

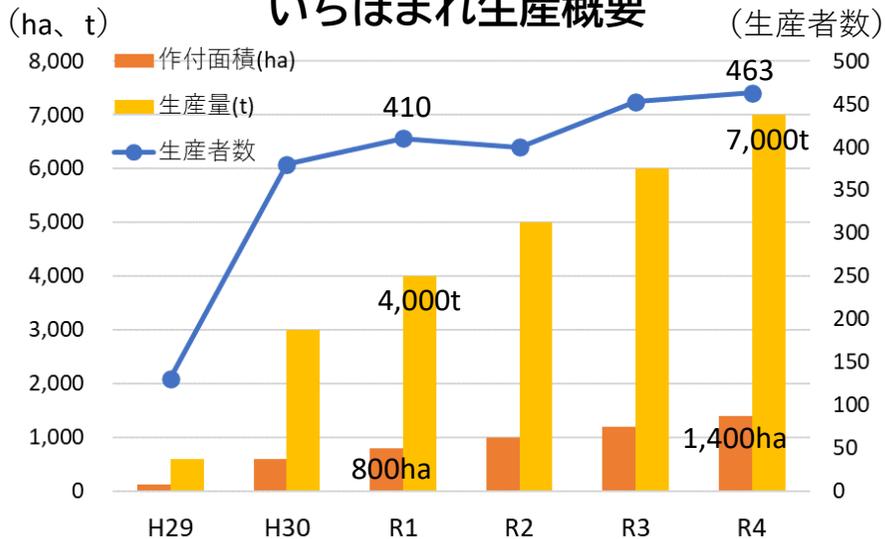
第3次いちほまれブランド戦略の概要

令和5年3月
福井米戦略課

ポストこしひかりブランド化戦略（H29～R1）

第2次いちほまれブランド戦略（R2～R4）

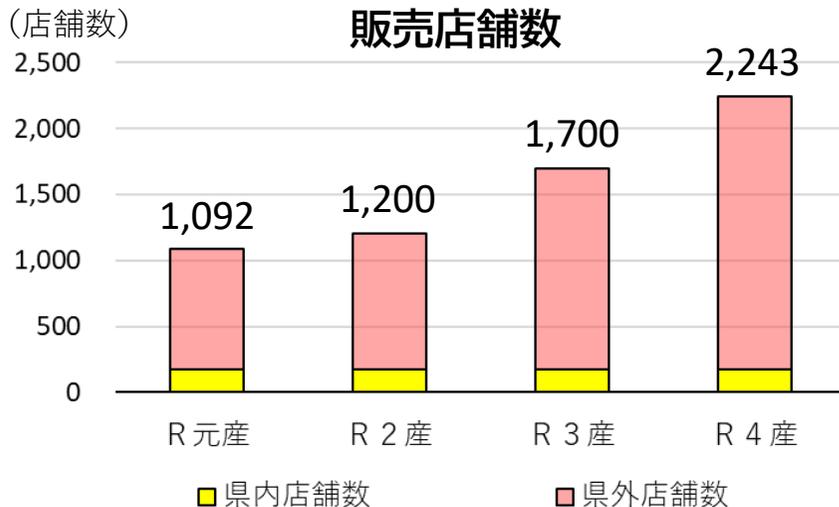
いちほまれ生産概要



【これまでの取組内容・成果】

- 生産者、作付面積の拡大
- 高品質生産を達成 一等比率 96% (R4)
- 店頭キャンペーンや量販店に応じた販促事業を展開
- 新規量販店系列など販売店舗数を大幅に増加 2,243 (R4)
- 全国米穀店235店舗の産地情報ネットワークを構築
- 大手コンビニでおにぎり販売等、中食・外食需要の開拓
- 飲食店や宿泊施設など使用店を認証し使用店数を増加 115 (R4)
- 三大都市圏を中心にCM放映や交通広告を展開し認知度を向上 26% (R4)

販売店舗数



いちほまれ使用店数(R4.11現在)

	使用店数	(うち県内)
飲食店	60	(37)
弁当等	18	(12)
加工品	25	(21)
宿泊施設	12	(12)
合計	115	(82)

第3次いちほまれブランド戦略（案）

【目指すべき姿】

日本で一番選ばれるお米「いちほまれ」とごはん文化をリードする「福井」

○「おいしいお米」としての高い評価、○「おいしいごはん」で日本の食卓を変革、○福井県産米全体をけん引するトップリーダー

第2次戦略（R2～R4）

《今後の主な課題》

○生産戦略

- ・5年産以降も安定した高品質生産の継続と生産拡大が必要

○販売戦略

- ・コロナ禍で下落した販売価格の回復が必要
- ・百貨店・米穀店や県内飲食店・宿泊施設等からの差別化商品や生産者直売を求める声への対応が必要

○PR・コミュニケーション戦略

- ・都市圏での高価格ブランド米としての認知度を更に高めるため、継続的なPR活動が必要
- ・新幹線開業にあわせ、県内飲食店や宿泊施設での利用拡大が必要

第3次戦略（R5～R7）

《基本方針》

【目標】

- ブランド米としての地位を確立し、全国に定着
- 福井県産米全体の評価を高め、生産者の所得を向上

【ブランド化推進方針】

- ・高価格帯を維持しながら、生産量を拡大
- ・主力の家庭用に加え、ブランド米としての認知度向上を目的とした業務用も販路を拡大
- ・幅広い層の消費者はもとより、特に食に関心ある層に対し認知度を向上
- ・米と健康に関する正しい情報発信により、米食を推進

【主なターゲット】

- ・産地銘柄等で米を選ぶ、食に関心のある消費者
- ・高価格量販店や米穀店、米にこだわる飲食店、宿泊施設、中食・外食事業者
- ・特に子育て世代や中高年など、健康に配慮する消費者

《戦略案》

◎生産戦略：高価格帯を維持しながら、生産量を拡大（R7年に主食用米作付の約1割まで生産拡大）

1 高品質、良食味生産の確保

- ・生産実績に基づく良質米生産者の登録、栽培マニュアル、品質・出荷基準の遵守徹底
- ・メール、FAX等の一斉伝達体制の整備による栽培技術情報の定期配信、およびフェーン、台風等の気象対策情報の緊急配信を実施
- ・各地区研究会での情報共有と技術研鑽の推進

2 生産拡大に向けた体制整備

- ・5月中旬田植えを基本としつつ、高温耐性を生かした連休植えにも作期を拡大
- ・育苗施設や大規模乾燥調製施設の利用の効率化、省力化のためのスマート農業技術の推進
- ・JAS有機、特別栽培など特徴ある地域ブランド米の生産拡大



◎販売戦略：主力の家庭用に加え、ブランド米としての認知度向上を目的とした業務用も販路を拡大

（他ブランド米と同等の高価格帯を目指す）

3 高価格販売

- ・需要に応じた生産量をふくいブランド米推進協議会において毎年決定
- ・高価格販売店舗でのコンシェルジュ、マイスター派遣等の実施
- ・百貨店・米穀店等での地域ブランド米の販売拡大と生産者直売の期間内開始

4 販売量の増加

- ・販売店舗数の拡大と販売量の増加のため、量販店等での試食体験などの実施
- ・県内飲食店、宿泊施設等での利用推進

5 多様な販路の確保

- ・銘柄を謳ったおにぎりや無菌パックごはんなど、中食・外食産業や加工品への利用拡大
- ・ECサイト販売やふるさと納税への活用推進



◎PR戦略：幅広い層の消費者はもとより、特に食に関心ある層に対し認知度を向上
米と健康に関する正しい情報発信により、米食を推進

6 さらなる認知度の向上

- ・幅広い層の消費者に届くTVCMや交通広告の継続や、食に関心のある消費者に響くSNS等での情報発信など、効果的なPRの実施
- ・美味しさの引き立つ食べ方や福井県特産物とのマッチング提案等による観光との連携
- ・北陸新幹線開業に向けた駅構内広告の掲示、県内飲食店や宿泊施設での提供等の推進



7 米の消費拡大

- ・いちほまれの特徴を生かしたおにぎりレシピ集の作成、JAと連携した米食の推進
- ・子育て世代や中高年に向けた健康、身体づくりと米食に関する情報（エビデンス）発信
- ・食関連イベントへの参画や、いちほまれを活用した料理教室など参加型PRの実施

《スケジュール》

	R 5 年度			R 6 年度			R 7 年度		
生産	生産量決定	生産者募集	認定	生産量決定	生産者募集	認定	生産量決定	生産者募集	認定
	技術情報発信			技術情報発信			技術情報発信		
	地域ブランド米の生産拡大			効率的なカントリー運用					
販売	生産者直売の検討			県内飲食店・宿泊施設での利用促進					
	高級量販店等での試食推奨販売強化			米穀専門店等での地域ブランド米の販売拡大					
	おにぎり・無菌パックごはんなど中食への推進								
PR	駅広告設置検討			テレビCM放映と連携した交通広告、SNS、パンフレット、店頭POP等でのPR					
	飲食店等へ利用推進	新米イベント	米食イベント	飲食店等へ利用推進	新米イベント	米食イベント	飲食店等へ利用推進	新米イベント	米食イベント

北陸新幹線
福井・敦賀開業