

1 背景とねらい

米の産地間競争が一層激化するなかで、本県でも関係者が一丸となっていわて純情米のイメージアップと市場拡大に取り組んでいるところであるが、より一層実効ある対策を講ずるためには、いわて米の置かれている現状を十分把握することが必要となる。

本年度、米卸業者と米小売業者を対象に岩手県と岩手県経済連が共同で実施した調査結果の分析等から、いわて米の評価向上対策に有益と思われる情報を得たので指導上の参考事項に供する。

2 技術内容

(1) 米小売業者によるいわて米に対する評価と期待 (図1)

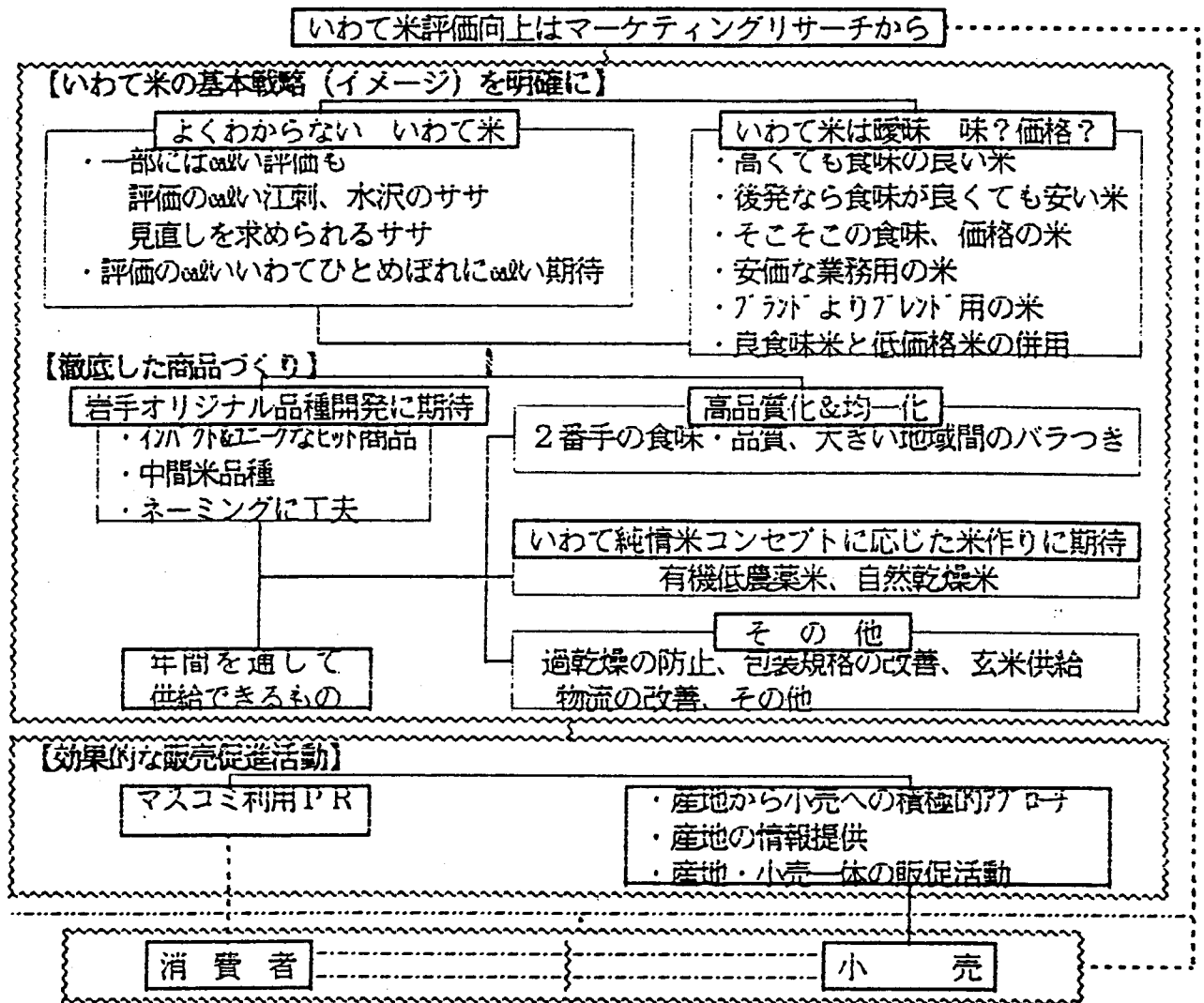


図1 米小売業者のいわて米の評価と期待

ア いわて米のイメージ

- ① 一部地域のササニシキとひとめぼれについては評価を得ているが、イメージが掴みにくく、食味、価格のどちらを追求している産地が明確でないという指摘がある。
- ② 良食味志向への対応面からは「高くても食味の良い米」、「後発は食味は良くても安い米」、最近の需給環境への対応面からは「そこそこの味と価格の米」、「安い業務用の米」が求められている。また、両方の示唆もある。

イ 徹底した商品づくり

- ① ヒット商品としていわて米のイメージを明確にし得る岩手オリジナル品種の開発が期待されて

いる。

- ② 地域間の品質バラつきが多く指摘され、この改善が求められている。
- ③ いわて純情米コンセプトに応じた米作り対しては期待がある。
- ④ 年間を通して供給できるロットを求め、30kg紙袋化をはじめとした物流の改善を指摘している。

ウ 効果的な販売促進活動

PR不足が指摘されるなか、マスコミ等を利用した宣伝の他に産地と小売の直接交流を求める声が強い。

(2) いわて米評価向上対策の方向

ア 岩手オリジナル品種の標的品種

岩手オリジナル品種の標的品種は、引合い面で秋田産あきたこまちとの間に大きな開きがある岩手産あきたこまちと中間銘柄の主力の初星である。

イ 卸、小売への供給ロットの確保

- ① 銘柄単位のロットは2万t規模の卸までは2千t、これ以上の規模では1万tが必要となる。
- ② 産地(県)単位のロットでは、卸、小売とも15%以上の取扱割合を占めることが必要である。

ウ いわて純情米ブランドの浸透

- ① 消費者は品種・産地を指定する購買行動を示しており、複数銘柄をまとめた統一ブランドの浸透のためには品種銘柄PRとは異なる対策が必要である。
- ② いわて純情米には、付加価値部分(健康と安全をコンセプトに堆肥を多用した)として期待があり、この基準を明確にし、生産者に徹底することも必要になる。

エ 販売促進

- ① 一般消費者を対象にした広告、PRにより知名度を高めることは、小売、卸の引合いに結びつける上で必要である。
- ② 卸、小売とも産地に対して小売までの積極的な営業の展開を望んでおり、産地の小売への積極的なアタックと継続的な直接交流が必要である。
- ③ 規模の大きい卸、小売は独自の判断に基づいた営業を展開しており、この層へは判断基準になり得る有益な情報提供も必要となる。

オ 高品質米生産と物流改善

- ① いわて米への引合いを多くするためには、知名度に加え、地域間の品質・食味バラつきを解消することが重要である。
- ② ルック、シートパレット、バラ流通、30kg紙袋化等物流の改善が必要である。

3 指導上の留意事項

- (1) 平成4年6月に調査したものであり、平成3年産米までの評価等であること。
- (2) 調査に回答した米小売業者の多くは、一般の米穀店であることから、スーパー、生協等量販店の取扱実態、意向も考慮すること。
- (3) しひとめぼれ、はえぬき、どまんなかがどの銘柄に食い込んでくるかも見極めることが必要であること。

4 試験成績概要

省略