

# 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 ほど。5 kg の精米は約 77 杯になるので、3,105 円（小売価格の平均）のお米を買ってご飯を炊いた場合、1 杯あたりのお米の値段は約 40 円。 ※
- ※ 茶わん 1 杯のご飯は、精米 65 g 使用、5 kg 当たり 3,105 円（POS データによるコメの平均小売価格（令和 6 年 9 月））で算出。



=



お茶碗約 3 杯

ミネラルウォーター（2リットル） 117円



=



お茶碗約 3 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（主要品目の東京都区部小売価格）」による 2023 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 53組合員）

### 1. 現在（令和6年9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%	28.3%	22.6%	11.3%	7.5%	<b>30.2%</b>

#### <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%	<b>41.2%</b>	14.7%	5.9%	8.8%	29.4%
中小スーパー	100.0%	<b>33.3%</b>	19.6%	11.8%	5.9%	29.4%
米穀専門店	100.0%	6.3%	25.0%	<b>27.1%</b>	14.6%	<b>27.1%</b>
その他	100.0%	15.0%	15.0%	22.5%	10.0%	<b>37.5%</b>

(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%	15.7%	21.6%	<b>52.9%</b>	5.9%	3.9%
中食向け	100.0%	10.2%	26.5%	<b>51.0%</b>	6.1%	6.1%
給食向け	100.0%	9.8%	11.8%	<b>66.7%</b>	7.8%	3.9%

\* 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6年6月）と比較した令和6年9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%	<b>34.0%</b>	13.2%	17.0%	18.9%	17.0%	<b>57.1</b>

(参考) 前回調査 令和6年3月と比較した令和6年6月の動き

100.0%	15.8%	<b>22.8%</b>	21.1%	17.5%	<b>22.8%</b>	<b>47.8</b>
--------	-------	--------------	-------	-------	--------------	-------------

#### (2) 令和6年9月から3ヶ月後（令和6年12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%	1.9%	28.3%	13.2%	<b>34.0%</b>	22.6%	<b>38.2</b>

(参考) 前回調査 令和6年6月から3ヶ月後（令和6年9月頃）の見通し

100.0%	8.8%	29.8%	<b>31.6%</b>	21.1%	8.8%	<b>52.2</b>
--------	------	-------	--------------	-------	------	-------------

(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5年度には51.1kg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5年度：51.1kg)

### 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

