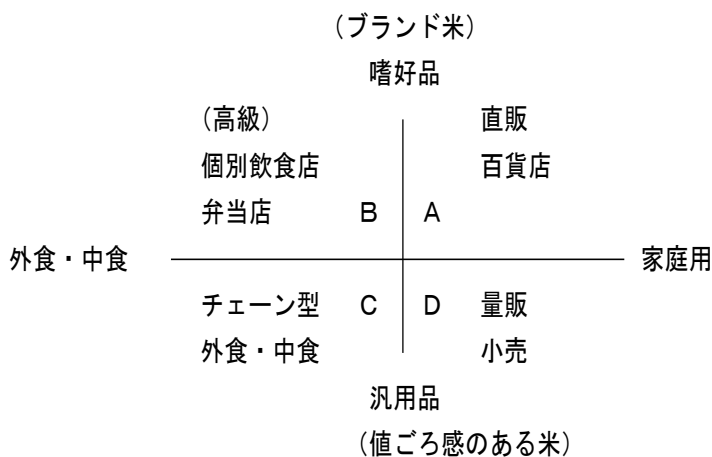


米取引の事前契約研究会（第3回概要）

1. 日 時：令和2年2月21日（金）10：00～12：00
2. 場 所：農林水産省 統計部第1会議室
3. 要 旨：

事務局から事前契約の拡大に向けた対応（案）について説明した後、①仕向け先別（外食・中食用、家庭用）、②価格帯別（高級ブランド米、値ごろ感のある米）の2つの軸からなる4象限（AからDまで）に分けて、意見交換を実施。研究会テーマに関する主な意見は以下のとおり。



【生産者の立場からの意見】

- 生産者の意識はまだまだ低い。集荷業者と5～6月に出荷契約をするが、農協などから「こういう需要があるからこういうのを作ってください」ということではなく、生産者として何を出せるかと聞いているだけで、実需者とリンクしていない。
- 流通の段階では実需者からCの絶対量が不足しているという話があっても、それが生産には反映されていない。
- 一俵いくらで売れたと言っても、単収が低ければ儲からない。多収系品種でも、俵数が獲れると面積当たりの収入は高くできる。
- Dは、生ごみを原料とした肥料を使う資源循環の取組として行っている。取引というよりは、取組として進めていくと、量販の部分も伸びていくと思う。

- 各都道府県の奨励品種だけではなく、その他銘柄となっても、良食味で多収系品種を栽培するようにすれば、良食味で値ごろ感のある米は増えてくるのではないか。
- 実需者との対話が生まれれば、双方の理解が進み、うまくいくようになると思う。

【集出荷業者・米卸売業者の立場からの意見】

- 事前契約の取決め内容としては、数量に加えて、①価格を固定するもの、②契約時の基準価格のアローワンスを設定し、秋口に最終決定するものがあり、現状は②が非常に多い。
- 家庭用向けは、相場観や売れ行きを考慮して、価格・数量を契約するケースが多いため事前契約は進んでいない。また、消費の見通しが立てにくく、過剰在庫を抱えるリスクもあるため、取組を増やすには限界がある。
- 例年、5～6月に生産者とJAの間で出荷契約を締結するが、出荷契約は、卸・実需者との事前契約と結びついた契約とはなっていない。また、作柄等によっては契約どおりに出荷されないケースもあり、生産者段階まで契約で結びついていないことが課題である。
- 一方で、実需者ニーズをもとに生産側に作付提案し、個々の生産者と契約栽培により実需者まで結び付いた契約も年々拡大している。一気に進まないが、こうした契約の拡大にも地道に取り組んでいきたい。
- 需給調整上、高い米をたくさん作っても、AやBの需要は圧倒的に少ない。まずはその情報を生産者と販売とで共有する必要がある。
- 産地のブランド米志向をどう正していくかは課題。売れないものは、この値段では売れないと産地に伝える、次の年に契約をやめたり契約量を半分にするなどしている。

【実需者（外食・中食）の立場からの意見】

- 産地が高価なブランド米生産に力を入れていることや、安価な米生産における利潤確保の難しさ等から、供給量自体がタイトとなっており、欲しい米が足りない。
- Cの部分に飼料用米のような支援があると良い。
- 複数年契約では価格をある程度取り決めるが、生産者の中には、損得勘定が働き、価格の事前決定に消極的な者もいる。
- 全量は無理だが、産地との直接契約を目標としており、そのためには、お互いに理解していく必要があり、産地の特徴や考え方などを確認しながら進めていく。
- 予算の範囲内であれば、相場より高く買っても問題はない。また、一度契約をしたら品質が悪くても基本的には引き受けるが、あまりにも品質が悪い場合には産地と随時相談しながら対応している。

【次回の進め方】

- 次回は、これまでの議論を踏まえて、事務局から中間取りまとめ（案）や産地・生産者向けパンフレット（案）などを提示。