

令和7年度

北陸コメサロン

～コメ農家に伝えたい、戦略から始まる輸出～

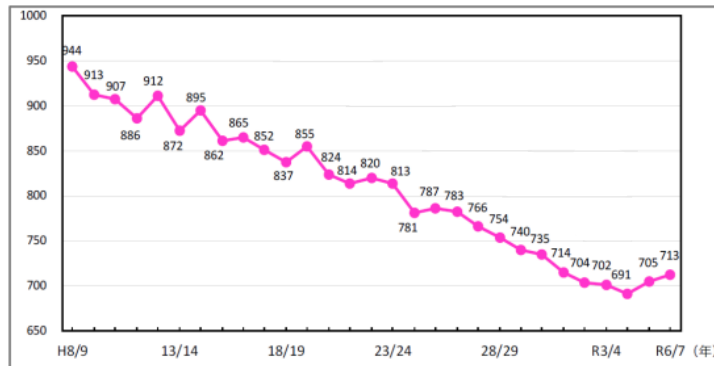
開催概要

令和8年3月5日開催
北陸農政局
生産部 生産振興課



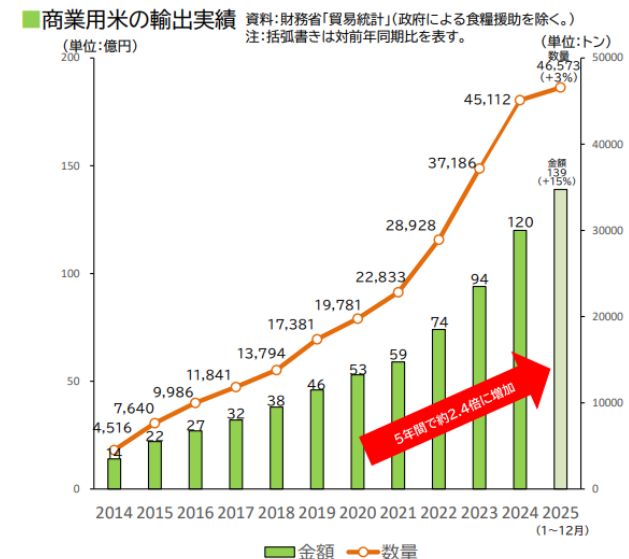
北陸コメサロンの開催背景

- 中長期的な観点で見た場合、主食用米を中心に国内マーケットは縮小傾向。
- 拡大が期待できる海外マーケットを取り込むことは、日本産米の新たな需要の開拓につながるだけでなく、水田農業の生産基盤を維持する観点からも重要。
- さらなる輸出拡大のために、輸出に係る明確な戦略・ビジョンを考えるきっかけとすることを目的に北陸コメサロンを開催。



主食用米の需要量の推移

農林水産省「米をめぐる状況について(令和7年10月)」をもとに作成



(出展)農林水産省「米の輸出をめぐる状況について(令和8年2月)」

プログラム

1. 米の輸出をめぐる状況について

農林水産省農産局企画課米穀貿易企画室
課長補佐 久保 努

2. 海外における米の市場動向等について



(独) 日本貿易振興機構 金沢貿易情報センター
係長 吉川 尚孝 氏

3. 事例紹介



(有) 山波農場
山波 剛 氏



(株) ファームNINJAP0
毛利 直人 氏



(株) 吉兆楽
水野 義彦 氏

4. パネルディスカッション

プログラム1～米の輸出をめぐる状況について～

農林水産省農産局企画課米穀貿易企画室課長補佐 久保 努

- 2025年4月策定の「食料・農業・農村基本計画」において、2030年の米の生産量を818万トンに増大させる目標を設定。
⇒各生産者が「需要に応じた生産」を行うことを前提に、米の増産に前向きに取り組めるよう、輸出を含めた需要開拓を行うことが必要。
- 「米・パックご飯・米粉及び米粉製品」の輸出については、2030年に35.3万トンとする目標を設定。
このうち米については、2025年の輸出実績は46,573トン（対前年同期比+3%）となり、直近5年間で約2.4倍に増加。
- 海外の日本食レストランの店舗数は増加傾向にあり、外食・中食を中心に日本食マーケットは確実に広がりつつある状況。
- おにぎりは、テイクアウトが可能で片手で手軽に食べられ、外食に比べコストパフォーマンスも高く、さらに健康食として、今後あらゆる国・地域で需要が拡大するポテンシャルを有する。



プログラム2～海外における米の市場動向等について～

(独) 日本貿易振興金沢貿易情報センター 係長 吉川 尚孝 氏

- 日本産米の輸出量は、需要の高まりもあり一貫して増加傾向。海外での日本産米の評価は、「高品質で安全」「冷めてもおいしい」など好評価がある一方で、「購入は価格次第」といった声もある。
- 成功事例から見えるポイントとしては、「現地の食文化や市場特性に合わせた商品提案」「体験型プロモーション」「安定した供給チェーン」「国際基準の品質保証(FSSC22000等)」が挙げられる。
- 一方で、輸出拡大の課題としては「海外市場での価格競争」「規制や物流の複雑性」「輸送時や現地気候による品質劣化リスク」などが挙げられる。
- 自社のお米の特徴や、“どの点に気を付けて食べてもらいたいか”を明確に伝えることが重要。現地の食文化、食習慣のリサーチは不可欠。



プログラム3～事例紹介～

有限会社山波農場

- 「集落の農業を守っていく」ことを決意し、地域の水田を集約(総面積120ha)。
- 自社の理念に共感した実需者との関係のもと、需要に応じて輸出用米を生産。
- 栽培管理方法を確立して、品質・食味・収量の安定化を図る。

株式会社ファームNINJAPO

- 県内の生産者と連携しながら、実需の需要量に応じて米を輸出。
- 乾田直播、多収品種の作付等の低コスト生産を進める。
- 海外スーパー等に実際に出向き、商談・試食販売等を実施。

株式会社吉兆楽

- 独自の熟成・鮮度保持技術を活用し、付加価値の高いコメ商品を国内外に展開。新潟米の価値を正當に評価してくれる海外市場の拡大を目指す。
- 自社製品の製造に加え、技術提供によるOEMにも対応。



プログラム4～パネルディスカッション①～

テーマ①：輸出の開始

- 国内需要が衰退する中でも農地を守りたいと考えていたところ、JETRO新潟を通じて信頼できる事業者とマッチングできた。
- 実需の要望を正確に理解し、生産者として対応可能な部分と譲れない部分を明確にすることで、実需との認識のミスマッチを防ぐことが必要。
(山波農場・山波氏)

- 米の需給を安定させるには販路を海外に求めることが重要であり、輸出用米の生産であれば既存農地・技術を有効活用できるとの考えで実施。
- 輸出に取り組む生産者等の事例を踏まえた上で、自社でも輸出ができるのか、どれくらいの量なら輸出できるかを検討した。(ファームNINJAPO・毛利氏)

- 自社商品が海外で評価されることが、国内市場でも有利に働くと考えた。
- 商品が輸出に耐えるか、価値の訴求・鮮度保持・国際認証等の観点から綿密に検討した。(吉兆楽・水野氏)



プログラム4～パネルディスカッション②～

テーマ②：生産コスト、価格

- 国内向け商品の価格変動に関わらず、海外向け商品の価格を設定している。実需からの量・品質等の要望に応えられるようにすること、需要に見合う原価を設定し実需との合意の上で達成することが重要。
- ICT・AI・自動化技術等を積極的に活用。生産コストを低減し、実需とともに輸出拡大を目指していく。(山波農場・山波氏)
- 他産地との差別化を図るため、品質とのバランスも見ながら生産コスト低減に取り組んでいる(乾田直播等)。
- 低減したコスト分は、従業員の海外研修・商談のための現地渡航などにも活用。(ファームNINJAPO・毛利氏)
- 高価格帯の商品を輸出したかったため、商品価値の説明が重要だと判断した。このため、間に入る業者を少なくして営業することを意識した。
- コスト低減も重視しているが、それを売価に反映する方針は取っていない。輸出ビジネスに欠かせない販売促進・プロモーション等の費用に活用している。(吉兆楽・水野氏)



プログラム4～パネルディスカッション③～

テーマ③：将来展望

- 農地集約・生産性向上・共同利用施設の整備を通じ、輸出用米の産地形成を進める必要がある。
- 国内需要に左右されずに輸出用米を生産するため、実需者との合同会社を設立予定。(山波農場・山波氏)

- 実需との取引量は増加傾向。今後も輸出用米生産を継続するため、富山県内の輸出用米生産者グループの組織化を構想中。(ファームNINJAPO・毛利氏)

- 県内の契約生産者と、OEMを含めた役割分担の中で「チーム新潟」として輸出に対応していきたい。
- 安定した商流・取引量を維持し、将来的には経営の重要な一部門と位置付けたい。実需からの要望・供給体制のバランスを見ながら、収益を出せる範囲で段階的に輸出を拡大したい。(吉兆楽・水野氏)



北陸コメサロンの概要～アンケート結果～

参加された方からの声（抜粋）

- 輸出に実際に取り組んでいる方々のモチベーションの原点を拝聴できてよかった。
 - 継続的な輸出に取り組むためには、意識や意欲が不可欠であると再確認できた。
 - 特に心に残ったことは食の都「パリ」に輸出されている事例があることだ。北陸の農業が高く評価されての結果だと思う。このことから、世界中に北陸の米が普通に流通する未来は近いと想像した。
-
- 今後のサロンで聞きたい内容としては、「輸出先各国の法令・規制への対応について」「現地消費者ニーズ・現地向け商品開発について」「輸出用米生産に向けた技術について（低コスト生産技術・有機栽培等）」が多く挙がった。

※アンケート回答率：19.8%

※参加申込者のうち、卸業者等企業関係者が34.3%、行政関係者が31.4%、生産者・生産者団体が21.4%、その他（大学・団体関係者等）13%

