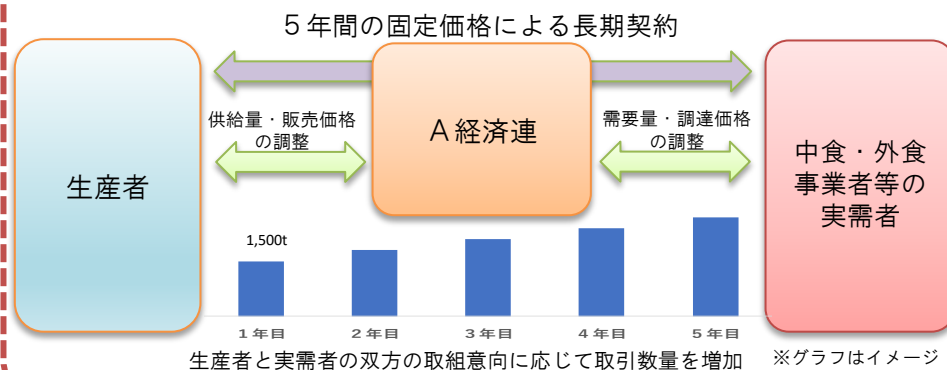


中食・外食向けの需要に応じた生産・販売事例

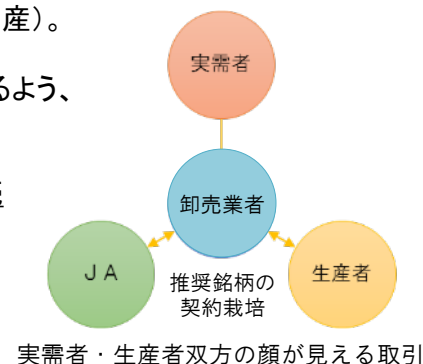
中食・外食事業者等との5年間の長期契約取引の取組

- A経済連では、30年産からの米政策の見直しを機に、生産者にとっても経営のメリットとなるとして、実需者サイドの需要量・調達価格と、生産者サイドの供給量・販売価格の調整を行い、30年産から中食・外食事業者等の実需者との5年間の固定価格による長期契約取引を開始している。
- この取組により、
 - ① 生産者サイドは、安定した取引先を確保できるほか、相場変動のリスクを回避できるとともに、将来の経営の見通しを立てることができる
 - ② 実需者サイドは、長期に渡る固定価格での取引によって、原料調達の安定化やコストを平準化することができるなど、生産者・実需者の双方にメリットのある取引形態となっている。
- この取組は生産者、実需者双方から一定の評価を得られており、双方の取組意向に応じた銘柄や数量に取り組んでいく考え(開始初年度の契約数量は、1,500トン程度)。
また、契約終了の段階で、取引価格や契約年数の検証を行い、契約の継続や取引数量の増加に繋げていくこととしている。



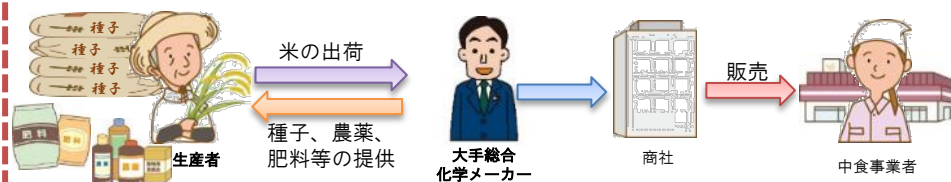
卸売業者と産地の契約栽培による安定取引の取組

- B卸売業者では10年前から、農研機構が開発した自社が奨励する多収性品種や良食味品種を、複数の産地のJAや大規模農業法人と契約栽培し、実需者への安定生産を推進している(現在は、取組産地の増加・作付面積の拡大に伴い、種子を増産)。
- 価格については、安定した取引となるよう、一定の範囲内で設定している。
- 集荷した米は、特定の実需者へ販売されていることから、生産者には、実需者が見える生産であることも契約栽培のインセンティブとなっている。



大手総合化学メーカーのタイアップによる中食・外食向け銘柄の生産

- C農協では、農業関連資材・サービス、関連資材、経営ノウハウを提供する大手総合化学メーカーのD社と中食・外食向けに仕向けられる多収性・良食味品種の契約生産を開始している。
- D社は、契約生産するJA組合員に対して種子・農薬・肥料等の農業資材の提供はもとより、経営ノウハウを指導するほか、生産された米の全量買取を行い、商社を通じて中食事業者(弁当屋・総菜メーカー等)へ販売している。



- 全国農業再生推進機構等は、農林水産省の支援の下、中食・外食向けニーズに応じた安定取引の推進のため、マッチングイベントを開催。
- 令和2年度開催の「米マッチングフェア2020」はオンラインでの商談会を実施、売り手（JA、農業生産法人等）121団体、買い手（中食・外食事業者等の実需者）306社が参加。
- 令和3年度は、事業の実効性を上げるため、商談会中心の取組に運用改善するとともに、業務用米マッチングサイトの構築。

米マッチングフェア2021 パンフレット



業務用米マッチングサイトの構築



米マッチングフェア2020 開催状況



オンライン商談会の様子(2/9)



オンラインセミナーの様子(2/16)

マッチング商談事例

①関東の生産法人が、健康食品のメーカーと、発芽玄米の原料として、400トンの契約栽培が決定。

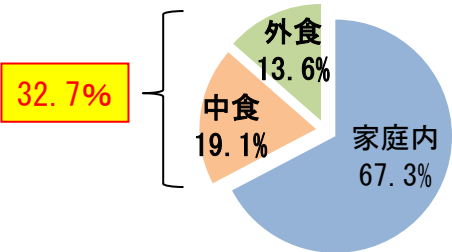
②東北の生産法人が愛知県に本部のあるステーキレストランチェーンと業務用途米「めんこいな」の契約栽培を開始。

米の消費拡大①

- 主食用米の消費の約3割を占める中食・外食等は、業態やメニューにより求める品質や価格が様々。このため、複数年契約・事前契約などの安定取引の拡大に向けて、米産地と中食・外食事業者とのマッチングなどを推進。
- また、消費者の米に対する意識の変化を踏まえ、米の機能性に関する情報など、今訴求性が高いと考えられる健康の面からの情報発信も進めている。

【主食用米の消費内訳等（令和元年度）】

中食・外食のシェア



中食・外食事業者が求める品質
（中食・外食業者への聞き取り）

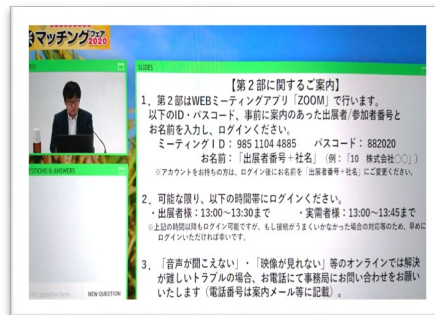
（例）
おにぎり…適当に粘りがあり良食味で歯ごたえのある銘柄
寿司…酢が入りやすく歯ごたえのある米
丼物…液通りの良いやや硬質米

資料：米の消費動向調査（(公社）米穀安定供給確保支援機構調べ）

○ 産地と中食・外食事業者とのマッチングイベントを開催

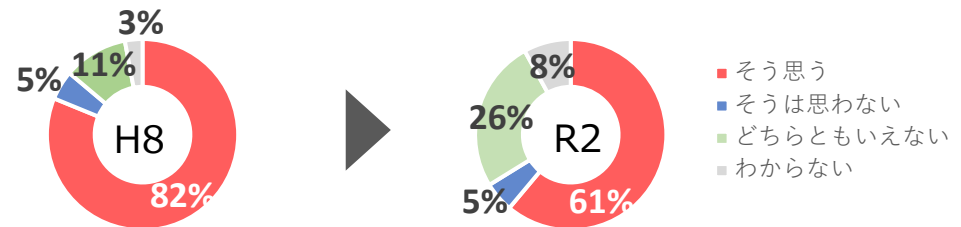
米産地と中食・外食事業者との間での複数年契約や事前契約を拡大するためのマッチングを行う商談会等を年4回開催。

〔第1回はオンラインで
R2年9月2日に開催。〕



【消費者の米に対する意識】

○ 米は健康によいと思うか（時期別）



○ 米の消費量を増やしたくなる情報（複数回答）

客体数	3,231	100%
大盛・おかわり自由・美味しいお米が食べられる店に関するもの	652	20%
お米の栄養価や健康への影響に関するもの	801	25%
産地に関するもの（食味に関するものを除く）	573	18%
品種に関するもの（食味に関するものを除く）	426	13%
食味に関するもの	568	18%
お米の調理方法に関するもの	501	16%
お米を使った新製品・新商品に関するもの	382	12%

出典：内閣府「食料・農業・農村の役割に関する世論調査」
農林水産省「米の消費動向に関する調査」

○ 「食育健康サミット2020」を開催（令和2年12月）



医師や栄養士等を対象に、日本型食生活は生活習慣病だけでなく、免疫力を上げ、感染症予防にもつながることに着目し、免疫学、栄養学という視点に加え、時間栄養学の考え方も応用して、ごはんを主食とした日本型食生活の活用を考えるシンポジウムを実施

主催：（公社）米穀安定供給確保支援機構、（公社）日本医師会 後援：農林水産省

米の消費拡大②（米の消費拡大情報サイト「やっぱりごはんでしょ！」の開設）

- 農林水産省は、米の消費拡大の取組を応援すべく、「やっぱりごはんでしょ！」運動を開始。平成30年10月に企業等が実施する消費拡大につながる取組情報を幅広く集約したWebサイトを開設し、各種SNSにより情報発信。
- 消費者にとって関心がある「健康」や、新型コロナウイルス感染症の影響を受ける中食・外食事業者の応援企画など、ニーズに応じたタイムリーな情報を発信。今後も、「やっぱりごはんでしょ！」運動を着実に進めていく。

「やっぱりごはんでしょ！」による情報発信事例

ホームページ

企業や民間団体などが行っている米の消費拡大につながる取組を紹介。

株式会社プレナスの「茅場町あおぞら田んぼプロジェクト」を紹介。



米穀機構の「3・1・2弁当箱法」を活用した体験セミナーを紹介。



Facebook

米に関する新商品や「農山漁村」など消費者の関心が高い情報を発信（毎週1回程度）。

横須賀で開催の「米が浜かレーバトル」を紹介。



日本初の日本酒アイスクリーム販売店を取材。



農業生産法人のお米作りや棚田の風景を紹介。



Twitter

米を使ったレシピや中食・外食での新メニューなどをタイムリーに発信（平日3回程度）。

米ぬかに着目したお米商品や栄養成分を紹介。



生米を使った「生米パン」のレシピを紹介。



ニーズに応じた情報の掲載

「健康」をテーマにした発信

米食者は腸内細菌がよく働き、免疫機能が高くなるのではないかと示唆する渡邊昌東京農大客員教授の論文を紹介。



集中力アップに必要な栄養が含まれることから女子栄養大学が推奨している「胚芽精米」を紹介。

※胚芽精米は胚芽が80%以上含まれている米でビタミンB1、B2、E等を多く含む。

