

I 中長期的な米の需給動向

1 米の消費に関する動向

(1) 米の消費量の変化

○ 米の消費量は、一貫して減少

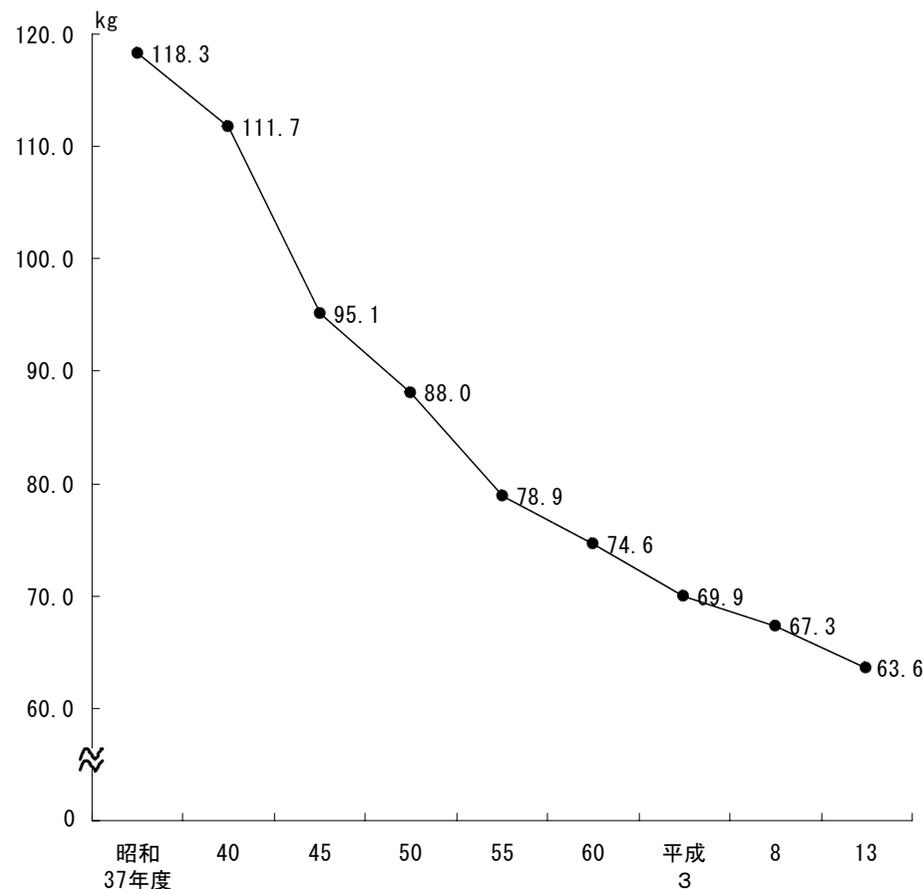
米の1人当たり消費量は、昭和37年度をピークに以降一貫して減少しています。具体的には、37年度には1人当たり年間118キログラムの米を消費していたのが、平成13年度には、その半分近くの64キログラムにまで減少しています（図I-1-1）。

このように米の消費が減少した要因としては、

- ① 少子高齢化、世帯構成の変化、女性の社会進出、経済成長に伴う生活水準の向上等により社会構造が変化したこと
 - ② こうした社会構造の変化やライフスタイルの変化、さらには多様な商品開発等の結果として、食料消費における選択が拡大したこと
 - ③ 以上の変化を背景として、食生活の欧米型化、簡便化志向の強まり等食における消費者の志向が変化したこと
- 等が挙げられます。

また、近年は、デフレ経済の下で、食品群間における価格面での競争が強まったことも要因の一つとして考えられます。

図I-1-1 米の1人当たりの年間消費量の推移（年度平均）



資料：農林水産省「食料需給表」

注：1人1年当たりの供給純食料の値である。

(2) 米の消費量の減少要因となっている社会構造の変化

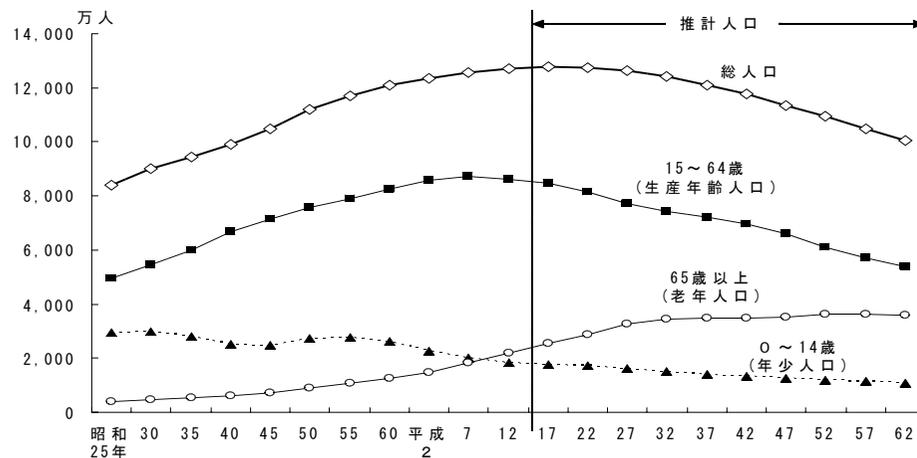
- 少子高齢化が進展し、総人口も平成16～21年頃をピークに減少に転じる予測
- 単独世帯や二人世帯が増加し、孤食、欠食も増加
- 女性の社会進出の進展
- 経済成長に伴う生活水準の向上

(ア) 少子高齢化の進展

出生率は30年近くの間一貫して減少し続けており（図 I-1-2）、人口に占める高齢者比率も一貫して増加しており、少子高齢化が進展しています（図 I-1-3）。

このような少子高齢化の進展が米の消費量の減少に結びついていると考えられます。

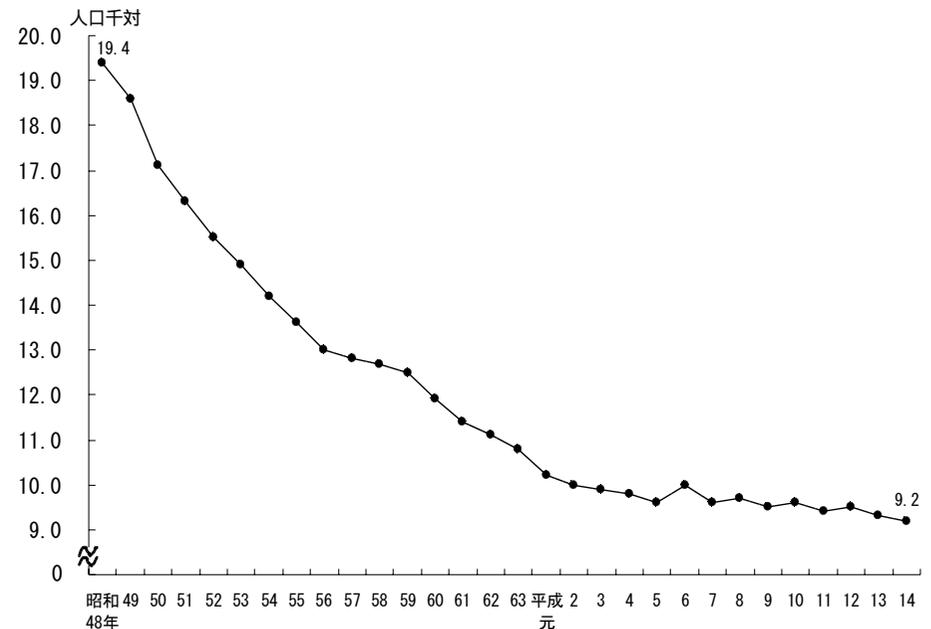
図 I-1-3 総人口、年齢3区分(0～14歳, 15～64歳, 65歳以上)別人口の推移



資料：総務省「国勢調査」、「人口推計」、「日本の統計」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（中位推計）」（平成14年1月推計）

注：平成12年までが実績、17年以降は推計値である。

図 I-1-2 出生率の推移



資料：厚生労働省「人口動態統計」

注：1) 人口1,000人に対する率である。

出生率 = 年間出生数 / 10月1日現在日本人推計人口 × 1000（人口は、総務省「国勢調査」実施年は調査結果による）

2) 平成14年は概数である。

年齢階層別に人口及び米の消費量の推移を見ると、

- ① 加齢により食べる量を増加させる育ち盛りの若年層（20歳未満）のシェアが減少する一方で、加齢により食べる量を減少させる高齢層（60歳以上）のシェアが大きく増加していること
 - ② 特に、平成7年には1日当たり190グラム以上と全年齢階層で1番目、2番目に多く米を食べていた60～69歳層、50～59歳層は、加齢により食べる量を減少させる年齢階層であるが、12年には50歳以上のいずれの階層も、米消費量が160～170グラム程度となっていることから、これらの年齢階層の米消費量が大きく減少していると考えられること
 - ③ 最も人口の多い第1次ベビーブーム世代（7年には46～48歳、12年には51～53歳）を含む年齢階層が、今後、加齢により、食べる量を減少させる年齢階層に近づきつつあること
- 等から、これまでの少子高齢化の進展が、米の消費量の減少に結びついており、今後も消費量を減少させる可能性が高いことが窺われます（表I-1-1）、（表I-1-2）。

また、少子高齢化の進展は、日本の人口の増加数の減少に結びついています（図I-1-3）。

「日本の将来推計人口」によれば、生産年齢人口（15～64歳）はすでに平成8年から減少に転じており、総人口でも16～21年頃をピークに減少に転じることが見込まれています。

このような社会的背景の下では、今後、米の消費が大きく拡大するということは考えにくい状況となっています。

表I-1-1 年齢階層別にみた総人口の推移

年齢階層	平成7年		12年		人口の増減(%)
	人口(万人)	割合(%)	人口(万人)	割合(%)	
20歳未満	2,857	22.8	2,596	20.5	9.1
20～29	1,868	14.9	1,821	14.3	2.5
30～39	1,595	12.7	1,689	13.3	5.9
40～49	1,962	15.6	1,672	13.2	14.8
50～59	1,688	13.4	1,918	15.1	13.6
60歳以上	2,574	20.5	2,974	23.4	15.6
総数	12,557	100.0	12,693	100.0	1.1

資料：総務省「国勢調査」

表I-1-2 年齢階層別にみた米消費量の推移

(単位：g、kcal/1人1日当たり)

年齢階層	平成7年	12年	増減(%)	(参考) 摂取熱量 (平成12年)	平均 =100
1～6歳	84.6	86.0	1.7	1,378	71
7～14	130.6	127.9	▲ 2.1	1,952	100
15～19	175.7	177.5	1.0	2,134	110
20～29	170.0	166.0	▲ 2.4	1,977	101
30～39	174.3	167.1	▲ 4.1	2,017	104
40～49	178.4	172.5	▲ 3.3	2,035	104
50～59	191.9	169.6	▲ 11.6	2,059	106
60～69	192.2	171.7	▲ 10.7	1,978	102
70歳以上	173.5	163.3	▲ 5.9	1,760	90
平均	167.9	160.4	▲ 4.5	1,948	100

資料：厚生労働省「国民栄養調査」

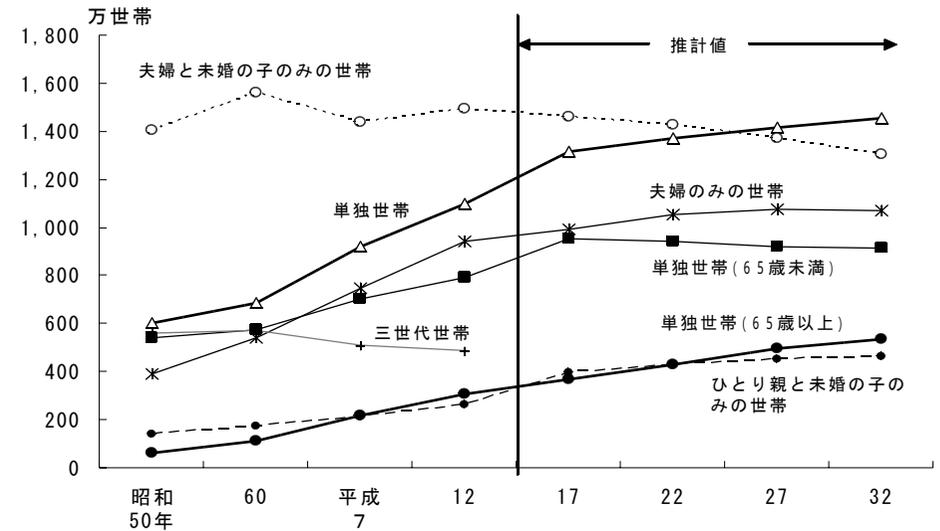
(イ) 世帯構成の変化

近年、核家族化が進展していますが、特に、少子化や離婚率の増加等の影響により、その中でも、子供のいない夫婦のみの世帯、ひとり親と子供だけの世帯といった二人世帯が急増しています（図 I-1-4）。また、未婚化、晩婚化の進展等から、単独世帯も急増しています。

こうした世帯構成の変化を背景に、昔ながらの家庭における食事のように、ごはん食嗜好が高い年長者の意向に配慮する必要が減っているため、家庭で食べられる食事也多様化してきており、若い世帯では、最も米飯依存度の高い夕食においても、必ずしも米を中心とした食事だけではなくなってきました（図 I-1-5）。

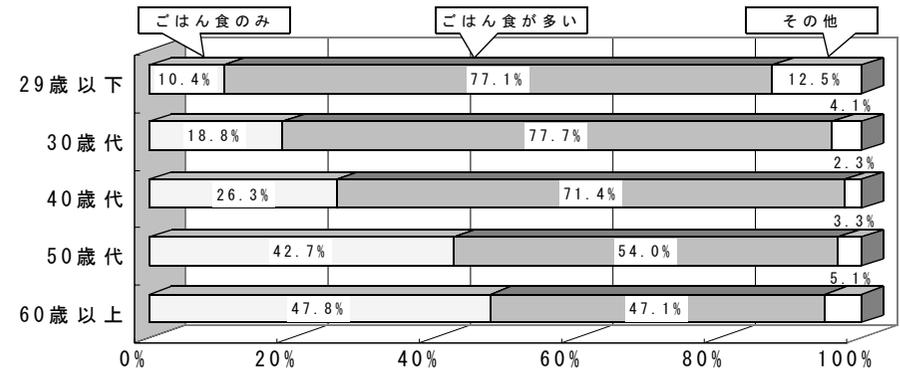
このように、世帯構成の変化は、世代間でのライフスタイルや嗜好の違いを背景として、食事における選択の拡大を加速していると考えられます。

図 I-1-4 世帯構造別にみた世帯数の推移



資料：厚生労働省「国民生活基礎調査」等を基に農林水産省において作成
注：平成12年までが実績、17年以降は国立社会保障・人口問題研究所10年10月推計による各年10月1日現在の推計値である。

図 I-1-5 世帯主の年代別にみた夕食におけるごはん食の頻度



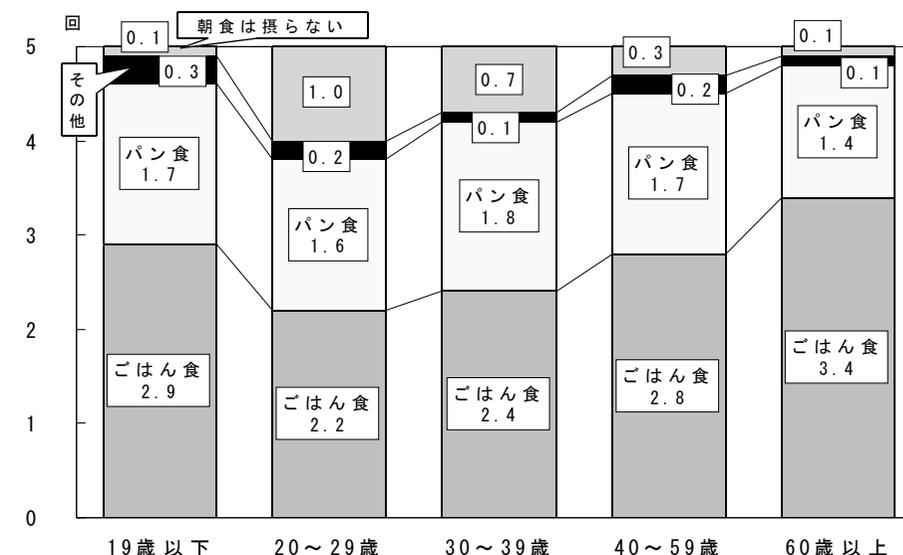
資料：関東農政局「首都圏の米消費に関するアンケート」（10年9月下旬～10月上旬調査）

注：首都圏の消費者1,320人を対象とするアンケート調査である。

朝食においても、親と一緒に食事する機会の多い若年層を除いて、若い世代ほどごはん食の割合が低くなりますが、それに加えて、朝食を食べない欠食の割合も高くなっています(図 I-1-6)。このため、20~29歳層では、朝食におけるごはん食の日数が60歳以上層の6割程度となっています。

また、世帯構成の変化等を背景に子供だけで食事をする、いわゆる「孤食」も増加しています。このような孤食の増加は、後述するように(図 I-1-50)、子供の食生活の乱れに結びついていくものと考えられ、現時点だけでなく将来的にも米の消費減少に結びつくおそれがあります(図 I-1-7)。

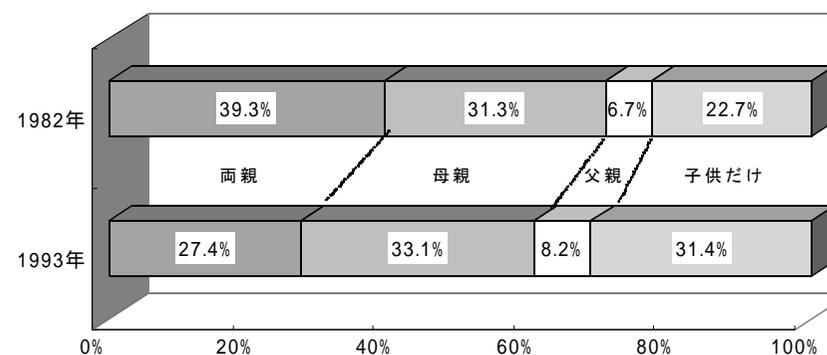
図 I-1-6 年齢階層別にみた平日(月~金)の朝食の種類別回数



資料：食糧庁「食糧モニター調査」(14年9月調査)

- 注：1) 食糧モニター(世帯員が2人以上の消費世帯の主婦)として委嘱した1,292人及びその家族を対象とするアンケート調査である。
 2) 回数は、平均回数である。

図 I-1-7 子供が朝食を一緒に食べる人の推移

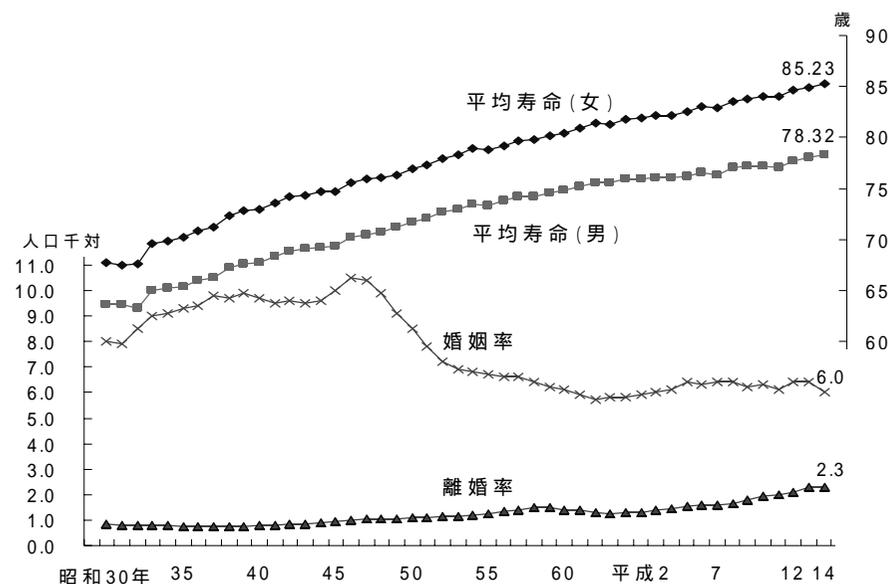


資料：厚生労働省「国民栄養調査」

さらに、世帯主の年齢階層別にみた単独世帯数の推移を見ると、これまでは未婚化・晩婚化の進展等を背景に単身世帯が増加してきましたが、今後は高齢化の進展や離婚率の上昇等を背景にして高齢単身世帯が急増することが見込まれています(表 I-1-3)、(図 I-1-8)。

このため、消費拡大に向けた取組においては、こうした世帯のニーズに応えていくことが、今後、重要になってくるものと考えられます。

図 I-1-8 婚姻・離婚率、平均寿命(男女別)の推移



資料：厚生労働省「完全生命表」、「簡易生命表」、「人口動態統計」を基に農林水産省で作成

- 注：1) 「婚姻率」、「離婚率」は人口1,000人に対する率である。
 婚姻率(離婚率) = 年間婚姻(離婚)件数/10月1日現在日本人推計人口×1,000(人口は、総務省「国勢調査」実施年は調査結果による)
 2) 平成14年の「婚姻率」、「離婚率」は概数である。
 3) 昭和46年以前は、沖縄県を除く値である。

表 I-1-3 世帯主の年齢階層別にみた単独世帯数の推移

(単位:万世帯、%)

	平成7年 (実績)	12年 (実績)	17年 (推計)	22年 (推計)	22年 (推計)	32年 (推計)
単独世帯	921 (100.0)	1,099 (100.0)	1,317 (100.0)	1,373 (100.0)	1,416 (100.0)	1,453 (100.0)
世帯主が 65歳未満	701 (76.1)	791 (72.0)	951 (72.2)	943 (68.7)	919 (64.9)	917 (63.0)
世帯主が 65歳以上	220 (23.9)	308 (28.0)	366 (27.8)	430 (31.3)	497 (35.1)	537 (37.0)

資料：厚生労働省「国民生活基礎調査」等を基に農林水産省において作成
 注：平成12年までが実績、17年以降は国立社会保障・人口問題研究所10年10月推計による各年10月1日現在の推計値である。

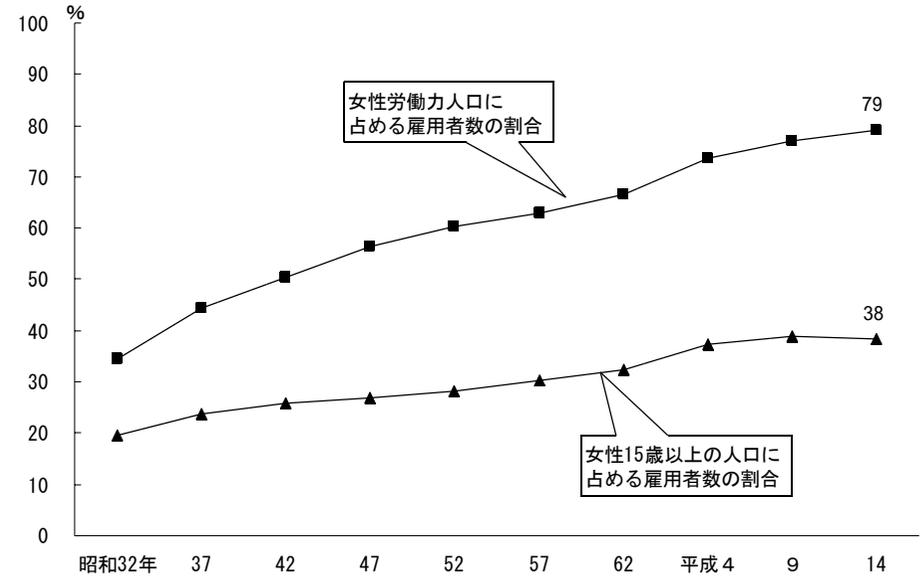
(ウ) 女性の社会進出の進展

女性の社会進出は、戦後、一貫して増加してきており、平成14年には、女性15歳以上の人口に占める雇用者数の割合、女性労働力人口に占める雇用者数の割合は、それぞれ38%、79%にまで高まっています（図I-1-9）。

こうした女性の社会進出は、世帯構成の変化とも相まって、ライフスタイルを変化させ、消費者の志向や購買行動を変化させています。

特に、我が国の場合には、共稼ぎの家庭において、夫が家事を分担しない傾向が強いこともあり、女性の社会進出が、食事の準備における省時間、省労力を求める簡便化志向の高まりや食の外部化の進展に結びつき、結果として米の消費量を減少させてしまっている面があると考えられます（図I-1-10）。

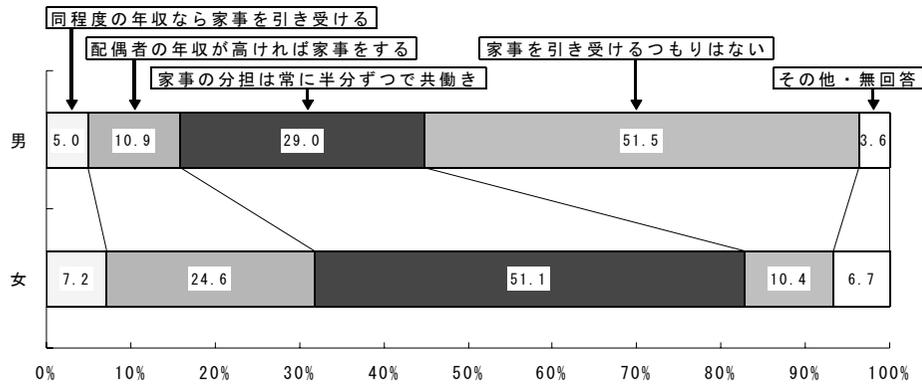
図I-1-9 女性の社会進出状況の推移



資料：総務省統計局「労働力調査」

注：雇用者とは、会社、団体、官公庁または自営業主や個人の家庭に雇われて、給料、賃金を得ている者及び会社団体の役員。

図I-1-10 男女で差がある共働き夫婦の理想の家事分担



資料：経済企画庁（現、内閣府国民生活局）「国民生活選好度調査」（9年5月～6月調査）

- 注：1) 20歳以上59歳以下の男女3,773人を対象とする調査である。
2) 実際に共働きである男女の回答。

(エ) 経済成長に伴う生活水準の向上

経済成長に伴う生活水準の向上は、消費者の食料費への支出に対する負担感を軽減し、これにライフスタイルの変化や多様な食事・食品の紹介も加わって、食事は、単に空腹を満たすものから、色々な食べ物を楽しむものへと変化してきました。

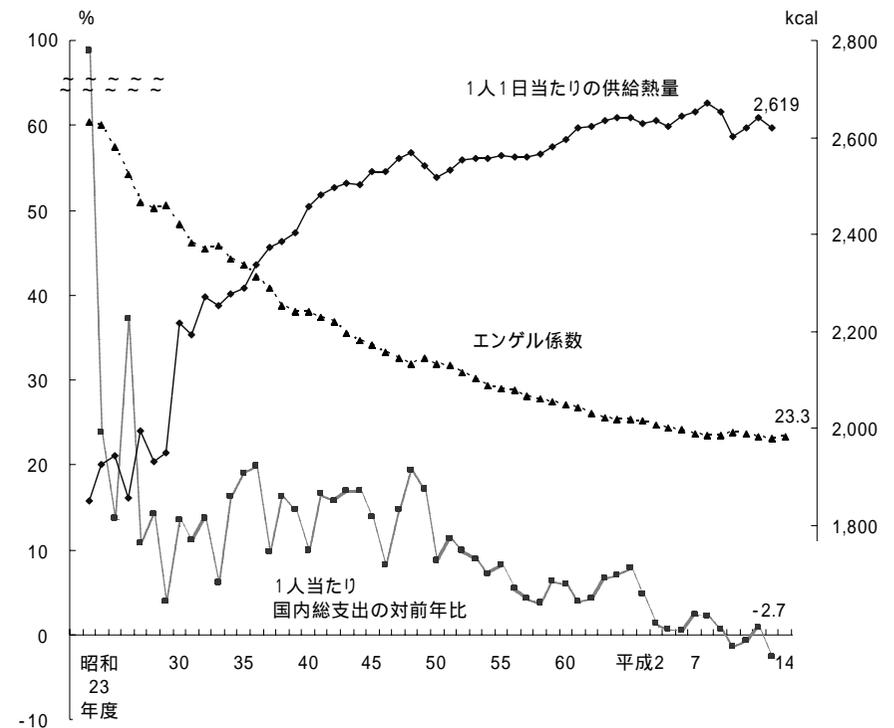
こうした流れの中で、食料に占める米の相対的な地位が低下してきています。

経済成長と食料消費の関係を見ると、戦後、経済が成長するとともに、一貫してエンゲル係数（消費支出に占める食料費の割合）が減少しています（昭和23年の60%から平成13年には23%）（図I-1-11）。その間、日本の食料の消費量（供給熱量ベース）も増加してきましたが、高度成長期に、ほぼ飽和状態に達しています。

また、それ以降、経済が安定的に成長を続ける中で、食料消費は、質の面で大きく変化し、米の消費量が大きく減少しています（図I-1-12）。

なお、近年は、長引く不況にデフレも加わって、食料消費においても、低価格志向が強まっており、例えば、食料消費支出に占める外食の割合が減少するなど、これまでとは異なった動きが見られます（図I-1-20）。

図I-1-11 経済成長と食料消費の推移



資料：農林水産省「食料需給表」、総務省「家計調査」、内閣府「国民経済計算」、総務省「人口推計」を基に農林水産省で作成

注：1) 「エンゲル係数」とは、消費支出に占める食料費の割合である。

2) 「エンゲル係数」は暦年度、他は会計年度の値である。

3) 1人当たり国内総支出については、昭和23～29年度は国民総支出（GNP）を各年10月1日現在の人口で除したものの、昭和30～54年度は「長期遡及主要系列 国民経済計算報告—平成2年基準—（昭和30年～平成6年）」における1人当たり国内総支出（GDP）、昭和55年度～平成13年度は「平成15年版国民経済計算」における1人当たり国内総生産（GDP）の値を用いた。

(3) 消費者の行動及び志向の変化

食生活の欧米型化が進展し、食卓における米の地位が低下
食事に対する簡便化志向が強まり、ごはん食からパン食へ
の移行を促進

食の外部化が進展し、米の消費でも加工・外食等消費のシ
ェアが高まる

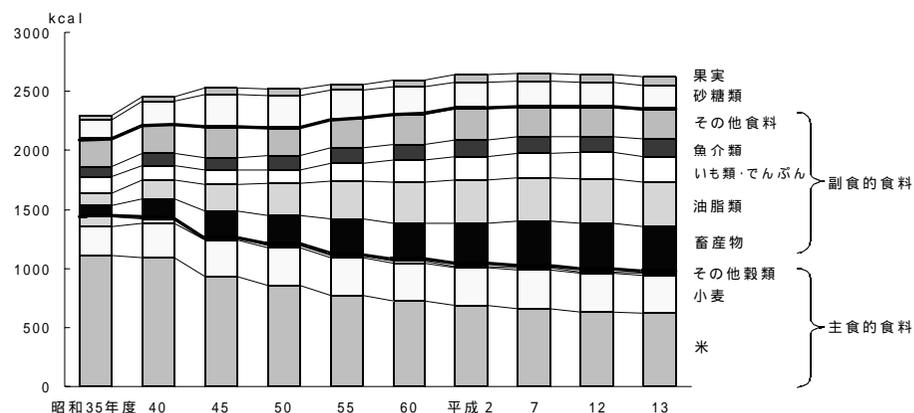
消費者の購買行動が変化し、米もスーパーでの購入が増加
低価格志向、安全安心志向が強まり、消費者の志向が多様
化

(ア) 食生活の欧米型化

日本の食料消費は、近年、量的（供給熱量ベース）にはほぼ飽
和水準に達してしましますが、その内訳を見ると、生活水準の高まり、
ライフスタイルの変化、商品数の増加等による消費者の選択の拡
大等を背景に、米の消費量が一貫して減少する中で、他の品目の
消費量が増加しています（図 - 1 - 12）。

食料消費の品目構成を見ると、主に主食として食べられている
米、小麦等の合計（以下「主食的食料」という）は米の減少に伴
い、減少し続ける一方で、主に副食（おかず）として食べられて
いる畜産物、油脂類、魚介類等の合計（以下「副食的食料」とい
う）は増加し続けており、平成13年度には、副食的食料の消費量
（供給熱量ベース）が主食的食料の消費量の1.4倍となっていま
す（昭和35年には、逆に主食的食料が副食的食料の2.2倍）。こ
のような食品群間の代替の結果として、日本の食料消費のたんぱく
質、脂質、炭水化物のバランスは欧米型にしだいに近づきつつあ
ります（図 - 1 - 13）。

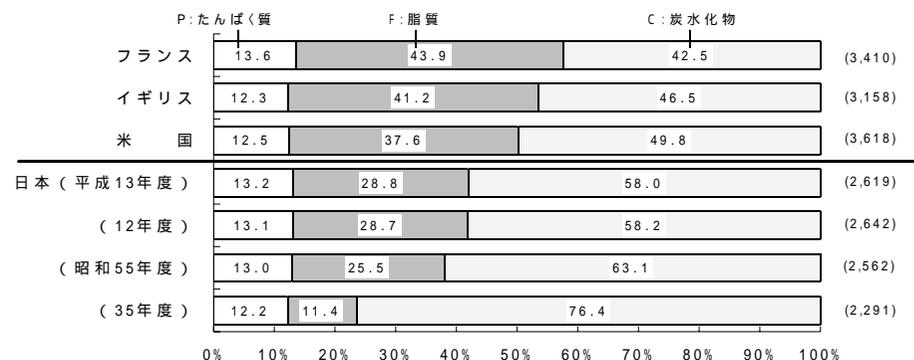
図 - 1 - 12 1人1日当たりの供給熱量



資料：農林水産省「食料需給表」

- 注：1) 「その他穀類」は、大麦、裸麦、その他の雑穀等の合計である。
2) 「その他食料」は、豆類、野菜、海藻類等の合計である。

図 - 1 - 13 各国のP F C供給熱量比率



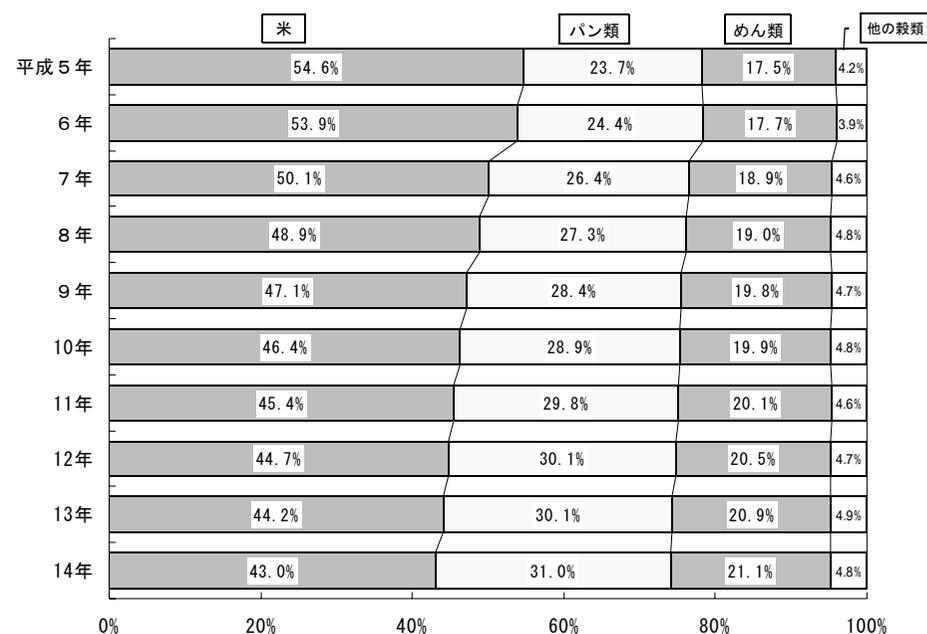
資料：農林水産省「食料需給表」、F A O「Food Balance Sheets」を基に農
林水産省で試算

- 注：1) 日本は昭和35、55、平成12、13年度、他は12年の値である。
2) グラフ右の()内の数値は、1人1日当たり供給熱量(kcal)である。
3) アルコール類は含まない。

また、主食的食料の消費量が全体として減少する中で、小麦の消費量は、ほぼ同水準で推移しており、小麦の主食的食料に占める地位が相対的に向上しています。

近年の米、パン類、めん類の家計における購入額や購入量（外食における購入額（又は量）は除く）を見ても、主食的食料に占めるパン類、めん類の地位が向上していることが窺われます（図 I-1-14）。

図 I-1-14 1人1年当たりの穀類の食料費に占める米、パン類、めん類等の割合の推移



(参考) 1人1年当たりの米、パン類、めん類等の家計購入数量

(単位：kg)

	平成5年	14年	増減率 (%)
米	34.9	29.8	14.6
パン類	11.5	13.7	19.0
めん類	10.1	11.4	13.8
他の穀類	2.7	2.5	4.4

資料：総務省「家計調査」を基に農林水産省で作成

注：1) 全国全世帯（非農林漁家世帯）の世帯員1人当たりの値である。

2) 外食、調理品、無償のものは含まない。

(イ) 簡便化志向の強まり

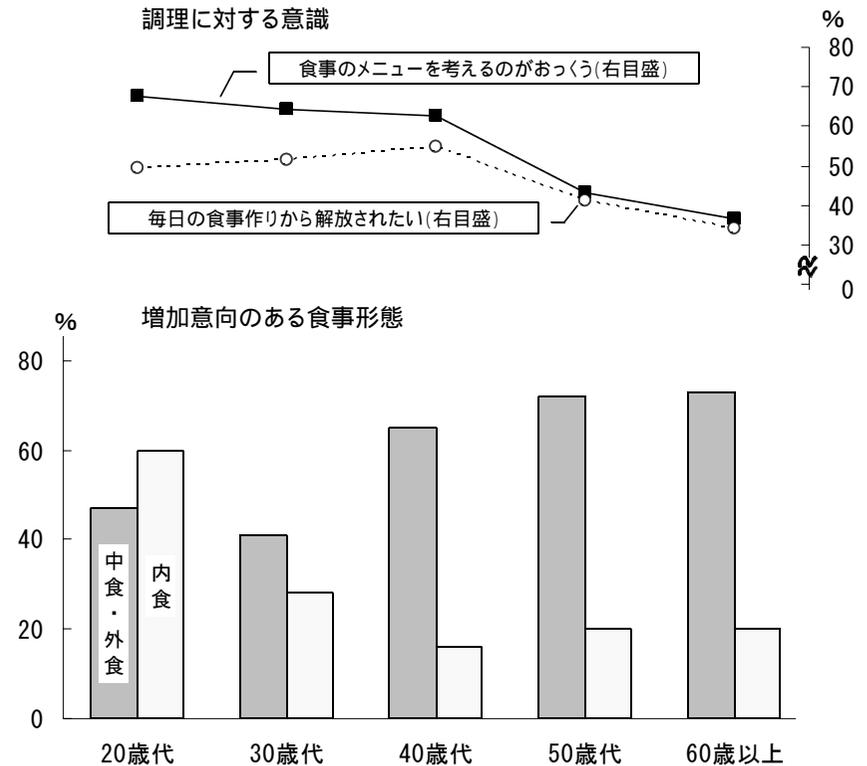
核家族化や女性の社会進出等の社会構造の変化等を背景に、食事に対する簡便化志向も強まっており、これが食の外部化や米の消費量減少の要因の1つにもなっています。

主婦の意識調査結果を見ると、若年齢層の主婦ほど家庭内での調理を面倒だと思ふ割合が高く、調理から解放されたいと考えています(図I-1-15)。

また、いずれの年齢階層でも、中食や外食を増加させたいという意向が4割以上ありますが、特に40歳代以上層で、そのような希望が強くなっています。

こうした意識が、家庭調理食志向から、中食・外食志向に移りつつあることの1つの要因になっていると考えられます。

図I-1-15 主婦の年齢階層別にみた食生活に関する意識



資料：(財)外食産業総合調査研究センター「中食産業需要動向調査」(11年8月～12年3月調査)

注：1) 20歳以上の首都圏居住者674名(主婦282名、個人消費332名、60歳以上の高齢世帯60名)を対象とするアンケート調査である。

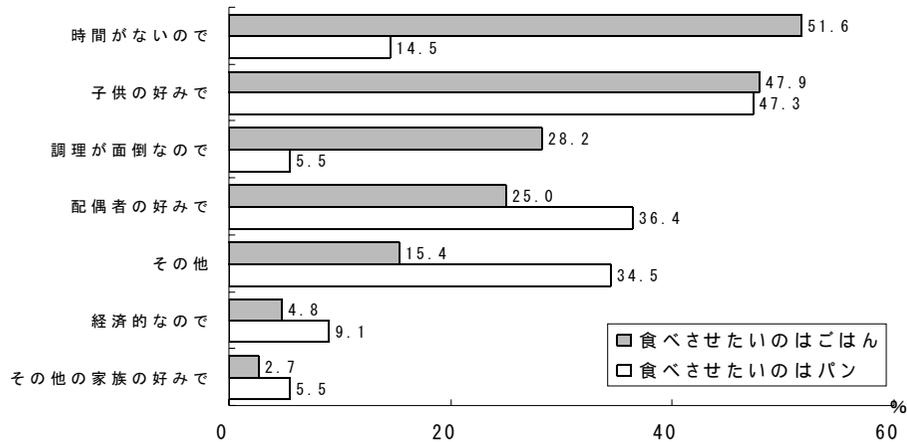
2) 本調査でいう内食とは、食材を購入して家庭で調理した食事、また、中食とは、市販の弁当・そう菜類で持ち帰りや宅配の料理品である。

このような簡便化志向は、ごはん食からパン食への移行を促進しています。

例えば、パン食に比べて、準備が面倒と思われがちなごはん食は、特に、食事の準備の時間が限られる朝食で敬遠される傾向にあります。子供を持つ母親に対するアンケート調査によれば、「朝食にはごはん食を食べさせたい」と考える割合が72%であるのに対して、実際に、朝食でごはん食をメインにしている割合が36%にとどまっています（図 I-1-16）。

このように朝食ではごはん食を食べさせたいのに、実際には違う朝食を用意する理由としては、ごはん食が、パン食と違っておかずを必要とし、炊飯という行為が必要な上に、1食分だけの炊飯はしづらいついた特性を持っているため、パン食に比べて、「時間がないので」、「調理が面倒なので」といった回答の割合が特に高くなっています（図 I-1-17）。

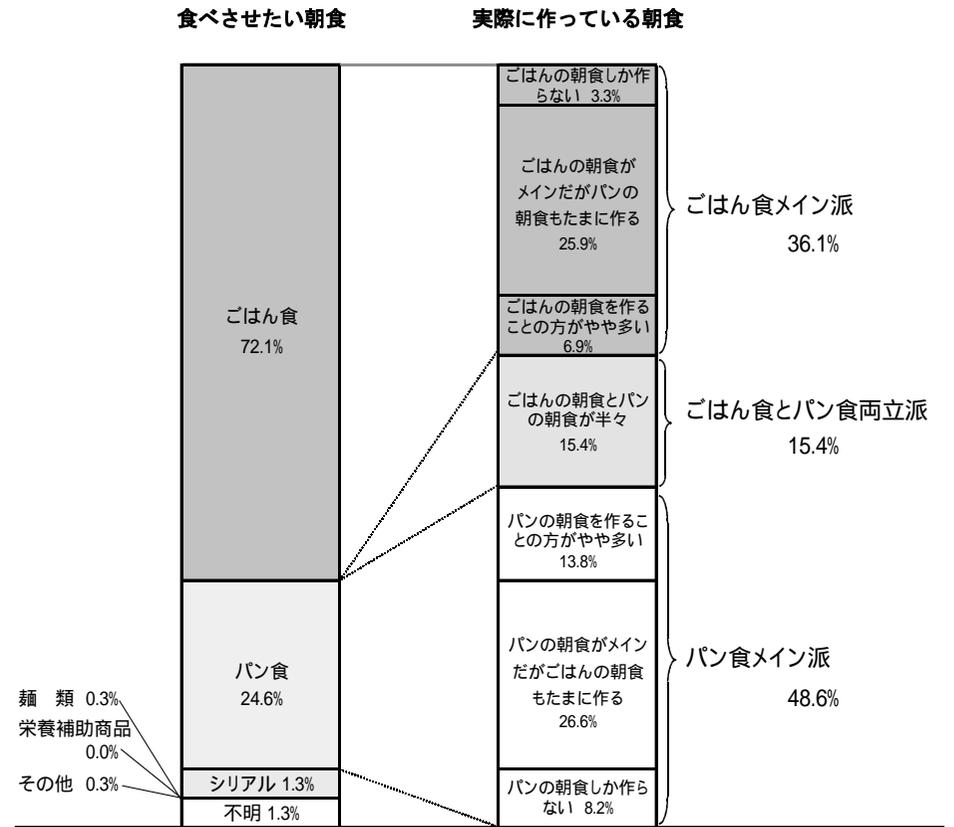
図 I-1-17 食べさせたい朝食と違う朝食を用意する理由



資料：朝ごはん実行委員会「作り手の意識から見る朝食実態調査」（14年12月調査）

- 注：1) 図 I-1-16の注1)と同じ。
 2) 複数回答で、回答者数は、ごはん 188人、パン 55人である。

図 I-1-16 家族に食べさせたい朝食と実際に作っている朝食



資料：朝ごはん実行委員会「作り手の意識から見る朝食実態調査」（14年12月調査）

- 注：1) 全国に居住する3歳から高校生までの子どもを持つ母親305人を対象とするアンケート調査である。
 2) ラウンドの関係で合計と内訳が一致しない場合がある。

今後、米の消費を拡大していくためには、こうしたごはん食の特性を克服し、消費者の簡便化志向に応えた省時間・省労力商品をいかに開発できるかが一層重要になると考えられます。

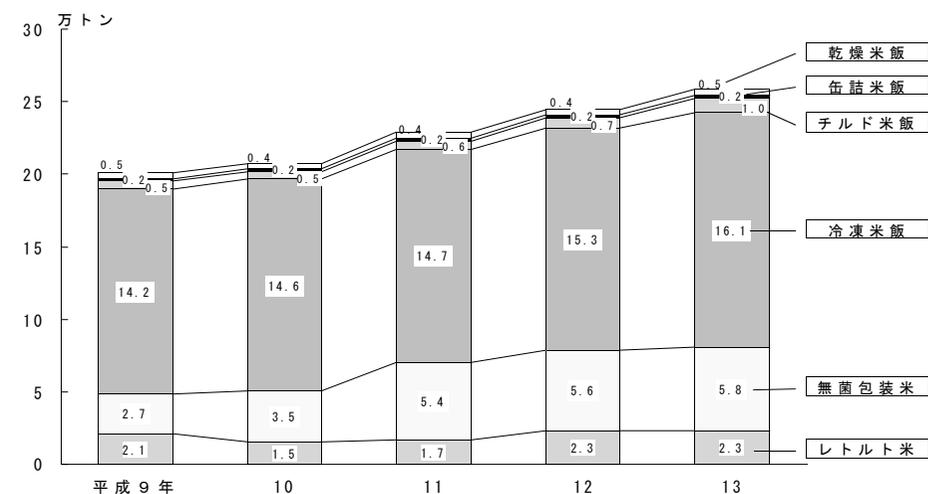
既に、こうした観点から、自分でごはんを炊かないで済む無菌包装米飯やレトルト米飯等の消費が増加しており、加工米飯を品目別に見ても、白飯が近年増加しています（図 I-1-18）、（図 I-1-19）。

また、後述するように、近年、無洗米の消費が急増しているのも、こうした消費者の簡便化志向に対応したものと言えます。

種類別の解説

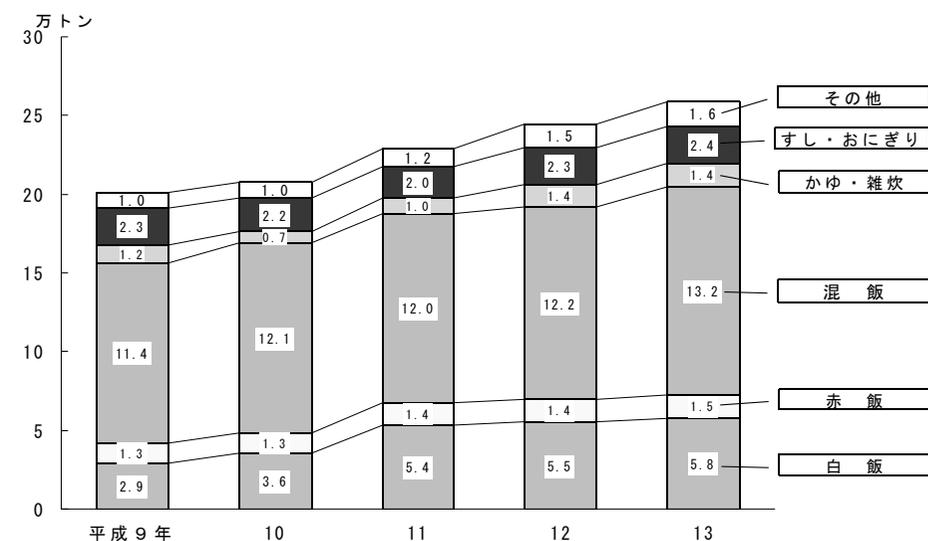
種類	説明
レトルト米飯	気密性のある包装容器又は成形袋に入れて密封した後、100℃以上で殺菌したもの
無菌包装米飯	気密性のある包装容器又は成形袋に入れて密封したもの（製造工程の無菌室で包装）
冷凍米飯	マイナス40℃以下で急速に冷凍したもの
チルド米飯	包装後冷蔵したもの
缶詰米飯	缶に詰め、密封した後100℃以上で殺菌したもの
乾燥米飯	急速熱風乾燥、凍結乾燥あるいは蒸した後、膨化したもの

図 I-1-18 年別加工米飯生産量の推移（種類別）



資料：食糧庁「米麦加工食品生産動態等統計調査」

図 I-1-19 年別加工米飯生産量の推移（品目別）



資料：食糧庁「米麦加工食品生産動態等統計調査」

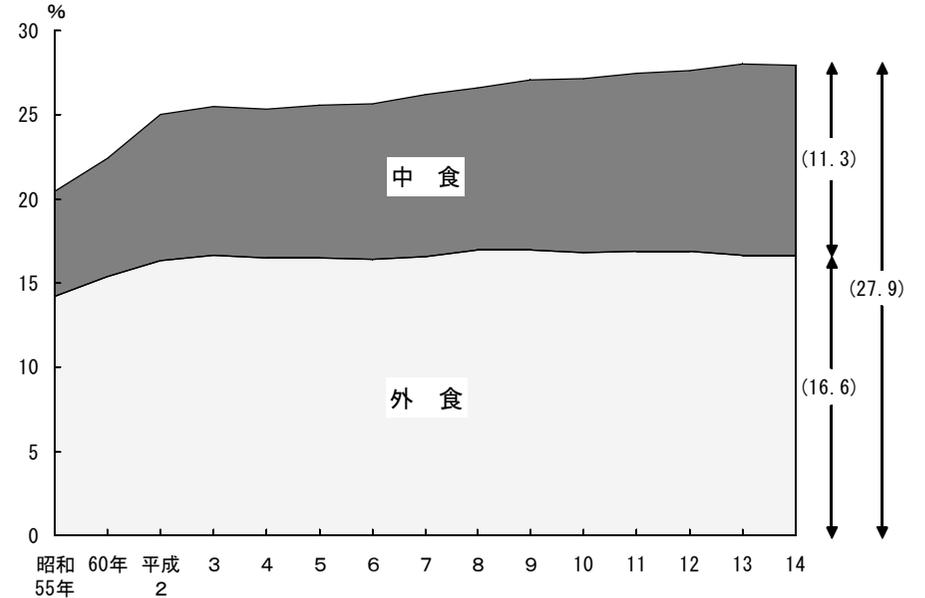
(ウ) 食の外部化の進展

核家族化や女性の社会進出等の社会構造の変化や消費者の簡便化志向の強まり等を背景に、中長期的に見れば、食料消費を家庭外（中食・外食）に依存する傾向が強まっています。

ただし、最近では、長引く不況やデフレ経済の進展を背景に、外食の回数や客単価が減少していると考えられ、食料消費支出に占める外食の割合はやや減少しています（図 I-1-20）。

これに対して中食は、従来からの家庭内食からの代替に加えて、外食からの代替も増加していると考えられることから、その割合が引き続き増加しています。

図 I-1-20 食料消費支出に占める中食と外食の割合の推移



資料：総務省「家計調査」、「消費者物価指数」を基に農林水産省で推計

注：1) 全国全世帯（非農林漁家世帯）の世帯員1人当たり実質値の推移である。

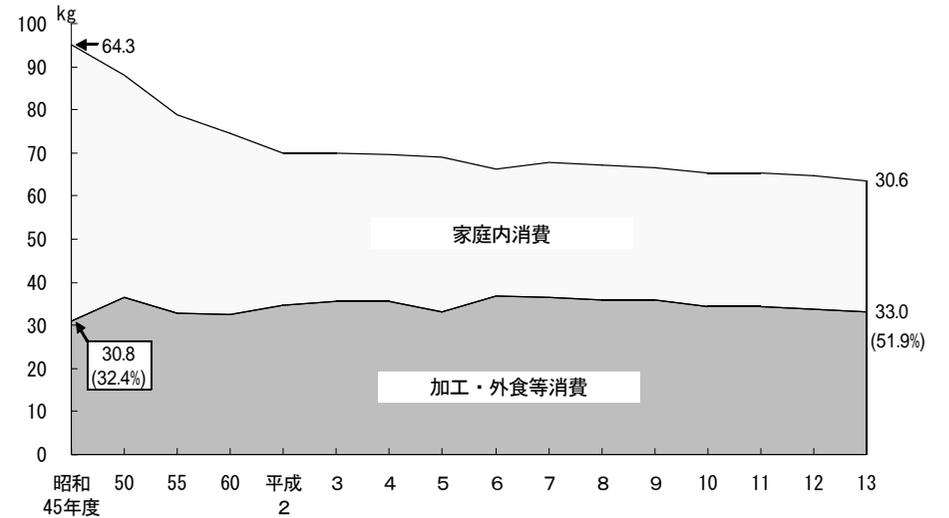
2) ()内の数値は、平成14年値である。

3) 中食（調理食品）とは、主食的調理食品（弁当類、調理パン、その他）、他の調理食品（うなぎのかば焼き、サラダ、コロッケ、カツレツ、調理食品の缶詰、冷凍食品等）等である。

4) 外食とは、一般外食（日本そば・うどん、中華そば、すし、洋食等）、学校給食である。

米の消費においても、米の総消費量が一貫して減少する中で、加工・外食等における消費は安定して推移しており、相対的に、加工・外食等消費のシェアが増加していることから、食の外部化が進展していることが窺われます（図 I-1-21）。

図 I-1-21 米の家庭内消費、加工・外食等消費別の消費量の変化



資料：総務省「家計調査」、農林水産省「食料需給表」を基に農林水産省で推計

- 注：1) 1人1年当たりの供給純食料の値である。
 2) ()内の値は、1人1年当たりの供給純食料に占める加工・外食等消費の割合である。
 3) 家庭内消費は、農林漁家世帯を除く世帯の購入数量であり、農林漁家世帯の自家消費及び自家生産物の贈答等は含まれていない。

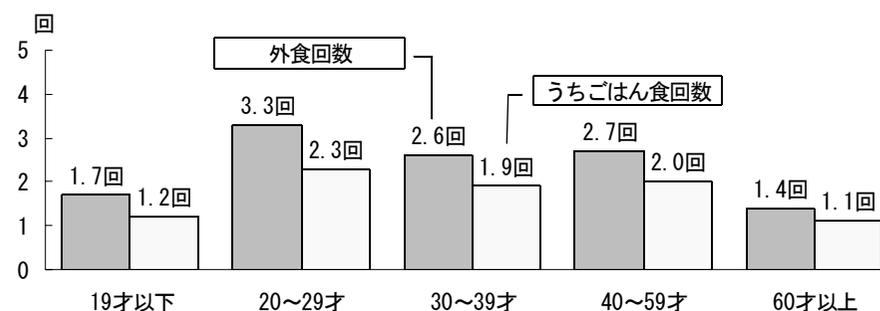
年齢階層別に1週間における外食の回数を見ると、若い年齢階層ほど外食の回数が多い傾向となっています。

どの年齢階層においても、外食に占めるごはん食の割合は高くなっていますが、若い年齢階層ほどその割合が低く、ごはん食以外の外食もよく行っていることが窺われます(図I-1-22)。

また、外食をする理由を見ると、「家庭で食事を作るのが面倒であるから」が28%を占めており、消費者の簡便化志向が大きな要因となっていることが窺えます(図I-1-23)。

他方、「家庭で作る食事よりもメニューが豊富だから」と「家族が外食の方を好むから」を合わせると22%となっており、単に簡便化志向だけでなく、日常生活への変化や食事のバラエティを求めて外食を行っている場合も多いことが窺われます。

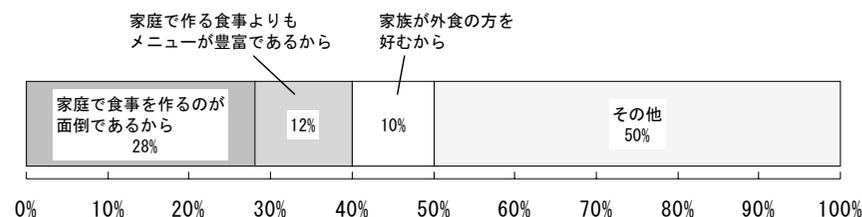
図I-1-22 最近1週間における外食の回数とその中での米飯外食の回数



資料：食糧庁「食糧モニター調査」(14年9月調査)

注：図I-1-6の注1)、2)と同じ。

図I-1-23 外食を利用する理由



資料：食糧庁「食糧モニター調査」(14年9月調査)

注：1) 図I-1-6の注1)と同じ。

2) 「その他」では「勤務地(勤務時間)での食事は外食となる」や「外出時に食事の時間になった時」の回答が多い。

(エ) 消費者の購買行動の変化

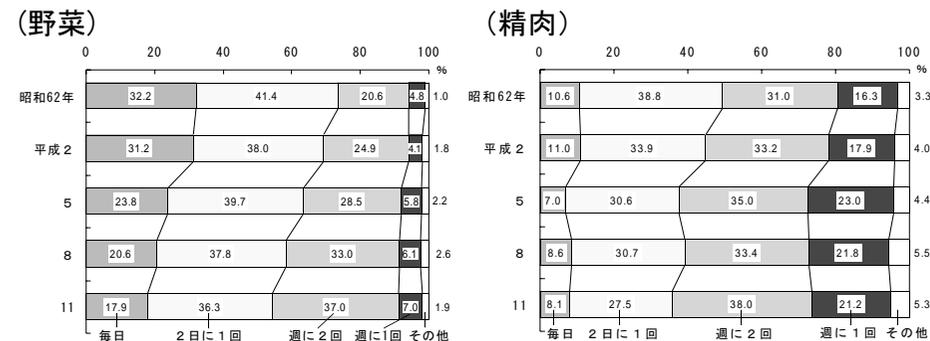
長い間、食料品については、多頻度、最寄り買いが我が国の購買行動の特徴と言われてきましたが、女性の社会進出に伴う共働き世代の増加、大型冷蔵庫や自動車の普及、大規模な駐車場を持った郊外型のスーパーの増加等を背景に、スーパーでの買物に象徴される「ワンストップ・ショッピング」（1カ所でのまとめ買い）を選好する消費者が増えています。野菜や精肉等の日常食品の購入頻度を見ると、毎日購入する者のシェアが減少し、週に1回ないし2回購入する者のシェアが増加しています(図I-1-24)

また、購入店までの交通手段を見ると、自動車を使う割合が増加しており、こうした自動車での購買が、「ワンストップ・ショッピング」を加速させていると考えられます(図I-1-25)。

以上の結果として、日常食品を購入する際、最もよく利用するタイプの店は、いずれの食品も、スーパーが多く、かつ増加しています(図I-1-26)。

これに対して一般小売店の利用率はしだいに減少してきています。

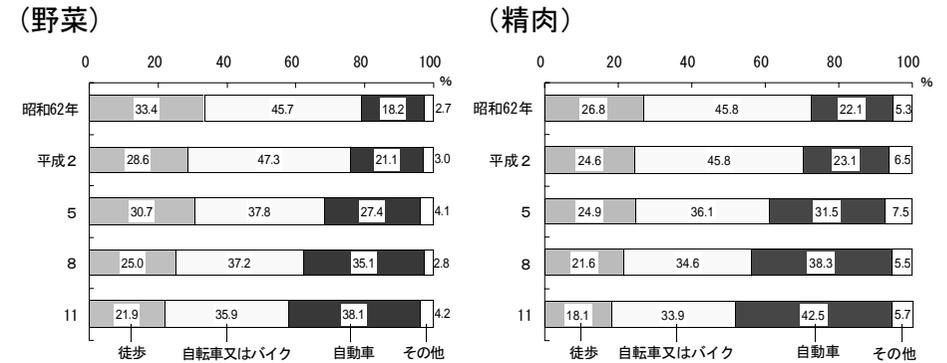
図I-1-24 消費者の食料購買行動の推移



資料：農林水産省「食料品消費モニター調査」

注：食料品消費モニター（全国主要都市に在住する主婦）として委嘱した1,021名を対象としたアンケート調査である。

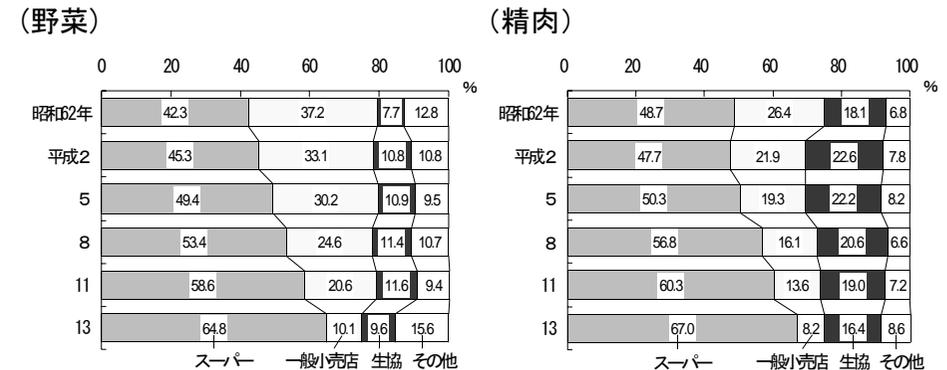
図I-1-25 購入店までの交通手段



資料：農林水産省「食料品消費モニター調査」

注：図I-1-24の注と同じ。

図I-1-26 よく利用する小売店



資料：農林水産省「食料品消費モニター調査」

注：1) 図I-1-24の注と同じ。

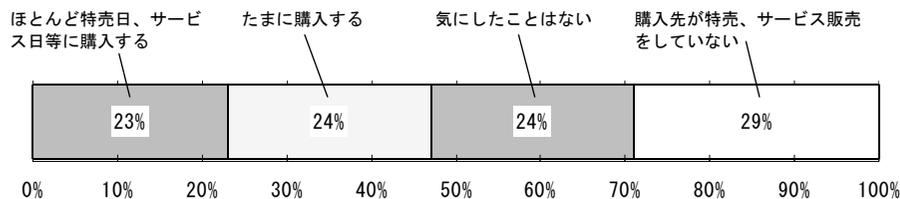
- 2) 一般小売店は、八百屋、魚屋などの伝統的な店と各種の食料品を扱っているよろず屋的な店をいう。
- 3) スーパーは、セルフ・サービス中心の大型チェーン店で衣、食、住全般にわたる商品構成をもつ店舗と食料品を主力とするセルフ・サービスのチェーン店、コンビニエンスストアを含む。
- 4) その他には、農協、デパート等を含む。

このような消費者の購買行動の変化を背景に、米についても、他の食料品と一緒にスーパーで購入される機会が増加していると考えられます。

家庭における米の購入先は、平成6年度には、米穀専門店（いわゆるお米屋さん）が全体の3分の1を占めていましたが、このような消費者の購買行動の変化に加えて、平成7年の食糧法の施行に伴って、米を扱える店の要件が大きく緩和されたこともあり、米の購入先が、米穀専門店からスーパーへと大きくシフトしています（図I-1-27）。

また、スーパーでは、米の特売を目玉商品として位置づけ、コスト割れするような価格で販売することで集客し、他の商品の売り上げを伸ばすことで全体として利益を上げる戦略を取るところもあり、こうした動きもスーパーでの米の購入を増加させていると考えられます（図I-1-28）。

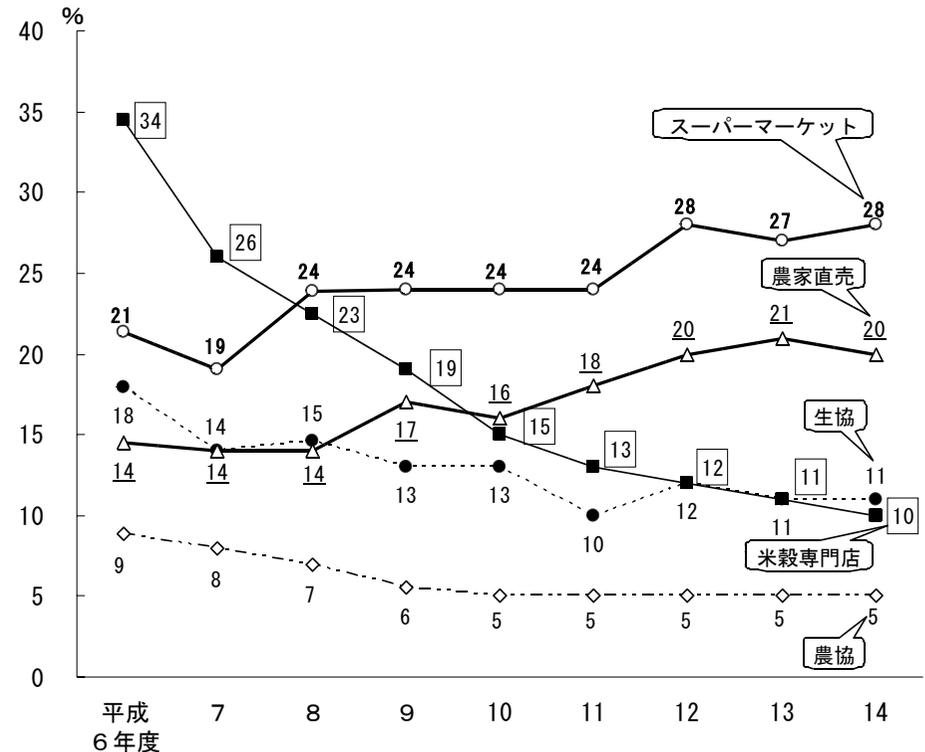
図I-1-28 米の特売日等の利用状況



資料：食糧庁「食糧モニター調査」（15年2月～3月調査）

注：食糧モニター（世帯員が2人以上の消費世帯の主婦）として委嘱した1,285人及びその家族を対象とするアンケート調査である。

図I-1-27 米の購入先の推移



資料：食糧庁「食糧モニター調査」

- 注：1) 食糧モニター（世帯員が2人以上の消費世帯の主婦）として委嘱した約1,300人を対象とするアンケート調査。
- 2) 平成10年度以前は回答方法が複数回答であったため、全体が100%となるように換算している。
- 3) 「農家直売」は親兄弟からの購入を含む。

(オ) 低価格志向の強まりと多様化する消費者の志向

長引く不況やデフレ経済の進展等から、食料消費においても、消費者の低価格志向が強まっています。

米購入時における消費者の判断基準の推移を見ると、近年、食味や産地品種が下がっているのに対して、価格が上がって一位となっているほか、安全性や精米年月日が上がっています（図 I-1-29）。

消費者の購入している米の価格帯（精米10キログラム当たり）の推移を見ても、平成11年度秋と比べて、14年度秋では、4,000円以上の価格帯で、いずれも米を買う人の割合が急減し、代わって、3,500円未満の米を買う人の割合が20%から43%へと大きく増加しています。（図 I-1-30）。

これに対して、米の平均小売価格は、同期間で36～331円（精米10キログラム当たり）程度の下落にとどまっていること（表 I-1-4）、安い米を購入するため、購入する米の種類を変えたり、購入場所を変えた人の割合がそれぞれ24%と14%ずつあること（図 I-1-31）等を踏まえれば、米の購入においても、単に、結果として購入する価格が下がっているのではなく、より安い米を求める消費者の低価格志向が強まっていることが窺われます。

表 I-1-4 米の主要10産地品種銘柄の年産平均小売価格

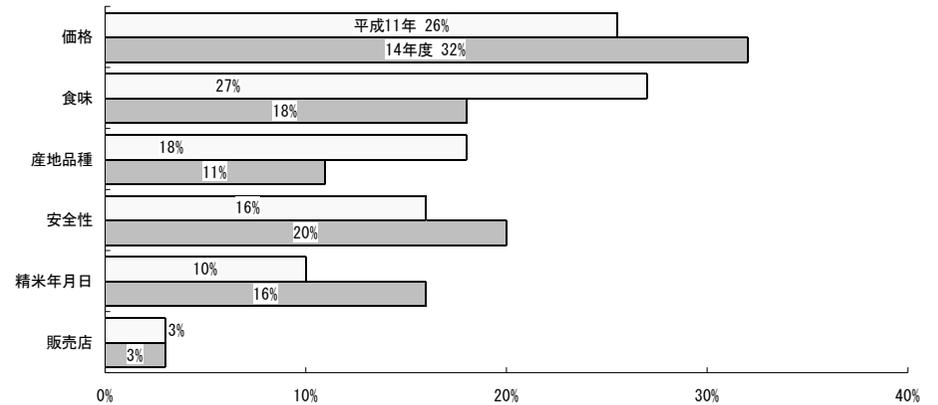
産地品種銘柄	平成11年産	14年産	14 - 11
北海道きさら397	4,128	3,941	187
岩手ひとめぼれ	4,981	4,756	225
宮城ササニシキ	4,761	4,725	36
宮城ひとめぼれ	4,868	4,537	331
秋田あきたこまち	4,749	4,615	134
茨城コシヒカリ	4,708	4,428	280
栃木コシヒカリ	4,771	4,504	267
新潟コシヒカリ(一般)	5,659	5,356	303
富山コシヒカリ	5,127	4,856	271
長野コシヒカリ	5,266	5,020	246

資料：食糧庁「米麦等の取引動向調査」

注：1) 主要10銘柄の精米10kg当たりの全国平均価格(包装代・消費税込)である。

2) 平成11年産までは当年10月～翌年9月の単純平均であり、14年産については14年10月～15年5月の単純平均である。

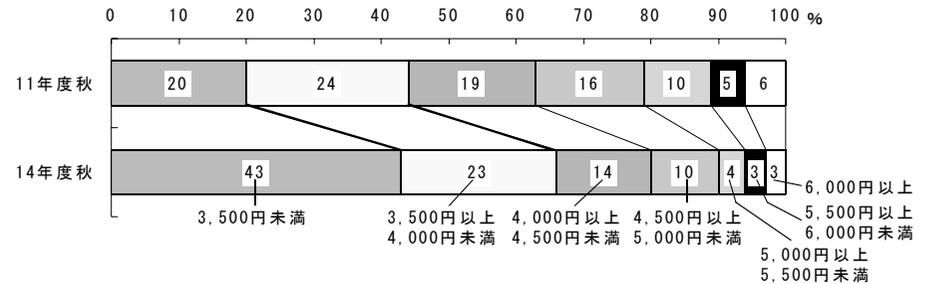
図 I-1-29 米購入時における消費者の判断基準



資料：食糧庁「食糧モニター調査」

注：図 I-1-27の注1)と同じ。

図 I-1-30 消費者の購入する米の価格帯（精米10kg当たり）の推移

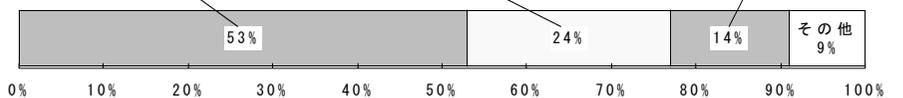


資料：食糧庁「食糧モニター調査」

注：図 I-1-27の注1)と同じ。

図 I-1-31 消費者の購入する米の価格帯が下がった理由

以前から購入している米と同じだが、その米が値下がりしているから
安い米を選ぶようになったから
以前より安い米を取り扱うところから購入するようになったから



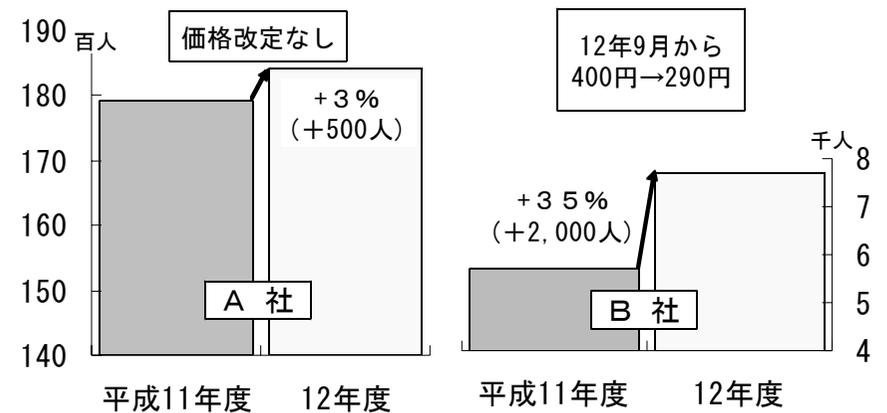
資料：食糧庁「食糧モニター調査」（15年2月～3月調査）

注：図 I-1-28の注1)と同じ。

このような低価格志向を受けて、中食・外食においても低価格競争が行われるようになってきており、中食・外食におけるごはん食についても、他の品目との熾烈な競争の中で、販売価格の変化等によって、ごはんとパン、麺類など食品群間での消費者の選択が変化しやすい状況となっています(図 I-1-32、図 I-1-33、図 I-1-34)。

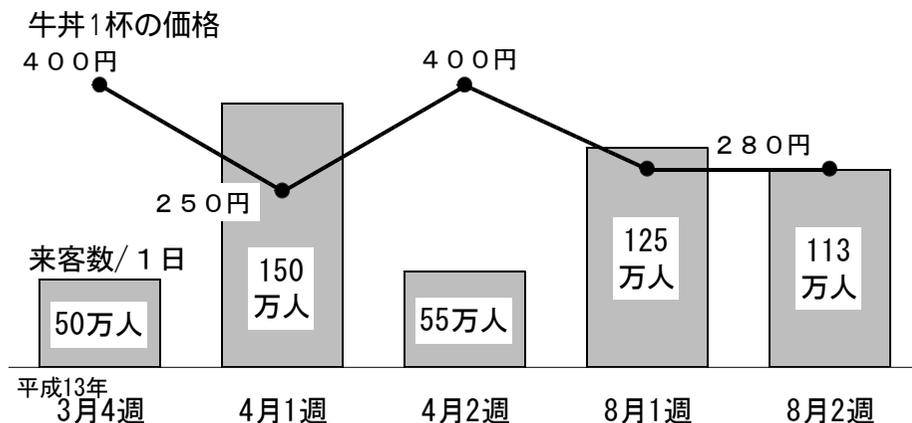
なお、最近では激しい価格競争の中で、低価格キャンペーンの終了後、再度価格を引き下げても、キャンペーン時ほどには客足が戻らないといった現象も見られます。

図 I-1-32 2社の比較からみた牛丼価格と来客数



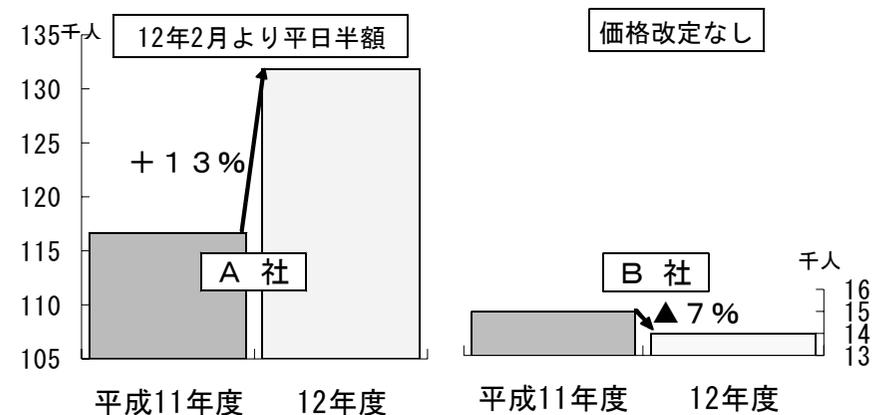
資料:業者からの聞き取りによる。

図 I-1-34 ある牛丼チェーンの牛丼価格と来客数



資料:業者からの聞き取りによる。

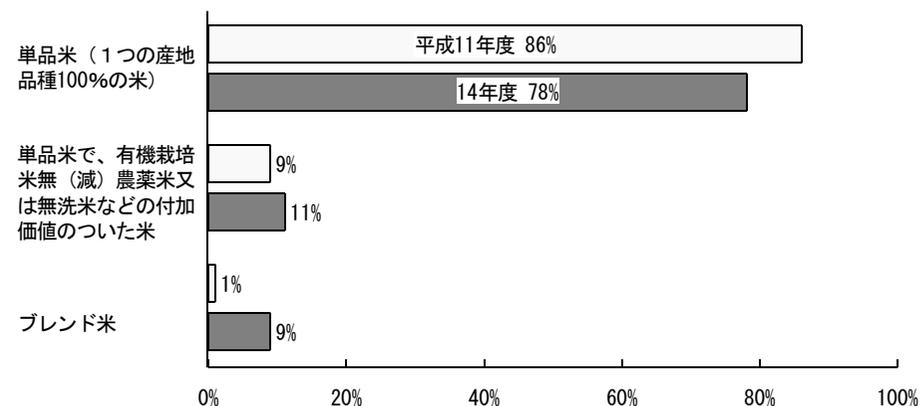
図 I-1-33 2社の比較からみたハンバーガー価格と来客数



資料:業者からの聞き取りによる。

また、消費者の購入した米の様態別の内訳の推移を見ると、コシヒカリを中心とした銘柄志向が依然として強いことから、一般的な単品米の購入が高い割合を占めていますが、その割合は減少しています。一方で、低価格志向を反映したブレンド米の購入や、多少値段が高くても付加価値のついている米の購入が増加しています（図 I-1-35）、（表 I-1-5）。

図 I-1-35 購入した米の主な様態



資料：食糧庁「食糧モニター調査」

注：1) 図 I-1-27の注1)と同じ。

2) 付加価値米とは、消費者ニーズに対応した付加価値を付けた米であり、安全・安心志向、健康志向に対応し、一定の条件のもとに栽培した「有機栽培米」、「無（減）農薬栽培米」、栄養面を強化した「発芽玄米」、「胚芽精米」「栄養強化米」、簡便化志向に対応し、米を洗わなくてすむようにした「無洗米」等がある。

表 I-1-5 「単品米」及び「単品米で付加価値のついた米」について購入した主な品種銘柄

（単位：％）

品種銘柄	コシヒカリ	あきたこまち	ヒノヒカリ	ひとめぼれ	キヌヒカリ	その他
購入シェア	54%	11%	8%	4%	3%	20%

資料：食糧庁「食糧モニター調査」（14年9月調査）

注：図 I-1-6の注1)と同じ。

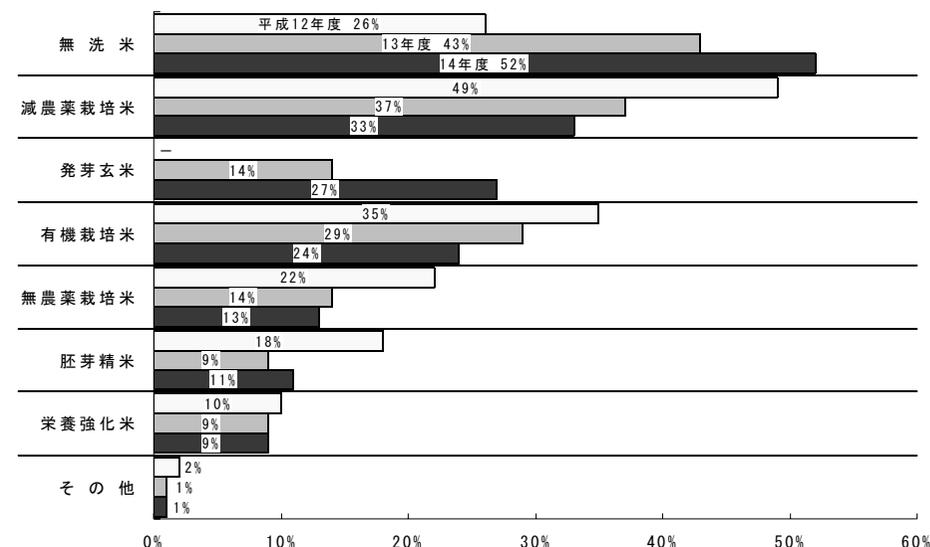
さらに、消費者の入手している付加価値米の内訳を見ると、近年、無洗米の割合が急激に増加しています（図 I-1-36）。

こうした付加価値米を入手する理由を見ると、13年度に1番多かった「栽培方法、品質等で安心感があるから」の割合が低下する一方で、「健康を維持するために効果がありそうだから」の割合が増加し、14年度には1番多くなっています（図 I-1-37）。

このように、消費者の安全・安心志向の高まりが、健康志向という形で、血圧抑制作用があるとされている発芽玄米の購入増に結びついたと考えられます。

また、「簡便性があるから」の割合が増加しており、このことが上述のような無洗米の購入増に結びついていると考えられます。

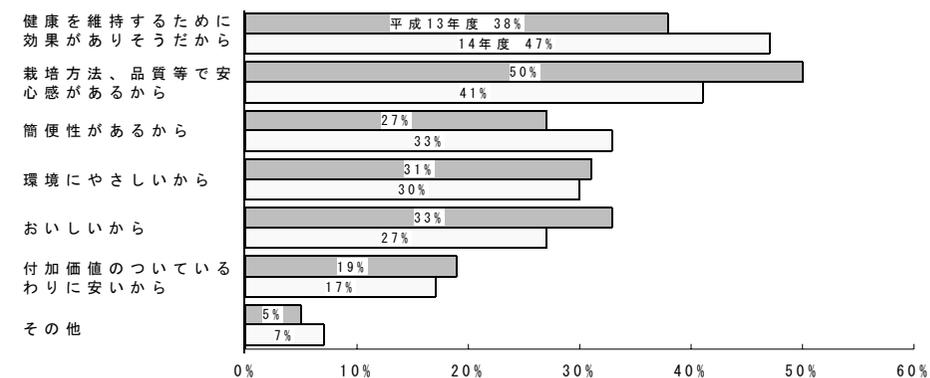
図 I-1-36 入手している付加価値米



資料：食糧庁「食糧モニター調査」

- 注：1) 図 I-1-27の注1)と同じ。
- 2) 複数回答の調査結果である。
- 3) 平成12年度においては、選択肢に「発芽玄米」はなかった。

図 I-1-37 付加価値米を入手する理由



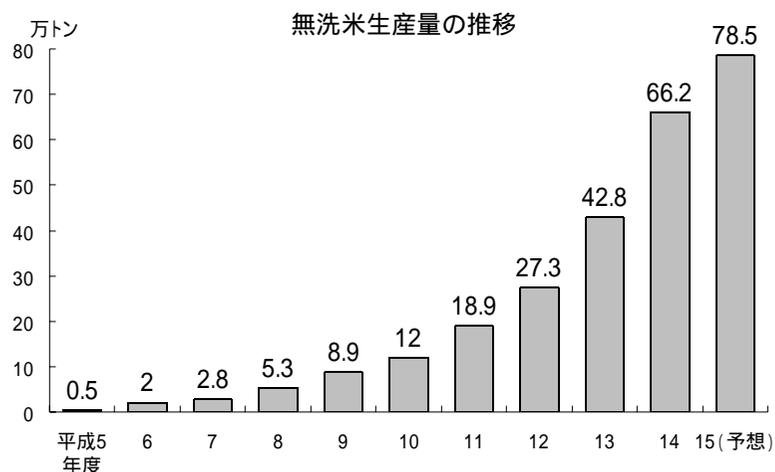
資料：食糧庁「食糧モニター調査」

- 注：1) 図 I-1-27の注1)と同じ。
- 2) 複数回答の調査結果である。

(コラム)「無洗米」

「無洗米」は、精米機で普通にとろ精した精米(一般に市販されている精米)に残っている糠(ぬか)をさらに取り除いたお米で、炊飯の際のとく手間がかかりません。また、とぎ汁を出さないことによる環境汚染防止効果や水資源の節約効果も注目されています。

当初、こうした無洗米は、レストランやテイクアウトの弁当店、社員食堂、病院、学校などで使われていましたが、最近では簡便志向の高まりや、環境への関心の高まりに伴い、一般家庭でも広く使われるようになっていきます。



資料:特定非営利活動法人全国無洗米協会調べ

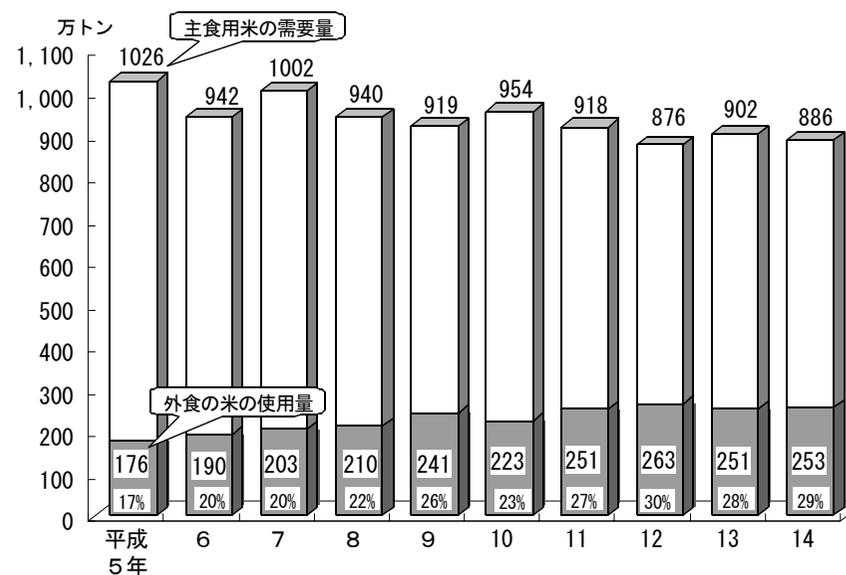
(4) 米の用途別需要の動向

- 外食用の米は、総じて増加傾向
- 加工原材料用米穀の需要量は、総じて減少傾向にあるが、用途別に見ると、加工米飯用、焼酎は増加
- もち米の消費量は、不連続に減少傾向
- 米加工食品の輸入は増加傾向

(ア) 外食の米の消費量

前述のような社会構造の変化、食の外部化、消費者の簡便化志向の強まり等を背景に、米の総消費量が一貫して減少する一方で、外食用に使用されている米は安定的に推移しており、平成14年で253万トンと主食用米の29%を占めています(図I-1-38)。

図I-1-38 主食用米の需要量と外食への米の使用量



資料：農林水産省推計

- 注：1) 主食用米の需要量は、生産量、期首・期末在庫の増減(援助等を除く。)及び新米供給の増減により求めたもの。
 2) 外食の米の使用量は、(財)外食産業総合調査研究センター「外食産業市場規模推計値」をもとに食糧庁で推計(平成15年5月)したもの。
 3) 主食用米の需要量は米穀年度、外食の米の使用量は暦年度の値である。
 4) 米穀年度は、前年11月～当年10月。(例 5年度：4年11月～5年10月)
 5) 外食の米の使用量下段の率は、主食用米の需要量に占める割合である。

(イ) 加工原材料用米の需要量

加工原材料用米は、加工用として主食用以外の用途に供される米のことで、具体的には清酒、冷凍米飯等の加工米飯、包装もち、味噌、米菓、和菓子等の原料となる米穀粉等として消費される米穀をいいます。

また、この他に少量ではありますが、ライススターチ、ペット用、染色糊用等の「非食用」にも供給されています。

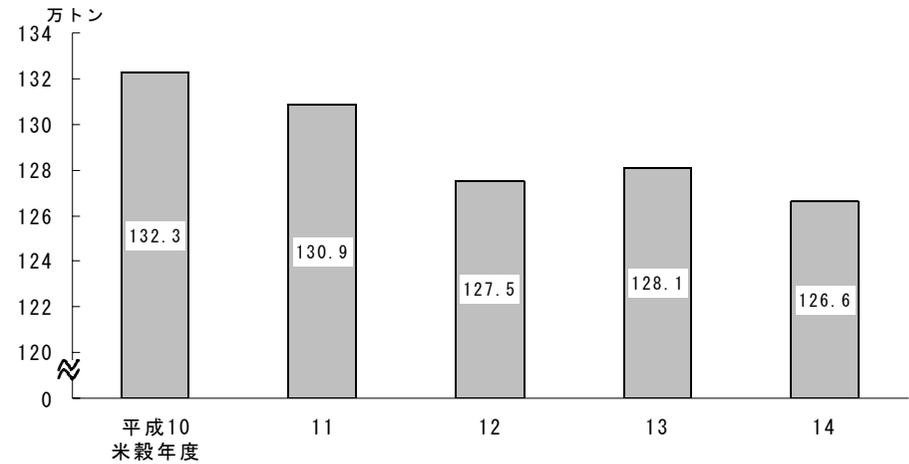
近年、その需要量は、不連続ですが減少傾向となっています(図 I-1-39)。

加工原材料用米穀の需要量を用途別に見ると、清酒用、米菓用、味噌用への原料米の使用量の減少が続いており、特に清酒用の減少が大きく、これが加工原材料用米の需要量の減少の大きな要因となっています(図 I-1-40)。

このため、加工原材料用米の需要量回復のためには、清酒の消費量をいかに拡大していくかも重要な課題の一つとなっています。

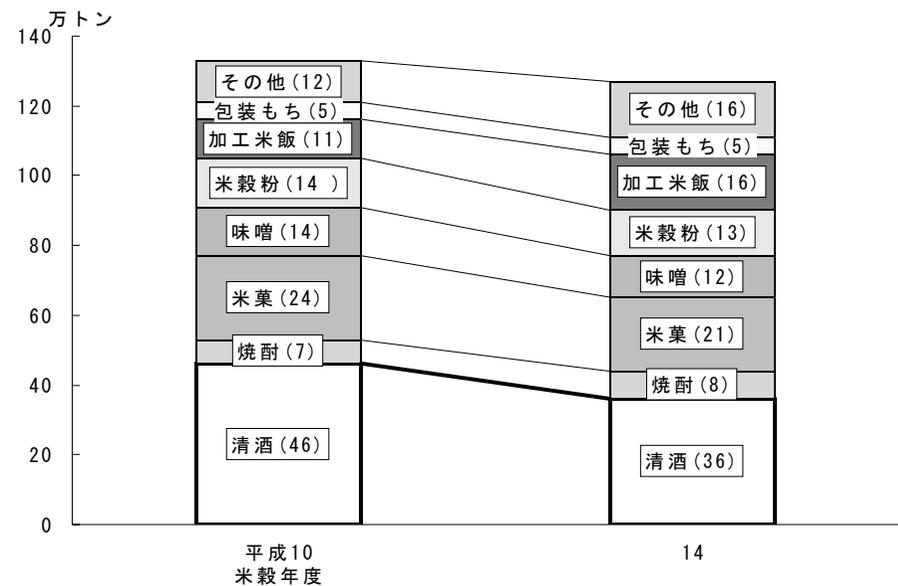
他方、食の外部化に対応した加工米飯への原料米の需要量が大きく増加しており、こうした需要への確にんえていくことも重要になっています。

図 I-1-39 加工原材料用米の需要量の推移



資料：食糧庁「米麦加工食品生産動態等統計調査」等を基に農林水産省で推計

図 I-1-40 加工原材料用米の用途別の原料米需要量の推移



資料：食糧庁「米麦加工食品生産動態等統計調査」等を基に農林水産省で推計

① 清酒

消費者の嗜好の変化や、発泡酒、缶酎ハイなどの安価な酒類の消費増の影響により、清酒の消費量が大きく減少しています（図 I-1-41）。これに伴い、その原料米の需要量についても大幅に減少が続いています（図 I-1-40）。

清酒の製造状況をタイプ別に見ると、純米吟醸酒が増加していますが、他の本醸造酒、普通酒、増醸酒が大きく減少しており、全体では前年度比▲7.3%となっています（表 I-1-6）。

純米吟醸酒が増加した要因は、高価で美味しいもののイメージがあることと、小容量びんが多く贈答用に向いていることが考えられます。

原料米の需要量全体は減少したものの、清酒1キロリットル当たりの原料米の使用状況を見ると、白米使用量は、平成元年度以降、横ばいないし微減となっていますが、精米歩合が低くなっていることから、玄米ベースでは増加しています（表 I-1-7）。

また、添加される醸造用アルコールの使用量は、長期的に減少しており、ここ数年やや足踏みしましたが、平成13酒造年度では再び減少に転じています。

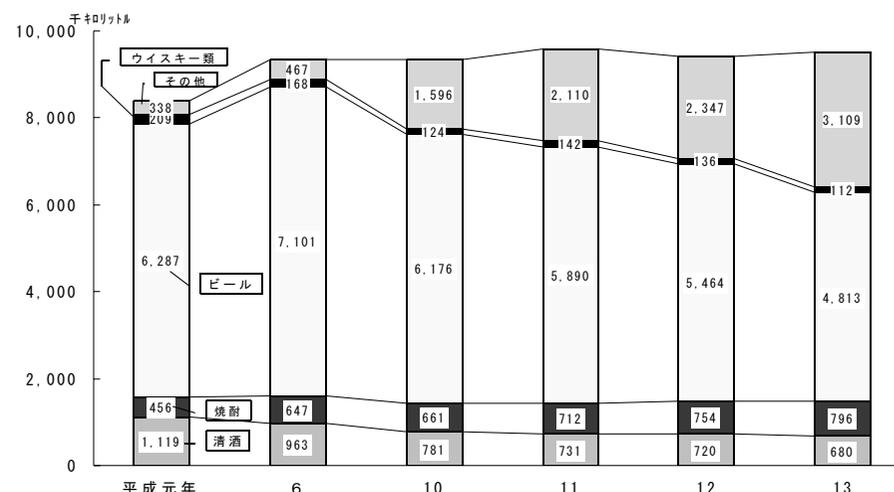
表 I-1-7 清酒1キロリットル当たりの原料米等の使用状況

酒造年度	清酒1kl当たり 白米使用量 (kg)	精米歩合 (%)	清酒1kl当たり 玄米使用量 (kg)	白米1トン当たり アルコール使用量 (リットル)
昭和55年	332	73.6	450	253
60	338	73.9	457	244
平成元年	353	71.1	497	215
6	357	67.7	527	204
10	358	66.9	535	198
11	355	67.2	529	204
12	354	67.2	527	205
13	355	66.9	531	201

資料：国税庁「清酒の製造状況等について」

注：清酒製造量は、アルコール度数20度換算値。

図 I-1-41 酒類製成数量の推移



資料：国税庁「酒のしおり」

表 I-1-6 製造方法別製造数量（アルコール分20度換算）の推移

（単位：kl, %）

酒造年度	平成 11年度	12年度	13年度	増減率	構成比
純米酒	53,757	52,260	50,759	▲2.9	7.3
純米吟醸酒	26,518	28,921	31,080	7.5	4.5
吟醸酒	33,381	34,105	32,898	▲3.5	4.8
本醸造酒	127,005	118,696	106,428	▲10.3	15.4
普通酒	405,131	392,535	361,352	▲7.9	52.3
増醸酒	114,600	119,554	108,940	▲8.9	15.8
合計	760,392	746,072	691,458	▲7.3	100.0

資料：国税庁「清酒の製造状況等について」

注：1) 酒造年度は、当年7月～翌年6月（例 11年度：11年7月～12年6月）

2) 増醸酒とは、普通酒の中でも醸造アルコール及び糖類を多く使用しているものをいう。

(コラム)「米生産と結びついた清酒造りの例」

最近、酒造業者の先進的な取組の中には、以下のような事例がみられます。

新潟県長岡地方の酒造メーカーA社は、「酒造りは米作りから」という考え方の下、地域の稲作農家との結び付きを利用した、きめ細かな対応により、より高品質の原料米を確保するための取組を行っています。

当初（平成5年）はA社と6人の農家との間の契約栽培で始まった取組も、平成14年では地域の越後さんとう農協等を中心とした契約栽培等へ発展し、多数の農家と協力して、アイガモ農法や低化学肥料農法等も取り入れながら、より高品質、高付加価値の酒造りの取組が行われています。この間、原料米の契約数量は、120tから650tへと増加しています。

また最近では、A社と越後さんとう農協等が共同で栽培状況やほ場管理等の確認を行ったり、随時栽培方法等について検討を行う等、その取組はより充実したものになっています。

こうした取組によって収穫された原料米を使用して製造された清酒は、高付加価値商品として販売され、消費者の高い支持を得ています。

今後とも、A社では、地域の農家や農協と協力して、こうした意欲的な取組を更に充実、発展させ、原料米仕入量に占める契約数量を増加させていく意向をもっています。

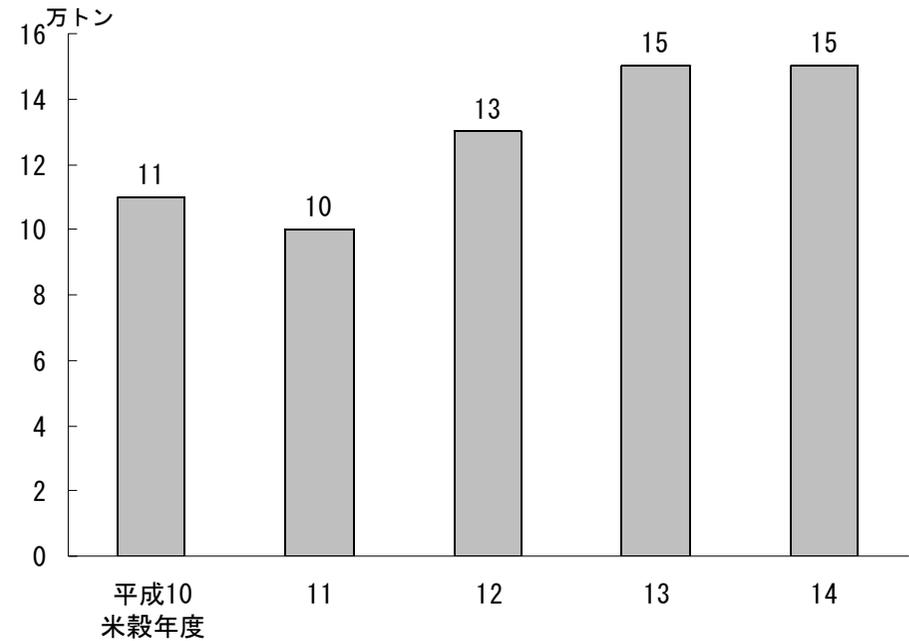
② 加工米飯

近年、簡便化志向等の消費者ニーズの多様化を背景に、レトルト米飯等の加工米飯の消費が増加しています（図 I-1-18）。

このうち、冷凍米飯、チルド米飯については、外食の増加に伴い、ファミリーレストラン等で使用される業務用としての需要が増加していると考えられます。

このため、加工米飯への原料米の使用量も増加しています（図 I-1-42）。

図 I-1-42 加工米飯への原料米使用量



資料：食糧庁「米麦加工食品生産動態等統計調査」等を基に農林水産省で推計

③ その他の加工原材料用米穀

焼酎については、昭和60年頃に、「焼酎は安酒」というイメージが払拭され、一部ヒット商品が生まれたこともあり、焼酎ブームとなりました。

その後、麦、米、芋等を主原料とする本格焼酎や泡盛の消費が伸びるとともに、その原料米の使用量についても増加しています（表 I-1-8）。

和菓子等の原料となる米穀粉については、平成11年の団子ブームで一時的に上新粉の使用量が増加しましたが、その後、徐々に以前の水準に戻ってきています。

米菓の製造量は、近年、スナック菓子等の影響を受けているものの、僅かな減少で推移しています。一方で、原料米の使用量は大きく減少しています。

その要因としては、消費者ニーズに対応するため食感を軽くする等の目的で米の使用割合が減少してきたことが考えられます。

もちは、従来、正月を中心として消費される季節商品でしたが、「スライスもち」や「シングルパックもち」等の食の簡便化に応じた商品の開発等により年間を通じて消費されるようになり、その原料米の使用量は堅調に推移しています。

味噌は、専らみそ汁として消費されます。近年の食生活の多様化等によるごはん食の減少に伴い、併せて食されていたみそ汁の消費も減少しているものと考えられ、その原料用米の使用量も減少しています。

表 I-1-8 米加工製品の製造量及び原材料米の使用量の推移

① 焼 酎 (単位：千kl、千トン、%)

	課税移出数量	増減率	原料玄米供給量	増減率
平成9年	326	-	72	-
11年	324	1	72	0
13年	353	9	78	8

② 米穀粉 (単位：千トン、%)

	製造量	増減率	原料玄米供給量	増減率
平成9年	123	-	141	-
11年	135	10	154	9
13年	124	8	142	8

③ 米 菓 (単位：千トン、%)

	製造量	増減率	原料玄米供給量	増減率
平成9年	218	-	239	-
11年	214	2	230	4
13年	210	2	208	10

④ も ち (単位：千トン、%)

	製造量	増減率	原料玄米供給量	増減率
平成9年	57	-	50	-
11年	56	2	44	12
13年	58	4	52	18

⑤ 味 噌 (単位：千トン、%)

	製造量	増減率	原料玄米供給量	増減率
平成9年	545	-	148	-
11年	543	0.4	144	3
13年	526	3.1	121	16

資料：課税移出数量は日本酒造組合中央会調べ、製造量は食糧庁「米麦加工食品生産動態等統計調査」、原料玄米供給量は農林水産省推計

注：課税移出数量、製造量は暦年度、原料玄米供給量は米穀年度の値である。

④ 米加工食品の輸入動向

食生活の多様化等の理由により、近年、米加工食品の輸入は増加傾向にあります（表 I-1-9）。

これを品目別に見ると、弁当類等（「肉、魚等の調製品（米を含むもの）」）とは、弁当類のほか、イカにもち米を詰め込んだいわゆるイカ飯、鶏肉の入ったちまき、エビピラフ等のことですが、最近、アメリカから弁当類の輸入が急増していることから、これらの輸入が総じて増加しています（表 I-1-10）。

米菓は、海外に進出した日本企業による現地生産が拡大していることを背景として、ここ1、2年は中国からの輸入量が増加しており、この結果として総輸入量も増加しています。

ビーフンは、主要な日本企業が海外に生産拠点を移し、我が国へ輸出を行っており、食の多様化等を背景として、増減を繰り返しつつ、総じて増加する傾向にあります。

米粉調製品の輸入量は、近年頭打ち状態となっていますが、輸入業者からの聞き取りや需要者の使用実態等から推計すれば、もち米粉を原料とするものについては、近年、輸入が増加しているものと思われます（表 I-1-11）。

表 I-1-9 米加工食品の輸入状況

（単位：トン）

輸入年	平成10年	11年	12年	13年	14年
弁当類等	414	613	941	797	1,142
米菓	6,956	6,584	6,023	6,457	6,700
ビーフン	3,749	5,398	4,335	4,718	6,203
米粉調製品	90,483	97,970	107,134	106,157	102,499

資料：財務省「日本貿易月表」

注：弁当類等は「肉、魚等の調製品（米を含むもの）」である。

表 I-1-10 弁当類等「肉、魚等の調製品（米を含むもの）」の輸入状況（内訳）

（単位：トン）

輸入年	平成10年	11年	12年	13年	14年
タイ	373	497	578	438	363
中国	7	27	30	117	299
ベトナム	—	13	—	—	236
アメリカ	14	6	4	140	241
その他	20	70	329	102	3

資料：財務省「日本貿易月表」

表 I-1-11 米粉調製品の輸入量

（単位：トン、%）

	米 粉 の 製 品				対前年 増減率
	しよ糖15% 超	しよ糖15% 以下	無糖	計	
平成8年	58,234	1,504	48,238	107,976	31.3
9年	51,478	592	41,381	93,451	▲ 13.5
10年	47,274	4	43,206	90,483	▲ 3.2
11年	46,268	4	51,698	97,970	8.3
12年	45,092	1	62,040	107,134	9.4
13年	37,917	4	68,236	106,157	▲ 0.9
14年	38,099	4	64,396	102,499	▲ 3.4

資料：財務省「日本貿易月表」

注：輸入業者からの聞き取り、需要者の使用実態等から推計すれば、概ね、もち米粉7：うるち米粉3の割合で輸入されている。

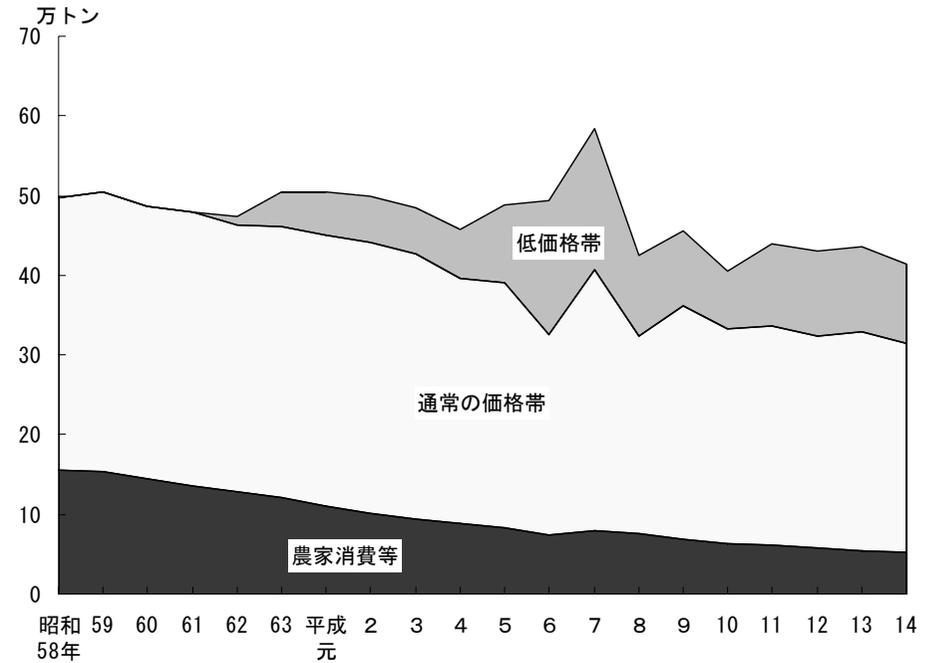
(ウ) もち米の需要量

もち米の需要は、昭和50年代後半と比べて約10万トン程度減少していますが、その減少分のほとんどが、農家消費等の減少（16万トン→5万トン）によるものとなっており、市場流通需要分は、約40万トン程度で推移しています。

一方、最近の経済状況の下で、米粉調製品のうちもち米粉の輸入が増加しているほか、製品輸入も行われるようになり、これらの安価な外国産が、かつての国内産需要に代替するようになっているものと考えられます。

このような国内産需要の減少は、加工業者が、消費者の低価格志向等に応えるため、より安価な原料を海外に求めたためと考えられます（図I-1-43）。

図I-1-43 もち米需要量の推移



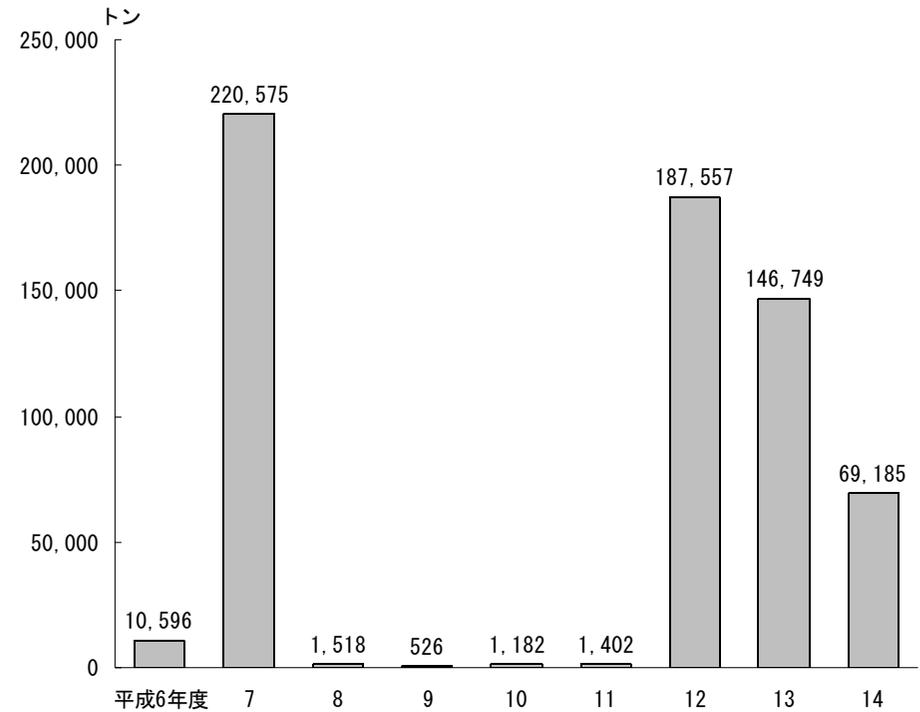
資料：財務省「日本貿易月報」、食糧庁調べ、自主流通法人調べを基に農林水産省で推計

注：通常価格帯の需要量は、自主流通米、計画外流通米、ミニマム・アクセス（SBS輸入）米であり、低価格帯の需要量は、加工用米、ミニマム・アクセス（一般輸入）米、米粉調製品である。

(エ) 飼料用における販売量

配合飼料用原料に向けての販売については、年度によって大きくばらつきがありますが、特に、平成7年度、12年度、13年度において、緊急輸入米処理や豊作による過剰米の処理が行われ、低価格で米が飼料用に仕向けられたことから、多くなっています(図I-1-44)。

図I-1-44 配合・混合飼料用原料における米の販売量



資料：農林水産省調べ

注：1) 飼料工場(約200工場)において、配合・混合飼料の原料として使用された数量である。

2) 14年度は速報値である。

(オ) 需要拡大に結びつく米加工品や米の新品種の開発状況

近年、食生活の多様化が進む中で、加工技術も向上していることから、伝統的な食品が新たな食品にとって代わられる例も出てきています。このような中で、米の新たな加工食品が開発されてきており、中には、米粉パンのように販売を着実に伸ばしている例も見られます。

さらに、米粉パン以外にも、米粉めん、発芽玄米、化粧品等の米加工品の新製品が開発され、商品化されています。

○ 最近の米加工品の新製品の例

- ・米粉パン（原料に米粉を使用したパン）
- ・米粉めん（原料が米100%のめん）
- ・米粉たこ焼き（原料に米粉を使用したたこ焼き）
- ・アイスクリーム（原料に米を使用したアイスクリーム）
- ・発芽玄米（玄米を温水に浸漬させて発芽させたもの）
- ・玄米サラダ油（米と胚芽から作られた米油）
- ・化粧品（米発酵エキスを主原料とした化粧品）
- ・薬用入浴液（米発酵エキスを主成分にした入浴液）

また、これら加工品に適するなどの新たな形質を持つ米品種（新形質米）の育成も進められおり、近年、様々な品種が開発されています（表 I-1-12）。

これらの米加工品や新形質米が、将来的に米の需要拡大に結びついていくことが期待されています。

○ 新形質米の例

- ① 冷めてもおいしい特性を持ち、外食産業やおにぎり等の加工食品に向く「低アミロース米」
- ② 血圧上昇抑制効果のある成分のギャバを多く含み（一般品種の3～4倍）、発芽玄米として使用される「巨大胚米」
- ③ タンパク質の摂取を制限されている人向けの「低グルテリン米」
- ④ ポリフェノール含有の日本酒、菓子などに向く紫黒米、赤米等の「有色素米」

表 I-1-12 国において近年開発された新形質米の例

品種名	育成年度	品種の特徴	主な栽培地域
柔小町	平成12年度	低アミロース、良食味、中生	九州
シルキーパール	13年度	低アミロース、良食味、耐倒伏性	東北
朝つゆ	13年度	低アミロース、晩生、耐倒伏性	東北南部以南
はいみのり	11年度	巨大胚、中生	関東以西
めばえもち	14年度	巨大胚、もち、中生	東北中南部以南
エルジーシー1	13年度	低グルテリン、中生	中国から関東
春陽	13年度	低グルテリン、早生、多収	東北中南部、北陸
おくのむらさき	12年度	紫黒米、早生	東北中南部
紅衣	14年度	赤米、早生	東北以南

資料：農林水産省調べ

(5) 消費拡大等に向けた取組

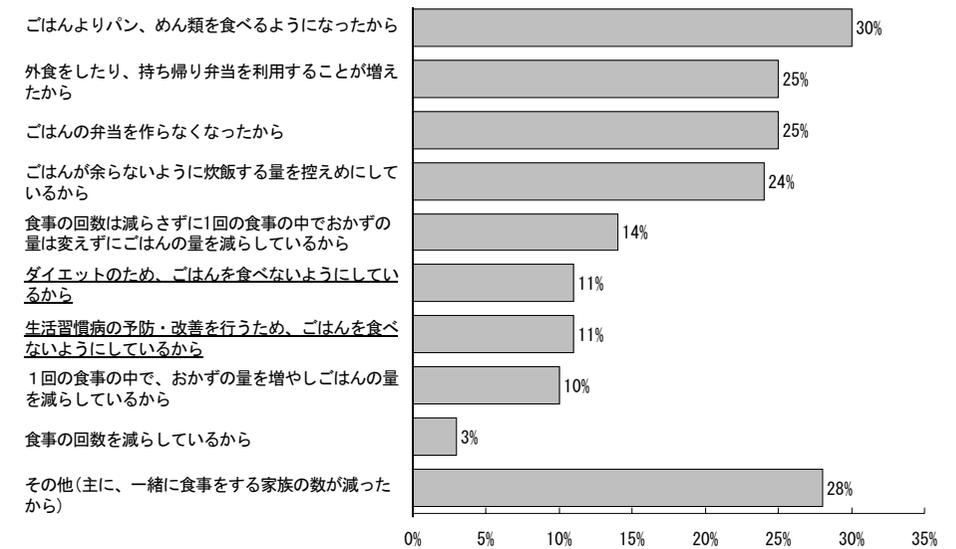
- ごはん食に対する誤った認識がごはん食の減少に拍車
- 学校給食ではごはん食が増加し、全国平均で週2.8回。ただし地域によってばらつきが見られ、大都市ほど少ない傾向
- 米の消費拡大等のための取組が全国各地で見られる

(ア) 誤ったごはん食に対する認識

社会構造の変化や消費者の志向の変化等を背景に、米の消費量が減少していますが、ごはん食に対する誤解等により、米の消費減を招いている面もあります。

家庭でのごはん食を減らした人に、その理由をたずねたところ、「ごはんよりパン・めん類を食べるようになったから」という回答が最も多くなっていますが、「ダイエットのために、ごはんを食べないようにしている」「生活習慣病の予防・改善を行うため、ごはんを食べないようにしている」といったダイエットや健康のためにごはんを減らしているという回答もかなり見られます(図I-1-45)。

図 I-1-45 家庭でのごはん食が減った理由



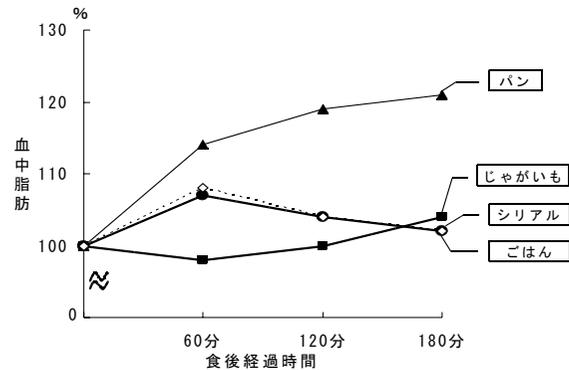
資料：食糧庁「食糧モニター調査」(14年9月調査)

注：図I-1-6の注1)と同じ。

しかし、ごはん食は、①コレステロールを抑え動脈硬化や肥満を予防したり、②アレルギーを起こしにくくするなどの効果が認められており、むしろ健康の増進やダイエットに有効とされています（図 I-1-46、図 I-1-47、図 I-1-48、図 I-1-49）。

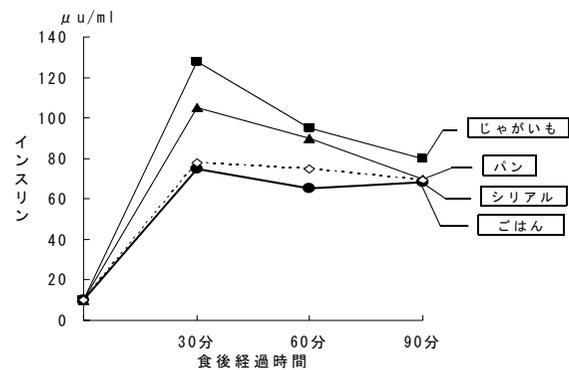
こうした、ごはん食の健康性等についての正しい知識を広め、ごはん食がこれ以上減少しないようにする必要があります。

図 I-1-48 糖質食品を摂取後の血中中性脂肪反応



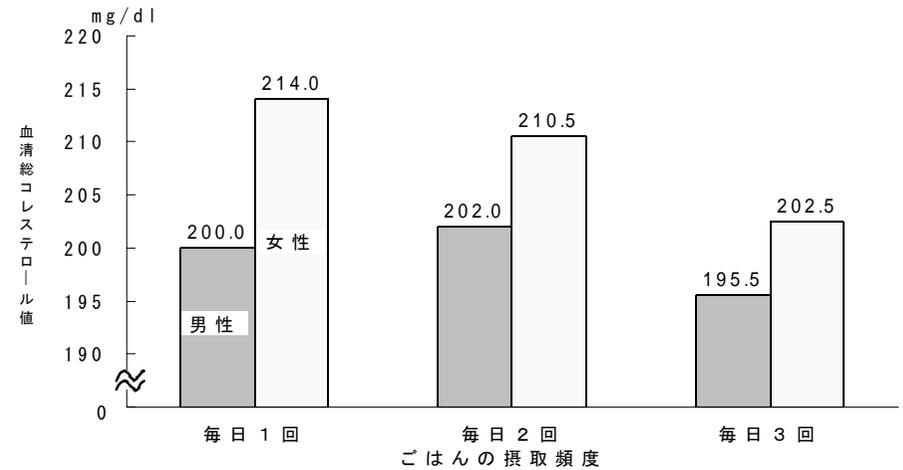
資料：(財)全国米穀協会「平成12年度ごはん食基礎データ蓄積事業」

図 I-1-49 糖質食品を摂取後の血中インスリン反応



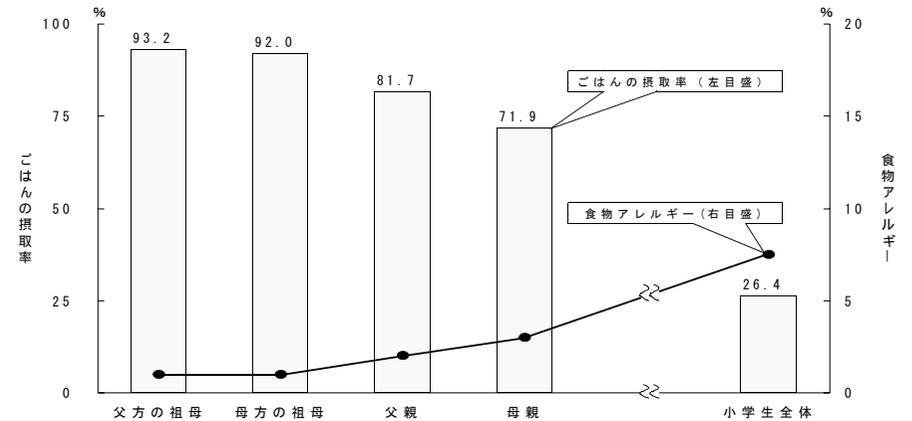
資料：(財)全国米穀協会「平成12年度ごはん食基礎データ蓄積事業」

図 I-1-46 ごはんを食べる習慣と血清総コレステロール値との関連



資料：(財)全国米穀協会「平成12年度ごはん食基礎データ蓄積事業」

図 I-1-47 ごはんの摂取率と食物アレルギーの頻度



資料：(財)全国米穀協会「平成12年度ごはん食基礎データ蓄積事業」

注：ごはん食の摂取率は、両祖母、父母にあっては、子供の頃の食事でごはんが多かったと回答した率であり、小学生全体にあっては、朝食で毎日ごはんを食べていると回答した率である。

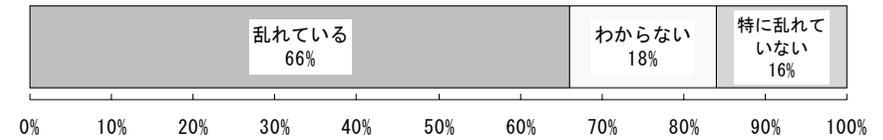
(イ) 米飯学校給食の現状

前述のように（「(2)米の消費構造の減少要因となっている社会構造の変化」参照）孤食や欠食が増加するなど子供の食生活が乱れています（図 I-1-50）。

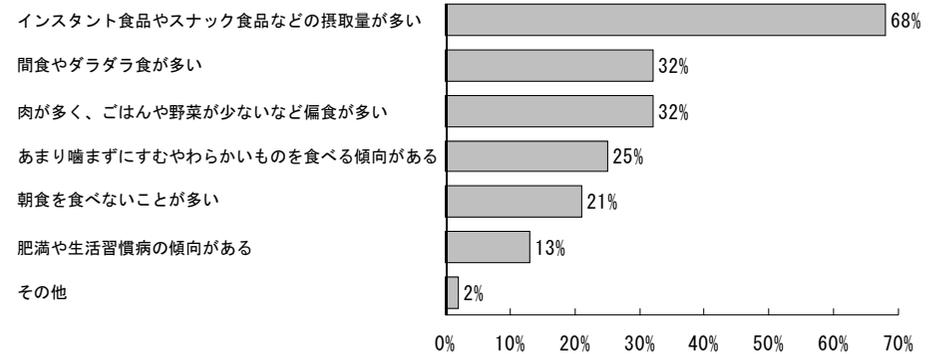
こうした子供の食生活の乱れも、米の消費の減少に結びついていると思われます。

米飯学校給食は、子供たちが食習慣を形成する時期に、食生活や食料の生産及び消費について正しい知識を習得する上で重要な役割を果たすものと考えられます（図 I-1-51）。

図 I-1-50 最近の子供達の食生活



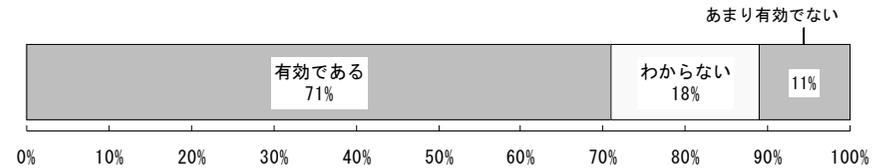
○ 乱れていると答えた方（856人）の理由（2つまで選択して回答）



資料：食糧庁「食糧モニター調査」（14年9月調査）

注：図 I-1-6 の注1) と同じ。

図 I-1-51 子供の食生活の乱れに学校給食は有効か



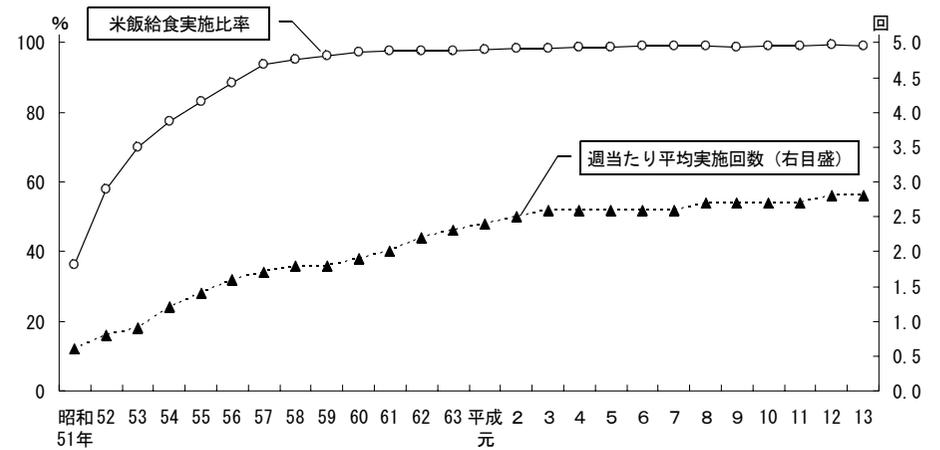
資料：食糧庁「食糧モニター調査」（14年9月調査）

注：図 I-1-6 の注1) と同じ。

米飯学校給食については、その導入に向けた関係者の努力、日本型食生活推進の一貫としての各種助成を行った結果、着実に増加しています。現在、実施校比率99.2%（導入当初の昭和51年度は36%）、実施校における週平均実施回数は2.8回（同0.6回）となっています（図 I-1-52）。

しかし、大都市を抱える都道府県の週平均実施回数は、依然低位にとどまっています（表 I-1-13）。

図 I-1-52 米飯給食の実施状況の推移



資料：文部科学省「米飯給食実施状況調査」（各年5月現在）

表 I-1-13 都道府県別米飯学校給食実施状況

回数	該当都道府県名
3.4回	山形県
3.3回	福井県、高知県
3.2回	岩手県、新潟県、富山県、佐賀県
3.1回	宮城県、秋田県、千葉県、石川県、滋賀県、島根県、宮崎県、沖縄県
3.0回	栃木県、長野県、鳥取県、熊本県、大分県
2.9回	青森県、岐阜県、和歌山県、香川県、愛媛県
2.8回	福島県、茨城県、山梨県、静岡県、三重県、京都府、長崎県
2.7回	奈良県、岡山県、鹿児島県
2.6回	北海道、群馬県、埼玉県、山口県、徳島県、福岡県
2.5回	兵庫県、愛知県、広島県
2.4回	東京都
2.3回	
2.2回	
2.1回	
2.0回	大阪府
1.9回	
1.8回	神奈川県

全国平均 2.8回 (平成13年5月現在)

資料：文部科学省「米飯給食実施状況調査」

(ウ) 消費拡大に向けた様々な取組

米飯学校給食のほか、テレビ番組「隠れ家ごはん！～メニューのない料理店～」の全国放送、日本医師会との共催による「お米・健康サミット」や、医師講習会、栄養士講習会の開催による健康的な食生活の普及、ごはん食ネットワーク会議による「ごはんSAIJIKI」、「お米・ごはんの日」の普及・推進等により、ごはん食の正しい理解の促進、米の消費拡大に取り組んできています。

○ ごはん食の正しい理解の促進、米の消費拡大のための主な取組

- ① テレビ番組「隠れ家ごはん！～メニューのない料理店～」の全国放送
テレビ朝日系で、毎週日曜日夜6時から放映し、ごはん食健康情報を発信しています。
- ② 日本医師会との共催による「お米・健康サミット」や、医師講習会、栄養士講習会の地方開催による健康的な食生活の普及
(年13回開催しています。)
- ③ ごはんに関係する各種食品団体等が連携した「ごはん食ネットワーク会議」による取組
 - ・ 「ごはんSAIJIKI」
日本の12ヵ月の季節感を感じるメニューの提案
 - ・ 「お米・ごはんの日」の普及
毎月8のつく日は、お米・ごはんの日としてごはん食運動を推進
- ④ 生産者団体等が行うお米・ごはん食体験事業（稲作体験学習・子供ごはん料理教室）を通じた食育の推進