

# “甘太くん”ブランドの歩み

## —品質と信頼で築いた県域ブランド—

大分県農業協同組合 本店園芸販売部園芸課

わたなべ ゆきえ  
渡邊 雪枝

### 1. 甘太くんブランド確立の振り返り

「甘太くん」は、大分県のさつまいも産地を代表するブランドとして、平成20年に取り組みを開始して以来、品質重視の方針のもと着実に評価を高めてきた。当初は行政を中心とした「高糖度かんしょ推進協議会」でブランド化が進められたが、現在は各地区の生産部会で構成されるJAおおいた『甘太くん』部会として県域部会が発足し、産地全体として一体感のある体制づくりが整っている。

ブランド化の核となった「べにはるか」

の導入は、全国的に見ても早い取り組みであり、果皮の色や果形、糖度の高さ、しっとりとした食感といった特性を生かすことで、他産地との差別化に成功した。また、平成25年には、全農おおいたから提供されたウイルスフリー当代苗を使用した定植が徹底され、従来の種いもからの定植で生じる品質のばらつきを抑える仕組みが制度として確立された。甘太くんにはこのウイルスフリー当代苗の定植以外にも、取組当初から、出荷基準としてのルールが決まっております（図1）、この徹底したルールがブラ

大分特産かんしょ



平成20年に大分オリジナルブランドとして誕生した『甘太くん』は、土づくりや苗にこだわり、圃場ごとの品質チェックなど、厳しい条件をクリアすることで、安定した美味しさをみなさんにお届けしています。

美味しい甘太くんが  
皆さんに届くまで…

「甘太くん」出荷基準

●全農共販の大分県産「べにはるか」

●40日以上貯蔵したもの

●圃場毎の品質チェック（糖度調査等）を受けたもの

★全農おおいたから供給されたウイルスフリー苗で栽培されたもの



図1

ンド品質の維持に直結している。

さらに、高糖度でしっとりとした食味を安定して届けるため、収穫後の貯蔵管理や選果基準の徹底など、生産から出荷まで一貫した品質管理体制も強化された。これにより市場での信頼が蓄積され、量販店や専門店での認知度も向上。生産者間の情報共有や行政・JAなど関係機関との連携も進み、産地として品質を支える基盤が築かれている。結果として、単なる農産物ではなく「指名して買われる商品」としての地位を確立し、地域農業の価値向上にも寄与している。

## 2. ブランド維持・産地体制づくり

平成20年にスタートした「甘太くん」は、生産者数約40名、作付面積約7haから始まり、現在では生産者約180名、作付面積約180haまで拡大した（図2）。産地の拡大に伴い、育苗、貯蔵、品質検査の徹底を維持するための施設整備や体制づくりが最大

の課題となった。

具体的には、JA育苗センターの増設や個人貯蔵庫の新設、既存貯蔵庫の改修整備を行った。また、選果場では作業効率と品質維持の両立を図るため、機械配置や作業動線の見直し、人員配置の最適化、圃場ごとの品質調査手順の効率化に取り組んだ。これにより、生産量の急増に対応しつつ、一定水準の品質基準を維持できる体制が整った。

さらに、部会として統一マニュアルの配布、定期的な圃場巡回、情報交換会や技術研修の開催などにより、新規参入者や経験の浅い生産者も含めて全員が同じ基準で作業できる環境が整えられている。こうした取り組みにより、生産者の意識は高く維持され、関係機関との連携も密になった。拡大する産地の中でも、ブランドルールの徹底と柔軟な対応の両立が、甘太くんの高い品質と安定供給を支える重要な基盤となっている。

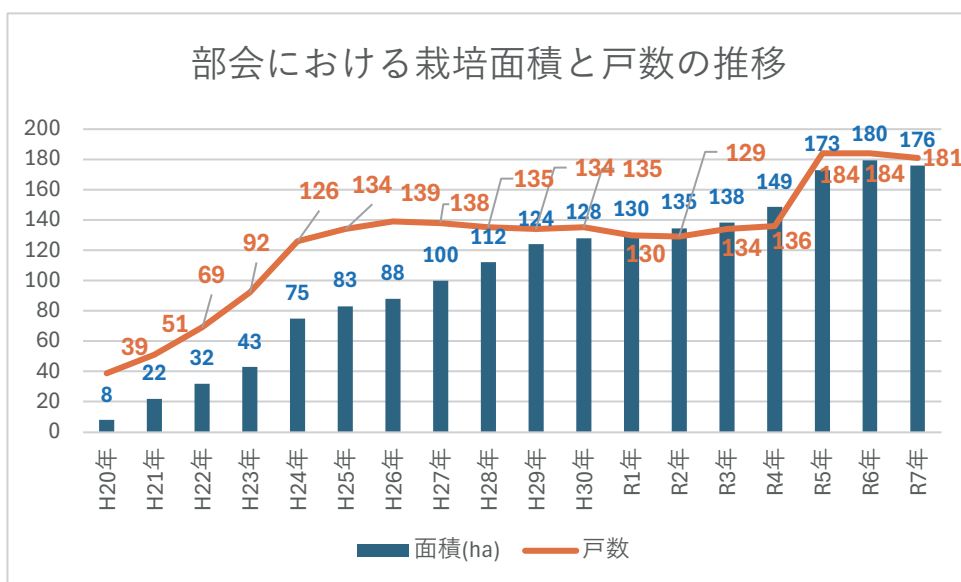


図2

### 3. 担い手育成・青年部の取り組み

県域部会には、将来の担い手を育成する青年部が設立されている。青年部は部会全体の生産体制を支えるだけでなく、若手生産者の技術向上や情報共有の場として重要な役割を果たす。部会としても、統一ルールに沿った高品質生産を継続するために、この人材育成の仕組みは不可欠である。

青年部は、技術実証や研修活動を体系的に行い、過去にはウイルスフリー苗の効率的な増殖方法の実証にも取り組み、苗生産の安定化や品質維持に貢献した。現在は、気象変動に応じた最適な定植時期の検証や、資材高騰への対応策など、産地の課題に即した実証活動を実施している。さらに、年に2回行われる全体研修では、青年部が取り組んだ実証報告会に加え、機械メーカーとの連携による機械の取り扱いや効果的活用法研修、県農林水産研究指導センターとの病害虫防除研修などを実施し、若手生産者同士のつながりや情報共有を促進している。

これらの活動を通じて、青年部は技術向上だけでなく、甘太くんブランドを支える生産者の意識の維持にも寄与している。結果として、部会全体の統一されたルール徹底や高品質な生産の継続につながり、産地の信頼性を高める重要な基盤となっている。

### 4. 販売・PRの広がり

「甘太くん」は、品質管理の徹底に加え、販路拡大やブランド認知向上にも積極的に取り組んできた。取組当初から地元催事やテレビ取材など、あらゆるPR活動に応じ、消費者の目に触れる機会を増やすことで指

名買いにつながる認知度を確立してきた。店頭での試食販売やイベント参加など、直接消費者と接する機会を通じて、高糖度でしっとりとした食感を体験してもらい取り組みも行われている。

近年の焼き芋ブームはさつまいも需要全体の追い風となるが、甘太くんとしてはその中でも選ばれるブランドであり続けることを目指し、根強いファンの獲得に力を入れたPR活動を展開している。特に、ブランド15周年を記念したキャラクターの着ぐるみと、焼き芋機を用いた「甘太くんロードショー」は、量販店を巡り消費者と直接接触し合うイベントとして県内外で実施され、令和7年度は1～3月に大阪・福岡・大分の約10店舗で開催された。

さらに、海外市場への販路拡大も進め、香港・シンガポール・マレーシアを中心に輸出を推進。新聞やSNS、広報誌を通じた情報発信も継続し、産地の情報や調理方法の紹介を通じて消費者との接点を増やし、ブランド価値の向上に努めている。甘太くんは11月下旬から4月下旬までの限定販売だが、夏場でも味わってもらえるようJAおおいたでは「冷凍焼き芋甘太くん」を販



海外でのプロモーションの様子（シンガポール）



イベント時における消費者と甘太くんとのふれあい



キャラクター『甘太くん』



消費者と触れ合う販促PR活動  
(青年部による焼き芋ふるまい)



消費者と触れ合う販促PR活動(甘太くんロードショー)

売し、季節を問わず消費者にアプローチしている。

## 5. 今後の展望と課題

「甘太くん」は着実にブランド力を高め、品質の安定や産地体制の整備、販路拡大にも成果を上げてきた。しかし、持続的に成長・安定供給を続けるためにはいくつかの課題がある。

まず、気象変動や地球温暖化の影響は安定生産にとって大きな課題である。高温や異常気象に応じた定植時期や栽培管理の調

整は今後も重要であり、青年部や関係機関との連携による実証活動が継続的に求められる。また、資材高騰や作業負担の増加に対応するため、機械化や省力化の実証、効率的な作業手順の検討も引き続き重要である。さらに、拡大する産地に対応するため、次年度には新たな選果場整備も計画され、増加する生産者・出荷量に柔軟に対応できる体制づくりが進められている。

担い手育成の観点では、若手生産者の育成や技術の継承が不可欠である。青年部を通じた情報共有や研修会、技術実証はこれ

までの成果を支えてきたが、新規参入者や経験の浅い生産者への指導体制を強化し、ブランドルールの徹底と高品質生産を維持できる環境を継続的に整えることが求められる。

また、消費者ニーズや市場環境の変化にも柔軟に対応する必要がある。焼き芋ブームや冷凍商品の展開など、消費者の関心や嗜好に応じた販売戦略の更新は欠かせない。国内外でのブランド認知向上や販路開

拓を継続しつつ、甘太くんとしての独自性と信頼性を保つ取り組みも重要である。

最終的に、ブランドの維持・発展には、生産者や関係機関など携わるすべての人々の意識が不可欠である。品質維持や産地体制、販路拡大の取り組みは、関わる人たちの高い意識と連携によって支えられており、この意識を保ち続けることが、甘太くんブランドの持続的な成長と地域農業の価値向上につながると考えている。

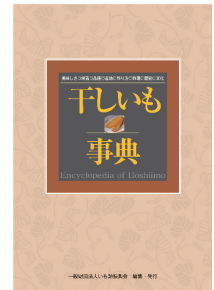
## 干しいも事典

編集・発行：一般財団法人いも類振興会  
B5判、266頁、定価2500円＋税

### 刊行の目的

干しいもは、江戸時代後期から甘くて美味しく、保存性の高い栄養のある食品として広く親しまれてきた。21世紀に入ってから干しいもは、添加物のない安全な健康食品として再び注目されている。

これまで、干しいもの全体を体系的に解説した書物はなかった。このため、干しいもの生産・消費動向、美味しさ、栄養、品種・栽培、産地、作り方・料理、歴史・文化、外国事情などに関わるすべての事項・用語を解説した事典を刊行した。



### 事典の構成

- 口絵 干しいも関係のカラー写真12頁
- I章 干しいもの定義と生産・消費動向
- II章 干しいもの美味しさ
- III章 干しいもの成分と健康
- IV章 干しいもの歴史
- V章 干しいも用のサツマイモ品種
- VI章 干しいも用サツマイモの栽培・管理と産地
- VII章 干しいもの製造と販売
- VIII章 干しいもの作り方・食べ方と料理レシピ
- IX章 干しいもをめぐる文化・トピックス
- X章 世界の干しいも事情
- 干しいもの文献・年表

◎購入申込み先◎ 一般財団法人いも類振興会（巻末参照）