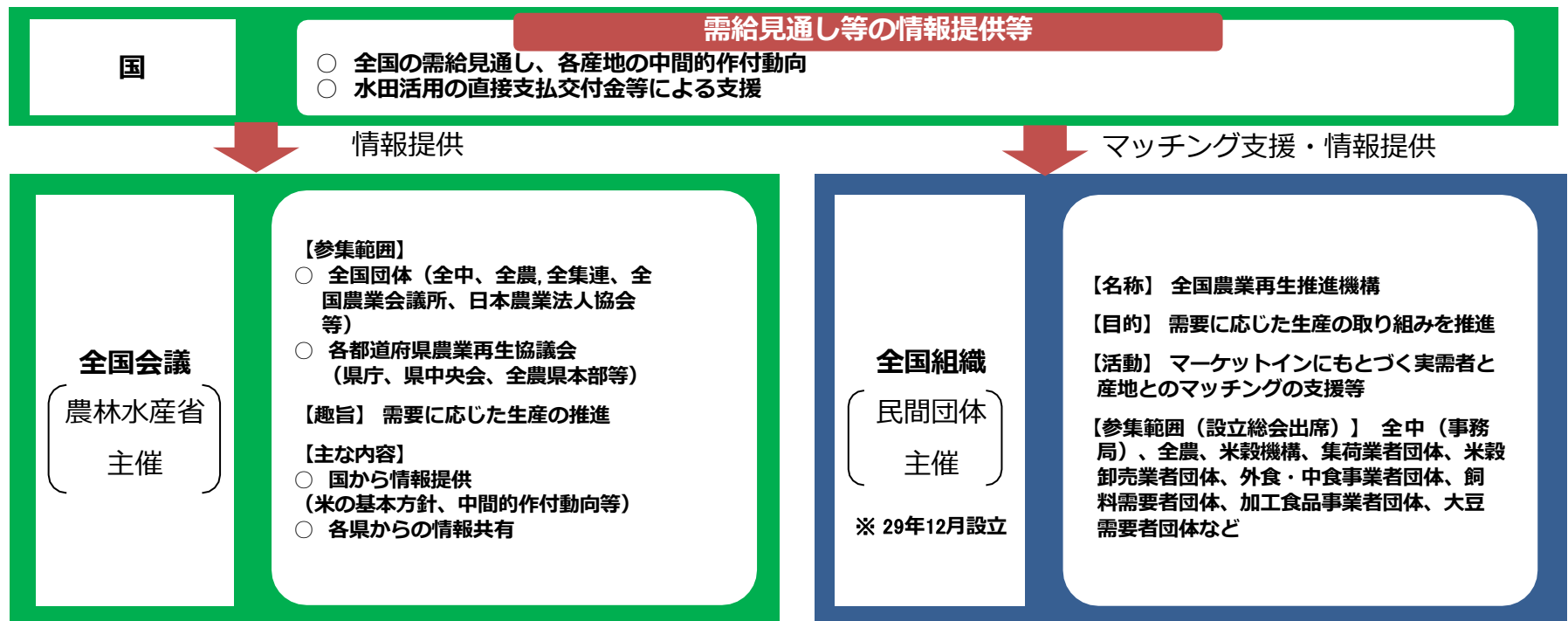


# 全国的な推進組織について

- 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
 会議を年数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。



- 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、eMAFF等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）**

- ・ J A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）**

- ・ J A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
- ・ 経営所得安定対策等交付金の交付事務（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
- ・ eMAFF等を活用した業務効率化の取組  
（例：現地確認における衛星画像・ドローン等の活用）  
など

# 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"> <li>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</li> </ul> <p>【海外向けの販売促進等の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>海外向け北海道米PRパンフレットの作成配布</li> </ul> <p>【業務用向け等の販売促進等の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>各種メディア及びイベントを活用した北海道産米のPR</li> <li>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</li> </ul>
秋田	<p>【長期計画的な販売の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul> <p>【業務用向け等の販売促進等の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>各種メディア及びイベントを活用した秋田県産米のPR</li> <li>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</li> <li>外食事業者等が参加する各種商談会での試食等の実施</li> </ul>
山形	<p>【長期計画的な販売の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul> <p>【海外向けの販売促進等の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul> <p>【業務用向け等の販売促進等の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>各種メディア及びイベントを活用した山形県産米のPR</li> <li>販路拡大に向けたコンサルティング活動</li> </ul>
新潟	<p>【長期計画的な販売の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul> <p>【業務用向け等の販売促進等の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>各種メディア及びイベントを活用した新潟県産米のPR</li> <li>JRエキナカ店舗との連携による販売促進活動の実施</li> <li>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</li> </ul>
石川	<p>【長期計画的販売の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul> <p>【海外向けの販売促進等の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul> <p>【業務用向け等の販売促進等の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>各種メディア及びイベントを活用した石川県産米のPR</li> <li>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</li> </ul>