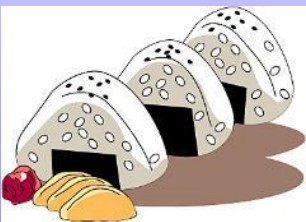


愛ひとつぶ販売戦略

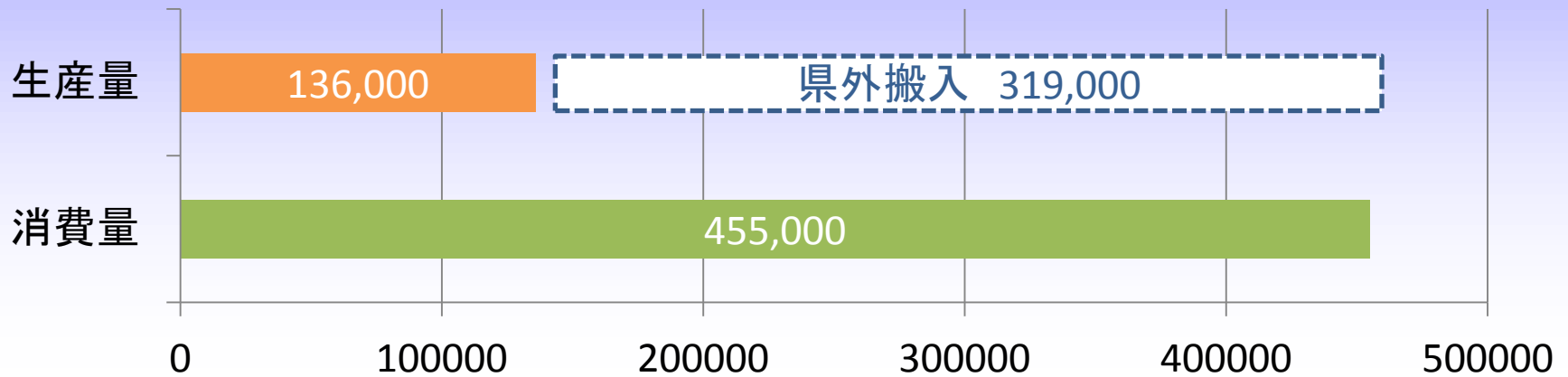
愛ひとつぶ販売の目的と、
愛ひとつぶ認知度向上への取組み

令和4年1月28日

愛知県経済農業協同組合連合会
米穀部



愛知県内での主食用米の生産と消費



生産量 平成29年産生産量(県統計データ)

消費量 平成28年度愛知県人口×消費量(国統計データ)

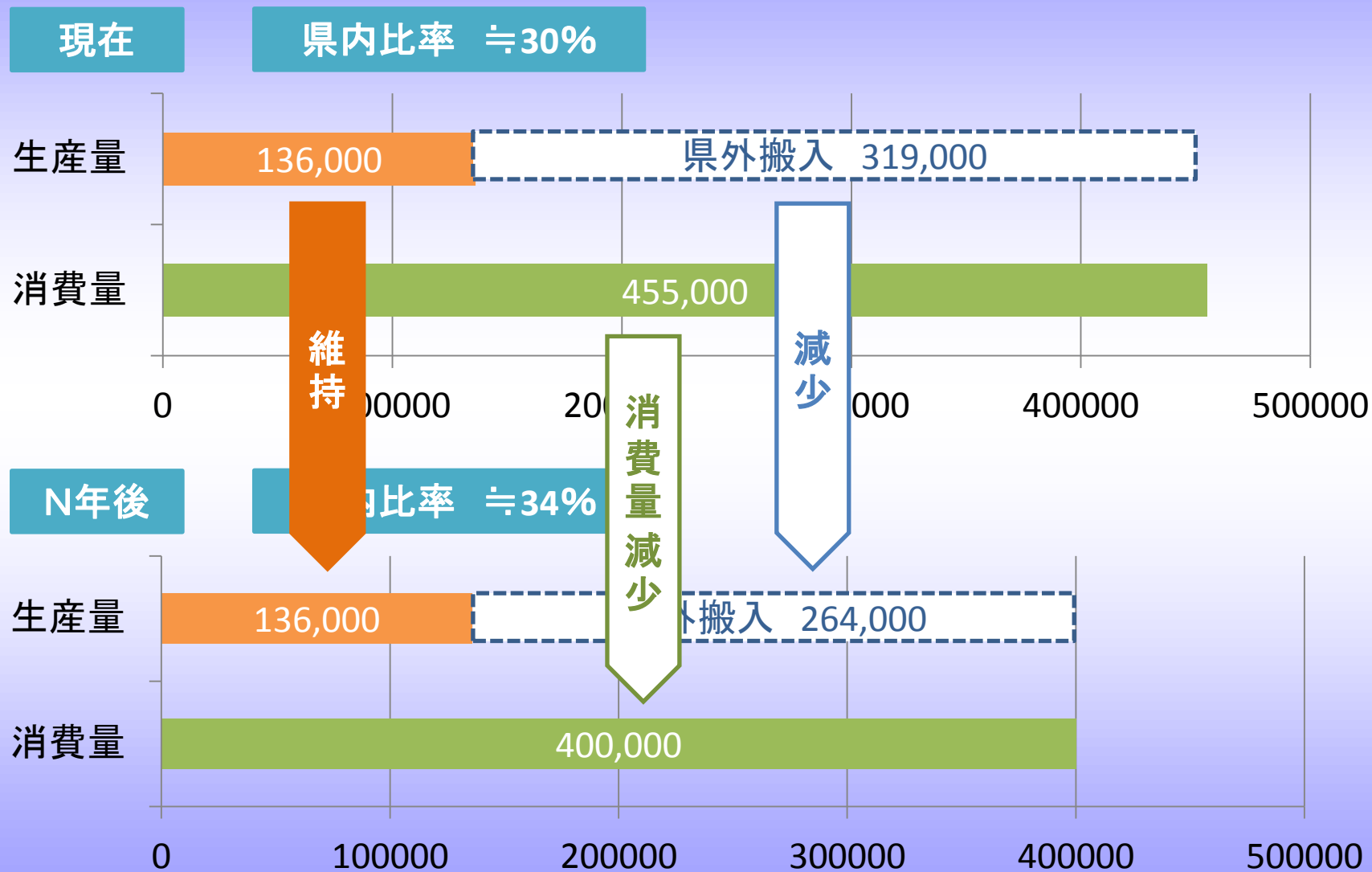
$7,539 \text{千人} \times 60.4 \text{玄米kg} (54.4 \text{精米kg} \div 0.9: \text{玄米換算}) = 455 \text{千ト}$

消費量の内訳(生産量全量を県内消費と仮定)

消費量: 455千ト = 県内生産量: 136千ト + 県外搬入量: 319千ト

県内比率: 29.9%、県外比率: 70.1%

安定販売の実現の目的 「生産基盤の維持」



あいち米販売戦略

愛知県での水稻生産基盤を維持するためには、「愛知県内の消費者にあいち米を指名買いいただける環境を創造し、あいち米を安定販売いただける実需者への安定供給を通じたシェア拡大」が必要である。

その実現のため、
販売拡大具体策 = あいち米販売戦略

家庭用

- ① 量販店JA指定精米販売拡大(新規マッチング販売先の開発)
- ② 愛ひとつぶ販売開始～販売拡大(あいち米ブランド化)

業務用

- ③ 複数年固定価格契約栽培拡大(実需者との契約拡大)
- ④ 多収性(早生)新品種栽培拡大(実需者との契約拡大)

量販店 JA指定精米の販売

流通可視化(量販店でのJA指定米販売)の目的

量販店でのJA指定精米販売開始により、生産者視点で「自分たちの米をJAグループが販売している」ことが実感でき、集荷拡大(安定)の実現を目的とする

量販店と指定JAとの繋がりの強化により、量販店での販売の優先順位を上げることで、販売計画に沿った販促に誘導し、販売拡大(安定)の実現を目的とする

現状

生産者視点で「自分たちの米をJAグループが販売」の実感がない
集荷が不安定となり、結果として量販店への安定供給ができない
量販店では全商材のひとつであり、販売目標に対する責任がない

導入後

生産者視点で「自分たちの米をJAグループが販売」を実感できる
商品企画・販促企画までJA・部会と共有でき、安定集荷に繋がる
量販店と産地との距離を縮め、販売の優先順位を上げる(安定販売の実現)

JA指定量販店PB米



販売先	愛知県内 スギ薬局 全店舗
指定JA	JA西三河
商品名	あいち米 コシヒカリ 5kg あいち米 あいちのかおり 5kg
特記	

愛ひとつぶ ブランド化

「愛ひとつぶ」のマーケティングコンセプト

「愛ひとつぶ」は、①愛知県が育成したオリジナル品種であり、②米にこだわりを有す一般消費者をターゲットに、③希少な特A米として付加価値をつけた米として提供し、④県産米のブランドイメージを引き上げるリーディング品種として位置付ける。

31年産

平成31年産 11JA 33名の生産者で約10haの試験栽培
「特A」取得ができる栽培マニュアル(土壌診断結果による施肥設計)

地域協議会設立

※ 愛知123号の栽培には、地域協議会への参加が必要です。

ブランド名称決定

※ 宣伝広告、販促活動、商品デザイン等の検討を進めています。

3年産

令和3年産 400ト 令和4年3月末での完売を目指す
穀物検定協会食味ランキングでの「特A」評価を目指す

将来

平成●年産 一般契約栽培 コシヒカリ作付面積2割の目標
「愛ひとつぶ」を中心に「あいち米全体」のブランド化の実現を目指す

複数年固定価格契約の取組

複数年固定価格契約導入の目的

平成30年産米の国による生産調整配分の廃止により、不透明な需給環境となることから、「生産者の経営安定」と「実需者の安定調達」の実現を目的とする

業務用実需者との長期契約により、地域の優良業務用実需者を指名顧客とし、需給環境が変化しても長期に安定した販売の実現を目的とする

現状

新米収穫後（指標価格設定後）、実需者と価格交渉を実施している条件が合わない（他産地からの有利な条件）場合は、不採用となることもある

導入後

複数年での「価格」「数量」契約を実需者と締結している
収穫後の価格交渉は、複数年契約分の価格交渉は不要となる
固定価格＋指標価格まで契約合意できていれば、他産地（他卸）に切り替えられることがなくなる（安定販売の実現）

多収性早生品種の契約栽培

「水稻多収性品種導入協議会」の事業方針

米の消費量は減少しているが、消費者嗜好の変化により、外食・中食の市場は拡大。愛知県では、出穂期に高温となる早生品種の品質・収量が不安定である。また、作付では、中生品種(あいちのかおり)が約50%を占め、作業の標準化の意味でも早生品種の収量・品質の安定化が必要。

こうした状況下で、マーケットインの生産提案により、不安定な需給環境に左右されず、外食・中食等の実需者向けに適する多収性早生品種を選定・生産を進める。

31年産

平成31年産 契約栽培のとりまとめを実施中

平成30年産での収量・品質の結果を検証、31年産での栽培マニュアル作成

あきだわら以外の品種の試験栽培を実施予定

※ ほしじるし等早生熟期多収性品種を2～3品種選定中

3年産

令和3年産 契約栽培 800ト

将来

令和●年産 契約栽培 3,000トの目標

「愛ひとつぶ」ブランド化

愛ひとつぶ認知度向上への取組み



(1) 愛ひとつぶの販売

★特徴 「良食味」

- ・ もっちりとした食感
- ・ 上品な甘み

そのままで
おいしく、
おかずにも合う！



口の中でおかずと一緒に食べたときに
よいバランス。どんなおかずも受け止め
てくれる毎日食べても飽きないお米で
す。



(2) 令和3年産の販売

① 販売時期・場所

- ・ 令和3年産新米は、令和3年9月18日（土）から県下一斉販売を開始。
3月末までを目途に数量限定で販売！（白米で約400tを販売予定）
- ・ 県内スーパーマーケットやJA・生協店舗等、700超の店舗で
チラシ企画等によるスポット販売が中心。

【取り扱い量販法人（一例）】

(株)エーコープあいち、ユニー(株)、イオンリテール(株)、(株)イトーヨーカ堂、(株)ヤマナカ、(株)フィールコーポレーション、マックスバリュ東海(株)、(株)平和堂、(株)ドミー、コープあいち等

(3) 令和3年産の販売

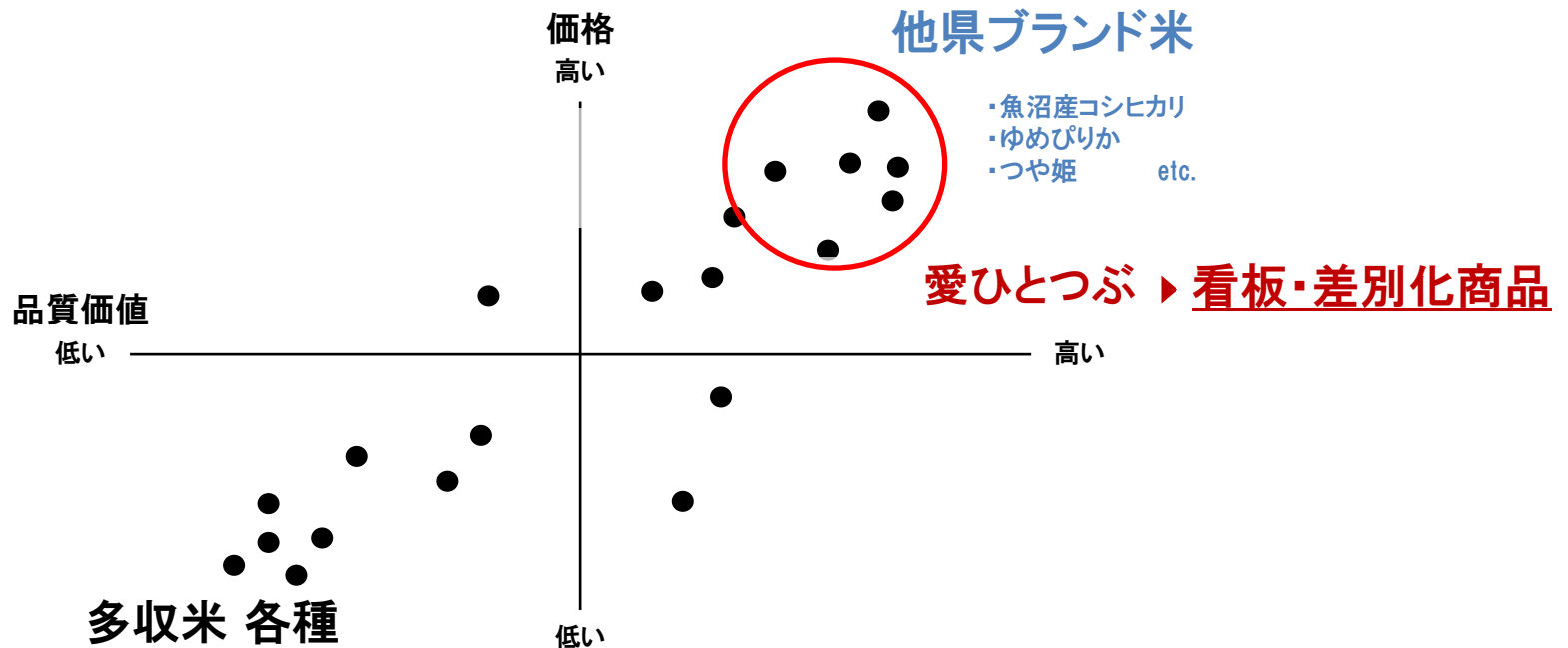
② 販売商品

精米商品（2kg・5kg）を販売



(4) ブランド化の取り組み

品質価値と販売価格の位置づけ



店頭での参考売価は税別1,980円/5kg以上を想定

(5) 令和3年産の販売施策

① 認知度向上

テレビCM、Web広告等で話題性を高めるPR施策



大村知事からのメッセージを動画やCM、売場で発信

スマホ対応の専用Webサイトでの情報発信



(5) 令和3年産の販売施策

② 認知度向上

- ・ 11月8日に愛ひとつづ精米200kgを熱田神宮へ奉納



- ・ 11月22日を「愛ひとつづの日」に制定

(5) 令和3年産の販売施策

③ 認知度向上

- ・ 11月26日に名古屋市内幼稚園給食での食育活動への提供
(おかわり用に愛ひとつぶのご飯&保護者へのお米サンプル提供)



- ・ 12月末より愛ひとつぶ清酒製造・配布および熱田神宮への奉納



(5) 令和3年産の販売施策

④ 店頭販促

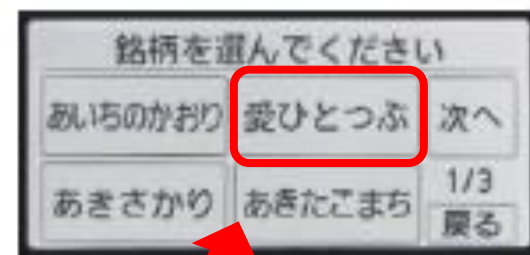
- ・ 量販店での大量陳列による演出



(6) 令和3年産の販売施策

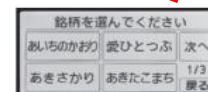
⑤ その他

パナソニック炊飯器「おどり炊き新商品」 VSX1とのコラボ



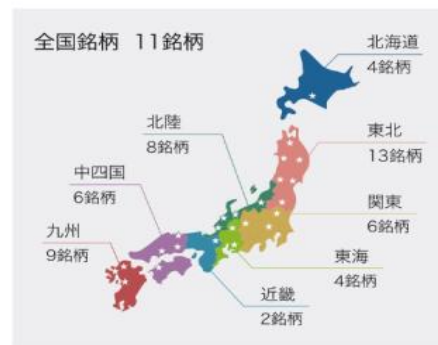
銘柄炊き分け

お米の性質や味、食感を科学的に分析し、銘柄米の個性を存分に引き出すために、温度、圧力、スチームなどを細かく調整します。



本体の液晶画面で
銘柄を選んで操作します。
*銘柄や吹き方を常に覚えるまで記憶します。

全国63種類の銘柄米を登録。品種を選ぶだけで、最適な炊き上がり。



日本全国の銘柄米をお楽しみいただけます。



63種類の銘柄米一覧

(7) 生産状況および今後の見通し

令和3年産は14のJAで79名の生産者が約110haで「愛ひとつぶ」を生産している。

【作付面積の推移】

年産	作付面積(ha)	生産者数	取組JA数	
2017(H29)	5	14	7	試験栽培
2018(H30)	6	16	7	
2019(R1)	9	28	11	
2020(R2)	50	55	13	発売
2021(R3)	110	79	14	販売2年目

【2021年度の栽培地域 (22市町)】



➡ 令和4年産は15JA・98名の生産者で約220haを生産予定