

29年産米をめぐる情勢について

1. 今後の需給見通しについて（全農推定）

- 国の基本指針における需給見通しをふまえると、29年10月末持越在庫は24万トン（前年+1万トン）程度と見込まれます。
- 29年産米の生産量を自主的取組参考値の733万トンと仮定した場合、30年10月末持越在庫は16万トンとなり、需給は概ね均衡すると見込まれます。
- ただし、生産量は豊凶による変動を見込んでおらず、需要量は28年産米の価格上昇を受けた消費者の買い控えやSBS輸入米への切り替え等により、国の見通しやトレンド以上に減少する恐れもあることから、需要動向を注視していく必要があります。

【図表1. 主食用米等の需給見通し（全農推定）】

（単位：万トン）

		29年産生産量を自主的取組参考値とした場合	備考
28年10月末持越在庫	A	23	全農持越在庫（内もち米3万トン）
29RY	28年産生産量	750	国の公表値
	供給量計	773	
	主食用等需要量	749	
29年10月末持越在庫		24	28年産10月末より+1万トン
30RY	29年産生産量	733	作況100
	供給量計	757	
	主食用等需要量	741	国の基本指針におけるトレンド値-8万トン
30年10月末持越在庫		16	

2. 28年産米の販売状況（全農）

（1）全国（5月末）

出荷実績は前年並となっているものの、集荷が減少した北海道・東北などの販売が抑制されたことや高価格帯銘柄の販売が苦戦していることから、年明け以降は鈍化しています。

（2）本県（6月上旬）

<コシヒカリ>

- 本県産コシヒカリについては、年内の出荷は低調だったものの、年明け以降、量販店向けの販促が強化されたことや大手業務用需要の使用時期が早まったことなどにより、前年比104%まで回復しています。
- ただし、豊作分の一定量は、業務用向けに国の「米穀周年供給支援事業」を活用した長期計画的販売（平成29年11月以降の出荷）となることが見込まれます。

<こしいぶき>

- こしいぶきは、生産量の減少により、出回り当初から不足感が強く、強い引き合いがあります。
- 全国的に業務用向けの銘柄が不足しており、こしいぶきを業務用向けに計画的に持ち越す動きがあることから、出荷は前年を下回っています。

【図表2. 28年産主食うるち米の出荷状況（全農新潟県本部、6月上旬現在）】

年産	出荷実績(前年比)						出荷進捗 (販売計画比)		
	銘柄	～12月	1～3月	4月	5月	6月上旬	合計	28年産	27年産
コシヒカリ		85%	122%	112%	121%	116%	104%	60%	66%
こしいぶき		79%	97%	81%	90%	70%	86%	68%	77%
合計		85%	117%	102%	110%	106%	100%	61%	68%

3. 29年産新潟米の販売における取り組みについて

- 事前契約（播種前契約、複数年契約等）の拡大により販売先との結び付きを強め、早期かつ長期安定的な需要の確保をはかります。
- ブランド化を目指した新品種の導入など他県産米の攻勢が強まる中、「米どころ新潟」としての存在感を示すため、広告宣伝・販売促進対策の一層の強化をはかります。

【図表 3. 29年産米の販売促進対策の主な取組内容】

種類	区分	項目	内容	実施時期
うるち米	新潟米全体PR	テレビCM、WEBサイトを活用した新潟米プロモーション	・テレビCMを新米時期に投入し、新潟米コシヒカリのブランドを訴求するとともに購入意欲を刺激する。 ・WEBサイトを活用し、テレビCMと連動したプロモーションを展開することで、情報の拡散をはかる。	10月 10～翌3月
		県との共同宣伝	首都圏を中心に、新潟米コシヒカリの喫食機会を提供するイベントなど、話題性を喚起できる宣伝企画を実施する。	10～翌3月
		実需者との共同宣伝	大手コンビニなど実需者と連携し、消費者が新潟米使用の商品を目にする機会を増やすことで、新潟米のPRをおこなう。	通年
		PRイベント	各種イベントでおむすびやサンプルを配布し、新潟米の美味しさをPRする。 ・サッカーアルピサンクスデー(新潟) ・味の素スタジアムリレーマラソン(東京) ・ABCラジオ祭り(大阪) など	通年 9月16日 11月4日 11月・翌3月
	販売促進	実売促進	・卸と連携し、量販店を中心に独自キャンペーン、マネキン試食など店頭プロモーションを展開することで、実売促進をはかる。 ・新之助は、県のプロモーションにあわせて、実売促進対策を実施する。	通年 10月～
		産地精米の販売促進	しらゆき米クローズドキャンペーンを実施する。	新米・春期
		JAトップセールス	JAと全農県本部が一体となって取引先への販売推進をおこない、産地指定等、結び付き販売の強化をはかる。	通年
		その他	・新潟米レディ派遣 ・各種販促資材の作成 など	通年
	酒	PRイベント	にいがた酒の陣等の日本酒のPRイベントに協賛し、本県産酒米の消費拡大をはかる。	通年
	もち	PRイベント	各種イベントでお餅を配布・PRし、本県産もち米の消費拡大をはかる。	通年

【図表 4. 新品種の動向】

産地	銘柄	備考
富山	富富富(ふふふ)	良食味、高温に強い 富山米新品種戦略推進会議の委託運営業者を県が募集中
福井	いちほまれ	良食味、高温に強い 福井ブランド米推進協議会を設立し、ブランド化を推進
岩手	金色(こんじき)の風	良食味、低アミロース いわてオリジナル品種ブランド化実践本部会議を設置し、ブランド化を推進
山形	雪若丸	中山間地で生産、減農栽培向き つや姫の弟分として効果的なブランド化を推進(つや姫ブランド化戦略推進本部)
宮城	だて正夢	耐冷性、低アミロース みやぎ米ブランド化戦略会議を設置し、ブランド化を推進

4. 29年産米出荷結集のお願い

- 新潟米は、生産者とJAグループが一体となり、全国への通年安定供給に取り組むことで全国ブランドとしての地位を確立してきました。
- これからも、本県産米が産地間競争に打ち勝ち、販売シェアを拡大していくためには、生産者とJAグループが一丸となって生産・販売を行っていく必要があります。



出荷契約に基づき、卸・実需者等への販売推進に取り組んでいます。
高品質、安全・安心な「新潟米」の生産と、JAへの出荷結集を
お願いいたします。

(全農新潟県本部 米穀部 総合対策課)