

# 中食・外食向け販売量の状況について①(中食・外食向け販売実態調査結果)

○ 産地における中食・外食向けの需要に応じた生産・販売への取組を促すため、産地や銘柄ごとの中食・外食向けの販売割合順位等をマンスリーレポートで公表。

〔 令和3年7月から4年6月までの1年間において、年間玄米取扱量4,000トン以上の販売事業者が、精米販売を行った数量のうち、中食・外食向けに販売した数量について調査を実施。〕

## 販売先割合の推移 (全国)

	30/元年	元/2年	2/3年	3/4年
中食・外食向け	38%	37%	37%	39%
家庭内食向け等	62%	63%	63%	61%

注：家庭内食向け等は、精米販売量全体から中食・外食向け販売量を差し引いたものである。

## 中食・外食向けの販売割合が高い上位10県

30/元年		元/2年		2/3年		3/4年	
1	福島 65%	1	群馬 67%	1	群馬 75%	1	群馬 79%
2	栃木 65%	2	岡山 65%	2	福島 68%	2	福島 69%
3	群馬 62%	3	福島 64%	3	栃木 58%	3	栃木 65%
4	岡山 60%	4	栃木 61%	4	岡山 57%	4	岡山 62%
5	山口 57%	5	山口 56%	5	愛知 53%	5	山形 50%
6	宮城 53%	6	熊本 53%	6	青森 50%	6	宮城 50%
7	熊本 53%	7	宮城 48%	7	山口 49%	7	埼玉 50%
8	山形 49%	8	青森 48%	8	岐阜 47%	8	青森 49%
9	青森 47%	9	山形 46%	9	宮城 47%	9	岐阜 48%
10	鳥取 44%	10	岩手 44%	10	山形 44%	10	岩手 45%

注：中食・外食向け販売量が、1,000ト未満の都府県は除いている。

## 中食・外食向け販売量全体に占める産地品種銘柄別割合 (上位20)

30/元年			元/2年			2/3年			3/4年		
順位	産地	品種銘柄	割合	順位	産地	品種銘柄	割合	順位	産地	品種銘柄	割合
1	宮城	ひとめぼれ	7%	1	宮城	ひとめぼれ	6%	1	山形	はえぬき	7%
2	栃木	コシヒカリ	6%	2	栃木	コシヒカリ	6%	2	宮城	ひとめぼれ	6%
3	山形	はえぬき	6%	3	山形	はえぬき	5%	3	青森	まっしぐら	5%
4	福島	コシヒカリ	5%	4	福島	コシヒカリ	5%	4	福島	コシヒカリ	5%
5	青森	まっしぐら	4%	5	青森	まっしぐら	4%	5	栃木	コシヒカリ	5%
6	北海道	ななつぼし	4%	6	北海道	ななつぼし	4%	6	岩手	ひとめぼれ	4%
7	岩手	ひとめぼれ	3%	7	岩手	ひとめぼれ	4%	7	北海道	ななつぼし	4%
8	茨城	コシヒカリ	3%	8	新潟	コシヒカリ	3%	8	新潟	コシヒカリ	3%
9	新潟	コシヒカリ	3%	9	茨城	コシヒカリ	3%	9	茨城	コシヒカリ	3%
10	福島	ひとめぼれ	2%	10	北海道	ゆめぴりか	2%	10	秋田	あきたこまち	2%
11	北海道	ゆめぴりか	2%	11	福島	ひとめぼれ	2%	11	福島	ひとめぼれ	2%
12	秋田	あきたこまち	2%	12	秋田	あきたこまち	2%	12	北海道	ゆめぴりか	2%
13	長野	コシヒカリ	2%	13	長野	コシヒカリ	2%	13	長野	コシヒカリ	2%
14	栃木	あさひの夢	2%	14	富山	コシヒカリ	1%	14	新潟	こしいぶき	2%
15	富山	コシヒカリ	1%	15	北海道	きらら397	1%	15	富山	コシヒカリ	2%
16	千葉	コシヒカリ	1%	16	栃木	あさひの夢	1%	16	北海道	きらら397	1%
17	北海道	きらら397	1%	17	新潟	こしいぶき	1%	17	福島	天のつば	1%
18	青森	つがるロマン	1%	18	千葉	コシヒカリ	1%	18	栃木	あさひの夢	1%
19	新潟	こしいぶき	1%	19	青森	つがるロマン	1%	19	愛知	あいちのかおり	1%
20	千葉	ふさこがね	1%	20	福島	天のつば	1%	20	青森	つがるロマン	1%

注：割合は、各産地品種銘柄ごとの中食・外食向け販売量を、全国の中食・外食向け販売量で除したものである。

<当データを見る上での留意事項>

- ▶ 販売事業者が、中食・外食向けに精米販売した数量であり、小売店等に精米販売し、その後、中食・外食に仕向けられたものは含まれていない。
- ▶ 中食事業者は、コンビニエンスストア、スーパー、弁当屋、給食事業等であり、外食事業者は、牛丼、回転寿司等のファーストフード店、ファミリーレストラン、ホテル等宿泊施設等である。
- ▶ 中食・外食向けには、主に米販売業者から供給されるが、家庭内食向けには、米販売業者経由の他に農家直売や縁故米等からも供給されるため、米販売業者からの供給量のみで作成した当データは、中食・外食向けの割合が高く出る傾向がある。

# 中食・外食向け販売量の状況について②(中食・外食向け販売実態調査結果)

## 令和3/4年の産地別販売割合

産地	中食・外食向け (産地品種銘柄別内訳)					家庭内食向け等
北海道	32% (121.2)	ななつぼし 15% (56.0)	ゆめひりか 6% (22.6)	きさら397 5% (18.7)	その他 6% (23.9)	68% (255.7)
青森	49% (65.9)	まっしら 43% (58.6)	つがるロマン 5% (6.7)	その他 0% (0.7)		51% (69.4)
岩手	45% (59.3)	ひどめぼれ 39% (51.4)	あきたごまち 2% (2.8)	銀河のしずく 1% (1.4)	その他 3% (3.7)	55% (73.6)
宮城	50% (90.2)	ひどめぼれ 44% (79.3)	つや姫 1% (1.4)	サザニシキ 2% (3.6)	その他 3% (5.9)	50% (91.1)
秋田	21% (54.2)	あきたごまち 10% (24.5)	めんこいな 3% (8.2)	ひどめぼれ 4% (11.0)	その他 4% (10.5)	79% (202.4)
山形	50% (97.1)	はえぬぎ 40% (77.0)	つや姫 2% (3.9)	雪若丸 4% (7.7)	その他 4% (8.5)	50% (96.2)
福島	69% (92.0)	ゴジヒカリ 40% (53.1)	ひどめぼれ 14% (19.2)	天のつば 10% (13.0)	その他 5% (6.7)	31% (42.0)
茨城	41% (51.5)	ゴジヒカリ 30% (36.7)	あきたごまち 3% (3.8)	あさひの夢 1% (1.9)	その他 7% (9.2)	59% (72.8)
栃木	65% (89.4)	ゴジヒカリ 42% (56.9)	あさひの夢 8% (11.2)	とちぎの暁 12% (16.2)	その他 4% (5.2)	35% (47.3)
群馬	79% (10.4)	あさひの夢 61% (8.1)	ゆめまつり 12% (1.6)	その他 6% (0.7)		21% (2.8)
埼玉	50% (15.8)	彩のかがやき 17% (5.4)	彩のきすな 15% (4.9)	ゴジヒカリ 6% (2.1)	その他 11% (3.4)	50% (16.1)
千葉	27% (26.8)	ゴジヒカリ 8% (8.3)	ふさこがね 12% (12.2)	ふさおとめ 4% (4.2)	その他 2% (2.1)	73% (71.8)
新潟	26% (70.2)	ゴジヒカリ 15% (41.1)	こしいばき 8% (21.5)	その他 3% (7.6)		74% (201.0)
富山	37% (30.8)	ゴジヒカリ 22% (18.5)	てんたかく 3% (2.7)	その他 12% (9.6)		63% (51.8)
石川	40% (21.7)	ゴジヒカリ 19% (10.4)	ゆめみつほ 12% (6.8)	その他 8% (4.6)		60% (32.5)

産地	中食・外食向け (産地品種銘柄別内訳)					家庭内食向け等
福井	36% (21.6)	ゴジヒカリ 14% (8.6)	ハゲエギビ 9% (5.3)	あきさかり 5% (2.9)	その他 8% (4.8)	64% (38.6)
山梨	43% (1.6)	ゴジヒカリ 7% (1.4)	その他 6% (0.2)			57% (2.1)
長野	32% (16.5)	ゴジヒカリ 29% (14.8)	あきたごまち 1% (0.8)	その他 2% (0.9)		68% (35.1)
岐阜	48% (11.9)	ハツシモ 21% (5.2)	ゴジヒカリ 4% (0.9)	あさひの夢 5% (1.3)	その他 18% (4.4)	52% (12.8)
静岡	17% (2.0)	ゴジヒカリ 10% (1.2)	きぬむすめ 2% (0.3)	あいちがおり 2% (0.2)	その他 3% (0.3)	83% (9.4)
愛知	43% (14.4)	あいちがおり 24% (7.9)	ゴジヒカリ 9% (3.0)	大地の嵐 2% (0.6)	その他 9% (2.9)	57% (18.7)
三重	16% (6.8)	ゴジヒカリ 7% (3.1)	キヌヒカリ 2% (0.8)	その他 7% (3.0)		84% (35.3)
滋賀	35% (20.1)	ゴジヒカリ 6% (3.3)	キヌヒカリ 9% (5.3)	みすかみ 2% (0.9)	その他 19% (10.5)	65% (36.9)
京都	26% (3.5)	ゴジヒカリ 9% (1.2)	キヌヒカリ 8% (1.0)	ヒビカリ 6% (0.8)	その他 4% (0.5)	74% (10.0)
兵庫	21% (6.1)	ゴジヒカリ 5% (1.4)	ヒビカリ 4% (1.2)	キヌヒカリ 3% (0.8)	その他 10% (2.8)	79% (22.7)
奈良	21% (1.6)	ヒビカリ 19% (1.4)	その他 2% (0.2)			79% (5.8)
鳥取	40% (8.9)	きぬむすめ 11% (2.5)	ゴジヒカリ 4% (1.0)	ひどめぼれ 9% (2.1)	その他 15% (3.3)	60% (13.4)
島根	31% (7.4)	ゴジヒカリ 10% (2.3)	きぬむすめ 13% (3.0)	つや姫 6% (1.3)	その他 3% (0.7)	69% (16.0)
岡山	62% (13.6)	アケボノ 35% (7.6)	ゴジヒカリ 2% (0.4)	きぬむすめ 8% (1.8)	その他 17% (3.7)	38% (8.4)
広島	42% (10.5)	ゴジヒカリ 13% (3.3)	あきさかり 18% (4.6)	あきろまん 3% (0.7)	その他 7% (1.9)	58% (14.6)

※ 下段( )書きは販売数量(単位:千トン)

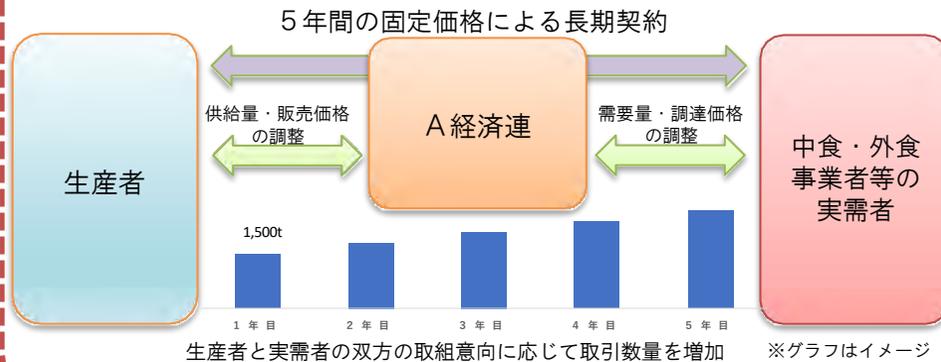
産地	中食・外食向け (産地品種銘柄別内訳)					家庭内食向け等
山口	36% (6.8)	ゴジヒカリ 9% (1.6)	ひどめぼれ 7% (1.3)	ヒビカリ 5% (1.0)	その他 15% (2.8)	64% (11.9)
徳島	23% (3.0)	ゴジヒカリ 7% (0.9)	あきさかり 12% (1.5)	その他 5% (0.6)		77% (9.9)
香川	30% (3.4)	ゴジヒカリ 4% (0.5)	ヒビカリ 18% (2.0)	おいでまい 1% (0.1)	その他 6% (0.7)	70% (8.0)
愛媛	23% (1.9)	ゴジヒカリ 3% (0.2)	ヒビカリ 11% (0.9)	あきたごまち 4% (0.3)	その他 5% (0.5)	77% (6.4)
高知	12% (0.9)	ゴジヒカリ 10% (0.7)	ヒビカリ 2% (0.2)	その他 0% (0.0)		88% (6.6)
福岡	20% (8.7)	夢つくし 1% (0.6)	ヒビカリ 8% (3.5)	元気づくし 3% (1.4)	その他 7% (3.2)	80% (34.8)
佐賀	37% (8.8)	夢じく 7% (1.7)	さがひより 17% (4.0)	ヒビカリ 10% (2.3)	その他 3% (0.8)	63% (15.1)
長崎	29% (1.8)	にこまる 11% (0.7)	ヒビカリ 6% (0.4)	ゴジヒカリ 1% (0.1)	その他 10% (0.6)	71% (4.5)
熊本	26% (9.9)	ヒビカリ 9% (3.4)	森のまさん 2% (0.8)	ゴジヒカリ 1% (0.4)	その他 14% (5.2)	74% (27.9)
大分	38% (4.9)	ヒビカリ 21% (2.7)	ひどめぼれ 5% (0.7)	つや姫 5% (0.6)	その他 8% (1.0)	62% (8.0)
宮崎	15% (2.4)	ゴジヒカリ 5% (0.8)	ヒビカリ 8% (1.2)	その他 2% (0.4)		85% (13.1)
鹿児島	22% (3.5)	ヒビカリ 9% (1.4)	あきほなみ 9% (1.4)	ゴジヒカリ 0% (0.0)	その他 4% (0.7)	78% (12.6)

注：中食・外食向け販売量が1,000トン未満であった東京、神奈川、大阪、和歌山、沖縄は除いている。

# 中食・外食向けの需要に応じた生産・販売事例

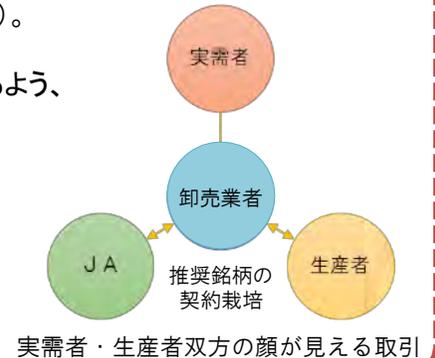
## 中食・外食事業者等との5年間の長期契約取引の取組

- A経済連では、30年産からの米政策の見直しを機に、生産者にとっても経営のメリットとなるとして、実需者サイドの需要量・調達価格と、生産者サイドの供給量・販売価格の調整を行い、30年産から中食・外食事業者等の実需者との5年間の固定価格による長期契約取引を開始している。
- この取組により、
  - ① 生産者サイドは、安定した取引先を確保できるほか、相場変動のリスクを回避できるとともに、将来の経営の見通しを立てることができる
  - ② 実需者サイドは、長期に渡る固定価格での取引によって、原料調達の安定化やコストを平準化することができる
 など、生産者・実需者の双方にメリットのある取引形態となっている。
- この取組は生産者、実需者双方から一定の評価を得られており、双方の取組意向に応じた銘柄や数量に取り組んでいく考え(開始初年度の契約数量は、1,500トン程度)。また、契約終了の段階で、取引価格や契約年数の検証を行い、契約の継続や取引数量の増加に繋げていくこととしている。



## 卸売業者と産地の契約栽培による安定取引の取組

- B卸売業者では10年前から、農研機構が開発した自社が奨励する多収性品種や良食味品種を、複数の産地のJAや大規模農業法人と契約栽培し、実需者への安定生産を推進している(現在は、取組産地の増加・作付面積の拡大に伴い、種子を増産)。
- 価格については、安定した取引となるよう、一定の範囲内で設定している。
- 集荷した米は、特定の実需者へ販売されていることから、生産者には、実需者が見える生産であることも契約栽培のインセンティブとなっている。



## 大手総合化学メーカーのタイアップによる中食・外食向け銘柄の生産

- C農協では、農業関連資材・サービス、関連資材、経営ノウハウを提供する大手総合化学メーカーのD社と中食・外食向けに仕向けられる多収性・良食味品種の契約生産を開始している。
- D社は、契約生産するJA組合員に対して種子・農薬・肥料等の農業資材の提供はもとより、経営ノウハウを指導するほか、生産された米の全量買取を行い、商社を通じて中食事業者(弁当屋・総菜メーカー等)へ販売している。

