

第3期「富富富」生産・販売・PR戦略（案）

「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。

1 生産・流通の現状と課題

富山県米作改良対策本部（本部長：富山県知事）が毎年定める本県の水稲生産振興基本方針では、「富山米」が高く評価されていくためには、高品質で美味しい米づくりを一層進める必要があり、①多様なニーズに対応した県産米の品揃えの充実、②高温等の気象変動に打ち勝つ米づくり、③低コスト・省力的な米づくり、④人と環境にやさしい「安全・安心」な米づくりを定めている。

2018（平成30）年にデビューした「富富富」は、県や農業団体などが生産者と消費者への浸透を図ってきており、栽培面積の拡大（表1）や知名度の向上が進んできた。猛暑となった2023（令和5）年産においても高温に強い品種特性もあり品質が安定しており、中生品種の「富富富」へのシフトを進めていく必要性が高まっている。

また、販売面では、おにぎりに合うお米との評価等から、中食・外食用需要が増えたところ（表2）であるが、今後は、県内はもとより首都圏、中京圏、関西圏の三大都市圏などのマーケットでの家庭消費の拡大を流通関係者と連携して推進していく必要がある。

<表1：県内主な品種の栽培面積の推移>

品種名	R3年産		R4年産		R5年産	
	面積(ha)	割合	面積(ha)	割合	面積(ha)	割合
てんたかく	3,700	10.2%	3,600	10.1%	3,400	9.7%
コシヒカリ	25,300	69.7%	24,800	69.9%	24,300	69.0%
富富富	1,392	3.8%	1,445	4.1%	1,640	4.7%
てんこもり	2,100	5.8%	2,000	5.6%	2,100	6.0%
合計	36,300	100%	35,500	100%	35,200	100%

<表2：富富富の仕向先別販売数量割合>

区分	R3年産	R4年産	R5年産
家庭用	53	39	（集計中）
中食・外食用	47	61	（集計中）

2 本戦略の対象期間

対象期間：令和6年～令和10年 5年間

※中間年(令和8年度)には、生産や販売状況を検証したうえ、生産対策や販売・PR対策等を検討する。

3 栽培面積の目標

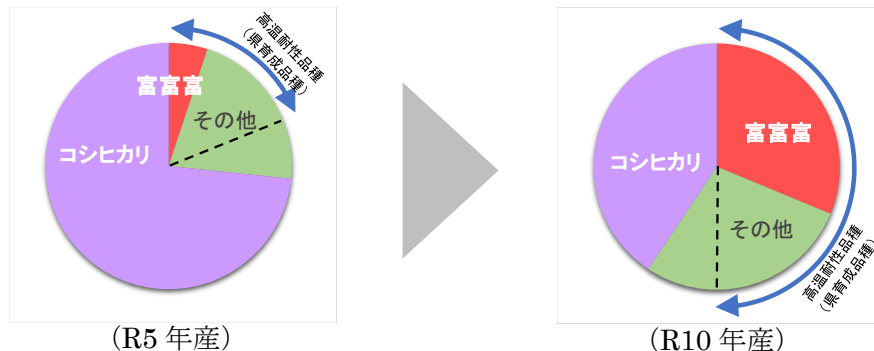
目標年度（令和10年度）の栽培面積：10,000 ha

※目標年度において、富山米の中生品種の構成を、富富富とコシヒカリの栽培面積が同等となる姿をめざす。

<表3：富富富の栽培面積>

	R5(現状)	R6(見込)		R10(目標)
栽培面積(ha)	1,640	2,496	➔	10,000
生産量(t)	7,623	(12,500)		(50,000)

<図1：富山米の品種構成イメージ>



<表4：「富富富」の生産実績>

	H30産	R1産	R2産	R3産	R4産	R5産
生産者数(経営体)	469	676	654	649	604	613
栽培面積(ha)	518	1,113	1,282	1,392	1,445	1,640
生産量(t)	2,570	5,493	6,827	6,736	7,046	7,624
一等比率(%)	98.8	90.9	96.4	96.3	95.6	93.1*
下段()コシヒカリ	(88.5)	(84.7)	(90.9)	(95.1)	(87.0)	(48.0**)

※R5年産はR5.12月末現在

4 目標達成に向けた対策

(1) 生産対策

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

① 高品質・良食味・低コスト生産の推進

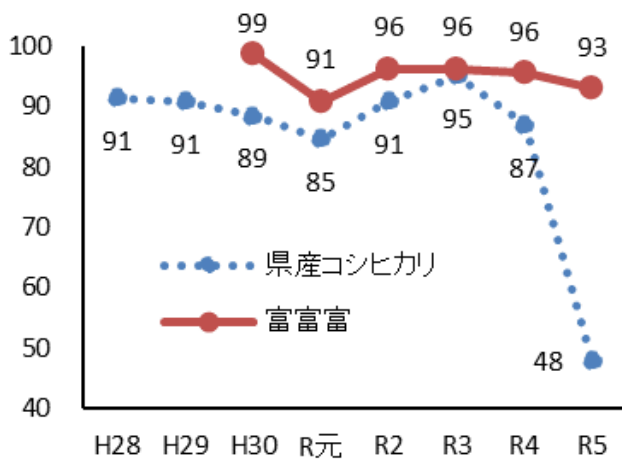
- ・土壌条件や地理的条件など、地域の特性に応じた収量・食味の安定化に向けた栽培技術の確立を目指す
- ・化学肥料の2割減、化学農薬の3割減が可能な「富富富」の優位性を活かし、環境にやさしく低コストな生産の推進を図る
- ・大規模経営体に適した作期分散体系や、直播・密苗栽培技術等の実証により、さらなる省力・低コスト化を推進
- ・生産拡大に対応した生産者登録制度等の検討

② 生産しやすい環境づくり

- ・地域ごとの取組状況に対応した指導体制の強化
 - 「富富富」への指導の重点化、新規生産者へのきめ細かな指導など
- ・JA等の乾燥調製施設の受入体制づくりの加速化
- ・種子の計画的な生産と供給
 - 「富富富」の生産意向の把握、優良種子の安定生産・供給など

③ 生産者へのアピール

- ・高温に強く1等比率が高い
- ・草丈が短く倒伏しにくい
- ・肥料、農薬の削減が可能で、低コスト化や環境負荷の低減につながる



<図2: 1等比率の推移>



<図3: 草丈の比較>

(2) 販売・PR対策

県産コシヒカリと同等以上の価格帯を追求しつつ、流通・販売事業者や消費者から選ばれるためにアプローチを進める

① バランスのとれた需要・消費拡大の推進

中食・外食事業者の活用支援など、中食・外食用需要の継続・拡大を図りつつ、食べてもらう、知ってもらう機会の創出により、家庭用の拡大を目指す(図4)。

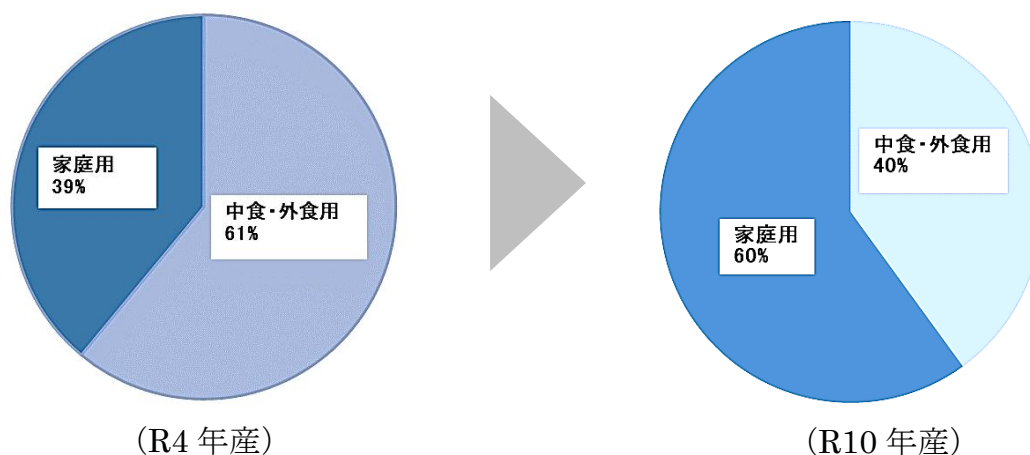
○家庭用の拡大

- 学校給食での活用による自動や若い世代への浸透
- SNSやマガジン等、ターゲットに応じた効果的な情報発信ツールによるPR
- 料理レシピコンクールやレシピ動画等により、多様な食べ方の紹介
- 小売店舗での試食やポスター、ポップ掲示等によるPR販売

○中食・外食用の拡大

- 消費形態の多様化に伴うコンビニエンスストアや飲食店など中食・外食での継続的な活用を促進するため、商品・メニューのPR、フェアの開催等を支援

<図4: 使途の割合>



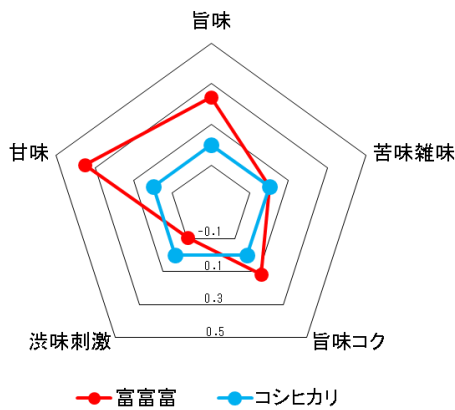
② 流通・販売事業者・消費者へのアピールポイント

キャッチコピーの見直しを行い、わかりやすい表現で訴求力を高める。

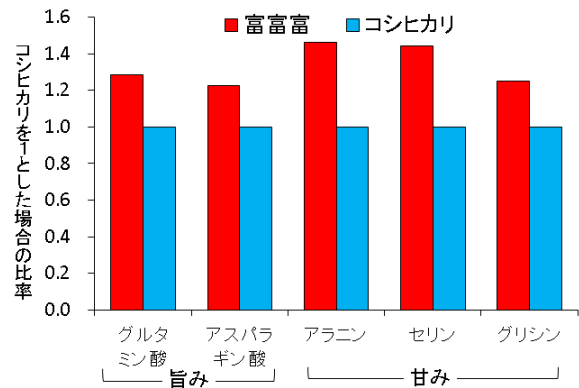
※現行「うまみ。あまみ。ふと香る。ほほえむうまさ。富山から。」は、コシヒカリとの比較を基(図5)にしたものとなっているが、別の切り口が必要

- 猛暑などの気象条件においても安定した品質が確保できる
- 冷めても硬くなりにくいことから、「弁当やおにぎりに合う」「あっさりして様々なおかずに合う」等の用途の広さをアピールする
- 慣行栽培と比較して、化学肥料や化学農薬の削減で、環境に配慮した米づくりを実施

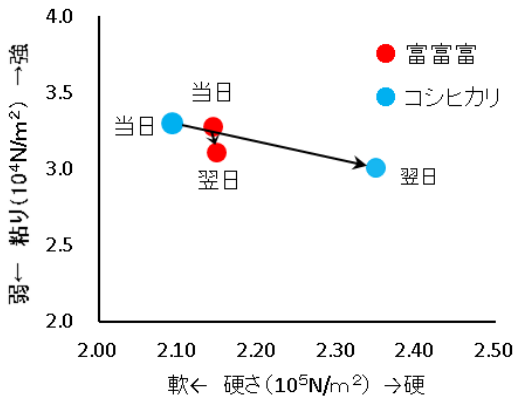
<図5:「富富富」の特長>



[炊飯米の味覚センサーによる味の推定値]



[炊飯米の遊離アミノ酸含有量比較]



[炊飯後から 20 時間後の物性変化]

③ ニーズを踏まえた海外市場での販路拡大

- ・海外市場でのニーズの増を踏まえ、輸出用米として生産を開始し、輸出拡大を図る。
- ・加工用米や米粉用米の需要の見極めも行う。

【参考】令和5年度聞き取り調査より抜粋

- ・一粒一粒がしっかりしており、視覚的に良い。歩留まりが良い。(県内卸)
- ・わかりやすい米の特長、試食を通して知ってもらうことが必要。(県内卸)
- ・どんなおかずにも合う。ふっくら甘くておいしい。(小学生)
- ※小学5年生の88%が美味しいと評価
- ・中長期的な視野で富山米を育てていく必要がある。(生産者)
- ・今後も温暖化が進み、品質が安定している富富富で収益性を上げるべき。(生産者)

○県内小学5年生のアンケート結果 (R5年度、N=727)

- ・学校給食のご飯が「富富富」であると知っているか。
⇒知っていた 53%、アンケートをきっかけに知った 47%
- ・「富富富」の感想
⇒美味しい 88%(理由:もちもち、ふっくら、おかずに合う、等)
- ・家庭で「富富富」のご飯を食べますか。
⇒普段のご飯として食べている 16%、コンビニのおにぎり等で 23%