

## 2024年お米についてのアンケート調査

もっとお米を食べたくなる条件は「安くなる・増量される（40.8%）」で  
調査開始以来初の第1位に

～お米を選ぶ理由では「米が好き、おいしいから（63.1%）」も初めて第1位に浮上～

## 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、「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します。

令和5年産米は、記録的な猛暑等による作柄の悪化にともない相場価格の上昇が続きました。年産の途中では、中食・外食需要の増加や、米不足に関する報道の過熱、地震等の災害への危機感から、必要以上の買い占め・買い溜めによる品物不足や価格急騰が起こるなど、市場は大混乱に見舞われました。日本生協連では、主食である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年度から続いて第4回目となるWEBアンケートを実施しました。（調査期間：2024年10月1日～10月8日、有効回答数：6,438件）

## ～調査結果の主なトピック～

## ■ 2024年7月から9月頃、お米を「いつもどおり購入できた」人は18.4%。

2024年7月から9月頃、一部地域では、お米を購入しづらかったり、購入できなかったりする状況が発生しました。各家庭における当時の状況を尋ねたところ、「いつもよりも購入はしにくかったが、購入はできた」（41.9%）が最多で、「購入する必要がなかった」（27.6%）、「いつもどおり購入できた」（18.4%）が続く結果となりました。お米の入手先の調査結果とあわせて見ると、「いつもよりも購入はしにくかったが、購入はできた」方では「生協の宅配」（27.3%）および「スーパー（生協以外）」（27.0%）、「購入する必要がなかった」方では「親戚・知人からもらう」（27.3%）、「いつもどおり購入できた」方では「生協の宅配」（27.1%）が、特に回答数が多い入手先となりました。

## ■ お米を炊く量・買う量は「2合～5合」「5合～10合」「10合～15合」が上位となり、前回調査とほぼ変わらない結果に。

各家庭で1週間に炊くお米の量は「2合～5合」「5合～10合」「10合～15合」が上位で、前回調査からほぼ変化はありませんでした。1週間に炊くお米の量は若い年代ほど多く、ピークは40代で、家族構成が影響していると考えられます。よく買うお米の量（規格）は、「5kg」が最多64%で、前回調査と比較すると、「10kg」購入は1%減少し、「1kg」未満の購入が1%増加しています。

## ■ お米を選ぶ理由では「米が好き、おいしいから（63.1%）」が調査開始以来初となる第1位に浮上。

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、「米が好き、おいしいから」（63.1%で前年差2.8%増加）、「米を食べるのが習慣になっているから」（61.1%で前年差0.5%減少）がランクインしました。2021年の調査開始から2023年の調査まで、「米を食べるのが習慣になっているから」が第1位を占めていましたが、今回の調査で初めて、「米が好き、おいしいから」が第1位となりました。「米が好き、おいしいから」の回答数は、前々回53.5%、前回60.3%（+6.8%）今回63.1%（+2.8%）と徐々に上昇しています。また、「米は安い、経済的だから」の回答数は11.6%（前年差5.9%減少）となりました。回答数は前々回20.8%、前回17.5%（-3.3%）、今回11.6%（-5.9%）と徐々に減少しており、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（※）。

## ■ もっとお米を食べたくなる条件は「安くなる・増量される（40.8%）」。調査開始以来初の第1位に。

もっとお米を食べたくなる条件について尋ねたところ、「安くなる・増量される」（40.8%で前年差6.2%増加）、「おいしくなる」（39.0%で前年差0.7%減少）がランクインしました。2021年の調査開始から2023年の調査まで、「おいしくなる」が第1位を占めていましたが、今回の調査で初めて、「安くなる・増量される」が第1位となりました。「安くなる・増量される」の回答数は、前々回28.2%、前回34.6%（+6.4%）、今回40.8%（+6.2%）と徐々に上昇しています。一方で、「おいしくなる」の回答数は調査開始以来、40%前後の高い水準をキープし続けている事から、今回の調査結果は「おいしさ」の重要度の低下を意味するものではなく、それ以上に、お米の相場上昇の影響を受けて『価格』『量』などコストパフォーマンスの重要度が上昇した事を示すものと推測します（※）。

※農林水産省の「米穀販売事業者における販売数量・販売価格の動向」によると、2024年9月末時点の小売事業者向け販売価格は、前年同期比147.9%

■ 2024年7月から9月頃、お米を「いつもどおり購入できた」人は18.4%。

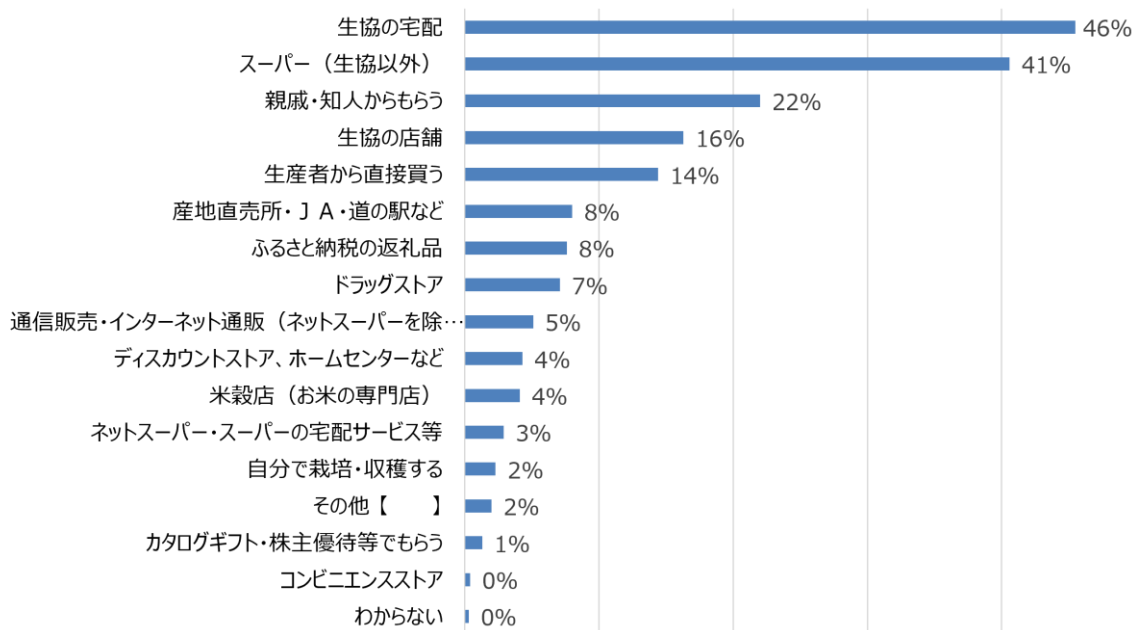
2024年7月から9月頃、一部地域では、お米を購入しづらかったり、購入できなかったりする状況が発生しました。各家庭における当時の状況を尋ねたところ、「いつもよりも購入はしにくかったが、購入はできた」

(41.9%)が最多で、「購入する必要がなかった」(27.6%)、「いつもどおり購入できた」(18.4%)が続く結果となりました。お米の入手先の調査結果とあわせて見ると、「いつもよりも購入はしにくかったが、購入はできた」方では「生協の宅配」(27.3%)および「スーパー（生協以外）」(27.0%)、「購入する必要がなかった」方では「親戚・知人からもらう」(27.3%)、「いつもどおり購入できた」方では「生協の宅配」(27.1%)が、特に回答数が多い入手先となりました。

2024年夏季におけるお米の利用状況

年代別		全体	いつもどおり購入できた	いつもよりも購入はしにくかったが、購入はできた	全く購入できなかった	購入する必要がなかった	その他【 】
全体		(6438)	1185 18.4	2695 41.9	582 9.0	1780 27.6	196 3.0
F14年代（10歳刻み）	20代	(141)	20 14.2	52 36.9	15 10.6	52 36.9	2 1.4
	30代	(757)	89 11.8	322 42.5	82 10.8	254 33.6	10 1.3
	40代	(1382)	232 16.8	582 42.1	125 9.0	407 29.5	36 2.6
	50代	(1594)	281 17.6	740 46.4	145 9.1	372 23.3	56 3.5
	60代	(1590)	335 21.1	650 40.9	118 7.4	439 27.6	48 3.0
	70代～	(974)	228 23.4	349 35.8	97 10.0	256 26.3	44 4.5

お米の入手先

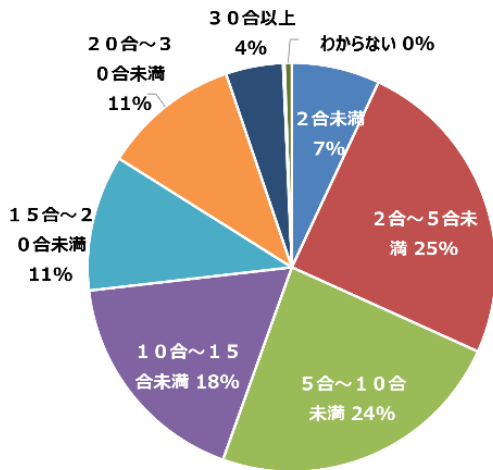


■ お米を炊く量・買う量は「2合～5合」「5合～10合」「10合～15合」が上位となり、前回調査とほぼ変わらない結果に。

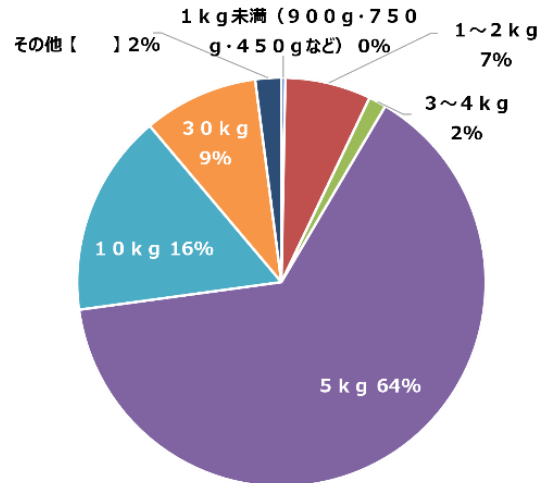
各家庭で1週間に炊くお米の量は「2合～5合」「5合～10合」「10合～15合」が上位で、前回調査からほぼ変化はありませんでした。1週間に炊くお米の量は若い年代ほど多く、ピークは40代で、家族構成が影響していると考えられます。よく買うお米の量（規格）は、「5kg」が最多64%で、前回調査と比較すると、「10kg」購入は1%減少し、「1kg」未満の購入が1%増加しています。

お米を炊く量・買う量

1週間に炊くお米の量の合計



一番よく買うお米の量



1週間に炊くお米の量は、30代～40代の子育て層～ファミリー層がピーク。同居人数や子どもの有無など家族構成が影響している。

1週間に炊くお米の量の合計

今回2024年10月上旬調査

		全体	2合未満	2合～5合未満	5合～10合未満	10合～15合未満	15合～20合未満	20合～30合未満	30合以上	その他【 】	わからない
全体		(6335)	442	1570	1503	1121	681	687	287	8	36
			7.0	24.8	23.7	17.7	10.7	10.8	4.5	0.1	0.6
F14年代 (10歳刻み)	20代	(139)	7	38	26	33	19	7	7	0	2
	30代	(750)	30	161	152	142	114	101	39	1	10
	40代	(1366)	4.0	21.5	20.3	18.9	15.2	13.5	5.2	0.1	1.3
	50代	(1571)	54	290	214	208	186	277	129	1	7
	60代	(1560)	4.0	21.2	15.7	15.2	13.6	20.3	9.4	0.1	0.5
	70代～	(949)	102	359	346	304	180	178	91	2	9
			6.5	22.9	22.0	19.4	11.5	11.3	5.8	0.1	0.6
		147	413	468	292	128	92	16	1	3	
		9.4	26.5	30.0	18.7	8.2	5.9	1.0	0.1	0.2	
		102	309	297	142	54	32	5	3	5	
		10.7	32.6	31.3	15.0	5.7	3.4	0.5	0.3	0.5	

←20代は『2合～5合』が大幅減し、『5合～10合』『10合～15合』『15合～20合』は増加。均すと、炊く量は増加傾向。

前回2023年9月末調査

		全体	2合未満	2合～5合未満	5合～10合未満	10合～15合未満	15合～20合未満	20合～30合未満	30合以上	その他【 】	わからない
全体		(3100)	221	786	707	595	304	322	152	2	11
			7.1	25.4	22.8	19.2	9.8	10.4	4.9	0.1	0.4
F14年代	20代	(84)	3	35	16	16	5	7	2	0	0
	30代	(390)	3.6	41.7	19.0	19.0	6.0	8.3	2.4	0.0	0.0
	40代	(672)	13	93	75	81	50	54	23	0	1
	50代	(735)	3.3	23.8	19.2	20.8	12.8	13.8	5.9	0.0	0.3
	60代	(777)	31	131	96	133	81	122	76	0	2
	70代～	(442)	4.6	19.5	14.3	19.8	12.1	18.2	11.3	0.0	0.3
			53	177	161	138	84	76	38	2	6
		7.2	24.1	21.9	18.8	11.4	10.3	5.2	0.3	0.8	
		73	200	224	158	62	46	13	0	1	
		9.4	25.7	28.8	20.3	8.0	5.9	1.7	0.0	0.1	
		48	150	135	69	22	17	0	0	1	
		10.9	33.9	30.5	15.6	5.0	3.8	0.0	0.0	0.2	

一番よく買うお米の量

今回2024年10月上旬調査

	全体	1kg未満 (900g・750g・450gなど)	1~2kg	3~4kg	5kg	10kg	30kg	その他【 】	
全体	(5541)	17 0.3	377 6.8	77 1.4	3565 64.3	887 16.0	504 9.1	114 2.1	
F14年代(10歳刻み)	20代	(93)	0 0.0	2 2.2	2 2.2	62 66.7	18 19.4	8 8.6	1 1.1
	30代	(568)	0 0.0	15 2.6	6 1.1	365 64.3	124 21.8	53 9.3	5 0.9
	40代	(1115)	4 0.4	29 2.6	7 0.6	667 59.8	254 22.8	135 12.1	19 1.7
	50代	(1417)	6 0.4	90 6.4	22 1.6	909 64.1	245 17.3	122 8.6	23 1.6
	60代	(1442)	5 0.3	145 10.1	23 1.6	951 66.0	149 10.3	128 8.9	41 2.8
	70代~	(906)	2 0.2	96 10.6	17 1.9	611 67.4	97 10.7	58 6.4	25 2.8

↓10kgの購入割合は、比較的高いものの(第2位)各年代で約▲1%~▲6%ほど減少している。

前回2023年9月末調査

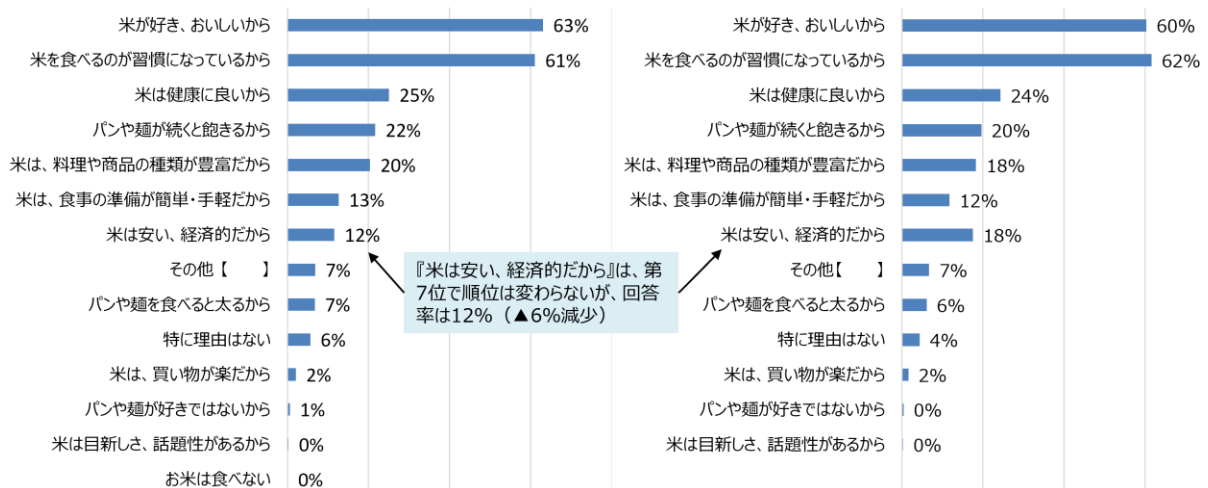
	全体	1kg未満 (900g・750g・450gなど)	1~2kg	3~4kg	5kg	10kg	30kg	その他【 】	
全体	(2650)	12 0.5	172 6.5	39 1.5	1688 63.7	453 17.1	247 9.3	39 1.5	
F14年代	20代	(59)	0 0.0	0 0.0	3 5.1	36 61.0	15 25.4	5 8.5	0 0.0
	30代	(278)	1 0.4	6 2.2	5 1.8	165 59.4	76 27.3	23 8.3	2 0.7
	40代	(536)	1 0.2	14 2.6	6 1.1	327 61.0	123 22.9	58 10.8	7 1.3
	50代	(663)	5 0.8	52 7.8	7 1.1	428 64.6	106 16.0	55 8.3	10 1.5
	60代	(701)	4 0.6	61 8.7	10 1.4	451 64.3	77 11.0	82 11.7	16 2.3
	70代~	(413)	1 0.2	39 9.4	8 1.9	281 68.0	56 13.6	24 5.8	4 1.0

■ お米を選ぶ理由では「米が好き、おいしいから(63.1%)」が調査開始以来初となる第1位に浮上。

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、「米が好き、おいしいから」(63.1%で前年差2.8%増加)、「米を食べるのが習慣になっているから」(61.1%で前年差0.5%減少)がランクインしました。2021年の調査開始から2023年の調査まで、「米を食べるのが習慣になっているから」が第1位を占めていましたが、今回の調査で初めて、「米が好き、おいしいから」が第1位となりました。「米が好き、おいしいから」の回答数は、前々回53.5%、前回60.3%(+6.8%)今回63.1%(+2.8%)と徐々に上昇しています。また、「米は安い、経済的だから」の回答数は11.6%(前年差5.9%減少)となりました。回答数は前々回20.8%、前回17.5%(-3.3%)、今回11.6%(-5.9%)と徐々に減少しており、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(※)。

お米を選ぶ理由

今回2024年10月上旬調査 ⇔ 前回2023年9月末調査

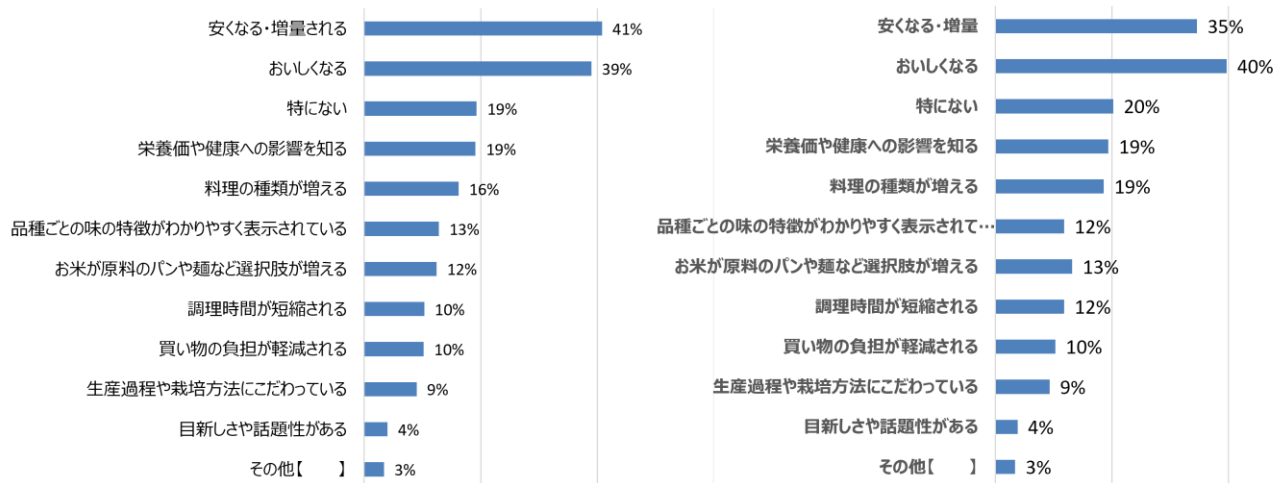


■ **もっとお米を食べたくなる条件は「安くなる・増量される（40.8%）」。調査開始以来初の第1位に。**

もっとお米を食べたくなる条件について尋ねたところ、「安くなる・増量される」（40.8%で前年差6.2%増加）、「おいしくなる」（39.0%で前年差0.7%減少）がランクインしました。2021年の調査開始から2023年の調査まで、「おいしくなる」が第1位を占めていましたが、今回の調査で初めて、「安くなる・増量される」が第1位となりました。「安くなる・増量される」の回答数は、前々回28.2%、前回34.6%（+6.4%）、今回40.8%（+6.2%）と徐々に上昇しています。一方で、「おいしくなる」の回答数は調査開始以来、40%前後の高い水準をキープし続けている事から、今回の調査結果は「おいしさ」の重要度の低下を意味するものではなく、それ以上に、お米の相場上昇の影響を受けて『価格』『量』などコストパフォーマンスの重要度が上昇した事を示すものと推測します（※）。

もっとお米を食べたくなる条件

今回2024年10月上旬調査 ⇔ 前回2023年9月末調査



※農林水産省の「米穀販売事業者における販売数量・販売価格の動向」によると、2024年9月末時点の小売事業者向け販売価格は、前年同期比147.9%