

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、食生活の変化等もあり一貫して減少傾向が続き、令和5年度は51.1kg。
- 米の消費拡大の施策として、米飯学校給食の推進・定着、多面的な情報発信、新たな需要の取込み、食の外部化への対応、米と健康に着目した情報発信等を実施。

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人当たり摂取熱量が減少
(一人当たり摂取熱量：S41年 2,196kcal → R5年 1,877kcal)
- ◎ **食の多様化**
 - ・肉料理が増加するなど、食の選択肢が増加
 - ・炭水化物の摂取源について、米由来の比率が減少
- ◎ **世帯構造の変化と食の簡便化・外部化**
 - ・家庭内炊飯割合の低下、中食外食割合が約3割に増加
 - ・単身世帯の増加に伴い、簡便化志向が増加
 - ・簡便化志向を捉えた炊飯器や米飯商品群も出現
- ◎ **中高年層における米消費量の減少**
 - ・若年層より健康志向が強い中高年層（50-60代）で、米の摂取量が減少

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こどもたちへ、米飯学校給食の推進・定着、ごはんを中心とした「日本型食生活」の実践促進
- ◎ **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た米食の魅力発信
 - ・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
- ◎ **新たな需要の取込み**
 - ・米粉やパックご飯の生産拡大に資する支援
 - ・米を利用した新たな商品開発を支援
 - ・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を支援
- ◎ **米と健康に着目した情報発信**
 - ・シンポジウムやセミナー等の場で、「米と健康」に着目した情報を発信