

## 「米の消費動向に関する調査」について（JA総研）

社団法人JA総合研究所は、全国の主婦・単身者男女1,553人（主婦1,012人・女性単身者271人・男性単身者270人）を対象にインターネットで「米の消費行動に関する調査」を3月に実施し、その結果を公表した。

### 「欠食」増加の中、パン食が健闘

「1週間分の主食別の食数（7日×3食＝21回）」を聞いたところ、「【米】が主食」の回数は年々減少し続け、今年は12.50回（前年比 0.16回）まで低下した。

また、「欠食」の回数が1.31回（同+0.25回）と増加し、米以外を主食とする食数も減少していることが明らかとなった。その一方で、「パン食」のみは年々増加しており、1日の中では朝食において増加していると分析している。

### 【食事別1週間の平均食数】

（単位：食数）

食事	人数	年	【米】が主食				【米以外】が主食			【食べなかった】		
			炊飯	加工食品	調理済食品	外食	パン類	めん類	その他			
3食計	1,553	10	12.50	9.98	0.30	1.17	1.05	7.19	4.23	2.28	0.68	1.31
	1,360	09	12.66	10.08	0.32	1.06	1.20	7.29	4.18	2.29	0.82	1.06
	09 10 増減		0.16	0.10	0.02	0.11	0.15	0.10	0.05	0.01	0.14	0.25
朝食	1,553	10	2.76	2.46	0.07	0.15	0.08	3.57	2.98	0.18	0.41	0.67
	1,360	09	2.75	2.45	0.07	0.14	0.09	3.66	2.94	0.20	0.52	0.60
	09 10 増減		0.01	0.01	0.00	0.01	0.01	0.09	0.04	0.02	0.11	0.07
昼食	1,553	10	4.05	2.68	0.12	0.64	0.61	2.62	1.07	1.42	0.13	0.32
	1,360	09	4.14	2.70	0.16	0.60	0.68	2.65	1.07	1.44	0.14	0.20
	09 10 増減		0.09	0.02	0.04	0.04	0.07	0.03	0.00	0.02	0.01	0.12
夕食	1,553	10	5.68	4.84	0.10	0.38	0.36	1.01	0.18	0.68	0.15	0.32
	1,360	09	5.78	4.93	0.09	0.32	0.44	0.97	0.16	0.65	0.16	0.26
	09 10 増減		0.10	0.09	0.01	0.06	0.08	0.04	0.02	0.03	0.01	0.06

### 低価格志向強まる

購入するお米の価格帯を購入先ごとに聞いたところ、米の購入先は「スーパー/量販店」と答えた人が最も多く、次いで生協、生産者から直接購入、米穀店などの順となった。

購入するお米の価格（5kgあたり）は、最も多かった回答は「1,700円～2,000円未満」27.6%（前年比 0.3%）となり、前年と比べてほぼ横ばいで、「1,500円未満」と答えた人が14.9%（同+5.9%）と大きく増加した。その一方で、「2,000円～2,200円未満」は10.9%（同 4.8%）と大きく低下しており、低価格帯への移行が明らかな結果となった。

【購入先別のお米の購入価格帯（下段カッコ内は前回調査）】

	TOTAL (人数)	1,500 円 未満	～ 1,700 円未満	～ 2,000 円未満	～ 2,200 円未満	～ 2,500 円未満	～ 3,000 円未満	～ 4,000 円未満	～ 5,000 円未満	5,000円 以上	わから ない/他
TOTAL	1,267	14.9 (9.0)	20.8 (19.2)	27.6 (27.9)	10.9 (15.7)	8.2 (10.6)	8.4 (7.3)	4.4 (4.0)	0.7 (1.7)	0.2 (0.5)	3.8 (4.2)
スーパー・量販店	689	15.1 (6.7)	25.3 (22.4)	29.3 (32.0)	10.0 (17.5)	7.0 (9.4)	8.4 (6.7)	3.3 (6.7)	0.6 (0.8)	(0.2)	1.0 (0.7)
生協	126	0.8 (4.5)	7.1 (8.0)	41.3 (40.2)	19.8 (27.7)	19.0 (12.5)	7.1 (5.4)	2.4 (1.8)	0.8		1.6
生産者から直接	98	28.6 (23.1)	23.5 (24.1)	12.2 (16.7)	8.2 (2.8)	4.1 (6.5)	4.1 (5.6)	8.2 (6.5)	2.0 (6.5)	(2.8)	9.2 (5.6)
米専門店	73	2.7 (2.9)	13.7 (11.4)	24.7 (15.7)	15.1 (14.3)	15.1 (21.4)	13.7 (11.4)	12.3 (11.4)	1.4 (4.3)	(1.4)	1.4 (5.7)
ネット通販	53	9.4	15.1	30.2	15.1	5.7	13.2	11.3			
ディスカウントストア	30	36.7 (28.0)	26.7 (24.0)	20.0 (16.0)	10.0 (4.0)	3.3 (8.0)	(16.0)	3.3			(4.0)
農協	15	6.7	6.7 (5.9)	26.7 (35.3)	13.3 (29.4)	13.3 (17.6)	26.7 (5.9)	(5.9)			6.7
農産物直売所	13	7.7 (13.6)	30.8 (27.3)	23.1 (18.2)	15.4 (22.7)	15.4 (13.6)	7.7 (4.5)				

購入価格帯は、すべて5kgあたりの価格。

不況により家族等から無償で入手する人が増加

『お米を主にどこで購入（入手）しているか？』を聞いてみた。結果は上位3位の合計で購入機会が一番多い業態は、「スーパー／量販店」で62.4%（前年調査62.9%）とほぼ横ばい。次いで、「家族等（親・兄弟・親戚・知人）から無償で入手」が30.1（同28.8%）、「生協（共同購入・宅配を含む）」12.8%（同13.6%）、「ネット／通販等」9.9%（同5.7%）、「米穀店」8.4%（同9.4%）などの順となった。昨年と比較では、「生産者から直接購入」（9.6%→7.3%）、「家族等（親・兄弟・知人）から有償で購入」（9.2%→6.7%）が減少した一方で、不況による収入の伸び悩み等から「家族等（親・兄弟・知人）から無償で入手」が増えている。

また、「スーパー／量販店」と「ネットスーパー」を区分し、「ネットスーパー」を「ネット／通販等」に合算したため一概にはいえないが、「ネット／通販等」の増加も注目される。

【お米をどこで購入（入手）しているか（上位3位）？】（数値＝%）

	スーパー／量販店	家族等（無償）	生協（共同購入／宅配を含む）	ネット／通販等	米専門店	ディスカウントストア	生産者から直接購入	その他購入先	家族等（有償）	Aコープ店舗／農協店舗	農産物直売所	お米は購入しない	自らが生産
1番目	44.4	18.5	8.1	4.0	4.7	1.9	6.3	2.4	5.1	1.0	0.8	1.5	1.2
2番目	13.9	9.0	3.6	4.5	2.3	4.3	0.7	2.7	1.1	2.0	1.5	0.0	0.1
3番目	4.1	2.6	1.1	1.4	1.4	1.7	0.3	2.0	0.5	0.5	0.8	0.0	0.1
<b>合計</b>	<b>62.4</b>	<b>30.1</b>	<b>12.8</b>	<b>9.9</b>	<b>8.4</b>	<b>7.9</b>	<b>7.3</b>	<b>7.2</b>	<b>6.7</b>	<b>3.5</b>	<b>3.2</b>	<b>1.5</b>	<b>1.4</b>
前年計	62.9	28.8	13.6	5.7	9.4	7.9	9.6	5.0	9.2	2.9	3.5	1.4	2.4

購入先の数については、前年の調査結果とほとんど変わっておらず、8割以上が購入先（業態）を1～2カ所に絞っていた。

**地域別にみた主な購入先**

同研究所では、上記の調査結果をもとに主な購入先の地域別動向を下記の通りまとめており、地域により購入先が異なることがわかる。

**【地域別購入先（業種）動向】** （数値＝％）

地域	購入先の動向
北海道	・「スーパー」が多く、「家族から有償」が少ない。 ・「家族等から無償」が大幅に増加（18.9% 26.4%）
東北	・「家族から無償」が多いが、前回とほぼ同水準。 ・「家族等から有償」は大幅に減少。・「ネット通販等」が大幅に増加（0.0% 8.4%）
北関東	・「スーパー」が平均より6.4ポイント少なく、「家族等から有償・無償」が平均より多い。 ・「家族等から無償」が大幅に増加（21.1% 36.3%）
京浜	・「スーパー」は高いが前年より減少（73.3% 65.8%）
甲信越・北陸	・「スーパー」「生協」は前年同様少ない。 ・「家族等から有償」が多い。・「家族等から無償」は前年より減少（37.9% 30.0%）
東海	・「スーパー」が多く「生協」は少ない。
京阪神	・平均値より5ポイント以上の上下はなく平均的。 ・「米専門店」の比率は全地域で一番高い。
中四国	・「生協」の比率が少なく、前年から大幅に減少（10.2% 5.3%） ・「米専門店」の比率も同様に減少（10.9% 4.6%）
九州	・「ディスカウントストア」の比率がやや高いが、概ね平均的。 ・北海道と並び「農協」の比率が地域別で一番高い。

**【地域別：お米の主な購入（入手）先】**

	スーパー/量販店	家族等(無償)	生協	米専門店	ディスカウントストア	ネット/通販等	生産者から直接購入	家族等(有償)	Aコープ店舗/農協店舗	農産物直売所	その他購入先	自らが生産	お米は購入しない
合計	62.4	30.1	12.8	8.4	7.9	9.9	7.3	6.7	3.5	3.2	7.2	1.4	1.5
北海道	68.9	26.4	16.0	6.6	6.6	6.6	2.8	0.9	5.7	2.8	10.3	0.0	2.8
東北	59.3	41.7	12.0	3.7	5.6	8.4	10.2	7.4	0.9	2.8	5.5	1.9	2.8
北関東	56.0	36.3	11.0	8.8	4.4	5.5	12.1	12.1	2.2	6.6	5.5	1.1	1.1
京浜	65.8	29.8	20.9	9.9	7.8	12.8	5.5	2.9	2.3	2.1	7.0	0.8	1.0
甲信越・北陸	54.2	30.0	7.5	7.5	5.0	10.0	10.0	14.2	4.2	1.7	8.3	4.2	0.8
東海	68.1	26.7	6.3	7.3	7.3	8.9	9.4	6.8	4.7	3.7	6.2	0.5	1.0
京阪神	60.1	29.8	14.9	12.7	7.9	10.6	3.1	9.2	2.2	4.4	9.2	0.9	0.4
中四国	57.9	30.3	5.3	4.6	11.2	8.6	9.2	6.6	4.6	2.0	5.9	3.9	2.7
九州	62.6	26.4	9.2	8.0	12.1	10.9	9.8	6.9	5.7	4.0	5.7	1.1	2.3

**白米（精米）の購入価格は1,700～2,000円未満（5kg）**

お米を購入したことがある人（1,267人）に、主に購入しているお米（5kg。以下同じ）の価格帯を聞いた。白米（精米）では「1,700～2,000円未満」27.6%（前回28.9%）、「1,500～1,700円未満」23.6%（同21.5%）、「1,500円未満」15.5%（同7.8%）となったことから、同研究所では明らかに前回調査より低価格志向となったと分析している。ただ、胚芽米・玄米（玄米食）については、高価格帯の層まで分散しており、健康志向も含め、オーガニック等こだわりのある米にはある程度の価格も惜しまない層の存在がある。

**【通常購入・入手しているお米ごとの購入価格（n=1,267）】（単位＝％）**

	1,500 円未満	～1,700 円未満	～2,000 円未満	～2,200 円未満	～2,500 円未満	～3,000 円未満	～4,000 円未満	～5,000 円未満	5,000 円以上	わから ない・他
全体	14.9	20.8	27.6	10.9	8.2	8.4	4.4	0.7	0.2	3.8
白米（精米）	15.5	23.6	27.6	9.6	7.3	8.3	4.4	0.3	0.1	3.2
無洗米	5.9	10.4	38.5	18.1	12.2	10.4	2.7	0.9		0.9
胚芽米・歩づき米	5.3	15.8	15.8	10.5	31.6	5.3	5.3			10.5
玄米（玄米食）	11.9	9.5	7.1	16.7	7.1	16.7	14.3	4.8	2.4	9.5
もみ・玄米	35.0	26.3	12.5	3.8	1.3	1.3	3.8	2.5		13.8

「もみ・玄米」とは、もみ・玄米を購入した後に精米し食べることを目的として購入されたもの。

**今後食べてみたい、食べ続けたいお米の品種・銘柄**

お米を購入することがある人に「今後、食べてみたい・食べ続けたい」お米の品種を聞いた。各項目とも、上位3銘柄は前回調査同様、コシヒカリ あきたこまち ひとめぼれで変わりはない。その他も若干の変動はあるものの、大きな変動はなかった。ただ、最盛期と比べ収穫量が激減している「ササニシキ」の人气が依然として高いのが特徴的である。

**【今後食べてみたい、食べ続けたいお米の品種・銘柄（複数回答、n=1,553）】（単位＝％）**

順位	品種・銘柄	回答率	前年 順位
1	コシヒカリ	70.1	1
2	あきたこまち	44.0	2
3	ひとめぼれ	33.9	3
4	ササニシキ	29.8	4
5	きらら397	14.8	6
6	ヒノヒカリ	13.6	5
7	はえぬき	12.5	7
8	つがるロマン	9.3	8
9	ななつぼし	9.0	9
10	キヌヒカリ	8.6	
10	ほしの夢	8.6	10

昨年のキヌヒカリは、「その他銘柄」に含まれており直接的な比較はできない。

お米を購入することがある人に、購入する際に“こだわる点”について聞いてみた。“こだわる点”のトップ5は、前回調査と同じく 価格帯68.0%(前回69.0%)、品種21.9%(同28.5%)、精米年月日20.5%(同23.3%)、産地14.8%(同20.3%)、無洗米14.3%(同16.7%)となった。ただし、「品種」、「産地」、「精米年月日」にこだわる人が年々減少する傾向にある。その一方で、「買う場所」にこだわる人が年々増加する中、「農家・生産者」が低下し、両者の順位が入れ替わった。同研究所では、「買う場所」にネット通販等も含まれているため、ネット通販等の増加が調査結果に反映したものと推測している。

【お米を購入する際にこだわる点（年次推移、複数回答）】（単位＝％）

調査年	価格帯	品種	精米年月日	産地	無洗米	農家・生産者	買う場所	玄米・胚芽米	生産履歴
08年	60.7	49.2	25.2	33.6	17.5	12.5	9.6	9.9	9.0
09年	69.0	28.5	23.3	20.3	16.7	12.5	10.5	7.1	6.3
10年	68.0	21.9	20.5	14.8	14.3	10.3	13.5	6.8	6.0
調査年	有機米	特別栽培米	精米会社	JAM米	ブレンド米	低アレルゲン米	その他	特になし	
08年	4.7	5.1	2.5	2.1	0.7	0.2	1.7	8.1	
09年	5.0	3.4	1.8	1.4	0.4	0.2	3.1	9.4	
10年	4.5	4.9	1.9	2.0	1.5	0.1	2.1	10.6	