

米販売動向調査（令和2年3月分）結果とりまとめ

1. 調査期間 令和2年4月20日（月）～5月11日（月）
2. 回答数 50組合員
3. 調査結果概要

Q1：昨年3月と比べた令和2年3月（1か月）の米販売量

「増えた」との回答が約4割を占めました。

Q3：3か月前（令和元年12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5割を占め、DI値は「60.0」。

Q5：3か月先（令和2年6月頃）の見通し

「やや悪くなる」との回答が約4割を占め、DI値は「31.0」。

4. 集計結果

Q1：昨年3月と比べた令和2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
50	19	4	7	9	11
100.0%	38.0%	8.0%	14.0%	18.0%	22.0%

Q3：3か月前（元年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
50	18	8	8	8	8
100.0%	36.0%	16.0%	16.0%	16.0%	16.0%

DI値
60.0

（参考）規模別 DI値		
規模A	規模B	規模C
95.8	78.3	43.1

Q5：3か月先（2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
50	0	5	13	21	11
100.0%	0.0%	10.0%	26.0%	42.0%	22.0%

DI値
31.0

（参考）規模別 DI値		
規模A	規模B	規模C
33.3	36.7	27.6

※企業規模について

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

～主な回答理由～

※ この度の調査に寄せられたコメントのほぼ全てが新型コロナウイルス感染拡大の影響によるものである。

Q1：現在（2年3月）の米販売量（前年同月との比較）

1. 家庭用需要が高まり、米販売の動きは好調であった。
2. 家庭用は増加したが、業務用は旬を追うごとに右肩下がりに減少。
3. 小売業態別ではドラッグストア販売が抜き出ている。中食は堅調、外食は1割弱落ち込んだ。
4. 観光ホテルでの米使用量が減った影響等で、業務用が減少した。

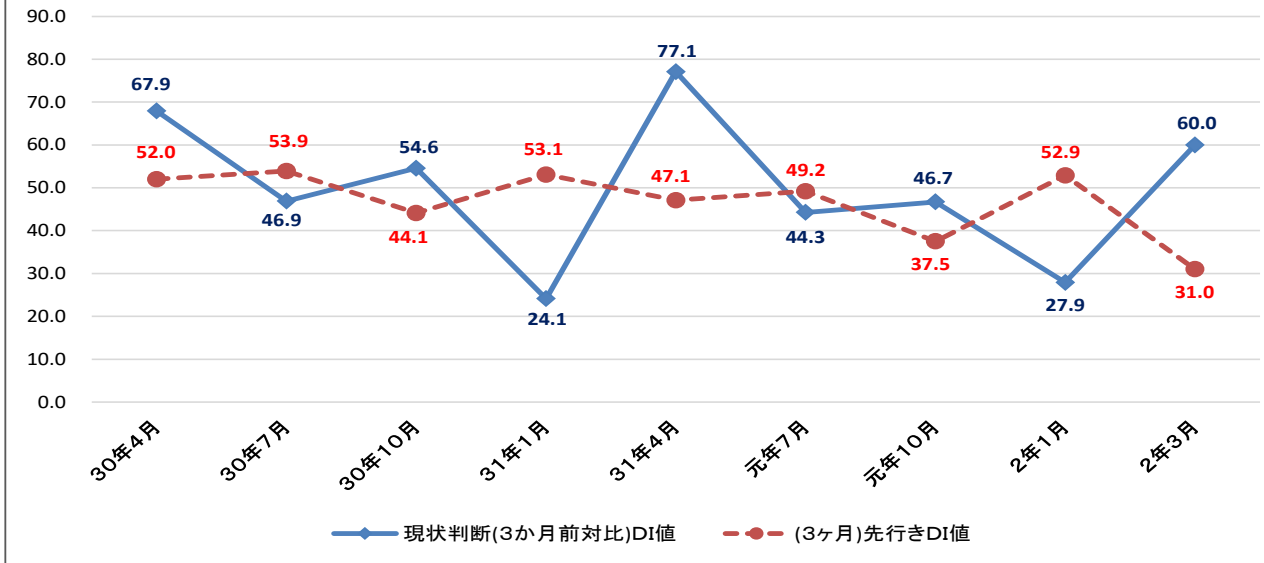
Q3：過去（3か月前）と現在の動き

1. 首都圏では仮需要が発生し、家庭用販売数量は急伸した。
2. 家庭用の駆け込み需要は限定的で、外食の落ち込みをカバーできるものではない。
3. 企業の工場稼働停止等により、産業給食向け販売が減少した。
4. 家庭用は2割強増加したが、業務用は家庭用を上回る減少率となった。

Q5：将来（3か月後）の動き

1. 家庭用販売は4～5月がピークで、徐々に落ちこんでいくと推測される。
2. 業務用の落ち込みが著しく、販売先の廃業、倒産も考えられる。全体的に販売量は落ち込むと予想される。
3. 外食、観光業がどれだけ回復するか次第である。
4. 内食増加により総菜の売上が伸びてきているので、自宅で炊飯する流れが定着すると思うが、パスタ、麺類の販売は落ちていないので、今後、家庭用米販売に影響が出ると思われる。

【米販売動向調査（DI）の推移】



Q2：昨年3月と比べた令和2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%	43.8	25.0	18.8	6.3	6.3
中小スーパー	100%	51.1	25.5	12.8	6.4	4.3
米穀専門店	100%	8.7	6.5	26.1	34.8	23.9
その他	100%	16.7	16.7	30.6	5.6	30.6
(外食産業向け)						
外食向け	100%	4.7	0.0	4.7	39.5	51.2
中食向け	100%	2.2	8.7	26.1	34.8	28.3
給食向け	100%	0.0	2.1	48.9	19.1	29.8

Q4：3か月前(令和元年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%	29.0	35.5	29.0	0.0	6.5	70.2
中小スーパー	100%	40.4	25.5	21.3	2.1	10.6	70.7
米穀専門店	100%	6.5	8.7	34.8	21.7	28.3	35.9
その他	100%	5.3	23.7	28.9	21.1	21.1	42.8
(外食産業向け)							
外食向け	100%	4.7	0.0	4.7	39.5	51.2	16.9
中食向け	100%	4.3	6.5	26.1	37.0	26.1	31.5
給食向け	100%	0.0	4.3	48.9	25.5	21.3	34.0

Q6：3か月先(令和2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	16.1	54.8	22.6	6.5	45.2
中小スーパー	100%	4.3	17.0	34.0	38.3	6.4	43.6
米穀専門店	100%	0.0	4.3	30.4	30.4	34.8	26.1
その他	100%	0.0	11.1	44.4	27.8	16.7	37.5
(外食産業向け)							
外食向け	100%	0.0	11.6	23.3	23.3	41.9	26.2
中食向け	100%	0.0	10.9	41.3	32.6	15.2	37.0
給食向け	100%	0.0	6.4	51.1	29.8	12.8	37.8

*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				