

お米についてのアンケート調査  
お米の値上げが継続するなか  
1日に1回以上お米を食べる人は全体の95.2%  
～お米を選ぶ理由「米が好き、おいしいから」が6.8%増加～

## 日本生活協同組合連合会

日本生活協同組合連合会（略称：日本生協連、代表理事会長：土屋 敏夫）は、昨年に引き続き「お米についてのアンケート」の調査結果を取りまとめましたのでご報告いたします。令和4年産米より相場価格が反発・上昇に転じ、値上げが継続しています。日本生協連では主食の位置付けかつ、1点単価が高額となりがちなお米の利用実態を把握し、生産者と産地の取り組みや応援に役立てることを目的に、全国の組合員を対象に2021年度・2022年度に続き第3回目のWEBアンケートを実施しました。（調査期間：2023年9月26日～10月1日、有効回答数：3,154件）

## ～調査結果の主なトピック～

- 1日に1回以上お米を食べている人は全体の95.2%と判明。お米を選ぶ理由の第1位は「米を食べるのが習慣になっている」（61.6%）。続いて「米が好き、おいしいから」（60.3%）という結果に。

各家庭でお米を食べる頻度を尋ねたところ、「1日に2回程度」（50.8%）と回答した割合が最多でした。続いて「1日に1回程度」（27.0%）、「1日に3回以上」（17.4%）という結果となり、全体の95.2%が1日に1回以上お米を食べていることが判明しました。パンや麺などではなく、お米を選ぶときの理由について尋ねたところ、「米を食べるのが習慣になっているから」（61.6%で前年比+2.9%）、「米が好き、おいしいから」（60.3%で前年比+6.8%）がランクインし、前年度よりも回答数が増加しました。また、「米は安い、経済的だから」と回答した人は前年度の20.8%から17.5%に下落し、お米の相場上昇の影響が如実に表れる結果となりました。\*全体的に価格を重視してお米を選ぶ人は減少しましたが、人々がお米を食べる頻度に変化はありませんでした。

\*農林水産省の「米穀の取引に関する報告」より令和5年産米の相対取引価格・数量（令和5年11月）（速報）の全銘柄平均価格は15,201円/玄米60kgとなり、対前年比110%でした。

- お米を買うときに重視することのトップ3は「銘柄」（49.1%）、「産地」（41.2%）、「味の好み」（38.0%）と前年度と変わらない結果に。全年代で「無洗米である」と回答した割合は2.8%増加。

お米を買う時に重視することのトップ3は「銘柄」（49.1%）、「産地」（41.2%）、「味の好み」（38.0%）で前年度と同様でした。年代別に見たところ、20代・30代の1位は「価格が安い」（20代：45.8%、30代：46.4%）となり、若い年代ほど価格を重視する傾向が判明しました。ただし、若い年代でも「銘柄」「味の好み」の重要度は高く、全体の傾向と同様の結果となりました。前年度の結果と比較したところ、全年代で「無洗米である」と回答した割合は27.3%から30.1%に増加しており、洗米に対する手間を省きたいと考える人がやや増えたことが予想されます。

- 販売価格を抑えたお米について、このようなものであってほしいと思うものについてのトップ3は前年度と変わらない結果に。できるだけ価格を抑えながらも生産地・品種表示や品質管理を求める結果に。

産地と品種を特定しない代わりに、販売価格を抑えたお米について、このようなものであってほしいと思うものを尋ねたところ、前年度と同様に「商品の袋に、使用されるお米の生産地・品種を書いてほしい」（44.1%で前年比-5.9%）、「宅配誌面や売場に、使用されるお米の生産地・品種を書いてほしい」（35.2%で前年比-3.0%）、「生産地や製造過程の管理は品質を落とさず実施してほしい」（31.4%で前年比-6.1%）という回答がトップ3でした。前年度の結果と比較すると全体的に減少傾向にある中、「できるだけ安くしてほしい」と回答した割合が2.6%増加という結果になりました。

日本生協連は、今回の「お米についてのアンケート」調査の結果をふまえ、今後も産地生産者の応援及び組合員に向けての商品づくりに活かしてまいります。

＜お問い合わせ先＞

日本生協連 広報部

TEL：03-5778-8106

■ 1日に1回以上お米を食べている人は全体の95.2%と判明。お米を選ぶ理由の第1位は「米を食べるのが習慣になっている」（61.6%）。続いて「米が好き、おいしいから」（60.3%）という結果に。

各家庭でお米を食べる頻度を尋ねたところ、「1日に2回程度」（50.8%）と回答した割合が最多でした。続いて「1日に1回程度」（27.0%）、「1日に3回以上」（17.4%）という結果となり、全体の95.2%が1日に1回以上お米を食べていることが判明しました。パンや麺などではなく、お米を選ぶときの理由について尋ねたところ、「米を食べるのが習慣になっているから」（61.6%で前年比+2.9%）、「米が好き、おいしいから」（60.3%で前年比+6.8%）がランクインし、前年度よりも回答数が増加しました。また、「米は安い、経済的だから」と回答した人は前年度の20.8%から17.5%に下落し、お米の相場上昇の影響が如実に表れる結果となりました。\*全体的に価格を重視してお米を選ぶ人は減少しましたが、人々がお米を食べる頻度に変化はありませんでした。

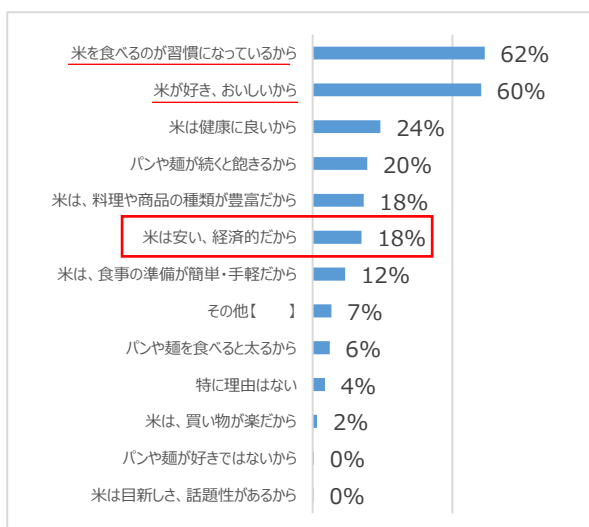
\*農林水産省の「米穀の取引に関する報告」より[令和5年産米の相対取引価格・数量（令和5年11月）（速報）](#)の全銘柄平均価格は15,201円/玄米60kgとなり、対前年比110%でした。

お米を食べる頻度

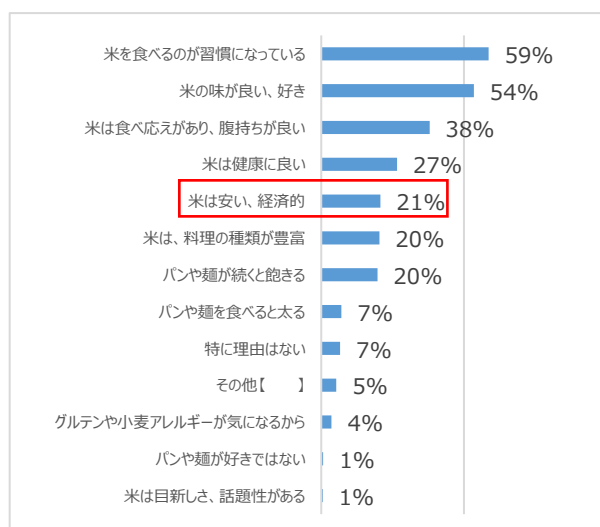
		全体	1日に3回以上	1日に2回程度	1日に1回程度	2~3日に1回程度	ほとんど食べない	その他【】
全体		(3154)	549 17.4	1602 50.8	851 27.0	105 3.3	40 1.3	7 0.2
F14年代（10歳刻み）	20代	(85)	16 18.8	39 45.9	22 25.9	7 8.2	1 1.2	0 0.0
	30代	(395)	81 20.5	234 59.2	72 18.2	5 1.3	3 0.8	0 0.0
	40代	(677)	160 23.6	359 53.0	144 21.3	9 1.3	3 0.4	2 0.3
	50代	(748)	127 17.0	371 49.6	217 29.0	24 3.2	7 0.9	2 0.3
	60代	(796)	110 13.8	372 46.7	254 31.9	42 5.3	15 1.9	3 0.4
	70代~	(453)	55 12.1	227 50.1	142 31.3	18 4.0	11 2.4	0 0.0

お米を選ぶ理由（答えはいくつでも）

2023年



2022年



■ お米を買うときに重視することのトップ3は「銘柄」（49.1%）、「産地」（41.2%）、「味の好み」（38.0%）と前年度と変わらない結果に。全年代で「無洗米である」と回答した割合は2.8%増加。

お米を買う時に重視することのトップ3は「銘柄」（49.1%）、「産地」（41.2%）、「味の好み」（38.0%）で前年度と同様でした。年代別に見たところ、20代・30代の1位は「価格が安い」（20代：45.8%、30代：46.4%）となり、若い年代ほど価格を重視する傾向が判明しました。ただし、若い年代でも「銘柄」「味の好み」の重要度は高く、全体の傾向と同様の結果となりました。前年度の結果と比較したところ、全年代で「無洗米である」と回答した割合は27.3%から30.1%に増加しており、洗米に対する手間を省きたいと考える人がやや増えたことが予想されます。

お米を買う時に重視すること

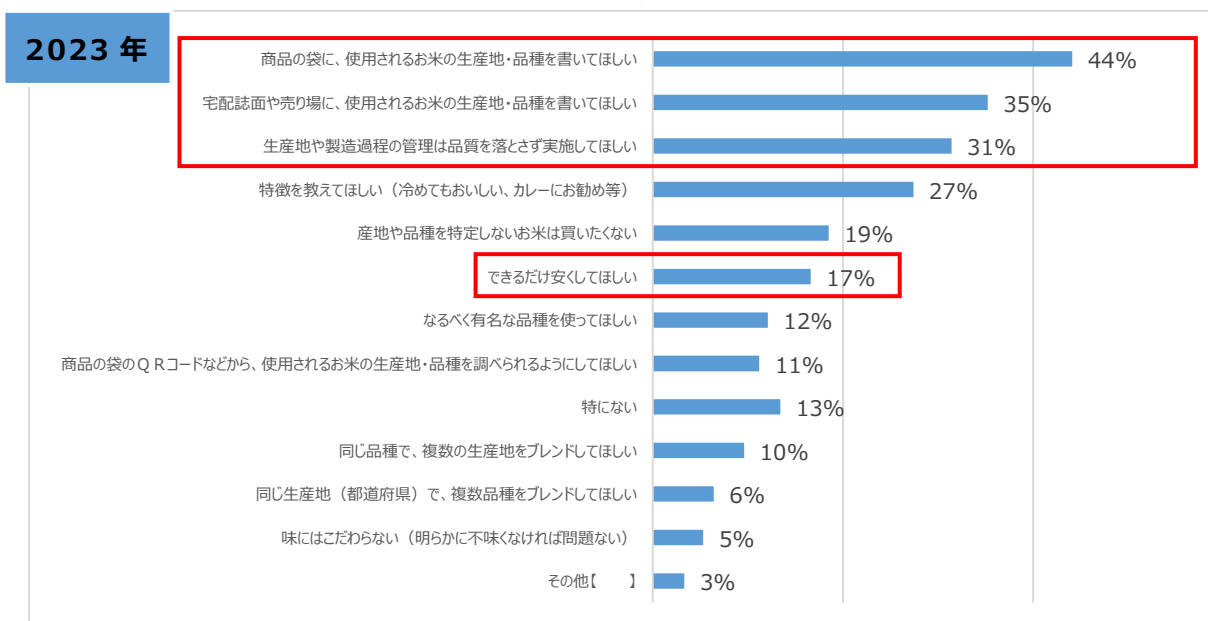
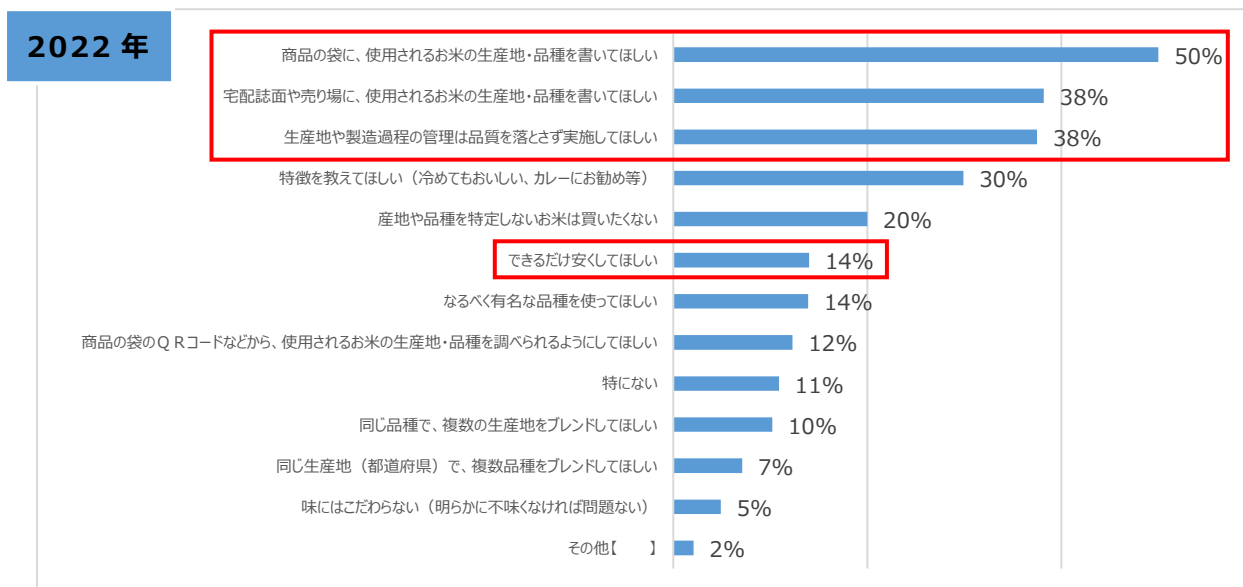
	味の好み	銘柄（こしひかりなど）	産地（都道府県単位）	生産地域・JA等が特定できる	生産者が特定できる	産地直送である	栽培区分（有機・特別栽培など）	無洗米である	普通精米である	玄米である	胚芽米である	精米日	価格が安い	価格が安すぎない	量（2kg、5kgなど）	少量ずつ小分けになっている	袋にチャックシールがついている	自宅に届けてもらえる（生協の宅配を含む）	いつも買うお店等を持っている
全体	1006	1302	1093	305	295	150	212	797	415	206	55	261	848	414	857	28	22	597	96
F14 年代（10歳刻み）	38.0	49.1	41.2	11.5	11.1	5.7	8.0	30.1	15.7	7.8	2.1	9.8	32.0	15.6	32.3	1.1	0.8	22.5	3.6
20代	20	24	17	5	2	0	3	14	9	3	0	3	27	13	10	1	1	8	3
30代	33.9	40.7	28.8	8.5	3.4	0.0	5.1	23.7	15.3	5.1	0.0	5.1	45.8	22.0	16.9	1.7	1.7	13.6	5.1
40代	110	129	103	18	22	5	14	78	45	17	4	19	129	61	79	3	2	52	10
50代	39.6	46.4	37.1	6.5	7.9	1.8	5.0	28.1	16.2	6.1	1.4	6.8	46.4	21.9	28.4	1.1	0.7	18.7	3.6
60代	212	264	204	48	49	21	40	167	63	25	8	43	234	103	163	1	3	106	21
70代～	39.6	49.3	38.1	9.0	9.1	3.9	7.5	31.2	11.8	4.7	1.5	8.0	43.7	19.2	30.4	0.2	0.6	19.8	3.9
全体	294	325	292	83	63	39	49	200	102	48	17	74	215	114	225	10	7	148	21
20代	44.3	49.0	44.0	12.5	9.5	5.9	7.4	30.2	15.4	7.2	2.6	11.2	32.4	17.2	33.9	1.5	1.1	22.3	3.2
30代	240	353	293	94	100	54	60	222	105	74	17	78	157	86	233	9	3	146	24
40代	34.2	50.4	41.8	13.4	14.3	7.7	8.6	31.7	15.0	10.6	2.4	11.1	22.4	12.3	33.2	1.3	0.4	20.8	3.4
50代	130	207	184	57	59	31	46	116	91	39	9	44	86	37	147	4	6	137	17
60代	31.5	50.7	44.6	13.8	14.3	7.5	11.1	28.1	22.0	9.4	2.2	10.7	20.8	9.0	35.6	1.0	1.5	33.2	4.1

お米を買う時に重視すること(前年差)

	味の好み	銘柄（こしひかりなど）	産地（都道府県単位）	生産地域・JA等が特定できる	生産者が特定できる	産地直送である	栽培区分（有機・特別栽培など）	無洗米である	普通精米である	玄米である	胚芽米である	精米日	価格が安い	価格が安すぎない	量（2kg、5kgなど）	少量ずつ小分けになっている	袋にチャックシールがついている	自宅に届けてもらえる（生協の宅配を含む）	いつも買うお店等を持っている
全体	0.0	-0.2	-2.1	-0.5	0.9	-0.1	-0.6	2.8	-1.3	-0.2	0.1	-0.7	-1.7	-1.1	-0.8	0.4	0.3	-0.4	0.1
20代	-10.5	-6.5	6.6	2.9	-4.9	-2.8	2.3	-9.6	-7.0	-0.5	-2.8	-3.2	-12.6	2.6	-16.4	1.7	1.7	-11.4	-0.5
30代	2.1	1.9	-0.4	-2.4	4.6	-0.0	-0.1	1.8	0.0	1.8	-0.7	-0.8	-1.8	-1.8	-4.8	0.5	-0.5	-1.4	-0.1
40代	-0.9	2.5	-1.4	-1.3	0.4	0.4	0.9	6.8	-2.4	-1.1	0.4	-0.5	2.7	0.2	4.0	0.0	-0.2	0.0	0.4
50代	5.4	0.6	-1.3	-0.1	-1.2	0.7	-3.1	1.7	-0.6	-2.7	0.3	-0.4	-3.9	-2.4	-1.2	0.9	0.8	3.9	-0.3
60代	-2.2	-2.9	-3.6	0.1	0.6	-0.3	-0.8	3.1	-2.2	1.3	0.0	-1.5	-2.0	0.3	-0.9	0.3	0.0	-6.4	0.2
70代～	-3.3	-1.6	-5.0	-0.9	3.4	-2.1	0.6	0.6	-1.9	0.8	0.6	0.7	1.0	-1.6	-1.8	0.3	1.5	2.5	0.6

■ 販売価格を抑えたお米について、このようなものであってほしいと思うものについてのトップ3は前年度と変わらない結果に。できるだけ価格を抑えながらも生産地・品種表示や品質管理を求める結果に。

産地と品種を特定しない代わりに、販売価格を抑えたお米について、このようなものであってほしいと思うものを尋ねたところ、前年度と同様な「商品の袋に、使用されるお米の生産地・品種を書いてほしい」（44.1%で前年比－5.9%）、「宅配誌面や売り場に、使用されるお米の生産地・品種を書いてほしい」（35.2%で前年比－3.0%）、「生産地や製造過程の管理は品質を落とさず実施してほしい」（31.4%で前年比－6.1%）という回答がトップ3でした。前年度の結果と比較すると全体的に減少傾向にある中、「できるだけ安くしてほしい」と回答した割合が2.6%増加という結果になりました。



■ 調査概要

「お米についてのアンケート」調査

調査方法: インターネット

調査対象: 組合員モニター

有効回答数: 3,154件

実施期間: 2023年9月26日～10月1日