

業務用回復傾向続く

9月精米販売動向

家庭用は縁故米等影響

農水省は先ごろ、米穀販売業者（年間仕入5万ト以上規模）による9月の精米販売数量・価格動向を発表した。家庭用米のやや低調さと業務用米の好調さが対照的に表れている。

9月の小売事業者（家庭用）向け販売数量は前年同月比で3.3%減少し、13カ月連続の前年割れとなった。一昨年同月比でも2.1%下回って、再び減少傾向に転じている。

中食・外食（業務用）向け販売数量は前年同月比で8.6%増と大きく増加し、昨年11月から11カ月連続で前年同月を上回っている。ただし一昨年同月を下回る状況は3年1月から21カ月継続している。外出制限の解除によって前年同月を上回る中食・外食の利用となっているものの、一昨年並みまでは需要が戻せていない状況が読み取れる。

家庭用と業務用の合計販売数量は前年同月を1.7%上回っているものの、一昨年同月比では2.0%減少。家庭用の伸び悩みと業務用の回復不足によって一昨年同月の実績に達しない状況が21カ月継続している。

一方、9月における精米販売価格の動向は、家庭用が前年同月比で5.9%低い水準にある。また業務用も、前年同月比で10.1%安に大きく下落している。4年産新米の出回りが本格的に出回る前に、3年産の価格が引き下げられたとみられる。

最近の販売動向について消費地のコメ卸は、「家庭用向け販売には、ネット通販や縁故米・ふるさと納税返礼品などが影響しているほか、一部では外食へのシフトも生じているようだ。中堅以上の卸は業務用に3年産の使用を継続しており、周年事業も活用しながら長期に使用していく。量販店も特売用に3年産を使う所もみられる」と指摘している。