

## コメビジネス・米飯市場に関する調査を実施（2016年）

### 【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にてコメビジネスと日本国内の米飯市場の調査を実施した。

1. 調査期間:2016年4月～10月
2. 調査対象:コメビジネス関連企業、米飯メーカー、関連業界団体・省庁等
3. 調査方法:当社専門研究員による直接面談、電話・e-mailによるヒアリング、ならびに文献調査併用

#### <米飯市場とは>

本調査における米飯市場とは、日本国内の日配米飯(弁当、おにぎり、持ち帰り弁当、持ち帰り寿司、持ち帰り丼、給食弁当)と加工米飯(冷凍米飯、レトルト米飯、無菌包装米飯他)を対象とし、小売金額ベースで算出した。

#### <コメビジネスとは>

本調査におけるコメビジネスとは、日本企業が主体となってコメの品種開発から生産、加工、流通、販売の一連のプロセスに広く係わるビジネス(国産米の輸出及び短粒種である日本(ジャポニカ)米などの海外現地生産関連ビジネスを含む)と、高機能米の開発・加工関連ビジネスを対象とする。

### 【調査結果サマリー】

#### ◆ 2016年度の米飯市場は前年度比102.1%の2兆4,203億円の見込

2014年度の日本国内の米飯市場規模(小売金額ベース)は前年度比102.2%の2兆3,295億円、2015年度と同市場規模は前年度比101.8%の2兆3,708億円と推計した。弁当やおにぎりなどの日配米飯は、東日本大震災をきっかけとして高齢者などのコンビニエンスストア利用が増えたことなどから消費が増加に転じ、好調を維持している。また、無菌包装米飯や冷凍米飯などの加工米飯についても、震災時に利便性の高さが評価され、その後も常食での利用が広がっていることや小容量サイズ、機能性・栄養価などを差別化した商品が好調なことから、2016年度と同市場規模(同ベース)を前年度比102.1%の2兆4,203億円の見込みである。

#### ◆ 海外需要の獲得、高機能米の開発を目指すコメビジネスが進展

海外に活路を見出し、国産米の輸出や日本(ジャポニカ)米などの海外現地生産、消費拡大に取り組み、ひいては日本の農業の活性化に貢献することを目的としたコメビジネスが活発化している。また、国内では昨今の消費者ニーズを反映してコメの高付加価値化が進んでおり、高度な精米・加工技術を駆使して玄米の栄養素をできる限り残した高機能米の開発が進んでいる。さらに、日本のコメビジネスは、川上の農業から川下の外食、中食事業までをグループ企業で担う垂直統合型のビジネスモデルへと発展しつつあり、異業種からの市場参入も盛んである。

#### ◆ 資料体裁

資料名:「2016年版 変貌するコメビジネス・米飯市場の展望と戦略」  
 発刊日:2016年11月30日  
 体裁:A4判 377頁  
 定価:120,000円(税別)

#### ◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地:東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長:水越 孝

設立:1958年3月 年間レポート発刊:約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先(当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>)

(株)矢野経済研究所 マーケティング本部 広報チーム TEL:03-5371-6912 E-mail:[press@yano.co.jp](mailto:press@yano.co.jp)

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。  
 本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報チーム迄お問合せ下さい。

**【 調査結果の概要 】****1. 米飯市場の概況**

日配米飯には、弁当、おにぎり、持ち帰り弁当、持ち帰り寿司、持ち帰り丼、給食弁当などが含まれ、加工米飯には冷凍米飯、レトルト米飯、無菌包装米飯、その他(チルド米飯、缶詰米飯、乾燥米飯など)が含まれる。日配米飯と加工米飯を合算した 2014 年度の日本国内の米飯市場規模(小売金額ベース)は前年度比 102.2%の 2 兆 3,295 億円、2015 年度の同市場規模は前年度比 101.8%の 2 兆 3,708 億円となり、2013 年度以降は増加傾向にある。

日配米飯については、東日本大震災を契機として高齢者などがコンビニエンスストアを利用する機会が増えたことから、同ルートを中心に弁当やおにぎりが増加に転じ、その後も好調を維持している。また、加工米飯については震災時に利便性の高い非常食として見直され、その後も常食での利用が拡大している他、女性やシニア向けの小容量サイズ、機能的・栄養価などを差別化した商品が好調に推移している。

米飯市場は、震災を契機として多くの商品分野で新たなユーザーを獲得したと考えられる。今後も、当面微増傾向で推移し、2016 年度の米飯市場規模(小売金額ベース)は前年度比 102.1%の 2 兆 4,203 億円の見込みである。

**2. 注目すべき動向～コメビジネスは垂直統合型のビジネスモデルへ発展**

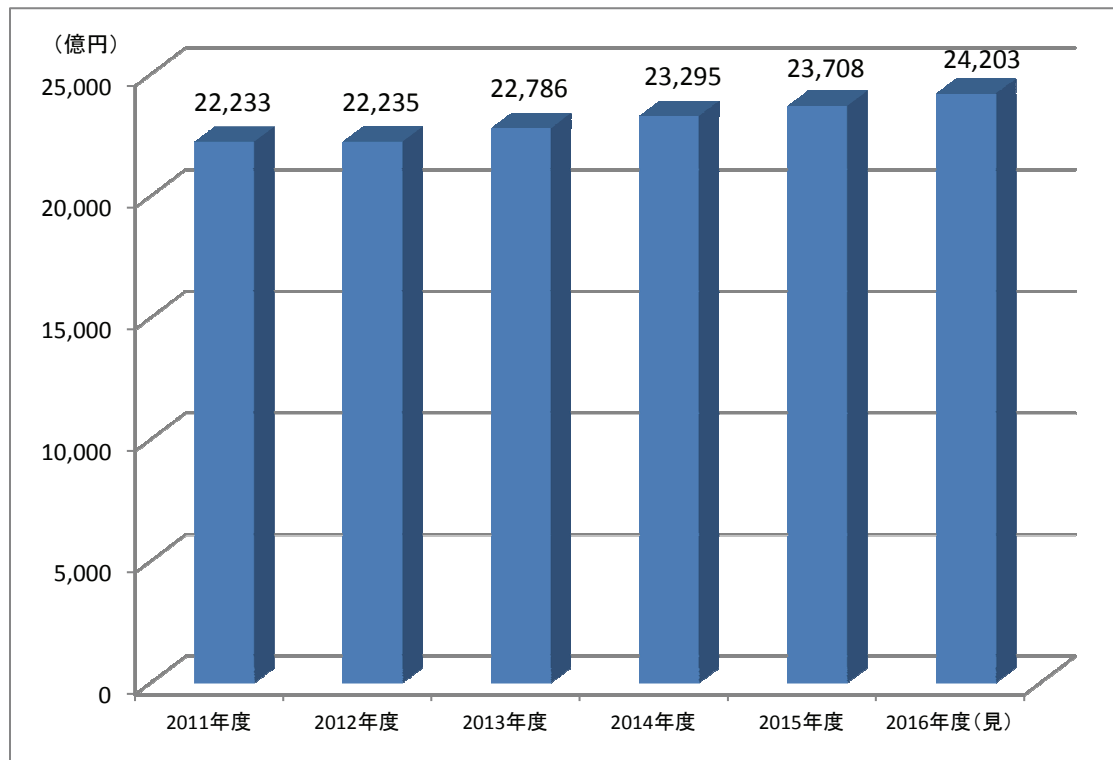
農林水産省の食料需給表によると、国内におけるコメの消費量は、ほぼ一貫して減少しており、2015 年度は 60.2kg(概算値、1 人 1 年あたり)と 50 年前の半分以下にまで落ち込んでいる。高齢化の進行で 1 人あたりのコメの消費量が減少していることに加え、食の欧米化でパンや麺類といった小麦由来の食品の需要が引き続き拡大していることが背景にある。

そこで、海外に活路を見出し、国産米の輸出や日本(ジャポニカ)米などの海外現地生産、消費拡大に取り組み、ひいては日本の農業の活性化に貢献することを目的としたコメビジネスが活発化している。国産米の輸出については、世界的な“和食ブーム”に支えられて順調に拡大しているものの、海外の日本食レストランなどでジャポニカ米を使っているところは今でも少ない。これには、輸出された国産米の価格が現地で流通する米国やオーストラリア、イタリア産米などと比べて 2~3 倍という高値であることが大きく影響している。そこで、日本国内でも現地のニーズに合った比較的安価な米(業務用米)を栽培したり、物流・保管コストを徹底的に削減するなどの取り組みが始まっている。また、日本国産にはこだわらず、消費地により近い場所でジャポニカ米を栽培する現地生産ビジネスも活発化している。

一方、国内では昨今の消費者ニーズを反映してコメの高付加価値化が進んでおり、高度な精米・加工技術を駆使して玄米の栄養素をできる限り残した高機能米の開発が進んでいる。高機能米では、栄養だけでなく食味の良さでも優れた商品が数多く上市されており、健康・美容に敏感な女性や中高年シニア層に支持されている。まだ販路は限られているものの購入後のリピート率は高いとされており、今後は業務用での展開が加速するものとみる。

さらに、日本のコメビジネスは、川上の農業から川下の外食、中食事業までをグループ企業で担う垂直統合型のビジネスモデルへと発展しつつあり、異業種からの市場参入も盛んである。

図 1.国内米飯市場規模推移



矢野経済研究所推計

注 1:小売金額ベース

注 2:2016年度は見込値

注 3:米飯市場には、日配米飯(弁当、おにぎり、持ち帰り弁当、持ち帰り寿司、持ち帰り丼、給食弁当他)と加工米飯(冷凍米飯、レトルト米飯、無菌包装米飯他)を含む。