

「JA なめがたしおさい」によるサツマイモ海外輸出への取組みについて

～持続的農業発展を見据えたグローバル産地化への取り組み～

なめがたしおさい農業協同組合 営農経済部 副部長 くりやま ゆうじ
栗山 裕仁

はじめに

「JA なめがたしおさい」は、茨城県の南東部にあって、行方市、潮来市を管轄区域としていた「なめがた農業協同組合」と、鹿嶋市、神栖市を管轄区域としていた「しおさい農業協同組合」が2019年2月に合併して成立した。



管内の位置図

管内では、天皇杯を受賞した甘藷（サツマイモ）と全国一の生産量、販売額を誇るピーマンのほか、60数品目と多品目の野菜が生産されている。販売額は令和6年度で220億円、うち青果物が200億円、米が15億円、花と畜産で5億円となっており、特に甘藷については、海外への輸出が6年間で約48倍に伸びており、近年の輸出量は年間約1000トン、輸出額は3億円程度で推移している。

甘藷の輸出実績

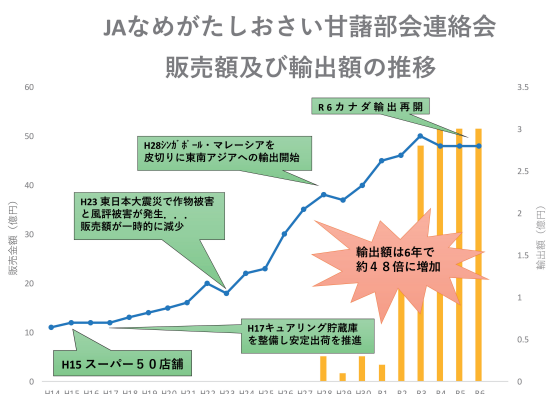
年度	輸出先	輸出量 (トン)	輸出額 (百万円)
2021	タイ、カナダ、シンガポール、香港、フランス、ドイツ	528	153.3
2022	タイ、カナダ、香港、シンガポール、フランス、ドイツ	997	327.8
2025	タイ、カナダ、シンガポール、フランス、ドイツ	1089	336.9

1. コロナ禍における甘藷等の輸出の取組

当JAでは、かつては寒い時期に引き売りで高値で販売されていた「焼き芋」を、スーパーで手頃な値段で1年中美味しく販売するというスタイルを全国に先駆けて確立・展開してきた。その結果、2017年に天皇杯を受賞し、次は海外に販路を拓けようということで2021年度にはタイ、カナダ、香港、シンガポール、EUなど6カ国・地域に輸出した。翌年（2022年度）はコロナ禍であったが、前年度比約2倍に伸び、その後も順調に推移している。その際には、コロナ禍ということで、日本園芸農業協同組合と連携し、定期的にウェブ会議や綿密な情報交換を実施した。また、輸出先国では家庭食需要が増加していることから、消費者に対するレシピや美味しい食べ方、保管方法等を現地の言葉（例えば英語版やタ

イ語版など）に翻訳してPRするなどして商品情報発信したほか、小売店における焼き芋の試食販売等に努めることにより、売上増につなげている。

なお、当JAは、60品目以上の高品質・多品目の野菜を生産していることもあり、バイヤーとの商談では、甘藷以外の野菜（フルーツトマト、イチゴ、大葉等）も積極的に提案している。その結果、シンガポールやフランス、ドイツへの輸出が決まり、現地小売店で青果物フェアを実施してきた。



2. 輸出産地形成に向けた取組

輸出に際しては、どうしても輸送中の腐敗が問題になるが、当JAの場合、12月以降に出荷するものは、掘り取った芋を土付きのまま一定の温湿度条件にすることで芋表皮下のコルク層を増加させ、貯蔵中の腐敗を防ぐ「キュアリング処理」を徹底し、その後は定温貯蔵（13度、90%以上）して、周年出荷できる体制を確立している。

また、食味など特徴が異なる4種類のブランドの美味しい芋（紅優甘・紅まさり・紅こがね・行方の黄福）を順に出荷するという、年間を通した「品種リレー出荷」体制を強化しており、輸出についてもその一環として取組んでいる。4つのうち、最初

は『紅優甘（べにゆうか）』で、品種は「べにはるか」。管内の作付率は約53%で、ブランド化して差別化販売している。掘り取り直後から甘さが強く糖化が早いので、一番最初にもってきている。次は『紅まさり』で品種は「べにまさり」。管内の作付率は約33%で、他の品種と比べると麦芽糖やショ糖以外に、果糖やブドウ糖が多くて、さわやかな甘さが特徴である。続いて『紅こがね』で品種は「ベニアズマ」。近年の高温の影響や導入して長期間が経過したこと等もあってA品率が低下していることから、今では作付率が約2%まで減少している。これに代わって『行方の黄福』（なめがたのこうふく）が増えてきており、作付率が約12%まで伸びている。品種は「栗かぐや」で、割った時の鮮やかな黄金色の肉色と、長期熟成による豊かな味わいが特徴である。



これらの4つのブランドを「紅優甘」は12月～2月、「紅まさり」が2月～6月、「紅こがね」はホクホクが好きな人もいるので年間を通じて出荷するが、5月以降は熟成紅こがねとして販売している。そして、最後に「行方の黄福」が6月～8月ということで、品種をリレーしながら年間を通じて当産地の甘藷を出荷できる体制を整えている。

3. 品質保持輸送と商品情報輸出の重要性

輸出に際しては、コスト面を考えれば船便が有利であるが、輸送に日数を要することから、痛みなど品質低下のリスクが生じる。このため、長期保存技術であるキュアリング処理の徹底とカビ抑制資材、輸送時の温度・湿度の管理が重要であり、輸出用には出荷前にもう一度、キュアリングを行うといったことも試しながら取り組んでいる。また、出荷時の品質画像と現地着荷時の品質画像による品質のチェックも試験している。



一方で、実際の輸出にあたっては、海外産の安価な芋が、「ジャパニーズ・スイートポテト」と偽って扱われるなど、国内と異なる課題にも直面している。甘藷の特性や産地のストーリーを理解してもらうことが大切であることから、様々な情報発信に取り組んでいる。その一環として、2023年には「行方かんしょ」として地理的表示（GI）保護制度に登録して、模造品対策を講じており、今後は、各国のGIの取得にも取り組む必要があると考えている。



4. 今後に向けて必要な取組について

これまで、平成15年からスーパーの焼きいも戦略を開始し、そこから順調に伸びてきたが、「べにはるか」という品種の登場と関西に販路を拡げたことによって更に伸びが加速した。その後、少し低迷したかという段階で輸出に取組み、その後も順調に販売金額が伸びている。今後は、輸出先の基準に対応する体制づくりと、生産拡大に向けた環境整備が急務となっている。輸出先の基準に対応する体制づくりでは、各国の基準や ASIAGAP、GI 等海外マーケットのニーズに対応した生産体制の構築に向けて、国や県と連携して海外の基準等の把握を行い、所要の対応を図っていくことが必要であり、まず、ASIAGAPの団体認証（令和7年9月29日 21名）を50名を目標に取組むこととしている。

また、輸出対応の生産拡大に向けた環境整備としては、現在、産地での運用している施設が大規模なので、輸出向けの小型キュアリング施設の整備が必要である。また、現在、部会員が220名いる中で、各自が選果したものを輸出しているが、洗浄や選果の部分で傷をつけないよう、輸出用の共同選果場が必要ではないかと考えている。さらに、船便輸送に伴う現地着荷時のカビ発生等によるロスを抑制するため、キュアリング処理も含めた輸送方法のさらなる技術開発を各方面からの支援を得て続けて行きたい。

そして、輸出の取組を通じて、「焼き芋を世界の共通語に」を目標に農業者と一体となって、かんしょ産地のグローバル化に取り組んでいきたいと考えている。