

**適正な価格形成に関する協議会
第2回米ワーキンググループ 議事要旨**

令和7年2月4日（火）

○全国農業協同組合連合会 藤井 米穀部長

我々が今コストの説明として指標になると思っているのは、国の（生産費）統計である。米についてはしっかりした統計だと承知している。コストの状況に対して現状の価格がある。その中にさらに、近年で言うると特にウクライナ紛争辺りから肥料代・燃料費が上がったというケースや、直近では労働費が上がっている状況がある。これらを組み合わせた形で、平均的にはこのぐらいの価格でないと作り続けられないのでは、という示し方をしている。

（コストの説明の）頻度について、農業生産物価統計は月次で出ているが、基本的には年単位で示すのが主なやり方だと思う。そこに急変するような要素があれば伝えるとしても、米は年1作ということもあり、コストの反映としては1年サイクルが一般的ではないか。

Q 全ての県本部でそのようなコストの示し方をしているのか。

○全国農業協同組合連合会 藤井 米穀部長

年産が始まるタイミングで県本部ごとに意見交換をしてから、取引先と話をするという手順を踏んでいる。年産の始まりの価格を作る時に、「かかったコストを前提にいくらで売っていきたいか」という話を県本部と共有しながら、取引先と話をしていくという手順を踏んでいる。

○ホクレン農業協同組合連合会 駒形 米穀事業本部 米穀部長

北海道の現状や価格交渉等を行う中で感じた課題認識を述べる。我々も国が示している統計を使って、生産コストの把握に努めて交渉に臨んできた。近年、色々なコストが上昇しており、その上昇率も算出している。加えて、直近では高齢化や大規模化が進む中で労働力が不足し、スマート農業を導入しているが、農業機械が非常に高額となっている。一方、生産費の中の家族労働費は、1反あたりで、北海道の水稻平均が22,000円程度であり、10町作っても220万円の所得。田植え機、コンバイン、トラクター、レーザーレベラー等1,000万円を超える高額な機械がある中で、次の投資に向かえるためにも、意欲を持って取り組めるような所得の水準を踏まえて、直近のコスト状況の説明を進めている。

また、北海道の米では1戸当たりの平均作付け面積が現在10ha程度。都府県の平均では2ha程度。生産費について、規模別に算定している部分もあるが、どの基準を取るのが適当なのかを考えている。平均よりも小規模の生産者が、北海道では約60%、全国平均では85%に近い状態。その小規模生産者も含めて家族労働が成り立つ形と

いう観点を持つことも、生産基盤や地域コミュニティーを維持していく観点から重要。その点を考慮できるようなコスト指標の活用の仕方も考えていける仕組みとなることを期待したい。もちろんコストと言っているが、消費者に買って頂けなければ成り立たないので、生産、流通、消費、それぞれの発展をどう実現していくのかは一緒に考えていきたい。

Q 国の統計だと所得が十分反映されていないので、そこを追加的にコストへ計上していく必要があるという趣旨か。

○ホクレン農業協同組合連合会 駒形 米穀事業本部 米穀部長

所得水準が確保できるよう、別の計算式を掛け合わせてコストの説明しているのが現状。

Q 今は小規模農家も含めたコストで説明しているのか。

○ホクレン農業協同組合連合会 駒形 米穀事業本部 米穀部長

規模や地域によって基準単収が違うため、一俵当たりの単価も異なる。直近ではこの点も視野に入れた価格交渉を行っている。

○日本農業法人協会 井村 副会長

生産者が売渡先と価格交渉する時のコストの説明について、肥料代、資材代、農業機械の減価償却費等は明確にコストの説明ができる。一番難しいのは人件費。我々も従業員を抱えており、新卒給与が、30万円、40万円というニュースも聞くが、業界として従業員の給与が他産業並みになっていないと個人的に感じている。その中で、従業員も生活者・消費者であり、所得が上がらないと価格は通っていかないということであれば、人件費のコストを実績で見えるのか、私たちが望むべき持続可能な、従業員が集まるような給与にもっていけるのか、ということで、人件費の説明がすごく難しいと感じている。

コストの具体的な算出方法については、法人経営なので、米単作の農家であれば決算書から明確に算出できると思う。六次産業や多品目の場合、米だけの生産費を抽出するとなれば、専門的な意見を聞きながら、農家でもすぐに出せるような仕組みを作っていくのではないかな。

(コストの説明の) 頻度について、米は1年1作なので、1年単位での説明が分かりやすいし、私たちも作りやすいと感じている。

○全国米穀販売事業共済協同組合(株式会社 神明) 森脇 米穀事業本部長

取引の実態について、産地からは元の米の価格と物流費や保管経費が後で提示されるのが一般的。昨今、資材費や人件費が上がっていることは承知しているため、妥当であれば受ける。受けてしまうとコスト転嫁しないといけないし、我々の光熱費、人件費、物流費等の製造原価も昨今上昇傾向にあるため、この点も考慮しながら売り手

に理解を求めていく対応が一般的。米の需給が緩い時は、提示した価格で決まるかどうかはケースバイケースだった。最近では米の需給が締まっており、このままだと米の生産量が落ちるということの理解が醸成されてきているため、受け入れやすくなっている。

取引価格は、以前は直近の価格や需給動向、農協の概算金等を総合的に判断して決めていたが、昨今需給が厳しく、米の生産力が消費の減少よりも減るのではないかなってきており、再生産価格を考慮した取引を始めないといけないという考えがやっとな出てきて、それを取引先に説明している。再生産価格は、一般的に国の統計資料に基づくが、産地、品種、生産形態によって幅があるので、その点をどうするかが課題。最低限の価格を念頭において、相場で若干振れるということが理想と思っている。

一般的にコストをさらけ出すことはビジネスとしてあり得ないが、米の場合は昨今の米不足の報道を見ても、コストを積み上げながら消費者にどう理解してもらうかが非常に大事。消費者は米の価格と生産費の関係を知らなかったと思うが、今は理解してもらう良い機会だと思う。消費者の理解情勢がこの議論を通じて進むと嬉しく思う。

Q 説明された費用が妥当かどうかはどのように判断するのか。

○全国米穀販売事業共済協同組合（株式会社 神明） 森脇構成員

例えば光熱費、人件費、物流費などは、自分たちの生産現場でも上昇しているので、把握している情報と乖離しているかどうかで判断する。

Q 妥当でないからダメという場合は多くあるのか。

○全国米穀販売事業共済協同組合（株式会社 神明） 森脇構成員

あまりない。

○株式会社ミツハシ 笹山 執行役員 精米事業本部長 兼 米穀部長

系統、全農、集荷団体や、生産法人など様々な仕入れ先がある前提で話すと、全農を除き生産費の説明を受けることはほとんどない。全農には、生産費用の変動について説明いただいているが、前年と比較して値上げするか値下げするか、という決め方がほとんど。仮にコストの説明があった場合、それが妥当かは、自分たちも間接的に肥料、農薬、資材を扱う方との交流があるため、そこから得た情報を材料にしているが、そもそも米の価格は、今までやってきた価格があるので、その部分は置いておいて、変動があった部分はこのような形で確認できると考えている。一方、系統と取引する場合は、保管料や運賃は明示されるので、そこは確認している。生産者に近くなるほど、取引価格を受け入れるかどうかという形。数年前は生産費を割ったような価格での取引もあった。その時の価格が妥当かを議論して判断したわけではなく、当時の相場から価格を決めて取引をしていた時期もある。そういった経緯を踏まえると、コストの説明はないといえる。

各段階での仕入れ価格の具体的な決定方法について、契約時期は、播種前、収穫前、

収穫後など様々だが、6年産を除けば、収穫前は生産者からの情報に、収穫後は相場に連動した価格での取引が多くなる。西日本から価格が決まり、関東、東北と値決めの主体が移っていく。具体的な何かをお互いで確認しあうということはないのが実態。

Q 具体的に何の相場で価格を決めてきたのか。

○株式会社ミツハシ 笹山 執行役員 精米事業本部長 兼 米穀部長

最も多いのは、その地域の集荷団体が買い取った価格。あとは各農協の概算金。集荷団体も概算金を参考に買い動く。

○伊藤忠食糧 佐藤 執行役員 米穀本部長代行

産地からのコストの説明については、毎年全農からの資料を用いて社内、実需へ説明している。基本的に需給バランスで価格が決まることがほとんど。産地から具体的にコストの説明をもらうのはこのタイミング。

精米仕入れも行っているので、原料価格他、人件費、製造経費、物流費等のコストも取引先に説明している。協力工場が全国に数十社あり、エリアによってコスト特に物流費が異なるため、分析をしてキロ単価で決めている。下請け企業には特にしっかり説明をし、実需にも説明、理解をいただいている。

各段階での仕入れ価格は、収穫時期の価格情勢を見ながら決めるため、買い入れ時期で変動する。また、仕入れ先からの提示価格を見て、双方の折衝の上で決めている。前年産価格、契約手法別、販売先別、個別条件を産地と交渉している。仕入れ先の提案を考慮して、市場価格、今後の価格変動の予想などを価格決定の判断材料としている。年産の更新時、契約内容の更新時に行う。現状は価格の見通しができていない部分があるため、見通しできる範囲、短期で提示している。

市販用は、都度の説明と、農産情報、米穀市況、市場環境を鑑みて、月に1、2回、コスト上昇分も含めて交渉している。業務用は、3カ月、半年と契約の交渉スパンをおいている。それぞれ最近の米価上昇とコストを分けて交渉している。

Q 生産者との契約時に、生産側のコストの変動も含めて考慮しているのか。

○伊藤忠食糧 佐藤 執行役員 米穀本部長代行

そのとおり。生産側から提示があった際は、コストの部分も考慮している。

○東京都米穀小売商業組合 須賀 理事長

このWGメンバーでコストと言っても、「どこの立場において、どのコストを対象とするか」という点が疑問。我々は売る立場であり、買う立場でもある。買い手は仕入れコストが、売り手は販売商品に対するコストが、生産者は生産コストが対象となる。ところが、生産部分について、法人農家、個人農家共に、多くが自分の米の原価を把握していない点に困っている。

そこをお願いしたのが、基本的なことだが、我々も原価を見ないと売価が出せない

のと同じで、生産者も自分の生産コストを把握するべき。肥料代などの生産コストが変動した際は、生産コストを踏まえて、利益が見込める希望価格を決めるべき。

適正な価格と言うが、何が適正で何か適正でないのか分からない。例えば、2年前に15,000円程度であった新潟県産コシヒカリが、今年は50,000円になったが、そこまで生産費が上昇したわけでも、生産者の取り分が増えたわけでもない。今後需要が減少した時に、我々は机上でどのように分配できるのか検討することになる。

自分の原価を取引先へ話すことは商売としてあまり好ましくない、という考えの米屋も多い。コスト計算は必要だが、それは水面下で行い、変動比率で決める方法が良いのではないかな。

○わらべや日洋食品株式会社 新川 米調達担当部長

これまでの議論の内容について、弊社としても認識は大きく変わらない。売り手からのコストに関する説明は詳細ではないというのが実情であり、概算金や相場を基準に交渉をスタートさせるのが一般的。各団体の仕入れ価格は、数年間固定、播種前契約という点を事前に伝えた上で議論することになるが、基本的に概算金や相場を基準にして、産地や銘柄ごとに話がまとまる。

再生産価格については、将来に向けて安定的に調達していく観点で、弊社も非常に関心がある。しかし、色々な方に話を伺う度に、再生産価格について理解できなくなる。例えば、2、3年前にある農家に再生産価格はいくらか尋ねると、「12,000円もあれば十分」という回答だったが、同じ農家に令和6年産で尋ねると「20,000円」という回答であった。国の資料では、生産コストは毎年あまり上昇していないところ、農家が提示した再生産価格がなぜこんなに上がってしまうのか分からない。我々も安定的な価格で商売を持続させていきたいが、元の部分を正確に理解し、皆がそれを認識できていないと、何を信じて良いのか分らない事態になる。規模が様々で、生産コストに対する考え方も団体等によって異なる中で、何をもって再生産価格とするかの認識をこの会議を通じて少しでも共有できれば良いと考える。

Q 概算金がベースになって取引価格を決めており、概算金をコストとした取引価格という感覚か。

○わらべや日洋食品株式会社 新川 購買部 米調達担当部長

概算金をコストとした価格というよりは、去年の概算金との比較を見ている。例えば、去年の概算金が15,000円で、今年は16,000円だったとすると、「相場的には1,000円上昇しているのか」という認識がベースになっている。概算金＝再生産価格という見方はしていない。

○全国主食集荷協同組合連合会 山口 米穀販売部長

米卸に価格提示を行う際は、傘下の組合から提示された額をそのまま提示している。その中にコストが含まれているとすると、物流費が値上げしたときはそのまま上乗せ

している。また、資材が値上がりしていれば、その分も上乘せしている。

生産者側のコストでは、肥料代等が近年値上がっていると思うが、その分は集荷業者側で米の買取をする際や概算金を支払う時にある程度反映させていると思っている。買取価格は、市場の状況に合わせざるを得ない状況だし、概算金は各地域の農協の情報を参考に決定していると思っている。

○全国スーパーマーケット協会 村尾 事務局長

適正価格については、原材料構成比の高いものと加工度の高いもので性格の違いがあるため、分けて考えるべき。野菜や米、牛乳も似たところがあると思うが、需給バランスといったコスト以外の要因による相場的な価格変動値が大きいものについては、コストをいくら載せていくらになるのかについて、非常に価格提示がしづらいと改めて感じた。

小売業は同じ品質のものであれば安く提示した方を当然採用すると思うし、それが消費者の値ごろに合うかどうかや、自分達の利益率等を考慮した中で決定する。「値ごろ」は、各企業で実績のある販売価格と販売数量を基に判断する。

業界だから、という言い方をすると、例えば米は5kg、10kgでの販売はあるが、この時期になったら4.5kgや8kgでの値ごろ販売ができないのか、というのは普通に考えられる。精米時の色々な問題や業界の課題があって、フレキシブルに対応できないことがあると思うが、小売業としては、最終的に消費者に提供する価格の決定権を持っているので、競争の中での話ではあるが、自由度が効いた方がより利益も出た中で販売数量を増やすことができると思う。ただ、なかなかうまくいかないのは色々理由があるのかなと感じている。

付加価値の付け方という点では、ブランドや産地でキロ単価がある程度決まっている部分もあるので、新しい品種でそういった評価を得られるようなブランド力を作っていくなど、協力して販売していくのだと思っている。業務用や外食では、いかに高くない価格の米を色々混合したりしているように、市販用のブレンド米でも、安い(品質の低い)米を混合するという安い意味合いのブレンド米ではなく、特定の料理に適した配合やある種の嗜好に合わせた品質向上を目的とした価格を抑えたブレンド米を開発する等、その他、例えば冷めても美味しく食べられたり、電子レンジ調理で旨味が出たりといった少しの工夫によって、通常ではなかった価値が生まれるものを作れば、小売業としてそういうことでは協力ができるのではないかな。

○株式会社 ライフコーポレーション 首都圏商品本部 本部長補佐 兼 首都圏食品日配部 中島部長

コストは提示していただければ非常にありがたいが、同時に、消費者に仕入れ額を提示できるかということ、現実的には、それが本当かどうかも含めて理解を得るのは難しい。自由競争の中で、より多く、品質と価格のバランスが取れた米を調達して、それを消費者に提供したいというのがスーパーマーケットの本分。

仕入れ価格については、米卸企業から提示いただいているが、特にここ1年は提示された仕入れ価格で買うしかなく、合理的な価格形成よりも、今は量の確保が非常に困難な状況。当然我々も販売管理費がかかるので、仕入れ価格にそれを乗せて販売するが、これが消費者から理解を得られるかという点が非常に大きい。特に、地域実勢価格と呼んでいるが、店舗の立地や地域によって価格が違うなど、色々な要因があるので、地域で多少変えるといった商売をしなくてはならないという事情もある。一律の値段で仕入れるが、地域ごとに販売価格を変えざるを得ないところもあるで、そこは柔軟にやっている。

取引の実態について、2年前くらいまではある程度米の量があったので、前年の価格と比較しながら取引量を決めるといった形の取引をしていた。今は、提示された量と価格を受け入れるしかないので、今の時期に合理的な価格形成というのがピンとこないところ。

供給の持続性について、概算金などについては直接関わっていないが、大きく変動する理由は理解できないと感じていた。せめて提示できる範囲は提示しようといった指針や指導などがあり、それだけは日本全国で分かるようになったら良いのではないかな。ただ、仕入値を全開示することは非常に困難だと個人的にも思っている。

Q 概算金の指針や指標を作るべきということか。

○株式会社 ライフコーポレーション 首都圏商品本部 本部長補佐 兼 首都圏食品日配部 中島部長

公開してもよい部分だけについてでも、そうすると良いのではないかな。過去との比較が分かるだけでも、持続性が危ぶまれていることに対する消費者の理解が少しは進むのではないかな。

○日本生活協同組合連合会 説田 農畜産部米穀グループマネージャー

取引の実態について、原価（コスト）を変更したいという要請があった場合、部署内で情報共有し、提案書を作った上で会議をする。また、我々は連合会のため、一旦内部会議の承認を経たうえで、各会員生協に変更を提案し、管理生協の内部で承認を得てようやく変更といったプロセスを踏むことになっている。担当者の一存でその可否を決めることはない。産地や取引先は我々にとっては長期間の取引を大前提としたパートナーであり、必要なコストを反映することにはある意味当然と考えている。コストに関する提案があった際にはきちんと内部で十分な検討をするということだ。

会員生協に関しても、作柄状況や需給、概算金、相対価格などの情報は通常時から共有し、変更があった際にもきちんと説明がつくような理解醸成を深めている。

今回の適正価格といった意味では、原価構造の中でそれぞれの役割を担う方がそれぞれ原価構造を持っているということなので、そこを認識したうえで話をしていくことが大切かと思う。

これまでも話が合ったが、結局のところ、需給が緩んだ場合、価格をどこまで適正

なものとして考えるのかということだと思う。需給が緩んで価格が不当に下がった場合に適正なレベルに是正をしたいという趣旨は良く理解できるし必要なことだと考える。ただ、それは最終的に消費者の負担になる可能性が非常に高い。適正な価格形成やコストの合理的な転嫁というこの議論自体がそういう意味合いを持っているので、最終的に消費者にしっかりと説明をして理解が得られるものでないといけないと思う。なかなか消費者に対してそういったことを説明するのはハードルが高いという面もあるが、そこに納得感がないと先には進めないのではないかな。

その意味で、供給の持続性が危ぶまれているデータやファクトを論点にしていると思うが、単純に生産者の人口が非常に減っていること、米生産者の平均年齢が高いこと、米の新規就農者が他の農作物に比べて相当少ないこと、といった事柄は、消費者にダイレクトに、危機感を感じさせられると思う。だが、ただ単に消費者の不安を煽ることになっては元も子もないし、需給が減ってしまう可能性も考えられる。どうしたらそういったことが避けられるかといった道筋を踏まえて消費者に提示できることが大事ではないか。その中の1つとして、適正な価格という考え方があるということが、全体的な考え方として正しいのではないかな。

○主婦連合会 山根 常任幹事

米を巡って消費者も生産者も苦しい状況が続くのは終わりになるようにと思う。今回の備蓄米放出決定の判断は良かったと思っている。価格がすぐに下がることは無いとしても、消費者の安心感は広がっていると思う。もっと早く決定していれば、言われているような一部のアウトロー的な事業者の買い占めなどが無かったかもしれないなどと、素人ながらに思っている。ただ、備蓄米を放出すれば価格が下がる可能性がある一方で、農家の利益は減ると言われているので、そうならないように、農家の所得が上がって米作りが魅力ある産業となるよう、知恵を絞って国内の農業生産を支える政策をお願いしたい。

資料に「持続性が危ぶまれていることについて消費者に広く理解を」、とあるが、今回の米のことで農業の厳しい現状は広く伝わったのではないかな。ある意味良い経験となったわけで、安さを求めて農業者に過大な負担を押し付けていると、安心して食べていける日本ではなくなる、ということに気付いた人は多かったと思う。とはいえ、おにぎり、お弁当、冷凍食品等、米を使った商品が値上がりしており、何とかしてほしいという声はいただく。やはり、主食の米だけは誰もが安心してたくさん食べられるように何とか手だてをしてほしいというのが本音であり、ぜひよろしくお願いしたい。

P. 15に「国産原材料の活用や、有機農産物等を通じた環境負荷の抑制等により付加価値の向上を併せて促進」とあるが、とても重要なことだと思う。国産原料や有機が促進に向かうことは農水省も強く表明したことだと思うし、消費者も理解を進めたいと思っている。ただ、コストや手間がかかることと、消費者の購買意欲はどうなるのかという課題がある。なぜこういったことが必要なのか、なぜ価格が高いのか、につ

いて理解を深めるところからスタートだと思う。こうした食材をぜひ学校給食に取り入れて子供たちに食べてほしいという声も広まっているので、そういったところから一步一步、新しい知恵や工夫が生まれるように、力を尽くしていただきたい。

○全国消費者団体連絡会 平井構成員代理

昨年8月の米不足に端を発したコメ価格の高騰について、市場流通や需給バランスの実態が先行して、短期間で米価格が上昇する結果となっている。全国消団連では昨年の9月から需給と価格の傾向を把握および検証するために、弊会の会員に米価格の調査アンケートを実施している。結果をみると、首都圏の新米5キロの価格は9月以降高止まりが続いており、昨年の12月頃からさらに上昇するという状況が見受けられる。実際、現在3,000円台後半の米が非常に多く、最近では4,000円を超える商品が増加傾向と把握している。これに関して備蓄米放出の報道があったと思うが、色々な記事や記者の解説があり、憶測で語られている部分もあるなど、消費者からみると正確な情報が届いているとは思えない。消費者は身近に米不足の問題が起きるまでは、そもそも政府の備蓄米の存在や運用方法を知らなかった方がほとんどかと思う。まずは根本的な成り立ちや数値的な現状について、正しい情報を届ける必要がある。その上で今後についても様々な事実関係だけではなく、報道の原因や今後の見通しを消費者に正しく伝える必要がある。政府が公表している2024年の主食用米の収穫量が前年産比182,000t増として発表されているが、実際に現場から米が足りていないという声をもらう。消費者からすると、こうした情報の違いがありすぎるが多々あることで不安になることがある。そのため、齟齬がないようなしっかりとした情報発信をしていただきたい。

現状で米の品薄状態は解消されているが、値上げ幅が大きかったり、価格の高止まりなど、家計に大きな打撃を与えている。価格の上昇が続く要因の1つとして、米の集荷や在庫確保に向けた競争が加熱しているということを聞いている。生産者にも消費者にも利益のないところで好ましくない動きが起きないように、しっかりした監視・調整を行うなど、業界としても取り組んでいただきたい。

消費者としては米の価格高騰が収まり、1年を通して納得できる価格で購入できることを望んでいる。そのために、短期的な対策ではなく中長期的に主食である日本の美味しい米の生産と消費が守られるよう、皆さんの知恵や力を合わせて広い視野と連携の姿勢で対応して臨んでいくべき。

○チェーンストア協会 牧野 専務理事（協議会構成員）

現在、米の価格が上昇して何に需要が移っているかというと、パスタ、うどん、ラーメンである。加えて、最近では輸入米が出回り始めていると聞いている。これは関税を払ってもまだ安いという状況。価格転嫁した場合に、そういった輸入品に需要が移るのではないのか。その結果、生産者の所得が決して増えないのではないのか、ということ懸念している。

品目指定の考え方について、「取引において通常費用が認識されていない品目を指定」と書いてある。「供給の持続性」、が初めの議論からのキーワードであったと認識している。一方で、取引において通常費用が認識されていない、という中には供給の持続性という概念が全く含まれていない。もちろん費用が認識されていないということは、供給の持続性になんらかの心配を与えるかもしれないが、供給の持続性が懸念されているものが、全て費用が認識されていないというわけではないので、品目指定をする際には供給の持続性に懸念があるものと、よりはっきり書いていただきたい。加えて、特に米についての議論がピンとこないという構成員の意見があったが、私も全く同感。今なぜこの状態になっているのか、しっかり原因究明して、価格転嫁といったある意味小手先の対応ではなく、もっと真剣に議論をすべきではないか。

○日本惣菜協会 大隅 常務理事（協議会構成員 黒田副会長代理）

先ほど、家族経営では原価の把握がなかなかできていないという話があった。私も別のところで同じ話を聞いた覚えがある。その中で、資料のコスト調査結果を見ると、生産部分は同じぐらいの金額で作られているのに、取引価格が高い方がマージンがマイナスになっている品目がある。商売としていかに自分の原価率を下げてなるべく安い価格で売るか、という認識が薄い農家もいるのではないか。そんな中、同じ価格で、市場で取引するということが、原理に反しているのではないか。そういった意味では、コストがちゃんとマージンをとったうえで価格が合うように色々な方が指導していくのが理想的なものになるのではないか。

備蓄米の放出は非常にありがたいことで、ぜひやっていただきたいと思いながらも、米ができたらずぐ備蓄米にするのか、という懸念がある。備蓄米はその年のうちに消費するわけではないので、後から備蓄米に回しても良いのではないか。まだ市場が安定していないのに備蓄米を先取りしてしまうのかと思った次第。