

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4/5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	31% (110.4)	ななつぼし 13% (47.2)	ゆめひりか 6% (21.6)	きさらぎ 5% (17.4)	その他 7% (24.2)	69% (244.5)
青森	44% (56.2)	まつしぐら 38% (48.8)	つがるロマン 5% (6.4)	その他 1% (1.0)		56% (72.0)
岩手	45% (60.0)	ひとめぼれ 41% (53.7)	あきたこまち 1% (1.5)	銀河のしずく 1% (0.8)	その他 3% (4.0)	55% (72.3)
宮城	51% (91.7)	ひとめぼれ 44% (78.1)	つや姫 2% (3.3)	ササニシキ 3% (5.3)	その他 3% (5.0)	49% (87.6)
秋田	21% (54.5)	あきたこまち 12% (30.6)	めんこいな 3% (7.9)	ひとめぼれ 4% (10.4)	その他 2% (5.6)	79% (203.3)
山形	49% (91.2)	はえぬき 38% (70.6)	つや姫 2% (3.5)	雪若丸 6% (10.7)	その他 3% (6.4)	51% (96.3)
福島	69% (88.8)	ゴジビカリ 41% (52.6)	ひとめぼれ 15% (19.3)	天のつが 8% (10.4)	その他 5% (6.5)	31% (39.0)
茨城	37% (47.0)	ゴジビカリ 28% (35.4)	あきたこまち 2% (2.6)	ぶくまる 1% (1.7)	その他 6% (7.3)	63% (79.6)
栃木	61% (90.0)	ゴジビカリ 42% (62.2)	とちきの星 9% (12.7)	あさひの夢 6% (9.5)	その他 4% (5.6)	39% (56.8)
群馬	58% (10.0)	あさひの夢 45% (7.7)	ゆめまつり 9% (1.6)	その他 4% (0.6)		42% (7.3)
埼玉	42% (13.8)	影のかがやき 12% (4.0)	影のきすな 13% (4.2)	ゴジビカリ 6% (1.9)	その他 11% (3.7)	58% (19.3)
千葉	26% (24.8)	ゴジビカリ 12% (11.0)	ふさこがね 7% (7.1)	ふさおとめ 4% (3.9)	その他 3% (2.7)	74% (71.0)
新潟	29% (71.8)	ゴジビカリ 18% (43.0)	こしいぶき 8% (20.7)	その他 3% (8.1)		71% (172.2)
富山	44% (34.6)	ゴジビカリ 26% (20.6)	てんたかく 3% (2.4)	その他 15% (11.6)		56% (44.5)
石川	53% (30.4)	ゴジビカリ 24% (13.9)	ゆめみづほ 13% (7.3)	その他 16% (9.2)		47% (27.1)

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	34% (21.7)	ゴジビカリ 13% (8.1)	ハゲイチゼン 7% (4.5)	あきさかり 5% (3.2)	その他 9% (6.0)	66% (42.5)
山梨	42% (1.5)	ゴジビカリ 34% (1.2)	その他 8% (0.3)			58% (2.1)
長野	34% (18.1)	ゴジビカリ 30% (16.3)	あきたこまち 1% (0.8)	その他 2% (1.0)		66% (35.7)
岐阜	47% (14.2)	ハツジモ 25% (7.6)	ゴジビカリ 2% (0.7)	その他 20% (5.8)		53% (15.7)
静岡	17% (2.6)	ゴジビカリ 7% (1.0)	きぬむすめ 3% (0.5)	あいちのかおり 1% (0.2)	その他 6% (0.9)	83% (12.8)
愛知	52% (19.0)	あいちのかおり 31% (11.5)	ゴジビカリ 9% (3.3)	大地の風 0% (0.0)	その他 12% (4.2)	48% (17.4)
三重	25% (11.5)	ゴジビカリ 12% (5.4)	キヌビカリ 3% (1.4)	その他 10% (4.7)		75% (34.9)
滋賀	30% (18.0)	ゴジビカリ 5% (3.2)	キヌビカリ 8% (4.6)	みずかがみ 2% (1.5)	その他 14% (8.7)	70% (42.5)
京都	25% (3.0)	ゴジビカリ 7% (0.8)	キヌビカリ 6% (0.7)	ヒビカリ 8% (1.0)	その他 4% (0.5)	75% (9.2)
兵庫	28% (9.4)	ゴジビカリ 8% (2.7)	ヒビカリ 7% (2.2)	キヌビカリ 4% (1.3)	その他 9% (3.1)	72% (23.8)
奈良	21% (2.0)	ヒビカリ 15% (1.4)	その他 7% (0.6)			79% (7.4)
鳥取	37% (9.9)	きぬむすめ 14% (3.8)	ゴジビカリ 6% (1.5)	ひとめぼれ 6% (1.5)	その他 11% (3.0)	63% (16.7)
島根	35% (8.8)	きぬむすめ 17% (4.3)	ゴジビカリ 10% (2.4)	つや姫 5% (1.4)	その他 3% (0.7)	65% (16.1)
岡山	43% (13.5)	アケボノ 19% (5.9)	きぬむすめ 4% (1.2)	ゴジビカリ 4% (1.2)	その他 16% (5.1)	57% (17.6)
広島	41% (14.1)	ゴジビカリ 9% (3.1)	あきさかり 15% (5.1)	あきろまん 3% (1.0)	その他 14% (4.9)	59% (20.0)

※ 下段（ ）書きは販売数量（単位：千トン）

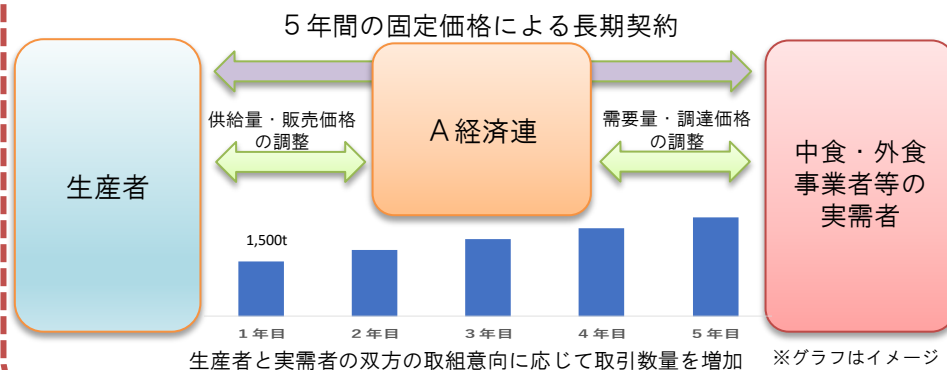
産地	中食・外食向け（産地品種銘柄別内訳）					家庭内食向け等
山口	40% (10.1)	ゴジビカリ 5% (1.2)	ひとめぼれ 9% (2.2)	ヒビカリ 8% (2.0)	その他 19% (4.8)	60% (15.0)
徳島	25% (3.5)	ゴジビカリ 6% (0.8)	あきさかり 15% (2.1)	その他 4% (0.6)		75% (10.3)
香川	30% (4.4)	ゴジビカリ 6% (0.8)	ヒビカリ 16% (2.3)	おいでまい 0% (0.1)	その他 9% (1.3)	70% (10.0)
愛媛	22% (2.3)	ゴジビカリ 3% (0.4)	ヒビカリ 8% (0.9)	あきたこまち 5% (0.5)	その他 6% (0.6)	78% (8.1)
高知	14% (1.3)	ゴジビカリ 13% (1.2)	ヒビカリ 0% (0.0)	その他 1% (0.1)		86% (8.1)
福岡	19% (11.8)	夢つくし 5% (3.3)	ヒビカリ 5% (3.3)	元氣つくし 6% (3.8)	その他 2% (1.4)	81% (49.8)
佐賀	37% (9.9)	さがびより 17% (4.4)	夢しずく 10% (2.7)	ヒビカリ 7% (1.9)	その他 3% (0.9)	63% (16.9)
長崎	32% (2.8)	にこまる 14% (1.2)	ヒビカリ 5% (0.5)	なつほのか 12% (1.0)	その他 1% (0.1)	68% (5.9)
熊本	37% (16.5)	ヒビカリ 12% (5.5)	森のくまさん 4% (2.0)	ゴジビカリ 1% (0.6)	その他 19% (8.4)	63% (28.4)
大分	26% (4.5)	ヒビカリ 15% (2.6)	ひとめぼれ 3% (0.5)	つや姫 2% (0.3)	その他 6% (1.1)	74% (13.1)
宮崎	20% (3.9)	ゴジビカリ 9% (1.7)	ヒビカリ 7% (1.4)	その他 4% (0.8)		80% (15.9)
鹿児島	19% (3.8)	ヒビカリ 6% (1.2)	あきほなみ 9% (1.7)	ゴジビカリ 0% (0.0)	その他 4% (0.8)	81% (15.6)

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。

(参考) 中食・外食向けの需要に応じた生産・販売事例

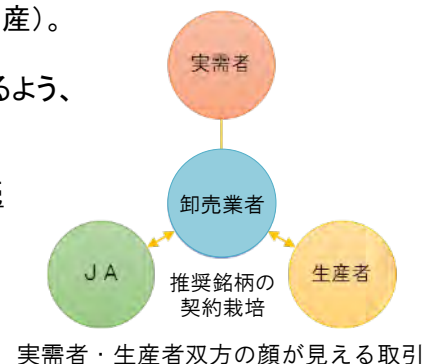
中食・外食事業者等との5年間の長期契約取引の取組

- 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。



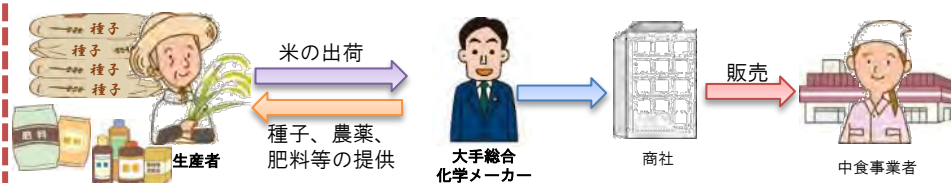
卸売業者と産地の契約栽培による安定取引の取組

- 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。



産地と中食・外食事業者等を結ぶ業務用米マッチング商談会

- 中食・外食ニーズに応じた米安定取引推進のため、産地と中食・外食事業者等を対象とした商談会を開催。
- 令和5年度については、現地商談会（東京・大阪・名古屋・仙台）とオンライン商談会を実施し、売り手（農業生産法人等）延べ79者、買い手（中食・外食事業者等の実需者）延べ127者が参加。

マッチング商談会のスキーム

生産者の悩み

- ・ 商談ノウハウ不足
- ・ 契約知見不足
- ・ 相手情報の不足

実需者ニーズ

- ・ 安定調達のための新しい生産者との繋がり
- ・ 受取時期など価格や数量以外での付帯条件

事務局のフォロー

- ・ 事前セミナー 商流物流の基礎知見や近年の外食・中食動向を事前インプット
- ・ 事前マッチング 実需者の分納希望
生産者の複数年契約希望 etc
- ・ 商談後フォロー サポートデスク設置
契約の継続促進

成約事例



中食事業者 とのマッチング

関東甲信越エリアでおにぎり・弁当等を製造する中食事業者が、安定調達可能で値頃感のある多収品種の米を求め商談会に参加。

多収品種を生産する農業法人3者が共同することにより、安定供給することでマッチング。70㌧から開始した取引量は、4年目で年間約200㌧まで取引拡大。



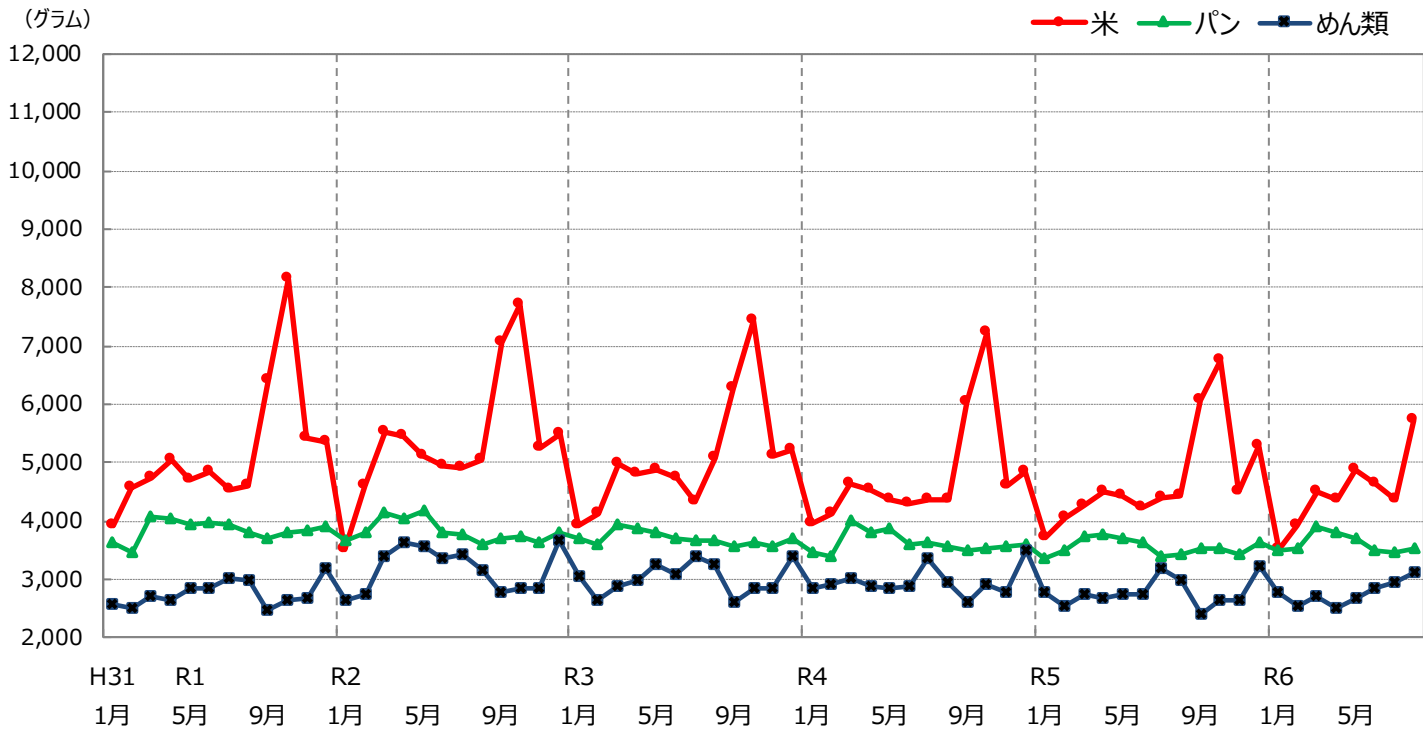
外食事業者 とのマッチング

新潟県内に店舗を持つ全国展開の居酒屋チェーンが、安定調達可能で値頃感のある良食味の米を求め参加。

新潟県内生産者から多収品種を調達することでマッチング。県内の店舗から納入開始し、今後全国店舗に拡大予定。



家庭における1世帯当たりの米、パン、めん類の購入量の推移



		年間					月間							
		令和元年	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
米	購入数量	62,200	64,530	60,800	57,380	56,650	3,520	3,920	4,490	4,380	4,870	4,640	4,370	5,730
	前年比	94.6%	103.7%	94.2%	94.4%	98.7%	94.6%	96.6%	105.6%	97.1%	109.4%	109.7%	99.5%	129.1%
パン	購入数量	46,011	45,857	44,345	43,571	42,680	3,502	3,546	3,894	3,814	3,685	3,511	3,460	3,547
	前年比	103.3%	99.7%	96.7%	98.3%	98.0%	103.9%	101.2%	104.0%	101.4%	99.7%	96.9%	102.3%	103.8%
めん類	購入数量	33,169	38,021	36,208	35,557	33,345	2,773	2,555	2,721	2,515	2,678	2,852	2,965	3,136
	前年比	97.9%	114.6%	95.2%	98.2%	93.8%	99.2%	100.0%	99.6%	94.1%	97.7%	103.7%	93.4%	104.6%

資料：総務省「家計調査」家計収支編

(注1) 二人以上の世帯の数値である。

(注2) 令和元年から令和5年については年間の購入数量・対前年比、令和6年は月間の購入数量・対前年同月比である。

(注3) 米は精米ベースである。

(注4) パンは、食パン及び他のパン（菓子パン等）である。