



安納芋ブランドの現状と改善策の提案

鹿児島大学 法文学部 法経社会学科 3年 徳重海成

安納いもブランド推進本部公認キャラクター：「こがねちゃん」

1. 安納芋とは

- **しっとりとした食感と甘み**が特徴。
- 品種改良で優良なものにするのではなく、**在来種でおいしさ**をつなげている = 遺伝子レベルで昔ながらの**伝統野菜**！



2. 研究の目的

問い：「種子島の安納芋」としてブランドを定着するにあたって、認証マークがより効果的な役割を果たすためにどのような取り組みが必要か。

動機：現地で調査を進める中で、安納芋のブランド化を推進する人々と、地域住民との間で認証マークに対する捉え方に大きな差異があると感じたため。

3-1. ブランド化を目指すにいたる経緯

年代	出来事
①平成10年	・品種登録 → 種子島限定で栽培可能に
②平成20年ごろ	・安納芋の認知度が高まり、 生産量が急増 。 ・同時に安納芋の味や外観などの 品質に関する苦情 が全国の消費者から寄せられる。
③平成22年	・「安納芋ブランド推進本部」を設立 → 栽培技術の向上 および、 品質基準を島内で統一 して管理・出荷することが目的。
④平成25年	・凶形商標2種の登録申請 許可 → 商標 を活用したブランド化 ・種苗法における効力が切れる → 全国で栽培可能 に

3-2. ブランド化のための取り組み

種子島の安納芋と**その他の地域のモノとの差別化**、**品質の向上**が必要に

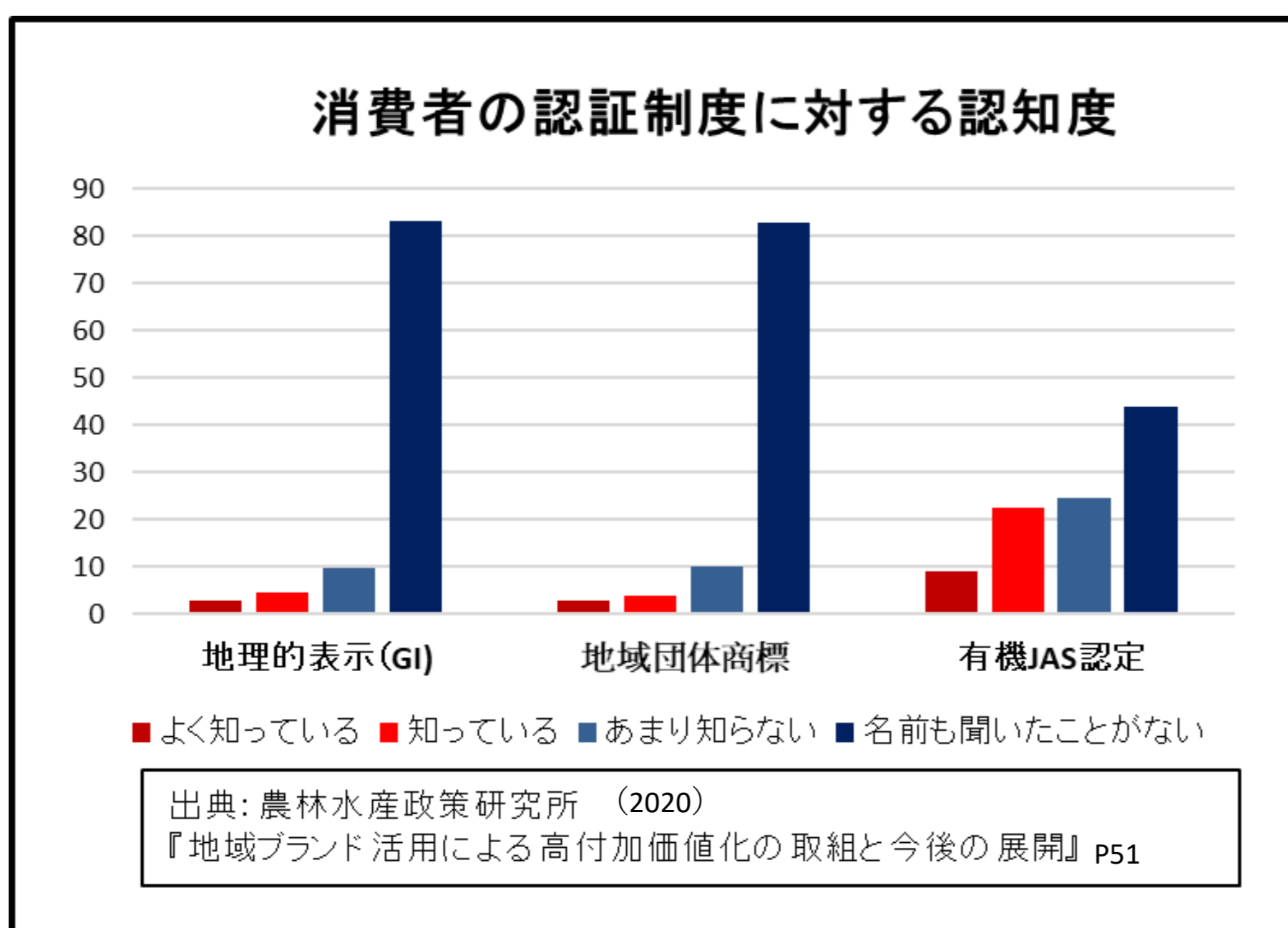
認証マークを用いることで「種子島で栽培された安納芋」だということを証明
→現在は「**一般社団法人安納芋ブランド推進本部認証マーク**」や「**かごしまの農林水産物認証制度**」認証マークを活用。

安納芋の地域ブランド化を目指す

3-3. 認証マークとは

	糖度審査認証マーク <ul style="list-style-type: none"> ● 認証機関：安納いもブランド推進本部 ● 安納芋の甘さを保証するマーク。 ● 甘さの指標となるブrix値をはかり、合格品にこのマークが張られる。 → 統一された品質の安納芋を提供可能。
	かごしまの農林水産物認証制度 <ul style="list-style-type: none"> ● 認証機関：鹿児島県農業・農村振興協会 ● 安心・安全を考えた基準に沿って作業を行い、第三者機関が審査・認証する制度。 →栽培履歴を元にした追跡調査が可能 = 品質向上。
	GIマーク <ul style="list-style-type: none"> ● 認証機関：農林水産省 ● 登録された産品の地理的表示と併せて付すもの。 ● 名称から産地が分かり、品質や社会的評価などがその産地と結びついていることが特定できるため他産品と差別化が可能。 ● 安納芋はGI制度申請の段階。

4. 認証マークの問題点 ①認知度が低い



【島民の方へのインタビュー】

- ・安納芋は買うよりももらう方が多いため、そのような**マークがついていることについて知らなかった**。(住民の方)
- ・安納芋に**独自のマーク(糖度審査認証マーク)**があることすら**知らなかった**。(島内高校生)

②生産者がメリットを感じにくい

I. 認証マークを得るにはお金や労力が必要

- かごしまの農林水産物認証制度
→ 審査の手数料に約5000円 + 残留農薬検査
- 安納芋ブランド推進本部会員認証マーク
→ 会員になるために加入料がかかる + マーク(シール)一枚につき3円

II. マークだけでは購入量の変化を感じにくい

- マークの認知度が低い。
- ブランド化による購入量増加を目指すとしても長い期間が必要。
- 「つけても儲からないからわざわざつけない」という販売者の声。

労力に対するメリットが薄いため認証マークをつけない

5. 安納芋ブランドを定着させるために改善策提案

種子島高校の生徒に認証マークの新たなデザインを考えてもらいそのマークを用いて安納芋を発信する！

①準備

- ・種子島の高校生に安納芋の現状について知ってもらう。
→ 農家や販売者と意見交換会
- ・知名度を上げられるようなデザインを考えてもらう。

②販売・情報発信

- ・実際にそのマークを新たな(安納芋ブランド推進本部の)認証マークとして用いて、島内外に販売。
- ・販売を進める中で、「種子島産安納芋について」、「種子島高校での活動」などを合わせて発信。

③将来展望

- ・島内外の人に、「安納芋」=「認証マーク」=「種子島」=「高校生が活躍」のように地域(種子島)を連想させる形で安納芋の魅力を伝える。
- ・認証マークの知名度向上とともに安納芋の販売量増加へつなげる。



～なぜ種子島高校？～

- 種子島高校生物生産科では地域連携の一環として**バイオ苗**の増殖研究に取り組んでいる。
- 令和2年度においては、**バイオ苗(安納紅750本、安納こがね80本)**を出荷。
- 種子島高校が作った苗が**島内シェアの多く**を占めている。

安納芋と合わせて情報発信

～効果～

〈農家・販売者〉

- ・「種子島の安納芋」として注目度が高まり**購入量が増える**。
- ・高校生が携わることで認証マークをつける**意欲が上がる**。
→ 認証マークが広がる、**認知度向上**。

〈高校生〉

- ・安納芋について知るきっかけとなり、**愛着を持つ**ことができる。
- ・地域への**貢献度**が認証マークという**目に見える形**で分かるようになる。
- ・活動の認知度が高まることで、それまでの**経験を島外でも生かしやすくなる**

〈種子島〉

- ・**種子島でしか生み出せないブランド**が確立。
- ・消費者に安納芋だけでなく種子島という**地域にも良い印象**を持ってもらえる

【参考文献】
 ・安納いもブランド推進本部「安納いもブランド推進本部の取り組み」(http://annouimo-brand.com/information.html)
 ・農林水産省 農産物加工課(2013)『安納いも地域ブランド化戦略に関する課題-ブランド形成過程の相違に着目して』(https://www.affrc.ac.jp/download/pdf/144574888.pdf)
 ・鹿児島県ホームページ「かごしまの農林水産物認証制度(K-GAP)の紹介」(http://www.pref.kagoshima.jp/kurashi-kankyo/syoku/anzen/ninryo/shouku/index.html)
 ・経済産業省 特許庁「商標制度の概要」(https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/seidogaiyo/chizai08.html)
 ・農林水産省「地理的表示及びGIマークの表示について」(https://www.maff.go.jp/shokusan/gi_act/gi_mark/)
 ・農林水産政策研究所(2020)『地域ブランド活用による高付加価値化の取組と今後の展開』p51。(https://www.maff.go.jp/primaff/kanko/project/attach/pdf/200831_R02brand1.pdf)
 ・ふるさと種子島「こがねいもの歴史」(http://www.furusato-tanegashima.net/kanyo/kanyo-saibai.html)
 【すべて2022/01/10最終閲覧】