

米販売動向調査（令和2年9月分）結果とりまとめ

1. 調査期間 令和2年9月18日（金）～10月14日（水）
2. 回答数 54組合員
3. 調査結果概要

Q1：昨年9月と比べた令和2年9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7割を占めました。

Q3：3か月前（令和2年6月）と比べた販売動向

「良くなっている」、「やや良くなっている」の回答を合わせると約3割を占めたが、「やや悪くなっている」、「悪くなっている」の回答を合わせると5割弱となるため、DI値は「43.5」。

Q5：3か月先（令和2年12月頃）の見通し

「変わらない」、「やや悪くなる」の回答を合計すると約7割を占め、DI値は「42.1」。

4. 集計結果

Q1：昨年9月と比べた令和2年9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
54	6	6	4	9	29
100.0%	11.1%	11.1%	7.4%	16.7%	53.7%

Q3：3か月前（2年6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
54	6	11	12	13	12
100.0%	11.1%	20.4%	22.2%	24.1%	22.2%

DI値
43.5

(参考) 規模別 DI値		
規模A	規模B	規模C
59.4	43.4	38.9

Q5：3か月先（2年12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
54	0	10	21	19	4
100.0%	0.0%	18.5%	38.9%	35.2%	7.4%

DI値
42.1

(参考) 規模別 DI値		
規模A	規模B	規模C
40.6	44.7	40.7

※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9月）の米販売量（前年同月との比較）

1. コロナの影響等で中食・外食需要は戻っていない。反面、家庭用は伸びている。全体的な動きとしてはやや鈍く感じている。
2. 元年産の特売が増え、新米の価格、売れ行きに影響が出ている。
3. 飲食店を取引先に持つ米穀店への販売は回復していない。また、観光地周辺の取引先も同様である。
 さらに、新米が安くなるとの見通しから買い控えている得意先が多い。

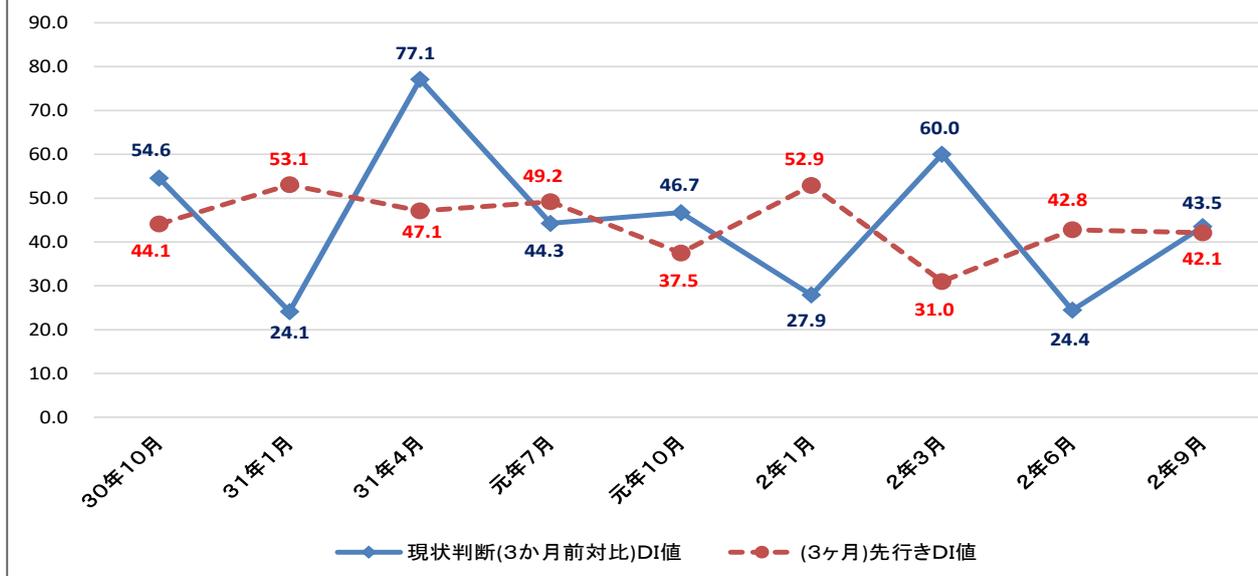
Q3：過去（3か月前）と現在の動き

1. 経済活動が元に戻りつつあり、産業給食向けはやや好転している。
2. コロナによる自粛期間の影響があった6月に比べ、業務用は回復傾向にある。
3. 9月に入り、縁故米や農家直売が増加してきたため、売上が伸びない。

Q5：将来（3か月後）の動き

1. 東西で作況等による供給環境、米価水準が大きく違う上に、コロナの影響等でどこまで消費減となるのか不透明な要素が多く、先の動向が見通せない。
2. 東日本の安い米の影響を受け、特に九州産の高い原料玄米は行き場がなくなると思われる。
3. 値下げにより消費が刺激されれば良いが、価格競争が一層厳しくなりそう。
4. 小売業は冬場に再度巣ごもり需要があると予想し、その対応が求められている。GoToイートの効果も期待している。

【米販売動向調査（DI）の推移】



Q2：昨年9月と比べた令和2年9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%	9.4	9.4	25.0	25.0	31.3
中小スーパー	100%	16.3	4.1	22.4	32.7	24.5
米穀専門店	100%	0.0	6.1	18.4	18.4	57.1
その他	100%	5.4	8.1	21.6	21.6	43.2
(外食産業向け)						
外食向け	100%	2.0	0.0	14.3	34.7	49.0
中食向け	100%	2.0	3.9	31.4	39.2	23.5
給食向け	100%	2.0	8.0	42.0	30.0	18.0

Q4：3か月前（令和2年6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%	9.4	12.5	31.3	28.1	18.8	41.4
中小スーパー	100%	4.1	14.3	40.8	26.5	14.3	41.8
米穀専門店	100%	0.0	10.2	40.8	28.6	20.4	35.2
その他	100%	2.7	18.9	24.3	32.4	21.6	37.2
(外食産業向け)							
外食向け	100%	0.0	32.7	30.6	20.4	16.3	44.9
中食向け	100%	0.0	11.6	27.9	27.9	32.6	29.7
給食向け	100%	2.0	23.5	49.0	15.7	9.8	45.6

Q6：3か月前（令和2年12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	15.2	51.5	30.3	3.0	44.7
中小スーパー	100%	0.0	16.3	51.0	26.5	6.1	44.4
米穀専門店	100%	0.0	5.9	58.8	17.6	17.6	38.2
その他	100%	2.7	13.5	45.9	27.0	10.8	42.6
(外食産業向け)							
外食向け	100%	0.0	28.6	46.9	20.4	4.1	50.0
中食向け	100%	0.0	23.5	58.8	15.7	2.0	51.0
給食向け	100%	0.0	11.8	72.5	13.7	2.0	48.5

*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				