

富山の産業政策 ～コメ～





経緯

- 近年、新しいブランド米の開発が進んでいる。
- 富山の新ブランド米「富富富」
- なぜ、多くの県がブランド米の開発に力を入れるようになったのか？
- 富富富が全国規模のブランド米として成功するにはどのような要素が必要か？

日本のコメの現状

- ➡ 生産量 主食用米
- ➡ 消費量
- ➡ 取引価格
- ➡ 米農家の戸数



生産量 主食用米

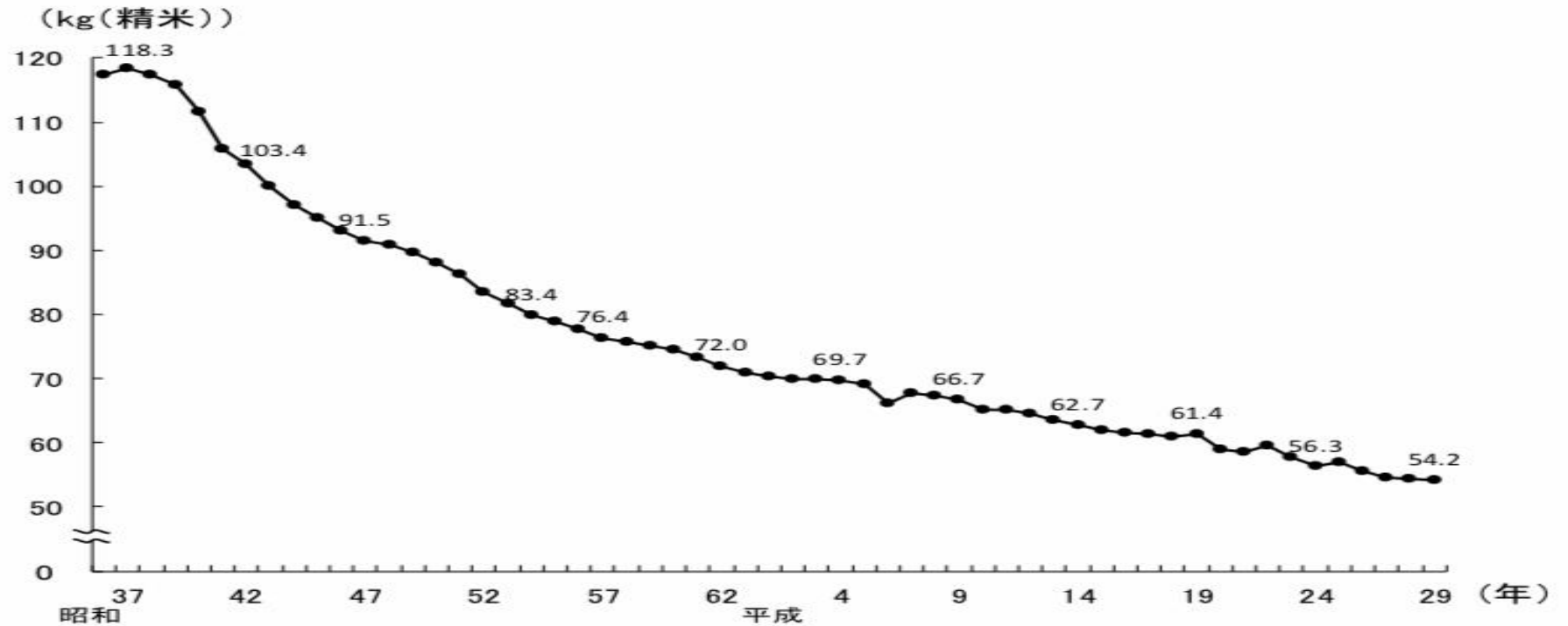
米の用途別・年産別、生産量の推移

(単位:千トン)

用途 年産	主食用米	備蓄米	加工用米	新規需要米					
					米粉用	飼料用	新市場 開拓用米 (輸出用米等)	酒造用	その他
20	8,658	平成22年産 米までは 主食用とし て生産。	149	12	1	8	0	-	3
21	8,309		141	41	13	23	1	-	3
22	8,239		213	98	25	68	2	-	3
23	8,133	68	155	203	37	161	2	-	3
24	8,210	85	181	205	33	167	2	-	4
25	8,182	183	208	135	20	109	3	-	3
26	7,882	251	266	219	18	187	6	4	4
27	7,442	248	253	479	23	440	8	7	0
28	7,496	225	278	540	19	506	8	7	0
29	7,306	194	279	542	28	499	7	7	0
30	7,374	123	284	469	28	421	20	-	-

消費量

○ 米の年間1人当たり消費量の推移



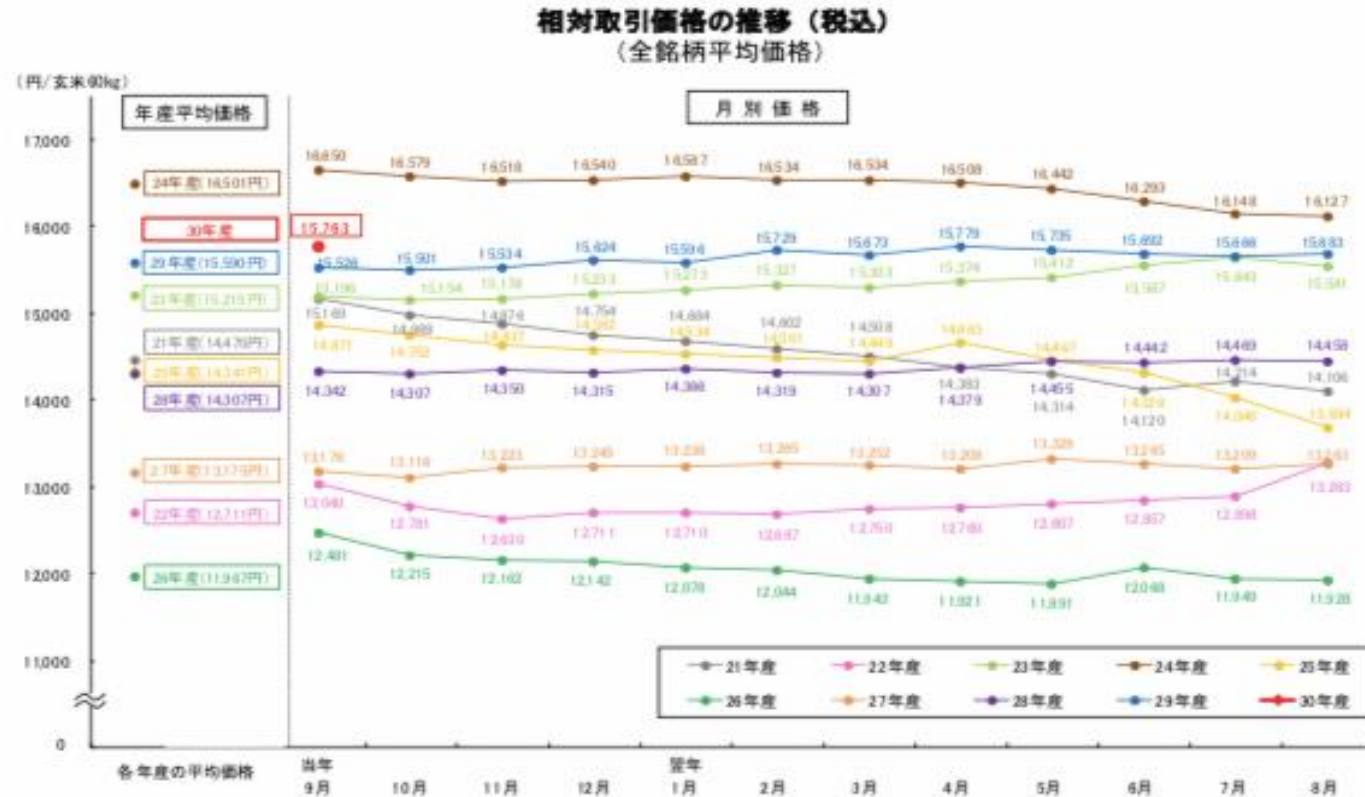
資料:農林水産省「食料需給表」

注:1人1年当たり供給純食料の値である。

取引価格

相対取引価格の推移(21年産～30年産)

○ 30年産米の30年9月の相対取引価格は、全銘柄平均で15,763円/60kgとなり、前年産同時期と比較して+237円/60kgとなったところ。



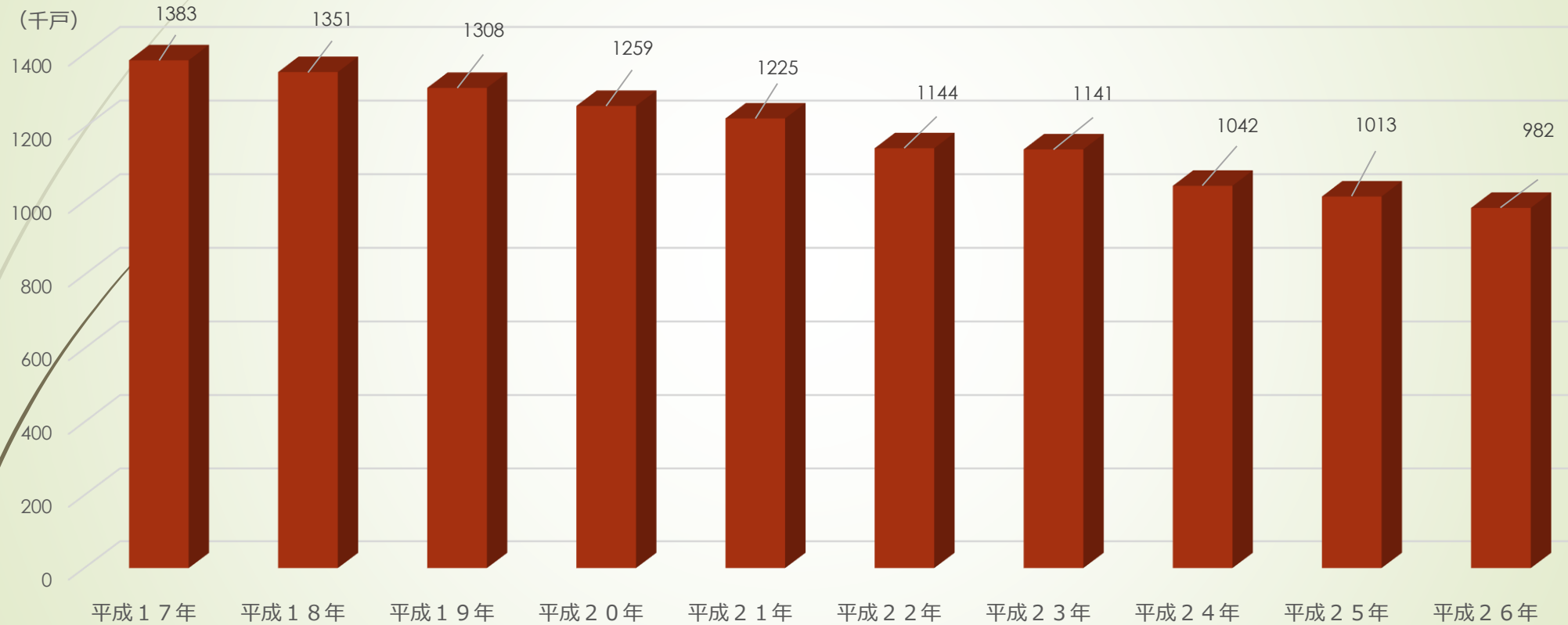
資料：農林水産省調べ

注1：選別、包装代、消費税相当額(平成26年3月までは5%、同年4月以降は8%)を含む1等米の価格である。

注2：グラフの左側は各年度の過年平均価格(前年度の出回りから翌年10月(29年産は平成30年9月、30年産は同年9月)まで)、右側は月ごとの価格の推移。

米農家戸数

販売目的とした米農家数





日本のコメ離れの現状

- 日本人の食生活が欧米化
- 若者がコメのご飯を食べない
 - 時短料理の人気上昇（麺類やパン）


過去のコメ政策

- ▶ 水田フル活用
- ▶ 減反政策・・・生産数量目標などの行政による配分
- ▶ 米の直接支払交付金・・・10aあたり7,500円のコメの直接交付金

- ▶ ナラシ対策・・・米、麦、大豆、てん菜、でんぷん原料用馬鈴薯が対象
- ▶ 収入保険制度・・・全ての農産物が対象
→不作の際の保険のようなもの



30年産からの新たなコメ政策

- 減反政策の廃止
 - 米の直接支払い交付金の廃止
- 

米の直接支払交付金の廃止

▶ 10aあたり7,500円のコメの直接交付金の廃止

→主食用米に対しては交付金を支払わない

米の需要の減少

米の過剰生産を防ぐ

→飼料米などには続行により水田フル活用の増加

麦、大豆、飼料米などの需要の増加に伴いそれらの作物を支援

ブランド米

- なぜブランド米に力を入れているのか（新品種の開発等）



こうした状況の中で新品種を作り出す理由（交付金が廃止になるのになぜ？）



コシヒカリ以外を作る理由

- ➡ コシヒカリは既に全国で栽培されている
→ 新品種を作らなくてもいいのではないか



病気に弱い

暑い気候に強いコメがない

収穫時期が重なることによる作業の一点集中

本場とされる新潟県魚沼産を超える市場評価を得ることが難しい

- ➡ 農家の収入増が狙えない



各地で新品種を作る理由

近年の温暖化による暑さによってコメがだめになる

→暑さに強くて美味しい米を作る

病気に強い米を作る

外国産米との価格競争に勝つために

→国内だけの勝負でなく海外においての勝負

(所得水準の上がった味にこだわる新興国の富裕層)

農業者の収入増加

ブランド米の可能性

- 近年の新ブランド米
- 軌道に乗るには？ 《失敗例：はえぬき 〈業務用に転身〉
成功例：つや姫》
- 飼料米としてのブランド米
てんたかく・てんこもり（富山）

近年のブランド米



失敗例：はえぬき

- 味の評価は良い（27年までは22年連続特A）
- 知名度の低さから高値では売れず
 - 家庭米市場においてはうまくいかず
- 生産は山形県内のみ
 - 山形県独特の風土に最適化
- セブンイレブンのおにぎりなどで使用（単価が安いいため）
 - 業務米として転身



成功例：つや姫

- ▶ 2010年度産から一般販売
- ▶ 10年の年月をかけて作成
- ▶ はえぬきの時の失敗を生かし山形県だけでの栽培にこだわるのではなく全国で栽培し知名度を上げることに専念
- ▶ 8年連続特A



軌道に乗るには

- 前提として味や品質の良さの評価は特A
- 知名度を上げるためのPRの推進
- 全国展開

→開発地で栽培するのはもちろんだが、コシヒカリのみの栽培している地域で作ってもらう

富山での例：てんたかく てんこもり

- ▶ 「てんたかく」「てんこもり」は富山県の奨励品種
→飼料米として「てんたかく」「てんこもり」を活用した特産の卵



小矢部の米（my）たまご

某都道府県バラエティー番組で取り上げられる
山法師（大判焼き）→小矢部の米（my）たまごを使用



富富富

■ 猛暑によるお米の品質低下が全国的になってきたため暑さに強い品種の開発が行われた

→全国的に有名なコシヒカリの欠点

- ・ 高温に弱い
- ・ 草丈が長いいため倒れやすい
- ・ いもち病（稲穂を枯らす）にかかりやすい

■ 富山県はお米作りの元となる種もみの出荷量日本一



富富富

➡ 14年の歳月を経てコシヒカリの欠点を克服した品種の開発に成功

→富富富（海外での定着並びに富山県らしさや高級感を狙って）

そして、平成30年秋本格デビュー

来年発表のお米食味ランキングで特Aなるか

まとめ

- ➡ 富富富がブランド米として全国区になるには
→ 知名度や味、品種の強みを作る

高品質を維持したうえで

種もみ出荷量日本一の強みを活用して

「富富富」を全国区へ

参考文献

- 農林水産省 米をめぐる参考資料
(http://www.maff.go.jp/j/seisan/kikaku/kome_siryou.html)
- 農林水産省 米政策改革
(http://www.maff.go.jp/j/syouan/keikaku/soukatu/kome_seisaku_kaikaku.html)
- お米の専門店 ライスピア (<https://www.ricepier.jp>)
- 富富富 (<https://fu-fu-fu.jp/>)
- 小矢部市
(<http://www.city.oyabe.toyama.jp/kankosangyo/nourin/1458354899129.html>)



ご清聴ありがとうございました