

我が国の食料と 農業・農村を考える

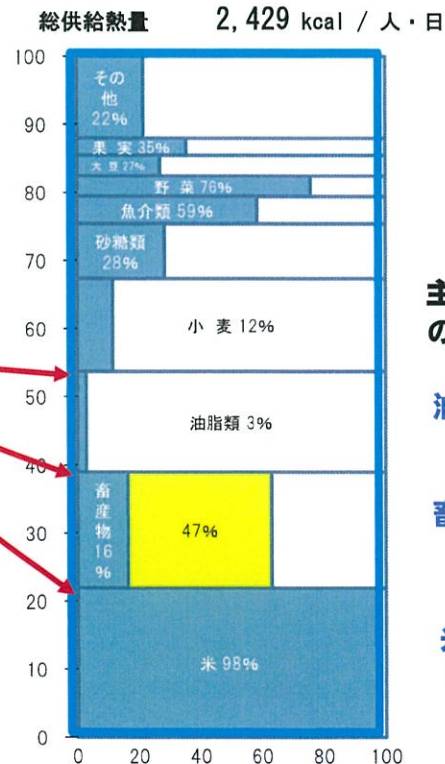
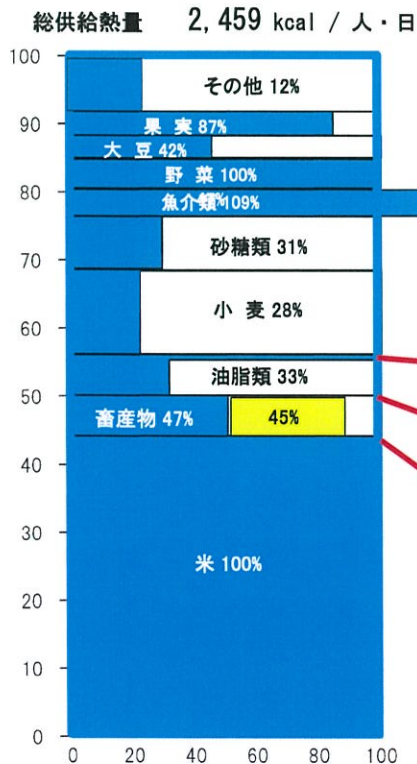
平成30年9月7日

かねひこ
参議院議員 進藤 金日子

日本の食料自給率

昭和40年(1965年)
食料自給率 73%

平成28年(2016年)
食料自給率 38%



主な項目のシェア
の変化(約50年)

油脂類 (2.5倍増)
6% → 15%

畜産物 (3倍増)
6% → 17%

米 (半減)
44% → 22%

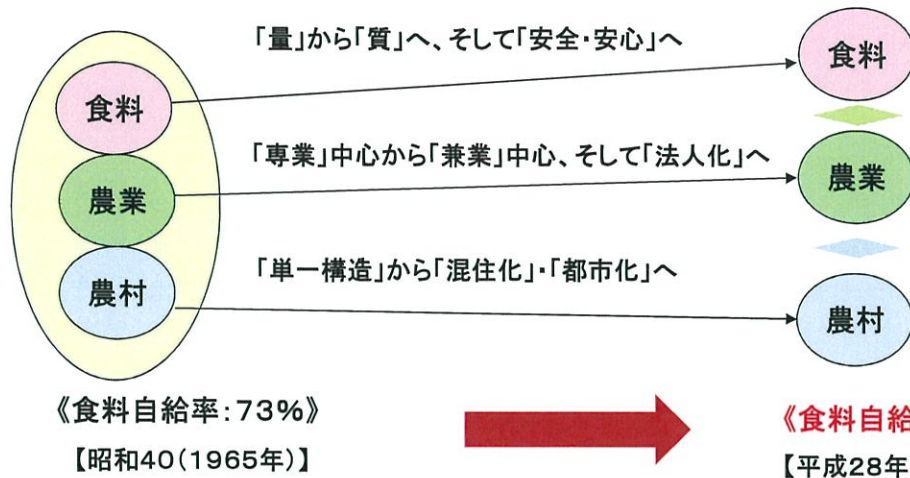
凡例

輸入部分

輸入飼料による生産部分

自給部分

日本の食料自給率の低下を考える

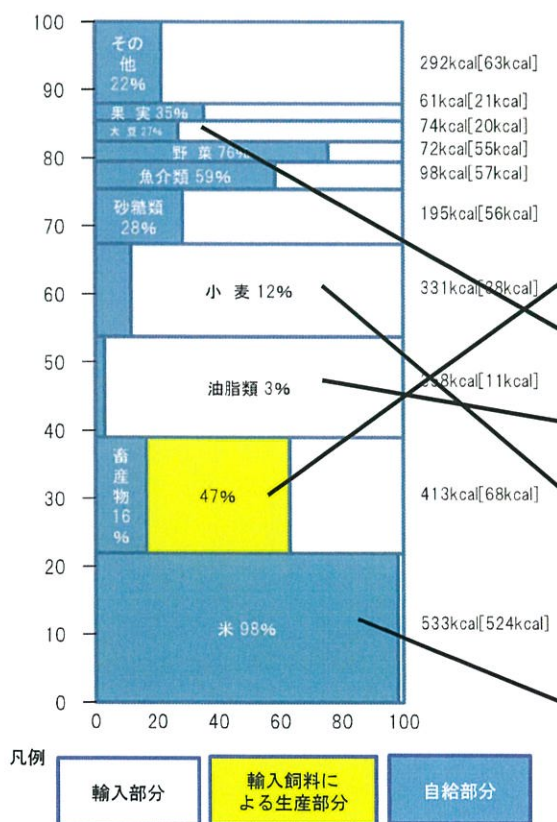


食料・農業・農村の距離が年々離れてきたのではないかな？

自給率35%の喪失は、何を意味するのか？	自給率の回復は、何を意味するのか？
○食料供給の諸条件(農地・水・人・技術など)と多面的機能の喪失	○食料供給の諸条件(農地・水・人・技術など)の強化と多面的機能の維持・増進
○農業の工業化(GrowからMakeへ)	○農業の農業化(Growへの回帰)
○農村(国民)コミュニティの脆弱化・崩壊	○農村(国民)コミュニティの修復・創造
○日本型循環システムの弱体化・喪失	○日本型循環システムの復権・創造
○地球環境への負荷増大(CO2、水資源等)	○地球環境への負荷軽減

日本の食料供給の内訳

(平成28年度：カロリーベース総合食料自給率38%)
 総供給熱量 2,429 kcal / 人・日



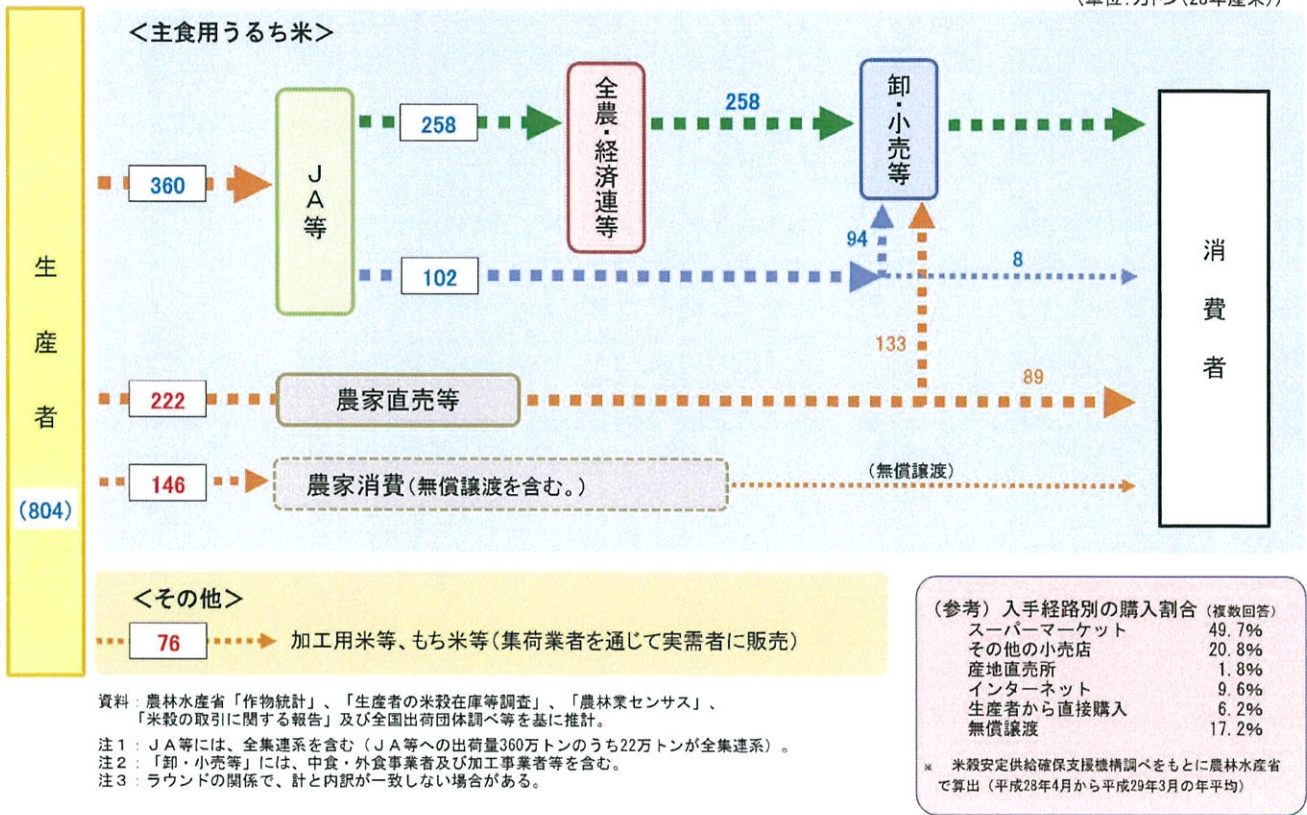
食料安全保障対策の推進

食料安全保障対策推進の観点から、食料自給率・自給力の向上を図るため、水田をフル活用する施策を重点的に実施する。

- 1. 輸入飼料を自給飼料に置換える対策**
 - ① 戦略作物助成(飼料用米、WCS用稲、飼料作物)
 - ② 産地交付金
 - ③ 飼料増産総合対策
 - ④ 飼料生産型酪農経営支援
 - ⑤ 草地関連基盤整備等
- 2. 国産大豆の供給を強化する対策**
 - ① 戦略作物助成(大豆)
 - ② 産地交付金等
- 3. 国産麦の供給を強化する対策**
 - ① 戦略作物助成(麦)
 - ② 産地交付金等
- 4. 米の需要を拡大する対策**
 - ① 戦略作物助成(米粉用米)
 - ② 産地交付金
 - ③ 食育推進、国産農産物消費拡大等

米の流通経路別流通量の状況

(単位: 万トン(28年産米))



米政策の今後の方向性（論点整理）

高収益作物への転換による競争力強化

論点①

地域の特産野菜や需要のある麦などに転換し、高収益化することで、農業経営体の競争力の強化を図るべきではないか。併せて、水田の畑地化・汎用化を推進していくべきではないか。

生産コスト削減による競争力強化

論点②

飼料用米導入による米の多収化を契機として、多収による生産コスト削減を進めることにより、米の輸出も含めた新たな米のビジネスモデルを創出すべきではないか。

飼料作物の増産

論点③

飼料生産が必要とされる地域においては、土地条件に配慮しつつ、飼料用米やWCS用稲からトウモロコシへの転換などにより、飼料の増産を推進すべきではないか。

適地適作の推進

論点④

地域差に応じた生産（適地適作）をより一層推進していくべきではないか。

注) 上記の論点整理は、「財政制度等審議会財政制度分科会」の資料（平成30年4月25日）より引用。

需要に応じた生産・販売について(業務用米需要への生産・販売の拡大)

【買い手の意向と産地の意向のミスマッチ】



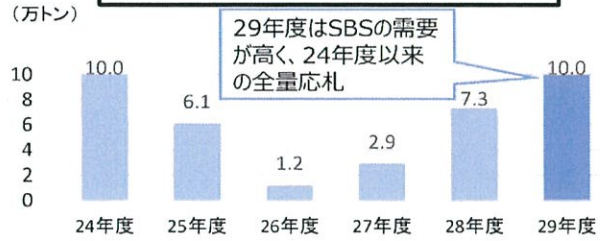
29年産生産量：約730万ト

- 主食用米全体の需要が均衡している中、産地においては、高価格帯中心の一般家庭用の米を生産する意向が強い。
- 一方、買い手においては、需要の3割を占める低価格帯中心の業務用などに対応した米生産のニーズがある。
- 産地の意向と買い手の意向にミスマッチが生じている。

○ 一般家庭用と業務用、各々の需要に応じた生産・販売の取組を進める必要がある。

（それを行わない場合、結局は国内主食用米需要全体の更なる減少につながる。
（米消費の更なる減少、或いは外国産米の流入など）

外国産米(SBS米)の応札状況



価格帯別平均米価と業務用向け価格帯販売量

価格帯別相対取引価格

単位：円/玄米60kg（税込）

	平成28年産の相対取引価格			
	15,000円以上の銘柄の平均	15,000円～14,000円の銘柄の平均	14,000円～13,000円の銘柄の平均	13,000円未満の銘柄の平均
平成28年産(出回り～29年10月) ①	16,357	14,340	13,649	12,876
平成29年産(出回り～30年1月) (28年産価格帯ベース) ②	16,977	15,551	15,012	14,438
価格差 ② - ①	+ 620	+ 1,211	+ 1,363	+ 1,562

業務用向けの価格帯別販売量

【28年産】

価格帯 (60kg当たり、税込み)	割合
16,000円以上	5%
15,000円以上16,000円未満	3%
14,000円以上15,000円未満	22%
13,000円以上14,000円未満	68%
13,000円未満	2%

28年産 全銘柄平均価格 14,307円

70%

【27年産】

価格帯 (60kg当たり、税込み)	割合
15,000円以上	5%
14,000円以上15,000円未満	4%
13,000円以上14,000円未満	13%
12,000円以上13,000円未満	62%
12,000円未満	16%

27年産 全銘柄平均価格 13,175円

78%

需要に応じた米の生産・販売に向けた取組の方向（国のスケジュール）

各産地との
意見交換
(通年)

11月	基本指針（主食用米等の需給見通し等）公表 需要に応じた生産・販売の推進に係る全国会議【第1回】
12月	（ ・全国需給見通し、当年産の生産量、前年産の販売状況等 ・先進地域、実需者からの講演 ・意見交換 ）
1月	需要に応じた生産・販売の推進に係る全国会議【第2回】 （ ・30年度の水田活用交付金等について ・意見交換 ）
2月	県別の作付動向の公表【第1回中間的取組状況】
4月	需要に応じた生産・販売の推進に係る全国会議【第3回】 （ ・当年産の販売状況、各県の中間的取組状況等 ・各県の取組事例の発表等 ・意見交換 ）
5月	県別及び地域農業再生協議会の作付動向の公表【第2回中間的取組状況】
6月	営農計画書の提出〆切（6月30日）
9月末	統計部の公表（県別全水稻、主食用作付面積及び作柄概況）に合わせ、地域協議会別の作付面積（速報版）を公表

8

実需者から産地に期待すること

「平成30年度米の需要に応じた生産・販売の推進に係る全国会議」(最終実需者の講演資料(抜粋)(H29.12.1))

各産地での取組のポイント

「米に関するマンズリーレポート」(農林水産省が毎月公表)の活用も有効

安定調達に向けた中長期的な契約手法の構築

- ◆ 需給環境に左右されない複数年契約(数量・価格・品質)
 - ⇒ 生産者(価格)・実需(価格・品質)がお互い理解得られる施策が必要
 - ⇒ コスト面(保管費・玄米輸送費・引取期限等)の業務用向け緩和策要望

ニーズに沿った品質の良いお米の生産と拡大

- ◆ 生産者(産地)と実需者の求める「米生産」のギャップ
 - ⇒ 生産者へ実需の要望が反映される体制作り
 - ⇒ 実需が生産者の現状を理解できる情報提供
 - ⇒ 価格変動の少なく、品質の良いバランスのとれた業務用米の拡充
バランスの良い作付誘導(必要としているお米が調達出来ない現状)

産地のインフラ整備

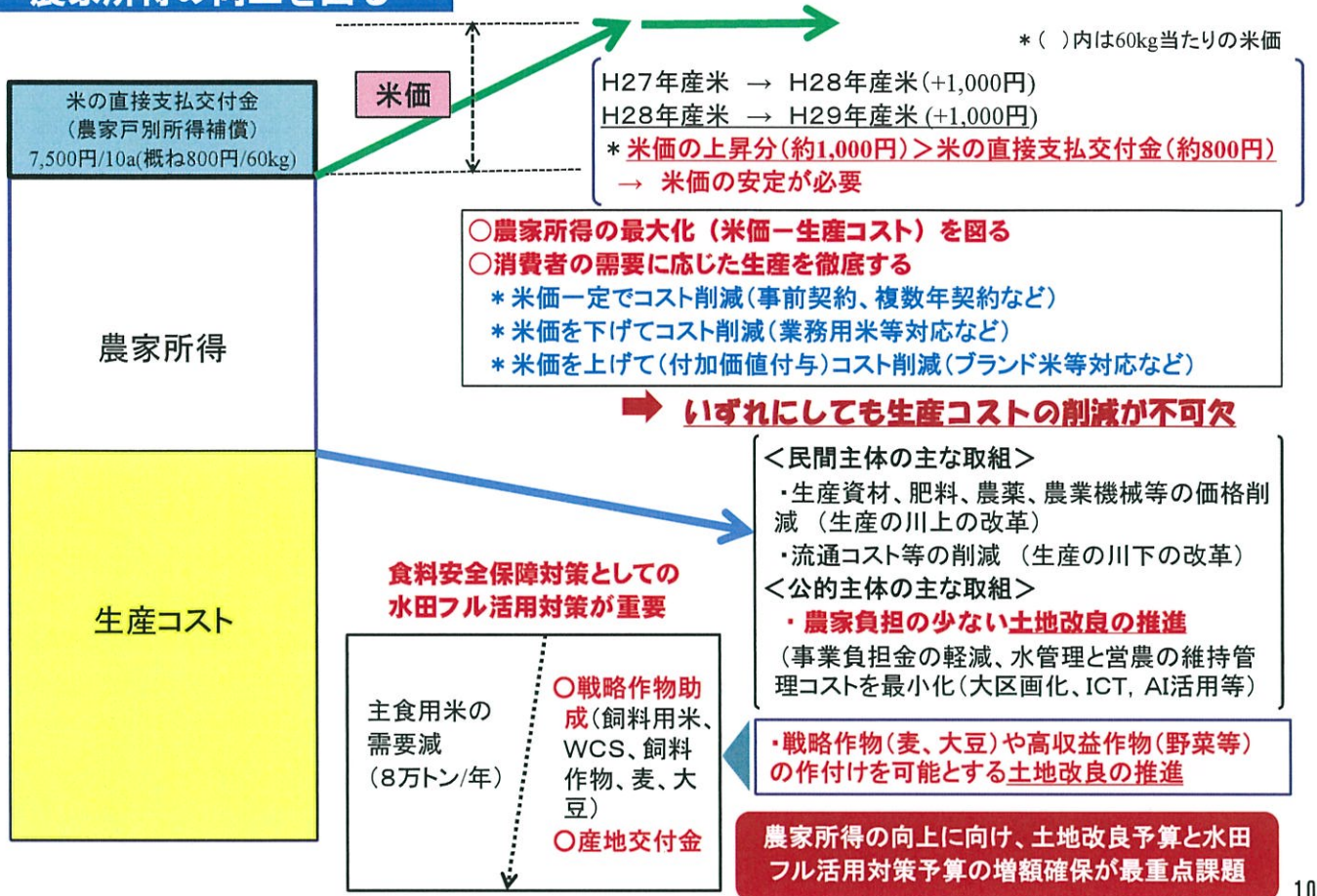
- ◆ いつまでも新米品質を保てるインフラの仕組み作り
 - ⇒ 収穫後、年間を通じて、新米品質の美味しさを保持できる低温倉庫やカントリーエレベーター含めたインフラの整備

- 各産地において、需要に応じた米生産を推進するためには、自らの地域の米が、
 どのような用途 に、どのくらいの価格 で、どのくらいの量 が必要とされているか把握し、
 主食用(家庭用、業務用)、加工用、飼料用等 高価格帯、低価格帯 需要量 確実に販売できる米
 在庫・販売状況
 を見極め、
 複数年契約及び事前契約 契約状況 を基本に、安定的な生産を行っていくことが重要です。

- 米に関するマンズリーレポートにおいては、各産地、主要銘柄における米の需給に関する情報を提供しているところですが、各産地の米の販売戦略を明確にするためには、地域農業再生協議会を中心に地域の関係者の情報を集約し、取組みを進める必要があります。

9

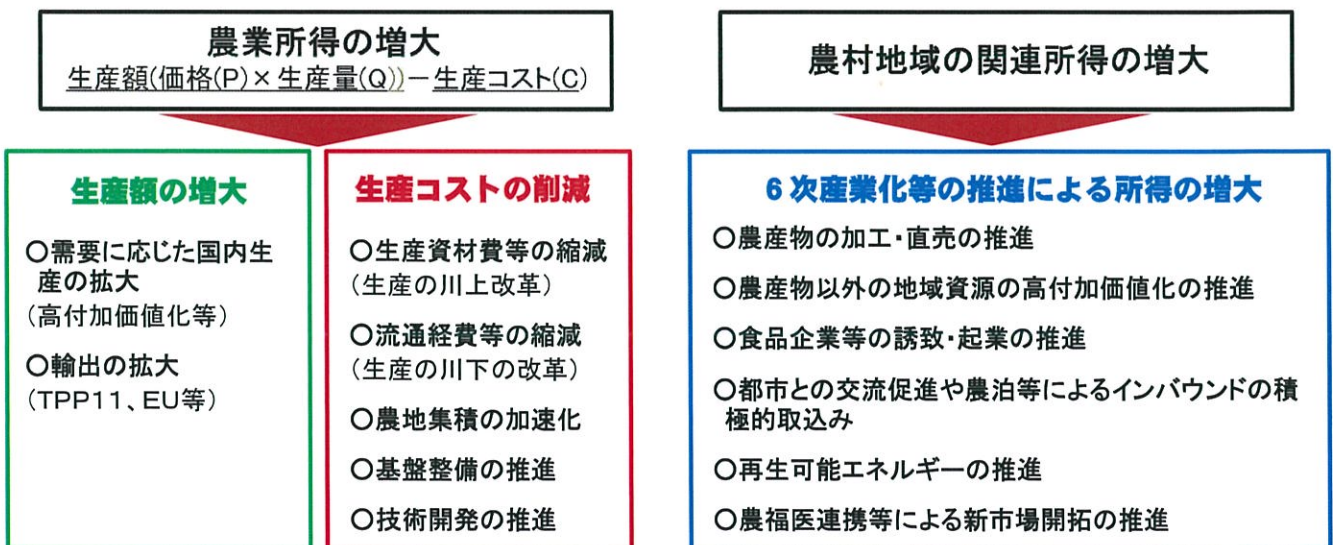
農家所得の向上を図る



農村地域全体の所得向上を図る

農業所得とともに農村地域の関連所得の増大により、農村地域全体の所得向上を図る。

- ① 農業所得の増大: 消費者の需要に応じた国内生産の拡大と輸出の拡大等により農業生産額の増大を図ると同時に、生産資材費、流通経費等の縮減や農地集積の加速化、土地改良の推進等により農業生産コストの削減を図り、農業所得の最大化を目指す。
- ② 農村地域の関連所得の増大: 農産物の加工・直売等による6次産業化とともに、地域資源の高付加価値化や農泊等によるインバウンドの積極的取込み、再生可能エネルギーの推進等を通じて農村地域の関連所得の増大を目指す。



中山間地域振興の先進事例

- ① 地域全体でコミュニティ機能を維持する仕組みを整備（H15：自治組織「共和の郷・おだ」設立）。
- ② 集落営農組織の法人化（H17：農事組合法人「ファーム・おだ」設立）と広域の集落協定締結。
- ③ 中山間地域等直接支払制度や多面的機能支払制度の積極的活用で整備された農地の利用集積を促進。
- ④ 農産物加工や直売、都市住民との交流活動（田植えまつりや収穫まつり）も積極的に展開。

これら取組により、**地域全体の所得の向上を実現**。

中山間地域の農業の目指す姿

地域全体としての所得の増大

○6次産業化の推進 （農産物の加工・販売等）

○付加価値の高い農産物の生産 （高品質の農産物のブランド化等）



○生産の効率化等に向けた取組 （農地利用集積、法人化、区画整理等）



○多面的機能支払 （農地・水路等の維持管理を行う共同活動を支援）

○中山間地域等直接支払 （農業生産条件の不利補正）

（地域外からの人材参画も得、地域全体でコミュニティ機能を維持）

○基幹集落への生活サービス等の機能集約

○周辺集落とのネットワークの形成

先進事例（広島県東広島市小田地区）

地域全体としての所得の増大(5倍以上増大)

○米粉活用のパン製造、レストラン併用の直売所

○水稻品種のブランド化（清流小田米）



○地域全域での圃場整備（137ha）

○農地の利用集積と法人化



○多面的機能支払（144ha）

○中山間地域等直接支払（140ha）

（自治組織設立により地域全体でコミュニティ機能を維持）

○小さな役場＝自治組織「共和の郷・おだ」設立

○小さな農協＝農事組合法人「ファーム・おだ」設立

米・米加工品の輸出を巡る現状と対応方向

輸出の現状

- コメ・コメ加工品の輸出金額は堅調に増加しており、平成30年1～3月は69億円、対前年同期比で21%増となっている。

品目名		平成27年	平成28年	平成29年	平成30年1～3月		（参考） 主な輸出先国
					金額	対前年同期比	
コメ・コメ加工品	金額	201億円	221億円	261億円	69億円	+21%	米国 香港 台湾 韓国 シンガポール 中国
	数量	7,640トン	9,986トン	11,841トン	3,098トン	+9%	香港 シンガポール 台湾 米国 中国
米菓 (あられ・せんべい)	金額	22億円	27億円	32億円	8億円	+14%	台湾 米国 香港 シンガポール 韓国
	数量	3,679トン	3,567トン	3,849トン	810トン	-2%	台湾 米国 香港 シンガポール 韓国
日本酒 (清酒)	金額	39億円	38億円	42億円	9億円	+4%	米国 香港 韓国 中国 台湾 シンガポール
	数量	18,180 キロリットル	19,737 キロリットル	23,482 キロリットル	6,606 キロリットル	+18%	米国 香港 韓国 中国 台湾 シンガポール
	金額	140億円	156億円	187億円	52億円	+26%	

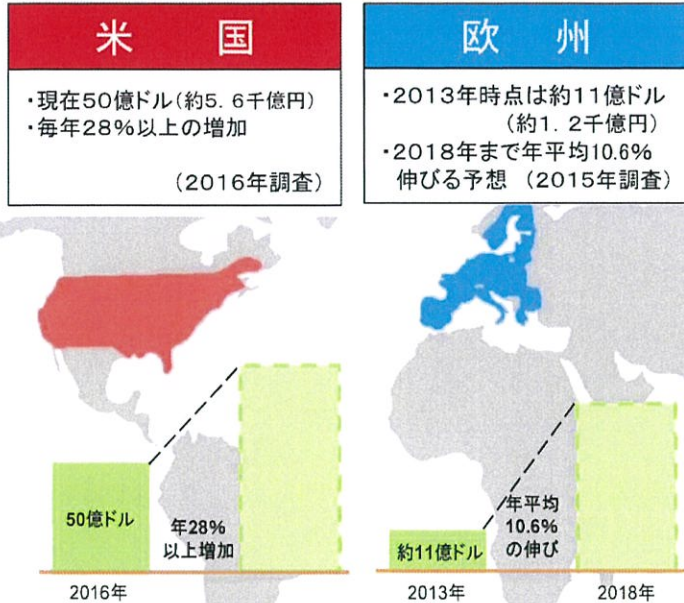
2019年目標と対応方向

- 輸出額目標：**600億円**
- 精米だけでなく、包装米飯・日本酒・米菓も含めたコメ加工品の輸出に力を入れる。

- コメ(包装米飯含む)
現地での精米の取組や炊飯ロボットと合わせた外食への販売など、日本米のプレゼンスを高める取組を推進。
★ 重点国
新興市場：台湾、豪州、EU、ロシア、中国、米国等
安定市場：香港、シンガポール
- 米菓
相手国のニーズに合った商品の開発、手軽なスナックとしてのプロモーション強化。
★ 重点国
新興市場：中東、中国、EU
安定市場：台湾、香港、シンガポール、米国
- 日本酒
発信力の高い都市や重点市場でのイベント・事業を実施するほか、セミナー等を通じて、日本酒の良さについて普及。日本酒の生産増に対応した酒造好適米の増産が可能となるよう措置。
★ 重点国
新興市場：EU、台湾、中国、ブラジル、ロシア、韓国
安定市場：米国、香港

米粉によるグルテンフリー食品市場の取込み

欧米のグルテンフリー食品市場規模 (日本貿易振興機構調べ)



米粉によるグルテンフリー食品市場の 取り込みに向けて

- ◆ 欧米等では、麦類に含まれるグルテンが誘発する「セリアック病」の対策用に「グルテンフリー表示」が制度化
*) 表示の基準となるグルテン含有量は20μg/g (=20ppm)
- ◆ 米は成分としてグルテンを含んでいないため、近年、米粉やその米粉を利用した商品の製造に取り組むメーカーも増加
- ◆ 平成29年3月29日、世界最高水準のタンパク質定量技術を活用し、グルテン含有「1ppm以下」の米粉を「ノングルテン表示」でアピールする「米粉製品の普及のための表示に関するガイドライン」を公表

グルテンフリー食品市場: 麦類に含まれるグルテンにアレルギーを持つ消費者、セリアック病患者(グルテン摂取に起因する遺伝性免疫疾患)、グルテン過敏症(グルテン摂取に起因する非遺伝性疾患)、ダイエット等のニーズにより形成する食品市場