

# 平成30年産米をめぐる情勢

## 1. 29年産米の販売状況

(JA全農にいがた7月31日現在)

### (1) コシヒカリ

○ 低価格・中間銘柄の大幅な価格引き上げにより相対的に値頃感が出たことから需要者の取扱意欲は高まったものの、作柄不良等により販売数量は90%と前年を下回っています。

### (2) 新之助

○ 一方、出荷進度は84%と順調に推移しており、30年産米への円滑な切替えが見込まれます。

### (3) こしいぶき

○ 低価格銘柄の不足により引き合いが強まりましたが、作柄不良等により販売数量は80%と前年を

下回っています。

○ 7月末現在の出荷進度は81%と10月末までに全量出荷が見込まれます。

## 2. 30年産米の需給見通し

○ 29年産米の販売状況をふまえると、30年10月末持越在庫は19万トン(前年+2万トン)程度見込まれます。

○ 30年産米の生産量を国の目安の生産量を735万トン、需要量を前年より8万トン減の725万トンと仮定した場合、31年10月末持越在庫は平年作で29万トンと、全体需給は「やや緩和」が見込まれます。

○ 30年産米の作柄や今後の消費動向によっては、持越在庫がさらに増加することも懸念されるため、引き続き需給動向を注視していく必要があります。

【表1. 29年産主食うるち米の出荷状況 (全農新潟県本部、7月31日現在)】

	前 年 比							出荷進度 (販売計画比)	
	～12月	1～3月	4月	5月	6月	7月	合計	29年産	28年産
コシヒカリ	89%	92%	99%	93%	83%	87%	90%	84%	74%
新之助	564%	554%	—	—	—	—	671%	95%	—
こしいぶき	87%	63%	99%	96%	71%	87%	80%	81%	79%

【表2. 主食用米等の需給見通し (全農推定)】

単位：万トン

		需要見通し	備 考	
29年10月末持越在庫	A	21	全農持越在庫 (内もち米5万ト)	
30R Y	29年産生産量	B	731	作況100.4 (平年作ベースなら728万ト)
	供給量計	C = A + B	752	
	主食用等需要量	D	733	30R Y供給量752万トと持越在庫19万トの差
30年10月末持越在庫	E = C - D	19	29年産10月末より▲2万ト (内もち米▲1万ト)	
31R Y	30年産生産量	F	735	全農推定 (平年作ベースで前年産728万ト+7万ト)
	供給量計	G = E + F	754	
	主食用等需要量	H	725	全農推定 (前年▲8万ト)
31年10月末持越在庫	I = G - H	29	30年産10月末より+10万ト (内もち米±0)	

### 3. 30年産米の販売対策

#### (1) 基本的な考え方

○ 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」のより一層の浸透、新潟米ブランド力の向上を目指し、これまでの広告宣伝・販売対策の取組みをベースとして内容の充実を図ります。



【表3】販売促進対策の主な取り組み内容

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	・新テレビCM（イメージキャラクター：浅田真央さん）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 10～3月
		県との共同宣伝	新潟米の喫食機会を提供するイベント、若い世代に対する情報発信等、話題性を喚起できる宣伝企画を実施する。	10～3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
		新潟米懇談会	全国の主要卸を招待し、情報交換をおこなう。	9月11日
		PRイベント	イベント会場でおむすびやサンプル米を配布し、新潟米の美味しさをPRする。 ・サッカーアルビサンクスデー（新潟） ・味の素スタジアムリレーマラソン（東京） など	通年 10月6日 11月
		その他	業界誌や情報誌などに広告を掲出する。	通年
	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の配布・PRし、本県産もち米の消費拡大をはかる。	通年	

## 平成30年産米出荷結集のお願い

出荷結集により、魚沼産コシヒカリ「おぢや米」の市場競争力・ブランド力の維持・向上と生産者手取りの向上を図ります。

・景気低迷と消費者の低価格志向により、販売環境は今まで以上に厳しい状況が続いています。

魚沼米のブランド力を維持・向上するためには、統一的な販売方針のもと、戦略的・効率的に販売していくことが必要です。

30年産米につきましても、JAへの出荷結集にご理解とご協力をお願い申し上げます。