

(仮称)近江米生産・流通ビジョンの策定について

環境・農水常任委員会 資料4-①
 平成30年(2018年)3月12日
 農政水産部食のブランド推進課
 農業経営課

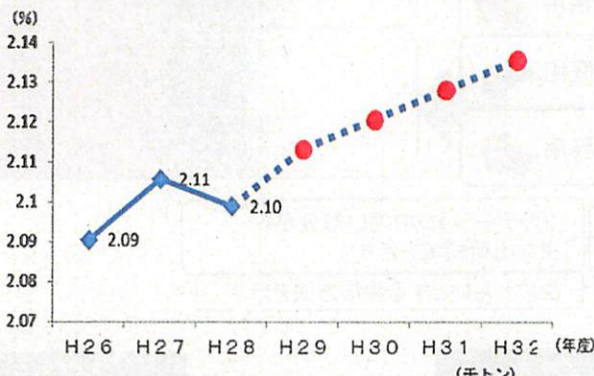
1 策定の趣旨

- 米政策改革をふまえ、近江米の評価の向上と需要の確保を目指し、平成30年産以降(概ね3年間)における近江米の生産・流通の方向性を示す指針として、近江米振興協会が策定を進めている
- 関係機関・団体が、このビジョンを基に「需要に応じた生産」を農家に啓発・推進するとともに、JA等による農業者への「作付提案」につなげ、売れる米づくりによる農家所得の維持・向上を図る

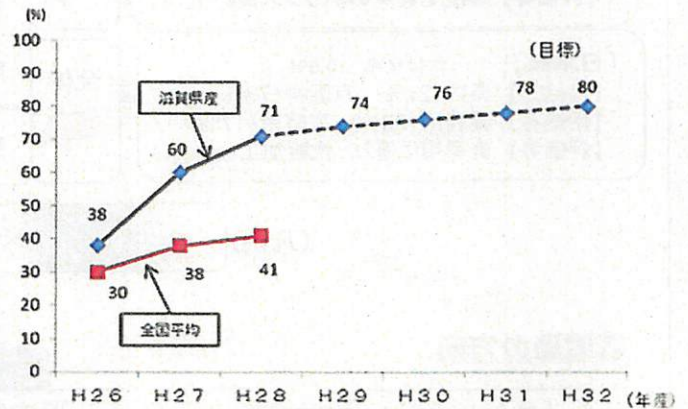
2 目標設定

- 全国の主食用米需要量に占める近江米のシェアの向上 (H28年産:2.10%→H32年産:2.14%)
- 主食用米の契約栽培率の向上 (H28年産:71%→H32年産:80%)

【全国に占める近江米の需要量シェア】



【近江米(うるち米)の事前契約率】



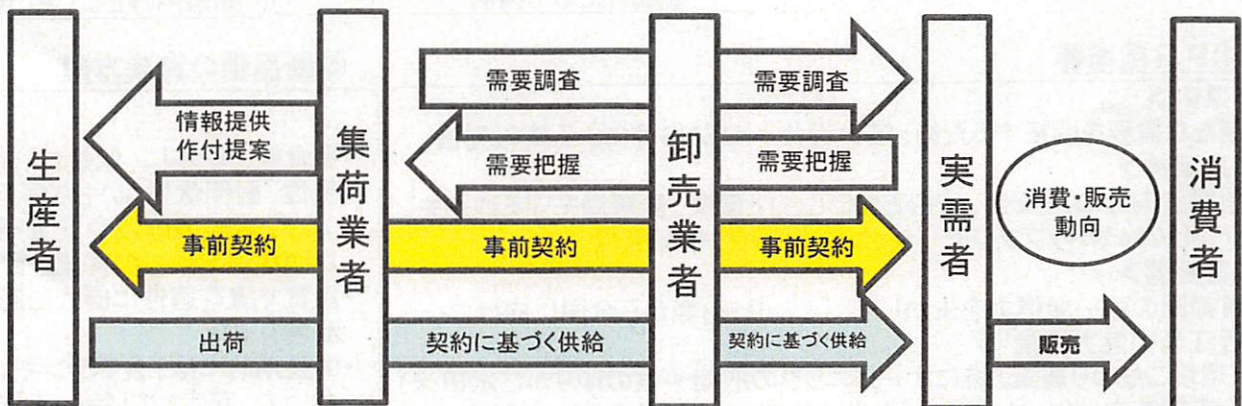
	H26	H27	H28	H29	H30	H31	H32
シェア (①/②)	2.09	2.11	2.10	2.12	2.12	2.13	2.14
需要量	164	161	158	158	157	156	154
全 (B2)	7,875	7,662	7,540	7,440	7,470	7,312	7,223

※需要量：農水省公表の主食用米需要量 (H29以降は計画・推計)

集荷数量に占める事前契約数量の割合。H26～H28は農林水産省公表値、事前契約は、複数年契約、播種前契約、収穫前契約をいう

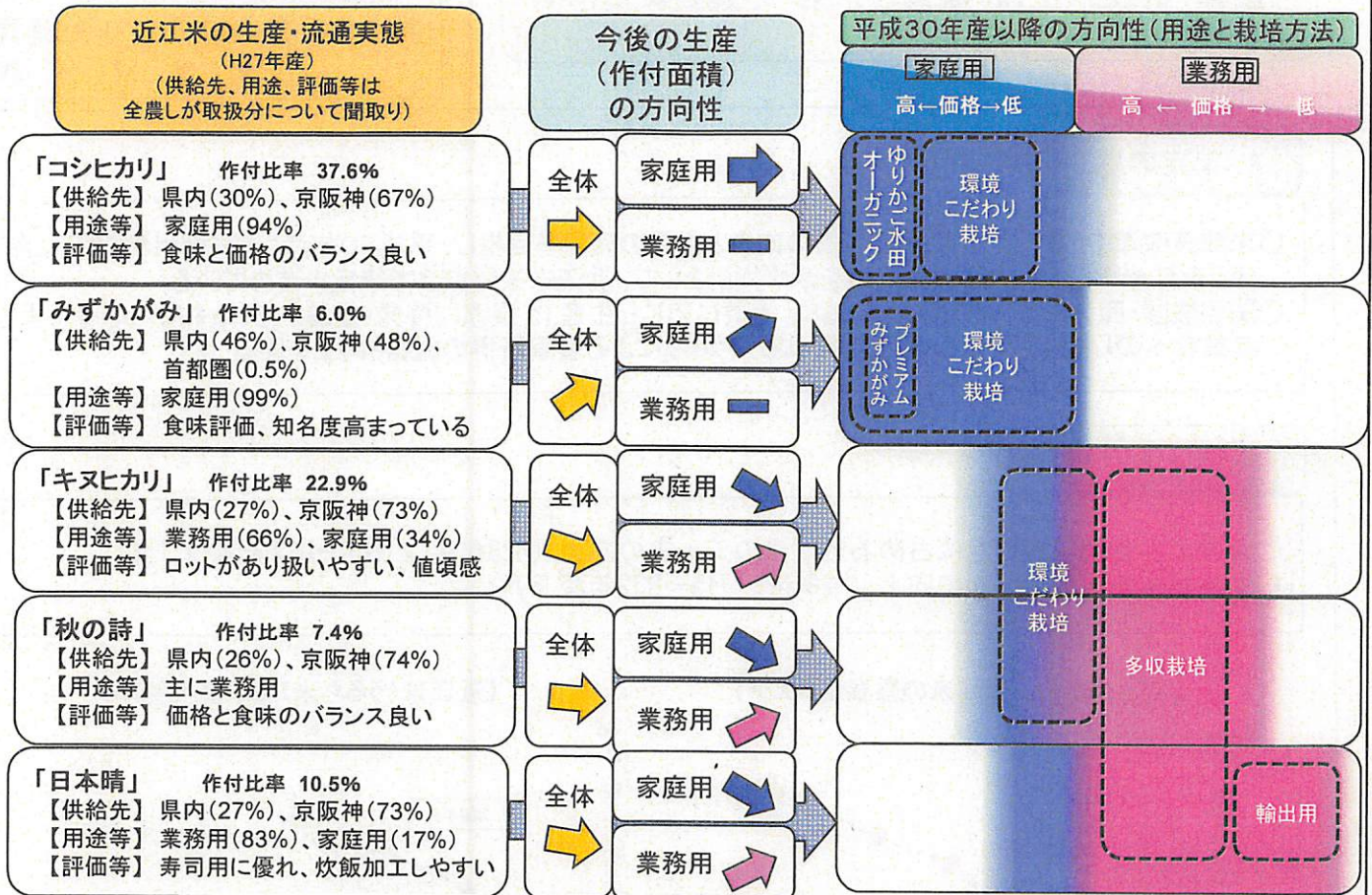
3 目標達成に向けた取組

①マーケットインを強く意識した米づくり



- 品種別・用途別の需要を積み上げ、その数量に基づく生産、販売を進める
- 播種前契約、複数年契約などの契約栽培を進め、安定した取引を加速

②品種別・用途別の販売ターゲットと作付の方向性 (※このビジョンは、集荷業者が取扱う主食用米を対象とする)



(凡例) グラデーションの濃い部分が
主な出荷領域を示す
 主にねらいとする栽培方法を示す

③流通の方向

	エリア	実需先
「コシヒカリ」	県内および京阪神	量販店、生協等
「みずかがみ」	県内および京阪神 首都圏、中京圏にも拡大	量販店、生協等
「キヌヒカリ」	県内および京阪神	外食、量販店(惣菜等)
「秋の詩」	県内および京阪神	外食等
「日本晴」	県内および京阪神 輸出用として検討	外食、量販店(惣菜等) 寿司用等として輸出を検討

④PR戦略等

- <県内>
 - ・新たな需要を開拓するため、若い世代へのSNS等による情報発信
- <京阪神>
 - ・消費者向けに、「安全、安心とおいしさ」と健康、琵琶湖を守る取組をテレビCMやトッププロモーションによりPR、情報発信
- <首都圏>
 - ・首都圏の強い発信力を生かして、「ここ滋賀」等から全国に向けて近江米の魅力発信
(環境こだわり農業、特にオーガニックの取組や魚のゆりかご水田米)
 - ・小売店等向けに、オーガニック米などのマッチングの機会を創設
- <海外>
 - ・JETRO滋賀と連携し、海外需要を探りながら、寿司米やパックライス等のプロモーションを実施

⑤新品種の育成方向

- ・良食味を基本に、収量性、高温登熟性、耐倒伏性、いもち病抵抗性など、農業の削減や安全・安心につながる品種の育成を目指す
- ・良質で醸造適性に優れた酒米の品種を選定
- ・中長期的には、食味ランキングにおいて、安定して「特A」を取得できる極良食味のブランド品種を育成