

2021年6月17日

2022トレンド予測 スーパーフードランキング第5位「米ぬか」 認知度8割、食べたことがない人8割 ～コロナ禍での意識変化と米ぬかに関する実態調査を実施～

サンスターループ（以下サンスター）は、日本古来のスーパーフードと呼ばれる「米ぬか」に関する調査を実施しました。調査では、20歳～69歳の女性を対象に、コロナ禍の巣ごもり生活における健康や、食事・栄養に対する意識の高まりをはじめ、「米ぬか」に関する認識や利用実態が浮き彫りになりました。

「米ぬか」は、玄米の果皮・胚芽部分で食物繊維やビタミンB群、マグネシウムなど玄米の栄養の80%以上を含む栄養豊富な食材です。また、一般社団法人日本スーパーフード協会（本社：東京都港区、代表理事 勝山亜唯美）が6月11日に発表した「2022食のトレンド予測 スーパーフードランキングTOP10」では、米ぬか（ライスブラン）は5位にランクインするなど、スーパーフードとして今、注目されています。

<調査概要>

対象エリア：全国

対象者：20歳～69歳の女性 1,000人 ※10歳刻み/各200名で均等に割付

調査日：2021年5月29日

調査方法：インターネット調査

【調査サマリー】

①コロナ禍における意識変化

- ・コロナ禍以前より気にするようになったこと1位は健康全般（48%）、2位は「食事・栄養」（30%）

②米ぬかに対する認識・利用実態

- ・米ぬかについては、8割以上が知っているという回答（86%）、一方食べたことがない人は8割以上という結果に（82%）。
- ・米ぬかに対するイメージの1位は「ぬか床に使う」（66%）、2位は「栄養が豊富」（43%）、3位は、「お肌にいい」（35%）。
- ・米ぬかを食べたことがある理由の1位は「健康のため」（48%）。食べたことがない理由の1位は、「食べ方がわからない」（46%）。
- ・利用したことのある米ぬか商品の1位は、「ぬか床」（36%）。60代以上では半数以上が回答。2位は、「料理の下処理」（22%）。3位は「美容関連商品」（14%）。

③スーパーフードの食生活への摂り入れ意向

- ・スーパーフードを「すでに取り入れている」「新たに取り入れたいと思う」と約4割が回答（37%）。

【日本スーパーフード協会 代表理事 勝山 亜唯美氏コメント】



日本スーパーフード協会では、栄養バランスに優れ、一般的な食品より栄養価が高いジャパニーズスーパーフードとして「米ぬか」を推奨しています。また、近年食品ロス削減の観点から、食材を廃棄するのではなく、より付加価値の高いものに生まれ変わらせた「アップサイクル食品」が注目されています。その代表格である「米ぬか」を日常食として食べることは、人と地球の健康にもおすすめです。最近では、米ぬかをおいしく手軽に摂れるパウダー状の商品や、飲料に配合されている商品などが販売されているので、食べたことがない方でも手軽にお試しいただくことができます。

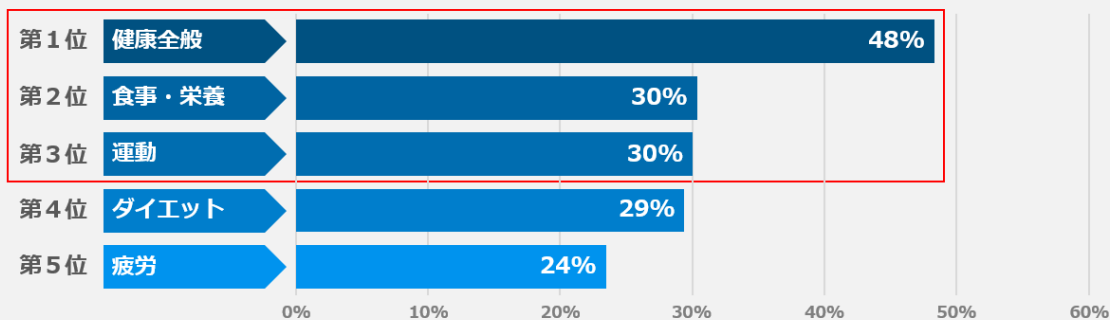
<調査結果>

① コロナ禍における意識変化

コロナ禍の巣ごもり生活の中で（2020年3月～）、以前より気にするようになったことの第1位は「健康全般」（48%）、次いで「食事・栄養」（30%）、「運動」（30%）となりました。その他、4位の「ダイエット」（29%）は、年代別で見ると20代（43%）、30代（37%）の意識が高く、5位の「疲労」（24%）は40代（27%）が最も意識している結果となりました。

Q：コロナ禍の巣ごもり生活の中で（2020年3月～）、以前よりあなたが気にするようになったことは何ですか？(MA)

《トップ5》



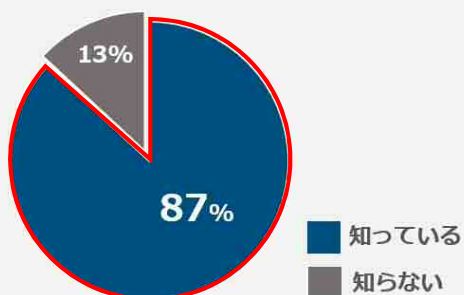
② 米ぬかに対する認識・利用実態

【知っている人8割、食べたことがない人8割】

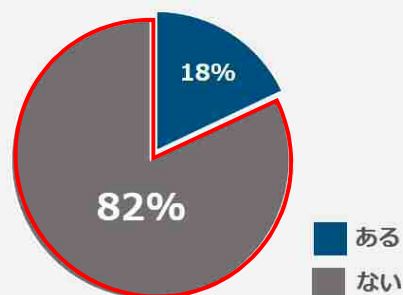
米ぬかの認知に関して8割以上が知っていると回答（87%）、特に50代・60代では9割以上の人が米ぬかを知っていました。

一方で、米ぬかを食べたことがないと回答した人は8割以上（82%）というギャップが浮き彫りになりました。

Q：米ぬかを知っていますか？

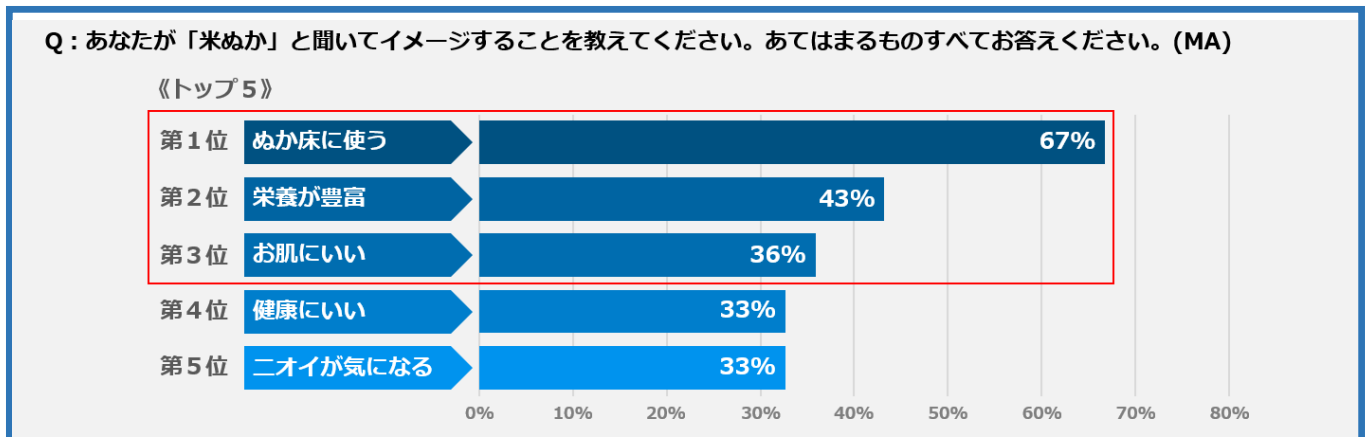


Q：米ぬかを食べたがありますか？



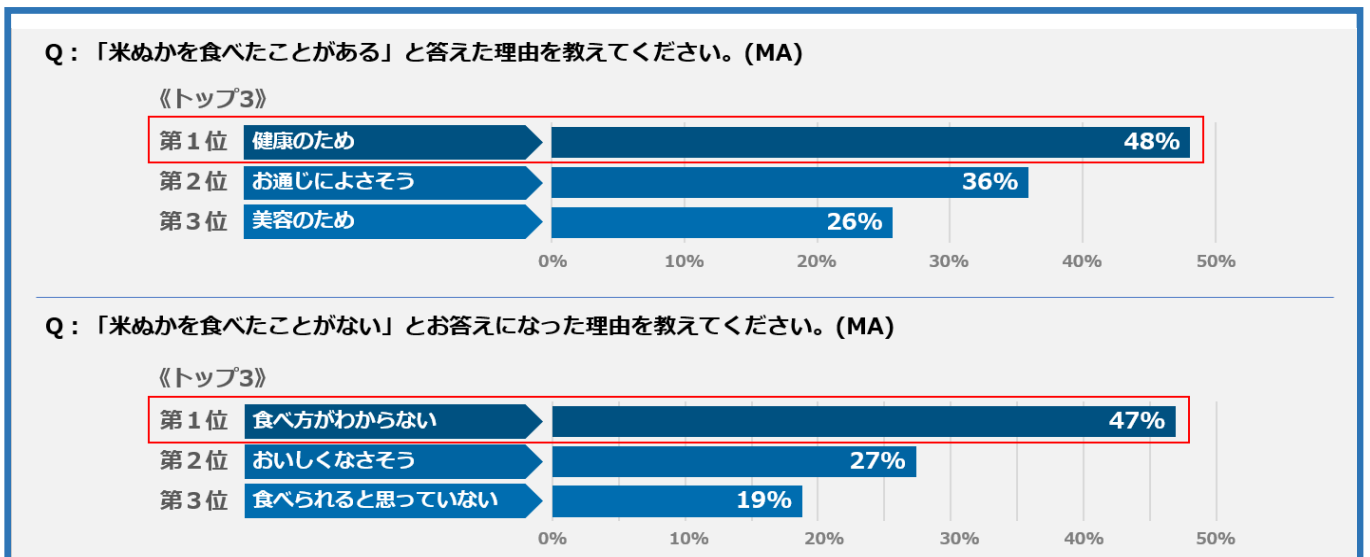
【約 7 割がぬか床に使うものとして認識、ポジティブなイメージも上位に】

米ぬかに対するイメージを質問したところ上位 3 位は「ぬか床に使う」(67%)、「栄養が豊富」(43%)、「お肌にいい」(36%)となりました。中でも「お肌にいい」や「健康にいい」は各年代で大きな差はみられませんでした。その他、30代では「美容にいい」が「ぬか床に使う」に次いで 2 位となりました。



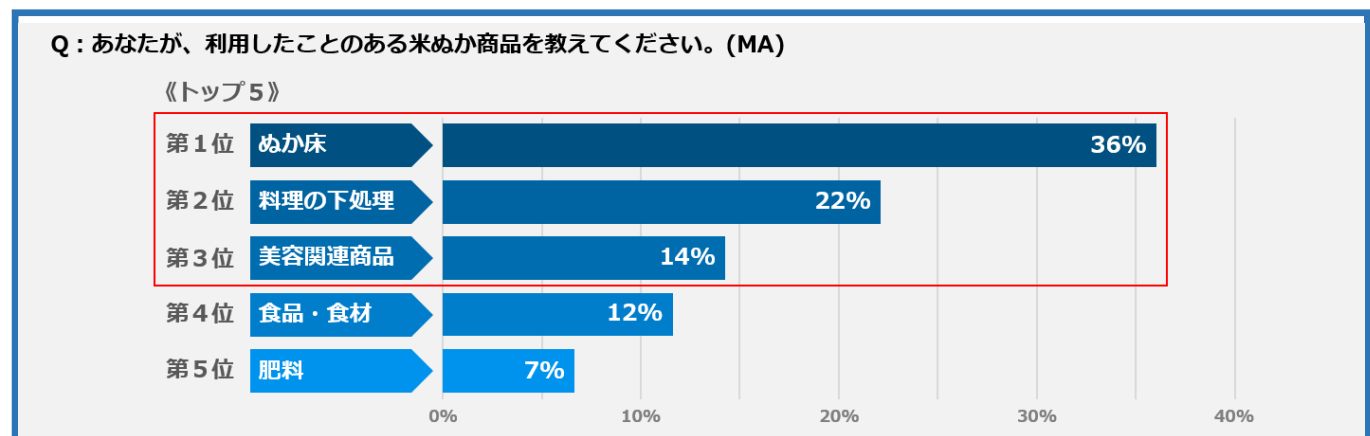
【食べたことがない理由 1 位は食べ方がわからない】

米ぬかを食べたことがある人に理由を聞いたところ、「健康のため」(48%)が最も多く、食べたことがない人の理由で最も多かったのは、「食べ方がわからない」(47%)という回答結果になりました。



【3人に1人がぬか床として利用経験あり】

利用したことがある米ぬか商品のトップ 3 は、「ぬか床」(36%)、「料理の下処理」(22%)、「美容関連商品」(14%)でした。60代では半数以上の人々が「ぬか床」と回答。また美容関連商品の利用経験は、30代(19%)、40代(18%)と他の年代と比べ高いことが分かりました。



③スーパーフードの食生活への取り入れ意向

スーパーフードを「2020年3月より前から取り入れている」、「巣ごもり生活の中で取り入れ始めた」、「まだ取り入れているが、今後取り入れたいと思う」と回答した人の合計は約4割（38%）。また、スーパーフードの中で、米ぬかを「すでに取り入れている」、「新たに取り入れたいと思う」と回答した人の合計は2割（20%）という結果になりました。

Q：あなたが食生活に取り入れているもの、取り入れたいと思っているものはありますか？（スーパーフード）

回答	統計	
スーパーフードを以前（2020年3月以前）から取り入れている	10%	合計約38%
まだ取り入れているが、スーパーフードを今後取り入れたいと思う	23%	
巣ごもり生活の中で（2020年3月以降）スーパーフードを取り入れ始めた	5%	

<米ぬかについて>

米ぬかは、精米するときに出るお米の種皮や果皮、胚芽部分です。玄米の栄養の約80%が集中しており、白米・玄米と比べて糖質が少なく、食物繊維をはじめビタミン、ミネラルなどの栄養素が多く含まれ、健康や美容にいい素材として注目されています。

特に、米ぬかにはエネルギー代謝に関わるビタミンB群が豊富に含まれているので、疲れを感じる方にもおすすめです。さらに、コレステロールが気になる方にもうれしい、米ぬか独自の成分「γ-オリザノール」や抗酸化作用がある「フェルラ酸」を含有するなど様々な栄養素が含まれる日本のスーパーフードです。



また、これまで米ぬか特有のぬか臭さや、酸化しやすいことから、食材として使われず、精米時に廃棄されてきた米ぬかですが、最近ではフードロスの観点から、廃棄されるはずの食材を新しい食品に生まれ変わらせ付加価値を生む「アップサイクル食品」として注目されています。米ぬかを加工することで、栄養価はそのままに、おいしく、料理にもアレンジできるなど、食材としての幅広い使い方が期待されています。

<米ぬかに関する研究>

1. 米ぬかとメタボリックシンドロームの予防と改善における研究

2020年の臨床試験で、健康者・高血圧患者・糖尿病患者を含む成人が精製米ぬかを8週間摂取することで、ウエストライン、血圧、空腹時の血糖値、糖化ヘモグロビン、および中性脂肪値が改善し、メタボリックシンドロームの予防・改善効果があることが示されました。

出典:Journal of Food Biochemistry 2020 Nov;44(11)

2. 米ぬかと肌の弾力に関する研究

サンスターが同志社大学と共同で行った研究では、糖化ストレス*1が強い35～59歳の女性が12週間、米ぬかと米ぬか油を配合した食品を摂取すると、これらを配合していない食品を摂取した群と比較して、肌弾力の低下が抑制される傾向が示されました。また、この結果が、米ぬか・米ぬか油配合食品の抗糖化*2作用によりもたらされた可能性にも言及しています。

*1 皮膚 AGEs(糖化物質)沈着量を指標としています。

*2 抗糖化とは、過剰な“糖”と“たんぱく質”が結合(糖化)し、AGEs(糖化物質)が作り出されることを抑制することです。

出典:Glycative Stress Research 2015; 2 (2)

●抗加齢医学研究の第一人者として活躍する先生からのコメント



同志社大学生命医科学部／アンチエイジングリサーチセンター教授 米井 嘉一先生

身体の「焦げ」とも言われる AGEs が一因となる糖化ストレスは、身体に与える影響から、近年、アンチエイジングの分野においてもますます関心がもたれています。米ぬかは、ビタミン・ミネラル・食物繊維に加え、米ぬかの独自成分などが豊富に含まれることから今注目されていますが、AGEs 生成の阻害も期待される素材です。

【サンスターグループについて】

サンスターグループは、持株会社サンスターSA(スイス・エトワ)を中心に、オーラルケア、健康食品、化粧品など消費者向けの製品・サービスをグローバルに統括するサンスター・スイスSA(スイス)と、自動車や建築向けの接着剤・シーリング材、オートバイや自動車向け金属加工部品などの産業向け製品・サービスをグローバルに統括するサンスター・シンガポール Pte. Ltd. (シンガポール) を中核会社とする企業グループです。

100 年 mouth 100 年 health

人生 100 年時代、サンスターが目指すのは、お口の健康を起点とした、全身の健康と豊かな人生。毎日習慣として行う歯みがきなどのオーラルケアは、お口の健康を守り、そして全身の健康を守ることにもつながっています。100 年食べ、100 年しゃべり、笑う。一人ひとり、自分らしく輝いた人生、豊かな人生を送るためにも、お口のケアを大切にしたいと考えています。今後もお口の健康を起点としながら全身の健康に寄与する情報・サービス・製品をお届けすることで、人々の健康寿命の延伸に寄与することを目指していきます。



【報道関係者様のお問い合わせ先】

サンスターグループ 広報部 MAIL: sunstarpr@jp.sunstar.com

〒105-0014 東京都港区芝 3-8-2 芝公園ファーストビル 21 階 <https://jp.sunstar.com/>