

<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。

また、新型コロナウイルス感染症の影響により減少した国内外の日本酒の消費回復・拡大を図るために**民間団体等が行う取組において、必要となる酒造好適米の供給を支援**します。

産地

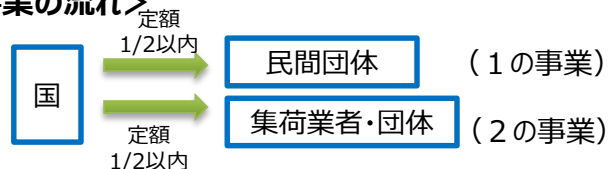
2. 周年供給・需要拡大支援

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。新型コロナウイルス感染症の影響を受けた酒造好適米の保管経費の支援対象期間を拡大。）
- 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〕



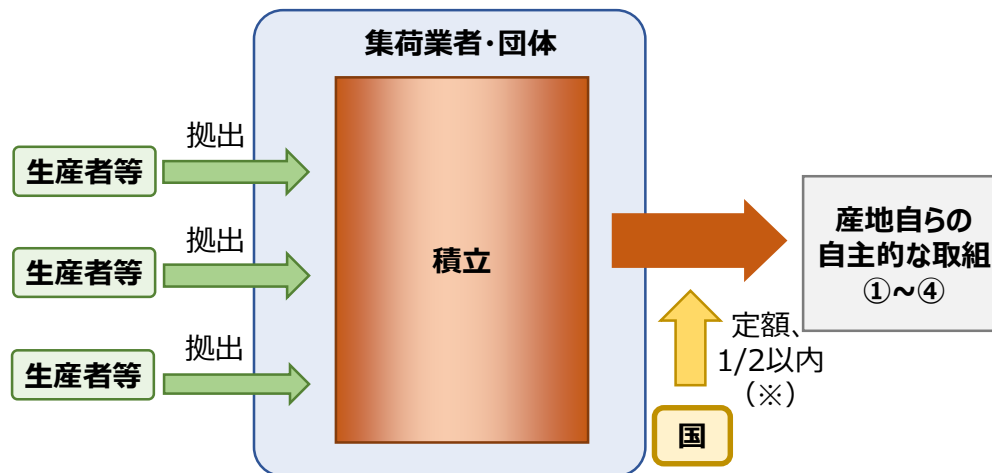
〔展示商談会〕



〔輸出用米商談会〕



2. 周年供給・需要拡大支援

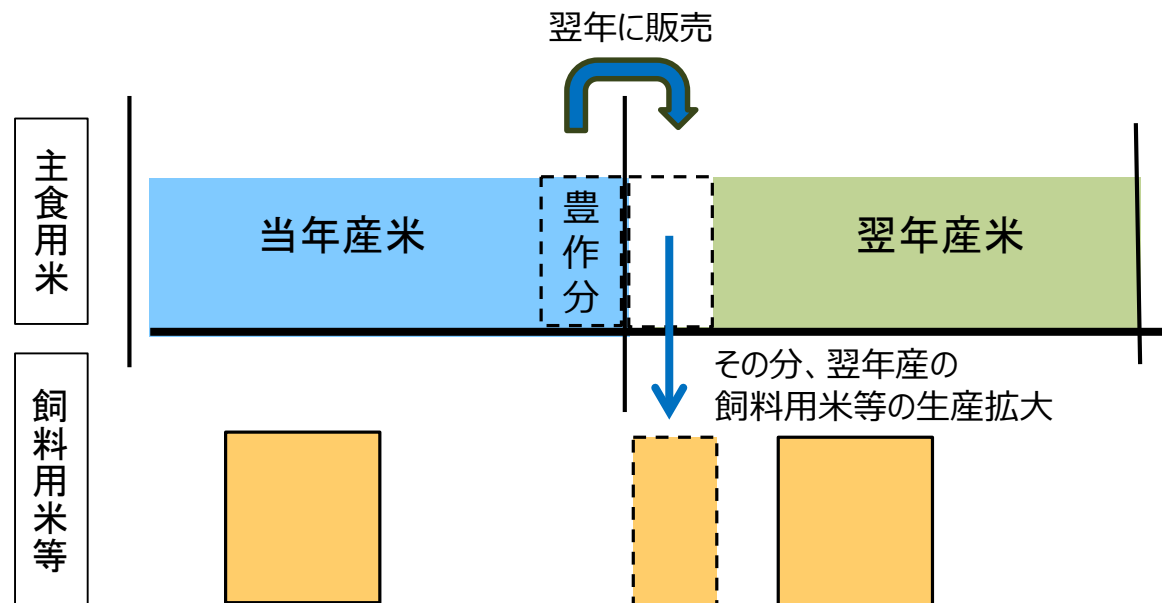


（※） 値引きや価格差補てんのための費用は支援の対象外。

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年度予算額 50億円(50億円))
- 本事業を活用するための体制整備は、令和2年度においては、38道府県の41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)
- 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することで、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	【長期計画的販売の取組】 - 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 【輸出向けへの販売促進等の取組】 - 海外向け北海道米PRパンフレットの作成配布 【中食・外食向け等への販売促進等の取組】 - 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	【長期計画的な販売の取組】 - 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 【中食・外食向け等への販売促進等の取組】 - 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	【輸出向けへの販売促進等の取組】 - 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 【中食・外食向け等への販売促進等の取組】 - 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	【長期計画的な販売の取組】 - 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 【中食・外食向け等への販売促進等の取組】 - 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	【長期計画的販売の取組】 - 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 【輸出向けへの販売促進等の取組】 - 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 【中食・外食向け等への販売促進等の取組】 - 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

※R2. 4月は全国テレビ会議を実施。全国の局・支局をむすんで県協議会も参加。

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。

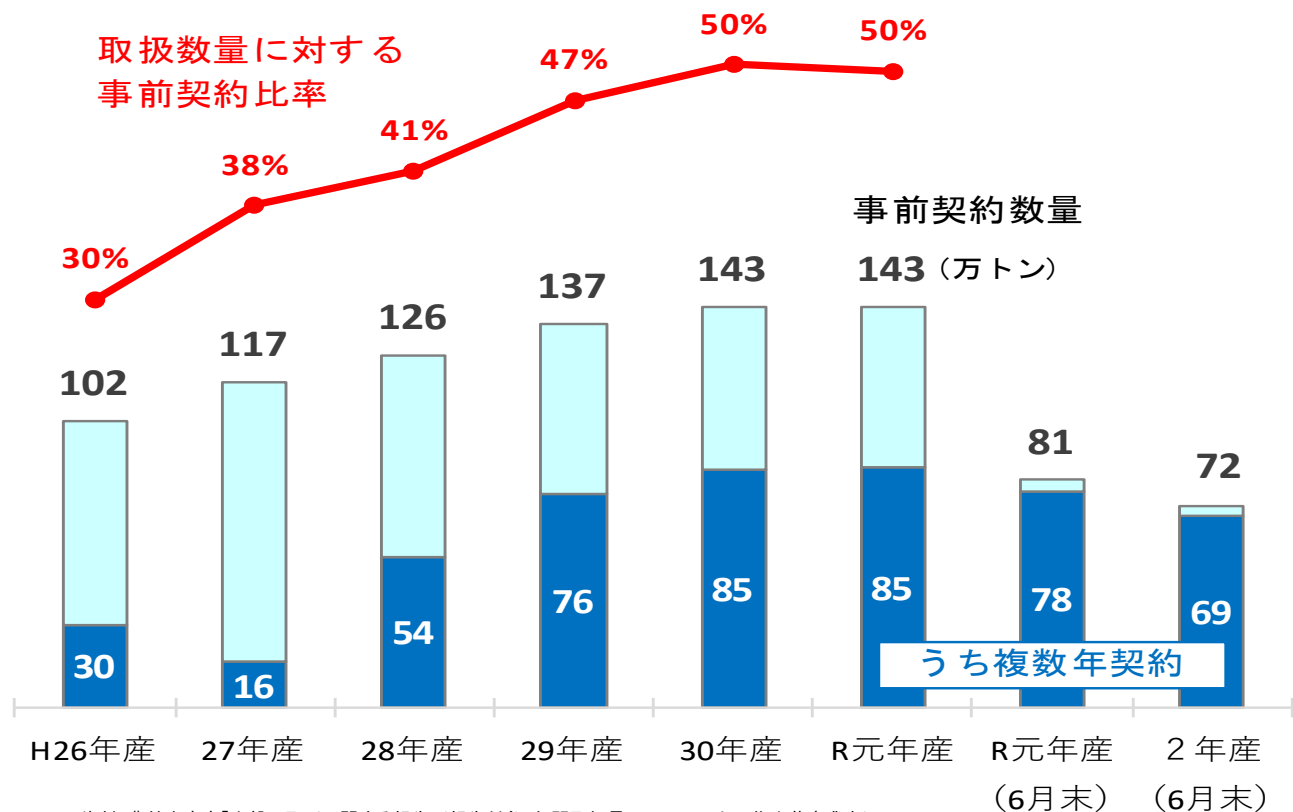
【実施状況】

- ・ 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 62県 (7月末現在)

主食用米の事前契約・複数年契約の状況

- 事前契約数量は、農水省が一定規模以上の集出荷業者を対象に、「収穫前の段階において確認書等により販売数量が決定している数量」について調査。
- 近年、主食用米の事前契約（複数年契約）の取組は、年々増加してきたが、2年産は元年産に比べて進んでいない状況。

【近年の主食用米の事前契約数量の推移】



資料：農林水産省「米穀の取引に関する報告」（報告対象：年間取扱量5,000トン以上の集出荷事業者）

注：1 「事前契約数量」は、収穫前の段階において確認書等により販売数量が決定している数量。

2 「複数年契約」の契約期間は3年が大宗である。

3 30年産までは確定値、元年産・2年産は2年6月末現在の速報値。

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

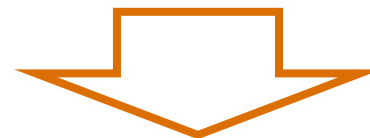
需要に応じた
生産・販売へ

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トン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%	ななつぼし	ゆめぴりか	きらら397	その他	70%
	(103.0)	(43.1)	(24.1)	(14.8)	(21.1)	(245.2)
青森	47%	まっしぐら	つがるロマン	その他		53%
	(65.7)	(51.1)	(13.5)	(1.1)		(75.4)
岩手	40%	ひとめぼれ	あきたこまち	いわてっこ	その他	60%
	(48.4)	(40.0)	(5.3)	(1.0)	(2.2)	(72.2)
宮城	53%	ひとめぼれ	つや姫	ササニシキ	その他	47%
	(93.4)	(81.2)	(3.5)	(2.0)	(6.8)	(83.6)
秋田	17%	あきたこまち	ひとめぼれ	めんこいな	その他	83%
	(45.5)	(21.8)	(8.5)	(6.4)	(8.9)	(222.4)
山形	49%	はえぬき	ひとめぼれ	つや姫	その他	51%
	(89.2)	(72.8)	(4.6)	(2.2)	(9.6)	(94.3)
福島	65%	コシヒカリ	ひとめぼれ	天のつば	その他	35%
	(92.8)	(54.9)	(24.9)	(7.8)	(5.2)	(50.0)
茨城	37%	コシヒカリ	あきたこまち	ヨルキQueen	その他	63%
	(52.3)	(36.9)	(6.0)	(0.0)	(9.4)	(88.9)
栃木	65%	コシヒカリ	あさひの夢	なすひかり	その他	35%
	(106.5)	(74.3)	(19.7)	(3.7)	(8.9)	(58.2)
群馬	62%	あさひの夢	ゆめまつり	その他		38%
	(13.0)	(10.4)	(1.6)	(1.1)		(8.0)
埼玉	42%	彩のかがやき	コシヒカリ	彩のきずな	その他	58%
	(14.8)	(5.2)	(3.3)	(2.7)	(3.6)	(20.2)
千葉	29%	コシヒカリ	ふさこがね	ふさおとめ	その他	71%
	(31.9)	(15.9)	(10.6)	(2.9)	(2.5)	(77.2)
新潟	20%	コシヒカリ	こしいぶき	その他		80%
	(50.7)	(30.7)	(10.8)	(9.2)		(199.3)
富山	29%	コシヒカリ	てんたかく	その他		71%
	(24.2)	(17.8)	(2.4)	(4.0)		(58.8)
石川	31%	コシヒカリ	ゆめみづほ	その他		69%
	(17.3)	(9.7)	(5.0)	(2.6)		(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%	ハナエチゼン	コシヒカリ	その他		76%
	(14.4)	(4.6)	(4.3)	(5.4)		(44.5)
山梨	43%	コシヒカリ	その他			57%
	(1.9)	(1.6)	(0.4)			(2.5)
長野	39%	コシヒカリ	あきたこまち	その他		61%
	(24.0)	(21.5)	(1.8)	(0.7)		(37.0)
岐阜	43%	ハツシモ	コシヒカリ	あきたこまち	その他	57%
	(10.3)	(5.5)	(1.1)	(0.5)	(3.3)	(13.9)
静岡	7%	コシヒカリ	きぬむすめ	あいちのかおり	その他	93%
	(0.9)	(0.5)	(0.1)	(0.0)	(0.3)	(12.1)
愛知	36%	あいちのかおり	コシヒカリ	大地の風	その他	64%
	(11.2)	(9.6)	(0.7)	(0.1)	(0.7)	(19.9)
三重	20%	コシヒカリ	キヌヒカリ	その他		80%
	(8.0)	(4.1)	(1.1)	(2.9)		(32.8)
滋賀	39%	キヌヒカリ	コシヒカリ	日本晴	その他	61%
	(20.8)	(5.1)	(3.7)	(3.4)	(8.6)	(33.0)
京都	22%	コシヒカリ	キヌヒカリ	ヒノヒカリ		78%
	(2.7)	(1.5)	(0.5)	(0.5)		(9.4)
大阪	54%	その他				46%
	(0.5)	(0.5)				(0.5)
兵庫	30%	コシヒカリ	ヒノヒカリ	キヌヒカリ	その他	70%
	(7.8)	(5.0)	(1.1)	(0.9)	(0.9)	(17.9)
奈良	16%	ヒノヒカリ	その他			84%
	(1.2)	(0.8)	(0.3)			(6.1)
和歌山	29%	その他				71%
	(0.4)	(0.4)				(1.0)
鳥取	44%	きぬむすめ	ひとめぼれ	コシヒカリ	その他	56%
	(10.5)	(4.4)	(3.8)	(2.3)	(0.0)	(13.2)
島根	28%	きぬむすめ	コシヒカリ	つや姫	その他	72%
	(6.6)	(3.2)	(1.8)	(1.2)	(0.3)	(16.8)

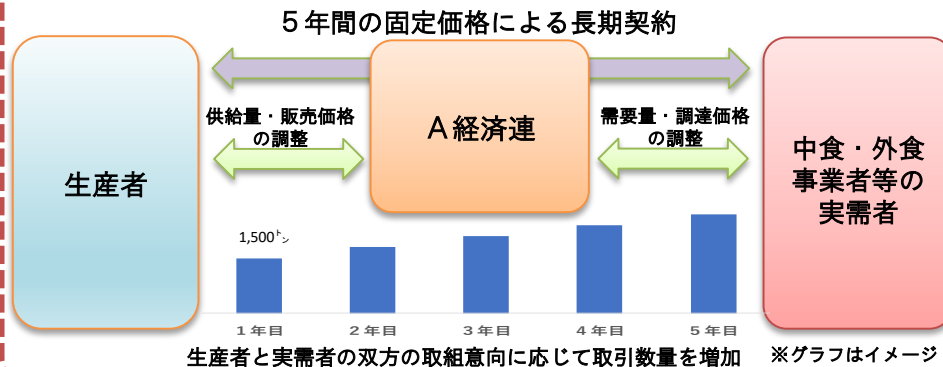
産地	中食・外食向け（産地品種銘柄別内訳）					家庭内食 向け等
岡山	60%	アケボノ	ヒノヒカリ	あきたこまち	その他	40%
	(20.9)	(7.8)	(2.4)	(1.2)	(9.5)	(13.7)
広島	41%	コシヒカリ	あきさかり	あきろまん	その他	59%
	(12.6)	(5.3)	(3.0)	(0.9)	(3.3)	(18.1)
山口	57%	ヒノヒカリ	コシヒカリ	ひとめぼれ	その他	43%
	(16.9)	(4.5)	(4.2)	(4.0)	(4.2)	(12.9)
徳島	23%	コシヒカリ	キヌヒカリ	その他		77%
	(3.2)	(1.3)	(0.9)	(0.9)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

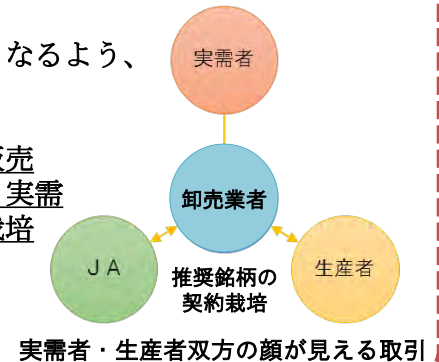
中食・外食事業者等との5年間の長期契約取引の取組

- 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タイアップによる中食・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。

