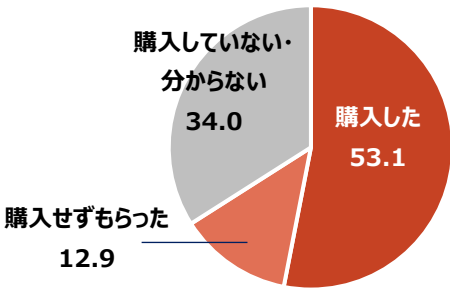




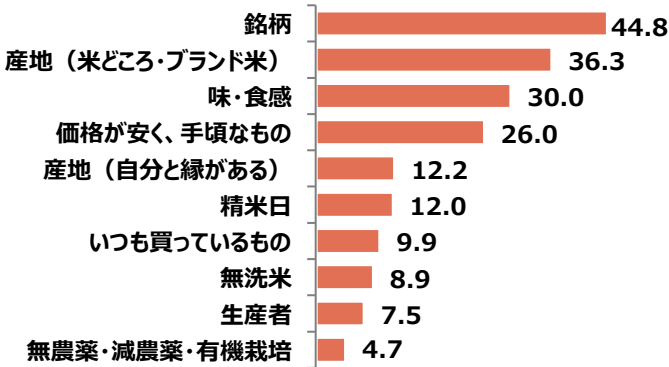
POINT

- 1. 新米を購入した人は約50%。
- 2. 新米を選ぶ基準は銘柄が約45%
- 3. 米不足の影響は価格の高さで感じた人が約80%

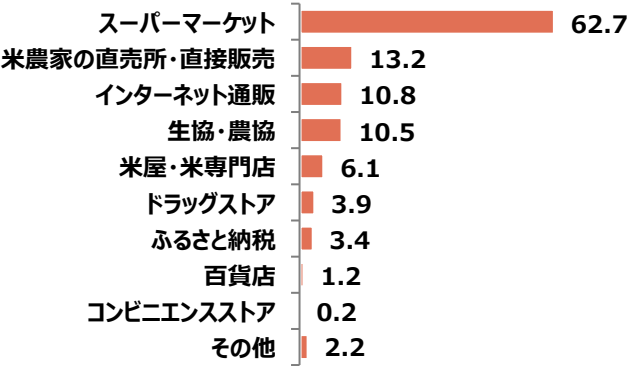
Q. 今年の秋、新米を購入しましたか。(N=929)



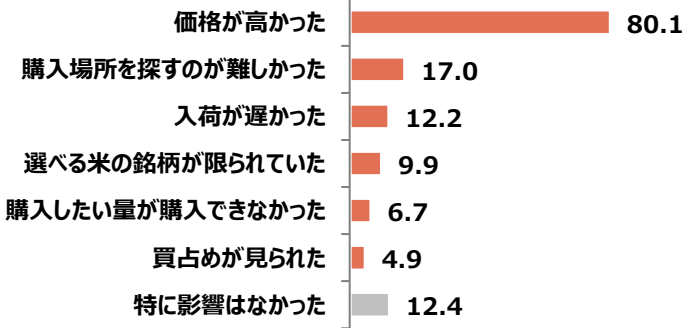
Q. 新米は何を基準に選びましたか。(新米を購入した人 N=493)



Q. 新米はどこで購入しましたか。(新米を購入した人 N=493)



Q. 新米を購入する時、米不足の影響は感じましたか。また影響はどの点で感じましたか。(新米を購入した人 N=493)



Q. Q 今年の秋の食に関する変化や秋の食にまつわる出来事があれば教えてください。【自由回答から】

毎年新米を買いに新潟県に温泉ドライブ旅行をします。今年は越後湯沢温泉、新米もしっかり購入してきました。



70代
以上
男性

米がとにかく高かった。秋の味覚が秋なのか、冬なのか曖昧になってきた感じがしました。



40代
男性

初夏、既に気候がヤバそう
で米を数十キロまとめ買い。
備蓄があるので買わなくても
済んでいる。来年の春まで
新米は食べないと思う。



50代
女性

<調査項目>

- Q.今年の秋、新米を購入しましたか。
- Q.新米はどこで購入しましたか。
- Q.新米は何を基準に選びましたか。
- Q.新米を購入する時米不足の影響は感じましたか。影響はどの点で感じましたか。
- Q.今年の秋の食に関する変化や秋の食にまつわる出来事があれば教えてください。

調査概要

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	2024年11月12日～12月4日
調査方法	インターネット調査
有効回答数	929人

調査主体

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>

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。

