

お米の消費に関する調査データ
～価格高騰による食卓の変化 編～

2026年2月

朝日大学マーケティング研究所

- 調査手法 : WEBリサーチ
- 調査期間 : 2025年12月15日 (月) ~ 12月22日 (月)
- 調査対象 : 首都圏在住の男女 20歳~69歳
- 有効回答 : 500名

【内訳】

	男性	女性
20~29歳	50名	50名
30~39歳	50名	50名
40~49歳	50名	50名
50~59歳	50名	50名
60~69歳	50名	50名
合計	250名	250名

- 朝食については、「主食は、変わらずお米である」(30.2%)、「朝食にお米は食べない・朝食は食べない」(24.8%)、「もともと主食はお米ではなく、食べる頻度も変わらない」(22.0%)の割合が高かった。いずれも米価高騰前の習慣を継続する内容であった。
- 食べ方の変化を表す項目のなかでは、以下のようにお米から離れる内容の項目の割合が高かった。
 - 「主食は、変わらずお米だが、他の食材も選ぶようになった」(12.2%)
 - 「主食は、お米だったが、他の食材に変わった」(5.0%)

Q7_1. 最近の米価高騰を受けて、ご家庭の朝食でのお米の食べ方について、あてはまるものを選んでください。(SA)

N=全員

単位：%

■ 全体(500名)

		男性 (250名)	女性 (67名)
主食は、変わらずお米である	30.2	33.6%	26.8%
朝食にお米は食べない・朝食は食べない	24.8	22.8%	26.8%
もともと主食はお米ではなく、食べる頻度も変わらない	22.0	21.6%	22.4%
主食は、変わらずお米だが、他の食材も選ぶようになった	12.2	11.2%	13.2%
主食は、お米だったが、他の食材に変わった	5.0	4.8%	5.2%
もともと主食はお米ではなかったが、食べる頻度は減った	3.6	2.8%	4.4%
もともと主食はお米ではなかったが、主食として食べるようになった	1.2	1.2%	1.2%
もともと主食はお米ではなかったが、食べる頻度が増えた	1.0	2.0%	0.0%

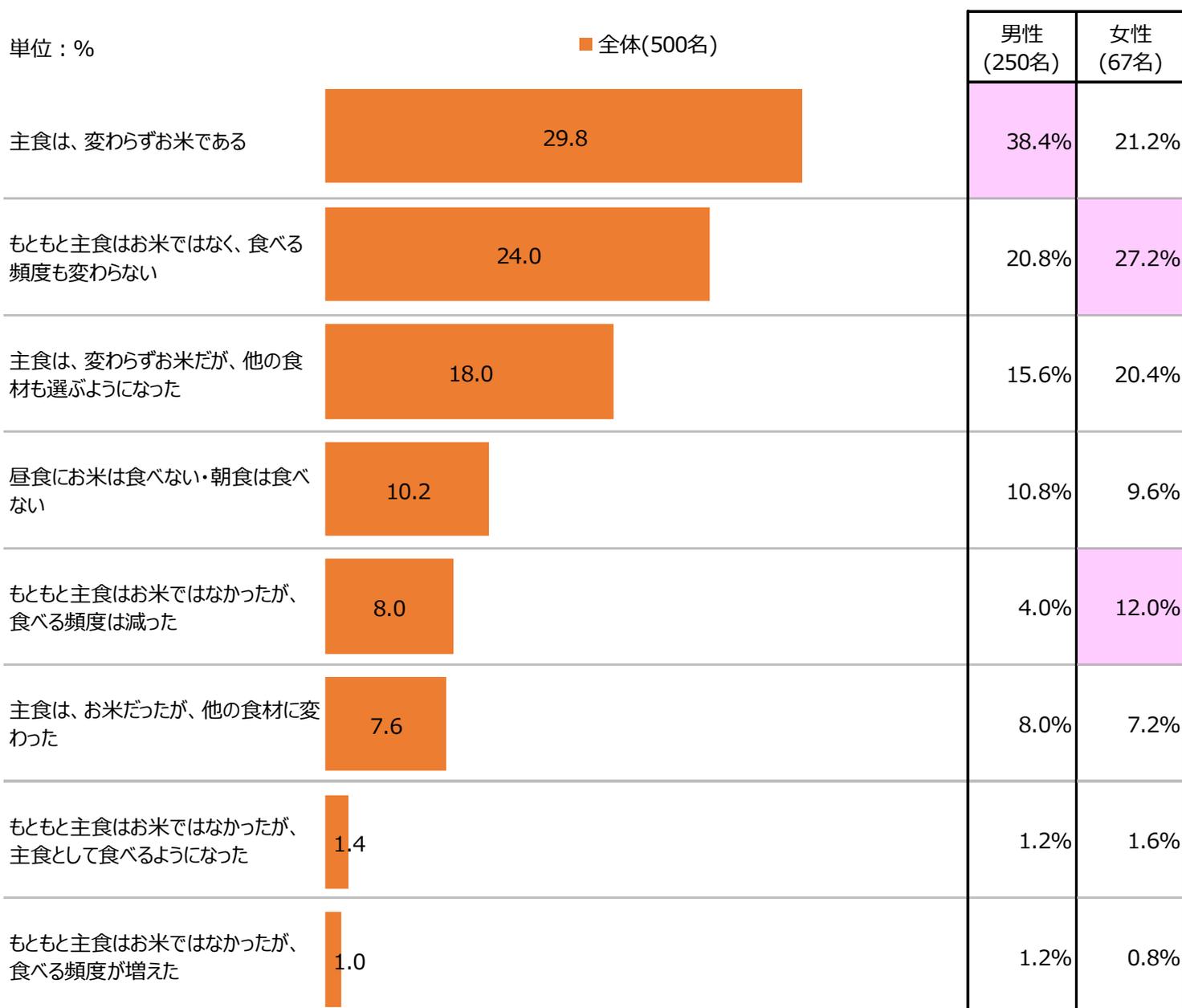
※網掛けは男女で5%以上の差がある場合の高い方

- 昼食については、「主食は、変わらずお米である」（29.8%）、「もともと主食はお米ではなく、食べる頻度も変わらない」（24.0%）の割合が高かった。いずれも朝食（前頁）に比べると男女差が大きく、前者は男性のほうが17.2ポイント高く、後者は女性のほうが6.4ポイント高かった。
- 「主食は、変わらずお米だが、他の食材も選ぶようになった」と「もともと主食はお米ではなかったが、食べる頻度は減った」も男女差が大きく、いずれも女性の割合が高かった（前者は4.8ポイントの差、後者は8ポイントの差）。

Q7_2. 最近の米価高騰を受けて、ご家庭の昼食でのお米の食べ方について、あてはまるものを選んでください。(SA)

N=全員

単位：%



※網掛けは男女で5%以上の差がある場合のhigher方

- 夕食については、「主食は、変わらずお米である」（59.6％）の割合が約6割と突出して高かった。
- 2番目に高かったのは「主食は、変わらずお米だが、他の食材も選ぶようになった」（19.6％）であり、他の食材を選ぶようになった人も少なくなかった。
- いずれの項目とも、朝食（前々頁）や昼食（前頁）に比べて男女差は小さかった。

Q7_3. 最近の米価高騰を受けて、ご家庭の夕食でのお米の食べ方について、あてはまるものを選んでください。(SA)

N=全員

単位：％

■ 全体(500名)

		男性 (250名)	女性 (67名)
主食は、変わらずお米である	59.6	60.8%	58.4%
主食は、変わらずお米だが、他の食材も選ぶようになった	19.6	19.2%	20.0%
もともと主食はお米ではなく、食べる頻度も変わらない	6.6	6.0%	7.2%
主食は、お米だったが、他の食材に変わった	5.8	4.8%	6.8%
夕食にお米は食べない・朝食は食べない	5.0	4.8%	5.2%
もともと主食はお米ではなかったが、食べる頻度は減った	1.8	2.4%	1.2%
もともと主食はお米ではなかったが、主食として食べるようになった	1.6	2.0%	1.2%
もともと主食はお米ではなかったが、食べる頻度が増えた		0.0%	0.0%

※網掛けは男女で5%以上の差がある場合の低い方

- 米価高騰後のお米の買い方や食べ方の変化としては、「価格を優先してお米を選ぶことが多くなった」(21.6%)、「お米を買う頻度が減った」(18.0%)、「いくつかの店でお米を見比べて買うことが多くなった」(17.4%)の割合が高かった。
- ただし、最も高かったのは「上記で挙げた変化はほとんどない」(39.8%)で約4割であった。

Q8. 最近の米価高騰を受けて、ご家庭のお米の食べ方、買い方について何か変化があれば、具体的にあてはまるものをすべて選んでください。(MA)

N=全員

単位：%

■ 全体(500名)

		男性 (250名)	女性 (67名)
価格を優先してお米を選ぶことが多くなった	21.6	20.4%	22.8%
お米を買う頻度が減った	18.0	17.2%	18.8%
いくつかの店でお米を見比べて買うことが多くなった	17.4	10.8%	24.0%
1回の食事でお米を食べる量が減った	13.8	12.8%	14.8%
お米を買う場所が変わった	10.6	9.6%	11.6%
自宅でお米を炊かなくなった・炊く頻度が減った	9.4	9.6%	9.2%
1回の買い物でお米を買う分量が減った	7.4	5.6%	9.2%
お米を食べたい気持ちが弱まった	6.2	6.4%	6.0%
外国米を食べる頻度が増えた	4.8	6.8%	2.8%
お米を常備しなくなった	3.4	3.2%	3.6%
上記で挙げた変化はほとんどない	39.8	43.2%	36.4%

※網掛けは男女で5%以上の差がある場合のhigher方

● 朝食はこれまでの習慣が継続 価格高騰を契機にお米の食べ方を変える人は少なかった

米価高騰を受けて、朝食でのお米の食べ方の変化を聞いたところ、以下の3項目の割合が高かった。

- ・「主食は、変わらずお米である」(30.2%)
 - ・「朝食にお米は食べない・朝食は食べない」(24.8%)、
 - ・「もともと主食はお米ではなく、食べる頻度も変わらない」(22.0%)
- いずれも従来の習慣を継続する項目。

変化を表す項目のなかでは、以下のようにお米から離れる内容の項目の割合が高めであった。

- ・「主食は、変わらずお米だが、他の食材も選ぶようになった」(12.2%)
- ・「主食は、お米だったが、他の食材に変わった」(5.0%)
- ・「もともと主食はお米ではなかったが、食べる頻度は減った」(3.6%)

朝食は大きく「お米派」、「他の食材派」、「食べない派」の3タイプに分かれており、米価高騰後もこの状況が継続した。ただし、約2割だがお米から離れた人もいた。今は少数派だが、このまま価格高騰が長引けば、お米から離れる人が増える方向に、トレンドはある。

● 昼食では女性を中心に米以外の食材を選ぶ人が多かった

米価高騰を受けて、昼食でのお米の食べ方の変化を聞いたところ、以下の割合が高かった。

- ・「主食は、変わらずお米である」(29.8%)
- ・「もともと主食はお米ではなく、食べる頻度も変わらない」(24.0%)

いずれも男女差があり、前者は男性、後者は女性の割合がそれぞれ高かった。

他にも男性より女性の割合が高い項目が多くみられた。

- ・「主食は、変わらずお米だが、他の食材も選ぶようになった」(男性15.6% 女性20.4%)
- ・「もともと主食はお米ではなかったが、食べる頻度は減った」(男性4.0% 女性12.0%)

女性には昼食の主食にお米を選ぶ人がもともと少なかったが、米価高騰後にさらにお米以外の食材を選ぶ人が増えた。今の価格高騰は、主に女性の昼食における米離れを促す契機となっている。

● 6割以上がこれまで通り夕食の主食としてお米を選んでいる

米価高騰を受けて、夕食でのお米の食べ方の変化を聞いたところ、

「主食は変わらずお米である」(59.6%)の割合が突出して高かった。これまで通り、お米を主食として選ぶ人が約6割を占めた。朝食や昼食に比べると男女差は小さく、多人数が一緒に食べることの多い夕食においては、変わらずお米が主食としての役割を担っている。

一方で「主食は、変わらずお米だが、他の食材も選ぶようになった」(19.6%)の割合が2番目に高く、主食に他の食材を選ぶようになった人も少なくなかった。

夕食に関しては、今のところお米が主食としてのポジションを堅持しているが、変化の兆しも僅かにみられた。アイデアや工夫によって他の食材のアイテム数や利便性が充実することで、変化が促される可能性は充分にある。

トピックスリサーチ

お米の消費に関する調査データ ～価格高騰による食卓の変化 編～

発行日 2026年 2月 28日

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所

〒501-0296

岐阜県瑞穂市穂積1851

TEL : 058-326-1173

お問い合わせ marketing@alice.asahi-u.ac.jp