

## 米販売動向調査について（全米販）（令和5年3月分）

### 1. 回答数 64 会員

### 2. 調査結果概要

#### Q1：昨年3月と比べた令和5年3月（1か月）の米販売量

「やや増えた」、「増えた」の回答を合わせると5割となる。

#### Q3：3か月前（令和4年12月）と比べた販売動向

「やや良くなっている」、「良くなっている」を合わせた回答数が、「やや悪くなっている」、「悪くなっている」を合わせた回答数を上回っており、DI値は「52.7」。

#### Q5：3か月先（令和5年6月頃）の見通し

「やや良くなる」の回答が約4割あり、「変わらない」の回答を若干上回っており、DI値は「53.1」。

### 3. 集計結果

#### Q1：昨年3月と比べた令和5年3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
64	15	17	10	12	10
100.0%	23.4%	26.6%	15.6%	18.8%	15.6%

#### Q3：3か月前（4年12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
64	7	21	16	12	8
100.0%	10.9%	32.8%	25.0%	18.8%	12.5%

DI値  
**52.7**

（参考）規模別 DI値		
規模A	規模B	規模C
80.0	44.6	50.0

#### Q5：3か月先（5年6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
64	1	25	23	11	4
100.0%	1.6%	39.1%	35.9%	17.2%	6.3%

DI値  
**53.1**

（参考）規模別 DI値		
規模A	規模B	規模C
60.0	52.2	51.6

#### ※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（5年3月）の米販売量（前年同月との比較）

1. 家庭内の消費量が減り量販店の売上が落ちたが、業務用は数量が戻りつつある。
2. 取引先により増減があるものの、全体的には昨年より数量が伸びてきている。
3. 取引先店舗の近くにドラッグストアやディスカウントストアがオープンし、売り負けが見られる。
4. 日常に戻りつつあり、量販店は再び価格競争に陥り販売単価も低迷中。

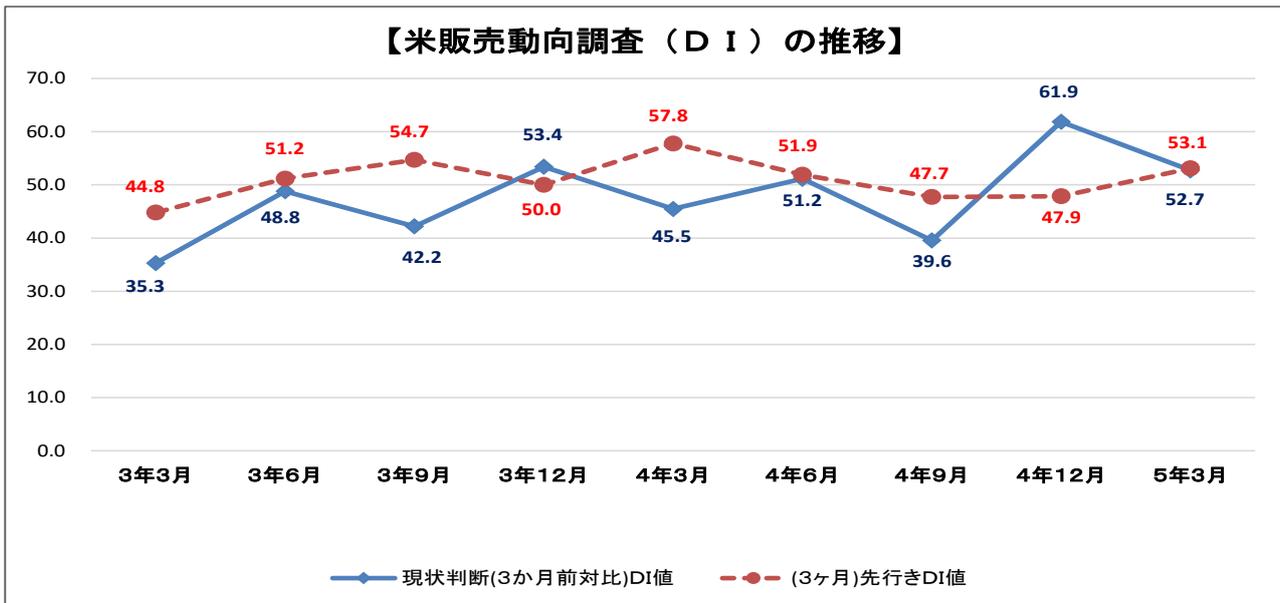
#### Q3：過去（3か月前）と現在の動き

1. 中食では販売が回復し始めている。
2. 玄米販売に関しては卸間やMA米を中心に販売を伸ばしている。
3. 年明けから外食が活性化しており、業務用は好調。

#### Q5：将来（3か月後）の動き

1. 自県産米は仕入れ値があがったため、他県産へシフトしていくことが考えられる。
2. 外食機会の増加が見られるが、消費者の節約志向もあり、業態により販売に差が出ると見込む。
3. 仕入れ玄米の価格は上がっているが、値上げをしない同業他社がいるため、納品価格を上げられない状況が続くと思われる。
4. 人の動きが活発化しており、連動して外食からの受注が増加してくると予想。

### 【米販売動向調査（DI）の推移】



#### Q2：昨年3月と比べた令和5年3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%	12.2	17.1	24.4	24.4	22.0
中小スーパー	100%	8.3	21.7	31.7	25.0	13.3
米穀専門店	100%	1.8	17.9	41.1	25.0	14.3
その他	100%	20.4	12.2	34.7	18.4	14.3
(外食産業向け)						
外食向け	100%	10.5	50.9	33.3	5.3	0.0
中食向け	100%	8.1	30.6	46.8	11.3	3.2
給食向け	100%	3.3	19.7	72.1	4.9	0.0

#### Q4：3か月前（令和4年12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%	0.0	26.8	39.0	24.4	9.8	45.7
中小スーパー	100%	5.0	20.0	46.7	18.3	10.0	47.9
米穀専門店	100%	0.0	12.3	57.9	17.5	12.3	42.5
その他	100%	6.0	24.0	42.0	18.0	10.0	49.5
(外食産業向け)							
外食向け	100%	7.1	50.0	32.1	7.1	3.6	62.5
中食向け	100%	3.2	37.1	41.9	11.3	6.5	54.8
給食向け	100%	0.0	9.8	80.3	6.6	3.3	49.2

#### Q6：3か月先（令和5年6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	31.7	39.0	29.3	0.0	50.6
中小スーパー	100%	0.0	21.7	48.3	23.3	6.7	46.3
米穀専門店	100%	0.0	16.1	48.2	28.6	7.1	43.3
その他	100%	0.0	16.3	55.1	24.5	4.1	45.9
(外食産業向け)							
外食向け	100%	7.0	49.1	38.6	5.3	0.0	64.5
中食向け	100%	3.2	35.5	51.6	6.5	3.2	57.3
給食向け	100%	1.6	13.1	80.3	4.9	0.0	52.9

\*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				