

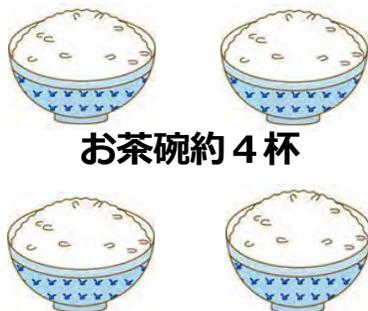
茶わん 1 杯のお米の値段

- ご飯は経済的な食べ物
- 茶わん 1 杯のご飯を炊く前のお米（精米）の重さは 65g くらいです。5 kg の精米は約 77 杯になりますので、2,013 円（小売価格の平均）のお米を買ってご飯を炊いた場合、1 杯当たりのお米の値段は約 26 円となります。 ※

※ 茶わん 1 杯のご飯は、精米 65g 使用、5 kg 当たり 2,013 円（POS データによるコメの平均小売価格（令和 5 年 12 月））で算出。



=



お茶碗約 4 杯

ミネラルウォーター（2リットル） 101円



=



お茶碗約 5 杯

缶コーヒー 130円

出展：ミネラルウォーターは、総務省「小売物価統計調査（主要品目の東京都部小売価格）」による2022年平均価格
缶コーヒーは、街中の自動販売機等で販売されている一般的な価格

主食用米の販売動向（米穀卸売業界調査）

〔調査の概要〕

全国米穀販売事業共済協同組合が、米穀の販売・需要動向を多角的に把握することを目的として、同組合会員企業を対象に実施。四半期ごとに継続的に調査。（アンケート回答数 58組合員）

1. 現在（令和5年12月）の米販売量（前年同月との比較）

集計結果	合計	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った
	100.0%	13.8%	29.3%	25.9%	17.2%	13.8%

<仕向先別>

(小売店向け)	合計	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った
大手スーパー	100.0%	7.9%	34.2%	28.9%	21.1%	7.9%
中小スーパー	100.0%	9.1%	23.6%	43.6%	16.4%	7.3%
米穀専門店	100.0%	0.0%	17.0%	37.7%	26.4%	18.9%
その他	100.0%	13.0%	8.7%	37.0%	17.4%	23.9%

(外食産業向け)	合計	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った
外食向け	100.0%	13.7%	37.3%	41.2%	3.9%	3.9%
中食向け	100.0%	7.3%	27.3%	52.7%	7.3%	5.5%
給食向け	100.0%	3.5%	15.8%	70.2%	7.0%	3.5%

* 1. 赤字は、最頻値及びD I 値。

2. D I (diffusion index) の算出方法：内閣府で発表している「景気ウォッチャー調査」方式を採用した。具体的には、5つの回答選択肢に均等に0~1の評価点を与え、各回答の構成比に対応するそれぞれの評価点を乗じ、それらの合計を指数(%ポイント)としてD I 値を算出。それが50の場合は横ばい(現状維持)を示す。0に近づくほど販売が低迷傾向にあることを示し、逆に100に近づくほど販売が好調傾向であることを示す。

2. 米販売の動き：過去3ヶ月前との比較 / 3ヶ月後の見通し

(1) 過去3ヶ月前（令和5年9月）と比較した令和5年12月の動き

合計	良くなっている	やや良くなっている	変わらない	やや悪くなっている	悪くなっている	D I 値
100.0%	13.8%	34.5%	34.5%	10.3%	6.9%	59.5

(参考) 前回調査 令和5年6月と比較した令和5年9月の動き

100.0%	10.2%	30.6%	34.7%	14.3%	10.2%	54.1
--------	-------	-------	--------------	-------	-------	-------------

(2) 令和5年12月から3ヶ月後（令和6年3月頃）の見通し

合計	良くなっている	やや良くなっている	変わらない	やや悪くなっている	悪くなっている	D I 値
100.0%	1.7%	31.0%	29.3%	36.2%	1.7%	48.7

(参考) 前回調査 令和5年9月から3ヶ月後（令和5年12月頃）の見通し

100.0%	2.0%	30.6%	24.5%	32.7%	10.2%	45.4
--------	------	-------	-------	--------------	-------	-------------

(算出例)	良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる
評価点 A	1	0.75	0.5	0.25	0
結果(構成比) B	17.8	20.0	20.0	22.2	20.0
各D I 値 C=A×B	17.8	15	10	5.6	0
D I 値(合計)	48.4→米販売の動きはほんの少し低迷傾向				

米の消費拡大の現状と対策について

- 米の一人当たり消費量は、食生活の変化等の影響もあり、令和4年度には50.9kgまで減少。
- 米の消費拡大の施策として、米飯学校給食の推進・定着、あらゆる機会を捉えた情報発信、「米と健康」に着目した情報発信、新たな需要の取り込み等を実施。

一人当たり消費量の推移

(昭和37年度：118.3kg → 令和4年度：50.9kg)

米の消費量変化の背景

- ◎ **人口減少及び少子高齢化**
 - ・人口減少、高齢化等により1人当たり摂取熱量減少
(一人当たり摂取熱量：S41年 2,196kcal → R元年 1,903kcal)
- ◎ **食の多様化**
 - ・肉料理が増加するなど、食の選択肢の多様化
 - ・カロリーだけでなく糖質摂取も米由来比率が減少
- ◎ **世帯構造の変化と食の簡便化・外部化**
 - ・家庭内炊飯割合低下、中外食比率が約3割に増加
 - ・単身や2人世帯の増加に伴い、簡便化志向の増加
 - ・簡便化志向を捉えた炊飯器や米飯商品群も出現
- ◎ **米に対するイメージの変化**
 - ・「米は太る」等のイメージが増加
- ◎ **中高年層における米消費量の減少**
 - ・若年層より健康志向強い中高年層(50-60代)で、米食の頻度が減少

米の消費拡大の施策例

- ◎ **米飯学校給食の推進・定着**
 - ・次世代の消費を担う子供達へ、ごはんを中心とした「日本型食生活」の普及・定着のため米飯学校給食を推進
- ◎ **多面的な情報発信**
 - ・ホームページ、SNSやYouTube等を活用し民間事業者等と連携し米食の魅力発信
 - ・政府広報や他の行政施策と連携した情報発信
 - ・展示会や刊行物での情報発信
- ◎ **新たな需要の取り込み**
 - ・米粉やパックご飯の需要拡大に資する支援実施
 - ・米を利用した新たな商品開発の支援
 - ・注目される「おにぎり」の魅力発信
- ◎ **食の外部化への対応**
 - ・産地と中食/外食事業者とのマッチング支援
- ◎ **米と健康に着目した情報発信**
 - ・シンポジウムや学術会議等の場で、米の機能性など「米と健康」の情報を発信



動画での情報発信



米飯学校給食の推進・定着

- 米飯学校給食は、次世代の米消費の主体となる子供たちに、「日本型食生活」を受け継いでもらうためにも重要。
- 米飯学校給食の普及・定着のため、食育授業等の実施支援や政府備蓄米の無償交付制度等を運用。

農林水産省の取組

和食給食の普及・推進

農林水産省は、米飯を含む和食給食を普及・推進することとし、和食献立開発やセミナー開催、食育授業の実施等を支援。

政府備蓄米の無償交付

米飯学校給食を増加させる場合に、回数の対前年度純増分を対象に政府備蓄米を無償交付。

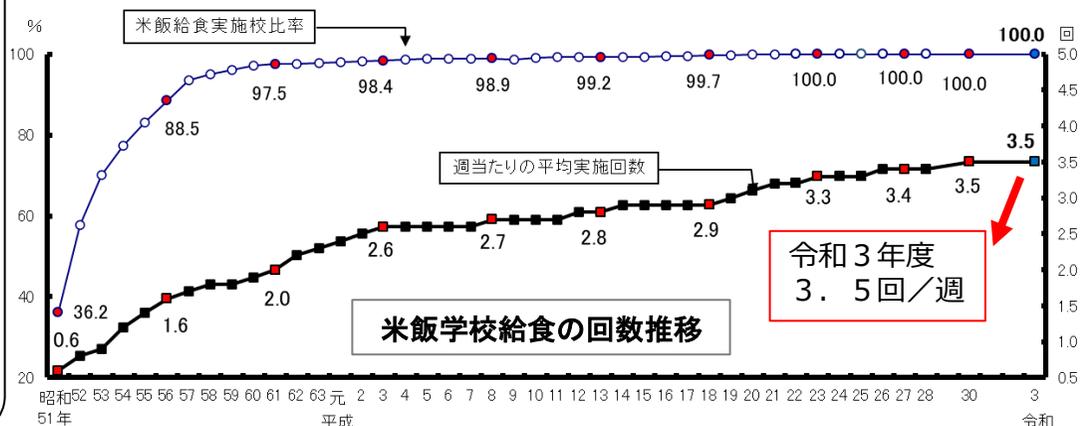


米飯給食の着実な実施に向けた取組

米飯給食の着実な実施に向けた取組
(令和4年度食育白書令和5年6月6日公表) (抜粋)

米飯給食は、子供が伝統的な食生活の根幹である米飯に関する望ましい食習慣を身に付けることや、地域の食文化を通じて郷土への関心を深めることなどの教育的意義を持つものです。令和3(2021)年度には、完全給食を実施している学校の100%に当たる29,214校で米飯給食が実施されており、約922万人が米飯給食を食べています。また、週当たりの米飯給食の回数は3.5回となっています。

農林水産省では、次世代の米消費の主体となる子供たちに、米飯を中心とした「日本型食生活」を受け継いでもらうため、米飯給食のより一層の推進を図っています。令和4(2022)年度は、前年度に引き続き米飯給食の拡大に向けた取組への支援として、各学校が米飯給食の実施回数を増加させる場合に、政府備蓄米の無償交付を実施しました。



出典：米飯給食実施状況調査(文部科学省)

注：米粉パン・麺は含まない。

多面的な情報発信（ホームページ、各種SNS及びYouTube）

- 平成30年10月から米の消費拡大の取組を応援すべく、「やっぱりごはんでしょ！」運動を開始。
- ホームページ、各種SNS及びYouTubeにより、米に関するイベントや季節食、産地情報などを定期的に発信。

ホームページ



お米をもっと身近に感じていただけるような情報を発信



各種SNS（Instagram・Facebook・X）

イベント、季節食、産地情報など、定期的にSNS発信



イベント案内



季節食紹介



産地情報



YouTubeチャンネル「BUZZ MAFF（バズマフ）」「maffchannel（マフチャンネル）」

今年の猛暑とお米の食べ方について



買ったお米が「いつもより少し白いかな？」という時は、この動画をご覧ください。
今年の猛暑とお米の食べ方について家庭内炊飯調整をお米マイスターが解説



米担当、おにぎりのポスターモデルできる説



猛暑の影響について



米は太らない♪



スティックおにぎり

多面的な情報発信（政府広報や他の行政施策との連携）

- 内閣府政府広報室と連携して「米の消費拡大」に関する広報を実施。
- 朝食欠食改善や朝ごはん啓発のため、食品事業者等と連携し「めざましごはん」キャンペーンを実施。
- 食文化の保護・継承の取り組み、食育活動支援と連携して、主食としての米の魅力や大切さを発信。

政府広報と連携した情報発信



Smartnewsに
バナー広告掲示

- テレビ「ミライの歩き方」 (R6年 2月)
- ラジオ「青木源太・足立梨花 Sunday Collection」 (R5年12月)
- Smartnewsバナー広告 (R5年10月)

「めざましごはん」による食習慣の情報発信



巖のり: (株)日本海フーズ

食品関連事業者が朝ごはん商品群の販促可能ツールとして「めざましごはん」ロゴマークを無償で使用許諾。「早寝早起き朝ごはん」運動(文科省等)とも連携して食習慣の情報発信。

「和食」の保護・継承における米の魅力発信

一般社団法人和食文化国民会議シンポジウム

和食と健康 2023初春

「お米」の魅力再発見
「お米」の恵みで健康に「賢い」食を考える



開催日時: 2023年2月20日(月) 13:00-15:35 (受付開始 12:30)
会場: 富士ソフト アキバプラザ6階 セミナールーム1 (定員 60名)

ごはん中心の「日本型食生活」の魅力発信



ごはんを中心とした
「日本型食生活」のススメ

ごはんを中心に、魚・肉・牛乳・乳製品・野菜・海藻・豆類・果物・茶など多様な副食などを組み合わせ、栄養バランスに優れた食生活です。



「日本型食生活」の実践等を促進するため、セミナー開催等の地域実情に応じた食育関連の情報発信を支援。

※農林水産省「日本型食生活のススメ」
「令和4年度食育白書」

から引用