

いちほまれを核とした福井県産米の産地強化戦略（案）の概要

令和8年2月
福井米戦略課

（兼第4次いちほまれブランド戦略）【令和8年度～令和12年度】

第3次いちほまれブランド戦略までの取組内容・成果

【取組内容】

（1）生産戦略

○ブランド価値を高めるため生産量の拡大と高品質生産の継続

- ・生産者登録制の導入
- ・品質基準の遵守を徹底
(一等米、玄米タンパク質含有率6.4%以下)
- ・各地区研究会での情報共有と技術研鑽の推進
- ・育苗施設や大規模乾燥調製施設の利用の効率化
- ・適期田植えを基本としつつ、高温耐性を活かした連休植えにも作期を拡大

【成果】

≪生産概要≫

	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
生産量(t)	3,000	4,000	5,000	6,000	7,000	8,000	10,000	12,000
生産面積(ha)	600	800	1,000	1,200	1,400	1,600	1,900	2,200
生産者数(人)	380	410	400	446	463	497	652	850

令和7年産の生産面積は主食用米作付の約1割にまで生産拡大

（2）販売戦略

○主力の家庭用に加え認知度向上を目的とした業務用も販路を拡大

- ・試食販売の強化や量販店に応じた販促事業を実施し、全国展開している有名量販店等で販路を開拓
- ・銘柄をうたったおにぎりや無菌パックご飯での販売を実施
- ・百貨店や米穀店等での特別栽培米の販売拡大

≪販売店舗数の推移≫

	R2	R3	R4	R5	R6
販売店舗数	1,134	1,700	2,243	2,402	2,807

他ブランド米と同等の高価格を維持しながら販売店舗数を拡大

（3）PR戦略

○幅広い層の消費者はもとより、食に関心のある層の認知度を向上を目指した情報発信

○米の健康に関する正しい情報発信により、米食を推進

- ・幅広い層の消費者に届くテレビCMに加え、SNS等による情報発信を実施
- ・健康と米食に関する情報の発信

≪認知度の推移≫

	R2	R3	R4	R5	R6
認知度	19%	24%	26%	30%	36%

今後の基本方針

【目指すべき姿】

いちほまれを核として**福井県産米全体の評価を高めるとともに、気象変動や実需者のニーズに対応した良食味米産地づくり**をすすめ、**生産者の所得向上、再生産可能な経営**を目指す

【県産米の課題】

○主食用米の主要産地であり、さまざまなブランド米を生産する北海道、東北、北陸地域の増産意向が強く、**米の産地間競争**を勝ち抜いていく必要がある

○一方、中国、四国など関西以西の地域ではほとんど増産されていない中、これまで福井県産米を供給してきた**関西消費地の需要に応え得る良質米産地**として、本県の重要性が高まっている

推進方針1

○実需者からはブランド米だけでなく、**業務用など多様なニーズとロットに対応できる産地**が求められている

○**プラスチックや温室効果ガス**の削減など新たな環境保全の取組みが必要

推進方針2

○気象が**高温傾向**であり、収量・品質の低下が懸念される

推進方針3

【基本方針】

《推進方針》

1. 福井県産米のトップリーダーとしての**いちほまれのブランド定着・定番化**
2. **需要にあわせた品種構成**で実需者から選ばれ続ける強い産地づくり
3. 良質米を安定して供給するため、**高温に強い品種への切替えと作付面積拡大**

《主な品種の方向性》

- いちほまれ：ブランド米として**定番化**し、**主要都市圏の量販店で通年販売**
- コシヒカリ：関西や県内等の**固定需要に対応するための生産量を確保**
- 早生新品種：ハナエチゼンより高温に強く、品質が安定した新品種に切替え
ハナエチゼンの需要先であった関西を中心に販売するとともに新たな販路を開拓
- シャインパール：輸出用だけでなく、**加工用や業務用等での需要を開拓**

《期間》

令和8年度から12年度の5年間

産地強化戦略

1. 福井県産米のトップリーダーとしてのいちほまれのブランド定着・定番化

(1) 生産戦略：主要都市圏の大規模量販店のブランド米定番商品として定着できる生産量として2万トンに拡大

- ①高品質、良食味を確保するための生産者登録、品質・出荷基準の遵守徹底
- ②生育や気象、栽培情報の迅速な把握と伝達体制の整備（リモートセンシング技術等）
- ③生産拡大に対応できるよう大規模乾燥施設の荷受体制や育苗センターの供給能力の強化

(2) 販売戦略：高価格帯を維持しながら量販店での定番化と米穀店での販売量の拡大

- ①主要都市圏の大手量販店において、ブランド米の定番商品として定着
- ②米穀店との取引き拡大
- ③ブランド価値を高めながら、生産者と消費者の結びつきを強化する流通の仕組みを構築

(3) PR戦略：ブランド米としてさらなる認知度の向上と県民の愛着心の醸成

- ①幅広い層へ発信するテレビCMに加え、子育て世代に響く動画配信を強化
- ②県民が誇れるいちほまれとなるよう、ロゴマークに対する県民の理解を促進
- ③JAと連携した米食の推進

2. 需要にあわせた品種構成で実需者から選ばれ続ける強い産地づくり

(1) 良質米の安定供給を実現し、産地の評価を向上

- ①良質米産地としてのロットを維持するため、主食用米生産量10万トン（ふるい目1.9mm）を維持
- ②県内や関西で根強い需要があるコシヒカリについては、固定需要を賄う生産量を確保
- ③専用肥料の改良などにより環境に配慮した生産を強化（減プラ肥料、Jークレジット等）

(2) 加工用や業務用など多様なニーズに対応し、実需者の信頼を確保

- ①早生新品種は、安定した品質が維持できることを活かし、家庭用だけでなく業務用でも販路を確保
- ②シャインパールは、多収性を活かし、輸出用だけでなく加工用や業務用等でも需要を開拓
- ③酒米は、収量・品質を向上させながら需要に応じた生産量を確保

3. 良質米を安定して供給するため、高温に強い品種への切替えと作付面積拡大

(1) 早生新品種の早期定着

- ①栽培マニュアルに基づく技術指導により、高収量・高品質を確保し、生産者の所得を向上
- ②販売地域ごとにハナエチゼンからの切替えを進め、消費者の認知度を向上

(2) コシヒカリからいちほまれやシャインパールなどの高温耐性・多収品種への切替えの推進

- ①最適な品種構成により収量・品質を向上させるとともに、生産者の作業を効率化・平準化
- ②大規模施設整備等による荷受け体制の強化
- ③スマート技術を活用した収量・品質向上技術の普及

【品種構成の方向性】

