

米の消費行動に関する調査結果

平成20年3月

社団法人 **JA**総合研究所

はじめに

日本人の主食である米。平成18年度の食料需給表によると、1年間の国民一人当たりの純食料としての米の供給数量は58.6 kg、昭和37年のピーク時から半減している。

直近の食生活の中で、米の主食としての地位はどうなっているのか？

また、消費者は米をどこからどの程度購入しているのか？ 米を購入する際にこだわる点は何か？ 家庭で炊飯するご飯の量は？ …

消費者の大多数が購入している米では、その広範性から販売促進の対象の絞込みが難しい。

J A総合研究所では、米販売のマーケティング戦略を検討するうえで必要なデータとして資するべく、米の消費行動に関する調査を、Food Japan Network事務局と共同で実施した。本調査報告書が、米の生産者をはじめ米の流通・販売にかかわる多くの方々の販売戦略の構築の参考になれば幸いである。

平成20年3月

社団法人 J A総合研究所

本調査の調査データについては、Food Japan Network が近々募集する会員に登録のうえ、会員専用ホームページから閲覧できる。URL <http://www.food-japan.jp>

調査の概要

■調査方法	インターネットリサーチ		
■調査地域	全国		
■調査主体	社団法人 J A総合研究所、Food Japan Network 事務局		
■実施機関	株式会社 インテージ・インタラクティブ		
■調査日時	2008年1月24日(木)～1月29日(火)※		
■有効回答者数	Yahoo!リサーチ モニター会員 n=1493		
		主婦	男性単身者
	20代以下	70 (6.6)	41 (19.2)
	30代	192 (18.1)	34 (15.9)
	40代	351 (33.1)	37 (17.3)
	50代	266 (25.1)	38 (17.8)
	60代	115 (10.8)	31 (14.5)
	70代以上	67 (6.3)	33 (15.4)
	合計	1,061(100)	214(100)

※本調査には食の安全性等に関する調査項目を含んでいるが、中国産冷凍ギョウザ問題発覚以前の調査である。

調査結果の概要

1. お米をどれくらい食べているのか？ 8

調査では、1週間分の主食別の食事数を調査した。その結果、朝食では【お米】と【お米以外】の主食が半々、昼食・夕食では【お米】がそれぞれ約4割・約8割であった。また、朝食では欠食率(食数)が約5%、30代以下の単身者では2割近くが週に2回以下しか朝食を摂っていない。また、米を主食とした食事が半数以下が4割にのぼっている。

2. お米を主にどこから購入(入手)しているか？ 14

米を購入している割合は8割、家族・親戚等から無償で入手が16%、賄い付き等で米を買わないが4%であった。購入先では、スーパーが4割、生産者から直接購入・生協がそれぞれ1割強である。無償入手も含め、流通を通さずに米を入手(購入)している割合は約3割になっている。ネット通販等の利用者は約1割で、店頭での購入が主流である。

3. 主に購入しているお米の種類(精米方法、栽培方法)は？ 15

購入している米の精米方法は、通常精米が7割弱、無洗米が2割弱、玄米等は14%である。生産者から購入している場合は玄米が7割弱、生協から購入している場合は無洗米が5割を超えている。有機米・特別栽培米・生産履歴が判る・〇×農法などの米の購入割合は45%であった。

4. 主に購入しているお米の価格は？ 16

主に購入している米の価格は、通常精米では1,700円~2,000円未満/5kgが最多で約3割、2,000円未満/5kgが6割を占めている。玄米での購入では、1,700円未満/5kgが5割を占めている。

5. 主に購入している場所とお米は？ 17

米を購入する際のパターンでは、「いつも同じところで、産地・品種が同じ米を買う」パターンが約4割となっている。購入場所が決まっているのは約7割で、残り3割は色々なところで購入している。購入する産地・品種が決まっているのは約4割、色々な米を買う人が約3割、特売や安い米を中心に買っている人が約3割となっている。お店の人のお薦めの米を買う人は1%で極めて少数派であった。

6. 米を購入する際にこだわる点、その理由は？..... 18

米を購入する際にこだわっている点で回答数が多かったのは、①価格帯6割
②品種5割 ③産地3割強 ④精米年月日25% ⑤無洗米2割弱の順であった。
品種と産地の両方ともこだわる人は25%となっている。

こだわる理由では、①美味しい ②信頼・信用できる ③安全・安心である
④いつも食べている ⑤炊飯の手間が省ける の順となっている。

7. 食べたことがある、主に購入する、食べてみたい・食べ続けたい品種は？. 19

①コシヒカリ ②あきたこまち ③ひとめぼれ が、食べたことがある品種、
主に購入する品種、今後食べてみたい・食べ続けたい品種すべてでベスト3と
なっている。ササニシキは食べた経験/食べてみたい・食べ続けたいで4位、き
らら397は経験/購入/食べたい・食べ続けたいですべてで5位、購入している
米の4位はブレンド米であった。

「現在、当該品種を主に購入している人数」と「当該品種を今後食べてみた
い・食べ続けたい人数」の倍率（期待伸び率）では、①つがるロマン6倍 ②
キヌヒカリ4.3倍 ③ササニシキ4倍の順であった。主に購入している米の
ベスト3であるコシヒカリ・あきたこまち・ひとめぼれは1.1~1.3倍と
なっている。

日常食べている米以外で、買い置きしている/利用している米では、①もち米
②玄米・胚芽米 ③古代米・黒米・赤米 の順であった。

8. 1回に購入する量と食べきる期間は？..... 21

1回に購入する米の量は、①5kg ②10kg ③2kgの順で、5kgと10kg
で約8割を占めている。購入した米を食べきる期間は、白米（通常精米・無洗
米）の購入者では、約7割が1か月以内に食べきっている。一方、購入数量5
kg以下の人でも、食べきるまでに1か月半以上かかる人が1/4にのぼってい
る。

9. 炊飯方法と炊飯するタイミングは？..... 22

炊飯器具では、9割が電気炊飯器、炊飯のタイミングでは日に1回が5割を
超えており、夜のみ炊く人が全体の4割となっている。

10. 1回に炊くご飯の量、その目安は？..... 23

1回に炊くご飯の量は、主婦層では2合・3合で7割、単身者では2合が中
心である。

炊飯量の目安は、主婦層では24時間以内に食べる量が9割を占める。単身

者層では、男性の約3割、女性の約6割が「最初から炊飯直後に冷凍保存する
つもりの量」を炊くと回答しており、「冷凍保存」が単身者層では主流になって
いる。

1 1. 今後、家庭で炊くご飯を食べる量はどうか？ 2 4

「今後、食べる量を増やしていきたい」が全体の1割、「減らしていきたい」
は4%弱であった。20代以下・30代では約2割が増やしていきたいと回答
している。

増やしたい理由は、「食費が安くすむ」「中食・外食等は高くつく」「パン類等
他の主食の価格が上がっている」等の経済的な理由が合計で8割となっている。
また、「中食・外食等は健康に悪そう」を理由とする人も1/4にのぼっている。

減らしたい理由は、「ダイエット」が5割、「家族数の減少や高齢化で食事量
が減少」が2割となっている。

1 2. 炊飯する際に工夫をしている点は？..... 2 6

炊飯する際に、何らかの工夫をしている人は全体の約2/3、男性単身者で
も半数弱の人が工夫している。

工夫している点では、①炊飯器の保温機能を使わない 約3割 ②雑穀を混
ぜて炊く 26% ③研ぎ方を工夫 2割弱 ④特定の水で炊く 16% の
順であった。

調査結果のまとめ

調査の結果をまとめると、概ね、つぎのことが言える。

主食としての米の地位は、

- ①全体の約4割は、米を主食とする食数が、全食数の半分以下であること
- ②朝食では、主食としての米の地位は、パン類と同格になっていること
- ③朝食では、20代以下・30代の単身者を中心とした“食べない派”もパン類と並んで米のライバルであること

米の購買行動については、

- ①単一品種を購入している割合が9割であること
- ②主に購入している品種については、消費者が店頭で並んでいる米から、味・価格面から選択していること
- ③主流の品種であるコシヒカリ・あきたこまち・ひとめぼれ以外の品種でも食べてみたいとする割合が高いこと

米の消費については、

- ①日に1回、2・3合炊く場合が主流であること
- ②単身者では、「冷凍保存」が多数派であること
- ③「炊飯器の保温機能を使わない」「雑穀と混ぜて炊く」「研ぎ方」「特定の水で炊く」等の工夫を多くの人が行っていること
- ④20代以下・30代では経済的な理由を中心に「家庭で炊くご飯を食べる量を増やしたい」割合が2割近いこと

これらのことから、朝食を食べない派に対しての「めざましごはんキャンペーン」の展開は周知のとおりであるが、家庭で炊飯する機会を増やすため具体的な促進策を米の売り場から提案していくことが、販売促進面では重要と考える。

【米売り場での“商品”自らの主張、売り場の工夫】

米の販売は、セルフ方式の店頭販売、商品アイテムは単一銘柄が主流である。消費者は、店頭のPOPや商品の説明書きを情報源に、自分にあった味や価格帯の米を選択している。

米の売り場からの提案としては、つぎのようなことが考えられる。

■ 色々な品種の3合単位の詰め合わせ

※3合は主婦が1回に炊く量。色々な米を購入している人が3割。

■ 品種の特徴“ねばり”“かおり”“味”等のランク表示

※対面販売は少数派、商品自らが特徴を説明する必要あり。

■ 用途毎（和食のおかず用、洋食のおかず用、カレー用、井用等）の米の提案

※通常食べる米以外にもち米の何らかの米を買い置きしている人が4割強。

※長粒米を食べてみたい人が2%。

■ 少量パック と 早めの消費の説明

※購入量5kg以下でも食べきるには1か月半以上が1/4

※美味しく食べられる期間の説明で消費促進を。

■ 「冷凍保存専用容器」「炊飯用の水」の米売り場への陳列

※単身者では「冷凍保存」が主流。専用容器も市販されている。

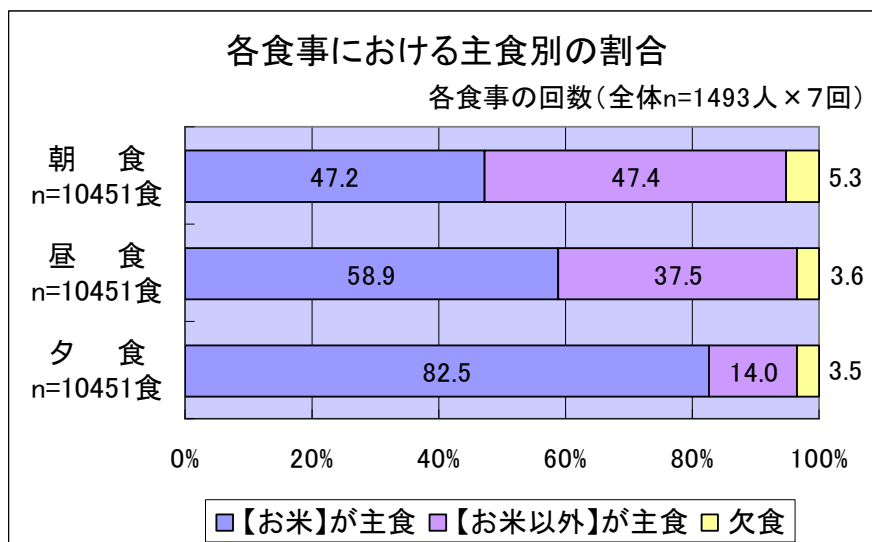
※炊き方の工夫で「特定の水」を使用が16%。（持ち帰りは難しいが、ネット通販、共同購入では有効では）

1. お米をどれくらい食べているのか？

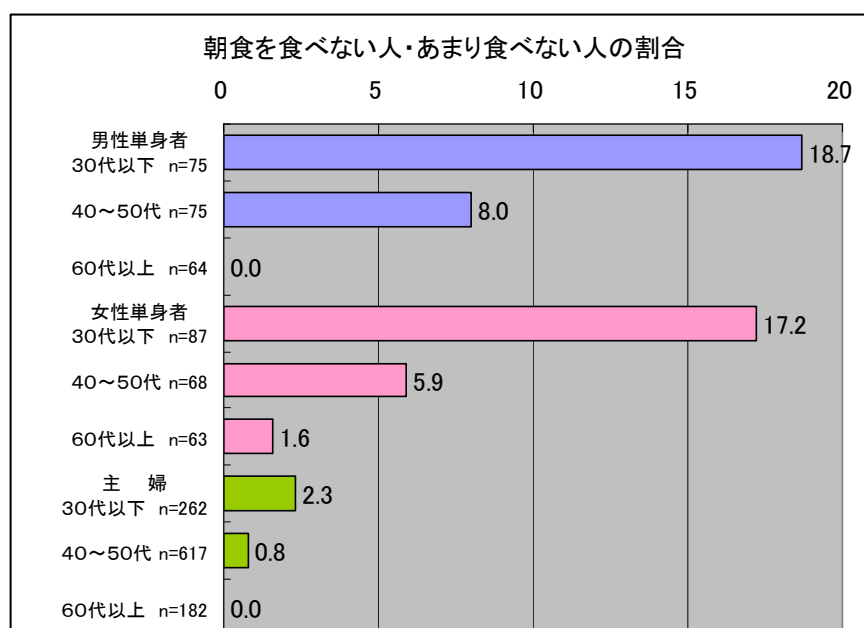
【主食別の食数の割合】（主食別に回数で回答）

直近1週間の食事の主食別回数を集計した結果、食数での割合は、

- 朝食 【お米】と【お米以外】がほぼ半々、欠食は約5%※
- 昼食 【お米】約6割、【お米以外】約4割
- 夕食 【お米】約8割、【お米以外】14%



※「1週間に朝食を全く食べなかった人・1～2回しか食べなかった人」は30代以下の単身者では、2割近い。主婦では少数派。

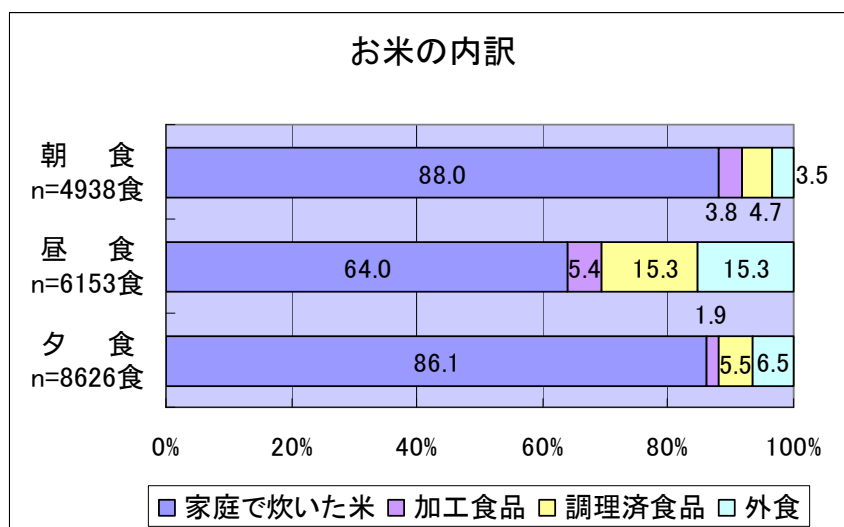


【お米、お米以外の内訳】

直近1週間に食べたお米の内訳（食数割合）は、

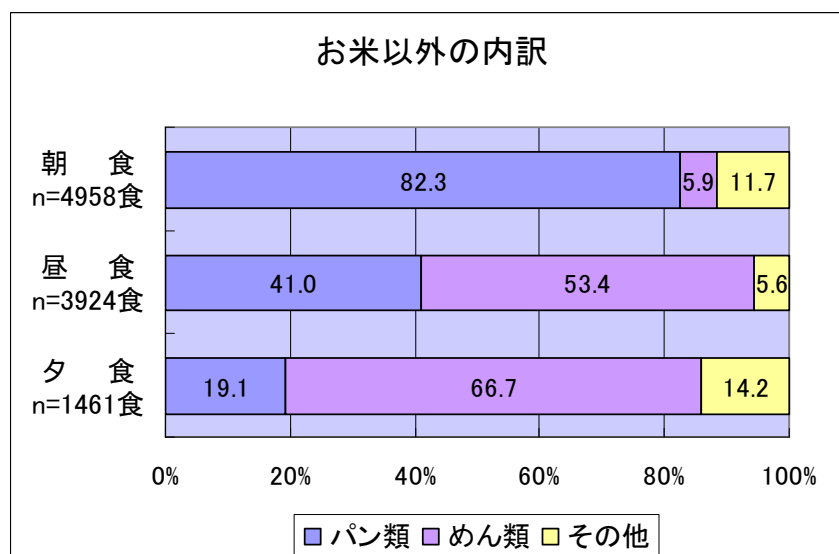
- 朝食 家庭で炊いたご飯が約9割、加工食品・調理済食品・外食※は3～5%
- 昼食 加工食品は約5%、調理済食品・外食は約15%づつ
- 夕食 朝食とほぼ同様、調理済食品・外食がやや多い

※加工食品：パックご飯、レトルトおかゆ、冷凍おにぎり・ピラフ、餅など
 調理済食品：持ち帰りのおにぎり、寿司、弁当のご飯など（いわゆる中食）
 外食：食堂、レストラン、給食、社員食堂などで米が主食



お米以外の主食の内訳（食数割合）は、

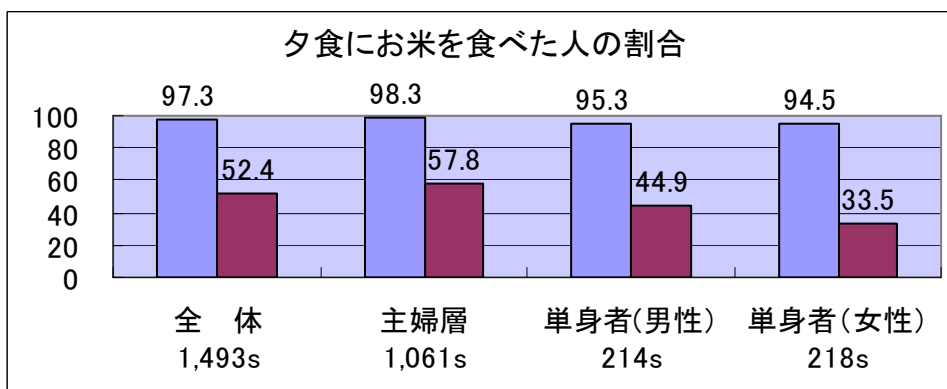
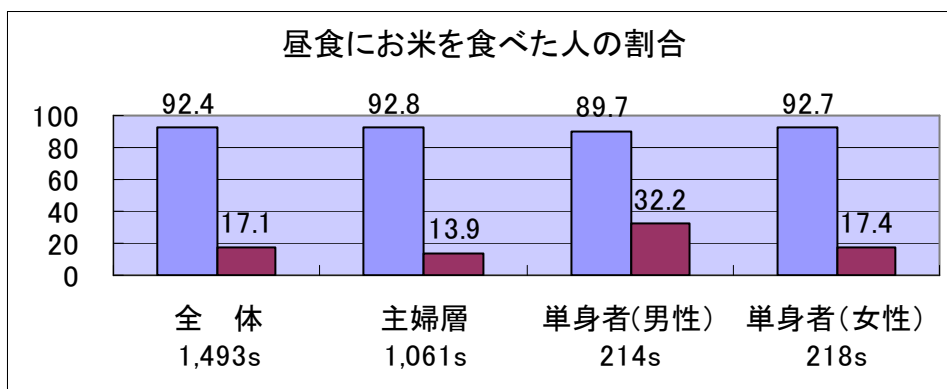
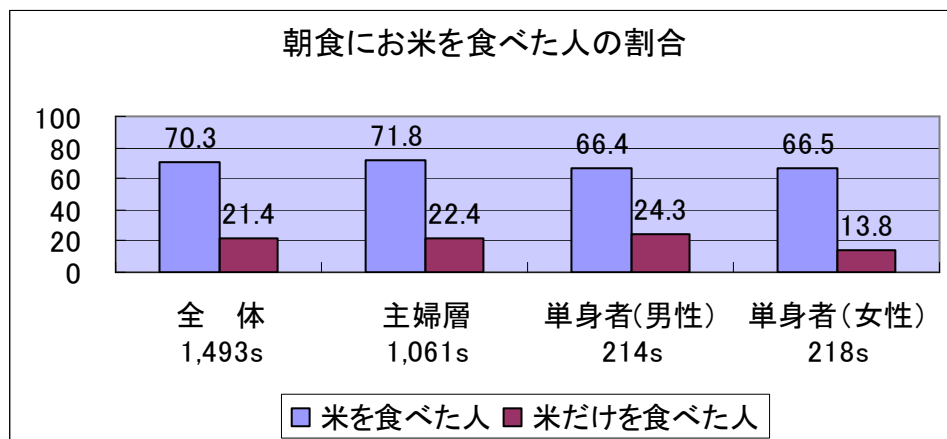
- 朝食 パン類が8割強
- 昼食 パン類4割、めん類5割強
- 夕食 めん類が2/3



【お米を食べた人の割合】

直近1週間にお米を食べた人は、

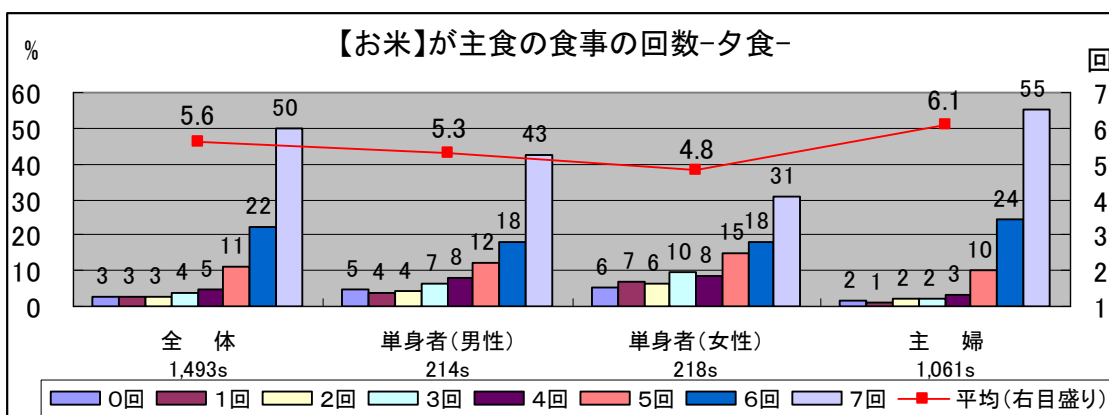
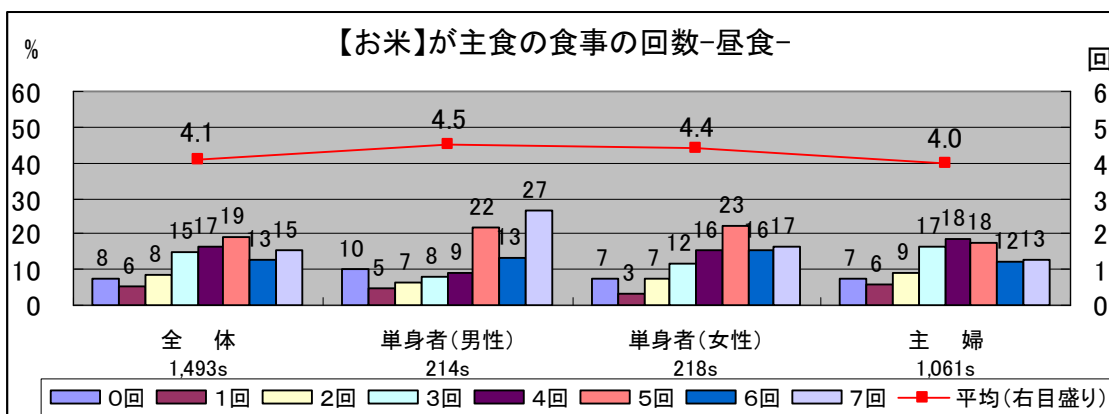
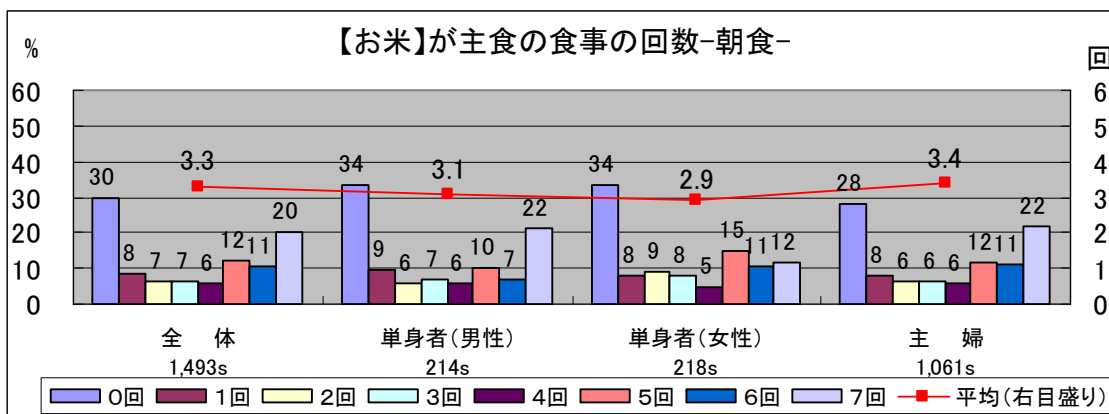
- 朝食 お米を1回でも食べた人は7割、毎食お米の人は約2割
- 昼食 お米を1回でも食べた人は9割強、毎食お米の人は朝食よりやや少ない
- 夕食 お米を1回でも食べた人はほぼ10割、毎食お米の人も半数超



【お米を食べた回数毎の割合】

直近1週間にお米を食べた回数毎の人数割合は、

- 朝食 0回が最多で3割、2番は男性単身者・主婦7回、女性単身者5回
平均回数は3.3回
- 昼食 男性単身者は7回、女性単身者は5回、主婦は3回が最多 平均4.1回
- 夕食 7回が最多で5割、女性単身者はピークが低い、平均5.6回



【お米D I 値】

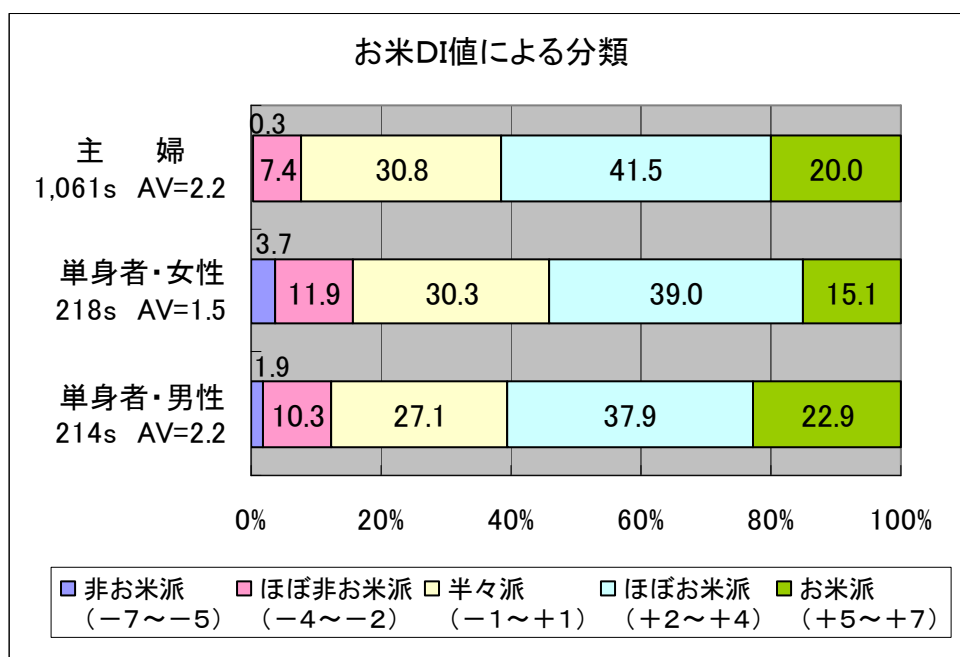
主食別の回数による「お米D I 値」※で5段階に分類すると、

「非お米派～半々派」＝米を主食とした食事が半数以下の人が約4割

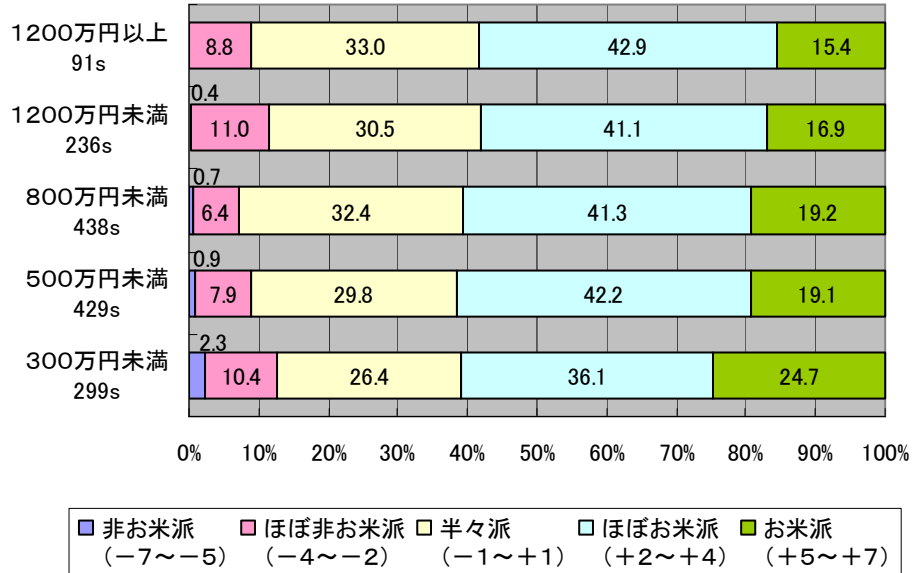
- 主 婦 平均D I 値 2.2、平均像は「ほぼお米派」
 - 女性単身者 平均D I 値 1.5、平均像は「半々派とほぼお米派の間」
 - 男性単身者 平均D I 値 2.2、平均像は「ほぼお米派」
- 世帯年収別 各階層とも「お米派」「ほぼお米派」の合計で約6割。「お米派」の割合は年収が少ない階層ほど多くなる傾向。

※「お米D I 値」＝{(1週間のお米の食数)－(お米以外の主食の食数)} / 3

- お米派 : D I 値 +5～+7
(イメージ) お米以外の主食が2日に1食未満、週に3回以下
- ほぼお米派 : D I 値 +2～+4
(イメージ) お米以外の主食が2日に1～2食程度、週に8回以下
- 半々派 : D I 値 △1～+1
(イメージ) お米とお米以外の主食が2日に3食ずつ、週に9～12回
- ほぼ非お米派 : D I 値 △2～△4
(イメージ) お米の主食が2日に1～2食程度、週に8回以下
- 非お米派 : D I 値 △5～△7
(イメージ) お米の主食が2日に1食未満、週に3回以下



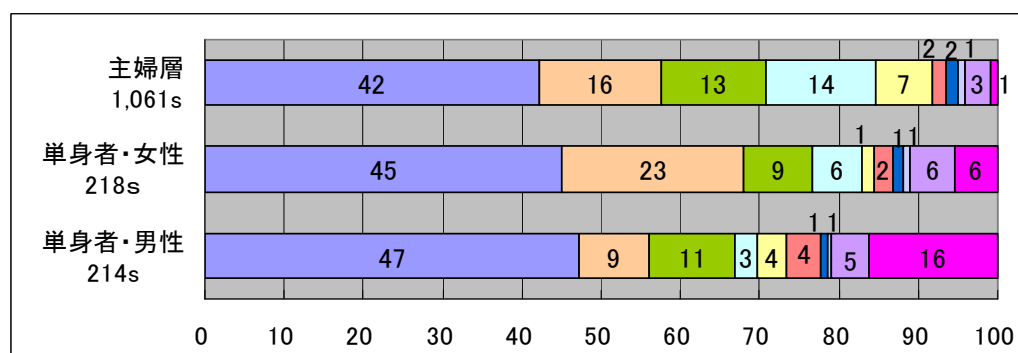
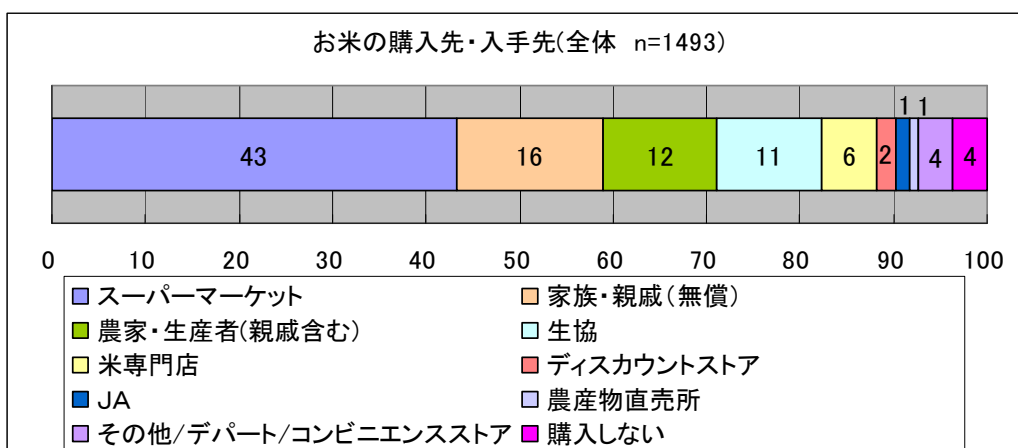
お米DI値による分類(世帯年収別)



2. お米を主にどこから購入(入手)しているか？

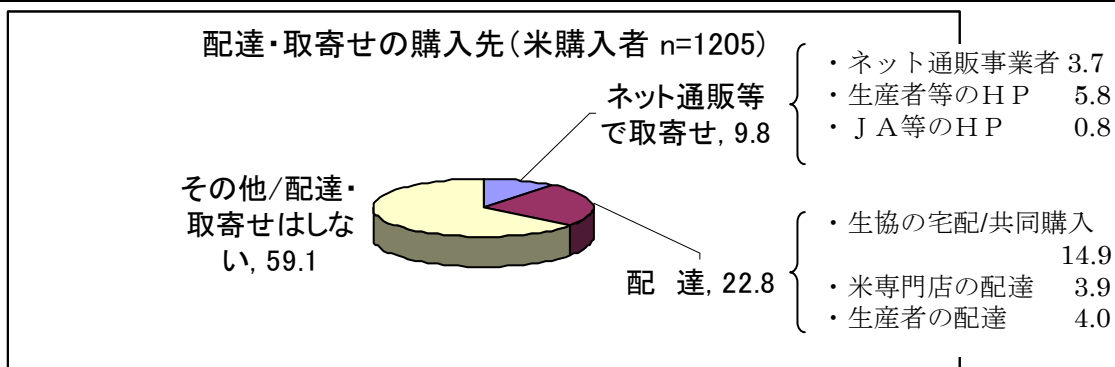
【米の購入先・入手先】(選択肢から1つ回答)

- 全体 ①スーパーマーケット ②家族・親戚から無償で入手 ③農家・生産者から直接(家族・親戚から有償を含む) ④生協
- 流通を通さず生産者(家族・親戚含む)から直接入手している人(②+③)が約3割



【配達・取寄せの際の購入先】(選択肢から1つ回答)

- インターネット等での取寄せが約1割 生産者のHPが通販業者を上回る
- 配達/宅配は2割強 生協の宅配・共同購入が中心

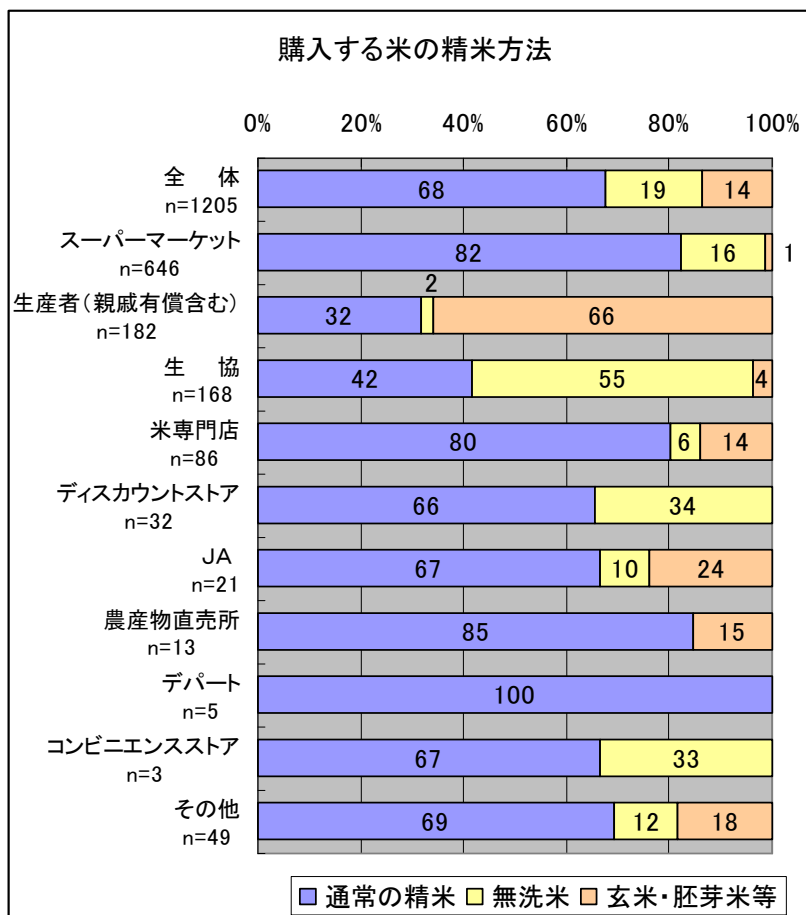


3. 主に購入しているお米の種類（精米方法、栽培方法）は？

【精米方法別の割合】（選択肢から1つ回答）

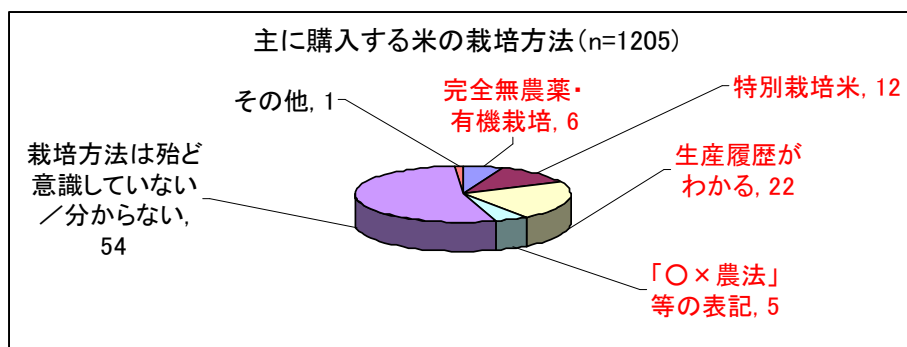
主に購入する米の精米方法は、

- 全体 通常の前米が7割弱、無洗米が2割弱、玄米・胚芽米等は14%
- 購入先別の特徴 生産者から直接購入では、玄米が7割弱
無洗米は生協では5割超



【栽培方法別の割合】（選択肢から1つ回答）

購入する米の栽培方法から見た安全・安心志向は、45%

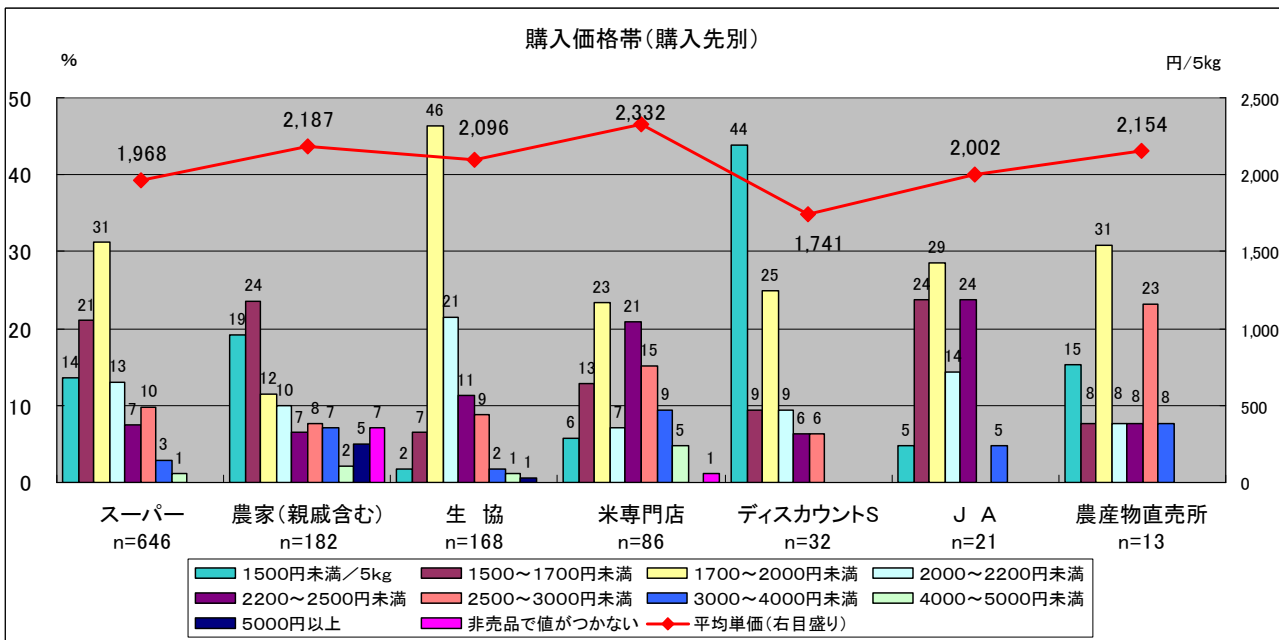
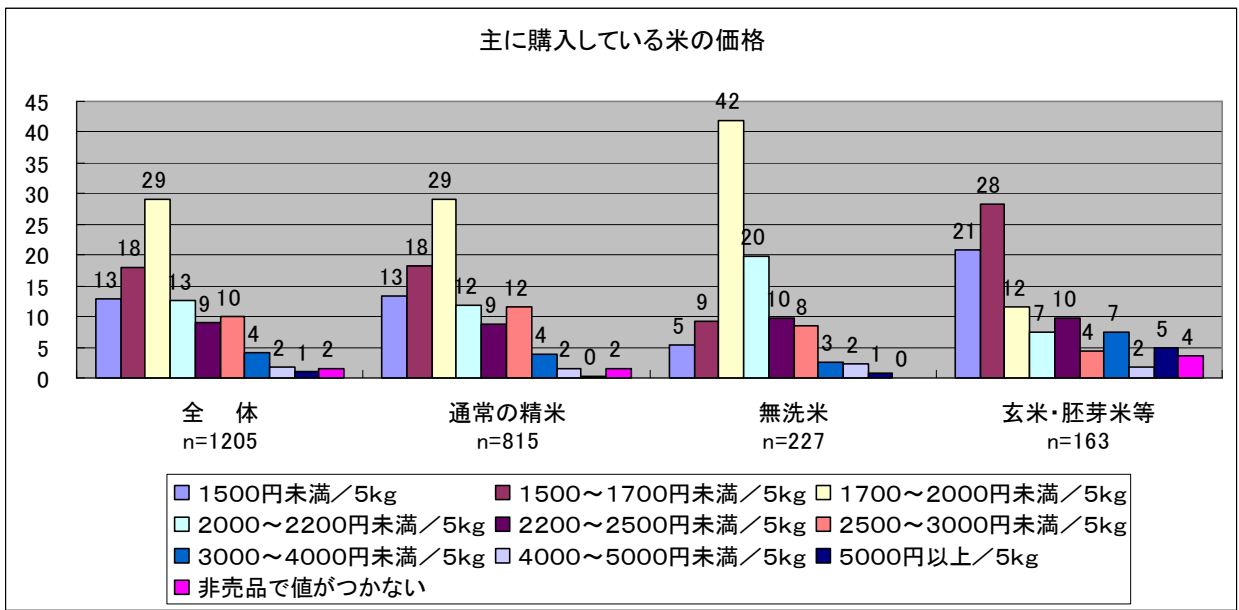


4. 主に購入しているお米の価格は？

【主に購入しているお米の価格（5kg換算、税込み、送料等抜き）】（選択肢から1つ回答）

主に購入しているお米の価格は、

- 通常の精米 20百円未満が6割、最多レンジは17～20百円で3割
- 無洗米 17～20百円が4割で突出
- 玄米・胚芽米 17百円未満が約5割



※精米方法・栽培方法は無調整、平均単価は各レンジの中央値を用いて計算

5. 主に購入している場所とお米は？

【購入場所と米の組み合わせ】（選択肢から1つ回答）

- 「いつも同じところで、産地・品種が同じ米を買う」が約4割で最多パターン
- 購入場所が決まっているのは約7割、残り3割は色々なところで購入
- 産地と品種が同じ米を買う人は4割、特売や安い米／色々な米を買う人は3割づつ
- スーパーやディスカウントストアで主に購入する人は、特売志向が強い
生協で主に購入する人は、色々な米を買う人が他に比べて多い
- J A・生協で主に購入する人は、9割が同じところで買うと回答
- 「お店の人のお薦め」は1%で少数派。比較的多いのは、米専門店・J A

単位：%

場所がほぼ決まっているか		いつも同じところ					いろいろなところ					(再掲)		
		産地と品種が同じ米	色々な米	特売／なるべく安い米	お店が薦める米	その他	産地と品種が同じ米	色々な米	特売／なるべく安い米	その他	産地と品種が同じ米	色々な米	特売／なるべく安い米	
米は決まっているか	主に購入するところ													
米を購入している人	n=1205	68	38	16	13	1	30	3	11	16	2	41	27	29
スーパーマーケット	n= 646	54	23	15	16	1	45	5	15	26	1	27	30	41
生産者(親戚含む)	n= 182	85	78	3	3	1	8	2	4	3	7	80	7	6
生協	n= 168	90	32	39	17	1	9	1	7	1	1	33	46	19
米専門店	n= 86	86	59	15	6	6	14	0	9	5	0	59	24	11
ディスカウントストア	n= 32	41	22	0	19	0	59	3	9	47	0	25	9	66
J A	n= 21	91	62	24	0	5	5	0	0	5	5	62	24	5
農産物直売所	n= 13	85	77	8	0	0	15	8	8	0	0	85	15	0
デパート	n= 5	60	60	0	0	0	40	20	20	0	0	80	20	0
コンビニエンスストア	n= 3	67	33	33	0	0	33	33	0	0	0	67	33	0
その他	n= 49	71	49	10	12	0	20	0	12	8	8	49	22	20

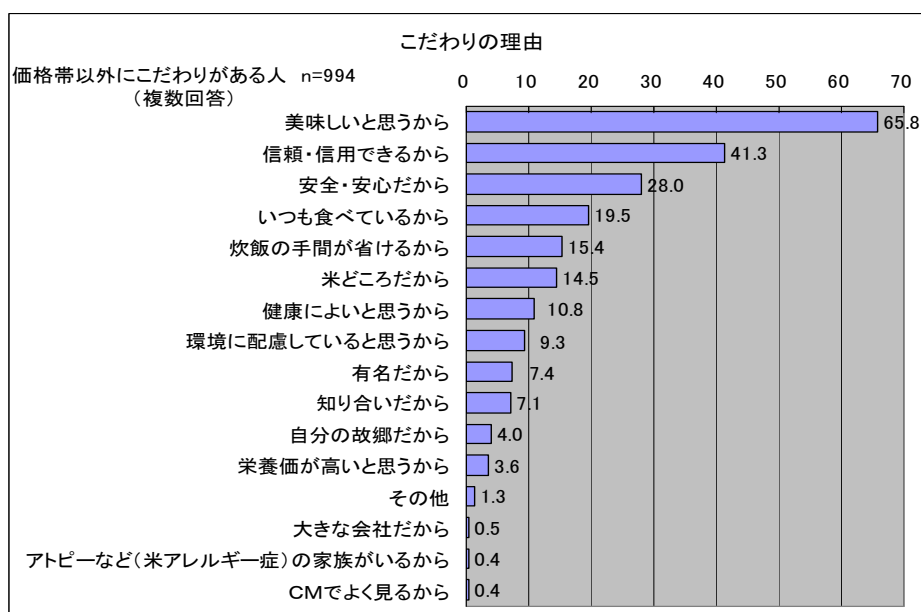
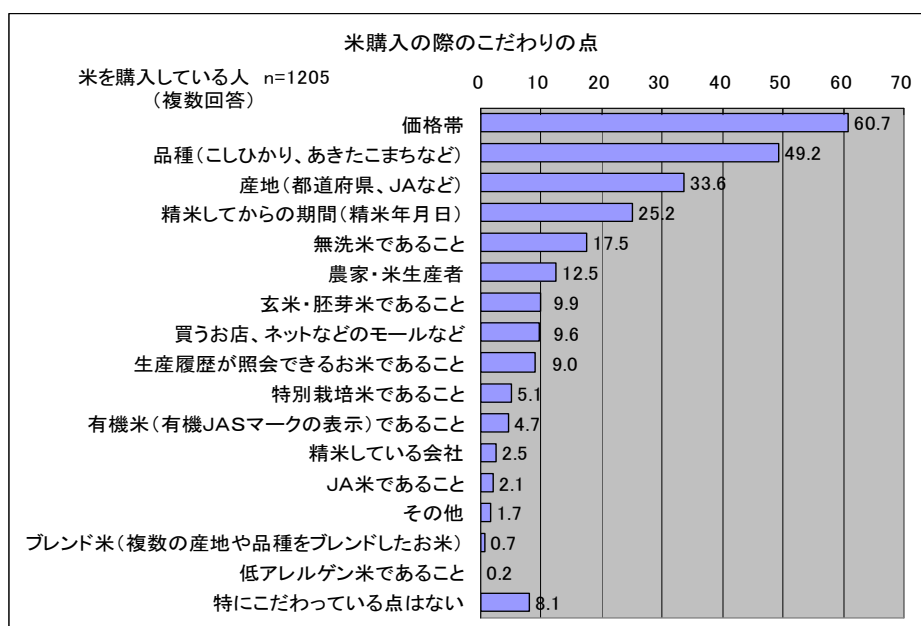
※網掛けは、場所と米の組み合わせ、米で一番多いもの

6. 米を購入する際にこだわる点、その理由は？

【米を購入する際にこだわる点】（選択肢から複数回答＋自由回答）

【こだわる理由(価格帯以外にこだわる点がある人)】（選択肢から複数回答＋自由回答）

- 米を購入する際に、9割超の人が何らかのこだわりを持っている
- こだわる点のベスト5は、①価格帯 ②品種 ③産地 ④精米年月日 ⑤無洗米
価格帯には6割、品種には5割がこだわる
品種と産地の両方同時にこだわる人（クロス集計）は、25%
- こだわる理由のベスト5は、
①美味しい ②信頼・信用 ③安全・安心 ④いつも食べている ⑤炊飯の手間



7. 食べたことがある、主に購入する、食べてみたい・食べ続けたい品種は？

【品種ごとの定着率、期待伸び率】（選択肢から複数回答+自由回答）

食べた経験、主に購入、食べてみたい・食べ続けたい品種・米

いずれもベスト3は①コシヒカリ ②あきたこまち ③ひとめぼれ で不動

■食べた経験 ④ササニシキ ⑤きらら397

■主に購入 ④ブレンド米 ⑤きらら397

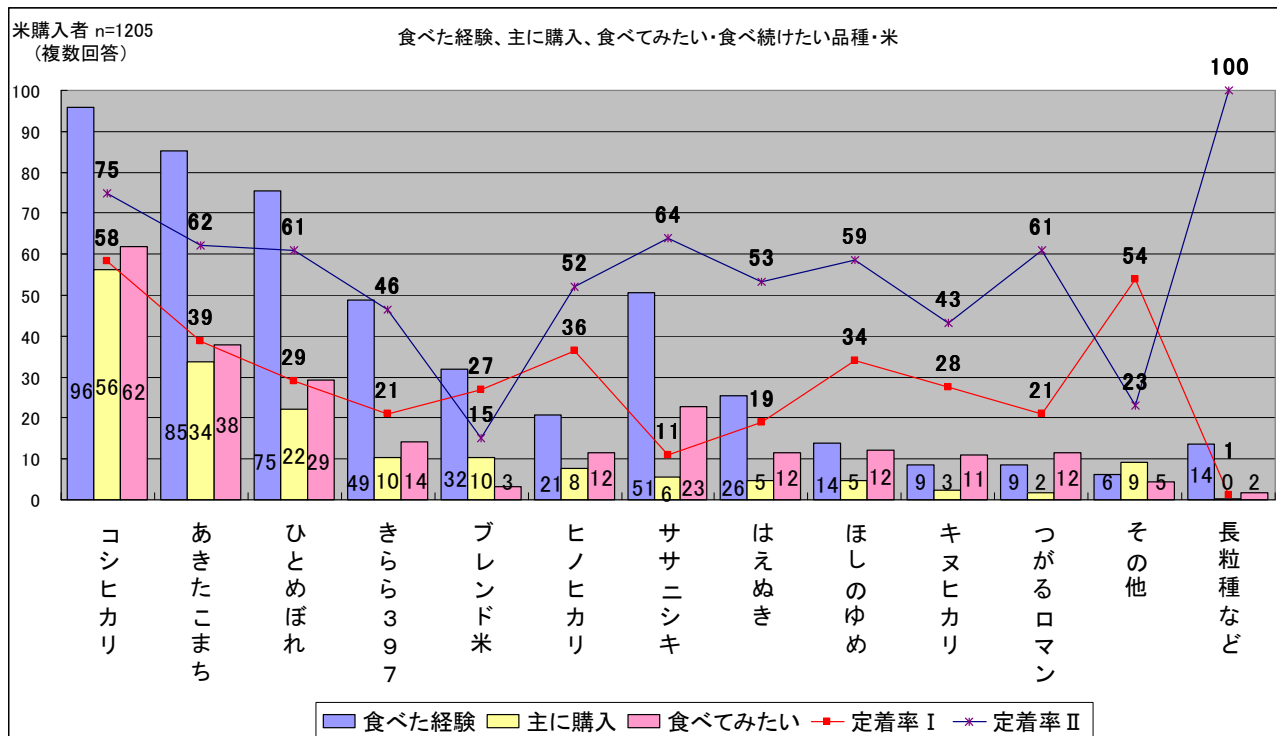
■食べ続けたい・食べてみたい ④ササニシキ ⑤きらら397

■定着率Ⅰ（当該品種を食べたことがある人が当該品種を主に購入している率）

①コシヒカリ ②あきたこまち ③ヒノヒカリ ④ほしのゆめ ⑤ひとめぼれ

■定着率Ⅱ（当該品種を主に購入している人が当該品種を食べてみたい・食べ続けたいとしている率=食べ続けたい率）

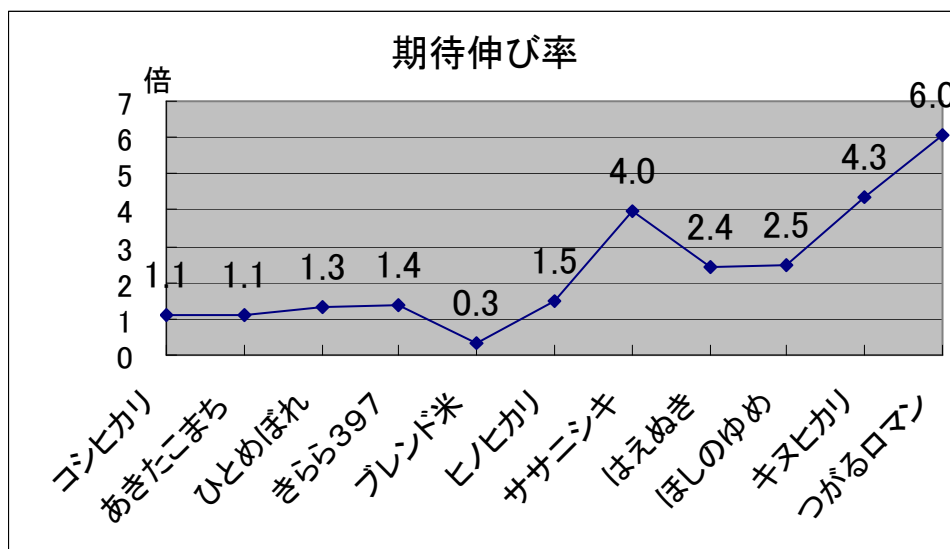
①コシヒカリ ②ササニシキ ③あきたこまち ④つがるロマン、ひとめぼれ



■期待伸び率 「現在、当該品種を主に購入している人」と「当該品種を今後食べてみたい・食べ続けたい人」の倍率で期待伸び率を見ると、倍率が高いのは、

①つがるロマン ②キヌヒカリ ③ササニシキ の順

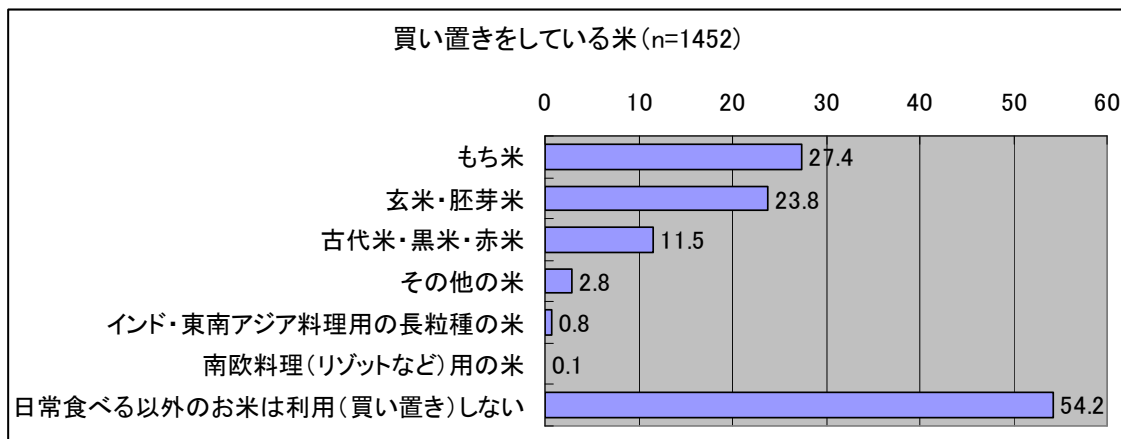
■ブレンド米は0.3倍で、単一銘柄志向が明確に



【日常食べる米以外に買い置きしている米】(選択肢から複数回答+自由回答)

日常食べる米以外の米を買い置きをしている人は約45%、

■買い置きをしている米の種類 ①もち米 ②玄米・胚芽米 ③古代米・黒米・赤米

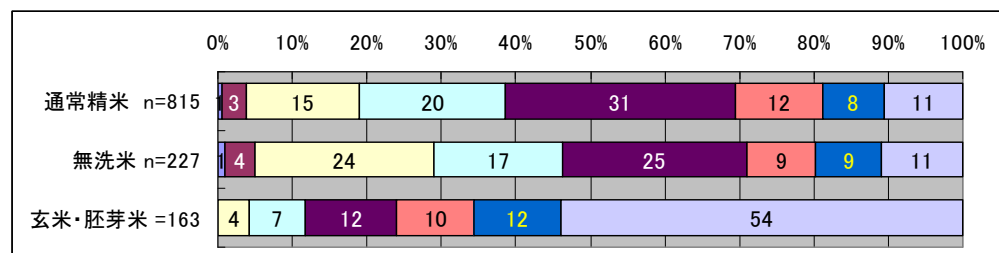
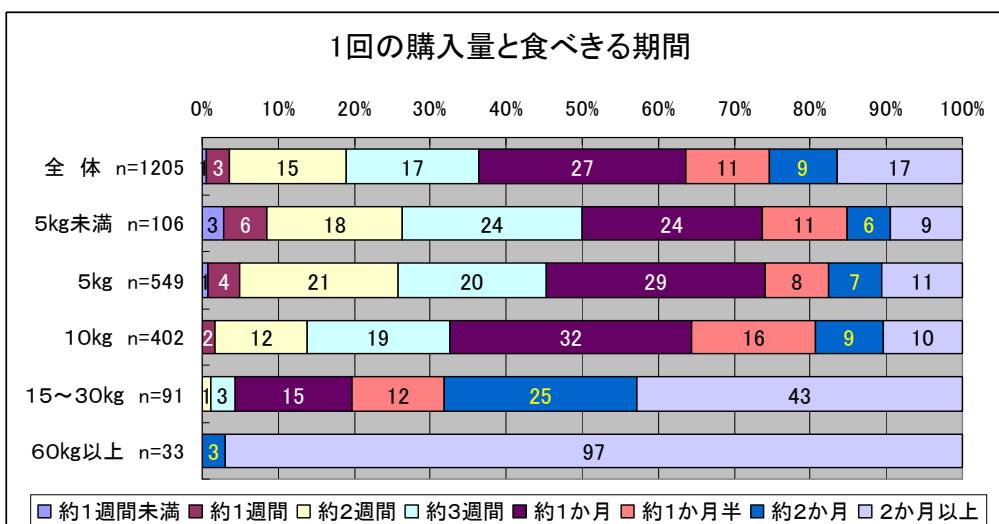
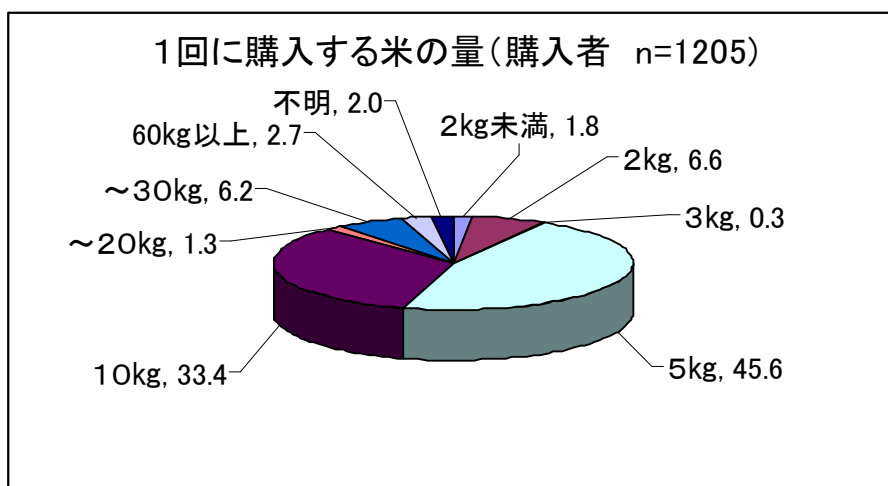


8. 1回に購入する量と食べきる期間は？

【1回に購入する量】（選択肢から一つ回答+自由回答）

【食べきる期間】（選択肢から一つ回答）

- 通常1回に購入する米の量 ① 5kg ② 10kg ③ 2kg の順
5kgと10kgで約8割
- 食べきる期間 1か月以内に食べきる人は、白米（通常精米・無洗米）の購入者の約7割、購入数量5kg以下では1か月半以上が1/4

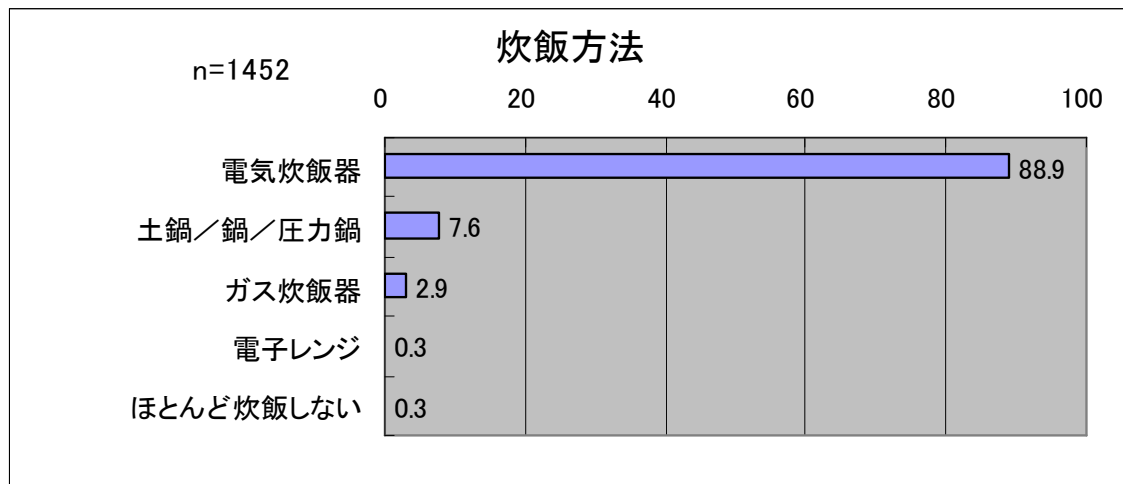


9. 炊飯方法と炊飯するタイミングは？

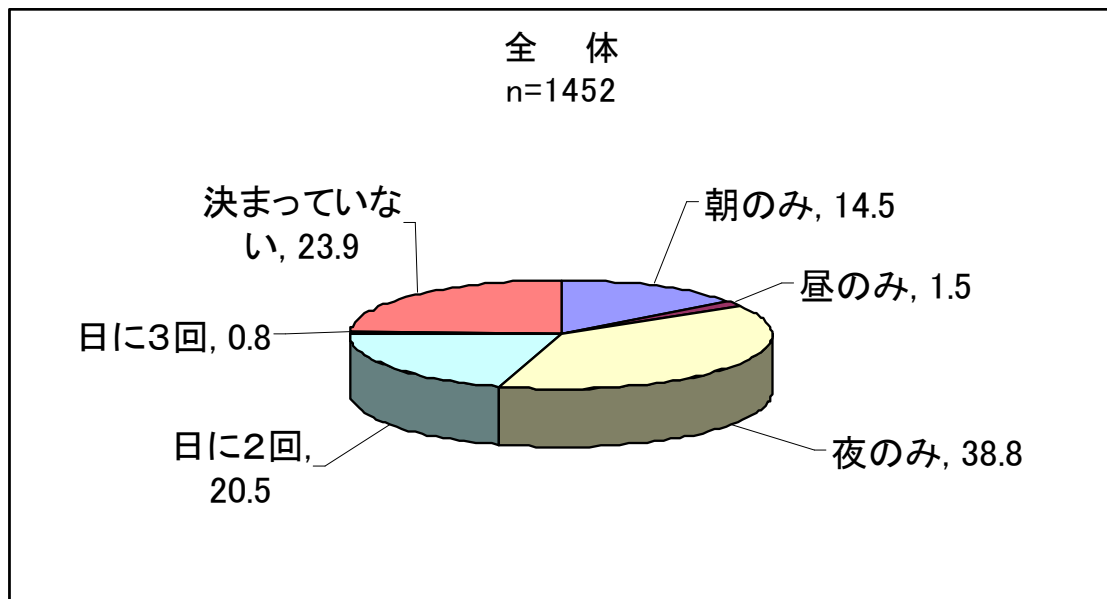
【主な炊飯方法】（選択肢から一つ回答）

【炊飯するタイミング】（選択肢から一つ回答）

- 炊飯方法 電気炊飯器が約9割
- 炊飯するタイミング 日に1回が5割超、夜のみ炊く人が4割で多数派



炊飯するタイミング



10. 1回に炊くご飯の量、その目安は？

【1回に炊くご飯の量】（選択肢から一つ回答）

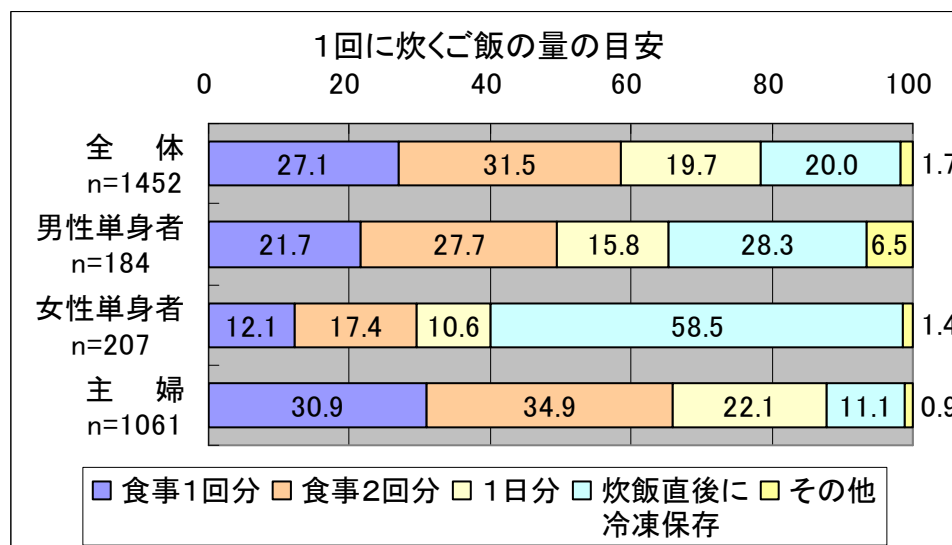
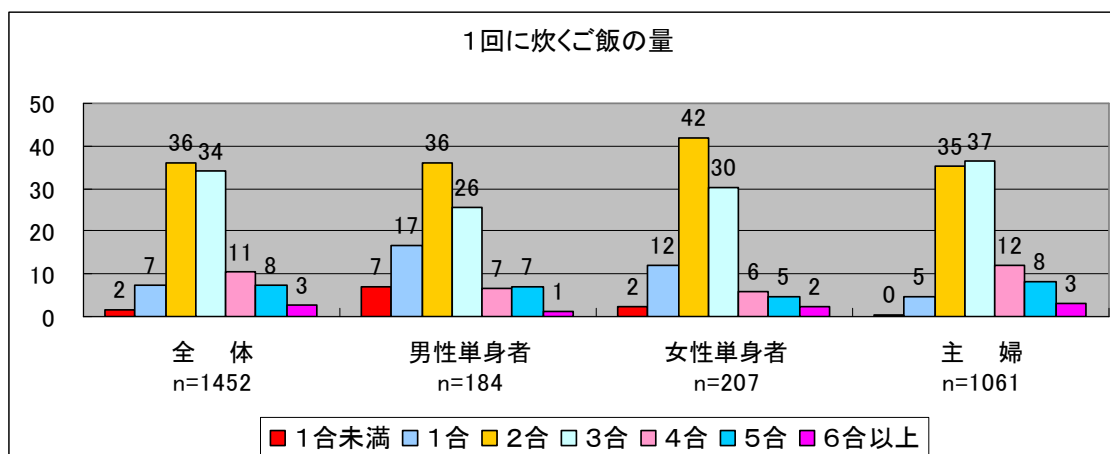
【1回に炊くご飯の量の目安】（選択肢から一つ回答）

1回に炊くご飯の量は、

- 主婦 2合・3合で約7割
- 単身者 2合が最多、男性単身者では1合未満がやや多い

1回に炊くご飯の量の目安は、

- 主婦 24時間以内に食べる量が約9割、冷凍保存派は約1割
- 単身者 男性の約3割、女性の約6割が「最初から炊飯直後に冷凍保存するつもり
の量」を炊くと回答。冷凍保存は単身者層では主流。



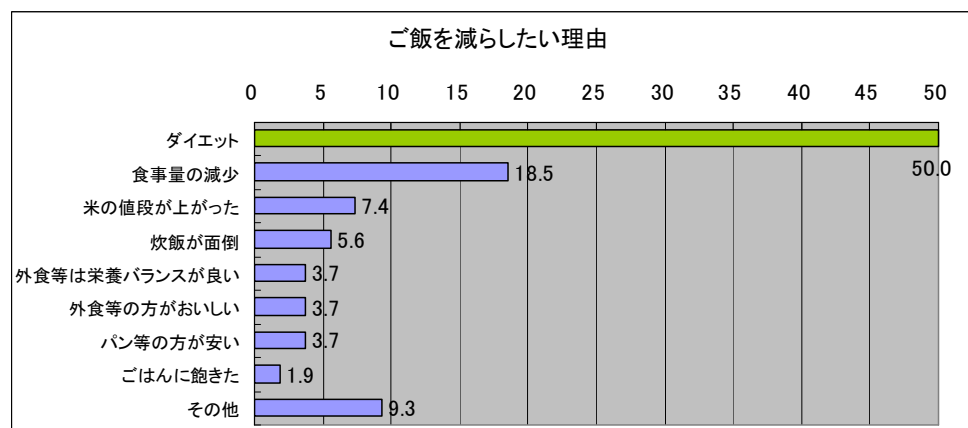
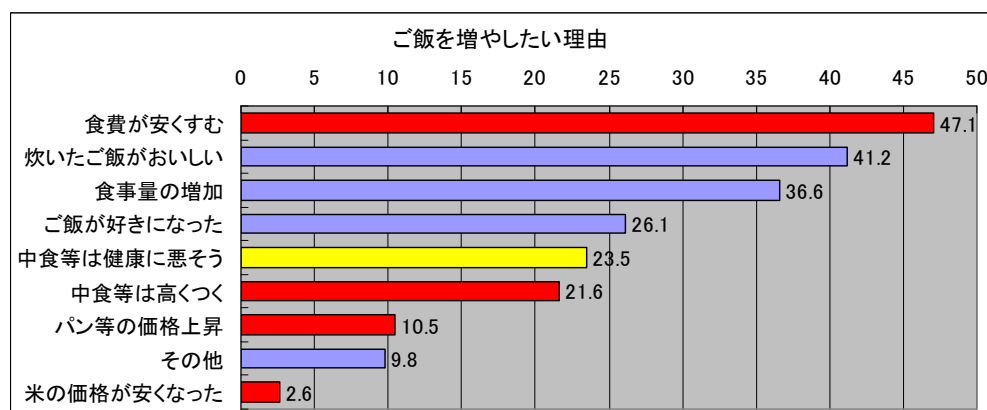
11. 今後、家庭で炊くご飯を食べる量はどうか？

【今後、家庭で炊くご飯を食べる量】（選択肢から一つ回答）

【増やしたい理由・減らしたい理由】（選択肢から複数回答＋自由回答）

- 今後、食べる量を増やしたい人は全体の1割、減らしたい人は4%弱
20代以下・30代では約2割が増やしていきたいと回答
- 増やしたい理由 「食費が安くすむ」「中食・外食等は高くつく」など経済的な理由が8割（合計）。健康面の理由を上げる人も1/4
- 減らしたい理由 「ダイエット」が5割、「家族の減少や高齢化で食事量が減る」が2割

	増やしたい n=153	変えない n=1286	減らしたい n=54
全体 n=1493	10.2	86.1	3.6
20代以下 n=163	17.2	77.3	5.5
30代 n=261	18.0	79.3	2.7
40代 n=420	11.4	87.1	1.4
50代 n=340	4.7	90.3	5.0
60代以上 n=309	4.5	90.6	4.9



■家庭で炊くご飯の量に関して、詳細に見ると、お米D I値「半々派」「ほぼ非お米派」で「今後、増やしていきたい」意向をもっている人が多い

今後、家庭で炊くご飯を食べる量

単位:%

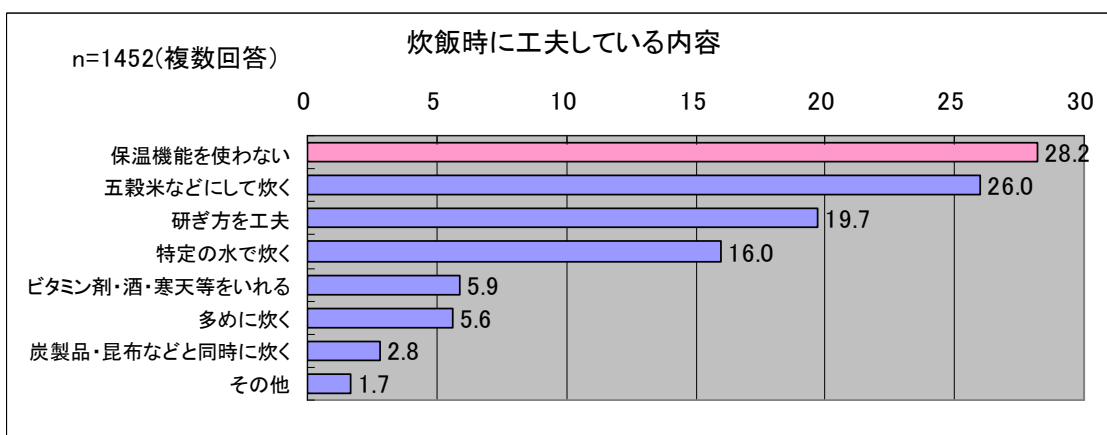
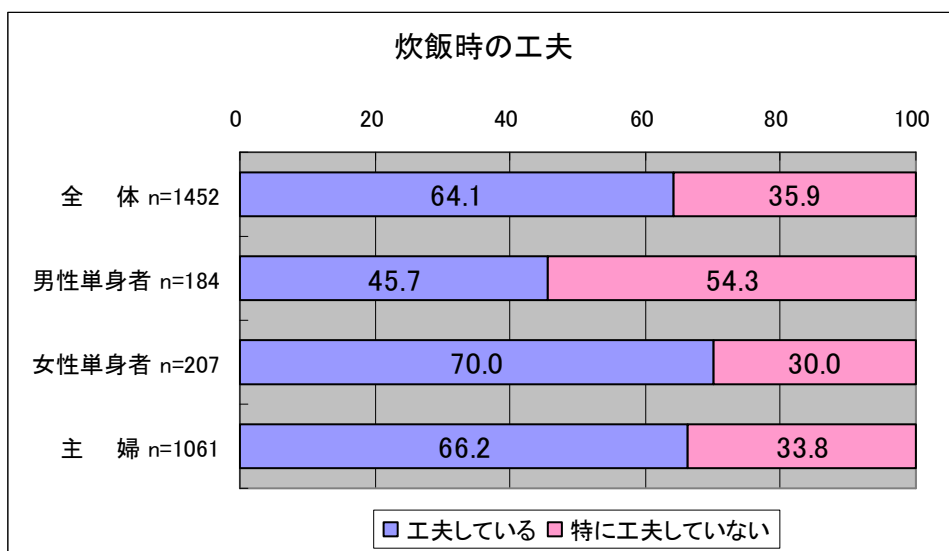
		増やしたい	変えない	減らしたい	
全 体	n= 1493	10.2	86.1	3.6	
単身者	n= 432	12.0	81.7	6.3	
男 性	n= 214	11.7	81.8	6.5	
20代以下	n= 41	9.8	80.5	9.8	
30代	n= 34	23.5	73.5	2.9	
40代	n= 37	21.6	75.7	2.7	
50代	n= 38	2.6	89.5	7.9	
60代	n= 31	9.7	83.9	6.5	
70代以上	n= 33	3.0	87.9	9.1	
女 性	n= 218	12.4	81.7	6.0	
20代以下	n= 52	23.1	73.1	3.8	
30代	n= 35	8.6	85.7	5.7	
40代	n= 32	18.8	75.0	6.3	
50代	n= 36	5.6	83.3	11.1	
60代	n= 36	2.8	94.4	2.8	
70代以上	n= 27	11.1	81.5	7.4	
主 婦	n= 1061	9.5	87.9	2.5	
20代以下	n= 70	17.1	78.6	4.3	
30代	n= 192	18.8	79.2	2.1	
40代	n= 351	9.7	89.5	0.9	
50代	n= 266	4.9	91.4	3.8	
60代	n= 115	3.5	91.3	5.2	
70代以上	n= 67	3.0	95.5	1.5	
お米D I 値	非お米派 (-7~-5)	n= 15	6.7	93.3	0.0
	ほぼ非お米派(-4~-2)	n= 127	14.2	84.3	1.6
	半々派 (-1~+1)	n= 451	11.8	85.1	3.1
	ほぼお米派(+2~+4)	n= 606	9.9	85.6	4.5
	お米派 (+5~+7)	n= 294	7.1	89.1	3.7

12. 炊飯する際に工夫をしている点は？

【工夫をしている点】（選択肢から複数回答＋自由回答）

炊飯をする際に、何らかの工夫をしている人は約2/3

- 工夫している点 ①炊飯器の保温機能を使わない ②雑穀等と合わせて炊く
③研ぎ方を工夫している ④特定の水で炊く



米の消費行動に関する調査結果

発行 2008年3月

編集製作 社団法人 J A総合研究所

〒101-0003 東京都千代田区一ツ橋二丁目4番3号 光文恒産ビル7階

社団法人 JA総合研究所

〒101-0003 東京都千代田区一ツ橋2-4-3 光文恒産ビル7階

Tel 03-5214-0811 Fax 03-3222-0002

URL <http://www.ja-so-ken.or.jp>