



物価高対策で国産米の注目度上昇中！ 外食で食べたいお米メニューランキング発表

『ホットペッパーグルメ外食総研』が主催する「トレンド座談会」レポート

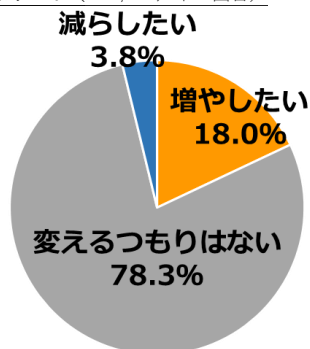
株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘）の外食市場に関する調査・研究機関『ホットペッパーグルメ外食総研』は、外食のプロフェッショナルを集め、外食トレンドを発表するための「トレンド座談会」を開催しています。今回は「国産米」について20代～60代の男女1,035人にアンケート調査を実施した結果をレポートします。

■「国産米を食べる機会を増やしたい」は18.0%

増やしたい理由1位は「物価高の中、国産米は比較的手ごろな値段だから」

国産米を食べる機会をどうしたいかについて、18.0%が「増やしたい」と回答しました。また、増やしたいと回答した人に理由を聞いたところ、「物価高の中、国産米は比較的手ごろな値段だから」が52.2%でトップ。「健康にいいから」「あらためて国産米のおいしさに気づいたから」が続き、「家で食事をする頻度が高くなり、国産米を炊くことができるから」といったコロナ禍の影響を受けた理由や、「世界情勢等を考えると、国産のお米を食べたほうが良いと思うから」といった世情を反映した理由も上位に挙がりました。

Q 国産米を食べる機会について、今後どうしたい
と思いますか？(n=1,035/単一回答)



※「増やしたい」は「増やしたい」「どちらか」というと「増やしたい」の計、「減らしたい」は「減らしたい」「どちらか」というと「減らしたい」の計

※小数点以下第2位四捨五入の関係で合計は100%になるとは限りません

Q 国産米を食べる機会を増やしたいと答えた理由は何ですか？(国産米を食べる機会について「増やしたい」「どちらか」というと「増やしたい」と回答したn=186/複数回答)

国産米を食べる機会を増やしたい理由TOP5		
順位	理由	(%)
1	物価高の中、国産米は比較的手ごろな値段だから	52.2
2	健康にいいから	36.0
3	あらためて国産米のおいしさに気づいたから	35.5
4	家で食事をする頻度が高くなり、国産米を炊くことができるから	32.3
5	世界情勢等を考えると、国産のお米を食べたほうが良いと思うから	27.4

●提示した選択肢

物価高の中、国産米は比較的手ごろな値段だから／健康にいいから／あらためて国産米のおいしさに気づいたから／家で食事をする頻度が高くなり、国産米を炊くことができるから／世界情勢等を考えると、国産のお米を食べた方がよいと思うから／ブランド米の開発など、国産米がよりおいしくなっているから／保存が簡単で、長期保存もできるから／調理が簡単だから／コロナ禍の外食制限でおいしい国産米が食べられなかったストレスがたまっているから／最近国産米を食べる機会が減っていたから／その他

■『ホットペッパーグルメ外食総研』研究員からの解説

物価高で国産米を食べる人が増えそう！外食でもお米に注力した業態が続々登場



「ホットペッパーグルメ外食総研」
上席研究員 有木 真理

物価高が顕著で生活が圧迫されつつある近頃、比較的手ごろ、かつ安定した価格で手に入る国産米を選ぶ人が増えそうです。また、コロナ前と比較しておいしいお米を食べたい気持ちが「増えた」と答えた人は32.0%（次ページ）。コロナ禍に自炊が増え、また全国のブランド米の積極的なPRの影響などでお米の品質や炊き方にこだわる人が増え、量も味も期待値が上がっているといえそうです。また、外食で食べたいお米のメニューについては、「おにぎり」「土鍋で炊き立ての銀シャリ」など、お米そのもののおいしさを楽しめるものが人気でした。

本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

2022年 11月 2日

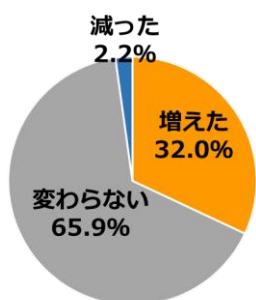
【アンケート調査概要】

- 調査時期：2022年9月22日～2022年9月23日
- 調査方法：インターネットリサーチ
- 調査対象：全国20代～60代男女（株式会社マクロミルの登録モニター）
- 有効回答数：1,035件（男性517件、女性518件）

■外食で食べたいお米メニュー1位は「五目炊き込みご飯」

「コロナ前（2020年3月以前）と現在を比べて、「おいしいお米（国産米）を食べたい」という気持ちに変化はありますか？という質問では、「増えた」と答えた人は32.0%で、「減った」の2.2%を大きく上回りました。また、外食で食べたいお米のメニューは、「五目炊き込みご飯」（51.2%）、「おにぎり」（43.5%）、「土鍋で炊き立ての銀シャリ」（43.2%）がTOP3を占めました。

Q コロナ前（2020年3月以前）と現在を比べて、「おいしいお米（国産米）を食べたい」という気持ちに変化はありますか？（n=1,035/単一回答）



※「増えた」は「増している」「どちらかといえば増している」の計、「減った」は「減っている」「どちらかといえば減っている」の計

※小数点以下第2位四捨五入の関係で合計は100%になるとは限りません

●提示した選択肢

五目炊き込みご飯／おにぎり／土鍋で炊き立ての銀シャリ／ひつまぶし／ちらし寿司／釜めし／鯛茶漬け／たまごかけごはん／松茸ご飯／鮭茶漬け／鯛飯／タケノコご飯／栗ご飯／おこわ／タコ飯／きのこご飯／焼きおにぎり／押し寿司／深川飯（アサリ飯）／その他のお茶漬け／さつまいもご飯／はらこ飯／枝豆ご飯／コーンご飯／なめろう茶漬け／その他

Q 外食でお米（国産米）を食べるなら、どのような食べ方がしたいですか？（n=1,035/複数回答）

外食で食べたいお米メニューTOP10		
順位	メニュー	(%)
1	五目炊き込みご飯	51.2
2	おにぎり	43.5
3	土鍋で炊き立ての銀シャリ	43.2
4	ひつまぶし	42.9
5	ちらし寿司	37.3
6	釜めし	37.0
7	鯛茶漬け	36.8
8	たまごかけごはん	34.2
8	松茸ご飯	34.2
10	鮭茶漬け	33.3

■『ホットペッパーグルメ外食総研』トレンド座談会とは

シーズンごとに“今”はやりの外食トレンドを発表する、リクルートの外食のプロフェッショナル集団による座談会。アンケート調査や、レストランの現場から“生の声”を聞き、「外食のリアル」を語ります。メンバーは、飲食トレンドの数値化・可視化を行う「ホットペッパーグルメ外食総研」の研究者をはじめ、女子トレンド、高級店トレンドなど、さまざまな分野のスペシャリストで構成されます。

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>