

### 産地の生産力強化

#### 県産米の生産状況

- 米の生産量が多く、高品質な米の生産が可能  
収穫量全国7位、一等米比率は常に全国平均（約80%）を上回り25年産米以降は90%以上
- 全国的な主要銘柄の産地であり、かつ良食味な米の生産が可能  
コシヒカリ（約6割）ひとめぼれ（約2割）、平成16年以降いずれかの品種で食味ランキング「特A」の評価

これらに加え

#### 生産段階における放射性物質対策の徹底

##### 1 認証GAPの取得推進

- 認証GAP取得の大幅な拡大を図るため、生産者団体等の取組みを積極的に支援

##### 2 農家や集荷団体による生産対策の確認を実施

- 生産段階におけるカリ不足が生じない施肥管理の実施、異物の混入・付着防止の徹底、チラシ等により周知を徹底
- 集荷団体等における生産対策の実施確認の強化（生産履歴記帳での確認）

#### 県産米の安全性をしっかりと確保

#### 本県の特徴を踏まえた多彩な水田農業の展開

##### 1 “特A”獲得による県産米の揺るぎない評価の確立

- 本県主要品種・銘柄（7種）全てで特A獲得を目指す

##### 2 新たなオリジナル品種の開発

- 極良食味で高価格帯を狙えるトップブランドとなる品種を育成

##### 3 水田の高度利用の促進による農家所得の向上

- 水田の1年2作～2年3作体系を拡大することで農家の所得向上を図る

##### 4 産地間競争に打ち勝つ園芸生産力の強化

- 「長期出荷体制の確立」、「大規模化」、「インテグレーション」を強化

本県の持つ生産力を一層向上

米政策の転換を契機とした  
産地間競争力の強化

### 産地の競争力強化

#### 県産品の魅力発信と販売網の確保

##### 1 販路の拡大と販売網の確保

- 量販店・百貨店での販売フェア
- 流通側と産地側との交流会
- バイヤーを対象とした産地ツアー
- 商談会・展示会への出展

⇒ 【30年新規の定番販売（286店舗）】  
イトーヨーカ堂(7店舗)、富士シティオ(52店舗)、いなげや(137店舗)、  
近商ストア(19店舗)、道北アークス(6店舗)、サンエー(65店舗)など



##### 2 新たな流通ルートの構築

- オンラインストア販売 : 146事業者 売上約12億円、うち8割が米(H30.2月現在)
- 輸出の促進・輸入規制緩和に向けた情報発信 →マレーシア100トン、英国7t

##### 3 メディア等を活用した魅力発信

- テレビCM等メディアによる情報発信  
テレビCMを全国7,000万人に向け放映(H24～)
- 地下鉄等の中吊り広告等



追加  
対策

#### 農林水産物のブランド化

##### H29 ブランド化に向けた啓発・改善効果の実証

- パッケージの研究・改善とモニタ販売
- ブランドイメージの試作・検討  
→品種別の米袋・品種ごとのロゴ・コピーの試作・検討



##### H30 産地や販売先に応じたパッケージ 本県産のイメージを表現するロゴ制作・普及

- 福島県産農林水産物のイメージロゴ制作
- 産地段階・流通段階でのパッケージ強化

強化して実施

福島県産イメージのアップデート

福島県産米の更なる販売網の回復  
首都圏のみならず全国への販路拡大