

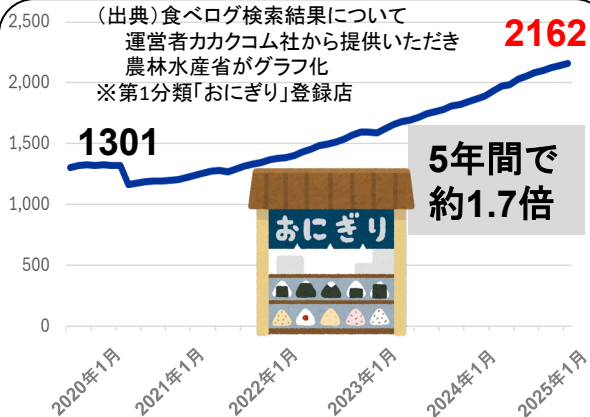
5-1 米の消費に関するトレンド 注目される「おにぎり」についての魅力発信

- 米食メニュー「おにぎり」に関して、専門店やコンビニ等での多彩な商品開発等もあり、おにぎり専門店の店舗数が上昇。
- YouTubeチャンネルで手軽に作れるおにぎり等の魅力を発信。

拡大する「おにぎり」市場

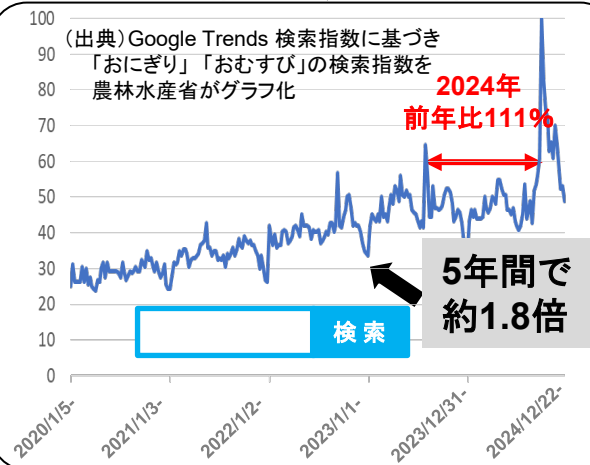
おにぎり(※)店舗数の月別推移

(出典) 食べログ検索結果について
運営者カカコム社から提供いただき
農林水産省がグラフ化
※第1分類「おにぎり」登録店



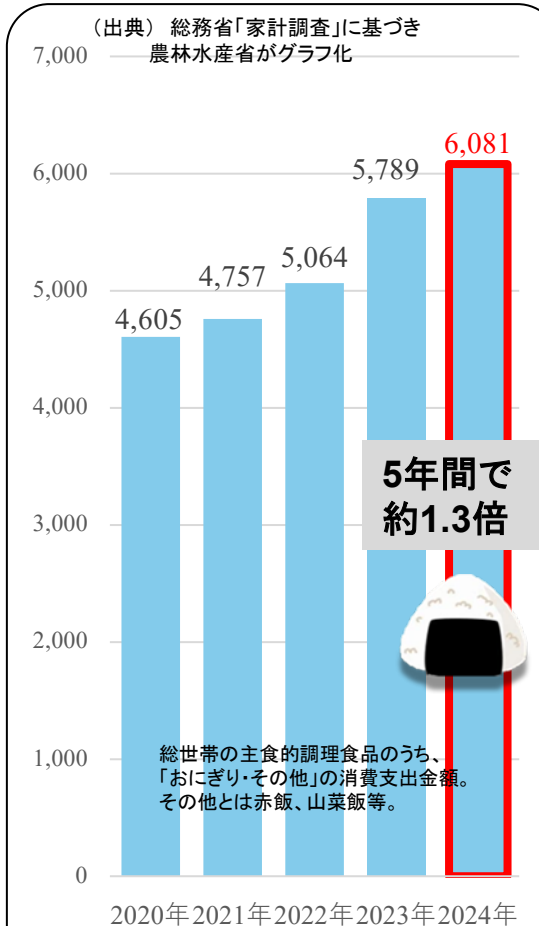
WEB検索指数の週別推移

(出典) Google Trends 検索指数に基づき
「おにぎり」「おむすび」の検索指数を
農林水産省がグラフ化



おにぎり等の消費支出金額の推移

(出典) 総務省「家計調査」に基づき
農林水産省がグラフ化



「おにぎり」の魅力発信

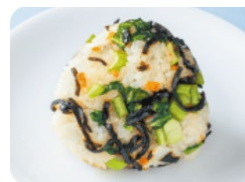
おにぎり関連イベントへの後援名義

バレンタインおにぎり
(by 中田食品社、パンブーカット社)



2025年2月7日に、第2回
おにぎりサミット®が開催され、
関係事業者、インフルエンサー、
お米や素材を提供する自治体等
が一同に会し、トークセッション、
バレンタインおにぎり、万博おにぎり
等創意工夫あふれるおにぎりが
披露された。

桜島小みかんの元気むすび
(by モモヒメさん)



2025年3月8日、9日に大阪なんば
広場にて第2回公推協カップご当地
おむすび大賞グランプリ大会が
開催され、全国各地から地場産食
材や食文化に彩られた多様性ある
ご当地おむすびが披露された。

YouTubeチャンネルにて、おにぎり特集



1/17「おむすびの日」に BUZMAFF動画を配信。お米先生 柏原ゆきよ氏の『おむすびチャンネル』にゲスト出演。

5-2 米の消費に関するトレンド 多様な炊飯方法や新たな消費スタイル

○ 消費環境が変化する中、多様な炊飯法、贈答需要や異業種コラボなど、新たな消費スタイルを提案する商品も登場。
多様な業種の企業が、米の新たな需要創造に繋がる商品開発を行っており、米の消費拡大に貢献。

多様な炊飯方法を提案する商品群



【自動計量IH炊飯器】
米量と水量を自動計量・注水し、
スマホ遠隔操作で炊飯可能。
(パナソニック株式会社)



【弁当箱炊飯器】
米0.5合を約14分で炊飯可能。
おかず加熱も可能な二段式も。
(サンコー株式会社)



【電子レンジ用炊飯器】
米1合を約12分でレンジ炊飯可能
容器のまま冷蔵庫に入るサイズ
(スケーター株式会社)



【有田焼ごはん土鍋】
1～5合まで家族構成に応じた展開。
土鍋の熱伝導により火加減調節不要
(株式会社AKOMEYA TOKYO)

新たな消費スタイルを提案する商品群



【新たな食シーン】

お湯だけで従来に無かった米食メニューを提案。高温高速の熱風乾燥技術により5分調理を実現。
(日清食品株式会社)



【鉄道企業との異業種コラボ】

地元産米と鉄道会社のコラボ商品。
トミーテックの『鉄道むすめ®』および
新型車両のデザインで沿線限定販売
等により希少性と話題性を演出。
(株式会社ミツハシ)



【贈答需要の提案】

多彩な形態と色彩により「お米のある生活シーン」を提案。また小型真空包装により、贈答需要も喚起
(株式会社AKOMEYA TOKYO)



【PETボトル米】

新たな包装形態を採用することで、
贈答需要だけでなく、アウトドアや
保存食向けの需要を創造。
(重野農産)

(参考資料)

食料・農業・農村基本計画（抜粋）

予算PR版各種

第3 食料自給率その他の食料安全保障の確保に関する目標
2 目標並びに食料、農業及び農村に関する施策の KPI 一覧 (1) 我が国の食料供給
別表1 品目ごとの国内消費仕向量、生産量、輸出量、単収、作付面積

品目	国内消費仕向量 (万 t) 〔1人・1年 当たり消費量 (kg/人・年)〕		生産量 (万 t)		うち 輸出量 (万 t)		単収 (kg/10a)		作付面積 (万 ha) 飼養頭羽数 (万頭、百万羽)	
	2023	2030	2023	2030	2023	2030	2023	2030	2023	2030
	年(年度)	年(年度)	年(年度)	年(年度)	年(年度)	年(年度)	年(年度)	年(年度)	年(年度)	年(年度)
米※2	824 (51.1)	777 (50.6)	791	818	4.4	39.6	535	570※3	148	144

※2 米の輸出量は玄米換算。
※3 米の単収(2030年)は、主食用：555kg/10a、
新市場開拓用：628kg/10a、米粉用：616kg/10a、
飼料用：720kg/10a。

第4 食料、農業及び農村に関し総合的かつ計画的に講ずべき施策
I 我が国の食料供給 1 国内の食料供給
(2) 土地利用型作物(米、麦、大豆、そば、いも類、甘味資源作物)
① 米 ア 消費

米の消費は、食生活の多様化、高齢化による摂取熱量の減少や、中高年層における米消費量の減少等を背景に、長期的に減少傾向で推移しており、2023年度の1人当たり年間消費量は51.1kgとなっている。近年、1人当たり消費量の減少度合いが緩やかになっているが、人口減少効果に加わることで、マクロでは年10万トン程度の主食用米の国内需要の減少が続いており、今後もこの傾向が続くことが見込まれる。一方、訪日外客数の増加に伴いインバウンド需要の増加が見られるほか、グルテンフリーなどの食スタイルの広がりもあり、米粉の特徴を活かした商品開発の取組等により、米粉の需要量は増加傾向で推移している。

このような状況の中、主食用米については、食の簡便化志向、健康意識の変化やインバウンド需要を含む中食・外食ニーズへの対応等を通じて需要開拓を図る必要がある。また、米粉については、家庭や飲食店における認知度は高まっているものの、更に市場規模を拡大するためには、活用方法の開発・普及が必要である。

このため、食生活や意識の変化に対応し、学校給食やその他の食育の場において、食べ方や健康に関わる知識等の普及を図る。また、米粉の特徴を活かした新商品・メニューの開発、活用方法に関する情報発信や喫食機会の拡大を通じ、新たな需要の創出を図る。

イ 生産 (i) 総論

水稻は規模拡大により生産コスト削減効果が図られる典型的な作物であり、農地の集積・集約化による分散錯圃(ぶんさんさくほ)の解消やスマート農業技術等による省力化栽培技術等の開発・普及等により、単位面積当たり労働時間は低下してきているものの、近年の肥料・農薬等の物財費や人件費の高騰もあり、生産コストは近年下げ止まっている状況にある。

農業者が減少する中においても、需要に応じた生産を推進し、主食である米の需給と価格の安定を図るためには、生産コストの抜本的な低減とともに、中食・外食ニーズへの対応等により所得の確保・向上が必要である。また、近年の気候変動に伴う高温障害等の抑制も課題である。

このため、地域計画に基づく農地の集積・集約化に加え、生産コストの把握・低減に係る技術実証や人材育成等の総合的な取組を進める。また、農地の大区画化等の基盤整備、スマート農業技術の導入、ドローン直播等のより省力的な栽培方式や再生二期作等の実証・導入、適量施肥等による生産コスト低減等を推進するとともに、多収性・高温耐性を備えた品種の開発・普及を進める。

さらに、パックご飯の生産拡大や中食・外食等実需者と生産者との結び付きの強化を図ること等を通じて、新たな需要への供給力強化等を図る。

＜対策のポイント＞

新たな米の需要を創造することにより、食の多様化や簡便化等により年々減少傾向にある米の1人当たり消費量に歯止めをかけ、米の消費を拡大するための取組を支援します。

＜事業目標＞

米の需要拡大（消費量51kg/年・人〔R12年度〕）

＜事業の内容＞

我が国の米の消費は、食の多様化等を背景に、1960年頃をピークとして減少傾向にある一方で、我が国の気候風土に適した持続的な食料生産基盤であり多面的機能を有する水田を維持し、これを有効活用していくことが、我が国の食料供給力の強化を図る上で必要であり、米の消費拡大は極めて重要な課題となっています。

このため、米の1人当たり消費量の減少率の大きい、中高年層をターゲットとして、米の機能性など「米と健康」に着目した調査・広報等、新たな米の需要創造につながる取組を支援します。

＜事業の流れ＞

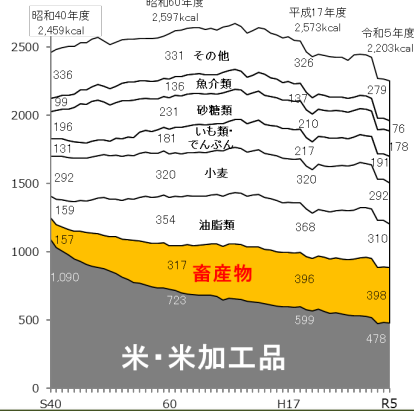


＜事業イメージ＞

消費量減少の背景

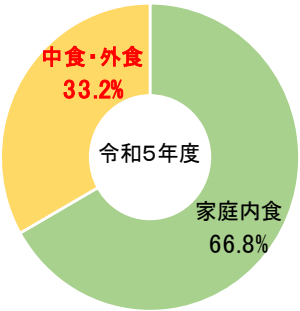
＜多様化＞

肉料理が増加するなど、食の選択肢が多様化



＜簡便化＞

家庭内炊飯割合が低下し、中食・外食割合が約3割に増加



米と健康に着目した調査・広報等、新たな米の需要創造につながる取組を支援

＜例＞

新たな需要創造に寄与



米の機能性や米と健康に着目

