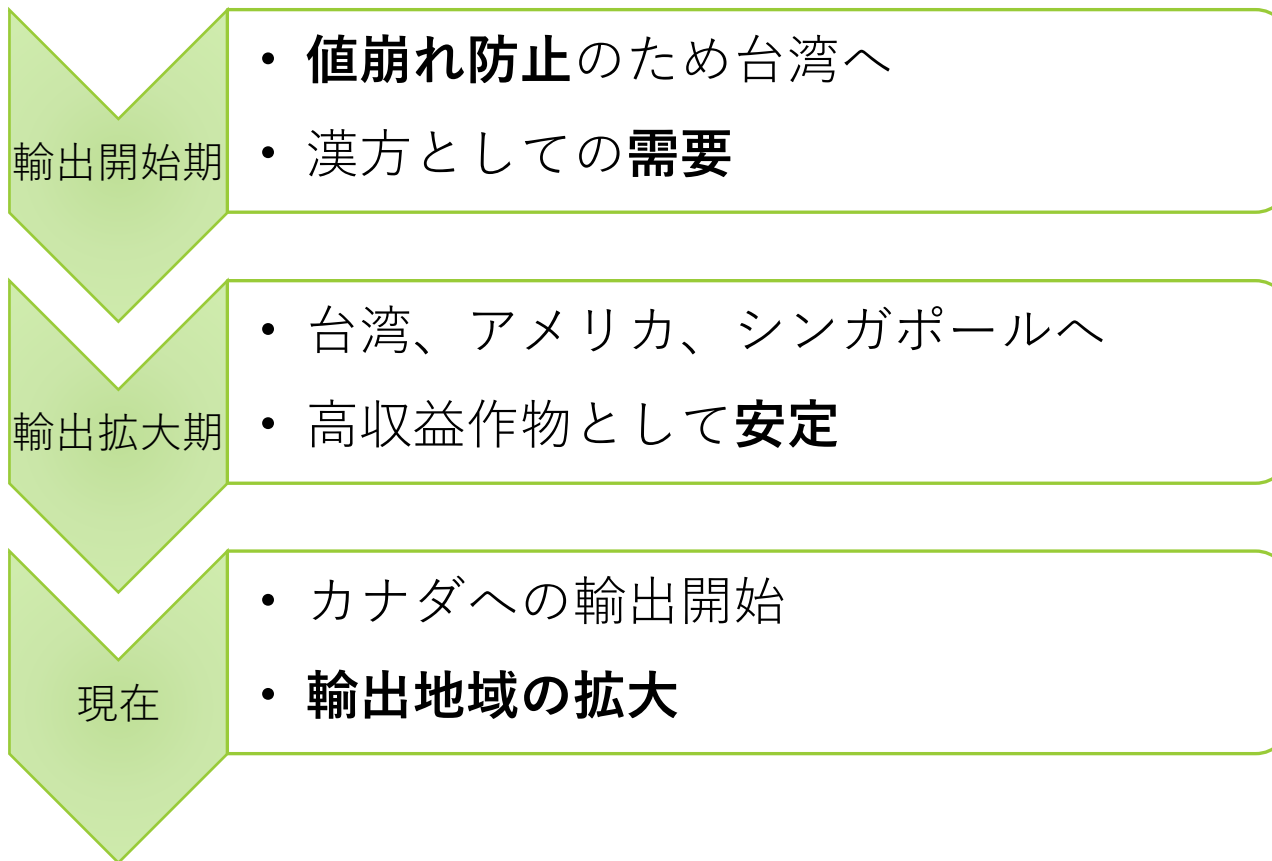
3 輸出の始まり — 豊作による値崩れ —



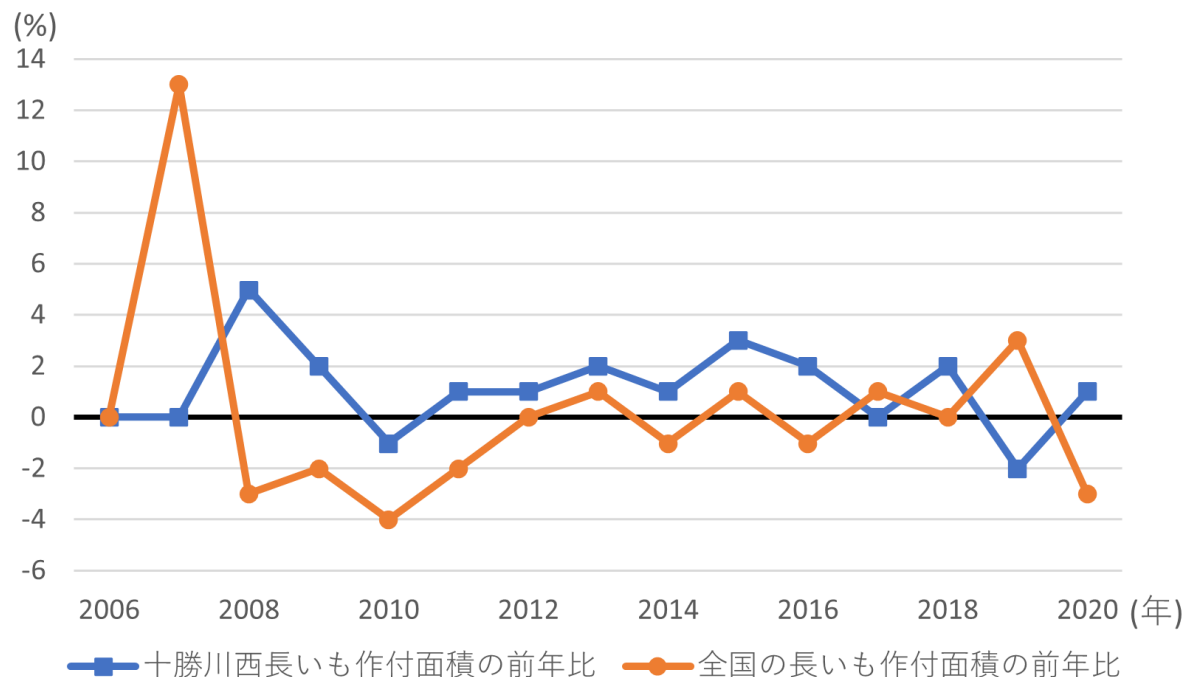
十勝川西長いもの生産量と1ha当たりの収入
(帯広市川西農業協同組合青果部2022視察資料十勝川西長いもより作成)

豊作による値崩れ

3 輸出の始まり — 輸出の経緯 —

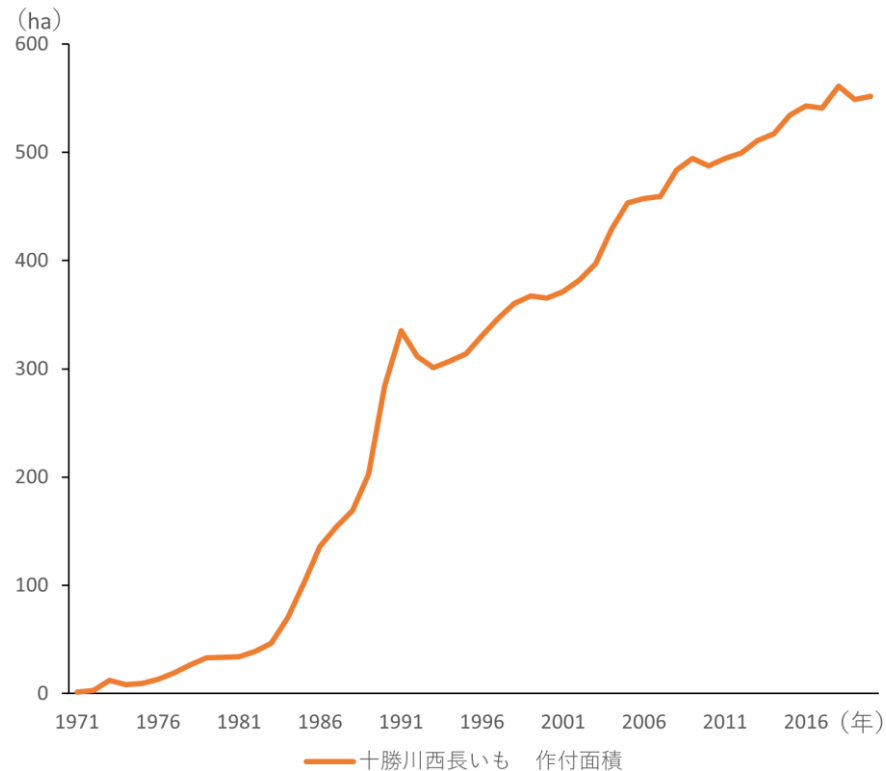


4 生産の拡大 — 全国との比較 —



十勝川西長いもと全国の長いもの作付面積の前年比
(帯広市川西農業協同組合青果部2022視察資料 十勝川西長いもおよび
政府統計の総合窓口 (e-start) 作物統計調査 作況調査 (野菜) より作成)

4 生産の拡大 — 作付面積 —



十勝川西長いも作付面積の経年変化
(帯広市川西農業協同組合青果部 2022視察資料より作成)

5 十勝川西長いものの構造

生産者が主体であり、**複数の農協が支援**する構造

生産者主体の拡大

既存の枠を超えて**生産範囲を拡大**した広域生産

複数の農協の支援

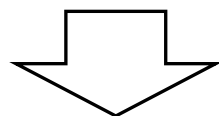
高品質かつ**均一性**を維持

V 考察

— 十勝川西長いもの分析 —

十勝川西長いも運営協議会

生産者が主体であり、**複数の農協が支える**関係
→ **広域生産**と**ブランド化**が両立



広域生産における均一性

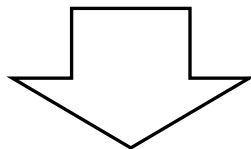
生産者が主体 → 既存の枠を超えた生産範囲の拡大
農協の支援 → 高品質と均一性の維持

V 考察

— 結論 —

十勝川西長いもにおける関係性

生産者が主体となり**農協が支える**関係



生産者が主体となる生産者と農協の関係性が
ブランド野菜の広域生産を可能にしている

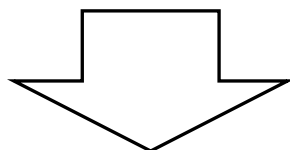
VI おわりに

— 生産者主体の関係性における課題 —

生産者主体の拡大における課題

生産者の参入は**自由意志**

→ **意図的**な生産拡大は難しい



意図的な生産拡大を行うためには
生産者に対する広報活動が重要である

参考文献

大島一二 2019. 長野県における農産物・食品輸出の現状と課題.

桃山学院大学総合研究所紀要, 45(1), 1-10.

形田夏実・吉田国光 2016. 生産・流通の動向からみた「加賀野菜」をめぐるブランド化の諸相. 地理空間, 9 (2), 189-204.

帯広市川西農業協同組合青果部2022. 2022視察資料 十勝川西長いも
斎藤修 2010. 第I報告地域ブランドをめぐる戦略的課題と管理体系.

農林業問題研究, 45(4), 324-335.

政府統計の総合窓口 (e-start) . 作物統計調査, 作況調査 (野菜) .

<https://www.e-stat.go.jp/stat-search> (2023/02/02最終確認)

JA帯広かわにし. JA帯広かわにしの農畜産物, 十勝川西長いも.

<https://www.jaobihirokawanisi.or.jp/products/yam/>

(2023/02/02最終確認)

北海道農政事務所. 北海道農林水産統計年報令和2年～3年.

<https://www.maff.go.jp/hokkaido/toukei/kikaku/nenpou/r2>

-r3sougou/r2-r3sougou.html#3) (2023/02/02最終確認)