年 組（ 番） 名前 記入日 月 日

「お口のお供」グミ首位

グミが幅広い世代から支持を集めている。商品の味や食感が多彩になっているためだ。人気を受け、新しい商品も次々と登場している。

グミは果汁などをゼラチンで固めた、ドイツ発祥の菓子。日本国内で販売されている商品数は現在、100種類近くに上る。UHA味覚糖（大阪市）の「忍者めし」のように、硬めでかみ応えのある商品も増えている。

調査会社によると、グミ全体の国内での売り上げなどを示す「市場規模」は、2025年に1297億円となり、5年前の2・3倍に拡大した。コロナ禍の21年にガムを、25年にはキャンディーを上回った。

グミ20種類以上が詰め放題となる体験会など、関連イベントも各地で行われ、家族連れでにぎわう。愛好家らでつくる「日本グミ協会」の関係者は、「グミは種類が増え、世代を超えて楽しめる存在になってきた」と語る。

ガムのようにかんだ後に捨てる必要がないことや、小腹を満たすことができて、しかも低カロリーであることも人気の要因のようだ。調査会社の担当者は、「コロナ禍で外出できなかった時に、リフレッシュのために楽しむ人が増えた」と分析する。

メーカー各社は新商品を相次いで発売している。UHA味覚糖は、新しい風味の商品のほか、人気アニメやゲームとコラボしたものも売り出している。

今後も各社は、新しい工場を造ったり工場に新たな設備を導入したりして、グミの生産能力を増強する。ある会社の担当者は「売上高はまだまだ伸びる余地がある。より多くの人にグミを届けたい」と話す。

■主なグミ

タフグミ（カバヤ食品）

ピュレグミ（カンロ）

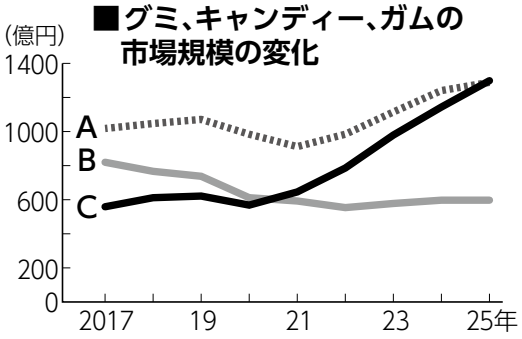
ペタグーグミ（フーベル製菓）

果汁グミ（明治）

忍者めし（UHA味覚糖）

カジッテ（ロッテ）

■グミ、キャンディー、ガムの市場規模の変化



（2026年3月31日 読売新聞夕刊より）

1 記事に添えられたグラフで、A～Cはそれぞれ、グミ、キャンディー、ガムのどの変化を表していますか。

A：	B：	C：

2 グミが幅広い世代で人気となっている理由をまとめた次の文の空欄に当てはまる言葉を、記事からそれぞれ1字、6字、4字でぬき出しましょう。

［　　］や食感が多様で、食べると［　　　　　　］できるほか、

［　　　　］が抑えられているから。

3 記事の説明として誤っているものを選び、番号を書きましょう。

① グミの幅広い人気ぶりを関係者のコメントを通して紹介している
② 生まれた場所や製法など、グミについての基本情報を伝えている
③ グミ人気を受けたメーカーの対応を具体例も交えて説明している
④ メーカーの今後の動きを、くわしいデータを使って解説している

［　　］

©読売新聞社 2026年 無断複製・転載を禁じます

「お口のお供」グミ首位

グミが幅広い世代から支持を集めている。商品の味や食感が多彩になっているためだ。人気を受け、新しい商品も次々と登場している。

グミは果汁などをゼラチンで固めた、ドイツ発祥の菓子。日本国内で販売されている商品数は現在、100種類近くに上る。UHA味覚糖（大阪市）の「忍者めし」のように、硬めでかみ応えのある商品も増えている。調査会社によると、グミ全体の国内での売り上げなどを示す「市場規模」は、2025年に1297億円となり、5年前の2・3倍に拡大した。コロナ禍の21年にガムを、25年にはキャンディーを上回った。

グミ20種類以上が詰め放題となる体験会など、関連イベントも各地で行われ、家族連れでにぎわう。愛好家らでつくる「日本グミ協会」の関係者は、「グミは種類が増え、世代を超えて楽しめる存在になってきた」と語る。

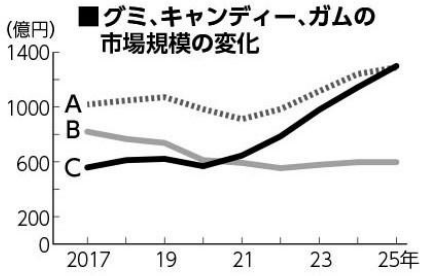
ガムのようにかんだ後に捨てる必要がないことや、小腹を満たすことができて、しかも低カロリーであることも人気の要因のようだ。調査会社の担当者は、「コロナ禍で外出できなかった時に、リフレッシュのために楽しむ人が増えた」と分析する。

メーカー各社は新商品を相次いで発売している。UHA味覚糖は、新しい風味の商品のほか、人気アニメやゲームとコラボしたものも売り出している。

今後も各社は、新しい工場を造ったり工場に新たな設備を導入したりして、グミの生産能力を増強する。ある会社の担当者は「売上高はまだまだ伸びる余地がある。より多くの人にグミを届けたい」と話す。

■主なグミ

■グミ、キャンディー、ガムの市場規模の変化



Cの折れ線グラフを見ると、21 年にBを、25 年にAを上回っていますね。

1 記事に添えられたグラフで、A～Cはそれぞれ、グミ、キャンディー、ガムのどの変化を表していますか。

A：キャンディー	B：ガム	C：グミ

2 グミが幅広い世代で人気となっている理由をまとめた次の文の空欄に当てはまる言葉を、記事からそれぞれ1字、6字、4字でぬき出しましょう。

味 や食感が多様で、食べると リフレッシュ できるほか、

カロリー が抑えられているから。

人気の理由は、記事の内容を前もって述べた最初の段落（リード文）や調査会社の担当者の発言など、いろいろなところに書かれていますね。「低カロリー」＝「カロリーが抑えられている」ことだとわかりましたか。

3 記事の説明として誤っているものを選び、番号を書きましょう。

① グミの幅広い人気ぶりを関係者のコメントを通して紹介している
② 生まれた場所や製法など、グミについての基本情報を伝えている
③ グミ人気を受けたメーカーの対応を具体例も交えて説明している
④ メーカーの今後の動きを、くわしいデータを使って解説している

④

最後の段落に、メーカーの今後の動きが書かれていますが、くわしいデータを使って解説まではしていません。

©2013 そにしけんじ／読売新聞社

読んでみよう！

◆ミー太郎のおすすめ記事

けいざい

チョコの代わりに

２月14日はバレンタインデー。百貨店では、バレンタイン向けの商品として、チョコレート以外のお菓子を増やす動きが目立ちます。なぜでしょう？

チョコの原材料のカカオ豆の主な産地は、西アフリカのガーナ（時事ワード６）やコートジボワールです。しかし、不作などでカカオ豆の値段が上がり、その影響でチョコも値上がりしているのです。大手百貨店が販売するバレンタイン向けチョコの今年の平均価格は、１粒あたり436円で、昨年より約４％高くなったそうです。

チョコ以外のお菓子が並ぶ西武池袋本店（東京都豊島区）

そこで百貨店の「そごう・西武」では、クッキーやグミ、カステラなどのチョコ以外の商品を昨年の２倍に増やしました。割高になったチョコ以外の商品を買ってもらうことで、売り上げを保ちたいのです。砕いたコーヒー豆と植物性の油を使ってチョコのような見た目と口溶けを再現した「代替チョコ」など、新しい商品も登場しています。

（２０２６年２月１２日　読売 KODOMO 新聞より）

バレンタインデーにもグミ。

人気ぶりがよくわかりますね。

©2013 そにしけんじ／読売新聞社

サイン

年　組（　番）名前　　記入日　月　日

ノリ不作 高騰の波

ノリの価格が高くなっている。生育する海の環境変化による不作が原因で、関係者の頭を悩ませている。

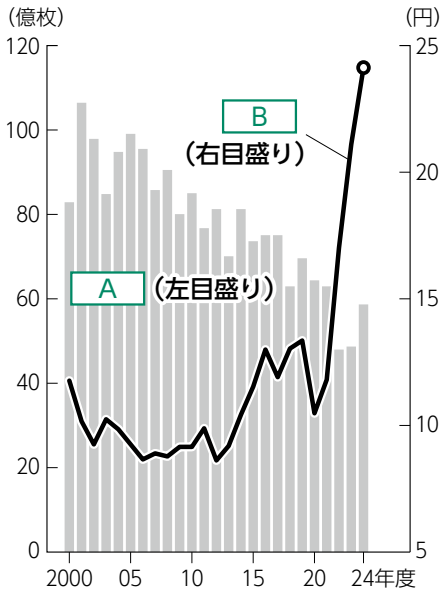
「こんな値上がりは過去にない」。ノリ販売会社の担当者はため息をつく。国産ノリ1枚（縦21㌢、横19㌢）を業者間で売買する際の価格にあたる平均単価は、2024年度に過去最高の24・1円となり、20年度の倍以上まで上がった。この会社は、「工夫のしようがない」として、3月から焼きノリを中心に販売価格を約2割引き上げた。

不作が値上げにつながっている。全国漁連のり事業推進協議会によると、国内でのノリの生産量は、24年度に59・4億枚と、約20年前からほぼ半減した。

大きな要因となっているのが、海水温の上昇だ。水産庁などによると、ノリの養殖は、海水温が下がる10月頃から始まるが、近年は猛暑などの影響で1か月ほど遅れ、養殖期間が短くなっている。また、海水温上昇でクロダイなどの魚が活発に動くようになり、ノリを食い荒らす「食害」も起きている。

対策として、水産庁は高水温に強い品種の開発に取り組んでいるが、商業化には時間がかかる見通しだ。養殖業に詳しい専門家は「環境変動が原因のため、不作を抜本的に改善するのは難しい」と指摘している。

■ノリの A と B の推移



［　　］

ノリの価格高騰は、コンビニなどで販売される「おにぎり」の価格にも影響を及ぼしている。

セブン―イレブン・ジャパンは昨年4月、ノリの高騰を主な理由に値上げをした。チェーン店「おむすび権米衛」でも24～25年に、定番の「紀州南高梅」や「和風ツナ」を値上げした。

値上げによる客離れを防ごうと、ファミリーマートとローソンはノリを使わない商品を増やすなど、知恵を絞っている。

（2026年3月7日 読売新聞朝刊より）

1 グラフの空欄A、Bに入る言葉を、記事からそれぞれ3字と4字で抜き出しましょう。

A：［　　］　B：［　　］

2 傍線部「海の環境変化による不作」について具体的に説明した次の文の空欄に入る言葉を、記事からそれぞれ6字と2字で抜き出しましょう。

［　　］によって養殖期間が短くなったり［　　］が発生したりして不作になっている

3 ［　　］に入る見出しとして最も適切なものを①～④から選び、番号を書きましょう。

［　　］

① コンビニでも高騰続く　② コンビニおにぎりにも打撃
③ コンビニ販売に活路　④ コンビニおにぎりは客離れ

©読売新聞社 2026年　無断複製・転載を禁じます

ノリ不作 高騰の波

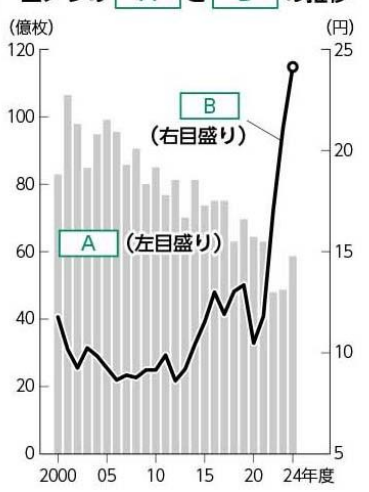
ノリの価格が高くなっている。生育する海の環境変化による不作が原因で、関係者の頭を悩ませている。

「こんな値上がりは過去にない」。ノリ販売会社の担当者はため息をつく。国産ノリ1枚（縦21センチ、横19センチ）を業者間で売買する際の価格にあたる平均単価は、2024年度に過去最高の24・1円となり、20年度の倍以上まで上がった。この会社は、「工夫のしようがない」として、3月から焼きノリを中心に販売価格を約2割引き上げた。

不作が値上げにつながっている。全国漁連のり事業推進協議会によると、国内でのノリの生産量は、24年度に59・4億枚と、約20年前からほぼ半減した。

大きな要因となっているのが、海水温の上昇だ。水産庁などによると、ノリの養殖は、海水温が下がる10月頃から始まるが、近年は猛暑などの影響で1か月ほど遅れ、養殖期間が短くなっている。また、海水温上昇でクロダイなどの魚が活発に動くようになり、ノリを食い荒らす「食害」も起きている。

■ノリの A と B の推移



対策として、水産庁は高水温に強い品種の開発に取り組んでいるが、商業化には時間がかかる見通しだ。養殖業に詳しい専門家は「環境変動が原因のため、不作を抜本的に改善するのは難しい」と指摘している。

［　　］

ノリの価格高騰は、コンビニなどで販売される「おにぎり」の価格にも影響を及ぼしている。

セブン―イレブン・ジャパンは昨年4月、ノリの高騰を主な理由に値上げをした。チェーン店「おむすび権米衛」でも24～25年に、定番の「紀州南高梅」や「和風ツナ」を値上げした。

値上げによる客離れを防ごうと、ファミリーマートとローソンはノリを使わない商品を増やすなど、知恵を絞っている。

棒グラフAは2024年度に約60億枚、折れ線グラフBは約25円となっていることからわかります。

1 グラフの空欄A、Bに入る言葉を、記事からそれぞれ3字と4字で抜き出しましょう。

A：**生産量**　B：**平均単価**

海水温が上がったことが、ノリの養殖期間や魚の動きに影響を及ぼして、ノリの不作が起き、値上がりにつながっているのです。

2 傍線部「海の環境変化による不作」について具体的に説明した次の文の空欄に入る言葉を、記事からそれぞれ6字と2字で抜き出しましょう。

海水温の上昇 によって養殖期間が短くなったり **食害** が発生したりして不作になっている

3 ［　　］に入る見出しとして最も適切なものを①～④から選び、番号を書きましょう。

① コンビニでも高騰続く　② コンビニおにぎりにも打撃
③ コンビニ販売に活路　④ コンビニおにぎりは客離れ

②

ノリ価格の高騰（＝大幅な上昇）がコンビニおにぎりの「価格にも影響を及ぼしている」と、最初に書かれていることに注目しましょう。おにぎりも値上げされており、客離れを防がなければならない事態になっています。まさに「打撃」（＝悪影響）を与えていますね。①だと、コンビニでもノリが高騰しているという意味になってしまいます。④にすると、客離れが実際に起きていることになります。

©2013 そにしけんじ／読売新聞社

読んでみよう！

◆ミー太郎のおすすめ記事

海水温上昇 寿司ネタにどう影響？

京大発の新興企業 「予報」サイト公開

地球温暖化による海水温の上昇は、将来の寿司ネタにどんな影響を及ぼすだろうか――。養殖魚の品種改良に取り組む京都大発の新興企業「リージョナルフィッシュ」（京都市左京区）が、そんなテーマの特設サイト「寿司予報」（https://mirainoikesu.fish/sushi-forecast/）を公開している。

気象庁によると、日本近海の海水温（年平均）はこの100年間で1度超高くなっている。21世紀末には、20世紀末より3.45度前後上昇するとの予測もある。こうした状況を受け、同社は「さかなの日」（毎月3～7日）に合わせ今月4日から海水温の上昇が人気の寿司ネタに与える影響などを〝予報〟するサイトを公開した。

サイトでは、海水温が3.45度高くなった場合、イカは水揚げ量が減り、「慢性的な供給不足が懸念される」と指摘。マグロも「冷たい海域を求めて北上し、日本近海での漁獲は不安定になる可能性がある」とした。ヒラメやタイの代わりに、カラフルな熱帯性の魚が寿司ネタの定番になる日が来るかもしれないことにも触れた。

海水温の上昇と寿司ネタへの影響を分析した特設サイトの画面

同社は2019年に設立。高温に強いマサバなどの品種改良を進める。同社のＣＴＯ（最高技術責任者）を務める木下政人・京大准教授（魚類発生工学）は「海水温が上昇する中、高温に強い魚のニーズは高まっている。未来においしい寿司を残す取り組みを続けたい」と話している。

（２０２６年３月１３日　読売新聞朝刊より）

海水温の上昇は、私たちの食卓に様々な影響を与えています。

自然環境と生活には密接な関係があるのですね。

©2013 そにしけんじ／読売新聞社