

調査報告書

持続可能な米の需要と供給の在り方

—消費者は令和の米騒動でどのように行動したのか—

2026年9月

公益社団法人
日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（NACS）
消費生活研究所

目次

1. 調査概要	1
1.1 調査目的	1
1.2 調査方法	2
2. 米を取り巻く現状	2
2.1 米価急騰の要因：需給予測と実態の乖離	2
2.2 米価は約 2 倍に上昇	3
2.3 生産者の収益構造と規模別の格差	3
2.4 米の流通経路	5
2.5 米の消費と農業従事者の減少	5
3. アンケート調査	6
3.1 アンケート概要	6
3.2 回答者属性	7
3.3 米の消費動向	9
3.4 価格について	12
3.5 価格高騰による消費者行動の変化	16
3.6 消費者が行政に最も求めたのは『給付』ではなく『情報』	19
3.7 生産者支援の必要性について	20
3.8 アンケート結果のまとめ	21
4. 生産者インタビュー結果	22
4.1 北海道の中山間地における家族経営（個別・直販型）	22
4.2 岐阜県の中山間地における集落営農（組織法人・受託型）	24
5. 結び	26
5.1 考察	26
5.2 消費者への提言— 持続可能な米の需要と供給を支える消費者として	27
5.3 行政への提言— 情報の透明性確保と市場環境の整備	27
5.4 今後に向け	28
参考文献	28

要旨

2024 年(令和 6 年)夏以降に発生した米不足と米価高騰(いわゆる「令和の米騒動」)は、米の安定供給や生産体制のあり方に対する社会的関心を大きく高めた。本調査は、この一連の出来事を踏まえ、消費者の購買行動の変化と生産者が直面する経営課題を総合的に把握し、持続可能な米の需要と供給のあり方について考察することを目的として実施した。

調査では、全国の消費者 755 名を対象としたアンケート調査と、異なる経営形態の米の生産者へのインタビュー調査を実施し、定量・定性の両面から分析を行った。調査期間は、米価が依然として高水準で推移する一方、品薄状態は徐々に緩和されつつあった 2026 年 3 月から 4 月である。

アンケート結果の分析により、米価高騰や米不足が広く報道された状況においても、多くの消費者は従来どおりの購入行動を維持しており、余分購入は限定的であった。一方で、価格高騰を受けて銘柄変更や購入量の調整など、購買行動を変更した消費者は 4 割に達した。

また、一時的な価格抑制策やお米券などの給付よりも、需給状況や価格形成の背景に関する正確かつ迅速な情報提供を求める回答が多く、消費者が情報の透明性を重視する傾向が示された。

一方、生産現場では、資材価格の高騰、農業従事者の高齢化、後継者不足、気候変動への対応など、米の生産の持続可能性を脅かす課題が依然として存在している。こうした課題は、将来的な生産力の低下や価格変動リスクを高め、安定供給の維持を困難にする要因となっている。

以上の結果から、持続可能な米の需要と供給を実現するためには、生産・流通・消費に関する情報の透明性を高めるとともに、生産現場の実情に対する消費者の理解を促進し、再生産可能な価格形成と安定供給を支える政策および流通システムを整備することが重要であると提言する。

1. 調査概要

1.1 調査目的

本調査では、「令和の米騒動」により顕在化した消費者と生産者双方の課題を踏まえ、持続可能な米の需要と供給の在り方を考察し、提言につなげる。この目的を達成するため、以下の 2 つの視点から実態を把握する。

(1) 消費者の視点

米の消費動向、米価高騰への反応、価格高騰時の行動変容、今回の騒動を通じて得た学びや今後の行動意識について、アンケート調査により購買行動・価格認識・行動変容の要因およびその背景にある価値観を分析する。

(2) 生産者の視点

生産現場が直面する課題、経営環境の変化、米の生産の持続可能性に関わる問題点について、生産者インタビューにより現場の課題を把握し、消費者調査結果との比較を通じて認識の違いを明らかにする。

1.2 調査方法

- ・消費者アンケート調査(755 名)の属性別分析、クロス集計、自由記述の内容分析、比較分析
- ・生産者インタビュー調査(経営環境の異なる米の生産者 2 名)

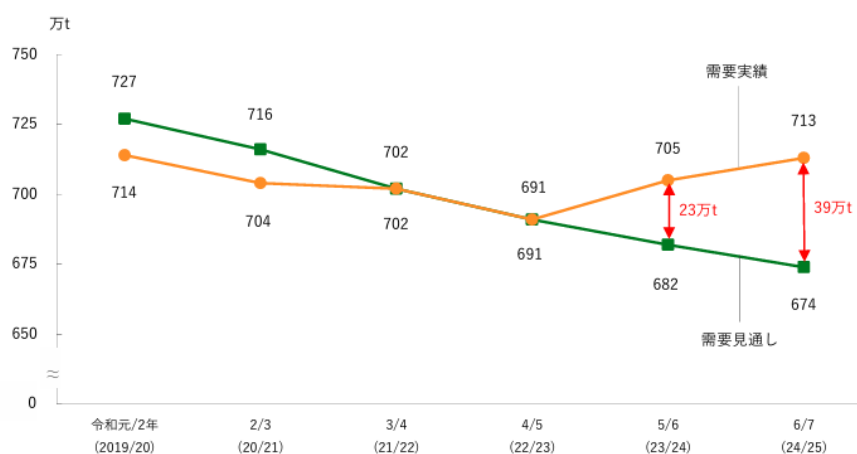
2. 米を取り巻く現状

本章では、次章以降で実施する消費者アンケートおよび生産者インタビューの分析の前提として、農林水産省等の公的統計や報道を基に、2024 年夏以降の米不足・米価高騰の発生要因、流通構造、農業従事者の現状を整理する。

2.1 米価急騰の要因：需給予測と実態の乖離

農林水産省は、2024 年夏以降の米価高騰と米の品薄は、2024 年産米の需要と供給計画(見通し)と、実際の需給との乖離(かいり)が一因となったと分析している¹。

【図表 2-1】 需要実績と需要見通しの乖離



資料：農林水産省作成

注：玄米ベースの数値

出所：農林水産省(2026)「令和 7 年度 食料・農業・農村白書」

この要因としては次の通りである。

- ① 高温の影響による精米歩留まりの悪化により、精米ベースの供給量が減少し、2024 年産米の供給量が政府の見通しを下回った。

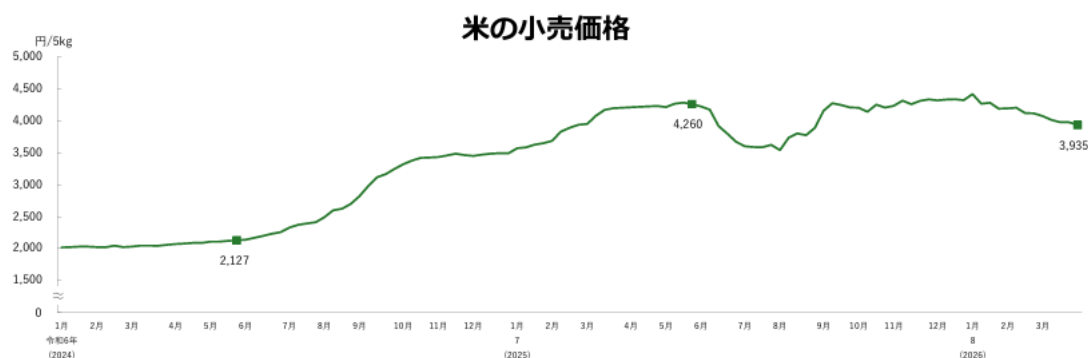
¹ 農林水産省(2026)『令和 7 年度 食料・農業・農村白書』、p. 4-6、93。

- ② インバウンド需要が予想を上回って増加した。
- ③ その結果、民間在庫が逼迫した。
- ④ 在庫不足を受けて、集荷業者や卸売業者が在庫確保に奔走し、集荷競争が激化した。

さらに、農林水産省は「今般の米の価格高騰の要因や対応の検証」（令和 7 年）において、「需給予測の誤差に加え、生産量（玄米ベース）は足りているとの認識の中で、流通構造の変化を踏まえた流通実態の把握が不十分であり、マーケットへの情報発信や対話も不足していたため、卸売業者等の不安感を払拭できなかった」と指摘している。

2.2 米価は約 2 倍に上昇

【図表 2-2】米の小売価格(5kg)推移（2024 年 1 月～2026 年 3 月）



資料：株式会社KSP-SPが提供するPOSデータを基に農林水産省作成

注：1) 株式会社KSP-SPが提供するPOSデータは、全国約1千店舗のスーパーから購入したデータに基づくもの

2) 令和6(2024)年1月1日～8(2026)年3月29日の週別の数値で、横軸の月は、各月1週目を示す。

3) 全POSデータの平均値

出所：農林水産省(2026)「令和 7 年度 食料・農業・農村白書」

スーパーでの平均小売価格(5kg 当たり)は、2024 年 6 月の 2,127 円から 4,260 円まで高騰し、2026 年 3 月時点では 3,935 円となっている。米は価格弾力性が低く、品薄となると集荷競争が激しくなり、価格が急騰しやすい特性を持つ。図表 2-2 が示すように、米価格は一時約 2 倍にまで上昇しており、需給逼迫が価格へ大きく影響したと推察される。

2.3 生産者の収益構造と規模別の格差

図表 2-3 に見るように、「令和の米騒動」以前の米価は、米農家が生産を継続できない(再生産可能な所得を確保できない)水準にまで下落していた。取引価格は 10,000～14,000 円/60kg くらいで推移しており平均生産コストが上回り、赤字となっている。

作付け規模が大きい大規模農家は、スケールメリットにより生産費を抑え収益を確保できるものの、日本の米の生産者の多くを占める中小規模農家の経営は極めて厳しい状況に置かれている。このように、米価が上昇した局面であっても、その恩恵は一律ではなく、作付け規模によって収益性に大きな差が生じている(図表 2-4)。

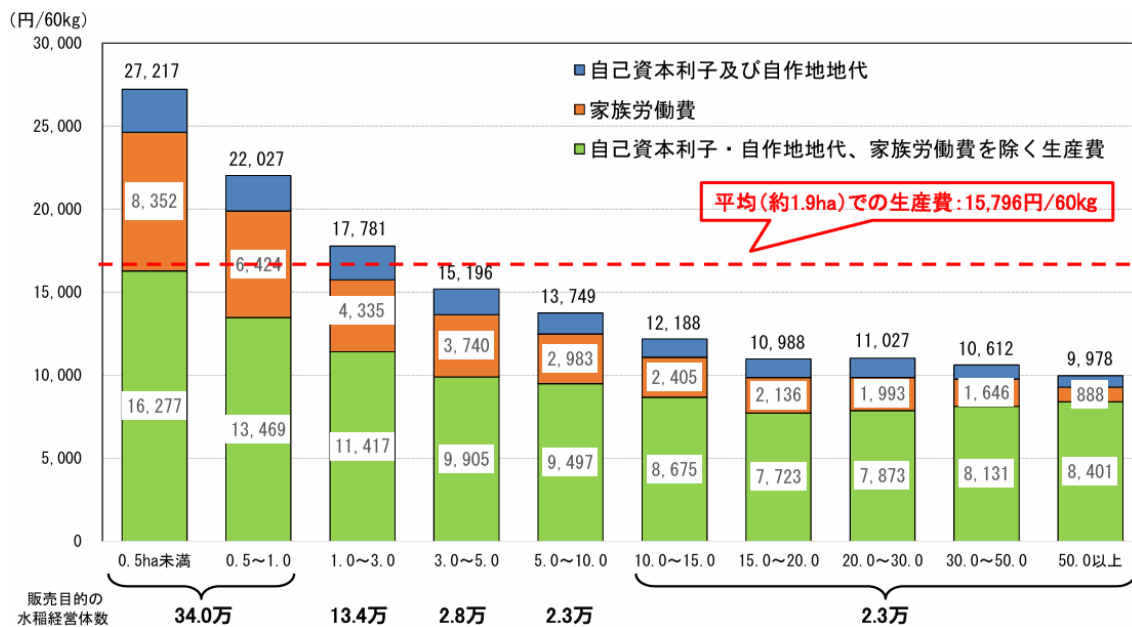
【図表 2-3】 米の生産・流通経費と相対取引価格の比較



出典：農林水産省「農産物生産費統計」及び相対取引価格に基づき作成
注：流通経費は、全農からの聞き取り等に基づき2000円と仮定している。

出所：農林水産省「適正な価格形成に関する協議会米WG」第1回(2024. 11. 05)資料 3「米をめぐる状況について」

【図表 2-4】 米の作付規模別 60kg 当たり生産費（2024 年産）

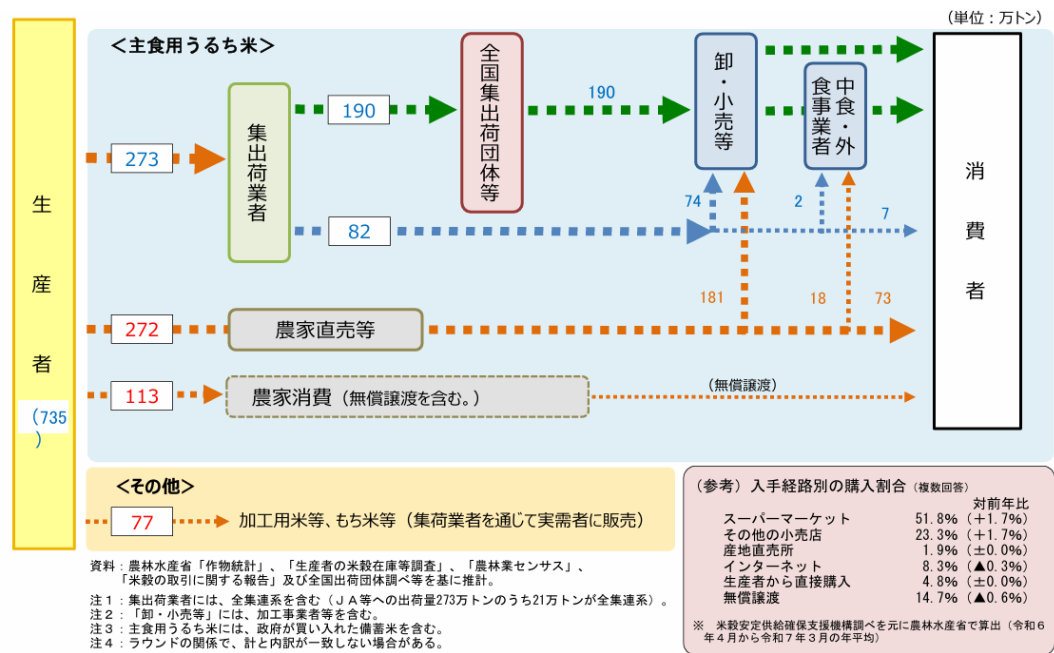


出典：農産物生産費統計(個別経営体)(組替集計)、農業構造動態調査
注：作付面積30ha以上かつ10a当たり資本利子・地代全額算入生産費に対する「賃借料及び料金」の割合が50%以上の経営体を除いた個別経営体の数値である。

出所：農林水産省(2026. 7)「米をめぐる状況」

2.4 米の流通経路

【図表 2-5】米の流通経路別流通量の状況（2024 年産米）



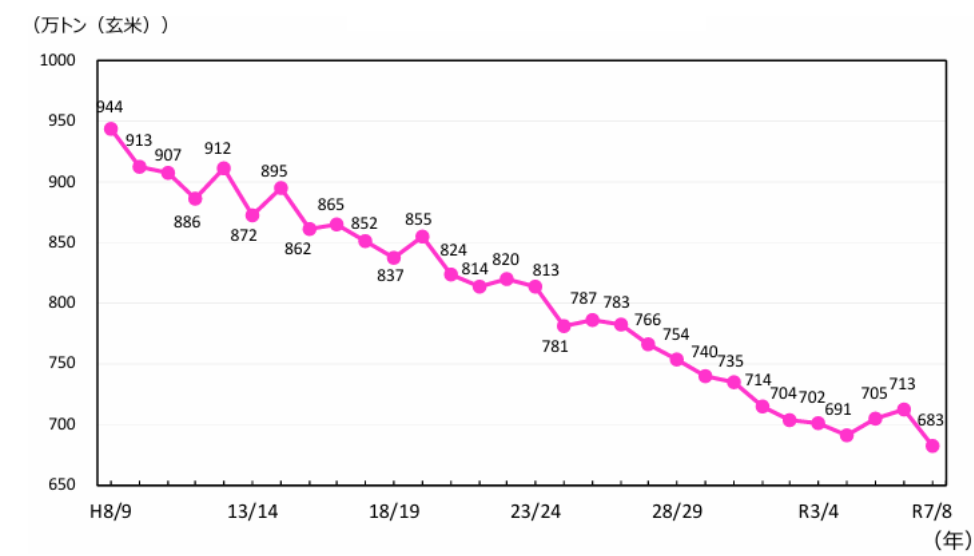
出所：農林水産省(2026. 7)「米をめぐる状況」

図表 2-5 に、流通経路が複数段階にわたることを示す。また、JA 等の集荷業者に渡る米は、全体の 37%程度にとどまり、需給逼迫時の在庫状況が把握しにくくなっている。

2.5 米の消費と農業従事者の減少

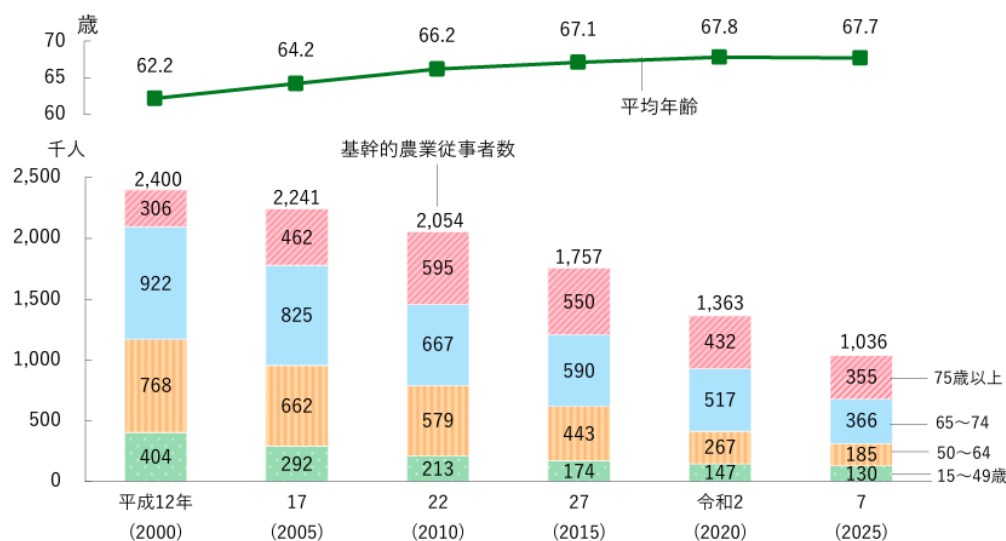
人口減少や食生活の多様化により、主食用の米の需要は長期的には減少している。

【図表 2-6】主食用米の需要量の推移(単位:万トン)



出所：農林水産省(2026. 7)「米をめぐる状況」

【図表 2-7】 基幹的農業従事者数と平均年齢推移



資料：農林水産省「2000年世界農林業センサス」、「2005年農林業センサス」、「2010年世界農林業センサス」（組替集計）、「2015年農林業センサス」（組替集計）、「2020年農林業センサス」、「2025年農林業センサス」を基に作成

注：1）各年2月1日時点の数値。ただし、平成12(2000)、17(2005)年の沖縄県については前年12月1日時点の数値

2）平成12(2000)年及び平成17(2005)年については販売農家の数値

出所：農林水産省(2026)「令和7年度 食料・農業・農村白書」

そして、生産基盤は縮小を続けている(図表 2-7)。2025 年の基幹的農業従事者数は 103 万 6 千人と、2000 年(240 万人)の半数以下に減少した。平均年齢は 67.7 歳であり、65 歳以上が全体の 69.6%を占めるなど、高齢化と担い手不足が深刻な課題となっている。

3. アンケート調査

本章では、755 名の消費者アンケート²をもとに、米の消費実態、価格高騰時の行動の変化、価格許容度、今後の米作に対する意識を分析した。

3.1 アンケート概要

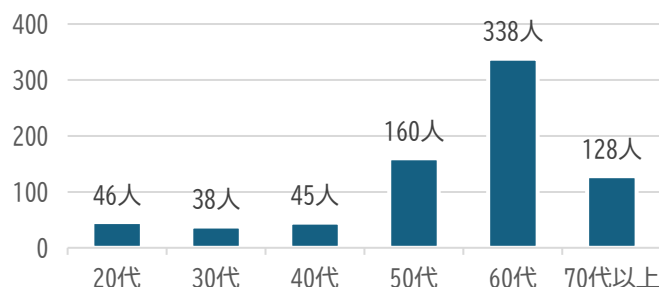
項目	内容
対象者	20 歳以上の日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（NACS）会員を中心とした日本国内の一般消費者 有効回答数 755 件
調査方法	オンラインアンケートフォーム（Forms）
期間	2026 年 3 月 2 日（月）～4 月 25 日（土）
調査内容	属性・米の家庭での消費動向・購入意向・価格への感応度・価格高騰による消費者行動の変化・今後の米作に対する期待と要望 合計 20 問

² 本調査は日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会(NACS)会員を中心としたオンライン調査であり、回答者の年代、地域、性別構成には偏りがある。そのため、本調査結果は日本全国の消費者全体の意識を統計的に代表するものではなく、本調査対象者にみられた傾向として解釈する必要がある。

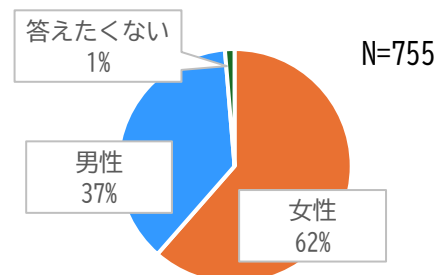
3.2 回答者属性

(1) 年代と性別

【図表 3-1】回答者の年代別人数



【図表 3-2】回答者の性別構成比

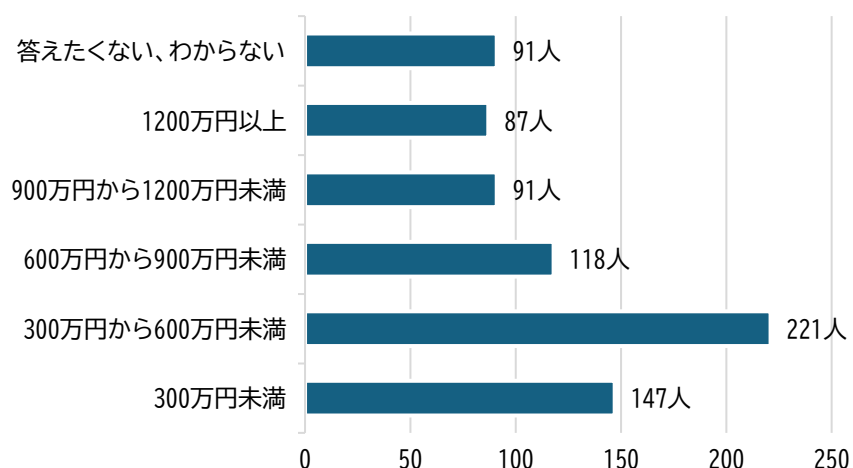


回答者の年代構成では、60代が約45%と最も多く、50代、70代以上と続いた。男女別では、女性が約6割を占めた。

年代別の分析では、「20代・30代」「40代・50代」「60代以上」の3区分に集約した。これは、各年代の回答数を一定程度確保し、年代間の傾向を比較しやすくすることを目的としたものである。

(2) 世帯年収

【図表 3-3】世帯年収別人数(税金控除前の年収であり所得ではない)

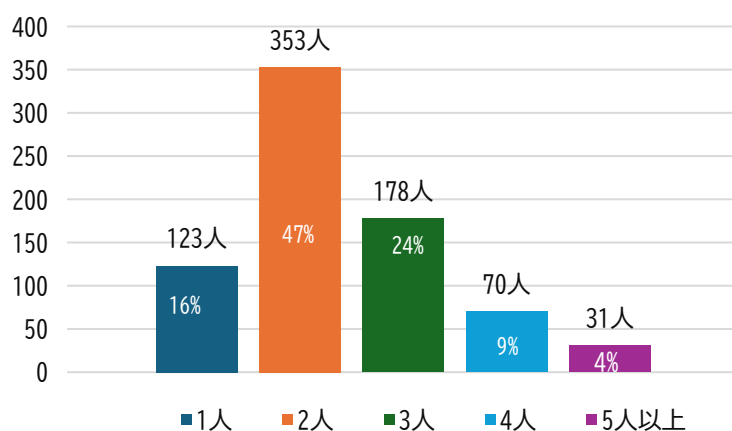


世帯年収は「300～600万円未満」が約30%で最も多く、「300万円未満」が約20%、「600～900万円未満」が約16%であった³。

³ 厚生労働省発表の所得の分布状況より上の層が多い。年収(控除前)のため、所得(可処分所得ではなく課税前所得)とは定義が異なるため単純比較はできないが、所得ベースで見ても概ね同様の分布傾向と考えられる。

(3) 同居の家族の人数

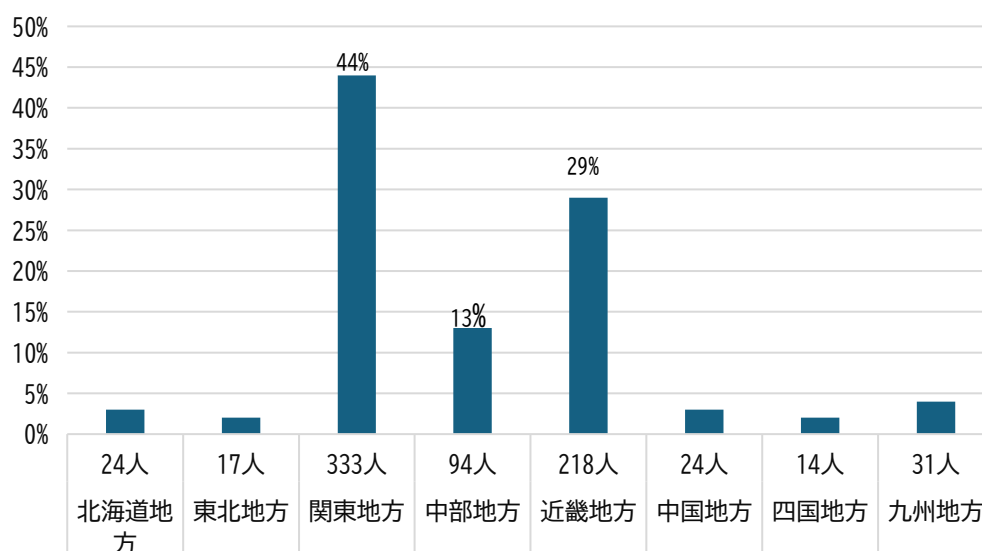
【図表 3-4】同居家族人数の分布



同居家族人数(本人含む)は「2 人」が 47%で最多、「3 人」が 24%、「1 人」が 16%であった。

(4) 回答者の住所地とエリア

【図表 3-5】回答者の住所地エリア別人数



【図表 3-6】回答者の都道府県別人数 単位：人

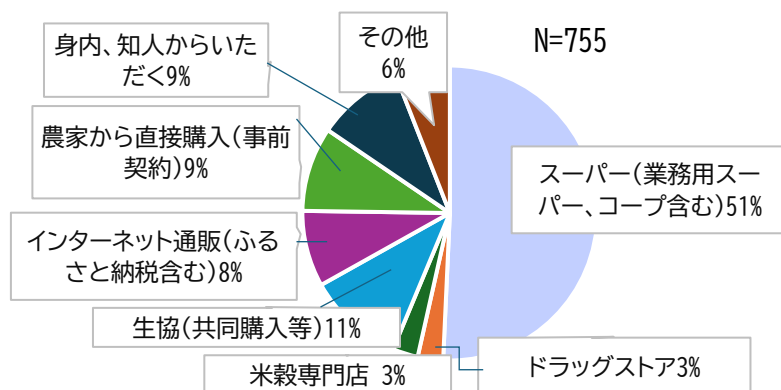
北海道地方		24							
東北地方	青森県	4	関東地方	東京都	168	中部地方	新潟県	7	
	岩手県	1		茨城県	6		富山県	5	
	宮城県	6		栃木県	6		石川県	2	
	秋田県	1		群馬県	1		福井県	1	
	山形県	3		埼玉県	48		山梨県	1	
	福島県	2		千葉県	48		長野県	6	
近畿地方	京都府	31		神奈川県	56		岐阜県	12	
	大阪府	87	中国地方	鳥取県	2		静岡県	9	
	三重県	7		島根県	2		愛知県	51	
	滋賀県	6		岡山県	9	九州地方	福岡県	16	
	兵庫県	72		広島県	7		佐賀県	2	
	奈良県	13		山口県	4		長崎県	3	
	和歌山県	2	四国地方	徳島県	8		大分県	3	
				香川県	3		宮崎県	2	
				高知県	3		鹿児島県	5	
				愛媛県	0		熊本県	0	
							沖縄	0	

エリア別では関東が 44%、近畿が 29%、中部が 13%で、その他(北海道・東北・中国・四国・九州)は、それぞれ 5%未満であった。回答者数が最も多かった都道府県は東京都(168 人)であり、次いで大阪府(87 人)、兵庫県(72 人)であった。

3.3 米の消費動向

(1) 米の購入場所はスーパーが多い

【図表 3-7】お米の主な購入（入手方法）場所

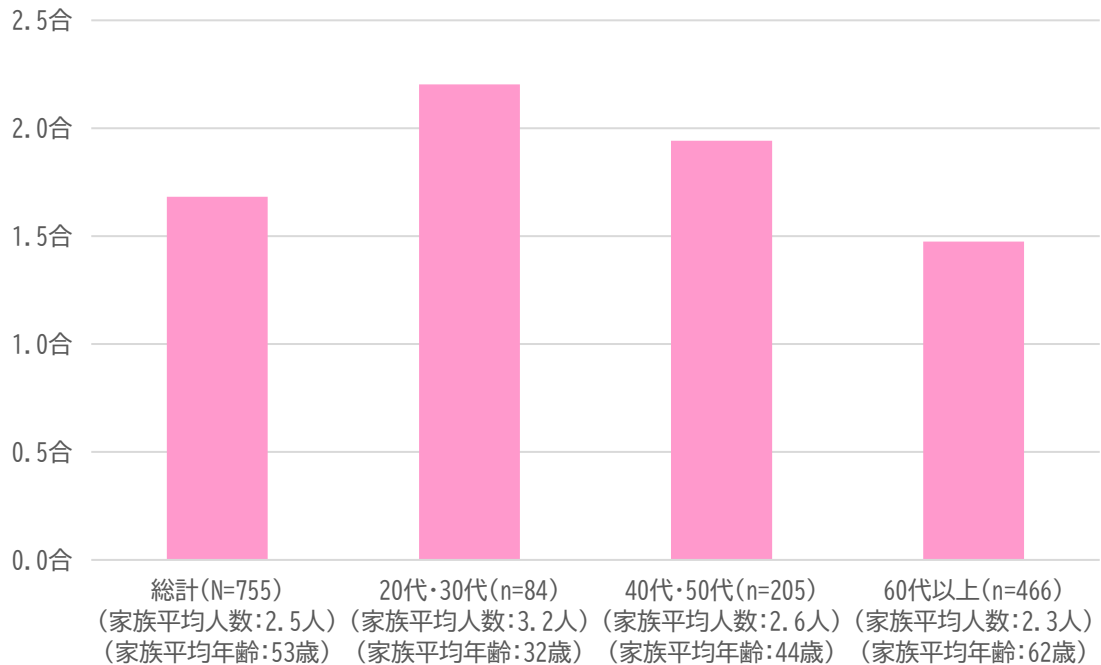


米の入手方法としては、スーパー（業務用スーパー、コープ含む）が 51%、次に、生協（共同購入等）が 11%、農家から直接購入（事前契約）、身内知人か

らいただくが 9%を占め、インターネット通販(ふるさと納税含む)が 8%であった。

(2) 米の1日当たりの平均消費量は1.7合(家庭内消費のみ、外食除く)

【図表 3-8】1日当たりの平均消費量：世帯別



世帯当たりの平均消費量は1日当たり1.7合であった。なお、年代が若いほど、家族数が多く、消費量も多くなる。

(3) 主食に占めるお米の消費割合

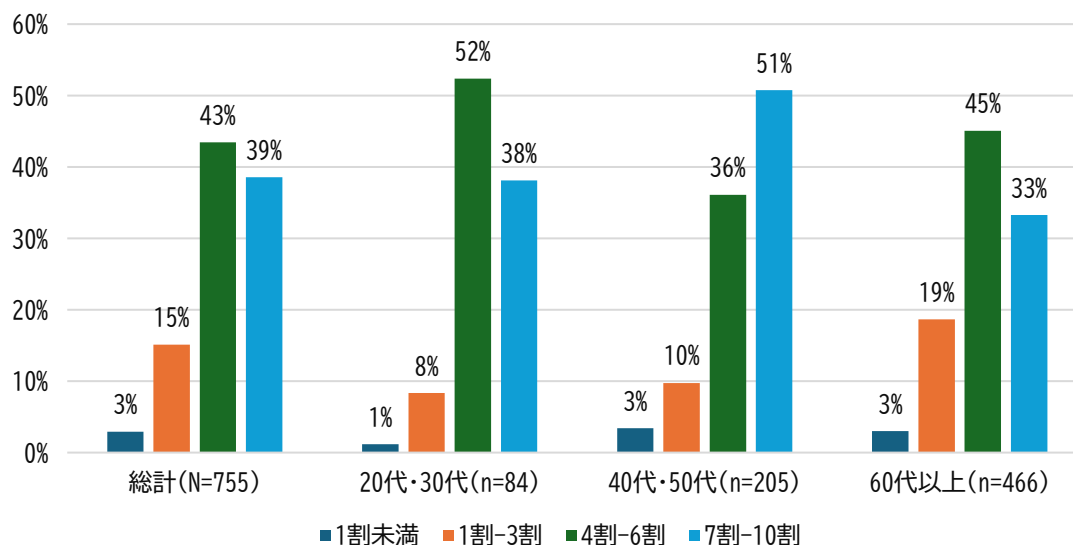
【図表 3-9】主食に占める米の消費割合（1か月）（N=755）

お米の消費割合	セグメント分類	回答数（人）	構成比（%）
7割から10割	高頻度利用層	291	39%
4割から6割	中頻度利用層	328	43%
1割から3割	低頻度利用層	114	15%
1割未満	極低頻度利用層	22	3%

82%

1か月間における主食のうち米が占める割合を尋ねた結果、4割以上と回答した人は82%に達し、米が依然として主要な主食であることが確認された。一方、3割以下の低頻度層と極低頻度層は18%(136人)であった。

【図表 3-10】年代別の米の消費割合



年代別にみると、40代・50代では高頻度利用層の割合が比較的高い一方、60代以上では低頻度利用層が増加し、米の消費割合が低下する傾向がみられた。農林水産省の調査⁴でも、60代では調理パンなど米以外の主食の消費割合が高まることが報告されており、本調査も同様の傾向を示した。

(4) 米を食べる理由は「好きだから」がトップ

【図表 3-11】米を主食の7割以上とする理由（複数回答）回答者人数：619人 N=1,573

順位	選択理由（上位項目）	グラフ(人)
1	米が好きだから	433
2	おかずに合うから	342
3	家族が食べるので	155

回答者 619 人中 433 人(約 7 割)が「米が好きだから」という理由を挙げており、「おかずに合うから」「家族が食べるので」が続いている。

(5) 米を食べない理由は食の多様化

【図表 3-12】米を主食の3割以下とする理由（複数回答）回答者 136人 N=230

順位	選択理由(上位項目)	グラフ(単位:人)
1	パンや麺類も食べたいから	96
2	家族がお米をあまり食べないから	33
3	糖質制限、または、ダイエットしているから	26

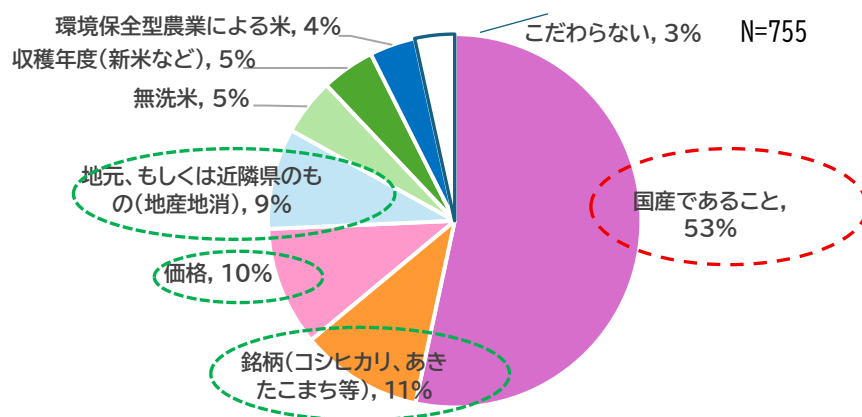
食べない理由としては、「パンや麺類も食べたいから」という理由が圧倒的に多く、パンや麺

⁴ 農林水産省(2026) おにぎりプロジェクト(参考資料)「年齢別の米の消費データ等」

類など米以外の主食を選択する傾向が確認された。続いて「家族がお米をあまり食べないから」「糖質制限、またはダイエットしているから」という結果であった。

(6) 米の購入時の選択要因は「国産であること」

【図表 3-13】 米の購入時に重視する項目



米を購入する際に重視する8項目に順位を付ける設問では、「国産であること」が1位で53%と最も多かった。続いて「銘柄」「価格」が上位に挙げた。

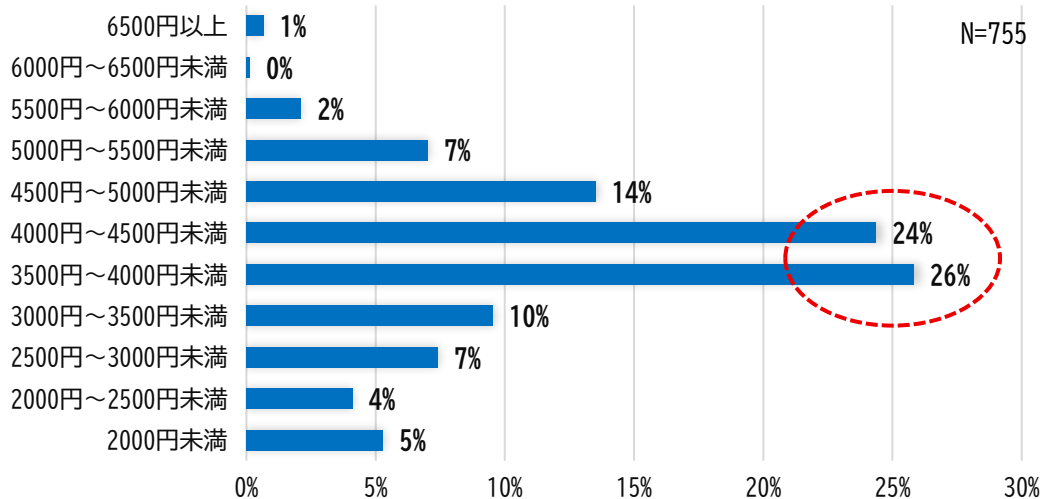
一方、順位に点数を付与し(1位=8点、2位=7点、3位=6点…)、点数と回答者数を掛け合わせて集計すると、「価格」が総合評価で上位に浮上した。このことから、消費者は「国産志向」を持ちながらも、総合的には「価格」も重要な判断基準としていることが示された。

3.4 価格について

ここでは、直近(アンケート時期は2026年3月~4月)の購入価格、消費者が適正だと考える価格(以下適正価格)、許容できる価格上昇とその理由についての分析結果を示す。*価格は税抜価格で表示

(1) 購入価格 3,500 円～4,500 円が半数(2026 年 3 月～4 月調査)

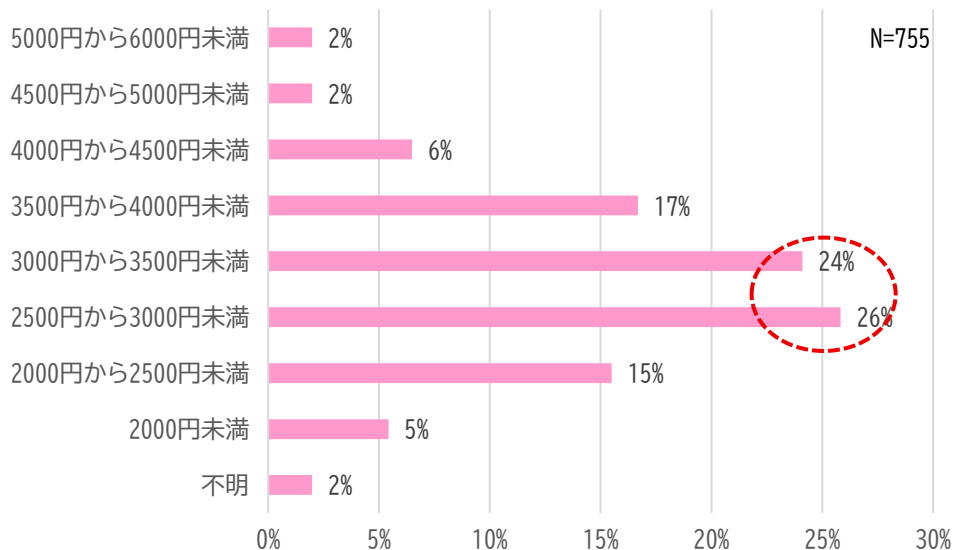
【図表 3-14】米の購入価格 (5kg・税抜価格)



購入価格は幅広く分布していたが、「3,500 円～4,000 円未満」が 26%、「4,000 円～4,500 円未満」が 24%を占め、この 2 つの価格帯で約半数(50%)となった。また、各選択範囲の中央の値(例:2,000 円～2,500 円は 2,250 円)に各構成比を掛け合わせて算出した平均購入価格は 3,900 円であった。

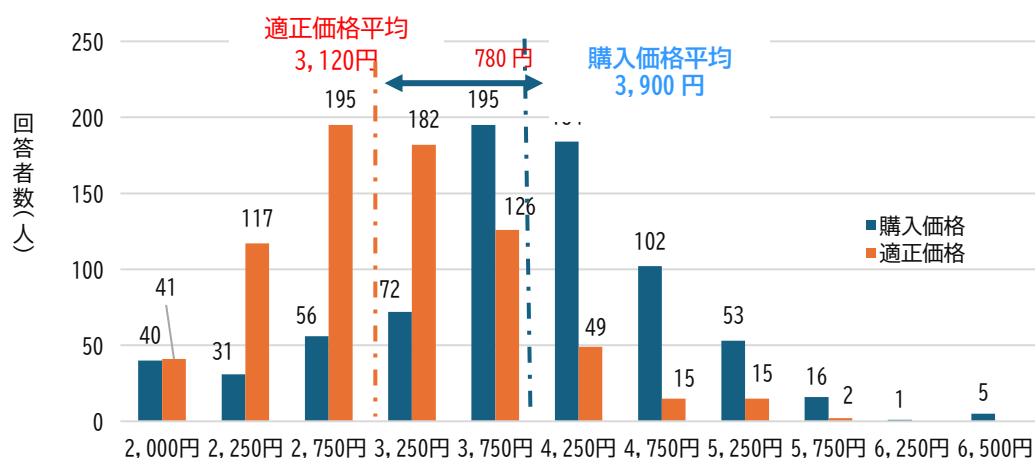
(2) 適正価格は 2,500 円～3,500 円

【図表 3-15】適正価格 (5kg・税抜価格)



適正価格は、「2,500～3,000 円未満」が 26%で最も多く、「3,000～3,500 円未満」まで含めると半数を占めた。図表 3-14 と同じ方法で算出した平均適正価格は 3,120 円であった。

【図表 3-16】 購入価格と適正価格の差異



平均適正価格 3,120 円は、平均購入価格 3,900 円より 780 円低い結果となった。

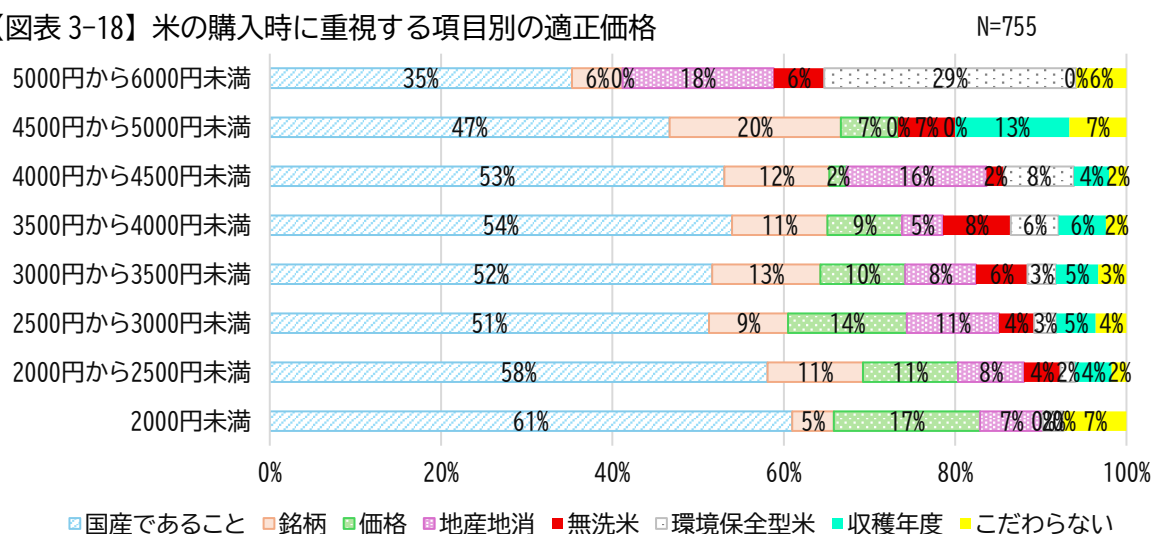
【図表 3-17】 米の消費割合別適正価格

主食における米の消費割合	適正価格平均	回答数
低頻度利用層（3割未満）	3,250 円	133 名
4割から6割	3,098 円	323 名
7割から10割	3,085 円	286 名
総平均	3,120 円	742 名

※「適正価格に考えなし」の人は除く

また、主食における米の消費割合が高い人ほど、米の適正価格を低くしている。消費量が多いためと推察できる。

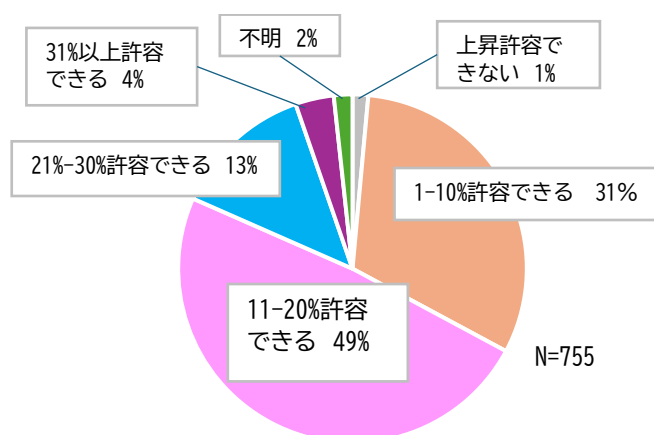
【図表 3-18】 米の購入時に重視する項目別の適正価格



次に、米の購入時に重視する項目別にみると、「国産であること」は比較的低価格帯を適正価格とする回答が多くみられた。一方、環境保全型農業を重要視する回答者は、高価格帯を適正とする割合が相対的に高く、平均適正価格も最も高かった。また、価格重視層は低価格帯を選択する傾向が明確であった。

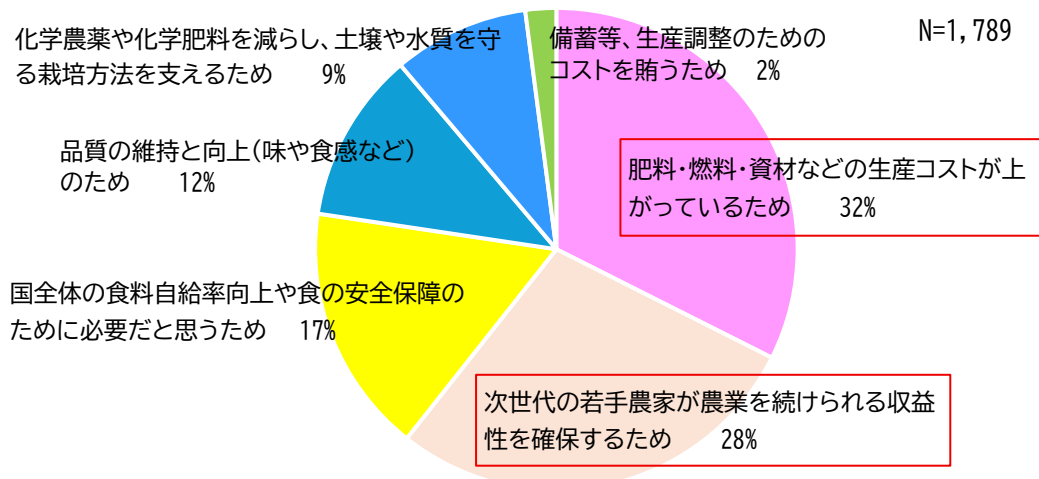
(3) 許容できる価格上昇率は11～20%が最多

【図表 3-19】適正価格に対して許容できる価格上昇率(%)



どのくらい価格上昇が許容できるのかという質問に対しては、11～20%の回答が最も多く 368 人であり、約 50%を占めた。

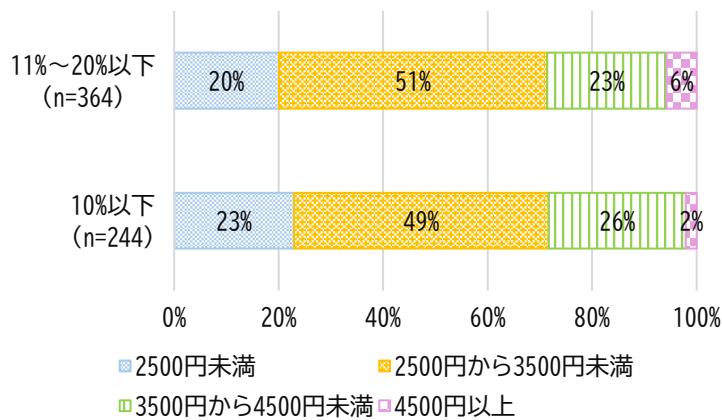
【図表 3-20】価格上昇を許容する理由（複数回答）



価格上昇を許容できる要因として、「生産コストの上昇」と「若手農家が農業を継続できる収益性の確保」の2項目で回答全体の約6割を占めた。消費者もコストと農家の収益性に一定の理解を示す結果といえる。

少数ではあるが、「価格で農家を支えるべき」「安価な米の消費と農家所得確保の両立のため政策転換を求める」などの意見もみられた。

【図表 3-21】許容できる価格上昇率と適正価格



また、価格上昇が許容できる割合別(上位2位まで)に適正価格を出したところ、許容できる価格上昇率が高い人ほど適正価格を高くする傾向にあった。

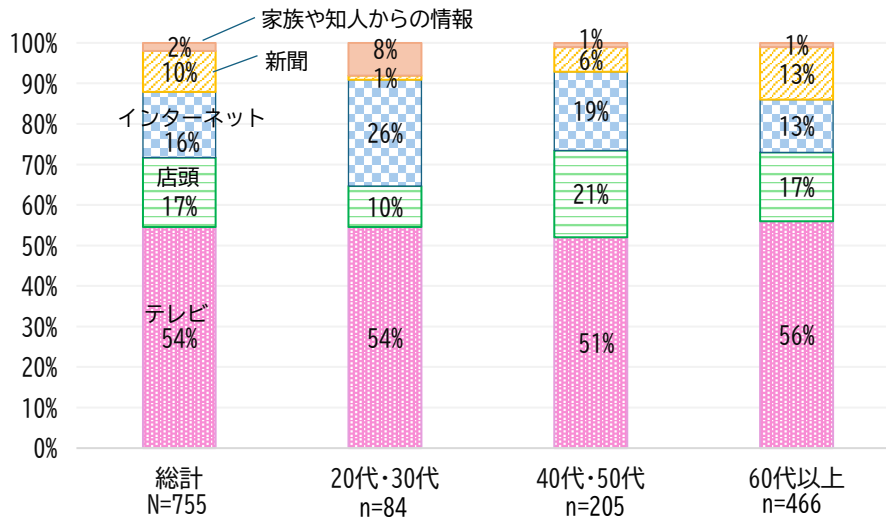
(注)許容できる価格上昇率を抽象的な文言で入力した人および適正価格を考えなしと回答した人を除く

3.5 価格高騰による消費者行動の変化

ここでは、価格高騰時における購入行動の変化を分析した。

(1) 主な情報源はテレビ

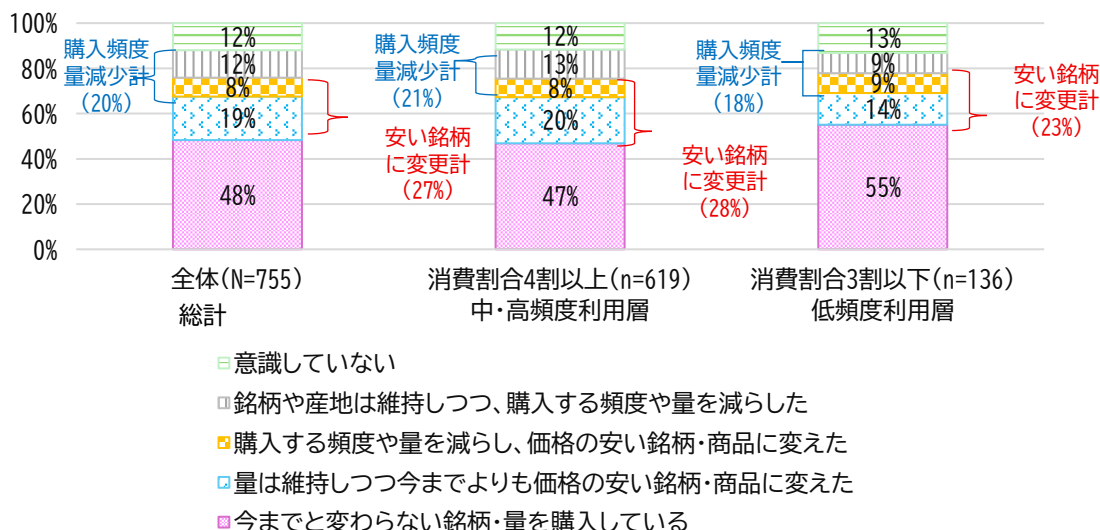
【図表 3-22】米の供給状況・価格情報の主な入手先（年代別）



回答者の約半数が「テレビ（54%）」を主な情報源としており、「新聞（10%）」を合わせると64%となり、多くの回答者がテレビや新聞などのマスメディアから情報を得ていた。一方、20代・30代では「インターネット」が26%と、全世代の16%より多かった。逆に「新聞」は全世代10%に対し、1%と目立って低かった。

(2) 今までと変わらない買い方が半数

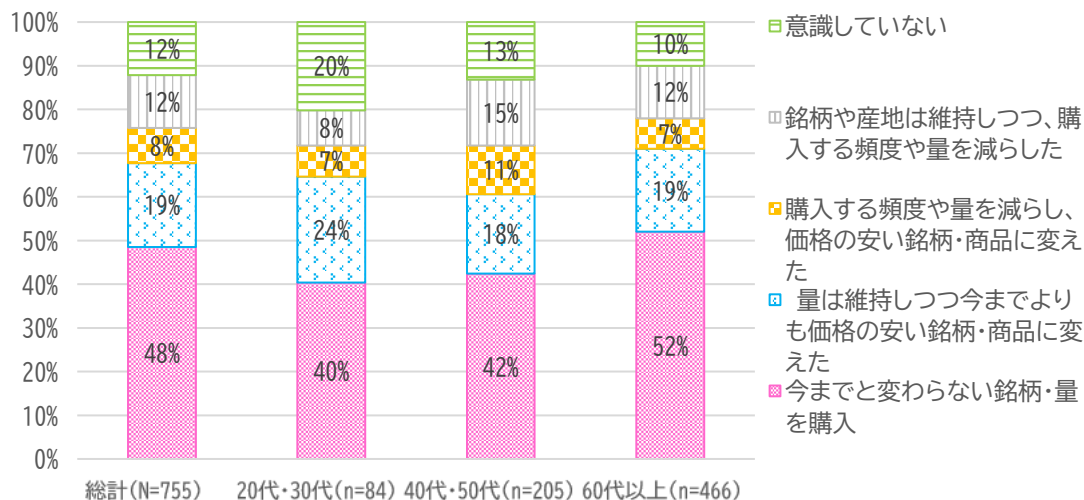
【図表 3-23】 価格高騰後の購入行動の変化（消費割合別）



最近の米価高騰を受けた購入行動の変化については、「今までとあまり変わらない」が約半数で最も多かった。一方で、「量を維持しつつ価格の安い銘柄・商品に変えた」が 19%、「購入頻度や量を減らした」が 8%、「銘柄や産地は維持しつつ、購入頻度や量を減らした」は 12%で、価格高騰の影響を受けて行動変容した層は合計 39%であった。なお、「意識していない」の 12%は、行動変容した層に入れていない。

また、図表 3-23 に見るように、主食に占める米の中・高頻度利用層(消費割合 4 割以上)は、低頻度利用層(3 割以下)よりも「量を減らす」「安い銘柄に変更する」といった行動をとる割合が高く、米を多く消費する層ほど、価格高騰時に購入方法を変更する割合が高い傾向がみられた。

【図表 3-24】 価格高騰後の購入行動の変化（年代別）

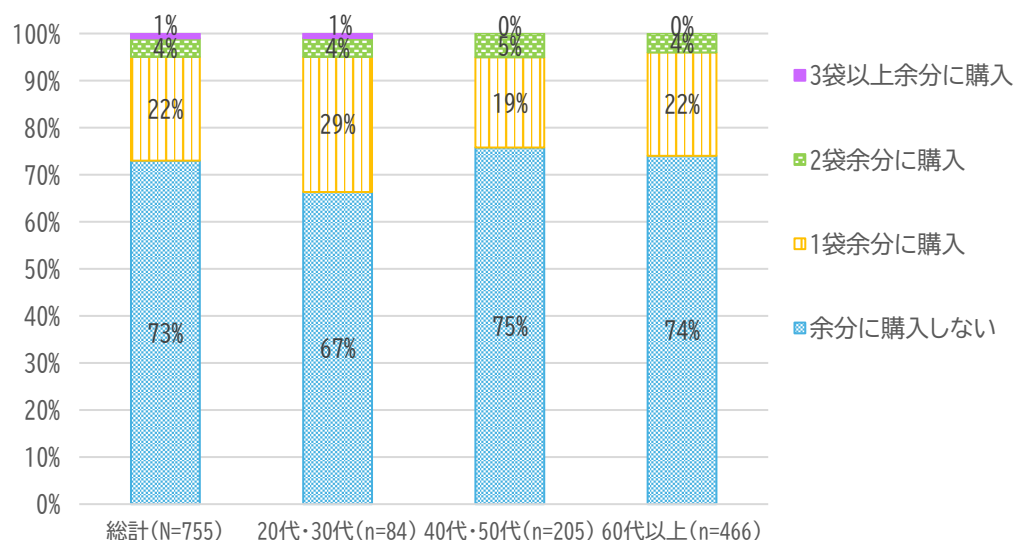


米の消費量が減る 60 代以上は、半数以上が購入行動に変化がなかった。20 代から 50 代は、

同居家族数が多いためか、購入行動に変更がない割合は、約 4 割にとどまった。

(3) 余分購入の傾向

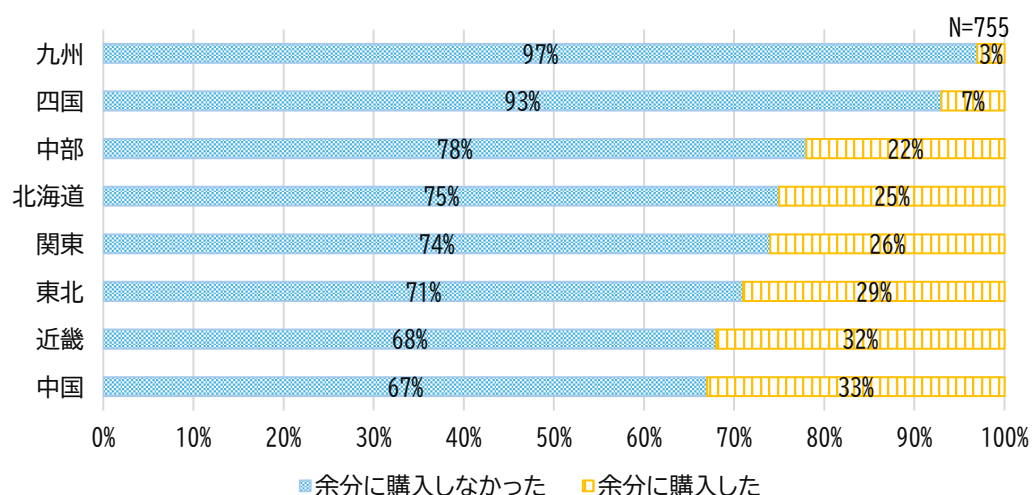
【図表 3-25】 災害・米不足報道時の余分購入（年代別）



災害や米不足が報じられても、普段どおり購入した回答が 73%であった。余分に購入した層のうち 8 割は「1 袋のみ」であり、食の多様化も背景に、米不足を一過性の事象と捉えた当座の備蓄行動に留まったと推測される。2 袋・3 袋以上の追加購入は全体の 5%と少数であった。

年代別では、20 代・30 代が「1 袋余分に購入した」割合が 29%と最も高く、40 代以上より「余分に購入しなかった」割合が低かった。これは、20 代・30 代のほうが米の世帯当たりの消費量が多く⁵、米が買えないことへの危機感が多く反映された結果と推測できる。

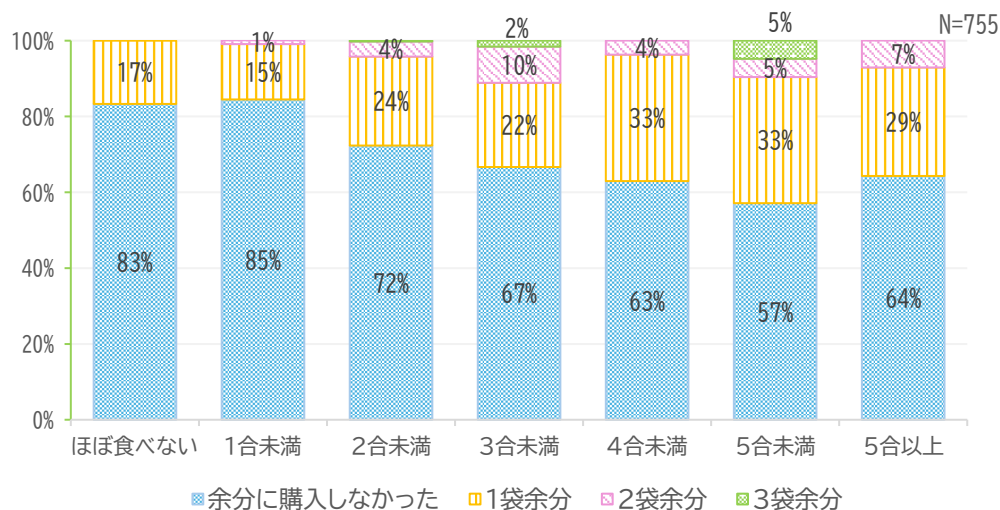
【図表 3-26】 災害・米不足報道時の余分購入（地域別）



⁵ 図表 3-8 参照。

南海トラフ地震臨時情報や台風の影響による買い込み需要を想定して地域別に分析したところ、九州・四国で余分購入が少なく、近畿・中国で多い傾向がみられた。しかし、サンプル数や分布の偏りを踏まえると、明確な地域差は確認できなかった。南海トラフ地震を心理的背景とした顕著な買いだめ行動はみられなかったと考えられる。

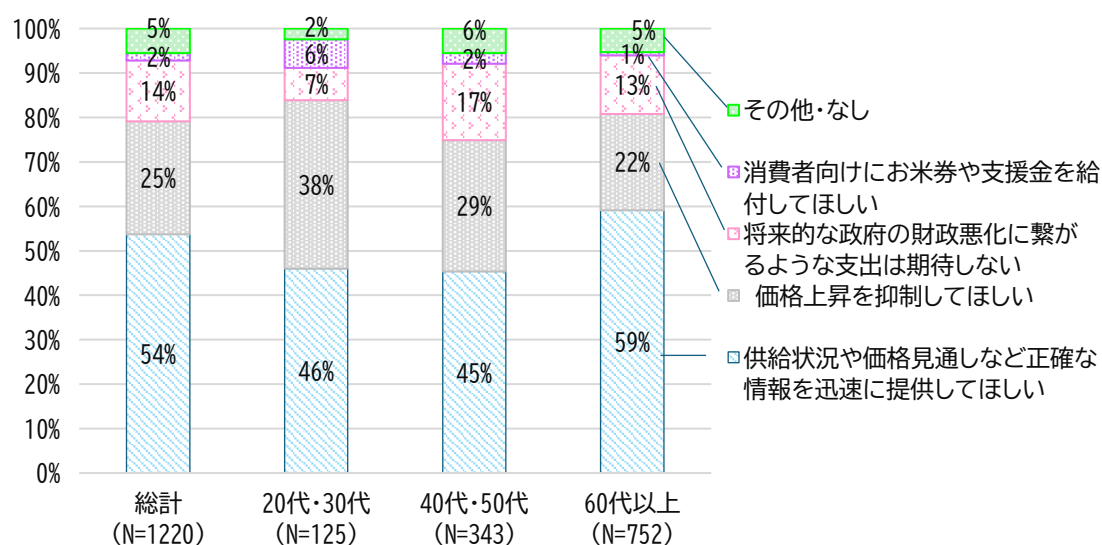
【図表 3-27】 災害・米不足報道時の余分購入（1日当たり米の消費量別）



米の消費量が多い層ほど、余分購入を行った割合が高くなる傾向がみられた。

3.6 消費者が行政に最も求めたのは「給付」ではなく「情報」

【図表 3-28】 国・自治体に期待する施策（複数回答）



「消費者向けにお米券や支援金を給付してほしい(2%)」よりも、「供給状況や価格見通しなど正確な情報を迅速に提供してほしい」が 54%と最も多く、消費者は一時的な給付政策よりも、供給状況や価格見通しに関する情報提供を重視していることが示された。また、「価格上昇を抑制してほしい」も 25%あり、短期的な家計支援を求める声も一定程度存在した。

年代別にみると、20 代・30 代は「価格の引き下げ」や「お米券給付」など、短期的な家計への直接支援を求める傾向が強い。

一方で 60 代以上は現金給付等の支援をほとんど望まず、「正確な情報開示」による市場の安定化を強く求めている。この背景には、家計負担の感じ方や世代による価値観の違いが影響している可能性がある。

他に自由記述では、生産者支援、食料安全保障、流通改革など制度全体に関する意見も多く寄せられた。

生産者支援	「農家が続けられる価格設定にすべき」「減反政策の見直し」
自給率の向上	「主食の自給率は 100%を維持すべき」「輸出を視野に入れた増産」
流通の改善	「中抜き制限」「備蓄米の放出基準の明確化」

3.7 生産者支援の必要性について

持続可能な米の需要と供給について望むことを自由記述で回答を求めたところ、必須回答ではないにもかかわらず回答率は 61%と高かった。1 件につき複数の要望が書かれていることも多いため、意味内容に基づき「1 文＝1 意見単位」として分類した(※複数論点を含む場合は主要論点に基づき分類)。その結果は次のとおりである。

【図表 3-29】持続可能な米の需要と供給に向けた消費者の要望（記述式）

カテゴリー	件数	割合
農家支援・経営安定	178	22%
安定供給・減反政策・増産	132	16%
価格（適正価格・安定価格・透明化）	104	13%
流通・中間マージン・JA 改革	96	12%
自給率・食料安全保障	88	11%
高齢化・後継者不足・若者支援	74	9%
情報公開・政策透明性・政府不信	48	6%
技術革新（スマート農業・DX・品種改良）	41	5%
輸出・ブランド化・国際競争力	30	3%
消費拡大（米粉・食育・PR）	29	3%
総計	642	100%

具体的内容は次のとおりであった。(例)

- ・持続可能な米の需要と供給は、農家の方々の給料を上げることと、外国産米を減らすこと。米不足などを過度に誇張した広告や報道を抑制してほしい(20代 女性)
- ・農家さんに安定収入を与える制度が必要。値段ばかり追いかけているとお金を出しても米が手に入らないようになりそうで不安(40代 女性)
- ・機械化にもお金が掛かり、前年度抱えた借金を今年度以降で返すことができる保証もなく、気候変動や高齢化もあいまって、米作りは困難になっています(50代 女性)

生産者(農家)が安心して営農を継続できる経営環境を望む声が多く、そのためには価格上昇はやむを得ないものの、上昇の理由を分かりやすく示してほしいという意見が多数を占めた。今回の令和の米騒動では、一般消費者は原因が分からないまま高価格での購入を余儀なくされており、流通の仕組みなどに関する消費者への情報提供・コミュニケーションの重要性が示唆された。

3.8 アンケート結果のまとめ

本章における 755 名の消費者アンケートの分析から、2024 年夏以降の米価高騰・品薄局面における消費者の実態について、以下の 4 つの洞察(インサイト)が得られた。

(1) 米の消費動向

消費者の主食に占める米の割合は 4 割以上が 82%と多数を占め、依然として米は主要な主食であることが確認された。一方で、年代が上がるほど低頻度利用が増える傾向があり、特に 60 代ではパン・調理パンの消費増加(農林水産省データ)が背景にある。高頻度利用層ほど米の価格に敏感で、適正価格を低く見積もる傾向がみられた。これらの結果から、米の需要は依然として高いものの、高齢化や食の多様化により長期的には消費量が減少する可能性が示唆される。

(2) 価格認識の差異と農業の持続性に対する消費者の理解

直近の 5kg あたり平均購入価格は 3,900 円であったのに対し、消費者が適正と思う価格の平均は 3,120 円であり、両者には 780 円の認識差(ギャップ)が存在している。特に米の消費割合が高い「高頻度利用層」や、購入時に価格を重視すると回答した層ほど適正価格を低く見積もる傾向が強い。

しかしその一方で、全体の半数近くが「11~20%の価格上昇は許容できる」と回答しており、その理由の約 6 割が「生産コストの上昇」や「次世代の若手農家の収益確保」であった。消費者は家計への負担を感じつつも、将来にわたり農業を継続できる経営環境の整備に対して一定の理解と共感を示した。

(3) 価格高騰後の行動変容は限定的

メディア等で「米不足」が大々的に報じられたものの、実際には 73%の消費者が余分購入をしていなかった。また、回答の約半数が米価高騰後も、今までと変わらない量と銘柄を購入しており、全体として、行動変容は限定的であった。

一方で、20 代・30 代では「今までと変わらない」と回答した割合は 4 割にとどまり、若年層では行動変容が比較的多くみられた。また、米の消費割合が高い層ほど、価格上昇による購買行動の変化が生じる傾向が確認された。

(4) 「正しい情報」への強い需要

国や自治体への要望として、一時的な金銭支援（お米券や支援金）を求める声は限定的であり、最も多かったのは「供給状況や価格見通しなど正確な情報の迅速な提供」であった。自由記述（回答率 61%）でも、単なる値下げ要求ではなく、「農家の所得補償・経営安定（22%）」「安定供給・減反政策の見直し（16%）」など、食料安全保障や流通構造の改善を求める本質的な意見が上位を占めた。

4. 生産者インタビュー結果

第 3 章の消費者調査では、米価の上昇に対して一定の負担感が示された一方、価格上昇を一定程度受け入れる回答も多く、その背景として生産コストの上昇や農家の収益確保を挙げる意見がみられた。また、国や自治体に対しては、給付などの一時的な支援よりも、供給状況や価格見通しなどの正確な情報提供を求める声が多かった。

こうした消費者側の認識が、生産現場ではどのような実態や課題として現れているのかを把握するため、生産者へのインタビューを実施した。消費者調査と生産者インタビューを対比すると、両者の間には価格に対する認識の違いがある一方、米の安定供給を維持するためには、生産コストを踏まえた価格形成と持続可能な生産基盤の確保が必要であるという接点も見えてくる。本章では、「生産現場の現実」を検証するため、経営環境の異なる米の生産者へのインタビュー調査を実施し、その定性的な実態を分析した。

4.1 北海道の中山間地における家族経営（個別・直販型）

【調査概要】

調査実施日	2026 年 4 月 3 日
対象組織	株式会社 A 農園（北海道）家族経営
話者	代表取締役 A 氏（5 代目経営者、就農 20 年目）
営農規模	総面積約 30ha（うち水稻 26ha、その他はメロン用ハウス 8 棟・畑作） 1 区画が平均 18a と極めて小規模・分散型の中山間地
事業内容	ブランド米（ななつぼし、ゆめぴりか、ふっくりんこ）、メロン、スイートコーン等の生産・販売（直販比率約 40%）

(1) 20 年間据え置かれた米価と JA が提示する概算金の限界

A 氏によれば、資材費や人件費が上昇し続ける一方で、米の取引価格は米騒動直前まで約 20 年間、ほぼ横ばいで推移していた。JA や卸業者に出荷する農家は価格交渉力を持ちにくく、提示された概算金で取引せざるを得ない状況が続いていたという。こうした状況に対し、A 氏は「一律評価の矛盾」を強く感じ、自社ブランドによる直接販売へと段階的にシフトしてきた。

(2) 中山間地の「極小区画」がもたらす過大な設備投資コスト

A 氏は、A 農園では 1 区画当たりの水田面積が平均 18a と極めて小さく、畦や段差も多いため、機械の旋回回数が増え、農機への負荷が大きくなると説明した。A 氏によれば、通常より 4 ～5 倍の負荷がかかるため、1,000 万円を超えるトラクターや 700 万円程度の作業機を 10 年未満で更新せざるを得ないという。また、米価が米騒動後の水準を維持できなければ、農機購入などに伴う償還金(借入返済)の確保が困難になると述べた。

(3) 気候変動による猛暑と食害虫のリスク

A 氏は、近年は北海道でも猛暑が常態化し、アブラムシやカメムシなどによる害虫被害が深刻化していると述べた。また、薬剤への耐性が強まり、従来の防除カレンダーでは対応しきれない場合があるという。さらに、一度害虫が大発生すると、防除などに多額の経費が発生し、それが一気に損失につながるため、減農薬への取り組みには高い経営リスクが伴うと指摘した。

(4) 地域農業の転換点と後継者育成

A 氏は、離農した生産者の農地を引き受けることを想定している。地域の水稲農家 16 軒のうち後継者がいるのは 3 軒のみで、残り 13 軒では経営者が 70 歳を超えている。今後 5 ～10 年以内に離農が集中する可能性が高いという。

そのため、A 農園としても、今から機械や人員などの受け入れ体制を整えておかなければ、将来的に地域の水田を引き受けることが難しくなると説明した。

(5) BLOF 理論の導入による「価値の科学的証明」

A 氏は、再生産可能な米の価格で、その価格に見合う価値を説明できることが重要と考え、「BLOF 理論」⁶を導入している。毎年、全品種を自ら実食し、栽培方法と食味との関係を検証しているという。顧客から寄せられる「味が全然違う」といった評価が、ブランド米としての指名買いにつながっている。

⁶ 日本有機農業協同組合：BLOF 理論とは、BIO LOGICAL FARMING（生態調和型農業）の略で、科学的根拠および植物生理のデータにもとづき、今までの有機栽培に不足していた客観的裏付けによる栽培技術のこと。作物の成長に最適なアミノ酸の供給、土壌分析・施肥設計にもとづいたミネラル肥料の供給、太陽熱養生処理を用いた土壌団粒形成、土壌病害菌抑制、水溶性炭水化物を供給し、土壌のコンディションを整えて、有機作物の高収量・高品質・高栄養を実現する方法。

(6) 消費者へのメッセージと今後の戦略

A氏は、店頭価格を見て「農家が儲けている」と誤解されることがあるが、実態は異なると述べた。お米1食分(約40～50円)は依然として低価格であり、現在の価格上昇は、肥料や燃料などのコスト上昇がようやく反映された結果にすぎないという。

また、JA・卸60%、直接販売40%(保育園・介護施設20%、個人20%)という多角的な販路を維持することで、特定の販売先に依存しない経営基盤を構築している。

(7) A氏インタビューから見えた課題

A氏のインタビューからは、中山間地特有の小区画化、気候変動・害虫リスク、後継者不足など、個々の農家の努力だけでは対応が難しいという課題が明らかとなった。

特に、天候・害虫リスクを農家が単独で負担する現状には限界があり、気候変動リスクに対応した補償制度など、経営リスクを社会全体で支える仕組みが必要である。

さらに、需給状況に応じて余剰米を輸出に振り向ける流通体制の整備や、価格下落局面で政府備蓄米を適正価格で買い入れる仕組みなど、生産者の経営を下支えする政策の強化が求められる。

4.2 岐阜県の中山間地における集落営農（組織法人・受託型）

【調査概要】

調査実施日	2026年4月7日
対象組織	農事組合法人B 社員1名、常勤アルバイト2名、非常勤アルバイト数名
話者	代表理事B氏(元教員、早期退職後に就任)
営農規模	水田約70ha。地域内水田の90%以上を無償で預かり受託(高齢化や人手がない等の理由で稲作ができない水田の持ち主から稲作を頼まれている)地域の「担い手さん」。中山間地の集落営農としては突出した巨大規模
事業内容	主食用米(コシヒカリ等)、低農薬栽培米の生産・販売。生産米の約半分は直売、半分はJA出荷。市内の幼稚園・小中学校の給食へ年間250俵を供給

(1) 資材高騰による「再生産が可能な取引価格」の逼迫と価格下落への不安

B氏によれば、「令和の米騒動」以前は、一俵1万円前後という取引価格であった。その純利益は10a当たりわずか5,000円程度にとどまり、経営の維持は困難であったという。

対して、「令和の米騒動」後は、米の取引価格が1俵(60kg)当たり3万～4万円に達し、ようやく機械更新や人件費を賄うことのできる「再生産が可能な取引価格」の水準に達したと述べている。

肥料・農薬・燃料代はコロナ禍前と比べて約2倍に高騰し、農機具等の償還金や人件費も上昇していることから、現在の米の取引価格が再び下落すれば、「廃業を検討せざるを得ない」という強い危機感があるという。

(2) 農機具の値上がりと中山間地における設備更新コストの負担感

B氏によれば、農機具メーカーは毎年約1割ずつ機体価格を引き上げている。同法人で使用するコンバインは、5年程度で寿命の目安とされる1,000時間に達し、現在では1台2,000万円を超えるという。2台を維持する場合、5年ごとに4,000万円を超える設備投資が必要となる。さらに、トラクターは1,000万~1,500万円、田植え機は500万~600万円程度となっており、複数の農機具の更新が重なることで、設備投資の負担は大きくなる。

また、JAのリース制度については、「破損時の責任が不明確」「繁忙期にリースの利用が集中し、使いたい時に使えない」といった課題があるため、結果として自社で購入せざるを得ないのが現状であると説明した。

(3) 定年延長に伴う労働力確保への影響

B氏によれば、中山間地の営農法人では、一般企業を60歳で定年退職したシニア層を「第2の人生の受け皿」として雇用し、75歳までの15年間、貴重な労働力として活用する仕組みが維持されてきた。

しかし、定年が65歳に延長されたことで、こうした人材が法人に入職する年齢が5年遅れることとなった。未経験者がトラクターの単独作業などを担えるまでには約3年を要するため、65歳で入職した場合、法人で活躍できる期間が大幅に短くなるという。

加えて、農作業は通年で行われるわけではないことや、高齢者中心の組織では若手を指導する人材が不足していることから、新卒などの若手人材の採用・定着も難しい状況にあるという。

(4) スマート農業

営農管理システム(KSAS⁷等)で2割程度のコスト削減を実現した。しかし、高齢者がこれを十分に使いこなせず、購入した機能の一部が活用されていないケースもあるという。

さらに、中山間地という立地上の問題もある。B氏によれば、同法人が管理する農地の約2割は携帯電話の「人口カバー率」の対象外にあり、電波が届かないため、GPS位置補正システムを利用できないという。このため、スマート農業の導入には、機器そのものの性能だけでなく、通信インフラの整備も重要な課題となっている。

(5) 消費者へのメッセージと今後の戦略

B氏は、現在の米の取引価格(価格高騰後)は、日本の農業や農村景観を維持し、次世代に水田を引き継いでいくために必要な「適正価格」であり、「再生産価格」であると考えている。その

⁷ クボタスマートアグリシステム。株式会社クボタが提供するクラウド型の営農・サービス支援システム。パソコンやスマートフォンを使って、農地の管理や日々の作業記録、機械の稼働状況などを一元化し、農業経営の効率化や省力化をサポートする。

ため、現在の米の取引価格が生産を継続するために必要な水準であることについて、消費者の理解が不可欠であると訴えた。

また、B氏は、国民全体が現在より「5%多く」米を消費することで、過剰在庫による価格暴落を回避できるとの見方を示した。米の消費量を一定程度増やすことによって需給のバランスを改善し、価格の安定につなげる必要があるとの考えである。

(6) B氏インタビューから見えた課題

資材・農機具価格の上昇、労働力不足、設備更新、通信インフラなど、個々の農業経営だけでは対応が難しいという課題が明らかとなった。

米の取引価格が生産コストを下回れば、農機更新や人件費の確保が困難となり、法人の存続に影響する可能性がある。中山間地では農地条件や通信環境の制約も加わるため、単純な機械化・デジタル化だけでは生産性向上を実現できない。

持続可能な生産体制を維持するためには、価格下落時に生産者の経営を下支えする仕組みが必要である。具体的には、一反当たりの直接支払い、政府備蓄米の適正価格での買い入れなど、生産体制を維持するためのセーフティネットの検討が求められる。

また、スマート農業の推進にあたっては、機器導入だけでなく、高齢者を含む担い手が十分に活用できる人材育成と通信環境の整備を一体的に進めることが重要である。

5. 結び

5.1 考察

本調査では、消費者アンケートと米の生産者へのインタビューを通じて、「令和の米騒動」を契機とした消費者の行動や意識、生産現場が抱える課題を把握し、米の需要と供給の在り方について考察した。その結果、米価や価格形成に対する認識には消費者と生産者の間で一定のずれがある一方、持続可能な米の生産の必要性については共通する認識も確認された(図表5-1)。

【図表 5-1】消費者と生産者の認識の接点とずれ

消費者アンケートから見えたこと	生産者インタビューから見えたこと
米価を高いと感じている	生産コストが上昇している
消費者が考える適正価格は平均3,120円(5kg)	米作を続けるためには、一定の販売価格が必要
生産コストや農家の収益確保のための価格上昇は一定程度許容	設備更新・人件費等のコストを確保しなければならない
安定供給と正確な情報を求めている	生産・流通コストが消費者へ伝わりにくい

米は国民の主食であり、その安定供給は食料安全保障の基盤でもある。今回の調査を通じて、持続可能な米の需要と供給を実現するためには、生産・流通・消費を切り離して考えるのではなく、それぞれが相互に支え合う仕組みとして捉える必要があることが改めて明らかになっ

た。こうした調査結果を踏まえ、以下のとおり提言する。なお、米の生産者は、経営規模や地域特性、栽培方法などが大きく異なり、その課題も多岐にわたる。本調査は 2 名の生産者へのインタビューに基づくものであり、全国の生産者全体を代表するものではない。

5.2 消費者への提言― 持続可能な米の需要と供給を支える消費者として

(1) 正確な情報に基づき、冷静に行動する

本調査では、73%の消費者が災害や米不足の報道時にも余分購入をしておらず、買い占め行動は限定的であったことが確認された。一方で、需給に関する不確かな情報や過熱した報道は、消費者の不安を増幅させ、市場の混乱を招く要因にもなり得る。品薄や価格高騰が報じられた際には、家庭の在庫や必要量を確認したうえで冷静に行動し、客観的な情報に基づいて判断することが重要である。

(2) 価格の背景を理解し、持続可能な価格形成を支える

米価の上昇は、単なる需給だけでなく、生産資材や燃料費の高騰、物流費の上昇、異常気象など、さまざまな要因が複合的に影響している。価格だけで商品の価値を判断するのではなく、その背景を踏まえ、生産者が将来にわたって営農を継続できる価格形成の重要性を認識することが求められる。

(3) 生産者とのつながりを意識した消費行動

スーパーなど日常的な購入先においても、価格だけでなく産地、生産方法、価格形成の背景などを確認する。地域で生産された米を選択することや、価格だけでなく生産現場にも目を向けた購入行動を心掛けることは、地域農業を支え、持続可能な米の需要と供給につながる。日々の購入行動が持続可能な食の仕組みを支えていることを意識することが重要である。

5.3 行政への提言― 情報の透明性確保と市場環境の整備

(1) 米の需要と供給の状況や価格形成に関する情報提供の充実

本調査では、消費者が行政に最も期待していたのは、価格抑制策よりも、需給状況や価格形成の背景についての正確で迅速な情報提供であった。需給見通し、民間在庫、価格変動要因などについて継続的かつ分かりやすい情報発信を行い、消費者が安心して判断できる環境を整備することが求められる。

(2) 流通の透明性向上と公正な市場環境の維持

流通の自由化が進む中で、需給が逼迫した際には、流通経路や在庫状況が見えにくくなることが混乱を招く一因となっている。平時から流通実態を把握するとともに、需給逼迫時には適切な情報提供と市場監視を行い、公正で透明性の高い市場環境を維持することが重要である。

(3) 持続可能な米の生産を支える政策の推進

持続可能な米の供給を維持するためには、生産者が安心して営農を継続できる環境を整えることが不可欠である。再生産可能な価格形成と安定供給を支える政策や流通の仕組みについて、引き続き検討・充実を図る。また、気候変動による生産リスクや農業従事者の高齢化・後継者不足、農機具等の設備更新負担など、生産者だけでは対応が困難な課題についても、必要な支援策を検討することが期待される。

5.4 今後に向け

本調査では、消費者および生産者の視点から、「令和の米騒動」における購入行動の変化、生産現場の課題、価格上昇に対する認識を明らかにした。今後に向け、小売業者・流通業者の行動や在庫管理、価格形成への影響についても検証しながら、継続的に動向を見守っていきたい。

参考文献

- ・朝日新聞 SDGs ACTION (2025)「2025 年米不足はなぜ起きた？ 原因やいつまで続くかを大学教員が解説」
<https://www.asahi.com/sdgs/article/16105236?msocid=3a8a352290d66a2c12af26ac91fb6b18>
- ・小川真如 (2025)『『コメ』はいつまで主食か—価格急騰を考える (2)』YouTube
<https://www.youtube.com/watch?v=U1G5reSDobE&t=1758s>
- ・日本有機農業協同組合「BLOF 理論とは」
<https://japanbiofarm.com/blof/about-blof.html>
- ・農林水産省 (2026)「令和 7 年度 食料・農業・農村白書」
https://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/r7/pdf/zentaiban.pdf
- ・農林水産省 (2025)「今般の米の価格高騰の要因や対応の検証」
https://www.maff.go.jp/j/nousan/kokumotu/attach/pdf/tokusetsu_kome_taisaku-6.pdf
- ・農林水産省「適正な価格形成に関する協議会米WG」第 1 回 (2024. 11. 05) 資料 3「米をめぐる状況について」
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/kikaku/kakaku_keisei/imdex.html
- ・農林水産省 (2026. 7)「米をめぐる状況について」
<https://www.maff.go.jp/j/council/seisaku/syokuryo/20260728/shiryo5/sanko4.pdf>
- ・農林水産省(2026)おにぎりプロジェクト (参考資料) 年齢別の米の消費データ等
<https://www.maff.go.jp/j/syouan/keikaku/soukatu/attach/pdf/onigiri-6.pdf>

謝辞

私たち消費生活問題の専門家は、消費者の視点だけでなく、生産者の声にも耳を傾け、その双方を社会へつなぐ役割があります。本調査は、消費者アンケートと生産者インタビューの双方を実施したことにより、それぞれの立場や課題を相互に理解するための1つの材料を提示することができたと考えています。

今後も、客観的なデータと現場の実態に基づく調査・提言を継続するとともに、消費者、生産者、行政の相互理解を深めるための情報発信に努めてまいります。本報告書が、持続可能な米の需要と供給の在り方、さらには我が国の食料安全保障について考える契機となることを期待しています。

最後に、アンケートに回答して下さった 755 人の皆様、また、田植えの準備で忙しい中、時間を割いてインタビューに協力して下さった生産者の 2 人に心より感謝申し上げます。

発行 公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 消費生活研究所
〒102-0071 東京都千代田区富士見 2-4-6 宝 5 号館 2F TEL:03-6434-1125

※無断転載はお断りします。