玄米食白書2019

2019年1月

一般社団法人 高機能玄米協会

日本食糧新聞社

目次

はじめに	P.02
米消費の現状	P.03
米消費量／米価	P.04
総需要量推移	P.05
健康米総論	P.06
米関連カテゴリーの市場推移	P.07
POSデータに見る玄米購入割合	P.08
玄米食に関わる調査	P.09
玄米食に関するネット調査	P.10
対象者属性	P.11
調査結果総括	P.12
健康米の食用状況①	P.13
健康米の食用状況②	P.14
健康米の食用状況③	P.15
玄米食の満足度(玄米定期食用者)	P.16
健康米の食用場所(玄米定期食用者)	P.17
健康米のイメージ（玄米認知者）	P.18
玄米食の食用タイミング(玄米定期食用者)	P.19
外食時の玄米選択意向(玄米認知者)	P.20
玄米の炊飯・調理方法(玄米定期食用者(自宅))	P.21
玄米を食べない理由(玄米非定期食用者)	P.22
玄米の特長認知度	P.23
玄米特長認知後食用意向／金のいぶき食用意向	P.24
特長認知後の食用意向（年代別）	P.25
玄米の特長魅力度／食用意向度①	P.26
玄米の特長魅力度／食用意向度②	P.27
玄米の特長認知度×玄米の魅力認知度	P.28
玄米食に関する座談会	P.29
総括	P.34

はじめに

【一般社団法人高機能玄米協会とは】
健康長寿社会に資する健康食として玄米自身の多機能性と多用途性に着眼し、用途開発と啓蒙を行う団体です。

【玄米食白書とは】
日本人の主食・コメ、深刻化するコメ離れとは裏腹に、成長しているのが玄米や精麦、雑穀などの健康米マーケットだ。そこで、一般社団法人高機能玄米協会は、食品業界最大紙・日本食糧新聞社とタイアップし、コメ消費促進につながる玄米食に着目。消費の現状を把握するとともに市場性を探り課題をあぶり出し、将来的な需要増につなげるため、玄米食白書をまとめた。
本白書では、玄米食に関する市場調査の分析結果を中心に、市場認識のため、昨今のコメそのものの消費の現況と、健康米マーケットについてもふれている。

【玄米の市場規模／ 427億円】
コメの市場規模に関する農林水産省やその関係機関からのデータは見当たらないが、同省調べでは、平成28年のコメ生産量は804万t。うち農家保有米や直接販売が222万t（27,6%）で、これを除く582万tが市場流通している。うち家庭用が約7割の407万t、精米換算すると360万t。POSデータ（KSP-SP）によると、直近のコメ小売平均価格は1kg当たり400円前後であることから、精米製品を中心とした家庭用米の市場規模は約1.4兆円となる。日本食糧新聞社が同POSデータを独自分析すると、この中でおよそ3%が「玄米」と称して販売されていることから、コメ売場で販売される玄米の市場規模は約420億円。これに、発芽玄米を中心にコメ関連カテゴリーの46億円（17年）を加え、466億円・12万t程度と推察される。

米消費の現状

少子高齢社会の進展や人口減による胃袋縮小、食生活の多様化・洋風化などで、日本人のコメ離れが加速化している。１人当りの消費量（グラフ１）は昭和37年の118.3kgをピークに年々減少し、直近の平成29年には54.2kgと、半世紀で半減した。結果、恒常的なコメ余りに陥り、単価下落を誘発するとともに、農家の高齢化と相俟って担い手不足、耕作放棄地の増加など農業問題に進展している。

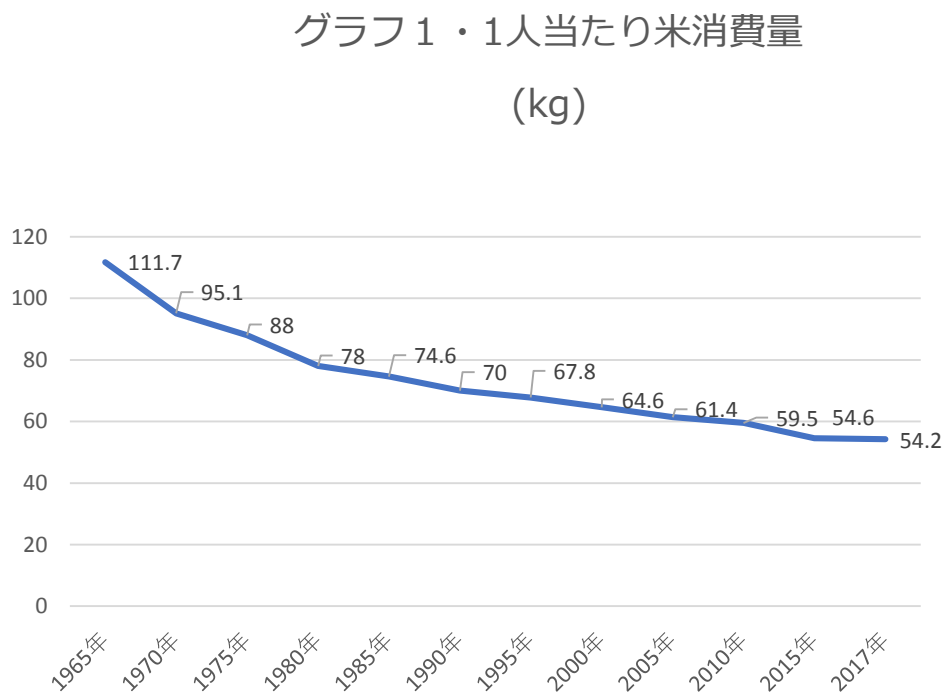
米価は、長期スパンで下落傾向にある（グラフ２）。ただ直近の3年間は、需給均衡を狙った施策として、飼料用米の生産を手厚く助成した結果、平成27・28・29年産で需要量が供給量を上回り、3年連続の値上げを誘発した。ただ、米価上昇は業務用ユーザーの採算を悪化させ、寿司のシャリ玉やおにぎり、茶碗や弁当に入れるご飯の量を減らすなど自衛策を講じるケースが多くみられ、総使用量の減少を生み出している。

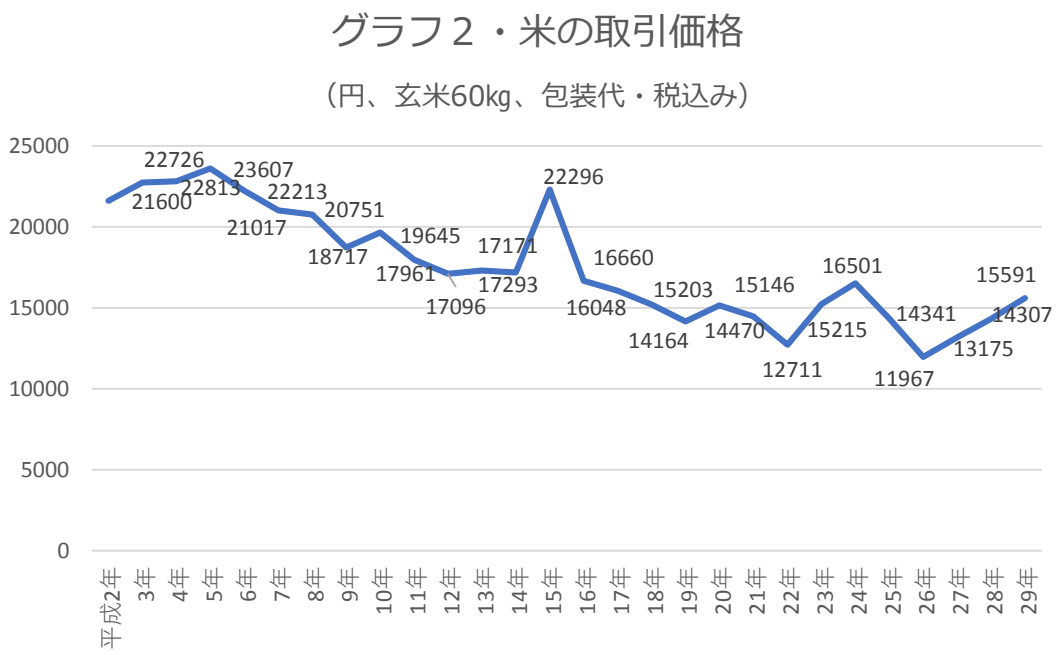
他方で、コメも“量”より“個性ある質”を求める時代となり、各産地では、新たなブランド米創出気運が高まっている。山形県の「つや姫」や北海道「ゆめぴりか」に端を発し、その後も新銘柄が続々、誕生している。背景に、平成30年に生産調整が見直され量的制限が緩和、田んぼの自由度が上がったことにより需要が減る中、産地側がブランド育成に躍起となり、産地間競争が激化している。

こうした社会環境の変化により、小家族化や女性の社会進出などによる、家庭での炊飯機会の減少を受け、外食や中食など業務用ルートに流れるコメのウエートが増えている。農林水産省では、目下市場流通するコメの中で、業務用に流れるコメが約3割とするが、「すでに4割近くに上っている（大手コメ卸）」という声も聞かれ、年々増加していくことは間違いない。そこで、業務用市場を狙った、低コスト生産が図れる多収穫かつ良食味を兼備した品種の開発も進み、業務用市場の拡大が進んでいる。中でも注目されるのが、食生活の洋風化でメタボ予防に注目され、精麦や雑穀も含める機能性成分が豊富な健康米のマーケットが拡大しており、特に最近では、もち麦の健康効果に関するメディア露出が盛んとなり、脚光を浴びるなど新たな動きも出てきている。

米消費量／米価

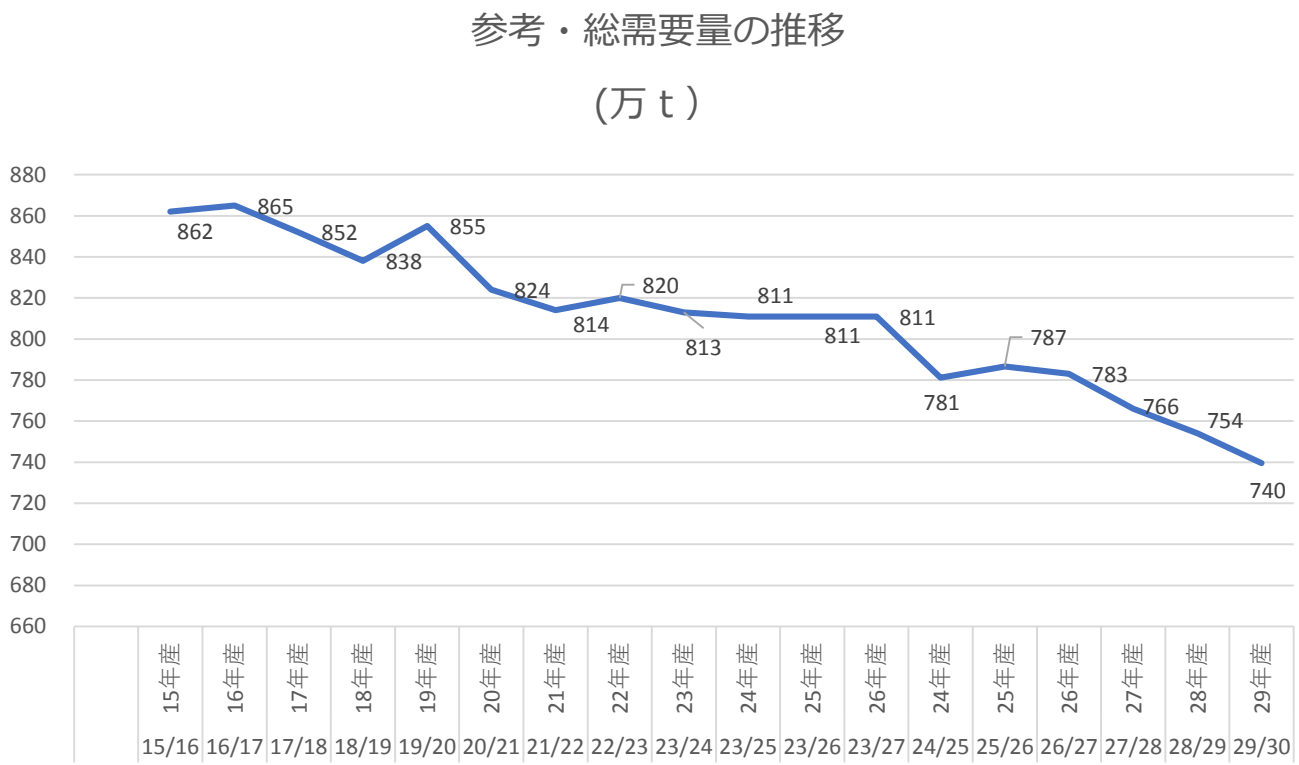
農林水産省「食糧需給表」（2017年は概算値）





2～17年までは、全国米穀取引・価格形成センター入札結果を元に作成。
18年産以降は、出回りから翌年10月まで（29年は6月まで）のと相対取引価格の平均値。
センター価格は、銘柄ごとの落札数量で加重平均した価格。相対取引価格は、銘柄ごとの前年産検査数量ウエイトで加重平均した価格。

総需要量推移

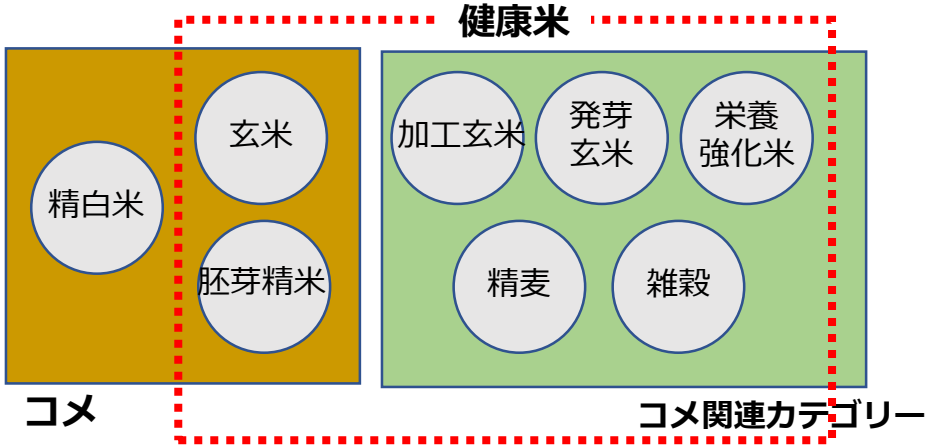


農林水産省

健康米総論

コメ消費減が進む一方人気が高まっているのが、健康志向の高まりを背景にした健康米だ。
健康米とは、玄米や麦ごはん、雑穀ごはんなど、白米より健康機能性を高めたコメを言い、高齢社会の進展や食生活の欧風化に伴うメタボリックシンドローム予防意識が高まる中、ビジネスチャンスを迎えている。この動きは、発芽玄米が誕生した約20年前頃から始まり、ＴＶの健康情報番組に代表されるメディア露出に左右され、カテゴリーごとに浮き沈みはあるものの、全体では拡大基調を強めている。

特に最近では、絶え間ない技術革新により、見た目や味は白米同様ながらも、機能性面で玄米や胚芽米に匹敵するコメや、「食べにくい」「炊飯に手間が掛かる」など玄米食の欠点を解消した加工玄米、玄米食用専用品種など、多様な商品が発売され激しい販売競争を繰り広げている。



・玄米：精米する前段階で袋詰めされたもの
・胚芽精米：胚芽米（「金芽米」「金賞健康米」などの健康米を含む）
・加工玄米：「ロウカット玄米」や蒸気殺菌した「金のいぶき」など
・発芽玄米：発芽加工した玄米
・栄養強化米：精白米のまわりにビタミンやミネラルなどの栄養素をコーティング
・精麦：もち麦や押し麦など、ご飯に混ぜて炊飯する大麦類
・雑穀：雑穀類をブレンドした「ミックス雑穀」、単品の「単品雑穀」がある

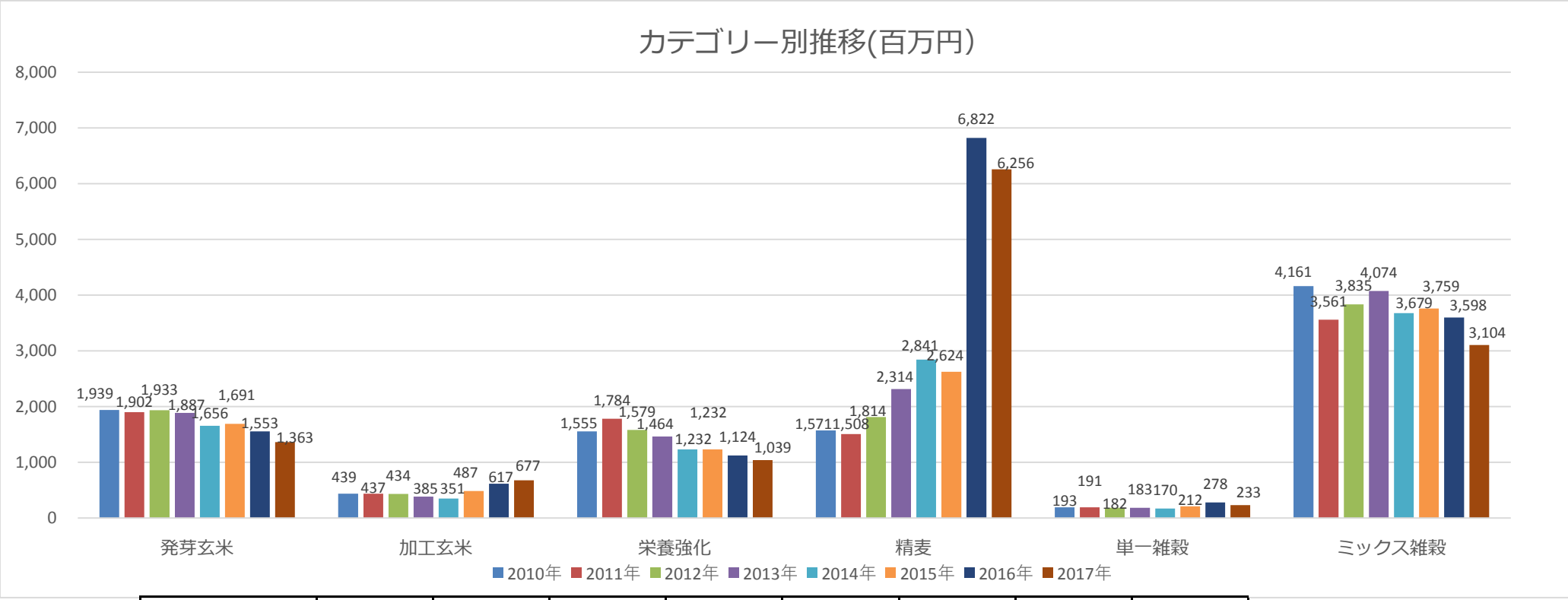
健康米の市場変遷をみると、2001～2003年の発芽玄米ブーム、2008年頃の雑穀ブーム、さらに最近では、精麦の中でももち麦のほか、玄米の人気も高まっている。こうした商品は、トレンドに左右されがちではあるものの、各カテゴリーともに根強いファン層が育成されており、継続摂取が必須な商品群だけに、体験的な口コミも欠かせない要件となっている。

つまり市場育成には、おいしさと機能性の両立といった商品力が必要だ。だが、そのおいしさの基準が変化している。提供する側の課題は当初、見た目も味も白米にいかに近づけるかだったが、最近は見た目も味も白米とは明らかに異なる。例えば玄米らしさや雑穀らしさを強調した商品の方が好まれる傾向にある。

加えて、健康に資する機能性を消費者にわかりやすく伝える地道な努力が不可欠だ。例えば、「金芽米」の発売元・T社は、大学や病院、老人保健施設などを巻き込み、機能性成分の解明や効果実証などの普及啓発活動を行ってきた。H社は、大麦やもち麦の健康機能性の解明や情報を発信するプロセスで、多くの研究者や料理研究家など情報発信力のあるメンバーを巻きこんだ。結果、テレビ番組や雑誌中心に大麦やもち麦の健康効果が盛んにメディアで報道され市場に火が付き、2016年度に前年比40%増の約140億円に達したという事例もある。

また高機能玄米協会は、おいしさと高栄養を兼備した玄米食専用品種「金のいぶき」のコメの戦略的活用に取組む中で、マーケティング活動・PR活動・普及啓発活動を行うため「(株)金のいぶき」を立ち上げた。多様な商品開発や外食・給食・中食など多方面の利用、ＰＲ活動、機能性研究、農家と取り組んだ生産に関する研究などを進めており、米穀業界で商品化が進んでいる。5月にはコンビニエンスチェーンの一部で「金のいぶきおにぎり」が発売開始、リピート率No.1の座を獲得し、さらなる新商品の導入を果たすなど、成果を上げている。

POSデータに見る玄米購入割合



	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
発芽玄米	1,939	1,902	1933	1887	1656	1691	1553	1363
加工玄米	439	437	434	385	351	487	617	677
栄養強化	1,555	1,784	1579	1464	1232	1232	1124	1039
精麦	1,571	1,508	1814	2314	2841	2624	6822	6256
単一雑穀	193	191	182	183	170	212	278	233
ミックス雑穀	4,161	3,561	3835	4074	3679	3759	3598	3104

POSデータをもとにはくばく推計（日本食糧新聞抜粋）

玄米食市場ケーススタディ

健康志向に合致した玄米に関して、コンビニエンスチェーンが注目し、成功事例が誕生している。その中のひとつNLが18年6月、全店舗で発売開始した「金のいぶき」を100%使用した「玄米おにぎり（金のいぶき）」が当初計画を超え、しかも米飯商品の中で女性客第1位、男性客第2位と、高リピート率を誇っている。そこで7月に「玄米焼おにぎり」、9月に「玄米ごはんの牛すき弁当」、10月に「玄米手巻き寿司（牛肉＆ナムル）を投入するなど、続々新商品を投入している。

健康志向の世相に応え他のコンビニエンスストアでも、もち麦や雑穀入りなど健康基軸のおにぎりが多く発売されている。前出NLでは、希少価値のある素材を模索する中で出合ったのが「金のいぶき」。おいしさと高栄養を兼ね備える玄米食専用品種で、「必ず注目されると直感した」と商品部シニアマーチャンダイザーは話す。

金のいぶきの最大の特徴は、一般的な玄米の3倍もある大きな胚芽にある。結果、ビタミンB群、E群やGABAが豊富に含まれる健康性に加え、胚芽部分から水が入り、吸水性が悪く長時間浸漬が必要な玄米の炊飯上の欠点を解消。1日数回商品を供給するCVSにとって、白米並みの浸漬時間は必須であるとともに、殺菌処理を施した金のいぶきは、食品工場導入のネックとなっていた、玄米の一般生菌問題をクリアしている点も、決め手となったという。通常の玄米を100%で使用するとパラパラしておにぎりに成型できないが、低アミロースでもっちりして軟らかく粘りもある金のいぶきのこうした特徴は、おいしさや食べやすさにもつながっている。

当然、売れ筋1、2位商品のように多くの人が購入するわけではない同品だが、一度買った人は繰り返し購入する。しかも今までコンビニエンスストアおにぎりを買ったことがなかった人が購入し、既存商品とカニバリゼーションがなく、売上げの上乗せが図られるとともに新規顧客獲得にもつながっている。
玄米の価値と親和性の高い客層を有するNLだが、金のいぶきは焼肉やウナギの蒲焼きなどとも好相性で、「牛すき弁当」や牛肉とナムルの手巻き寿司などの商品化につなげているだけに「今後もさらにラインアップ強化し、健康的なご飯を食べたい人の来店動機になれば」と前述のバイヤーは意欲を示す。

金のいぶきの玄米おにぎり」

多様な健康おにぎりの中で期待値が高い

玄米食に関わる調査

玄米に関する調査

◆調査対象　：20-60才代の女性

◆サンプル数　：合計500サンプル

計	20代	30代	40代	50代	60代
500	100	100	100	100	100

◆調査地域　：首都圏（１都３県）

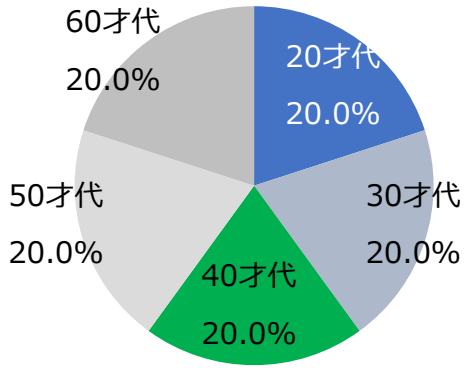
◆調査手法　：インターネット調査

◆調査時期　：2018年9月

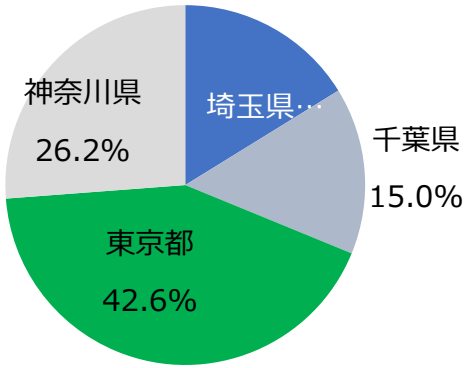
◆用語の定義　：玄米　：精白していないコメ
発芽玄米　：玄米を発芽させ栄養価を高めたもの
ロウカット玄米　：玄米表面のロウ層のみ削って食べやすくしたもの
金のいぶき　：おいしさと高栄養を兼備した玄米食専用品種
麦ごはん　：白米と麦を混ぜて炊いたもの
雑穀米　：五穀米、十六穀米など
その他の健康米　：胚芽米（金芽米や金賞健康米などの健康米を含む）

対象者属性

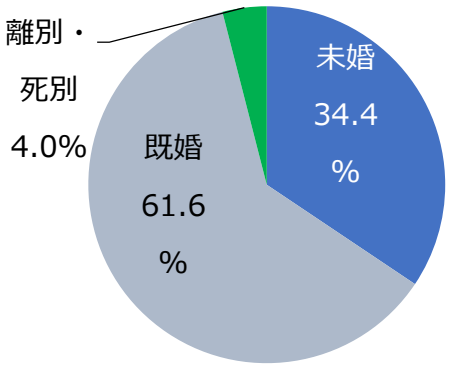
年齢



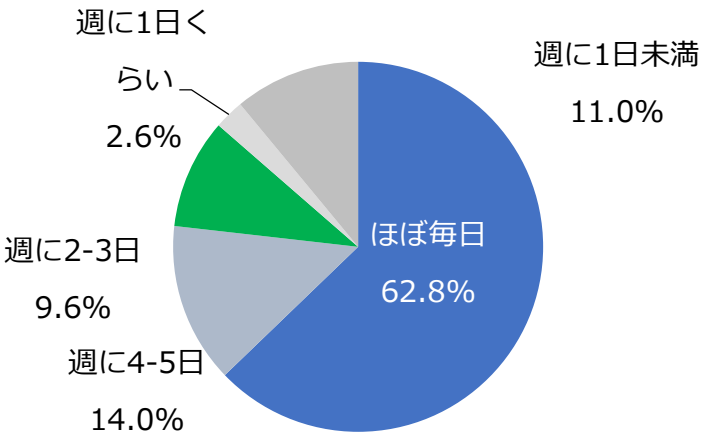
居住地域



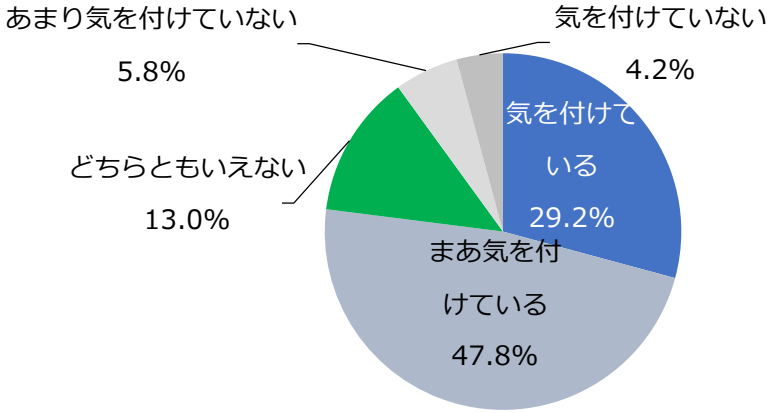
未既婚別



自宅での料理頻度



健康な食生活に気を付けているか



調査結果総括

玄米のイメージ

玄米や発芽玄米の認知度は高く、「健康によさそう」「栄養が豊富そう」「お通じが改善しそう」などのイメージは共有され、健康志向の強い人に食べられている。だが、「おいしくなさそう」「調理に手間がかかりそう」「高価そう」などマイナスイメージも一定数挙げられている。ただ「消化が良く食感が改善された新品種がある」「最近の炊飯器は玄米モードが付いている」などポジティブな情報を知らない人が多く、この認知度を上げることが必須となっている。

玄米の外食での食用傾向／内食での食用傾向

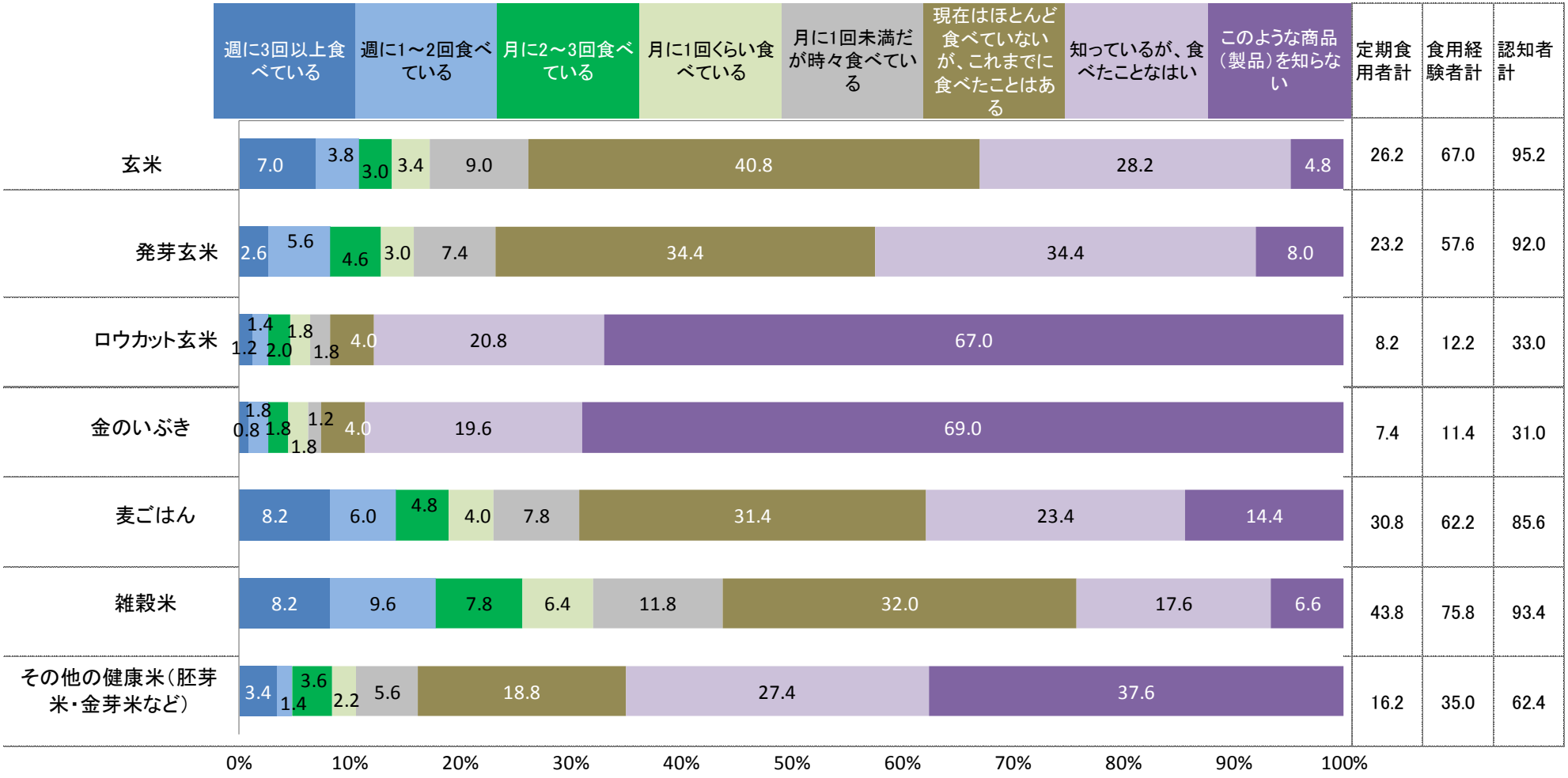
現状では、比較的高年齢で健康志向が強く、料理をよくする人が家庭で食べるケースが多い。一方で、若年層は常食者が少ないものの、満足度が高く、外食で選ぶ率も高いため、消費拡大のためには、外食店へのアプローチが不可欠といえる。

玄米の特長の認知度・魅力度、及び喫食意向に影響を及ぼすポイント

玄米の魅力のうち「お通じ改善」が魅力度・認知度ともに高い。だが「日常生活に不足しがちなビタミンやミネラルを補える」「美容に気遣う人に適している」「肥満防止。ダイエット効果」に関しては、魅力度は高いが、認知度が低い。玄米食推進のためにはこのようなポイントを抽出し、訴求していくことが必要。

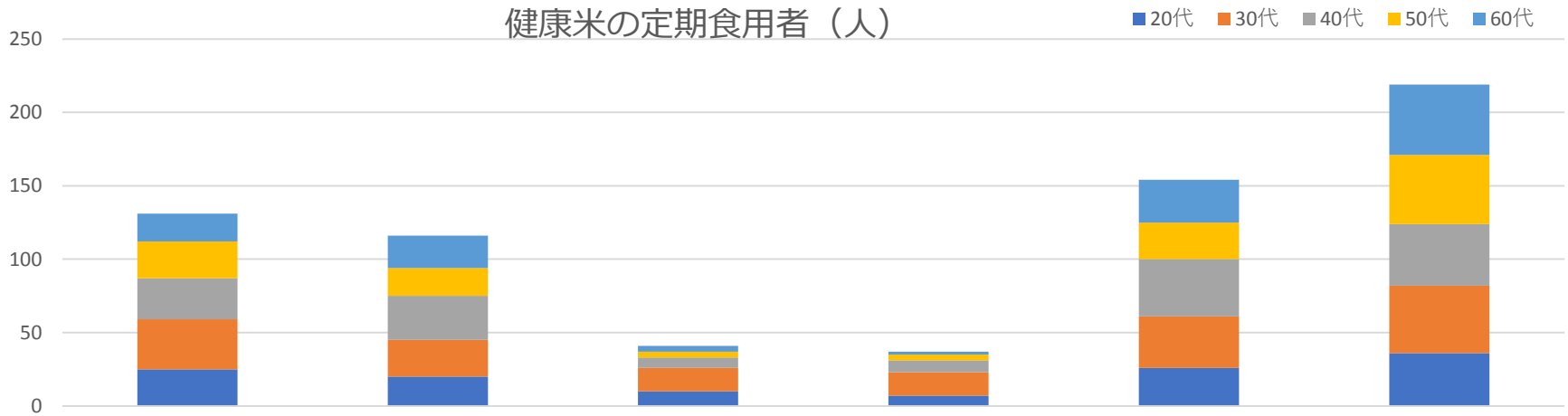
健康米の食用状況①

「玄米」「発芽玄米」「麦ごはん」は約6～7割の認知度。「ロウカット玄米」や「金のいぶき」は約3割にとどまる。
「玄米」の月一回以上の定期食用率は17.2%。「麦ごはん」23.2%。「雑穀米」32%と、雑穀人気は高い。
「ロウカット玄米は」6.4%。「金のいぶき」は6.2%にとどまる。



健康米の食用状況②

定期食用者が最も多いのは雑穀米で、麦ごはん、玄米と続く。
30・40代は多様な健康米を食べることに意欲的。
雑穀米の定期食用者の年齢は高く、玄米で低い傾向にある。



	玄米	発芽玄米	ロウカット玄米	金のいぶき	麦ごはん	雑穀米
20代	25	20	10	7	26	36
30代	34	25	16	16	35	46
40代	28	30	7	8	39	42
50代	25	19	4	4	25	47
60代	19	22	4	2	29	48

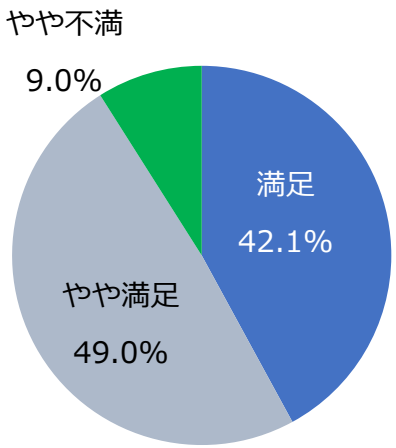
健康米の食用状況③

「自宅での料理頻度」が高い人のほうが、玄米を含む「健康米の定期食用頻度」が高い傾向にある。

	標本数	週に３回以上食べている	週に１～２回食べている	月に２～３回食べている	月に１回くらい食べている	月に１回未満だが時々食べている	現在はほとんど食べていないが、これまでに食べたことはある	知っているが、食べたことなはい	このような商品（製品）を知らない	【定期食用者計】	【食用経験者計】	【認知者計】	【非定期食用者計】
玄米	500	7.0	3.8	3.0	3.4	9.0	40.8	28.2	4.8	26.2	67.0	95.2	73.8
自宅での料理頻度別　ほぼ毎日	314	7.6	4.5	3.5	3.2	7.6	42.4	29.3	1.9	26.4	68.8	98.1	73.6
週に１日－５日	131	8.4	3.1	3.1	4.6	12.2	39.7	25.2	3.8	31.3	71.0	96.2	68.7
週に１日未満	55	－	1.8	－	1.8	9.1	34.5	29.1	23.6	12.7	47.3	76.4	87.3
発芽玄米	500	2.6	5.6	4.6	3.0	7.4	34.4	34.4	8.0	23.2	57.6	92.0	76.8
自宅での料理頻度別　ほぼ毎日	314	3.8	6.4	6.1	2.2	5.4	36.6	35.7	3.8	23.9	60.5	96.2	76.1
週に１日－５日	131	0.8	6.1	3.1	6.1	12.2	32.1	30.5	9.2	28.2	60.3	90.8	71.8
週に１日未満	55	－	－	－	－	7.3	27.3	36.4	29.1	7.3	34.5	70.9	92.7
ロウカット玄米	500	1.2	1.4	2.0	1.8	1.8	4.0	20.8	67.0	8.2	12.2	33.0	91.8
自宅での料理頻度別　ほぼ毎日	314	1.3	1.9	1.9	1.9	1.9	3.5	22.6	65.0	8.9	12.4	35.0	91.1
週に１日－５日	131	1.5	0.8	3.1	2.3	2.3	4.6	14.5	71.0	9.9	14.5	29.0	90.1
週に１日未満	55	－	－	－	－	－	5.5	25.5	69.1	－	5.5	30.9	100.0
金のいぶき	500	0.8	1.8	1.8	1.8	1.2	4.0	19.6	69.0	7.4	11.4	31.0	92.6
自宅での料理頻度別　ほぼ毎日	314	1.0	2.5	1.9	1.6	1.0	3.8	20.1	68.2	8.0	11.8	31.8	92.0
週に１日－５日	131	0.8	0.8	2.3	3.1	2.3	4.6	17.6	68.7	9.2	13.7	31.3	90.8
週に１日未満	55	－	－	－	－	－	3.6	21.8	74.5	－	3.6	25.5	100.0
麦ごはん	500	8.2	6.0	4.8	4.0	7.8	31.4	23.4	14.4	30.8	62.2	85.6	69.2
自宅での料理頻度別　ほぼ毎日	314	9.2	8.0	5.7	3.2	6.1	33.4	23.6	10.8	32.2	65.6	89.2	67.8
週に１日－５日	131	6.1	3.8	3.8	6.1	10.7	31.3	24.4	13.7	30.5	61.8	86.3	69.5
週に１日未満	55	7.3	－	1.8	3.6	10.9	20.0	20.0	36.4	23.6	43.6	63.6	76.4
雑穀米	500	8.2	9.6	7.8	6.4	11.8	32.0	17.6	6.6	43.8	75.8	93.4	56.2
自宅での料理頻度別　ほぼ毎日	314	8.6	10.8	9.2	7.0	10.8	31.2	18.5	3.8	46.5	77.7	96.2	53.5
週に１日－５日	131	9.2	10.7	6.9	6.1	14.5	34.4	11.5	6.9	47.3	81.7	93.1	52.7
週に１日未満	55	3.6	－	1.8	3.6	10.9	30.9	27.3	21.8	20.0	50.9	78.2	80.0
その他の健康米	500	3.4	1.4	3.6	2.2	5.6	18.8	27.4	37.6	16.2	35.0	62.4	83.8
自宅での料理頻度別　ほぼ毎日	314	4.1	1.3	3.8	1.6	4.8	21.7	29.9	32.8	15.6	37.3	67.2	84.4
週に１日－５日	131	2.3	2.3	3.8	4.6	6.9	16.8	21.4	42.0	19.8	36.6	58.0	80.2
週に１日未満	55	1.8	－	1.8	－	7.3	7.3	27.3	54.5	10.9	18.2	45.5	89.1

玄米食の満足度（玄米定期食用者）

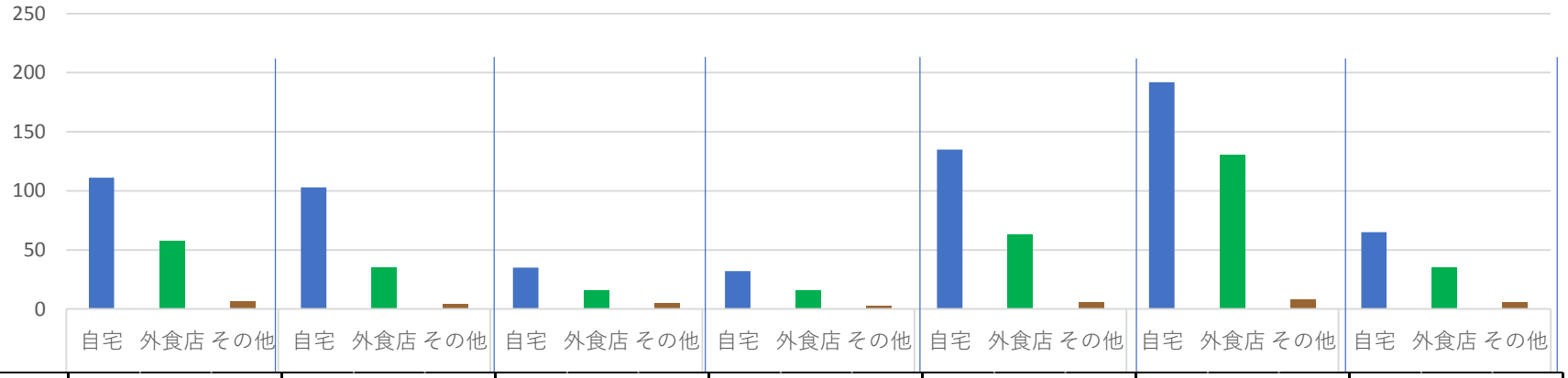
玄米食の満足度は、20・30代で比較的高い。
「やや満足」と答えた人は50代で高い。



		満足	やや満足	やや不満	不満	＊満足	＊不満	平均
全　体		42.1	49.0	9.0	－	91.0	9.0	3.3
年代別	２０代	59.3	37.0	3.7	－	96.3	3.7	3.6
	３０代	54.5	33.3	12.1	－	87.9	12.1	3.4
	４０代	37.0	48.1	14.8	－	85.2	14.8	3.2
	５０代	20.7	69.0	10.3	－	89.7	10.3	3.1
	６０代	37.9	58.6	3.4	－	96.6	3.4	3.3
婚姻状況別	未婚	48.0	44.0	8.0	－	92.0	8.0	3.4
	既婚（離別・死別を含む）	38.9	51.6	9.5	－	90.5	9.5	3.3
自宅での料理頻度別	ほぼ毎日	43.0	48.0	9.0	－	91.0	9.0	3.3
	週に１日－５日	40.5	50.0	9.5	－	90.5	9.5	3.3
	週に１日未満	33.3	66.7	－	－	100.0	－	3.3
健康的な食生活に	気を付けている計	45.0	47.3	7.6	－	92.4	7.6	3.4
気を付けているか別	気を付けている	52.0	38.7	9.3	－	90.7	9.3	3.4
	まあ気を付けている	35.7	58.9	5.4	－	94.6	5.4	3.3
	どちらともいえない	9.1	63.6	27.3	－	72.7	27.3	2.8
	気を付けていない計	33.3	66.7	－	－	100.0	－	3.3
	あまり気を付けていない	－	100.0	－	－	100.0	－	3.0
	気を付けていない	100.0	－	－	－	100.0	－	4.0

健康米の食用場所(玄米定期食用者)

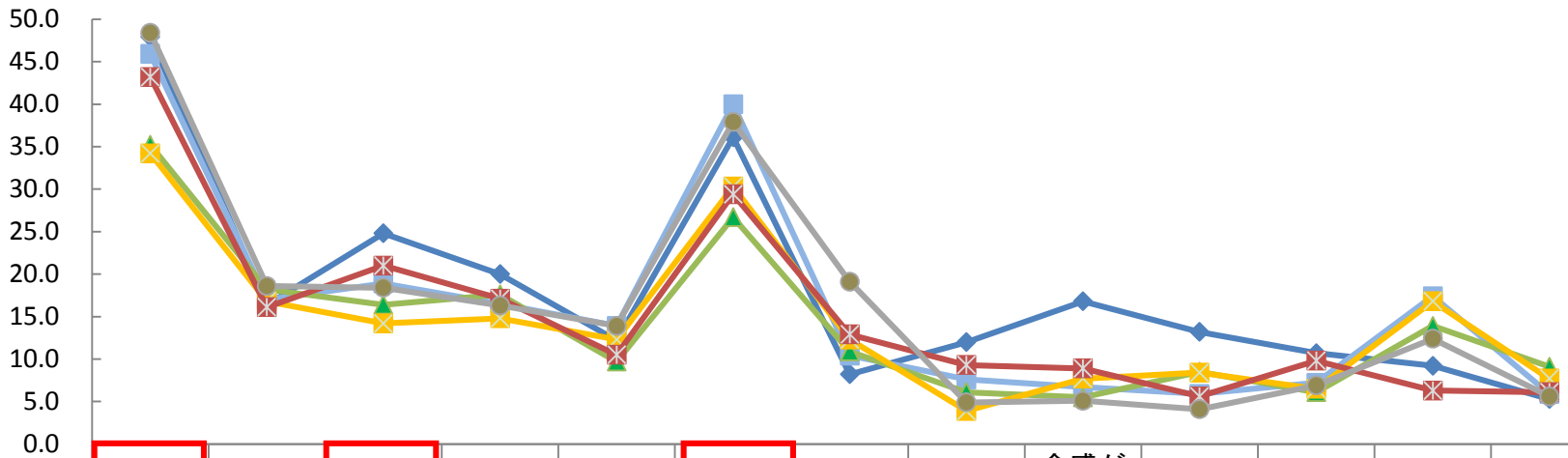
健康米を食べる場所は、外食店より自宅が多い。
外食店での食用率が高いのは雑穀米で、低いのが発芽玄米。取り扱い店の多少が反映されている傾向にある。



	玄米			発芽玄米			ロウカット玄米			金のいぶき			麦ごはん			雑穀米			その他の健康米		
	自宅	外食店	その他	自宅	外食店	その他	自宅	外食店	その他	自宅	外食店	その他	自宅	外食店	その他	自宅	外食店	その他	自宅	外食店	その他
	111	58	7	103	35	4	35	16	5	32	16	3	135	63	6	192	131	8	65	35	6
年代別 ２０代	22	11	1	17	7	1	7	3	3	5	3	1	21	10	1	29	23	2	10	9	2
３０代	28	16	3	24	10	1	15	6	1	16	7	1	31	19	3	41	25	3	18	7	1
４０代	19	15	3	24	11	2	5	5	1	6	4	1	32	14	2	33	26	3	14	9	3
５０代	23	10	-	17	5	-	4	1	-	3	1	-	22	10	-	43	31	-	9	6	-
６０代	19	6	-	21	2	-	4	1	-	2	1	-	29	10	-	46	26	-	14	4	-
婚姻状況別 未婚	38	29	2	38	16	2	15	6	2	13	7	1	46	29	4	57	41	3	18	15	2
既婚（離別・死別を含む）	73	29	5	65	19	2	20	10	3	19	9	2	89	34	2	135	90	5	47	20	4
自宅での料理頻度別 ほぼ毎日	76	28	3	71	18	1	24	11	2	20	11	1	95	37	3	136	86	3	43	17	3
週に１日－５日	33	24	4	31	14	3	11	5	3	12	5	2	32	20	3	50	37	5	19	14	3
週に１日未満	2	6	-	1	3	-	-	-	-	-	-	-	8	6	-	6	8	-	3	4	-
健康的な食生活に 気を付けている計	105	50	6	93	30	3	34	15	5	31	15	3	124	56	5	176	118	7	63	31	5
気を付けているか別 気を付けている	61	28	3	59	19	2	21	10	3	19	10	2	70	36	3	89	64	3	35	18	3
まあ気を付けている	44	22	3	34	11	1	13	5	2	12	5	1	54	20	2	87	54	4	28	13	2
どちらともいえない	4	6	1	9	3	1	1	-	-	-	-	-	6	5	1	11	8	1	2	2	1
気を付けていない計	2	2	-	1	2	-	-	1	-	1	1	-	5	2	-	5	5	-	-	2	-
あまり気を付けていない	1	1	-	1	1	-	-	1	-	1	1	-	3	1	-	2	3	-	-	1	-
気を付けていない	1	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	2	1	-	3	2	-	-	1	-

健康米のイメージ（玄米認知者）

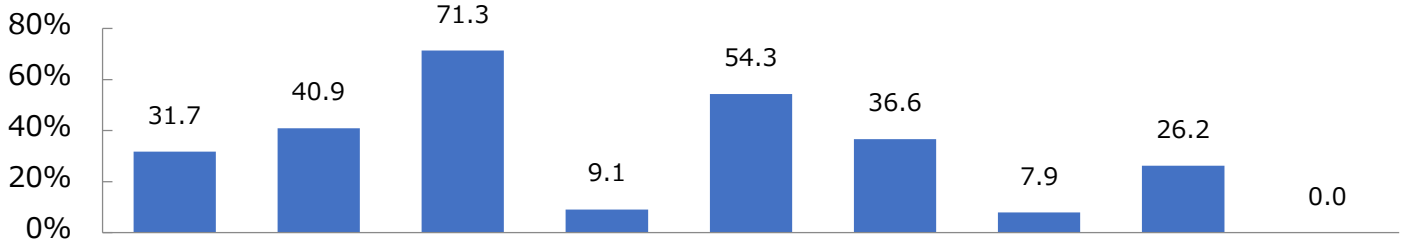
玄米に関して「健康によさそう」「栄養が豊富そう」「お通じが良くなりそう」というイメージが比較的多く共有されている反面、「食感が良くなさそう」「おいしくなさそう」「炊飯が面倒そう」というネガティブなイメージも各１割あった。※他の健康米との比較で玄米は、健康面や栄養面に優れるが、食感や味、炊飯面でネガティブイメージを持つ人が多い。



	健康によさそう	美容によさそう	お通じが良くなりそう	ダイエットによさそう	美肌になりそう	栄養が豊富そう	おいしそう	おいしくなさそう	食感が良くなさそう（固い・パサつくなど）	炊飯が面倒そう	家族が嫌がりそう	価格が高そう	この中にはない
玄米 (n=476)	47.9	16.4	24.8	20.0	12.2	36.1	8.2	12.0	16.8	13.2	10.7	9.2	5.3
発芽玄米 (n=460)	45.9	17.0	18.9	16.5	13.9	40.0	10.4	7.6	6.7	5.9	7.2	17.4	5.9
ロウカット玄米 (n=165)	35.2	18.2	16.4	17.6	9.7	26.7	10.9	6.1	5.5	8.5	6.1	13.9	9.1
金のいぶき (n=155)	34.2	16.8	14.2	14.8	12.3	30.3	12.3	3.9	7.7	8.4	6.5	16.8	7.7
麦ごはん (n=428)	43.2	16.1	21.0	17.1	10.5	29.4	12.9	9.3	8.9	5.6	9.8	6.3	6.1
雑穀米 (n=467)	48.4	18.6	18.4	16.3	13.9	37.9	19.1	4.9	5.1	4.1	6.9	12.4	5.6

玄米食の食用タイミング（玄米定期食用者）

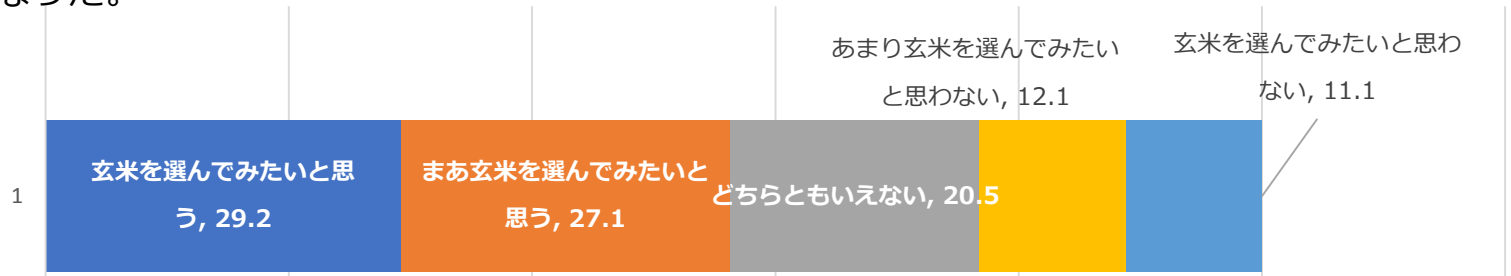
玄米食を摂取するのはどの年代でも「自宅での夕食」が群を抜いている。次いで、「食堂やレストランなどでのランチ」という結果となった。
また、「健康的な生活に気をつけているかどちらともいえない」層で「食堂やレストランなどでのランチ」で食用する傾向が見られる。



	自宅での朝食	自宅での昼食	自宅での夕食	自宅での夜食や間食	食堂やレストランなどでのランチ	食堂やレストランなどでの夕食	学食・社員食堂での外食	コンビニなどで購入するおにぎりや弁当	その他
全　体	31.7	40.9	71.3	9.1	54.3	36.6	7.9	26.2	－
年代別　２０代	38.7	45.2	77.4	9.7	48.4	22.6	6.5	25.8	－
３０代	36.1	47.2	69.4	19.4	50.0	44.4	16.7	30.6	－
４０代	25.0	30.6	61.1	5.6	61.1	41.7	13.9	27.8	－
５０代	32.3	41.9	87.1	6.5	64.5	38.7	－	25.8	－
６０代	26.7	40.0	63.3	3.3	46.7	33.3	－	20.0	－
婚姻状況別　未婚	27.9	37.7	70.5	13.1	55.7	41.0	8.2	34.4	－
既婚（離別・死別を含む）	34.0	42.7	71.8	6.8	53.4	34.0	7.8	21.4	－
自宅での料理頻度別　ほぼ毎日	36.2	44.8	75.2	8.6	53.3	33.3	5.7	21.9	－
週に１日－５日	25.0	36.5	69.2	11.5	51.9	40.4	13.5	32.7	－
週に１日未満	14.3	14.3	28.6	－	85.7	57.1	－	42.9	－
健康的な食生活に　気を付けている計	32.2	42.5	73.3	10.3	54.1	37.7	8.2	26.7	－
気を付けているか別　気を付けている	35.8	46.9	74.1	13.6	58.0	39.5	11.1	28.4	－
まあ気を付けている	27.7	36.9	72.3	6.2	49.2	35.4	4.6	24.6	－
どちらともいえない	21.4	21.4	57.1	－	64.3	28.6	7.1	28.6	－
気を付けていない計	50.0	50.0	50.0	－	25.0	25.0	－	－	－
あまり気を付けていない	50.0	50.0	50.0	－	－	－	－	－	－
気を付けていない	50.0	50.0	50.0	－	50.0	50.0	－	－	－

外食時の玄米選択意向(玄米認知者)

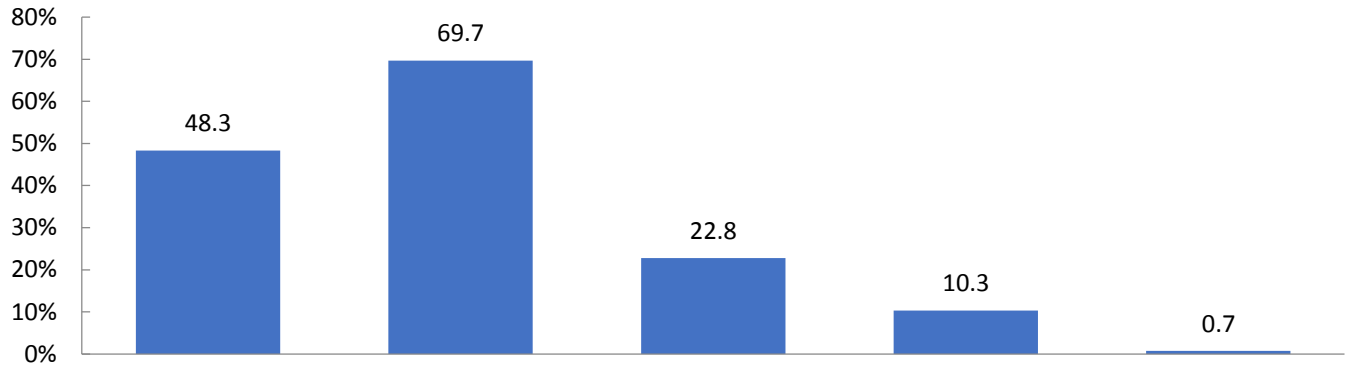
健康な食生活に気をつけている」を選択した人の約半数が、「外食」で「白米より玄米を選んでみたい」を選択していた。
外食で「白米より玄米を選んでみたい」人は、20･30･40代で30%台、50･60代で20%台となった。



		玄米を選んでみたいと思う	まあ玄米を選んでみたいと思う	どちらともいえない	あまり玄米を選んでみたいと思わない	玄米を選んでみたいと思わない	＊玄米を選んでみたい	平均
全　体		29.2	27.1	20.5	12.1	11.1	56.4	3.5
年代別	２０代	32.3	28.0	17.2	10.8	11.8	60.2	3.6
	３０代	37.0	25.0	18.5	9.8	9.8	62.0	3.7
	４０代	31.6	30.6	26.5	6.1	5.1	62.2	3.8
	５０代	22.9	27.1	21.9	15.6	12.5	50.0	3.3
	６０代	23.0	25.0	18.0	18.0	16.0	48.0	3.2
婚姻状況別	未婚	28.5	29.7	20.9	10.8	10.1	58.2	3.6
	既婚（離別・死別を含む）	29.6	25.9	20.2	12.8	11.5	55.5	3.5
自宅での料理頻度別	ほぼ毎日	30.7	26.9	20.1	12.6	9.7	57.6	3.6
	週に１日－５日	29.1	26.8	22.0	11.0	11.0	55.9	3.5
	週に１日未満	18.6	30.2	18.6	11.6	20.9	48.8	3.1
健康的な食生活に気を付けているか別	気を付けている計	33.6	29.1	17.3	12.0	8.0	62.7	3.7
	気を付けている	49.3	23.6	14.6	8.3	4.2	72.9	4.1
	まあ気を付けている	23.8	32.5	19.0	14.3	10.4	56.3	3.5
	どちらともいえない	15.0	18.3	40.0	10.0	16.7	33.3	3.1
	気を付けていない計	11.4	22.7	20.5	15.9	29.5	34.1	2.7
	あまり気を付けていない	3.6	21.4	21.4	25.0	28.6	25.0	2.5
	気を付けていない	25.0	25.0	18.8	-	31.3	50.0	3.1

玄米の炊飯・調理方法（玄米定期食用者（自宅））

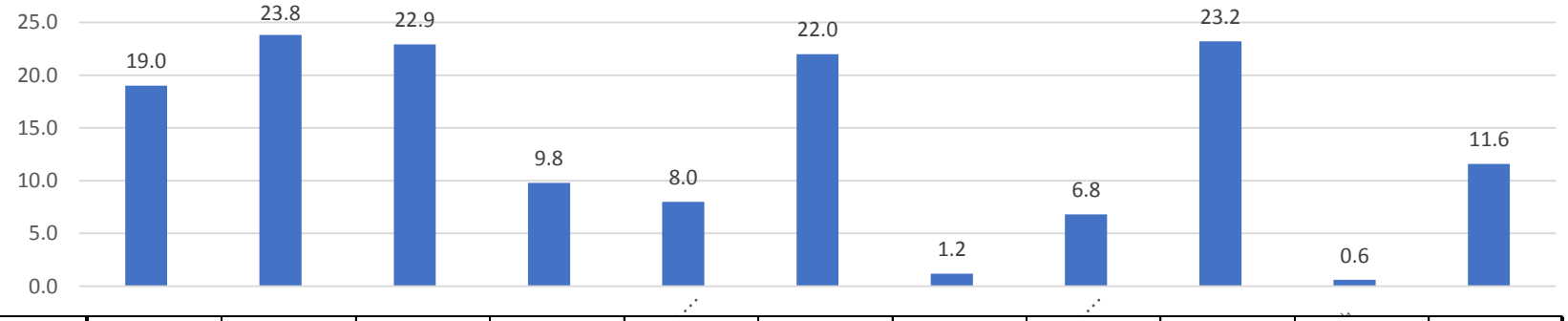
玄米の食べ方については「白米に混ぜて食べる」が約７割と最も高く、「何も混ぜないで玄米だけ食べる」は約５割。「玄米だけ」は20代と50代で多い.



		何も混ぜずに玄米だけを炊いて食べる	玄米を白米に混ぜて炊いて食べる	リゾットやおにぎりなど調理メニューの食材として利用する	玄米で購入して、自分で精米機で「分付米（一部糠を残した状態）」にして食べる	その他
全　体		48.3	69.7	22.8	10.3	0.7
年代別	２０代	59.3	74.1	33.3	7.4	－
	３０代	51.5	75.8	42.4	18.2	－
	４０代	33.3	74.1	18.5	7.4	－
	５０代	58.6	58.6	6.9	6.9	3.4
	６０代	37.9	65.5	10.3	10.3	－
婚姻状況別	未婚	48.0	72.0	32.0	10.0	－
	既婚（離別・死別を含む）	48.4	68.4	17.9	10.5	1.1
自宅での料理頻度別	ほぼ毎日	53.0	69.0	21.0	13.0	－
	週に１日－５日	38.1	69.0	26.2	4.8	2.4
	週に１日未満	33.3	100.0	33.3	－	－
健康的な食生活に	気を付けている計	49.6	68.7	23.7	10.7	0.8
気を付けているか別	気を付けている	54.7	68.0	29.3	16.0	－
	まあ気を付けている	42.9	69.6	16.1	3.6	1.8
	どちらともいえない	45.5	72.7	18.2	9.1	－
	気を付けていない計	－	100.0	－	－	－
	あまり気を付けていない	－	100.0	－	－	－
	気を付けていない	－	100.0	－	－	－

玄米を食べない理由（玄米非定期食用者）

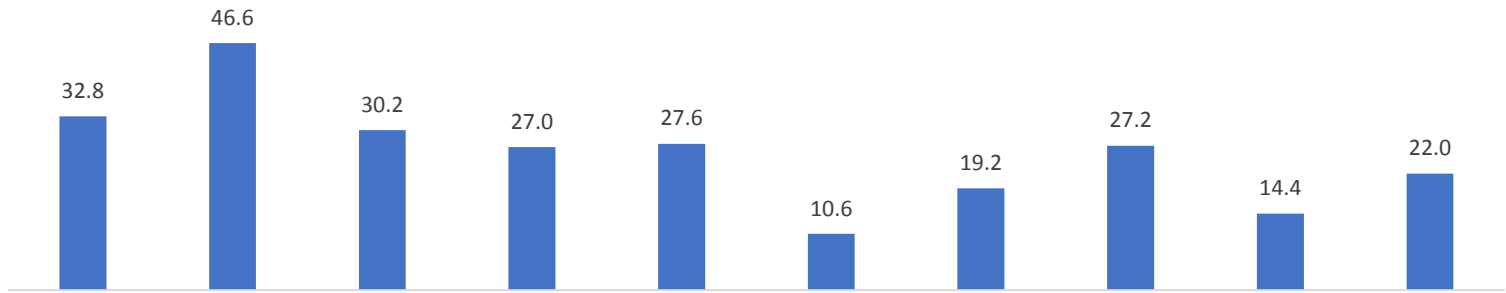
「玄米を食べない理由」については、「炊飯・調理が面倒だから」「食べる機会がないから」「家族が嫌がるから」「価格が高いから」「おいしくないから」が各２割いた。一方、20代・30代ではトップの「価格が高いから」に次いで「食べる機会がないから」を選んだ人が多かった。気軽に食べられる機会の創出が必要。



	おいしくないから	炊飯・調理が面倒だから	家族が嫌がるから	近くで売っていないから	他の健康米（麦）を食べているから	価格が高いから	健康を心配していないから	どんな商品があるか知らないから	食べる機会がないから	その他	特に理由はない
全　体	19.0	23.8	22.9	9.8	8.0	22.0	1.2	6.8	23.2	0.6	11.6
年代別　２０代	18.8	13.0	7.2	14.5	7.2	36.2	1.4	7.2	27.5	－	13.0
３０代	15.6	12.5	17.2	14.1	6.3	28.1	－	4.7	17.2	1.6	15.6
４０代	14.1	29.7	29.7	7.8	4.7	21.9	1.6	4.7	26.6	－	9.4
５０代	15.9	23.2	26.1	4.3	8.7	11.6	2.9	5.8	18.8	1.4	17.4
６０代	30.0	40.0	34.3	8.6	12.9	12.9	－	11.4	25.7	－	2.9
婚姻状況別　未婚	19.8	18.0	8.1	11.7	8.1	28.8	0.9	6.3	23.4	0.9	16.2
既婚（離別・死別を含む）	18.7	26.7	30.2	8.9	8.0	18.7	1.3	7.1	23.1	0.4	9.3
自宅での料理頻度別　ほぼ毎日	19.6	25.4	28.7	7.2	8.1	20.6	1.4	7.7	21.5	1.0	7.2
週に１日－５日	16.5	25.3	20.3	16.5	6.3	21.5	1.3	6.3	30.4	－	13.9
週に１日未満	20.8	14.6	2.1	10.4	10.4	29.2	－	4.2	18.8	－	27.1
健康的な食生活に気を付けているか別　気を付けている計	19.2	25.9	27.2	10.0	8.8	21.8	0.8	6.3	24.3	0.8	7.5
気を付けている	24.6	23.1	27.7	7.7	13.8	18.5	3.1	10.8	21.5	－	4.6
まあ気を付けている	17.2	27.0	27.0	10.9	6.9	23.0	－	4.6	25.3	1.1	8.6
どちらともいえない	15.7	21.6	13.7	7.8	7.8	27.5	－	7.8	19.6	－	19.6
気を付けていない計	21.7	15.2	10.9	10.9	4.3	17.4	4.3	8.7	21.7	－	23.9
あまり気を付けていない	29.6	11.1	11.1	11.1	3.7	14.8	7.4	14.8	29.6	－	18.5
気を付けていない	10.5	21.1	10.5	10.5	5.3	21.1	－	－	10.5	－	31.6

玄米の特長認知度

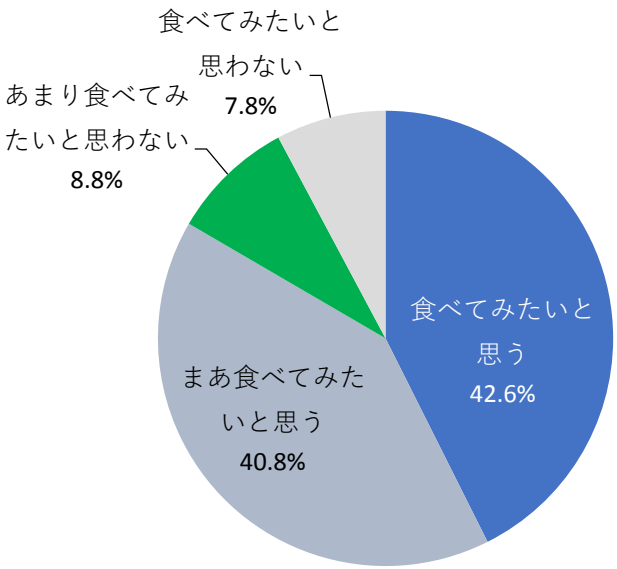
特長認知度では「お通じ改善」が半数弱で最も高い。他は3割程度にとどまるが、「最近の炊飯器は玄米モードがあり簡単に炊ける」（19.2%）、「従来の玄米より消化が良く食感が改良された品種がある」（14.2%）についての認知度は低い。



	野菜不足の現代人に不足しがちなビタミンやミネラルを補うことができる	食物繊維が豊富で、お通じの改善に効果がある	糖の吸収が穏やかなので、体重管理（肥満防止・ダイエット）に効果がある	玄米に含まれる健康成分が、生活習慣病予防（高血圧・血糖値・糖尿病）に効果がある	美容成分（ビタミンＢ６、ビタミンＥ、フェルラ酸など）が豊富なことから、美容に気遣う方に適している	玄米食を続けると、ストレスに強い体質になることが明らかになっている	最近の炊飯器は「玄米モード」が標準でついており、誰でも簡単においしく炊くことができる	従来の玄米より、さらに栄養豊富な「発芽玄米」などの加工玄米が発売されている	従来の玄米より、消化が良く食感も改良された品種が販売されている	ひとつもない
全　体	32.8	46.6	30.2	27.0	27.6	10.6	19.2	27.2	14.4	22.0
年代別　２０代	21.0	29.0	23.0	19.0	23.0	10.0	14.0	16.0	8.0	28.0
３０代	32.0	40.0	35.0	23.0	23.0	13.0	19.0	25.0	20.0	23.0
４０代	36.0	46.0	29.0	21.0	33.0	9.0	18.0	21.0	15.0	21.0
５０代	35.0	55.0	29.0	33.0	20.0	7.0	21.0	25.0	13.0	26.0
６０代	40.0	63.0	35.0	39.0	39.0	14.0	24.0	49.0	16.0	12.0
婚姻状況別　未婚	26.2	38.4	30.8	22.1	23.3	11.6	17.4	20.9	13.4	25.0
既婚（離別・死別を含む）	36.3	50.9	29.9	29.6	29.9	10.1	20.1	30.5	14.9	20.4
自宅での料理頻度別　ほぼ毎日	36.6	50.0	31.8	30.6	31.2	11.8	19.1	32.2	15.3	19.7
週に１日－５日	29.8	46.6	32.1	26.0	26.0	11.5	23.7	22.9	17.6	16.8
週に１日未満	18.2	27.3	16.4	9.1	10.9	1.8	9.1	9.1	1.8	47.3
健康的な食生活に気を付けている計	36.9	50.6	34.0	31.9	30.6	13.2	22.1	30.9	15.8	17.4
気を付けているか別　気を付けている	45.2	58.2	45.9	46.6	43.2	19.9	30.1	43.2	26.7	9.6
まあ気を付けている	31.8	46.0	26.8	23.0	23.0	9.2	17.2	23.4	9.2	22.2
どちらともいえない	26.2	41.5	20.0	12.3	26.2	3.1	9.2	20.0	13.8	26.2
気を付けていない計	10.0	22.0	14.0	8.0	6.0	－	10.0	8.0	4.0	52.0
あまり気を付けていない	10.3	20.7	13.8	10.3	10.3	－	6.9	6.9	6.9	48.3
気を付けていない	9.5	23.8	14.3	4.8	－	－	14.3	9.5	－	57.1

玄米特長認知後食用意向／金のいぶき食用意向

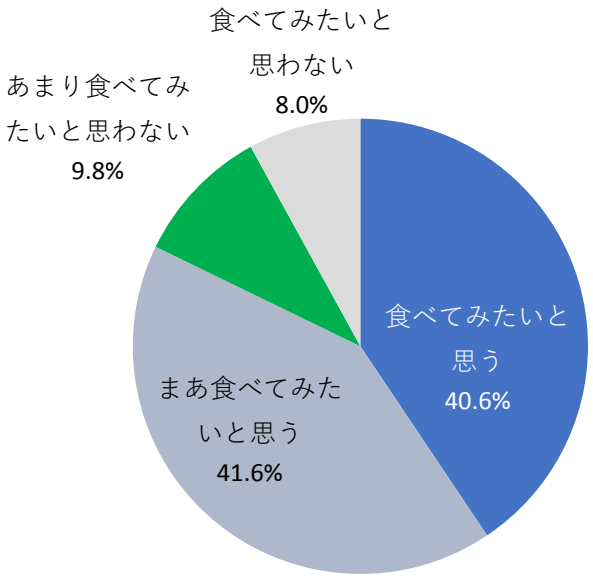
玄米食の特長を知った後の食用意向度は、「食べてみたい」が8割を超えた。



従来の玄米の良さに加え、以下のような特徴が加わった「金のいぶき」という玄米食専用品種が販売されています。あなたは、どの程度食べてみたいと思いますか。

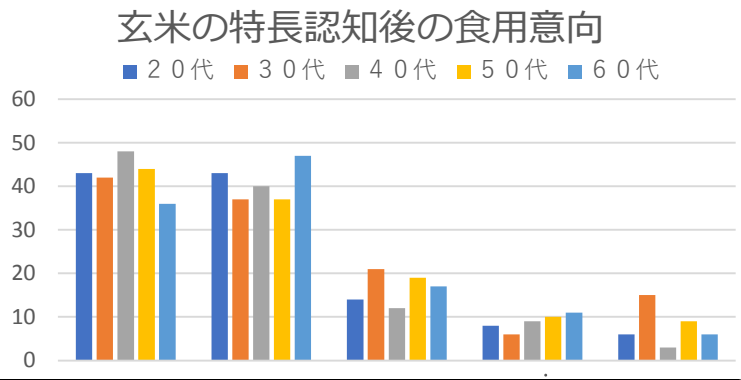
＜玄米の良さに加えた、金のいぶきの特長＞

- プチプチした食感で甘味もあり、食べやすい
- 一般的なコメより胚芽の部分が大きく、栄養がある
- 家庭用炊飯器の白米モードで簡単に炊飯できるうえ、幅広いメニューに使いやすい

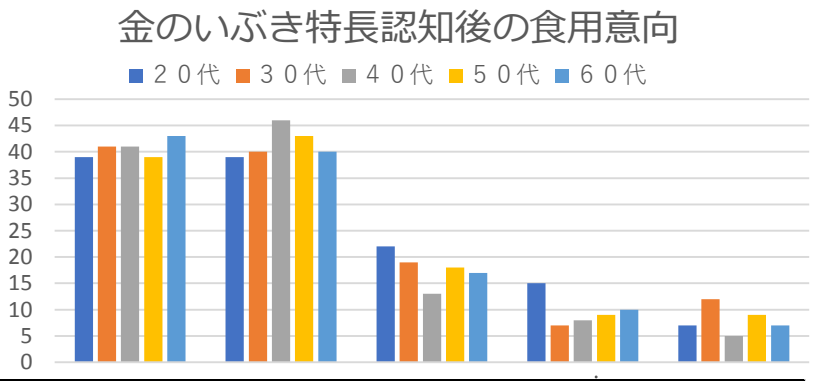


特長認知後の食用意向（年代別）

特長認知後の食用意向では、「玄米」と「金のいぶき」ではほぼ同様の傾向。
若干、「金のいぶき」の方が年齢が高い層の食用意向が高い。



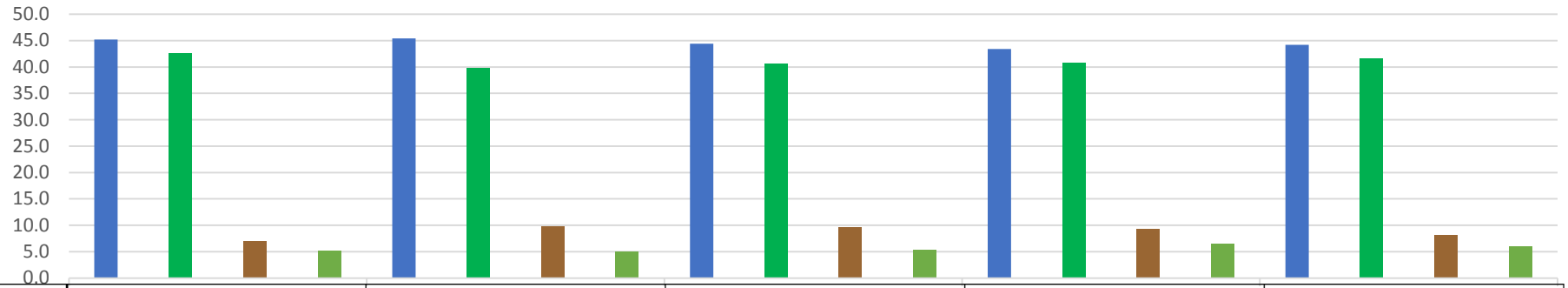
		食べてみたいと思う	まあ食べてみたいと思う	食べてみたいと思わない計	あまり食べてみたいと思わない	食べてみたいと思わない
年代別	２０代	43	43	14	8	6
	３０代	42	37	21	6	15
	４０代	48	40	12	9	3
	５０代	44	37	19	10	9
	６０代	36	47	17	11	6



		食用意向別食べてみたいと思う	まあ食べてみたいと思う	食べてみたくない計	あまり食べてみたいと思わない	食べてみたいと思わない
年代別	２０代	39	39	22	15	7
	３０代	41	40	19	7	12
	４０代	41	46	13	8	5
	５０代	39	43	18	9	9
	６０代	43	40	17	10	7

玄米の特長魅力度／食用意向度①

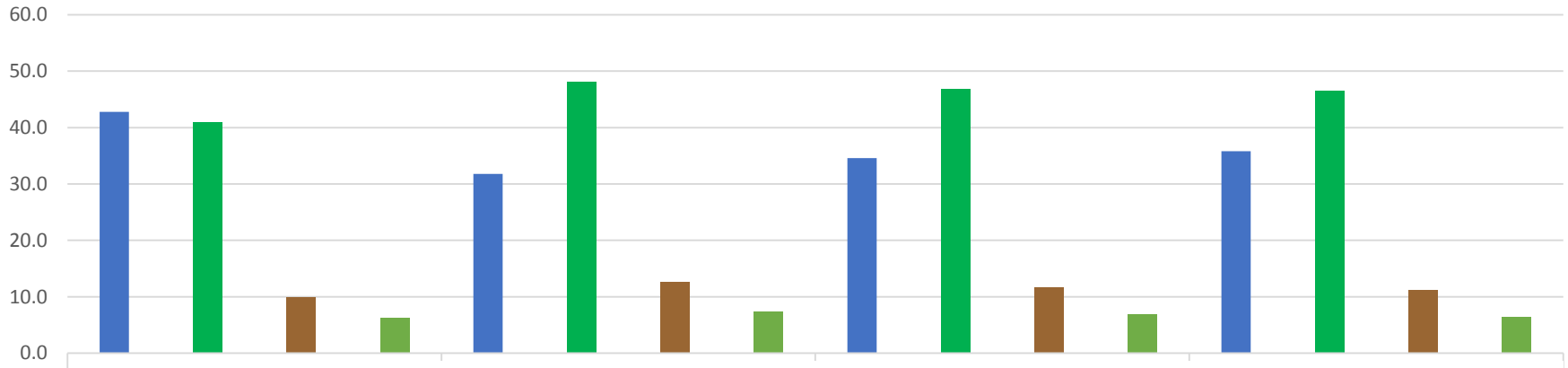
20代に魅力だと思われるのは「食物繊維が豊富で、お通じの改善に効果がある」「糖の吸収が穏やかなので、体重管理（肥満防止・ダイエット）に効果がある」。
これらの魅力は認知すると「食べてみたい」につながるポイントと言える。



	野菜不足の現代人に不足しがちなビタミンやミネラルを補うことができる				食物繊維が豊富で、お通じの改善に効果がある				糖の吸収が穏やかなので、体重管理（肥満防止・ダイエット）に効果がある				玄米に含まれる健康成分が、生活習慣病予防（高血圧・血糖値・糖尿病）に効果がある				美容成分（ビタミンB６、ビタミンE、フェルラ酸など）が豊富なことから、美容に気遣う方に選している			
	魅力を感じる	まあ感じる	あまり感じない	感じない	魅力を感じる	まあ感じる	あまり感じない	感じない	魅力を感じる	まあ感じる	あまり感じない	感じない	魅力を感じる	まあ感じる	あまり感じない	感じない	魅力を感じる	まあ感じる	あまり感じない	感じない
全　体	45.2	42.6	7.0	5.2	45.4	39.8	9.8	5.0	44.4	40.6	9.6	5.4	43.4	40.8	9.4	6.4	44.2	41.6	8.2	6.0
年代別　２０代	48.0	41.0	6.0	5.0	52.0	29.0	13.0	6.0	51.0	34.0	10.0	5.0	43.0	40.0	8.0	9.0	48.0	35.0	9.0	8.0
３０代	43.0	40.0	10.0	7.0	47.0	36.0	12.0	5.0	45.0	38.0	11.0	6.0	42.0	37.0	14.0	7.0	45.0	39.0	9.0	7.0
４０代	48.0	44.0	5.0	3.0	47.0	41.0	9.0	3.0	44.0	41.0	13.0	2.0	46.0	45.0	6.0	3.0	49.0	40.0	9.0	2.0
５０代	45.0	40.0	7.0	8.0	39.0	47.0	7.0	7.0	43.0	41.0	8.0	8.0	44.0	36.0	12.0	8.0	44.0	43.0	4.0	9.0
６０代	42.0	48.0	7.0	3.0	42.0	46.0	8.0	4.0	39.0	49.0	6.0	6.0	42.0	46.0	7.0	5.0	35.0	51.0	10.0	4.0
婚姻状況別　未婚	42.4	40.1	11.6	5.8	46.5	33.7	13.4	6.4	42.4	37.8	13.4	6.4	36.6	42.4	12.2	8.7	41.9	38.4	11.6	8.1
既婚（離別・死別を含む）	46.6	43.9	4.6	4.9	44.8	43.0	7.9	4.3	45.4	42.1	7.6	4.9	47.0	39.9	7.9	5.2	45.4	43.3	6.4	4.9
自宅での料理頻度別　ほぼ毎日	49.0	41.7	5.1	4.1	48.1	40.4	7.0	4.5	48.4	39.8	6.7	5.1	47.5	39.2	8.3	5.1	47.5	42.4	6.1	4.1
週に１日－５日	41.2	45.8	10.7	2.3	46.6	37.4	15.3	0.8	39.7	44.3	15.3	0.8	42.0	44.3	11.5	2.3	42.0	43.5	11.5	3.1
週に１日未満	32.7	40.0	9.1	18.2	27.3	41.8	12.7	18.2	32.7	36.4	12.7	18.2	23.6	41.8	10.9	23.6	30.9	32.7	12.7	23.6
玄米特徴認知後　食べてみたい計	52.3	44.1	3.1	0.5	53.5	41.0	4.6	1.0	52.3	42.2	4.6	1.0	51.1	42.9	5.0	1.0	52.0	42.4	4.8	0.7
食用意向別　食べてみたいと思う	75.6	22.5	1.9	－	76.5	19.7	3.3	0.5	75.1	21.1	3.8	－	70.4	27.2	2.3	－	75.1	21.6	2.8	0.5
まあ食べてみたいと思う	27.9	66.7	4.4	1.0	29.4	63.2	5.9	1.5	28.4	64.2	5.4	2.0	30.9	59.3	7.8	2.0	27.9	64.2	6.9	1.0
食べてみたいと思わない計	9.6	34.9	26.5	28.9	4.8	33.7	36.1	25.3	4.8	32.5	34.9	27.7	4.8	30.1	31.3	33.7	4.8	37.3	25.3	32.5
あまり食べてみたいと思わない	18.2	45.5	27.3	9.1	9.1	45.5	36.4	9.1	6.8	50.0	36.4	6.8	9.1	45.5	31.8	13.6	2.3	61.4	25.0	11.4
食べてみたいと思わない	－	23.1	25.6	51.3	－	20.5	35.9	43.6	2.6	12.8	33.3	51.3	－	12.8	30.8	56.4	7.7	10.3	25.6	56.4

玄米の特長魅力度／食用意向度②

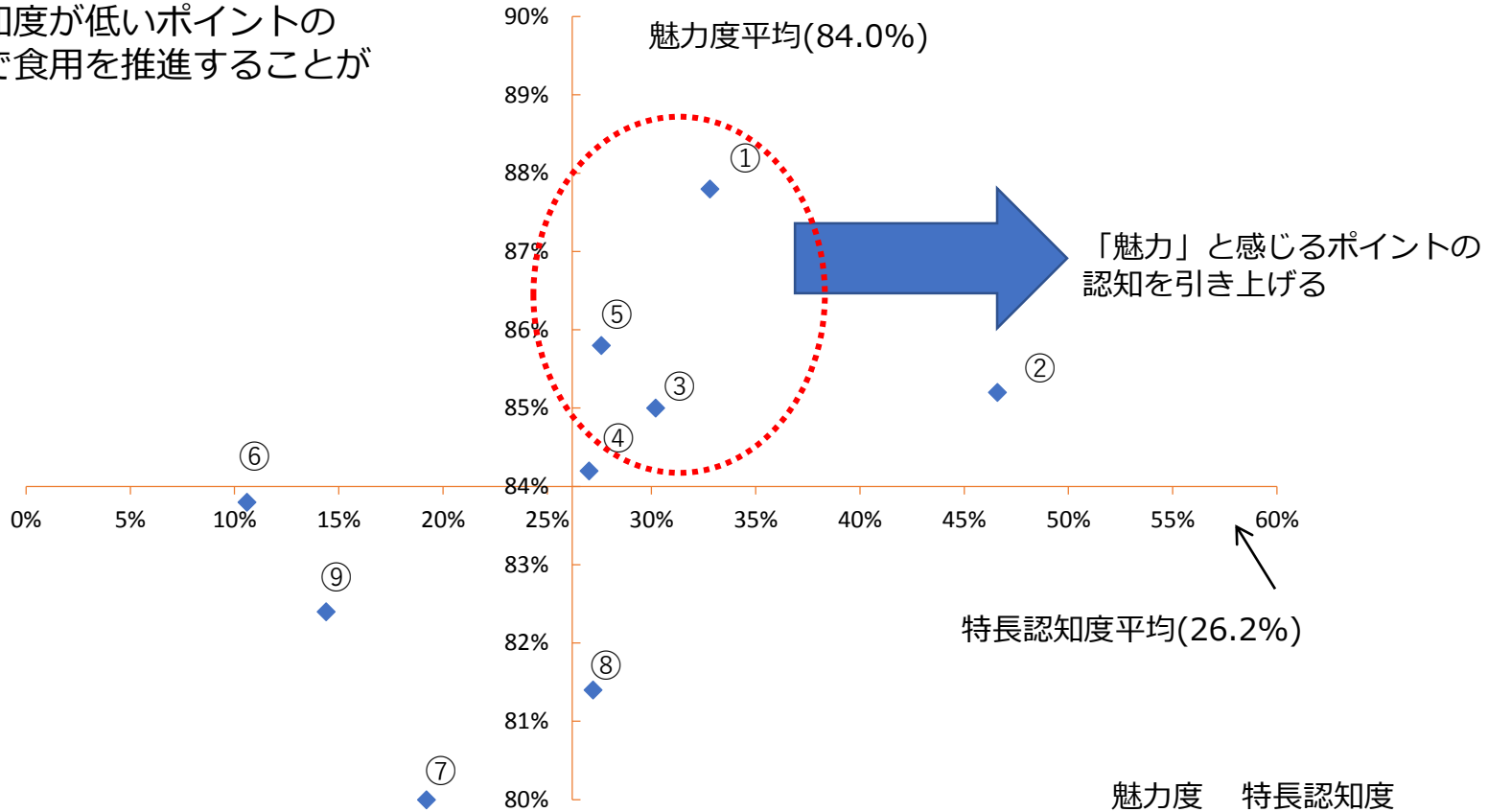
年代が上がると「美容に気遣う方に適している」「ストレスに強い体質になることが明らかになっている」などに加え、「最近の炊飯器は『玄米モード』が標準でついており、誰でも簡単においしく炊くことができる」「従来の玄米よりさらに栄養豊富な『発芽玄米』などの加工玄米が発売されている」なども食用意向を高めるポイントとなっている。



	玄米食を続けると、ストレスに強い体質になることが明らかになっている				最近の炊飯器は「玄米モード」が標準でついており、誰でも簡単においしく炊くことができる				従来の玄米より、さらに栄養豊富な「発芽玄米」などの加工玄米が発売されている				従来の玄米より、消化が良く食感も改良された品種が販売されている			
	魅力を感じる	まあ感じる	あまり感じない	感じない	魅力を感じる	まあ感じる	あまり感じない	感じない	魅力を感じる	まあ感じる	あまり感じない	感じない	魅力を感じる	まあ感じる	あまり感じない	感じない
全　体	42.8	41.0	10.0	6.2	31.8	48.2	12.6	7.4	34.6	46.8	11.6	7.0	35.8	46.6	11.2	6.4
年代別　２０代	46.0	35.0	10.0	9.0	33.0	45.0	15.0	7.0	34.0	43.0	14.0	9.0	38.0	41.0	13.0	8.0
３０代	46.0	36.0	12.0	6.0	33.0	42.0	16.0	9.0	38.0	39.0	16.0	7.0	36.0	44.0	12.0	8.0
４０代	52.0	36.0	9.0	3.0	32.0	51.0	12.0	5.0	38.0	52.0	5.0	5.0	40.0	48.0	9.0	3.0
５０代	38.0	46.0	6.0	10.0	32.0	44.0	14.0	10.0	31.0	47.0	13.0	9.0	32.0	48.0	11.0	9.0
６０代	32.0	52.0	13.0	3.0	29.0	59.0	6.0	6.0	32.0	53.0	10.0	5.0	33.0	52.0	11.0	4.0
婚姻状況別　未婚	42.4	36.6	12.8	8.1	26.7	47.1	16.3	9.9	32.6	41.3	16.9	9.3	34.3	42.4	16.3	7.0
既婚（離別・死別を含む）	43.0	43.3	8.5	5.2	34.5	48.8	10.7	6.1	35.7	49.7	8.8	5.8	36.6	48.8	8.5	6.1
自宅での料理頻度別　ほぼ毎日	46.5	40.8	7.6	5.1	36.9	47.1	10.2	5.7	38.9	47.1	8.6	5.4	39.8	45.9	9.2	5.1
週に１日－５日	39.7	43.5	13.7	3.1	27.5	52.7	15.3	4.6	32.1	47.3	16.0	4.6	32.8	49.6	14.5	3.1
週に１日未満	29.1	36.4	14.5	20.0	12.7	43.6	20.0	23.6	16.4	43.6	18.2	21.8	20.0	43.6	14.5	21.8
玄米特徴認知後　食べてみたい計	50.4	42.7	5.5	1.4	37.9	51.8	8.4	1.9	41.2	50.1	7.0	1.7	42.2	49.6	6.7	1.4
食用意向別　食べてみたいと思う	70.0	26.8	2.3	0.9	59.2	32.9	6.1	1.9	64.3	30.5	4.7	0.5	63.8	30.5	5.2	0.5
まあ食べてみたいと思う	29.9	59.3	8.8	2.0	15.1	71.6	10.8	2.0	17.2	70.6	9.3	2.9	19.6	69.6	8.3	2.5
食べてみたいと思わない計	4.8	32.5	32.5	30.1	1.2	30.1	33.7	34.9	1.2	30.1	34.9	33.7	3.6	31.3	33.7	31.3
あまり食べてみたいと思わない	6.8	43.2	40.9	9.1	2.3	47.7	40.9	9.1	2.3	43.2	40.9	13.6	4.5	43.2	38.6	13.6
食べてみたいと思わない	2.6	20.5	23.1	53.8	－	10.3	25.6	64.1	－	15.4	28.2	56.4	2.6	17.9	28.2	51.3

玄米の特長認知度×玄米の魅力認知度

魅力度は高いのに認知度が低いポイントの認知を獲得することで食用を推進することが可能になる。



	魅力度	特長認知度
①野菜不足の現代人に不足しがちなビタミンやミネラルを補うことができる	87.8	32.8
②食物繊維が豊富で、お通じの改善に効果がある	85.2	46.6
③糖の吸収が穏やかなので、体重管理（肥満防止・ダイエット）に効果がある	85.0	30.2
④玄米に含まれる健康成分が、生活習慣病予防（高血圧・血糖値・糖尿病）に効果がある	84.2	27.0
⑤美容成分（ビタミンB６、ビタミンE、フェルラ酸など）が豊富なことから、美容に気遣う方に適している	85.8	27.6
⑥玄米食を続けると、ストレスに強い体質になることが明らかになっている	83.8	10.6
⑦最近の炊飯器は「玄米モード」が標準でついており、誰でも簡単においしく炊くことができる	80.0	19.2
⑧従来の玄米より、さらに栄養豊富な「発芽玄米」などの加工玄米が発売されている	81.4	27.2
⑨従来の玄米より、消化が良く食感も改良された品種が販売されている	82.4	14.4

玄米食に関する座談会

アンケート調査で大まかな傾向をつかみ、さらに玄米食を推進するヒントを探るため、座談会を実施。
様々な意見、希望が繰り出され、玄米食のポテンシャルの高さを改めて感じる座談会となった。

出席者プロフィール

Mさん 女性　50代　専業主婦　家で調理するが、家族や友人との外食も多い。
Hさん 女性　40代　独身一人暮らし　生命保険コンサルタント　炭水化物好きだけに糖質摂取を制限し、家でご飯を炊かない。
Oさん 女性　30代　独身一人暮らし　マスコミ　玄米好きで家で炊き、弁当にも持参、
Kさん 男性　50代　教育関係　糖質異常で炭水化物不摂取。30年前に100%の玄米食経験あり。結婚後家族に反対され中止。
Nさん 男性　40代　ホテル支配人　食に興味があり土日は自身で料理する。コメ好きで高級炊飯器を購入し、銘柄にこだわる。雑穀米もよく食べる。

司会　日常の健康米の利用について聞かせてください。

Mさん 30年前に玄米食をしたことも。風邪を引きにくくなるなど健康効果は感じた。ただ冷めるとパサパサし、弁当に向かないなど家族の反対で中止。今でも麦ごはんや雑穀米は好きでよく食べます。
Hさん 一人暮らしとともに玄米食をスタート。糖質制限で家では炊飯しなくなり、中止。選択肢のある外食では雑穀を食べます。パスタやパンも全粒粉のものが好き。
Oさん 玄米のモチモチ食感が好きで、美容を考え断然玄米派。週末に3合炊いて、小分けで冷凍保存。お弁当にも入れます。普通の炊飯器で水を多く入れて炊いています。玄米は栄養があり、ほかにおかずがいらないイメージ。
Nさん 従業員食堂で白米と健康米が選べるので、健康米（胚芽米や黒米のブレンド）を選択しています。スーパーで雑穀を購入し白米に混ぜて炊飯するのですが、子供があまり好きではないです。
Kさん 家族が好きなので基本的に白米。たまに雑穀を入れ子供のご飯と炊き分けていました。自然志向で白米も低農薬の自然栽培米などを購入しています。

「美容を考え断然玄米派」（30代女性）
「社食で白米と健康米が選べるが、毎日健康米を選択」（40代男性）

司会　玄米食を提供する外食店の利用についてお聞かせください。

Hさん　一人で行く時は、玄米食を提供するような店を利用しています。

Oさん　T食堂など健康を押している店は魅力的。オフィスが外苑前にあったとき、昼休みにお洒落なランチワゴンが来て、そこで「寝かせ（酵素）玄米」を知り興味を持ちました。

Nさん　店選びに健康という選択肢はない。おいしいものを選んで、そこに健康もついてくるならOK、という選び方です。玄米をウリにしている店は知らないです。

Kさん　玄米を打ち出す店は、他の食材も吟味している感じがして好感が持てるが、あまりないのでは。

「健康をキーワードにする外食店は、一人の時に利用」（40代女性）
「外食店選びに健康というキーワードはない」（40代男性）
「玄米提供をウリにする店は、他の食材にもこだわる印象があり、好感」（50代男性）

司会　玄米食の良いと感じる点はなんですか？ここが改善したら、と感じる点はありますか？

Hさん　炊き上がった時に漂う独特の香りや味が好き。

Oさん　選択肢が少ない。いろいろな商品を見て吟味して購入したい。銘柄多様性がなく売り場面積も少ない。近所のスーパーでは白米のような5kg入りがなく1kgや2kg入りで割高。コンビニ弁当やおにぎり、パックご飯などお手軽商品に、雑穀はあるのに玄米がほとんどないです。グルメ系スーパーには売っているけど、コンビニに近い便利系スーパーでの品数はかなり少ない。玄米は白米より格高めで意識高い系の人が買っているイメージ。もっといろいろな所で入手できるようにしてほしい。

Nさん　玄米を100%で食べることはない。雑穀（玄米含む）を混ぜて炊飯するのは彩りのため。プリプリ、モチモチした食感が好きで、健康を求めているのではないのかもしれないと思います。

Kさん　私が食べていた30年前の玄米はパサパサしていて、子供には食べにくかった。今は改善されているのかもしれない。ビタミンやミネラル、食物繊維などが豊富な玄米の利点は理解しています。味も好き。しっかり噛む習慣がつく点も評価し、食育に繋がると考えています。

「多様な商品から選びたいのに選択肢が少ない。コンビニ弁当やおにぎり、パックご飯などお手軽商品で食べたいのに、玄米はない」（30代女性）

「玄米100%で食べることはない。雑穀は食べるが、味や彩りが好きなのであって、健康を求めてではない」（40代男性）

「ビタミン・ミネラル豊富など栄養面は理解。しっかり噛む習慣が付き、食育に向く」（50代男性）

玄米で食するために生まれた「金のいぶき」の試食タイム。
味付けなしのプレーンおにぎり、塩昆布入りおにぎり、金のいぶき麺（つゆ付き）、鶏肉ときのこのクリームリゾットを試食していただきました。

司会　試食しての感想をお聞かせください。

Nさん　非常においしい。正直、玄米だとはわからないです。和を感じる食材として、外国人観光客も喜びそう。

Mさん　とてもおいしい。特に麺。玄米とは思わない。個人的にはリゾットも好き。

Hさん　見た目では普通の玄米は茶色のイメージだけど、これは色が薄く麺はほとんど白。味のついていないおにぎりも、独特の玄米臭さがなく、それが嫌な人も好みそう。

Oさん　とてもおいしい。プチプチ食感が、身体によいものを食べていると実感できます。白米はほとんど炭水化物だけど、これは違う感じ。大人の贅沢というべきか。子供には食べさせたくないです。味や品質、健康面で、本当に良いものを食べている感じがします。

Kさん　歯触りやツルツル食感、玄米臭さがない点で、玄米麺には感動しました。玄米も久しぶりに食べて、本当においしい。米粒が光っており、これが命名由来と直感しました。

「玄米麺に感動」（50代男性）

「大人の贅沢。プチプチした食感で、身体に良いものを食べていると実感」（30代女性）

「玄米の嫌いな人も好みそう」（40代女性）

司会　レシピカードや、コンビニで販売されている「金のいぶき」のおにぎり・弁当商品を見て、いかがでしょうか。

Nさん　このコメにはこの料理は合うだろうなと思いながらレシピカードを見ています。コメの特徴に合う料理を考えてメニュー作りをすればうまくいくのではないでしょうか。個人的に食べてみたい。例えばカルボナーラリゾットなら食べてみたいと思います。

Kさん　プチプチした食感や玄米の匂いはあるので、玄米好きには抵抗感はないが、抵抗感のある人もいるかもしれない。そんな人も、エビチャーハンやリゾットなどなら抵抗なく食べられるのではないでしょうか。

Oさん　牛肉と相性がいいということなので、牛丼屋や持ち帰り弁当、おにぎり専門店などで扱ってくれるといいです。キムチなど発酵食品とも合いそう。あと、玄米サラダにしたらメニューが広がる気がします。

「コメの特徴に合うメニューを。クリーム系リゾットなど」（40代男性）
「味付けご飯なら玄米に抵抗ある人も難なく食べられる」（50代男性）

司会　どのようなものがあったら「金のいぶき」を購入しようと思いますか？

Nさん　1食分のレトルトパックに入ったリゾットが、スーパーやコンビニ、デパ地下などで売っていたら、きっと購入すると思います。冷凍食品、多様な麺商品、冷凍米飯も玄米食の選択肢があれば、冷凍米飯市場そのものも広がるのでは。

Mさん　惣菜なら、小さなおにぎりやのり巻きなども、見た目がかわっていて面白い。おコメもスーパーに売っていたらうれしい。ネット通販なら購入できるでしょうが、今は子供が独立し食べる量が減ったので、送料が気になります。

Kさん　白米か玄米の二者択一ではなく、半々の商品もあったら良いと思います。

「レトルトのリゾットや冷凍食品（米飯・麺）」（40代男性）
「小さなおにぎりやのり巻きなどの米飯惣菜」（50代女性）

司会　「金のいぶき」の良さは伝わりましたか？

Hさん　イメージで食べる人が多いと思うので、身体にどう良いのかきちんとパッケージに書いてほしい。何がどう良いかわからないで、なんとなく買っている人が大多数では？

Oさん　糖質制限が流行っていて、「コメ＝悪」のイメージがあります。それだけに何がどう良いかきちんと書いてあれば、購入する人は増えるのでは。キーワードは血糖値上昇抑制や便秘解消、美肌などが多くの人に響くと思います。

Kさん　玄米食の効能が漠然としているだけに、エビデンスが明確になれば、購入したい気持ちも強くなり、価格もあまり気にならなくなります。男性が糖の吸収抑制、女性は美容。

「身体にどう良いかパッケージにきちんと書いてほしい」（30・40代女性）
「血糖値上昇抑制や便秘解消、美肌が訴求ポイント」（30代女性）

司会　「金のいぶき」がどこで提供されるといいと思いますか。

Oさん　アスリート食堂で出したら、人気が高まると思います。皇居周辺のランステーションの近くにあれば、ぜひ利用したい。男性向けには、がっつりメニューが好まれそう。コンビニではオフィスランチ用に、麺のメニューとおにぎりの種類を増やしてほしい。オフィス街のランチとかも。混ぜご飯や炊き込みご飯などを提供する『金のいぶき食堂』があれば、毎日でなくても調整役として利用したい。不摂生した時の免罪符ではないけれど。

Nさん　ミシュランのレストランやホテルのパーティー料理で提供すると外国人にも好まれ、オリンピック需要が見込まれる。手まり寿司もいいですが、牛タンにも合いそう。

Kさん　実は、食の探求をしており、発酵食品や酵素をタグとしたネットサーフィンで「金のいぶき」がヒットしブックマークしています。「金のいぶき食堂」があったら個人的にも行くと思います。ブームのラーメンにも合いそうで面白い。米粉にして、低糖質麺が商品化されると個人的に嬉しい。

Hさん　福利厚生に注力する企業の社員食堂なら導入可能性が高いのではないでしょうか。今の企業は本当に健康経営に気を使っています。

「ランステーションの近くのアスリート食堂、コンビニではオフィスランチ用に麺やおにぎりのバラエティ化」（30代女性）
「『金のいぶき食堂』で多様なメニューの提供を」（30代女性・50代男性）
「毎日ではなくても食生活の調整役に。不摂生したときの免罪符」（30代女性）
「福利厚生に注力する社員食堂に」（40代女性）

司会　では最後にまとめとして一言ずつお願いします。

Kさん　手軽に食べられる環境を整えれば、存在が身近となり、ブランド確立につながります。糖の吸収がおだやかということがエビデンスで証明されれば、食べたいです。

Nさん　仙台出張の際、町興しに「金のいぶき」を活用しているのを見かけました地元企業を元気にして東北復興につなげてほしいです。

Oさん　金のいぶき、おいしかったです。知らなかった自分にショック。コシヒカリのように知名度向上するには、駅弁や大手コンビニのお弁当やおにぎりなど目に触れる機会を増やすしかない。今まで玄米の銘柄を気にしたことはなく、銘柄ごとに味が異なることも知らなかった。コンビニや外食で食べておいしかった経験があってこそ、そのコメをスーパーで購入して家で食べる行動につながるのではないでしょうか。

Hさん　10年前に食べた玄米より確かにおいしく、時代の変化を痛感。炊飯器を出して炊いてみます。玄米粉のことも初めて知り興味を持ちました。二極化の時代、健康に関心がある人は自ら情報を収集するが、関心のない人も当たり前のように玄米食を選ぶ時代になって初めて、真に普及していると言えると思います。

Mさん　久しぶりに玄米を食べておいしかったです。ぜひ購入し家で炊いて家族に食べさせたい。玄米粉の商品開発も楽しみで、いろいろな料理にチャレンジしたいです。

「糖の体内吸収抑制作用が明確なエビデンスで証明されれば購入する」（50代男性）
「金のいぶきを知らなかった自分にショック。もっと目に触れる機会を増やして」（30代女性）
「健康に関心がない人も当たり前のように玄米食を選ぶ時代に」（40代女性）

【座談会総括】

◆健康意識の高まる中、玄米食の可能性はますます広がる可能性が感じとれた。過去に玄米を食べて「おいしくない」と感じる体験をした人でも玄米専用のコメ「金のいぶき」を体験するとその印象をガラリと変えられることが明らかになった。まずは体験の機会を創出することが重要。

◆メインの対象は20代・30代女性と40代・50代の男性、50代以上女性と想定が正しかったことも明確になった。特に若い層には、外食・中食で玄米食の味わい、さまざまなメニューを体験してもらうことが効果的。その上で機能や効果の情報を知れば、特に健康や美容に関心の高い層での食用・消費につなげていけるというストーリーが成立する。定量調査の結果の裏づけが取れた形である。

◆「体験の機会創出」と「知識の提供」の両輪で大いに市場の拡大が見込まれるのが玄米食の現状である。

定量調査と定性調査の総括

「体験の機会創出」と「知識の提供」の両輪で

大いに市場の拡大が見込まれるのが

玄米食の現状である。