

草する「初期防除の徹底」を促したい。
 この内容は、委託プロジェクト「ダイズ多収阻害要因の診断法及び対策技術の開発」で得られた成果である。

参考文献

石川枝津子ら 2011. 北海道十勝地域のダイズ作雑草防除効果に及ぼす主茎型品種、狭畦栽培および除草剤処理体系の影響, 雑草

研究 56,81-88
 農研機構 2012. 帰化アサガオ類まん延防止技術マニュアル：ダイズ畑における帰化アサガオ類の防除技術 http://www.naro.affrc.go.jp/publicity_report/publication/files/publication_narc_kika_asagao_boujo.pdf
 窪田潤ら 2016. ダイズ狭畦栽培における土壌処理剤の残効期間の把握とグルホシネートの畦間・株間処理による効率的・効果的雑草防除 雑草研究 61,117-125

農研機構 2019. ダイズ用新規茎葉処理除草剤 フルチアセットメチル乳剤の雑草種別効果と初期葉害 http://www.naro.affrc.go.jp/publicity_report/publication/files/furutiruaseto190314ver2.pdf
 農研機構 2020. ダイズ畑の帰化アサガオ類とヒロハフウリンホオズギの除草剤体系処理による防除 http://www.naro.affrc.go.jp/publicity_report/publication/files/daizu_josou_boujo.pdf

統計データから

1人1ヵ月当たり精米消費量（令和2年度）

公益社団法人米穀安定供給確保支援機構は米の消費状況を把握するため、全国の消費世帯モニターを対象とした「米の消費動向調査」を毎月行っている。

モニター世帯の令和2年度の平均1人1ヵ月当たりの精米消費量は4,730gで、うち家庭内消費が3,274gと約7割を占め、中・外食消費量が約3割の1,456gで、その内訳は、中食2：外食が1の割合となっている（表-1）。

対前年比でみると、全体の消費量は2.2%増加している。このうち家庭内消費量は5.1%増と伸びているが、中・外食消費量は▲3.7%の減少である。このうち、外食消費量だけを見ると▲19.9%と約2割の減少となっている。これはコロナ禍での自粛や緊急事態宣言が外食消費に大きく影響を及ぼしている一方、巣ごもり需要の影響で、家庭内消費量が5%以上伸び、また中食も7.8%増となったと考えられる。

なお、1人1ヵ月当たり精米消費量の算出方法は、〔(月初精米在庫量) + (1ヵ月間購入・入手精米量) - (月末精米在庫量)〕 ÷ 世帯人員による1ヵ月分の消費量を30日分へ補正している。また、1人1ヵ月当たりの中・外食消費量は、(普通サイズのお茶碗1杯) = (精米65g)として7日分の合計消費量から、1ヵ月分(30日分)の消費量を推計している。

表-2に示す精米購入・入手経路は、スーパーマーケットが49.8%と最も多く、次いで、家族・知人などから無償で入手が15.2%、インターネットショップが9.7%と続いている。そのなかで、生協は前年度の5.9%が7.0%へ、インターネットショップは同8.1%が9.7%へとそれぞれ増えている。

また、1kg当たりの購入単価(同)はスーパーマーケットが400円、生協が434円、インターネットショップが492円となっている。(K. O)

表-1 1人1ヵ月当たり精米消費量（令和2年度 年間平均：n = 1935）

項目	1ヵ月当たり消費量	家庭内消費量	中・外食消費量		
			中食消費量	外食消費量	
年間平均消費量(精米g/人)	4,730	3,274	1,456	954	502
シェア(%)	100	69.2	30.8	20.2	10.6
前年度対比(%)	2.2	5.1	▲3.7	7.8	▲19.9

表-2 2精米購入・入手経路（購入人数割合：複数回答、令和2年度平均）

順位	購入・入手経路	%	順位	購入・入手経路	%	順位	購入・入手経路	%
1	スーパーマーケット	49.8	6	生産者から直接購入	5.0	11	産地直売所	1.1
2	家族・知人などから無償で入手	15.2	7	その他	4.1	12	農協(店舗、共同購入含む)	1.1
3	インターネットショップ	9.7	8	ディスカウントストア	3.9	13	コンビニエンスストア	0.3
4	生協(店舗、共同購入含む)	7.0	9	米穀専門店	2.4			
5	ドラッグストア	5.7	10	デパート	1.5			