

米販売動向調査について（全米販）（令和6年3月分）

1. 回答数 60会員

2. 調査結果概要

**Q1：昨年3月と比べた令和6年3月（1か月）の米販売量**

「増えた」と「減った」の回答数は同じだが、「やや増えた」が「やや減った」の回答数を大きく上回っている。

**Q3：3か月前（令和5年12月）と比べた販売動向**

「変わらない」の回答数が最も多く、「良くなっている」、「やや良くなっている」を合わせた回答数が「悪くなっている」、「やや悪くなっている」を合わせた回答数を上回っており、DI値は「52.9」。

**Q5：3か月先（令和6年6月頃）の見通し**

「やや悪くなる」、「悪くなる」の回答を合わせると約5割となり、DI値は「42.1」。

3. 集計結果

**Q1：昨年3月と比べた令和6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
60	12	15	17	4	12
100.0%	20.0%	25.0%	28.3%	6.7%	20.0%

**Q3：3か月前（5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
60	10	14	19	7	10
100.0%	16.7%	23.3%	31.7%	11.7%	16.7%

DI値  
**52.9**

（参考）規模別 DI値		
規模A	規模B	規模C
58.3	57.6	47.3

**Q5：3か月先（6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
60	2	10	19	25	4
100.0%	3.3%	16.7%	31.7%	41.7%	6.7%

DI値  
**42.1**

（参考）規模別 DI値		
規模A	規模B	規模C
38.9	43.5	42.0

※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（6年3月）の米販売量（前年同月との比較）**

1. 精米販売は好調だが、玄米販売は昨年の半分以下。特に卸間売買へは在庫の関係上販売できない。
2. 特にディスカウントスーパーの精米が通常の2～3倍注文が来ており、需給バランスが崩れている。
3. いつも値段で断られている外食（チェーン店）・中食（委託給食・問屋）などから納品要請が多数来ている。
4. 以前にアプローチしていた先、休眠先より問い合わせを頂くようになった。

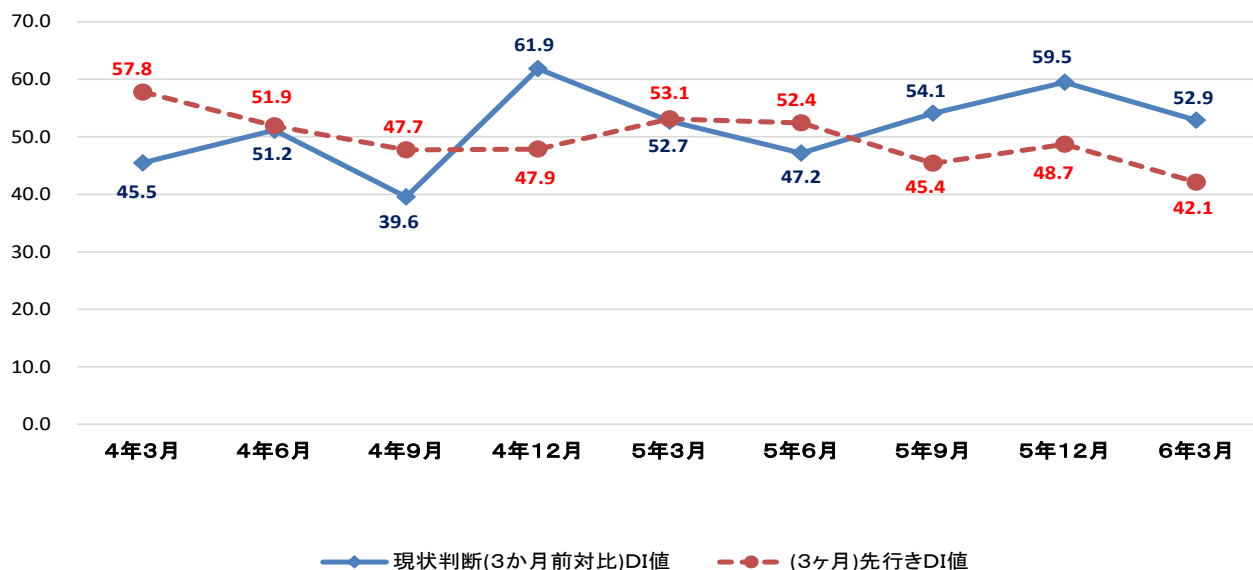
**Q3：過去（3か月前）と現在の動き**

1. 年明けから数回販売価格を値上げするも、販売量に然程変化ない。
2. 量販店の販売が異常に多く歯止めが利かなくなってきた。玄米販売は普段より注文が多く難しい状況。
3. 精米販売は業務用、量販店用ともに堅調に推移。卸間売買含む玄米販売に関しては販売余力がなく大きく数字を落としている。

**Q5：将来（3か月後）の動き**

1. 各企業の原料玄米の確保状況次第になるが、手持ちの玄米（契約分含む）に余力がある企業が業績に有利に働くと考えられる。
2. 実需先の販売動向については好調維持を想定するが、当社からの販売は原料事情により落ち込まざるを得ない。
3. 新米が出回るまでは販売余力がなく、精米に関しては重点先に注力し、セーブしながらの販売になると想定される。  
玄米販売に関しては市場から余剰玉が大きく出てくることも想定しづらく、近年になく厳しい数字になることが想定される。

## 【米販売動向調査（DI）の推移】



### Q2：昨年3月と比べた令和6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%	29.3	22.0	29.3	17.1	2.4
中小スーパー	100%	19.0	24.1	29.3	13.8	13.8
米穀専門店	100%	5.4	7.1	42.9	26.8	17.9
その他	100%	21.7	13.0	26.1	8.7	30.4
(外食産業向け)						
外食向け	100%	8.8	36.8	43.9	5.3	5.3
中食向け	100%	1.8	22.8	59.6	5.3	10.5
給食向け	100%	3.3	11.7	70.0	8.3	6.7

### Q4：3か月前（令和5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%	17.1	22.0	41.5	14.6	4.9	57.9
中小スーパー	100%	12.1	25.9	36.2	13.8	12.1	53.0
米穀専門店	100%	7.1	5.4	50.0	17.9	19.6	40.6
その他	100%	13.0	19.6	26.1	10.9	30.4	43.5
(外食産業向け)							
外食向け	100%	3.5	22.8	56.1	12.3	5.3	51.8
中食向け	100%	1.7	20.3	62.7	13.6	1.7	51.7
給食向け	100%	1.7	10.0	73.3	6.7	8.3	47.5

### Q6：3か月先（令和6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%	2.4	19.5	48.8	24.4	4.9	47.6
中小スーパー	100%	0.0	15.5	48.3	27.6	8.6	42.7
米穀専門店	100%	0.0	3.5	56.1	26.3	14.0	37.3
その他	100%	0.0	6.7	33.3	28.9	31.1	28.9
(外食産業向け)							
外食向け	100%	1.7	20.7	63.8	12.1	1.7	52.2
中食向け	100%	1.7	13.6	72.9	10.2	1.7	50.8
給食向け	100%	0.0	11.7	80.0	6.7	1.7	50.4

\*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				