

「富富富」の次期戦略の論点について（案）

○ 見直しの方向性

富富富の「栽培面積の拡大」と「販売拡大」を、効果的なPRにより、計画的かつスピード感を持って推進すること

（変更部分_____）

1 対象期間 R6年度～R10年度 5年間

2 栽培面積の拡大計画（目標）

・次期戦略では、令和10年度（5年後）の具体的な栽培面積を示す。

年産	H30	R1	R2	R3	R4	(R5 見込)
経営体数	469	676	654	649	604	(618)
面積(ha)	518	1,113	1,282	1,392	1,445	(1,632)
生産量(ト)	2,570	5,493	6,827	6,736	7,046	(8,200)

3 計画達成に向けた各戦略

（1）生産戦略

収量の確保など、生産者が栽培に取り組みやすい環境を整える必要

① 高品質・良食味・低コスト生産

- ・栽培マニュアルと地域協議会の指導に基づく適切な栽培管理の実施
- ・収量の安定化により、生産者の所得を確保
- ・肥料2割、農薬3割の削減で、環境にやさしく低コスト

<ポイント>

- ・地域の特性に応じた栽培技術等の確立・徹底
- ・良食味の確保（玄米タンパク含有率の目標6.4%以下）等

② 生産体制の整備

- ・地域の共同乾燥調製施設等の利用促進と受入体制の整備の早期確立
- ・生産者の拡大に対応した指導体制の強化
- ・種子の計画生産による必要量の確保

③ 流通基準

- ・消費者や実需者の評価を高めるため「流通基準」の遵守を徹底する。

<「富富富」の流通基準>

- ・検査等級：1等
 - ・化学合成農薬の成分使用回数：12以内
- ※上記の基準を満たすものが、「富富富」のロゴパッケージで販売されます。

(2) 販売戦略

① 価格帯

- ・県産コシヒカリと同等以上の価格帯を追求

② 需要の拡大

今後の生産量の増大に伴い、需要の確保が大切

- ・スーパー等小売店での「家庭用」とコンビニや飲食店などの「中食・外食用」をバランスよく拡大していく。

③ 輸出用米・米粉用米・加工用米 等

富富富の生産者からの輸出の要望が強い

- ・これまで富富富は、数量が確保されていないこと等から主食用米のみの対応としていた。
- ・富山米の輸出は、コシヒカリ中心に拡大している中、まずは富富富をラインナップに加えることで、富山県としての輸出を実現する。
- ・加工用米や米粉用米についても、販路も見据え、今後の需要を見極めていく。

(3) PR戦略

消費拡大には、消費形態に応じた継続的なPRが必要

① アピールポイント

<生産者側> 育てやすい

- ・高温に強く、一等比率が高い
- ・草丈が短く、倒伏しにくい
- ・肥料・農薬が削減でき、低コスト生産できる
- ・富富富の需要が高まっている

<消費者・実需者側> 美味しい、環境にやさしい

- ・粒感がしっかりとしていて、どんな料理にも合う
- ・冷めても硬くなりやすく、美味しさが保たれる
- ・旨み、甘みのバランスが良く、食べやすい
- ・環境にやさしい、未来のお米

② 消費の拡大

- ・家庭への浸透……………購入促進につなげる展開（キャンペーン、レシピ、動画等）
- ・中食・外食を通じたPR…商品、メニューの紹介等（フェア、SNS等）
- ・食べる機会の創出……………学校給食での提供、飲食店やイベントでのPR