

平成18年度
食料品消費モニター
第4回定期調査結果

米の消費及び購入動向等について

農林水産省消費・安全局消費・安全政策課

目 次

平成18年度食料品消費モニター第4回定期調査の概要	1
調査結果の概要	
1. 家庭で炊飯し、消費したごはんの量の変化	2
2. ごはんの量が増えている理由	2
3. ごはんの量が減っている理由	3
4. 最近一週間の朝食・昼食・夕食におけるごはん食の回数	3
5. 家庭でのごはん食の回数はどのようにしたいか	4
6. 米の価格が今より下がったら、家庭における購入数量はどうか	4
7. 米の購入数量が変わらない理由	5
8. 米の購入(入手)先	5
9. 米の購入方法	6
10. 米の購入価格(10kgあたりに換算、消費税込み)	6
11. 米の購入形態	7
12. 購入する米の量目	7
13. 購入又は譲り受けている米の種類	8
14. 購入又は譲り受けている米の銘柄	8
15. 決めている米の品種、産地、年産	9
16. ブレンド米を購入(入手)している理由	10
17. 米を購入(入手)する際、重要視すること	10
18. ブレンド米の販売価格がいくら程度であれば購入したいと思うか	11
19. 家庭で付加価値のついた米を食べているか	11
20. 家庭で食べている付加価値のついた米の種類	12
21. 付加価値のついた米を食べる理由	13
22. 新しい米粉製品の認知度	13
23. 利用したことのある新しい米粉製品	14
24. 米粉製品に対して持っている印象	14
25. どんな米や米製品に興味がひかれるか	14
26. 食事の際の小麦粉を使った食品を食べる回数の変化	15
27. 小麦粉を使った食品を食べる回数が増えた理由	16
28. 食べる回数が増えた小麦粉を使った食品	16
29. 小麦粉を使った食品を食べる回数が減った理由	17
30. 食べる回数が減った小麦粉を使った食品	17
集計表	19
最近における食料品消費モニター調査テーマ一覧表	58

平成18年度食料品消費モニター第4回定期調査の概要

1. テーマ

米の消費及び購入動向等について

2. 調査の目的

米の消費量は、洋風化の進展等の消費者ニーズの多様化を背景に減少傾向にあります。しかし、ごはんを中心とした食生活は、栄養バランスに優れ、健康的でもあります。

多くの消費者に、このようなごはんを中心とした食生活の健康面における有用性についての理解を深め、実践していただくとともに、米の消費拡大の取組を推進することが重要であると考えています。

このため、米に関する消費者の意向を把握することにより、今後の食糧行政に活用するため本調査を実施しました。

3. 調査の方法等

(1) 調査時期

平成19年3月

(2) 調査対象者

食料品消費モニター（全国主要都市に在住する一般消費者）1,021名

(3) 調査方法

郵送された調査票（質問用紙）にモニターが回答を記入、返送。

(4) 調査票作成担当課

総合食料局食糧部計画課

(5) 回収状況

調査票配布者	1,021名
調査票回収者数	990名
調査票回収率	97.0%

(6) 集計区分

(モニター年代別) 20代	99名(10%)
30代	193名(19%)
40代	176名(18%)
50代	213名(22%)
60代	188名(19%)
70歳以上	121名(12%)

この他、地域別の集計を行いました。

4. 報告書を読む際の注意事項

(1) 集計表中、構成比(%)は、表章単位未満を四捨五入しているため、内訳の合計が100%にならない場合があります。

(2) 本文グラフ中、凡例が記載されていますが、数値が表記されていないものは、回答者がいなかったことを示しています。

また、本文グラフ及び集計表の構成比(%)欄中の記号は、以下のとおりです。

「-」：事実のないもの

「0」：表章単位に満たないもの

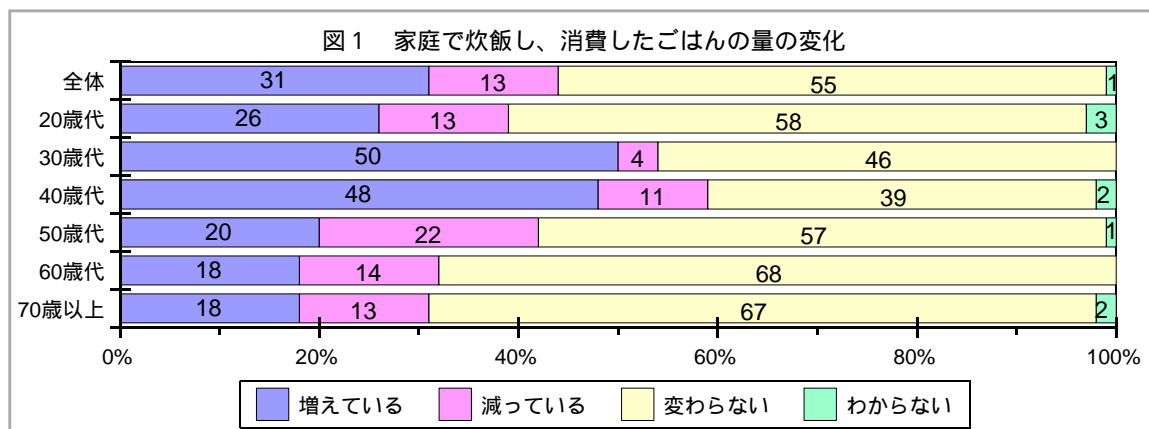
調査結果の概要

1. 家庭で炊飯し、消費したごはんの量の変化

「変わらない」と回答した人の割合が高く55%、次いで「増えている」31%

1年前と比べて、家庭で炊飯し、消費したごはんの量は変化したと思うか聞いたところ、「変わらない」と回答した人の割合が多く55%、次いで「増えている」31%であった(図1)。

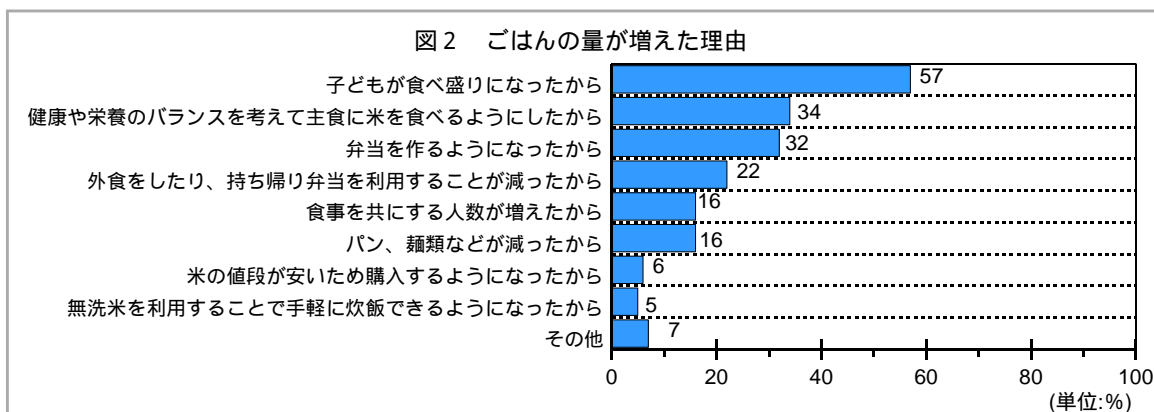
「増えている」と回答した人の割合は30歳代、40歳代で高く、それぞれ50%、48%であった。



2. ごはんの量が増えている理由

増えている理由として「子どもが食べ盛りになったから」と回答した人の割合が高かった

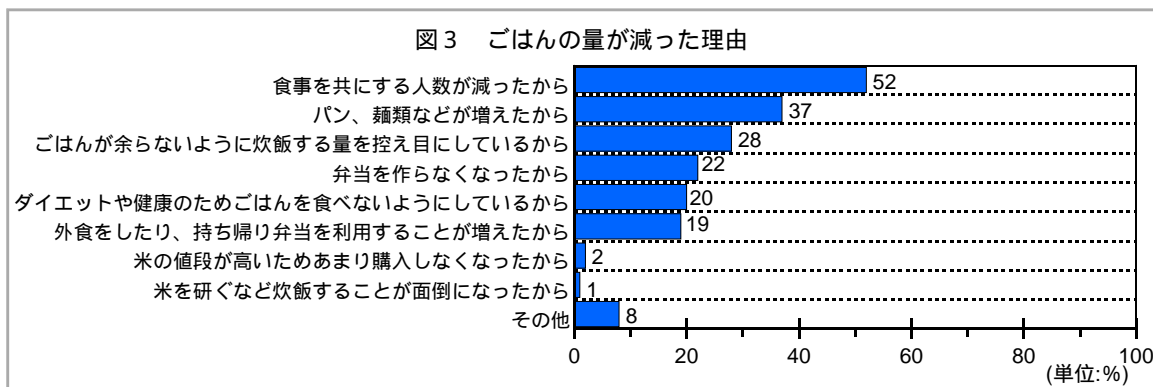
「1. 家庭で炊飯し、消費したごはんの量の変化」で「増えている」と回答した305人にその理由を聞いたところ(複数回答、該当事項をすべて選択)、「子どもが食べ盛りになったから」、「健康や栄養のバランスを考えて主食に米を食べるようにしたから」、「弁当を作るようになったから」と回答した人の割合が高く、それぞれ57%、34%、32%であった(図2)。



3. ごはんの量が減っている理由

減っている理由として「食事を共にする人数が減った」と回答した人の割合が高かった

「1. 家庭で炊飯し、消費したごはんの量の変化」で「減っている」と回答した130人にその理由を聞いたところ（複数回答、該当事項をすべて選択）、「食事を共にする人数が減ったから」、「パン、麺類などが増えたから」と回答した人の割合が高く、それぞれ52%、37%であった（図3）。

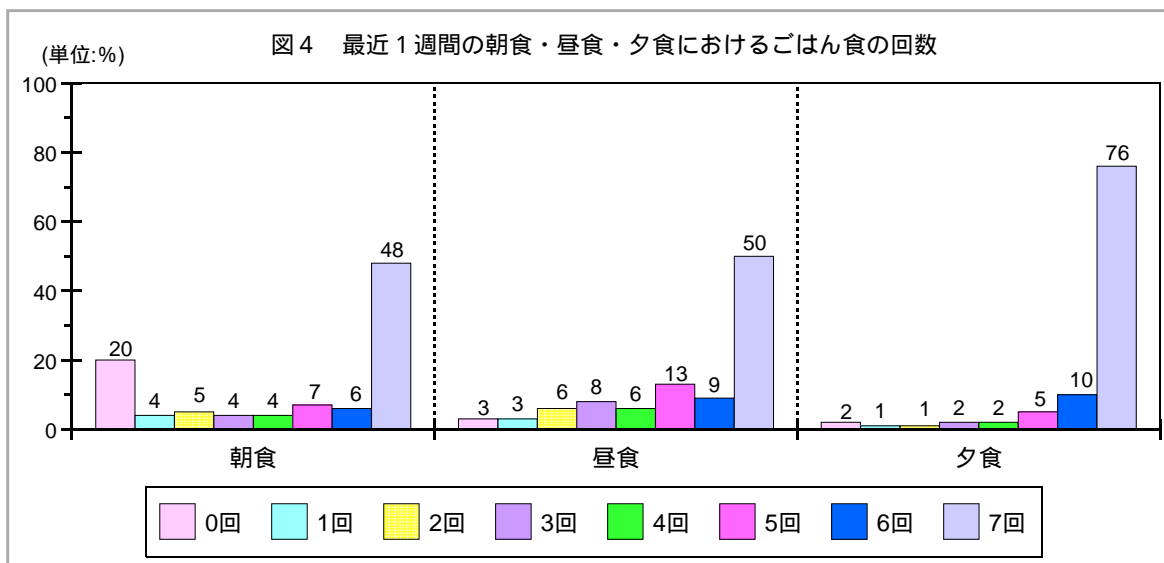


4. 最近1週間の朝食・昼食・夕食におけるごはん食の回数

一週間の夕食で毎日ごはん食の人は約80%、朝食・昼食で毎日ごはん食の人は約50%、また、一週間の朝食でごはんを食べない人は20%

最近1週間（月曜日～日曜日）の朝食、昼食、夕食でごはん食を何回食べたか聞いたところ、朝食・昼食・夕食とも「7回」と回答した人の割合が多く、それぞれ48%、50%、76%であった（図4）。

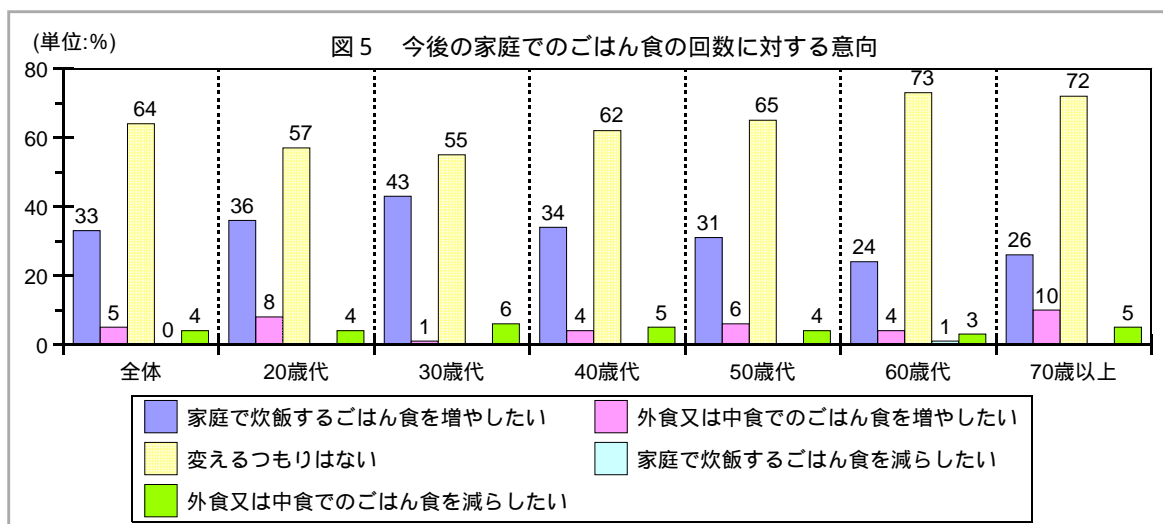
「0回」、1週間に1回もごはん食をとらなかったと回答した人の割合は、朝食時に比べて高くなっており20%であった。



5. 家庭でのごはん食の回数はどのようにしたいか

家庭でのごはん食の回数は、「変えるつもりはない」と回答した人の割合が高く64%

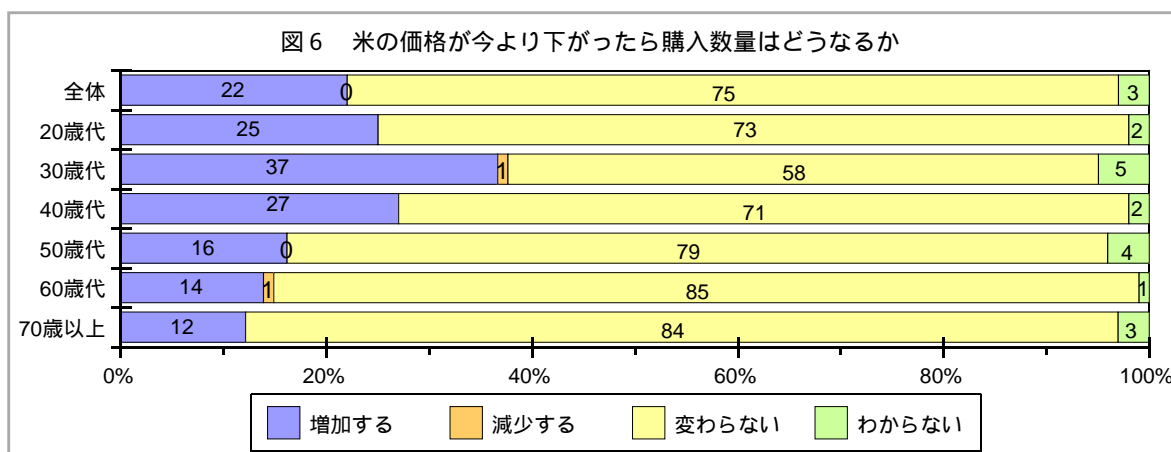
今後、家庭でのごはん食の回数はどのようにしたいと思うか聞いたところ（複数回答、該当事項をすべて選択）、「変えるつもりはない」と回答した人の割合が高く64%、次いで「家庭で炊飯するごはんを増やしたい」が33%であり、各年代ともほぼ同様の傾向であった（図5）。



6. 米の価格が今より下がったら、家庭における購入数量はどうなるか

米価が下がっても、米の購入量は「変わらない」と回答した人の割合が高い

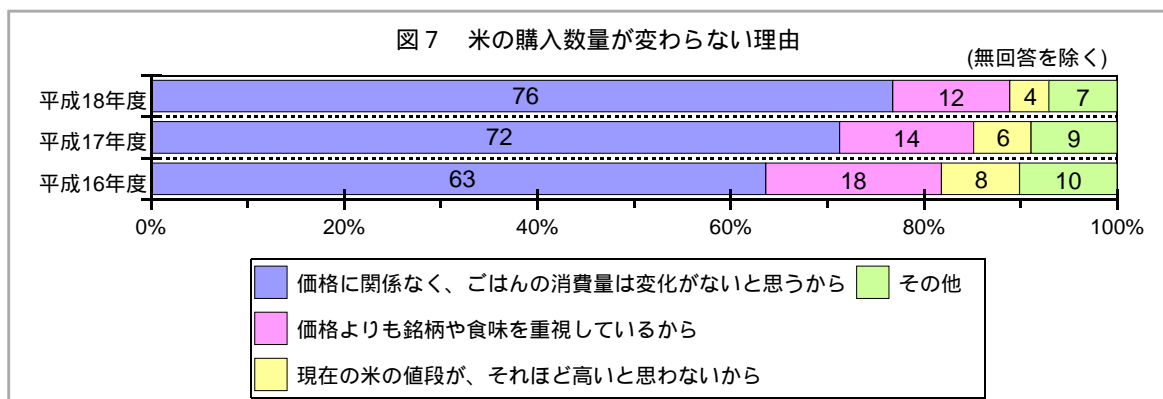
米の価格が今よりも下がったら、家庭における米の購入数量はどうなると思うか聞いたところ、「変わらない」と回答した人の割合が高く75%、次いで「増加する」22%であった。「増加する」と回答した人の割合は、50歳代以上の年代に比べ、20歳代から40歳代で高く、30歳代では37%であった（図6）。



7. 米の購入数量が変わらない理由

米の購入量が変わらない理由は、「価格に関係なく、ごはんの消費量は変化がないと思うから」

「6. 米の価格が今より下がったら、家庭における購入数量はどうなるか」で「変わらない」と回答した739人にその理由を聞いたところ、「価格に関係なく、ごはんの消費量は変化がないと思うから」と回答した人の割合が高く76%であった(図7)。

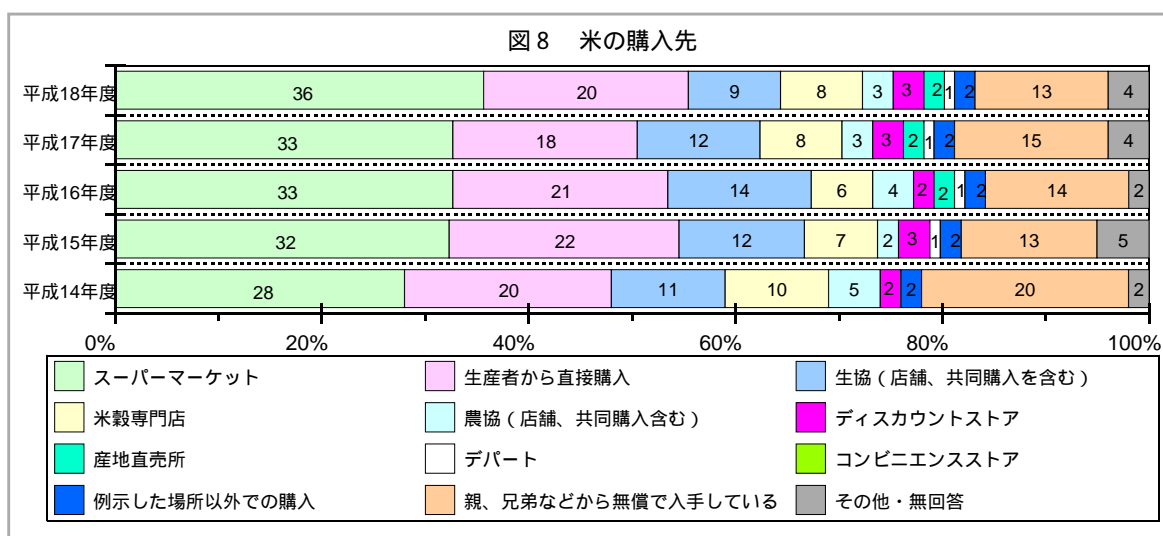


8. 米の購入(入手)先

米は、「スーパーマーケット」で購入すると回答した人の割合36%、「生産者から直接購入」20%

最もよく利用する米の購入(入手)先について聞いたところ、「スーパーマーケット(生協・農協の店舗を除く。)」と回答した人の割合が36%、「生産者から直接購入」20%であった(図8)。

経年的に見ると、購入(入手)先の順位に大きな変化は見られないが、「スーパーマーケット」と回答した人の割合は、少しずつ増えている。

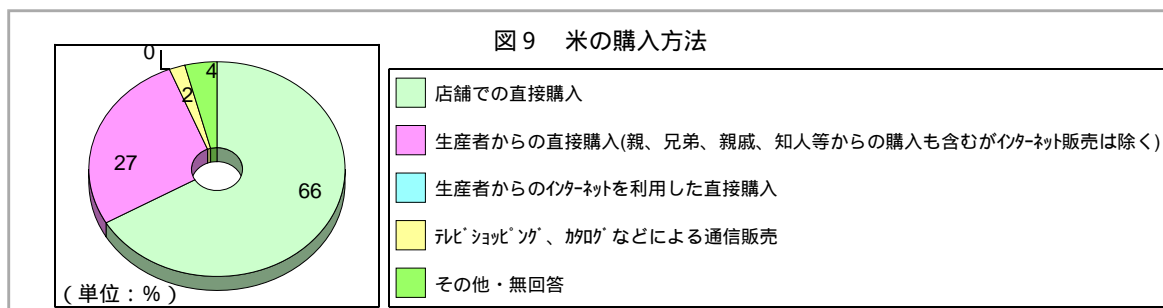


注) 上記図8中平成14年度の数値は、食糧モニター調査結果(平成14年度第1回食糧モニター調査結果:平成14年9月2日~27日実施。調査対象者1,292人)によるものです。

9. 米の購入方法

米は、「店舗での直接購入」と回答した人の割合が高い

「8. 米の購入(入手)先」で「親兄弟などから無償で入手している」、「その他」と回答した人以外の人(822人)に、最近購入した米はどのような方法で購入したものを聞いたところ「店舗での直接購入」が多く66%であった(図9)。

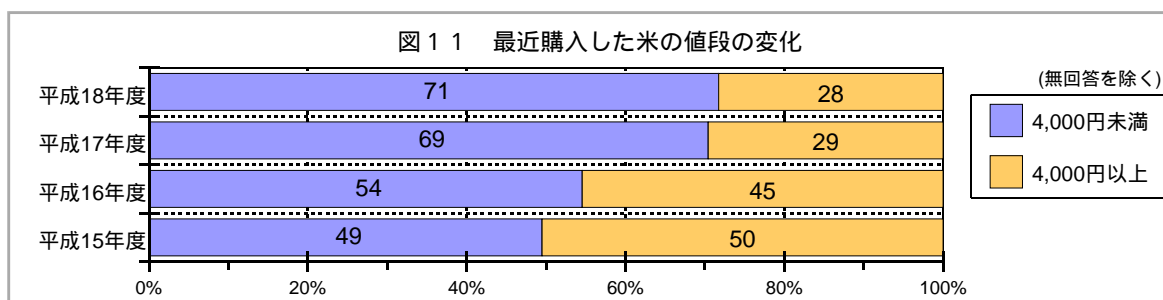
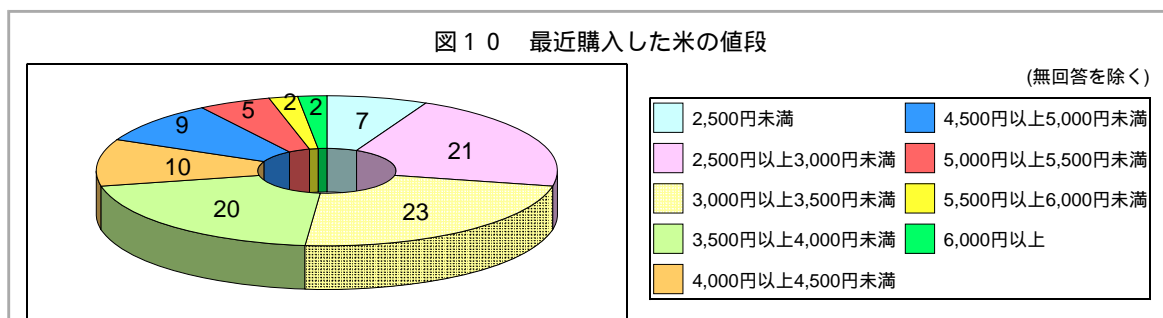


10. 米の購入価格(10kgあたりに換算、消費税込み)

約70%のモニターが、米の購入価格は10kg当たり4,000円未満と回答しており、15年度調査に比べ約20%増

「8. 米の購入(入手)先」で「親兄弟などから無償で入手している」、「その他」と回答した人以外の人(822人)に、最近購入した米の値段(10kgあたりに換算、消費税込み)はいくらか聞いたところ、「3,000円以上3,500円未満」23%、「2,500円以上3,000円未満」21%、「3,500円以上4,000円未満」20%であった(図10)。

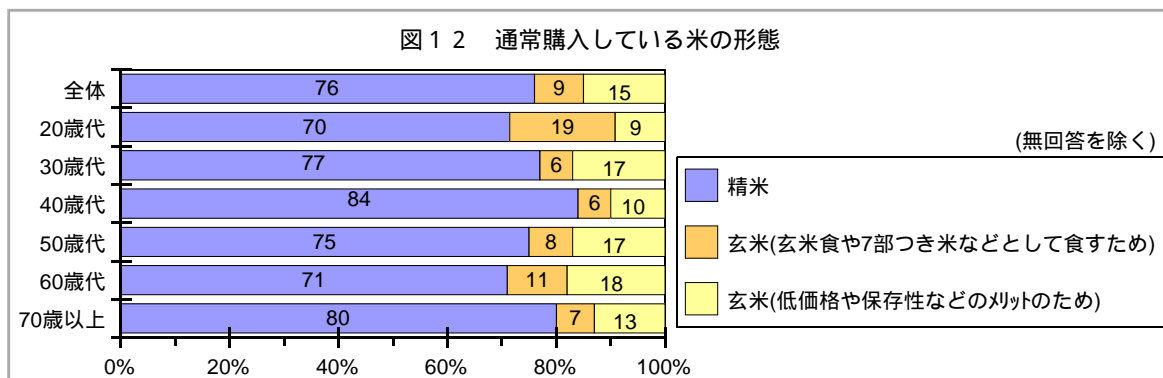
4,000円未満で購入していると回答した人の割合を見ると、全体の約70%であり、15年度調査(平成16年3月実施)に比べ、約20%増となっている(図11)。



1 1 . 米の購入形態

米は、通常「精米」で購入しているモニターが多い

「8. 米の購入（入手）先」で「親兄弟などから無償で入手している」、「その他」と回答した人以外の人（822人）に、通常どのような形態の米を購入しているか聞いたところ「精米」と回答した人の割合が高く76%であった（図12）。

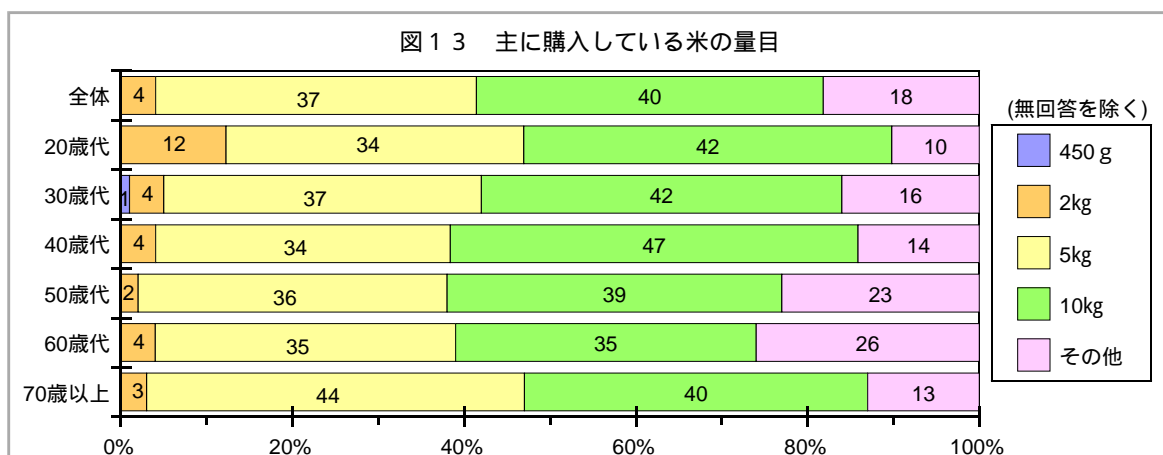


1 2 . 購入する米の量目

主に購入する米の量目は、「10kg」、「5kg」と回答した人の割合が高く、それぞれ40%、37%

「8. 米の購入（入手）先」で「親兄弟などから無償で入手している」、「その他」と回答した人以外の人（822人）に、主に購入する米の量目は何kg入りか聞いたところ、「10kg」、「5kg」と回答した人の割合が高く、それぞれ40%、37%であった（図13）

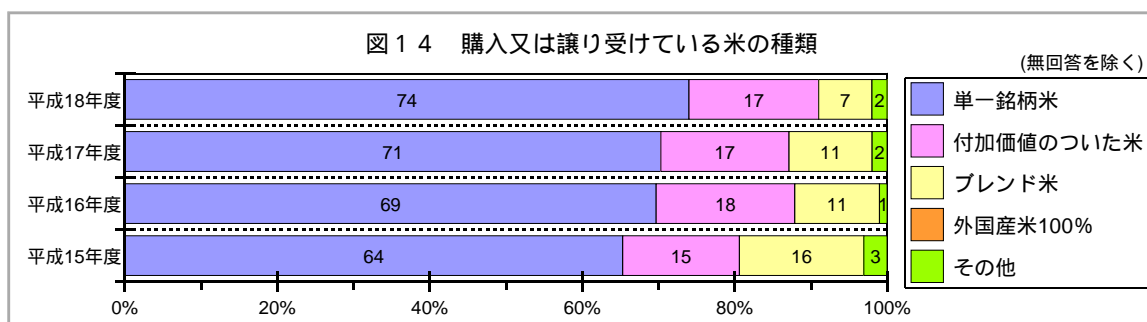
また、「その他」と回答した人の割合は18%であるが、その記入内容を見ると「30kg」と記入している人が多かった。



1 3 . 購入又は譲り受けている米の種類

購入又は譲り受けている米は、「単一銘柄米」との回答割合が74%と最も高く、無洗米などの付加価値米は17%

購入又は譲り受けている米は、どのような種類のものか聞いたところ、「単一銘柄米（産地・品種・年産が単一のもの）」（以下「単一銘柄米」と表記）と回答した人の割合が74%と最も高く、次いで「単一銘柄米で有機栽培米、特別栽培米又は無洗米などの付加価値の付いた米」（以下「付加価値のついた米」と表記）17%であり、依然として単一銘柄米を選択する消費者が多いことがうかがえる（図14）。



ブレンド米とは？

産地や品種、産年が単一でない複数の米を混ぜたものです。
小売店等で販売される袋に「複数原料米」と表示されています。

【表示例】 国内産米のみのブレンド米の場合

名称	精米			
	産地	品種	産年	使用割合
原料玄米	複数原料米			
	国内産	100%		
	県産	ヒカリ	年産 70%)
	県産	ニシキ	年産 30%	

国産米と外国産米のブレンド米の場合

名称	精米			
	産地	品種	産年	使用割合
原料玄米	複数原料米			
	国内産	80%		
	アメリカ産	20%		

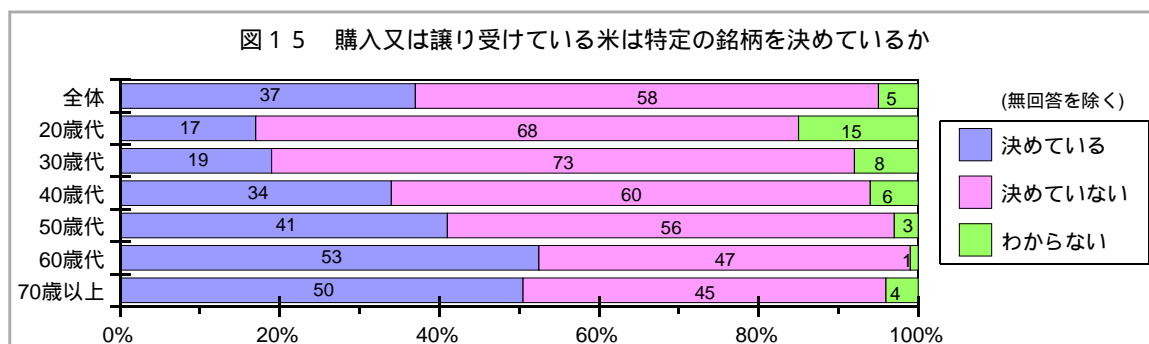
1 4 . 購入又は譲り受けている米の銘柄

米を購入する際、約60%の人は特定の銘柄を決めていない

「13. 購入又は譲り受けている米の種類」で購入又は譲り受けている米は「単一銘柄米」、「単一銘柄米で付加価値のついた米」と回答した人（898人）に、特定の銘柄（産

地・品種・年産)を決めているか聞いたところ、「決めていない」と回答した人の割合は58%、「決めている」37%であった(図15)。

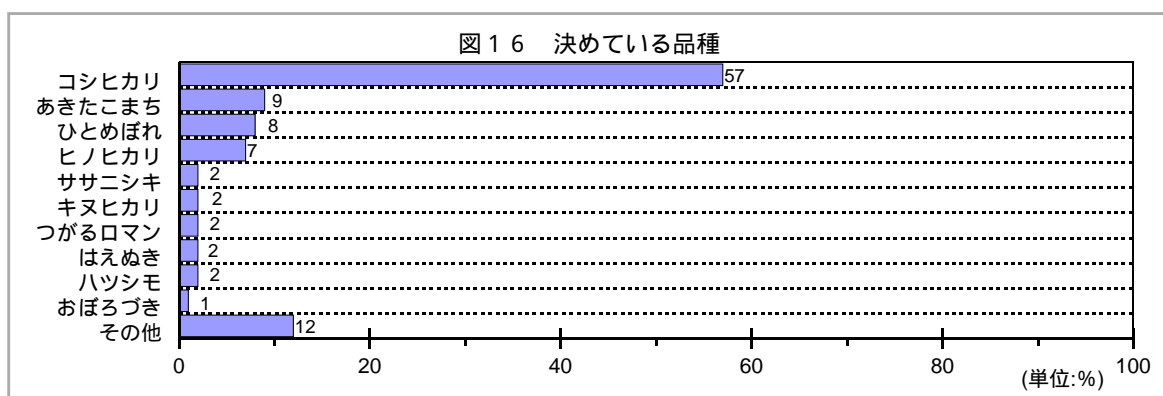
「決めている」と回答した人の割合は、年代が高くなるほど高くなっている。



15. 決めている米の品種、産地、年産

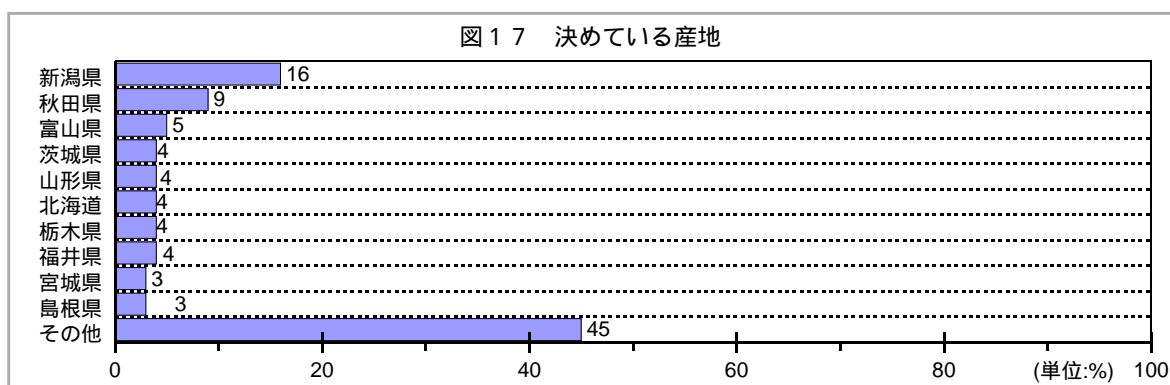
購入している米は、「コシヒカリ」が圧倒的に多い

「14. 購入又は譲り受けている米の銘柄」で米の銘柄を「決めている」と回答した人(328人)に、その品種、産地、年産について具体的に記入してもらったところ、品種については「コシヒカリ」と記入した人の割合が圧倒的に高く57%であった(図16)。



産地については、東北、北陸地方の産地を決めて購入すると記入した人の割合が高く、上位3県は「新潟県」16%、「秋田県」9%、「富山県」5%であった(図17)。

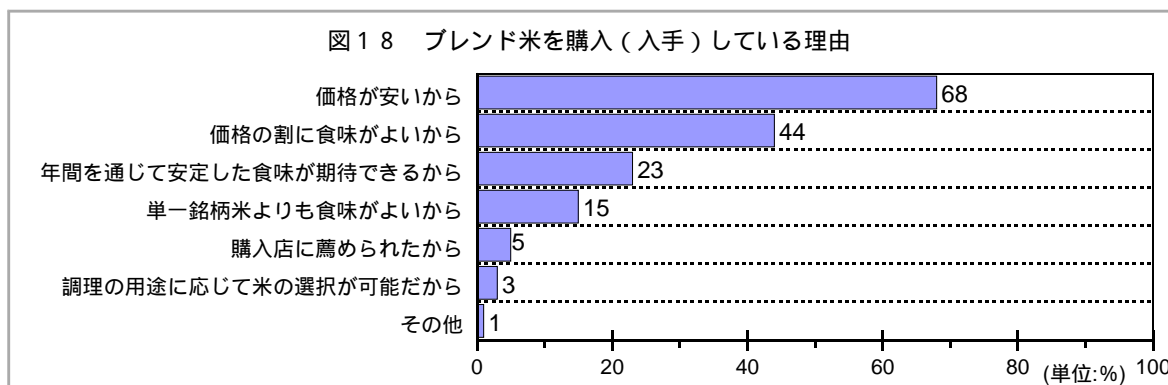
また、年産については、平成18年産と回答した人が全体の92%であった。



16. ブレンド米を購入(入手)している理由

ブレンド米を購入する理由は、「価格が安いから」と回答した人の割合が最も高い

「13. 購入又は譲り受けている米の種類」で「ブレンド米」と回答した人(73人)に、ブレンド米を購入(入手)している主な理由は何か聞いたところ(複数回答、該当事項をすべて選択)、「価格が安いから」と回答した人の割合が高く68%、次いで「価格の割に食味がよいから」44%であった(図18)。



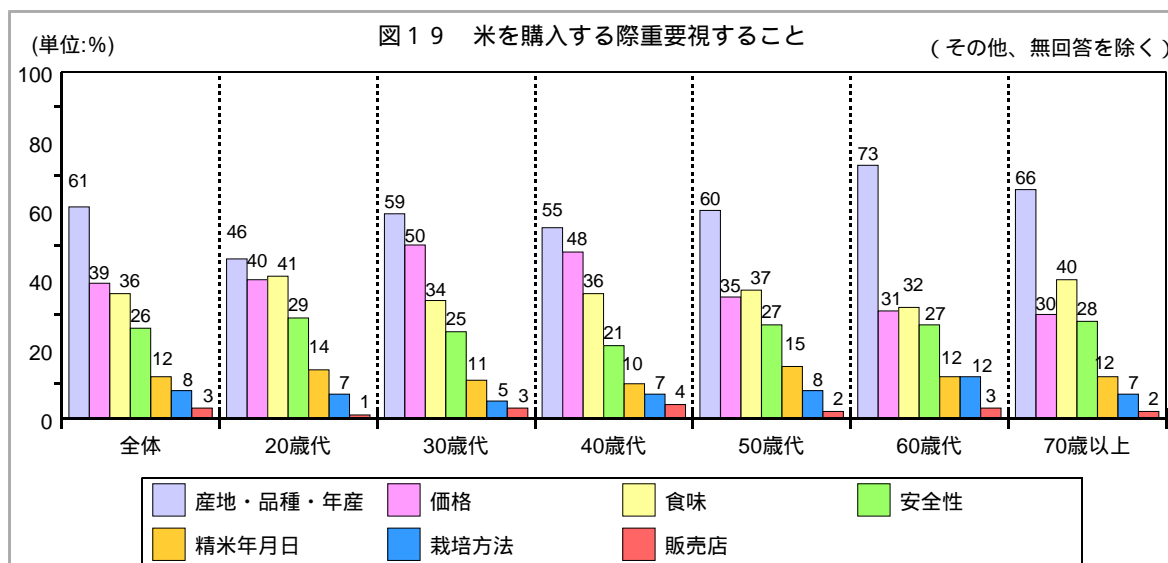
17. 米を購入(入手)する際、重要視すること

米を購入する際は、「産地・品種・年産」、「価格」、「食味」、「安全性」を重要視しているモニターが多い

米を購入(入手)する際、重要視することは何か聞いたところ(複数回答、2つ)、「産地・品種・年産」と回答した人の割合が61%と最も多く、次いで「価格」39%、「食味」36%、「安全性」26%であった(図19)。

「産地・品種・年産」は、いずれの年代も最も重要視している。

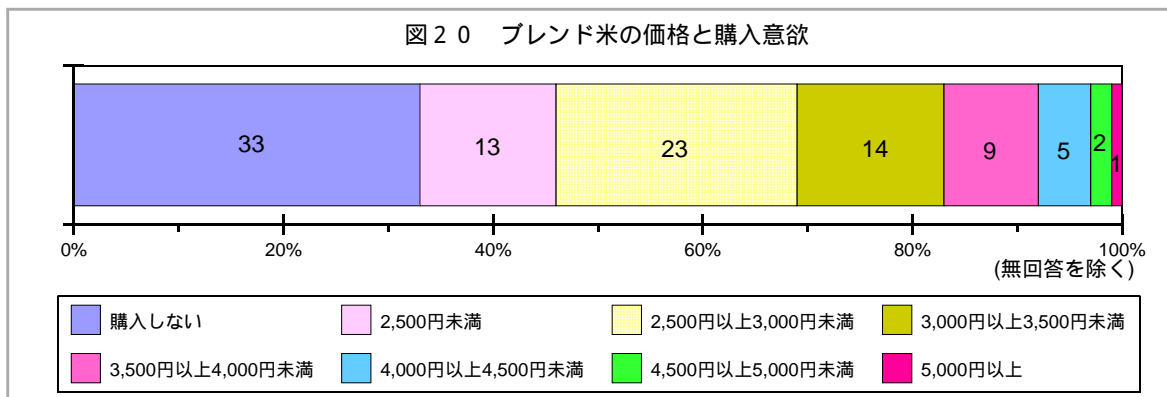
「価格」は、全体では2番目に重要視する項目となっているが、40歳代以下の年代で割合が高くなっている。



18. ブレンド米の販売価格がいくら程度であれば購入したいと思うか

「購入しない」と回答した人の割合が高く33%であったが、「3,500円未満」であれば購入する人が50%

ブレンド米について、販売価格（10kgあたり、消費税込み）がいくら程度であれば購入したいと思うか聞いたところ、「購入しない」と回答した人の割合が33%と最も高かったが、「3,500円未満」（「2,500円未満」、「2,500円以上3,000円未満」、「3,000円以上3,500円未満」）であれば購入すると50%の人が回答している（図20）。

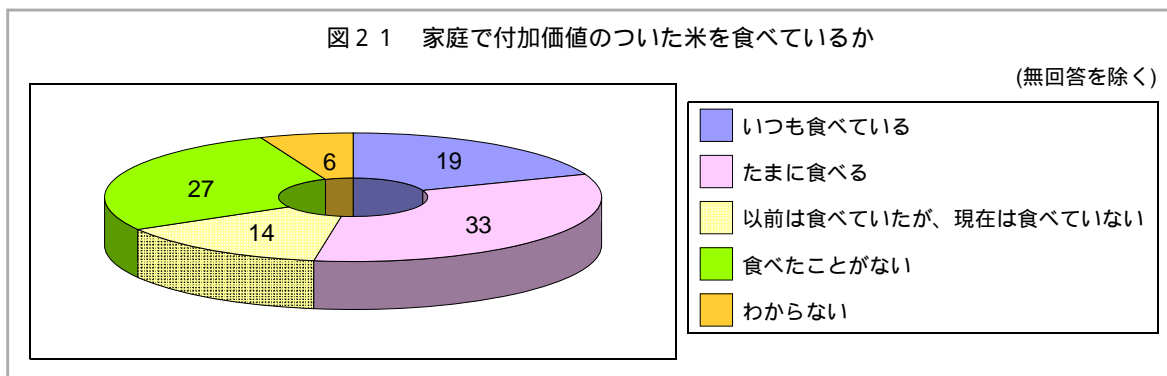


19. 家庭で付加価値のついた米を食べているか

付加価値米を一度でも食べたことがある人は66%

家庭で、付加価値のついた米（有機栽培米、特別栽培米、無洗米等）を食べているか聞いたところ、「たまに食べる」と回答した人の割合が33%と最も高く、次いで「食べたことがない」27%、「いつも食べている」19%であった（図21）。

何らかの付加価値米を食べた経験がある（「たまに食べる」、「いつも食べている」、「以前は食べていたが、現在は食べていない」）と回答したモニターは66%であった。



付加価値のついた米

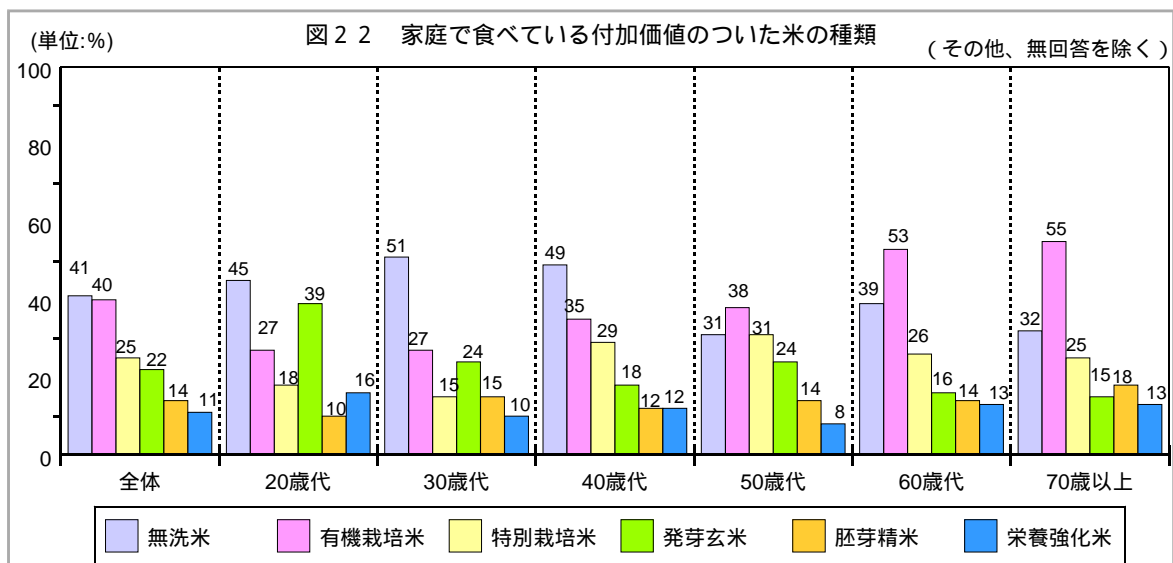
有機栽培米	・たい肥等による土づくりを行ったほ場で、播種・植え付け前2年以上及び栽培中、許可された以外の化学肥料及び農薬を使用しない ・遺伝子組み換え種苗を使用しない で生産され、有機JASマーク表示のある米
特別栽培米	栽培期間中における節減対象農薬の使用回数及び化学肥料の窒素分量が、その地域の同作期において慣行的に行われているレベルの5割以下で生産された米
胚芽精米	精白米に胚芽がついている米が、製品の80%を占めているもの
発芽玄米	発芽した玄米を商品化したもの
無洗米	全く、あるいはほとんど洗わずに炊飯できる米
栄養強化米	栄養分を強化した米で、白米と混ぜて炊飯する。ビタミン、カルシウム等いろいろな種類がある

20. 家庭で食べている付加価値のついた米の種類

家庭で食べている付加価値米は、「無洗米」、「有機栽培米」との回答割合が高い

「19. 家庭で付加価値のついた米を食べているか」で「いつも食べている」、「たまに食べる」と回答した人(521人)に、家庭で食べている「付加価値のついた米」はどのような種類のものか聞いたところ(複数回答、該当事項をすべて選択)、「無洗米」、「有機栽培米」と回答した人の割合が高く、それぞれ41%、40%であった(図22)。

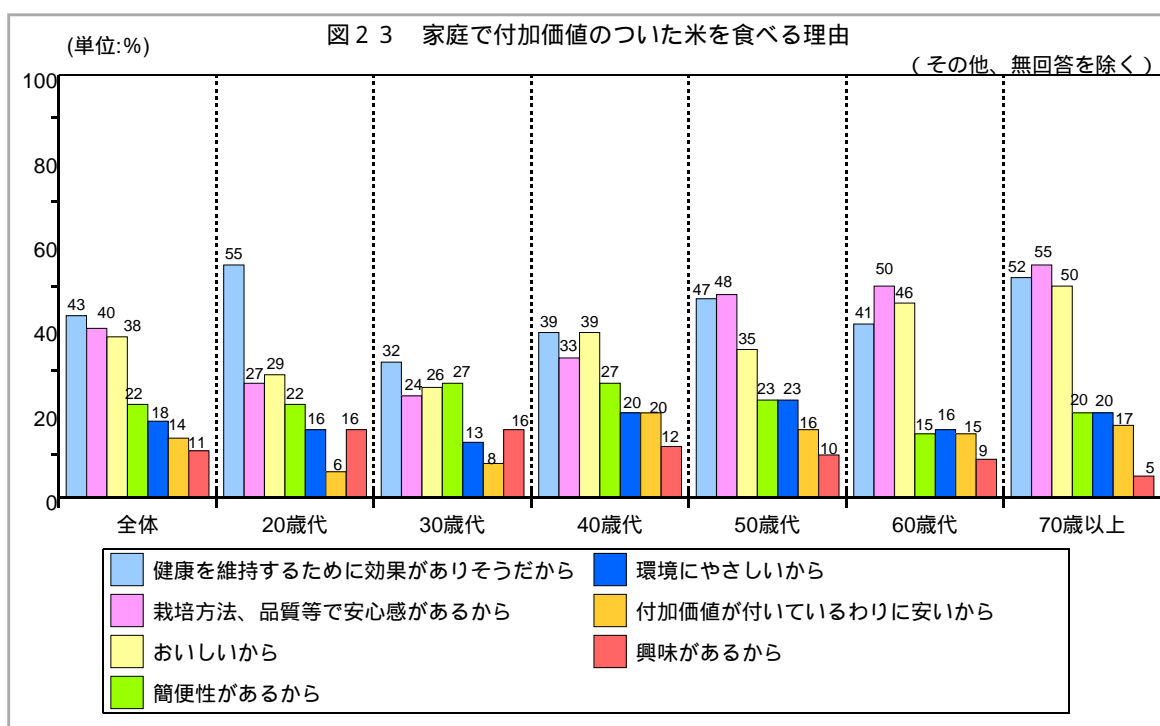
「無洗米」は20歳代から40歳代の回答割合が高く、50歳代以上は「有機栽培米」の割合が高くなっている。



2.1. 付加価値のついた米を食べる理由

付加価値のついた米を食べる理由の上位は、「健康を維持するために効果がありそうだから」、「栽培方法、品質等で安心感があるから」、「おいしいから」

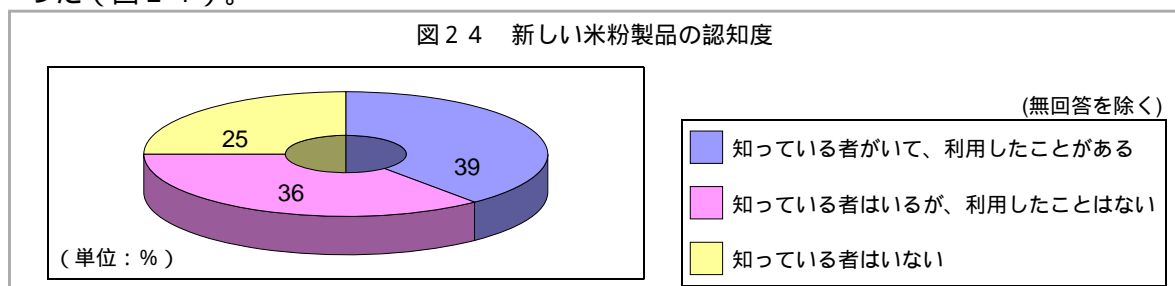
「19. 家庭で付加価値のついた米を食べているか」で「いつも食べている」、「たまに食べる」と回答した人（521人）に、家庭で付加価値のついた米を食べる理由は何か聞いたところ（複数回答、該当事項をすべて選択）、「健康を維持するために効果がありそうだから」、「栽培方法、品質等で安心感があるから」と回答した人の割合が高く、それぞれ43%、40%であった（図2.3）。



2.2. 新しい米粉製品の認知度

米粉パンなどの新しい米粉製品について、「知っている」人は75%

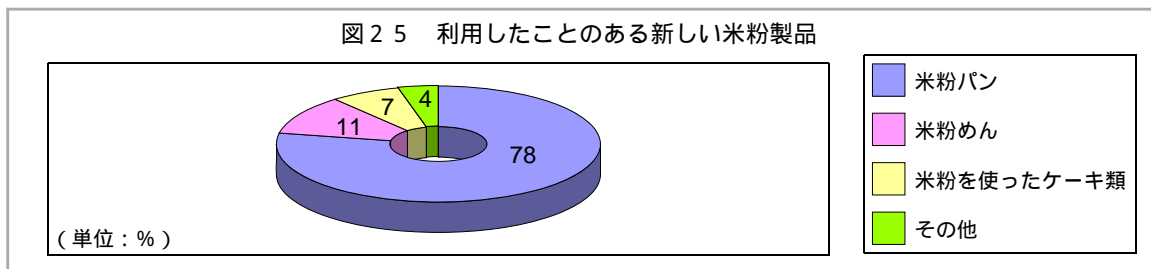
近年、米粉パンや米粉めんなど、従来の米粉製品（白玉など）と異なる新しい米粉製品が製造・販売されるようになってきているが、このような新しい米粉製品を家庭で知っている人はいるか聞いたところ、利用の有無にかかわらず知っていると回答した人の割合は75%であった（図2.4）。



23. 利用したことのある新しい米粉製品

利用したことのある米粉製品として、「米粉パン」と回答した人の割合が高い

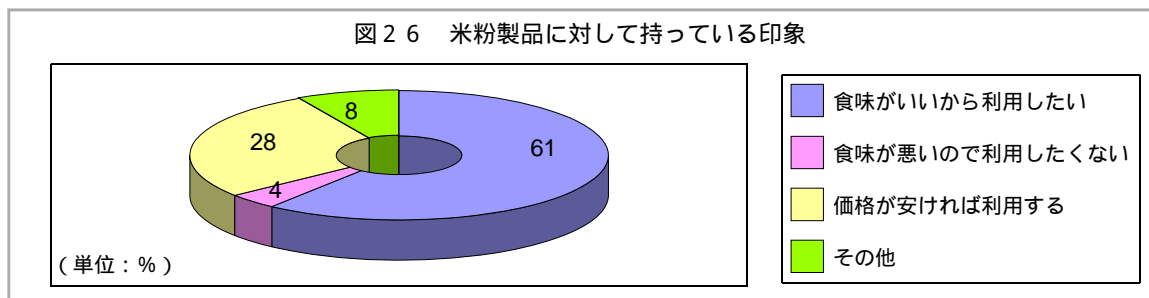
「22. 新しい米粉製品の認知度」で「知っている者がいて利用したことがある」と答えた人(389人)に利用したことのある新しい「米粉製品」は何か聞いたところ「米粉パン」と回答した人の割合が78%と最も高く、次いで「米粉めん」11%であった(図25)。



24. 米粉製品に対して持っている印象

米粉製品に対して、61%の人が好印象を持っている

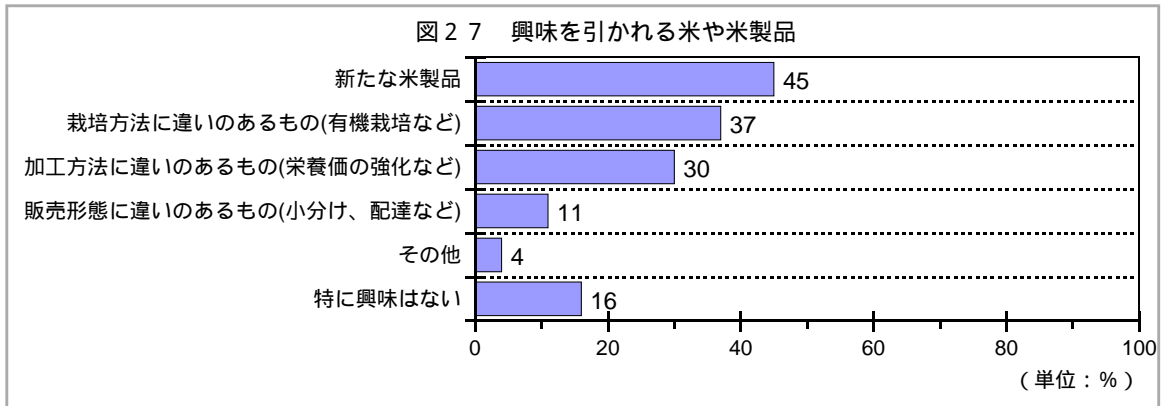
「22. 新しい米粉製品の認知度」で「知っている者がいて利用したことがある」と答えた人(389人)に米粉製品に対してどのような印象を持っているか聞いたところ、「食味が良いから利用したい」と回答した人の割合が61%と半数以上の人が米粉製品に対して好印象を持っていた(図26)。



25. どんな米や米製品に興味がかかるか

興味がかかる米製品は、「新たな米製品」、「栽培方法に違いのあるもの(有機栽培など)」

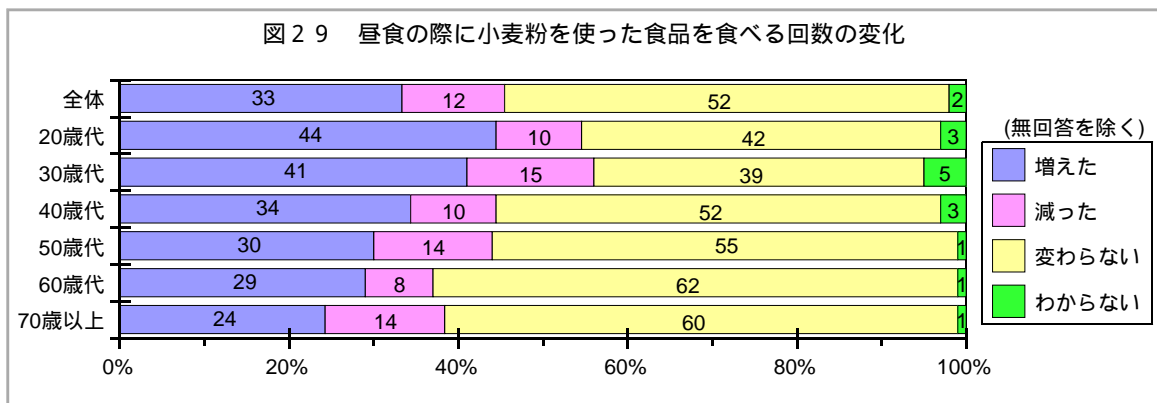
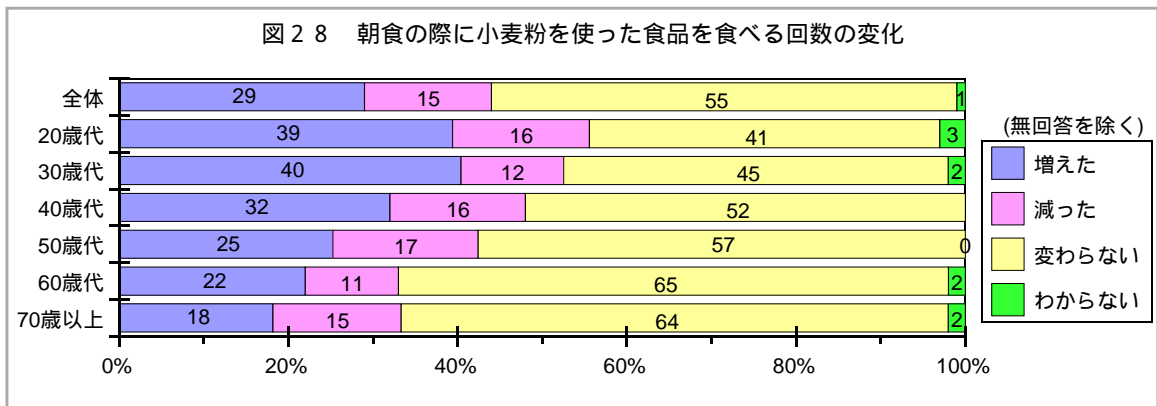
どんな米や米製品に興味がかかるかを聞いたところ(複数回答、該当事項をすべて選択)、「新たな米製品」、「栽培方法に違いのあるもの(有機栽培など)」、「加工に違いのあるもの(栄養価の強化など)」と回答した人の割合が高く、それぞれ45%、37%、30%であった(図27)。

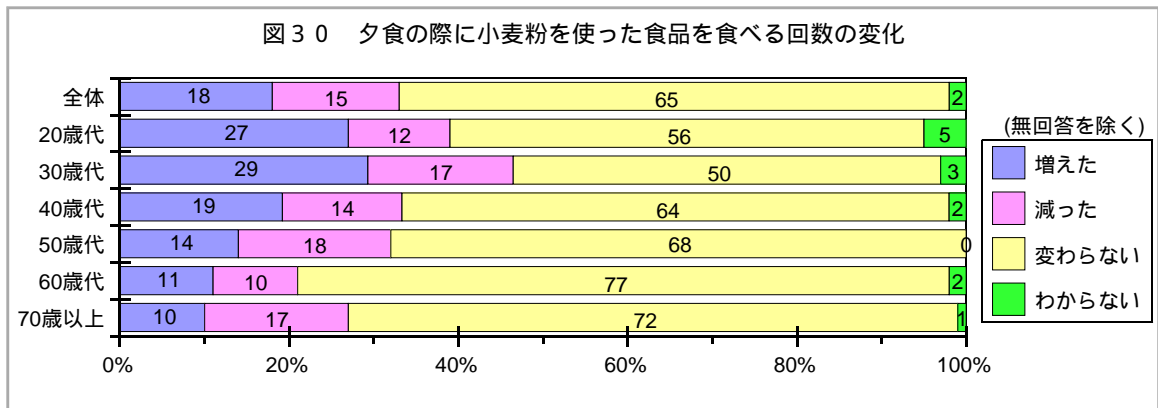


2 6 . 食事の際の小麦粉を使った食品を食べる回数の変化

食事の際に小麦粉を使った食品を食べる回数は、朝食、昼食、夕食とも過半数を上回る人が「変わらない」と回答

10年前と比べて、家庭での食事の際に小麦粉を使った食品(パン類、麺類、ピザ等)を食べる回数は変化したと思うが、朝食、昼食、夕食時それぞれについて聞いたところ、朝食、昼食、夕食とも50%以上の人「変わらない」と回答したが、朝食・昼食では約30%、夕食では約20%の人が「増加している」と回答した。また、朝食、昼食、夕食とも若い年代ほど小麦粉食品を食べる回数が「増えている」と回答した人の割合が高くなっている(図28~30)

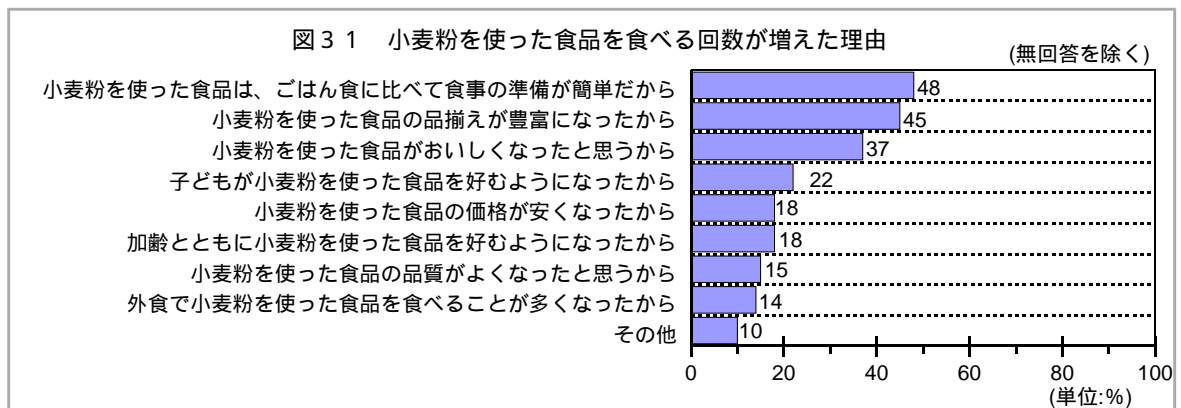




27. 小麦粉を使った食品を食べる回数が増えた理由

小麦粉を使った食品を食べる回数が増えた理由として「ごはん食より準備が簡単だから」、「品揃えが豊富」と回答した人の割合が高い

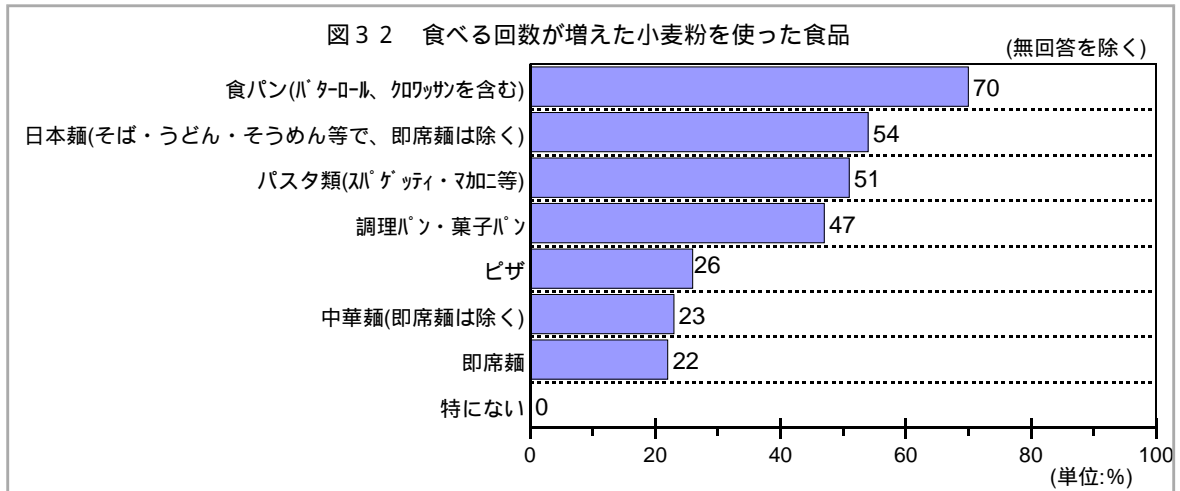
「26. 食事の際の小麦粉を使った食品を食べる回数の変化」で朝食、昼食、夕食のいずれかで「増えた」と回答した人(448人)に小麦粉を使った食品を食べる回数が増えた理由を聞いたところ(複数回答、該当事項をすべて選択)、「小麦粉を使った食品は、ごはん食に比べて食事の準備が簡単だから」、「小麦粉を使った食品の品揃えが豊富になったから」と回答した人の割合が高く、それぞれ48%、45%であった(図31)。



28. 食べる回数が増えた小麦粉を使った食品

食べる回数が増えた小麦粉を使った食品は「食パン(バターロール、クロワッサンを含む)」と回答した人の割合が70%

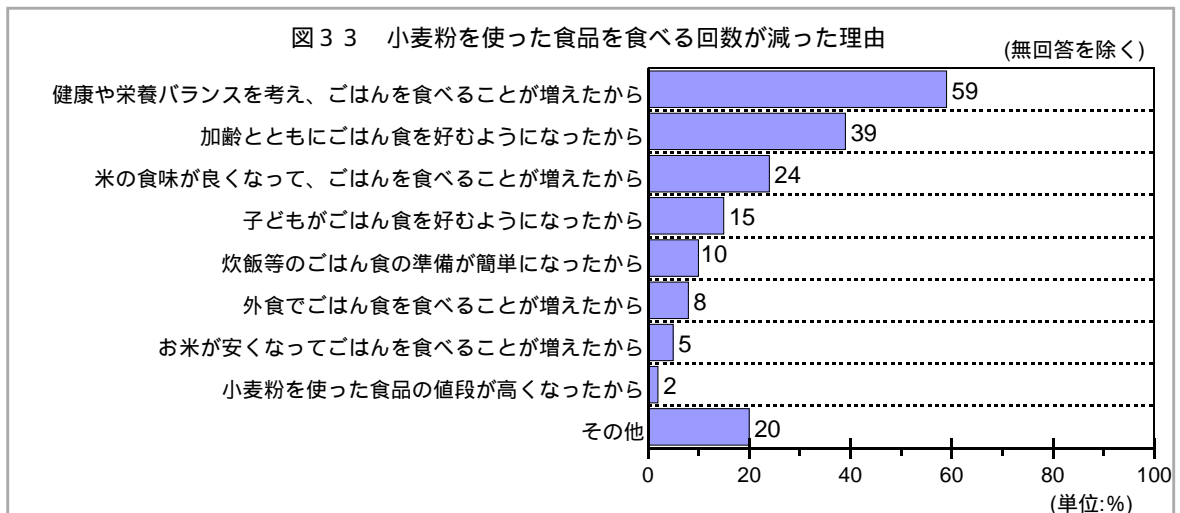
「26. 食事の際の小麦粉を使った食品を食べる回数の変化」で朝食、昼食、夕食のいずれかで「増えた」と回答した人(448人)に食べる回数が増えた小麦粉を使った食品は何か聞いたところ(複数回答、該当事項をすべて選択)、「食パン(バターロール、クロワッサンを含む)」と回答した人の割合が高く70%、次いで「日本麺(そば、うどん、そうめん等で、即席麺除く)」54%、「パスタ類(スパゲッティ、マカロニ等)」51%、「調理パン、菓子パン」47%であった(図32)。



29. 小麦粉を使った食品を食べる回数が増えた理由

小麦粉を使った食品を食べる回数が増えた理由として「健康や栄養バランスを考えてごはんを食べることが増えた」と回答した人の割合が高い

「26. 食事の際の小麦粉を使った食品を食べる回数の変化」で朝食、昼食、夕食のいずれかで「減った」と回答した人(241人)に小麦粉を使った食品を食べる回数が増えた理由を聞いたところ(複数回答、該当事項をすべて選択)、「健康や栄養バランスを考え、ごはんを食べることが増えたから」と回答した人の割合が高く59%であった(図3-3)。



30. 食べる回数が増えた小麦粉を使った食品

食べる回数が増えた小麦粉を使った食品として「食パン(バターロール、クロワッサンを含む)」、「調理パン、菓子パン」と回答した人の割合が高い

「26. 食事の際の小麦粉を使った食品を食べる回数の変化」で朝食、昼食、夕食のいずれかで「減った」と回答した人(241人)に食べる回数が増えた小麦粉を使った食品は何

が聞いたところ（複数回答、該当事項をすべて選択）、「食パン（バターロール、クロワッサンを含む）」、「調理パン、菓子パン」と回答した人の割合が高く、それぞれ45%、44%であった（図34）。

