

米販売動向調査について（全米販調査：令和2年12月分）

1. 調査期間 令和2年12月24日（木）～令和3年1月14日（木）
2. 回答数 56組合員
3. 調査結果概要

Q1：昨年12月と比べた令和2年12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9月）と比べた販売動向

「変わらない」の回答が一番多く、「やや良くなっている」、「良くなっている」の回答数が「やや悪くなっている」、「悪くなっている」の回答数を上回り、DI値は「57.6」。

Q5：3か月先（令和3年3月頃）の見通し

「やや悪くなる」の回答数が一番多く、「悪くなる」と合わせると5割を超え、DI値は「37.1」。

4. 集計結果

Q1：昨年12月と比べた令和2年12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
56	4	6	8	19	19
100.0%	7.1%	10.7%	14.3%	33.9%	33.9%

Q3：3か月前（2年9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
56	11	14	15	13	3
100.0%	19.6%	25.0%	26.8%	23.2%	5.4%

DI値
57.6

(参考) 規模別 DI値		
規模A	規模B	規模C
71.4	58.3	54.0

Q5：3か月先（3年3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
56	1	6	20	21	8
100.0%	1.8%	10.7%	35.7%	37.5%	14.3%

DI値
37.1

(参考) 規模別 DI値		
規模A	規模B	規模C
42.9	38.9	34.7

※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12月）の米販売量（前年同月との比較）

1. 家庭用精米販売の伸びに陰りが見え、業務用を合わせて販売減少の流れが強い。
2. ドラッグストアでの伸びが目立ったが、年末繁忙期の外食関係の数字が戻っていない。
3. 在宅勤務の定着で家庭内消費が増えているはずなのに、販売チャンネルとして米穀専門店を選択されていない。
4. 西日本の米価が高止まりしている中、米価が下がった東北産米を販売することで販売量を伸ばすことができた。
5. 量販店等の年末年始休業の動き等で、若干の買いだめ傾向がみられた。

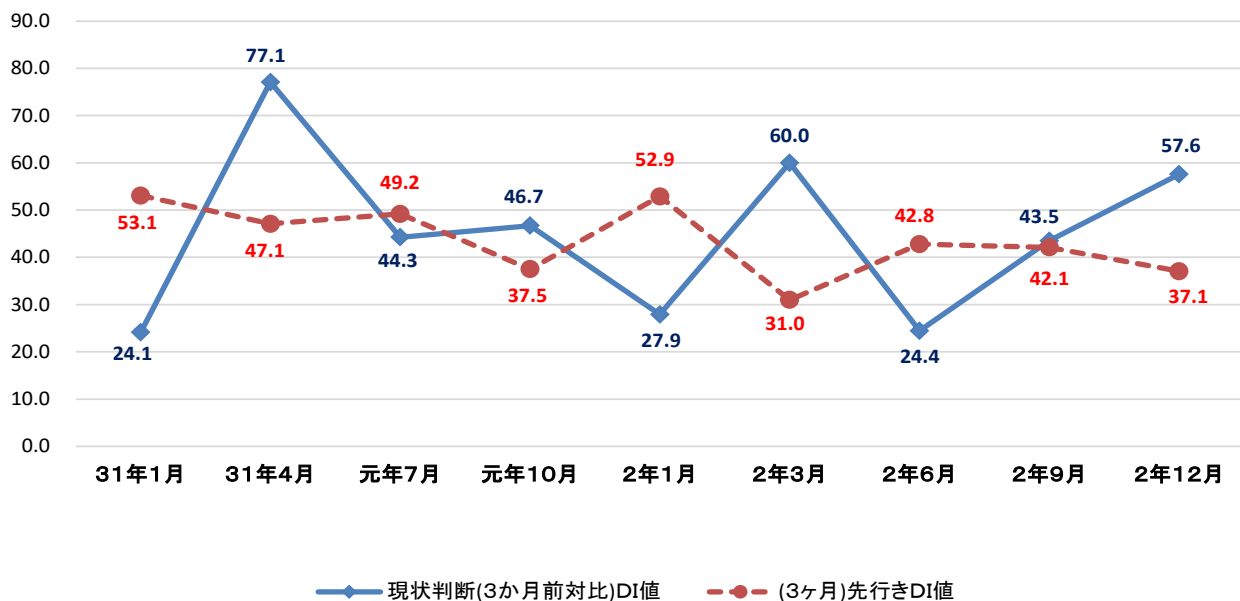
Q3：過去（3か月前）と現在の動き

1. 新米出回りで降、縁故米の精米作業依頼が増え、量販店の販売は減少している。
2. DGS業態、EDLP業態の売れ行きが、3か月前と比較して好調であった。
3. 業務用はGoToイートにより需要が回復しつつある。

Q5：将来（3か月後）の動き

1. コロナウイルスの感染拡大及びワクチン接種の動向が米販売の流れにも大きな影響が出ると思われる。
2. 2度目の緊急事態宣言を受け外食産業は前回同様、前年同月比50%以下となる業態も予想される。中食需要も家庭内食回帰により販売の伸び悩みが予想される。
3. 緊急事態宣言を経て感染者が減少すれば、春先から経済活動も回復し、消費も上向きになるのでは。

【米販売動向調査（DI）の推移】



Q2：昨年12月と比べた令和2年12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%	11.8	23.5	20.6	23.5	20.6
中小スーパー	100%	5.8	23.1	17.3	32.7	21.2
米穀専門店	100%	4.0	4.0	24.0	30.0	38.0
その他	100%	10.3	7.7	20.5	25.6	35.9
(外食産業向け)						
外食向け	100%	2.1	6.3	8.3	37.5	45.8
中食向け	100%	3.8	15.1	26.4	30.2	24.5
給食向け	100%	3.8	0.0	44.2	32.7	19.2

Q4：3か月前（令和2年9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%	11.4	28.6	34.3	20.0	5.7	55.0
中小スーパー	100%	7.7	25.0	44.2	19.2	3.8	53.4
米穀専門店	100%	7.8	7.8	43.1	27.5	13.7	42.2
その他	100%	7.7	7.7	43.6	15.4	25.6	39.1
(外食産業向け)							
外食向け	100%	6.3	16.7	31.3	25.0	20.8	40.6
中食向け	100%	7.5	18.9	41.5	26.4	5.7	49.1
給食向け	100%	0.0	7.7	65.4	21.2	5.8	43.8

Q6：3か月先（令和3年3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%	2.9	20.0	31.4	37.1	8.6	42.9
中小スーパー	100%	1.9	15.4	38.5	40.4	3.8	42.8
米穀専門店	100%	0.0	0.0	41.2	39.2	19.6	30.4
その他	100%	0.0	5.1	43.6	33.3	17.9	34.0
(外食産業向け)							
外食向け	100%	0.0	12.5	27.1	43.8	16.7	33.9
中食向け	100%	0.0	11.3	45.3	35.8	7.5	40.1
給食向け	100%	0.0	5.8	59.6	28.8	5.8	41.3

*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				