

「おコメ食べて笑おう」プロジェクトに参画

～米に関する外食トレンドデータ等の発信を通じ、興味・関心を喚起し消費拡大に貢献～

株式会社ぐるなび（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：杉原章郎 以下、ぐるなび）は、2022年12月20日（火）より「おコメ食べて笑おう」プロジェクトに参画することをお知らせいたします。

「おコメ食べて笑おう」は、企業・団体・大学・行政が業界・業種の垣根を超えて連携し、持続可能な循環型社会の実現に向けて、一次産業や地域社会を支えるために協働するプロジェクトです。まずは関係人口や地域社会に最も影響が大きく、危機的状況に直面している「米」をテーマとした取り組みからスタート。参加団体が米に関わる多面的価値や課題を共有し情報発信するとともに、その解決に向けた参加団体連携プログラムに取り組みます。また参加団体連携プラットフォームを構築し、参加者の活動や事業に資する関係構築を進めます。参加団体としてぐるなびの主な取り組みは以下の通りです。

米に関する外食トレンドを用いて消費者が米に興味・関心を持つ情報を発信

店舗のメニュー情報やユーザー行動履歴などぐるなびが蓄積した外食データをリアルタイムで引き出せる「ぐるなびデータライブラリ」を活用し、米に関する外食トレンドやユーザーの喫食傾向を分析し、消費者が米に興味・関心を持つ情報を発信。

米に関する実態調査・ニーズ調査等を行い消費拡大に寄与する情報を発信

ぐるなび会員を対象に米に関する調査を実施。実態やニーズ等を把握し情報を発信。

米に関する新しいメニューの開発や提供を外食産業を中心に促進

米を使った新たなメニューを飲食店から募る企画等を実施予定。



農林水産省の調べによると日本の主食用米の全国ベースの需要量は減少傾向にあり、ここ数年では人口減少等を背景に年間約10万トンまで減少幅が拡大しています。また近年は単身世帯や共働き世帯の増加等により、米を家庭で炊飯する割合が年々低下し、中食・外食の占める割合が増加傾向にあります。一方で飲食店では、食材価格の高騰や環境配慮への意識の高まり等から、国産農林水産物を積極的に使う店舗が増えており、米の産地やこだわりの炊飯方法を伝えるなど、米が有する付加価値を売上につなげる取り組みも見られます。ぐるなびは本プロジェクトでの取り組みを通じ、米に対する消費者の興味・関心を喚起し消費拡大に貢献することで、農業や外食産業の継続経営を支援してまいります。

ぐるなびは、「食でつなぐ。人を満たす。」という存在意義（PURPOSE）や「日本の食文化を守り育てる」という創業からつなぐ想い（SPIRIT）のもと、事業を進めています。今後も食に関連する様々な社会課題に対し積極的に取り組むことで、外食産業や食文化の持続的な発展に貢献してまいります。

＜本件に関する報道機関からのお問い合わせ先＞

株式会社ぐるなび 広報グループ MAIL:pr@gnavi.co.jp

■米に関する外食トレンド例



<「米」注目POINT>

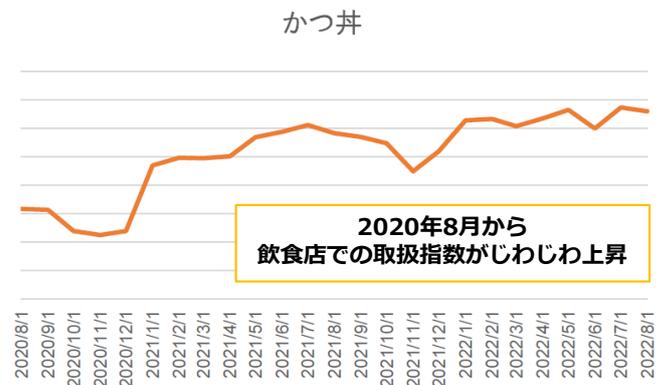
社会情勢の変化からお米メニューが再注目

ウクライナ情勢や急激な円安などで、小麦などの食料品の価格が高騰し値上げが相次ぐ中、国内で生産され価格が安定しているお米が改めて注目。コンビニでも希少なブランド米を使ったおにぎりなどが注目されている。

米粉を使ったメニューも人気

お米を原料にした麺やスイーツが登場。米麺メニューをメインにしたお店や米粉を使用したスイーツ専門店も増加している。

<注目メニューは「かつ丼」>



「とじないかつ丼」専門店が人気

2022年に入り、かつを卵で「とじないかつ丼」が話題に。東京や大阪を中心にオープン直後からSNSなどで話題となり大人気となる店も。

コロナ禍でのテイクアウト・デリバリーでの需要も

丼ぶりメニューのテイクアウト・デリバリー需要も増えている。