

米卸業者が評価する米の品質

農業・園芸総合研究所

1 取り上げた理由

実需者である米卸における仕入れの実態について調査・分析した結果、取扱規模による特徴を明らかにしたので参考資料とする。

2 参考資料

1) ほとんどの米卸は、消費者向けと業務向けどちらも取り扱っていたが、取扱規模10万トン以下では主に消費者向け中心の販売で、10万トン以上では業務用に販売している割合が高くなる(図1)。

2) 仕入れ量について「減少した」との回答が多いが、取扱規模別に見ると5万トン未満の卸は「減少した」との回答率が高く、5万トン以上になると「増加・もしくは変わらない」との回答が多い。特に25万トン以上の卸(以下;大規模卸と略)は仕入量は「変化していない」もしくは「増加している」と回答している。これらのことから大規模卸が拡大している傾向が明らかになった(図2)。仕入れ先は半数以上が変化しているが、これは食糧法の改正にともない「JAからの直接買い入れ」が増加していることや、消費者の低価格志向が仕入れにも影響を与えていることが上げられる(表1)。取扱数量別による仕入れ量の増減に傾向は見られなかった。

3) 米卸が仕入時に重視する項目は、一般消費者用の米の場合には「品質がよいこと」、業務用の場合には「価格が安いこと」ことである。しかし、大規模卸の場合には一般消費者用の米の場合には「常に安定した量が供給されること」を優先している。品質についてみると、消費者用も業務用も「整粒歩合が高いこと」をあげている。大規模卸の場合には「タンパク含有率のばらつきが少ないこと」を優先している。

4) 米卸は米の品質を「整粒歩合が高いこと」で評価していることから、宮城米ブランドの確立には、「整粒歩合が高い」製品づくりが重要である。また、取扱数量の違いにより「販売先」や「重視する項目」が異なることから米卸のニーズに合わせた米づくりを視野に入れていかなければならない。

3 利活用の留意点

1) (社)日本精米工業会会員の286社を対象に郵送アンケート調査である。回答率は、30.8%。(回答者の取扱量内訳 1万トン未満 31.9%, 3万トン未満 43.2%, 5万トン未満 8.0%, 10万トン未満 2.3%, 25万トン未満 6.8%, 25万トン以上 3.4%, 無回答 4.4%)

2) 分析手法は「一対比較法」によるものである。一対比較とは複数の物を1度に比べるのではなく、基準を1つ決め、それに対してひとつひとつ比較していく方法である。

(問い合わせ先: 農業・園芸総合研究所情報経営部 電話022-383-8119)

4 背景となった主要な試験研究

1) 研究課題名及び研究期間

農業生産構造及び農産物流通等の動向分析（平成14年度～18年度）

2) 参考データ

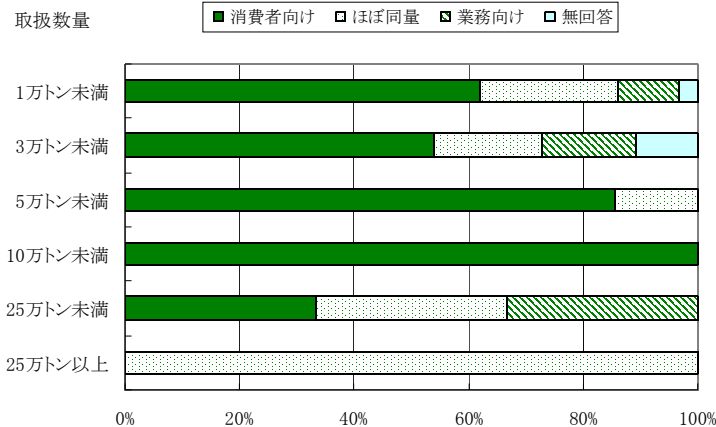


図1 取扱数量別主な販売先

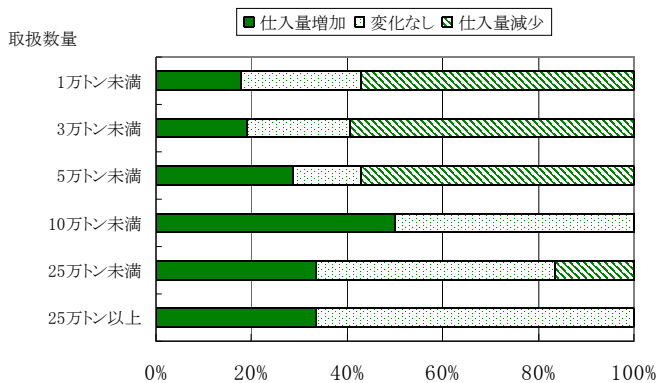


図2 取扱数量別仕入量の増減

表1 変更した理由

(回答数;社)

変更理由	回答数
JA直売が増加した	10
低価格米を仕入れ	10
全農から他社へ	9

表2 仕入れの際に重要とする項目

項目	全集計		大規模卸	
	一般消費 N=69	業務用 N=75	一般消費 N=3	業務用 N=3
価格が安い	0.221	0.298	0.219	0.371
常に安定した量が供給される	0.208	0.250	0.293	0.288
品質が良い	0.235	0.219	0.122	0.120
生産履歴が明らか	0.134	0.105	0.235	0.129
銘柄米である	0.202	0.128	0.131	0.093
整合度	C.I=0.003	C.I=0.007	C.I=0.020	C.I=0.005

品質について

項目	全集計		大規模卸	
	一般消費 N=82	業務用 N=82	一般消費 N=3	業務用 N=3
タンパク含有率が低い	0.178	0.172	0.227	0.133
白度が高い	0.141	0.162	0.092	0.133
整粒歩合が高い	0.322	0.316	0.272	0.222
タンパク含有率のばらつきが少ない	0.184	0.183	0.315	0.398
アミロース含有率が低い	0.175	0.168	0.095	0.115
整合度	C.I=0.004	C.I=0.001	C.I=0.007	C.I=0.009

*- 対比較法による分析による結果である
*C.I<0.15の回答者の集計である

3) 発表論文等 なし