

平成24年 7月12日

報道各位

社団法人 J C 総研

「米」が主食の食数は増加、家庭で炊飯した米の食数は減少

(米の消費行動に関する調査結果－2012年調査－)

当研究所では、2008年1月より、農畜産物の消費行動をテーマに全国の消費者を対象とした Web 調査を実施しています。

調査の15回目として「米の消費行動に関する調査」を2012年3月に実施しました。調査地域は東日本大震災および東京電力福島第一原発事故の影響を考慮した地域を除く全国で、有効回答者数は2,090人です(詳細はプレスリリース1P)。このたび、調査結果の概要がまとまりましたので、ご報告します。

解禁日時：2012年7月12日(木) 14時

《添付資料》

米の消費行動に関する調査結果の概要(プレスリリース)

<本件に関するお問合せ先>

東京都新宿区市谷船河原町11番地

飯田橋レインボービル5F

社団法人 J C 総研

基礎研究部 主席研究員 藤本恭展

Tel 03-6280-7252

※なお、本資料は「農政クラブ」「農林記者会」「農協記者クラブ」および日頃お付き合いのある報道機関の関係各位等に配布します。

調査の概要

■調査方法	インターネットリサーチ
■調査地域	全国
■調査主体	社団法人 JC総研
■実施機関	株式会社 インテージ
■調査年月日	2012年3月14日(水)~3月19日(月)
■調査対象	全国の主婦・既婚男性・単身女性・単身男性

■有効回答者数 インテージ・ネットモニター会員 n=2,090 単位:人(構成比%)

	合計	主婦	既婚男性	単身女性	単身男性
20代以下	190 (9.1)	62 (6.9)	50 (5.7)	38 (24.5)	40 (24.0)
30代	339 (16.2)	170 (18.9)	120 (13.8)	23 (14.8)	26 (15.6)
40代	491 (23.5)	295 (32.9)	147 (16.9)	23 (14.8)	26 (15.6)
50代	405 (19.4)	206 (22.9)	150 (17.2)	24 (15.5)	25 (15.0)
60代	334 (16.0)	104 (11.6)	182 (20.9)	23 (14.8)	25 (15.0)
70代以上	331 (15.8)	61 (6.8)	221 (25.4)	24 (15.5)	25 (15.0)
合計	2,090 (100.0)	898 (43.0)	870 (41.6)	155 (7.4)	167 (8.0)

【エリア区分】

北海道
東北 (青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島)
北関東 (茨城、栃木、群馬)
京浜 (埼玉、千葉、東京、神奈川)
甲信越・北陸 (新潟、富山、石川、福井、山梨、長野)
東海 (岐阜、静岡、愛知、三重)
京阪神 (滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山)
中国・四国 (鳥取、島根、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛、高知)
九州 (福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄)

ただし、以下の地域は震災の影響を考慮し調査対象から除外している。

岩手 大船渡市・陸前高田市・上閉伊郡大槌町

宮城 亶理郡山元町・黒川郡大衡村・牡鹿郡女川町・本吉郡南三陸町

福島 南相馬市・双葉郡広野町・双葉郡楢葉町・双葉郡富岡町・双葉郡川内村(※)・双葉郡大熊町・双葉郡双葉町・双葉郡浪江町・双葉郡葛尾村(※)・相馬郡新地町・相馬郡飯舘村(※)

(※)は、原発事故による除外

【分析・報告書作成】

社団法人 JC総研 基礎研究部 主席研究員 藤本 恭展

これまでに公表した調査報告

J C 総研 基礎研究部では、研究テーマのひとつとして、生産農家等の生産・販売計画策定の参考となるデータを提供するため、農畜産物に関する消費者の購買行動・食品に関する知識・嗜好などを調査・分析しています。

【これまでに公表した調査報告と公表年月】

- | | |
|-------------------------------|--------------|
| ①「米の消費行動に関する調査報告」 | (平成20年 3月公表) |
| ②「野菜の消費行動に関する調査報告」 | (平成20年 6月公表) |
| ③「米の消費に関する調査報告」 | (平成20年10月公表) |
| ④「肉の消費行動に関する調査報告」 | (平成20年11月公表) |
| ⑤「果物の消費行動に関する調査報告」 | (平成21年 2月公表) |
| ⑥「米の消費行動に関する調査報告-2009年調査-」 | (平成21年 6月公表) |
| ⑦「野菜の消費行動について」 | (平成21年 8月公表) |
| ⑧「野菜・果物の消費行動に関する調査報告」 | (平成21年10月公表) |
| ⑨「畜産物等の消費行動に関する調査報告」 | (平成22年 3月公表) |
| ⑩「米の消費行動に関する調査報告-2010年調査-」 | (平成22年 6月公表) |
| ⑪「畜産物等の消費行動に関する調査報告-2010年調査-」 | (平成23年 2月公表) |
| ⑫「米の消費行動に関する調査報告-2011年調査-」 | (平成23年 9月公表) |
| ⑬「野菜・果物の消費行動に関する調査報告 2011年調査」 | (平成23年11月公表) |
| ⑭「畜産物等の消費行動に関する調査報告-2011年調査-」 | (平成24年 3月公表) |
| ⑮「米の消費行動に関する調査報告-2012年調査-」 | (平成24年 7月公表) |

公表内容は、J C 総研のホームページ (<http://www.jc-so-ken.or.jp>) でご覧いただけます。

社団法人 J C 総研は、平成18年4月1日に社団法人 J A 総合研究所として発足したシンクタンクで、平成23年1月に(財)協同組合経営研究所と合併し、J C 総研に名称を変更しました。

主な活動として、① J A の基本課題に関する理論構築 ②活力ある J A 運営の構築③農業・農村地域の活性化につながる調査研究 ④各種協同組合に関する調査研究などを行っています。

会員は、生活協同組合など各協同組合および J A 全国機関、J A 都道府県中央会、J A ・連合会などです。

米の消費行動に関する調査－2012年調査－ 調査結果のまとめ

1. 「米」を主食とする食数は増加したが、家庭で炊飯したお米の食数が減少

最近1週間で「朝食」「昼食」「夕食」ごとに何を食べたか聞いた。(表1・表2)

今回調査では、米を主食とする食数が前回調査に引き続き増加している。つまり、米を主食とする割合の増加は、東日本大震災後の一時的な現象ではなかったといえる。

ただし、前回調査では家庭で炊飯したお米を食べた食数が大幅に増加したが、今回は家庭で炊飯したお米の食数は若干減少している。増加したのは調理済み食品と外食のお米の食数だった。なかでも調理済み食品が他と比較して大きく増加しており、お弁当やおにぎりなどの増加が全体の増加に貢献している。前回調査では、中食・外食のお米の食数が減少したが、今回はいずれも増加しており、東日本大震災での外食の自粛ムードはほぼ解消されたと見るべきだろう。

とはいえ、デフレ傾向が昨年より改善されたというデータをまず見かけないなか、中食・外食とも、安価なものを選択している可能性が高いと思われる。総務省家計調査を見ても、2012年3月の米の購入数量は購入世帯当たり 11.21 kg で支出金額は前年同月比-9.7%、購入数量は-15.7%となっている。逆に主食的調理食品のうち弁当は購入世帯数が前年同月対比 339 世帯増と大きく増加し、支出金額も 6.0%増加している。

また、今回調査ではパン類の食数が増加に転じた。この増加は、中食のパン類の増加が主要因であり、調理パンを購入して自宅で食べるパターンが増加していると考えられる。総務省家計調査においても、2012年3月の食パンの購入世帯当たり購入数量(同-3.5%)・支出金額(同-2.0%)とも減少しているが、調理パンは世帯当たり支出金額が 3.6%増となっている。今回はめん類とその他の食数も減少している。また、欠食の食数も全体では減少している。

主婦・単身男女別に見ると、米を主食とする食数では主婦の家庭で炊飯したお米の食数の減少と調理済み食品の食数の増加が全体をけん引している。単身男女は家庭で炊飯したお米の食数が増加し、いずれも昼食の比重が大きいことから、お弁当派の増加が推測される。すなわち、節約志向あるいは健康志向からお弁当派に転じたパターンが想定される。量販店や専門店などでお弁当の販売が伸びているとの記事(2012.4.18 付日本経済新聞)などがあるが、これもお弁当派の増加と関係があるだろう。

単身男性は食べなかった食数が 1.89 食と前回調査よりも 0.36 食減少したが、他の属性と比較すると依然として多く、健康面で危惧されるところである。

朝・昼・夕食別では、家庭で炊飯したお米の食数は、夕食のみ減少している。調理済み食品は全体的に増加しているが、特に昼食と夕食の増加割合が高い。めん類の食数はすべての属性かつ朝・昼・夕すべてで減少している。これは、外食での減少が主であり、外食でのめん類離れが明らかといえよう。これまで一貫して増加してきたその他の食数も朝・昼・夕ともに減少しており、健康・ダイエット志向にも若干疲れが出てきた可能性がある。

表 1 1週間の平均食数（主婦・単身男女別）

食事	カテゴリー	人数	調査年次	【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食合計	合計	1,220	12年	12.75	10.53	0.26	1.08	0.88	7.06	4.19	1.96	0.91	1.19
		1,221	11年	12.62	10.55	0.29	0.92	0.86	7.14	4.02	2.03	1.09	1.25
		1,553	10年	12.49	9.98	0.29	1.17	1.05	7.20	4.23	2.28	0.69	1.31
		1,360	09年	12.67	10.08	0.32	1.06	1.21	7.28	4.17	2.29	0.82	1.06
		1,493	08年	13.22	10.52	0.46	1.11	1.13	6.93	4.00	2.25	0.68	0.86
		11→12	増減	0.13	▲0.02	▲0.03	0.16	0.02	▲0.08	0.17	▲0.07	▲0.18	▲0.06
	主婦	898	12年	13.05	11.33	0.21	0.84	0.67	6.98	4.38	1.82	0.78	0.98
		895	11年	12.96	11.59	0.15	0.61	0.61	7.06	4.23	1.85	0.98	0.97
		1,012	10年	12.96	11.04	0.24	0.80	0.88	7.20	4.44	2.13	0.63	0.83
		986	09年	12.92	11.06	0.23	0.72	0.91	7.29	4.36	2.21	0.72	0.79
		1,061	08年	13.51	11.72	0.35	0.69	0.75	6.91	4.17	2.17	0.57	0.58
		11→12	増減	0.09	▲0.26	0.06	0.23	0.06	▲0.08	0.15	▲0.03	▲0.20	0.01
	単身女性	155	12年	11.31	8.68	0.30	1.35	0.98	8.13	4.22	2.10	1.81	1.58
		167	11年	11.65	8.55	0.72	1.38	1.00	7.54	3.70	2.35	1.49	1.84
		271	10年	11.09	8.22	0.47	1.38	1.02	7.69	4.31	2.32	1.06	2.23
		203	09年	11.26	7.96	0.41	1.43	1.46	8.14	4.29	2.62	1.23	1.61
		218	08年	12.02	8.03	0.63	1.69	1.67	7.50	3.93	2.31	1.26	1.49
		11→12	増減	▲0.34	0.13	▲0.42	▲0.03	▲0.02	0.59	0.52	▲0.25	0.32	▲0.26
	単身男性	167	12年	12.54	8.02	0.48	2.13	1.91	6.57	3.19	2.59	0.79	1.89
		159	11年	11.68	6.77	0.60	2.19	2.12	7.08	3.24	2.60	1.24	2.25
		270	10年	12.20	7.79	0.35	2.34	1.72	6.63	3.36	2.77	0.50	2.17
		171	09年	12.79	6.95	0.68	2.56	2.60	6.28	3.01	2.33	0.94	1.93
		214	08年	12.91	7.07	0.83	2.58	2.43	6.45	3.22	2.61	0.62	1.63
		11→12	増減	0.86	1.25	▲0.12	▲0.06	▲0.21	▲0.51	▲0.05	▲0.01	▲0.45	▲0.36

(註) 調査月：2008年は1月、2011年は6月、2009・2010・2012年は3月。以降の図・表についても同じ

表 2 1週間の平均食数（朝・昼・夕食別）

食事	カテゴリー	人数	調査年次	【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食合計	合計	1,220	12年	12.75	10.53	0.26	1.08	0.88	7.06	4.19	1.96	0.91	1.19
		1,221	11年	12.62	10.55	0.29	0.92	0.86	7.14	4.02	2.03	1.09	1.25
		1,553	10年	12.49	9.98	0.29	1.17	1.05	7.20	4.23	2.28	0.69	1.31
		1,360	09年	12.67	10.08	0.32	1.06	1.21	7.28	4.17	2.29	0.82	1.06
		1,493	08年	13.22	10.52	0.46	1.11	1.13	6.93	4.00	2.25	0.68	0.86
		11→12	増減	0.13	▲0.02	▲0.03	0.16	0.02	▲0.08	0.17	▲0.07	▲0.18	▲0.06
朝食	合計	1,220	12年	2.85	2.62	0.05	0.12	0.06	3.49	2.82	0.15	0.52	0.67
		1,221	11年	2.84	2.61	0.07	0.10	0.06	3.49	2.72	0.16	0.61	0.66
		1,553	10年	2.76	2.46	0.07	0.15	0.08	3.57	2.98	0.18	0.41	0.67
		1,360	09年	2.75	2.45	0.07	0.14	0.09	3.66	2.94	0.20	0.52	0.60
		1,493	08年	3.32	2.91	0.13	0.16	0.12	3.32	2.73	0.20	0.39	0.37
		11→12	増減	0.01	0.01	▲0.02	0.02	0.00	0.00	0.10	▲0.01	▲0.09	0.01
昼食	合計	1,220	12年	4.20	2.94	0.11	0.61	0.54	2.56	1.14	1.23	0.19	0.23
		1,221	11年	4.12	2.91	0.13	0.54	0.54	2.58	1.11	1.26	0.21	0.30
		1,553	10年	4.05	2.68	0.12	0.64	0.61	2.62	1.07	1.42	0.13	0.32
		1,360	09年	4.14	2.70	0.16	0.60	0.68	2.65	1.07	1.44	0.14	0.20
		1,493	08年	4.12	2.64	0.22	0.63	0.63	2.63	1.08	1.40	0.15	0.25
		11→12	増減	0.08	0.03	▲0.02	0.07	0.00	▲0.02	0.03	▲0.03	▲0.02	▲0.07
夕食	合計	1,220	12年	5.70	4.97	0.10	0.35	0.28	1.01	0.23	0.58	0.20	0.29
		1,221	11年	5.66	5.03	0.09	0.28	0.26	1.07	0.19	0.61	0.27	0.29
		1,553	10年	5.68	4.84	0.10	0.38	0.36	1.01	0.18	0.68	0.15	0.32
		1,360	09年	5.78	4.93	0.09	0.32	0.44	0.97	0.16	0.65	0.16	0.26
		1,493	08年	5.78	4.97	0.11	0.32	0.38	0.98	0.19	0.65	0.14	0.24
		11→12	増減	0.04	▲0.06	0.01	0.07	0.02	▲0.06	0.04	▲0.03	▲0.07	0.00

(註) 項目の例

- ①炊飯：家庭で炊飯したお米の食数 ②加工食品：パックご飯、レトルトお粥、冷凍ピラフ、餅など加工食品のお米の食数
 ③調理済食品：弁当、おにぎりなど、調理済みのお米の食数 ④パン類：食パン、菓子パン、サンドイッチ、ハンバーガーなどの食数
 ⑤めん類：うどん、そば、ラーメン、パスタなどの食数 ⑥その他：シリアル類、果物やヨーグルトなどの食数

2. 昼食で単身男女のお弁当派が増加

図1は、昼食での家庭で炊飯したお米の食数の年次別推移を示したものである。

これを見ると、トータルでは微増で、それも主婦の食数が減少に対し、単身男女の食数の増加が端的である。なかでも単身男性は2011年の1.64食から今回は2.20食と0.56食の大幅増加となっている。昼食での食数の増加は主に弁当の増加が要因と推測され、事実図2での単身男性のお弁当を作る割合の増加と連動している。図2では単身女性の食数の増加とお弁当を作る割合が連動していないが、これは「週1回以上」でまとめたためである。単身女性では「週5日以上作る」人の割合が2011年の10.2%から今回12.9%に増加しており、コアなお弁当派が増加したと推測される。この傾向は特に30代以下の若年層に顕著(20代以下:5.3%→13.2%、30代:11.1%→30.4%)であり、雇用不安や可処分所得が伸び悩む中での節約志向が大きな要因と思われる。

主婦と既婚男性の昼食での家庭で炊飯した食数の減少は、ほぼ同じパターンであり、図2に見るようにお弁当を作る割合も減少している。これは主婦では中食のお米に、既婚男性は加工食品の米や中食のパン類・めん類に移行していると推測される。時間的余裕のなさから簡単に摂食できる中食に移行していると考えられるが、健康面では決して良い傾向とはいえないだろう。

図1 家庭で炊飯したお米の昼食の平均食数推移 (2008→2012 推移)

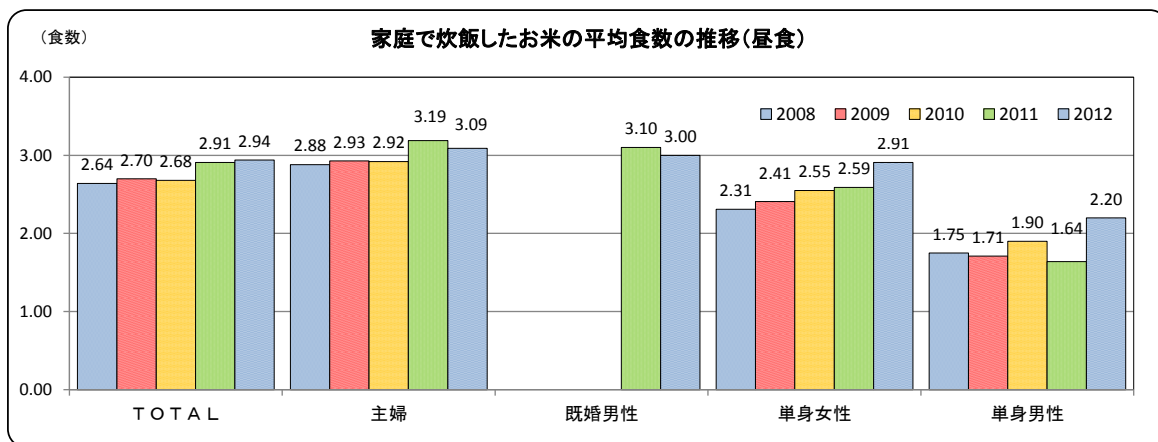
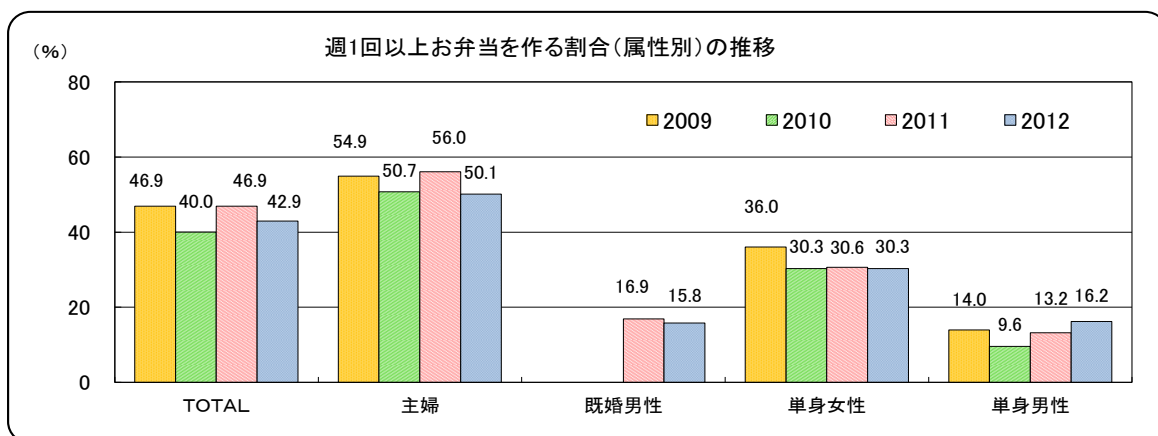


図2 週1回以上お弁当を作る割合 (2009→2012 推移)

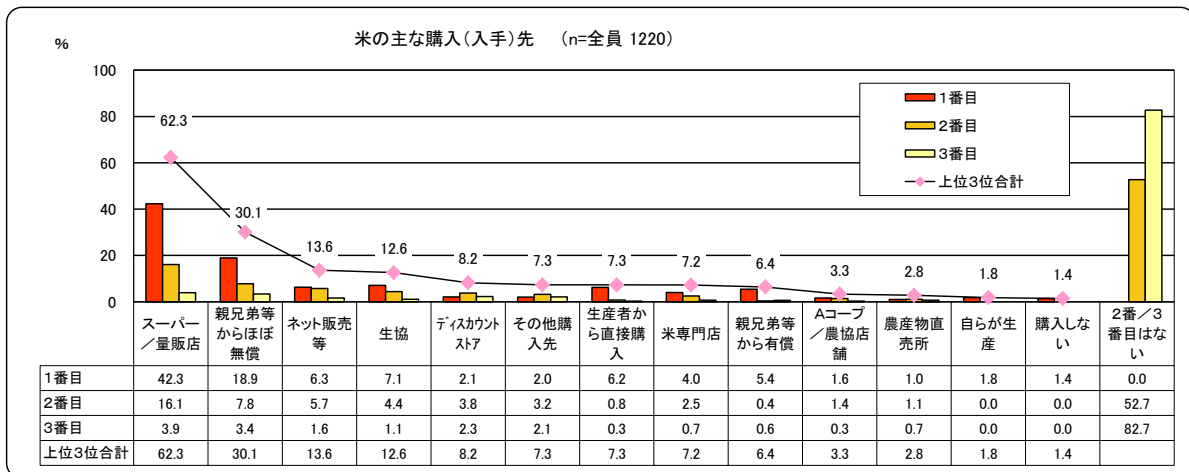


3. お米の主な購入先は「スーパー」の次に「親戚等からほぼ無償で入手」

お米を主にどこで購入（入手）しているか。業態別に購入先の上位3位までを聞いた。

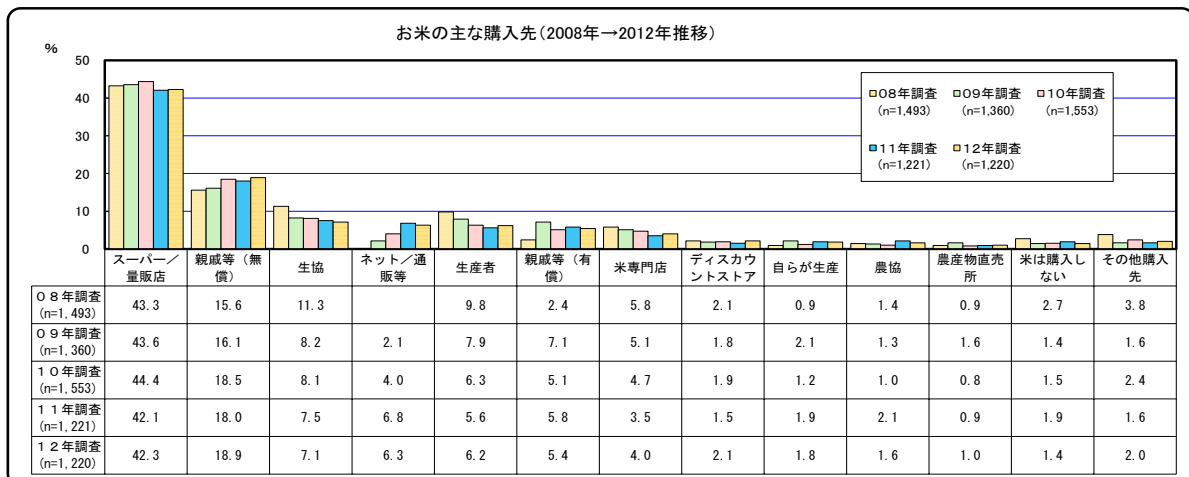
図3にあるとおり、上位3位の合計で購入機会が一番多いのは「スーパー／量販店」で、62.3%が利用しており、前回調査とほとんど変化はない。次いで「親兄弟・親戚・知り合いから無償で入手」が30.1%となっており、前回調査の29.4%から若干増加した。親戚等からの米の提供は昨年の東日本大震災時にも大きく貢献したものと推測されるが、今回さらに伸長したことは、不景気が継続している証拠といえるだろう。内訳は20代以下～40代の主婦・既婚男性および20代以下～30代の单身男女が高い数値であり、家計の厳しい親族に産地から親兄弟などが米を仕送りしている状況が明らかである。図4で見ると、2008年からの推移では、ピークよりは若干減少したが「スーパー／量販店」が高位安定している。また、「ネット／通販等」の躍進と、逆に「生協」の減少が気になるところである。また、「生産者から直接購入」や「米専門店」が前回調査までの漸減傾向から若干持ち直している。

図3 お米の主な購入（入手）先（上位3位合計でソート） 主婦・单身男女ベース



(註) ①ネット販売等：ネットスーパー、ネット・カタログ通販・頒布会を合算 ②その他購入先：コンビニ、デパート/百貨店、その他を合算

図4 お米の主な購入先（2008→2012 推移） 各回調査の1番目の購入先で比較



4. 1度でも使ったことのあるネット販売の購入先は楽天がトップ

1度でもネットスーパーやネット販売などを使ったことのある人にその購入先を聞いた。

図5を見ると、2位以下を引き離して「楽天市場」が66.8%とトップであり、次いで「ヤフー」「イトーヨーカドーのネットスーパー」、その他スーパーのネットスーパーは合算であるため、次に生協のネット販売(6.7%)、イオンのネットスーパー(6.3%)となる。これは、一度でも利用したことのある購入先なのでこのような結果になったが、その利用頻度については生協(共同購入を含む)がトップであることが、当研究所が行った別のWeb調査で明らかになっている。このことから、ポータルサイトとしての訪問しやすさは、調査時点では楽天市場が1番だと(消費者が感じていると)推測される。

ネット販売などでお米を購入する理由は、図6のように「重いお米を持たなくて済むから」がトップで、特に主婦が83.8%と高い。単身男性は「色々な価格帯のお米が選べるから」や「色々な種類のお米が選べるから」等、色々なお米をネットで探す傾向が見られる。

図5 お米を購入するために利用したことのある購入先 (n=238) (複数回答)

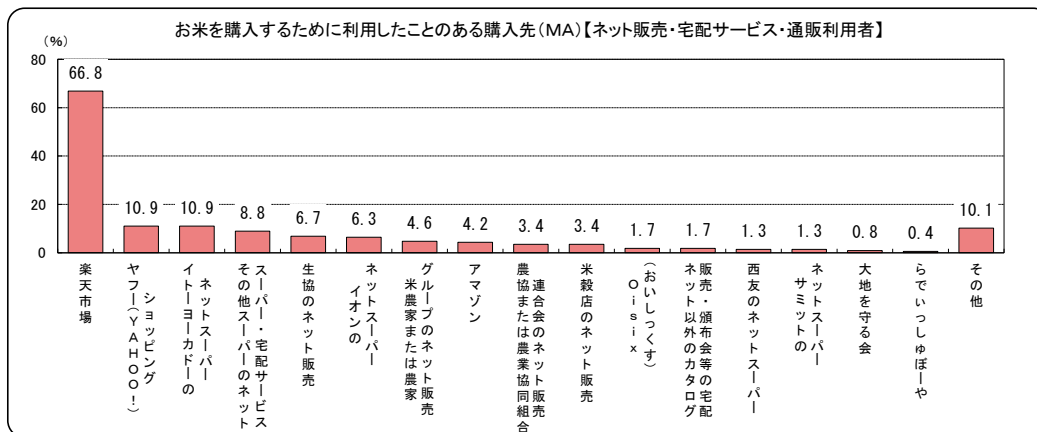
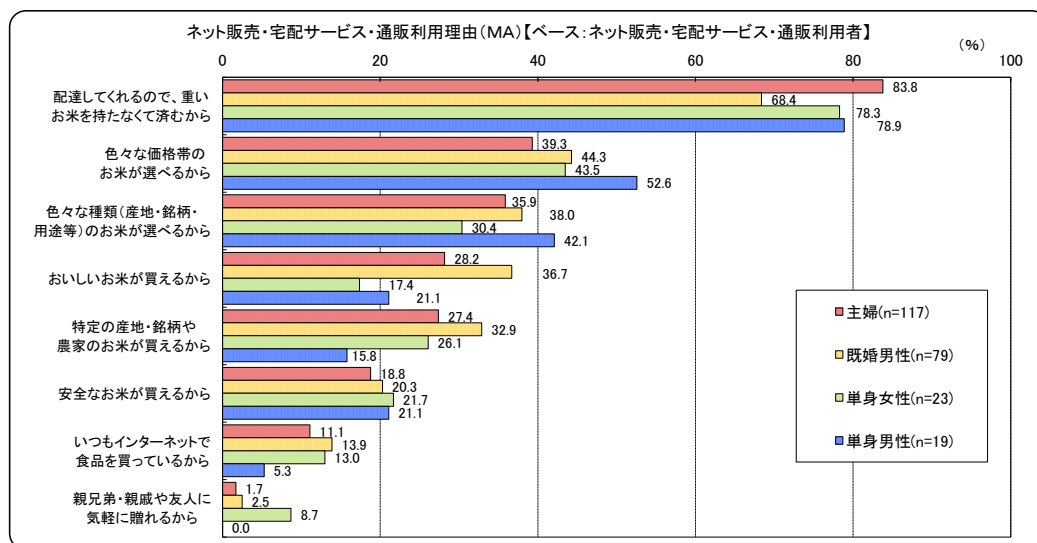


図6 ネット販売などを利用する理由 (複数回答)



5. 購入価格帯は精米価格高騰に伴い、全体的に価格帯が高い方へシフト

お米の購入価格帯を主な購入先（1番目）別にクロス集計した。前々回（2010年）調査の母数は主婦・単身男女、前回（2011年）および今回（2012年）調査の母数は主婦・既婚男性・単身男女である。

トータルでは、前回調査で19.5%と増加した「1500円未満」が12.8%と減少した。これは、東日本大震災以降、米の小売価格が上昇したことを反映したものと推測され、全体的に高価格にシフトしている。前回調査で最多価格帯となった「1500円～1700円未満」は今回減少し、「1700円～2000円未満」が2010年同様、再び最多価格帯となった。スーパー/量販店も概ねトータルと同じ傾向だが、「1500円未満」が前回調査から約半減するなど、高価格帯へのシフト幅が大きい。これは、小売価格の上昇と併せ、特売の減少によるものと思われる。生協では、スーパーと比較して元々高価格帯の割合が高かったためか、シフト幅は小さいものの、高価格帯のお米も減少し、「1700円～2000円未満」に収束した感がある。生産者から直接購入では、安定した顧客がいること、また既に価格帯が分散していることから、変化の比率が最も低いように見受けられる。ただし、一定以上の高価格帯のお米は総じて減少している。米専門店も極端な変化はないが、「2200円～2500円未満」が減少し、低価格帯に移行しているように見受けられる。「ネット通販等」では、低価格帯のお米が減少し、「2000円～2200円未満」が大きく増加している。ディスカウントストアでは、「1500円未満」が極端に減少、「1700～2000円未満」が増加したが、全体的に低価格を維持している。農産物直売所では、低価格と高価格への2極分化が見られる。

表3 購入先別のお米の購入価格帯 (%) ※購入価格帯は、すべて5kgあたり価格 ※ブランクは0%

	年	TOTAL (n=)	1500 円未満	～1700 円未満	～2000 円未満	～2200 円未満	～2500 円未満	～3000 円未満	～4000 円未満	～5000 円未満	5000 円以上	わから ない/他
TOTAL	2012	1717	12.8	21.8	27.0	11.6	6.5	9.0	4.9	1.0	0.1	5.4
	2011	1712	19.5	24.5	20.6	8.8	7.2	7.2	4.3	1.9	0.3	5.8
	2010	1267	14.9	20.8	27.6	10.9	8.2	8.4	4.4	0.7	0.2	3.8
		12-11		-6.7	-2.7	6.4	2.8	-0.7	1.8	0.6	-0.9	-0.2
スーパー/ 量販店	2012	875	10.6	23.5	30.7	12.0	7.0	8.0	4.6	0.7	0.1	2.7
	2011	883	21.1	27.3	22.9	9.2	5.9	6.8	2.8	1.0		3.1
	2010	689	15.1	25.3	29.3	10.0	7.0	8.4	3.3	0.6		1.0
		12-11		-10.5	-3.8	7.8	2.8	1.1	1.2	1.8	-0.3	0.1
生協	2012	131	3.8	13.7	46.6	16.8	8.4	6.1	2.3			2.3
	2011	151	4.6	17.9	32.5	19.9	12.6	7.9	1.3	1.3		2.0
	2010	126	0.8	7.1	41.3	19.8	19.0	7.1	2.4	0.8		1.6
		12-11		-0.8	-4.2	14.1	-3.1	-4.2	-1.8	1.0	-1.3	
生産者から 直接購入	2012	166	28.9	19.9	13.3	6.6	5.4	9.0	3.6	3.0		10.2
	2011	157	28.7	19.1	9.6	3.8	3.8	10.2	7.0	4.5	1.9	11.5
	2010	98	28.6	23.5	12.2	8.2	4.1	4.1	8.2	2.0		9.2
		12-11		0.2	0.8	3.7	2.8	1.6	-1.2	-3.4	-1.5	-1.9
米専門店	2012	103	7.8	11.7	19.4	15.5	8.7	15.5	14.6	3.9		2.9
	2011	103	9.7	13.6	12.6	5.8	19.4	14.6	16.5	3.9	1.0	2.9
	2010	73	2.7	13.7	24.7	15.1	15.1	13.7	12.3	1.4		1.4
		12-11		-1.9	-1.9	6.8	9.7	-10.7	0.9	-1.9	0.0	-1.0
ネット通販等	2012	92	14.1	19.6	20.7	15.2	7.6	12.0	8.7			2.2
	2011	98	20.4	25.5	20.4	4.1	8.2	8.2	9.2	4.1		
	2010	53	9.4	15.1	30.2	15.1	5.7	13.2	11.3			
		12-11		-6.3	-5.9	0.3	11.1	-0.6	3.8	-0.5	-4.1	0.0
ディスカウントストア	2012	46	21.7	39.1	23.9	0.0	0.0	10.9	4.3			0.0
	2011	39	56.4	30.8	2.6	2.6	2.6		2.6			2.6
	2010	30	36.7	26.7	20.0	10.0	3.3		3.3			
		12-11		-34.7	8.3	21.3	-2.6	-2.6	10.9	1.7	0.0	0.0
農協(JA)	2012	32	3.1	28.1	25.0	15.6	3.1	15.6	3.1			6.3
	2011	51	9.8	19.6	25.5	7.8	11.8	9.8	5.9	2.0		7.8
	2010	15	6.7	6.7	26.7	13.3	13.3	26.7				6.7
		12-11		-6.7	8.5	-0.5	7.8	-8.7	5.8	-2.8	-2.0	0.0
農産物直売所	2012	31	6.5	29.0	25.8	9.7	3.2	19.4	6.5			0.0
	2011	22	0.0	31.8	27.3	9.1	13.6	9.1			4.5	4.5
	2010	13	7.7	30.8	23.1	15.4	15.4	7.7				
		12-11		6.5	-2.8	-1.5	0.6	-10.4	10.3	6.5	0.0	-4.5

6. 「増やしたい」意向が増加 — 家庭での炊飯の今後の意向

家庭で炊飯することがある人に、家庭で炊いたご飯を食べる量について今後の増減意向を聞いた。

図7を見ると、今回（2012年）調査では「増やしたい」という人が増加に転じた。この傾向は、なかでも主婦と単身男性に顕著であり、家計を預かる主婦と、就職難や賃金が伸び悩む単身男性が外食等を控えて家庭で炊飯したご飯を増やしたいと考えていると思われる。

また、「増やしたい」理由としては、図8のように、「外食を減らして、家で食べることを増やしたいから」がトップで42.1%となっている。次いで「パン・麺類等を減らしてご飯食を増やしたいから」（33.9%）、「健康のため」（34.3%）と、いずれも前回調査より増加している。「食料自給率を上げる必要があると思うから」は前回調査の7.5%から11.4%へと上昇しており、TPP（環太平洋経済連携協定）に関する報道で日本の食料自給率がどのくらいか、などの報道が増えたことから、食料自給率に関する認知度（平成22年度、カロリーベースで39%と低いこと）が上昇した可能性が高い。

図7 お米を食べる量の増減意向の推移（2008→2012 推移）

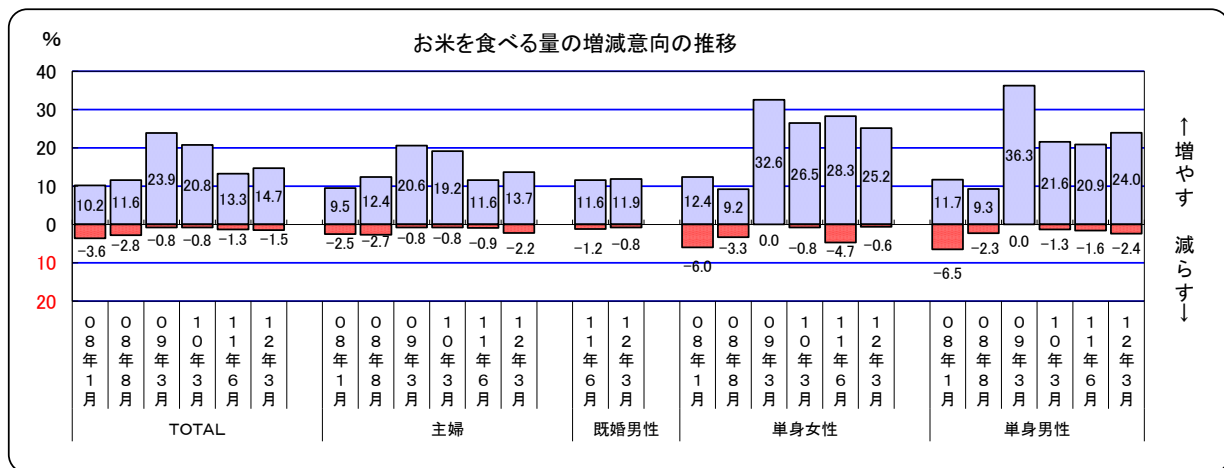
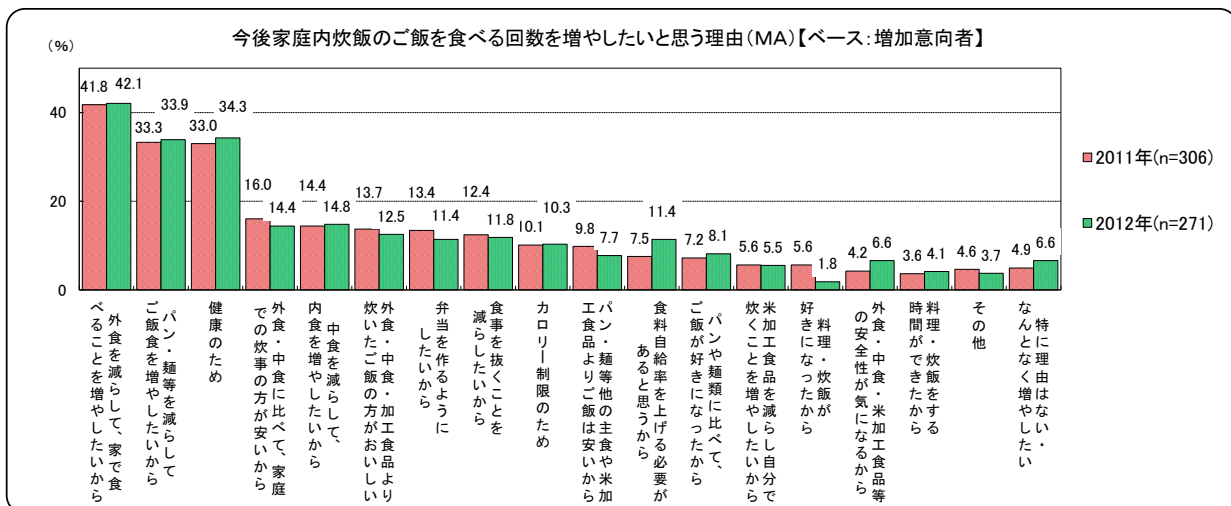


図8 今後家庭内炊飯のご飯を食べる回数を増やしたいと思う理由（複数回答）



7. 米粉商品の購入機会が増加、米粉は若干伸び悩み

図9は米粉・米粉商品の購入経験の前々回（2010年）調査から今回（2012年）調査への推移である。「『米粉』を買って調理したことがある」人は前回の20.1%から今回18.9%と1.2ポイント減少、「『米粉商品』を購入したことがある」人は、同様に48.9%から49.8%と0.9ポイント増加した。「『米粉』も『米粉商品』も存在自体を知らない」人が1.9ポイント増加しているが、サンプルによる誤差の範囲内と考えられる。これらから、米粉商品の購入度合いは向上しているが、家庭で調理する米粉については若干伸び悩んでいると推測される。ただし、表4で既婚男性を加えた状況を見ると、既婚男性では米粉・米粉商品とも前回調査より購入機会が増えており、全体的には微増傾向と思われる。とはいえ、戸別所得補償制度の普及による米粉用米の作付面積は大幅に増加しており、生産・販売サイドともに、今後需要を伸ばさなければ、需給バランスが崩れる恐れがある。

図9 米粉・米粉商品の購入経験（2010→2012 推移）主婦・単身男女ベース

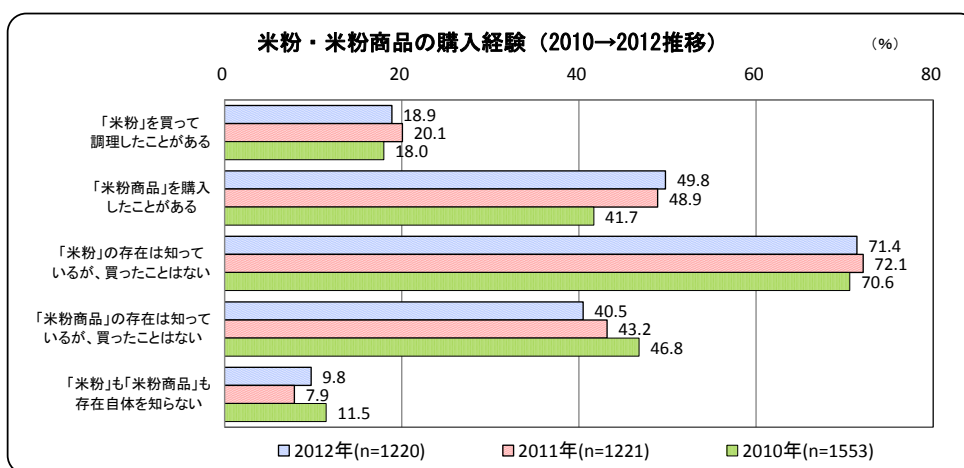


表4 米粉・米粉商品の購入経験（2010→2012 推移）(単位：%) ※トータルは主婦・単身男女ベース

	TOTAL	「米粉」を買って調理したことがある	「米粉商品」を購入したことがある	「米粉」の存在は知っているが、買ったことはない	「米粉商品」の存在は知っているが、買ったことはない	「米粉」も「米粉商品」も存在自体を知らない
TOTAL	2012(n=1220)	18.9	49.8	71.4	40.5	9.8
	2011(n=1221)	20.1	48.9	72.1	43.2	7.9
	2010(n=1553)	18.0	41.7	70.6	46.8	11.5
	2012-2011	-1.2	0.9	-0.7	-2.7	1.9
主婦	2012(n=898)	21.4	53.2	71.3	39.4	7.3
	2011(n=895)	22.3	53.0	72.0	41.3	5.7
	2010(n=1012)	21.6	45.8	69.6	45.4	8.8
	2012-2011	-0.9	0.2	-0.7	-1.9	1.6
既婚男性	2012(n=870)	14.9	34.8	68.7	48.9	16.3
	2011(n=890)	12.1	32.9	71.2	50.4	16.6
	2012-2011	2.8	1.9	-2.5	-1.5	-0.3
単身女性	2012(n=155)	18.1	51.6	74.2	40.6	7.7
	2011(n=167)	20.4	50.3	73.1	43.1	6.6
	2010(n=271)	16.6	48.0	73.4	42.1	10.0
	2012-2011	-2.3	1.3	1.1	-2.5	1.1
単身男性	2012(n=167)	6.0	29.3	69.5	46.1	24.6
	2011(n=159)	6.9	24.5	71.7	54.1	21.4
	2010(n=270)	5.6	20.0	71.5	57.0	23.0
	2012-2011	-0.9	4.8	-2.2	-8.0	3.2

米の消費行動に関する調査結果－2012年調査－

目 次	ページ
1. 「米」を主食とする食数は増加したが、家庭で炊飯したお米の食数が減少	3
1. -1 朝食：家庭で炊飯したお米の食数の減少とパン類の食数の増加	6
1. -2 昼食：単身男女のお弁当派が増加	7
1. -3 夕食：家庭で炊飯したお米の食数が微減、調理済み食品が微増	8
1. -4 30代が大幅に悪化、朝食の欠食率	9
1. -5 北海道・甲信越等で「お米派」が減少、東北・中四国等で増加	10
2. 単身男性の家庭で炊飯したお米の摂食回数が1年前に比べて大きく増加	11
2. -1 単身男性の余裕のなさが顕著－家庭内炊飯のお米の摂食回数の減少理由	12
3. お米の主な購入先は「スーパー／量販店」の次に「親戚等からほぼ無償で入手」	13
3. -1 親兄弟・親戚等からほぼ無償でお米を入手しているのは主に若年層	14
3. -2 地域ごとにバラつきがある、お米の購入先の変化	15
3. -3 特売は減少、安いものを追求 購入先と購入するお米の組み合わせパターン	16
3. -4 「重いお米」全体では「自ら持ち帰る」のは減少傾向	17
3. -5 1度でも使ったことのあるネット販売の購入先は楽天がトップ	18
4. 1回に購入するお米の量はトータルでは5kg単位が1番	19
5. 食べきる期間が伸びたが、お米は6割弱が1カ月以内に食べきっている	20
6. 冷蔵庫で保存はごくわずか、購入したお米の保管方法	21
7. 米の価格上昇により、低価格志向に若干ストップがかかっている	22
7. -1 購入価格帯は、全体に高い方へシフト	23
8. 主に購入する、食べたことがある、食べてみたい・食べ続けたいお米	24
8. -1 北海道の米が躍進、「その他」で回答のあったお米(品種名)	25
9. 「産地」が増加、お米を購入する際にこだわる点	26
9. -1 「安全・安心だから」が順位アップ、産地にこだわる理由	27
9. -2 安全・安心志向は若干減少、低価格志向は上昇	28
10. 値上がりした時の購買行動の変化は大、お米の価格が上下したとき	29
11. 単身男女が増加傾向、1回に炊くご飯の量	30
11. -1 単身男女の複数回の食事で食べる割合が増加、1回に炊くご飯の食べ方	31
12. 「増やしたい」意向が増加、家庭での炊飯の今後の意向	32
13. 1番嫌なのは、「炊飯器の汚れを掃除すること」から、「米をとぐこと」に	33
14. 品種と炊飯する器具が1・2位、ごはんのおいしさの決め手	34
15. 「品種の特性をもっと紹介して欲しい」が要望トップ	35
16. 米粉商品の購入機会が増加、米粉は若干伸び悩み	36
16. -1 パン、だんご、ケーキの順、米粉で作ったことのある料理	37
16. -2 「もっちり感が好きだから」が増加、米粉・米粉商品を買う理由	38

※上記目次の内容はJC総研の会員向け調査報告書に掲載しています。報告書本冊をご希望の報道関係者の方は、JC総研 基礎研究部までご連絡ください。