

～米は全量JAへ～

「新潟米ブランド力」の更なる向上をめざして！

【29年産米の需給・販売環境】

1. 29年産米の需給見通し

(1) 29年産作柄概況見通し(8月15日現在) ～早場産地は「平年並」～「やや良」

農水省が公表した29年産米の作柄概況は、東日本を中心とする早場地帯(19道県)のうち、東北4県(岩手、宮城、山形、福島)と山陰の6県が「やや良」、北海道、北陸などの残り13道県は「平年並」と概ね順調に推移しています。

(2) 主食用米の需給見通し ～需給環境は概ね均衡するが需給動向を注視する必要～

ア. 国の基本指針によると、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6月末民間在庫量は180万トンと需給は概ね均衡し、米価も一定の回復が見込まれる状況です。

イ. ただし、需要量が伸びているわけではなく、全国段階で27年産以降3年続けて生産調整を達成していることにより米価が回復している状況です。

ウ. 29年産の米価上昇による消費者の買い控えなどにより国のトレンド値以上に需要が減少する恐れもあるため、引き続き、生産調整の達成や需要に応じた生産を実践していくことが重要です。

【主食用米の需給見通し(国の基本指針にもとづく)】

(単位:万トン)

		29年産生産量を 生産数量目標とした場合	29年産生産量を 自主的取組参考値とした場合
平成28年6月末民間在庫量	A	204	204
平成28年産主食用米等生産量	B	750	750
平成28/29年主食用米等供給量	C=A+B	954	954
平成28/29主食用米等需要量	D	755 (前年度▲11万トン)	755 (前年度▲11万トン)
平成29年6月末民間在庫量	E=C-D	199	199
平成29年産主食用米等生産量	F	735	733
平成29/30年主食用米等供給量	G=E+F	934	932
平成29/30主食用米等需要量	H	752 (トレンド値)	752 (トレンド値)
平成30年6月末民間在庫量	I=G-H	182	180

※ 掲載内容の無断使用・転載を禁じます。

## 【29年産米の取り組み】

### (1) 高品質米の安定生産 ～産地間競争に打ち勝つためにも、品質向上は必須～

取引先からは、トップブランドとして、品質向上を強く求められています。販売力強化の観点からも、1等米比率の向上は必須となっています。

- 収穫期を迎えております。刈り遅れに注意してください。
- 「適期収穫と適正な乾燥・調製作業」で最後の仕上げをお願いいたします。

※特に、水分値は14.5%～15.0%に仕上げてください。水分過多はカビや肌ズレなどの品質劣化、過乾燥は胴割れの発生原因になりますので注意してください。

注) 高水分米によるクレーム・事故防止をはかるため、農産物検査時の水分値が15.5%以下であることをJA米の要件としております。(ただし、「新之助」は15.0%以下)

### (2) 販売力の強化 ～全量の単年度販売に取り組む～

- ア. 需要の早期確保に向け、播種前・収穫前契約等の事前契約の積み上げに取り組んできました。成約数量は、こしいぶき等の銘柄で収穫前契約の基準価格の引き上げをおこなったものの、販売計画の8割程度まで積み上がりました。
- イ. 今後は、出来秋以降早期に契約を積み上げ、単年度での全量販売(=生産者手取りの最大化)を目指します。
- ウ. このため、宣伝活動を一層強化し新潟米に対する消費者の関心を高めるとともに、キャンペーンを効果的に実施します。

### (3) 広告宣伝・販売促進対策の強化 ～新米出回り期のスタートダッシュをはかる～

- 「米どころ新潟」としての存在感を示すため、広告宣伝・販売促進対策をより一層強化します。
- ア. 新米出回り期に、今年より新たなタレントを起用したテレビCMを集中的に放映し、新潟米の認知度向上と購買意欲の喚起をはかります。  
※コシヒカリのテレビCMは、これまでのイメージ(伝統・王道感)にとらわれず、新潟米をより身近なものとして訴求する内容に変更します。
- イ. スマートフォンなどの普及により有効な媒体となったwebとテレビCMを連動させたプロモーションを展開し、若い世代へのPRを強化します。
- ウ. 販売促進については、販売先様と連携して、量販店を中心に店頭プロモーションを展開し、実売促進をはかります。

## 【J A・全農県本部への出荷結集】

- (1) 新潟米は、生産者とJ A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。
- (2) しかしながら、米消費の減少に歯止めがかからないうえ、消費者の低価格志向が続いているなか、新潟米の販売環境はますます厳しさを増しています。
- (3) このような状況のなか、本県産米が産地競争に打ち勝ち、販売シェアを拡大していくためには、生産者とJ Aグループが一丸となって生産・販売をおこなっていくことが重要になります。J Aグループへの出荷結集をお願いいたします。

### 出荷結集の効果

出荷結集による  
集荷数量の積み上げ

新潟米の  
戦略的・効果的な販売  
需要・市場シェアの確保

新潟米の  
ブランド力向上  
生産者手取りの  
最大化

( 米穀部 集荷推進課 )