

## お米の未来を考える展示会が開催されました

東京事務所行政課農産物プロモーショングループ

令和7年は前年に続き米の供給不足等に伴う価格高騰が生じており、今後の需給は不透明な見通しとなっています。こうした中、「米消費拡大に向け米産業のイノベーションによる新たな需要創造を目指す」をテーマとした『お米未来展』が令和7年4月15日(火)～17日(木)に東京ビッグサイト（東京都江東区）で開催されました。

## 1 会場内は米粉を使用した加工品を中心に展示

『お米未来展』は、米に関わる様々な分野の企業が出展する国内唯一の米専門展示会で、今回が4回目の開催となります。会場には42の企業・団体がブースを設け、米消費拡大に向けた新たな需要創出の機会を提供するために、パックご飯や冷凍ご飯、米粉を使用した加工品、製粉機、製菓機、分析機器、米袋など多岐に渡る展示が行われました。

展示は米粉を使用した加工品が多く、会場内にはこれらを1つのエリアにまとめた「米粉パビリオン」が設けられていました。内容としては、消費者の認知度が高い米粉パンのほか、新たな需要を狙った商品として発芽玄米全粒粉、玄米粉を使用した乳不使用の「玄米ヨーグルト」や「玄米シュレッド」（短冊形に細かく刻んだチーズ）、米粉使用・グルテンフリーのスイーツ（どら焼き、チュロスなど）などの展示や試食が行われていました。



「米粉パビリオン」には計22ブースが集結

## 2 米消費拡大に関するセミナーも連日開催

本展示会では会期3日間で計14のセミナーも開催され、米に関する様々な業界の第一人者が講師として登壇し、米消費拡大に関する取組や提案が紹介されました。

4月16日(水)に取材した「消費者の行動につなげるコメと健康のマーケティング」（講師：公益財団法人流通経済研究所 折笠俊輔氏）では、以下の内容が紹介されました。

- ・近年の米不足により需給バランスが崩れ、産地と品種銘柄の価格差がなくなった。米は基本的ニーズなので、需給が逼迫すると、消費者は産地や品種にこだわらなくなる。
- ・消費拡大を図るために「お米を食べて健康に」と言っても具体性がなく、消費者の心には響かない。
- ・手間やコストはかけたくないが、健康への漠然とした不安を持つ消費者は多い。コストパフォーマンスやタイムパフォーマンスを考えた健康訴求が大切である（例：手間や時間が省ける無洗米やパックご飯、玄米の栄養価を保持して白米のように食べられる加工玄米など）。



折笠氏の講演

米の供給不足と価格高騰は収束の兆しが見えていませんが、農林水産省によると米の消費量は一貫して減少傾向となっています。直面する米不足の解消に向けて必要な取組を行う一方で、本展示会のように未来を見据えた米消費拡大のための様々な取組を進めることも大切であると感じました。