

# 銘柄産地指定制度の概要について

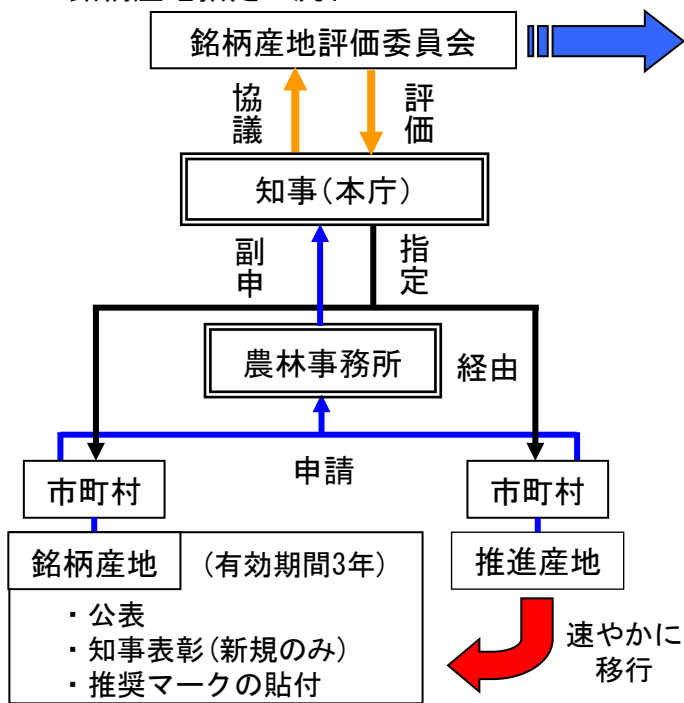
## 《青果物銘柄産地制度》

激化する産地間競争の中でも、高品質で信頼性・安全性が市場で高く評価され、多様化するニーズに対応できる、県を代表する青果物産地を育成・指定する制度。(S57年度開始)

## 《花き銘柄産地制度》

市場における大量取引に対応できる生産・出荷体制と高い生産技術をあわせ持つ、競争力のある切り花産地を育成・指定する制度。(S63年度開始)

### 1. 銘柄産地指定の流れ



- ・市場関係者・学識経験者5名からなる。(任期2年)
- ・銘柄産地および推進産地の指定及び指定取消に関する評価を行う。

#### 《委員会メンバー(H27.2.6~H29.2.5)》

- 塚本和郎 (委員長：県OB)  
(公社)茨城県農林振興公社専務理事
- 前川 久 (副委員長)  
(独)農畜産業振興機構 野菜需給部 審査役
- 針谷光雄 (委員：茨城野菜研究会長)  
東京千住青果(株) 野菜第二部次長
- 永石覚生 (委員：茨城果実研究会長)  
東京多摩青果(株) 執行役員 果実第1部担当
- 齋藤常夫 (委員：茨城切花流通研究会長)  
(株)世田谷花き 営業部部长

#### 《産地指定数》

区分	青果物	花き
銘柄産地	49	7
推進産地	29	2

### 2. 青果物銘柄産地指定要件

- (1)品質：基準を満たしていること
- (2)規格選別等：個人又は集出荷場に格差がなく、高位平準化していること
- (3)鮮度等：基準を満たしていること
- (4)産地が備える必須条件：
  - ①いばらき農産物ネットカタログに登載
  - ②産地管理責任者が特定されている
  - ③生産履歴情報が必要に応じて開示可能
  - ④クレーム・要望などに対応できる体制がある
  - ⑤顧客との意見交換、生産性向上の研究の実施
  - ⑥マーケティング戦略の策定、法令の遵守
- (5)生産出荷計画：計画作成、市場への情報提供
- (6)市場、仲卸。実需者からの評価：
  - ①品質、量、情報提供などの対応が評価されている
  - ②過去3カ年の出荷期間中の月別単価が、概ね都中央卸売市場の月別単価を上回っている
- (7)その他：対象品目の市場販売額が概ね1億円以上
- (8)広域銘柄産地：1つの産地としてまとまりがあり、品質・規格・意匠が統一され、指導・検査・分荷体制の一本化、一元集荷体制、共同販売・会計体制が確立されていること

### 3. 花き銘柄産地指定要件

- (1)産地規模：面積又は販売額の要件を満たすこと
  - ①面積：露地 5ha以上  
施設球根切り花 10,000m<sup>2</sup>以上  
その他施設 20,000m<sup>2</sup>以上
  - ②販売額：市場販売額 概ね1億円以上
- (2)出荷意匠，出荷規格の統一
- (3)出荷体制等の整備と産地の強化
  - ①指導・検査・分荷体制の一本化
  - ②品質向上や新技術の為の研修会等の実施
  - ③生産出荷計画の作成と市場との調整
  - ④精度の高い出荷前情報の提供
- (4)実需者から評価されていること  
(品質，選別，鮮度，出荷数量，情報提供等)
- (5)単価要件  
出荷期間の平均単価が、過去3カ年平均値で東京都中央卸売市場の平均を上回ること

### 4. 推進体制

- 県：園芸いばらき活性化協議会，  
銘柄産地指導班会議
- 各農林事務所：銘柄産地地域指導班
- 各市町村：地区銘柄産地推進協議会