

玄米食白書 2025

一般社団法人 高機能玄米協会

企画協力:日本食糧新聞社



目次

玄米食白書2025について／一般社団法人高機能玄米協会とは	03
2025年の「コメ市場環境」	04

第1部

第1章 コメ市場の概況	
コメはビジネスチャンス	06
第2章 健康米の動向	
白米から健康ごはんへ ～トレンドが変化	09
24～25年は大幅な伸び	12
パック商品の展開	14
第3章 玄米食の普及促進	
沖縄県における販売促進活動「金のいぶき」の販売促進活動について	16
香港のおにぎりチェーン(華御結)	19
中国蘇州で発芽玄米(妙健康)	20
玄米食の普及に欠かせないレシピ開発	21

第2部

第1章 玄米食に関する意識調査	24
調査概要	
回答者の属性	
健康米の食用状況	
健康米の食用場所(玄米定期食用者)	
健康米のイメージ(玄米認知者)	
外食時の玄米選択志向(玄米認知者)	
玄米食のタイミング(玄米定期食用者)	
玄米の炊飯・調理方法(玄米定期食用者〈自宅〉)	
玄米食の満足度(玄米定期食用者〈自宅〉)	
玄米を食べない理由(玄米非定期食用者)	
玄米の特長認知度	
玄米の魅力度	
玄米の特長認知度 × 玄米の魅力認知度	
玄米特長認知後食用意向	
第2章 RDS-POSデータ	
健康米販売数量推移	34
カテゴリー別販売数量推移	35
月別販売数量前年比推移(2024年7月～2025年1月)	36
売れ筋商品ランキング(2019年～2024年販売金額)	37

第3部

アスリートが語る玄米食の魅力	
インタビュー① H.C.栃木日光アイスバックス	40
学校給食に玄米食	
インタビュー② 東京家政大学附属女子中学校取材	48

玄米食白書2025について

東京が世界で初の1000万人都市になった1962年。日本人が1人あたり年間で消費したお米の量は118.3kgであった。だがその年をピークに60年後にあたる2022年には、1人あたり50.9kgまで減少している。少子化と同時に高齢化が進み、人口減少フェーズに突入している2025年の日本。農家の高齢化と担い手不足に伴い、米農業衰退への危機感が叫ばれて久しい。お米の需要を高め、産地を元気づけることで若い農業従事者が増え、将来に希望を持てる米農業へと発展していくことは、今後国民全体で向き合うべき重要な課題である。

一方人口減少に加えて超高齢化社会の只中にある日本において、お米の消費を再度拡大していく道は険しい。そこで浮かび上がるのが「健康」というキーフアクターである。とりわけコロナ禍を経験した世の中で、病気に負けない身体づくりへの意識はコロナ禍以前より大きく変化し、拡大していると考えられる。また医食同源を元にした食事を考える上で、主食のお米に注目が集まるのは必然の流れでもある。「栄養と健康」を基軸にすると、白いごはんよりも機能成分の多い玄米ごはんや雑穀ごはんなどに注目し摂取しようとする消費者の傾向は、今後更に高まっていくことが想定される。

一般社団法人高機能玄米協会は、活動の中で積極的に玄米食を推奨してはいるが、元々玄米食しか推奨しないという団体ではない。会員は精白米を主に販売する米卸や、米油を製造販売するメーカー、農協、食品加工メーカーなどで構成されており多岐に渡る。各会員の協力を得ながらお米の持つ魅力や価値を世の中に発信していくことで、結果的にそのことが水田の有効活用に繋がり、国民の健康的な生活を支えていくのだと考えている。

前回高機能玄米協会では、戦略的米資源として普及に注力する玄米食専用品種「金のいぶき」の評価や健康米の市場環境に関する調査を中心に、玄米食白書2019を刊行している。今回の玄米食白書2025では、現在の市場環境に加え長期間玄米食を採用している現場の声や、玄米食を喫食する人の実態を直接調査している。その生々しい声に耳を傾けることで玄米食普及へのヒントを掴み、より健康米市場の裾野を広げていくきっかけとなることを期待している。

一般社団法人高機能玄米協会とは

発芽玄米や玄米食の普及活動を行い、高付加価値な食品の創出と普及に努め、我が国の水田の有効利用、自給率の向上及び国民の食生活、健康の向上に貢献することを目的とする団体である。

■ 団体概要

名 称： 一般社団法人高機能玄米協会 （旧 日本発芽玄米協会）

設 立： 2009年5月12日

代 表 理 事： 尾西 洋次 （株式会社金のいぶき）

理 事： 市川 伸介 （尾西食品株式会社）
日浦 拓哉 （株式会社ファンケル）
川西 孝彦 （幸南食糧株式会社）
筒井 慎治 （株式会社神明）
佐藤 貴之 （株式会社タカシヨフ）
佐藤 潔 （株式会社金のいぶき）

会 員 数： 正会員8名 賛助会員28名 学術会員2名

2025年の「コメ市場環境」

わが国のコメを巡る環境

2024年のコメ生産量は2023年より18万2千トン多い679万2千トンと農林水産省が発表した。2025年6月までの需要見通しの674万トンを上回るとされた。

コメ不足から来る価格の高騰に歯止めがかかるとの見方もあったが、集荷業者の乱立により市場に出る前に米価が高騰する異常事態が続いた。2025年はいわゆる「令和のコメ騒動」の只中にある。

更に2024年のコメは夏場の高温が品質に影響し、主に日本海側のコメどころが打撃を受けたことや、生産者の高齢化により栽培量自体が今後伸長しづらい環境から、需要が想定より膨らめば更に一般消費者に主食用のコメが供給されない懸念が生まれている。

コメ不足用に備蓄されている政府の主食用米が、異常に高騰した米価を下げるために放出される事態に発展する中で、当協会が目指す玄米食の普及もまた難しい環境下にある。

コメの市場規模は2兆1600億円

679万2千トンのコメ生産量の中から、制度米や農家保有米などおよそ16%を除くと570万tが市場流通していることになる。そのうち家庭用として流通しているコメが一般的に7割を占めるため、玄米換算で400万tが日本の一般流通市場に拠出されている（精米換算で360万t）。

2024年中盤から後半にかけて値上がりが続けて来た状況と数量を確認し、末端小売価格の情報を収集した平均値として、コメのキロ単価を600円として計算した。その結果精米を中心とした家庭用米の市場規模は、約2兆1600億円となった。

玄米の市場規模は約810億円、精麦や雑穀と合わせて健康米市場は970億円規模

全体の数量から日本食糧新聞社が調査したPOSデータ（RDS）を参考にすると、全体の中でおよそ3.9%が「玄米」として販売されていることがわかっている。その結果で推察するとコメ売場で販売される玄米の市場規模は約810億円ということになる。

市場規模の伸長に貢献しているのは特に成長著しい「金芽ロウカット玄米」（東洋ライス）や、玄米に栄養が富化された発芽玄米である。これに末端価格の上昇を加味した結果、総額約810億円、約13万5千トン程度の市場規模まで伸長していることがわかった。

またこれとは別に精麦や雑穀などコメ関連カテゴリーの23年家庭用市場規模は、160億円とされている（はくばく社POSデータより）ため、玄米と雑穀を合わせた健康米の市場規模は1000億円に近づいている。

米価の高騰が市場拡大の最大要因ではあるが、主食に健康を求める一般消費者の動きもまた後押しになっているものと考えられる。尚『玄米食白書2025』では、玄米を中心に調査を進めている。

第1部

第1章 コメ市場の概況

コメはビジネスチャンス	06
-------------------	----

第2章 健康米の動向

白米から健康ごはんへ～トレンドが変化	09
24～25年は大幅な伸び	12
パック商品の展開	14

第3章 玄米食の普及促進

沖縄県における玄米食専用品種	
「金のいぶき」の販売促進活動について	16
香港のおにぎりチェーン	19
中国蘇州で発芽玄米（妙健康）	20
玄米食の普及に欠かせないレシピ開発	21

第1章 コメ市場の概況

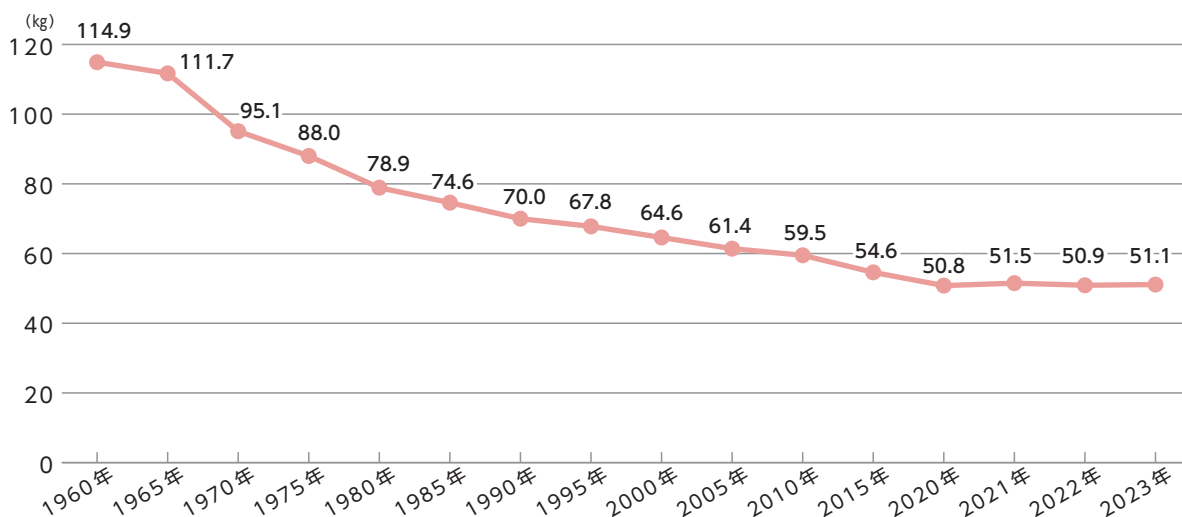
コメはビジネスチャンス

第二次世界大戦後、食糧難からコメ余りへと急速に変化し長期化したことから、戦後のコメ政策は一貫してコメ離れに対応した、減反政策の歴史となった。そもそもコメ離れは、少子高齢化の進展や人口減による胃袋縮小、食生活の多様化・欧米化など複合的に重なったもので、一人当たりの消

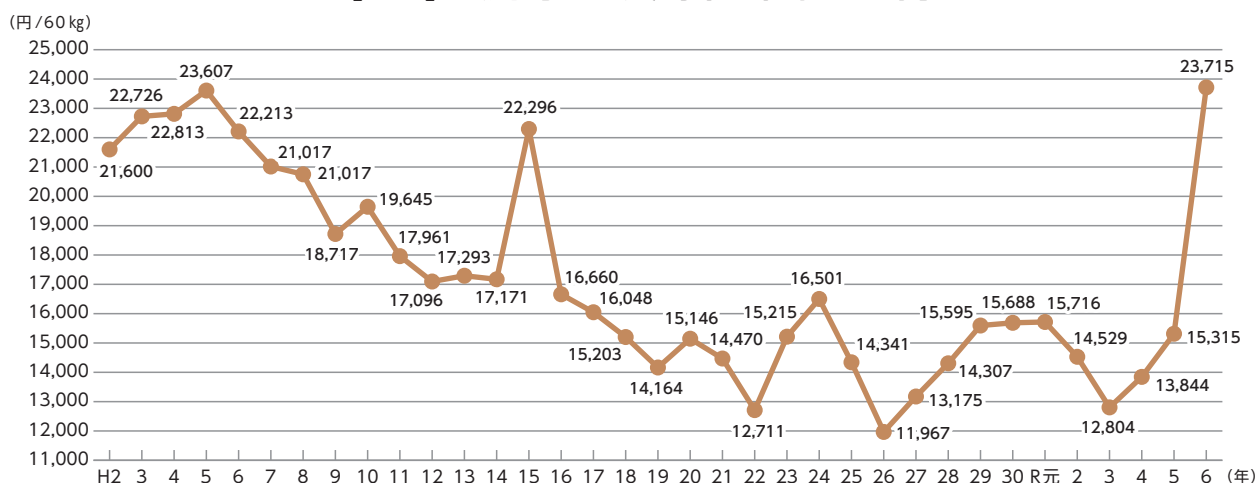
費量【図1】は、昭和37年の118.3kgをピークに、2022年は50.9kgと57%も減少した。

結果、恒常的なコメ余りとなり、単価下落【図2】を誘発。農家高齢化と相まって、担い手不足や耕作放棄地の増加など、農業問題にまで進展している。これに拍車を掛けてきたのが、減反政策の長

【図1】 コメ1人当たり年間消費量の推移 (kg)



【図2】 長期的な主食用米の価格の動向



資料：(財)全国米穀取引・価格形成センター入札結果、農林水産省「相対取引価格」

注1：価格には、包装代、運賃、消費税相当額等を含む。

注2：年産別平均価格(令和6年産は、出回りから令和6年12月までの速報値)。

※・コメ価格センター取引は、自主流通米の指標価格の形成を図るために実施されていたが、平成16年の食糧法改正により計画流通制度が廃止され、義務上場がなくなったこと等を背景に取引を中止。

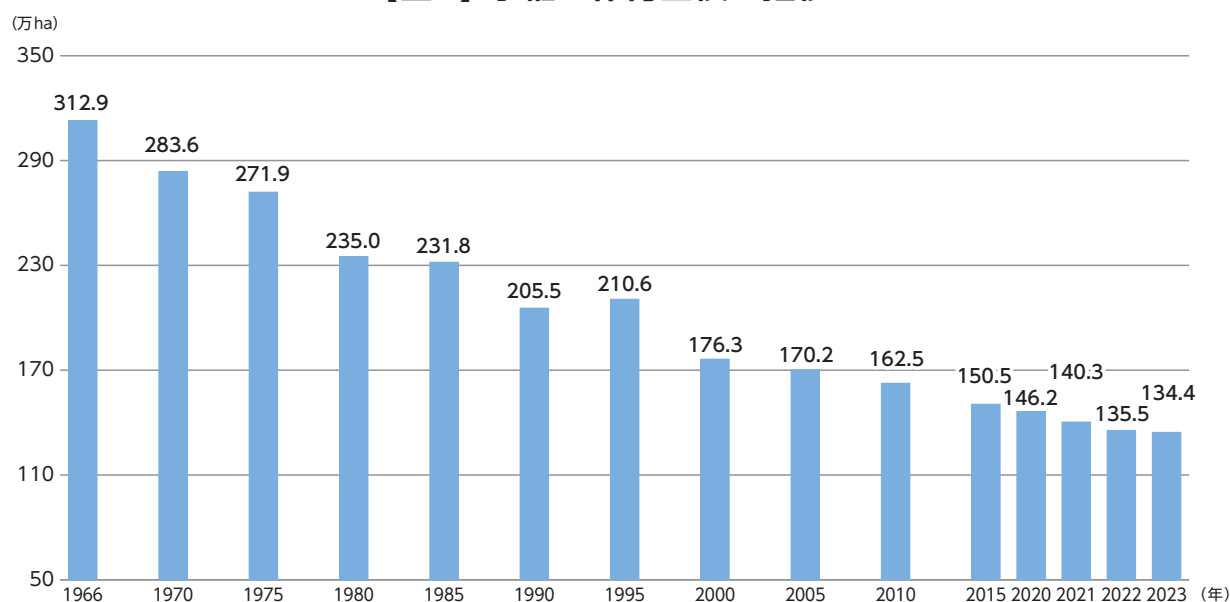
・相対取引価格は、農林水産省が18年産米から年間取扱数量5,000トン以上の全国出荷団体等と卸売業者の取引価格を調査、公表している。

期化だ。この制度、今から55年前の1970年にスタートし、コメ余りによる米価下落を避けることが狙いだった。以後コメの作付面積【図3】は、減少の一途をたどり、この政策は2018年に廃止されたものの、他の作物や主食用以外の用途に転作するための補助金制度は現在も残っており、需給バランスのゆがみにつながっている。

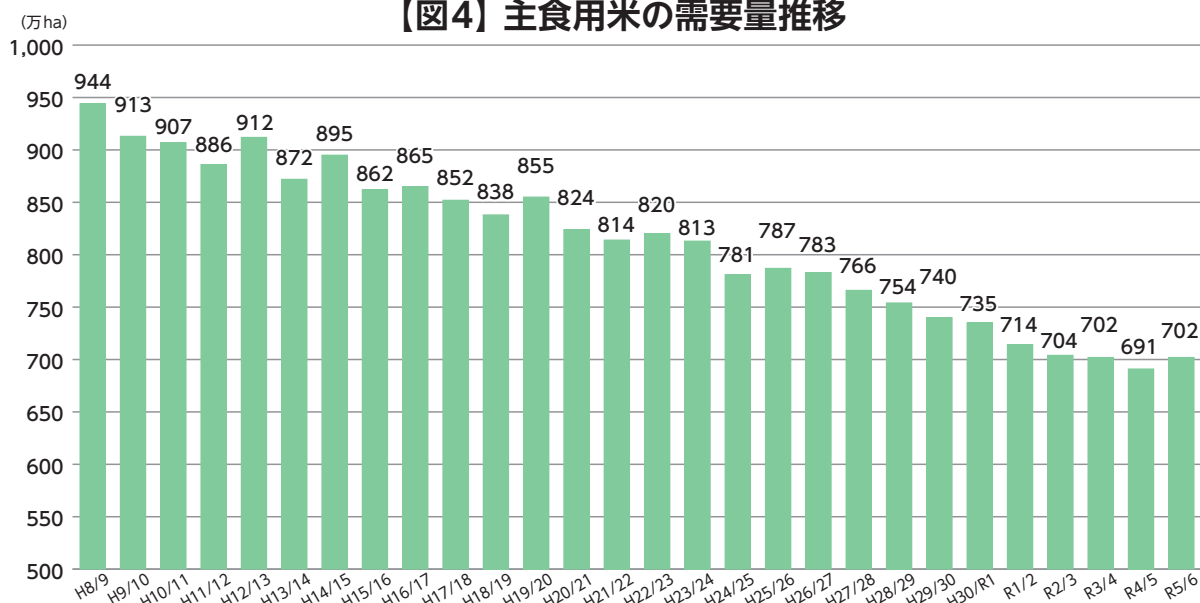
ただしこの間、コメ総需要量【図4】の減少に加

え、多収穫米に代表される生産性の高い品種も開発され、大幅なコメ余りやコメ不足のリスクは小さく、需給は均衡するはずだった。だが、農家高齢化による担い手不足は予想以上に進んだうえ、頻発する異常気象による収量減や品質劣化も重なり、ちょっとしたことでコメ不足に陥るリスクが高まっている。

【図3】 水稻の作付面積の推移



【図4】 主食用米の需要量推移



コメ不足と価格の高騰で“コメ騒動”に

そこで起きたのが、令和のコメ騒動だ。24年8月、都市部を中心に売場からコメが消え、新米の本格的な出回りに伴い状態は改善されたものの、価格の大幅高騰が続いている。そもそも前23年産米は、猛暑と渇水で不作と歩留まりの悪化に見舞われ、業界でそれ以前から、コメ不足が懸念されていたが、8月8日に出了れた南海トラフ巨大地震注意の呼び掛けを機に、消費者が買いに走ったことで拍車を掛けた。



空になったスーパーのコメ売り場(2024年8月撮影)

これが産地の集荷競争激化を誘発し、縮小傾向を強めていたJAグループの集荷力がさらに低下している。結果、高値につながり、米価の指標となる相対取引価格で出来秋から12月までの23年産米平均価格は60kg当たり2万3715円に上り前年比54%高。統計を取り始めて過去最大だった平成のコメ騒動時の93年産平均価格(全国米穀取引・価格形成センター入札結果)の2万30607円を上回り、過去最高となった。

今回のコメ騒動が起きた要因の1つに、コメ消費の増加という、業界にとってうれしい側面もある。農林水産省によると、主食用米の需要量は2000年以降、毎年約8万tずつ減少していたが、少子高齢化が進み15年以降はこれが10万tに拡大していた。だが2023から2024年にかけては、前年の691万tから732万tと、13年ぶりの

増加に転じた。

この要因について、コロナ禍の人流やインバウンド消費の回復による外食産業の需要増を挙げる声もあるが、不安定な国際情勢で食のグローバルリスクが高まっていることや、あらゆる食品が値上がりする中、長期間価格が安定していたコメへの関心の高まりを背景に、節約志向を強める生活者が家庭炊飯を増加していることもあり、コメは、ビジネスチャンスを迎えていると言っても過言ではない。

コメ市場は拡大基調

特に、小家族化や女性の社会進出など社会環境の変化により、家庭での炊飯機会が減少。これに伴い外食や中食などに加え、パックご飯や冷凍米飯類など簡便性の高いコメ加工品市場は拡大し、品質の高さは海外からも注目され始めた。さらに健康志向を追い風に、米価の高騰にかかわらず、玄米や雑穀、精麦類など健康米の需要は旺盛で、米価高騰しても米食回帰の状態は続いている。

近い将来、減産から増産へとコメ政策の方向性を、抜本的に転換する可能性も出てきている。世界レベルで食料危機のリスクが叫ばれる中、日本だけが主要穀物であるコメの生産量を抑制する施策を続けるわけにはいかないだろう。

米穀業界、農業支援本格化

ただ令和のコメ騒動の最大要因として、農家高齢化による担い手不足と異常気象による生産力低下という見方が、米穀業界で強まる中、大手卸の間で従来の需要創造型川下戦略から、調達の要となる農業を支援する川上戦略へと方向転換が目立つ。持続可能な原料調達を目指す動きだが、業界の存続を賭けて国策を待つだけでなく、自ら生産地に入って多様な取り組みが始まっており、この成果にも期待したいところだ。

第2章 健康米の動向

白米から健康ごはんへ ～トレンドが変化～

コメの消費量が減少する一方で、健康志向の高まりを背景に、健康機能性を訴求する健康米への関心が高まっている。玄米や麦ご飯、雑穀ご飯などで、白米よりも食物繊維やビタミンE群などの含有量の高さを訴求。高齢社会の進展や食生活の欧米化にともなうメタボリックシンドローム予防意識の高まりなど、消費者心理を捉えるビジネスチャンスの一つと注目されている。この動きは、発芽玄米が誕生した2000年頃から始まり、TVなどの健康情報番組に代表されるメディア露出の影響もあり、一貫して拡大基調で推移してきた。

多様な商品が市場を形成

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、玄米や胚芽米に匹敵する健康機能性を有する商品群のほか、「食べにくい」「炊飯に手間がかかる」などといった玄米の欠点を解消した加工玄米、玄米食用専用品種など、

多彩な商品が発売され、市場をけん引している。

大手市場調査会社のデータによると、白ご飯と玄米・雑穀（精麦を含む）ご飯の食卓出現率は、2013年を100とすると、2022年は白ご飯が88にとどまるのに対し、玄米・雑穀ご飯は158に上り、普通に健康米が食卓に上ようになった。年代別では、20～30歳代が10%未満に対し、50歳代17.4%、60歳代17.5%（22年）と、メタボが気になる世代の出現率が高い。

また、はくばく社が行った市場調査では、コメを毎日食べている人の割合が、雑穀ユーザー（玄米や精麦も含む）が88.2%に対し雑穀ライトユーザー76.3%、ノンユーザー72.6%となっており、雑穀ユーザーはご飯食の頻度が高く、コメ消費拡大にも貢献していることが判明している。

健康米のブーム変遷

ただ健康米市場は、消費者ニーズに支えられた

健康米市場推移（単位:百万円）



成長カテゴリーだけに、競争も激化している。その変遷をみると、2000年頃から03年頃の発芽玄米ブーム、08年頃の雑穀ブーム、18年頃のもち麦ブームのほか、近年では玄米の人気の高まってきた。

2020年以降は、コロナ禍の巣ごもり需要と旺盛な健康志向が追い風となったうえ、その後も不安定な国際情勢で食のグローバルリスクが高まったことや、食品値上げが相次ぐ中であって、コメへの関心が高まっている。さらに2024年は、米価が大幅高騰し、健康米に値頃感が出てきたことや、雑穀や精麦がご飯のカサを増すことも魅力となり伸長が続いている。

こうした商品は、その時々の時流に左右されがちではあるものの、根強いファン層が形成されている。継続的な摂取が必須な商品群だけに、こうしたリピーターたちの体験口コミによる情報拡散がさらなる消費行動の喚起につながり、その切り口として、おいしさと健康機能性の両立が欠かせない。

食べやすい玄米

コメのぬか層にはビタミンやミネラルが多く含

まれるため、これが残っている玄米は健康機能性成分が多いものの、精白米と比べて炊飯の手間がかかることや、食感が硬く「食べにくい」というイメージを持つ人が少なくない。

そこで東洋ライスは、「食べやすい玄米」のための技術開発を進め、「金芽ロウカット玄米」を開発した。具体的には、同社の独自技術により玄米表面にある防水性の高いロウ層を均等に除去することで、玄米の栄養価を保持しつつも白米のように炊きやすく、柔らかな食感の食べやすさを実現。大学や病院、老人保健施設などを通して機能性成分の解明や効果実証などの普及啓発活動と同時に、この利点を広く訴求しようとTVCMも積極的に投入し、玄米商品群そのものの市場拡大にも貢献している。

その結果、前期(2024年度)まで6年連続、POSデータ(KSP-SP)で玄米カテゴリー首位を達成し、白米を含める米カテゴリー全体(約2,900アイテム)の売上げランキングでも上位となっており、大手流通の間では米飯惣菜の商品化も進んでいる(「金芽」「ロウカット玄米」は、東洋ライス(株)の登録商標)。

「金芽ロウカット玄米」とは



(参考URL : <https://www.toyo-rice.jp/genmai/>)

白米同様に炊ける玄米

一方、玄米食専用巨大胚芽品種「金のいぶき」は、一般的な玄米の3倍もある大きな胚芽が最大の特徴だ。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。殺菌処理を施している商品も発売され、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、米飯加工品の原料米として高いポテンシャルを秘めている。

加工性では、通常の玄米(100%)ではパラパラしておにぎりに成型しにくい「金のいぶき」は低アミロースでもっちりして軟らかく粘りがあり、加工しやすい。同時に、おいしさや食べやすさにもつながっている。

高機能玄米協会は、こうした高栄養を兼備した玄米食専用巨大胚芽品種「金のいぶき」の戦略的活用に取り組むなかで、マーケティング活動・PR活動・普及啓発活動を行う「(株)金のいぶき」を立ち上げた。そこで、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むとともに、コンビニエンスチェーンでおにぎりや弁当の商品開発が盛んに行われ、玄米の市場開拓にも一役買っている。

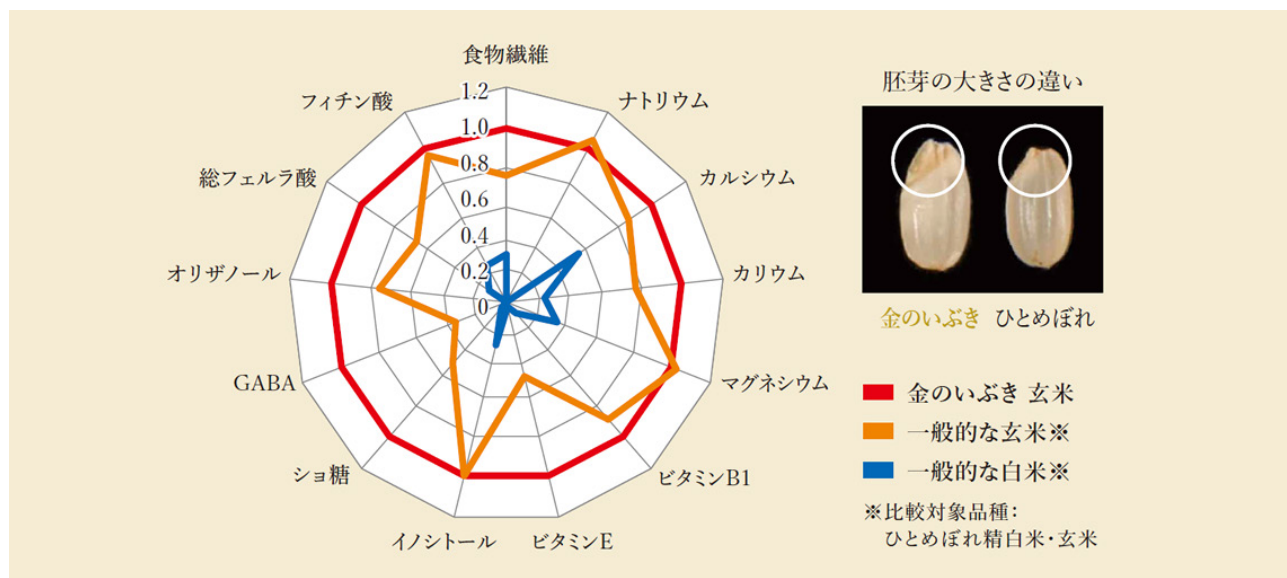
もち麦に注目

日本で古くから食べられてきた麦ご飯だが、精麦最大手のはくばくは、機能性と食べやすさでもち麦に注目。普及を目指した健康機能性解明や情報発信のプロセスで、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できた。結果、テレビ番組や雑誌を中心にもち麦の健康効果が盛んにメディアで報道され、麦ご飯の古くて新しい食べ方を消費者に提案し、市場を開拓した事例もある。

簡便な加工品

需要の裾野拡大には加工品の商品開発も不可欠だ。はくばくのもち麦や雑穀入りパックご飯に、東洋ライスでは金芽ロウカット玄米や金芽米のほか米粉事業にも参入し、「金芽ロウカット玄米の米粉」と「金芽米の米粉」2品の商品化に成功。米粉の健康価値向上にもつなげている。

「金のいぶき」玄米を1とした比較(平成28年産)



宮城県調べ

24～25年は大幅な伸び

精麦や雑穀、玄米など健康米は、健康志向の高まりを受け、約10年前の14年度と比べると24年度は約1.8倍も拡大するアップトレンドの市場だが、ただ近年は、TVの情報番組でもち麦がダイエット食として取り上げられた17年ごろの第1次ブームの後、市場は伸び悩み、踊り場状態が続いた。だが直近は、健康志向の強まりや、小麦粉価格の値上がりによるコメ食回帰、コロナ禍の家庭炊飯が継続していることなどを背景に再度拡大している。

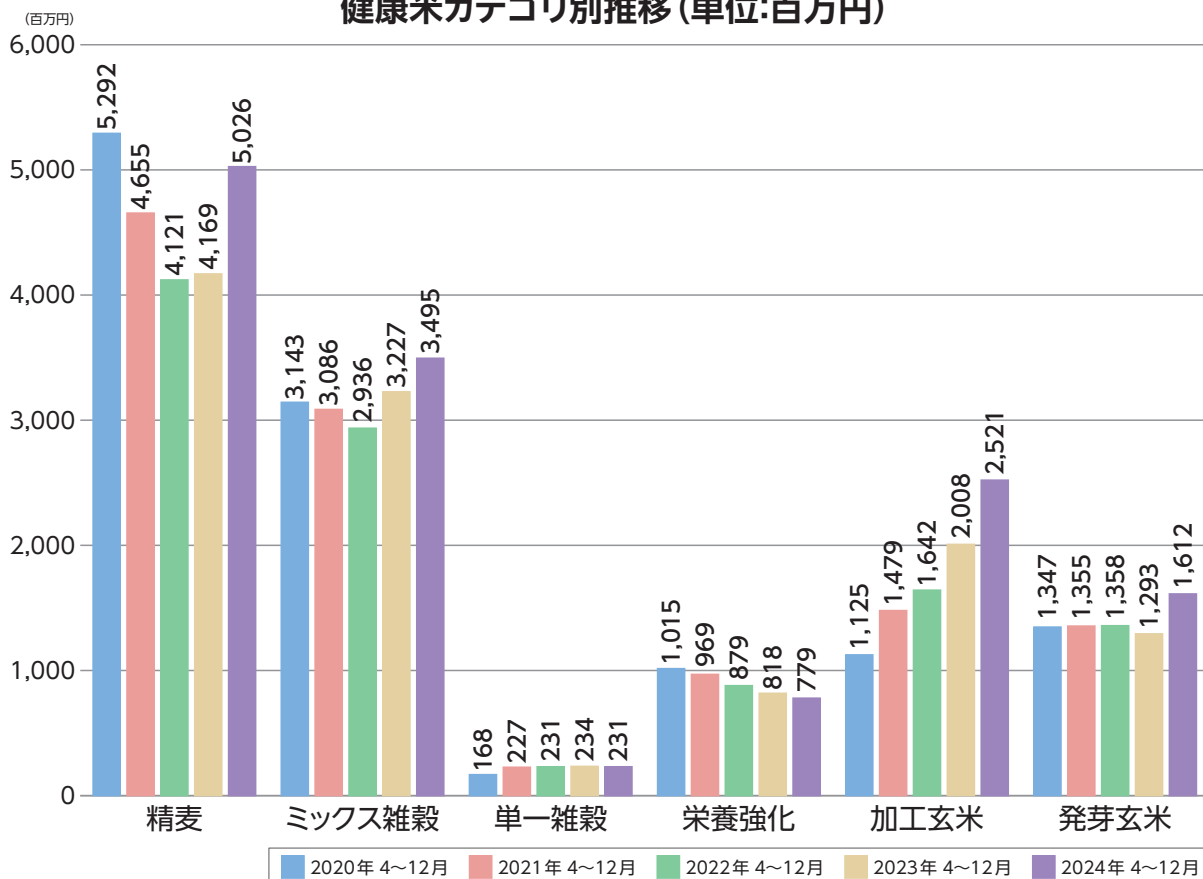
美容系商材としても

POSデータを基にはくばくが推計した23年4月～24年3月までの家庭用市場規模は、前年比6.2%増の159億8000万円。最もシェアの高い

精麦が同2.9%増で、近年前年割れが続いていたが、底を打った格好だ。次ぐミックス雑穀はヘビーユーザーに支えられ、安定した推移をみせていたが、昨年は同11.2%増の2桁増。若い女性の間で、美容系商材をして受け入れられ新規ユーザーが増えたことも要因だ。一番伸びが高い加工玄米は同19.8%増で、玄米人気が高まる中、食べやすさや炊きやすさでシェアを伸ばしている。

24年の4～12月は、前年比17.4%増とさらに伸長し、健康志向の高まりに、米価高騰で、節約から雑穀や精麦類などをご飯に混ぜる、かさ増し炊飯の増加が重なった。カテゴリー別では、加工玄米が同25.6%増、発芽玄米が同24.7%増、精麦が同20.6%増、ミックス雑穀が同8.3%増と、主要な商品群はすべて好調だ。

健康米カテゴリー別推移(単位:百万円)



POSデータをもとにはくばく推計

第2次もち麦ブームに

TV番組でも健康米の特集が増え、「発酵性食物繊維」や「腸活」など健康だけでなく保水性の高いもち麦で冷めてもパサつかずおいしさの切り口での紹介も増加している。これを受け、大手CVS3社でもち麦入りおにぎりが発売されたほか、弁当も含め米飯惣菜など業務用での導入も増えている。その結果、はくばくの23年4～11月の業務用出荷数量は、21年比35%増と大きく拡大。第2次もち麦ブームといえる状況だ。

その一方で、従来輸入原料が圧倒的だったもち麦だが、近年は国内生産量が増加し、マーケット全体で21年は15%、22年20%、23年25%と、国産原料のシェアが高まっている。大手CVSでも国産にこだわった商品開発が進み、この動きを後押ししている。



もち麦入りおむすびレシピ例 (はくばく提供)

ブームではなく息の長い需要を創造

各社の需要拡大に向けた取り組みでは、東洋ライスは近年、おいしさや食べやすさを訴求した「金芽ロウカット玄米」で、食べやすさや低糖質などの利点を、TVCMを通じて訴求している。加えて、同社が発起人となり、健康米の普及活動を通じて医療費増大や農業問題を解決するコンソーシアム

を結成するほか、人々の健康増進や生産者意欲向上などを目的に、全国の自治体との連携を強化するなど、社会貢献活動も積極的だ。



東洋ライスの「金芽ロウカット玄米」

はくばくは、もち麦の品種研究を進め、食味を高め麦特有のにおいを軽減した品種に切り替えるなど、ブームに左右されない安定需要を確保する取り組みにも余念がない。

今後の市場について考察するうえで、重要なのはヘビーユーザーとトライアルユーザーの動向だ。はくばくが23年度に行ったミックス雑穀の価格改定では、売上げへの影響が軽微で、同社はこの要因を「ヘビーユーザーが支えた」と分析する。雑穀専門の種商も、大容量商品の伸びが高いなど、ヘビーユーザーが市場を支えていることがわかる。だがその一方で、神明は24年度、あらかじめ白米と雑穀が配合された初心者向け「こめからだ」シリーズが前年の3倍という大幅な伸びを示し、トライアルユーザーの増加が判明。市場の将来性が垣間見える。



神明の「こめからだシリーズ」

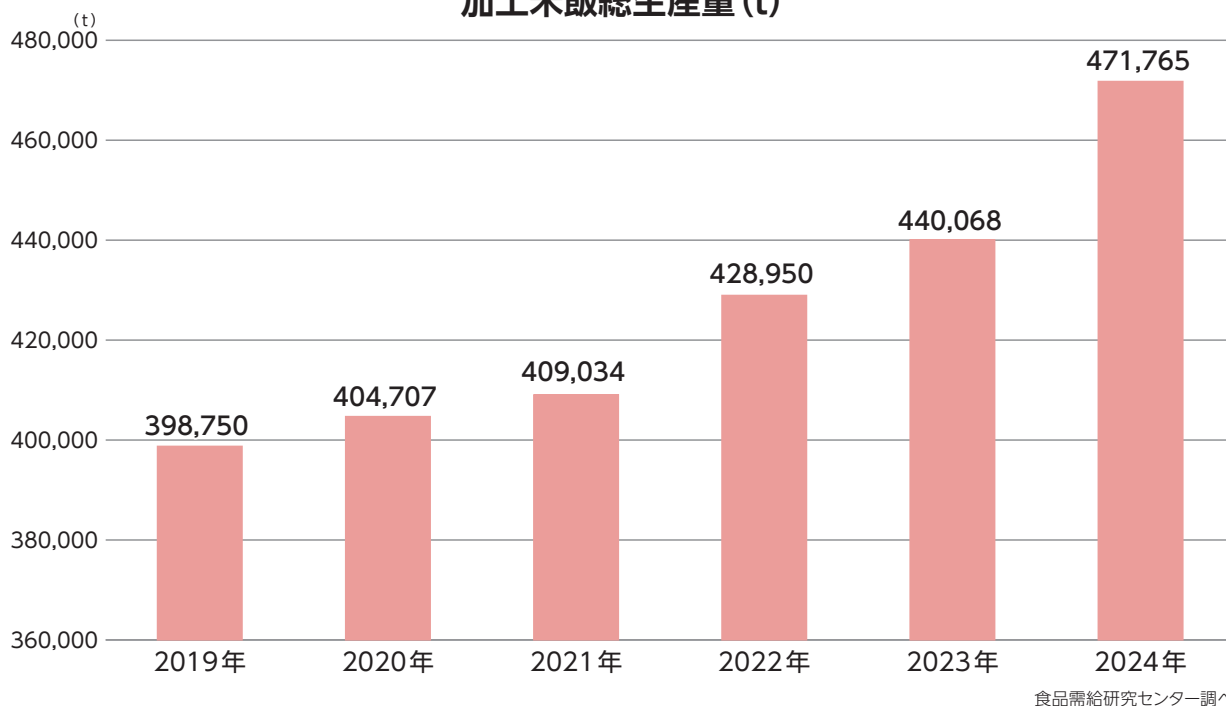
パック商品の展開

拡大する加工米飯～注目は健康基軸

無菌包装米飯にレトルト米飯（おかゆ含む）、冷凍、乾燥米飯などを合わせた加工米飯市場は年々、伸長している。食品需給研究センター調べで2024年は、前年比約7.2%増の47万1,765tと過去最高を記録した（グラフ）。うち、無菌包装米飯とレトルト米飯をパックご飯と総称。市場拡大に

伴い、種類やサイズ、パック数など商品の多様化傾向が強まっている。人気ブランド米の品揃えはもとより、雑穀米やもち麦、玄米などを使った機能性や健康を訴求する商品も順調に売上げを伸ばしている。健康志向のご飯は、家庭内で好き嫌いもある中、「個食」の強みが発揮されるほか、家庭や職場でのランチの定番としても根強い人気を誇っている。

加工米飯総生産量（t）



食品需給研究センター調べ

	2023年		2024年	
	生産量(t)	前年比(%)	生産量(t)	前年比(%)
無菌包装	208,654	▲2.2	216,270	3.7
冷凍	181,357	4.1	200,050	10.3
レトルト	41,713	28.6	46,534	11.6
乾燥	5,063	▲4.2	5,614	10.9
チルド	2,865	▲11.1	2,895	0.3
缶詰	395	▲12.4	402	1.8

加工米飯の品目別生産量（食品需給研究センター調べ）

サイズについても、高齢化による胃袋縮小に対応し、150gや100gなど小容量の商品の人気がある一方で、大容量も人気。若年層に加え、シニア層が夫婦でシェアするケースも増えている。また、多食パック化も進み、ローリングストックの定着や、より日常的な食への変化していることから、スタンダードな商品中心に3パック入りから5パック入りなどにニーズが流れている。

うち、88年にサトウ食品が開拓した無菌包装米飯市場については、家庭での炊飯機会の減少や、調理簡便化の流れの中で、個食の使い勝手や利便性が昨今の生活様式の変化と合致し、年々市場規模が拡大してきた。近年は、災害時の非常食としての需要が定着。さらには輸出強化の食品カテゴリーとしても位置づけられ、今後に期待が高まっている。

ただ直近では、メーカー各社がフル生産状態にあり、伸び率がやや鈍化する一方、24年元旦の能登半島地震や南海トラフ地震臨時情報などで、非常食需要が高まるとともに、端境期の夏場、店頭でコメが不足したことによる代替需要で特需が発生。大手メーカー中心に、製造能力を増強する中でも品薄が続いている。各社ともに在庫が逼迫、出荷制限を掛けたり、商品を絞って製造したりする状況に陥り、どこまで供給を安定させられるかに、今後の成長がかかっていると言っても過言ではない。

レトルト米飯が急伸～小ロット生産が強み

一方、無菌包装米飯より、コストや技術的に参入の際に敷居の低いレトルト米飯は、伸び率が高く、前23年の同28.6%増に続き、24年も同11.6%増と、2年連続で大幅増となった。少量多品種生産が可能なメリットもあり、おこわや健康軸商品が好調。加えて、農業法人が自ら生産したコメを小口で

委託製造するケースが増えている。こうした商品は地域での販売にとどまるケース多いものの、地域農産物のブランド化という切り口で行政などが後押しするケースも見られ、農家所得やコメの付加価値向上にも一役買っている。

この背景に、小ロットで製造受託する加工業者が急増していることがあり、現にコメ関連商品を幅広く手がける幸南食糧は、自前のレトルト米飯製造設備を整えるとともに、地域活性化研究所を立ち上げ、産地特産品を活用した商品の開発から製造、販売までをバックアップし、地方創生に一役買っている。

さらに、注目すべきはレトルトがゆで、従来の病人食から、コロナ禍を経て日常食として定着し、生産量が底上げされた。同時に商品の多様化も進み、パックご飯と同様、健康基軸商品に加え、「チゲがゆ」や「コムタンがゆ」など、人気の韓国食を取り入れたトレンド商品も目立ち始めた。

他のカテゴリーでは、乾燥米飯が、災害時の非常食用途でアルファ化米として需要拡大しているほか、冷凍米飯でも、コメ不足時の代替え需要が発生。加えて、冷凍・解凍技術革新により、従来の大手冷凍食品メーカーだけでなく、炊飯ベンダーを中心とした惣菜メーカーやコメ卸など、中小規模の生産設備が増えていることも追い風となり、こうした企業の間で、輸出取り組みも始まっている。

ただ加工米飯の全カテゴリーで、昨今の原料米価格高騰がどう影響するか、危惧されている。各社とも値上げを実施したものの、すべての価格転嫁は困難で、メーカー各社の利益を圧迫。今後、農家高齢化による担い手不足や異常気象によるコメ生産力低下が懸念され、コメ不足が頻発することも予想される中、代替需要と原料米手当の両輪で、対策が急務となっている。

第3章 玄米食の普及促進

沖縄県における玄米食専用品種「金のいぶき」の販売促進活動について

活動の実施内容

宮城県の奨励品種「金のいぶき」について、沖縄県において日本初の高機能な玄米食専用品種として普及することを目的に「みやぎ米販売促進活動支援事業」を活用して2024年1月～2月の2カ月間、那覇市内を中心とした102店舗の量販店や生協、食品スーパーで販売促進活動を実施した。

る運動不足や食習慣の乱れなどが指摘されている(2012年に発表された国民健康栄養調査においても全国一の肥満県と認定されている)。更に、最近の厚生労働省統計においては、沖縄県民の脂肪エネルギー摂取比率が、全国平均よりも5%上回っており、肥満症、糖尿病、心疾患の発症リスクが高いことも併せて指摘されている。

沖縄県内で近年生活習慣病が急増

沖縄は世界屈指の長寿県であったが、近年40代～60代の男性を中心にいわゆるメタボリックシンドローム、糖尿病、高血圧のような生活習慣病が急増し、65歳前に死亡する割合は男女ともに沖縄県が全国1位となってしまった。原因として高脂肪且つ大量消費型の食文化の定着と、車社会によ

玄米が持つ多彩な生活習慣病の改善効果

2011年に日本内科学会の学術総会での琉球大学大学院・医学研究科の益崎裕章教授が講演し、「玄米が持つ多彩な生活習慣病の改善効果」について言及している。

この研究では種々の疫学研究(統計)により、玄米が2型糖尿病の発症予防に有用であると言

那覇市の食品消費動向

総務省統計局・令和4年の都市別の家計調査において、那覇市の一世帯当たりの米の消費量と金額、パンの消費量と金額、麺の消費量と金額、そのほか魚介類、肉類、野菜、調理済食品、外食の順位は以下の結果となった。

- 那覇市のお米一人当たりの年間の消費量は、全国平均の60.9kgに対して68.94kgで52都市中11位、消費金額ベースで全国平均21,869円に対して27,578円で52都市中2位。
- 那覇市のパン一人当たりの年間の消費量は、全国平均で44.59kgに対して37.98kgで52都市中46位、消費金額ベースで全国平均31,769円に対して27,513円で52都市中45位。
- 那覇市の麺一人当たりの年間の消費量は、全国平均で36.60kgに対して30.52kgで52都市中49位、消費金額ベースで全国平均20,130円に対して15,469円で52都市中52位
- 那覇市の一人当りの年間の類別消費金額の順位、魚介類は52都市中52位、肉類は49位、野菜は42位、調理済食品は27位、外食は48位、酒類は41位。

われてきたことに対し、臨床研究により、8週間一日3回の白米主食を玄米に置換えたことで、顕著な体重減少効果、食後の高血糖、高インスリン血症、血管機能の改善効果、脂肪肝の改善効果、高脂肪食に対する嗜好性の軽減効果が得られることを明らかにされた。

γ-オリザノールを白米の15倍含む金のいぶき

益崎教授の研究結果に大きく関与した成分として玄米に特異的、高濃度に含まれる「γ-オリザノール」であることも理化学的に解明された。γ-オリザノールを通常の白米の約15倍含有する「金のいぶき」の普及は、沖縄県民の健康や寿命の増進に貢献する可能性が極めて高い玄米として、その有用性を実証するために沖縄県での普及活動を実施するに至った。

販売促進活動の実施内容

沖縄地域のテレビ局「沖縄テレビ放送」でコマーシャルソング入りの「金のいぶき」の15秒スポット広告を1カ月間に120本集中して放映した。また、沖縄地域の新聞社「琉球新報」で生協やスーパーの店頭販売を支援するために新聞折込チラシを2月に2回実施(10万枚)した。広告宣伝に合わせて、「金のいぶき」を那覇市内を中心とした102店舗の量販店や生協、食品スーパーに一斉に陳列し、「コープおきなわ」や「琉球イオン」、「リユウボウ」等のスーパーでは、店頭で販売員による試食販売も実施した。試食販売は延べ回数50回に上る。

「金のいぶき」の販売促進活動によって得られた効果

沖縄TV広告の効果を期待した那覇市内を中心とする102店舗の量販店や生協、食品スーパーに

玄米食専用品種

金のいぶき

みやぎ県産

県内スーパー各店舗にて 新発売!!

取扱店舗 イオン・マックスバリュ・リウボウストア・丸大・Aコープ
コープおきなわ・ドラッグストアモリ

金のいぶきって何がすごいのか?

【かんたん炊飯】
大きな胚芽が吸水口になるので、「金のいぶき」は白米と同じように家庭用炊飯器で手間なく炊くことができます。簡単炊飯だから玄米食がもっと身近に手軽になります。

【あじわう玄米】
ジューシーやチャーハン、雑炊などアレンジひとつで広がる玄米食メニュー。甘味成分が多く、プチプチ、もっちりした食感が楽しめます。

【栄養まんてん】
胚芽が大きな「金のいぶき」は白米に比べて、GABA含有量が約5倍、食物繊維は7.8倍、γオリザノールは約15倍、ビタミンEは26倍と栄養がぎっしり詰まっています。

GABA
約5倍

食物繊維
約7.8倍

γオリザノール
約15倍

ビタミンE
約26倍

※第三者機関(株)ファンケル分析結果より

金のいぶき おいしいレシピ 検索

<https://www.kin-ibuki.jp/recipe.html>

【お問い合わせ】 おきなわ米販株式会社
〒901-1115 沖縄県南風原町字山川 286-1 TEL:098-888-4090

よって一斉に商品が導入され陳列された。結果、地元の米卸やスーパーのバイヤーなどバリューチェーン上の情報伝達がスムーズに進み、結果個別の商談機会を減らすことができた。

店頭販売員の協力を得て、試食販売時に関心が高い年代層や男女の比率、そして店舗の売場形態など参考になる情報が得られた。店頭で実際に食べてもらう体験価値と、何が伝わると玄米に興味関心が湧くかということがわかり、今後販売促進を継続する上で訴求するポイントが掴めた。

TV広告効果により知名度が高まり、商品が確実に売れ続け、一旦店頭で陳列した店舗は、通常取扱品目として継続的に販売されている。特にコープおきなわの店舗における独自の陳列ディスプレイやPOPの配置で、その後生協でのカタログ販売による共同宅配品目にも選定された。金のいぶきが持つ栄養機能の優位性や食べやす

さなどを説明出来る売場作りやカタログは、販売方法としても有効であることが判明した。

販売促進活動の総括

地域やそこに暮らす人々に対して玄米食が有用であるかどうかを判断するためには、人間の持つ五感のはたらきを最大限活かすことが重要である。TV広告により視覚・聴覚、店頭POPと商品を手に取ることによる視覚と触覚、店頭販売による試食での情報収集により消費者は金のいぶきの購入に至った。沖縄県での販売促進活動の成果は、他の地域で普及する際にも有効であることが考えられる。今回の活動では家庭用に販路を限定したが、五感に訴える普及活動は、今後施設給食や飲食業、中食（調理済食品）などいつでもどこでも食べられる分野に広げていくことが求められる。

「金のいぶき」の有効成分 (数字は白米比)

- 高脂肪食に対する嗜好性を軽減する効果のある「 γ -オリザノール」は、約15倍
- 脂肪肝に効果があるイノシトールは、約4.8倍
- 血圧改善効果があるGABAは、約5倍
- 日本人に不足がちな食物繊維は、約7.8倍
- 動脈硬化や血栓の予防、血圧の低下、悪玉コレステロールの減少などの働きがあり、「若返りのビタミン」と言われているビタミンEは、約26倍



コープおきなわ 陳列風景 (2025年1月撮影)

香港のおにぎりチェーン

香港の人気おにぎりチェーン「華御結（はなむすび）」では、現地の人の健康志向に対応し、全店で日本米を使った玄米おむすびを提供している。原料米は、高栄養とおいしさを兼備する玄米食専用品種「金のいぶき」。これに伴い宮城県の米穀事業者が香港に向けて輸出している。

香港では日本食の人気が高まるに伴い、おにぎり専門店が増えている。華御結はその最大手で、百農社国際有限公司（百農社）が展開。西田宗生董事長は、玄米が現地の人の健康志向に合致すると判断。ジェトロ仙台の紹介で金のいぶきを知り、試食をしたところ美味しさに驚愕し、採用を決定した経緯がある。

その後の炊飯テストを経て本格展開を決定。メニューは「きんぴらごぼう」からスタートし、現在は

「ツナマヨ」と「野沢菜大豆」「あさりの醤油煮」の3メニューを提供しており、顧客評価も上々。

百農社は董事長の西田宗生氏が2010年に香港で創業した。100%日本米のほか、具材も極力日本食材を使用するなど、ヘルシーな食生活を求める香港人のニーズに合致し、順調に出店を拡大している。主要なショッピングモールや商業地域、大規模住宅街、学校周辺などに目下150店舗（2024年12月現在）を出店。高い品質を確保するため、製造に関わるすべての工程は厳しく管理された自社工場で行っている点も特徴となっている。今後は世界規模での出店を進め、2030年には1万店の出店を目標としており、右肩下がりにある日本米の新たな需要先として大いに期待されている。



「華御結」店舗風景



目の付きやすい棚へ陳列された玄米おにぎり



おにぎりの具材は毎月見直されている（2023年4月撮影）

中国蘇州で発芽玄米

2024年、妙健康社（北京妙医佳信息技术有限公司）が運営する健康管理プラットフォーム事業会社）により中国蘇州を起点に、発芽玄米の製造販売が本格的に開始された。開始にあたり2024年8月には（一社）高機能玄米協会との間で発芽玄米に関する製造や生産技術、その他経験や知見に基づく助言などを元に、業務委託契約を締結していくことで合意に至っている。

2024年11月25日、蘇州において妙健康社による商品発表会が開催された。発芽玄米の健康効果に期待を寄せる投資家や報道関係者、有識者等が多数詰めかけた。日本からは高機能玄米協会の理事や会員企業が招待され講演を行った。

妙健康社は中国国内大手保険会社の契約者約1億人の顧客データを管理している。健康情

報や健康を促す商品をデータ内の顧客へ販売するサービスを開始することで、不健康からの疾病や死亡リスクを軽減させる目的がある。その第一弾として発芽玄米が候補に挙げた。妙健康社孔董事長の母親が以前生活習慣病に罹患した際、日本で発芽玄米を購入し症状の改善に役立てたことが、発芽玄米を手掛けようとした理由のひとつにある。妙健康社は従業員が自社の発芽玄米を食べた後の血糖値などを自主的に計測し、そのデータを検証しながら販売促進に繋げようとしている。現在天津の工場で製造を開始しているが、対象が1億人のため今後製造工場の建設など課題が多い一方で、マーケット規模は大きく期待は膨らむばかりである。



招待され日本の発芽玄米について講演する高機能玄米協会尾西会長



商品に期待する多くの中国国内報道関係者と専門家が駆け付けた商品発表会の会場風景



妙健康社が今回発表した発芽玄米のパッケージと商品ケース

玄米食の普及に欠かせないレシピ開発

主食でありながらまだまだ特定の需要しかない玄米だが、一般生活者の中に玄米食を浸透させていく上で欠かせないのは、玄米を食事として美味しく食べられるメニューである。そのためには食事を提供する側の視点が欠かせない。家庭であれ外食・中食市場であれ、提供する側が使いこなせる玄米食専用の料理レシピは、まだまだ数が多いとは言えない。その一方で健康米に注目

が集まることに比例して、最近ではSNS等でレシピを発表する事例も見受けられる。今回は長年玄米レシピを研究している管理栄養士 葛西佳奈が考案した、(株) 神明の「簡単おいしい玄米」を使ったレシピを2点紹介する。他にもInstagramや公式ホームページなどで玄米レシピを掲載している事例があるので、今後の展開に期待していきたい。

カニカマとチーズのサラダごはん



材料 4人分

「簡単おいしい玄米」：2合(300g)
和風胡麻ドレッシング：大さじ4
(お好みのドレッシングでOK)

A

カニカマ：8本(1cm長さに切る)
プロセスチーズ：80g(1cmの角切り)
きゅうり：1本(1cmの角切り)
レタス：1/4個(2cmの角切り)

- 1 簡単おいしい玄米を炊く。
水540ccを加えて一時間浸漬し、白米モードで普通に炊く。
- 2 Aの材料を切る。
- 3 炊きあがった玄米ご飯に和風胡麻ドレッシングを混ぜる。
- 4 粗熱のとれた3のご飯にAを加え、さっと混ぜる。

(株) 神明「簡単おいしい玄米の簡単おいしいレシピ」より <https://oishii-genmai.com>

大豆入りドライカレー

**材料** 4人分

「簡単おいしい玄米」：2合 (300g)

豚ひき肉：200g

蒸し(ゆで)大豆：100g～150g

おろしにんにく：小さじ1

米油：大さじ1

- A** 玉ねぎ：1/2個 (1cmの角切り)
にんじん：1/3本 (1cmの角切り)
ピーマン：4個 (1cmの角切り)

- B** ケチャップ：大さじ2
コンソメ：小さじ2
塩：小さじ1/2
カレー粉：小さじ3～4 (お好みで加減)

- 1** 簡単おいしい玄米を炊く。
水540ccを加えて一時間浸漬し、白米モードで普通に炊く。
- 2** **A**の材料を切る。
- 3** フライパンに米油を熱し、豚ひき肉とおろしにんにくを入れて、肉の色が変わるまで炒める。
- 4** 蒸し大豆、玉ねぎ、にんじんを加えて火が通るまで炒める。
※ピーマンが苦手な方はこのタイミングで一緒に炒める。
- 5** **B**を加えてよく炒める。
- 6** ピーマンと炊きあがった玄米ご飯を加えてよく混ぜながら炒める。

(株) 神明「簡単おいしい玄米の簡単おいしいレシピ」より <https://oishii-genmai.com>

【参考】レシピを掲載しているWebサイト・SNSの一例

- (株) ファンケル
FANCL CLIP
「発芽米でつくる元気ごはん」(レシピ&ライフ)
<https://www.fancl.co.jp/clip/recipe/genmairecipe/index.html>
- 幸南食糧(株)
「豆乳入り飲む玄米ヨーグルトレシピ」
📷 1002_kohnanshokuryo
- たいまつ食品(株)
「玄米もちレシピ」
<https://www.omochi.ne.jp/home/recipe.asp>
- 三和油脂(株)
「まいにちのレシピ」
<https://sanwa-yushi.co.jp/recipe/>
- ボーソー油脂(株)
「おいしいレシピ」
<https://www.boso.co.jp/recipe/>
- 築野食品工業(株)
「こめ油レシピ」
📷 wakayama_tsuno
- (株) 金のいぶき
「金のいぶき」おいしいレシピ
<https://www.kin-ibuki.jp/recipe.html>

第2部

第1章 玄米食に関する意識調査

調査概要	24
回答者の属性	25
健康米の食用状況	26
健康米の食用場所（玄米定期食用者）	27
健康米のイメージ（玄米認知者）	28
外食時の玄米選択志向（玄米認知者）	28
玄米食のタイミング（玄米定期食用者）	29
玄米の炊飯・調理方法（玄米定期食用者〈自宅〉）	29
玄米食の満足度（玄米定期食用者〈自宅〉）	30
玄米を食べない理由（玄米非定期食用者）	30
玄米の特長認知度	31
玄米の魅力度	31
玄米の特長認知度 × 玄米の魅力認知度	32
玄米特長認知後食用意向	33

第2章 RDS-POSデータ

健康米販売数量推移	34
カテゴリー別販売数量推移	35
月別販売数量前年比推移（2024年7月～2025年1月）	36
売れ筋商品ランキング（2019年～2024年販売金額）	37

第1章 玄米食に関する意識調査

調査概要

『玄米食白書2025』の発行に向けて、2025年1月、一般家庭の女性500人にアンケート調査を実施した。

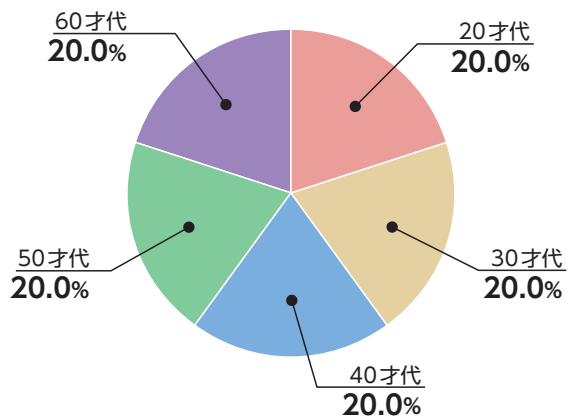
- 企画協力 : 日本食糧新聞
- 目的 : 健康米の食用動向を探るため
- 調査タイトル : 玄米食に関するアンケート
- 調査対象 : 20～60才代の女性
- サンプル数 : 合計500人(100サンプル×5年代)

計	20才代	30才代	40才代	50才代	60才代
500人	100人	100人	100人	100人	100人

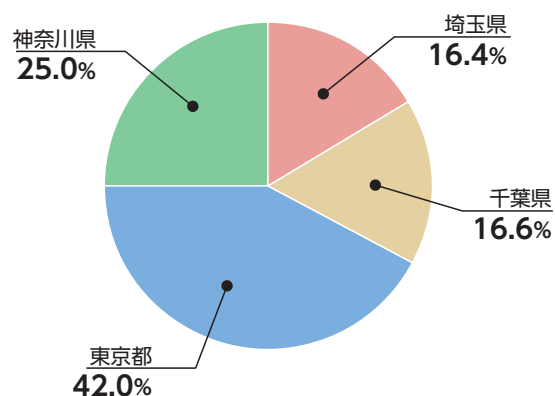
- 調査地域 : 首都圏(東京都、埼玉県、神奈川県、千葉県)
- 調査手法 : インターネット調査
- 調査時期 : 2025年1月
- 調査機関 : (株)ジャパン・マーケティング・エージェンシー
- 用語の定義 : 「玄米」 精白していないコメ
「発芽玄米」 玄米を発芽させ栄養価を高めたもの
「ロウカット玄米」 玄米表面のロウ層のみ削って食べやすくしたもの
(東洋ライスの登録商標)
「金のいぶき」 おいしさと高栄養を兼備した玄米食専用品種
「麦ごはん」 白米と大麦(精麦)を混ぜて炊いたもの
「 雑 穀 米 」
五穀米、十六穀米などのミックス雑穀を白米に
混ぜて炊いたもの
「その他の健康米」 胚芽米(金芽米や金賞健康米などを含む)

回答者の属性

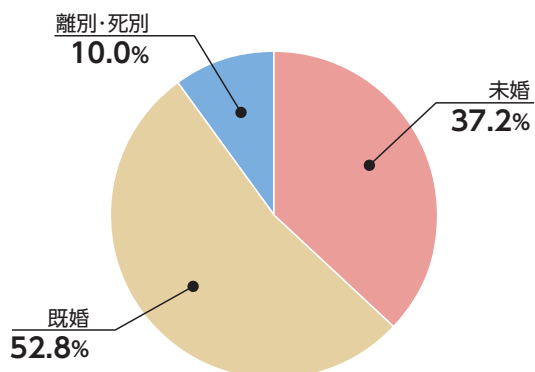
年齢



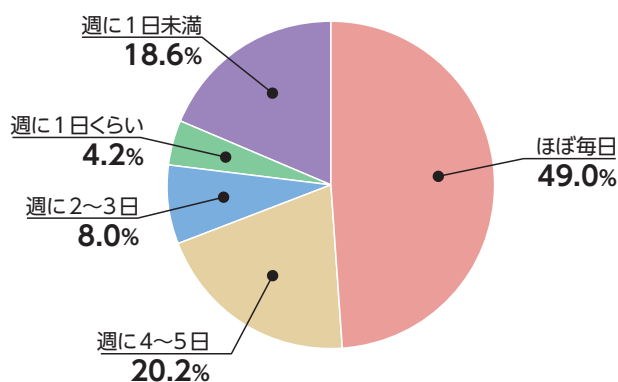
居住地域



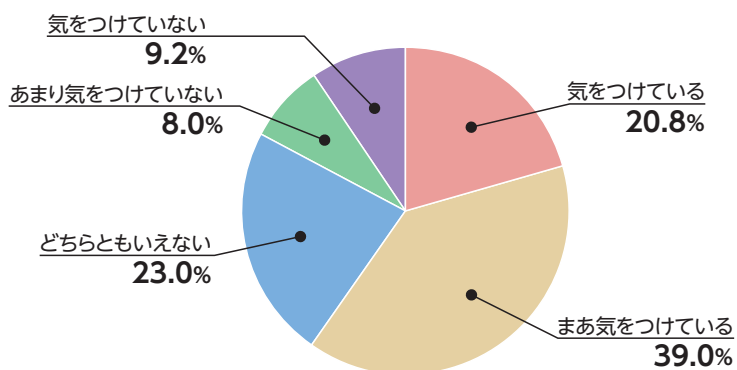
未婚別



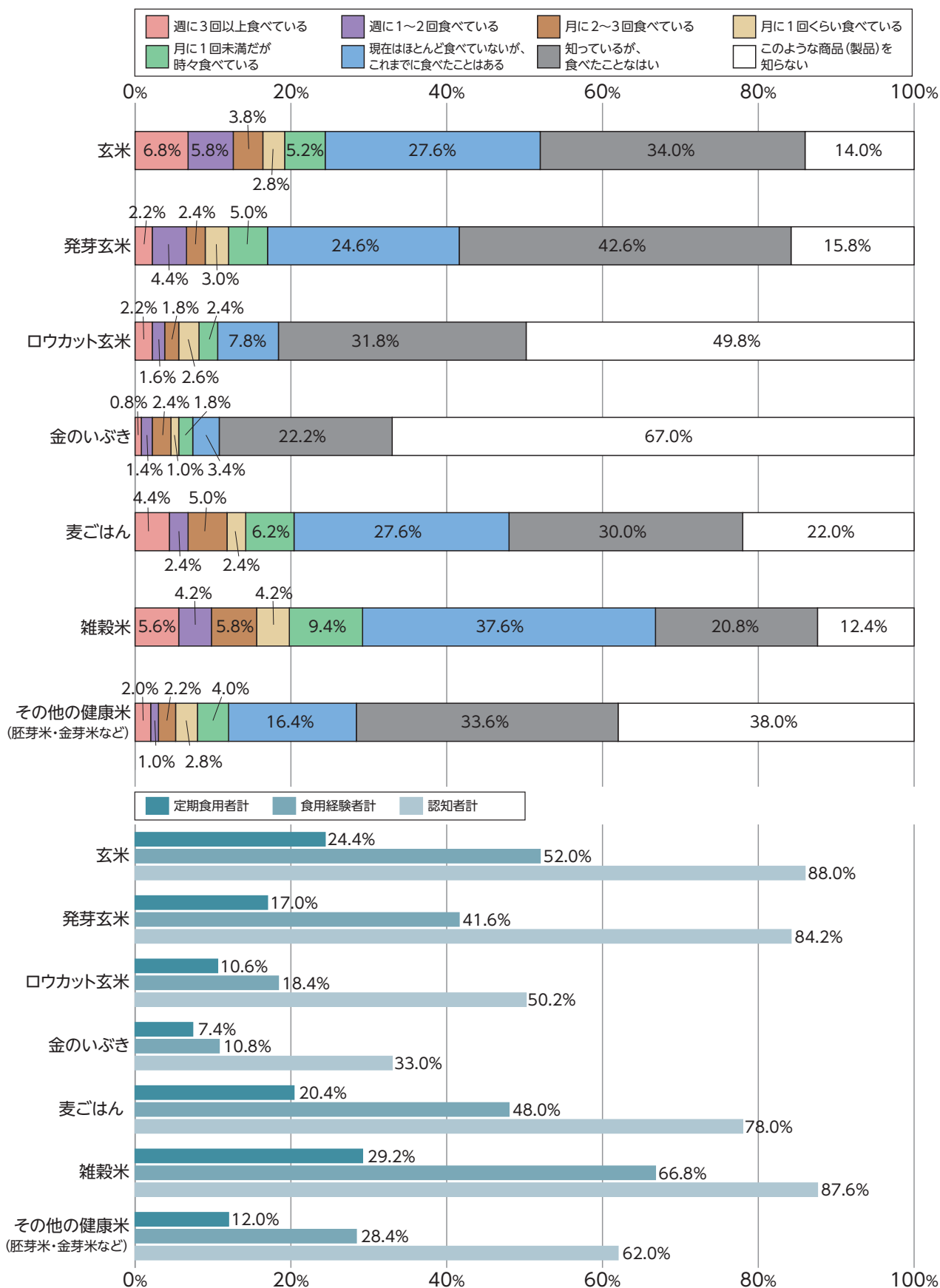
自宅での料理頻度



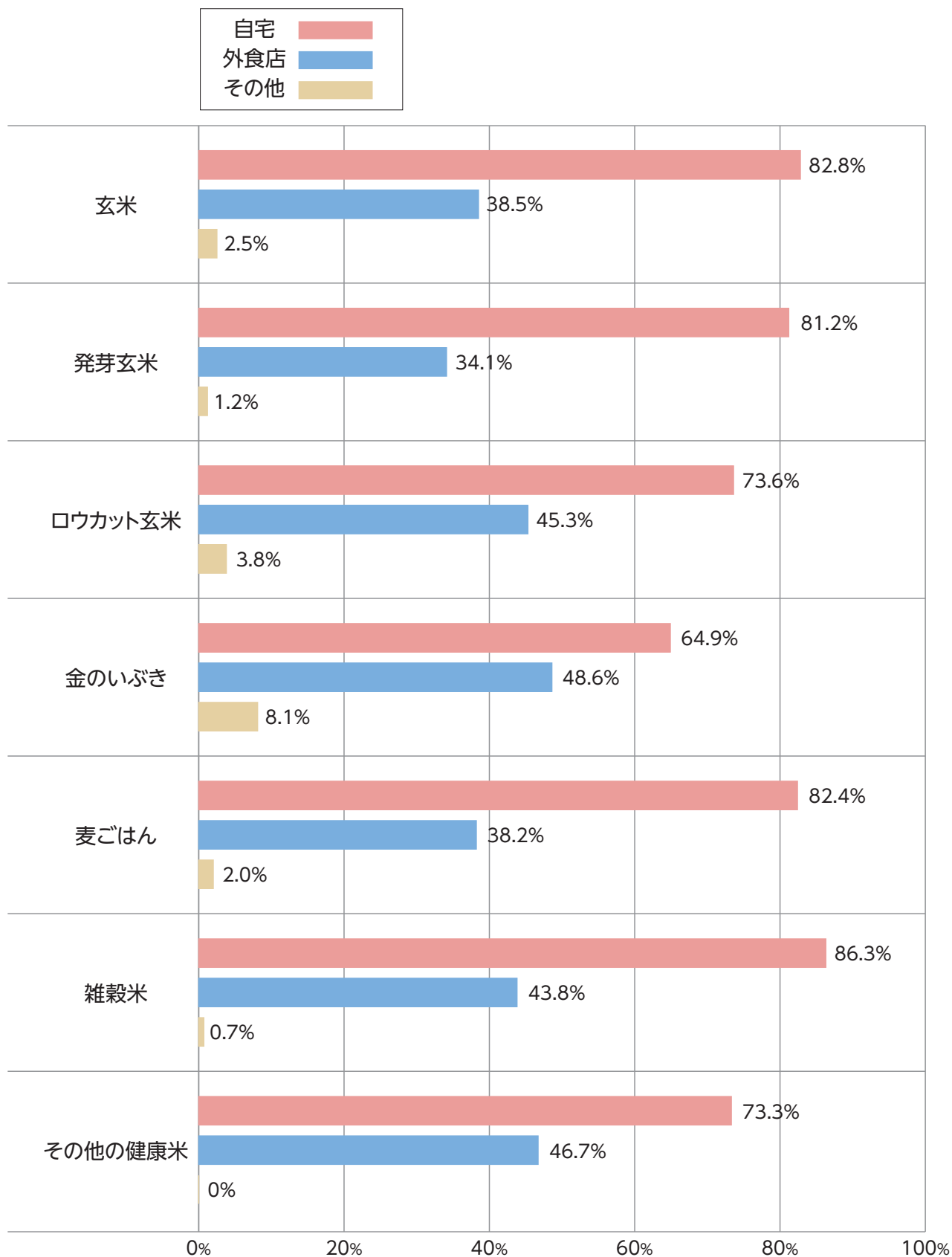
健康な食生活に気をつけているか



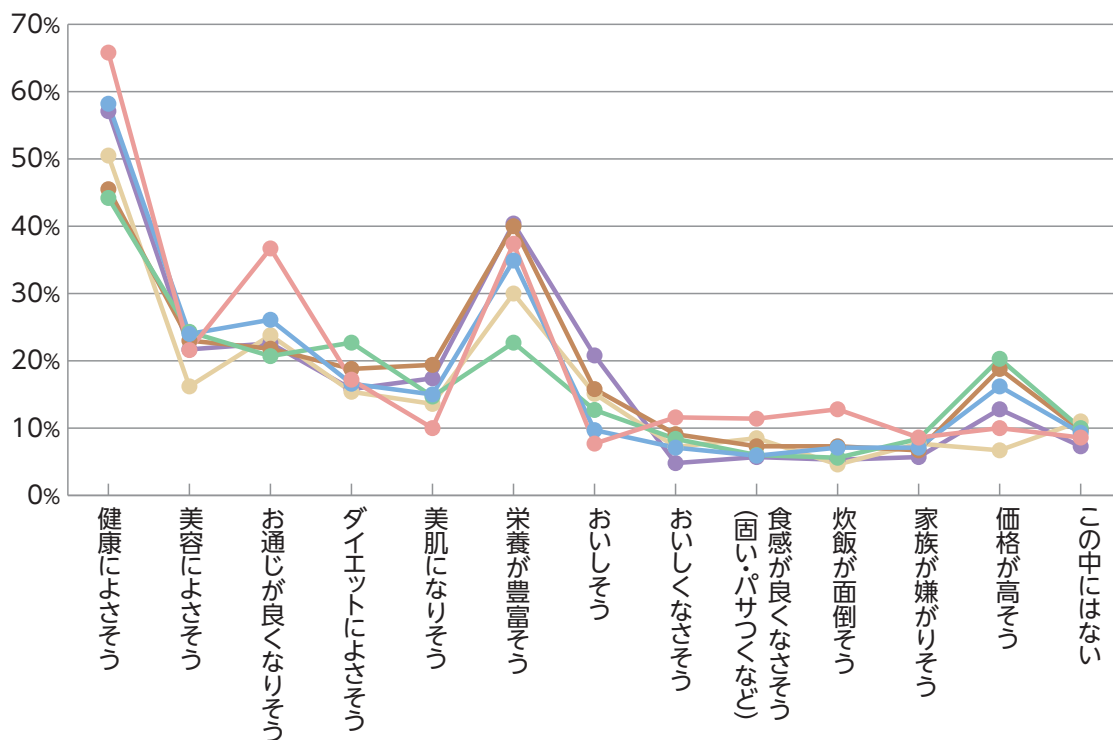
健康米の食用状況



健康米の食用場所（玄米定期食用者）

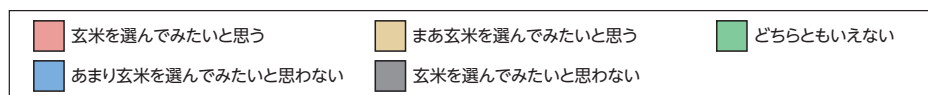


健康米のイメージ(玄米認知者)

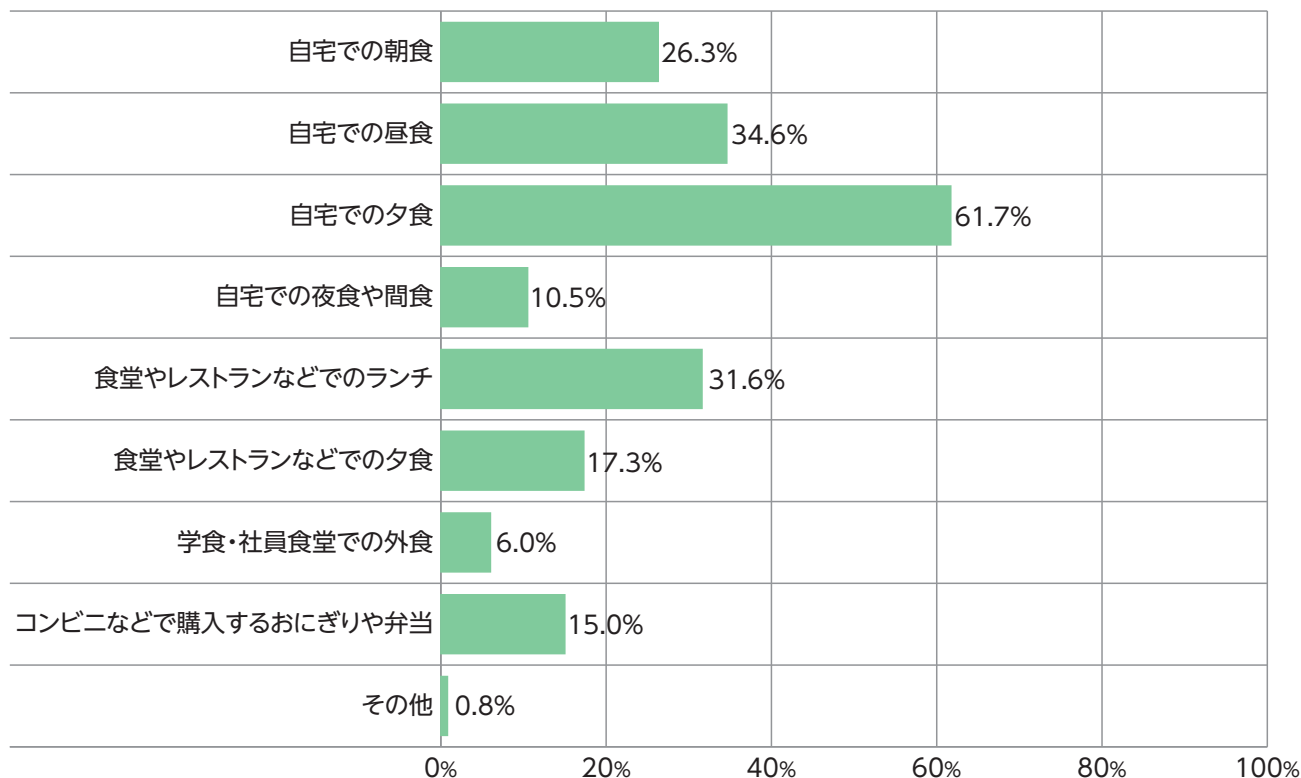


玄米 (n=430人)	65.8	21.6	36.7	17.2	10.0	37.4	7.7	11.6	11.4	12.8	8.6	10.0	8.6
発芽玄米 (n=421人)	58.2	24.0	26.1	16.6	15.0	34.9	9.7	7.1	5.9	7.1	7.1	16.2	9.3
ロウカット玄米 (n=251人)	44.2	24.3	20.7	22.7	14.7	22.7	12.7	8.4	6.0	5.6	8.4	20.3	10.0
金のいぶき (n=165人)	45.5	23.0	21.8	18.8	19.4	40.0	15.8	9.1	7.3	7.3	6.7	18.8	9.7
麦ごはん (n=390人)	50.5	16.2	23.8	15.4	13.6	30.0	15.1	7.2	8.5	4.6	7.7	6.7	11.0
雑穀米 (n=438人)	57.1	21.7	22.6	15.8	17.4	40.4	20.8	4.8	5.7	5.3	5.7	12.8	7.3

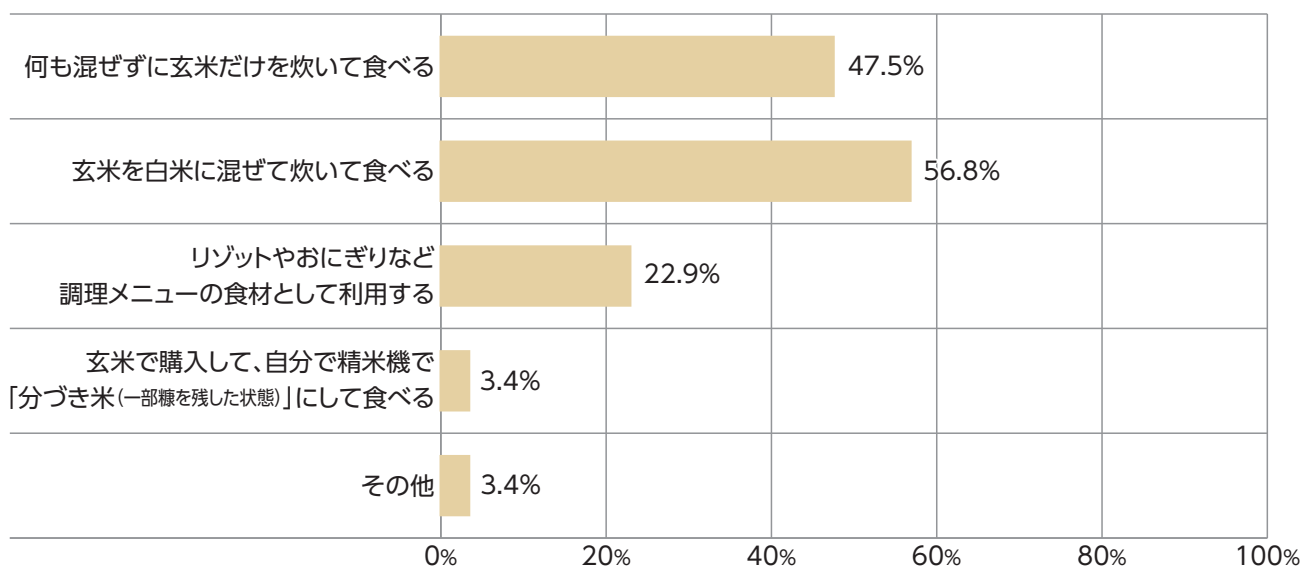
外食時の玄米選択志向(玄米認知者)



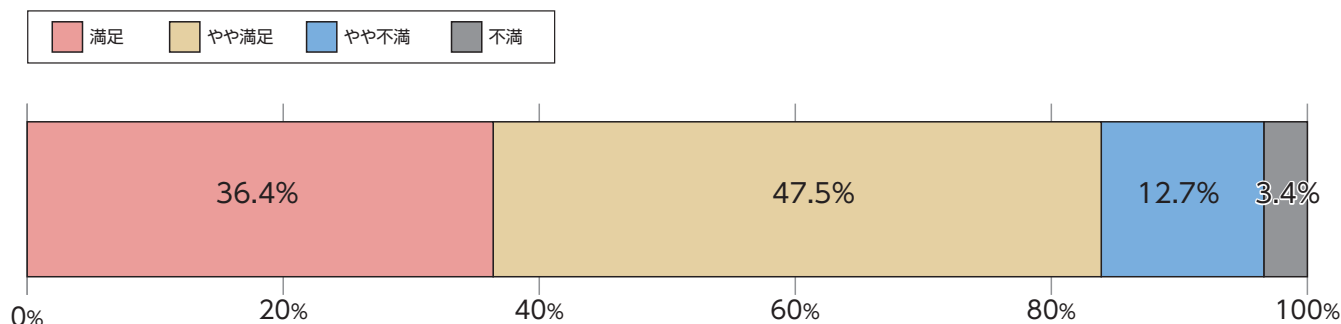
玄米食のタイミング（玄米定期食用者）



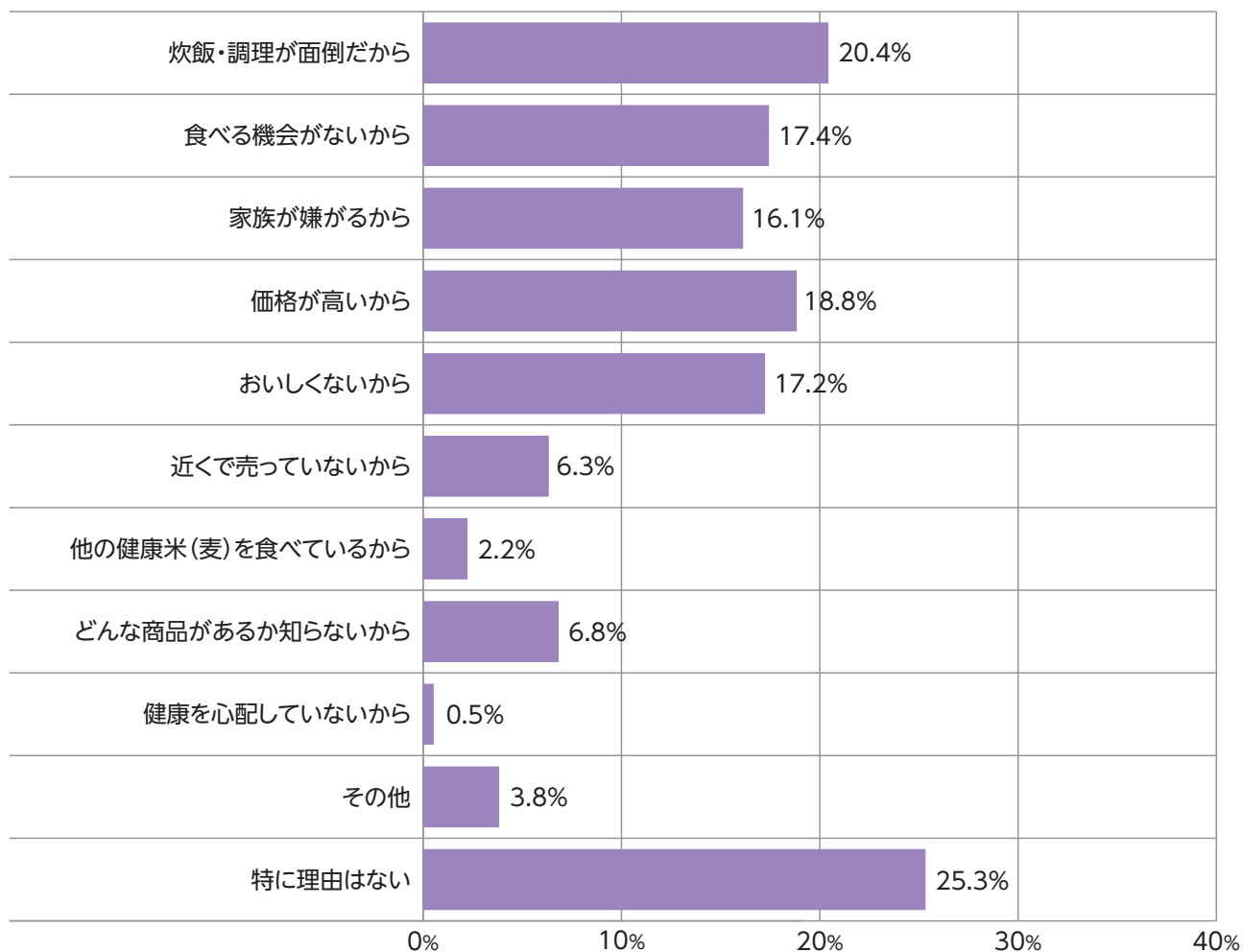
玄米の炊飯・調理方法（玄米定期食用者〈自宅〉）



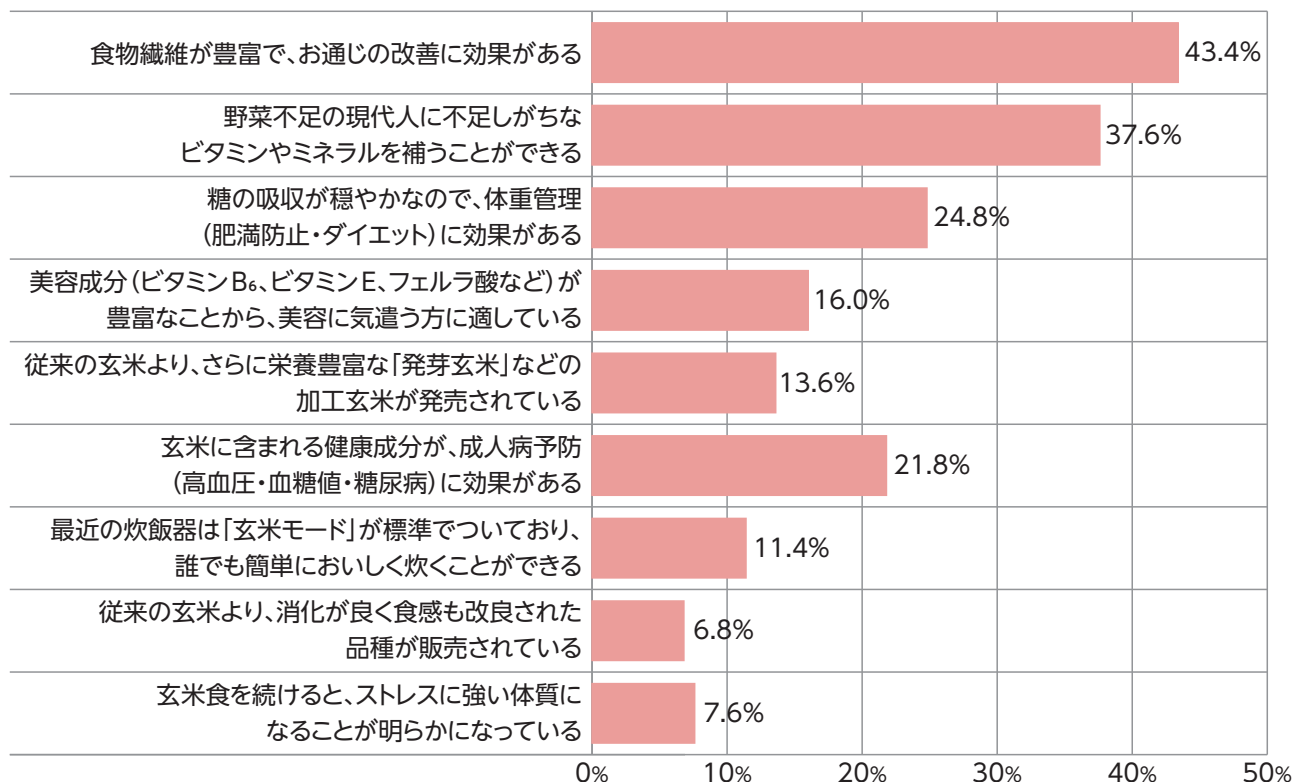
玄米食の満足度（玄米定期食用者〈自宅〉）



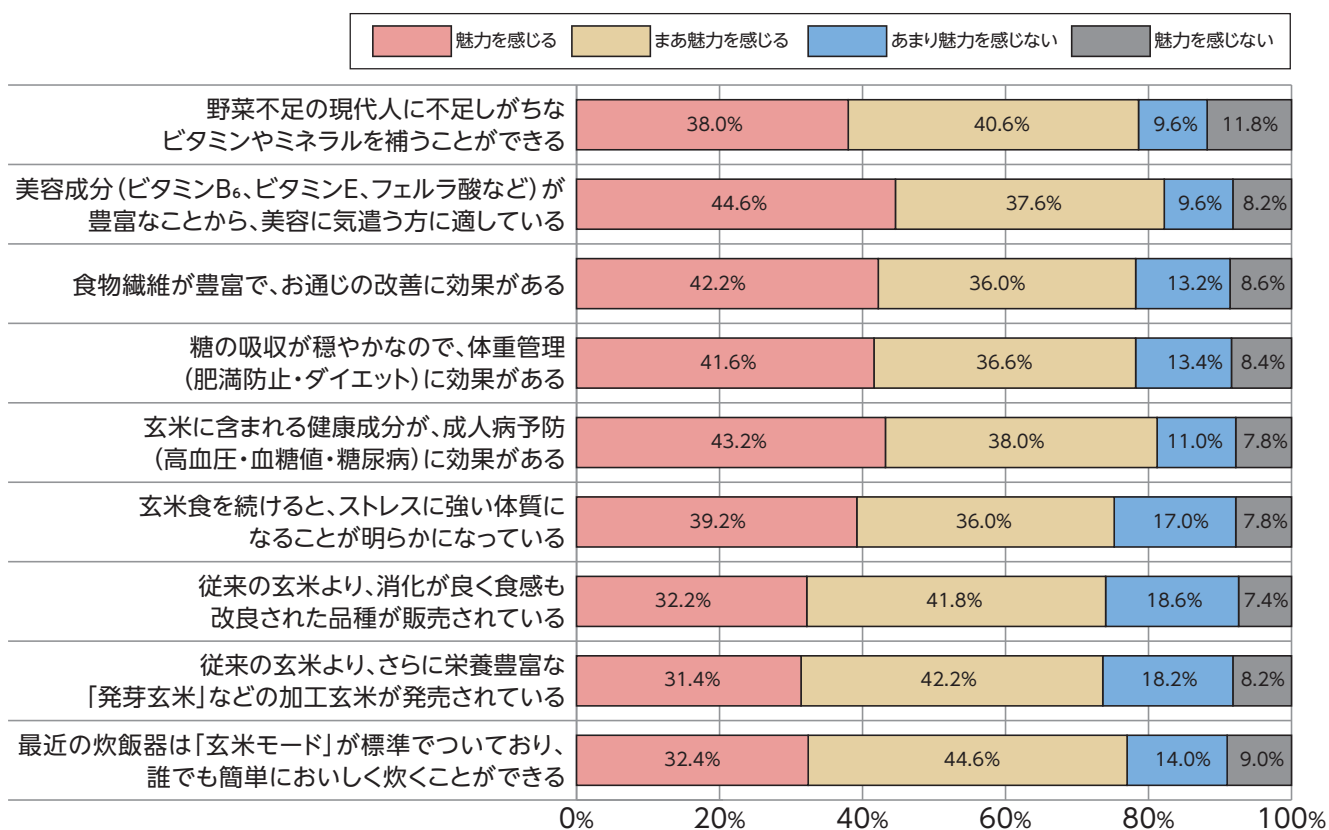
玄米を食べない理由（玄米非定期食用者）



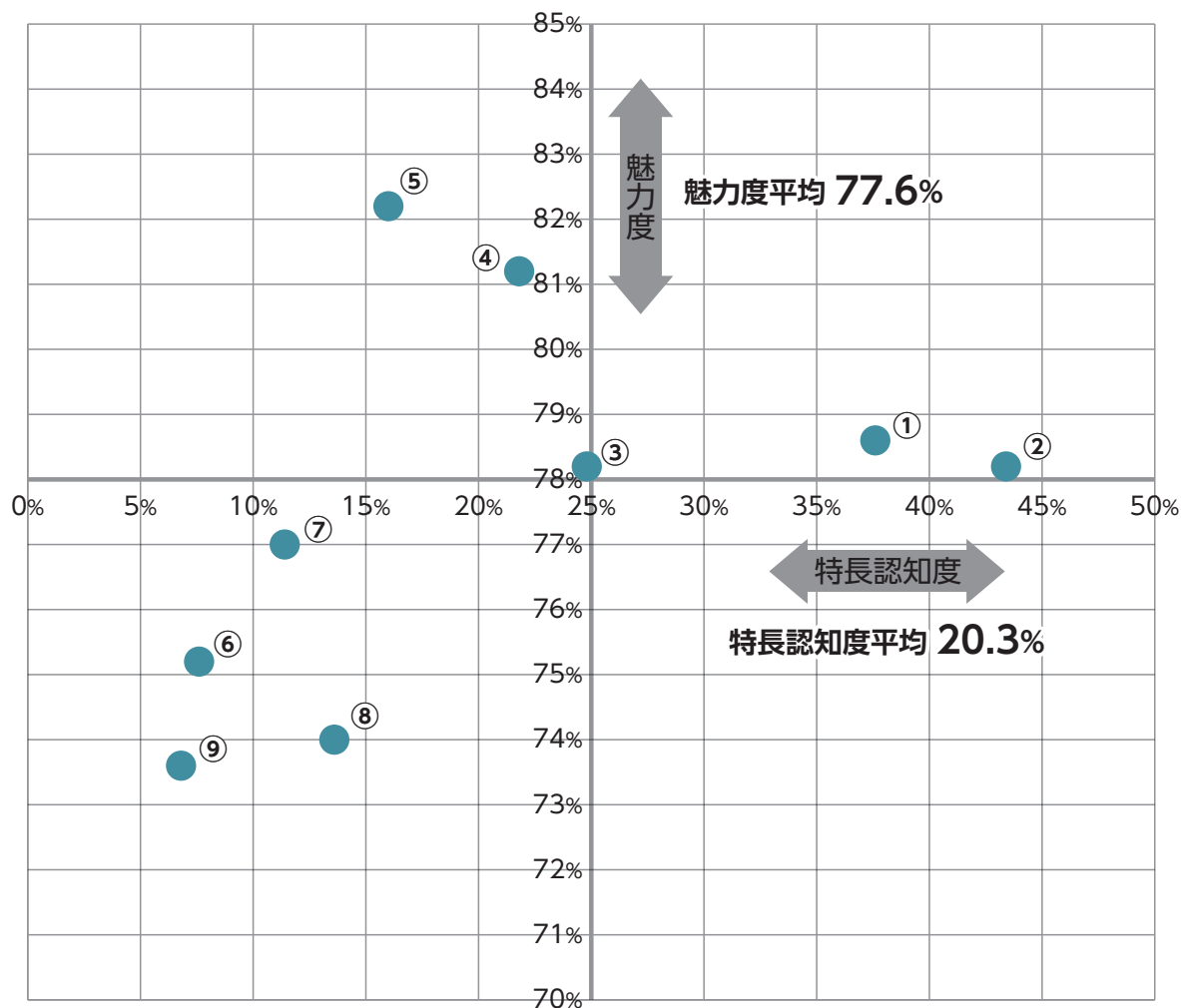
玄米の特長認知度



玄米の魅力度

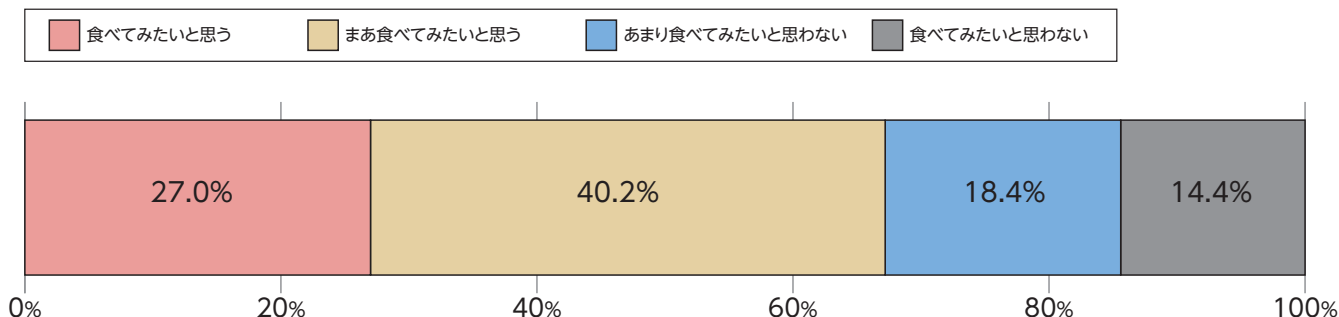


玄米の特長認知度 × 玄米の魅力認知度

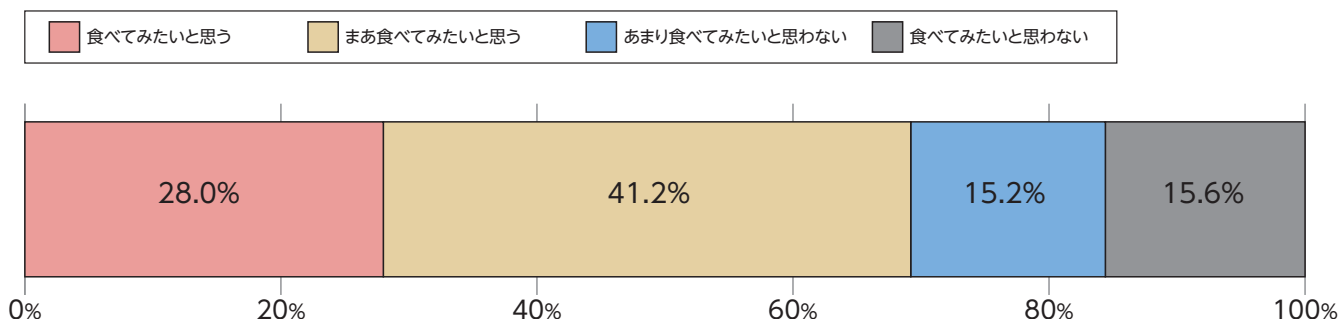


	魅力度	特長認知度
① 野菜不足の現代人に不足しがちなビタミンやミネラルを補うことができる	78.6%	37.6%
② 食物繊維が豊富で、お通じの改善に効果がある	78.2%	43.4%
③ 糖の吸収が穏やかなので、体重管理(肥満防止・ダイエット)に効果がある	78.2%	24.8%
④ 玄米に含まれる健康成分が、成人病予防(高血圧・血糖値・糖尿病)に効果がある	81.2%	21.8%
⑤ 美容成分(ビタミンB ₆ 、ビタミンE、フェリル酸など)が豊富なことから、美容に気遣う方に適している	82.2%	16.0%
⑥ 玄米食を続けると、ストレスに強い体質になることが明らかになっている	75.2%	7.6%
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	77.0%	11.4%
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	74.0%	13.6%
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	73.6%	6.8%

玄米特長認知後食用意向



金のいぶき食用意向



調査まとめ

玄米類や麦ごはん、雑穀米など健康米に対する認知度は向上し、過去も含め食べた経験のある人は、玄米と雑穀米で60%を超えている。ただ、週に1回以上食べている人は、玄米で12.6%、雑穀で9.8%にとどまるなど、頻度はあまり高くなく、継続摂取の有用性を訴求することが重要だ。

どこで食べるかを聞くと、健康米のすべてのカテゴリーで、自宅で食べるケースが圧倒的に多い。だが玄米に限って聞くと、白米と選択できる外食店で、約45%が「玄米を選んでみたい」と答える。さらに、玄米を日頃、食べていない人に理由を聞くと「炊飯・調理がめんどろ」が20%、「食べる機会がない」が約17%に上ることから、外食や中食での提供に今後の成長の鍵が隠されているとみていいだろう。

一方、健康米を知っている人が持つイメージとして、「健康」「便通」「栄養豊富」が高い半面、「美容」「ダイエット」「美肌」は低く、訴求ポイントとしてポテンシャルが高い項目だけに認知向上に向けた努力が欠かせない。

また、玄米に魅力を感じる点として「ビタミン・ミネラル補給」が78.6%いるのに対し、この認知度は37.6%にとどまる。さらに「糖の吸収が穏やかで体重管理(肥満防止・ダイエット)効果」に至っては、魅力を感じる人が78.2%いるのに対し、認知度は24.8%にとどまることから、こうした項目の認知向上を図ることで需要拡大につながるのではないか。現に、こうした特長を知った後に食べてみたいと答えた人は、玄米で67%、金のいぶきで69.2%に上っている。

第2章 RDS-POSデータ

「RDS-POSデータ」はマーチャндаイジング・オン社が運営するスーパー、ドラッグストアなど、325企業6325店のPOS情報から集計された市場データサービス。データは100店舗当たりの販売数量。

米価高騰の折、実際の販売状況を探るため日本食糧新聞が数量ベースで図表にまとめた。

健康米販売数量推移

第1次もち麦ブーム (17年～19年)

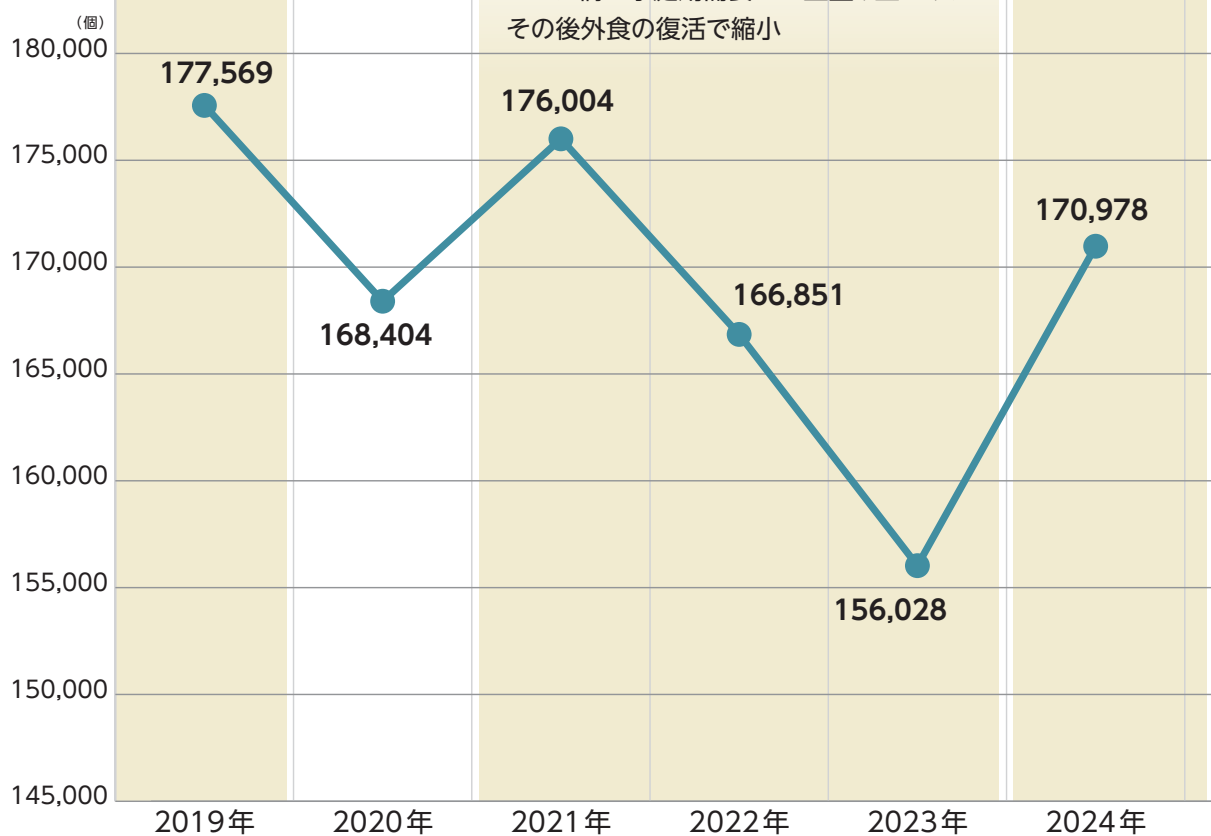
TV番組でダイエットや健康効果が盛んに取り上げられた

米価高騰で健康米が盛り返す (24年～)

米価高騰で健康米全体に値頃感が出たことや割増し炊飯で再度拡大

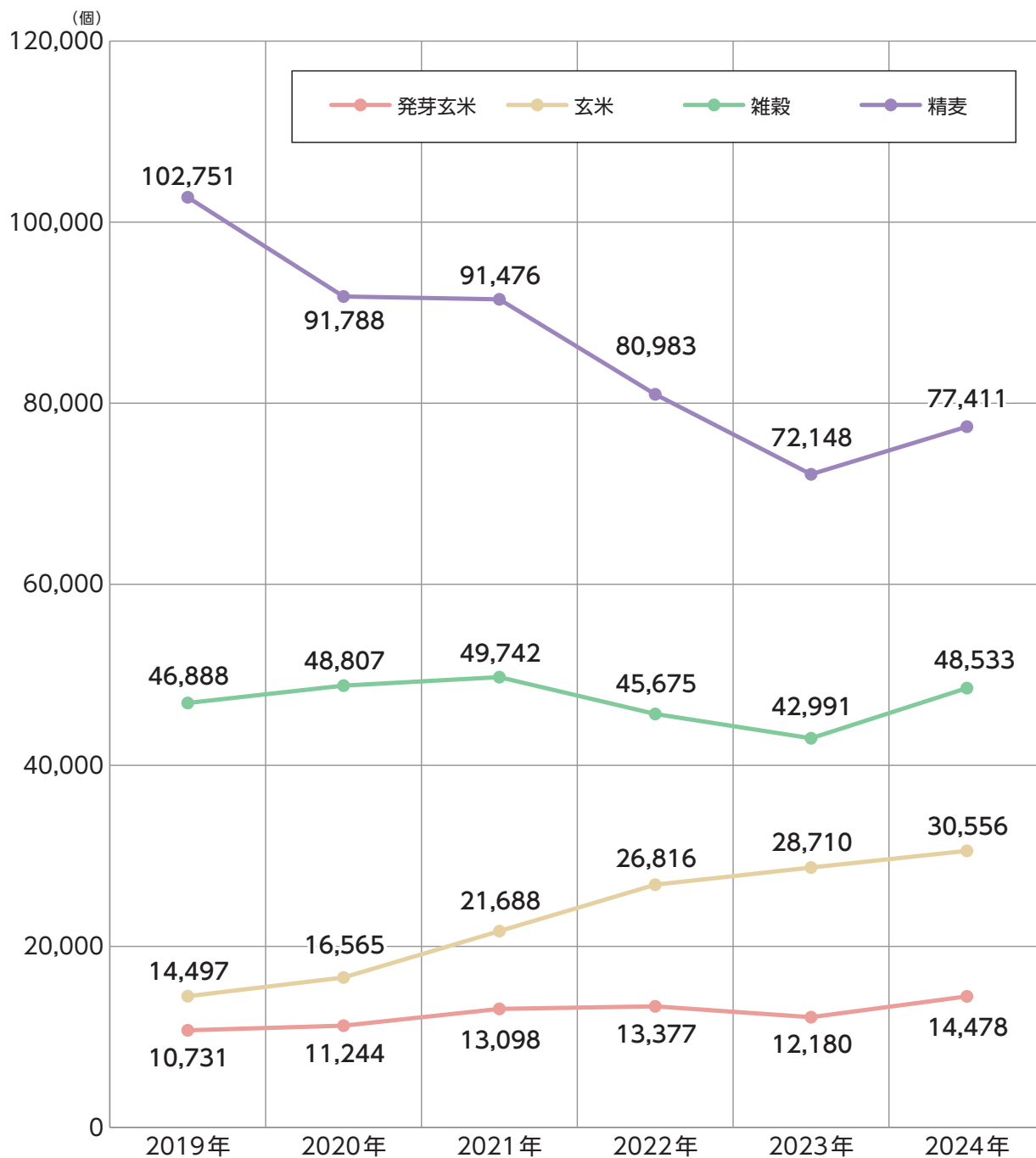
新型コロナの影響で減少 (21年～23年)

20年は反動で下がったが、21年はコロナ禍の家庭用需要で一旦盛り上がり、その後外食の復活で縮小



発芽玄米と玄米、雑穀、精麦の販売数量合計値 (RDS-POS データ)

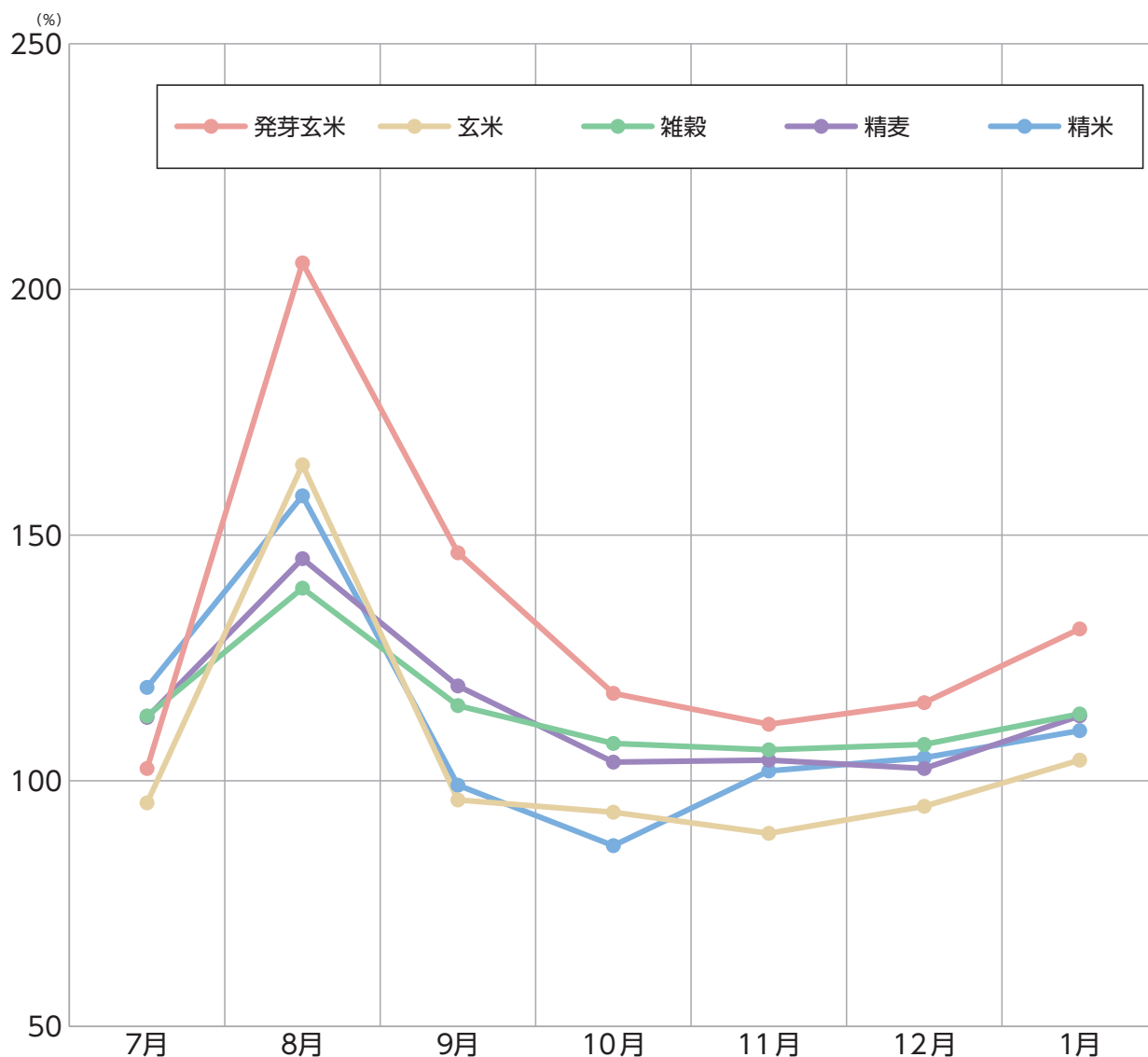
■ カテゴリー別販売数量推移



近年の健康米カテゴリー別販売数量の推移では、最もシェアの高い精麦で、健康米全体と同様の傾向が見られるが、他のカテゴリー（雑穀・玄米・発芽玄米）は一貫して堅調に推移している。

ただ、雑穀と発芽玄米で若干、23年にポストコロナの縮小、24年に盛り返しが見られる。半面玄米は、一貫して成長を続けている。

■ 月別販売数量前年比推移 (2024年7月～2025年1月)



昨年8月、南海トラフ地震情報で需要が盛り上がり、コメ売場が空になり、その後米価の大幅高騰が続く令和のコメ騒動渦中であって、精米と健康米の販売状況を探るため、カテゴリー別に直近半年間の月別販売数量前年比の推移をグラフで表した。

うち精米は、8月に前年比50%以上に上り、家庭内在庫が増えたため、9～10月は前年より減少。ただ、新米に切り替わり米価が本格的に上がり始めた11月から、再度増加に転じ、1月は、同2桁の伸長となっている。要因についてさまざまな見方があるが、コメがなくなることの恐怖感が

購買意欲を喚起している可能性がある。

玄米は、精米代替として購入されるケースが多いためか、精米と同様の動きで推移しており、8月は前年比64%増となり、その反動で9～12月は前年割れしたものの、1月は拡大に転じている。

精麦や雑穀も精米と同様、8月に大きな山を作り、その後も堅調に推移し、1月は前年比2桁増と大きく伸長。発芽玄米は、他のカテゴリーと比べ市場規模が小さいため、伸び率が最も高く、8月に前年比2倍以上を確保した後、一貫して同2桁増をキープしている。

■ 売れ筋商品ランキング(2019年～2024年 販売金額)

発芽玄米

	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
1	ファンケル 発芽米 750g	ファンケル 発芽米 750g	ファンケル 発芽米 750g	ファンケル 発芽米 750g	ファンケル 発芽米 750g	ファンケル 発芽米 750g
2	ファンケル 発芽米 950g	大潟村あきたこまち 生産者協会 秋田県産 発芽玄米鉄分強化 2kg	ファンケル 発芽米 950g	はくばく もっちり美味しい 発芽玄米+五穀 1kg	はくばく もっちり美味しい 発芽玄米+五穀 1kg	はくばく もっちり美味しい 発芽玄米+もち麦 1kg
3	大潟村あきたこまち 生産者協会 秋田県産 発芽玄米鉄分強化 2kg	ファンケル 発芽米白米仕立て 750g	大潟村あきたこまち 生産者協会 特裁こまち発芽玄米 1kg	はくばく もっちり美味しい 発芽玄米+もち麦 1kg	はくばく もっちり美味しい 発芽玄米+もち麦 1kg	大潟村あきたこまち 生産者協会 秋田県産 あきたこまち 発芽玄米 鉄分 900g
4	大潟村あきたこまち 生産者協会 特裁こまち 発芽玄米 1kg	大潟村あきたこまち 生産者協会 特裁こまち 発芽玄米 1kg	加戸米販 秋田特裁発芽玄米 600g	ファンケル 発芽米 950g	大潟村あきたこまち 生産者協会 秋田県産 あきたこまち 発芽玄米 鉄分 900g	はくばく もっちり美味しい 発芽玄米+五穀 1kg
5	はくばく 発芽玄米 500g	ファンケル 発芽米 950g	はくばく もっちり美味しい 発芽玄米+五穀 1kg	加戸米販 秋田特裁発芽玄米 600g	大潟村あきたこまち 生産者協会 秋田県産発芽玄米 鉄分強化 2kg	ファンケル 発芽米 950g

玄米

	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
1	東洋ライス 金芽ロウカット玄米 2kg	東洋ライス 金芽ロウカット玄米 2kg	東洋ライス 金芽ロウカット玄米 2kg	東洋ライス 金芽ロウカット玄米 2kg	東洋ライス 金芽ロウカット玄米 2kg	東洋ライス 金芽ロウカット玄米 2kg
2	大潟村あきたこまち 生産者協会 早炊き玄米 鉄分 1kg	大潟村あきたこまち 生産者協会 早炊き玄米 鉄分 1kg	ヤマタネ 玄米 秋田あきたこまち スタンド 5kg	ヤマタネ 玄米 秋田あきたこまち スタンド 5kg	ヤマタネ 玄米 秋田あきたこまち スタンド 5kg	東洋ライス 金芽ロウカット玄米 2kg
3	大和産業 白米と同じに炊ける やわらかい玄米 900g	大和産業 白米と同じに炊ける やわらかい玄米 900g	ヤマタネ 精選玄米 秋田県産あきたこまち 2Kg	ヤマタネ 精選玄米 秋田県産あきたこまち 2Kg	ヤマタネ 精選玄米 秋田県産あきたこまち 2Kg	ヤマタネ 玄米 秋田あきたこまち スタンド 5kg
4	ヤマタネ 玄米 秋田あきたこまち スタンド 5kg	ヤマタネ 玄米秋田 あきたこまち スタンド 5kg	大和産業 白米と同じに炊ける やわらかい玄米 900g	神明 簡単おいしい玄米 1.8kg	神明 簡単おいしい玄米 1.8kg	むらせ ソフトブラン玄米 2kg
5	全農/パールライス 精撰玄米 秋田あきたこまち 2kg	ホクレン 玄米ゆめぴりか 3kg	大潟村あきたこまち 生産者協会 早炊き玄米 鉄分 1kg	大和産業 白米と同じに炊ける やわらかい玄米 900g	大和産業 白米と同じに炊ける やわらかい玄米 900g	神明 簡単おいしい玄米 1.8kg

(注)同一商品の複数回出現は、JANコードの変更もしくは留め型商品のため

第3部

アスリートが語る玄米食の魅力

インタビュー① H.C.栃木日光アイスバックス 40

学校給食に玄米食

インタビュー② 東京家政大学附属女子中学校 48

アスリートへの調査を行うにあたって

食事や生活習慣がパフォーマンスに直結するアスリートは、近年プロを目指す少年少女から現役のプロアスリートまで、食事への関心や知識がかつてないほど広がっている。スポーツ栄養の専門書などには主食に「玄米ごはん」を推奨するものも散見されるようになった。また、強豪チームの中には、管理栄養士など専門職からサポートを受けている状況も多くなってきた。

そこで「玄米食白書 2025」では実際に玄米食がどのような影響をアスリートに与えているかを調査することにした。

本協会代表理事 尾西洋次が同じく代表を務める株式会社金のいぶきがオフィシャルパートナーとして参加するプロアイスホッケーチーム「H.C. 栃木日光アイスバックス」に協力を依頼。2025年1月、レジェンド級のベテランから、若手のホープに至る主力選手の中より4名に玄米を初めて食した時の感想や金のいぶきの食味、栄養成分についての理解、競技生活への影響について聞き取り調査を行った。

健康管理やパフォーマンスの向上につながる「食事」に対しての基本的な考えや実践方法について、現役アスリートから生の声による忌憚なき貴重な意見を得ることができた。



H.C. 栃木日光アイスバックス

チーム紹介

H.C. 栃木日光アイスバックスは1925年創部の古河電工アイスホッケー部を母体に、日本トップリーグ史上初の市民クラブチームとして1999年に誕生したプロアイスホッケーチーム。ファンやスポンサー企業がチームの活動を支え、オフシーズンは選手も地元日光を拠点に講習会や少年クラブへの指導、祭りへの参加やボランティアを行うなど地域密着型が特徴だ。全日本アイスホッケー選手権大会で4度の優勝を経験するなど、近年見事な躍進を遂げている。

オフィシャルパートナーとして

株式会社金のいぶきはスポーツ栄養学への関心の高まりを受け、選手の健康状態の維持・向上を目指し、2021-2022シーズンよりオフィシャルパートナーとして金のいぶき玄米や金のいぶき玄米マカロニを定期的にサポート。2024-2025シーズンからはホームゲームに限り栃木県内にある飲食店「Café & Tavern Season1 (カフェ&タバーン・シーズンワン)」の協力を得て、試合後の補食として金のいぶきのおにぎりの提供を始めている。

※補食とは、アスリートの競技力の向上や体力の維持・向上、疲労回復を目的として、3度の食事以外に必要なエネルギーを補給すること。



試合中に行われるオフィシャルパートナー紹介の一幕



会場に掲げられた「金のいぶき」の広告バナー



試合中の一コマ(2025年3月1日)



会場前のキッチンカーで玄米おにぎり作りを協力する柴田夫妻



「金のいぶき × Season1」コラボのおにぎり



尾西社長と鈴木健斗キャプテン #81
金のいぶきおにぎりを持って
(2024年9月、アジアリーグ日光霧降ホーム戦)

選手インタビュー内容

- 1 金のいぶきを初めて食べた時の感想は？
- 2 金のいぶきや玄米に関して栄養成分など何か知っていることはありますか？
- 3 金のいぶきを普段どのように調理して食べていますか？
- 4 金のいぶきのおにぎりを試合後に食べて何か体調の変化は感じられましたか？
- 5 今後金のいぶきや玄米を食べて行こうと思いますか？
- 6 どうしたらアスリートに金のいぶきや玄米への興味が出るとおもいますか？
- 7 アスリート食として普及させるとしたら、どんな形態や場所が相応しいと思いますか？



福藤 豊選手



石川 貴大選手



寺尾 勇利選手



大塚 一佐選手

写真提供：H.C.栃木日光アイスバックス



福藤 豊

ふくふじ・ゆたか GK **44** 42歳
 生年月日:1982.9.17 / 身長・体重:185cm・78kg
 出身地:北海道釧路市 / 血液型:B型

経歴: 東北高校 → コクド → シンシナティ・サイクロンズ (ECHL) → マンチェスター・モナークス (AHL) → ロサンゼルス・キングス (NHL) → ペーカーズフィールド・コンドルス (ECHL) → デスティル・トラッパーズ (NED) → H.C. 栃木日光アイスバックス → エスビャー・エナジー (デンマークトップリーグ) → H.C. 栃木日光アイスバックス

特長: 日本人初のNHLプレーヤー。帰国後は栃木日光アイスバックスの守護神として、また精神的支柱として42歳になった今も氷上に立ち続ける日本アイスホッケー界のレジェンド。

年齢と向き合うアスリートとして 欠かせない玄米と発酵食品

初めて金のいぶきを食べた時、おいしさや食べやすさに驚き、白米に近い印象でした。4人子どもがいますが、皆白米を食べたがります。でも金のいぶきだとおにぎりにすると喜んで食べてくれるため、別々に炊飯する手間が省けると、妻も喜んでいます。

玄米は、白米との比較で食物繊維やビタミン、ミネラルなどが豊富に含まれる一方で、消化が悪い欠点がありますが、これを解消するため、黒豆と塩を入れて炊飯し、炊飯器に入れたまま一定期間放置し、酵素玄米として食べています。酵素玄米は保存性にも優れ、一度に作って数日間食べることができます。もちろん白米はおいしいですが、おかずが必要。でも金のいぶきには味があり、栄養面で優れているので、おかずを必要とせず、ほかに味噌汁があれば大丈夫です。42歳という年齢もあり、何より食事の質を大切にしていますから。

試合後に金のいぶきのおにぎりを食べると、バナナやプロテインを食べていた頃と比べ、身体が軽く感じられます。玄米おにぎりは歯ごたえがあるため、よく噛むこともプラスに働いているのではないのでしょうか。普段の食事でも、よく噛むよう心がけています。

金のいぶきは今後も続けていきたいです。玄米に豆乳ヨーグルトなど発酵食品の組み合わせが基本で、アスリートとして年齢に向き合うためには、不可欠と捉えるからです。日本人は古来より、玄米と発酵食品を摂取してきただけに、健康的な食生活を考える上で、伝統食は欠かせません。

残念ながら、金のいぶきの認知度はまだあまり高くないのが現状です。ストイックな玄米食ではなく、1日1食だけでも金のいぶきに変えることで体調が改善することを多くの人に知ってもらいたい。ただ正直、遠征時などは、お湯をかけるだけ、電子レンジで温めるだけで手軽に食べることができる商品が豊富にあるとありがたいです。玄米パスタもゆでるだけです。コメよりは手軽です。難しく考えず、できることから実践することが大切で、そのための商品が発売されることで、普及が促進されるのではないのでしょうか。



石川貴大

いしかわ・たかひろ DF **5** 32歳
生年月日:1993.4.26 / 身長・体重:168cm・82kg
出身地:栃木県日光市 / 血液型:O型

経歴: 埼玉栄高校 → 早稲田大学 → H.C.栃木日光アイスバックス

特長: 華麗なスケーティングとパックコントロール、とりわけ前線に繋げるパスの精度の高さには定評がある。隙があれば自らゴールも狙いに行く攻撃型のディフェンダー。

金のいぶきのおにぎりは試合後に食べても軽くて腹持ちが良い

金のいぶきを初めて食べた時が僕にとっての玄米デビューで、プチプチ食感で思った以上に美味しくて食べやすい印象を受けました。

玄米について、食物繊維が豊富で、栄養豊富くらいの知識しかありませんでしたが、金のいぶきを知ってから、白米と1対1の割合で混ぜて、週3回程度炊飯するようになりました。白米と金のいぶきの食感が異なる2つのごはんが口の中で混じり合っ、個人的に気に入っています。このごはんを主食にして、あとはタンパク質や野菜などをバランス良く食べています。

試合後の補食ですが、ホームゲームの試合後に玄米おにぎりが選べるようになってからは必ず、金のいぶきのおにぎりを摂っています。ホームゲーム以外では白米のおにぎりやバナナだったり、韓国での試合後はキンパを食べたりしています。比較すると金のいぶきおにぎりは、白米おにぎりより食べた時に軽く感じます。ライトだけど腹持ちは良く、今後もサポートを続けてほしいと思っています。そもそも試合後の補食は、片手でつまんで一口で食べられるおにぎりのようなものが、食べやすく便利です。

金のいぶきを若い選手にも知ってもらうためには、栄養価や美味しさをSNSで発信していくことが必要ではないでしょうか。すぐ食べられるパックごはんやインスタント食品をという声もありますが、一般の人より摂取量が多い僕たちアスリートには向きません。炊飯器で炊くコメの方が生活に摂り入れるには簡単で便利だと思っています。





寺尾勇利

てらお・ゆうり FW **88** 29歳
 生年月日:1995.4.29 / 身長・体重:171cm・85kg
 出身地:栃木県日光市 / 血液型:A型

経歴: 日光東中学校 → 駒澤大学付属苫小牧高校 →
 H.C. 栃木日光アイスバックス → ウォーターレーブ
 ラックホークス (USHL) → H.C. 栃木日光アイス
 バックス → ユタ・グリズリーズ

特長: 幼少期からリンクに立ち続けるアイスホッケーの
 申し子。海外挑戦後も類稀なゴールへの嗅覚と積極果敢に
 攻めるプレースタイルでジャパンカップ 2024 最優秀選手に選出された。

限られたキャリアで食事は何より大事。 金のいぶきの効果を実感

正直最初は、玄米に興味がなく、白米がおいしいと思っていました。でも金のいぶきを初めて食べた時、プチプチと食感が良く、あらゆるおかずと合うおいしいごはんだと思います。最初は、サケなど和食と相性が良いのではと思い、そのままごはん食べていましたが、口の中に残って案外食べ辛いいため、最近ではもっぱらリゾットにしています。もともと料理は得意で、柔らかいごはんが好きです。単調にならないようにリゾットはキノコや魚介を入れるなど栄養バランスを考えながら作っています。母に金のいぶきを紹介したらたちまちファンになりました。

試合後に金のいぶきのおにぎりを食べると、白米のおにぎりよりも食後が軽く感じられます。アスリートの生活は時間に追われていますが、便通や寝起き、むくみなどで改善していることが体感できます。

アスリートの限られたキャリアの中で、食事は何より大切で、次の日に大きく影響します。腸内がきれいだと肉体だけでなく精神的にも良い影響を及ぼし、パフォーマンス性が向上します。とにかく一番気になるのは健康で、外食でメニューを見ても健康食に目がいき、常に誘惑と天秤にかけています。定食屋で雑穀ごはんが選べる店では、迷うことなく雑穀を選びます。

私自身、自炊が多いので玄米をもらうのはありがたいですが、調理をしない若い選手はパックご飯やレトルト食品が便利かもしれません。個人のSNS アカウントでは、自ら調理する動画や外食で食べた定食の写真を上げたり、氷上練習や陸上トレーニングの姿を上げたりしています。アイスホッケー以外の選手からも、食事や筋トレに関する質問が多く寄せられますし、私個人も他の選手がどこで何を食べているか、非常に興味があります。基本は肉を控えめにして魚を多く食べる食生活の方が、ケガが少なく体調が良いことを実感しています。



大塚一佐

おおつか・いっさ GK **90** 20歳
生年月日:2004.9.3 / 身長・体重:178cm・75kg
出身地:栃木県日光市 / 血液型:A型

経歴: 日光東中 → 武修館高校 → H.C.栃木日光アイスバックス

特長: 安定したセーブと世代トップクラスの技術を持ったGK。U-20日本代表に飛び級で招集され、世界選手権を戦った経験を引っさげて加入した期待の若手ゴールテンダー。

日々の食事ハードな試合後も金のいぶきで身体が整う

入団してまだ2年目ですが、プロに入るまで玄米を食べた経験がありませんでした。金のいぶきを初めて食べた時、食感がプチプチしておいしいと感じたので継続して食べたいと思いました。

玄米に関しては、正直漠然と身体に良いくらいの知識しかありませんでした。今は母に金のいぶきの玄米マカロニを使った料理や、トマトやチーズを入れてリゾットなどを作ってもらって、妹も一緒に、家族でおいしいと言いながら楽しく頂いています。自分自身も朝食に炊飯することがあります。サケフレークなど海鮮系の具材によく合いますね。

試合後の金のいぶきのおにぎりも、リカバリー食としてありがたいです。白米だと身体が重く感じられますが、その点で金のいぶきは胃に負担もなく優れています。そもそもゴールキーパーは、精神的にも肉体的にもハードで、1試合当たりの消費カロリーも2000kcalを越える程大きいため、試合後なかなか量が食べられず、どうしても翌日に影響してしまいます。コンディションを整えるため、これからも継続して食べたいと思っています。

1年目は食べたいものを食べていましたが、2年目になって出場機会が増え、滞氷時間が長くなったので、疲れにくい身体となるような食事に気を配るようになってきました。体脂肪にも気を遣っています。特にタンパク質を意識して摂取しており、肉や魚を積極的に食べるほか、牛乳も1日1ℓは飲むようにしています。もちろんプロテインも取り入れています。

金のいぶきの普及には、食べている人とそうでない人の体調の比較や、食べ始めた後の体調変化などをデータ化して示すと、アスリートは大いに興味を持つでしょう。また、すぐに食べられる商品が駅やコンビニなどに売っていると買う人は多くなると思います。特におにぎりは、どこでも手軽に食べられて誰もが好きなので効果が出やすいのではないのでしょうか。

総括

トップアスリートは自身のパフォーマンスを継続して発揮するために、日々のトレーニングだけではなく、自分に合った食事やサプリメントの情報を収集し実践しながら、コンディショニングの維持向上に努めているという。

私たちは今回 H.C. 栃木日光アイスバックスの4選手へのインタビューで、それぞれの身体とパフォーマンスに玄米（金のいぶき）がどのような影響をもたらしているのかを聞きだした。氷上の格闘技と呼ばれるアイスホッケーは、スピード感に溢れ攻守の切替が早く、どのポジションの選手も試合後の体力消耗は激しい。ホームゲームの試合後に提供される金のいぶき玄米おにぎりは、体力のリハビリに役立っている様子だが、意外だったのは3人の選手が白米のおにぎりより「軽い」という印象を持っていることだった。また「腹持ちが良い」という選手もいた。玄米は白米に比べて食後の血糖値が上がりやすく、上がった後も緩やかな上昇曲線を描く。激しい運動の後には内臓も疲れているため、可能な限り食べる時も食べた後も「軽く」「腹持ちが良い」と感じる補食が求められているということだろう。

また、42歳というアスリートとしてはベテランの

域に達した選手が、玄米や発酵食品を摂り入れながら、食事の量ではなく質に着目し、少しでも長く現役を続けようとする姿があった。若い選手も現役選手として活躍できる時間を限りあるものと感じることで、一層食事への意識が高まっている印象を受けた。アスリートが食事への意識を高めるきっかけや象徴として、玄米食がひとつのアイコンになることは大変意義深い。

玄米食がプロスポーツ界に導入されたのはプロ野球で、恐らく1977年に広岡達朗監督が率いたヤクルトスワローズが最初の事例である。広岡監督が就任後に真っ先に取り組んだのが選手の食事管理で、玄米食を中心とした食事を選手に強制したことによる。当時の玄米は炊飯しづらくお世辞にも美味しいとは言えず、選手からは不評で反発もあったと言われている。しかし結果、翌年のセ・リーグ制覇と日本選手権制覇を成し遂げている。

現在は発芽玄米や玄米の果皮をわずかに搗精し炊飯しやすくした玄米や、金のいぶきに代表されるようにそもそも美味しい品種が市場に出ている。

アスリートが求める食事の中心に、当たり前のように玄米ごはんが並ぶ日はそう遠くないのではないだろうか。



「ヘルシー和食の日」は金のいぶきの玄米ごはん

自校の設備とランチルームにより、生徒が一同に集まり会食できることで注目されるスクールランチ。保護者にとって弁当を作る手間はもとより、食育の観点から栄養やおいしさなどの中身も気になるところだ。そうした中、東京家政大学附属女子中学校では、スクールランチを食の大切さや、食に関する知識・判断力を養う食育の場として位置づけるとともに、おいしさも重視した給食を実施している。中でも毎週金曜日を「ヘルシー和食の日」と定め、金のいぶき玄米と魚料理中心のおかずを組み合わせ、2016年11月から提供し続けている。導入の動機や狙い、生徒・保護者の反応、継続の背景にあるものなどを、栄養教諭で管理栄養士の村上まさ子先生に聞いた。

生徒に玄米食で健康への意識を高めてほしい

金のいぶきの導入は、大学の先生から紹介を受け試食し、おいしさに驚いたことがきっかけです。無論、学校給食として栄養への配慮は不可欠で、中でも不足しがちな食物繊維を補うために玄米は最適ですが、食べにくい、炊飯しにくいなどの欠点があります。金のいぶきは食べやすいうえ、白米同様の炊飯が可能であり、導入を決意しました。白米と

玄米を1対1の割合で炊飯し、週に一度提供しています。この割合と頻度が総合的に見てベストと判断しました。

白米はおいしいですが、あえて玄米を提供することで生徒に健康への意識を高めてほしい。豊富な食物繊維は免疫力を向上させるなど食育指導にもつながり、子ども達が将来、食を選択するようになったときの手本となることを願ってのことです。あえて何も言わず、当たり前のように提供していますが、生徒達は中学時代スクールランチで毎週玄米を食べたことは卒業しても忘れません。



村上まさ子

東京家政大学附属女子中学校・高等学校
栄養教諭 - 管理栄養士

多様な食体験を重ねる大切さ

子どもは食べ慣れないものを警戒するものですが、食体験を重ねることで多様なおいしさに気づいてくれます。特に家庭での調理が敬遠されがちな魚料理を苦手とする子どもは多い傾向にあります。給食では食べやすい味付けを工夫すると共に、骨なし魚などもうまく活用して調理することで、だんだん食べられるようになります。その結果入学時は魚が苦手な生徒が多く見受けられましたが、学年が上がるにつれ食べられる生徒が増えていきます。そこは全員が同じ物を食べる学校給食の強みと思っています。



金のいぶき玄米入りごはんとメインディッシュは「マグロのレモン醤油焼き」。
野菜の付け合わせや小鉢、手作りの苺ソースがかかったミルクゼリーも。



家庭での波及効果について、意図して調べたことはありませんが、PTA活動などに参加した保護者から「家でも玄米を食べている」という声が聞かれるようになりました。学校関係者の懇親会や給食試食会、学校説明会などでも提供する、栄養バランスに優れ、調理スタッフが一皿一皿手作りした給食そのものが当校の特色です。中でも玄米入りごはんは好評を得ています。大学職員や保護者にもランチルームを開放していますが、白米と玄米が選べる日には利用者が多く、しかも8割が玄米を選んでいきます。

ごはんを中心に主菜、副菜をしっかり組み合わせた日本型スタイルを基本に

基本的に生徒たちは総じてごはんが大好きですが、成長する過程で中学生3年生にもなるとダイエット志向が芽生え、量を食べなくなったりします。そこで

カウンターの上に生徒から募集した標語「大地の恵みをいただきます。残さず食べてベジ活Life!」を掲げ、月1回の「食べ残し0(ゼロ) day」を設定しています。「食育教室」の授業でも、食生活の大切さを伝え、同時に正しいダイエットの知識についても指導しています。異常気象や農家の後継者不足などが取り沙汰されていますが、学校給食でおいしい国産米をいつまでも提供できるよう願っています。献立はごはんを中心に主菜、副菜、牛乳・乳製品を組み合わせ、栄養バランスが一目で見てわかるよう組み立てています。オープンキッチンで調理施設とランチルームが一体化しているため、カウンター越しに調理スタッフから料理を直接受け取って、温かい食事が食べられます。クラスごとの席についてお互いの顔を見ながら楽しく食べることができるのは、一体型ランチルームのメリットで当校の恵まれた環境ならではのと言えます。

玄米食白書 2025

発行	一般社団法人 高機能玄米協会
発行人	尾西洋次
企画／編集協力	日本食糧新聞社
制作	産商アドマーケティング株式会社
発行日	2025年4月

©2025 一般社団法人 高機能玄米協会
本白書の無断転載を禁止します