

北海道におけるさつまいも産業の確立と 高付加価値化に向けた取り組みについて ー「さつまいも北海道プロジェクト」の取り組みー

公益財団法人北海道科学技術総合振興センター
地域クラスター創造支援部 副部長

きくち さとし
菊地 哲

公益財団法人北海道科学技術総合振興センター（ノーステック財団）（以下、当財団）が推進する「さつまいも北海道プロジェクト」は、北海道という寒冷地における新たな農作物の生産・供給体制を確立するとともに、北海道内で農業生産から加工・販売まで一貫・自立したサプライチェーンを構築することで地域活性化を目指す取り組みである。本稿では、本プロジェクト発足の背景や体制、現在直面している課題、今後目指す姿などについてご紹介する。

1. 当財団における地域クラスター活動

当財団は、北海道における農林水産資源を活かした地域産業の高度化と自立的発展を支えるため、多面的な支援活動を展開している。北海道は広大な土地と多様な自然環境に恵まれ、農林水産物を中心とした豊かな地域資源を有しているものの、素材として域外に出荷するにとどまっている例も少なくないため、地域内での高付加価値化や産業集積につながりにくいという課題を抱えてきた。こうした背景を踏まえ、当財団では地域資源を起点に新たな価値創出を図る「地域クラスター」の形成を重視し、商品開発から技術支援、販路開拓に至るまでの一貫支援体制を整備している。

事業の柱の1つである「HOFOO（ホフー）プロジェクト」は、道内の事業者が地域素材を活かした加工品を企画・開発するにあたり、商品企画段階から商品開発の技術的な支援、さらにはパッケージデザイン、販路開拓・拡大までを包括的に支援しており、単なる補助金支給ではなく、地域資源を「商品」として成立させるまでのプロセスに伴走するのが特徴である。このような支援の成果として、地域の生産者や企業、自治体等が連携して開発したふるさと納税の返礼品や観光商品などが道内外で評価されるようになってきており、地域の活性化やブランド力向上につながっている。

こうした取り組みの延長線上に、もう1つの事業の柱として位置づけたのが、「さつまいも北海道プロジェクト」である。2022～2023年度にかけて、北海道農政部がさつまいもを北海道における新顔作物として紹介していたことをきっかけに、当財団では、さつまいもの地場定着と高付加価値化に着目し、さつまいもを北海道全域に共通する地域資源と位置づけ、新しい産業クラスターの創出を目指すこととしたものである。

2. プロジェクト立ち上げの背景と目的

北海道は全国有数の農業生産地であるが、気候変動や農業担い手の減少、国内外の市場環境の変化により、地域農業は存続と成長の岐路に立っている。こうした中で、近年、温暖化傾向や品種改良技術の進歩に伴い、かつて栽培困難とされてきたさつまいもが北海道で盛んになりつつある。

当財団は、この時流に着目し、北海道の気候や土壌条件に適合したさつまいも生産体系の確立と、それを核とした産業化モデルの創出を目的として「さつまいも北海道プロジェクト（以下、本プロジェクト）」を立ち上げた。農業者、加工事業者、研究機関、行政など多様な主体が連携し、地域経済の新たな柱としてのさつまいも産業創出に挑戦している。とりわけ、地域の中小企業支援、産学官連携を事業の柱とする当財団が、ネットワークと機動力を活かしながら本プロジェクトのハブ機能となることで、本プロジェクトの旗振り役として全体を推進する役割を担っている。

本プロジェクトは、もともと地域で点的に進められていたさつまいも栽培と加工、販売の取り組みを、面的に統合し、さつまいもを核とした地域産品の高付加価値化を推進する「食品産業クラスター形成支援事業」の一環として、道内各地の事業者を支援していく構想としている。これは道内特定地域に限定した施策ではなく、北海道全域を視野に入れた広域的な取り組みとして、また生産から消費、体験、教育に至るまでを包含する多層的な展開として、地域課題に対する公益的かつ戦略的視座を持った当財団が中心となって推進しているものである。

推進体制としては、地域内の農業者、製造業者、教育・研究機関を巻き込みつつ、自治体や農業協同組合等との協働によって事業を進行している。特筆すべきは、さつまいもを単なる作物としてではなく「地域資源」として位置づけ、観光や教育、福祉との多領域的な連携を視野に入れている点であり、さつまいもが持つ機能性やストーリー性を、単なる一次産品の枠を超えて、

【さつまいも北海道プロジェクトの主な活動経緯】

実施年月	活動内容
2024年2月	第1回さつまいも交流会を開催。生産者など128名参加。道産さつまいものポテンシャルを確認。
2024年4月	さつまいも北海道プロジェクト発足。本格的な活動開始。
2024年6月	第2回さつまいも交流会を開催。生産者など117名参加。研究機関から道産さつまいもの現状など知識共有。
2024年11～2025年1月	道内の各種イベントに出店・参画し、道産さつまいもの需要喚起・認知拡大の取り組みを実施。
2025年1月	第3回さつまいも交流会を開催。北海道産さつまいもの魅力について、本州の生産者・加工業者等をまじえた意見交換を実施。
2025年5月	あさひかわ菓子博（全国菓子博覧会）に出展。道産さつまいものペースト加工に必要な要件等についてアンケートを実施。
2025年7月	第4回さつまいも交流会を開催。生産者など104名参加。べにはるか開発に携わった山川理氏、石黒浩二氏をゲストに迎え、北海道でのさつまいも栽培に関する講演・パネルディスカッションを開催。プロジェクト賛同メンバーが200名を突破。

地域ブランディングや地域経済循環の起点として位置づけている。

3. 北海道産さつまいもの普及に向けた現状と課題

北海道におけるさつまいも栽培は、従来は寒冷な気候や泥炭層で覆われた土壌の影響から不向きとされてきた。しかし近年、地球温暖化や新品種の登場、栽培技術の進歩により、道内における栽培環境も大きく変化している。特に道南や胆振地方、空知管内などでは、比較的温暖で適湿な気候条件を有するため、早期定植やトンネルマルチを活用することで生育期間を確保し、収量を安定させる取り組みが進んでいる。

このような環境変化を背景に、本プロジェクトでは、北海道農政部、地方独立行政法人北海道立総合研究機構（道総研）、地元市町村、JAグループ、生産者団体、教育機関などとの緊密な連携のもと、栽培拡大と地域内流通の整備に取り組んでいる。特に特徴的なのは、農業生産者の高齢化が進む中で、さつまいもが比較的労働負荷の低い高収益作物として注目され、転作作物として導入が進んでいる点である。加えて、ジャガイモや玉ねぎといった道内主要作物と作期が重なりにくく、輪作体系に組み込みやすい利点もあり、栽培農家の関心は年々高まりを見せている。

しかし、このような増産機運が高まる一方で、明らかとなってきた課題もある。特に大きなものを以下に挙げる。

課題① 栽培拡大の不安材料となっている苗の供給体制

現状では、多くの農家が苗を道外から取り寄せており、その際に輸送コストや苗の劣化といった問題が生じている。とりわけ、さつまいも苗は非常にデリケートな生鮮資材であり、長距離輸送において葉の萎れや断根による活着不良が顕著となりやすい。これが生育不良・収量低下につながるため、苗の品質確保と低コスト化が北海道での安定的な産地形成において極めて重要な論点となっている。

また、北海道内で苗の生産者がごく限定的であり、地域での苗の自給体制が確立されていない。一定のハウス施設や温度管理、病害虫対策の技術が求められる苗生産は、設備投資や技術蓄積が不可欠となるため、新たに参入する事業者が少ない。さらに北海道での育苗には暖房コストがかかることで、苗供給コストが高くなる傾向にある。そのため、苗の入手を道外の業者に依存している現状にあることから、異常気象や流通停滞時に供給リスクが顕在化しやすいことに加え、道外産の苗を介して北海道に病害虫が持ち込まれるリスクをはらむ構造にある。

こうした背景から、本プロジェクトでは、北海道内での苗増殖体制の整備・支援に向けた検討を始めている。具体的には、道内の育苗拠点整備に向け、暖房コストの低減や民間事業者と連携したウイルスフリー苗の増殖技術導入に向けた支援の可能性などを模索している。苗生産技術の確立・普及を行うことで、長期的な地域内循環型の栽

培システムを構築できるよう取り組みを進めている。

課題② 道産さつまいもの製品化に向けた課題

第一に、北海道内にはまだ大規模なさつまいも加工設備を有する事業者が限られており、地場での加工を前提とした流通体制の構築が求められている。第二に、製品の安定供給を担保するには、原料作物の収穫量・品質のばらつきを抑える技術的蓄積が必要であり、農業現場との密な連携が不可欠である。第三に、道外企業との競争環境において差別化を図るには、「北海道産」の持つストーリー性を訴求する戦略的広報が重要になってくる。

当財団ではこれらの課題に対応するため、加工事業者との連携において、さつまいもを中核とする加工品群(干し芋、スイートポテト、焼き菓子、冷凍焼き芋など)の製造業者のニーズの整理を進めることで、単に農産物の出口を増やすだけでなく、地域の6次産業化のモデルケースを形成するため、本プロジェクトの構成メンバーと連

携しながら、ビジネスモデルの設計支援や企業間連携の調整を実施している。

このように、本プロジェクトでは、栽培技術の定着と流通整備を着実に推進しながら、地域の資源と強みを活かした産地化と市場形成に向けて歩みを進めている。農業生産の分野にとどまらず、地域経済全体への貢献を志向した多面的なアプローチを展開しており、その基盤には当財団のネットワークと調整力が不可欠な要素として機能している。

4. 広報・消費拡大の展開と工夫

本プロジェクトにおけるもう一つの重要な柱は、広報・販売促進活動を通じた道産さつまいもの認知拡大・消費拡大の取り組みである。さつまいもは一般的に秋の味覚として認知されており、焼きいもをはじめとするシンプルな加工食品が市場で広く親しまれている。一方で、北海道における産地としての認知度はまだ低く、「北海道産さつまいも」というブランドの定着は道半ばにある。



さつまいも北海道プロジェクトのイメージ

こうした状況を受け、当財団では、さつまいもの生産量や品種の特色を周知しながら、各種イベント、試食会、メディア発信など多面的な広報活動を展開してきた。特に重視しているのは、消費者との距離を縮めるストーリーテリング型の情報発信である。単に「甘い」「おいしい」といった品質訴求だけでなく、「なぜ北海道でさつまいもののか」「どんな人が、どのように育てているのか」といった背景を共有することで、消費者の共感と購買動機の醸成を図っている。

また、道内各地で栽培されている品種や栽培環境の多様性に着目し、用途別の差別化戦略も見据えながら、例えば、焼きいもに適した糖度の高い品種、スイーツ加工向けの滑らかな食感の品種など、用途と品質を明示することで、製造業者や流通バイヤーへの訴求力を高める活動も続けている。これにより、北海道産さつまいものポテンシャルが一部の先進的な食品関連事業者の間で徐々に認知され、取引のきっかけが生まれている。

さらに、行政機関や生産者と連携し、道

内百貨店やマスコミ主催のイベントなどへの出店も実施している。こうした流通イベントでは、試食と併せた道産さつまいも加工品の販売活動を通じて道産品としての存在感を演出している。

ただし、現段階では生産量が限定的であることから、大規模な量販展開や全国展開には課題も残る。過度なプロモーションが需要と供給のアンバランスを招かないよう、広報戦略においては段階的・調整的な姿勢が求められている。現状では、道内での安定供給体制の構築が広報と消費拡大の成否に直結するため、関係者間での緊密な連携と情報共有が重要となる。

このように、本プロジェクトにおける広報活動は、単なる販売促進にとどまらず、産地イメージの形成や持続可能な消費の促進を目的として中長期的視点で展開している。今後は、地域ブランドの確立に向けて、北海道ならではのストーリー性や各地の土地柄を活かしたマーケティング戦略がより一層求められる。

5. 今後の目指す姿と当財団の役割

本プロジェクトが今後も地域に根ざした持続的な取り組みとして深化していくためには、本プロジェクトの中核を成す当財団の果たす役割が、今後いっそう多面的かつ戦略的なものとなる必要がある。単なるコーディネート機関や資金供与の枠を超え、事業間・地域間・制度間を横断的に結びつける「統合的な中間支援主体」としての機能が求められている。



道内百貨店とのコラボ企画「さつまいもヌーボーフェア」向けに製造したさつまいもリキュールとスイートポテト風味のクラフトビール

まず第一に、今後の展開において不可欠なのが、苗供給に関する構造的課題への対応である。前述のとおり、現状、北海道でのさつまいも栽培に用いる苗は、道外からの輸送に依存しており、その過程でのコスト増、苗の劣化、天候リスクといった課題が顕在化している。そのため、当財団は、道内における苗供給体制の構築支援を重要なミッションと捉え、今後、苗の「地産地育」を推進する取り組みを、本プロジェクトの構成メンバーおよび道内関係機関と連携して進めていく考えである。

次に、当財団として力を入れていくべき領域は、事業者ネットワークの高度化である。これまで本プロジェクトを通じて育まれてきた生産者・加工業者・製造業者等の関係性を、単なる情報共有の域に留めず、持続的な事業協働へと高めていく必要がある。そのためには、定期的なマッチングイベントや連携企画の実施のみならず、地域内外の資源・技術・人材を活用した「事業開発型ネットワーク」の形成が求められる。当財団は、産学官連携の橋渡し機能を最大

限に活かし、ビジネスモデルの共創や販路開拓の実践的支援など、価値創出を伴うネットワーク形成に主体的に関与していく。

さらに、当財団は、本プロジェクトを北海道発の「地域産品ブランド創出モデル」として発展させていくことを目指している。すなわち、さつまいもを通じて築いた地域主体の連携と価値創出の仕組みを、他地域におけるプロジェクト設計支援へと応用する構想も視野に入れつつ水平展開できるよう、知見の蓄積と体系化に向けたノウハウの習得を図っていく。

総じて、当財団の今後の役割は、本プロジェクトの成長を下支えする存在にとどまらず、地域が持続的に、かつ、自立的に成長していけるよう働きかける存在として機能していくことにある。単なる伴走支援ではなく、地域が自ら動き出すための設計と仕掛けづくりを担う主体として、引き続き本プロジェクトを中核的に担っていく。