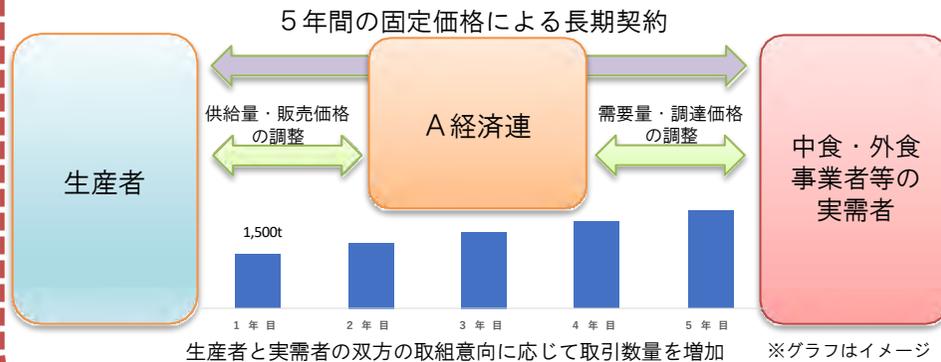


中食・外食向けの需要に応じた生産・販売事例

中食・外食事業者等との5年間の長期契約取引の取組

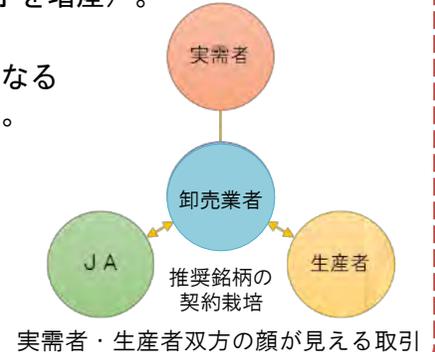
- A経済連では、30年産からの米政策の見直しを機に、生産者にとっても経営のメリットとなるとして、実需者サイドの需要量・調達価格と、生産者サイドの供給量・販売価格の調整を行い、30年産から中食・外食事業者等の実需者との5年間の固定価格による長期契約取引を開始している。
- この取組により、
 - ① 生産者サイドは、安定した取引先を確保できるほか、相場変動のリスクを回避できるとともに、将来の経営の見通しを立てることができる
 - ② 実需者サイドは、長期に渡る固定価格での取引によって、原料調達の安定化やコストを平準化することができるなど、生産者・実需者双方にメリットのある取引形態となっている。
- 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、農研機構が開発した自社が奨励する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。



「米と健康」に着目した情報発信について

- 我が国の米の消費量は、1960年頃をピークに、ほぼ一貫して減少傾向にあり、令和4年度ではピーク時の半分以上となっている状況。(1人当たり年間の米の消費量:昭和37年度:118kg→令和4年度:51kg)
- 健康に関心のある中高齢世代に向けて米の機能性についてもっと情報発信していく必要。
- 食料・農業・農村基本計画では、米の1人当たり消費量の減少傾向に歯止めをかけるため、米の機能性など「米と健康」に着目した情報発信などを通じた新たな需要の取り込みの推進が求められているところ。

シンポジウムによる情報発信

- 令和4年度は、健康に関心のある中高齢世代に対して、しっかりごはんを食べることの意義や米の健康機能についての情報を発信。

参加無料 農林水産省 令和4年度米需要創造推進事業

ごはんで健康シンポジウム

2022年12月3日(土)
10:30受付開始
午前の部 11:00~12:00
午後の部 13:00~16:00

定員:会場参加200名 インフォム500名
(会場は定員を超えた場合はキャンセル待ちとなります)

プレゼント
決選参加賞品(100名)
本賞品(100名) (2023年度 10月10日開始)

会場
京都三幸ホール(京都市中京区)
〒600-0001 京都市中京区錦町
TEL:075-331-8072
URL:https://kono.jp/2022/12/03/

講演 午前の部
一般社団法人米の健康推進協会 理事長 渡邊昌氏
「玄米で健康」

講演 午後の部
京都府農産物加工技術センター 副センター長 高桑智雄氏
「米と健康-米の健康から生まれたマクロビオティックの健康観」

講演 午後の部
日比野佐和子氏
「日本人の健康意識を高める意義-米の力-」

講演 午後の部
宮田麻友氏
「大盛りごはんで元気にやせる!」

講演 午後の部
株式会社 RHYTHM 代表取締役 2019年スーパースター 藤原義典
「お米トークセッション」

米と健康に関する予算

- 米需要創造推進事業
【令和5年度予算額 10百万円】

＜対策のポイント＞

米の1人当たり消費量の減少傾向に歯止めをかけるため、米の機能性など「米と健康」に着目した調査・広報等、米の需要創造につながる取組を支援。

米と健康に着目した調査・広報支援

新たな米の需要創造に寄与



米の機能性など「米と健康」に着目した調査・広報等、米の需要創造につながる取組を支援

ホームページ及びSNSを活用した米の消費拡大の情報発信について

- 平成30年から米の消費拡大の取組を応援すべく、「やっぱりごはんでしょ！」運動を開始。ホームページ及び各種SNS（Instagram・Facebook・X（旧Twitter））により、米に関するイベントや季節の行事食、産地の情報など消費者の関心が高い情報を発信。

ホームページ

ごはんをもっと身近に感じ、もっと食べたくなる情報を届けることで、米の消費拡大を推進



各種SNS（Instagram・Facebook・X（旧Twitter））

米に関するイベントや季節の行事食、産地の情報など消費者の関心が高い情報を発信（毎週1回程度）

生米を使った「生米スイーツ」のレシピを紹介



季節の行事食「七草がゆ」「恵方巻」を紹介



田んぼアートの風景を紹介



おにぎりを推しとした「推しのいる生活」としておにぎりを紹介



YouTubeを活用した米の消費拡大の情報発信について

- 「やっぱりごはんでしょ！」運動の一環として、農林水産省職員自らが制作し、省公式YouTubeチャンネル「BUZZ MAFF (バズマフ)」「maffchannel (マフチャンネル)」において、米の消費を喚起する動画を発信。

米消費を喚起する動画

- 「やっぱりごはんでしょ！」チームとして、ごはんをもっと食べたくくなるような、お米の魅力を発信。
- 「お米大好きです!」、「バズマフを見始めてから、お米を食べることが増えました。」などのコメントあり。

今年の猛暑とお米の食べ方について



今年の猛暑とお米の食べ方について
 (買ったお米が「いつもより少し白いかな?」という時は、この動画をご覧ください)

- ・お米の専門家と五ツ星お米マイスターに出演いただき、「今年の猛暑とお米の食べ方」を分かりやすく解説



米担当、おにぎりのポスターモデルできる説。
 ・米の消費拡大のポスターのモデルに米担当の職員が挑戦



お米担当職員あるある~やっぱりごはんでしょ!~
 ・米担当職員ならではのがあるあるを再現



農水省考案「お米○○」を松村 沙友理さんに採点してもらった!
 ・お米を使ったメニューアイデアを募集するアイデアグランプリに潜入し、職員自らがメニューの考案に挑戦する動画

- ショート動画(最大60秒の短編動画)においても、消費者が気軽に楽しんで知れるような米に関する情報を発信。



↑「農水省米担当に猛暑の影響について聞いてみた」



↑「農水省お米担当がキュンとした言葉♪(計2本)」



↑「米に関する豆知識を発信する動画(計3本)」

