

<対策のポイント>

生産者、集荷業者・団体の自主的な取組により需要に応じた生産・販売が行われる環境を整備し、産地の判断により、主食用米を長期計画的に販売する取組や輸出用など他用途への販売を行う取組等を実施する体制を構築するため、**民間主導のコメの周年供給・需要拡大等に対する取組を支援**します。

<政策目標>

生産者、集荷業者・団体による自主的な経営判断や販売戦略に基づく、需要に応じた米の生産・販売の実現

<事業の内容>

全国事業

1. 業務用米等の安定取引拡大支援

産地と中食・外食事業者等との安定取引を拡大するため、**民間団体が行う業務用米や輸出用米の生産・流通の拡大に向けた展示商談会等を支援**します。

産地

2. 周年供給・需要拡大支援

産地において、あらかじめ生産者等が積立てを行い、以下の取組を実施する場合に支援します（※）。

- ① 主食用米を翌年から翌々年以降に長期計画的に販売する取組（収穫前契約、複数年契約の場合は追加的に支援）
- ② 主食用米を輸出向けに販売する際の商品開発、販売促進等の取組
- ③ 主食用米を業務用向け等に販売する際の商品開発、販売促進等の取組
- ④ 主食用米を非主食用へ販売する取組

また、米の流通合理化を進めるため、玄米の推奨規格フレコンを活用した**輸送モデル実証**を支援します。

<事業の流れ>



<事業イメージ>

1. 業務用米等の安定取引拡大支援

〔業務用米取引セミナー〕



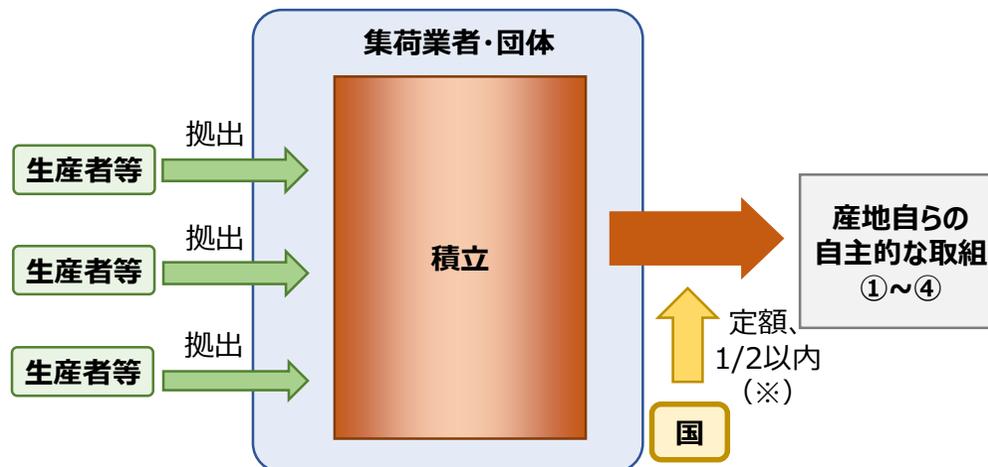
〔展示商談会〕



〔輸出用米商談会〕



2. 周年供給・需要拡大支援



（※） 値引きや価格差補てんのための費用は支援の対象外。

主食用米の需給安定の考え方について

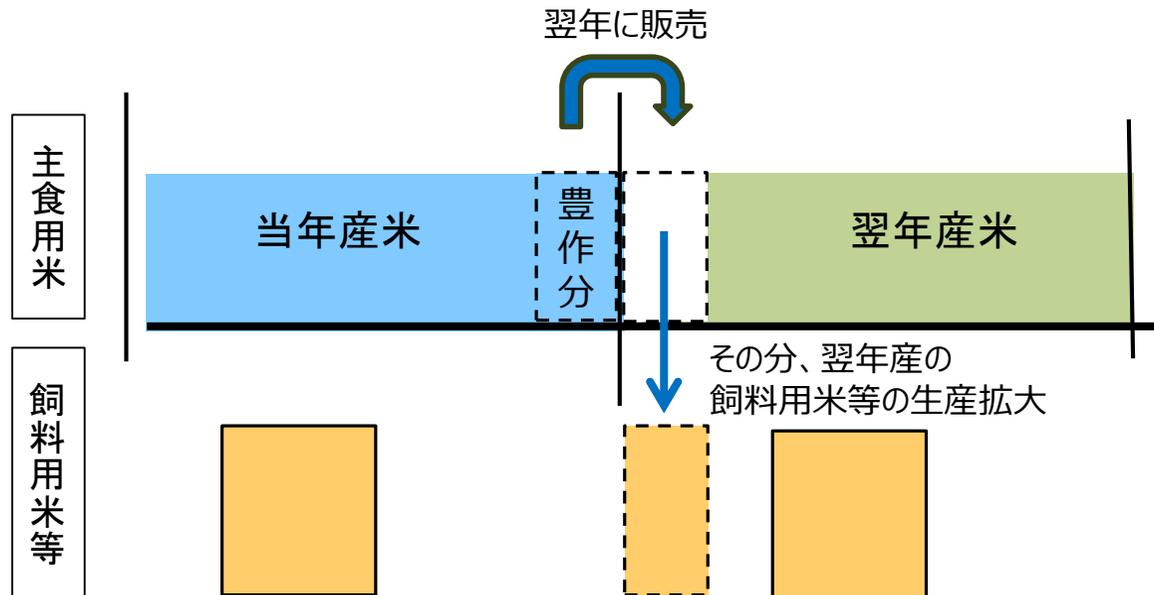
- 「需要に応じた生産を行ってもなお、気象の影響等により、必要な場合」には、主食用米を長期計画的に販売する取組や、輸出用など他用途への販売を行う取組等を自主的に実施するための支援措置を平成27年度から創設。

(米穀周年供給・需要拡大支援事業：令和2年度予算概算決定額 50億円 (50億円))

- 本事業を活用するための体制整備は37道府県の40事業者において行われており、出来秋の需給対策として、今後とも本事業を継続・推進。(令和元年度においては23道県の24事業者において活用(申請ベース))

- 必要がある場合に、この支援措置を活用して、豊作分を翌年に回し、その分、水田活用の直接支払交付金を活用して、翌年産の飼料用米等の生産を拡大して、主食用米の供給を絞るといった取組を定着させ、主食用米の需給の安定を図っていくことが重要。

(水田活用の直接支払交付金：令和2年度予算概算決定額 3,050億円 (2,961億円))



(参考) 米穀周年供給・需要拡大支援事業におけるこれまでの主な取組事例

主な産地	主な取組概要
北海道	<p>【長期計画的販売の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> 需要者と連携した生産年の翌年11月以降の長期計画的な販売 <p>【輸出向けへの販売促進等の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> 海外向け北海道米PRパンフレットの作成配布 <p>【中食・外食向け等への販売促進等の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> 各種メディア及びイベントを活用した北海道産米のPR 認知度向上に向けた情報収集、データ分析による販路拡大手法の検討
秋田	<p>【長期計画的な販売の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> 需要者と連携した生産年の翌年11月以降の長期計画的な販売 <p>【中食・外食向け等への販売促進等の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> 各種メディア及びイベントを活用した秋田県産米のPR 食味分析データを用いた販売促進パンフレットの作成配布 外食事業者等が参加する各種商談会での試食等の実施
山形	<p>【輸出向けへの販売促進等の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> 海外百貨店等での「つや姫」、「はえぬき」PRキャンペーンの開催 <p>【中食・外食向け等への販売促進等の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> 各種メディア及びイベントを活用した山形県産米のPR 販路拡大に向けたコンサルティング活動
新潟	<p>【長期計画的な販売の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> 需要者と連携した生産年の翌年11月以降の長期計画的な販売 <p>【中食・外食向け等への販売促進等の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> 各種メディア及びイベントを活用した新潟県産米のPR JRエキナカ店舗との連携による販売促進活動の実施 インターネット調査による新潟県産米の認知度・消費者ニーズ等の把握
石川	<p>【長期計画的販売の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> 需要者と連携した生産年の翌年11月以降の長期計画的な販売 <p>【輸出向けへの販売促進等の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> 現地市場等調査による実需者ニーズの把握や石川県産米パンフレットの作成配布 <p>【中食・外食向け等への販売促進等の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> 各種メディア及びイベントを活用した石川県産米のPR 毎月2日を「おにぎりの日」に制定し、これを起点にした試食イベント等の開催

- 農業再生協議会は国からの情報や自らの販売可能数量等を踏まえ、都道府県、市町村段階で地域の生産者団体や担い手と連携し、水田フル活用ビジョン(地域として水田で、どの作物をどれだけ推進するか)を作成するとともに、その内容を生産現場に周知。
- 国の補助事業により、農業再生協議会の円滑な業務遂行を引き続き支援するとともに、ICTを活用した農業再生協議会の業務効率化の取組についても支援。

農業再生協議会の活動概要

【規模・構成】

(都道府県農業再生協議会:都道府県の区域毎に設置)

- ・JA等の生産出荷団体
- ・農業会議
- ・担い手農業者組織
- ・行政 など

(地域農業再生協議会:市町村の区域を基本に設置)

- ・JA等の生産出荷団体
- ・農業委員会
- ・担い手農家
- ・行政 など

国の補助事業により支援

【役割】

- ・水田フル活用ビジョン(地域毎の作付作物推進方針)の作成・周知
- ・地域の各作物の作付・需要動向把握
- ・経営所得安定対策・水田活用の直接支払交付金の交付事務(交付金対象作物の現地確認、交付金関連情報システム入力)
- ・経営所得安定対策等の推進
- ・ICTを活用した業務効率化の取組(例:現地確認におけるタブレットの導入) など

需要に応じた生産の推進に係る全国会議等（農林水産省主催）

- 各都道府県が翌年産に向け主体的に需要に応じた生産を行うことができるよう、
 - ① 国から全国の需給見通しや各県の中間的作付動向等について情報提供を行うとともに、
 - ② 各都道府県の翌年産に向けた取組について情報を相互に共有する会議を開催。
- 本会議には、各都道府県農業再生協議会の他、全中・全農・日本農業法人協会等の関係団体が出席。
- また、国は、各産地銘柄の在庫状況や生産販売状況等を踏まえ、需要に応じた生産に向けた生産現場への情報提供や認識の共有を個別に行う。

会議の概要

【開催時期】

- ・ 1月、4月、12月頃

【主な内容】

- ・ 国からの情報提供
(米の基本指針、中間的作付動向等)
- ・ 各県からの情報提供
(30年産に向けた取組状況についての事例発表)

【参集範囲】

- ・ 各都道府県農業再生協議会
- ・ 全国団体（全中、全農、全集連、全国農業会議所、日本農業法人協会、全国稲作経営者会議、全米販等）

【出席者数】

H27. 12月 : 225名	H28. 4月 : 195名	H28. 11月 : 258名
H29. 4月 : 226名	H29. 12月 : 224名	H30. 1月 : 120名
H30. 4月 : 223名	H30. 11月 : 224名	H31. 1月 : 163名
H31. 4月 : 108名	R元. 11月 : 198名	R2. 1月 : 214名

生産現場への情報提供等

- 今後も、産地・生産者が需要に応じた生産が進められるよう、各県、地域段階の作付・販売動向や中間的取組状況を踏まえ、生産現場への情報提供や認識の共有を行う。

【実施状況】

- ・ 都道府県等への情報提供
 - H28年産 : 延べ 55県
 - H29年産 : 延べ 42県
 - H30年産 : 延べ 51県
 - R元年産 : 延べ104県
 - R2年産 : 延べ 40県（2月末現在）

需要に応じた販売について（低価格帯の需要への生産・販売の拡大）

【買い手の意向と産地の意向のミスマッチ】

用途に応じた米
生産が重要！

ミスマッチ

少しでも単価の高
い米を売りたい！

買い手の意向

産地の意向

一般家庭用
(高価格帯中心)
70%程度

一般家庭用

中食・外食向け
(低価格帯中心)
30%程度

需要に応じた
生産・販売へ

中食・外食向け

令和元年産生産量：726万ト

- 主食用米全体の需給は均衡している中、産地においては、高価格帯中心の一般家庭用の米を生産する意向が強い。
- 一方、買い手においては、3割を占める低価格帯中心の中食・外食向けなどにも対応した米生産へのニーズがあり、ここにミスマッチが生じている状況。



- 一般家庭用、中食・外食向け各々の需要に応じた生産・販売の取組を進める必要。
- それを行わない場合には、結局、国内主食用米需要全体の一層の減少につながる。

－取組事例（A市B生産法人）－

- ・ A市はブランド米の産地であるが、B生産法人は中食・外食事業者からのニーズを受け、28年産から多収品種（あきだわら）の作付を開始。
- ・ 一般家庭用より3割多収を実現し、一般家庭用で得られる収入とほぼ同等の収入を確保。

中食・外食向け販売量の状況について①(中食・外食向け販売実態調査結果)

- 産地における中食・外食向けの需要に応じた生産・販売への取組を促すため、産地や銘柄ごとの中食・外食向けの販売割合順位等をマンスリーレポートで公表。

平成30年7月から令和元年6月までの1年間において、年間玄米取扱量4,000トン以上の販売事業者が、精米販売を行った数量のうち、中食・外食向けに販売した数量について調査を実施。

販売先割合の推移(全国)

	30/元年	29/30年	28/29年	27/28年
中食・外食向け	38%	39%	39%	37%
家庭内食向け等	62%	61%	61%	63%

注：家庭内食向け等は、精米販売量全体から中食・外食向け販売量を差し引いたものである。

中食・外食向けの販売割合が高い上位10県

	30/元年		29/30年		28/29年		27/28年	
1	福島	65%	群馬	69%	群馬	65%	栃木	67%
2	栃木	65%	栃木	65%	福島	65%	福島	64%
3	群馬	62%	福島	61%	岡山	63%	岡山	60%
4	岡山	60%	山口	59%	栃木	63%	山形	59%
5	山口	57%	山形	53%	宮城	57%	熊本	58%
6	宮城	53%	岡山	52%	山口	56%	山口	57%
7	熊本	53%	埼玉	50%	山形	55%	群馬	56%
8	山形	49%	宮城	47%	佐賀	55%	宮城	53%
9	青森	47%	青森	47%	岩手	52%	佐賀	50%
10	鳥取	44%	岩手	47%	青森	51%	香川	49%

注：中食・外食向け販売量が、1,000ト未満の都府県は除いている。

中食・外食向け販売量全体に占める産地品種銘柄別割合(上位20)

	30/元年			29/30年			28/29年			27/28年		
	産地	品種銘柄	割合	産地	品種銘柄	割合	産地	品種銘柄	割合	産地	品種銘柄	割合
1	宮城	ひとめぼれ	7%	宮城	ひとめぼれ	7%	宮城	ひとめぼれ	8%	山形	はえぬき	9%
2	栃木	コシヒカリ	6%	山形	はえぬき	7%	山形	はえぬき	7%	宮城	ひとめぼれ	9%
3	山形	はえぬき	6%	栃木	コシヒカリ	7%	栃木	コシヒカリ	7%	栃木	コシヒカリ	7%
4	福島	コシヒカリ	5%	北海道	ななつぼし	5%	北海道	ななつぼし	5%	福島	コシヒカリ	5%
5	青森	まっしぐら	4%	福島	コシヒカリ	4%	岩手	ひとめぼれ	5%	茨城	コシヒカリ	4%
6	北海道	ななつぼし	4%	岩手	ひとめぼれ	4%	福島	コシヒカリ	4%	北海道	ななつぼし	4%
7	岩手	ひとめぼれ	3%	青森	まっしぐら	4%	茨城	コシヒカリ	4%	青森	まっしぐら	4%
8	茨城	コシヒカリ	3%	茨城	コシヒカリ	4%	青森	まっしぐら	4%	岩手	ひとめぼれ	4%
9	新潟	コシヒカリ	3%	新潟	コシヒカリ	3%	秋田	あきたこまち	3%	秋田	あきたこまち	3%
10	福島	ひとめぼれ	2%	秋田	あきたこまち	2%	新潟	コシヒカリ	2%	北海道	きらら397	2%
11	北海道	ゆめぴりか	2%	長野	コシヒカリ	2%	北海道	きらら397	2%	新潟	コシヒカリ	2%
12	秋田	あきたこまち	2%	福島	ひとめぼれ	2%	福島	ひとめぼれ	2%	栃木	あさひの夢	1%
13	長野	コシヒカリ	2%	富山	コシヒカリ	2%	富山	コシヒカリ	2%	富山	コシヒカリ	1%
14	栃木	あさひの夢	2%	北海道	きらら397	1%	長野	コシヒカリ	1%	長野	コシヒカリ	1%
15	富山	コシヒカリ	1%	北海道	ゆめぴりか	1%	北海道	ゆめぴりか	1%	福島	ひとめぼれ	1%
16	千葉	コシヒカリ	1%	千葉	コシヒカリ	1%	栃木	あさひの夢	1%	青森	つがるロマン	1%
17	北海道	きらら397	1%	栃木	あさひの夢	1%	石川	コシヒカリ	1%	千葉	ふさこがね	1%
18	青森	つがるロマン	1%	石川	コシヒカリ	1%	千葉	コシヒカリ	1%	秋田	ひとめぼれ	1%
19	新潟	こしいぶき	1%	青森	つがるロマン	1%	青森	つがるロマン	1%	石川	コシヒカリ	1%
20	千葉	ふさこがね	1%	群馬	あさひの夢	1%	新潟	こしいぶき	1%	千葉	コシヒカリ	1%

注：割合は、各産地品種銘柄ごとの中食・外食向け販売量を、全国の中食・外食向け販売量で除したものである。

<当データを見る上での留意事項>

- ▶ 販売事業者が、中食・外食向けに精米販売した数量であり、小売店等に精米販売し、その後、中食・外食に仕向けられたものは含まれていない。
- ▶ 中食事業者は、コンビニエンスストア、スーパー、弁当屋、給食事業等であり、外食事業者は、牛丼、回転寿司等のファーストフード店、ファミリーレストラン、ホテル等宿泊施設等である。
- ▶ 中食・外食向けには、主に米販売業者から供給されるが、家庭内食向けには、米販売業者経由の他に農家直売や縁故米等からも供給されるため、米販売業者からの供給量のみで作成した当データは、中食・外食向けの割合が高く出る傾向がある。

中食・外食向け販売量の状況について②(中食・外食向け販売実態調査結果)

30/元年の産地別販売先割合 (産地品種銘柄別内訳)

※ 下段()書きは販売数量(単位:千トン)

産地	中食・外食向け (産地品種銘柄別内訳)					家庭内食向け等
北海道	30% (103.0)	ななつぼし (43.1)	ゆめひりか (24.1)	きらら397 (14.8)	その他 (21.1)	70% (245.2)
青森	47% (65.7)	ましぐら (51.1)	つがるロマン (13.5)	その他 (1.1)		53% (75.4)
岩手	40% (48.4)	ひとめぼれ (40.0)	あきたごまち (5.3)	いわてっこ (1.0)	その他 (2.2)	60% (72.2)
宮城	53% (93.4)	ひとめぼれ (81.2)	つや姫 (3.5)	ササニシキ (2.0)	その他 (6.8)	47% (83.6)
秋田	17% (45.5)	あきたごまち (21.8)	ひとめぼれ (8.5)	めんこいな (6.4)	その他 (8.9)	83% (222.4)
山形	49% (89.2)	はえぬき (72.8)	ひとめぼれ (4.6)	つや姫 (2.2)	その他 (9.6)	51% (94.3)
福島	65% (92.8)	コシヒカリ (54.9)	ひとめぼれ (24.9)	天のつば (7.8)	その他 (5.2)	35% (50.0)
茨城	37% (52.3)	コシヒカリ (36.9)	あきたごまち (6.0)	ヨキクイン (0.0)	その他 (9.4)	63% (88.9)
栃木	65% (106.5)	コシヒカリ (74.3)	あさひの夢 (19.7)	なすひかり (3.7)	その他 (8.9)	35% (58.2)
群馬	62% (13.0)	あさひの夢 (10.4)	ゆめまつり (1.6)	その他 (1.1)		38% (8.0)
埼玉	42% (14.8)	彩のかがやき (5.2)	コシヒカリ (3.3)	彩のきずな (2.7)	その他 (3.6)	58% (20.2)
千葉	29% (31.9)	コシヒカリ (15.9)	ふさこがね (10.6)	ふさおとめ (2.9)	その他 (2.5)	71% (77.2)
新潟	20% (50.7)	コシヒカリ (30.7)	こしいぶき (10.8)	その他 (9.2)		80% (199.3)
富山	29% (24.2)	コシヒカリ (17.8)	てんたくく (2.4)	その他 (4.0)		71% (58.8)
石川	31% (17.3)	コシヒカリ (9.7)	ゆめみづほ (5.0)	その他 (2.6)		69% (38.6)

産地	中食・外食向け (産地品種銘柄別内訳)					家庭内食向け等
福井	24% (14.4)	ハナエチゼン (4.6)	コシヒカリ (4.3)	その他 (5.4)		76% (44.5)
山梨	43% (1.9)	コシヒカリ (1.6)	その他 (0.4)			57% (2.5)
長野	39% (24.0)	コシヒカリ (21.5)	あきたごまち (1.8)	その他 (0.7)		61% (37.0)
岐阜	43% (10.3)	ハツシモ (5.5)	コシヒカリ (1.1)	あきたごまち (0.5)	その他 (3.3)	57% (13.9)
静岡	7% (0.9)	コシヒカリ (0.5)	きぬむすめ (0.1)	あいちのかおり (0.0)	その他 (0.3)	93% (12.1)
愛知	36% (11.2)	あいちのかおり (9.6)	コシヒカリ (0.7)	大地の風 (0.1)	その他 (0.7)	64% (19.9)
三重	20% (8.0)	コシヒカリ (4.1)	キヌヒカリ (1.1)	その他 (2.9)		80% (32.8)
滋賀	39% (20.8)	キヌヒカリ (5.1)	コシヒカリ (3.7)	日本晴 (3.4)	その他 (8.6)	61% (33.0)
京都	22% (2.7)	コシヒカリ (1.5)	キヌヒカリ (0.5)	ヒノヒカリ (0.5)		78% (9.4)
大阪	54% (0.5)	その他 (0.5)				46% (0.5)
兵庫	30% (7.8)	コシヒカリ (5.0)	ヒノヒカリ (1.1)	キヌヒカリ (0.9)	その他 (0.9)	70% (17.9)
奈良	16% (1.2)	ヒノヒカリ (0.8)	その他 (0.3)			84% (6.1)
和歌山	29% (0.4)	その他 (0.4)				71% (1.0)
鳥取	44% (10.5)	きぬむすめ (4.4)	ひとめぼれ (3.8)	コシヒカリ (2.3)	その他 (0.0)	56% (13.2)
島根	28% (6.6)	きぬむすめ (3.2)	コシヒカリ (1.8)	つや姫 (1.2)	その他 (0.3)	72% (16.8)

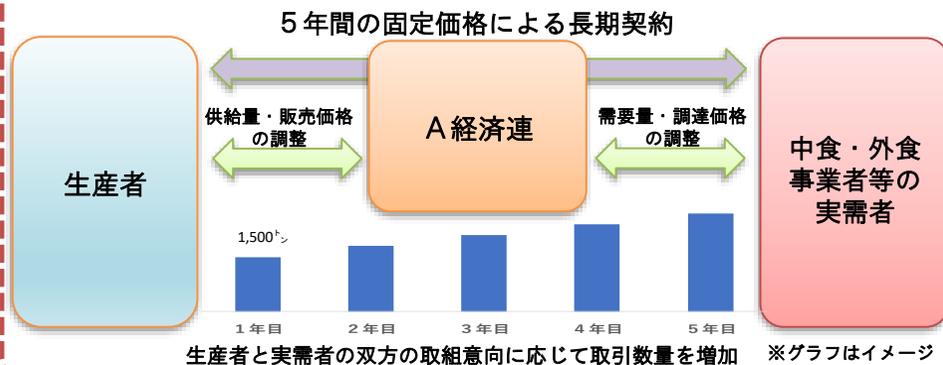
産地	中食・外食向け (産地品種銘柄別内訳)					家庭内食向け等
岡山	60% (20.9)	アケボノ (7.8)	ヒノヒカリ (2.4)	あきたごまち (1.2)	その他 (9.5)	40% (13.7)
広島	41% (12.6)	コシヒカリ (5.3)	あきさかり (3.0)	あきろまん (0.9)	その他 (3.3)	59% (18.1)
山口	57% (16.9)	ヒノヒカリ (4.5)	コシヒカリ (4.2)	ひとめぼれ (4.0)	その他 (4.2)	43% (12.9)
徳島	23% (3.2)	コシヒカリ (1.3)	キヌヒカリ (0.9)	その他 (0.9)		77% (10.9)
香川	34% (4.2)	ヒノヒカリ (2.8)	コシヒカリ (0.5)	おいでまい (0.1)		66% (8.0)
愛媛	27% (2.5)	ヒノヒカリ (0.8)	コシヒカリ (0.5)	あきたごまち (0.4)	その他 (0.8)	73% (7.0)
高知	10% (1.2)	コシヒカリ (0.9)	ヒノヒカリ (0.2)	その他 (0.0)		90% (10.6)
福岡	23% (12.7)	ヒノヒカリ (7.5)	元気つくし (2.6)	夢つくし (1.2)	その他 (1.3)	77% (41.7)
佐賀	44% (14.7)	さがびより (6.7)	夢しずく (3.0)	ヒノヒカリ (2.5)	その他 (2.4)	56% (19.0)
長崎	18% (1.5)	にこまる (0.6)	ヒノヒカリ (0.5)	コシヒカリ (0.2)	その他 (0.1)	82% (6.8)
熊本	53% (22.9)	ヒノヒカリ (7.6)	森のくまさん (2.9)	コシヒカリ (2.0)	その他 (10.4)	47% (20.6)
大分	25% (3.9)	ヒノヒカリ (2.7)	ひとめぼれ (0.2)	その他 (0.9)		75% (11.4)
宮崎	18% (3.2)	ヒノヒカリ (1.3)	コシヒカリ (1.0)	その他 (1.0)		82% (14.2)
鹿児島	33% (5.2)	あきほなみ (2.2)	ヒノヒカリ (1.9)	コシヒカリ (0.2)		67% (10.7)
沖縄	45% (0.2)	その他 (0.2)				55% (0.3)

注：中食・外食向け販売量が、100ト未満であった東京、神奈川は除いている。

(参考)中食・外食向けの需要に応じた生産・販売事例

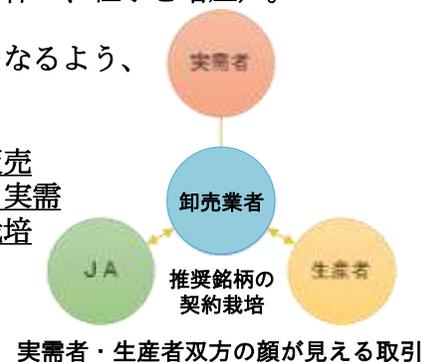
中食・外食事業者等との5年間の長期契約取引の取組

- A経済連では、30年産からの米政策の見直しを機に、生産者にとっても経営のメリットとなるとして、実需者サイドの需要量・調達価格と、生産者サイドの供給量・販売価格の調整を行い、30年産から中食・外食事業者等の実需者との5年間の固定価格による長期契約取引を開始している。
- この取組により、
 - ① 生産者サイドは、安定した取引先を確保できるほか、相場変動のリスクを回避できるとともに、将来の経営の見通しを立てることができる
 - ② 実需者サイドは、長期に渡る固定価格での取引によって、原料調達の安定化やコストを平準化することができる
 など、生産者・実需者の双方にメリットのある取引形態となっている。
- この取組は生産者、実需者双方から一定の評価を得られており、双方の取組意向に応じた銘柄や数量に取り組んでいく考え(開始初年度の契約数量は、1,500トン程度)。また、契約終了の段階で、取引価格や契約年数の検証を行い、契約の継続や取引数量の増加に繋げていくこととしている。



卸売業者と産地の契約栽培による安定取引の取組

- B卸売業者では10年前から、自社が奨励する農研機構が開発した多収性品種や良食味品種を、複数の産地のJAや大規模農業法人と契約栽培し、実需者への安定生産を推進している(現在は、取組産地の増加・作付面積の拡大に伴い、種子を増産)。
- 価格については、安定した取引となるよう、一定の範囲内で設定している。
- 集荷した米は、特定の実需者へ販売されていることから、生産者には、実需者が見える生産であることも契約栽培のインセンティブとなっている。



大手総合化学メーカーのティアアップによる中食・外食向け銘柄の生産

- C農協では、農業関連資材・サービス、関連資材、経営ノウハウを提供する大手総合化学メーカーのD社と中食・外食向けに仕向けられる多収性・良食味品種の契約生産を開始している。
- D社は、契約生産するJA組合員に対して種子・農薬・肥料等の農業資材の提供はもとより、経営ノウハウを指導するほか、生産された米の全量買取を行い、商社を通じて中食事業者(弁当屋・総菜メーカー等)へ販売している。



(参考)産地と中食・外食事業者等の米マッチングフェアについて

- 全国農業再生推進機構等は、農林水産省の支援の下、中食・外食向けニーズに応じた安定取引の推進のため、マッチングイベントを開催。
- 令和元年度開催の「米マッチングフェア2019」では、売り手(JA、農業生産法人等)71団体、買い手(中食・外食事業者等の実需者)217社が参加。

米マッチングフェア2019 パンフレット



米マッチングフェア2019 開催状況



商談会の様子(大阪会場8/22)



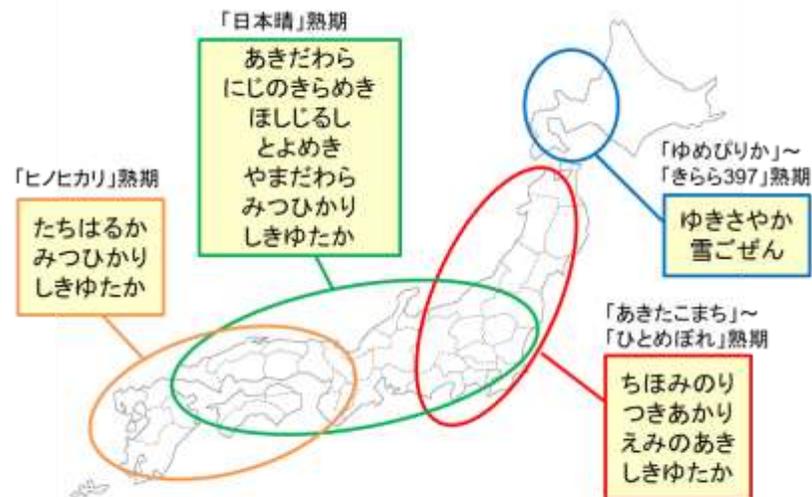
セミナーの様子(東京会場9/11)

マッチング商談事例

- ①北陸の生産法人が多収品種「ちほみのり」について、生産コストをベースとした取引(事前契約・複数年契約)で中食事業者と商談成立。
- ②関東の生産法人が、多収品種(ほしじるし)を導入し出展。大手外食事業者と2千トンの商談成立(事前契約・複数年契約)。

中食・外食向け米の多収品種

多収で良食味の中食・外食向け品種の栽培適地



民間企業が開発した多収品種の例

「みつひかり」

三井化学アグロ(株)

- 一般品種との作期分散に有効な良食味品種。
- 関東以西に対応。
- 収穫が遅れても品質劣化が少なく、「刈り遅れ」の心配が少ない。

「しきゆたか(ハイブリッドとうごうシリーズ)」

豊田通商(株)

- 多収性に優れる耐倒伏性の良食味品種。
- うるち、半モチの2種類があり、4系統で北海道を除く各地に対応。

「つくばSDシリーズ」

住友化学(株)

- 短幹で倒れにくい、多収の良食味品種。
- コシヒカリの血を引き、3系統で南東北以南の全国各地に対応。

農研機構が開発した多収品種の例

北海道向け「雪ごぜん」

- やや高アミロース・低タンパクの業務用多収米品種。
- 耐冷性に優れ、冷害年でも収量が安定する。

東北以南向け「ちほみのり」

- 多収で直播栽培向きの良食味品種。
- 炊飯米の光沢、粘りとも「あきたこまち」並の良質、良食味。

東北中北部以南向け「えみのあき」

- いもち病に強く、良食味の直播用品種。
- 倒れにくく、葉いもち、穂いもちとも極めて強い。

関東・北陸以南向け「あきだわら」

- 「コシヒカリ」より多収で、「コシヒカリ」に近い良食味品種。
- 生育が「コシヒカリ」より遅く、作期分散が可能。

関東・北陸以南向け「にじのきらめき」

- 大粒で業務用に適する多収の極良食味品種。
- 高温耐性に優れ、縞葉枯病に抵抗性。

西日本・九州向け「たちはるか」

- 耐倒伏性・耐病性を備えた低コスト直播栽培向き多収品種。
- いもち病、縞葉枯病にも強い。

北海道向け「ゆきさやか」

- やや低アミロース・低タンパクで多収の極良食味品種。
- 耐冷性に優れ、比較的倒れにくい。

東北中南部以南向け「つきあかり」

- 早生で多収の極良食味品種。
- ご飯はツヤがあり、うま味に優れ、4時間保温しても美味しさが持続。

関東・北陸以南向け「とよめき」

- 極多収で粘りが弱い早生の業務・加工用品種。
- 冷凍米飯等の加工用米としての利用に適している。

関東・北陸以南向け「やまだわら」

- 極多収で粘りが弱い中生の業務・加工用品種。
- 冷凍米飯等の加工用米としての利用に適している。

関東・北陸以南向け「ほしじるし」

- 二毛作向きで、「コシヒカリ」より多収の良食味品種。
- 倒れにくく、縞葉枯病に抵抗性。

上記品種の利用許諾や種苗入手先に関する問合せ
(国研)農研機構 知的財産部 知的財産課 種苗チーム
Tel 029-838-7390・7246 / Fax 029-838-8905
<http://www.naro.affrc.go.jp/collab/breed/list/index.html>

米消費拡大の取組の推進

○ 米の消費拡大を一層推進するために、今後は米消費が多く見込まれる世代を重点ターゲットに、あらゆるプラットフォームを活用し、よりニーズのある情報を発信。

「おいしさ」、「健康」、「イベント」など、それぞれの情報をユーザーが簡易に検索できるよう、平成30年10月に開設したWebサイト「やっぱりごはんでしょ！」を令和元年11月リニューアル。



ごはんを食べている10～50代や中食・外食をよく活用する層向けに、FacebookやTwitterを平成31年2月から運用し、タイムリーな情報を発信。また、インバウンド需要を取り込むため、Instagramを令和元年10月から運用開始。

(Facebookでの発信記事例)



自衛隊にインタビューし、ごはんが体を動かすエネルギー源になることを発信。



お米と健康の重要性を取り上げたNHKスペシャル「食の起源」の番組プロデューサーに、お米の魅力についてインタビュー。

ターゲット層を意識した実効的な情報発信

消費者の関心が高いトピックにフォーカスし、企業等と連携してイベントを展開。



「機能性を有するお米」をテーマに「実りのフェスティバル」に出展(池袋サンシャイン)



従来の取組である学校給食への備蓄米の無償交付に加え、子どもや保護者の皆さんに食育、消費拡大、日本型食生活等の理解を深めてもらうため、小学校等への出前授業などを実施。



米飯給食を推進することを目的に、備蓄米を使って子どもたちが料理をした試食会で、出前授業を実施。(兵庫県加古川市立西小学校)



<対策のポイント>

スマート農業の社会実装を加速化するため、**ロボット・AI・IoT等の先端技術を生産現場に導入・実証**し、経営効果を明らかにするとともに、最適な技術体系を検討し、情報提供等を行います。

<政策目標>

農業の担い手のほぼ全てがデータを活用した農業を実践 [2025年まで]

<事業の内容>

スマート農業技術の導入・実証

- 各地域の実情に応じたスマート農業技術体系が構築・実践されるよう、**ロボット・AI・IoT・5G等の技術の生産現場に導入・実証**、技術面・経営面の効果を明らかにする取組を実施。
- この中で、**被災地の速やかな復興・再生や中山間地等の条件不利地域の生産基盤強化**を推進。
- **シェアリング・リース等のスマート農業技術の導入コスト低減を図る新サービス**をモデル的に実証。
- **ローカル5G技術の現場への導入**について、**総務省とも連携**。

<事業の流れ>



<事業イメージ>

実証のイメージ



導入が期待される先端技術の例



「スマート農業」の社会実装を加速化