

「パックご飯」の購入状況について

—「パックご飯」に関する調査結果の概要—

公益社団法人米穀安定供給確保支援機構（米穀機構）では、米についての基本的調査として、米の消費動向調査結果を毎月公表しています。今回、同じく米の消費に関する調査の一環として実施した「パックご飯」の購入状況に関する調査結果の概要がまとまりましたので、ご報告いたします。

「パックご飯」は手軽にご飯を食べられることから、生産量は年々増加しており、最近では新型コロナ禍での在宅食や災害時の保存食、非常食として利便性が再評価され、今後も市場が拡大するといわれています。そこで当機構では、現時点での消費者の「パックご飯」の購入状況を明らかにするため、首都圏の消費者を対象とした、インターネットによるアンケート調査を実施しました。

【主な結果】

- 購入場所はスーパーマーケットが9割以上
- 購入頻度は多様
- 買い物1回当たりで購入する個数^(※)は3個が中心
- 購入する「パックご飯」の内容量は200g、180g、150gで三分
- 購入単価は71円～130円が中心
- 購入理由は「ご飯をすぐに食べることができる」と「長期保存ができるから」
- 回答者の約2割が、新型コロナ感染拡大の影響により購入量が増加
- 回答者の約3割が、今後、購入量を増やしていきたい意向

※マルチパックは入数で回答いただいています（例：3個（食）パックは「3個（食）」）

【調査概要】

調査時期：2022年4月1日（金）～4月2日（土）

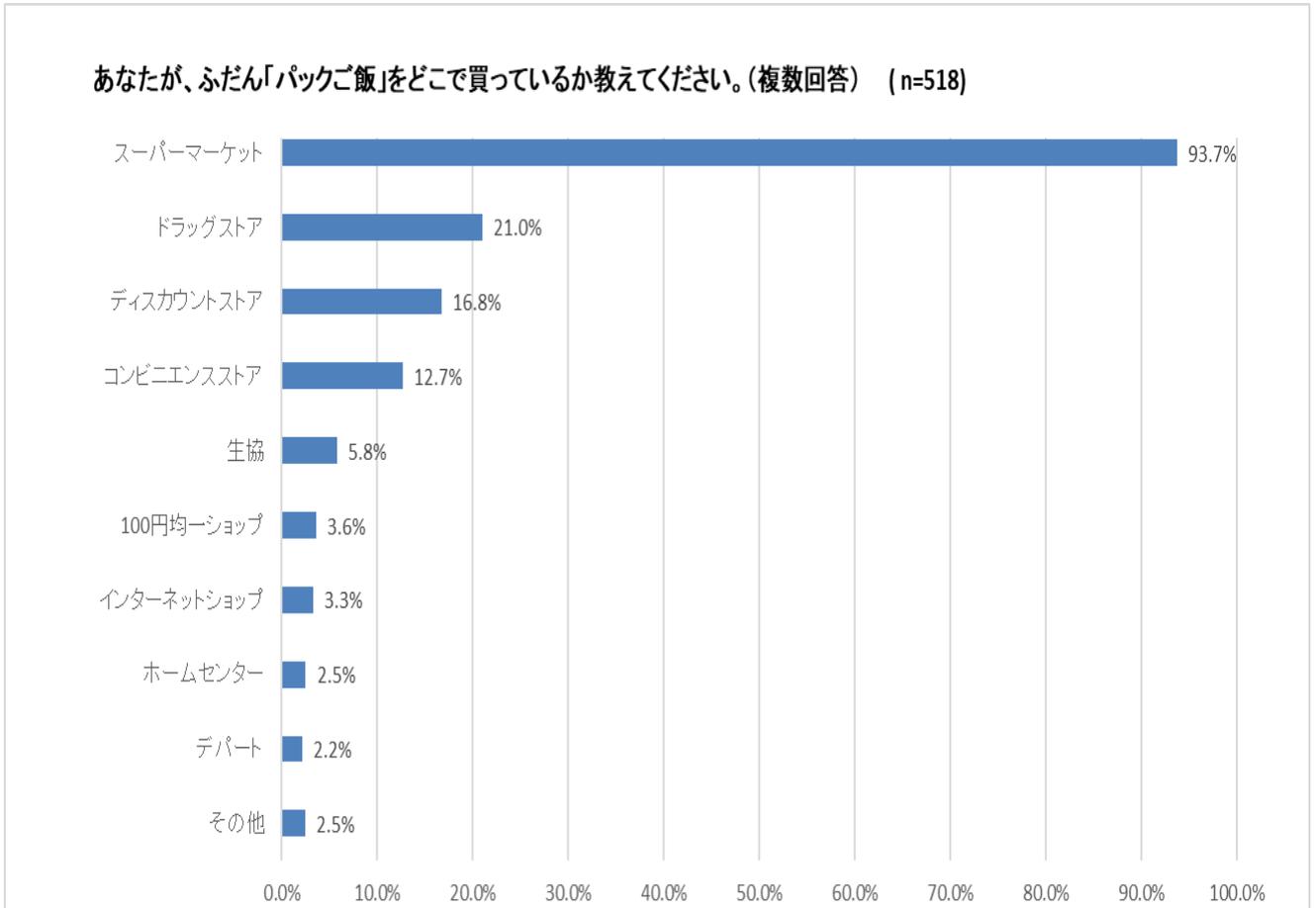
調査方法：インターネットアンケート調査

調査対象：首都圏（東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県）に在住で、「パックご飯」を1年に1回以上購入している、20歳代から60歳代までの男女518人（男女各259人）の消費者

集計方法：令和2年国勢調査（総務省）における首都圏の年代別人口構成比に沿うようウェイトバックを実施した上で集計。補正後のサンプル数は518人（男性225人、女性293人）

■ 「パックご飯」の購入場所は「スーパーマーケット」が9割以上。

購入場所は「スーパーマーケット」が圧倒的（93.7%）。割合は大きく離れますが、次いで「ドラッグストア」（21.0%）、「ディスカウントストア」（16.8%）、「コンビニエンスストア」（12.7%）の順となっています。

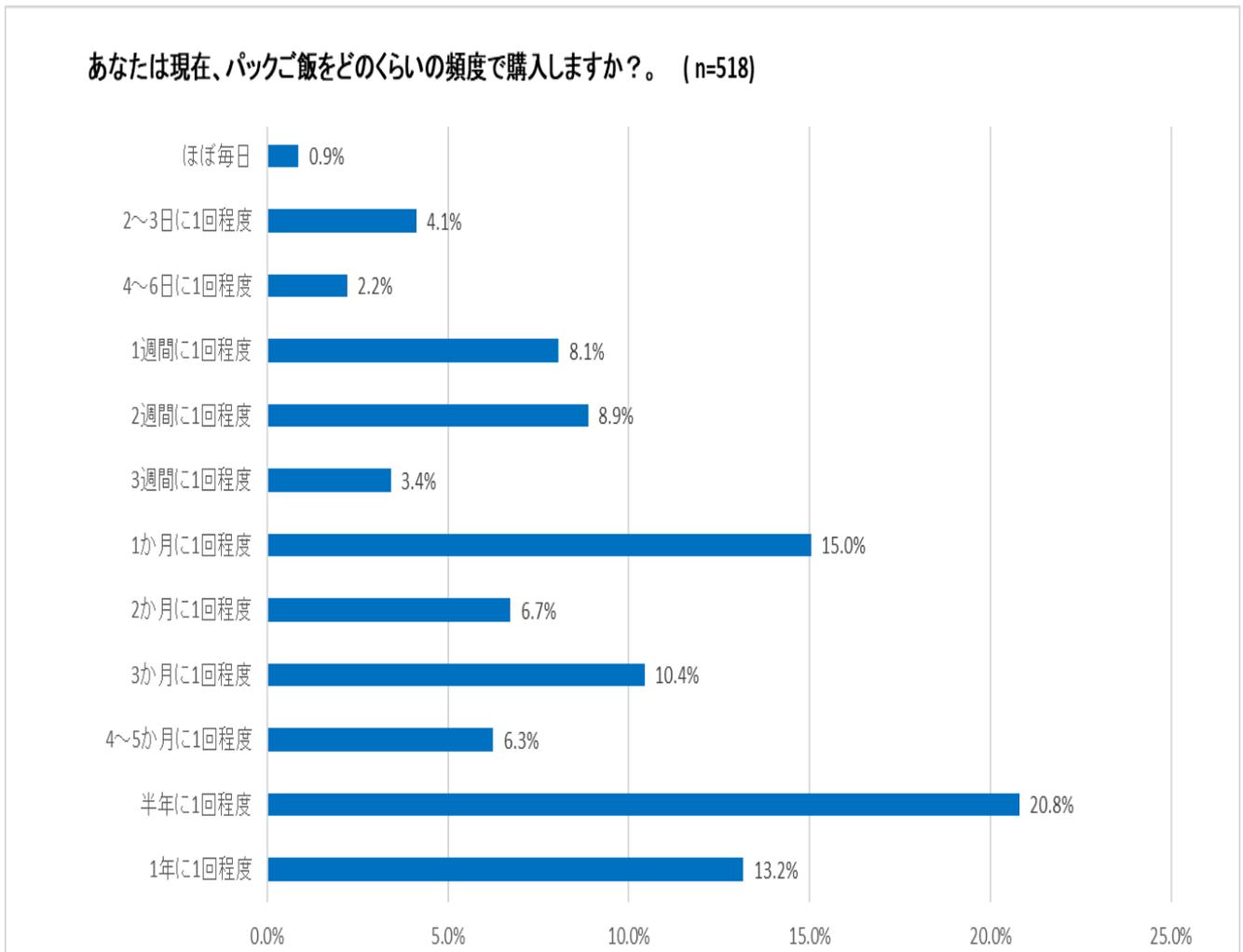


※その他：カタログ通信販売、会員制倉庫型店、農協、テレビ通販

■購入頻度は多様。

購入頻度は「半年に1回程度」（20.8%）が最も多くなっています。1年に1回程度（13.2%）とともに、賞味期限に合わせた買い替えが行われていることが想定されます。

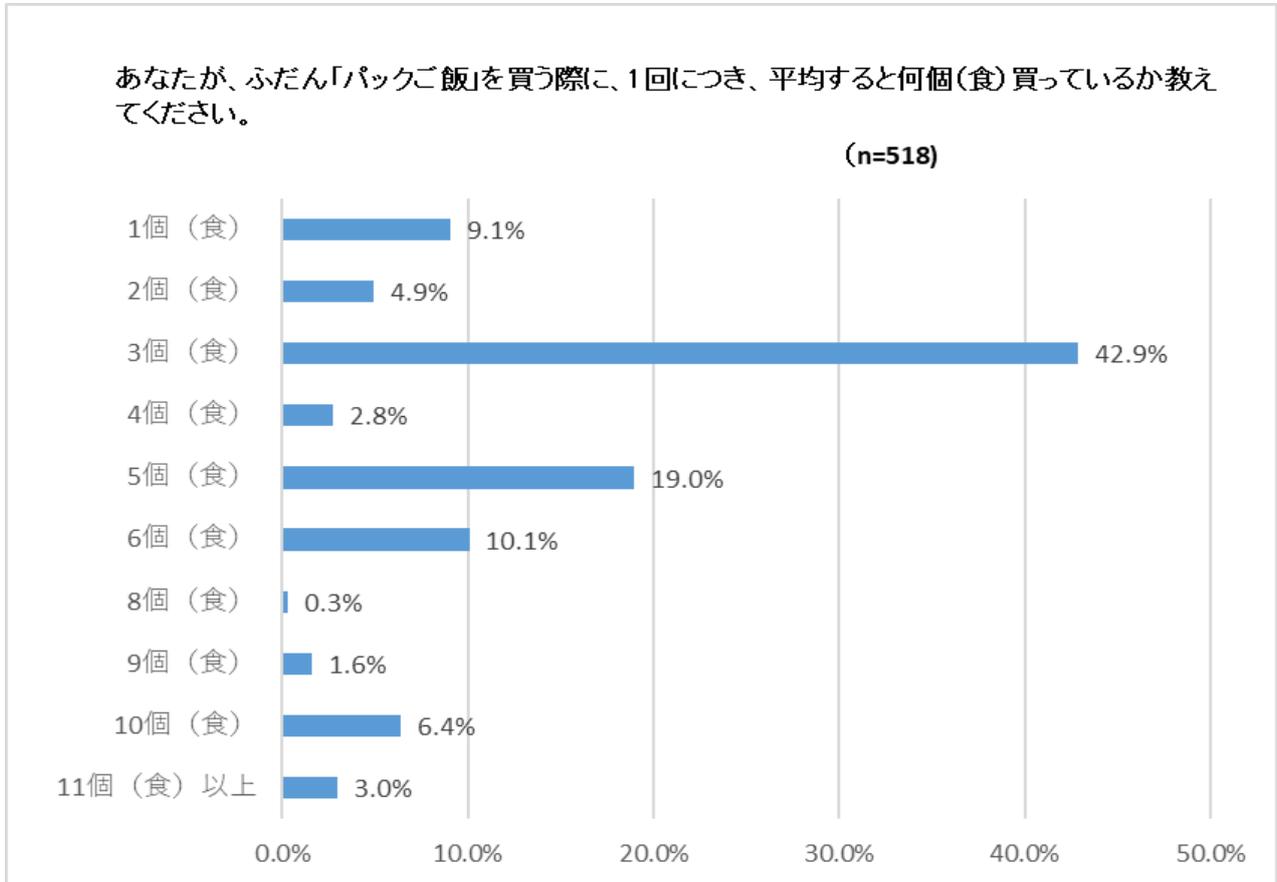
一方、毎週1回は購入している（「ほぼ毎日」～「1週間に1回程度」）割合は15.3%となっていて、日常的な購入も一定程度はあることがうかがえます。



注）小数点のラウンドにより構成比が100%にならない場合があります。

■買い物1回当たりの購入個数については、約4割が「3個」と回答。

買い物1回当たりの購入個数については「3個（食）」（42.9%）が最も多く、次いで「5個（食）」（19.0%）、「6個（食）」（10.1%）となっていて、マルチパックの入数との関係がうかがわれる結果となっています。



※マルチパックの場合は入数で回答（例：3個パックは「3個」）。

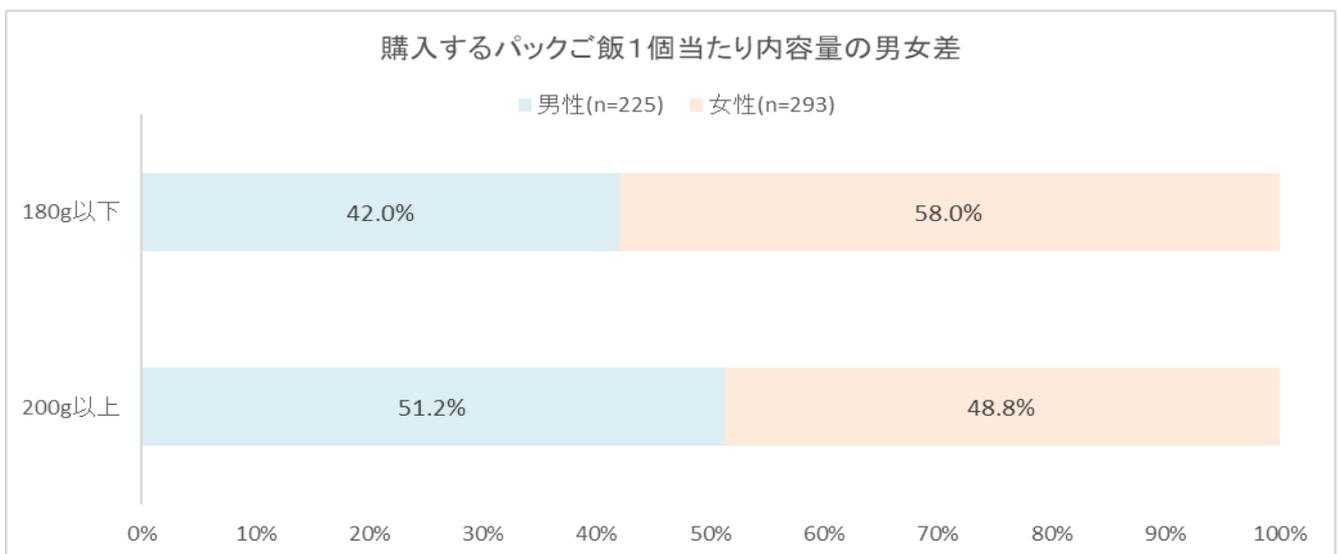
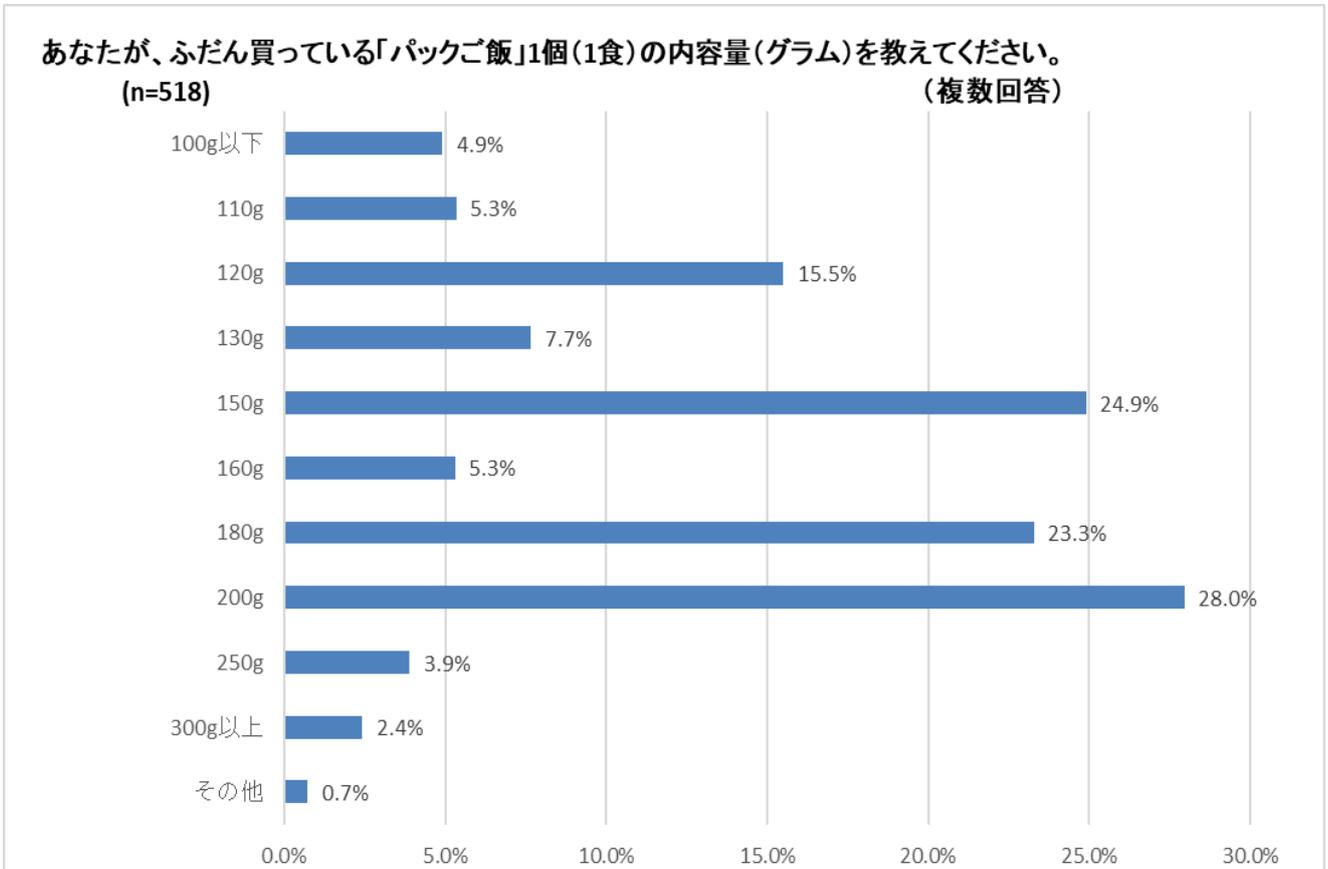
※7個（食）の回答はなかった。

注）小数点のラウンドにより構成比が100%にならない場合があります。

■購入している「パックご飯」の1個当たりの内容量は200gが最も多い。

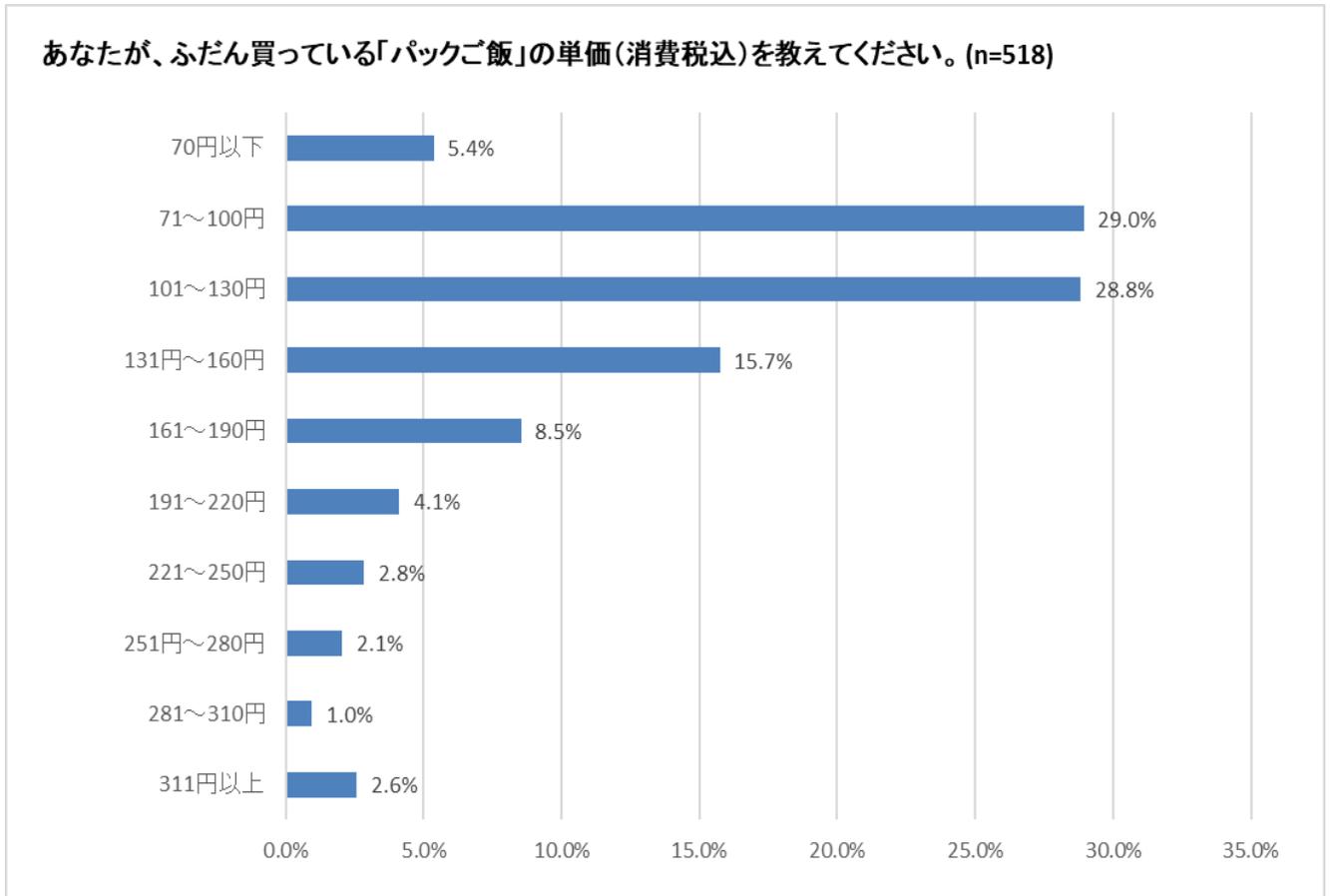
ふだん購入している「パックご飯」の内容量では、200gの商品が最も多く(28.0%)、次いで150g(24.9%)と180g(23.3%)となっています。

なお、女性では、180g以下の商品を男性より多く購入しており、200g以上の比較的大容量になると男性の購入が多くなる傾向がみられます。



■購入単価は71円～130円が中心。

ふだん購入している「パックご飯」の購入単価（消費税込）は、71円～100円の割合（29.0%）と101円～130円の割合（28.8%）がそれぞれ約3割を占め、両価格帯（71円～130円）で約6割を占めています。

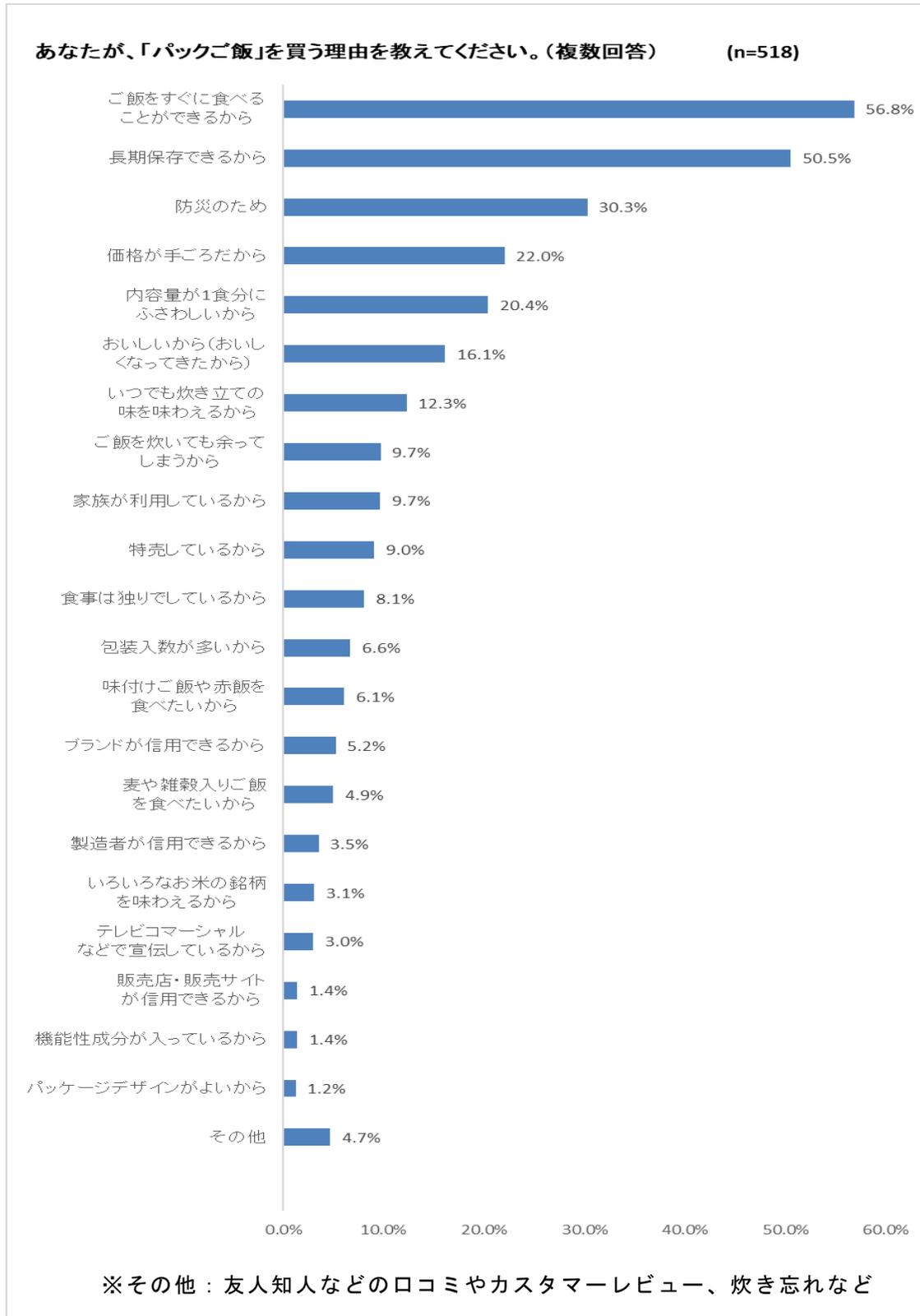


※マルチパックの場合は購入金額を入数で除した金額で回答

注) 小数点のラウンドにより構成比が100%にならない場合があります。

■購入理由は簡便性と保存性に大別される。

購入理由では「ご飯をすぐに食べることができる」(56.8%)という簡便性と「長期保存ができる」(50.5%)という保存性が重視されています。「防災のため」(30.3%)も保存性に基づいていると考えられますから、「パックご飯」では保存性が最重要視されていることがうかがえます。

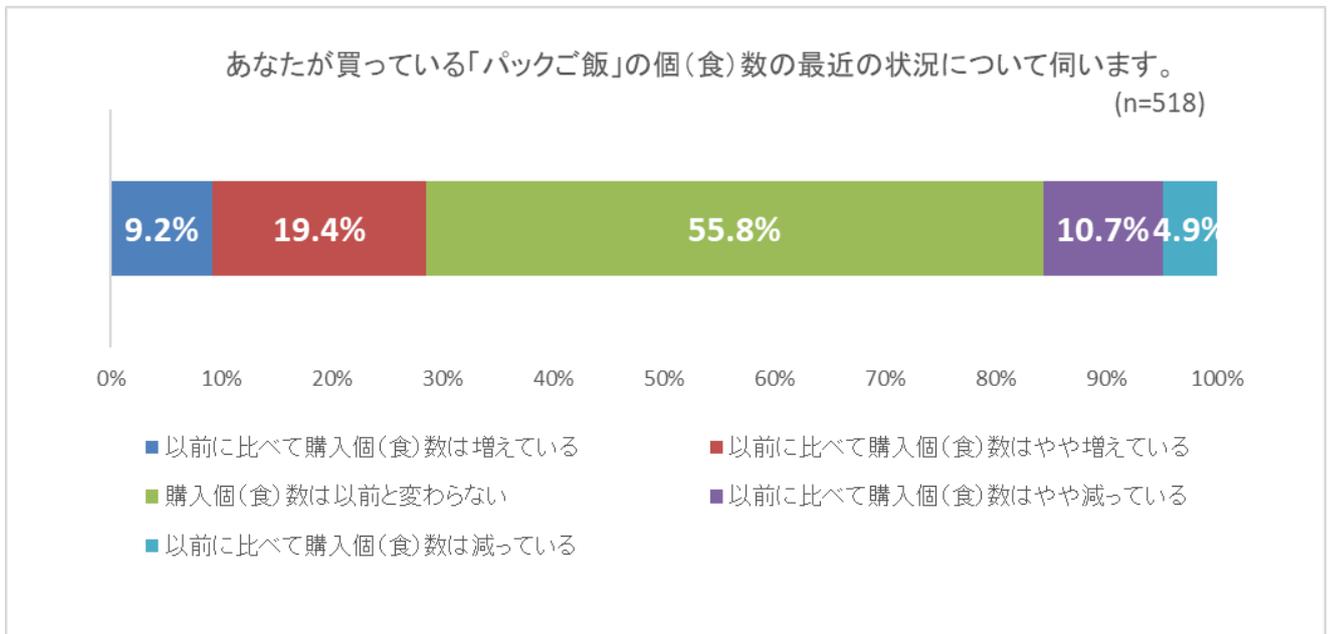


■直近の購入個数は以前より増加。

回答者の約2割が、新形コロナの影響により購入量が増加している。

「パックご飯」の購入個（食）数が以前と比べて増加している割合は、「増加（9.2%）」と「やや増加（19.4%）」を合わせると約3割となっています。

一方で、減少している割合は「やや減少（10.7%）」と「減少（4.9%）」を合わせた1.5割程度となっており、「増加している」割合が上回っています。



新型コロナウイルス感染拡大の購入個（食）数への影響については「とても影響した（6%）」「やや影響した（21%）」と合わせて約3割となっています。

「とても影響した」回答者のうち、以前と比べて購入個（食）数が増加した方の割合は3%、やや増加では1%となっています。また「やや影響した」回答者のうち、以前と比べて購入個（食）数が増加した方の割合は3%、やや増加では11%となっています。これらを合算すると、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、「パックご飯」の購入個（食）数が増加、やや増加した方の全体に占める割合は約2割（18%）となっています。

新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けた（とても影響した＋やや影響した）回答者（n=140）のうち、「パックご飯」の購入個（食）数が増加（n=30）、やや増加した方（n=67）にしぼると、その割合は約7割（69%）となっています。

		あなたの現在の「パックご飯」の購入個（食）数について、新型コロナウイルスの流行がどの程度影響していますか。						
		全体	とても影響した	やや影響した	どちらともいえない	あまり影響しなかった	全く影響しなかった	新型コロナをきっかけに初めて購入した
		(n=518)	(n=29)	(n=111)	(n=98)	(n=141)	(n=136)	(n=3)
全体		100%	6%	21%	19%	27%	26%	1%
あなたが買っている「パックご飯」の個（食）数の最近の状況について伺います。あてはまるものはどれですか。	以前に比べて購入個（食）数は増えている（n=48）	9%	3%	3%	1%	1%	1%	-
	以前に比べて購入個（食）数はやや増えている（n=100）	19%	1%	11%	2%	2%	2%	0.5%
	購入個（食）数は以前と変わらない（n=289）	56%	1%	3%	14%	20%	18%	-
	以前に比べて購入個（食）数はやや減っている（n=56）	11%	1%	3%	1%	3%	3%	-
	以前に比べて購入個（食）数は減っている（n=25）	5%	0%	1%	1%	1%	2%	-

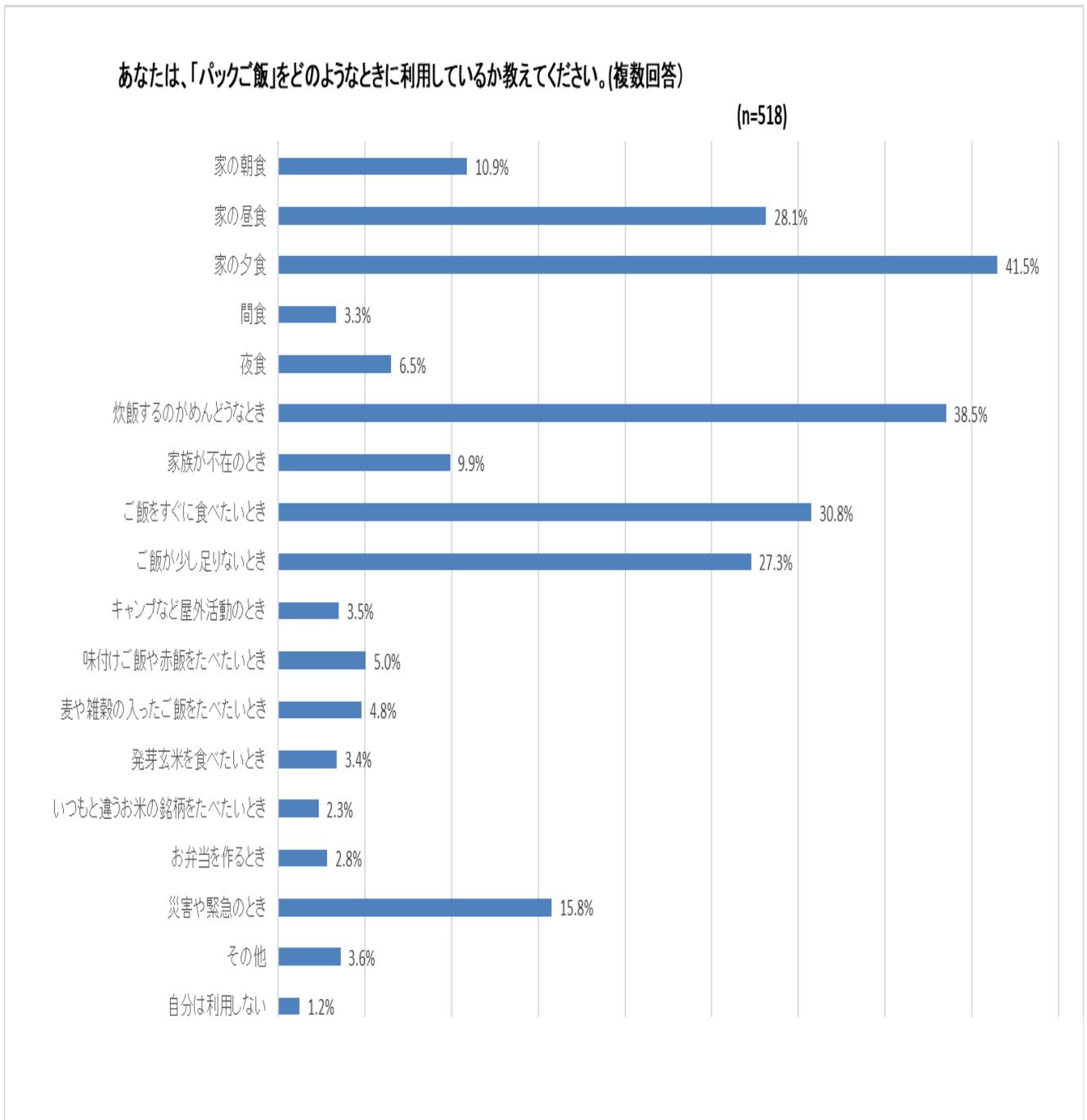
注）小数点のラウンドにより構成比が100%にならない場合があります。

n数（%）	とても影響した	やや影響した	全体	
		29	111	140
以前に比べて購入個（食）数は増えている（n=30）	14	16	30	(21%)
以前に比べて購入個（食）数はやや増えている（n=67）	8	59	67	(48%)
		全体	97	(69%)

■最も多い利用シーンは「家庭の夕食」。簡便性や利便性を活かした利用も。

1日のうち、「パックご飯」を最も多く利用しているシーンは「家での夕食」(41.5%)で、次いで「家での昼食」(28.1%)でした。

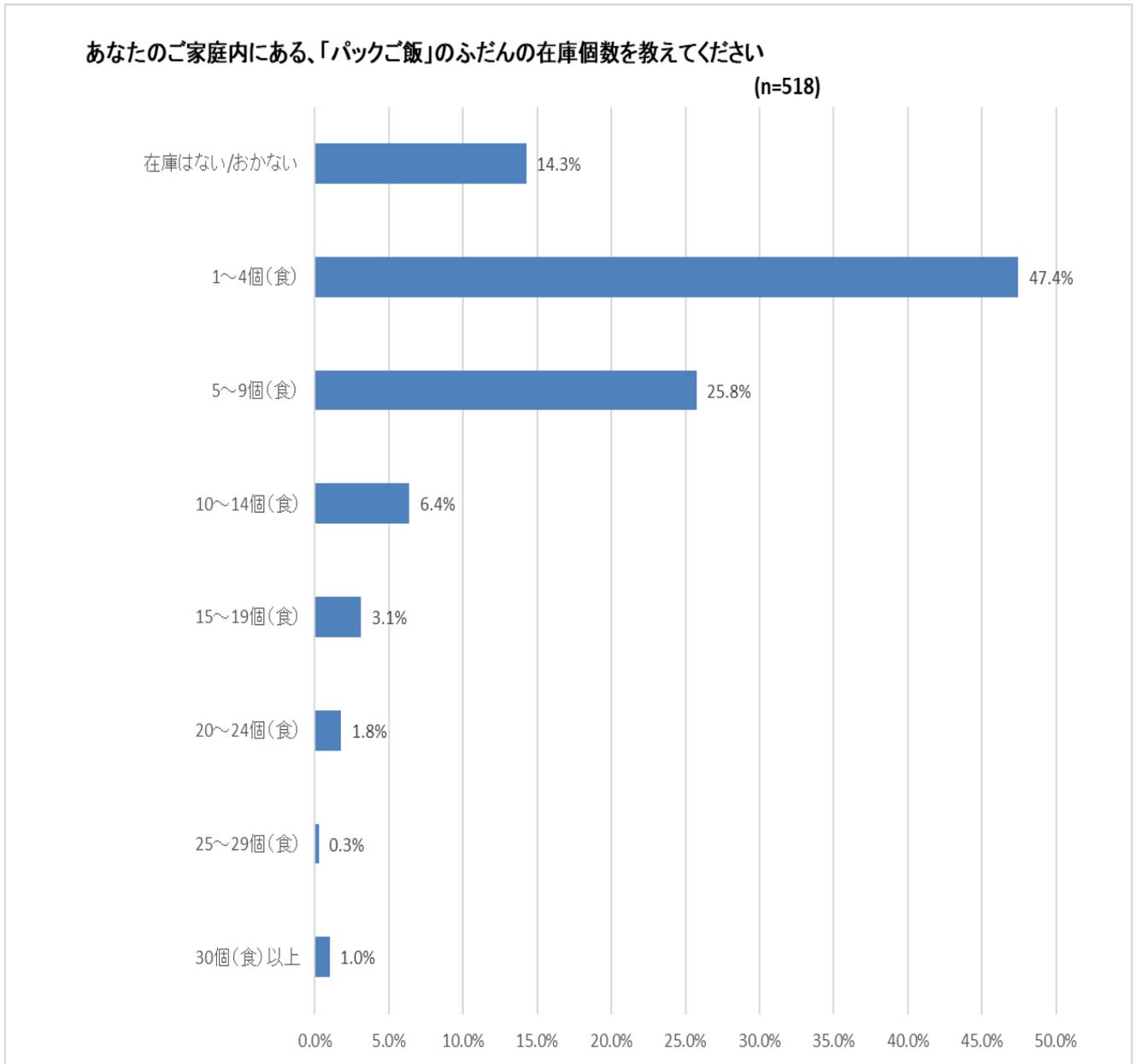
また「炊飯するのがめんどうなとき」(38.5%)、「ご飯をすぐに食べたいとき」(30.8%)、「ご飯が少し足りないとき」(27.3%)といった簡便性や利便性を活かした利用がされているようです。



※その他：職場での食事、出張の際など

■家庭での在庫数は1～4個（食）が約5割。

「パックご飯」の家庭内在庫数は1～4個（食）が約5割（47.4%）、次いで「5～9個」（25.8%）となっています。在庫は置かずに都度購入されていると想定される方も1割強（14.3%）います。



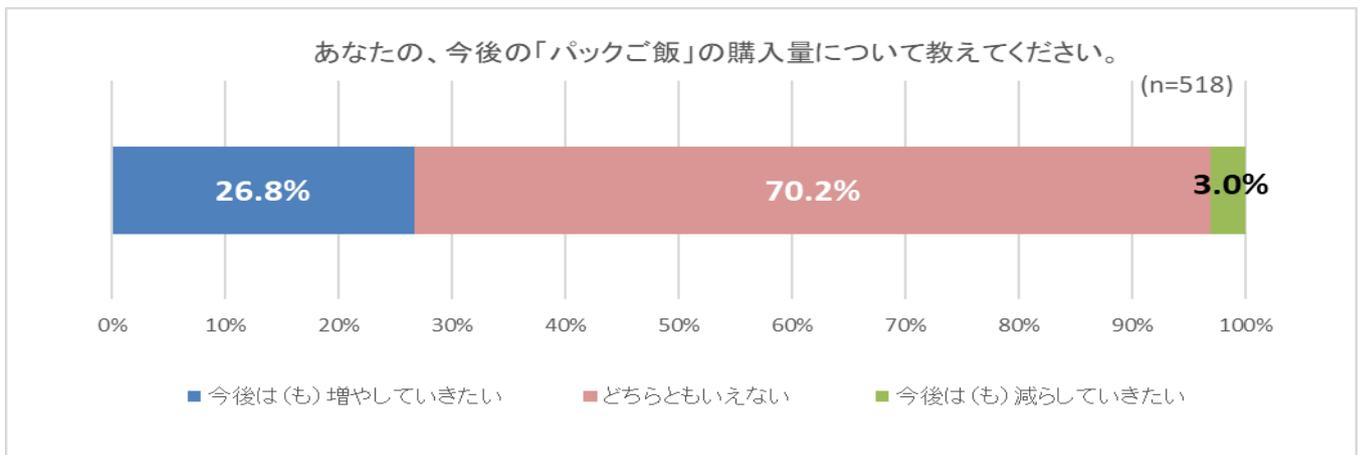
注) 小数点のラウンドにより構成比が100%にならない場合があります。

■約3割が、今後、購入量を増やしていきたい意向。

今後の「パックご飯」の購入意向については、約7割（70.2%）が「どちらともいえない」という状況にあります。約3割（26.8%）は「今後は（も）増やしていきたい」という意向をもっています。

理由としては「ご飯を炊くより簡単だから」（52%）、あるいは「1人で食事をするときに楽だから」（39%）といった簡便性の面や「これからは防災が必要になるから」（52%）といった理由が上位にあげられ、次いで価格（33%）や食品ロス対応（24%）、内容量の手頃感（22%）があげられています。

なお「今後は（も）減らしていきたい」と回答した方は3.0%にとどまっていますが、減らす理由としては「価格」や「節約」といった経済的な理由を挙げる方が比較的多くなっています。



今後の「パックご飯」の購入量を増やしていきたい理由として、近いものはどれですか。

(複数回答)

	(n=142)
1 ご飯を炊くより簡単だから	52%
2 これからは防災が必要になるから	52%
3 1人で食事をするときに楽だから	39%
4 価格が手ごろだから	33%
5 ご飯のロスが少ないから	24%
6 内容量がふさわしいから	22%
7 パンや麺類より食べるのに簡単だから	14%
8 いろいろなお米の銘柄を味わえるから	13%
9 炊いたご飯よりおいしいから	13%
10 単身になるから	6%
11 パンや麺類よりおいしいから	5%
12 お米を買う量を減らそうと思うから	3%
13 家族が減るから	3%
14 家族が増えるから	2%
15 その他	3%

今後の「パックご飯」の購入量を減らしていきたい理由として、近いものはどれですか。

(複数回答)

	(n=14)
1 価格が高いから	42%
2 節約のため	37%
3 臭いが気になるから	21%
4 お米を買う量を増やそうと思うから	18%
5 炊飯器を買った（買い替えた）から	18%
6 おいしくないから	15%
7 賞味期限内に食べ切れないから	12%
8 内容量がふさわしくないから	9%
9 プラスチックごみを減らしたいから	9%
10 その他	5%

本件に関するお問い合わせ先

〒103-0001

東京都中央区日本橋小伝馬町15-15

公益社団法人 米穀安定供給確保支援機構

情報部 TEL03-4334-2161（直通）