

全農

米穀

JA全農は、政府の「農林水産業・地域の活力創造プラン」で期待された改革に対応し、農業所得の増大につなげるため、①肥料②米穀③園芸④農薬⑤農機・段ボール⑥飼料⑦輸出——の各事業について、事業改革の具体策と年次計画を策定しました。

平成29年度事業計画とあわせ、全農自己改革の“新たな挑戦”を全8回シリーズで紹介します。

生産者手取りの確保と農業経営の安定に向けて 実需者への直接販売を拡大

事業環境

- 米消費量の減少(毎年8万トンを程度ずつ減少)
- 旧食糧管理法下の流通構造(全農が米卸業者に玄米を供給し、精米流通は米卸業者)が改正食糧法下でも根強く残る
- 米卸業者はピーク時より減少したが、依然小規模な業者が多い(現在250社超)
- 米の消費が家計消費から中食・外食へとシフトする中、大手量販店などと比較し米卸は小規模で交渉力が弱く、価格競争が起きやすい。生産者の手取り確保のため、バイイングパワーに対抗する一定規模への再編が必要

改革方向

消費形態の変化や消費量の減少が続く米穀事業では、最終的な実需である精米分野への進出が不可欠。これまでの米卸業者への玄米販売中心の事業から、実需者に精米を直接販売することを主体とした事業に転換する

改革具体策

目標 実需者への直接販売と買取販売の拡大

	28年度(見込み)	29年度	30年度	31年度～
実需者への直接販売の拡大 (主食米取扱量に占める割合)	80万トン	100万トン (47%)	125万トン (62%)	36年度 90%
買取販売の拡大 (主食米取扱量に占める割合)	22万トン	30万トン (14%)	50万トン (25%)	36年度 70%

1 推進体制の整備

- エリア別(消費地・県域など)や実需者の業態別(中食・外食業者、加工業者、量販店など)の推進体制を整備

2 得意先リスト作成・販売推進

- 米使用量の多い主要実需者(中食・外食業者、加工業者、量販店など)を中心に推進を実施
- 実需者への安定的な販路を確立している米卸業者、パール卸を通じ安定的・効率的な販路を構築

3 実需者・米卸業者との連携強化

- 主要実需者や米卸業者との関係強化を目的とした出資・業務提携を推進

4 直接販売拡大の基盤としてのインフラ整備

- 広域集出荷施設
- 炊飯施設(炊飯事業者との資本・業務提携・工場新設などによる事業拡大)
- 精米工場(米卸との資本・業務提携、統廃合などによる工場再編)

5 産地への販売情報フィードバックと安定取引の拡大

- 実需者への推進を踏まえ、実需者ニーズ・取引条件を産地に提案
- 事前契約(播種前・複数年契約)の実施時期を生産前年に早期化して拡大

年次計画

項目	29年度	30年度	31年度
1 推進体制の整備	エリア・実需者業態別に推進体制を構築		
2 得意先リスト作成・販売推進	推進先の設定	設定した推進先への販売推進	実需者への安定的販路を確立している米卸業者・パール卸を通じた販路構築
3 実需者・米卸業者との連携強化		実需者・米卸業者への出資・業務提携推進	
4 直接販売拡大のインフラ整備	炊飯施設・精米工場のインフラ整備案の策定	広域集出荷施設 順次拡大	炊飯施設取得・精米工場再編など諸施設整備
5 産地への販売情報フィードバックと安定取引の拡大	事前契約の仕組み変更(早期化)	実需者ニーズ・取引条件の提案(産地へのフィードバック)	
		事前契約の拡大	