

令和 6 年度

上越市米関連産業経済循環分析事業
報告書

令和 7 年 2 月

上越市創造行政研究所

目次

I 全体概要	1
1. 事業目的	1
2. 事業の全体スケジュールと事業実施体制	1
(1) 事業の全体スケジュール	1
(2) 事業実施体制	2
(3) 分析のイメージ図	2
II 上越市における地域経済構造と「米関連産業」関連分析	3
1. 目的	3
2. 市全体の地域経済構造整理	3
(1) 事業所数及び就業者数	3
(2) 上越市全体のマネーフロー	4
(3) 地域経済循環図（RESAS）	5
(4) 産業別移輸入・移輸出	6
(5) 市内需要と市内調達率	7
(6) 所得額	8
(7) 所得取り戻し可能額	8
3. 市全体における「米関連産業」の位置づけ	9
(1) 生産（農業）	9
(2) 流通（卸売業・小売業）	10
(3) 消費（対個人サービス）	12
4. 上越市における「米関連産業」の課題・可能性	13
III 上越市における「米関連産業」の経済循環分析	15
1. 目的	15
2. 調査の概要	15
(1) 調査の概要	15
(2) 調査の対象業種と手法	16
(3) 目標調査数と実際調査数	17
(4) 実施フロー	19
3. 米生産に関わる投入部門の市内循環解析	20
(1) 目的	20
(2) 調査票の回収率	20
(3) 販売規模別経営体数	21
(4) 販売先別経営体数	21
(5) 主食用米販売別経営体数	21

(6)	生産資材等の購入額と市内購入率.....	22
(7)	農業機械購入・所有状況	23
(8)	収穫後資源の利活用方法	25
(9)	米の販売（出荷）希望価格.....	26
(10)	出荷する上での成果・課題など.....	28
(11)	米の地産地消を推進するためのアイデアや工夫	34
4.	米流通に関わる投入部門の市内循環解析	35
(1)	目的	35
(2)	調査票の回収率	35
(3)	回答者の販売規模別事業体数	35
(4)	米の市内産品販売率.....	36
(5)	市内産米の取扱事業体数と取扱率.....	36
(6)	市内産米品種別の取扱事業体数と取扱率.....	37
(7)	市内産米取扱いに関する意識・障壁	38
(8)	参加・利用したい取組	40
(9)	事業所の今後の継続性	41
(10)	米の地産地消を推進するためのアイデアや工夫	42
5.	米消費に関わる投入部門の市内循環解析	43
(1)	目的	43
(2)	調査票の回収率	43
(3)	回答者の米の仕入規模別事業体数.....	43
(4)	米の市内購入率と市内産米取扱率.....	44
(5)	市内購入事業体数と市内購入率	45
(6)	市内産米の取扱事業体数と取扱率.....	45
(7)	市内産米品種別の取扱事業体数と取扱率.....	46
(8)	市内購入・市内産米取扱いに関する意識・障壁.....	46
(9)	参加・利用したい取組	50
(10)	事業所の今後の継続性	50
(11)	米の地産地消を推進するためのアイデアや工夫	51
6.	米加工品製造（主に日本酒）に関わる投入部門の市内循環解析.....	52
(1)	目的	52
(2)	調査票の回収率	52
(3)	回答者の米の仕入規模別事業体数.....	52
(4)	米の市内購入率と市内産米取扱率.....	53
(5)	市内購入事業体数と市内購入率	54
(6)	市内産米の取扱事業体数と取扱率.....	54
(7)	市内産米品種別の取扱事業体数と取扱率.....	55
(8)	加工販売している品目と販売額	56
(9)	市内購入・市内米取扱いに関する意識・障壁	56

(10)	参加・利用したい取組	60
(11)	事業所の今後の継続性	60
(12)	米の地産地消を推進するためのアイデアや工夫	61

IV 米の所得創出額 62

(1)	目的	62
(2)	所得創出額とは	62
(3)	消費事業体（宿泊施設、飲食店）を出発点とした所得創出額	62
(4)	世帯を出発点とした所得創出額	65

V 本事業成果の活用 67

1.	市民への周知	67
2.	関係団体への周知	67
3.	庁内での活用	68
4.	おわりに	68
	調査票	70

I 全体概要

1. 事業目的

上越市では、水稻の作付面積が全国第4位（農林水産省令和4年度作物統計）であり、上越地域のコシヒカリは日本穀物検定協会の食味ランキングで10年連続最高位の「特A」の評価を受けるなど、稲作は基幹産業のひとつとなっている。また、認定農業者や集落営農、大規模法人といった担い手の成長や、大区画ほ場整備に伴う農地の集積・集約化の進展のほか、スマート農業や担い手不足に悩む中山間地域における支援体制などにも先駆的に取り組んでおり、大きな強みがあると言える。しかし、農業そのもの、また農村を維持する担い手の確保が喫緊の課題となっている。

また、上越市では古くから、日本酒、味噌、醤油などの米や米麹を使った発酵食品の製造が盛んで、夏は高温多湿、冬も雪により低温多湿という気候風土の発酵のまちである。この発酵食品を中心に上越市では米に関連する産業も発展してきており、米の生産や米に関わる産業は上越市のアイデンティティのひとつと言える。

上越市は首都圏に近接する日本海側に位置することから、これらの生産を活かして通常時や非常時の関係人口を構築することによって、首都圏の“徳俵”としての機能を発揮し、当市のみならず、持続可能な国土の形成に貢献することも期待できる。

一方、当該産業が持続可能であり続けるためには、その波及部分も含めた市内所得の増加や担い手の確保、脱炭素化をこれまで以上に推進する必要があるなど課題も多い。

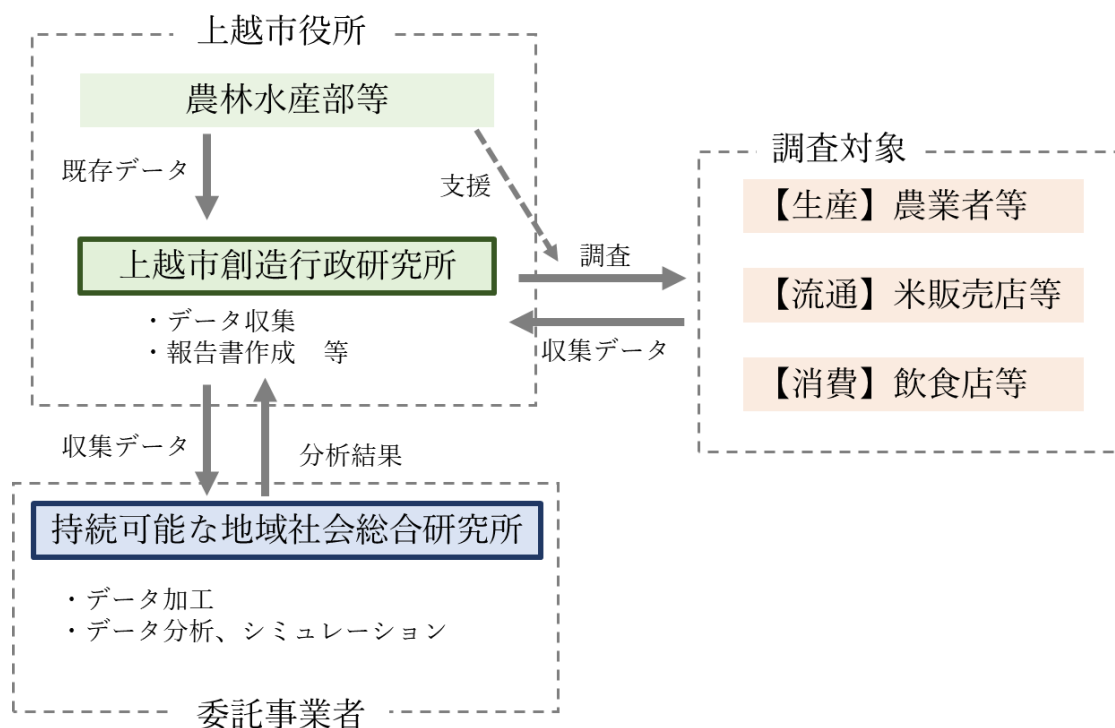
以上のことから、米関連産業の経済構造に焦点を当て、原材料の市内調達や流通、消費実態及び市内産米利用による脱炭素効果の基礎調査を行う。

2. 事業の全体スケジュールと事業実施体制

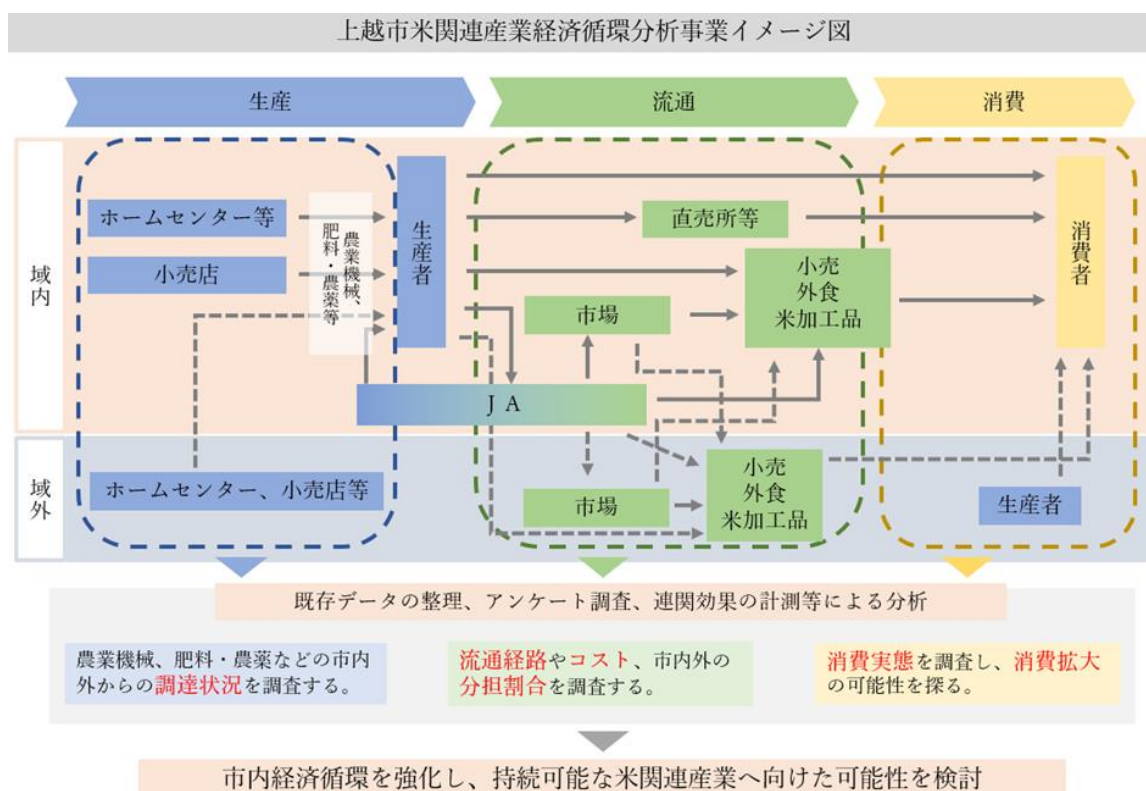
（1）事業の全体スケジュール

- ① 令和6年7月 調査設計
- ② 令和6年8月 地域経済構造と「米関連産業」分析
- ③ 令和6年8～9月 事業体調査（消費・流通・生産）の実施
- ④ 令和6年10～11月 調査結果の入力と精査
- ⑤ 令和6年11～12月 調査結果の集計
- ⑥ 令和6年12～令和7年1月 成果とりまとめ

(2) 事業実施体制



(3) 分析のイメージ図



Ⅱ 上越市における地域経済構造と「米関連産業」関連分析

1. 目的

上越市全体の地域経済構造を確認するとともに、広い意味で米関連産業とみなせる部門を整理し、生産・流通・消費の各局面における米関連産業の経済波及効果を集約する。その上で、これから上越市の米関連産業が直面する課題を整理し、新たな市内経済循環強化の可能性について仮説提示を行う。

2. 市全体の地域経済構造整理

(1) 事業所数及び就業者数

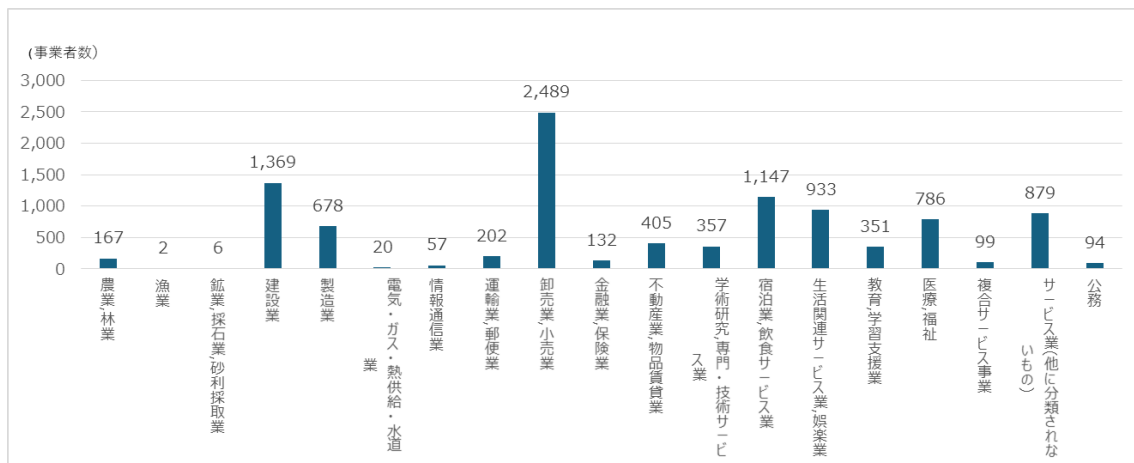


図1 産業大分類別 事業所数 出所：2014年 経済センサス

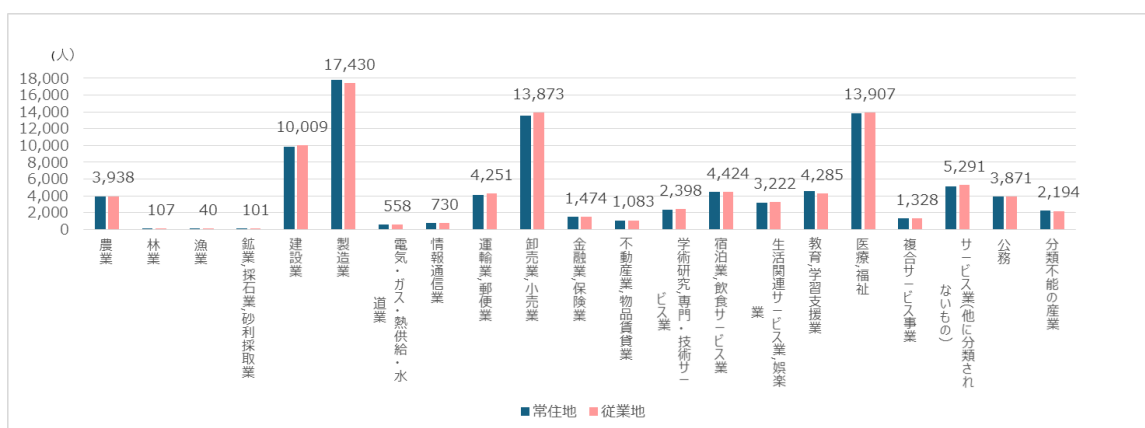


図2 常住地・従業地産業大分類別 就業者数 出所：2020年 国勢調査

上越市の事業所数の第1位は「卸売業」、次いで「建設業」「宿泊業、飲食サービス業」となっている(図1)。一方、就業者数(従業地)で見ると、第1位は「製造業」、次いで「医療・福祉」「卸売業・小売業」となっている(図2)。

米関連産業として考えた場合、米の取扱・利用が比較的多いと思われる産業大分類「農業」「卸売業、小売業」「宿泊業、飲食サービス業」については、就業者数（従業員）の順位では、21 産業中で「農業」は第 9 位、「卸売業、小売業」は第 3 位、「宿泊業、飲食サービス業」は第 6 位となっており、この 3 つの産業大分類合計で就業者全体の約 25%を占める。

（２）上越市全体のマネーフロー

2013 年地域産業連関表より、上越市全体のマネーフローを掲載する（図 3）。本図は 2005 年新潟県産業連関表に基づき当研究所で試算したものである。また、資金の流れについては分かりやすくするために簡略化している。

（単位：億円）

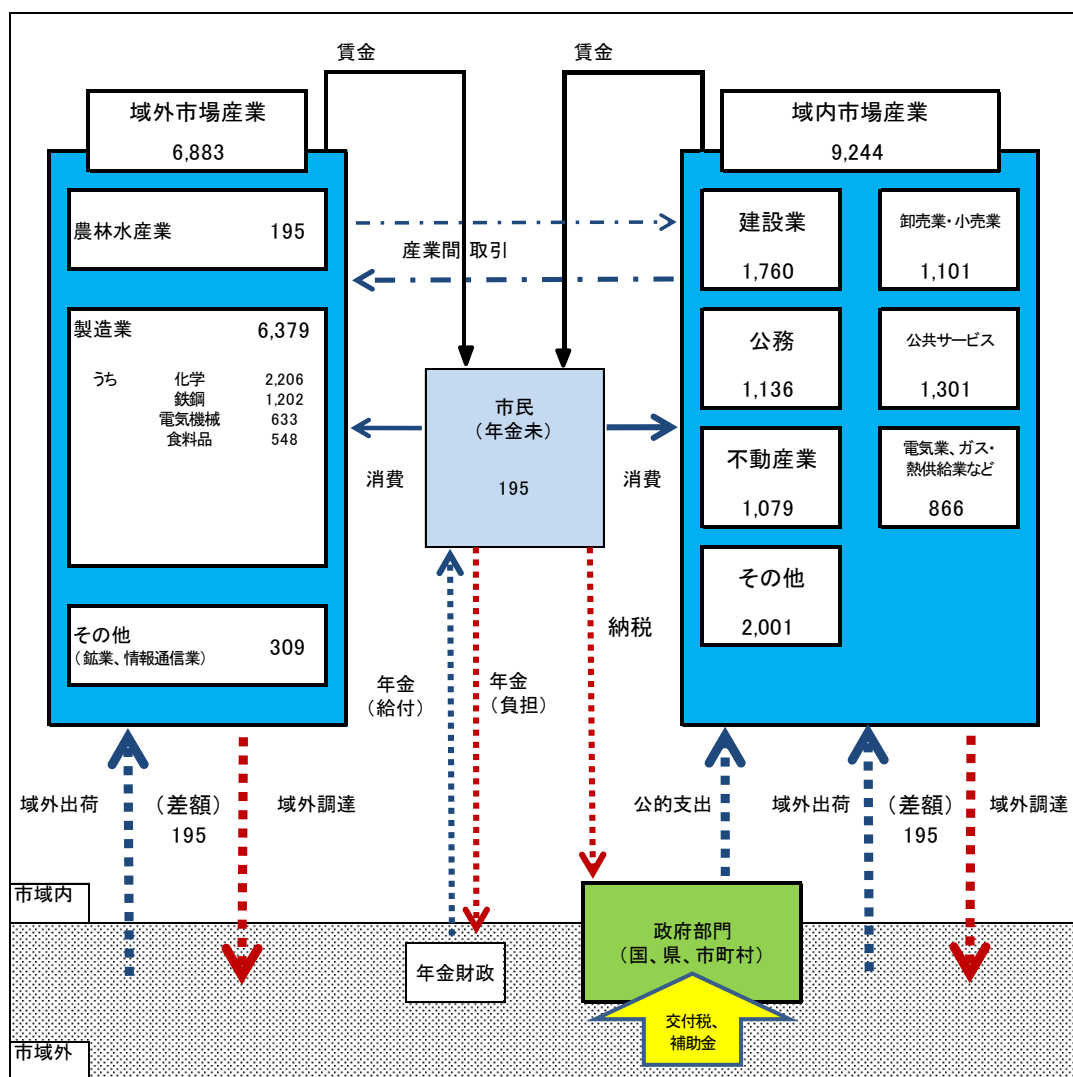


図 3 地域産業連関表に基づく上越市全体のマネーフロー

農林水産業で 195 億円分生産されており、その多くは域外を対象に取引されている。なお、農林水産業の内訳は農業が 187 億円、林業 4 億円、漁業 4 億円となっており、農業がそのほとんどを占めている（96%以上）。

(3) 地域経済循環図 (RESAS)

2015 年 4 月より、内閣官房（まち・ひと・しごと創生本部事務局）および経済産業省により、「地域経済分析システム」が公開されている。これは、業構構造や人口動態、人の流れなどに関する官民のビッグデータを集約し、可視化するシステムで、「RESAS（リーサス）」と呼ばれている。

この RESAS に公開されている上越市の地域経済循環図を掲載する。

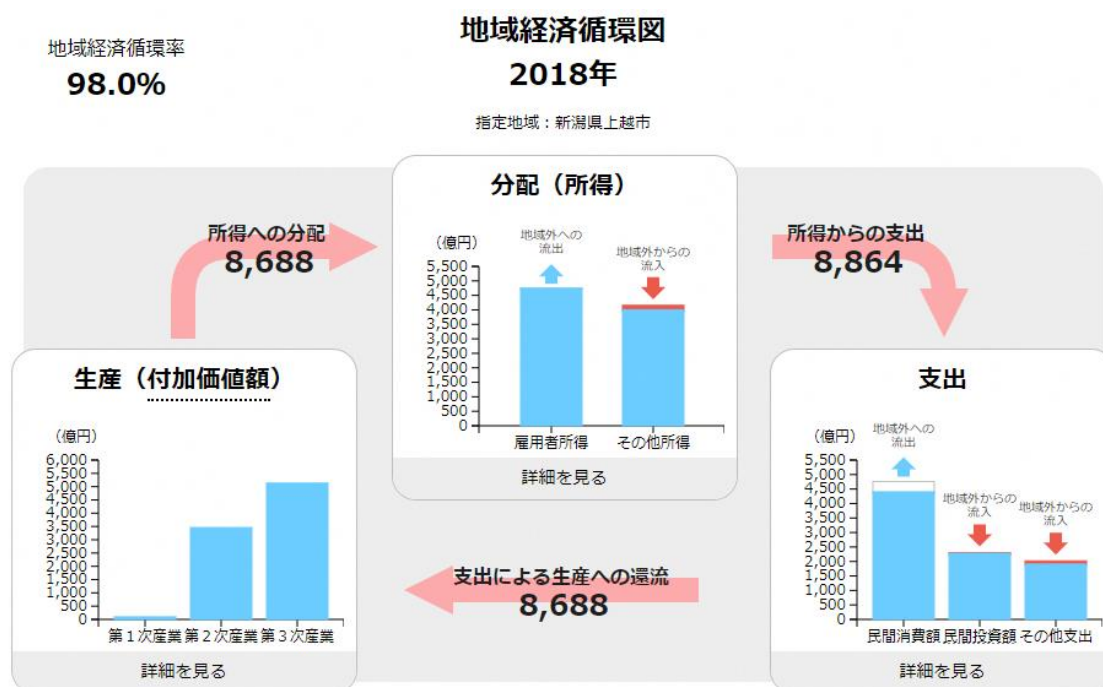


図 4 上越市の地域経済循環図

この地域経済循環図は、上越市の資金の流れを生産（付加価値額）、分配（所得）、支出の三段階で「見える化」したものである（図 4）。

まず、生産を見ると第 1 次産業（97 億円）、第 2 次産業（3,458 億円）、第 3 次産業（5,133 億円）から生産される金額は 8,688 億円となっており、そのうち約 98%が、第 2 次産業と第 3 次産業で創出されており、第 2 次産業、第 3 次産業の影響が大きいことが分かる。この生産で創出された 8,688 億円は分配に回される。

次に、分配を見ると「雇用者所得」と「其他所得」の 2 種類があり、雇用者所得とは、主に従業員が賃金や給料等で受け取るものになり、其他所得は、財産所得、企業所得、交付税、社会保障給付、補助金等、雇用者所得以外の所得となる。そして、雇用者所得の水色の部分が「上越市在住者が市内の事業所で従業し、その事業所から賃金を受け取った」額となり、その上には「上越市外在住者が市内で従業し、その事業所から賃金を受け取った（市外に持ち帰った）」額と「上越市在住者が市外の事業所で従業し、その事業所から賃金を受け取った（市内に持ち帰った）」額との差額が表記され、白色が流出、赤色が流入となる。雇用者所得では上越市では 22 億円の流出（上記図では見えにくい白色）となつてはいるが、全体から見た額は大変小さく、差し引きで流出入ゼロに近い。其他所得については複雑になるため、説明は割愛する（詳

しくは RESAS のホームページを参照いただきたい。

次に、支出を見ると分配から回された 8,864 億円がどのように使われているかが分かり、支出には民間消費額、民間投資額、その他支出の 3 つがある。民間消費額の青色の部分は「上越市在住者が市内にある事業所で購入したり、飲食したりすることで消費した金額」となり、その上には「上越市在住者が市外にある事業所で購入したり、飲食したりすることで消費した金額と「上越市外在住者が市内にある事業所で購入したり、飲食したりすることでお金を消費した金額」との差額が表記され、白色が流出、赤色が流入となる。上越市では差し引き 396 億円（全体の約 8%）が流出している。民間投資額、その他支出に関しても基本的な見方は同様で、この 2 つは差し引きで流入していることが分かる。

最後に、地域経済循環率を見ていく。地域経済循環率とは「生産／分配」の計算式で算出した値で、地域経済の自立度を示したものであり、値が低いほど他地域から流入する所得に対する依存度が高いということになる。ただし、これは地域で生産された財源で、地域在住者をどれくらいカバーできているかを知るためのもので、実際経済の動きを知るための指標ではないため、経済循環（資金の流れ）としては、参考程度として捉えた方が良く考える。上越市では地域経済循環率は 98%で、比較的高い値となっている。

地域経済循環図から、上越市全体として資産が市外に流出している最も大きな部分は、支出の民間消費額であった。

（４）産業別移輸入・移輸出

2013 年地域産業連関表より、39 産業別に移輸入額・移輸出額（単位：百万円）を以下に示す。なお、以下の「対事業所サービス」とは、主に物品賃貸サービス、広告、自動車整備・機械修理が含まれ、「対個人サービス」とは、主に宿泊業、飲食業、洗濯・理容・美容・浴場業、娯楽サービスが含まれる。

ア） 移輸入・移輸出額

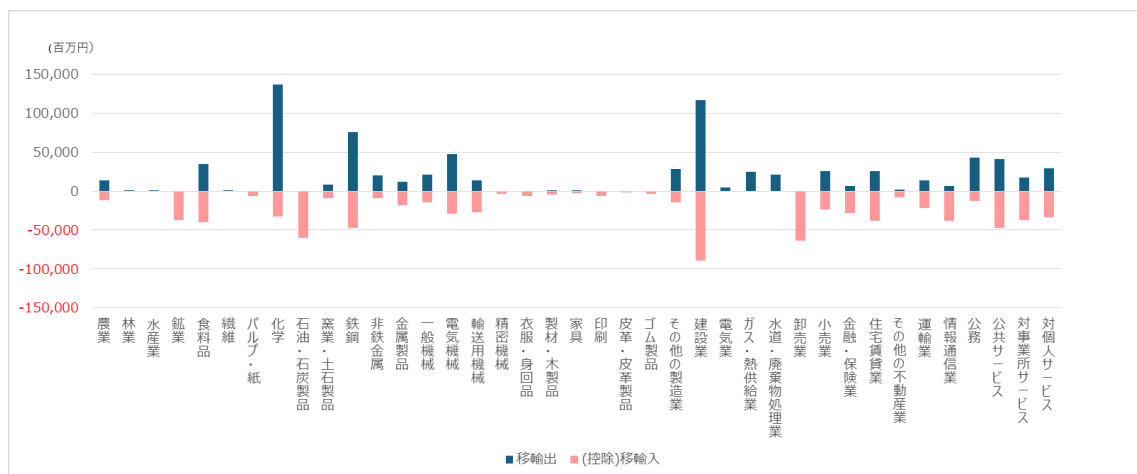


図 5 39 産業別 移輸入・移輸出額

イ) 移輸入・移輸出額の差額（輸出 — 輸入）

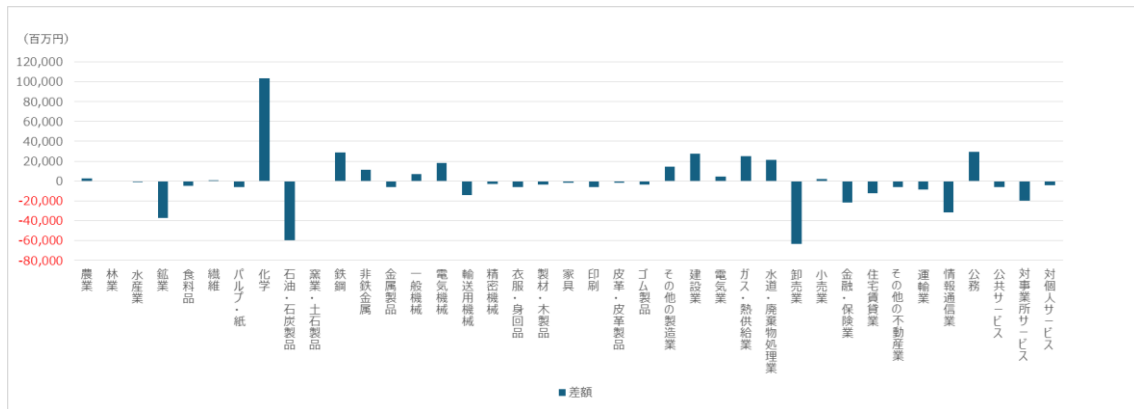


図 6 39 産業別 移輸入・移輸出額の差額

移輸出額は市内の事業所が市外の事業所から受け取る金額を反映し、移輸入額はその逆で、市外から受け取る金額を反映したものである。つまり、移輸入額と移輸出額の差額がマイナスとなっている産業で、資金が市外に流出していることを意味する。

移輸出額を見ると、第1位は「化学」、次いで「建設業」「鋼鉄」「電気機械」「公務」となっている。移移入額の第1位は「建設業」、次いで「卸売業」「石油・石炭製品」「公共サービス」「鉄鋼」であった（図5）。

移輸入・移輸出額の差額を見ると、上位3つ（差額がプラスの産業）は「化学」「公務」「鋼鉄」で、下位3つ（差額がマイナスの産業）は「卸売業」「石油・石炭製品」「鉱業」であった。39産業全体を合計すると、輸入額の方が上回り、約359億円の資金が市外に流出している（図6）。

（5）市内需要と市内調達率

2013年地域産業連関表より、39産業別に市内需要額（単位：百万円）と市内調達率を以下に示す。市内で調達が可能なものに限定はされるが、市内需要額が大きく、市内調達率が低い部門が所得取り戻しの狙い目となる。上記グラフからは「食料品（33%）」「建設業（40%）」「卸売業（37%）」などが狙い目となる（図7）。

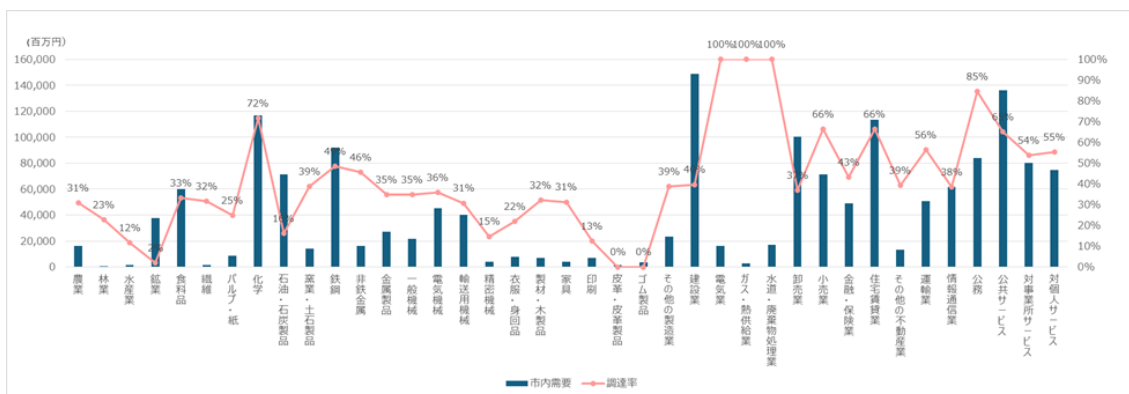


図 7 39 産業別 市内需要と市内調達率

(6) 所得額

2013 年地域産業連関表より、39 産業別に所得額（金額単位：百万円）を以下に示す。
「雇用者所得」とは、主に労働者が労働の対価として得る賃金や給料等を指し、「その他所得」とは、財産所得、企業所得、交付税、社会保障給付、補助金等、雇用者所得以外の所得を指す。

所得額全体で見ると、第 1 位は「公共サービス」、次いで「住宅賃貸業」「建設業」となっている。雇用者所得で見ると、第 1 位は「公共サービス」、次いで「建設業」「公務」「小売業」「対事業所サービス」となっている（図 8）。

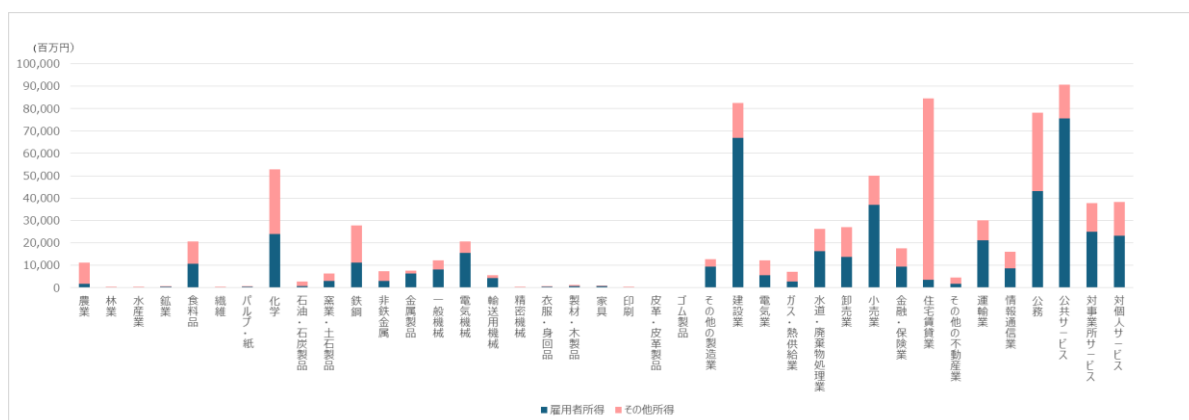


図 8 39 産業別 所得額

(7) 所得取り戻し可能額

2013 年地域産業連関表より、39 産業別に取り戻し可能額を算出した結果を以下に示す。なお、取り戻し可能額は「市内需要額」×「市外調達率」の計算式で算出した。

単純な取り戻し可能額の第 1 位は「建設業」で約 897 億円、第 2 位は「卸売業」で約 635 億円、第 3 位は「石油・石炭製品」で約 597 億円であった（図 9）。ただし、当然ながら現実的には市内調達が可能かどうかとも考慮する必要がある。つまり、市内需要額が大きく且つ、市内での調達（代替）が可能な部門を検討したい。

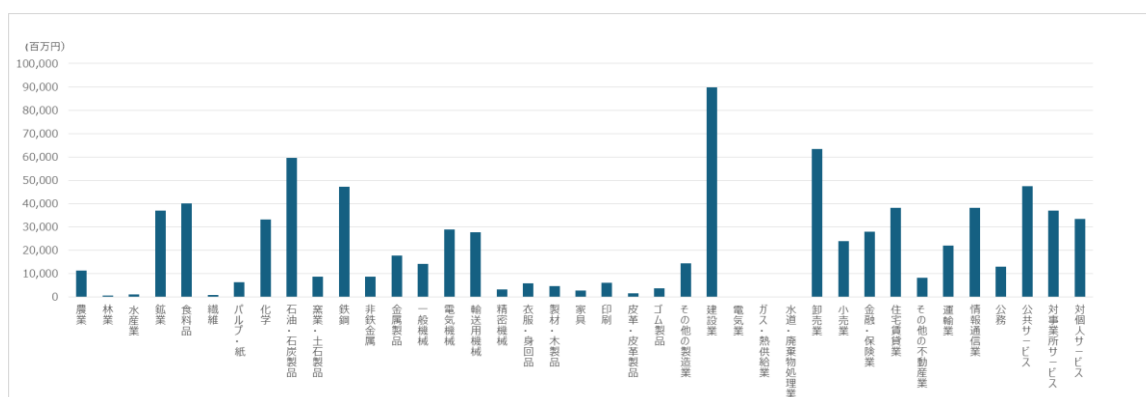


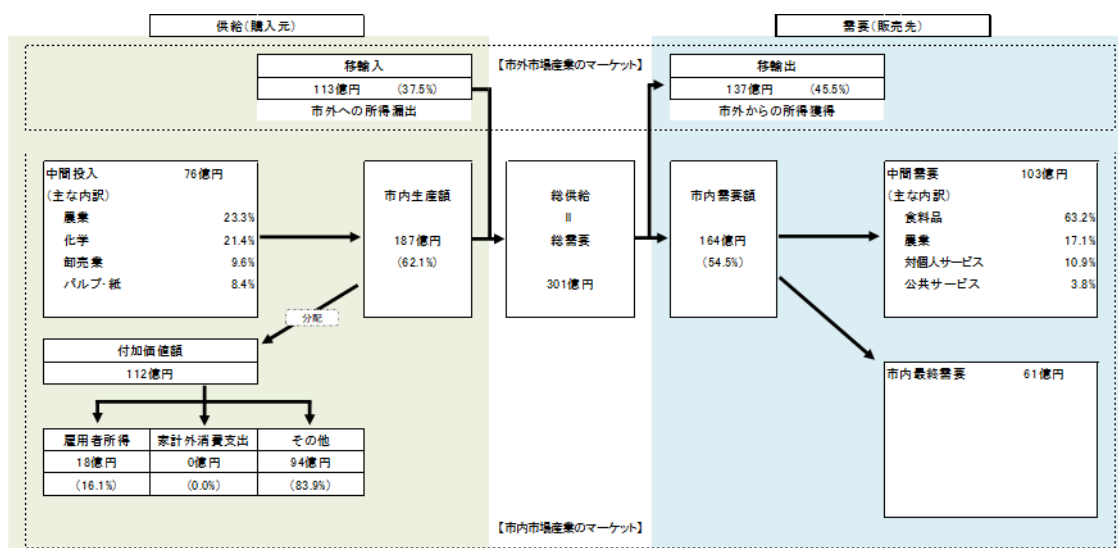
図 9 39 産業別 取り戻し可能額

3. 市全体における「米関連産業」の位置づけ

(1) 生産（農業）

2013 年地域産業連関表より、上越市における産業分野「農業」の財・サービスの流れを以下に示す。

ア) 財・サービスの流れ（図 10）



イ) 財・サービスの流れ（表 1） 単位：百万円

総供給（総需要）	30,070
移輸入	11,344
市内生産額	18,727
中間投入（原材料・サービス等）	7,556
粗付加価値	11,171
雇用者所得	1,756
家計外消費支出	41
その他所得	9,373
移輸出	13,677
市内需要額	16,394
中間需要	10,287
市内最終需要	6,106

総供給（総需要）額は約 301 億円で、その供給（購入先）内訳は市内が約 187 億円（62%）、市外が約 113 億円（38%）、需要（販売先）内訳は市内が約 164 億円（55%）、市外が約 137 億円（45%）となっている。市内生産額（約 187 億円）の費用構成の内訳を見ると、中間投入は約 76 億円で農業（23%）の割合が最も高くなっている（図 10、表 1）。

供給（購入先）の移輸入分を市内生産で代替することや、市内需要額を増加させる

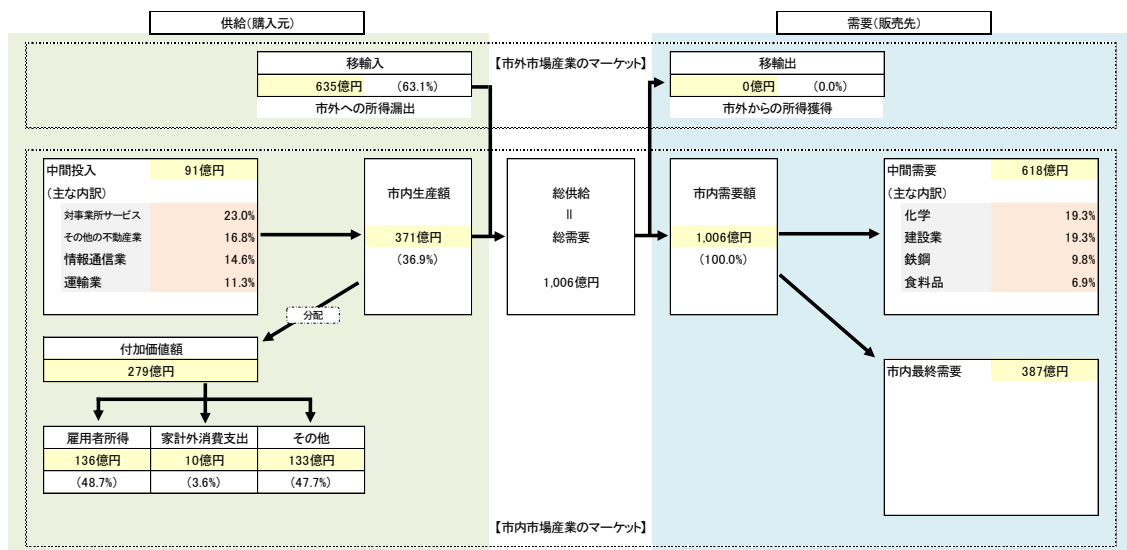
こと等ができれば、市内に新たな所得が創出される。例えば、供給の市外調達分の 113 億円分を市内生産で代替できれば、約 11 億円分の雇用者所得(労働者の賃金や給料等)が新たに発生する計算となる。

(2) 流通(卸売業・小売業)

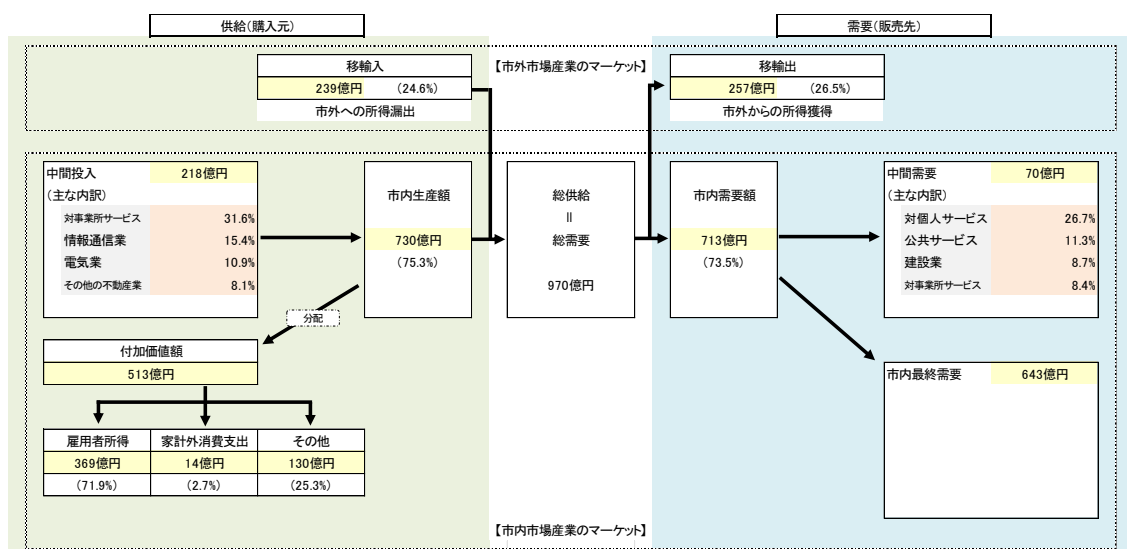
2013 年地域産業連関表より、上越市における産業分野「卸売業」「小売業」の財・サービスの流れを以下に示す。

ア) 財・サービスの流れ(図 11)

① 卸売業



② 小売業



イ) 財・サービスの流れ (表 2) 単位: 百万円

① 卸売業

総供給 (総需要)	100,578
移輸入	63,487
市内生産額	37,091
中間投入 (原材料・サービス等)	9,148
粗付加価値	27,943
雇用者所得	13,592
家計外消費支出	1,031
その他所得	13,321
移輸出	0
市内需要額	100,578
中間需要	61,845
市内最終需要	38,733

② 小売業

総供給 (総需要)	96,988
移輸入	23,942
市内生産額	73,046
中間投入 (原材料・サービス等)	21,780
粗付加価値	51,266
雇用者所得	36,930
家計外消費支出	1,370
その他所得	12,965
移輸出	25,663
市内需要額	71,325
中間需要	7,024
市内最終需要	64,301

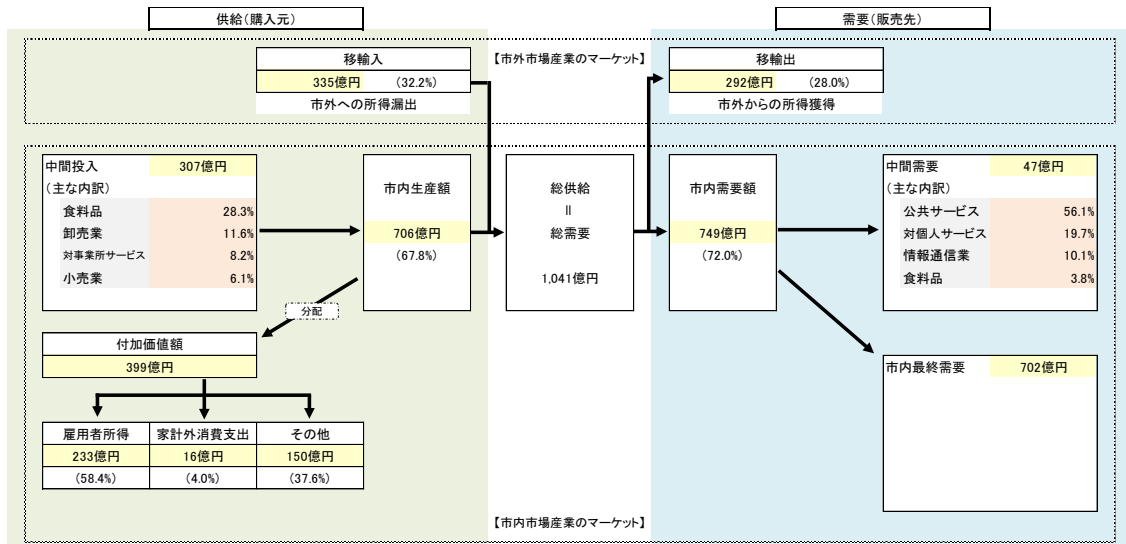
まず、卸売業を見ると、総供給 (総需要) 額は約 1,006 億円で、その供給 (購入先) 内訳は市内が約 371 億円 (37%)、市外が約 635 億円 (63%) で、需要 (販売先) 内訳は市内が約 1,006 億円 (100%) で市外 (移輸出はなし) は 0 円であった (図 11、表 2 【① 卸売業】)。つまり、「卸売業」での市外からの所得獲得はゼロである (卸売業では多くの自治体で同様の傾向)。供給 (購入先) の移輸入分の約 635 億円で所得取り戻しの可能性がある。なお、「卸売業」全体に対しての、市内での代替可能性の高い食料品の取扱い割合は 1 割未満であった。

次に、小売業を見ると、総供給 (総需要) 額は約 970 億円で、その供給 (購入先) 内訳は市内が約 730 億円 (75%)、市外が約 239 億円 (25%)、需要 (販売先) 内訳は市内が約 713 億円 (74%)、市外が約 259 億円 (26%) となっている (図 11、表 2 【② 小売業】)。「小売業」における市内生産額の割合は、「卸売業」と比較すると現状で 75%と高めではあるが、市内での代替可能性の高い食料品を比較的多く取り扱う「小売業」においては、まだまだ所得取り戻しの可能性は十分にあると考える。

(3) 消費（対個人サービス）

2013 年地域産業連関表より、上越市における産業分野「対個人サービス」の財・サービスの流れを以下に示す。なお、「対個人サービス」とは、主に宿泊業、飲食業、洗濯・理容・美容・浴場業、娯楽サービスが含まれる。

ア) 財・サービスの流れ（図 12）



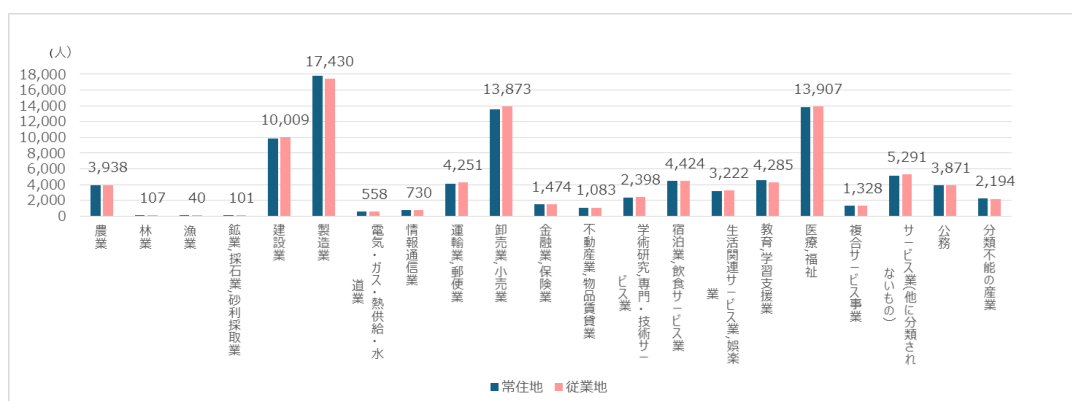
イ) 財・サービスの流れ（表 3）単位：百万円

総供給（総需要）	104,067
移輸入	33,462
市内生産額	70,605
中間投入（原材料・サービス等）	30,677
粗付加価値	39,929
雇用者所得	23,291
家計外消費支出	1,643
その他所得	14,995
移輸出	29,183
市内需要額	74,884
中間需要	4,683
市内最終需要	70,201

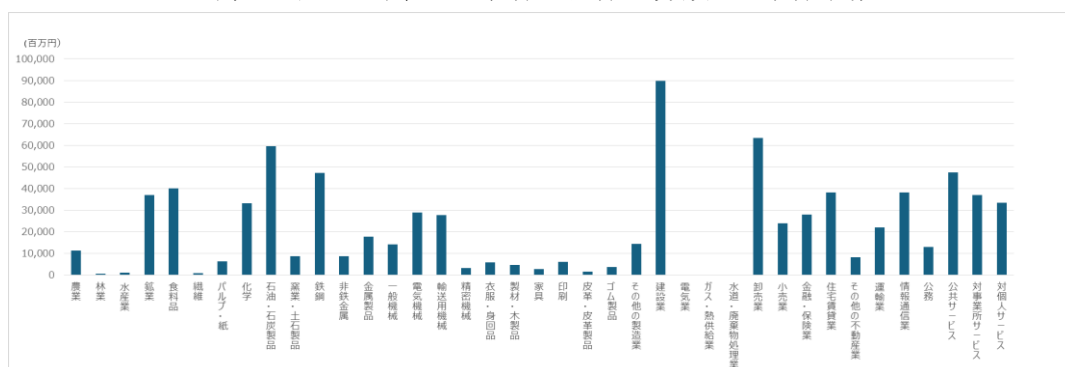
総供給（総需要）額は約 1,041 億円で、その供給（購入先）内訳は市内が約 706 億円（68%）、市外が約 335 億円（32%）、需要（販売先）内訳は市内が約 749 億円（72%）、市外が約 292 億円（28%）となっている。市内生産額（約 706 億円）の費用構成の内訳を見ると、中間投入は約 307 億円で食料品（28%）の割合が最も高くなっている（図 12、表 3）。供給（購入先）の移輸入分を市内生産で代替することや、市内需要額を増加させること等ができれば、市内に新たな所得が創出される。また、中間投入の食料品も地元生産物を使うことで更なる所得創出に繋がる。

4. 上越市における「米関連産業」の課題・可能性

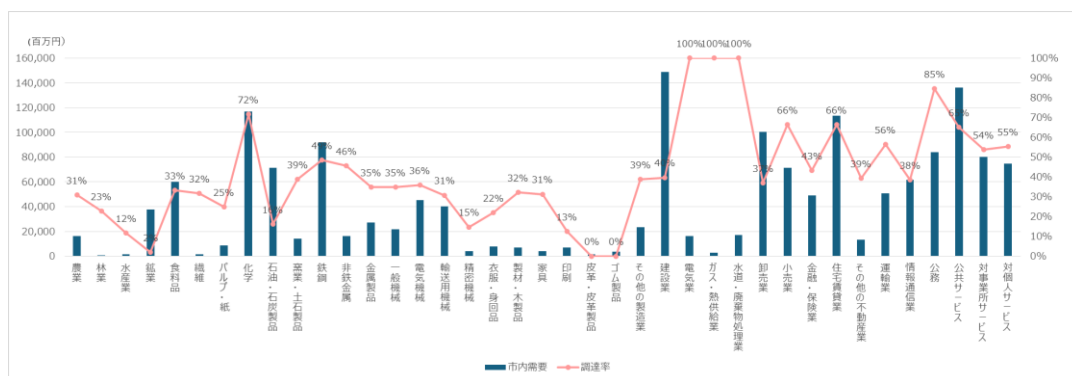
前述までの、産業別の事業所数や従業員数結果や上越市全体のマネーフローなどにより、上越市では米を含む食料品の取扱いがある産業が、経済に与える影響が大きいことが分かった（図2）。だが、その食料品の市内調達率は半分以下の約3割に留まっており（図9）、「食料品」の市内調達には何らかの障壁が存在すると予測される。その中には市内で生産・製造していない（できない）品目や、グループ店による一括調達も含まれているため、調達率が低めの値となっていることが予想されるが、「食料品」には市外に流出している所得取り戻しの可能性は十分にある（図7）。



<再掲> 図2 常驻地・従業地産業大分類別 就業者数

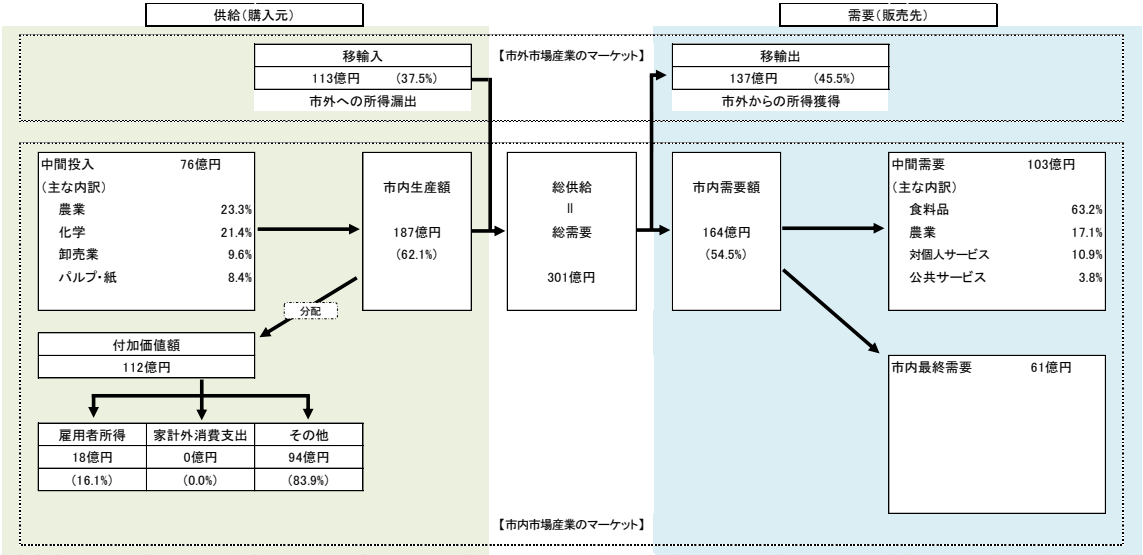


<再掲> 図9 39産業別 取り戻し可能額



<再掲> 図7 39産業別 市内需要と市内調達率

次に、食料品の一部であり、上越市の特徴でもある「米」の取扱いがある「米関連産業」について見ると、消費（対個人サービス）では約 3.2 割、流通（小売業）では約 2.5 割を移輸入に頼っており、生産（農業）では生産物の約 4.6 割を移輸出している（図 10）。



<再掲>図 10 生産（農業）の財・サービスの流れ

つまり、消費や流通で市内産品を利用する意向があれば、数値的には不可能ではないことが分かる。もちろん、この値は食料品以外も含んだ数値であり、例え食料品であっても生産していない（できない）等の理由から市内調達が難しいケースも存在するが、上越市の特徴でもある「米」については十分な生産量がある可能性が高い。

以上のことから、上越市で十分な生産量があると見込まれる「米」に限定し、事業者の仕入・販売・生産に関する実情を把握するとともに、所得の取り戻し可能性を探り、上越市における米の市内経済循環強化策を考える基礎資料とする。また、この結果は「米」以外の他品目の市内経済循環を強化する際にも必ず役立つものとする。

Ⅲ 上越市における「米関連産業」の経済循環分析

1. 目的

上越市における「米」の現在の取扱状況を把握するとともに課題・障壁等を整理し、市内調達率・市内産品利用率の向上及び住民の市内消費を推進していくため、「米」の取扱いが比較的多いと思われる事業体を対象として調査を実施した。市外へ流出している部分やその理由を特定することを目的とする。

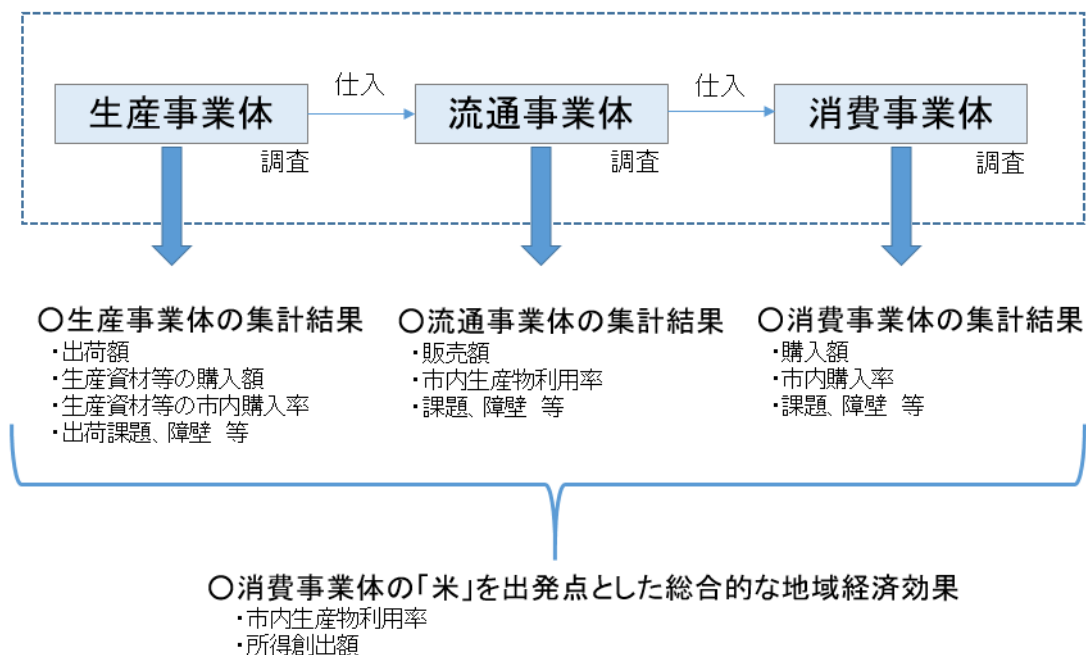
2. 調査の概要

(1) 調査の概要

「米」の生産～消費までを段階的に考えた場合、【生産 ⇒ 流通 ⇒ 消費】が1サイクルとなる。そのため、上越市内で「米」の取扱いがあると想定される事業体を対象に、事業体を生産事業体・流通事業体・消費事業体の3つに分類し、この分類毎に調査を実施した。

それぞれの分類で調査することで、3段階（1サイクル）までの調査が完了することになる。この結果として、生産事業体・流通事業体・消費事業体毎の集計結果（米の購入額・市内購入額・販売額・課題・障壁等）に加え、消費事業体の米利用（仕入）を出発点とした総合的な地域経済効果（所得創出額等）を把握する。

※調査は米の価格高騰の影響を受ける前の2023年産米に基づく



(2) 調査の対象業種と手法

今回の調査で対象とした業種は以下である。そして、生産事業体・流通事業体・消費事業体のすべてで、「郵送書面調査」を実施した。「郵送書面調査」とは、紙の調査票と返信用封筒を事業体に郵送配布し、記入して頂いた上で調査票を郵送返信していただく方式である。

事業体分類	対象業種
生産事業体	米の生産者（農業法人を含む）
流通事業体	小売業・卸売業、製造業
消費事業体	宿泊施設、飲食店

生産事業体では米の生産を担う生産者や農業法人、流通事業体では米の仕入や販売があると思われる小売業・卸売業、製造業、消費事業体では米の取扱いがあると思われる宿泊施設・飲食店を対象とした。

具体的には経済センサスの産業分類上で以下となる。一部の分類名は省略し分類コードで記載している（内容は経済センサスの産業分類表をご参照いただきたい）。なお、調査の対象範囲は上越市内である。

【消費事業体】

- ・大分類：M 飲食店・宿泊サービス
- ・中分類：75, 76, 77, 79
- ・小分類：751, 761, 763, 764, 765, 767, 771, 772, 76A, 76B, 76C, 76D, 79B

備考：学校給食や社食など、特定の施設利用者への飲食の提供を行う事業体は除く。

【流通事業体（小売業・卸売業）】

- ・大分類：I 卸売業，小売業
- ・中分類：52, 56, 58
- ・小分類：561, 581, 52A

備考：生産事業体で調査対象としている事業体、閉業した事業体、米の取り扱いがない可能性の高い事業体は除く。

【流通事業体（製造業）】

- ・大分類：E 製造業

備考：酒造会社（主に日本酒）を対象とし、ワインの醸造所は除く。

【生産事業体】

- ・上越市の認定農業者

(3) 目標調査数と実際調査数

事業体分類毎に対象となる事業体数と、調査対象として調査票を配布した事業体数、調査対象の決定方法（抽出方法）を以下に示す。また、目標とした調査数と実際の回収数も以下に示す。

ア) 生産事業体（米の生産者）

	事業体の母数	調査対象数	回収数	回収率
生産事業体 (米の生産者)	816	300	78	26.0%

調査対象の事業体数（816）は、「層別抽出」により決定した。生産者を面積規模で3層（10ha未満、10～50ha、50ha以上）に分け、それぞれの層から無作為抽出により決定した。なお、対象とした認定農業者には米を生産していない農家も含まれているが、これは米農家以外を予め除外することが難しかったためと、認定農業者のほとんどが米農家であることから、母数は認定農業者そのものを使用している。

生産事業体の目標調査数の設定は、上越市生産事業体のお米の生産状況分布が正規分布に従う母集団と仮定の下、信頼度 95%、母比率 50%、誤差率±10%以下の水準を確保するために必要な調査数を目標とした。

○回収目標とした調査数：85 事業体以上（母数：816）

実際の回収数は 78 であり、85 という目標には届かなかった。しかし、回収数 78 での誤差率は約±12%であり、目標とする誤差率±10%以下には届かなかったものの、傾向は十分に捉えることができる数値だと考える。

イ) 流通事業体（小売業、卸売業）

	事業体の母数	調査対象数	回収数	回収率
流通事業体 (小売業・卸売業)	49	49	18	36.7%

調査対象の事業体数（49）は、対象数が比較的少ないことから、「全数調査」により実施した。

そして、流通事業体（小売業、卸売業）の目標調査数の設定は、上越市流通事業体のお米の利用状況分布が正規分布に従う母集団と仮定の下、信頼度 95%、母比率 50%、誤差率±10%以下の水準を確保するために必要な調査数を目標とした。

○回収目標とした調査数：32 事業体以上（母数：49）

実際の回収数は 18 であり、32 という目標には届かなかった。しかし、回収数 18 での誤差率は約±18%であり、目標とする誤差率±10%以下には届かなかったものの、傾向は捉えることができる数値だと考える。

ウ) 流通事業体（製造業）

	事業体の母数	調査対象数	回収数	回収率
流通事業体 （製造業）	13	13	8	61.5%

調査対象の事業体数（13）は、対象数が比較的少ないことから、「全数調査」により実施した。

そして、流通事業体（製造）の目標調査数の設定は、上越市流通事業体のお米の利用状況分布が正規分布に従う母集団と仮定の下、信頼度 95%、母比率 50%、誤差率±10%以下の水準を確保するために必要な調査数を目標とした。

○回収目標とした調査数：11 事業体以上（母数：13）

実際の回収数は 8 であり、11 という目標には届かなかった。回収数 8 での誤差率は約±22%であり、目標とする誤差率±10%以下には大きく届かなかった。ただし、そもそも母数自体が小さいと必要となる標本割合は多くなる傾向にあるため、ある程度は仕方のない結果であると考え。統計的には厳しい数値ではあるが、回収率が 6 割を超えていることから、傾向は十分に捉えることができる数値だと考える。

エ) 消費事業体（宿泊施設・飲食店）

	事業体の母数	調査対象数	回収数	回収率
消費事業体 （宿泊施設・飲食店）	552	229	53	17.7%

調査対象の事業体数（299）は、「無作為抽出」により決定した。

そして、消費事業体の目標調査数の設定は、上越市消費事業体のお米の利用状況分布が正規分布に従う母集団と仮定の下、信頼度 95%、母比率 50%、誤差率±10%以下の水準を確保するために必要な調査数を目標とした。

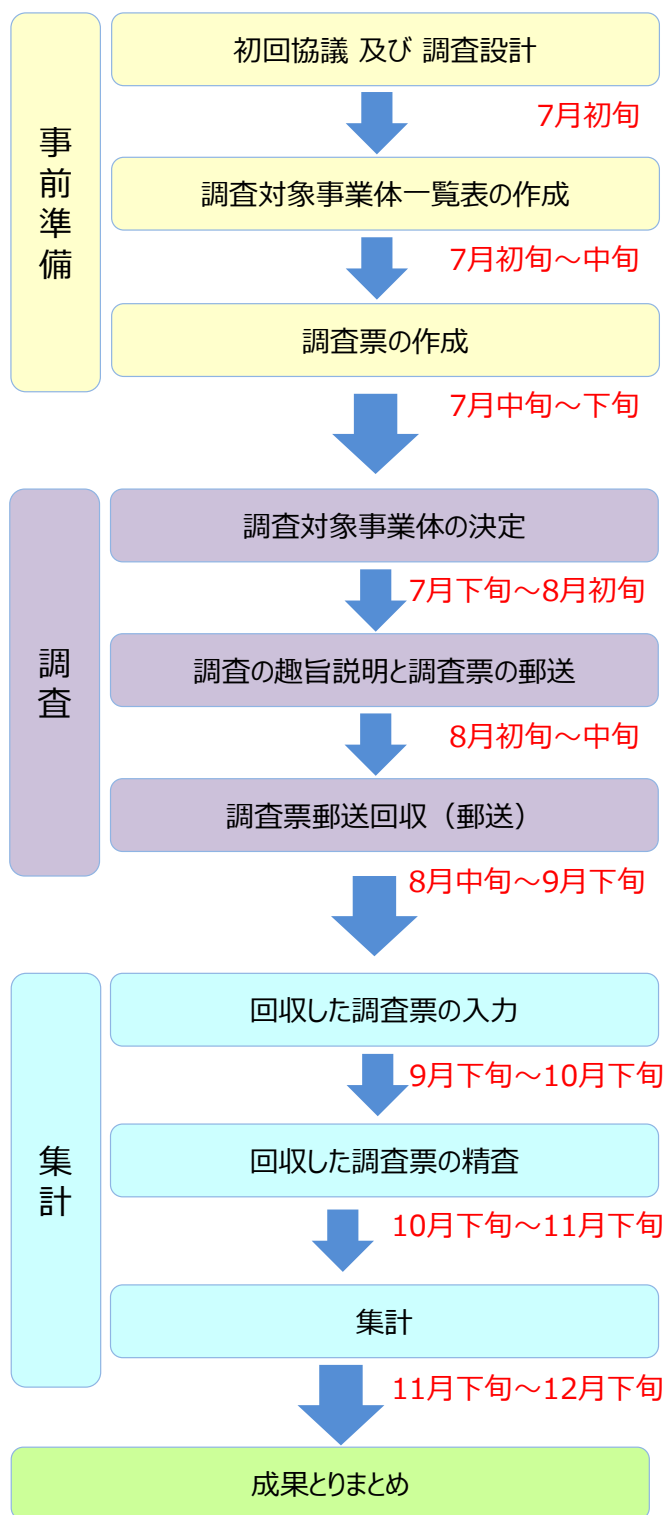
上記を簡単に記述すると、「90%以上の確率で上越市の消費事業体の平均値が取れる調査数を目標とした」という意味とほぼ同義である。

○回収目標とした調査数：82 事業体以上（母数：552）

実際の回収数は 53 であり、82 という目標には届かなかった。しかし、回収数 53 での誤差率は約±13%であり、目標とする誤差率±10%以下には届かなかったものの、傾向は十分に捉えることができる数値だと考える。

(4) 実施フロー

実施フローを以下に示す。



3. 米生産に関わる投入部門の市内循環解析

(1) 目的

調査で生産事業体（以下、法人と非法人と表記する）を対象に調査を実施した。生産事業体の米生産に係わる生産資材等の購入額・市内購入率等を把握することで、生産事業体での所得額等を算出するとともに、生産事業体が後述する消費事業体や流通事業体に販売（出荷）する際の意識・障壁を把握することが目的である。

(2) 調査票の回収率

調査対象の母数は「816」、調査票を配布したのは「300」であり、実際に回収できた調査票は「78」であった。ただし、回収できた調査票の中には未記入もあったため、有効回答数は「77」である（図 13）。調査票回収率は約 26%（図 14）であり、その約 7 割は法人であった（図 15）。

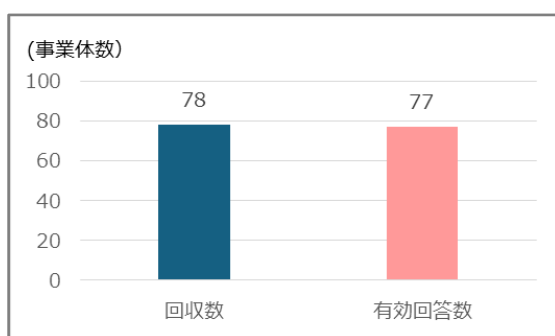


図 13 調査票の回収数と有効回答数

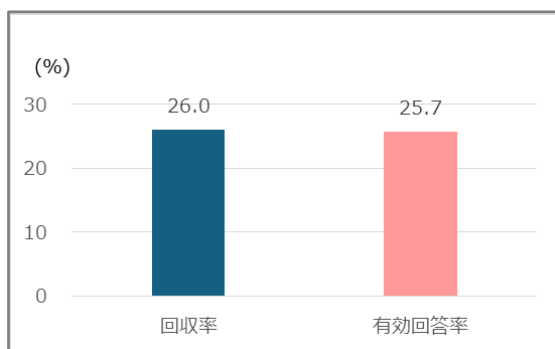


図 14 調査票の回収率と有効回答率

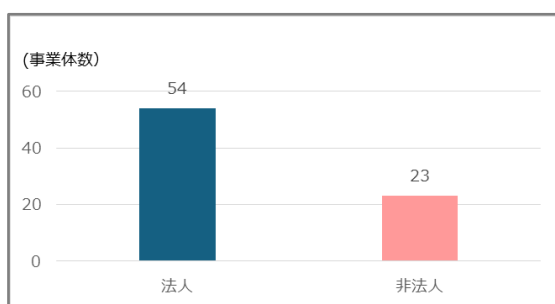


図 15 調査票回答者の組織形態別 有効回答数

(3) 販売規模別経営体数

販売規模が 500～2,000 万円が最も多くなっている。当然ではあるが販売規模は法人（ほぼ個人経営）では小さく、法人では大きくなる傾向にある（図 16）。

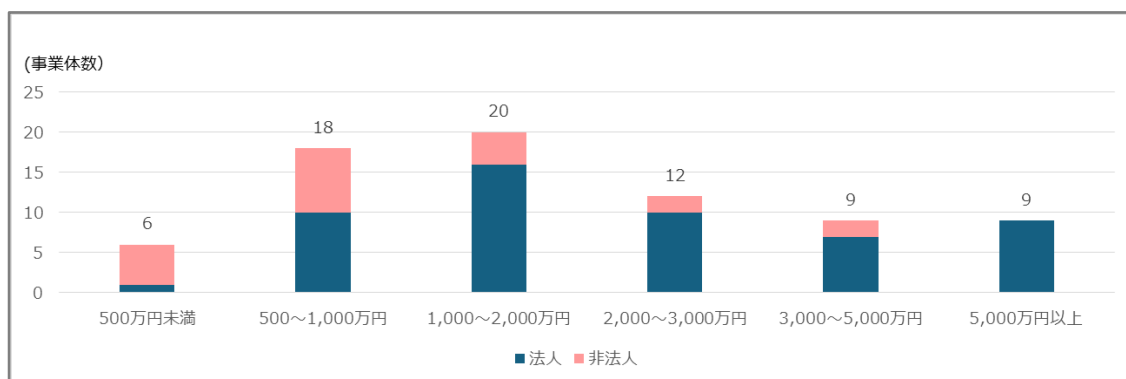


図 16 経営形態販売規模別 経営体数 n=74

(4) 販売先別経営体数

回答のあった 69 件の事業体のうち、えちご上越農業協同組合「以下、JA」に出荷しているパターンはこの調査においては 8 割強であった。JA と卸・小売業、JA と消費者など出荷パターンは様々である（図 17）。

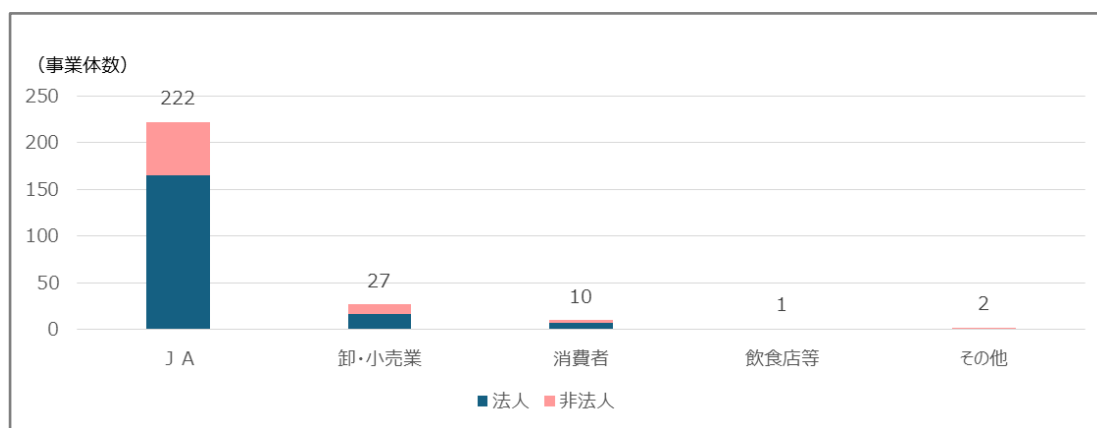


図 17 組織形態販売先別 経営体（上位 5 品種まで） n=69

(5) 主食用米販売別経営体数

全体の約 15%が主食用米以外（酒米・加工米・飼料用米など）も販売していた（図 18）。

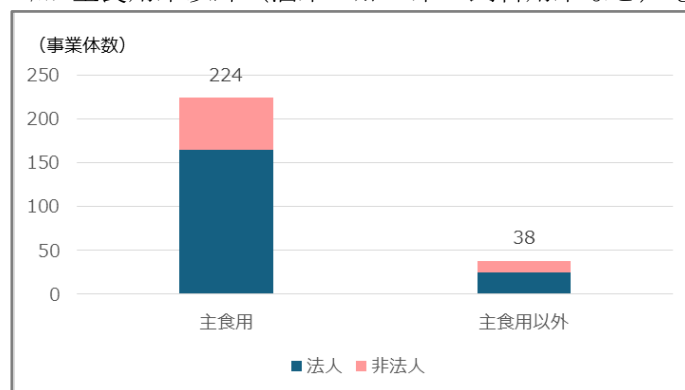


図 18 組織形態主食用米販売別 経営体数（出荷額上位 5 品種まで） n=6

（６）生産資材等の購入額と市内購入率

ア）購入額（１事業体当たり）

販売（作付）規模によって大きく変わるが、１事業体当たり法人で約 680 万円、非法人で約 350 万円の生産資材が投入されている。その中でも肥料の購入額割合が最も高く全体の約 4 割を占めている（図 19）。

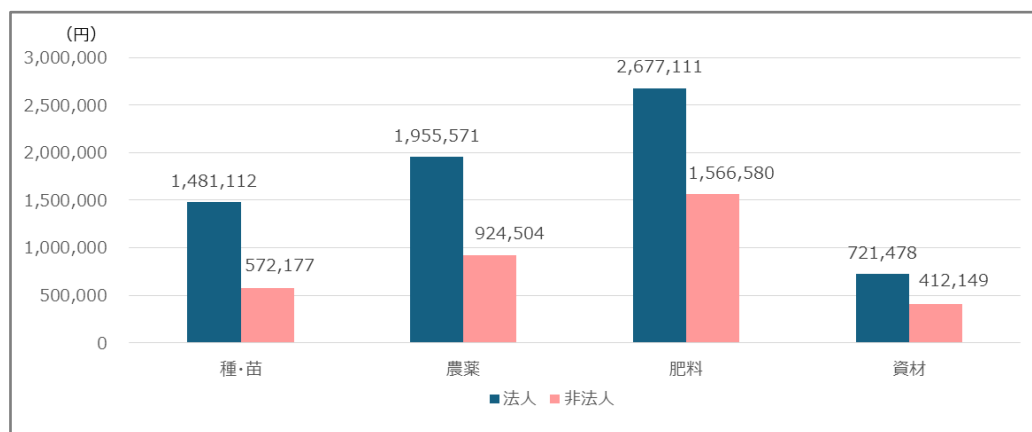


図 19 組織形態別 生産資材等の購入額（１事業体当たり） n=73

イ）市内購入率

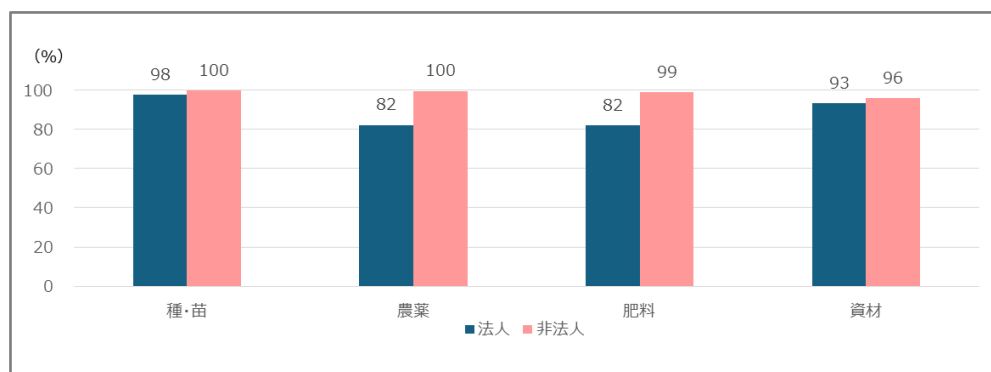


図 20 組織形態別 生産資材の市内購入率 n=73

第 1 位と第 2 位の購入先名称（「()」内の値は出現回数を示す）【購入額上位 2 つまで】

○種・苗

法人：1 位＝JA えちご上越（43） 2 位＝同率複数（1）

非法人：1 位＝JA えちご上越（20）

○農薬

法人：1 位＝JA えちご上越（48） 2 位＝企業 A（3）

非法人：1 位＝JA えちご上越（20） 2 位＝同率複数（1）

○肥料

法人：1 位＝JA えちご上越（48） 2 位＝企業 B（2）

非法人：1 位＝JA えちご上越（20） 2 位＝同率複数（1）

○資材

法人：1 位＝JA えちご上越（37） 2 位＝企業 B（5）

非法人：1 位＝JA えちご上越（17） 2 位＝企業 B（3）

どの品目でも法人・非法人ともに高い市内購入率であった（図 20）。その購入先を見ると JA から購入しているケースが非常に多く、こちらでも JA の影響が分かる結果となった。

市内購入率は高めであるが、それが市内の生産物かどうかは分からない。例えば、肥料を市内生産し、それを販売することができれば、経済効果は何倍にもなると考えられる。

（７）農業機械購入・所有状況

ア）所有形態割合

生産に必要な農業機械の所有形態は、「専有」がほとんどであった。僅かに法人の方が高い専有率となつてはいるが、非法人であっても占有率は 8 割を超えている（図 21、図 22）。農業機械は高額なものが多いが、それでも専有率が高くなっている。

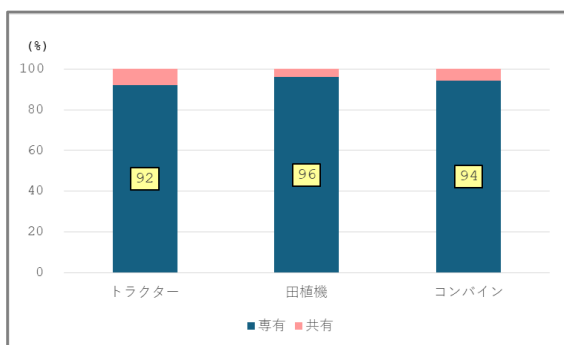


図 21 農業機械別
所有形態割合（法人）n=51

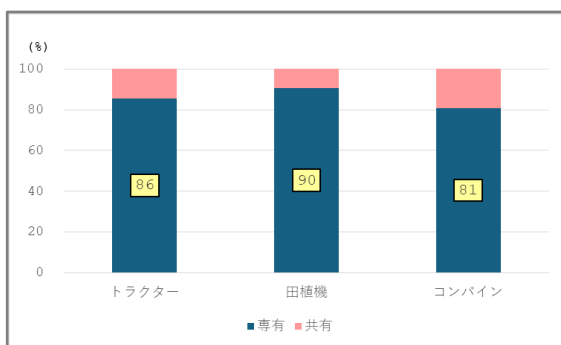


図 22 農業機械別
所有形態割合（非法人）n=21

イ）平均所有台数（1 事業体当たり）

販売（作付）規模によって変わるが、1 事業体当たりの平均所有台数は、法人ではトラクターで約 3 台、田植え機、コンバイン約 2 台（図 23）、非法人ではトラクターで約 2 台、田植え機、コンバイン約 1 台（図 24）であった。当然ながら、販売（作付）する規模が大きな法人の方が平均所有台数は多くなっている。

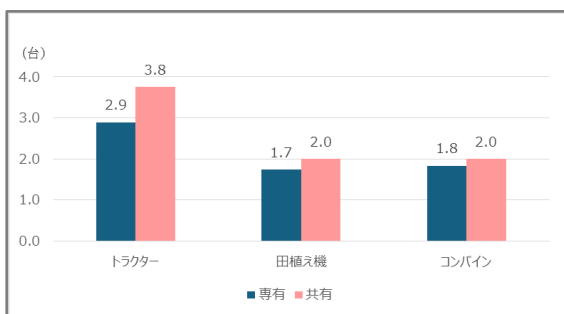


図 23 農業機械所有形態別
1 事業体当たりの平均所有台数（法人）n=51

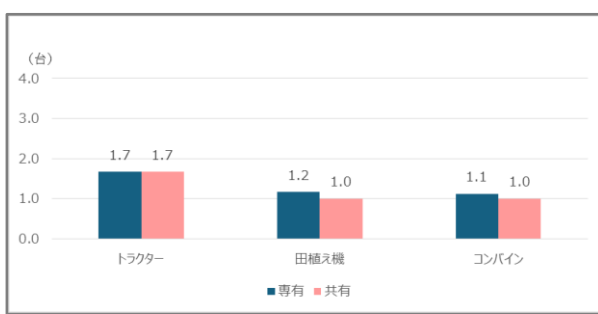


図 24 農業機械所有形態別
1 事業体当たりの平均所有台数（非法人）n=21

ウ) 平均購入価格（1 台当たり）

1 台当たりの平均購入価格（専有）は、トラクターで約 560 万円、田植え機で約 260 万円、コンバインで 760 万円となっている（図 25）。どの農業機械も高額であり、購入先（市内・市外）により上越市の経済効果は大きく変わることが想定される。

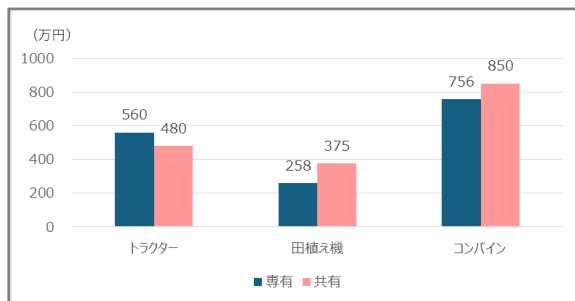


図 25 農業機械所有形態別

1 台当たりの平均購入価格（法人） n=51

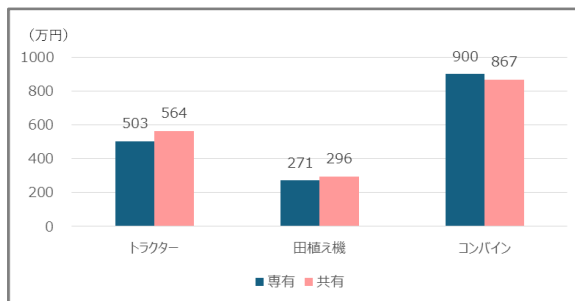


図 26 農業機械所有形態別

1 台当たりの平均購入価格（非法人） n=21

エ) 市内購入率

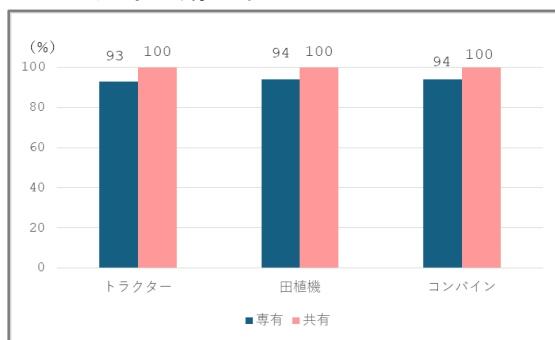


図 27 農業機械所有形態別

市内購入率（法人） n=51

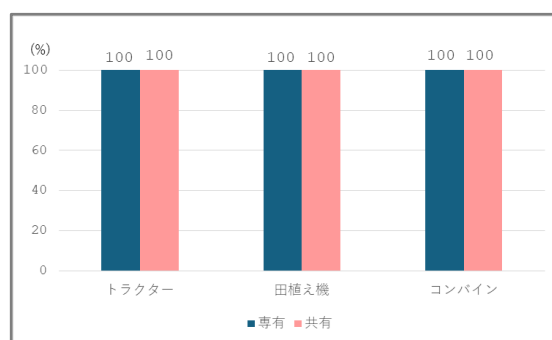


図 28 農業機械所有形態別

市内購入率（非法人） n=21

第 1 位と第 2 位の購入先名称（「()」内の値は出現回数を示す）【購入額上位 1 つまで】

○トラクター

法人：1 位＝JA えちご上越（17） 2 位＝企業 A（15）

非法人：1 位＝企業 A（12） 2 位＝JA えちご上越（6）

○田植え機

法人：1 位＝JA えちご上越（18） 2 位＝企業 A（14）

非法人：1 位＝企業 A（7） 2 位＝JA えちご上越（6）

○コンバイン

法人：1 位＝JA えちご上越（19） 2 位＝企業 A（16）

非法人：1 位＝企業 A（11） 2 位＝JA えちご上越（5）

どの農業機械でも法人・非法人ともに非常に高い市内購入率であり、非法人に至ってはすべての農業機械で 100%の市内購入率であった（図 27、28）。生産資材ほどではないが、農業機械でも JA の影響が大きいことが分かる。

(8) 収穫後資源の利活用方法

ア) 稲わら

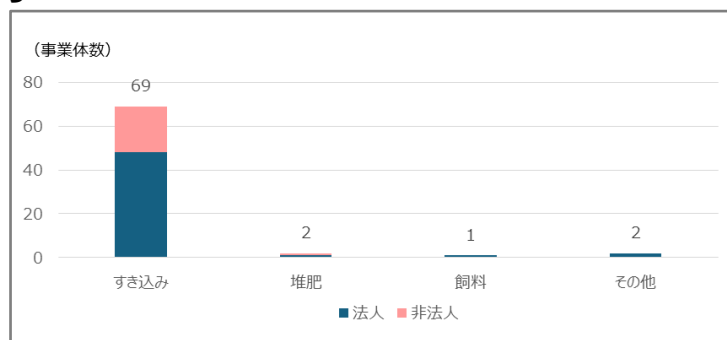


図 29 組織形態別「稲わら」の処理方法 n=74

イ) もみ殻

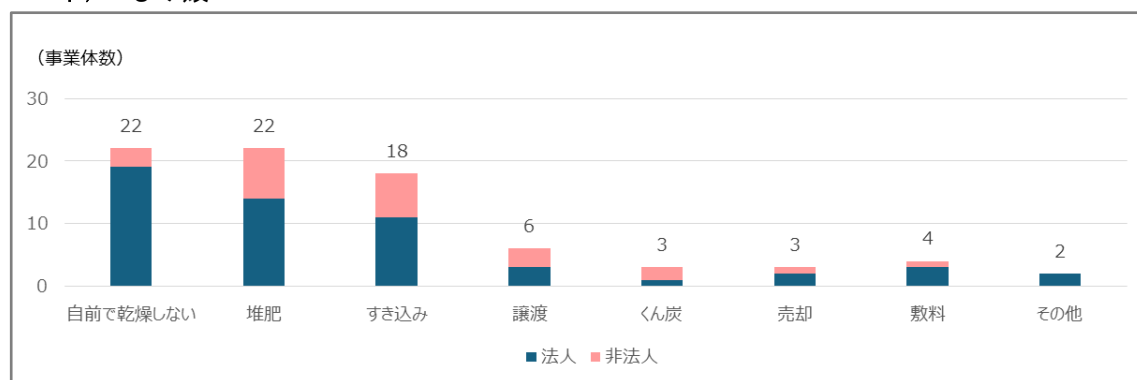


図 30 組織形態別「もみ殻」の処理方法 n=73

ウ) 米ぬか

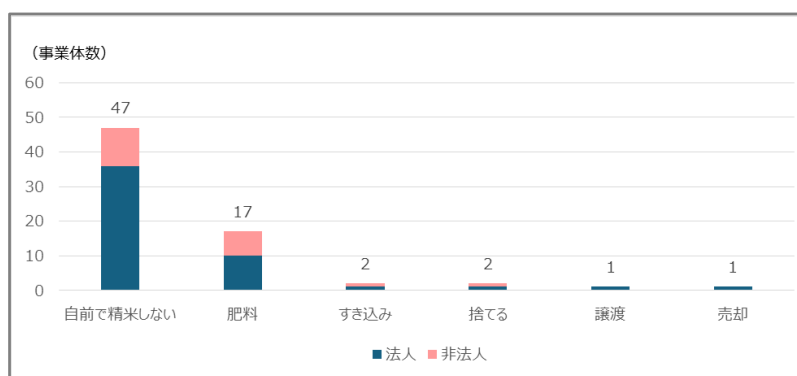


図 31 組織形態別「米ぬか」の処理方法 n=73

上越市の現状の収穫後資源の利活用方法は、稲わらでは「すき込み」(図 29)、もみ殻では「堆肥」「すき込み」(図 30)、米ぬかでは「肥料」(図 31)という回答が多かった(自前で乾燥・精米しないを除く)。

上越市ほどの水田面積があれば、上記の収穫後資源も大規模なものとなり、市内経済循環における収穫後資源の活用の影響も大きい。そのため、収穫後資源の利活用方法について検討していくことも重要である。

(9) 米の販売（出荷）希望価格

生産事業体の方に「稲作を継続していくために必要だと考える米の販売希望価格（玄米で60kg）」を質問した。その結果を以下に示す。なお、結果は比較的回答の多かった5品種（コシヒカリ、こしいぶき、みずほの輝き、つきあかり、にじのきらめき）に限定して集計掲載する。

ア) コシヒカリ

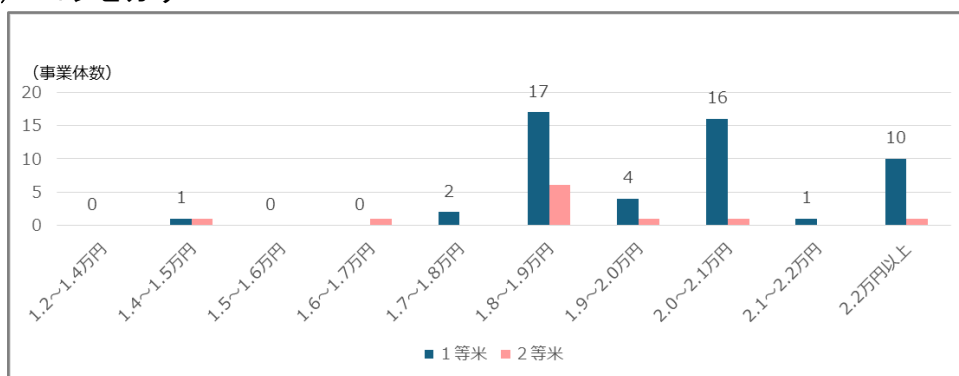


図 32 【コシヒカリ】等級別 米の販売希望価格（60kg/玄米）

イ) こしいぶき

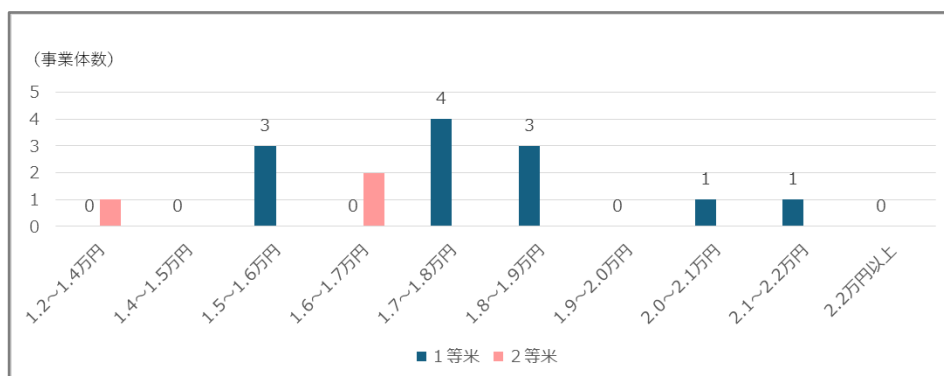


図 33 【こしいぶき】等級別 米の販売希望価格（60kg/玄米）

ウ) みずほの輝き

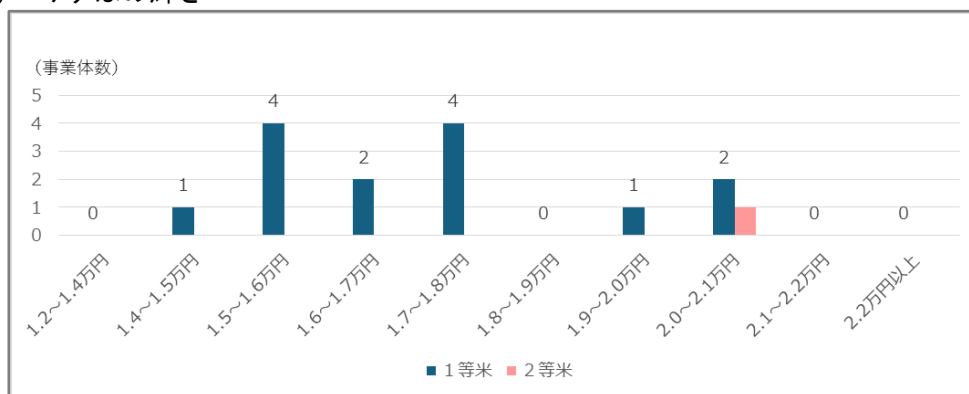


図 34 【みずほの輝き】等級別 米の販売希望価格（60kg/玄米）

エ) つきあかり

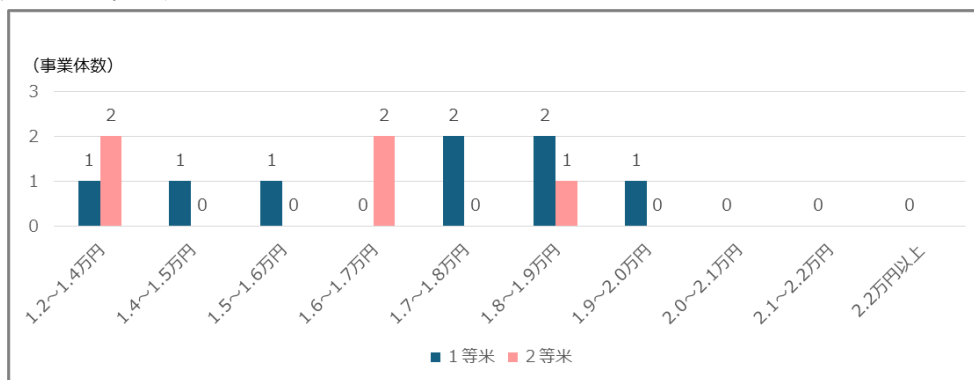


図 35 【つきあかり】等級別 米の販売希望価格 (60kg/玄米)

オ) にじのきらめき

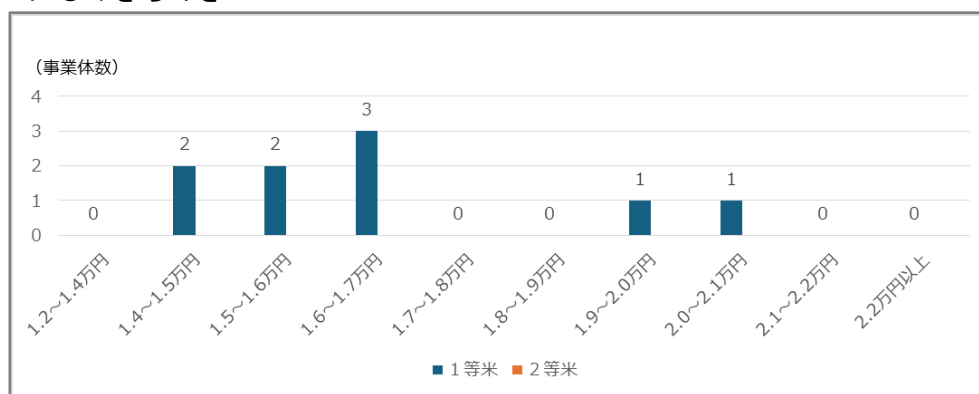


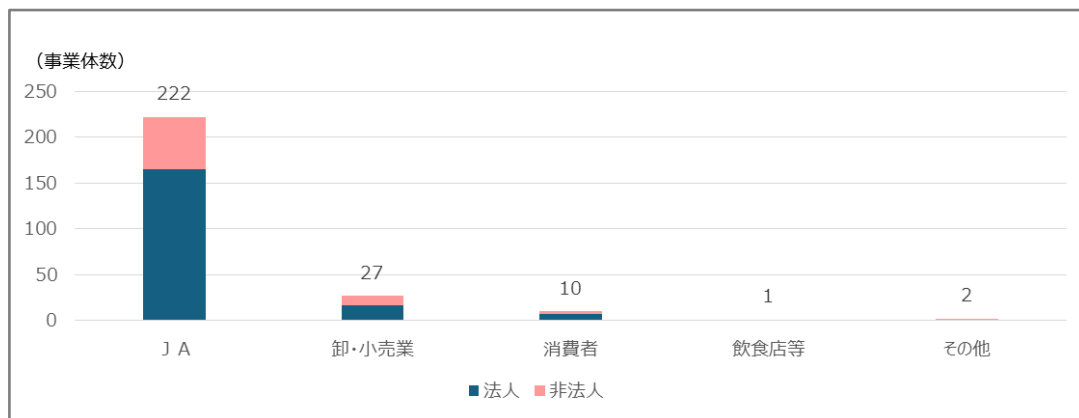
図 36 【にじのきらめき】等級別 米の販売希望価格 (60kg/玄米)

最も回答の多かったコシヒカリを見ると、1等米で1.8~2.1万円、2等米で1.8~1.9万円を希望している生産者が多かった(図 32)。2023年度のコシヒカリ1等米の仮渡金は1.42万円であったことを考えると、現状に不満があることが窺える。ただし、2024年度では仮渡金額がアップし、1.76万円となっており、要望に大分近づいている。なお、生産者の回答は2024年度の仮渡金が確定する前にお答えしていただいている。

他の品種も見ると、現状の仮渡金額では生産者の販売希望価格に届いていないのが現状である(図 33~36)。

（１０） 出荷する上での成果・課題など

現状の出荷状況を把握し、今後の政策形成や改善につなげていくため、生産者が出荷する上でのきっかけ・成果・課題・原因なども調査した。出荷先別に集計した結果を以下に示す。なお、掲載する出荷先は今回調査した生産者のトップ３（JA、卸・小売業、消費者）に限定する。



＜再掲＞図 17 組織形態販売先別 経営体（上位 5 品種まで） n=69

ア) JA

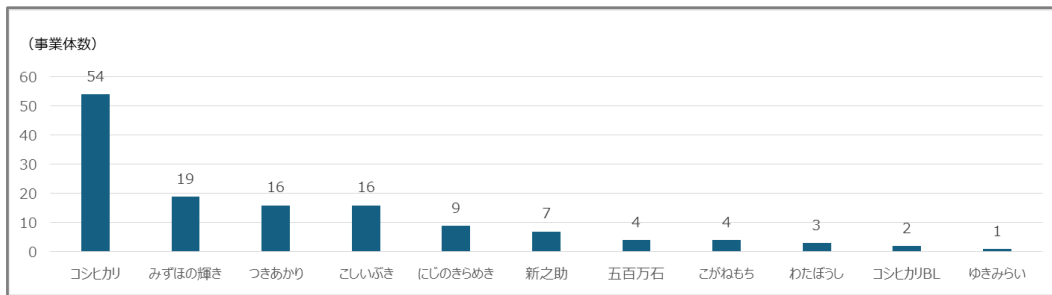


図 37 JA に出荷している品種別 事業体数

===どのようなことがきっかけで出荷が始まりましたか？===

- ・昔からの付き合い、慣例。(20)
- ・カントリーエレベーターの利用。(9)
- ・JA は安心感があるから。(8)
- ・経営指導を機に。(6)
- ・法人設立・新規就農を機に。(5)
- ・紹介、推薦。(3)
- ・その他。(6)

===出荷での手応え・成果は===

- ・栽培に専念でき作業の軽減につながる。(10)
- ・安心、安全。(9)
- ・何もない。(7)
- ・出荷結果が確認できる。(6)
- ・ほぼ満足している。(3)
- ・やりがいとなっている。(2)
- ・その他。(6)

===出荷での課題・困っていることは===

- ・価格が安く、経営が安定しない。(14)
- ・特にない。(8)
- ・気候変動により栽培が難しい。(7)
- ・手数料が高い。(6)
- ・出荷日が固定される。(4)
- ・人手不足。(2)
- ・その他。(7)

===JA への供給を増やすためにはどんなことが必要だとお考えですか===

- ・後継者の確保。(7)
- ・作付面積の拡大。(7)
- ・高温に強い品種の開発や営農指導。(6)
- ・引取り価格の引き上げ。(3)
- ・手数料の低減。(2)
- ・JA が主体となる生産組織等の設立。(2)
- ・市場動向の注視。(2)
- ・その他。(8)

※意見の右側にある「()」内の数値は、意見数である。

その他の内容を以下に掲載する。

【どのようなことがきっかけで出荷が始まりましたか？】 その他内容

- ・ JA 子会社
- ・ 購買、修理等の関係
- ・ 収量も多く、仕事が楽
- ・ 父親の高齢化により
- ・ 法人構成員の総意
- ・ 高価格

【出荷での手応え・成果は】 その他内容

- ・ 近頃他の業者に出している。
- ・ 経営を伸ばすと出荷数が増す
- ・ 昨年は 1 等米がでずがっかり。仕方ないか。
- ・ 構成員少しでも多く手取りを増やすことが出来る
- ・ 生産調整に役立っている
- ・ 価格に問題

【出荷での課題・困っていることは】 その他内容

- ・ 24 年産仮渡金が増えた。JA から他の業者へ流れることへの危機感ではないかと思う。もっと自信をもって相場を主導してほしい。
- ・ 仮渡金の価格が一般消費者に誤解を生じさせる
- ・ 黒状高温対策（品種、雑草対策）
- ・ 芝乾施設利用での適期刈り取りの有無
- ・ 出荷先の開拓は無理
- ・ 全農はもっと生産者に寄り添うべき
- ・ 米代金の精算が遅く、所得が安定しない

【JA への供給を増やすためにはどんなことが必要だとお考えですか】 その他内容

- ・ JA より直販に力を入れたい
- ・ 生産調整に依る
- ・ 農事組合法人から株式会社への移行
- ・ 獣害対策の強化
- ・ 経営を考えた時、出荷手数料の無い、卸業者へ今後考えている
- ・ 栽培管理
- ・ 飼料用米、加工用米などを減らしてほしい
- ・ スマート農業への取り組みが必要

イ) 消費者

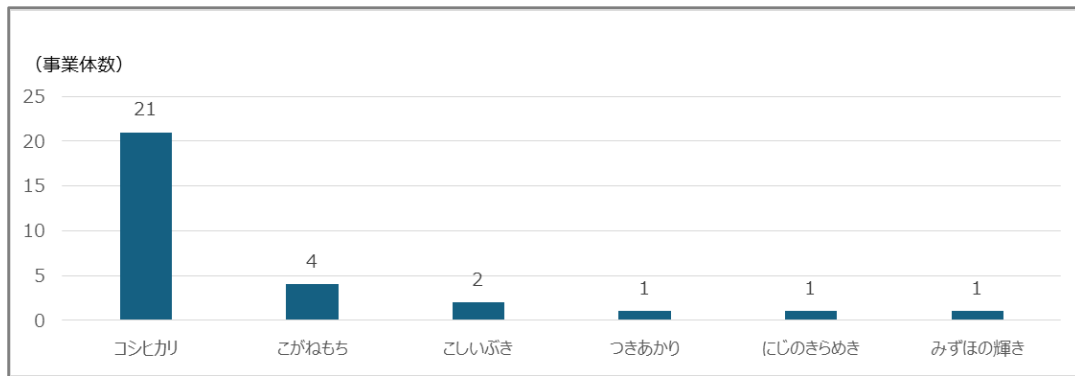


図 38 消費者に出荷している品種別 事業体数

===どのようなことがきっかけで出荷が始まりましたか？===

- ・依頼、つきあい、紹介。(9)
- ・昔からの慣例。(2)
- ・会社設立を機に。(2)
- ・農地拡大を機に。(2)
- ・その他。(5)



===出荷での手応え・成果は===

- ・やる気につながる。(7)
- ・自分で価格が設定でき、増収につながった。(4)
- ・手応えを感じる。(3)
- ・その他。(3)

===出荷での課題・困っていることは===

- ・特にない。(5)
- ・人手不足。(3)
- ・保管場所や保管方法。(2)
- ・販売価格が安定しない。(2)
- ・気候変動により栽培が難しい。(1)
- ・その他。(4)



===消費者への供給を増やすためにはどんなことが必要だとお考えですか===

- ・PR やイベントの実施。(4)
- ・消費者とのマッチング機能。(3)
- ・後継者・新規就農者の確保。(2)
- ・その他。(3)

※意見の右側にある「()」内の数値は、意見数である。

その他の内容を以下に掲載する。

【どのようなことがきっかけで出荷が始まりましたか？】 その他内容

- ・ J Aと組合員と消費者
- ・ 組合員の保有米、ネット販売、チラシ販売
- ・ 冷害・干ばつで日本米が無くなったこと
- ・ 米価下落
- ・ 店頭販売

【出荷での手応え・成果は】 その他内容

- ・ 販売に対するデメリットの回避
- ・ 顧客が離れない。口コミで広がる（販路）
- ・ 特に何も感じない

【出荷での課題・困っていることは】 その他内容

- ・ クレーム
- ・ 一戸当たりの米の消費量の減
- ・ 配達が少なく遠い
- ・ 年間米保有数量

【消費者への供給を増やすためにはどんなことが必要だとお考えですか】 その他内容

- ・ 安全でおいしい米づくり
- ・ 気象対策のためのたい肥づくり
- ・ ブレンドすることなく、自宅で食べる同じ米を出荷する
- ・ ネット販売の拡充

ウ) 卸・小売業

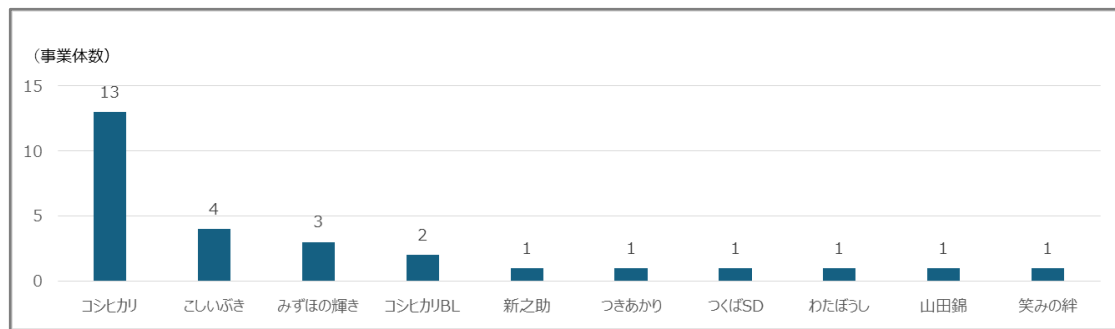


図 39 卸・小売業に出荷している品種別 事業体数

===どのようなことがきっかけで出荷が始まりましたか？===

- ・ 依頼、つきあい、紹介。(8)
- ・ 営業努力。(2)
- ・ JA より条件が良いから。(3)
- ・ その他。(2)

===出荷での手応え・成果は===

- ・ 価格交渉ができ、増収につながった。(6)
- ・ 信頼関係の構築。(3)
- ・ JA より条件が良い。(3)
- ・ 出荷手続き等が円滑に進む。(2)

===出荷での課題・困っていることは===

- ・ 特にない。(4)
- ・ 気候変動により栽培が難しい。(4)
- ・ 価格が安い。(1)
- ・ 相手方の支払能力が見えない。(1)
- ・ 出荷数量がよめない。(1)
- ・ 取扱いの品目が少ない。(1)
- ・ 引取時期が遅い。(1)

===卸・小売業への供給を増やすためにはどんなことが必要だとお考えですか===

- ・ 後継者、新規就農者の確保。(3)
- ・ 相手方と信頼関係の構築。(3)
- ・ 米の値段アップと経費のコストダウン。(2)
- ・ 品質の確保。(1)
- ・ 国の補助。(1)
- ・ 集出荷体制の強化。(1)
- ・ 品目を増やす。(1)
- ・ 袋出荷でなくパック出荷とする。(1)

※意見の右側にある「()」内の数値は、意見数である。

その他の内容を以下に掲載する。

【どのようなことがきっかけで出荷が始まりましたか？】その他内容

- ・ ライスセンターを使用して便利のため
- ・ 輸出米

(11) 米の地産地消を推進するためのアイデアや工夫

調査票「設問7」において記載いただいたアイデアや工夫の一部を以下に掲載する。

- ・ 上越産米を魚沼産米のように全国区になるようにアピール。
- ・ 上越は主に妙高山の雪の恵みを受けている。百名山、雪、冷水、食味につなげた売込みが必要と思う。
- ・ 飲食店との交流、つながり、促進事業、都市への売り込み、宣伝。
- ・ 雑草対策～農薬使用～年々田が荒れてきている。高い農薬への助成。
- ・ いろいろな生産者を入れた協議会の設立。
- ・ 地元産の米、野菜等にも対応できるプレミアム券を作成（補助も加えて）。
- ・ 桑取、谷浜の棚田米を差別化して販売。
- ・ 学校給食米は、コシヒカリへ切り替え。そして毎月20日はカレーライスの日。
- ・ JAの言いなりにならないで、自分で販売すること。
- ・ 産地表示を細分化し、各地域の特色を記載して、食べ比べをできるようにして販売する。
- ・ 市内事業者の地産数記載義務。
- ・ 食米安保の考え方の浸透。
- ・ 継続的に生産するためには、継続的な経費と価格の安定が必要。そのための補助。
- ・ 生産したお米をたくさんの消費者に届けることができる仕組みの構築。
- ・ 食味を重視した価格体系が必要。
- ・ 新潟県のコメのネーミングの改善（今は全くセンスない）。
- ・ 直接販売が多い生産者が、積極的にふるさと納税返礼品に参加する（誘導する）。
- ・ 直売所等での米の地産地消するイベントの実施。
- ・ 適地適産の推進と地産地消の重要性をPRしていく。
- ・ 米は日本の主食である親から引き継いで50年、今まで国にいわれるがままやって来て思うことは、政治家の都合で一次産業をつぶし、米が余る、減反しろ、食糧自給率のない国が良くやってきたなと思う。動きがあやしくなると食糧不足と大騒ぎになる。若い人たちが農業に目を向ける政策を考えるべき。

4. 米流通に関わる投入部門の市内循環解析

(1) 目的

米の取扱いがある流通事業体（卸・小売業、製造業）を対象に調査を実施した。消費事業体や一般世帯の購入先となっている、流通事業体の市内産米利用率を把握することで、消費事業体や一般世帯の市内産米利用率を間接的に把握するとともに、流通事業体の市内産米利用に関する意識・障壁を把握することが目的である。

なお、流通事業体は「卸・小売業」と「製造」の2つに分け実施しているが、ここで掲載するのは「卸・小売業」の集計結果である。「製造」の集計結果については特別掲載として後述する。

(2) 調査票の回収率

調査対象の母数は「49」、全数調査のため調査票を配布したのも「49」であり、実際に回収できた調査票は「18」であった。そして、回収できた調査票は全て集計に利用可能だったため、実際の有効回答数も回収数と同数の「18」であった。（図40、41）

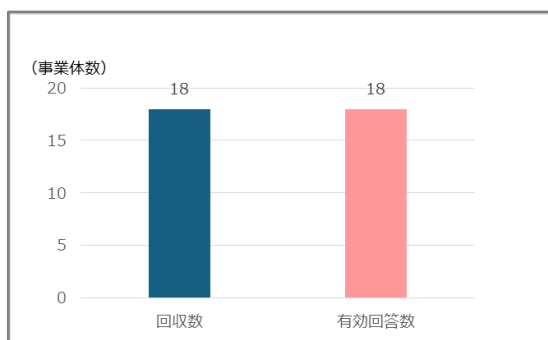


図40 調査票の回収数・有効回答数

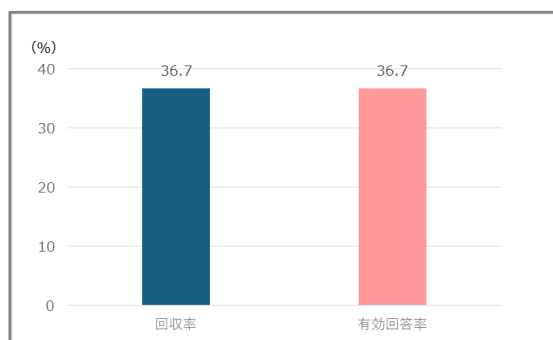


図41 調査票の回収率・有効回答率

(3) 回答者の販売規模別事業体数

回答者のお米の販売規模は2,000万円以上が大半を占め（図42）、今回の回答者は比較的大規模事業体が多いと予測される。

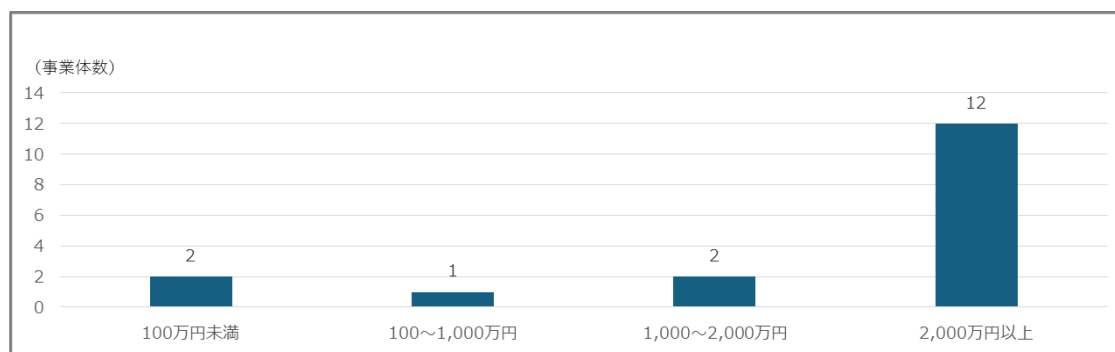


図42 米の販売規模別 事業体数 n=17

(4) 米の市内産品販売率

上越市の流通事業体（卸・小売業）における米の市内産米販売率（米の総売上占める市内産米の割合）を推計すると、9.9%であった（図43）。これは市内産米を取扱う流通事業体の回答が少なかったためと推測される。

多く店舗を展開している事業体は、コスト削減のため、本部等から集中調達を実施しているケースが多数を占めると想定される。一括仕入れは大規模展開している事業体の強みであり、このような店舗は市内産米の利用どころか、市内仕入をすること自体が難しいと考えられる。だが今後は、このような店舗も含め市内経済循環の強化を考える必要があるため、店舗側にもメリットとなるような提案を考えていきたい。

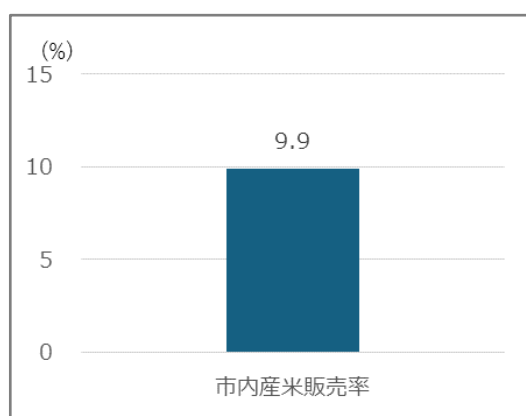


図43 市内産米販売率 n=17

(5) 市内産米の取扱事業体数と取扱率

米の販売規模別に、市内産米取扱事業体数（取扱率）を見ると、2,000万円未満では約50%であるのに対し、2,000万円以上では100%であった（図44）。販売規模が大きな事業体ほど市内産米の取扱が多い。（この結果は市内産米の販売額を考慮していない。）

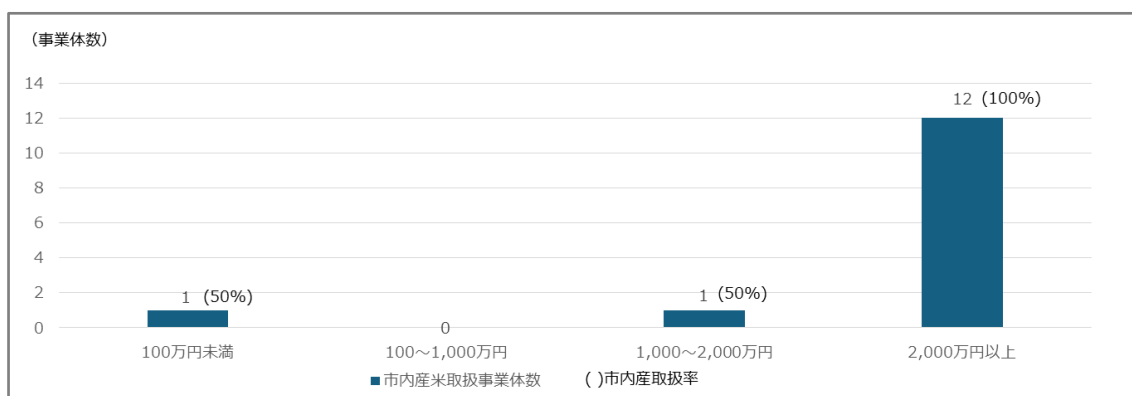


図44 米の販売規模別 市内産米の取扱事業体数と取扱率 n=17

(6) 市内産米品種別の取扱事業体数と取扱率

市内産米の品種別に、取扱がある事業体数と取扱率を算出した。上記のコシヒカリを例に解説すると、市内産米の取扱がある事業体のすべてで、上越市産のコシヒカリの取扱いがあるということである。

多くの家庭で主食用米とされている「コシヒカリ」が最も高い取扱率となっており、その以外の品種では大きい差は見られなかった(図45)。また、多くの事業体で上越市産のコシヒカリの販売はあるものの、その販売額は50万円未満が半数以上であった(図46)。

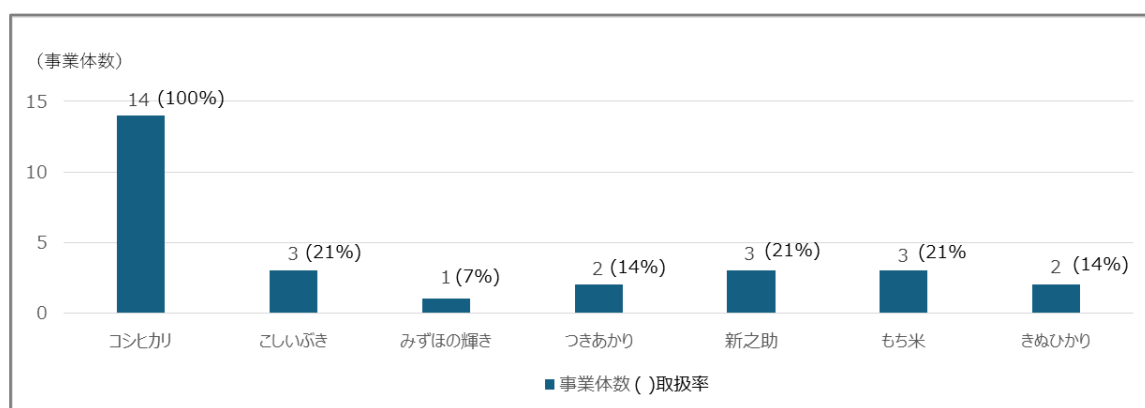


図 45 取扱のある市内産米の品種別 事業体数と取扱率 n=17

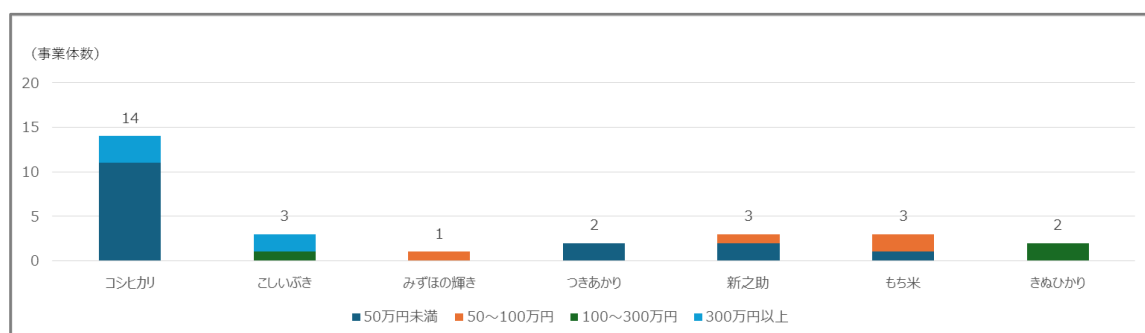


図 46 取扱のある市内産米の品種・販売規模別 事業体数 n=17

(7) 市内産米取扱に関する意識・障壁

ア) 市内産米の取扱状況（回答者の取扱状況）

販売額は考慮していないが、本設問に回答していただいた 6 割以上の事業体で市内産米の取扱いがあった（図 47）。

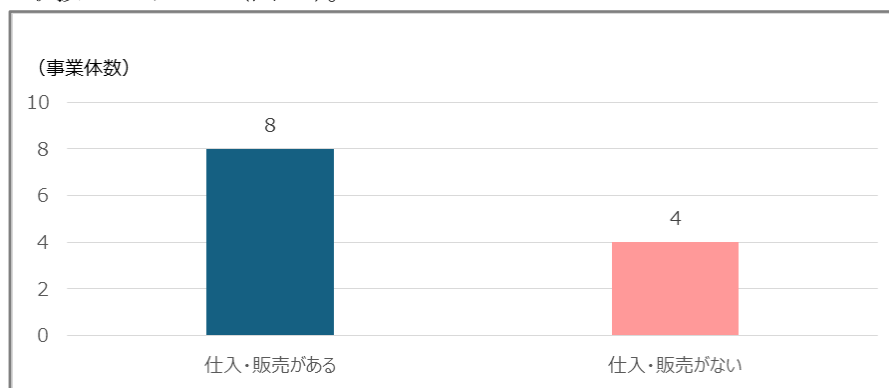


図 47 市内産米を仕入・販売をしている事業体数 n=12

イ) 市内産米を仕入・販売している理由

市内産米を仕入・販売している理由の第 1 位は、全体の半数以上の事業体が回答していた「特色があり、需要がある（売れる）」であった。次いで「味がよい」「付加価値がつく」となっており、品質・味は比較的満足度が高いと思われる（図 48）。

なお、その他には「お客様のご要望のため」などの意見が挙げられた。

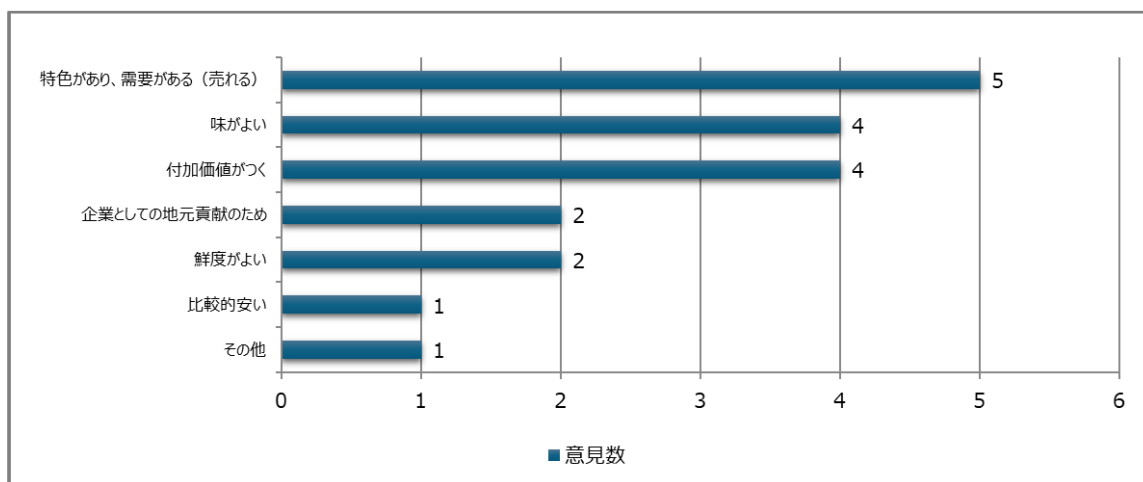


図 48 市内産米を仕入している理由 n=8

ウ) 今後、市内産米の仕入・販売を開始・拡大したいと思うか

6割の事業体で市内産米の仕入・販売を開始・拡大したいと思う、という回答であった(図49)。

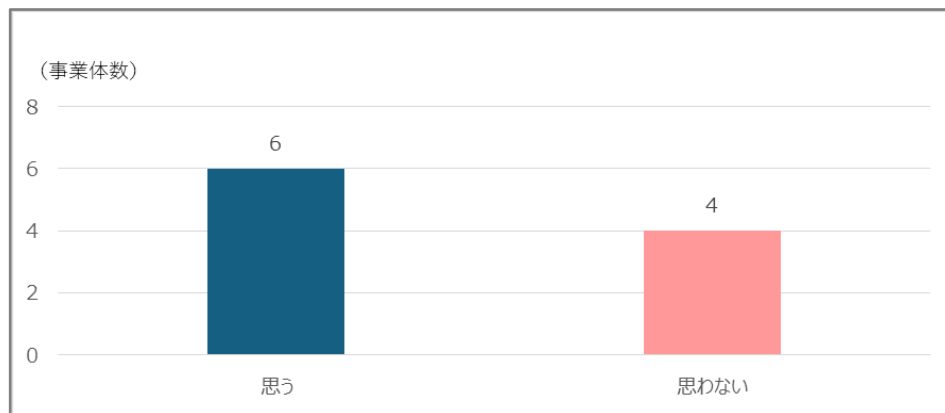


図49 今後、市内産米の仕入・販売を開始・拡大したいと思うか n=10

エ) 市内産米の仕入・販売を開始・拡大する上での障壁・課題

今後、市内産米の仕入・販売を開始・拡大したいと思いますか、という問いに「思う」と回答のあった事業体に対してその障壁・課題を調査した。

意見数自体は多くはないが、第1位は「どこから仕入すればいいかわからない」、第2位は「安定した量を仕入できない」という回答であった(図50)。生産量は十分にあることから、仕入先・量ともに情報を知るための仕組みが不足していると考えられる。

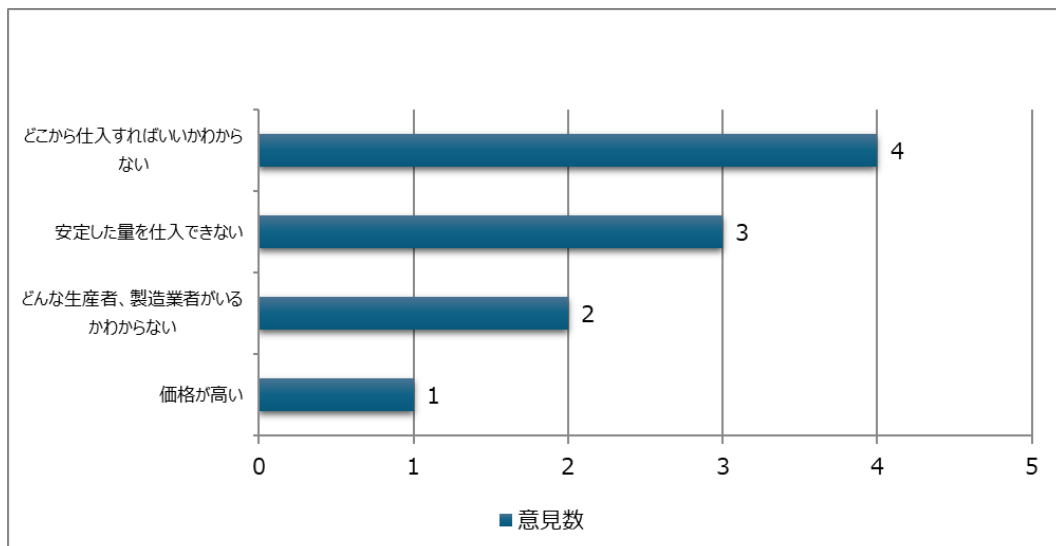


図50 市内産米の仕入・販売を開始・拡大する上での障壁・課題 n=6

オ) 市内産米の仕入・販売を開始・拡大したいと思わない理由

今後、市内産米の仕入・販売を開始・拡大したいと思いますか、という問いに「思わない」と回答のあった事業体に対してその理由を調査した。「現状で満足している」という回答が最も多い（図 51）。

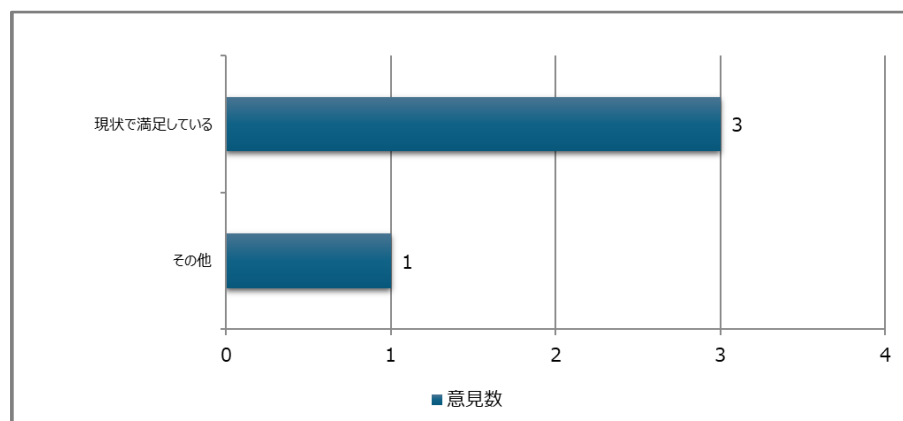


図 51 市内産米の仕入・販売を開始・拡大したいと思わない理由 n=4

(8) 参加・利用したい取組

参加・利用したい市内産米利用を促進する取組については、第1位は「市内産米取り扱い店認証制度」「市内産米を用いた商品の試作・販売の支援制度」であった（図 52）。

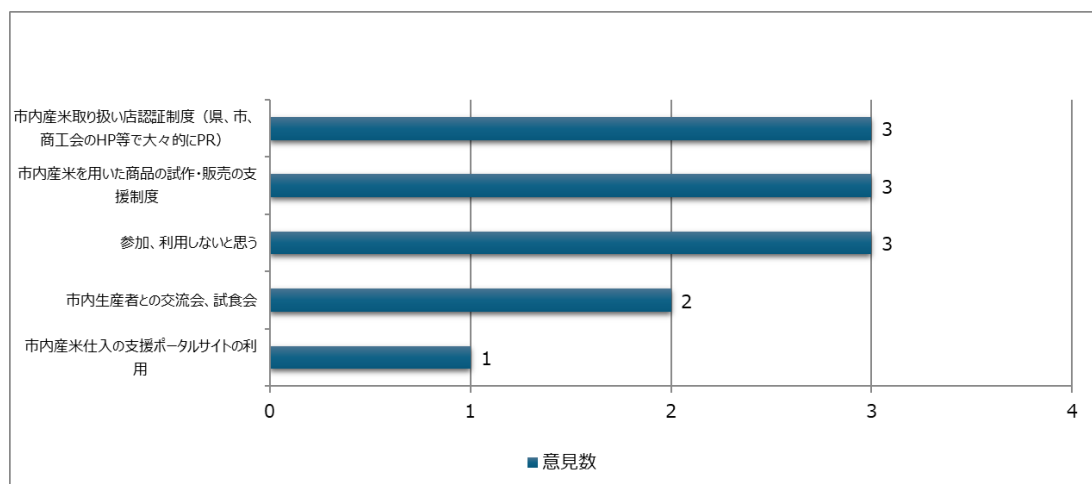


図 52 参加・利用したい取組 n=9

（９）事業所の今後の継続性

ア）回答のあった事業体の今後の継続性

「少子高齢化」「人口減少」「担い手（後継者）不足」等の影響により、多くの事業体の継続が困難となってきている。このような傾向にある中、上越市での傾向も把握するため、米の取扱がある流通事業体（卸・小売業）に今後の継続性について調査を実施した。

「10年以内に事業所の運営は継続困難になると思う」という回答が3割以上を占めており、上越市の米の取扱がある流通事業体においては、今後の運営が厳しい状況となっていることが分かる（図53）。

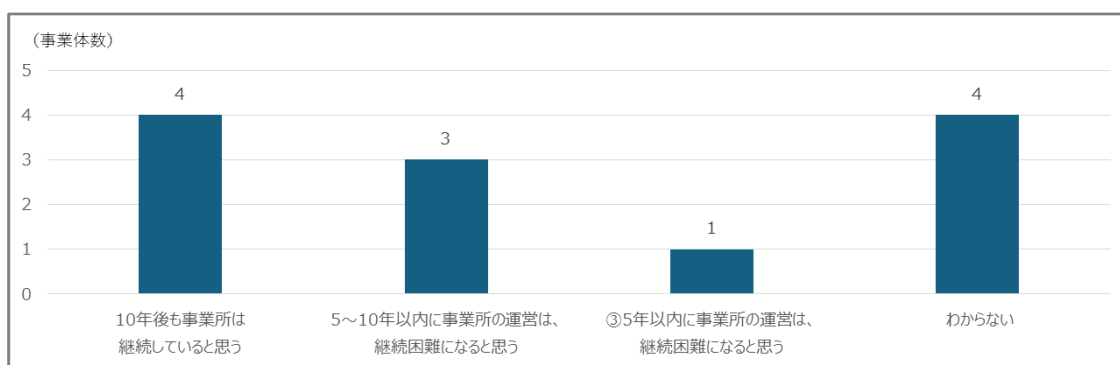


図53 回答のあった事業所の今後の継続性 n=12

イ）10年以内に事業体運営が継続困難になると思う理由

事業体運営が困難となっている理由を明らかにするため「10年以内に事業所の運営は継続困難になると思う」と回答した事業体について、その理由を調査した。

第1位が「後継者がいない」、第2位が「必要な売上が見込めない（販売先が少なくなっていく）」であり、後継者不足、売上の減少がネックとなっている（図54）。後継者不足、売上の減少は人口減少を起因するところが大きいため、継続的な事業体運営という観点からも上越市全体での人口減少対策は必須となる。

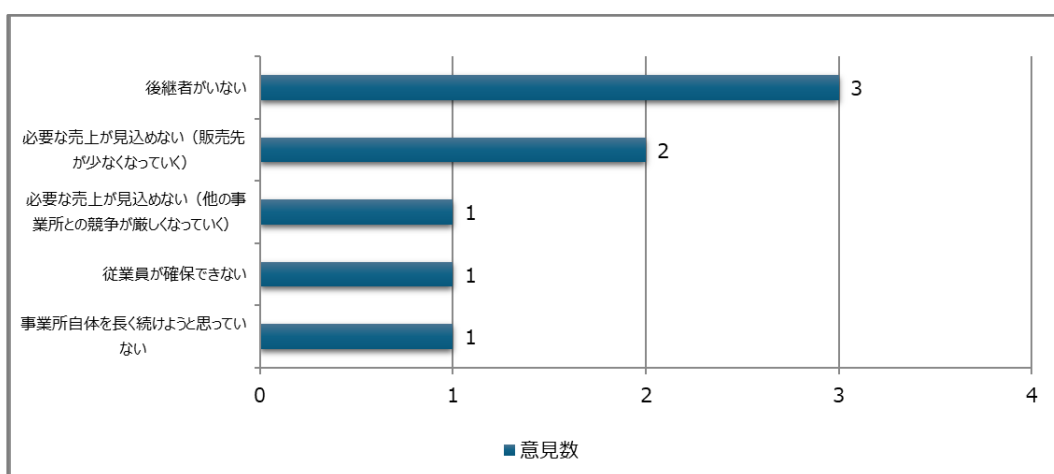


図54 10年以内に事業体運営が継続困難になると思う理由 n=4

(10) 米の地産地消を推進するためのアイデアや工夫

調査票「設問6」において記載いただいたアイデアや工夫に「仕入担当者の意識を変える取組」という意見があった。

5. 米消費に関わる投入部門の市内循環解析

(1) 目的

米の取扱がある消費事業体（宿泊施設、飲食店）を対象に調査を実施した。消費事業体の市内産米の使用状況（実情）や、市内産米使用に関する意識・障壁を把握することが目的である。

(2) 調査票の回収率

調査対象の母数は「552」、調査票を配布したのは「299」であり、実際に回収できた調査票は「53」であった。ただし、回収できた調査票の中には未記入もあったため、有効回答数は「52」（図 55）で、調査票回収率は約 18%であった（図 56）。

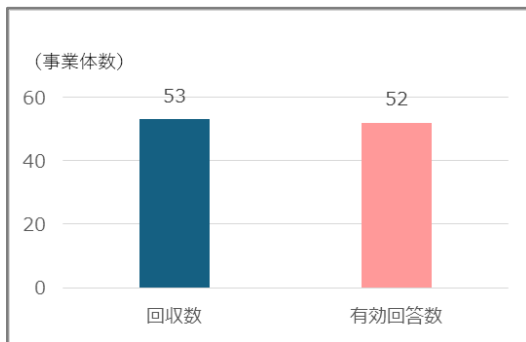


図 55 調査票の回収数と回答数

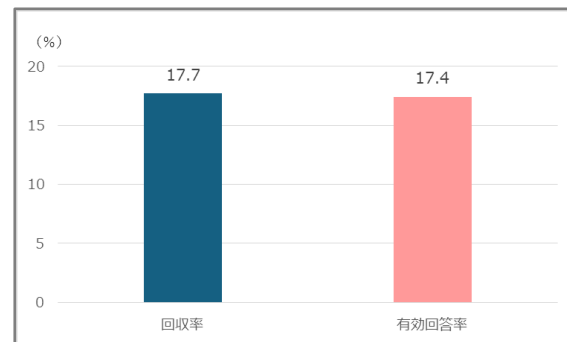


図 56 調査票の回収率と有効回答率

(3) 回答者の米の仕入規模別事業体数

回答者の米の仕入規模は、100 万円未満がそのほとんどを占めていた。100 万円未満が多いものの、米の取扱があると思われる事業体数は 552 もあるため、合算するとその影響は大きい。

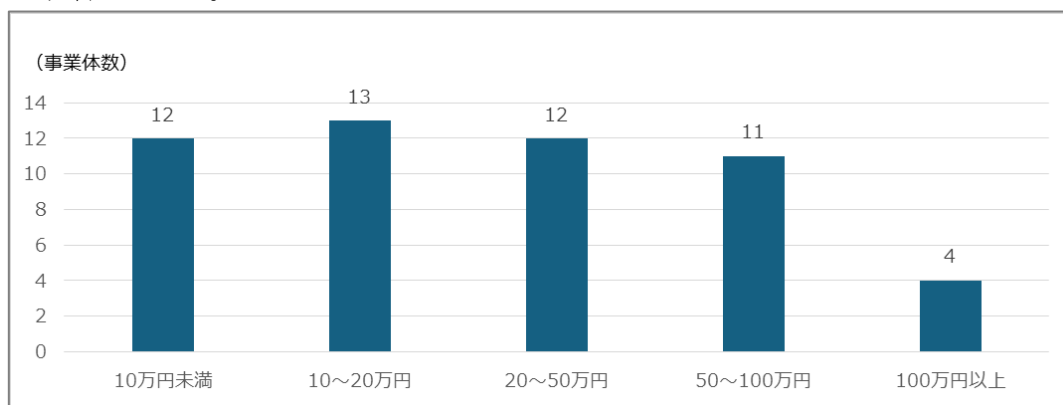


図 57 米の仕入規模別 事業体数 n=52

(4) 米の市内購入率と市内産米取扱率

消費事業体における回答者の米の総購入額は約 2,000 万円であり、そのうち、市内産米の総購入額は約 1,600 万円であった(図 58)。また、米の市内購入率と市内産米取扱率を推計すると、市内購入率は「78.4%」、市内産米購入率は「71.8%」であった(図 59)。市内購入、市内産米取扱で似たような傾向にあることから、市内購入しているそのほとんどが市内産米であると予測される。

消費事業体の調達先となっている流通事業体全体の市内産米販売率が「9.9%」であったのに対し、消費事業体では高い市内産米取扱率となっていることから、多くの消費事業体では市内産米を意識して使っている可能性が高い。

消費事業体が市内産米を積極的に提供することで、上越市全体の所得創出額が増加し、これがフードツーリズムへの対応にもなり得る。また、消費事業体では提供するメニューや食料の調達先によって市内所得額が変わること、飲食店利用者では自分が選んだメニューによって所得創出額が変わること、これを知った上で選択することも重要であると考ええる。

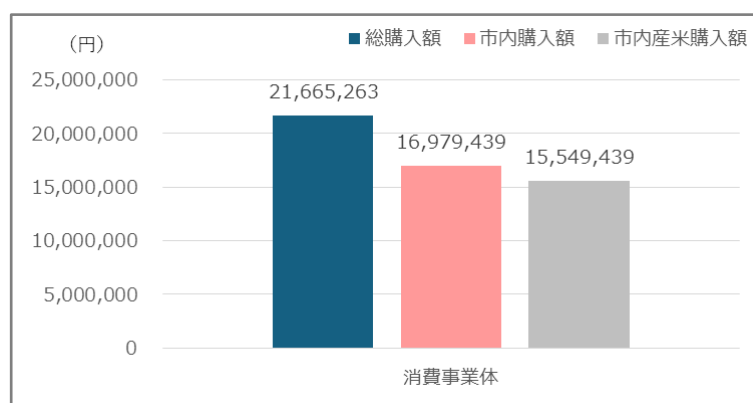


図 58 米の総購入額、市内購入額、市内産米購入額 n=52

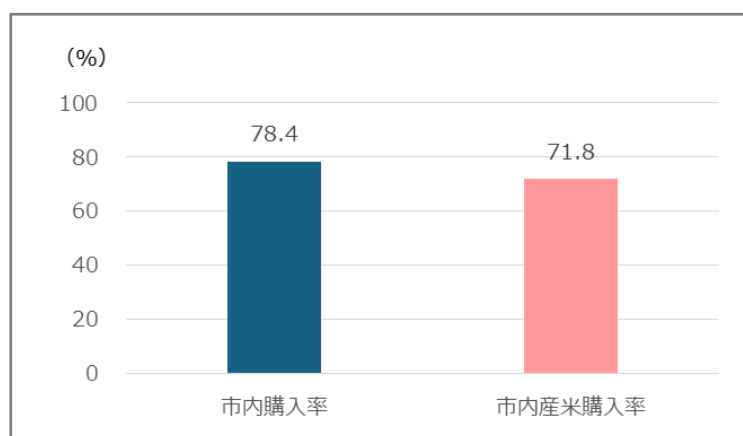


図 59 市内購入率と市内産米購入率 n=52

(5) 市内購入事業体数と市内購入率

米の仕入規模別に、市内購入している事業体数を見ると、米の仕入額 100 万円未満では高い市内購入率となっている反面で、100 万以上では 50%程度に留まっていた。100 万円以上のサンプル数が小さい（2 事業体）ため根拠としては弱い。大規模ほど本部からの一括調達等により、市内調達が難しくなると予測される。全体では 45 事業体で米の市内調達をしていた（図 60）。（この結果は市内購入の金額は考慮していない。）

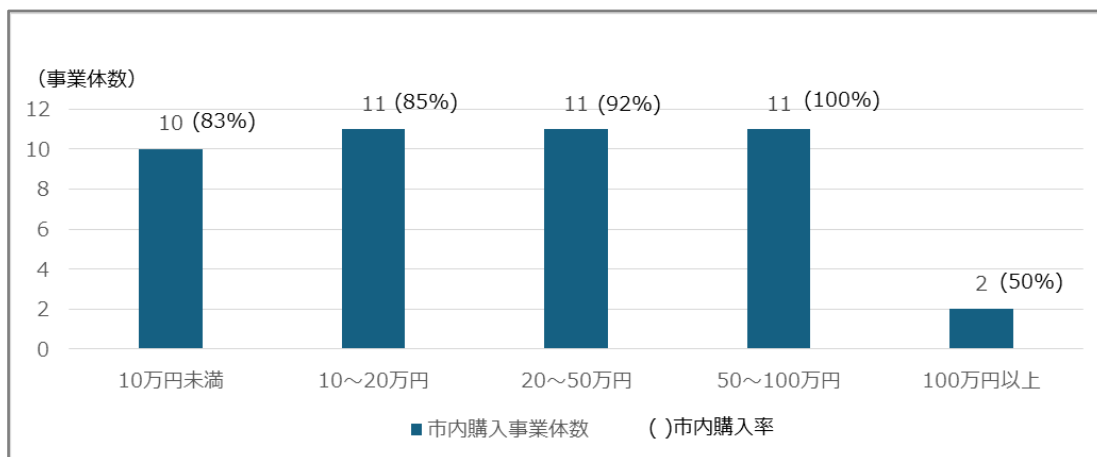


図 60 米の仕入規模別 市内購入事業体数と市内購入率 n=52

(6) 市内産米の取扱事業体数と取扱率

米の仕入規模別に、市内産米取扱事業体数（取扱率）を見ると、米の仕入額 100 万円未満では高い市内産米取扱率となっている反面で、100 万以上では 50%程度に留まっていた。前述の市内購入とほぼ同様の傾向であり、市内調達している米はほぼ地元産と予測される。全体では 43 事業体で米の市内産米の取扱があった（図 61）。（この結果は市内産米の購入金額を考慮していない。）

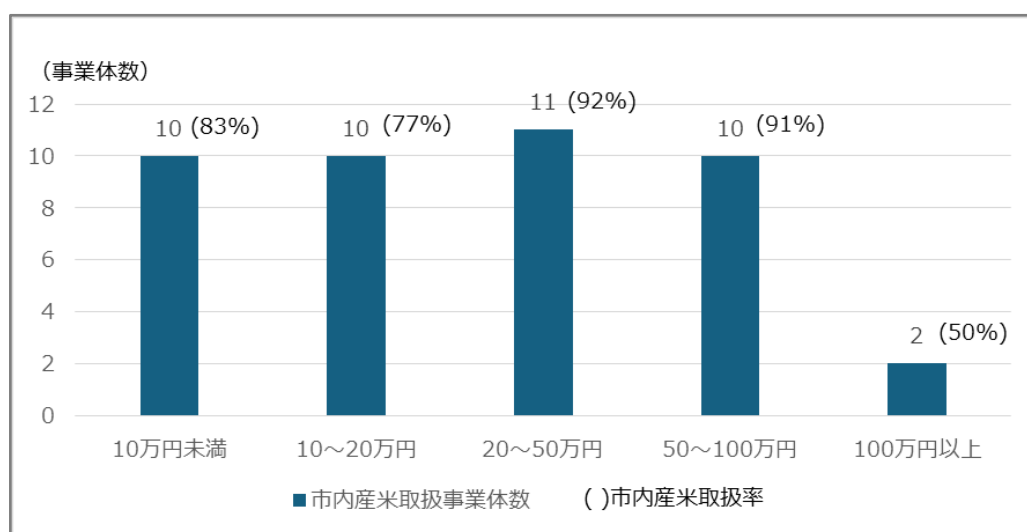


図 61 米の仕入規模別 市内産米取扱事業体数と取扱率 n=52

(7) 市内産米品種別の取扱事業体数と取扱率

市内産米の品種別に、取扱いがある事業体数と取扱率を算出した。上記のコシヒカリを例に解説すると、市内産米の取扱がある 45 事業体の中で、33 事業体（約 77%）で上越市産のコシヒカリの取扱いがあるということである。

「コシヒカリ」「こしいぶき」が比較的高い取扱率となっており、その以外の品種では大きい差は見られなかった（図 62）。上記に加えて販売規模を加えたグラフを以下に掲載する。比較的に取扱が多い「コシヒカリ」「こしいぶき」では仕入規模とは関係なく取扱いがある。（図 63）。

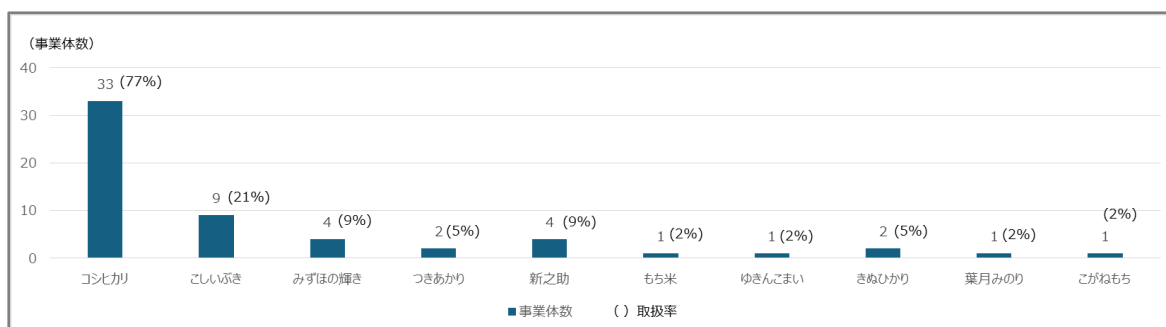


図 62 取扱のある市内産米の品種別 事業体数と取扱率 n=5

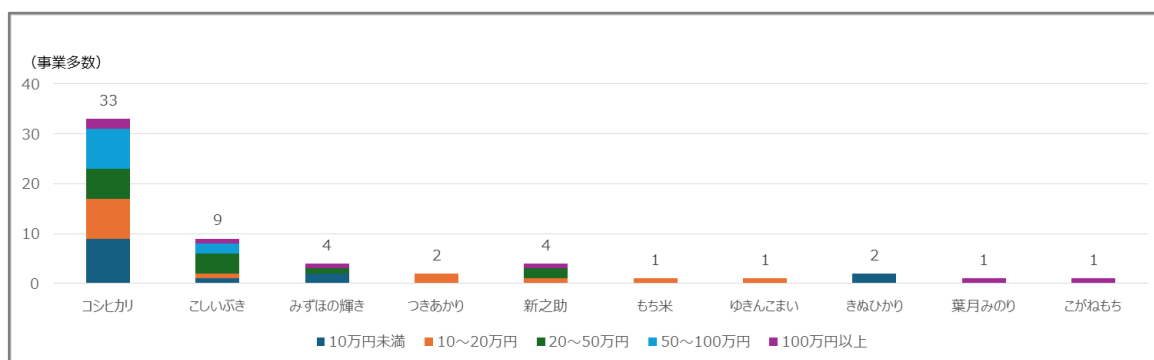


図 62 取扱のある市内産米の品種別 事業体数と取扱率 n=52

(8) 市内購入・市内産米取扱いに関する意識・障壁

ア) 今後、市内から米の仕入・販売を開始・拡大したいと思うか

「思う」と回答した事業体は全体の約 4 割（図 63）であり、この思いはあるのに現時点で仕入を開始していない事業体に対し、次設問でその理由（障壁・課題）を聞いている。

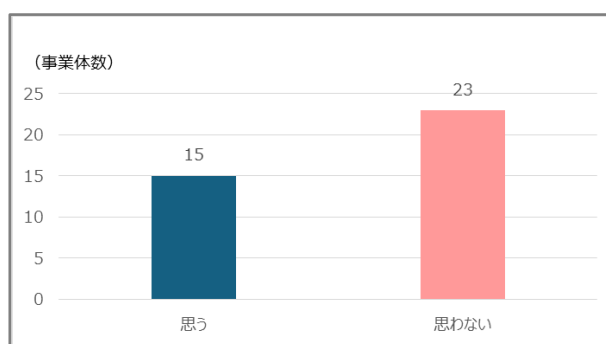


図 63 今後の市内から米の仕入・販売を開始・拡大したいと思うか n=38

イ) 市内からお米の仕入・販売を開始・拡大する上での障壁・課題

今後、市内からのお米の仕入を開始・拡大したいと思いますか、という問いに「思う」と回答のあった事業体に対してその障壁・課題を調査した。

第1位は「価格が高い」、第2位は「手間がかかる」「仕入先がない」であった。価格がネックとなり仕入を開始できていない事業体が多い(図64)。

なお、その他の内容としては以下の意見が挙げられた。

- ・ 保管場所がない
- ・ 米の消費が増加傾向にあるため
- ・ ひとまず現状維持
- ・ 自店の問題
- ・ 農家直売の依頼も多くお願いされるが、「こっちを立てれば向こうが立たず」の状況になるため商店購入になる。

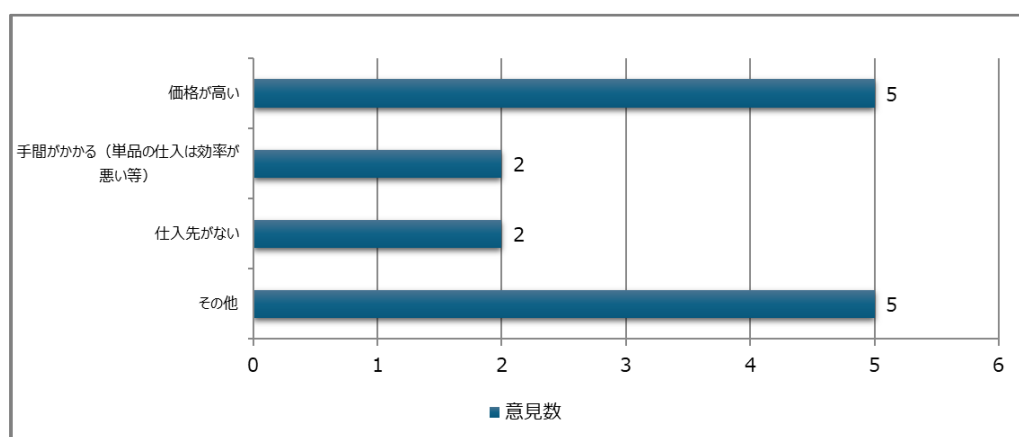


図64 市内から米の仕入を開始・拡大する上での障壁・課題 n=15

ウ) 市内産米の仕入状況

仕入額は考慮していないが、本設問に回答していただいた約9割の事業体で市内産米の仕入があった(図65)。意識して市内産米を仕入していない限り、この結果にはならないと考える。

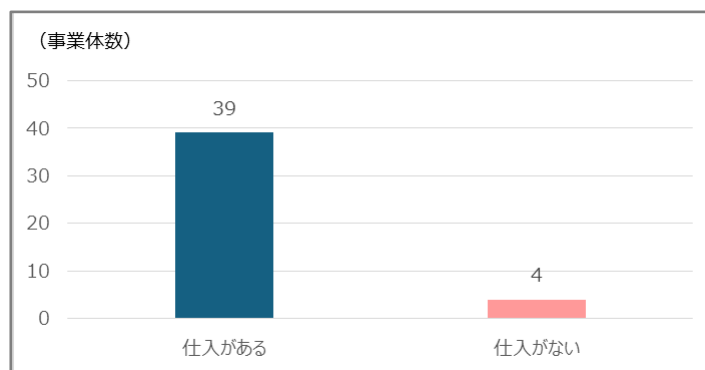


図65 市内産米の仕入がある事業体数 n=44

エ) 市内産米を仕入している理由

市内産米を仕入している理由の第1位は、全体の7割以上の事業体が回答していた「味がよい」であった。次いで「鮮度がよい」「企業としての地元貢献のため」となっている。上越市のお米は味がよいということが改めて分かる結果となった(図66)。また、多くの事業体から「地元愛」が感じ取れる結果にもなっている。その他、はさがけ米で値は高いが、自店も質を落としたくないなどの意見が挙げられた。

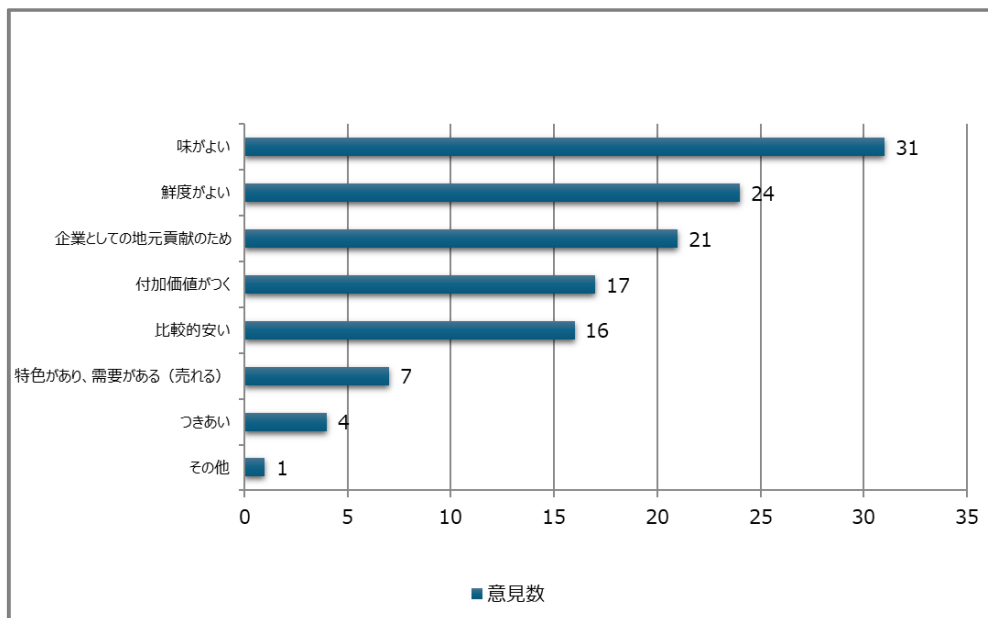


図66 市内産米を仕入している理由 n=39

オ) 今後、市内産米の仕入を開始・拡大したいと思うか

約6割の事業体で市内産米の仕入・販売を開始・拡大したいと思わない、という回答であった(図67)。

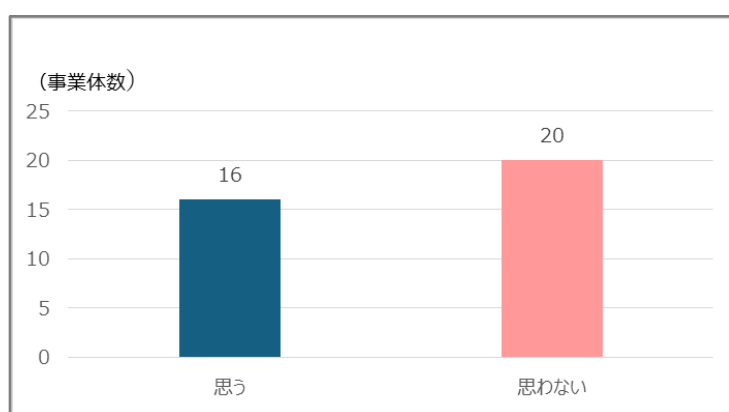


図67 今後の市内産米の仕入を開始・拡大したいと思うか n=36

カ) 市内産米の仕入を開始・拡大する上での障壁・課題

今後、市内産米の仕入を開始・拡大したいと思いますか、という問いに「思う」と回答のあった事業体に対してその障壁・課題を調査した。

第1位は「価格が高い」、第2位は「どんな生産者・製造業者がいるかわからない」「どこから仕入すればいいかわからない」という回答であった(図68)。市内購入の障壁・課題と同様の傾向で、価格が一番のネックとなっていた。また、仕入先や生産者の情報を知るための仕組みが不足していると考えられる。

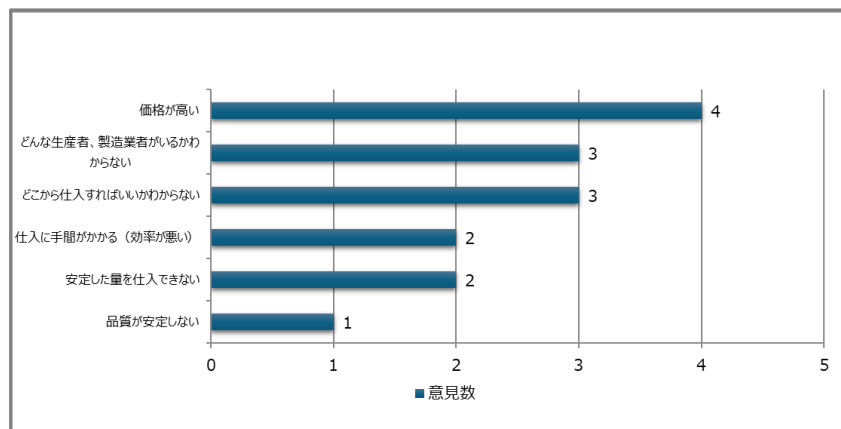


図 68 市内産米の仕入を開始・拡大する上での障壁・課題 n=16

キ) 市内産米の仕入を開始・拡大したいと思わない理由

今後、市内産米の仕入を開始・拡大したいと思いますか、という問いに「思わない」と回答のあった事業体に対してその理由を調査した。

「現状で満足している」という回答が圧倒的に多かった。前述までの市内産米利用状況を鑑みると、現状で市内産米を最大限使用しているため、この回答になったと考えられる。その他「不作時の安定確保のため」、「本社からの仕入業者であるため」などの意見が挙げられた。

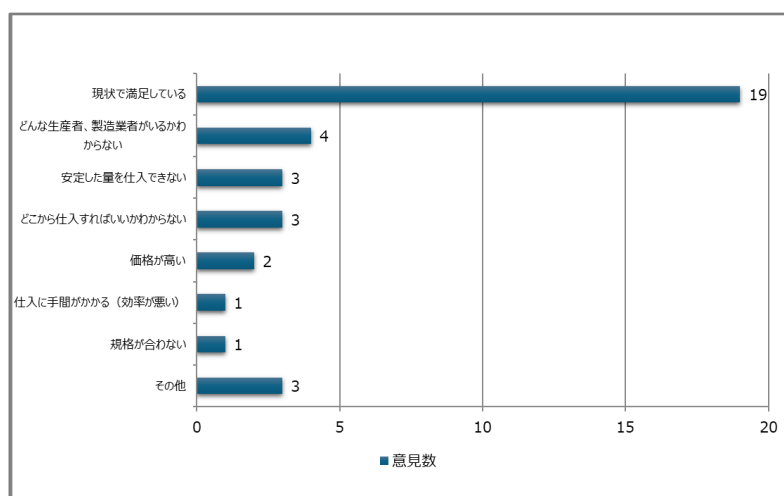


図 69 市内産米の仕入を開始・拡大したいと思わない理由 n=20

（９）参加・利用したい取組

参加・利用したい地元産米利用を促進する取組については、「参加・利用しないと思う」という意見を除くと、第１位は「地元産米取り扱い店認証制度」、第２位は「地元生産者との交流会、試食会」であり、「味・顔・情報」をつなぐ仕組みに期待が集まっている（図 70）。その他「棚田生産者の確保」などの意見が挙げられた。

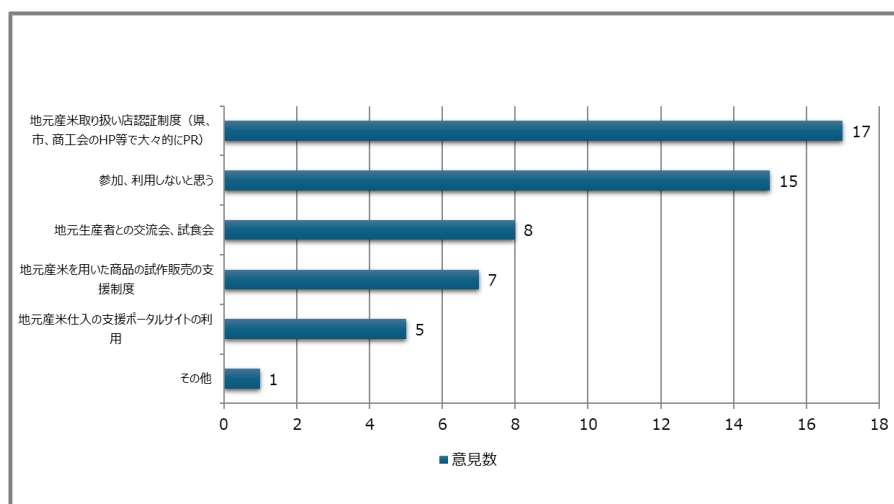


図 70 参加・利用したい取組 n=39

（１０）事業所の今後の継続性

ア）回答のあった事業体の今後の継続性

「少子高齢化」「人口減少」「担い手（後継者）不足」等の影響により、多くの事業体の継続が困難となってきた。このような傾向にある中、上越市での傾向も把握するため、米の取扱がある消費事業体（宿泊施設、飲食店）に今後の継続性について調査を実施した。

「10 年以内に事業所の運営は継続困難になると思う」という回答が約 5 割（図 71）を占めており、上越市の消費事業体においては、今後の運営が厳しい状況となることが分かる。

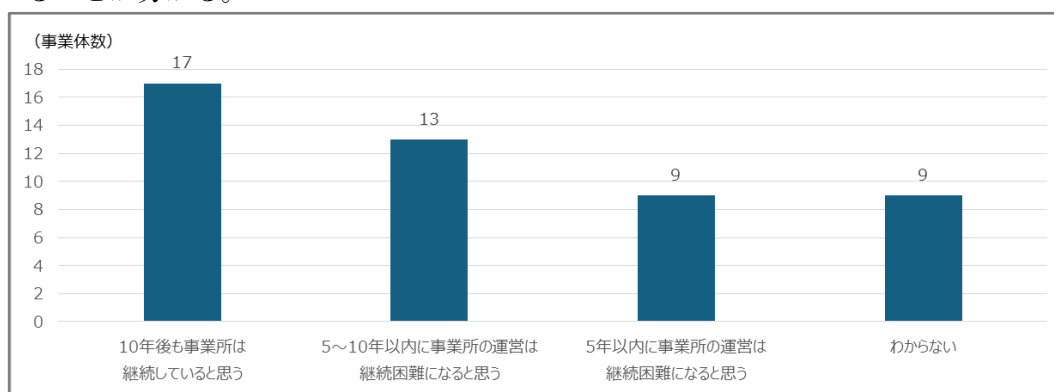


図 71 事業所の今後の継続性 n=48

イ) 10年以内に事業体運営が継続困難になると思う理由

「10年以内に事業所の運営は継続困難になると思う」と回答した事業体について、継続困難となる理由について調査した。

第1位が「後継者がいない」、第2位が「従業員が確保できない」、第3位が「必要な売上が見込めない（販売先が少なくなっていく）」であり、従業員不足、売上の減少がネックとなっている（図72）。これは流通事業体（卸・小売業）と同様の結果であった。従業員不足、売上の減少は人口減少を起因するところが大きいため、継続的な事業体運営という観点からも上越市全体での人口減少対策は必須となる。

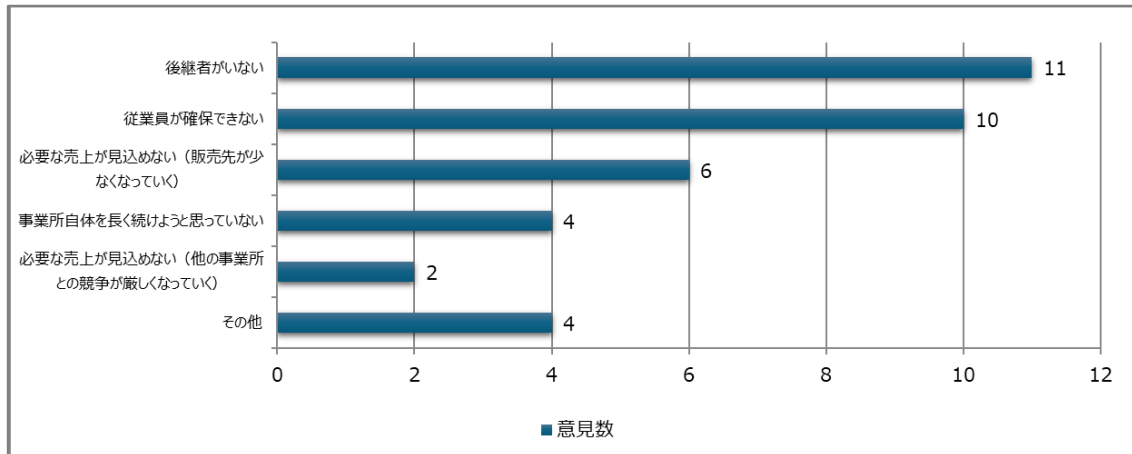


図72 10年以内に事業体運営が継続困難になると思う理由 n=22

(11) 米の地産地消を推進するためのアイデアや工夫

調査票「設問7」において記載いただいたアイデアや工夫を以下に掲載する。

- ・ 従業員の確保。
- ・ DNA 操作米の導入はやめ、なるべく農薬を使わない事で付加価値を上げる。糠も安定供給できる様な仕組みづくり。
- ・ ステッカーをお店に掲示。
- ・ 考え方が古い上越市農政課の組織改善。観光課に居た方（氏名は伏せる）を呼び戻してほしい。
- ・ 飲食店がもっと地元産米を使うようにする。（お客さまに料理して提供する）
- ・ 県外有名飲食店での使用斡旋、広告。
- ・ 個人の農家さんがもっと手軽に売買出来るような取組、仕組み。
- ・ 個人生産者が増えるようなわかりやすい取り組みを考える。
- ・ 上越市内の資金が市内で循環することのメリットのPR活動。
- ・ 生産者が直接販売できるイベントを定期的実施する。
- ・ 有識者となる人があまりにも偏っている現状を改善する。
- ・ 不作時でも品質や量に不足が生じない保証。
- ・ 仕入れ値高騰の抑制

6. 米加工品製造（主に日本酒）に関わる投入部門の市内循環解析

（１）目的

米の取扱いがある流通事業体（製造業）を対象に調査を実施した。その中でも米が原材料となる酒造会社（主に日本酒）を対象としている。

お米は主食用米だけでなく、日本酒等の加工用米として使用されることも多々あるため、製造業にも調査を実施し、製造業における市内産米利用に関する意識・障壁を把握することが目的である。ただし、製造業全般では範囲が広域すぎるため、原材料としてお米を多量に使用する酒造会社（主に日本酒）のみを対象とした。

（２）調査票の回収率

調査対象の母数は「13」、全数調査のため調査票を配布したのも「13」であり、実際に回収できた調査票は「8」であった。そして、回収できた調査票は全て集計に利用可能だったため、実際の有効回答数も回収数と同数の「8」であった（図 73）。

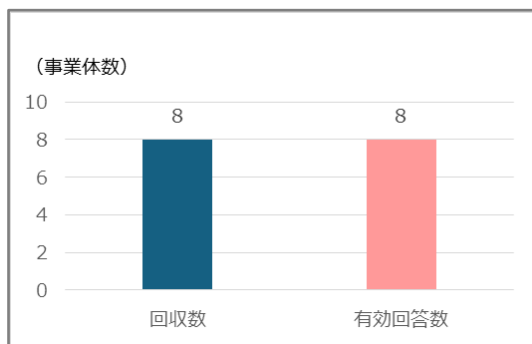


図 73 調査票の回収数と有効回答数

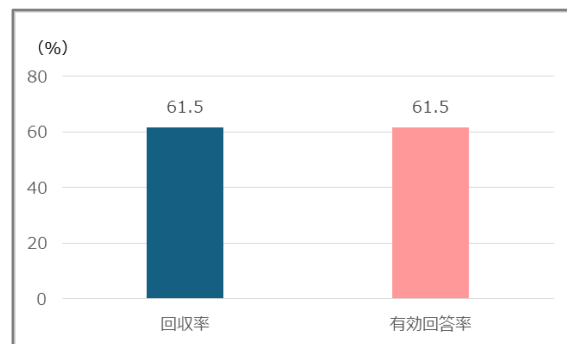


図 74 調査票の回収率と有効回答率

（３）回答者の米の仕入規模別事業体数

回答者（主に日本酒製造）の米の仕入規模は大きく、2,000 万円以上が約半数を占めている（図 75）。

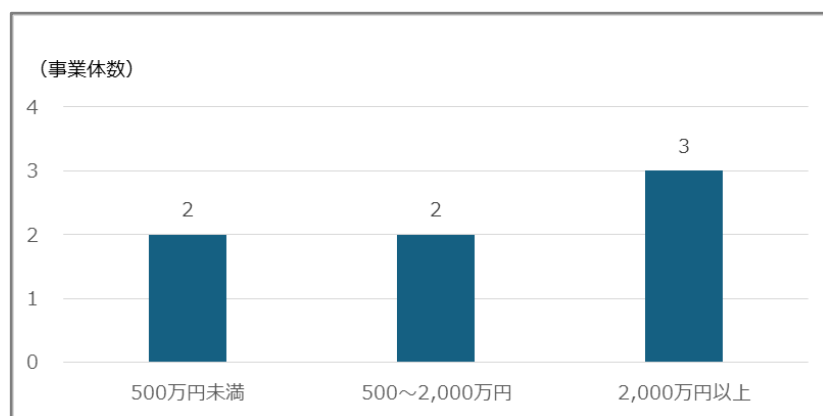


図 75 米の仕入規模別 事業体数 n=7

(4) 米の市内購入率と市内産米取扱率

酒造会社（主に日本酒）における回答者の米の総購入額は約 9,800 万円であり、そのうち、市内産米の総購入額は約 6,400 万円であった（図 76）。米の市内購入率と市内産米取扱率を推計すると、市内購入率は「64.8%」、市内産米取扱率も「64.8%」であった（図 77）。つまり、市内購入している原材料の米は全て市内産米ということである。

1 事業体あたりに換算すると、約 1,400 万円分の米が投入され、そのうち市内産米は約 900 万円になっている。日本酒製造では多量の米が使用されるため、市内経済に与える影響も大きい。

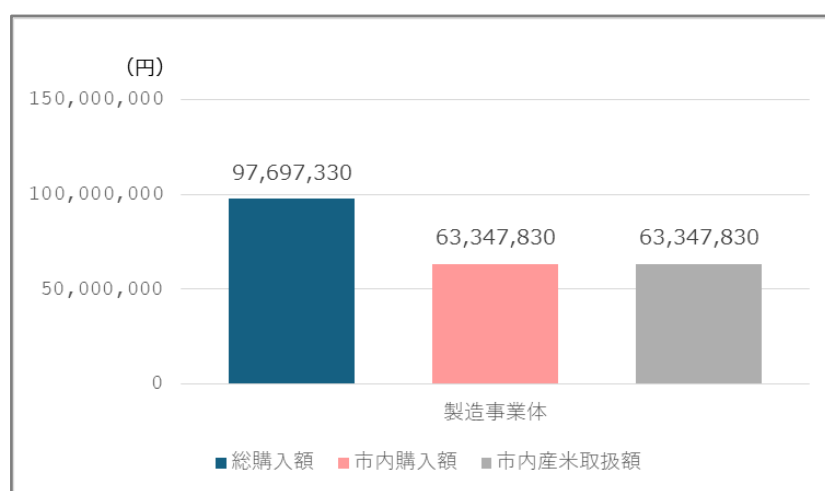


図 76 米の総購入額、市内購入額、市内産米取扱額 n=7

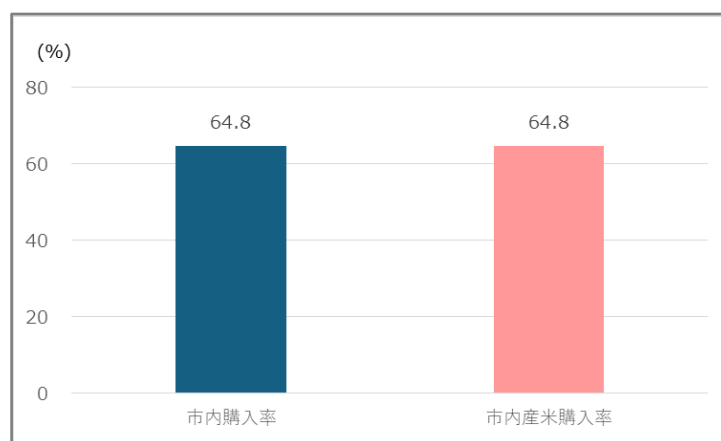


図 77 市内購入率と市内産米購入率 n=7

(5) 市内購入事業体数と市内購入率

米の仕入規模別に、市内購入している事業体数を見ると、仕入規模が大きいほど高い市内購入率になっている。言い方を変えると 500 万円未満の 1 事業体以外は全て市内調達をしている（図 78）。（この結果は、市内購入の金額を考慮していない。）

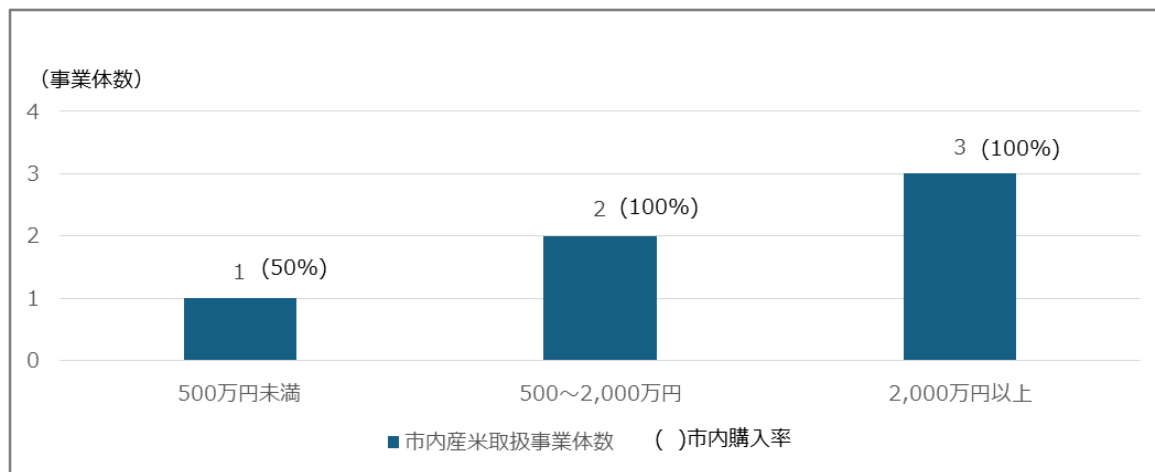


図 78 米の仕入規模別 市内購入事業体数と市内購入率 n=7

(6) 市内産米の取扱事業体数と取扱率

「市内購入率 = 市内産米取扱率」のため、前述の市内購入事業体数と市内購入率と同じ内容となっている（図 78）。（この結果は、市内産米の購入金額を考慮していない。）

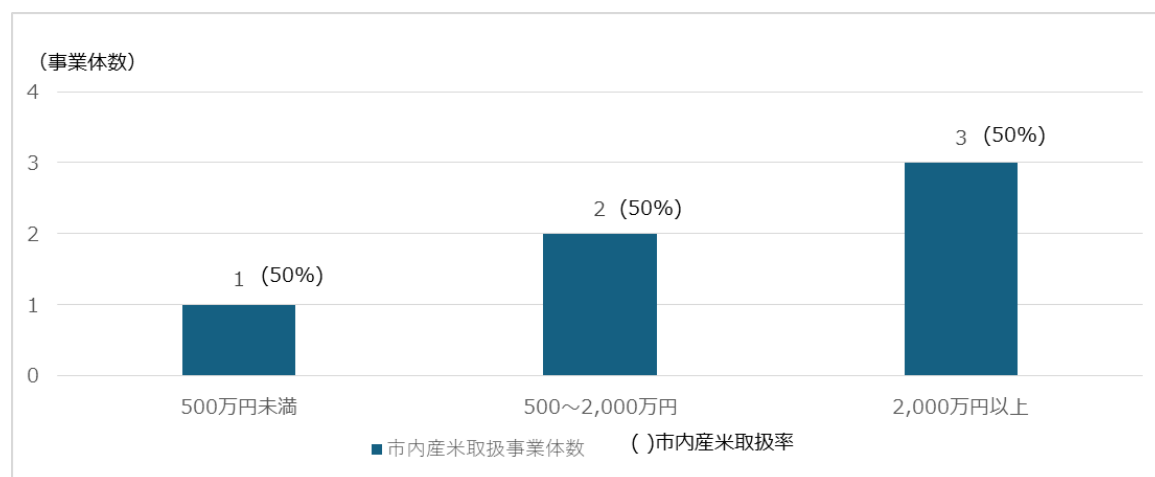


図 79 米の仕入規模別 市内購入事業体数と市内購入率 n=7

(7) 市内産米品種別の取扱事業体数と取扱率

市内産米の品種別に、取扱がある事業体数と取扱率を算出した。越淡麗を例に解説すると、市内産米の取扱がある6事業体の中で、5事業体（約83%）で上越市産の越淡麗の取扱いがあるということである（図79）。

製造業（主に日本酒）では「越淡麗」「五百万石」が比較的高い取扱率となっており、その以外の品種では大きい差は見られなかった。上記に加えて販売規模を加えたグラフを以下に掲載する。比較的反取が多い「五百万石」「越淡麗」では仕入規模とは関係なく取扱いがある（図80）。

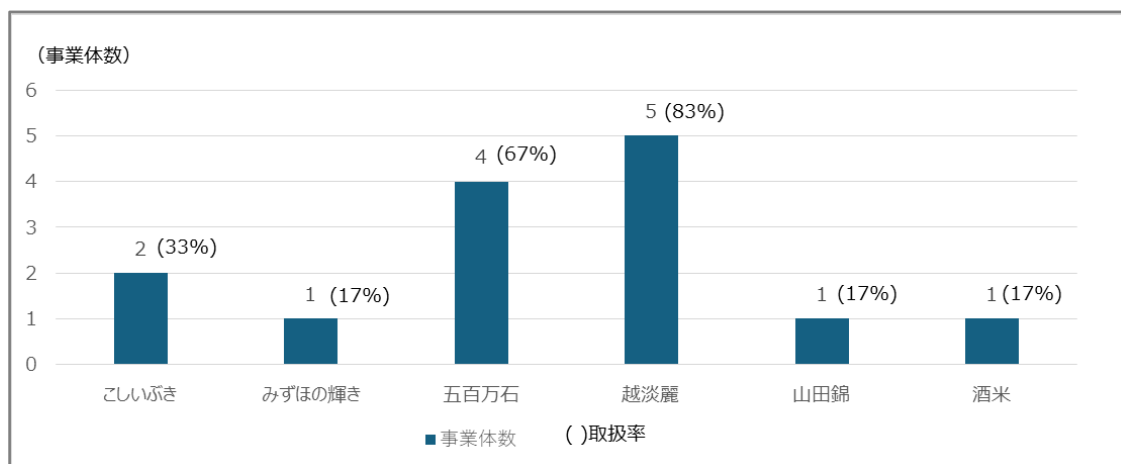


図79 取扱のある市内産米の品種別 事業体数と取扱率 n=7

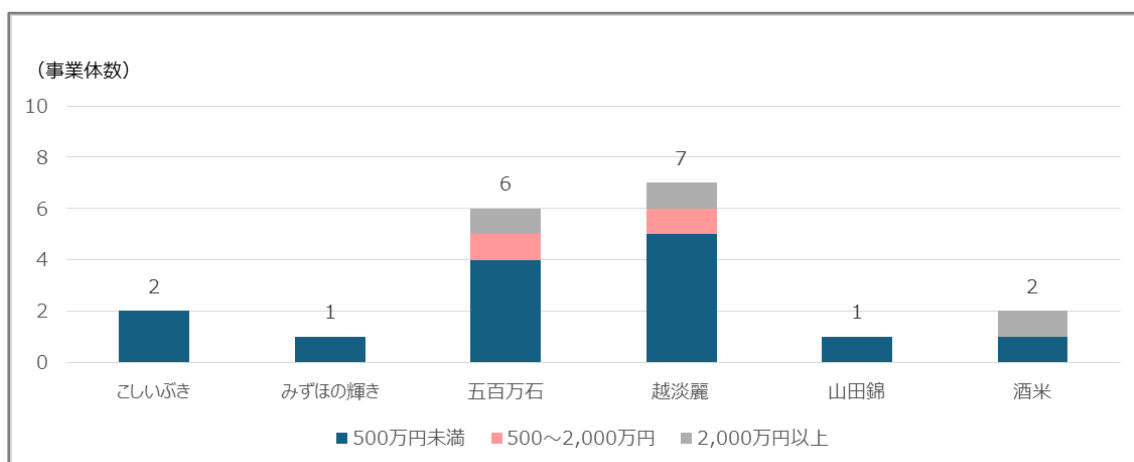


図80 取扱のある市内産米の品種・仕入規模別 事業体数

(8) 加工販売している品目と販売額

加工販売している品目は「日本酒」「酒粕」の2品目であった(図81)。主に日本酒製造を対象としているため、当然ながら全事業体で日本酒の販売がある。

投入する米も大きい販売する規模も大きく、1事業体あたりに換算すると約1億円の販売額となる

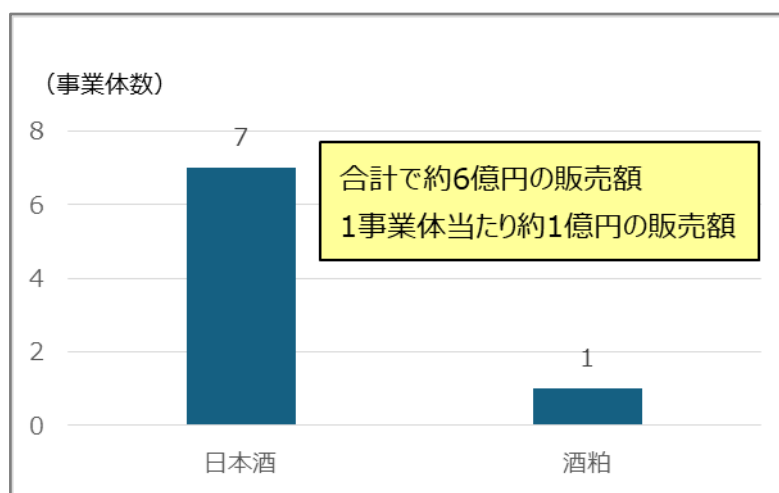


図81 加工販売している品目と事業体数 n=7

(9) 市内購入・市内米取扱いに関する意識・障壁

ア) 今後、市内から米の仕入・販売を開始・拡大したいと思うか

「思う」と回答した事業体は全体の半数(図82)であり、この思いはあるのに現時点で仕入を開始していない事業体に対し、次設問でその理由(障壁・課題)を聞いている。

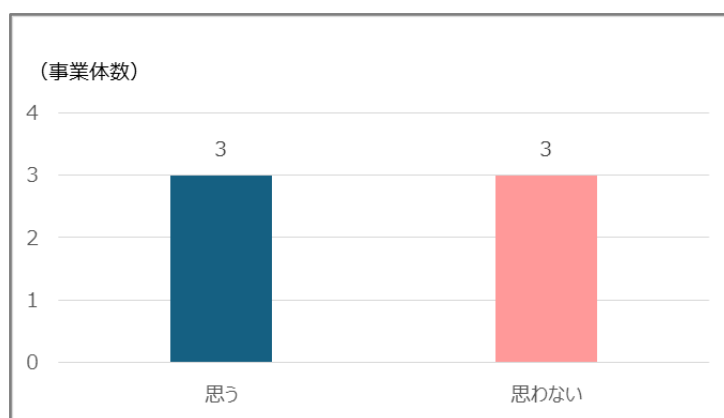


図82 今後、市内から米の仕入・販売を開始・拡大したいと思うか n=6

イ) 市内から米の仕入・販売を開始・拡大する上での障壁・課題

今後、市内からの米の仕入を開始・拡大したいと思いますか、という問いに「思う」と回答のあった事業体に対してその障壁・課題を調査した。

意見数はすべて「1」と少数だが、「価格が高い」「仕入先がない」という意見が挙げられた（図 83）。その他「製造数量の拡大」によるという意見が挙げられた。

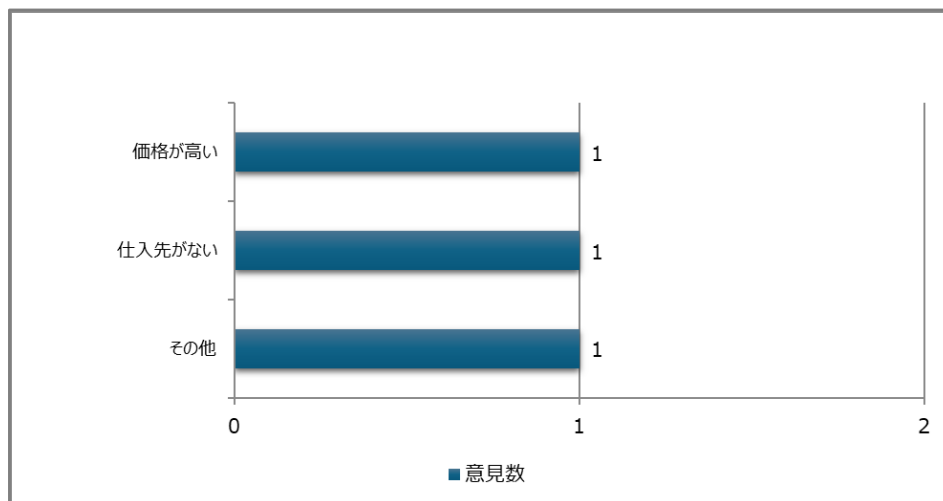


図 83 市内から米の仕入を開始・拡大する上での障壁・課題 n=3

ウ) 市内産米の仕入状況

仕入額は考慮していないが、本設問に回答していただいたほとんどの事業体で市内産米の仕入があった（図 84）。消費事業体と同様に、意識して市内産米を使用していると考ええる。

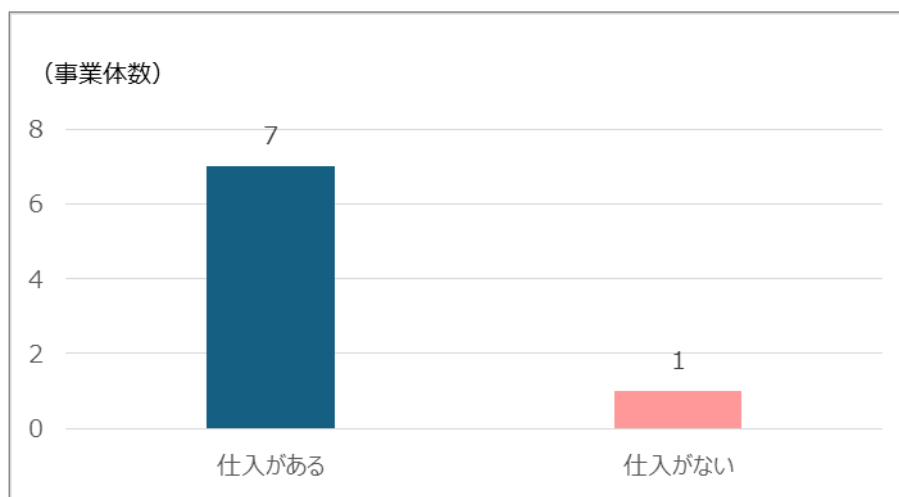


図 84 市内産米の仕入がある事業体数 n=8

エ) 市内産米を仕入している理由

市内産米を仕入している理由の第 1 位は「企業としての地元貢献のため」で、第 2 位は「付加価値がつく」であった（図 85）。多くの事業体から「地元愛」が感じ取れる結果になった。また、加工業（日本酒製造業）においても上越市で生産された米のブランド力が分かる結果となった。その他「原産原料を使っているという特殊性。生産者・生産現場を確認できる」「地酒を売りにしているから」などの意見が挙げられた。

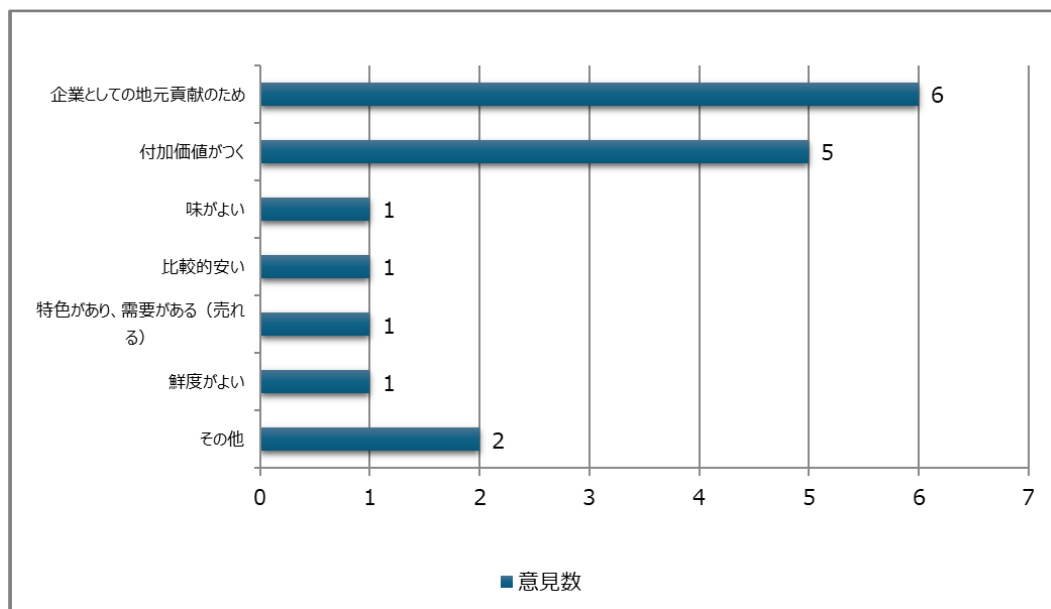


図 85 市内産米を仕入している理由 n=7

オ) 今後、市内産米の仕入を開始・拡大したいと思うか

約 6 割の事業体で地元産米の仕入・販売を開始・拡大したいと思わない、という回答であった（図 86）。

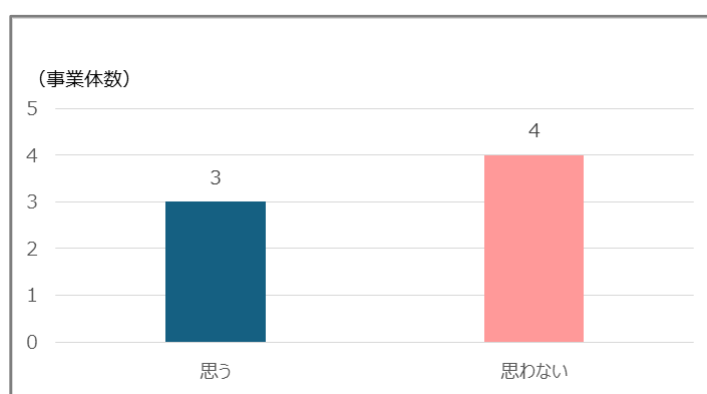


図 86 今後の市内産米の仕入を開始・拡大したいと思うか n=7

カ) 市内産米の仕入を開始・拡大する上での障壁・課題

今後、市内産米の仕入を開始・拡大したいと思いますか、という問いに「思う」と回答のあった事業体に対してその障壁・課題を調査した。

第1位は「安定した量を仕入できない」という回答であった(図87)。米の生産総量はあるものの、仕入先(販売元)がないのか、品種が主食用米と異なるため生産者が少ないのかは不明だが、量がネックとなっている。

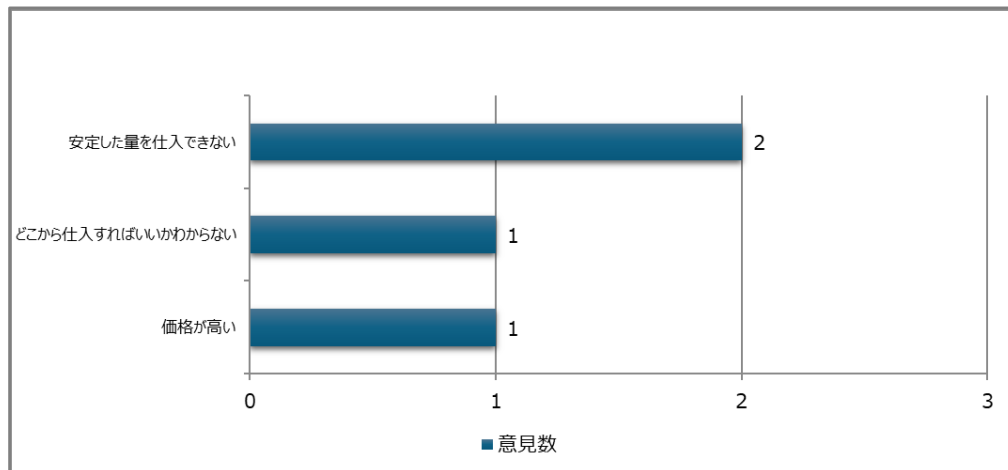


図87 市内産米の仕入を開始・拡大する上での障壁・課題 n=3

キ) 市内産米の仕入を開始・拡大したいと思わない理由

今後、市内産米の仕入を開始・拡大したいと思いますか、という問いに「思わない」と回答のあった事業体に対してその理由を調査した。

「現状で満足している」という回答が多かった(図88)。前述までの市内産米利用状況を鑑みると、現状で市内産米を最大限使用しているため、この回答になったと考えられる。

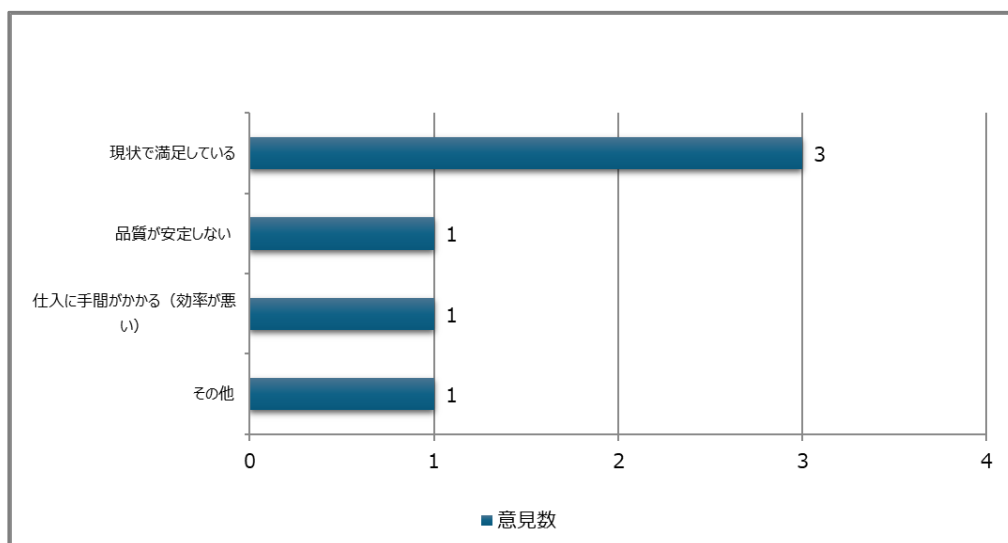


図88 市内産米の仕入を開始・拡大したいと思わない理由 n=4

（１０） 参加・利用したい取組

参加・利用したい地元産米利用を促進する取組の第１位は、「地元産米を用いた商品の試作販売の支援制度」であった（図 89）。

その他、「中山間地営農居住者への一律給付金、免除制度。市民中央部へ人口を集約すると過疎と害獣により棚田はもたない」「加工製品を製造している為、地元品の更なる PR を希望」などの意見が挙げられた。

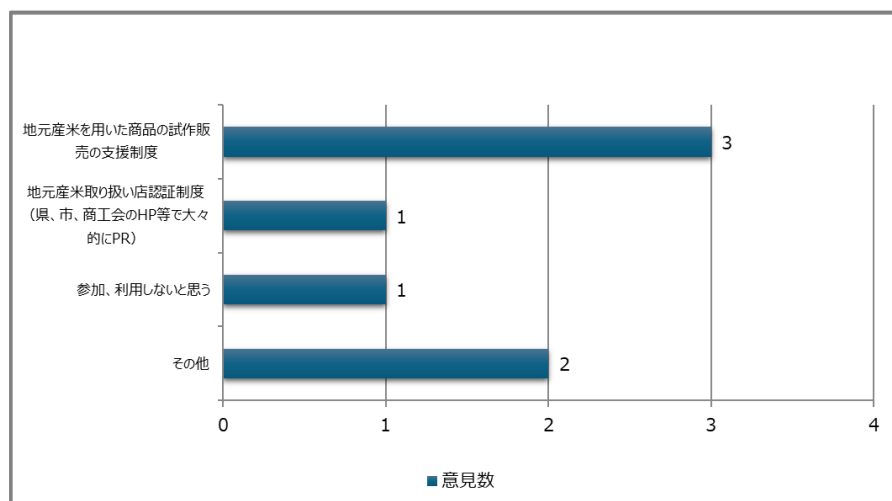


図 89 参加・利用したい取組 n=5

（１１） 事業所の今後の継続性

ア) 回答のあった事業体の今後の継続性

「少子高齢化」「人口減少」「担い手（後継者）不足」等の影響により、多くの事業体の継続が困難となってきている。このような傾向にある中、上越市での傾向も把握するため、米の取扱がある製造業（主に日本酒）に今後の継続性について調査を実施した。

「10 年以内に事業所の運営は継続困難になると思う」という回答は「1」と少数で、ほとんどの事業体は「10 年後も事業所は継続していると思う」という回答であった。製造業（主に日本酒）は継続性が高いことが分かった（図 90）。

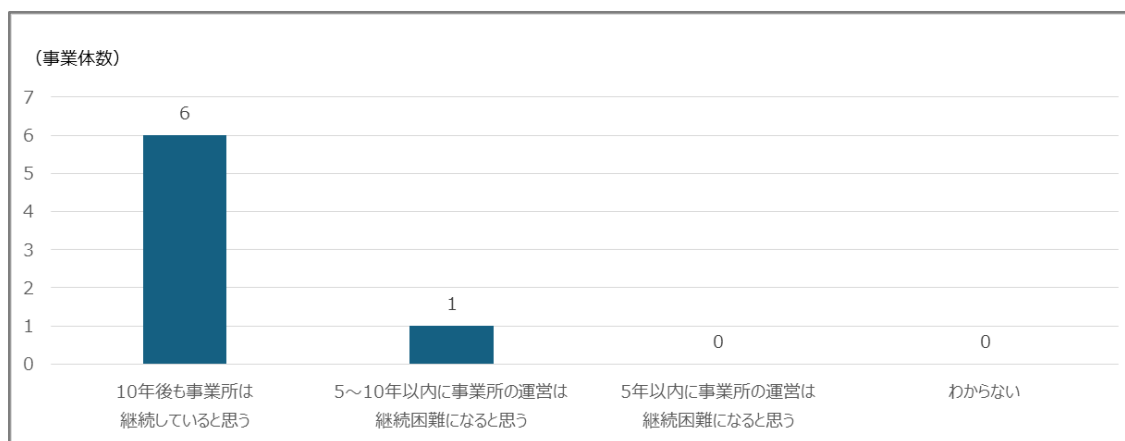


図 90 回答のあった事業所の今後の継続性 n=7

イ) 10年以内に事業体運営が継続困難になると思う理由

意見数は「1」と少数ではあるが、「5～10年以内に事業所の運営は、継続困難になると思う」「5年以内に事業所の運営は、継続困難になると思う」と回答のあった事業体を対象として継続困難となる理由を調査した。

「必要な売上が見込めない（販売先が少なくなっていく）」「従業員が確保できない」「後継者がいない」が挙げた（図91）。意見数は少数だが、流通事業体（卸・小売業）、消費事業体と同様の傾向となっている。

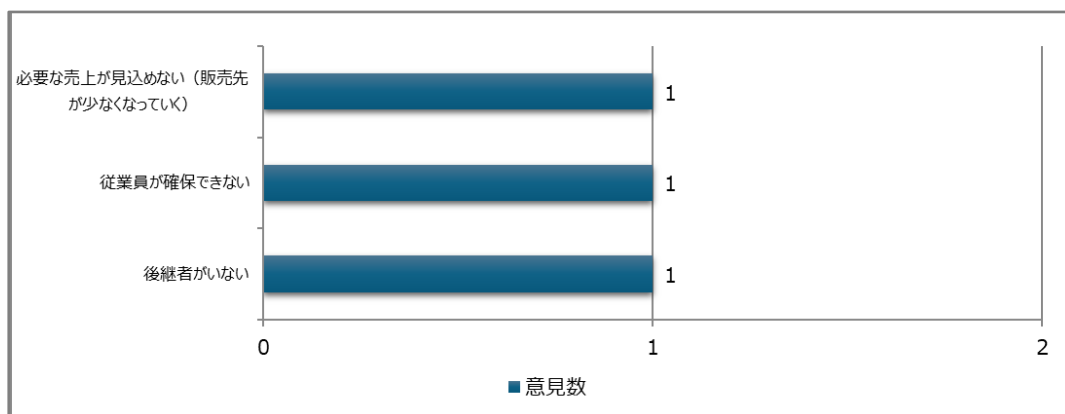


図 91 10年以内に事業体運営が継続困難になると思う理由 n=1

(12) 米の地産地消を推進するためのアイデアや工夫

調査票「設問8」において記載いただいたアイデアや工夫を以下に掲載する。

- ・ 日本酒乾杯条例などが議会にて制定したにも関わらず、全く行われず、農家さん達の会でも、乾杯は日本酒ではなくビール。本気になって米の消費を考えている人はおらず大変残念。その意識を変えるため、酒造会社と農家との交流会の実施。
- ・ 教育移住、中山間地就農などに給付金。
- ・ 居住コスト軽減など優遇率を導入して人口を増やす。
- ・ 移民や難民の受入れ、定住支援特区の創設。
- ・ 香港から金融、技術者を入れる。
- ・ 国や国際機関から予算を貰い、ガザ地区住民の緊急避難地として土地・住居の提供や活動支援をする。
- ・ 空家などへの能登半島被災者受入れ。
- ・ 明石市やフランスの前例にならい、少子化対策に特化する。
- ・ 県内もしくは市内、上越地市内で地場産品に対する消費税の免除、又は還付する制度をつくる。
- ・ 固定資産税の廃止。
- ・ 上越の土地と食に十分に触れてもらう機会の創出。
- ・ 謙信 SAKE 祭りに加え、謙信公祭 SAKE 祭り（1日で可）など、市外からの来訪者の方向けに、酒や地元名産品の販売ブース会場を行政に支援していただきたい。

IV 米の所得創出額

(1) 目的

前述までで、消費事業体、流通事業体、生産事業体それぞれの個別集計を掲載したが、本項では個別に集計した結果を連結することにより、「消費事業体や一般世帯（以下「世帯」という）での米の購入を出発点とした総合的な所得創出額」を推計する。

(2) 所得創出額とは

所得創出額とは、特定の事業や活動によって新たに生み出された所得の総額を差し、主に、事業に係わる従業員の賃金（給与）や生産・販売活動から得られる所得の合計のことで、以下の販売所得と生産所得の2つに分類している。

$$\text{所得創出額} = \text{生産所得} + \text{販売所得}$$

※生産所得とは・・・製品の生産・出荷によって発生する所得（主に農家や製造業者に支払われる賃金など）。

※販売所得とは・・・生産された製品やサービスを販売することによって発生する所得（販売員や流通業者に支払われる賃金など）。

つまり、消費事業体や世帯で米の購入を出発点とした総合的な所得創出額とは、生産者の生産所得、生産資材の販売所得、流通事業体の販売所得の3つを合計したものとなる。なお、出発点としている消費事業体の所得は考慮していない。

(3) 消費事業体（宿泊施設、飲食店）を出発点とした所得創出額

消費事業体（宿泊施設、飲食店）の米の購入を出発点とし、生産まで追った場合の最終的な所得創出額を推計した。

ア) 総額

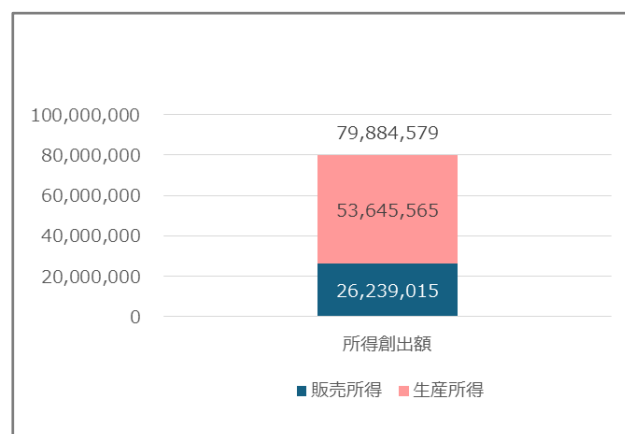


図 92 米の購入に関わる所得創出額（総額）

イ) 1事業体当たり

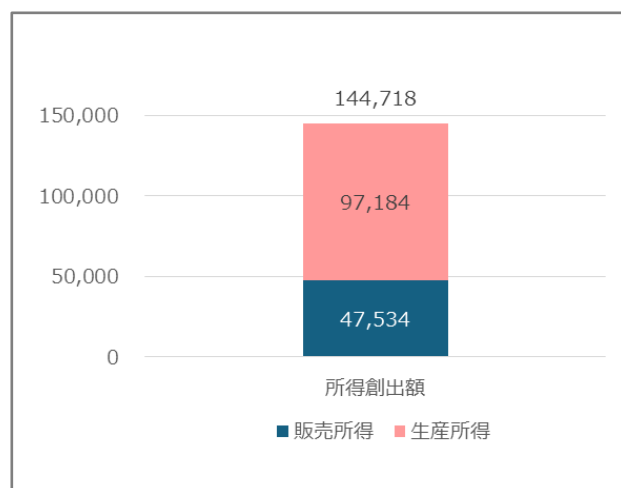


図 93 米の購入に関わる所得創出額（1事業体当たり）

ウ) 所得創出額（購入額 1,000 円当たり）

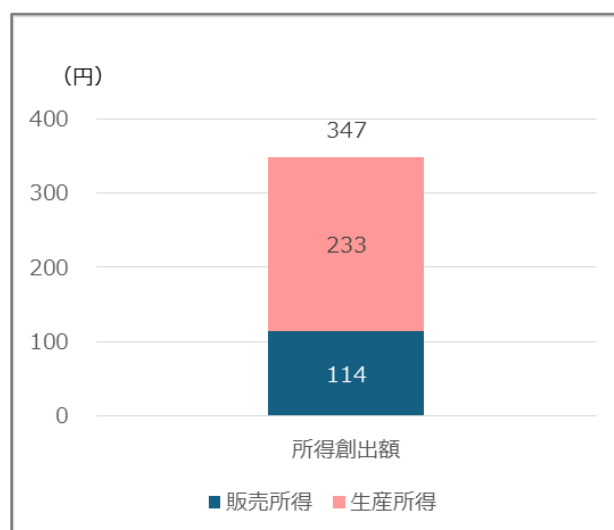


図 94 米の購入に関わる所得創出額（購入額 1,000 円）

現在の消費事業体の米の仕入に関連する所得創出総額は約 8,000 万円（図 92）で、1事業体当たりでは約 15 万円（図 93）であった。内訳を見ると、その約 7 割を生産所得が占めていることから、多くの消費事業体で市内産米を使っている効果が大きいことが分かる。消費事業体が米を 1,000 円分仕入れした場合には、347 円分の所得が上越市に創出されている（図 94）。

エ) 市内産米の購入割合が増えた場合の所得創出額のシミュレーション

市内購入率及び市内産米購入率が 100%になった場合、1 事業者当たり約 2,900 万円の所得創出額が増加する（図 95）。また、1,000 円分の購入で換算すると、生産者の所得は 233 円から 325 円と約 1.4 倍になる（図 96）。

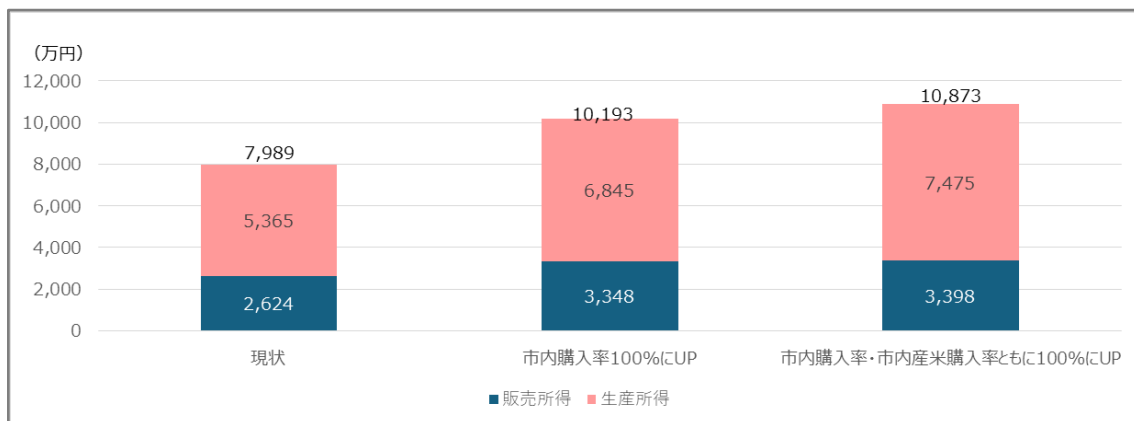


図 95 【シミュレーション】米の購入に関わる所得創出額（1 事業者当たり）

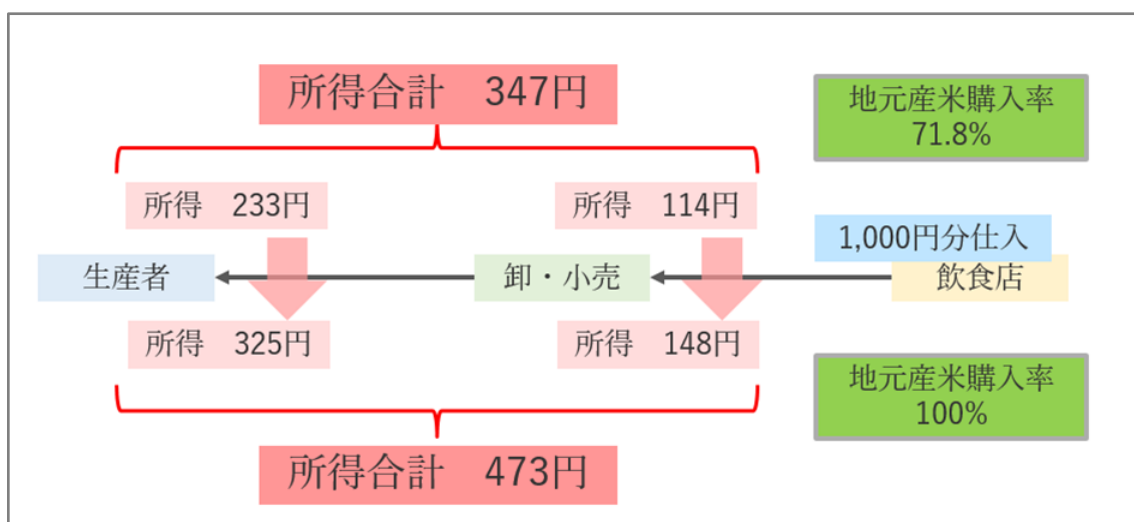


図 96 【シミュレーション】米の購入に関わる従業者所得額（購入額 1,000 円）

(4) 世帯を出発点とした所得創出額

世帯の米の購入を出発点とし、生産まで追った場合の最終的な所得創出額を推計した。

ア) 世帯のお米の購入額

上越市の全世帯（一般世帯）の米の年間購入額を推計すると、12 億円であった。（図 97）。

なお、購入額は「2023 年家計調査」と「2020 年国勢調査」より推計した。

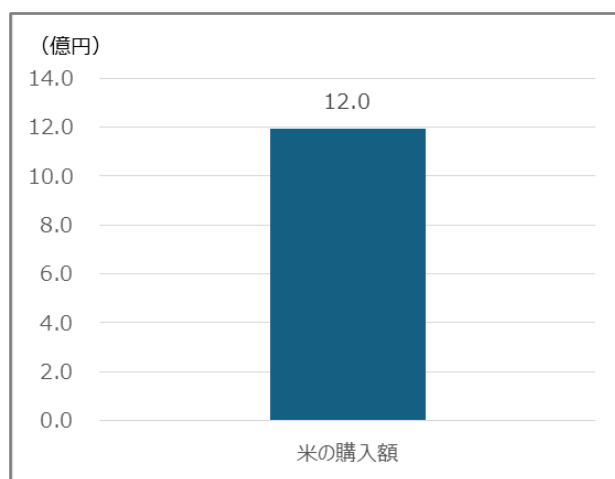


図 97 世帯の米の購入額（総額）

イ) 所得創出額（総額）

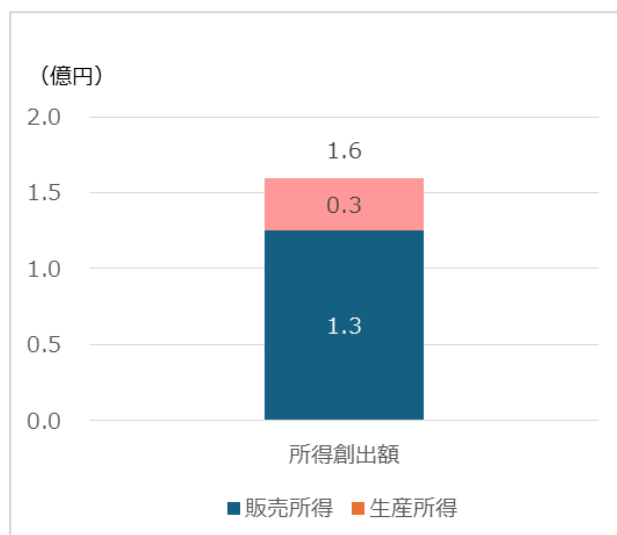


図 98 世帯の米購入に関わる所得創出額（総額）

ウ) 所得創出額（購入額 1,000 円当たり）

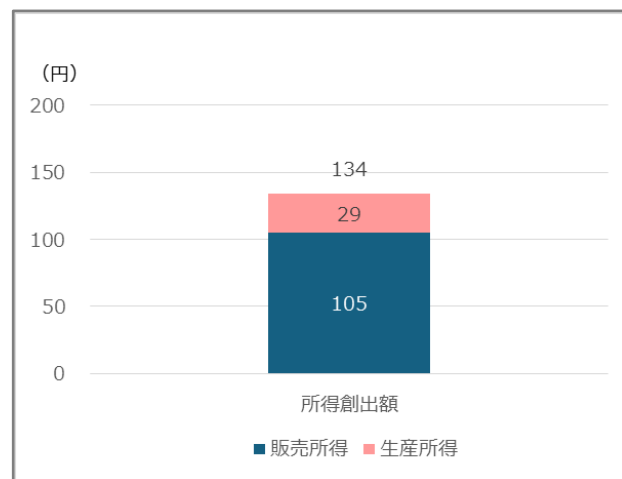


図 99 世帯の米の購入に関わる所得創出額（購入額 1,000 円当たり）

世帯が米を購入することによる所得創出額は、約 1.6 億円であった（図 98）。内訳を見ると、その 8 割以上を販売所得が占めており、生産者所得は少なくなっている。この結果は、上越市の世帯では市内購入率が高い反面、市内産米購入率が低いいため、このような結果となっている。

○世帯の米の市内購入率：

89.8%（第 6 次上越市総合計画、地元購買率最寄品より）

○世帯の市内産米購入率（市内産米販売率）：

9.9%（本事業の流通事業体【卸・小売業】より）

市内購入率は現状でかなり高く、これ以上上昇させることは厳しいが、市内産米購入率は 10%以下となっていることから、世帯の市内産米購入促進によって所得額が大きく伸びる可能性がある。世帯の市内産米購入を促進する取組の実施に期待したい。

現状で世帯がお米を 1,000 円分購入した場合には、約 134 円の所得が上越市に創出されている（図 99）。

V 本事業成果の活用

1. 市民への周知

有識者による講演会や当研究所の取組紹介を行う「上創研シンポジウム 2024」を令和 6 年 12 月 5 日に開催し、当研究所が実施する事業の一環として、「上越市米関連産業経済循環分析事業」を紹介した。

また、本事業成果をまとめた資料（別紙参照）を作成し、市民や関連団体へ周知した。なお、当該資料は、関係課等の意見を反映し上越市の HP に掲載予定である。

□上創研シンポジウム 2024 開催の様子



2. 関係団体への周知

令和 7 年 1 月 14 日に米の生産・流通・消費の各段階に深く関わる「えちご上越農業協同組合」に事業成果を報告し、意見交換を行った。

令和 7 年 2 月 14 日に関係団体及び生産・流通・消費に関わる事業者を招き、「米関連産業の地域経済循環分析 意見交換会」を開催するため、資料を作成した。

3. 庁内での活用

令和6年12月24日に庁内関係課および地域活性化センター職員に対し、調査集計結果を共有し、今後の調査結果のとりまとめや成果の活用方法について意見交換を行った。

4. おわりに

日本人の食を支える米は、地域の持続可能性という観点から重要な資源であり、米の安定した生産と供給（消費）は必須である。しかし、「令和の米騒動」とも言われた令和6年度産米の米価高騰の影響は大きく、今までのようには米が入手できなくなるなど、米の生産・流通・消費は大きく注目され、これまでのような経済性を重視した生産から消費のあり方も見直される機会となった。加えて、燃料や資材等の高騰も続いており、コストの面でも生産者の負担が拡大する状況が続いている。

本調査により、生産・流通・消費の各段階において市外に調達や購入が流出している現状と、その割合等が明らかになった。十分に予想し得る結果ではあったものの、改めてデータで裏付けられたことで、米関連産業の現状と可能性を具体的に認識することができた。

ここで言う可能性とは、例えば生産資材の市内購入は困難であっても、稲わらやもみがらなどの収穫後資源を可能な限り再生産の資源（燃料や飼料、資材原料など）として活用することで、新たな事業や雇用を生み出し、逸失額を市内に取り戻すことを指す。また、市内調達には脱炭素の側面もあり、多面的な検討や推進が必要である

上越市の米関連産業が今後も持続可能な産業でありつづけるに、関係者の皆様から本調査結果を参考資料としてご活用いただければ幸いである。

米の生産・流通・消費に関するアンケート調査

<アンケートご協力をお願い>

令和6年8月

上越市長 中川 幹太
(上越市創造行政研究所)

時下ますますご清祥のこととお喜び申し上げます。

当研究所は、上越市役所内に設置された自治体シンクタンクとして、当市の地域課題の解決や政策形成能力を高めるための調査研究を行っております。

このたび、調査研究の一環として、米の生産・流通・消費に関わる「米関連産業」の経済循環分析を実施いたします。この調査研究では、当市の特徴的な地域資源である米に着目し、生産資材等の市内調達や流通、消費実態の市内循環分析などにより、持続可能な産業連関のあり方を検討することを目的としています。

つきましては、ご多用のところ恐縮ですが、下記についてご協力をいただきますようお願いいたします。

記

1. 調査票への記入

別紙の調査票にご記入をお願いいたします。記入方法については、記入例をご覧ください。回答できない・したくない質問項目等がございましたら、その項目は未記入でも差し支えございません。可能な範囲でご記入ください。

2. 調査票の返送

同封の返信用封筒で令和6年9月13日（金）までにご投函ください。

3. その他

- ・ご回答いただいた内容については、すべて統計的に処理し、本調査の目的以外に用いることはありません。
- ・調査結果の公表にあたり、個別の事業所や施設等であることが分かる状態でデータの公表はいたしません。

4. 本調査についてのお問い合わせ先

ご不明な点がございましたら下記までお問い合わせください。

【担当】 上越市創造行政研究所 須藤、柳澤
電 話 : 025-526-3490
メール : souzou@city.joetsu.lg.jp

調査票

■消費事業体（宿泊施設、飲食店）

調査で実際に利用した消費事業体の調査票を掲載する。

上越市 米関連産業に関する地域経済循環分析 調査票【消費事業体】

※留意点

- 以下の質問は「1年間」に対しての質問です。(期間はR5.1～12月 又は 直近の会計期間1年間のどちらでも結構です)
- お米の仕入がない場合は、この調査票へのご記入・ご返信は結構です。
- 金額のご記入方法は「〇千円」「〇万円」のような表記でも結構です。単位が分かるように記入してください。

施設種類1	消費
施設種類2	
施設種類3	



担当者入力用の項目です。
記入は不要です。

1. 事業所情報

※年は元号で記入してください。

調査対象期間	R 年 月 ～ 年 月
--------	----------------------------

事業所名	
所在地(住所)	
ご担当者様	
連絡先電話番号	

従業者数について記入してください。(年間で平均的に従業している人数を記入してください)

区分	① 個人業主 (個人経営の事業主で、実際にこの事業所を 経営している人数)	② 個人業主の家族で無給の人数	③ 有給役員 (個人経営以外で役員報酬を得ている人数)	常用雇用者 (期間を定めずに、又は1ヶ月以上の期間を定めずに雇用している人)		⑥ その他人数	①～⑥ 合計人数
				④ 正社員・正職員 としている人数	⑤ ④以外の人数 (パート・アルバイトなど)		
合計従業者数							
うち市内居住者							
うち市外居住者							



平均勤務時間が2時間未満

	人
〃 2～4時間	人
〃 4～6時間	人
〃 6時間以上	人

「⑤ ④以外の人数」の勤務時間別
人数を記入してください。



2. 事業所の総売上と市内顧客割合について

事業所の**総売上額**を記入してください。

総売上額(円)	
---------	--

お客様のうち 市内からの顧客割合 (%)	
----------------------------	--



おおよそで結構ですので、全体のお客様のうち、
市内からのお客様割合（％）を記入してください。

3. お米の仕入額と市内産品の仕入額について

	仕入額(円)	左記のうち	
		市内からの 仕入額(円)	市内産米の 仕入額(円)
お米			

「市内産米の仕入額」の品種別内訳を
下表に記入してください。

品種名	品種別市内産米 の仕入額(円)
記入例:コシヒカリ	¥100,000
コシヒカリ	
こしいぶき	
みずほの輝き	
つきあかり	
新之助	
にじのきらめき	
その他 ()	
その他 ()	



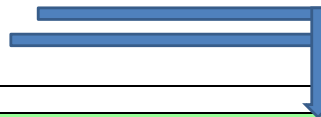
品種ごとに、仕入
額第2位までの
市内仕入先を記
入してください。

市内からの主な仕入先名称 仕入額の上位2つ	
〇〇商店	個人農家

6. 事業所・施設の見通しについて

1) 貴事業所・施設の今後の継続性についてお聞きます。該当する項目に○をつけてください。(1つ)

- ① 10年後も事業所は継続していると思う
- ② 5～10年以内に事業所の運営は、継続困難になると思う
- ③ 5年以内に事業所の運営は、継続困難になると思う
- ④ わからない



2) 上記の「1)」で「②か③の継続困難になると思う」とお答えになられた方にお聞きます。
継続困難になると思われる理由は何ですか。(複数回答可)

- ☐ 後継者がいない
- ☐ 従業員が確保できない
- ☐ 必要な売上が見込めない(販売先が少なくなっていく)
- ☐ 必要な売上が見込めない(他の事業所との競争が厳しくなっていく)
- ☐ 事業所自体を長く続けようと思っていない
- ☐ その他()

7. お米の地産地消・地元産品利用を伸ばすアイデアや工夫、取組があれば是非ご提案ください。

アンケートへのご協力ありがとうございました。

■流通事業体（小売業、卸売業）

調査で実際に利用した流通事業体（小売業、卸売業）の調査票を掲載する。

上越市 米関連産業に関する地域経済循環分析 調査票【流通事業体】

※留意点

- ・以下の質問は「1年間」に対しての質問です。（期間はR5.1～12月 又は 直近の会計期間1年間のどちらでも結構です）
- ・お米の販売や仕入がない場合は、この調査票へのご記入・ご返信は結構です。
- ・金額のご記入方法は「〇千円」「〇万円」のような表記でも結構です。単位が分かるように記入してください。

施設種類1	流通
施設種類2	
施設種類3	



担当者入力用の項目です。
記入は不要です。

1. 事業所情報

事業所名	
所在地(住所)	
ご担当者様氏名	

2. 従業者の方の居住地について(アルバイト・パートも含む)

市内居住の従業者数		人
市外居住の従業者数		人



従業者の方の市内・市外別に居住人数を記入してください。
(年間で平均的に従業している人数を記入してください)

3. お米の販売額と市内産米の販売額について

	総販売額(円)	市内産米の 販売額(円)
お米		



「市内産米の販売額」の品種別内訳を
下表に記入してください。

品種名	品種別市内産米の 販売額(円)
コシヒカリ	
こしいぶき	
みずほの輝き	
つきあかり	
新之助	
にじのきらめき	
その他 ()	
その他 ()	

4. 地元産米仕入・販売と地元産米取扱への意識について

1) 現在、地元産米(市内産米)の仕入・販売はありますか？

①あり ②なし

2) 上記の「1)」で、「①あり」とお答えになられた方にお聞きます。
地元産米の仕入・販売をしている理由をお選びください。(複数回答可)

- ☐ 鮮度がよい
- ☐ 味がよい
- ☐ 特色があり、需要がある(売れる)
- ☐ 付加価値がつく
- ☐ 比較的安い
- ☐ 企業としての地元貢献のため
- ☐ その他()

3) 今後、可能なら地元産米(市内産米)の仕入・販売を開始・拡大したいと思いますか？

①開始・拡大したい ②開始・拡大したくない

4) 上記の「3)」で「①開始・拡大したい」とお答えになられた方にお聞きます。
現在障壁となっている理由をお選びください。(複数回答可)

- ☐ どんな生産者、製造業者がいるかわからない
- ☐ どこから仕入すればいいかわからない
- ☐ 仕入に手間がかかる(効率が悪い)
- ☐ 安定した量を仕入できない
- ☐ 規格が合わない
- ☐ 品質が安定しない
- ☐ 価格が高い

5) 上記の「3)」で「②開始・拡大したくない」とお答えになられた方にお聞きます。
その理由は何ですか？(複数回答可)

- ☐ どんな生産者、製造業者がいるかわからない
- ☐ どこから仕入すればいいかわからない
- ☐ 仕入に手間がかかる(効率が悪い)
- ☐ 安定した量を仕入できない
- ☐ 規格が合わない
- ☐ 品質が安定しない
- ☐ 価格が高い
- ☐ 現状で満足している
- ☐ その他()

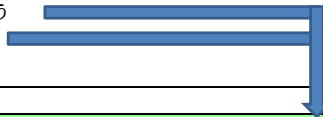
6) 以下のような取組があれば参加・利用しますか？(複数回答可)

- ☐ 地元産米取り扱い店認証制度(県、市、商工会のHP等で大々的にPR)
- ☐ 地元産米を用いた商品の試作・販売の支援制度
- ☐ 地元生産者との交流会、試食会
- ☐ 地元産米仕入の支援ポータルサイトの利用
- ☐ 参加、利用しないと思う
- ☐ その他:ご希望の取組があれば記入してください。
()

5. 事業所・施設の見通しについて

1) 貴事業所・施設の今後の継続性についてお聞きます。該当する項目に○をつけてください。(1つ)

- ① 10年後も事業所は継続していると思う
- ② 5～10年以内に事業所の運営は、継続困難になると思う
- ③ 5年以内に事業所の運営は、継続困難になると思う
- ④ わからない



2) 上記の「1)」で「②か③の継続困難になると思う」とお答えになられた方にお聞きます。
継続困難になると思われる理由は何ですか。(複数回答可)

- ☐ 後継者がいない
- ☐ 従業員が確保できない
- ☐ 必要な売上が見込めない(販売先が少なくなっていく)
- ☐ 必要な売上が見込めない(他の事業所との競争が厳しくなっていく)
- ☐ 事業所自体を長く続けようと思っていない
- ☐ その他()

6. お米の地産地消・地元産品利用を伸ばすアイデアや工夫、取組があれば是非ご提案ください。

アンケートへのご協力ありがとうございました。

■流通事業体（製造業）

調査で実際に利用した流通事業体（製造業）の調査票を掲載する。

上越市 米関連産業に関する地域経済循環分析 調査票【流通製造事業体】

※留意点

- ・以下の質問は「1年間」に対しての質問です。（期間はR5.1～12月 又は 直近の会計期間1年間のどちらでも結構です）
- ・お米の仕入がない場合は、この調査票へのご記入・ご返信は結構です。
- ・金額のご記入方法は「〇千円」「〇万円」のような表記でも結構です。単位が分かるように記入してください。

施設種類1	流通
施設種類2	
施設種類3	



担当者入力用の項目です。
記入は不要です。

1. 事業所情報

事業所名	
所在地(住所)	
ご担当者様氏名	

2. 従業者の方の居住地について(アルバイト・パートも含む)

市内居住の従業者数		人
市外居住の従業者数		人



従業者の方の市内・市外別に居住人数を記入してください。
(年間で平均的に従業している人数を記入してください)

3. お米の仕入額と市内産品の仕入額について

	仕入額(円)	左記のうち	
		市内からの仕入額(円)	市内産米の仕入額(円)
お米			



「市内産米の仕入額」の品種別内訳を
下表に記入してください。

品種名	品種別市内産米の仕入額(円)	品種名	品種別市内産米の仕入額(円)
コシヒカリ		新之助	
こしいぶき		にじのきらめき	
みずほの輝き		(その他)	
つきあかり		(その他)	

4. お米を加工して販売している品目と販売額について

	品目名	販売額(円)
記入例:品目1	日本酒	¥2,000,000
品目1		
品目2		
品目3		

少量・多量に関係なく、お米を事業所内で加工して販売している品目があれば、左表に記入してください。

5. 市内からの「お米の仕入」への意識について

1) 今後、可能なら**市内からお米の仕入**を開始・拡大したいと思いますか？(地元産米かどうかは関係なく)

①開始・拡大したい ②開始・拡大したくない



2) 上記の「1)」で、「①開始・拡大したい」とお答えになられた方にお聞きます。
現在障壁となっている理由をお選びください。(複数回答可)

- | | |
|----------------------------------|--|
| ☐ 仕入先がない | ☐ 手間がかかる(単品の仕入は効率が悪い等) |
| ☐ 価格が高い | ☐ 品質が安定しない |
| ☐ 規格が合わない | ☐ その他() |

6.「地元産のお米の仕入」への意識について

1) 現在、地元産米(市内産米)の仕入はありますか？

①あり ②なし

2) 上記の「1)」で、「①あり」とお答えになられた方にお聞きます。
地元産米の仕入をしている理由をお選びください。(複数回答可)

- ☐ 鮮度がよい
- ☐ 味がよい
- ☐ 特色があり、需要がある(売れる)
- ☐ 付加価値がつく
- ☐ 比較的安い
- ☐ 企業としての地元貢献のため
- ☐ その他()

3) 今後、可能なら地元産米(市内産米)の仕入を開始・拡大したいと思いますか？

①開始・拡大したい ②開始・拡大したくない

4) 上記の「3)」で「①開始・拡大したい」とお答えになられた方にお聞きます。
現在障壁となっている理由をお選びください。(複数回答可)

- ☐ どんな生産者、製造業者がいるかわからない
- ☐ どこから仕入すればいいかわからない
- ☐ 仕入に手間がかかる(効率が悪い)
- ☐ 安定した量を仕入できない
- ☐ 規格が合わない
- ☐ 品質が安定しない
- ☐ 価格が高い

5) 上記の「3)」で「②開始・拡大したくない」とお答えになられた方にお聞きます。
その理由はなんですか？(複数回答可)

- ☐ どんな生産者、製造業者がいるかわからない
- ☐ どこから仕入すればいいかわからない
- ☐ 仕入に手間がかかる(効率が悪い)
- ☐ 安定した量を仕入できない
- ☐ 規格が合わない
- ☐ 品質が安定しない
- ☐ 価格が高い
- ☐ 現状で満足している
- ☐ その他()

6) 以下のような取組があれば参加・利用しますか？(複数回答可)

- ☐ 地元産米取り扱い店認証制度(県、市、商工会のHP等で大々的にPR)
- ☐ 地元産米を用いた商品の試作・販売の支援制度
- ☐ 地元生産者との交流会、試食会
- ☐ 地元産米仕入の支援ポータルサイトの利用
- ☐ 参加、利用しないと思う
- ☐ その他:ご希望の取組があれば記入してください。
()

7. 事業所・施設の見通しについて

1) 貴事業所・施設の今後の継続性についてお聞きます。該当する項目に○をつけてください。(1つ)

- ① 10年後も事業所は継続していると思う
- ② 5～10年以内に事業所の運営は、継続困難になると思う
- ③ 5年以内に事業所の運営は、継続困難になると思う
- ④ わからない

2) 上記の「1)」で「②か③の継続困難になると思う」とお答えになられた方にお聞きます。
継続困難になると思われる理由は何ですか。(複数回答可)

- ☐ 後継者がいない
- ☐ 従業員が確保できない
- ☐ 必要な売上が見込めない(販売先が少なくなっていく)
- ☐ 必要な売上が見込めない(他の事業所との競争が厳しくなっていく)
- ☐ 事業所自体を長く続けようと思っていない
- ☐ その他()

8. お米の地産地消・地元産品利用を伸ばすアイデアや工夫、取組があれば是非ご提案ください。

アンケートへのご協力ありがとうございました。

■消費事業体（お米の生産者）

調査で実際に利用した生産事業体（お米の生産者）の調査票を掲載する。

上越市 米関連産業に関する地域経済循環分析 調査票【生産者】

※留意点

- ・以下の質問は「令和5年産米」についてお答えください。
- ・以下の質問は「お米」に関連する事項のみお答えください(中米、くず米、野菜等は除く)。
- ・金額のご記入方法は「〇千円」「〇万円」のような表記でも結構です。単位が分かるように記入してください。

施設種類1	生産
施設種類2	農家
施設種類3	農家()



担当者入力用の項目です。
記入は不要です。

事業所名又は氏名	
所在地(住所)	
経営区分	非法人 ・ 法人

1. お米の総出荷額と出荷品種について

お米の総出荷額(円)	
------------	--

「玄米」についてお答えいただき、「白米」で出荷・販売している場合は、
「玄米」に換算してお答えください。
「無償の緑故米」は除外してお答えください。

	出荷額 第1位	出荷額 第2位	出荷額 第3位	出荷額 第4位	出荷額 第5位
お米の出荷品種名					
出荷額(円)					
出荷数量(kg)					
「主食用米」ではない場合 ✓をつけてください	☐	☐	☐	☐	☐
主な出荷先に ✓をつけてください (1つ)	☐ JA ☐ 卸・小売業 ☐ 直売所 ☐ 消費者 ☐ 飲食店等 ☐ その他 ()	☐ JA ☐ 卸・小売業 ☐ 直売所 ☐ 消費者 ☐ 飲食店等 ☐ その他 ()	☐ JA ☐ 卸・小売業 ☐ 直売所 ☐ 消費者 ☐ 飲食店等 ☐ その他 ()	☐ JA ☐ 卸・小売業 ☐ 直売所 ☐ 消費者 ☐ 飲食店等 ☐ その他 ()	☐ JA ☐ 卸・小売業 ☐ 直売所 ☐ 消費者 ☐ 飲食店等 ☐ その他 ()

2. お米の生産資材等の費用について

	購入額(円)	市内購入率 (%)	市内の購入先名称 (上位1位)	市内の購入先名称 (上位2位)	
種・苗					
農薬					消毒、除草、害虫防除など
肥料					追肥を含む
資材					育苗マット、覆土、紙袋など
その他費用1 ()					上記、農業機械・設備のほか に大きな費用が発生している 場合記入してください。
その他費用2 ()					

3. お米の生産機械について

	所有形態 (1つ)	所有台数(台)	購入額(円) 【左の台数合計】	市内購入率 (%)	市内の購入先名称 (上位1位)
トラクター	☐ 専有 ☐ 共有(集落営農) ☐ 共有(その他)				
田植え機	☐ 専有 ☐ 共有(集落営農) ☐ 共有(その他)				
コンバイン	☐ 専有 ☐ 共有(集落営農) ☐ 共有(その他)				

4. お米の収穫後の資源活用について

収穫後の、以下の資源の処理・活用方法についてお聞きます。

	該当する処理・活用方法に✓をつけてください(複数回答可)
稲わら	☐ 焼却 ☐ 飼料 ☐ 堆肥 ☐ すき込み ☐ 売却→()kgあたり()円 ☐ 譲渡 ☐ その他()
もみ殻	☐ 焼却 ☐ 飼料 ☐ 堆肥 ☐ 敷料 ☐ 燃料 ☐ 炭 ☐ 売却→()kgあたり()円 ☐ 譲渡 ☐ 自前で乾燥しない ☐ その他()
米ぬか	☐ 焼却 ☐ 肥料 ☐ 売却→()kgあたり()円 ☐ 譲渡 ☐ 自前で精米しない ☐ その他()

5. 米の希望販売価格について

稲作を継続していくために必要だと考える米の希望販売価格を教えてください(玄米60kgで税込価格)。
※令和5年産米の仮渡金は「1等 コシヒカリ・JA米(出荷契約米)」で14,200円/60kg(税込)でした。

米の品種名	等級	価格(円)/60kg(税込)
	☐ 1等 ☐ 2等 ☐ 3等	
	☐ 1等 ☐ 2等 ☐ 3等	
	☐ 1等 ☐ 2等 ☐ 3等	

6. 生産したお米の出荷について

1) 出荷先についてお聞きします。該当する項目に○をつけ、出荷量の割合を記入してください。(複数回答可)

- ① JA (割) ② 卸・小売業 (割) ③ 直売所 (割)
 ④ 消費者 (割) ⑤ 飲食店等 (割) ⑥ その他 ()(割)

2) 上記の「1)」の、「**出荷量第1位**」の出荷先を対象にお答えください。

出荷量第1位の出荷先(1つ)	① JA ② 卸・小売業 ③ 直売所 ④ 消費者 ⑤ 飲食店等 ⑥ その他()
いつ頃から出荷していますか？	
出荷している主な品種は何ですか？	
どのようなことがきっかけで 出荷が始まりましたか？	
出荷での手応え、成果はどんなところですか？	
出荷で困っていることはどんなことですか？	
上記で選択された「出荷先」への出荷を増やす ためにはどんなことが必要だとお考えですか？	

3) 上記の「1)」の、「**出荷量第2位**」の出荷先を対象にお答えください。

出荷量第2位の出荷先(1つ)	① JA ② 卸・小売業 ③ 直売所 ④ 消費者 ⑤ 飲食店等 ⑥ その他()
いつ頃から出荷していますか？	
出荷している主な品種は何ですか？	
どのようなことがきっかけで 出荷が始まりましたか？	
出荷での手応え、成果はどんなところですか？	
出荷で困っていることはどんなことですか？	
上記で選択された「出荷先」への出荷を増やす ためにはどんなことが必要だとお考えですか？	

7. お米の地産地消・地元産品利用を伸ばすアイデアや工夫、取組があれば是非ご提案ください。

--

アンケートへのご協力ありがとうございました。

令和6年度

上越市米関連産業経済循環分析事業 報告書

令和7（2025）年2月

編集・発行 上越市創造行政研究所

〒943-0804 新潟県上越市新光町1-8-11（上越保健センター2階）

TEL: 025-526-3490 E-mail: souzou@city.joetsu.lg.jp

URL: <http://www.city.joetsu.niigata.jp/site/souzou-gyosei/>