

米の輸出力強化に向けた対応方向

米の輸出力強化に向けた対応方向(農林水産業の輸出力強化戦略 28年5月19日決定)

輸出のターゲット市場の拡大・深掘りをするとともに、輸出用米生産に関する制度の運用を改正

現状・課題

- ・ 日本食レストランを中心とした需要に留まっている中、輸出先国の多様なニーズに合わせた商品の多様化、生産コストの削減による価格競争力の強化を通じ、輸出ターゲット市場の拡大・深掘りを図ることが課題。
- ・ 潜在的に大きな需要が期待される中国向け輸出について、輸出ルートの多様化を図ることにより、日本産米流通の活性化を図っていくことが課題。

今後の取組

< 輸出ターゲット市場の拡大 >

中国向けルートの複線化【平成28年に新たに5事業者の参入を進め、その後も可能な限り拡大】

- ・ 精米工場等の指定追加の働きかけを継続的に進めつつ、これまで実績を有しない事業者による輸出の取組を拡大し、輸出先での流通を複線化
- ・ 幅広い輸出ターゲットに向け、商品・売り方を多様化【平成32年までに30件程度の新たな輸出商品、売り方のモデル事例を蓄積】
- ・ 機能性成分を売りにした高付加価値米、インターネット販売、パックご飯等、輸出商品・売り方の多様化及びPRの強化、インバウンド対応を推進

< 輸出ターゲット市場の深掘り >

コメの生産コストに関するKPIに向けた取組の着実な実施【平成35年までに担い手の生産コストを全国平均から4割削減】

- ・ 省力化技術の導入や作期分散、生産資材費の低減等
- ・ 多収品種の導入等による低コスト生産・輸出供給モデルの構築【平成28年度】
- ・ 国内で主食用として多く生産されていない多収品種の試験導入、海外マーケットでのテスト販売等による輸出産地づくりの推進

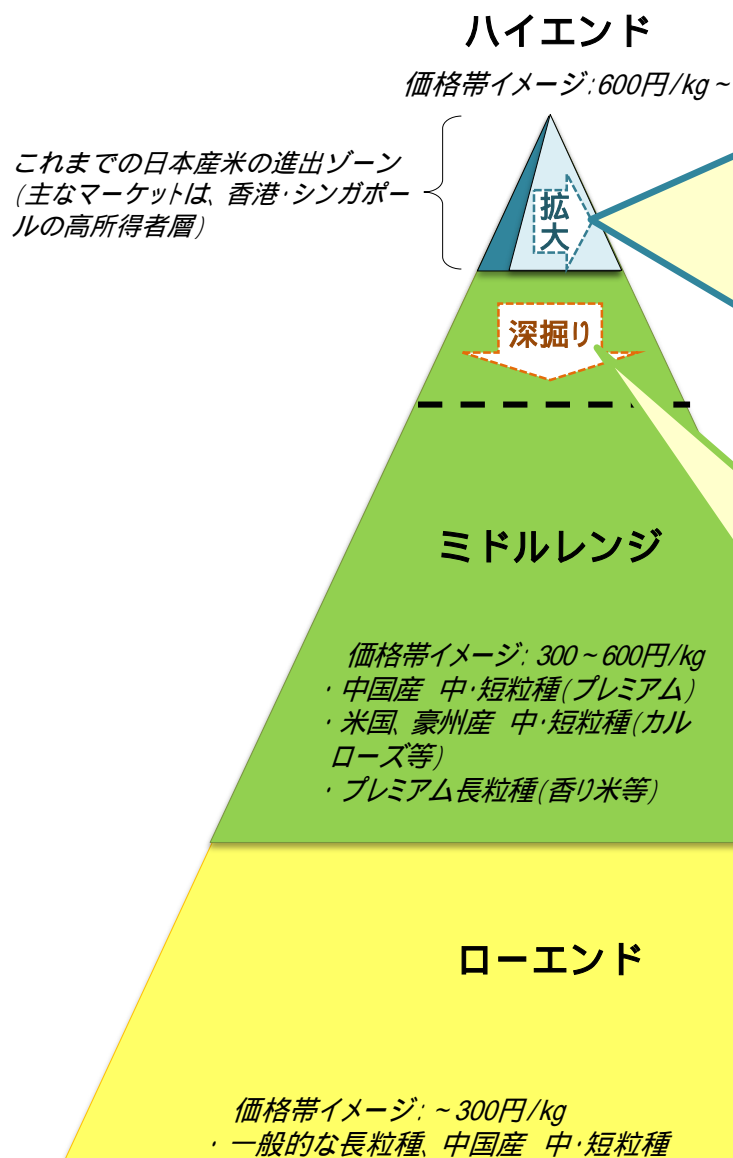
< 輸出用米生産に関する制度運用見直し >

より柔軟に輸出用米の生産が可能となるよう制度運用の見直し【平成28年4月】

- ・ 生産者が計画書を提出すれば輸出用米の生産が可能となるよう、平成28年4月から輸出用米制度の運用ルールを改正

米の輸出力強化に向けた対応方向(農林水産業の輸出力強化戦略 28年5月19日決定)

海外マーケットにおける日本産米の位置付け及び対応方針(イメージ)



輸出ターゲット市場の拡大

中国向け輸出ルート^①の複線化
精米工場等の指定追加の働きかけを継続的に進めつつ、これまで実績を有しない事業者による輸出の取組を拡大し、輸出先での流通を複線化(平成28年度に5事業者が実証予定)

幅広い輸出ターゲットに向け、商品・売り方を多様化

- ・機能性成分を売りにした高付加価値商品の販売促進(金芽米等)
- ・インターネット販売を活用した日本産米の販売の事業化の可能性、ターゲットの見極め
- ・炊飯機のない家庭でも食べられるよう、パックご飯等の形態での販売促進(市場性等の調査)

輸出ターゲット市場の深掘り

米の生産コスト削減^②についてのKPI(担い手の生産コストを全国平均比4割削減)に向けた取組を着実に進める(省力化技術の導入や作期分散、資材費の低減)。

国内で主食用として多く生産されていない多収品種^③を導入し、試験的に低コスト生産を行い、海外マーケットでテスト販売を行う等の輸出産地づくりの取組を推進

輸出用米生産に関する制度運用を改正

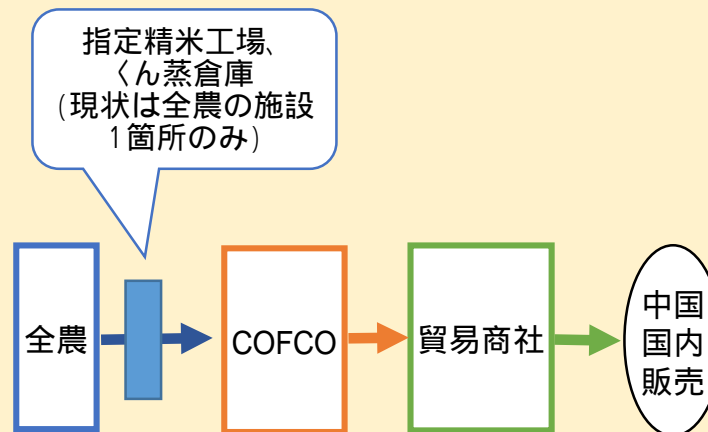
従来は、国内主食用米と区別するため、6月時点で「販売契約書」の提出を求めていたが、平成28年4月より、生産者による「輸出計画書」のみで生産が可能となるよう、制度運用を改正

米の輸出力強化に向けた対応方向 (農林水産業の輸出力強化戦略 28年5月19日決定)

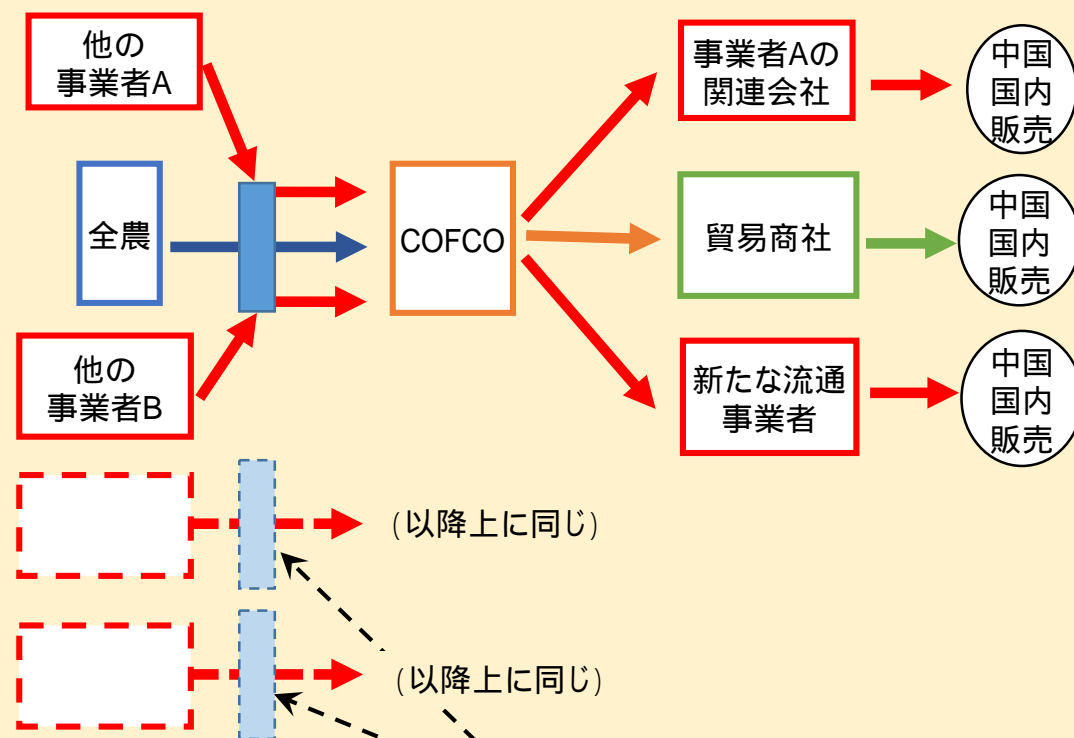
中国向け輸出ルート of 複線化 (輸出ターゲット市場の拡大)

中国向けのコメの輸出は、現在、全農の指定精米工場から全農が輸出するというルートのみ。
全農の指定精米工場を、全農以外の他事業者が使用してコメの輸出を行う実証の取組を進め、流通ルートを複線化して、日本産米流通の活性化を目指す。
平成28年度に、5事業者が中国向け輸出の実証に取り組むことを計画している。

< 現 状 >



< 実証の取組 (28年度予定) : 流通ルートを複線化 >



精米工場、くん蒸倉庫の指定・登録の追加に向けた働きかけを行い、さらなる流通ルートの複線化を目指す

米の輸出力強化に向けた対応方向(農林水産業の輸出力強化戦略 28年5月19日決定)

幅広い輸出ターゲットに向け、商品・売り方を多様化(輸出ターゲット市場の拡大)

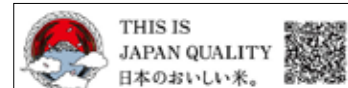
これまでの海外マーケットにおける日本産米販売の更なる拡大を図るため、輸出商品や販売方法の多様化を推進。

<取組例>

「金芽米」など機能性成分を売りにした高付加価値商品の市場開拓



輸出用米を海外でインターネット販売するモデルの事業化可能性についての実証



米輸出統一QRマーク

炊飯器のない家庭でも食べられるよう、無菌包装米飯(パックごはん)の販路開拓



ファーストフードとしての「おにぎり」の販売展開



無洗米とミネラルウォーターのセット販売



現地シェフによる米を使用したお菓子の開発、販売



海外マーケットへ



米の輸出力強化に向けた対応方向(農林水産業の輸出力強化戦略 28年5月19日決定)

価格競争力の強化のための生産コスト削減の取組(輸出ターゲット市場の深掘り)

日本産米の輸出の更なる促進のためには、価格競争力を強化し、従来はハイエンド向けであった日本産米の進出ゾーンを、ミドルレンジの中での高価格帯(ハイミドル層)を対象とした、輸出ターゲット市場の深掘りを目指すことが必要。

このため、日本再興戦略において決定されたKPI(担い手の生産コストを全国平均比4割削減)の実現に向け、担い手への農地集積・集約等、省力栽培技術の導入や作期分散の取組、生産資材費の低減の取組を着実に進める。

日本再興戦略(平成25年6月)において決定されたKPI

今後10年間で産業界の努力も反映して担い手の米の生産コストを現状全国平均(16,001円/60kg)から4割削減(9,600円/60kg)する。

平成25年産の担い手のコメの生産コスト: 個別経営(*) 11,374円/60kg (16,001円/60kgに対し2.9割減)

組織法人経営(**) 11,931円/60kg (16,001円/60kgに対し2.5割減)

担い手への農地集積・集約等

今後10年間で全農地面積の8割を担い手に集積

- ・ 分散錯圃の解消
- ・ 農地の大区画化、汎用化

省力栽培技術の導入や作期分散の取組

直播(ちよくはん)栽培による育苗・田植えの省略化

- ・ 田植えに比べて生産コストを約1割削減



専用の播種機を用いて播種 無人ヘリの活用も可能

作期の異なる品種の組み合わせ

- ・ 作期を分散することで、同じ人数で作付拡大が可能
- ・ 機械稼働率も向上

ICTを活用した作業管理

- ・ 作業のムダを見つけて手順を改善

生産資材費の低減

農業機械の低コスト仕様

- ・ 基本性能の絞り込み
- ・ 耐久性の向上

基本性能を絞った海外向けモデルの国内展開等(標準モデル比2~3割の低価格化)

肥料コストの低減

- ・ 土壌診断に基づく施肥量の適正化
- ・ 大口取引による肥料費低減

未利用資源の活用

- ・ 鶏糞焼却灰等の利用
1割の低価格化
- ・ 汚泥中りんの有効利用
3割の低価格化

(*) 認定農業者のうち、農業就業者1人当たりの稲作に係る農業所得が他産業所得と同等となる個別経営体(水稻作付面積15ha以上層)

(**) 米の販売金額が第1位となる稲作主体の組織法人経営体(平均水稻作付面積約29ha)

米の輸出力強化に向けた対応方向 (農林水産業の輸出力強化戦略 28年5月19日決定)

多収品種の導入等による低コストの輸出産地づくりの推進 (輸出ターゲット市場の深掘り)

産地がこれまでの国内の主要品種(コシヒカリ等)のみならず、国内で主食用として多く生産されていないが面積当たりの収量が高い品種(多収品種)の栽培を試験・研究機関の助言等を受けて試験的に実施。

そこで生産されたコメを輸出事業者、産地が連携して、販売先のニーズを踏まえた販売戦略のもと、現地でテスト販売。これらの取組を連携して行い、これまで販売できなかったハイミドル層への需要拡大を図る。

これまでの対象商品

これまでの輸出商品: 日本国内での主要銘柄
 ・ かしひかり
 ・ あきたこまち 等

海外のハイエンド向け販売

深掘り

深掘りの対象商品

これまで国内で主食用として多く生産されていない**多収品種**

収量を上げるための肥料等の投入増を踏まえても、低コスト生産が可能

< 収量イメージ >

単収:
 530kg/10a 700kg/10a (3割増)
 (全国平均) (多収品種を多肥栽培)

生産費:
 肥料投入の増加を見込んで、**2割程度低減**

ハイミドル層向けをターゲットとした商品開発を試験的に実施

(一定の品質を維持しつつ、日本国内での主要品種よりも**低価格で輸出**)

流通マージンが、価格の一定割合で課されるため、**コストの削減がマージンの削減にも寄与する** (右下図参照)

取組のイメージ

産地

- 多収品種の導入により、現地ニーズに応じた、より低コストな輸出用米の生産

試験・研究機関

- 低コスト生産技術の取組への助言
- 食味分析、機能性成分値の計測、PRストーリーの検討

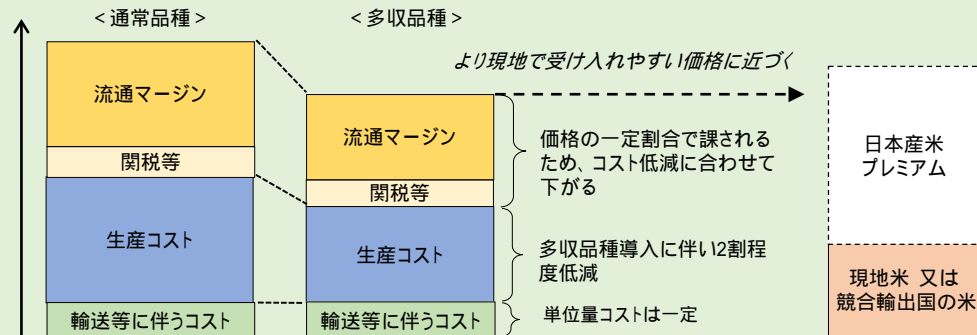
輸出事業者

- 現地ニーズの把握、産地への伝達
- PR資料の開発
- 輸出先国への**テスト販売**、評価・分析

連携

海外マーケット

価格構造のイメージ



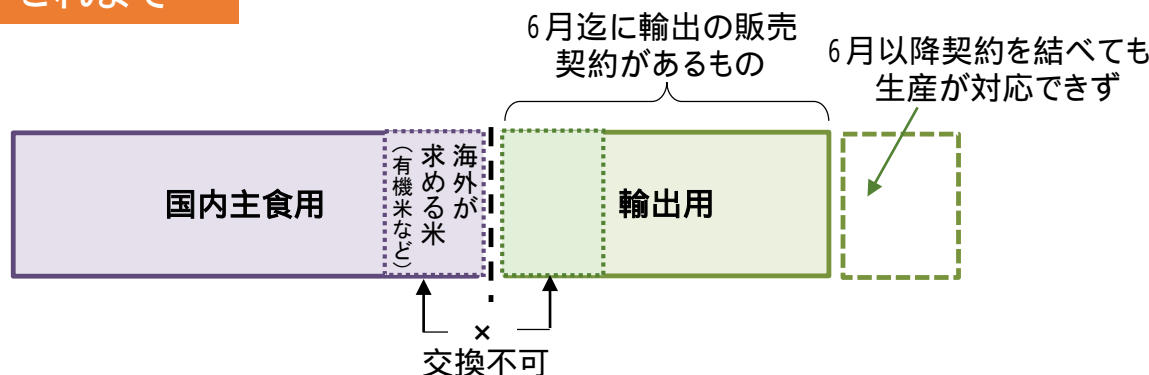
このほか、輸出促進に資する助成のあり方についても検討。

米の輸出力強化に向けた対応方向(農林水産業の輸出力強化戦略 28年5月19日決定)

輸出用米生産に関する制度運用を改正

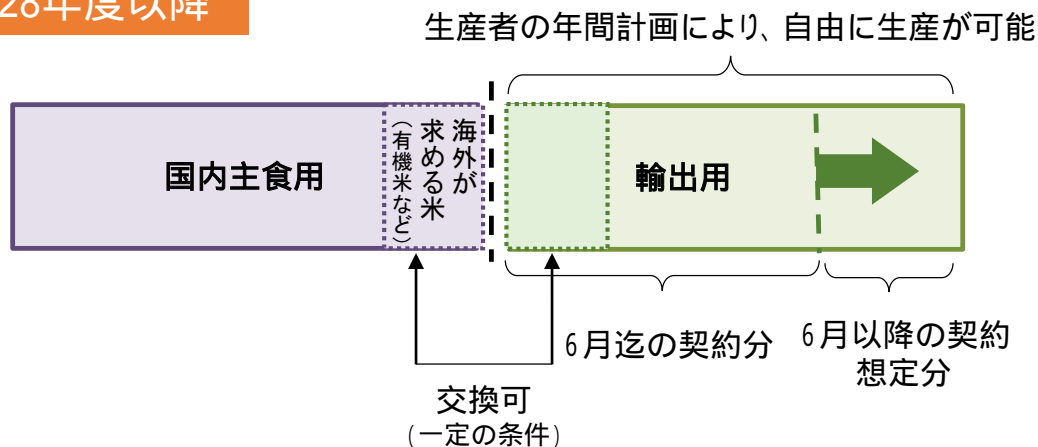
輸出用米の生産にあたっては、これまでは、国内主食用米と区別するため、6月時点で「販売契約書」の提出を求めていたが、平成28年4月より、生産者による「輸出計画書」の提出のみで輸出用米が作れるよう、計画承認の運用ルールを改正。

これまで



- ・ 輸出用米は、生産数量目標の外数で生産が可能。
- ・ ただし、確実に輸出に用いられるよう、6月時点で輸出用の販売契約書が必要。
7月以降に新たな契約が取れても、それに見合う生産が対応できていない。
また、栽培方法、品種等にこだわる輸出先の顧客のニーズに柔軟に対応することが困難。

28年度以降



輸出用米の生産にあたっては、生産者の計画書のみで生産が可能とし、6月時点での販売契約書を不要とする。
加えて、輸出先の顧客からの栽培方法、品種等のオーダーに対応して実際に輸出する米を交換できるよう、運用を改正。

- 6月時点で実際の契約がなくても、7月以降の新たな契約を見越した輸出用米の生産が可能。
- 輸出先の顧客のオーダーに応じた栽培方法、品種等の米の輸出が可能。

米の輸出力強化に向けた対応方向(農林水産業の輸出力強化戦略 28年5月19日決定)

輸出及び国内生産の現状(コメ)

輸出額は、日本食レストランや寿司屋などの米を取り扱う外食店向けの需要が徐々に拡大しており、近年増加傾向で推移。国別に見ると、香港及びシンガポール向けの輸出で全体の半分以上を占めており、高所得者を中心とした需要が増加。一方、国内生産額は、近年約2兆円前後で推移(H26においては、米価下落の影響を受け、1.4兆円まで減少)。

輸出額及び輸出量の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26	H27	H32目標(コメ・コメ加工品)
輸出額	6.8	7.3	10.3	14.3	22.3	600
輸出量	2,129	2,202	3,121	4,516	7,640	-

H27輸出額の国別内訳(億円)

国名	香港	シンガポール	中国	台湾	その他	計
輸出額	6.6	4.6	2.9	2.7	5.5	22.3
シェア	29.5%	20.7%	13.0%	12.0%	24.8%	100%

国内生産額及び国内生産量の推移(億円、万トン)

	H23	H24	H25	H26	H27
生産額	18,497	20,286	17,807	14,343	-
生産量	840	852	861	844	799

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国)

国名	米国	カナダ	豪州	メキシコ	マレーシア	シンガポール	チリ	ペルー	NZ	ベトナム	ブルネイ
結果	5年目 撤廃	(無税)	(無税)	10年目 撤廃	11年目 撤廃	(無税)	8年目 撤廃	従量税 維持	(無税)	即時 撤廃	(無税)