

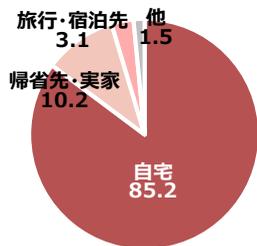


日本の年末の伝統食として定着している「年越し蕎麦」。年越し蕎麦は江戸時代中期から縁起を担いで年越しに食べるようになったそうです。皆さんはどのような年越し蕎麦を食べたのでしょうか。

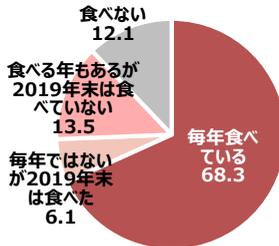
POINT

- 1.年越しそばを「毎年食べている」人は約7割。
- 2.食べた年越しそばは「蕎麦を購入・家で作っただし汁で食べた」が4割。
- 3.年越し蕎麦に入っていたもので多くあがったのは「ネギ」「えび天」。

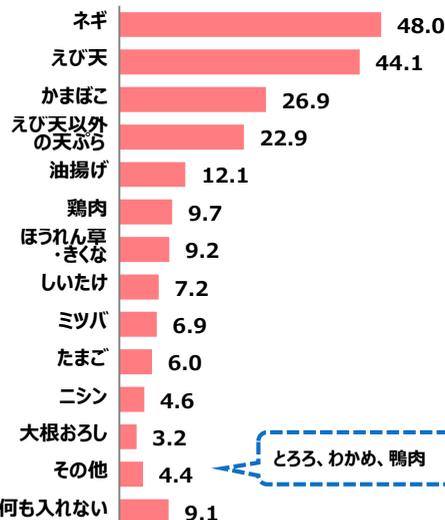
Q. 大晦日はどこで過ごしましたか。
(N=1,229)



Q. 年越し蕎麦を食べましたか。
(N=1,229)



Q. 年越し蕎麦に入っていたものは何ですか。(2019年末に食べた人 N=914)



Q. 年越し蕎麦は自宅(実家含む)でつくったものですか。
(2019年末に食べた人 N=914)



Q. 今年の年越し蕎麦、年末年始のエピソードを教えてください。【自由回答から】

大晦日は大掃除に忙しく、簡単に夕御飯はお鍋。最後にラーメンかうどんを食べますが、やはり、年越し蕎麦を食べないと年越し気分がでないのて紅白を見ながら食べました。



高いお蕎麦を買ってきて、張り切って作りましたが、テレビを見ていてゆがく時間が長くなりすぎて失敗。でも家族は喜んでくれて良かったです。



小学生の甥っ子、姪っ子と二年語りへ行きました。2人とも眠たいのを我慢して頑張っていました。大人と同じ扱いが嬉しいみたいです。



<調査項目>

- Q 年末年始はどこで過ごしましたか。
- Q 年越しそばを食べましたか。

- Q 年越し蕎麦は、自宅(実家含む)でつくったものですか。
- Q 年越し蕎麦に入れた(入っていた)ものは何ですか。
- Q 今年の年末年始のエピソードがあれば教えてください。

調査対象	弊社管理オピネット会員 オピネット : http://opi-net.com
調査期間	2020年1月8日~1月27日
調査方法	インターネット調査
有効回答数	1,229人

Information

【会社概要】

- 商号 株式会社マーケティング・コミュニケーションズ
- 創業 1958年(日本マーケティング研究所グループ 略称JMR)
- 創立 1973年
- ホームページ 会社案内 <https://ssl.mcto.co.jp/>
生活者サイト <http://www.opi-net.com>
- 個人情報の取り扱いについて
株式会社マーケティング・コミュニケーションズはプライバシーマークを取得しています。



禁無断掲載(情報の掲載・引用は下記にお問い合わせください)
【レポートのお問い合わせ】

編集・発行: 株式会社マーケティング・コミュニケーションズ
〒102-0094
東京都千代田区紀尾井町3-23
文藝春秋新館
TEL:03-3222-4250 FAX:03-3222-4258

お問い合わせ先 <https://ssl.mcto.co.jp/contact>