

# 富山市農林産物ブランド化・輸出戦略



平成31年3月

富山市農林水産部農政企画課

## 目 次

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 第1章 戦略策定の趣旨                 | 1  |
| 第1節 戦略策定の目的                 | 1  |
| 第2節 戦略の期間                   | 1  |
| 第3節 戦略の位置付け                 | 1  |
| 第4節 戦略策定の進め方                | 2  |
| 第2章 ブランド化の意義                | 3  |
| 第1節 ブランド化の定義                | 3  |
| 第2節 ブランド化を図るために活用できる制度      | 4  |
| 第3章 富山県におけるブランド化戦略          | 13 |
| 第1節 「食のとやまブランドマーケティング戦略」の概要 | 13 |
| 第4章 本市における農林産物の生産・流通の現状と課題  | 15 |
| 第1節 生産・流通の現状                | 15 |
| 第2節 ブランド化に向けた課題             | 25 |
| 第5章 ブランド化に向けた基本方針と推進施策      | 27 |
| 第1節 基本方針                    | 27 |
| 第2節 重点品目候補の選定               | 27 |
| 第3節 推進施策                    | 28 |
| 第6章 ブランド化の推進体制              | 31 |
| 第1節 推進体制                    | 31 |
| 第2節 関係者の役割                  | 31 |
| 第7章 輸出促進に向けた基本方針と推進施策       | 33 |
| 第1節 輸出を巡る現状と課題              | 33 |
| 第2節 富山県における輸出戦略             | 38 |
| 第3節 本市における輸出に向けての問題点と課題     | 40 |
| 第4節 基本方針と推進施策               | 41 |
| 資料                          | 42 |

## 第1章 戦略策定の趣旨

### 第1節 戦略策定の目的

本市は、富山県の約3割の面積を占め、海拔0mから3,000m級まで多様な自然環境を有しており、豊富な水資源と肥沃な土地のもと、水稻を中心とした農業を展開しながら地域の特性を活かしていろいろな特産物を生産してきました。

しかしながら、人口減少時代に突入し国内市場の縮小が予想されるなか、生産面においては、農業者の高齢化や後継者不足が進み、農産物消費量の低下や価格の低下などにより農業所得は減少し、さらに平成30年度より米の直接支払交付金が廃止され、さらなる所得の減少が懸念されているところです。

一方、平成27年3月の北陸新幹線の開業により、首都圏とのアクセスが向上し、東京まで2時間で結ばれるようになり、観光客の増加にみられるように「富山」に対する関心も高まりつつあります。

このような状況において、本市の農業を振興し、農業所得の向上を図るためには、本市で生産される農林産物のブランド化や国外への輸出などにより販売拡大を図っていくことが重要となっています。

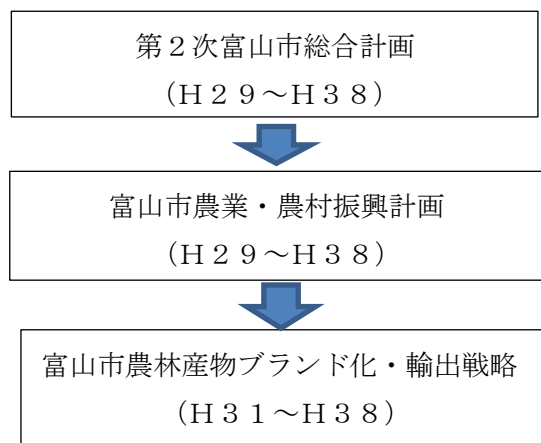
そのため、この「富山市農林産物ブランド化・輸出戦略」は、本市の農林産物の生産・販売における課題を整理したうえで、農業者や関係機関との連携のもと、農林産物のブランド化や海外への輸出の推進に向けた戦略を策定するものです。

### 第2節 戦略の期間

戦略の期間は、平成31年度から平成38年度までの8年間とします。

### 第3節 戦略の位置付け

本戦略は、上位計画である「第2次富山市総合計画」「富山市農業・農村振興計画」を踏まえつつ、農林産物のブランド化及び輸出促進を図るための指針となるものです。

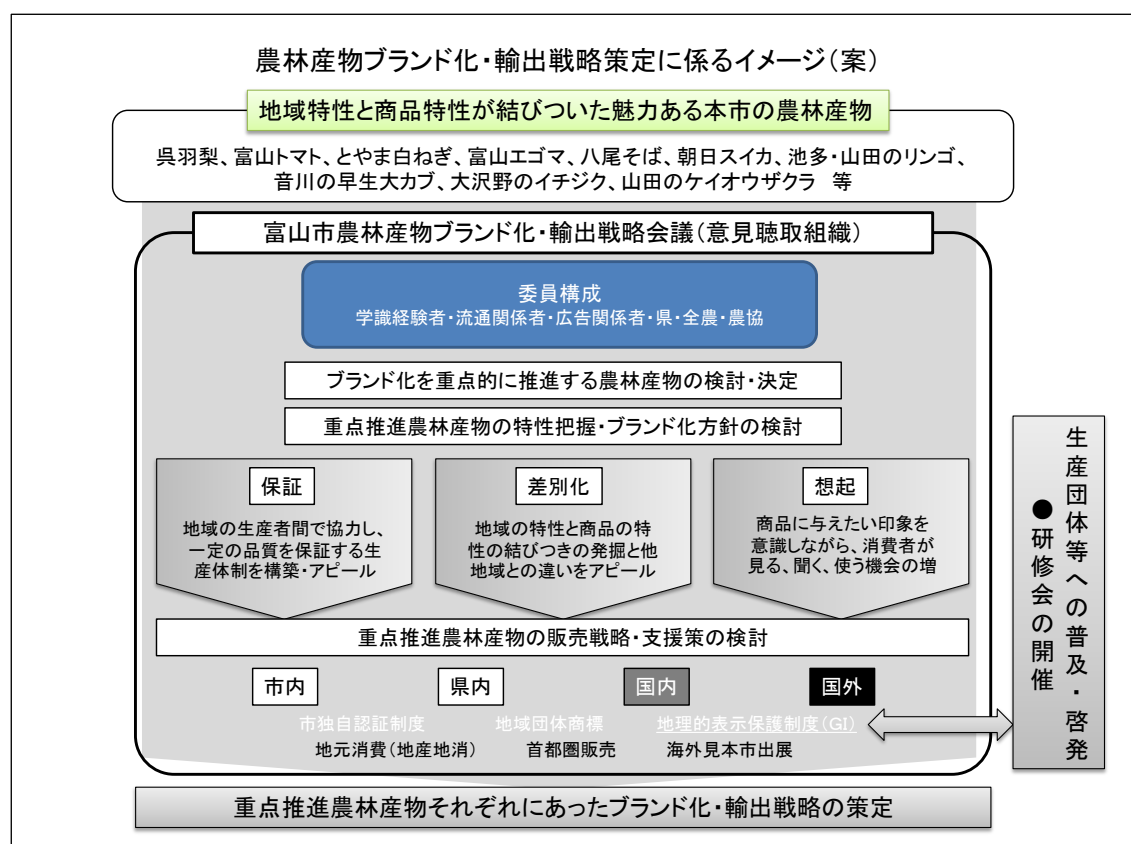


#### 第4節 戦略策定の進め方

本戦略は、学識経験者、流通関係者、広告関係者、農業団体等で構成する富山市農林産物ブランド化・輸出戦略会議において、農林産物の生産・販売状況の把握と課題の抽出、ブランド化・輸出を促進するための施策等を検討し、戦略を策定するものとします。

なお、本市の主力農産物である米については、現在、富山県が新品種「富富富」のブランド化の取組を推進していることから、本戦略においては、米以外の農林産物のブランド化について施策をとりまとめるものとします。

#### 戦略策定のイメージ図



## 第2章 ブランド化の意義

### 第1節 ブランド化の定義

#### 1. ブランド化の定義

「ものの価値」を備え、他の商品・サービスと差別化することを意図した「情報」を付した商品・サービスで、「ものの価値」と「情報」の組み合わせに対し消費者が良いイメージを抱き、信頼を置いているものがブランド（品）であり、そのようなものにすることをブランド化として定義します。

#### 2. ブランド化の目的

農林産物のブランド化の目的としては、

- ① シティーセールスとして市町村のイメージアップを図る
- ② 農林産物の有利販売を実現することで農業所得の向上を図る
- ③ 市民が誇れる地場産品として定着させることで地域住民の意識啓発と地産地消・食育の推進する

などの目的が考えられますが、当戦略としては、ブランド化を図ることにより農林産物の有利販売を実現し、農業所得の向上を図ることを主要な目的とします。

#### 3. ブランドの分類

ブランド化を図るにあたっては、生産規模や流通・販売対象、取組主体等によって次の3つのブランドに分類できます。

- ①市場出荷を基本とした全国ブランド
  - ・ J A等が主体となり、大都市圏の中央卸売市場を経由し大手量販店で販売
- ②地域内流通を基本とした地域ブランド
  - ・ J Aや生産者団体等が主体となり、地域密着型スーパーや直売所で販売
- ③消費者への直売を基本とした個人ブランド
  - ・ 個人による直売や通販による販売

本戦略では、「③個人ブランド」については検討しないものとします。

#### 4. ブランド化戦略策定にあたってのポイント

ブランド化戦略の策定にあたっては、まず、全国ブランドと地域ブランドのどちらを目指すのかを明確にしたうえで、生産面と販売面の両方において戦略を検討していく必要があります。

##### 【ブランド化におけるポイント】

##### ①差別化を図るための価値の創造（品質、伝統、ストーリー等）

- ・当該生産地の気象や土壌、栽培方法などにより、ブランド化を図る作物が他の地域で生産されたものとは違った良好な品質、食味等を有していること。

##### ②品質の高位平準化、ロット数の確保、安定供給

- ・良好で均一な品質を維持するとともに、流通業者の賛同が得られるよう一定規模の出荷量を安定的に供給。

##### ③販売先となるターゲットの選定と効果的な販促活動

- ・販売先となるターゲットを明確したうえで、そのターゲットの関心度が増すような効果的な広告宣伝などの販売促進活動の展開。

### 第2節 ブランド化を図るために活用できる制度

ブランド化を図るためには、「ブランド品」として第三者からの認証を受け、ほかの産地・生産者等がその名称を使用することを制限することも重要であり、そのために有効な制度として次の制度があります。

#### 1. 地理的表示保護制度

##### (1)概要

地理的表示保護制度とは地域で育まれた伝統と特性を有する農林水産物・食品のうち、品質等の特性が地域と結びついており、その結びつきを特定できるような名称（地理的表示）は付されているものについて、その地理的表示を知的財産として国に登録できる制度で平成27年6月に運用が開始されています。

##### (2)登録のメリット

- ・産地と結びついた品質について国からのお墨付きが得られます。
- ・地理的表示保護制度の登録を証する「G I マーク」の使用が可能となり、海外でも差別化を図ることができます。
- ・地理的表示の不正使用は国が取り締まってくれます。

### (3)登録における留意点

- ・地理的表示として登録されると、地域共有の財産となるため、独占排他的な使用ができなくなります。
- ・構成員（生産者）の生産する農林水産物等に対して生産工程管理業務が義務付けられます。

## 2. 地域団体商標

### (1)概要

地域団体商標とは、地域の産品について事業者の信用の維持を図り、「地域ブランド」の保護による地域経済の活性化を目的として平成 18 年 4 月に導入された制度であり、「地域ブランド」として用いられることが多い地域の名称及び商品名の名称等からなる文字商標を登録するものです。

### (2)登録のメリット

- ・不正使用に対して損害賠償請求や差止請求をすることができます。
- ・税関に申し立てることにより、模倣品の輸入を阻止することができます。
- ・国際登録制度を利用することにより、簡易な手続きで海外に商標出願することができます。

### (3)登録における留意点

- ・地理的表示制度には更新の手続きはありませんが、地域団体商標は 10 年ごとに更新の手続きが必要です。

【地理的表示保護制度と地域団体商標制度の比較】

| 項 目      | 地理的表示保護制度                                                                                                             | 地域団体商標制度                                                                                                     |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 趣 旨      | 生産地と結びついた特性を有する農林水産物等の名称を品質基準とともに登録し、地域の共有財産として保護する制度。                                                                | 地域ブランドの名称を商標権（出所表示）として登録し、その名称を独占的に使用することができる制度。                                                             |
| 保護対象（物）  | 農林水産物、飲食料品等（酒類除く）                                                                                                     | 全ての商品・サービス                                                                                                   |
| 保護対象（名称） | 地域を特定できれば地名を含まなくてもいい                                                                                                  | 「地域名」＋「商品名」等                                                                                                 |
| 登録主体     | 生産・加工業者の団体（法人格のない団体も可）                                                                                                | 農協等の組合、商工会、商工会議所、NPO法人                                                                                       |
| 主な登録要件   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・生産地と結び付いた品質等を有すること</li> <li>・一定期間（概ね 25 年）継続して生産された実績があること</li> </ul>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の名称と商品が関連性を有すること（商品の産地等）</li> <li>・商標が需要者の間に広く認識されていること</li> </ul> |
| 使用方法     | G I マークとともに使用（義務）                                                                                                     | 登録商標である旨を表示（努力義務）                                                                                            |
| 品質管理     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・生産地と結び付いた品質基準の策定・登録・公開</li> <li>・生産・加工業者が品質基準を守るよう団体が管理し、それを国がチェック</li> </ul> | 商品の品質等は商標権者の自主管理                                                                                             |
| 効 力      | 地理的表示及びこれに類する表示の不正使用を禁止                                                                                               | 登録商標及びこれに類する商標の不正使用を禁止                                                                                       |
| 効力範囲     | 登録された農林水産物等が属する区分に属する農林水産物等及びこれを主な原料とする加工品                                                                            | 出願時に指定する商品若しくはサービス又はこれと類する商品若しくはサービス                                                                         |
| 規制手段     | 国による不正使用の取り締まり                                                                                                        | 商標権者による差止請求、損害賠償請求                                                                                           |
| 費用・保護期間  | 登録：90,000 円<br>更新手続きなし（取消しされない限り登録存続）                                                                                 | 出願・登録：49,600 円（10 年間）<br>更新：48,500 円（10 年間）<br>※それぞれ 1 区分で計算                                                 |
| 申請先      | 農林水産大臣                                                                                                                | 特許庁長官                                                                                                        |

地理的表示保護制度 登録産品 一覧 (H30.12.27 現在)

| 都道府県 | 件数 | 品目                                        |
|------|----|-------------------------------------------|
| 北海道  | 2  | 夕張メロン、十勝川西長いも                             |
| 青森県  | 3  | あおもりカシス、十三湖産大和しじみ、小川原湖産大和しじみ（浄法寺漆）        |
| 秋田県  | 3  | 大館とんぶり、ひばり野オクラ、松館しぼり大根                    |
| 岩手県  | 5  | 前沢牛、岩手野田村荒海ホタテ、岩手木炭、二子さといも、浄法寺漆           |
| 山形県  | 3  | 米沢牛、東根さくらんぼ、山形セルリー                        |
| 宮城県  | 2  | みやぎサーモン、岩出山凍り豆腐                           |
| 福島県  | 1  | 南郷トマト                                     |
| 茨城県  | 4  | 江戸崎かぼちゃ、飯沼栗、水戸の柔甘ねぎ、奥久慈しゃも                |
| 栃木県  | 1  | 新里ねぎ                                      |
| 長野県  | 2  | 市田柿、すんき                                   |
| 新潟県  | 1  | くろさき茶豆                                    |
| 富山県  | 1  | 入善ジャンボ西瓜                                  |
| 石川県  | 2  | 加賀丸いも、能登志賀ころ柿                             |
| 福井県  | 6  | 吉川ナス、谷田部ネギ、山内かぶら、上庄さといも、若狭小浜小鯛ささ漬<br>越前がに |
| 岐阜県  | 2  | 奥飛騨山之村寒干し大根、堂上蜂屋柿                         |
| 静岡県  | 2  | 三島馬鈴薯、田子の浦しらす                             |
| 愛知県  | 2  | 西尾の抹茶、八丁味噌                                |
| 三重県  | 1  | 特産松坂牛                                     |
| 滋賀県  | 1  | 近江牛                                       |
| 京都府  | 1  | 万願寺甘とう                                    |
| 奈良県  | 1  | 三輪素麺                                      |
| 和歌山県 | 1  | 紀州金山寺味噌                                   |
| 兵庫県  | 2  | 但馬牛、神戸ビーフ                                 |
| 岡山県  | 1  | 連島ごぼう                                     |
| 鳥取県  | 4  | 鳥取砂丘らっきょう ふくべ砂丘らっきょう、大山ブロッコリー、<br>こおげ花御所柿 |
| 山口県  | 2  | 下関ふく、美東ごぼう                                |
| 徳島県  | 1  | 木頭ゆず                                      |
| 香川県  | 1  | 香川小原紅早生みかん                                |
| 愛媛県  | 1  | 伊予生糸                                      |
| 福岡県  | 1  | 八女伝統本玉露                                   |

| 都道府県 | 件数 | 品目                            |
|------|----|-------------------------------|
| 大分県  | 2  | くにさき七島藺表、大分かぼす                |
| 熊本県  | 3  | くまもと県産い草、くまもと県産い草畳表、くまもと赤牛    |
| 長崎県  | 1  | 対州そば                          |
| 宮崎県  | 2  | 宮崎牛、ヤマダイかんしょ                  |
| 鹿児島県 | 4  | 鹿児島の壺造り黒酢、桜島小みかん、辺塚だいたい、鹿児島黒牛 |
| 沖縄県  | 1  | 琉球もろみ酢                        |
| 計    | 73 |                               |

【富山県内で登録されている地域団体商標一覧（食品のみ記載）】

|   | 商標名        | 権利者                |
|---|------------|--------------------|
| 1 | 大門素麺       | J Aとなみ野            |
| 2 | 加積りんご      | J A魚津市             |
| 3 | 黒部米        | J A黒部市             |
| 4 | とやま牛       | 全農                 |
| 5 | 富山名産昆布かまぼこ | 富山県蒲鉾水産加工業協同組合     |
| 6 | 富山湾鮭       | 富山県鮭商生活衛生同業組合      |
| 7 | 富山湾の白えび    | 新湊漁協、とやま市漁協、県漁協連合会 |
| 8 | 入善ジャンボ西瓜   | J Aみな穂             |
| 9 | 魚津バイ飯      | 魚津漁協               |

### 3. 地方自治体によるブランド認証制度

ブランド化を図る手法として、都道府県や市町村が独自で地域内の農林産物をブランド品として認証する制度があります。この制度は一定の基準に合致する地域特産物をブランド品として地方自治体がお墨付きを与えることで、消費者に対するアピール力が向上することが期待できます。

富山県では認証制度という形態ではありませんが、「食のとやまブランド」として農林産物に関しては次の品目を指定しています。

また、北陸4県の主要都市では、福井市、金沢市、新潟市がそれぞれ独自の農林産物の認証制度を実施しています。

【食のとやまブランド一覧(畜産物、水産物を除く)】

1. 米・麦等

| 品目名・名称等          | 主な産地                  |
|------------------|-----------------------|
| 富山米              | 県内全域                  |
| かんもち             | 立山町                   |
| <u>八尾そば・利賀そば</u> | <u>富山市・八尾</u> 、南砺市・利賀 |
| ハトムギ             | 氷見市                   |
| 手作りパン            | 南砺市                   |

2. 野菜

| 品目名・名称等      | 主な産地                               |
|--------------|------------------------------------|
| アルゲツツナ       | 南砺市                                |
| 黒部丸いも        | 黒部市                                |
| <u>自然薯</u>   | <u>富山市</u> 、氷見市                    |
| 西瓜           | <u>朝日西瓜（富山市・婦中）</u> 、入善ジャンボ西瓜（入善町） |
| <u>大かぶ漬</u>  | <u>富山市（婦中地域・音川）</u>                |
| 春キャベツ        | 射水市他                               |
| 大島へちま        | 射水市（大島）                            |
| 富山しろねぎ       | 県内全域                               |
| 福光ぎんなん       | 南砺市（福光地域・南蟹谷）                      |
| 五箇山赤かぶ       | 南砺市                                |
| <u>パレイシヨ</u> | <u>牛岳高原馬鈴薯（富山市・山田）</u>             |
| 玉ねぎ          | J Aとなみ野管内                          |
| 枝豆           | J Aいずみ野管内                          |
| 新川きゅうり       | 朝日町他                               |
| サトイモ         | 上市里芋（上市町）、山野里芋（南砺市）                |
| <u>池多千石豆</u> | <u>富山市</u> 、射水市                    |
| <u>富山トマト</u> | <u>富山市</u>                         |
| こまつな         | 県内全域                               |
| 黒河産筍水煮       | 射水市（小杉）                            |
| ホウレンソウ       | 県内全域                               |
| せんな漬         | 南砺市                                |
| 利賀村行者ニンニク    | 南砺市                                |
| 五箇山合掌みょうが    | 南砺市                                |
| ねぎたん         | 県内全域                               |

| 品目名・名称等    | 主な産地                |
|------------|---------------------|
| 大豆         | 県内全域                |
| <u>大かぶ</u> | <u>富山市（婦中地域・音川）</u> |
| 新川だいこん     | 魚津市                 |

### 3. 果物

| 品目名・名称等        | 主な産地                               |
|----------------|------------------------------------|
| 梨              | <u>呉羽梨（富山市）</u> 、下野梨（魚津市）、城端梨（南砺市） |
| <u>リンゴ</u>     | <u>池多りんご（富山市）</u> 、射水市）、加積りんご（魚津市） |
| <u>大沢野いちじく</u> | <u>富山市（大沢野）</u>                    |
| 稲積梅            | 氷見市                                |
| 栗              | 小矢部市                               |
| 庄川ゆず           | 砺波市（庄川）                            |
| ぶどう            | 砺波市、射水市、魚津市他                       |
| ふく福柿           | 砺波市                                |
| 富山干柿           | 南砺市                                |

### 4. 花き

| 品目名・名称等        | 主な産地           |
|----------------|----------------|
| バラ             | 小矢部市他          |
| 鉢物             | 砺波市他           |
| <u>トルコキキョウ</u> | <u>富山市</u> 他   |
| チューリップ         | 砺波市他           |
| <u>ケイオウサクラ</u> | <u>富山市（山田）</u> |
| キク             | 射水市他           |

### 5. 加工品（水産加工品を除く）

| 品目名・名称等           | 主な産地                  |
|-------------------|-----------------------|
| <u>みょうが寿司</u>     | <u>富山市（大山）</u>        |
| <u>八尾そば</u> ・利賀そば | <u>富山市・八尾</u> 、南砺市・利賀 |
| 佐野だいこん麴漬          | 高岡市                   |
| 大門素麺              | 砺波市                   |
| 氷見うどん             | 氷見市                   |
| 五箇山豆腐             | 南砺市                   |
| かぶら寿司             | 南砺市他                  |

【北陸４県主要都市における農林水産物ブランド認証制度による指定品目一覧】

(H 2 9 年度)

| 自治体<br>名 | 名称          | 品目<br>数 | 指定品目                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------|-------------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 福井市      | 一押しの逸<br>品  | 29      | 福井米、越のルビー(トマト)、六条大麦、ソバ、3年子ラッキョ、<br>金福スイカ、ブルーベリー、イチジク、水菜、小松菜、白ネギ、杓ノ<br>ソウ、坊ちゃんカボチャ、キュウリ、大玉トマト、越前金時、大豆、<br>大根、河内赤カブ、木田チソ、明里ネギ、新保ナス、カワズウリ、<br>ヒラタケ、エノキダケ<br>(水産物)<br>越前カニ、ミズダコ、ワカメ、イワノリ                                                    |
| 金沢市      | 加賀野菜        | 15      | サツマイモ、加賀レンコン、タケノコ、加賀太キュウリ、金時草、<br>加賀つるまめ、へた紫ナス、源助大根、セリ、打木赤皮甘栗カボチ<br>ャ、赤ずいき、くわい、金沢一本太ねぎ、二塚からしな、金沢春菊                                                                                                                                      |
|          | 金沢そだち       | 5       | スイカ、梨、トマト、大根、キュウリ                                                                                                                                                                                                                       |
| 新潟市      | 食と花の銘<br>産品 | 27      | 新テッポウユリ「おけい阿賀」、にいがた十全なす、新潟すいか、くろさき<br>茶豆、女池菜、西洋なし「レルクチェ」、食用菊「かきのもと」、<br>いちご「越後姫」、トマト(大玉系)、やきなす、ながいも、日本<br>なし「新高」、日本なし「新興」、ぶどう「巨峰」、藤五郎梅、越<br>王おけさ柿、チューリップ、アザリア、ボケ、クリスマスローズ、<br>いちじく「越の雫」、しろねボーク、<br>(水産物)<br>南蛮えび、のどぐろ、あまだい、やなぎがれい、さくらます |

#### 4. 有機JASとGAP

ブランド化を図るためには、栽培方法等により他で生産されている作物と差別化が図られ、そのことが消費者にもわかるように認証されていることが有利です。そのための手法として有機JASとGAPがあります。

##### (1)有機JAS

JAS法に基づき、化学合成肥料や農薬、遺伝子組替え技術を使用しないで栽培する「有機JAS規格」に適合した生産が行われていることを第三者機関が認定し、認定された事業者には「有機JASマーク」の使用を認める制度です。

##### (2)GAP

GAP（農業生産工程管理）とは、農業において食品安全、環境保全、労働安全等の持続可能性を確保するための生産工程管理のことをいい、これを取り入れることにより、結果として、持続可能性の確保、競争力の強化、品質の向上、農業経営の改善や効率化に資するとともに、消費者や実需者の信頼の確保が期待されています。

GAPの種類としては、認証団体によって「GLOBALGAP」、「ASIA GAP」、「JGAP」などがあるほか、富山県独自の認証として「とやまGAP」があります。

2020年に開催される東京オリンピック・パラリンピックの選手村に農産物を食材として提供する場合には、「GLOBALGAP」や「JGAP」の認証取得が求められています。

## 第3章 富山県におけるブランド化戦略

### 第1節 「食のとやまブランドマーケティング戦略」の概要

富山県は平成29年度において、平成30年度から5年間の計画期間とした「食のとやまブランドマーケティング戦略」を策定しており、その概要は次のとおりです。

#### 1. 戦略の視点

個別の農林水産物等の販売促進に加え、市町村間やＪＡ間の連携を図りながら、品目のリレーによる周年供給とブランド価値の向上を目指し、「『オールとやま』の総合力を活かした販促活動や季節料理のＰＲ」を推進する。

- ①県産農林水産物等のオンリーワンストーリーの構築及びブラッシュアップ
- ②季節ごとに年間を通じた「オールとやま」の農林水産物をとやまの旬を味わう料理の食材としてＰＲ
- ③各産地・品目の差別化とＰＲ
- ④消費者や流通業者、外食産業等のニーズに対応できる商品づくり
- ⑤生産量等に応じた販売対策

#### 2. 戦略の展開

##### (1) 国内戦略（県外市場への流通）

###### ①想定品目

富山米、米菓、ます寿し、呉羽梨、富山干柿、富山白ねぎ、雪玉ねぎ、ブラックえだまめ、かまぼこ、清酒など

###### ②取組

- ア 県外バイヤー等に対する県産農林水産物等の周年供給に係る提案・ＰＲ
- イ 県外における県産農林水産物等を取り扱う店舗や料理店の拡大
- ウ 食のとやまブランドのブラッシュアップと知名度の向上

##### (2) 国内戦略（県内への誘客）

###### ①想定品目

富山のさかな、カンカン野菜、昆布及び昆布加工品、入善ジャンボ西瓜、とやま牛、とやまポークなど

###### ②取組

- ア アンテナショップや各種メディアの活用などの県産農林水産物等やそれらを活用した季節料理などの県外への情報発信と誘客の促進

- イ 年間を通じて富山県ならではの四季折々の県産食材を使った新しいメニューの提案とその提供を行う料理店等の拡大
- ウ 県外客に販売ターゲットを絞った新商品の開発

### (3) 県内戦略

#### ①想定品目

ハウレンソウ、小松菜、ニンジン、バレイショ、富山トマト、キュウリ、アルギットニラ、リンゴ、モモ、イチジク、とやま牛、とやまポークなど  
(その加工品含む)

#### ②取組

- ア 県産食材の学校給食や県内料理店等での活用拡大と県民へのPR
- イ 直売所やインショップの充実及び県産農林水産物等を優先的に購入する機運の醸成
- ウ 6次産業化による商品やサービス(農家レストラン等)の拡大

### (4) 海外戦略

#### ①想定品目

コメ・コメ加工品、日本酒、水産物・水産加工品(重点3品目)

#### ②取組

- ア 「富山県産農林水産物等品目別輸出促進方針」に基づく戦略の展開
- イ 輸出に取り組む事業者の海外展開に向けた支援
- ウ 海外需要に対応した付加価値の高い商品の開発・生産の促進

## 第4章 本市における農林産物の生産・流通の現状と課題

### 第1節 生産・流通の現状

#### 1. 農林産物の生産・販売状況

本市は水稻栽培を主体とした農業を展開していますが、米以外の作物として土地利用型作物では大麦、大豆、そば、園芸作物としては、野菜ではトマト、白ネギ、カブ、果樹では日本梨、リンゴ、ブドウ、イチジク、花きではシャクヤク、啓翁桜などが栽培されています。

また、平成23年度からは県が主体となって、農協ごとに売上額1億円の産地づくりを目指す「1億円産地づくり事業」が展開されており、本市管内では、JAなのはなが軟弱野菜と加工用キャベツ、JA富山市がバレイショ、JAあおばがニンジン、JA山田村がリンゴ、バレイショを選定し、1億円の産地を目指して栽培拡大に取り組んでいます。

さらに本市では平成25年度より本市の新たな特産物として健康にいいとされている「エゴマ」を選定し、栽培を推進しています。

主な農林産物（主穀作を除く）の生産状況は次のとおりです。

【主な農産物の生産状況】

(1)野菜

| 種類    | 農協管内    | H 2 7       |              |             | H 2 8       |              |             |
|-------|---------|-------------|--------------|-------------|-------------|--------------|-------------|
|       |         | 面 積<br>(ha) | 出荷量<br>( t ) | 生産者数<br>(戸) | 面 積<br>(ha) | 出荷量<br>( t ) | 生産者数<br>(戸) |
| シシトウ  | JA 富山市  | 1.3         | 11.8         | 13          | 0.9         | 8.1          | 11          |
|       | JA なのはな | 16.3        | 293.3        | 94          | 16.3        | 278.0        | 94          |
|       | JA あおば  | 8.1         | 82.2         | 36          | 7.1         | 52.3         | 32          |
|       | 計       | 25.7        | 387.3        | 143         | 24.3        | 338.4        | 137         |
| コマツナ  | JA 富山市  | 2.3         | 18.9         | 4           | 1.9         | 21.7         | 7           |
|       | JA なのはな | 4.5         | 62.2         | 35          | 4.5         | 88.0         | 35          |
|       | JA あおば  | 0.6         | 20.9         | 2           | 0.6         | 30.1         | 3           |
|       | 計       | 7.4         | 102.0        | 41          | 7.0         | 139.8        | 45          |
| ダイコン  | JA なのはな | 5.5         | 39.6         | 55          | 5.5         | 27.7         | 55          |
|       | JA 山田村  | 0.2         | 12.0         | 3           | 0.3         | 18.0         | 3           |
|       | 計       | 5.7         | 51.6         | 58          | 5.8         | 45.7         | 58          |
| 大カブ   | JA なのはな | 0.3         | 6.5          | 10          | 0.3         | 6.5          | 10          |
|       | JA あおば  | 9.0         | 91.9         | 6           | 9.3         | 64.0         | 6           |
|       | 計       | 9.3         | 98.4         | 16          | 9.6         | 70.5         | 16          |
| バレイショ | JA 富山市  | 2.3         | 29.8         | 7           | 3.1         | 50.5         | 8           |
|       | JA なのはな | 1.3         | 32.0         | 20          | 0.5         | 12.5         | 10          |
|       | JA 山田村  | 1.5         | 1.0          | 10          | 1.8         | 2.3          | 10          |
|       | 計       | 5.1         | 62.8         | 37          | 4.9         | 52.8         | 18          |
| トマト   | JA 富山市  | 1.2         | 66.7         | 7           | 1.0         | 61.6         | 6           |
|       | JA なのはな | 2.3         | 198.0        | 9           | 2.3         | 235.0        | 9           |
|       | JA あおば  | 0.8         | 17.7         | 2           | 0.4         | 14.7         | 1           |
|       | 計       | 4.3         | 282.4        | 18          | 3.7         | 311.3        | 16          |

## (2)果樹

| 種類   | 農協管内    | H 2 7       |              |             | H 2 8       |              |             |
|------|---------|-------------|--------------|-------------|-------------|--------------|-------------|
|      |         | 面 積<br>(ha) | 出荷量<br>( t ) | 生産者数<br>(戸) | 面 積<br>(ha) | 出荷量<br>( t ) | 生産者数<br>(戸) |
| リンゴ  | JA 富山市  | 0.1         | 1.5          | 1           | 0.1         | 1.5          | 1           |
|      | JA なのはな | 7.3         | 137.0        | 22          | 7.3         | 137.0        | 22          |
|      | JA あおば  | 1.3         | 16.0         | 12          | 1.5         | 13.5         | 11          |
|      | JA 山田村  | 4.0         | 35.0         | 1           | 4.0         | 36.0         | 1           |
|      | 計       | 12.7        | 189.5        | 36          | 12.9        | 188          | 35          |
| 日本梨  | JA なのはな | 128.0       | 1,157.0      | 226         | 128.0       | 2,009        | 225         |
| モモ   | JA なのはな | 0.4         | 4.0          | 1           | 0.4         | 4.0          | 1           |
|      | JA あおば  | 0.5         | 2.5          | 2           | 0.8         | 3.3          | 2           |
|      | 計       | 0.9         | 6.5          | 3           | 1.2         | 7.3          | 3           |
| イチジク | JA あおば  | 2.0         | 6.1          | 10          | 2.0         | 5.6          | 10          |

## (3)花き

| 種類  | 農協管内    | H 2 7      |             |             | H 2 8      |             |             |
|-----|---------|------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|
|     |         | 面 積<br>(a) | 出荷量<br>(千本) | 生産者数<br>(戸) | 面 積<br>(a) | 出荷量<br>(千本) | 生産者数<br>(戸) |
| キク類 | JA 富山市  | 80         | 70          | 7           | 90         | 118         | 7           |
|     | JA なのはな | 85         | 65          | 10          | 75         | 78          | 10          |
|     | JA あおば  | 383        | 406         | 30          | 324        | 328         | 18          |
|     | JA 山田村  | 132        | 170         | 4           | 132        | 166         | 4           |
|     | 計       | 680        | 711         | 51          | 620        | 690         | 39          |
| その他 | JA 富山市  | 300        | 250         | 15          | 268        | 246         | 14          |
|     | JA なのはな | 229        | 308         | 35          | 230        | 260         | 35          |
|     | JA あおば  | 190        | 102         | 37          | 383        | 500         | 40          |
|     | JA 山田村  | 232        | 121         | 11          | 231        | 147         | 8           |
|     | 計       | 951        | 781         | 98          | 1,043      | 1,138       | 97          |
| 啓翁桜 | JA 山田村  | 1,050      | 49          | 20          | 1,050      | 75          | 19          |

## (4)ソバ及び雑穀類

| 種類  | 農協管内    | H 2 7       |             | H 2 8       |             |
|-----|---------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|     |         | 面 積<br>(ha) | 生産者数<br>(戸) | 面 積<br>(ha) | 生産者数<br>(戸) |
| ソバ  | JA 富山市  | 0           | 0           | 4.2         | 2           |
|     | JA なのはな | 7.9         | 2           | 9.7         | 2           |
|     | JA あおば  | 104.6       | 14          | 112.5       | 27          |
|     | JA 山田村  | 26.4        | 11          | 28.6        | 11          |
|     | 計       | 138.9       | 27          | 155.0       | 42          |
| エゴマ | JA あおば  | 1.7         | 18          | 8.0         | 20          |
|     | JA 山田村  | 4.9         | 10          | 7.4         | 10          |
|     | 計       | 6.6         | 28          | 15.4        | 30          |
| 黒ゴマ | JA あおば  | 1.1         | 8           | 1.3         | 10          |

## (5) 1 億円産地づくり選定品目

| 農協      | 指定品目  | H 2 7       |              |             | H 2 8       |              |             |
|---------|-------|-------------|--------------|-------------|-------------|--------------|-------------|
|         |       | 面 積<br>(ha) | 出荷量<br>( t ) | 出荷額<br>(千円) | 面 積<br>(ha) | 出荷量<br>( t ) | 出荷額<br>(千円) |
| JA 富山市  | バレイショ | 2.5         | 30.0         | 2,451       | 4.2         | 78.2         | 5,557       |
| JA なのはな | 軟弱野菜  | 12.3        | 112.0        | 47,565      | 12.5        | 131.5        | 56,012      |
|         | キャベツ  | 0.8         | 17.9         | 不明          | 3.5         | 66.0         | 4,382       |
| JA あおば  | ニンジン  | 7.0         | 176.6        | 14,431      | 7.9         | 121.2        | 18,729      |
| JA 山田村  | リンゴ   | 4.0         | 35.0         | 12,200      | 4.3         | 27.0         | 11,500      |

## 2. 地域特産物の生産状況

地域の特産物として生産されている作物や新たなに特産化に取り組んでいる作物、古くから限定した地域で栽培されてきた伝統野菜の生産状況は次のとおりです。

【地域特産物及び伝統作物の生産状況（H29年）】

### (1)地域特産物

| 品目名  | 名称           | 栽培地  |       | 生産者数<br>(戸) | 栽培面積<br>(ha) |
|------|--------------|------|-------|-------------|--------------|
|      |              | 地域   | 地区    |             |              |
| 白ネギ  | 富山しろねぎ       | 富山他  | 八ヶ山他  | 83          | 18.9         |
| トマト  | 富山トマト        | 富山他  | 八ヶ山他  | 15          | 3.0          |
| スイカ  | 朝日西瓜         | 婦中   | 朝日    | 28          | 2.8          |
| ソバ   | 八尾そば         | 八尾   |       | 6           | 29.3         |
| 大カブ  | 音川の早生大かぶ     | 婦中   | 音川    | 7           | 9.0          |
| ショウガ | (JAあおば)      | 八尾他  |       | 20          | 0.3          |
| 日本梨  | 呉羽梨          | 富山   | 呉羽、老田 | 280         | 130.0        |
| リンゴ  | 池多リンゴ        | 富山   | 池多    | 22          | 7.3          |
|      | 山田のリンゴ       | 山田   |       | 1 組織        | 4.5          |
| ブドウ  | 音川のブドウ       | 婦中   | 音川    | 2           | 8            |
|      | 黒瀬谷のマスカットブドウ | 八尾   | 黒瀬谷   | 8           | 0.2          |
| イチジク | 大沢野いちじく      | 大沢野  |       | 11          | 2.2          |
| 啓翁桜  | 山田の啓翁桜       | 山田   |       | 18          | 10.0         |
| ジャケク | (JAあおば)      | 大沢野他 |       | 30          | 0.8          |

### (2)伝統野菜

| 作物名   | 名称       | 栽培地 |    | 生産者数<br>(戸) | 栽培面積<br>(ha) |
|-------|----------|-----|----|-------------|--------------|
|       |          | 地域  | 地区 |             |              |
| ラッキョウ | 細入のらっきょう | 細入  |    | 11          | 0.8          |
|       | 成政らっきょう  | 大沢野 |    | 7           | 0.5          |
| ミョウガ  | 小佐波みょうが  | 大山  |    | 7           | 1.4          |
| 千石豆   | 池多千石豆    | 富山  | 池多 | 不明          | 不明           |
| くきたち  |          | 富山  | 神明 | 不明          | 不明           |
| かぶ    | 中地山かぶ    | 大山  |    | —           | —            |
| ずいき   |          | 全域  |    | 不明          | 不明           |
| トウガン  | (かもり)    | 全域  |    | 不明          | 不明           |
| アマウリ  | (銀泉まくわ)  | 全域  |    | 不明          | 不明           |

| 作物名  | 名称     | 栽培地 |     | 生産者数<br>(戸) | 栽培面積<br>(ha) |
|------|--------|-----|-----|-------------|--------------|
|      |        | 地域  | 地区  |             |              |
| ほうきぎ | (とんぶり) | 全域  |     | 不明          | 不明           |
| ネギ   | 草島ねぎ   | 富山  | 草島  | 1           | —            |
| ナス   | 天正寺なす  | 富山  | 天正寺 | —           | —            |
| かぶ   | 富山かぶ   | 富山  |     | —           | —            |

### 【伝統野菜の概要】

| 品目名       |                                                                                                      |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ラッキョウ     | 大沢野・細入地域で栽培されている。富山在来の「らくだ系」と呼ばれる系統。重い雪の下で育つため歯触りがよい。                                                |
| ミョウガ      | 大山地域の小佐波川流域に自生していたもので、「夏みょうが」と「秋みょうが」がある。香りが高く、色合いが鮮やかで「みょうが寿司」にも利用されている。                            |
| 千石豆（ふじまめ） | 池多地区で主に栽培されている。初夏から晩秋にかけて日常の食膳や、また、精進料理として煮物や和え物にかかすことができない食材。                                       |
| くきたち      | 富山地域神明地区で主に栽培されている。葉はきわめて柔らかく、苦みがない。おひたし、煮物、一夜漬けにして食べる。                                              |
| 中地山かぶ     | 大山地域の中地山集落で栽培されていたかぶ。中かぶで根色は赤、肉質はやや硬め。さっと湯通しして一夜漬けや酢漬けにするとワサビのような辛味があり、香気が良い。現在(H30)は栽培されていないと聞いている。 |
| ずいき       | 富山地域水橋地区のほか、富山県下一円で栽培されている。八ツ頭や赤芋の茎の部分。八ツ頭のずいきは酢ずいき等にして食されるほか、乾燥させた干しずいきは煮物として食される。                  |
| かもり（とうがん） | 富山県下一円で栽培されている。外皮は濃緑で白粉をおびている。くせがなく、煮物、酢の物、和え物等に利用される。                                               |
| 銀泉まくわ     | 富山県下一円で栽培されている。黄色地に8～10条の銀白色の縞がある。肉厚で肉質が良い。                                                          |
| ほうきぎ      | 「とんぶり」と言い、ほうきぎの種実を煮て果皮を除去したもの。報恩講料理の一品として古くから親しまれてきた。畑のキャビアとも言われている。                                 |
| 草島ねぎ      | 富山地域草島地区で栽培されてきたネギ。現在（H30）、草島地区で1戸の農家が栽培している。葉鞘部は柔らかく、熱を加えると甘味が増すネギである。                              |
| 天正寺なす     | 富山地域の天正寺地区で栽培されていた。「へた紫」という小ナスで、色つやや日持ちがよく、皮も薄く甘みがあるのが特徴であった。                                        |
| 富山かぶ      | 旧富山市の近郊で栽培されていた直径7～8cmの中かぶ。肌が美しくて柔らかく香気に優れていた。11～2月に収穫する雪中どりの中心品種だった。                                |

出典：H19年3月 富山県野菜協会発行「越中とやまの伝統野菜」

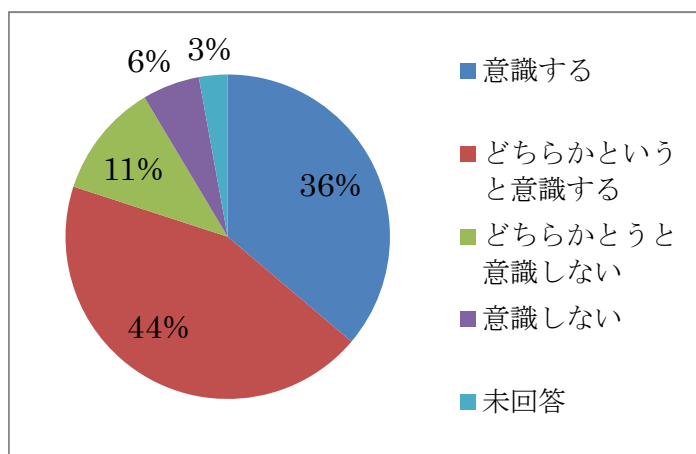
### 3. 地域特産物の認知状況

地域特産物についてその名称の認知度や購入状況を把握するため、地場もん屋総本店でアンケート調査を実施したところ、その結果は次のとおりでした。

○回答数 104名（うち市内91名、市外11名、未回答2名）

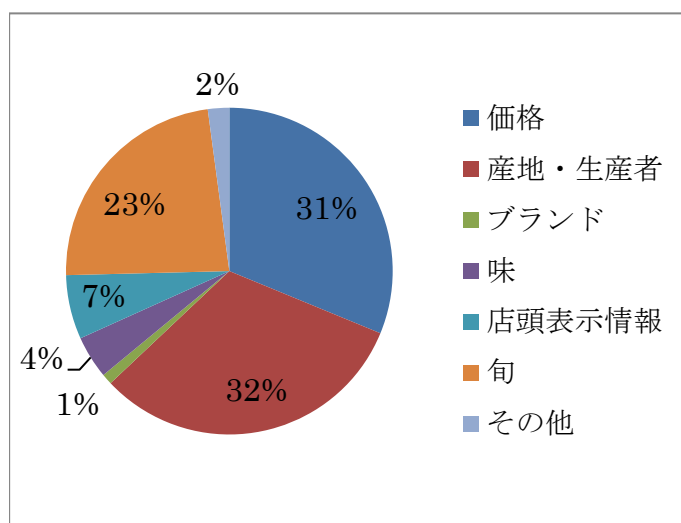
#### ○野菜等の購入時における地域ブランド名の意識について

野菜等を購入するとき地域ブランド名を意識するかという問に対して、「意識する」「どちらかという意識する」と答えた人が全体の約8割弱を占めています。



#### ○野菜等の購入時において重視する点

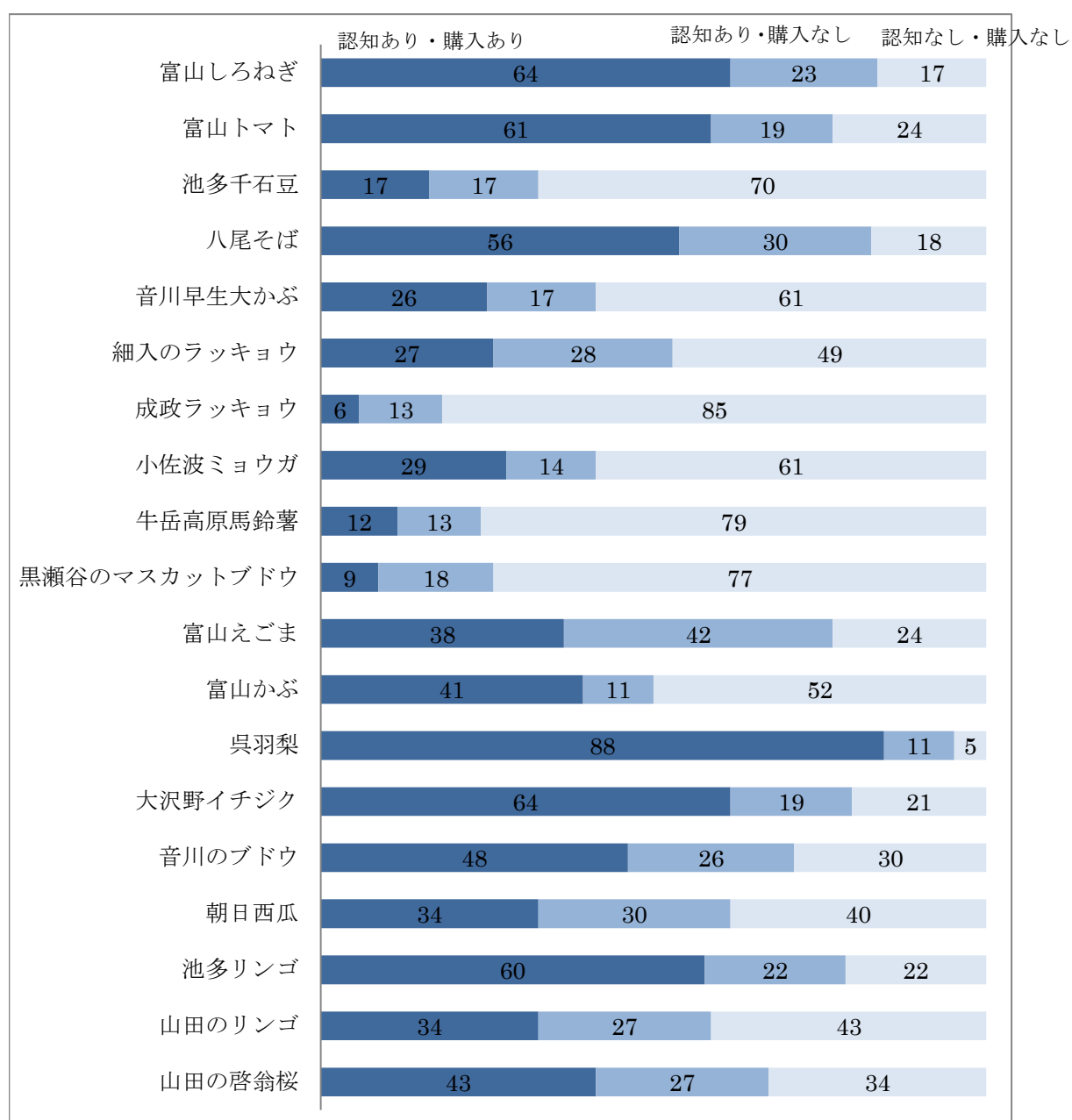
「産地・生産者」、「価格」がそれぞれ約3割を占めており、「ブランド」と回答された人はわずか1%でした。



# ○地域特産物の認知度

認知度(名前を聞いたことの有無)に関しては、呉羽梨がトップで約95%となっています。次いで「富山しろねぎ」「八尾そば」「大沢野いちじく」「池多リンゴ」「富山えごま」の順となっています。「富山えごま」に関しては本格的に栽培されてからの年数は短いのですが、本市の特産化に向けての取組がメディアに取り上げられていることから認知度が高くなっているものと考えられます。

一方、認知度が低かったのは「成政らっきょう」「牛岳高原馬鈴薯」「黒瀬谷マスカットブドウ」「池多千石豆」となっています。



#### 4. 生産者の意識

ブランド化の可能性のある特産物の現状における問題点や今後の見通し等を把握するため、主な生産団体に聞き取り調査を実施したところ、特徴的なポイントは次のとおりです。

- ・生産規模の小さい作物が多く、ほとんどの作物は県内市場又は直売所への出荷となっています。県外に出荷されているものは、白ネギ、大カブ、日本梨、シャクヤク、啓翁桜の4品目となっています。
- ・生産者団体として販売促進活動を行っているのは呉羽梨、ショウガ、シャクヤク、啓翁桜の4品目のみでした。
- ・今後の生産の意向に関して、拡大したい意向を示したのは、J Aあおば管内で栽培されているニンジン、ショウガ、シャクヤクの3品目のみで、ほかの品目についてはすべて現状維持でした。
- ・現状における問題点や懸念事項としては、ほとんどの団体で、生産者の高齢化や後継者不足、新規生産者の確保など「生産者＝人」に関することがあげられています。そのほかの問題点としては、鳥獣害対策や栽培技術の維持・向上などがあげられています。
- ・ブランド化の取組の意向に関しては、取り組みの意向が示された品目は呉羽梨、ショウガ、シャクヤクの3品目のみでした。



## 第2節 ブランド化に向けた課題

### 1 課題抽出に向けた分析

#### 【ブランド化に向けたSWOT分析】

|      | プラス要因                                                                                                                                                                                                                                                       |  | マイナス要因                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |  |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|      | S 強 み                                                                                                                                                                                                                                                       |  | W 弱 み                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |  |
| 内部環境 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・富山は製菓業・配置菓業の伝統があり、「菓都」「くすり」のイメージがある</li> <li>・北アルプスを源とする河川が流れ、清冽でミネラル豊富なおいしい水に恵まれている</li> <li>・肥沃な土地に恵まれている</li> <li>・市内には地場もん屋総本店をはじめとする農林産物直売施設が充実している</li> <li>・健康にいい作物として「エゴマ」の特産化と6次産業化を推進している</li> </ul>      |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・水稻栽培が中心であり、園芸作物の生産が少ない</li> <li>・農業の高齢化や後継者不足が進行している。生産意欲が低下している</li> <li>・積雪地であり冬期間の野菜が少ない</li> <li>・園芸作物においては呉羽梨を除き作物の生産規模が小さい</li> <li>・京野菜や加賀野菜のような有名な伝統野菜がない</li> <li>・特産物に関しては全国出荷しているものは少なく、県内出荷が主である</li> <li>・特産物に関しては生産規模の拡大やブランド化を考えている出荷団体は少ない。</li> </ul> |  |
|      | O 機 会                                                                                                                                                                                                                                                       |  | T 脅 威                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |  |
| 外部環境 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者の食品の安心・安全を求める傾向が高まっている</li> <li>・地産地消や地場農産物への関心が高まっている</li> <li>・機能的食品など健康に対する意識が高まっている</li> <li>・北陸新幹線の開通</li> <li>・訪日外国人（インバウンド）が増加している</li> <li>・TPP11や日欧EPAの発効により農林水産物を輸出しやすい環境となっており、国は輸出を促進している</li> </ul> |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・TPP11や日欧EPAの発効により輸入農林産物が増え、価格の下落が懸念されている。</li> <li>・人口減少時代となり、農林産物の消費量が低下し、国内市場の縮小が予想される</li> <li>・全国各地でブランド化の取組が展開されており、地域間競争が激しくなることが予想される。</li> </ul>                                                                                                               |  |



#### キーワード

「菓都」「くすり」「清冽な水」「肥沃な土地」「健康」「食の安心・安全」「地産地消」「輸出」「高齢化」「担い手不足」「現状維持の意識」「人口減少」「市場の縮小」

## 2. ブランド化を図るうえでの課題

本市の農林産物の生産状況や生産者団体への聞き取り結果、SWOT分析結果を踏まえ、ブランド化を図るうえでの課題は次のとおりです。

### ◆生産面

#### (1)生産者の確保、後継者の育成

生産者の高齢化が進行しており、後継者の育成や担い手となる新たな生産者の育成・確保に取り組んでいくことが求められています。

#### (2)作物の安定生産と品質向上

呉羽梨やソバ以外の特作物は産地規模が小さく生産量も少ないことから、生産者の拡大はもとより、栽培面積の拡大や生産性の向上、品質の向上に取り組んでいくことが求められています。

#### (3)産地の生産意欲やブランド化に対する意欲の喚起

特産物の産地の中には高齢化の進行や担い手不足などにより生産意欲が低下している産地やあきらめムードが漂い始めている産地もあることから、生産者の生産・販売意欲の醸成を図り、産地活性化に向けての機運を盛り上げていくことが求められています。

#### (4)付加価値の向上による差別化

消費者の購入意欲の喚起を図るために、特別栽培や6次産業化などにより、作物の付加価値を向上させ、ほかの作物との差別化を図ることが求められています。

### ◆流通・販売面

#### (1)本市の特性を活かした共通セールスポイントの確立

富山市の歴史的な産業特性や自然条件などの富山市の特徴を活かして、「富山市の農林産物ブランド」としてアピールするための共通するセールスポイントを確立することが求められています。

#### (2)消費者ニーズを踏まえた販売戦略の策定

多様かつ日々変化する消費者ニーズを的確に把握し、出荷先（県外市場・県内市場・市内直売所）や品目の特性を踏まえて、品目ごとに販売戦略を策定し販売活動を強化していくことが求められています。

#### (3)情報発信による認知度の向上と消費の拡大

アンケートによれば消費者の認知度が低い品目が多いことから、情報発信に取り組むことにより消費者の認知度をアップしていくことが必要です。特に全国ブランドを目指す品目については積極的な情報発信が求められています。

## 第5章 ブランド化に向けた基本方針と推進戦略

### 第1節 基本方針

#### 1. 基本方針

本市の特産物の産地においては、農業者の高齢化や担い手不足が進行し、特産物の栽培継続が懸念されている産地や生産意欲が低下している産地があります。ブランド化を推進するためには安定生産を図ることが大前提であることから、新たな生産者を確保し、産地としての生産意欲を高める取組を支援するとともに、品質の向上と安定生産に向けた取組を支援していきます。

また、流通・販売面においては、本市の農林産物の共通ブランドイメージを確立するとともに、ブランド化を図る重点品目を選定したうえで、それぞれの品目においてその特徴を活かしたブランドの確立に向けた取組やPR活動等を支援していきます。

### 第2節 重点品目候補の選定

#### 1. 重点品目候補

重点品目については、今後、生産規模や生産者数、今後の生産の見通しを踏まえながら、生産者団体等の意向を確認したうえでブランド化の推進に重点的に取り組む品目を選定するものとしますが、現時点で想定される品目は次のとおりです。

#### 【全国ブランドを目指すもの】

呉羽梨、富山しろねぎ、富山えごま

#### 【地域ブランドを目指すもの】

○「オール富山市」で取り組めばいいと思われる品目（市内全域での栽培）

富山トマト

○農協管内の特産として取り組めばいいと思われる品目

ショウガ、シャクヤク（JAあおば）

○地域別の特産として取り組めばいいと思われる品目

池多りんご、牛岳高原りんご、大沢野いちじく、八尾そば、朝日西瓜、啓翁桜

○伝統野菜として取り組めばいいと思われる品目

小佐波みょうが、成政らっきょう、細入らっきょう、草島ねぎ

### 第3節 推進施策

本市の農林産物のブランド化に向けて次のような施策を検討していきます。

#### ◆生産面

##### 1. 産地におけるブランド化推進に向けた取組の支援

特産物の産地において、特産物のブランド化に向けて生産者が一体となって取り組む生産体制の構築や栽培技術の向上に係る取組等に対する支援を検討します。

##### 2. 新たな担い手の育成・確保

特産物の産地において生産者の高齢化が進行している中、新たな担い手の育成・確保を図るため、新規就農希望者の研修を支援するとともに、新規就農者の就農直後の経営安定に向けた支援を行います。また、特産物の産地における地域ぐるみによる新規就農の育成・確保に向けた取組に対する支援を検討します。

#### ○主な既存の支援事業

##### 【国庫補助事業】

- ・農業次世代人材投資資金事業（150万円／人・年）

##### 【県単独補助事業】

- ・就農準備研修事業（研修受入農家への指導謝金等に対する補助）

##### 【富山市担い手育成総合支援協議会での事業】

- ・農業高校生就農啓発交流会開催支援
- ・新規就農者研修会の開催

##### 3. 品質向上・安定生産に向けた支援

ブランド化を図るためには品質の平準化や安定的な出荷を行うことが重要であることから、安定的な生産や品質向上に向けた支援を行います。また、生産量が少ない品目については、「オール富山市」の品目として、産地の枠組みを超えた生産の拡大を推進します。さらに、安心・安全な生産と農業経営改善のためのGAP（農業生産工程管理）の普及を推進します。

#### ○主な既存の支援事業

##### 【市単独補助事業】

- ・野菜生産振興対策事業（機械・施設導入補助 補助率1／3）

- ・果樹生産振興対策事業（機械・施設導入補助 補助率 1 / 3）
- ・花き生産振興対策事業（機械・施設導入補助 補助率 1 / 3）
- ・特産物開発育成対策事業（機械・施設導入補助 補助率 1 / 3）
- ・特産品生産推進事業（生産振興補助 5,000 円 / 10a）
- ・薬用植物生産推進事業（生産振興補助 10,000 円 / 10a 他）

【県単独補助事業】

- ・とやまの園芸グレートアップ事業（機械・施設導入補助 補助率 1 / 2）
- ・園芸作物等特産振興事業（生産振興補助 野菜・花き 8,000 円 / 10a 他）

#### 4. 有機農業や特別栽培の推進

高付加価値化を図るために、有機農業や減農薬・減化学肥料などの特別栽培の取り組みに対して支援します。また、生産者のエコファーマーの認証取得を推進します。

○主な支援事業

【国庫補助事業】

- ・環境保全型農業直接支払交付金（生産振興補助 有機農業 8,000 円 / 10a 他）

#### 5. 6次産業化や農商工連携の推進

安定的な収入を確保するために、農業者自らが加工・販売などに取り組む6次産業化や、農業者と商工業者が連携して農産物の加工・販売に取り組む農商工連携を推進します。

○主な支援事業

【市単独事業】

- ・6次産業化ステップアップ支援事業（機械・施設導入補助 補助率 1 / 3）

#### 6. 伝統野菜の継承

本市で古くから栽培されている野菜については、「とやまの伝統野菜」として、種苗の確保や栽培技術の継承に向けた支援を検討していきます。

### ◆流通・販売面

#### 1. 「健康」をテーマとした富山市ブランドの確立

消費者の健康や食の安心・安全に対する関心の高まりを踏まえ、「薬都とやま」として知られる本市の歴史的風土や北アルプスから流れ出す清冽でミネラル豊富な水、肥沃な土地などの本市の特徴を活かして、「健康」をテーマとした

本市の共通ブランドの確立を検討します。

## **2. ブランドの認知度を向上するためのPRの推進**

本市として、ブランド化重点品目についていろいろな情報媒体を活用して「富山市産のブランド農林産物」として総合的にPRを行うとともに、生産者団体や農協等が個別に取り組むPR活動に対する支援を検討します。

## **3. 地理的表示保護制度・地域団体商標登録の活用推進**

生産者団体等に対して地理的表示保護制度や地域団体商標登録を推進するとともに、研修会の開催や登録に対する支援を検討します。

## **4. 産地間の連携による販売体制の確立**

生産規模が小さい品目については、地域や農協管内など既存の産地にこだわらず、産地間の連携を促進し、「オール富山市」の産品として販売体制を確立し、ブランド化を推進していきます。

## **5. 品目間の連携によるセット販売体制の確立**

本市で生産される果物は出荷期間が短いものが多いため、「とやまの果物」として日本梨、いちじく、りんご等いろいろな品目を組み合わせ、シーズンを通じて販売する体制の確立を検討します。

## **6. 伝統野菜の認知度向上**

本市で古くから栽培されている野菜については、「とやまの伝統野菜」として、認知度向上に向けたPR活動を推進します。

## **7. 市内産農林産物の飲食店での活用推進**

市内産農産物の県内外の飲食店での活用を推進することにより、販売拡大と認知度の向上を図ります。

## **8. 新たな品目の栽培とブランド化の推進**

近年、栽培されつつあるサラダかぶ「もものすけ」など生産規模は小さいものの直売所などで関心を集めている品目について、その販売拡大の可能性を見極めたうえで、ブランド化を推進します。

## 第6章 ブランド化の推進体制

### 第1節 推進体制

#### 1. 推進組織の設立

本市農林水産部、県農林振興センター、農協等を構成員としたブランド化推進組織を設置し、ブランド化に向けた具体的な施策の検討や取組の情報交換を行います。

#### 【富山市農林産物ブランド化推進会議構成団体(案)】

| 団 体 名               | 備 考 |
|---------------------|-----|
| 富山県富山農林振興センター担い手支援課 |     |
| 富山市農業協同組合営農経済部      |     |
| なのはな農業協同組合営農部       |     |
| あおば農業協同組合営農経済部      |     |
| 山田村農業協同組合経済課        |     |
| 富山市農林水産部農業水産課       |     |
| 富山市農林水産部農政企画課       |     |

### 第2節 関係者の役割

#### 1. 関係者の役割

ブランド化を推進するため、各組織の役割は次のとおりです。

##### (1)市民

市民は市内産農産物を積極的に購入するとともに、その農産物の魅力を市外に住む知人・友人等に情報発信することが求められています。

##### (2)生産者

生産者は消費者ニーズにあった安心・安全な農産物の生産に努めるとともに、その栽培技術を次世代に引き継いでいくことが求められます。

##### (3)生産出荷団体

生産出荷団体は栽培技術向上に向けた講習会の開催や出荷規格の周知徹底などにより品質の向上や安定生産を図ることが求められています。

#### (4)農業協同組合

農業協同組合は農産物の生産・販売における中枢的な役割を担う組織として、生産者に対して栽培技術や農業経営に対する指導を行うとともに、農産物の販売拡大に向けた流通業者への情報発信や直売所における農産物のPRなどに積極的に取り組むことが求められています。

#### (5)食品加工業者・飲食施設経営者

食品加工業者・飲食施設経営者は本市の農産物を積極的に活用するとともに、新たな加工品やレシピの開発、市内外の消費者に向けた情報発信に取り組むことが求められています。

#### (6)行政

行政は関係機関との連携を図りながらブランドコンセプトの確立とPR活動を行うとともに、栽培面における技術指導や機械・施設の導入支援、出荷団体等が行うPR活動に対する支援などブランド化に関する施策を総合的に推進することが求められています。

## 第7章 輸出促進に向けた基本方針と推進施策

### 第1節 輸出を巡る現状と課題

#### 1. 輸出を巡る現状

##### (1)国における現状

国においては、平成25年度に策定した「農林水産業・地域活力創造プラン」において、2019年までに農林水産物・食品の輸出総額を1兆円に増大させ、さらに2030年に5兆円の実現を目指す目標に掲げ、「農林水産業の輸出強化戦略」に基づき、輸出の促進に向けた施策を推進しています。

平成29年における農林産物・食品の輸出総額は8,073億円で対前年比7.6%の伸びとなっています。そのうち、米の輸出額は32億円で、対前年比18%の増となっています。米の主な輸出先は香港、シンガポール、台湾などとなっています。

また、野菜・果実の輸出額は366億円で、対前年比0.1%の減となっています。野菜・果実のうち青果物の輸出額については251億円で、そのうちリンゴが109億円で約4割を占めています。青果物の主な輸出先は香港、台湾などとなっています。

なお、平成30年12月30日にTPP11、平成31年2月1日に日欧EFTAがそれぞれ発効したことから、農林水産物の輸出にあたっては、取り組みやすい環境となっています。

#### 【H29年度農林産物・食品の輸出額】

単位：億円

| 区分  | 品目              | H28   | H29   | 増減率   |
|-----|-----------------|-------|-------|-------|
| 農産物 | 加工食品(飲料、菓子等)    | 2,355 | 2,636 | 11.9% |
|     | 畜産品             | 510   | 626   | 22.6% |
|     | 穀物等(小麦粉、米等)     | 378   | 368   | ▲2.5% |
|     | 野菜・果実           | 377   | 366   | ▲2.9% |
|     | その他農産物(タバコ等)    | 973   | 971   | ▲0.1% |
|     | 計               | 4,593 | 4,968 | 8.1%  |
| 林産物 | 丸太、製材、合板        | 268   | 355   | 32.3% |
| 水産物 | 水産物(生鮮魚介類、真珠等)  | 1,954 | 2,052 | 5.0%  |
|     | 水産調整品(水産缶詰、練製品) | 686   | 698   | 1.8%  |
|     | 計               | 2,640 | 2,750 | 4.2%  |
| 合 計 |                 | 7,502 | 8,073 | 7.6%  |

【米の輸出量及び輸出額】

単位：億円

| 品 目 | H 2 8   |      | H 2 9    |      | 増減率   |       |
|-----|---------|------|----------|------|-------|-------|
|     | 輸出量     | 輸出額  | 輸出量      | 輸出額  | 輸出量   | 輸出額   |
| コメ  | 9,986 t | 27.1 | 11,841 t | 32.0 | 18.6% | 18.1% |

【米の輸出先（H 2 9 年）】

| 品目 | 主な輸出先                                                        |
|----|--------------------------------------------------------------|
| コメ | 香港 10.2 億円、シンガポール 6.4 億円、台湾 3.5 億円<br>アメリカ 3.2 億円、その他 8.7 億円 |

【青果物の輸出額】

単位：億円

| 品 目  | H 2 8 | H 2 9 | 増減率    |
|------|-------|-------|--------|
| リンゴ  | 133.0 | 109.5 | ▲17.7% |
| ブドウ  | 23.2  | 29.4  | 26.6%  |
| ナガイモ | 25.6  | 25.3  | ▲1.2%  |
| イチゴ  | 11.5  | 18.0  | 56.6%  |
| モモ   | 12.0  | 16.0  | 33.4%  |
| ナシ   | 8.1   | 9.9   | 22.4%  |
| カンショ | 8.7   | 9.7   | 12.2%  |
| その他  | 32.7  | 33.2  | 1.5%   |
| 合計   | 254.8 | 251.0 | ▲1.5%  |

【主な青果物の輸出先（H 2 9 年）】

| 品目  | 主な輸出先                                         |
|-----|-----------------------------------------------|
| リンゴ | 台湾 78.2 億円、香港 24.6 億円、その他 6.7 億円              |
| ブドウ | 香港 17 億円、台湾 10.7 億円、その他 1.7 億円                |
| イチゴ | 香港 14.6 億円、台湾 1.9 億円、シンガポール 0.9 億円、その他 0.7 億円 |
| モモ  | 香港 12.0 億円、台湾 3.4 億円、その他 0.7 億円               |
| ナシ  | 香港 5.3 億円、台湾 3.4 億円、ベトナム 0.6 億円、その他 0.6 億円    |

## (2)富山県における現状

富山県においては、平成２８年度に「富山県産農林水産物等品目別輸出促進方針」を策定し、輸出促進の重点品目としてコメ・コメ加工品、日本酒、水産物・水産加工品の３品目を選定して輸出促進に向けた取組を展開しています。

農林水産省北陸農政局が公表している県内での農林水産物・食品の主な輸出取組事例及び県がとりまとめた県の輸出重点品目の輸出実績は下記のとおりです。

### 【県内の事業者の輸出取組事例（抜粋）】

|    | 市町名 | 事業者名          | 主な品目              | 主な輸出先                 |
|----|-----|---------------|-------------------|-----------------------|
| 1  | 入善町 | (有)ドリームファーム   | 米粉ラーメン            | 香港、台湾                 |
| 2  | 入善町 | (株)ウーケ        | 無菌包装米飯            | ノルウェー、イギリス、中国等        |
| 3  | 黒部市 | (株)北山物産       | 水だし珈琲、カフェオレベース    | 香港、台湾                 |
| 4  | 黒部市 | 皇国晴酒造(株)      | 日本酒               | アメリカ、香港、中国、台湾等        |
| 5  | 富山市 | (株)富山環境整備     | トマト、花卉            | 香港、シンガポール、アメリカ        |
| 6  | 富山市 | (株)TED        | 水素水               | 中国、台湾                 |
| 7  | 富山市 | (株)榊田酒造店      | 日本酒               | 台湾、アメリカ、フランス等         |
| 8  | 射水市 | (有)京吉         | いかとんぴ、<br>ホタル伊醤油漬 | タイ、香港、シンガポール          |
| 9  | 砺波市 | 富山県花卉球根農業協同組合 | チューリップ球根          | 台湾                    |
| 10 | 砺波市 | トナミ醤油(株)      | ゆず果汁、昆布醤油         | 台湾、オーストラリア、ニュージーランド等  |
| 11 | 南砺市 | 三笑楽酒造(株)      | 日本酒               | 台湾、香港、タイ、シンガポール       |
| 12 | 高岡市 | 山元醸造(株)       | 味噌、醤油、ソース、<br>つゆ  | シンガポール、台湾、香港、中国、EU等   |
| 13 | 高岡市 | (有)仁光園        | 鶏卵                | 香港                    |
| 14 | 氷見市 | (株)海津屋        | うどん（乾麺）           | シンガポール、台湾、香港、タイ、マレーシア |

※ 農林水産省北陸農政局HP掲載 「北陸地域の事業者の輸出取組事例」より抜粋

(H30. 2. 28公表)

【米の輸出の状況】

|   | 市町名 | 事業者名    | 連携商社  | 主な輸出先                  |
|---|-----|---------|-------|------------------------|
| 1 | 入善町 | J Aみな穂  | (株)神明 | シンガポール、オーストラリア、イギリス、中国 |
| 2 | 入善町 | (有)米山農産 | (株)神明 | 台湾                     |
| 3 | 黒部市 | (有)林農産  | (未公表) |                        |

※農林水産省HP掲載

【県の輸出重点品目の輸出実績】

| 品 目       | 指 標     | 輸 出 量 ・ 輸 出 金 額 |           |
|-----------|---------|-----------------|-----------|
|           |         | H27             | H29       |
| コメ、       | 輸 出 量   | 369ト            | 696ト      |
| コメ加工品     | 輸 出 金 額 | 2,530万円         | 2,650万円   |
| 日本酒       | 輸 出 量   | 17kl            | 47kl      |
| 水産物・水産加工品 | 輸 出 金 額 | 1億5,400万円       | 1億3,000万円 |

※富山県農林水産部農林水産企画課調べ

(3)本市における現状

本市における農林産物・食品の輸出の取組については、農林水産省北陸農政局が公表している農林水産物・食品の主な輸出取組事例では、本市から3つの事業者の取組が紹介されています。

米については、平成29年度から国が取り組んでいる「コメ海外市場拡大戦略プロジェクト」には本市からは4農協と3つの農業経営体に参加しており、平成30年度においては2つの農業法人が輸出事業者との連携により輸出に取り組んでいます。

【市内の事業者の農林産物・食品の輸出取組事例（抜粋）】

|   | 事業者名      | 主な品目                   | H27 輸 出 量 | H27 輸 出 額 | 主な輸出先          |
|---|-----------|------------------------|-----------|-----------|----------------|
| 1 | (株)富山環境整備 | フルーツトマト、トルコキキョウ、ランキュラス | 1 トン      | (未公表)     | 香港、シンガポール、アメリカ |
| 2 | (株)TED    | 水素水                    | 76ト       | 680万円     | 中国、台湾          |
| 3 | (株)梶田酒造店  | 日本酒                    | 12.9kl    | 3,100万円   | 台湾、アメリカ、フランス等  |

※ 農林水産省北陸農政局HP掲載 「北陸地域の事業者の輸出取組事例」より抜粋

(H30. 2. 28公表)

## 【コメ海外市場拡大戦略プロジェクト参加リスト】

|   | 地域名                 | 組合・法人名               | 連携を想定している輸出事業者         |
|---|---------------------|----------------------|------------------------|
| 1 | 大沢野・大山・八尾・<br>婦中・細入 | J A あおば              | (株)神明                  |
| 2 | 富山                  | J A なのはな             | 全農                     |
| 3 | 富山                  | J A 富山市              | 全農                     |
| 4 | 山田                  | J A 山田村              | 全農                     |
| 5 | 富山                  | (有)グリーンパワーなのはな       | 兼松(株)                  |
| 6 | 大山                  | (有)営農ワイエムアイ          | (株)神明                  |
| 7 | 八尾                  | (株)ファームN I N J A P O | (株)W a k k a J a p a n |

※ 農林水産省HPより抜粋

## 【コメの輸出実績】

|   | 法人名                  | H 2 9 | H 3 0 (見込) | 備考 |
|---|----------------------|-------|------------|----|
| 1 | (有)グリーンパワーなのはな       | —     | 12.0 t     |    |
| 2 | (株)ファームN I N J A P O | 5.3 t | 12.0 t     |    |
|   | 計                    | 5.3 t | 24.0 t     |    |

## 2. 輸出を巡る問題点と課題

### (1) 全般的事項に係る課題

平成 28 年 7 月に農林水産省が発行した「農林水産物・食品の輸出環境課題」では、農林水産物の輸出環境に係る課題を次のとおり整理しています。

- ①放射性物質に係る輸入規制の対応
- ②動植物検疫協議に対する対応
- ③食品安全に関する規制の強化に対する対応
- ④残留農薬基準に対する対応
- ⑤知的財産侵害に対する対応
- ⑥ハラル認証の取得に対する対応
- ⑦有機同等性の承認の取得に対する対応
- ⑧その他（卸売市場を拠点とした輸出促進、物流など）

### (2) 米の輸出における課題

米を輸出する際には、国内の価格に加え、輸送・流通コストが上乗せされるため、海外市場での販売価格が高くなりがちとなります。そのため、安定した高品質の米の提供や日本産米の良さを知ることができるストーリー等により、

海外の人に価格差を納得させるだけのブランド化が不可欠となります。

また、輸出にあたっては、輸出先の十分な事前調査を行い、消費者ニーズにあった商品、価格、販促・広報の方法を戦略的に決定し、継続的な販売促進活動を展開していくことが重要です。

### (3)野菜・果実の輸出における課題

野菜・果実の輸出においては、残留農薬基準に対する対応がもっと重要となっています。野菜・果実の輸出先の上位国となっている香港や台湾では、残留農薬のポジティブリスト制が導入されており、残留農薬基準値が定められていない農薬については一切検出されてはならないこととされています。そのため、輸出に取り組む品目については、使用する農薬について十分留意する必要があります。

## 第2節 富山県における輸出戦略

### 1. 富山県産農林水産物等品目別輸出促進方針の概要

県は平成29年度において、平成29年度から5年間の計画期間とした「富山県産農林水産物等品目別輸出促進方針」を策定しており、その概要は次のとおりです。

#### (1)基本方針

##### ①県産農林産物・食品の輸出力強化

県産品の国内外におけるブランド力の強化、意欲ある生産者・事業者の拡大、輸出に向けた生産体制の強化

##### ②輸出の支援・推進体制の強化

取組ステージに応じたサポート、生産・販売面における輸出促進に向けた体制の強化、香港貿易局との連携

##### ③新たな市場への展開

マーケットインの視点を重視した海外需要に応じた付加価値の高い商品の開発・生産、新たな国・地域への販路開拓の推進

#### (2)輸出重点品目別の展開方向

##### ①コメ・コメ加工品

##### (ア)輸出目標

・コメの輸出量                      H27 : 369 t                      →    H33 : 1,100 t

・コメ加工品の出荷額    H27 : 25.3 百万円    →    H33 : 130 百万円

##### (イ)施策の展開方向

- ・輸出に向けた機運醸成
- ・「富山の米」のブランド化強化、高付加価値化
- ・多様な販売ルートを活用した新たな販路開拓

(ウ)輸出する国・地域

- ・重点国・地域・・・・・・・・香港、シンガポール、台湾
- ・チャレンジ国・地域・・・・中国、アメリカ、EU

②日本酒

(ア)輸出目標

- ・日本酒の輸出量                      H27：17kl                      →    H33：68kl

(イ)施策の展開方向

- ・効果的な情報発信による認知度向上
- ・海外需要を意識した商品力の強化
- ・販路拡大に向けた商談機会の充実

(ウ)輸出する国・地域

- ・重点国・地域・・・・・・・・香港、シンガポール、台湾、アメリカ
- ・チャレンジ国・地域・・・・中国、東南アジア、EU

③水産物・水産加工品

(ア)輸出目標

- ・輸出金額                              H27：154 百万円    →    H33：230 百万円

(イ)施策の展開方向

- ・「とやまのさかな」のブランド力強化、高付加価値化
- ・海外市場を意識した商品の開発・生産
- ・水産物輸出の拠点化に向けた検討

(ウ)輸出する国・地域

- ・重点国・地域・・・・・・・・香港、シンガポール、台湾、東南アジア
- ・チャレンジ国・地域・・・・中国、アメリカ、EU

(3)具体的な取組

①富山ブランドの確立

- ・海外での認知度向上・・・・・・・・海外での県産品PR、プロモーション
- ・県内へのインバウンドの活用・・県産品PR

②販路開拓、取引拡大

- ・マッチング機会の充実・・・・・・・・商談会の実施、海外見本市の出展
- ・販売チャンネルの多様化・・・・・・・・インターネット通信販売

③事業者へのサポート

- ・輸出セミナーの実施
- ・海外向け商品開発支援

- ・販路開拓へのサポート
- ・国際認証の取得支援
- ④生産基盤・体制強化
  - ・生産コストの削減
  - ・生産体制の整備

### 第3節 本市における輸出に向けての問題点と課題

#### 1. 輸出にあたっての問題点

- ・園芸作物については、呉羽梨を除き生産規模が小さなものばかりであり、生産量が少ないため、輸出できる量は限られている。
- ・輸出先の国によっては残留農薬や防疫に関する基準が厳しく、それらの基準を満たすための新たな栽培技術を確立する必要がある。
- ・輸出できる量が少ないと一般的な販売価格では輸送コストを考慮すると採算性が厳しい。
- ・どのように輸出先を見つければいいのかわからない
- ・輸出に係る手続きが煩雑であり、農業者の負担となる。
- ・農家個人や農業経営体単独では輸出に取り組みにくい

#### 2. 輸出にあたっての課題

本市の農林産物の輸出にあたって、特に重要となる課題を次のとおり整理します。

##### (1)安定的な生産量の確保

高品質な農産物を安定的に生産し、継続的に輸出できる体制を構築することが必要です。

##### (2)輸出先の基準を満たす栽培技術の確立

輸出先においては使用できる農薬基準が厳しく定められている国もあることから、そのような国への輸出にあたっては、その基準を満たす栽培技術を確立することが必要です。

##### (3)採算性を考慮した輸出手法の検討

輸出にあたっては、輸送・流通コストがかかるとともに、輸送方法の確認や検疫条件の整備など準備に多くの時間を要し、生産者にとって大きな負担となります。そのため、採算性が担保されつつ輸出手続き等が大きな負担とならないような輸出手法を検討していく必要があります。

##### (4)ブランドの確立

富山市ブランドの農産物として確立するため品質の向上を図るとともに、海外での認知度の向上に向けたプロモーション活動に取り組む必要があります。

## 第4節 基本方針と推進施策

### 1. 基本方針

人口減少時代に突入し、国内の食市場が縮小していくなか、これまでどおり国内市場のみをターゲットとしていれば、小さなマーケットを巡って産地間の激しい競争を強いられることとなり、産地間競争に負ければ、販売先を無くしてしまうことも想定されます。

そのため、本市の農業振興を進めていくためには、T P P 1 1 や日欧F T A の発効も追い風として、農林産物の海外輸出を視野に入れて取り組みを進めていくことが求められています。

しかしながら、農林産物の輸出促進にあたっては、継続的な販売促進活動や広範囲でのマーケティング活動、効果的なプロモーション活動などが必要であり、人材面や財政面において、市町村や農協、生産者団体のレベルで独自に輸出促進に取り組むには負担が大きいものと思われます。

このため、本市としては、県の輸出方針を踏まえつつ、国や県の事業を活用し、関係機関と連携しながら、下記の基本方針に基づき農林産物の輸出を促進していくものとします。

#### 【基本方針】

##### ○輸出に関する機運の醸成

本市の農業者は今のところ輸出に関する関心が低いと思われることから、いろいろな機会や情報媒体を活用して輸出の必要性やメリットなどを周知することにより、輸出に関する機運の醸成を図り、輸出に意欲的に取り組む農業経営体の拡大を図ります。

##### ○輸出に対するサポートと支援

関係機関との連携を図りながら、輸出に取り組もうとする農業経営体に対して輸出の検討段階等においてアドバイス等のサポートを行います。

##### ○輸出環境の整備

輸出先によってはG A P や有機認証などを求められるケースが多いことから、グローバルG A P や有機J A S の認証取得を推進します。

## 2. 推進施策

本市の農林産物において輸出を検討する品目は、今のところ、生産規模から考えるとコメがもっとも適していますが、生産規模の小さな園芸作物の中にも海外でのニーズが高いと思われる品目もあることから、生産者団体の意向も踏まえながら輸出を推進する品目を選定し、次の推進施策を展開します。

### (1) 農業者への情報提供

輸出に関する機運の醸成を図るためいろいろな機会や情報媒体を活用して輸出の必要性やメリットなどを農業者に周知するとともに、輸出に関する手続き等の情報提供を行います。

### (2) 輸出に関する研修会の開催

輸出に関心のある農業者を対象として、輸出に関する手続きや留意事項等について学ぶ研修会の開催を検討します。

### (3) 海外見本市等の出展支援

海外見本市の出展や外国人バイヤーとの商談会等の参加にあたって必要となる経費の支援を検討します。

### (4) グローバルGAP等の認証支援

輸出を行うためにグローバルGAPや有機JASの認証を取得する農業者に対して、認証に必要な経費の支援を検討します。

### (5) 輸出に対する支援

コメの輸出を促進するために、輸出用米を栽培する農業者に対して支援を検討します。

### (6) 訪日外国人に対する食のPR

本市を訪れる訪日外国人に対して本市の食や農林産物、加工品の魅力をPRし、認知度の向上を図ります。

## 3. 推進体制

県や農協、生産者団体との連携を図りながら輸出に向けた取組を推進します。

## ◆資料編

### ◆富山市農林産物ブランド化・輸出戦略策定状況

| 時 期             | 内 容                                                    |
|-----------------|--------------------------------------------------------|
| H30 年 7 月 31 日  | 第 1 回富山市農林産物ブランド化・輸出戦略会議開催<br>(現状、課題の把握)               |
| H30 年 8 月       | 生産者団体聞き取り調査<br>(出荷組合等 16 団体)                           |
| H30 年 8 月 20 日  | 先進地事例調査<br>ブランド化の取組 (金沢市)                              |
| H30 年 10 月      | 消費者アンケート実施<br>(地場もん屋総本店の来店者対象)                         |
| H30 年 10 月 16 日 | 先進地事例調査<br>ブランド化の取組 (福井市)<br>地理的表示保護制度の取組 (福井県)        |
| H30 年 10 月 30 日 | 第 2 回富山市農林産物ブランド化・輸出戦略会議開催<br>(基本方針、推進施策の検討)           |
| H31 年 1 月 20 日  | 地理的表示保護制度研修会<br>制度の概要説明 (農林水産省北陸農政局)<br>事例発表 (能登志賀ころ柿) |
| H30 年 2 月 26 日  | 第 3 回富山市農林産物ブランド化・輸出戦略会議開催<br>(戦略案の確認)                 |

◆ブランド化に関する先進地事例調査結果

| 市町村名            | 石川県 金沢市                                                                                                                                                     | 福井県 福井市                                                                                                                                                         |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ブランド化を行った経緯     | 平成３年に加賀野菜と命名されるが基準が無く、平成９年に金沢市農産物ブランド協会を立ち上げ、伝統野菜の継承と地場農産物の消費拡大と食文化の推進、伝統野菜ブランドの確立を目指した。                                                                    | 生産者の所得向上に向けた取組は様々あるが、日本全国及び海外の農産物との競争が激化する中、他の産地との差別化を図るためには「ブランド化」という視点が必要と考えたため。                                                                              |
| ブランド化に向けた重点項目   | 定義として昭和２０年以前から栽培され、現在も主として金沢で栽培されているもの。また、種子が確保出来ているもの。（農家が保存していた種子などを活用）                                                                                   | 生産の振興、品質の向上、販売の強化<br>※福井市農政企画室のほぼ全ての事業はブランド化推進のための取組みとして位置づけられている。                                                                                              |
| 品目の選定について       | 定義を踏まえ、市場流通できる出荷量や生産組織が有り、今後も生産規模の拡大を図れること、栽培基準の明確化、出荷規格の明確化の３つが認定条件。<br>この他に加賀野菜以外の作物を認定する金沢そだち」というブランドが有り、金沢の風土や歴史を活かし、優れた特徴とある程度の生産量、今後も生産・販売拡大できるものが対象。 | H２１年に外部有識者を含めた検討会を発足し「ふくい一押しの逸品」として、１６品目を選定。H２６に検討会にて水産品を含む１３品目を追加。（計２９品目）                                                                                      |
| ブランド品目の拡大について   | 加賀野菜については、金沢市内の地域性やバランスを考えて認定しているので、品目拡大については慎重に検討。<br>金沢そだちについては、要望に応じて検討。                                                                                 | 「ふくい一押しの逸品」については、品目が多岐に渡り、福井の特産品と言い難い品目まで選定されていることや、本市やJAにて生産推奨している品目との齟齬があること、現在の事業において「一押しの逸品」を推進するため事業が継続されていない状況であることから、改めてブランド化のための取組み及びその品目について見直しをかけている。 |
| ブランド品目の生産振興について | 加賀野菜を対象とする施設や機械導入、生産基盤等の支援を行い。その他に栽培マニ                                                                                                                      | ・農業機械や設備、ハウス整備への支援<br>・生産推奨品目の育成支援                                                                                                                              |

|                        |                                                                                                                                           |                                                                                                                       |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                        | <p>ュアルの作成や種苗の保存など平成 30 年度は 2,150 万円の事業費を計上</p>                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>・人材確保・育成支援</li> <li>・生産維持への支援</li> </ul>                                       |
| 市町村名                   | 石川県 金沢市                                                                                                                                   | 福井県 福井市                                                                                                               |
| ブランド品目の G I の登録検討について  | <p>基準が厳しく検討していない。平成 19 年に地域団体商標登録を行っている。（「加賀野菜」、「加賀れんこん」、「加賀太きゅうり」）</p>                                                                   | <p>現状具体的な施策はなし</p>                                                                                                    |
| 農産物ブランドにおける協議会等の活動について | <p>流通や農業団体、消費者、県、市で構成し、年間運営費 5,000 万円の 7 割を市が負担し、残りを関係団体が負担。主な活動は、消費宣伝・販売促進事業やブランド認定、情報収集・発信事業です。一番力を入れているのがマスメディア等への対応。</p>              | <p>平成 29 年度より福井市関係所属と市内 JA、販売事業者にて、ブランド化戦略会議を発足し、福井市ブランド化戦略を策定し、取組みの見直しを図っている。</p>                                    |
| ブランド化における生産者団体との連携について | <p>金沢市農産物ブランド協会に農協が参加しており、生産指導は農協の作物部会が中心で実施している。加賀野菜の生産組織も農協の作物部会と連動している。</p>                                                            | <p>本市職員が地元生産部会への参加を行っている。</p> <p>本市が新たに特産化を目指すオリーブの生産振興を図るため、市が中心となって協議会を設立。</p>                                      |
| ブランド化後の産地の状況について       | <p>知名度が高まり、消費が拡大。生産者の生産意欲が向上した。伝統野菜の復活が種の継承に結びついた。</p>                                                                                    | <p>今のところ、ブランド化として成功していないため、大きな変化はない</p>                                                                               |
| ブランド化に向けた生産者や団体からの要望   | <p>将来を見据えて、担い手の確保、品質の維持向上、価格の安定維持、ブランド力の維持向上などを農協を通して協議している。</p>                                                                          | <p>生産者からはブランド化という視点での要望は現状ない。</p> <p>本市の事業がブランド化推進の取組みとして位置づけられているという認識が市民に広がっていないことが原因と考えられる。</p>                    |
| 流通・販売の施策について           | <p>ブランド協会が中心に消費宣伝・販売促進を行っているが、ブランド協会の事務局である金沢市農業水産振興課が大きな役割を担っている。</p> <p>認定シールや加賀野菜取扱店登録制度（販売店・料理提供店）も実施、HP や FB、マスメディアへの積極的な PR するこ</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏からのバイヤーの招聘</li> <li>・都内飲食店で福井市産食材を使用した特別メニューを提供してもらう「福井市フェア」の実施</li> </ul> |

|                      |                                                                                                          |                                                                                                                                                                            |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                      | とでブランドが周知され、販売に繋がった。                                                                                     |                                                                                                                                                                            |
| 市町村名                 | 石川県 金沢市                                                                                                  | 福井県 福井市                                                                                                                                                                    |
| 輸出の取組について            | 輸出は考えていない。現在は、首都圏を中心とした大都市圏での PR 活動の方を重視している。                                                            | 台湾での物産展の開催や、食に関する PR 事業の実施                                                                                                                                                 |
| 6 次産業や加工に関する支援策      | 6 次産業や加工より、流通販売への支援を強化している。                                                                              | 市単独事業として生産者の 6 次産業化に必要な取組みにかかる経費の支援<br>(補助率：2/3・上限額 300 千円)<br>さらなる事業拡大については、県や国の事業を活用する。                                                                                  |
| 消費者への PR について        | パンフレット、レシピ、HP や FB やマスメディアを活用し PR を続けている。<br>また、大都市圏でのフェアや PR 活動も毎年実施し、金沢市の銀座のアンテナショップでも年 2 回 PR を行っている。 | 各種イベントへの出展・開催                                                                                                                                                              |
| ブランド化後の消費者からの反応      | 消費の拡大に繋がった。<br>大都市圏など、市外での認知度が上がった。                                                                      | ブランド化として成功していないため、大きな変化はない                                                                                                                                                 |
| 市内の反応、市外の反応について      | 金沢の食に対する認知度も上がり、「金沢の食文化の継承及び振興に関する条例」が施行されるなど市民に加賀野菜が認知されていった。                                           | 市内の反応：越のルビー(ミディトマト)やコシヒカリ等の福井米について、市民に浸透している一方で、金福すいかななどの新たに特産化を進める品目については、市内でも認知度が低い状況。<br>市外の反応：首都圏のバイヤーや消費者の意見を聞くと本市の農産物は比較的品质がよく高い評価を受けるが、生産規模や流通の問題から、広く出回っていない状況である。 |
| ブランド化のメリットやデメリットについて | 伝統野菜が維持出来たことや首都圏等の全国にブランドが周知出来たこと、また、生産面でも生産者者の意欲が増している。                                                 | メリット：ブランド化が確立すれば市場における強い選択肢となる。<br>デメリット：特になし                                                                                                                              |

|                |                                                        |                                                                                                                                          |
|----------------|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 他の施策との連携について   | 金沢市全体で、加賀野菜や金沢そだちを活用する動きがある。                           | 福井市農政企画室のほぼ全ての事業がブランド化を推進するための取組みとして位置づけられている。                                                                                           |
| 市町村名           | 石川県 金沢市                                                | 福井県 福井市                                                                                                                                  |
| 県や他市町村との連携について | 県や他市町村との連携は無い。隣接市町村でも同じ作物を栽培している生産者がいるが、加賀野菜は名乗らせていない。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・現状具体的な連携はなし。</li> <li>・H31年度に福井市が中核市に移行するにあたり、連携中枢都市事業として周辺市町と連携した事業実施について協議・検討をしている。</li> </ul> |
| 今後に向けて展開       | 担い手の確保・育成、生産量の確保、品質管理体制の強化、ブランド力の向上といった課題に向けて活動していく。   | H29年度に策定した福井市ブランド化戦略については、今後も随時見直しをかけながら、ブランド化に向けた具体的取り組みを検討していく。                                                                        |

◆地理的表示先進地保護制度に関する先進地事例調査結果（福井県での取組）

| 市町村名               | 概 要                                                                                                                |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ブランド品目のG I の登録について | 現在、全国で1番多い6品目を登録しているが、今後も登録を増やす検討をしている。                                                                            |
| G I 登録に至った経緯       | 福井県では、G I の制度が設立された時に、福井県独自ブランド「福井百歳やさい」のための特産品リストが作成されていたため、伝統野菜の継承等を目的に北陸農政局と連携しながら、特産品リストに掲載された特産品のG I 認定を推進した。 |
| G I 登録品目の選定について    | 福井県独自ブランド「福井百歳やさい」を中心に、生産量がある程度確保でき、生産者団体が組織されている品目を対象としていた。<br>新たにG I に認定する品目の場合は、地域の合意形成が出来ている点も確認している。          |
| 品目の拡大について          | G I 登録には継続した働きかけが必要で、現在も何件か継続して協議している品目がある。                                                                        |
| G I 登録の支援について      | 特に事業等で支援はしていないが、県の出先機関や市町が連携しながら、G I 登録のための申請書類作成の支援を行っている。                                                        |

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| G I 登録に対する生産者や団体からの意見  | <p>吉川ナスで登録している生産グループからは、申請した時に栽培条件を細かく記載しすぎたため、記載内容に沿って作業を進めないといけなかったため、対応に苦しんでいる。</p> <p>谷田部ねぎの生産グループからは、生産の実施状況を年に1回、国に報告しなければいけないが、書類の内容が難しく、書類作成に大変、手間が掛かっている。</p>                                                                                                                                               |
| 市町村名                   | 概 要                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| G I 登録後の産地の状況について      | G I 登録した品目を活用し、地域活性化に繋げたり、登録品目に関して、大学教授の研究に協力することで、品質のデータ化といった広がりを見えている。                                                                                                                                                                                                                                             |
| 流通・販売の施策について           | GI 登録が直接、販売の増には繋がらない。                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 市町村との連携について            | GI の申請書類作成に関するサポート等で連携している。                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| G I 登録を進める上での福井県としての意見 | <p>伝統的な福井県の野菜を保護するために、国や市町と連携しながらG I 登録を進めた。</p> <p>登録を進めるにあたり改善すべき点として、申請書類の栽培条件を細かく記載せずに幅を持たせるべきだった。栽培条件が厳しくなると実際の栽培作業や国に提出する実施状況報告に影響が出てくる。</p> <p>G I 登録を進める上で、地域の合意形成が重要で、合意形成が出来ず、申請できない案件もあった。現在も地域の合意形成を待っているため、登録が進んでいない案件がある。</p> <p>現在も何件かは、登録に向けて進めているが、書類作成や地域の合意形成など時間がかかり、国や県、市の後押しが無いと中々、登録できない。</p> |

## ◆富山市農林産物ブランド化・輸出戦略会議での意見・提案

### 【第1回会議】

①日時 平成30年7月31日（火） 午前9時30分～11時10分

②内容

- ・市独自で考えるより県の戦略に乗ったほうがいいのではないか。
- ・富山県内で地理的表示保護制度の可能性のあるのは呉羽梨、稲積梅など。
- ・新しい価値をどう作るのが課題である。
- ・機能的価値（安心・安全・新鮮）、情緒的価値（期待度）、社会性価値を意識すべきである。

- ・ブランドの基準をどのように考えるのか？
- ・ブランド化の目的を明確にすべき。
- ・呉羽梨をモデル的に取り組んだらどうか？ドバイへの輸出を考えていると聞いている。
- ・すでに農協ごとに取り組んでいるのであえてブランド化が必要なのか。
- ・市内の作物は出荷期間が短いので単品で勝負してもダメ。いろいろな作物を組み合わせる団体戦で考えるべき。（梨→柿→リンゴなど）
- ・ストーリー作りが必要  
(氷見市・・・魚に優しい農産物→魚毒性の少ない農薬を使った農産物)
- ・立山町の認証制度・・・町内で生産されたものに限定
- ・加賀野菜・・・京野菜ブームに便乗して創設。伝統野菜としての種子は自家採取している。
- ・富山トマトや富山しろねぎは次々と新しい品種を取り入れている。加賀野菜とは違う。
- ・金沢市や福井市はどのような基準で選定しているのか調べてほしい。
- ・よその市町村と同じようなことをやるという発想では駄目。
- ・品物そのものよりもその作り方へのこだわり
- ・SDGs がブランド化のいい材料になるのではないか。

## 【第2回会議】

①日時 平成30年10月30日（火）午後1時30分～3時

②内容

- ・金沢市は伝統野菜を守るという目的をきっちり掲げてブランド化に取り組んでいる。そして、ブランド品の基準をしっかりと定めている。(昭和20年以前からの栽培、種子が確保されていること等)。また、選定基準として、生産組織があること、生産規模の拡大が図れること、栽培基準・出荷基準が明確化されていることとしている。
- ・福井市は需要がある作物と伝統野菜の両方を「一押しの逸品」として認定しているが、認定した品目が多すぎてうまくいっていないと聞いている。
- ・富山市もブランド化に取り組む場合には、ブランドの基準を市民・消費者に示す必要がある。
- ・富山市の野菜には伝統野菜がない。金沢市のように伝統野菜にこだわるべきではない。
- ・富山市の特産物には販売に困っている作物はほとんどない。生産者の高齢化や担い手不足により生産量を確保することが課題となっている。
- ・ブランド化を図るためには物語が必要。富山市は京都や金沢と違って伝統がな

いことから、伝統野菜というテーマではだめ。薬都「富山」のイメージを活用して、「健康」をテーマとしてブランド化を図ればいいのではないかな。

- ・「健康」といっても、医療、保健予防、美容などいろいろな分野があり、どこに市場を求めるのか絞り込むことが必要。
- ・市場を県外とか県内という大雑把なくくりではなくもっと細かく設定すべき。
- ・地元の人が食べてくれるもの、観光客が食べてくれるもの、夢があるもの、このような作物をブランド化の対象作物とすればいい。
- ・地場もん屋などの直売施設で、スタッフに売れ筋の品目を聞き取り、その品目をブランド品として育てていったほうがいいのではないかな？同じ品目でも品種によってニーズが違うと思うので、新たな品種をターゲットにするということも考えられる。
- ・富山市で野菜の生産振興は厳しい。
- ・雑穀（きび、粟等）や大豆（色のついたもの）、ソバなど農家が栽培しやすいものをターゲットしたほうがいいのではないかな？

### 【第3回会議】

①日時 平成31年2月26日（火） 午後2時～3時30分

②内容

- ・ブランド化・輸出戦略(案)の説明を受けたが、まったく夢がないし、客観的な分析もない。
- ・富山市の農林産物のブランド化に向けての強みや弱みなどを分析するSWOT分析を行うべき。さらにPEST分析や3C分析を行うべき。
- ・差別化に向けての基本的な方針がない。差別化戦略がない。
- ・何を軸として何をやるのか、行政として何をやるのかが見えてこない。
- ・富山市のセールスポイントとしては「薬都」「くすり」があるので、このキーワードに着目して、「健康」「未病」「予防医学」「身体にいい食べ物」をテーマとしてブランド化を図ればいいのではないかな？
- ・富山市の魅力としては「水」と「土」だと思う。特に「水」に含まれるミネラルに着目すればいいのではないかな。
- ・野菜の9割は水であり、野菜栽培において水は重要なポイントである。
- ・入善町や黒部市では水をアピールポイントとしているし、全国的にも水をアピールポイントとしている地域はたくさんある。
- ・海洋深層水の活用を検討したらどうか。
- ・有機農業をもっと推進すればいいのではないかな。
- ・有機農業は売り先をきちんと確保することが重要。
- ・中国では土壌が悪くなってきたので薬用作物の栽培が出来なくなってきたい

ると聞いている。したがって、「土」という視点は重要。

- ・長野県は「長寿の郷」として食育からスタートし成功した。これを参考にすればどうか？
- ・身体にいい作物といってもどれだけ効能があるのか学術的な根拠が必要。
- ・富山市のブランド農産物として柱となるセールスポイントを作ることが必要である。
- ・そのセールスポイントは「水」「土」「健康」ではないか？

富山市農林産物ブランド化・輸出戦略会議名簿

|    | 所 属                     | 氏 名   | 備考 |
|----|-------------------------|-------|----|
| 1  | 富山大学研究推進機構極東地域研究センター教授  | 酒井 富夫 | 座長 |
| 2  | 全国農業協同組合連合会富山県本部園芸特産課長  | 中葉 敬  |    |
| 3  | 株式会社 大和富山店 営業第1部チーフバイヤー | 納村 正彦 |    |
| 4  | 株式会社ハミングバード             | 松井 滋  |    |
| 5  | 富山県農林水産企画課市場戦略推進班長      | 大島 晃  |    |
| 6  | 富山県富山農林振興センター担い手支援課長    | 中井 正樹 |    |
| 7  | あおば農業協同組合営農指導課長         | 長原 智也 |    |
| 8  | 富山市農業協同組合営農経済部長         | 杉森 公宏 |    |
| 9  | なのはな農業協同組合営農部長          | 村上 裕一 |    |
| 10 | 山田村農業協同組合経済課長           | 杉本 周治 |    |

発 行：富山市農林水産部農政企画課

〒939-8510 富山市新桜町7番38号

TEL (076) 443-2080

FAX (076) 443-2185

作成協力：富山市農林産物ブランド化・輸出戦略会議