

県産品振興グループ

1 グループの概要

「平成 19 年度 福島県商工労働行政施策の概要（平成 19 年 4 月）」によれば、同グループの事務分掌は以下のとおりである。

- ・県産品振興の総合企画及び調整に関すること
- ・ふくしま産品のブランド化の推進に関すること
- ・県産品の流通促進に関すること
- ・地場産業及び伝統的工芸品産業の振興に関すること
- ・食品加工産業の振興に関すること
- ・県産品の海外販路開拓に関すること
- ・観光物産館に関すること
- ・(財)物産プラザふくしまに関すること

平成 19 年度の主な事業計画は以下のとおりである。

「ふるさと産品振興事業」45,548 千円（当初予算額）
(財)物産プラザふくしまへの補助金

「ふくしまブランド育成事業」21,368 千円（当初予算額）
県産品ブランド戦略体制等推進事業・ふくしま産品 PR 事業・首都圏バイヤー向け商談会事業

「(財)物産プラザふくしま運営補助事業」24,192 千円（当初予算額）
本県物産振興の中核的な実施団体である(財)物産プラザふくしまの事業活動の充実を図るための運営費の補助金

「物産館事業」22,924 千円（当初予算額）
コラッセふくしま内の「観光物産館」の適切な運営管理と事業展開により、本県の優良産品を広く紹介・宣伝し、販路の拡大を図る。

平成 21 年 1 月 1 日付の佐藤雄平知事の年頭所感「新春を迎えて」における【新年の県政運営】の中で県産品振興について触れられているので、本報告書 P115「観光グループについて」中の一部抜粋を参考にされたい。

2 ふくしまブランド育成事業

県産品振興グループの注目すべき事業は、「ふくしまブランド育成事業」である。

県産品振興の取り組みについて、平成 16 年度に県が実施した県内・首都圏マーケティング調査の結果、県内には農林水産物を始め優れた産品が多くあるものの、青森県のリンゴや山形県のサクランボのような代表的な産品が少なく、その独自性や優位性を十分発揮できず、首都圏における認知度や評価は総じて低い状況にあることが判明した。このため、ふくしま産品振興基本方針（平成 17 年 11 月策定）、ふくしま産品振興アクションプログラム（平成 17 年 6 月策定）に基づき、マーケティングを重視した商品開発から販売に至るまで、事業を展開している。

最近の取り組みとしては、平成 18 年度に首都圏アンテナショップ「ふくしま市場」、上海チャレンジショップ「福島 GALLERY」を開設し、本県を代表する選りすぐりの産品を県外に向けて売り込むため、「福島県ブランド認証制度委員会」を創設して、認証の基準、産品の選考、ブランドマーク等の策定を実施した。平成 19 年度にはブランド認証産品の知名度、ブランド力を高めるため、雑誌等の各種媒体を効果的に活用して、戦略的な PR を実施した。また、伝統的工芸品の若手職人、後継者を支援し、伝統的工芸品産業の振興を図るため、東京銀座のギャラリーにおいて販路開拓を目指した展示会を開催した。

福島県ブランド認証制度委員会は、次の 5 分野 15 種類について事業者ごとに認証するものである。

分 野	種 類
農 産 物	くだもの、野菜、米
水 産 物	鮮魚、干物
畜 産 物	牛肉、豚肉、鶏肉、卵
加 工 食 品	麺、調味料、日本酒、菓子類、その他
伝統的工芸品	伝統的工芸品

現在のところ、以下の 7 種類 26 品目について認証されている。

日本酒 13銘柄		
大吟醸酒	一生青春	(曙酒造)
	大七 箕輪門	(大七酒造)
	元宰	(末廣酒造)
	純米大吟醸酒	(笹正宗酒造)
	榮四郎	(榮川酒造)
吟醸酒	吟醸 真実	(豊国酒造)
	穩 特別純米	(仁井田本家)
	雪小町 純米吟醸原酒	(渡辺酒造本店)
	七重郎 純米吟醸無濾過原酒	(稲川酒造店)

	純米酒	純米酒 夢心 奥の松 木桶仕込 開当男山 夢の香 純米酒宮泉	(夢心酒造) (奥の松酒造) (開当男山酒造) (宮泉銘醸)
牛肉 1銘柄		福島牛	(全国農業協同組合 連合会福島県支部)
鶏肉 2銘柄		川俣シャモ 会津地鶏	(株)川俣町農業振興公社) (株)会津地鶏ネット)
会津身不知柿 2商品		あいづ農業協同組合 会津みどり農業協同組合	
もも(あかつき)		サンビーチ 伊達の蜜桃 天	(新ふくしま農協) (伊達みらい農協) (伊達果実農協)
味噌 4商品		糀和田屋の味噌 秘伝 達者の味噌 会津こしひかり味噌	(有)糀和田屋) (鈴木糀店) (鮫川村) (会津天宝醸造)
総桐筆筥 1銘柄		会津総桐筆筥 下三大洋	(会津桐タンス株)

申請要件は、例えば日本酒の場合次のように認証基準が決まっている。

福島県ブランド認証制度種類別認証基準（日本酒の部）

（申請要件）

第4条 要綱第6条第2項の規定により、福島県ブランドの認証を受けようとする事業者は、次の各号に適合しなければならない。

- (1)消費者からの意見、問合せ窓口及び苦情処理体制が整備されている。(顧客サービス面での信頼性)
- (2)過去3年に、当該事業者として社会的に顧客等から信頼を失うような法令違反、又は食品安全上の事故がない。(法令遵守)

2 要綱第6条第2項の規定により、福島県ブランドの認証を受けようとするふくしま産品は、次の各号に適合しなければならない。

- (1)3年以上の生産及び販売実績を有し、年間の生産量が2,000リットルを超えていること(生産状況)
- (2)現在販売している数量を基礎として、5%以上の増産能力(余力)有する。(増産能力)
- (3)生産(製造)に必要な食品衛生法上の適正な手続きを得ていること(申請商品の生産に必要な法令遵守)
- (4)販売に必要な食品衛生法、景品表示法等の適正な表示がなされていること(申請商品の表示に関する法令遵守)
- (5)仕込み水は、100%県内で生産されたものを使用していること(原材料の調達方法)
- (6)吟醸酒及び純米酒は、県産米を100%使用していること(原材料の調達方法)

- (7)主な原材料である米の生産履歴が整理され、水の成分検査においても異常が認められないなど、安全・安心が確認できること（生産履歴と成分検査）
- (8)製麹、貯蔵、瓶詰、商品化まですべての製造工程が認証を受けようとする事業者で行われていること（製造工程）

認証を受けた場合、有効期限 3 年で、認証を受けた事業者は毎年実績報告をすることとなっている。

3 県産品振興の取り組み

県産品の振興として重要なのは管内の人たちが自分たちで自慢して食し、人をもてなすときもその産品を提供することである。そして、それを土産品として客に渡すことであろうと考える。

具体的には、種々団体の全国大会、東北大会が県内会場であるときに来賓の知事等がその地域の自慢の産品を話し、懇親会等にも県産品を出すよう依頼し、土産品を展示販売し、来県者の帰宅後宅配便で注文できる体制を作ることが重要と考えるが、県は、県内で全国大会等のレセプションが開催される場合は、ブランド認証産品をはじめ、県産食材の使用を依頼し、全国大会等の会場においては、県や県観光物産交流協会が県産品の展示販売を行い、福島県の特産品お取り寄せカタログを作成（県観光物産交流協会に作成費を補助）し、来県者が帰宅後に注文できる体制を取っている。

このような県の取り組みは評価したいが、他都道府県産品との競争においては、より積極的な対応と工夫が必要と考える。