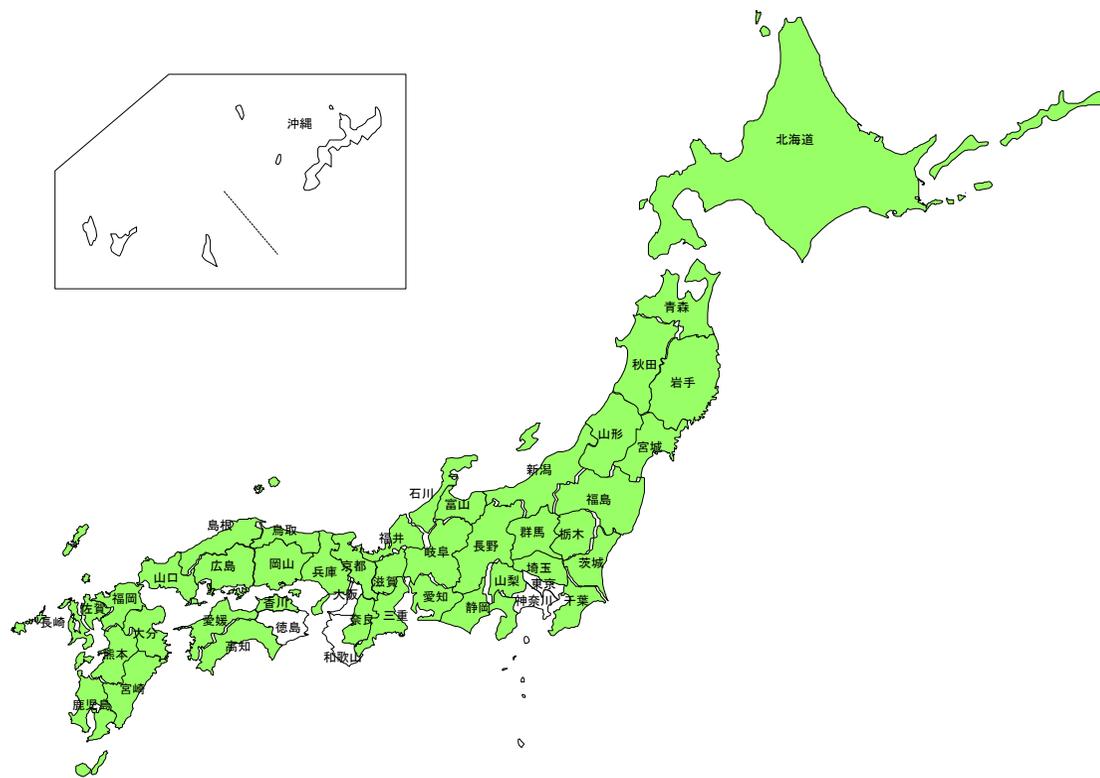
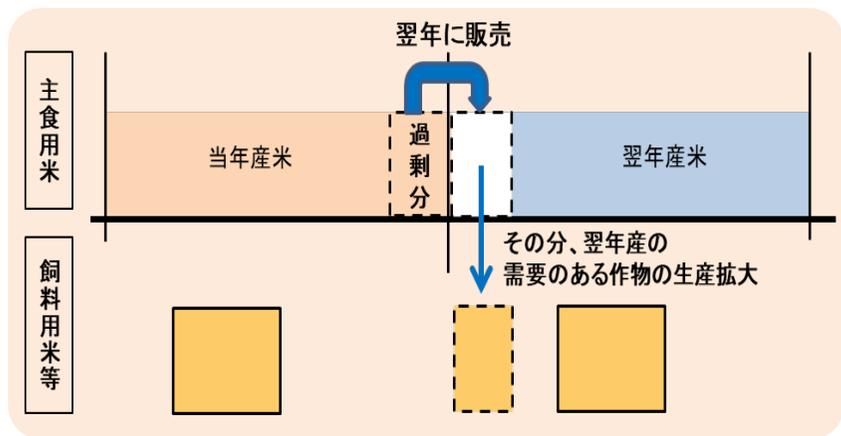


主食用米の需給安定の考え方について

- 「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4年度予算額：50億円（前年度：50億円）)
- 本事業を活用するための体制整備は41道府県の47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3年度においては35道県の36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、過剰分を翌年に回し、その分、水田活用の直接支払交付金を活用して、翌年産の需要のある作物の生産を拡大して、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4年度予算額：3,050億円（前年度：3,050億円）)



事業に必要な体制整備を行っている産地	41道府県
【令和3年度事業活用状況】 北海道、青森、岩手、宮城、秋田、山形(2)、福島、茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、山梨、長野、静岡、新潟、富山、石川、福井、岐阜、愛知、三重、滋賀、兵庫、鳥取、岡山、広島、山口、愛媛、香川、福岡、佐賀、熊本、大分、鹿児島	35道県 (36事業者)
【令和2年度事業活用状況】 北海道、青森、岩手、宮城、秋田、山形(2)、茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、山梨、長野、静岡、新潟、富山、石川、福井、岐阜、愛知、兵庫、鳥取(2)、広島、山口、愛媛、福岡、佐賀、熊本、鹿児島	29道県 (31事業者)

注) 「事業に必要な体制整備を行っている産地」は、事業要件である生産者等による積立の体制整備等を行っている事業者が所在する道府県。(経済連・県本部等の事務担当者へのヒアリング結果)

(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>【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>【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、水田収益力強化ビジョン（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】

- ・水田収益力強化ビジョン（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意向等について情報提供を行うとともに、
 - ② 各都道府県の取組状況についての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。

全国会議実施状況（4年産）

【主な内容】

- ・ 国からの情報提供（全国の需給見通し、関連予算等）
- ・ 各県からの情報提供（取組状況）

【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）

【開催日と出席者数】

- 令和3年9月17日（参加者約500名）
- 10月18日（約560名）
- 11月22日（約520名）
- 12月2日（約630名）
- 令和4年1月6日（約690名）
- 3月8日（約530名）
- 6月3日（約580名）

生産現場への情報提供

- ・ 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。

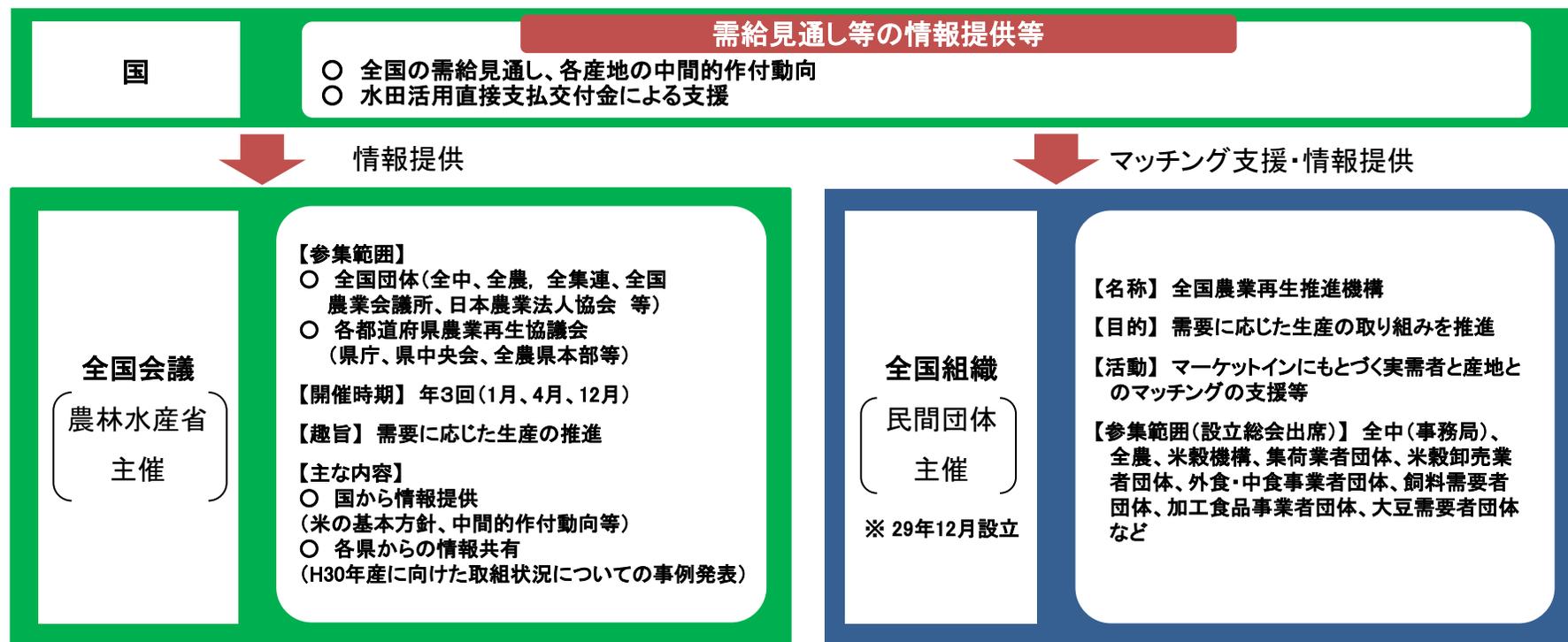
【実施状況】

都道府県段階（県協議会、県庁、県中央会、全農県本部等）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	76県
R3年産	延べ	64県
R4年産	延べ	64県

全国的な推進組織について

- 国においては、各都道府県が主体的に需要に応じた生産を行うことができるよう、全中、全農、全集連等の全国団体や、各都道府県の農業再生協議会を参集し、
 - 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 各都道府県の取組について情報を相互に共有する
- 会議を年2回開催しているところであり、今後もこうした取組を継続。
- 平成29年12月に、全国農業再生推進機構が発足。機構では、行政による生産数量配分に頼らずとも、生産者が中心となって需要に応じた生産を行う今般の米政策見直しの趣旨を前提に、マーケットインに基づく実需者と産地とのマッチングの支援等を行っているところ。
- 国としても、米穀周年供給・需要拡大支援事業(安定取引拡大支援事業)の活用による産地と中食・外食事業者等との安定取引に向けたマッチングの取組への支援や、全国の需給見通し等の情報提供を行う。



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!

買い手の意向

一般家庭用
(高価格帯中心)
70%程度

中食・外食向け
(低価格帯中心)
30%程度

少しでも単価の高
い米を売りたい!

産地の意向

一般家庭用

需要に応じた
生産・販売へ

中食・外食向け

- 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。

令和3年産生産量:701万トン

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。

〔 令和2年7月から3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)

	2/3年	元/2年	30/元年	29/30年
中食・外食向け	37%	37%	38%	39%
家庭内食向け等	63%	63%	62%	61%

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

	2/3年		元/2年		30/元年		29/30年	
1	群馬	75%	群馬	67%	福島	65%	群馬	69%
2	福島	68%	岡山	65%	栃木	65%	栃木	65%
3	栃木	58%	福島	64%	群馬	62%	福島	61%
4	岡山	57%	栃木	61%	岡山	60%	山口	59%
5	愛知	53%	山口	56%	山口	57%	山形	53%
6	青森	50%	熊本	53%	宮城	53%	岡山	52%
7	山口	49%	宮城	48%	熊本	53%	埼玉	50%
8	岐阜	47%	青森	48%	山形	49%	宮城	47%
9	宮城	47%	山形	46%	青森	47%	青森	47%
10	山形	44%	岩手	44%	鳥取	44%	岩手	47%

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)

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

令和2/3年の産地別販売割合

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% (100.7)	ななつほし 14% (46.1)	ゆめひりか 6% (20.3)	きさらぎ 4% (15.1)	その他 6% (19.2)	70% (238.0)
青森	50% (70.4)	ましごら 42% (59.8)	つがるロマン 7% (10.2)	その他 0% (0.4)		50% (70.7)
岩手	41% (56.7)	ひとめぼれ 35% (48.9)	あきたこまち 2% (3.3)	銀河のしずく 0% (0.5)	その他 3% (4.0)	59% (81.8)
宮城	47% (82.8)	ひとめぼれ 41% (72.5)	つや姫 1% (1.0)	ササニシキ 2% (3.3)	その他 3% (6.1)	53% (94.3)
秋田	20% (57.5)	あきたこまち 10% (30.1)	めんこいな 3% (7.7)	ひとめぼれ 4% (9.2)	その他 4% (10.5)	80% (236.9)
山形	44% (89.0)	はえぬき 36% (73.5)	つや姫 2% (4.0)	ひとめぼれ 2% (3.5)	その他 4% (8.0)	56% (113.3)
福島	68% (101.4)	ゴジヒカリ 38% (57.5)	ひとめぼれ 15% (23.1)	天のつが 10% (14.5)	その他 4% (6.3)	32% (48.2)
茨城	36% (49.4)	ゴジヒカリ 26% (35.9)	あきたこまち 3% (3.5)	あさひの夢 2% (2.2)	その他 6% (7.8)	64% (88.0)
栃木	58% (81.9)	ゴジヒカリ 38% (53.9)	あさひの夢 10% (14.2)	とちきの星 7% (9.6)	その他 3% (4.1)	42% (59.0)
群馬	75% (12.0)	あさひの夢 58% (9.3)	ゆめまつり 14% (2.2)	その他 3% (0.5)		25% (4.1)
埼玉	37% (9.6)	彩のかがやき 11% (3.0)	彩のきすな 11% (2.9)	ゴジヒカリ 6% (1.6)	その他 8% (2.1)	63% (16.4)
千葉	23% (21.8)	ゴジヒカリ 11% (10.0)	ふさごがね 9% (8.2)	ふさおとめ 2% (2.0)	その他 2% (1.6)	77% (73.5)
新潟	24% (66.8)	ゴジヒカリ 13% (37.1)	こしいぶき 6% (16.5)	その他 5% (13.1)		76% (209.2)
富山	35% (28.5)	ゴジヒカリ 19% (15.7)	てんたかく 4% (3.5)	その他 12% (9.3)		65% (52.0)
石川	33% (17.1)	ゴジヒカリ 17% (8.8)	ゆめつぼ 9% (4.6)	その他 7% (3.7)		67% (34.7)

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	27% (16.1)	ゴジヒカリ 12% (7.1)	ハネイチゼン 6% (3.9)	あきさかり 4% (2.5)	その他 4% (2.7)	73% (43.8)
山梨	39% (1.8)	ゴジヒカリ 31% (1.4)	その他 8% (0.4)			61% (2.7)
長野	34% (21.3)	ゴジヒカリ 31% (19.2)	あきたこまち 2% (1.0)	その他 2% (1.0)		66% (41.0)
岐阜	47% (12.3)	ハツジモ 25% (6.6)	ゴジヒカリ 4% (1.1)	あさひの夢 4% (1.0)	その他 13% (3.5)	53% (14.0)
静岡	15% (2.1)	ゴジヒカリ 10% (1.4)	きぬむすめ 1% (0.2)	あいちのがおり 1% (0.1)	その他 3% (0.4)	85% (12.2)
愛知	53% (16.0)	あいちのがおり 42% (12.8)	ゴジヒカリ 6% (1.7)	大地の風 1% (0.3)	その他 4% (1.2)	47% (14.2)
三重	19% (7.7)	ゴジヒカリ 9% (3.6)	キヌヒカリ 4% (1.7)	その他 6% (2.4)		81% (32.4)
滋賀	26% (15.3)	ゴジヒカリ 5% (2.9)	キヌヒカリ 8% (4.9)	みずかがみ 2% (0.9)	その他 11% (6.5)	74% (43.4)
京都	15% (1.5)	ゴジヒカリ 7% (0.7)	キヌヒカリ 5% (0.5)	ヒビカリ 0% (0.0)	その他 2% (0.2)	85% (8.6)
兵庫	21% (5.6)	ゴジヒカリ 7% (1.8)	ヒビカリ 4% (1.0)	キヌヒカリ 3% (0.8)	その他 7% (1.9)	79% (21.5)
奈良	19% (1.4)	ヒビカリ 12% (0.9)	その他 7% (0.5)			81% (6.0)
鳥取	28% (6.2)	きぬむすめ 10% (2.3)	ゴジヒカリ 5% (1.1)	ひとめぼれ 8% (1.8)	その他 5% (1.1)	72% (15.7)
島根	30% (6.9)	ゴジヒカリ 9% (2.2)	きぬむすめ 13% (3.0)	つや姫 5% (1.1)	その他 3% (0.6)	70% (16.4)
岡山	57% (19.5)	アゲボノ 26% (8.8)	きぬむすめ 7% (2.5)	あきたこまち 2% (0.7)	その他 22% (7.5)	43% (14.7)
広島	39% (10.3)	ゴジヒカリ 11% (3.1)	あきさかり 14% (3.8)	あきろまん 4% (1.2)	その他 8% (2.3)	61% (16.4)

※ 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
山口	49% (10.2)	ゴジヒカリ 13% (2.8)	ひとめぼれ 7% (1.4)	ヒビカリ 13% (2.6)	その他 16% (3.3)	51% (10.7)
徳島	17% (2.3)	ゴジヒカリ 5% (0.7)	あきさかり 8% (1.1)	その他 4% (0.6)		83% (11.1)
香川	30% (3.5)	ゴジヒカリ 3% (0.3)	ヒビカリ 19% (2.1)	おいでまい 2% (0.2)	その他 7% (0.8)	70% (8.1)
愛媛	26% (2.1)	ゴジヒカリ 4% (0.3)	ヒビカリ 9% (0.7)	あきたこまち 5% (0.4)	その他 8% (0.6)	74% (5.8)
高知	10% (1.0)	ゴジヒカリ 7% (0.7)	ヒビカリ 2% (0.2)	その他 1% (0.1)		90% (9.5)
福岡	14% (6.3)	夢つし 1% (0.6)	ヒビカリ 5% (2.4)	元氣つし 2% (0.9)	その他 5% (2.4)	86% (38.4)
佐賀	23% (5.4)	夢つし 5% (1.2)	さかひより 7% (1.6)	ヒビカリ 8% (1.8)	その他 4% (0.9)	77% (18.1)
長崎	12% (0.8)	ヒビカリ 4% (0.2)	にこまる 2% (0.1)	ゴジヒカリ 1% (0.1)	その他 5% (0.3)	88% (5.6)
熊本	35% (13.4)	ヒビカリ 15% (5.7)	森のみさん 3% (1.1)	ゴジヒカリ 2% (0.8)	その他 15% (5.7)	65% (24.8)
大分	16% (2.1)	ヒビカリ 11% (1.4)	ひとめぼれ 0% (0.0)	つや姫 0% (0.0)	その他 5% (0.6)	84% (11.2)
宮崎	14% (2.1)	ゴジヒカリ 5% (0.8)	ヒビカリ 6% (1.0)	その他 2% (0.3)		86% (13.2)
鹿児島	17% (2.6)	ヒビカリ 7% (1.0)	あきほなみ 6% (0.9)	ゴジヒカリ 1% (0.1)	その他 4% (0.6)	83% (12.7)

注: 中食・外食向け販売量が、1,000ト未満であった東京、神奈川、大阪、和歌山、沖縄は除いている。