

## 米販売動向調査について(全米販調査:6月)

1. 調査期間 令和2年6月22日(月)～7月10日(金)
2. 回答数 45組合員
3. 調査結果概要

### Q1: 昨年6月と比べた令和2年6月(1か月)の米販売量

「減った」、「やや減った」の回答を合わせると約6割を占めました。

### Q3: 3か月前(令和2年3月)と比べた販売動向

「悪くなっている」、「やや悪くなっている」の回答を合わせると約8割を占め、DI値は「24.4」。

### Q5: 3か月先(令和2年9月頃)の見通し

「やや良くなる」、「変わらない」、「やや悪くなる」に回答が集中したが、「やや悪くなる」、「悪くなる」の回答が「やや良くなる」、「良くなる」の回答を上回り、DI値は「42.8」。

## 4. 集計結果

### Q1: 昨年6月と比べた令和2年6月(1か月)の米販売量

回答者数(会員)					
合計	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った
45	4	7	6	12	16
100.0%	8.9%	15.6%	13.3%	26.7%	35.6%

### Q3: 3か月前(2年3月)と比べた販売動向

回答者数(会員)					
合計	良くなっている	やや良くなっている	変わらない	やや悪くなっている	悪くなっている
45	4	4	0	16	21
100.0%	8.9%	8.9%	0.0%	35.6%	46.7%

**DI値**  
**24.4**

(参考)	規模別	DI値	
	規模A	規模B	規模C
	5.0	16.7	33.0

### Q5: 3か月先(2年9月頃)の見通し

回答者数(会員)					
合計	良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる
45	0	13	13	12	7
100.0%	0.0%	28.9%	28.9%	26.7%	15.6%

**DI値**  
**42.8**

(参考)	規模別	DI値	
	規模A	規模B	規模C
	55.0	45.0	39.0

#### ※企業規模について

規模A: 米穀の売上高が年間100億円以上、規模B: 米穀の売上高が年間25億円以上～100億円未満

規模C: 米穀の売上高が年間25億円未満

#### ～主な回答理由～

#### Q1: 現在(2年3月)の米販売量(前年同月との比較)

1. 中食・外食の業務用は回復傾向が見られるが、コロナ前の水準の販売数量には程遠い。
2. 産業給食向けは半分程度、観光関係向けは壊滅的な状況であった。
3. 玄米販売は、格安な売り物と、7月からの全農玉200円アップの為、昨年より増えた。

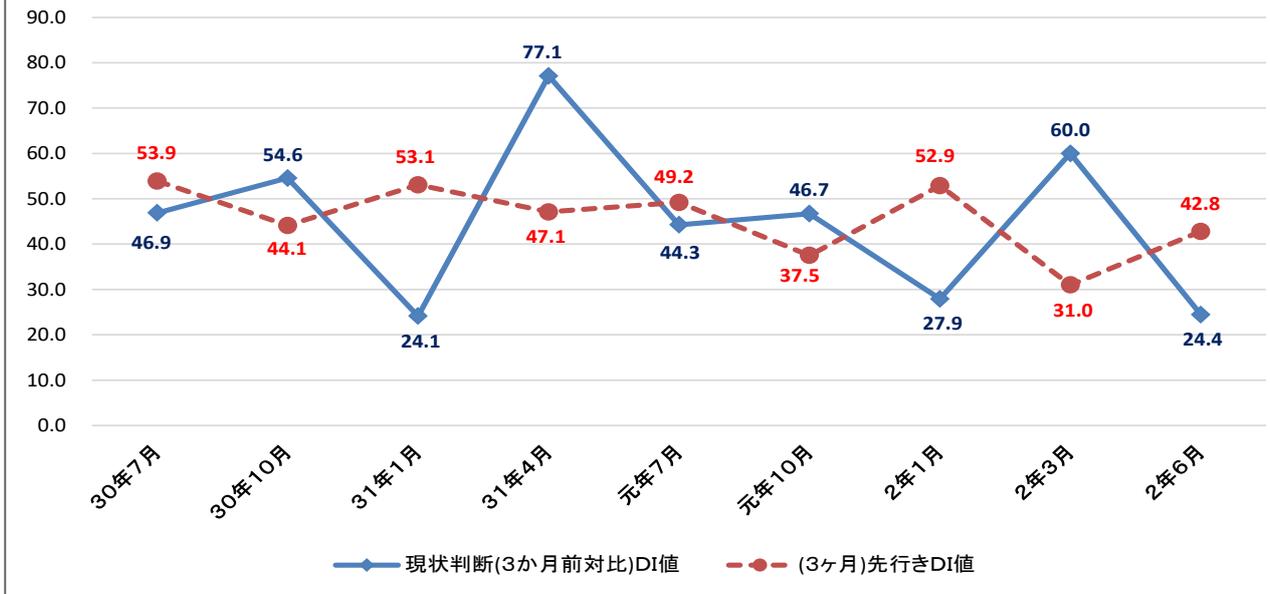
#### Q3: 過去(3か月前)と現在の動き

1. 前月中旬ごろから家庭用は減少傾向にある。中食・外食用は3月時点より更に悪くなっている。
2. 家庭用は3月の食料品買い溜めがまだ影響しているのと、外出規制で消費者の消費者の米の購入先に変化(宅配・ネット等)を感じる。
3. コロナ自粛で打撃を受けた業務用が元に戻りにくい足踏み状況が続いている。家庭内食回帰の影響も考えられる。

#### Q5: 将来(3か月後)の動き

1. 家庭用以外の販売は低調傾向が続いていくと考えられる。
2. 元年産の在庫が予想以上に多く、コロナの影響もあり、先行きは不透明。
3. 新型コロナウイルスの第2波が発生した場合、業務用はさらに厳しい状況となり、価格下げ要請をうけることになると思われる。
4. 9月以降、縁故米・農家直売が増えることで影響を受けることが予想される。

### 【米販売動向調査（DI）の推移】



#### Q2：昨年6月と比べた令和2年6月（1か月）の米販売量

<仕向先別>	合計	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った
(小売店向け)		%	%	%	%	%
大手スーパー	100%	18.5	18.5	22.2	25.9	14.8
中小スーパー	100%	16.7	19.0	28.6	21.4	14.3
米穀専門店	100%	4.9	0.0	24.4	34.1	36.6
その他	100%	6.3	21.9	25.0	9.4	37.5
(外食産業向け)						
外食向け	100%	4.9	7.3	0.0	24.4	63.4
中食向け	100%	0.0	4.7	27.9	25.6	41.9
給食向け	100%	0.0	2.4	40.5	33.3	23.8

#### Q4：3か月前（令和2年3月）と比べた販売動向

<仕向先別>	合計	良くなっている	やや良くなっている	変わらない	やや悪くなっている	悪くなっている	DI指数
(小売店向け)		%	%	%	%	%	
大手スーパー	100%	3.7	14.8	18.5	33.3	29.6	32.4
中小スーパー	100%	2.4	4.8	23.8	35.7	33.3	26.8
米穀専門店	100%	2.5	10.0	30.0	22.5	35.0	30.6
その他	100%	6.5	3.2	29.0	35.5	25.8	32.3
(外食産業向け)							
外食向け	100%	0.0	19.5	7.3	26.8	46.3	25.0
中食向け	100%	0.0	11.6	27.9	27.9	32.6	29.7
給食向け	100%	4.7	11.6	44.2	23.3	16.3	41.3

#### Q6：3か月前（令和2年9月頃）の見通し

<仕向先別>	合計	良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる	DI指数
(小売店向け)		%	%	%	%	%	
大手スーパー	100%	0.0	18.5	40.7	33.3	7.4	42.6
中小スーパー	100%	0.0	21.4	42.9	26.2	9.5	44.0
米穀専門店	100%	0.0	12.5	42.5	27.5	17.5	37.5
その他	100%	0.0	9.4	50.0	9.4	31.3	34.4
(外食産業向け)							
外食向け	100%	0.0	36.6	41.5	9.8	12.2	50.6
中食向け	100%	0.0	34.9	39.5	16.3	9.3	50.0
給食向け	100%	0.0	27.9	60.5	9.3	2.3	53.5

\*DI (diffusion index) の算出方法：内閣府で発表している「景気ウォッチャー調査」方式を採用した。具体的には、5つの回答選択肢に均等に0～1の評価点を与え、各回答の構成比に対応するそれぞれの評価点を乗じ、それらの合計を指数(%ポイント)としてDI値を算出。それが50の場合は横ばい(現状維持)を示す。0に近づくほど販売が低迷傾向にあることを示し、逆に100に近づくほど販売が好調傾向であることを示す。

(算出例)	良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる
評価点 A	1	0.75	0.5	0.25	0
結果(構成比) B	17.8	20.0	20.0	22.2	20
各DI値 C=A×B	17.8	15	10	5.6	0
DI値(合計)	48.4→米販売の動きはほんの少し低迷傾向				