

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。

〔 平成30年7月から令和元年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	29/30年	28/29年	27/28年
中食・外食向け	38%	39%	39%	37%
家庭内食向け等	62%	61%	61%	63%

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		29/30年		28/29年		27/28年	
1	福島	65%	群馬	69%	群馬	65%	栃木	67%
2	栃木	65%	栃木	65%	福島	65%	福島	64%
3	群馬	62%	福島	61%	岡山	63%	岡山	60%
4	岡山	60%	山口	59%	栃木	63%	山形	59%
5	山口	57%	山形	53%	宮城	57%	熊本	58%
6	宮城	53%	岡山	52%	山口	56%	山口	57%
7	熊本	53%	埼玉	50%	山形	55%	群馬	56%
8	山形	49%	宮城	47%	佐賀	55%	宮城	53%
9	青森	47%	青森	47%	岩手	52%	佐賀	50%
10	鳥取	44%	岩手	47%	青森	51%	香川	49%

注：中食・外食向け販売量が、1,000トン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			29/30年			28/29年			27/28年		
	産地	品種銘柄	割合	産地	品種銘柄	割合	産地	品種銘柄	割合	産地	品種銘柄	割合
1	宮城	ひとめぼれ	7%	宮城	ひとめぼれ	7%	宮城	ひとめぼれ	8%	山形	はえぬき	9%
2	栃木	コシヒカリ	6%	山形	はえぬき	7%	山形	はえぬき	7%	宮城	ひとめぼれ	9%
3	山形	はえぬき	6%	栃木	コシヒカリ	7%	栃木	コシヒカリ	7%	栃木	コシヒカリ	7%
4	福島	コシヒカリ	5%	北海道	ななつぼし	5%	北海道	ななつぼし	5%	福島	コシヒカリ	5%
5	青森	まっしぐら	4%	福島	コシヒカリ	4%	岩手	ひとめぼれ	5%	茨城	コシヒカリ	4%
6	北海道	ななつぼし	4%	岩手	ひとめぼれ	4%	福島	コシヒカリ	4%	北海道	ななつぼし	4%
7	岩手	ひとめぼれ	3%	青森	まっしぐら	4%	茨城	コシヒカリ	4%	青森	まっしぐら	4%
8	茨城	コシヒカリ	3%	茨城	コシヒカリ	4%	青森	まっしぐら	4%	岩手	ひとめぼれ	4%
9	新潟	コシヒカリ	3%	新潟	コシヒカリ	3%	秋田	あきたこまち	3%	秋田	あきたこまち	3%
10	福島	ひとめぼれ	2%	秋田	あきたこまち	2%	新潟	コシヒカリ	2%	北海道	きらら397	2%
11	北海道	ゆめぴりか	2%	長野	コシヒカリ	2%	北海道	きらら397	2%	新潟	コシヒカリ	2%
12	秋田	あきたこまち	2%	福島	ひとめぼれ	2%	福島	ひとめぼれ	2%	栃木	あさひの夢	1%
13	長野	コシヒカリ	2%	富山	コシヒカリ	2%	富山	コシヒカリ	2%	富山	コシヒカリ	1%
14	栃木	あさひの夢	2%	北海道	きらら397	1%	長野	コシヒカリ	1%	長野	コシヒカリ	1%
15	富山	コシヒカリ	1%	北海道	ゆめぴりか	1%	北海道	ゆめぴりか	1%	福島	ひとめぼれ	1%
16	千葉	コシヒカリ	1%	千葉	コシヒカリ	1%	栃木	あさひの夢	1%	青森	つがるロマン	1%
17	北海道	きらら397	1%	栃木	あさひの夢	1%	石川	コシヒカリ	1%	千葉	ふさこがね	1%
18	青森	つがるロマン	1%	石川	コシヒカリ	1%	千葉	コシヒカリ	1%	秋田	ひとめぼれ	1%
19	新潟	こしいぶき	1%	青森	つがるロマン	1%	青森	つがるロマン	1%	石川	コシヒカリ	1%
20	千葉	ふさこがね	1%	群馬	あさひの夢	1%	新潟	こしいぶき	1%	千葉	コシヒカリ	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)

30/元年の産地別販売先割合 (産地品種銘柄別内訳)

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	30% (103.0)	ななつぼし (43.1)	ゆめぴりか (24.1)	きらら397 (14.8)	その他 (21.1)	70% (245.2)
青森	47% (65.7)	まっしぐら (51.1)	つがるロマン (13.5)	その他 (1.1)		53% (75.4)
岩手	40% (48.4)	ひとめぼれ (40.0)	あきたこまち (5.3)	いわてっこ (1.0)	その他 (2.2)	60% (72.2)
宮城	53% (93.4)	ひとめぼれ (81.2)	つや姫 (3.5)	ササニシキ (2.0)	その他 (6.8)	47% (83.6)
秋田	17% (45.5)	あきたこまち (21.8)	ひとめぼれ (8.5)	めんこいな (6.4)	その他 (8.9)	83% (222.4)
山形	49% (89.2)	はえぬき (72.8)	ひとめぼれ (4.6)	つや姫 (2.2)	その他 (9.6)	51% (94.3)
福島	65% (92.8)	コシヒカリ (54.9)	ひとめぼれ (24.9)	天のつば (7.8)	その他 (5.2)	35% (50.0)
茨城	37% (52.3)	コシヒカリ (36.9)	あきたこまち (6.0)	ヨルキQueen (0.0)	その他 (9.4)	63% (88.9)
栃木	65% (106.5)	コシヒカリ (74.3)	あさひの夢 (19.7)	なすひかり (3.7)	その他 (8.9)	35% (58.2)
群馬	62% (13.0)	あさひの夢 (10.4)	ゆめまつり (1.6)	その他 (1.1)		38% (8.0)
埼玉	42% (14.8)	彩のかがやき (5.2)	コシヒカリ (3.3)	彩のきずな (2.7)	その他 (3.6)	58% (20.2)
千葉	29% (31.9)	コシヒカリ (15.9)	ふさこがね (10.6)	ふさおとめ (2.9)	その他 (2.5)	71% (77.2)
新潟	20% (50.7)	コシヒカリ (30.7)	こしいぶき (10.8)	その他 (9.2)		80% (199.3)
富山	29% (24.2)	コシヒカリ (17.8)	てんたくく (2.4)	その他 (4.0)		71% (58.8)
石川	31% (17.3)	コシヒカリ (9.7)	ゆめみづほ (5.0)	その他 (2.6)		69% (38.6)

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	24% (14.4)	ハナエチゼン (4.6)	コシヒカリ (4.3)	その他 (5.4)		76% (44.5)
山梨	43% (1.9)	コシヒカリ (1.6)	その他 (0.4)			57% (2.5)
長野	39% (24.0)	コシヒカリ (21.5)	あきたこまち (1.8)	その他 (0.7)		61% (37.0)
岐阜	43% (10.3)	ハツシモ (5.5)	コシヒカリ (1.1)	あきたこまち (0.5)	その他 (3.3)	57% (13.9)
静岡	7% (0.9)	コシヒカリ (0.5)	きぬむすめ (0.1)	あいちのかおり (0.0)	その他 (0.3)	93% (12.1)
愛知	36% (11.2)	あいちのかおり (9.6)	コシヒカリ (0.7)	大地の風 (0.1)	その他 (0.7)	64% (19.9)
三重	20% (8.0)	コシヒカリ (4.1)	キヌヒカリ (1.1)	その他 (2.9)		80% (32.8)
滋賀	39% (20.8)	キヌヒカリ (5.1)	コシヒカリ (3.7)	日本晴 (3.4)	その他 (8.6)	61% (33.0)
京都	22% (2.7)	コシヒカリ (1.5)	キヌヒカリ (0.5)	ヒノヒカリ (0.5)		78% (9.4)
大阪	54% (0.5)	その他 (0.5)				46% (0.5)
兵庫	30% (7.8)	コシヒカリ (5.0)	ヒノヒカリ (1.1)	キヌヒカリ (0.9)	その他 (0.9)	70% (17.9)
奈良	16% (1.2)	ヒノヒカリ (0.8)	その他 (0.3)			84% (6.1)
和歌山	29% (0.4)	その他 (0.4)				71% (1.0)
鳥取	44% (10.5)	きぬむすめ (4.4)	ひとめぼれ (3.8)	コシヒカリ (2.3)	その他 (0.0)	56% (13.2)
島根	28% (6.6)	きぬむすめ (3.2)	コシヒカリ (1.8)	つや姫 (1.2)	その他 (0.3)	72% (16.8)

※ 下段()書きは販売数量(単位:千トン)

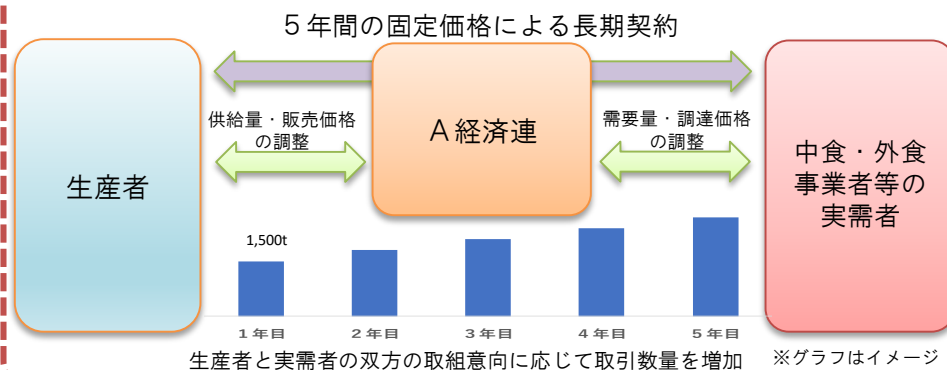
産地	中食・外食向け (産地品種銘柄別内訳)					家庭内食 向け等
岡山	60% (20.9)	アケボノ (7.8)	ヒノヒカリ (2.4)	あきたこまち (1.2)	その他 (9.5)	40% (13.7)
広島	41% (12.6)	コシヒカリ (5.3)	あきさかり (3.0)	あきろまん (0.9)	その他 (3.3)	59% (18.1)
山口	57% (16.9)	ヒノヒカリ (4.5)	コシヒカリ (4.2)	ひとめぼれ (4.0)	その他 (4.2)	43% (12.9)
徳島	23% (3.2)	コシヒカリ (1.3)	キヌヒカリ (0.9)	その他 (0.9)		77% (10.9)
香川	34% (4.2)	ヒノヒカリ (2.8)	コシヒカリ (0.5)	おいでまい (0.1)		66% (8.0)
愛媛	27% (2.5)	ヒノヒカリ (0.8)	コシヒカリ (0.5)	あきたこまち (0.4)	その他 (0.8)	73% (7.0)
高知	10% (1.2)	コシヒカリ (0.9)	ヒノヒカリ (0.2)	その他 (0.0)		90% (10.6)
福岡	23% (12.7)	ヒノヒカリ (7.5)	元気つくし (2.6)	夢つくし (1.2)	その他 (1.3)	77% (41.7)
佐賀	44% (14.7)	さがびより (6.7)	夢しずく (3.0)	ヒノヒカリ (2.5)	その他 (2.4)	56% (19.0)
長崎	18% (1.5)	にこまる (0.6)	ヒノヒカリ (0.5)	コシヒカリ (0.2)	その他 (0.1)	82% (6.8)
熊本	53% (22.9)	ヒノヒカリ (7.6)	森のくまさん (2.9)	コシヒカリ (2.0)	その他 (10.4)	47% (20.6)
大分	25% (3.9)	ヒノヒカリ (2.7)	ひとめぼれ (0.2)	その他 (0.9)		75% (11.4)
宮崎	18% (3.2)	ヒノヒカリ (1.3)	コシヒカリ (1.0)	その他 (1.0)		82% (14.2)
鹿児島	33% (5.2)	あきほなみ (2.2)	ヒノヒカリ (1.9)	コシヒカリ (0.2)		67% (10.7)
沖縄	45% (0.2)	その他 (0.2)				55% (0.3)

注：中食・外食向け販売量が、100ト未満であった東京、神奈川は除いている。

(参考)中食・外食向けの需要に応じた生産・販売事例

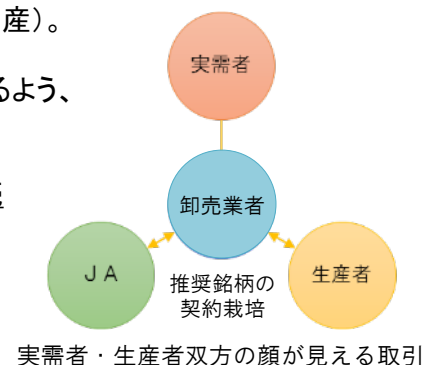
中食・外食事業者等との5年間の長期契約取引の取組

- 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。



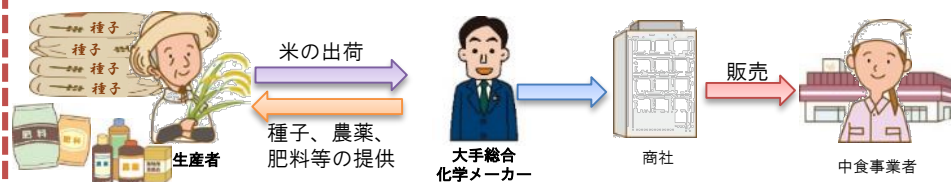
卸売業者と産地の契約栽培による安定取引の取組

- 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。



(参考)産地と中食・外食事業者等の米マッチングフェアについて

- 全国農業再生推進機構等は、農林水産省の支援の下、中食・外食向けニーズに応じた安定取引の推進のため、マッチングイベントを開催。
- 令和元年度開催の「米マッチングフェア2019」では、売り手(JA、農業生産法人等)71団体、買い手(中食・外食事業者等の実需者)217社が参加。
- 令和2年度は、「米マッチングフェア2020」として、昨年9月より、オンラインで順次開催中。

米マッチングフェア2020 パンフレット



米マッチングフェア2019 開催状況



商談会の様子(大阪会場8/22)



セミナーの様子(東京会場9/11)

マッチング商談事例

- ①北陸の生産法人が多収品種「ちほみのり」について、生産コストをベースとした取引(事前契約・複数年契約)で中食事業者と商談成立。
- ②関東の生産法人が、多収品種(ほしじるし)を導入し出展。大手外食事業者と2千トンの商談成立(事前契約・複数年契約)。