

石川県産農林水産物のブランド化の推進に関する基本方針

令和4年7月28日農政第1579号

I. 基本方針の趣旨

石川県の特色ある農林水産物を創り育てるブランド化の推進に関する条例（以下「ブランド化推進条例」という）は、県産農林水産物（ブランド化推進条例第1条の県産農林水産物をいう。以下同じ。）のブランド化（ブランド化推進条例第2条第1号規定するブランド化をいう。以下同じ。）の推進により、石川県における農林水産業の持続的な発展を図り、地域経済の活性化はもとより、石川県民の誇りの醸成にも寄与することを目的として制定された。

この基本方針は、ブランド化推進条例の目的を達成するため、同条例に規定された基本理念にのっとり県産農林水産物のブランド化を推進するための基本的な方針を定めるものである。

今後の県産農林水産物のブランド化の推進に関する施策（以下「ブランド化施策」という。）は、この基本方針にのっとり、総合的かつ計画的に講ぜられるものとする。

なお、この基本方針は、ブランド化施策の実施状況等を踏まえつつ、必要に応じて見直しを検討するものとする。

II. ブランド化の基本的な方向

1 石川県におけるブランド化の推進の意義と必要な視点

我が国では、高齢化や人口減少、国際化等が進展し、また、近年、消費者の価値観は本物志向が強まるなど、「食」を取り巻く環境は、戦後の食料不足の時代から大きく様変わりしてきた。

こうした中で、石川県は、豊かな気候風土の下で、量は多くはないが特長のある農林水産物を生み出し、磨きをかけ、価値を高めるブランド化を進めてきた。ブランド化は、販売量の増加や販売価格の上昇に資するものであるため、農林漁業経営を発展させるなど農林水産業を産業として飛躍させ、ひいては石川県農林水産業の持続的な発展に貢献する可能性を有している。

また、県産農林水産物と多彩で質の高い伝統文化、技が織りなす「食」は、石川県の比類なき魅力であり、石川県を訪れる観光客を魅了している。ブランド化は農林水産業を持続的に発展させるだけでなく、石川県の魅力を向上させることにより、観光産業をはじめとする石川県内の他産業への波及も相まって、地域経済の活性化にも貢献する可能性を有している。

さらに、地域経済が活性化し、石川県民の経済的及び精神的な充足が図られることにより、石川県民の本県に対する誇りが醸成されることにも繋がりをうる。

このように、ブランド化を通じて、農林水産業の持続的な発展のみならず、石川県の魅力向上への昇華を経て地域経済の活性化、石川県民の誇りの醸成に繋げていくことが、石川県がブランド化を推進することの意義である。

一方、現在の食の市場においては、特長ある農林水産物やそれらを活用した商品が数多く展開されている。こうした中で、県産農林水産物について差別化を図り、市場を獲得していくためには、市場の潮流を的確に捉え、市場の求める特長を際立たせるとともに、市場の求める形で提供することが不可欠である。

また、情報技術の発展・普及等により、県産農林水産物と同じ品目を生産している他県の産地（以下「他産地」という。）の動向に係る情報を容易に収集し、当該情報を踏まえて機動的に生産・販売方法を改善しうる環境が整備されている。こうした中で、他産地が模倣できない農林水産物を創り、将来にわたって市場における地位を確立していくためには、石川県固有の要素を取り入れた形で差別化を図る必要がある。

石川県では、このような視点に立ち、県産農林水産物のブランド化を推進していく必要がある。

2 基本理念の意義

ブランド化推進条例第3条に規定する基本理念は、石川県におけるブランド化の推進の意義と必要な視点を踏まえて規定したものであり、当該基本理念にのっとり、将来にわたって県産農林水産物のブランド化を推進するものとする。

① 市場の潮流を踏まえた展開（ブランド化推進条例第3条第1号）

（マーケット・インの発想で考える）

- ・ ブランド化をしようとする農林水産物の特長に対して市場が価値

を認めているか否かを見極めるものとする。

- 人口の動態や消費者の嗜好の動向、生活スタイル、ブランド化をしようとする農林水産物の生産・消費動向や価格帯などを分析し、際立たせるべき特長や消費者が利用しやすい形態等を検討するものとする。その際、新たな利用方法、利用を通じて提供したい体験や利用に必要な器具等も含めて検討するものとする。
- 潜在的な需要の創造・拡大と需要に応じた供給を相補的に進めるものとする。農林水産物の特長に対して価値を認める市場を定めた上で、当該市場に的確に消費喚起・提供することにより需要を創造し、その上で当該需要の創出に対応した農林水産物の生産拡大・安定化を図り、更なる需要の創造・拡大に繋げるという循環を生み出すように進めるものとする。

② 石川県固有の気候風土や伝統文化・技の積極的な活用（同条第2号）
（他産地が模倣できないものを創る）

- 霊峰白山の裾野に広がる肥沃な石川平野、三方を海に囲まれ世界農業遺産を構成する棚田を擁する能登半島などの豊かな気候風土の下で行われる生産又は加工のプロセスを、農林水産物の特長として積極的に活用するものとする。
- 輪島塗や九谷焼等の伝統的工芸品、能登杜氏による日本酒等の発酵食品、華やかな加賀料理や和菓子等の石川県が誇る優れた伝統文化や技を、農林水産物の商品開発又は販路開拓等に積極的に活用するものとする。

③ 農林水産物の産業としての大きな飛躍（同条第3号）
（ヒトを呼び込みカネを生み出す産業にする）

- 県産農林水産物のブランド化は、生産量の増加や販売価格の上昇による販売金額の増加を通じて収益性を高め、これにより、意欲ある農林漁業者を育成し、農林漁業経営を発展させるものとする。
- 農林水産物の商品開発に当たっては、産地が加工原料を提供し、食品事業者等が商品化して付加価値を得るという形ではなく、商品開発の企画から産地と地域の食品事業者等が連携し、双方が利益を享受する形で行うものとする。
- 特定の農林漁業経営の発展のみならず、産地の収益性を高め、農山漁村全体の所得を向上させるものとする。

- ④ 石川県の魅力の向上への貢献（同条第4号）
（石川県のイメージをアップさせる）
- ・ ブランド品目（ブランド化推進条例第2条第2号規定するブランド品目をいう。以下同じ。）ごとの消費者の関心をブランド品目全体、さらには多彩な農林水産物を生み出す石川県への関心へと昇華させ、石川県の魅力を向上させるものとする。

3 ブランド化の推進に向けて図るべき事項

基本理念にのっとり、将来にわたって県産農林水産物のブランド化を推進するため、以下の事項を図るものとする。

これらの事項を図るため、ブランド化施策を総合的かつ計画的に講ずるものとする。

- ① ブランド品目の生産振興（ブランド化推進条例第5条第1号）
市場に対し、需要に応じた品質・数量を持続的に提供するため、ブランド品目の生産振興を図るものとする。
このため、ブランド品目の生産者に対し、産地の形成や統一の方針の下で生産を行う品質管理・安定供給の体制の整備を促すとともに、品質管理・安定供給に向けた生産上の課題の解決を推進する。
- ② ブランド品目の優良な種苗の確保（同条第2号）
ブランド品目の生産者に対して当該ブランド品目の生産に必要な種苗（ブランド化推進条例第2条第3号規定する種苗をいう。以下同じ。）を安定供給するため、ブランド品目の優良な種苗の確保を図るものとする。
このため、石川県が開発したブランド品目の種苗を計画的に生産するとともに、ブランド品目の種苗の生産者に対し、生産技術の習得を促す。
- ③ 新たにブランド化すべき県産農林水産物の開発及び育成
（同条第3号）
市場に提供するブランド品目の品目数を増加させるため、新たにブランド化すべき県産農林水産物の開発及び育成を図るものとする。
このため、市場が価値を認めると想定される特長を有する農林水産物の品種開発や系統選抜、当該農林水産物の生産技術の確立を行うとともに、石川県内の意欲ある農林漁業者に対し、当該農林水産物の導

入の推進や生産技術の普及を行う。

④ ブランド品目の商品開発及び販路開拓（同条第4号）

ブランド品目の特長に対し価値を認める市場に対し、ブランド品目を的確に消費喚起・提供するため、ブランド品目の商品開発及び販路開拓を図るものとする。

このため、ブランド品目の生産者と市場の動向等に精通した者との連携等を促すとともに、市場の分析、市場に対する効果的な消費喚起・提供の方法の検討等により、販売上の課題の解決を推進する。

⑤ ブランド品目に係る知的財産の保護（同条第5号）

生産者がブランド品目の価値を適切に管理し、ブランド化による利益を享受できるようにするため、ブランド品目に係る知的財産の保護を図るものとする。

このため、石川県が品種開発や系統選抜を行ったブランド品目の育成者権や商標権の取得・管理を行うとともに、ブランド品目の生産者と相互に協力して、ブランド品目の生産に必要な栽培技術の維持向上・継承と種苗の厳格な管理による不正流出の防止を徹底する。ブランド品目の生産者に対し、商標権、地理的表示（G I）などの知的財産権の取得や当該知的財産権の管理体制の構築を推進する。

⑥ ブランド化の推進に必要な人材の育成（同条第6号）

産地が持続的にブランド化に取り組むための体制を構築するため、ブランド化の推進に必要な人材の育成を図るものとする。

このため、ブランド品目の生産者その他のブランド化に関与する者に対し、ブランド化に必要な知識・技術の習得を推進するとともに、商品開発・販路開拓などブランド化の取組に知見を有する者から助言を受けうる環境を提供する。

⑦ ブランド品目に係る情報の発信（同条第7号）

ブランド品目の特長に対し価値を認める市場に対し、的確にブランド品目の消費喚起を行うため、ブランド品目に係る情報の発信を図るものとする。

このため、ブランド品目に係る情報発信基盤を整備するとともに、市場に対しブランド品目の特長や提供場所・提供時期等のブランド品目に係る情報を効果的に発信する。

⑧ ブランド化の推進に対する県民の理解の醸成（同条第8号）

石川県や生産者、関係団体だけでなく、石川県民も一体となってブランド化を推進していくため、ブランド化の推進に対する石川県民の理解の醸成を図るものとする。

このため、石川県内において、年齢層に応じた手法により、ブランド品目や、石川県がブランド化を推進することの意義・効果などのブランド化に係る情報に触れる機会を拡大する。

Ⅲ. ブランド化施策の基本的な方向

1 ブランド品目の認定

ブランド化施策を講ずるに当たっては、施策の効果的な実施の観点から、ブランド化を推進することの意義に適合したブランド品目を施策の対象とする必要がある。

このため、ブランド化推進条例第6条に基づき、ブランド品目のうち県がブランド化に関与すべき県産農林水産物を認定するとともに、当該ブランド品目の生産に意欲的な生産者、当該ブランド品目の種苗のうち県が特に確保に関与すべきものの生産者を認定することとする。

ブランド品目の認定に当たっては、①差別化（一般的な品種と比較して形状・機能等が優れているなど、他産地の同じ品目との間で有意な差があること）、②生産体制（品質管理・安定供給体制が確立していること）、③市場評価（高い初競り価格、全国トップブランドと同等の価格など）、④生産量（生産量が維持・拡大する見込みであることなど）の観点から判断することとする。

2 ブランド化施策の構成

ブランド化推進条例の目的を達成するためには、認定されたブランド品目（以下「百万石の極み」という。）について生産振興、商品開発・販路開拓等を図るとともに、新たな農林水産物の開発・育成を図ることにより、市場に提供する「百万石の極み」の厚みを充実させるための施策を講ずる必要がある。

あわせて、多彩な「百万石の極み」の一体的な販路開拓や情報発信等を図ることにより、県内外に対し「百万石の極み」の魅力を発信・浸透するための施策を講ずる必要がある。

この「百万石の極み」の厚みの充実と「百万石の極み」の魅力の発信・浸透を図る施策をブランド化施策の柱とする。

IV. ブランド化施策の実施に係る留意事項

1 行政部局間の認識共有・連携等

ブランド化施策を講ずるに当たって、ブランド化施策の企画・立案を行う部局、生産者等に対して助言・指導を行う部局、ブランド化の推進に関連する施策を所掌する部局等による、ブランド化を推進する意義や基本的な方向等についての共有、必要な知識・技術の習得及び適切な役割分担・連携を徹底することとする。

2 有識者からの意見聴取

ブランド化施策を講ずるに当たって有識者の意見を聴取する際、農林水産物の生産から販売に加え、市場の動向まで幅広い観点から意見を聴取することとする。