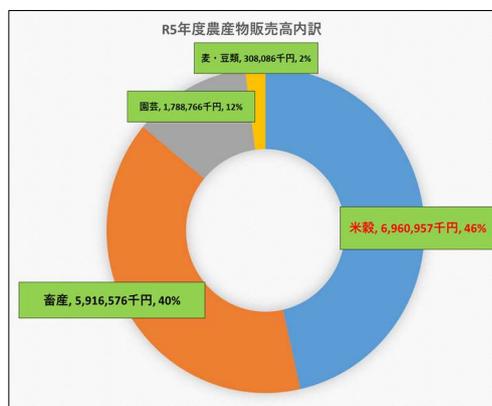


米販売事業の 収支改善に向けて

JAみやぎ登米 佐藤 匠

レポートテーマについて

- ・ 農業関連事業のプラス転換に向けた取組を提案したいと考えた。(令和の大改革において重要)
 - ・ 当JAの基幹作物は「米」(当JAの農産物販売高の46%を占める)
- ⇒ 米販売をレポートテーマに



「令和の大改革」とは…

当JAは、昨今の環境変化に対応し、単独JAとして組合員農家に寄り添い、営農と暮らしを継続して守っていくため、「令和の大改革」に不退転の決意で取り組んでおります。

「令和の大改革」における取組・実践内容	
ステージ1 令和3年度～	エリア拠点化を進め、営農相談機能とくらし相談機能を強化(済)
	営農関連部署の集約による営農相談機能の強化(済)
	農地集積や新たな農業生産システムの提案(済)
	本店・東部なかだ基幹支店の整備による組合員の新たなよりの創出(済)
	西部追基幹支店・南部よなやま基幹支店の再整備(拠点の集約・相談機能強化)(済)
	役員数の大幅な削減(済)
ステージ2 令和5年度～	デジタル化への取り組み強化による組合員サービスの向上(継続)
	利用事業・販売事業の収支改善(継続)
	経済事業の収支改善(継続)
	燃料事業の業務委託(継続)
	農業機械化センターの再構築(継続)
早期警戒制度への対応(継続)	

現状と課題整理① 国内の米消費環境

- ・国内の主食用米需要量は**減少**の一途をたどっている。
- ・しかしながら、各家庭において最も購入されているのは**米**であることは変わらず、依然として**主食は米**である。
- ・**中食・外食**での米消費は**増加傾向**(米消費全体の33.2%)であり、中食・外食の使用率は**本県産ひとめぼれがトップ**である。



【家庭における1世帯当たりの米、パン、めん類の購入量の推移】

種類	令和1年	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年
米	62,200 g	64,530 g	60,800 g	57,380 g	56,650 g
パン	46,011 g	45,857 g	44,345 g	43,571 g	42,680 g
めん類	33,169 g	38,021 g	36,208 g	35,557 g	33,345 g

総務省「家計調査」家計収支編より

【中食・外食向け販売量全体に占める産地品銘柄別割合 (上位5) 宮城ひとめぼれが使用率トップ】

順位	1/2年	2/3年	3/4年	4/5年
1	宮城ひとめぼれ	山形はえぬき	宮城ひとめぼれ	宮城ひとめぼれ
2	栃木コシヒカリ	宮城ひとめぼれ	山形はえぬき	山形はえぬき
3	山形はえぬき	青森まっしぐら	青森まっしぐら	栃木コシヒカリ
4	福島コシヒカリ	福島コシヒカリ	栃木コシヒカリ	岩手ひとめぼれ
5	青森まっしぐら	栃木コシヒカリ	北海道ななつぼし	福島コシヒカリ

農林水産省「中食・外食向け販売実態調査結果」より

農林水産省令和6年3月公表基本指針より

3

現状と課題整理② 米の海外輸出

- ・香港等の日本食ブームを背景に、米の輸出数量は**年々増加**している。
- ・米の輸出にあわせて、米加工品（日本酒・米菓・パックご飯等）の輸出数量も増加
⇒ **中でもパックご飯は4年間で輸出版売実績が2倍**になっている。(特に台湾向け)

【米・パックご飯の輸出事績】

品目		令和元年	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年
米	数量	17,381 t	19,781 t	22,833 t	28,928 t	37,186 t
	金額	46億円	53億円	59億円	74億円	94億円
パックご飯	数量	1,018 t	1,205 t	1,129 t	1,384 t	1,593 t
	金額	5億円	7億円	6億円	8億円	10億円

令和元年の2倍

財務相「貿易統計」より

4

現状と課題整理③ JAみやぎ登米の販売環境

- ・「**環境保全米**」の面的な取組を行い、宮城県内「環境保全米」の生産量の4割弱を当JAが占める。
⇒「環境保全米」の取組や当JA管内産米の品質（特に均一性）が評価されている。

取組が評価され…

- ・**イオン**を始めとした**全国のスーパー**で商品展開を行っている。
⇒ 精米の入手経路の約50%を占めるスーパーから評価され、商品展開できているという**大きな強み!**

環境保全米とは…

農薬や化学肥料をできるだけ少なくして栽培したお米で、環境そして人にも優しい安心・安全なお米

JAみやぎ登米環境保全米の生産タイプ

種別	化学合成農薬	化学肥料
Aタイプ	使わない	使わない
Bタイプ	使用成分5成分以下	育苗のみ使用
Cタイプ	使用成分5割(8成分)以下	5割以下(N3、5kg以下)

【精米購入・入手経路 令和5年度 上位5件】

購入先	①スーパーマーケット	②家族・知人	③インターネット	④ドラッグストア	⑤生協
割合	50.1%	15.3%	8.6%	6.9%	5.2%

購入先トップ

米穀安定供給確保支援機構「米の消費動向調査結果」より抜粋

現状と課題整理④ JAみやぎ登米の米生産・集荷環境

- ・当JAでは、**大型施設（低温倉庫と7ヶ所のカントリーエレベーター）**を有している
⇒ 各地区にカントリーエレベーターがあり、受け入れ態勢も整っており**組合員の利便性が高い**と評価
⇒ カントリーエレベーターの利用や低温倉庫での保管により、**品質が均質かつ高水準**に保たれ、取引先への品質保証にもつながる

一方で…

- ・組合員・米農家の大規模化により、農家直売の拡大や競合他社への流出等が生じ、**集荷数量のは減少**している



SWOT分析(現状・課題の分類)

内部環境	強み (Strengths)	弱み (Weaknesses)
	<ul style="list-style-type: none"> 環境保全米の地域一丸での取組 米生産部会組織 産地としての知名度が高い 安定した販売先 低温倉庫、カントリー等の大型施設 輸出用米の取組 中食、外食からの評価が高い 	<ul style="list-style-type: none"> 組合員数減少 組合員の大規模化によるJA離れ P R 不足
外部環境	機会 (Opportunities)	脅威 (Threats)
	<ul style="list-style-type: none"> インバウンド需要増加等による外食を中心とした消費増 輸出用米の取り扱い量増加 S D G s 等の環境意識の高まり 国のみどりの食糧戦略の取組 SNS等の普及 	<ul style="list-style-type: none"> 人口減少、少子高齢化による米消費量の減少 他業者の集荷数量が増え、JAへの集荷数量減 米へのマイナスイメージ

7

クロスSWOT分析(現状・課題に対する戦略)

	機会(O)	脅威(T)
	<ul style="list-style-type: none"> インバウンド需要増加等による外食を中心とした消費増 輸出用米の取り扱い量増加 S D G s 等の環境意識の高まり 国のみどりの食糧戦略の取組 SNS等の普及 	<ul style="list-style-type: none"> 人口減少、少子高齢化による米消費量の減少 他業者の集荷数量が増え、JAへの集荷数量減 米へのマイナスイメージ
強み(S)	O×S 積極戦略	T×S 差別化戦略
<ul style="list-style-type: none"> 環境保全米の地域一丸での取組 米生産部会組織 産地としての知名度が高い 安定した販売先 低温倉庫、カントリー等の大型施設 輸出用米の取組 中食、外食からの評価が高い 	<ul style="list-style-type: none"> 環境保全米のさらなるP Rと販路拡大 中食・外食向けの取組提案 行政と連携した産地知名度向上の取組 	<ul style="list-style-type: none"> 大型施設の活用(米集荷数量確保と業務用米への対応) 海外販売の取組強化
弱み(W)	O×W 改善戦略	T×W 防衛戦略
<ul style="list-style-type: none"> 組合員数減少 組合員の大規模化によるJA離れ 	<ul style="list-style-type: none"> 大規模組合員への契約栽培提案 	<ul style="list-style-type: none"> JAによる米栽培 米イメージアップのためのP R

JAみやき登米の強みを生かした、

積極戦略と差別化戦略を立案し、米販売事業の収支改善を図る！

8

【積極戦略】

① 環境保全米のさらなるPRと販路拡大

⇒ 国内販売・海外販売それぞれに向けた取組

【差別化戦略】

② 大型施設の活用

⇒ 米集荷数量確保と業務用米への対応

取組①環境保全米のさらなるPRと販路拡大

国内販売・海外販売それぞれの販売に向けた取り組みを展開し、販売拡大を目指す

国内販売

子育て世代へのPRを通じた
登米産米ファンの拡大

都市部の育ち盛りの子供を抱える
子育て世代

子育て世代の家族を登米市での
農作業体験等のツーリズムに招待
(スーパー、米穀店と連携しキャンペーンを展開)

既存のファンへのPR
新たなファン獲得
⇒ 販売数量の増加



テーマ

ねらい・
ターゲット

具体的取組

期待される
効果

海外販売

環境保全米を使用した
オリジナルパックご飯の輸出

輸出好調なパックご飯特に需要が
多い台湾への販売向け

環境保全米を使用し安全性に訴求
⇒ 差別化を図る
赤とんぼマークを全面に押し出した
デザイン

海外での販売先拡大

パックご飯製造自社工場設置等
事業拡大



取組②大型施設の活用(米集荷数量確保と業務用米への対応)

テーマ

カントリーエレベーター利用料金無償化による利用推進

ねらい・
ターゲット

大規模農家

具体的取組

- ①カントリー利用による作業負担軽減をPR
- ②利用料金無償化による利用促進
⇒ 利用料金の原資は販売物に付加価値をつけることにより充填を図る

期待される
効果

JA利用促進と販売面での優位性の同時確保
⇒ 集荷数量増加による業務用米向けのロット確保



**取組①と②を組み合わせることにより、
集荷量確保と販売拡大を両立し、米販売事業の収支改善を図る！**

11

おわりに

**この取組で
組合員・JAの安定した経営を目指す！**

環境保全米
みやぎ登米の

安全・安心な

**目指す将来像は、
10年後も「JAみやぎ登米といえば米！」**



12