

2025 年 12 月 5 日

## 消費動向調査結果(2025 年 10 月調査)

## コメの価格上昇に「納得できない」割合は 55.9%と、前回調査に比べ 13.0 ポイント低下

本調査は、県内の消費動向や消費者意識を把握するため、県内 1,000 世帯を対象に、3 カ月ごとに実施している。

 調査結果のポイント

## 1. コメの購入についての意識

- ・ コメの価格上昇に対する考え方は、「納得できない」の回答割合が 55.9%と過半数を占めたが、前回（25 年 4 月、以下同じ）調査に比べ 13.0 ポイント低下した
- ・ コメの価格上昇について、納得している理由は、「コメは主食として欠かせないから」と「コメの生産コストが上昇しているから」がいずれも 5 割を超えた
- ・ コメの購入に当たり重視していることは、「価格」が 69.5%と最多、「価格」「精米時期」は前回調査に比べ 5 ポイント以上上昇した
- ・ 今後のコメの購入意向は、「コメの価格に関わらず、購入量は変わらない」が引き続き過半を占めた

## 2. 年末年始の宿泊を伴う旅行の動向について

- ・ 今年の年末年始に宿泊を伴う「旅行をする予定がない」の回答割合が 69.3%と最多となり、旅行意向のある人は 23.8%にとどまった
- ・ 宿泊を伴う旅行の行き先は、「長野県内」が 36.1%で最多となった
- ・ 今後 1 年間の旅行への支出について、「分からない、未定」が 42.4%と最多となったが、「前年と同じくらいの支出としたい」は 33.4%となった
- ・ 旅行先を選ぶ理由は、「観光・レジャー施設など行ってみたい場所があるから」が 33.9%となり、次いで「旅行費用が手ごろだから」が 25.0%などとなった
- コメの価格上昇は「納得できない」の回答割合が、依然として過半を占めているが、前回調査と比べて 13.0 ポイント低下している。こうした背景には、継続的な物価高や生産コスト上昇に対する消費者の理解が進んでいることがあるとみられる。
- 年末年始に旅行意向がある回答割合は 23.8%で、年代別には若年層ほど高い傾向がある。行き先は長野県内が最多で近場志向が強い。旅行しない理由は、「家でゆっくり」が過半数を占め、混雑や費用負担も背景にあるとみられる。旅行先選びでは「行ってみたい場所」が約 3 割を占めた。

&lt;お問い合わせ先&gt;

一般財団法人 長野経済研究所 電話：026-224-0501

担当：調査部 主任研究員 中林 武

### 「消費動向調査」アンケート実施概要

調査時期： 2025 年 10 月上旬～中旬

調査対象： 長野県内在住の 1,000 世帯

回答属性： 単独世帯 241 世帯  
二人以上世帯 759 世帯

性 別 男性 50.0 % 女性 50.0 %  
年齢別

20 代	4.3 %
30 代	11.0 %
40 代	20.9 %
50 代	23.1 %
60 代	21.4 %
70 代以上	19.3 %

調査方法： インターネット調査

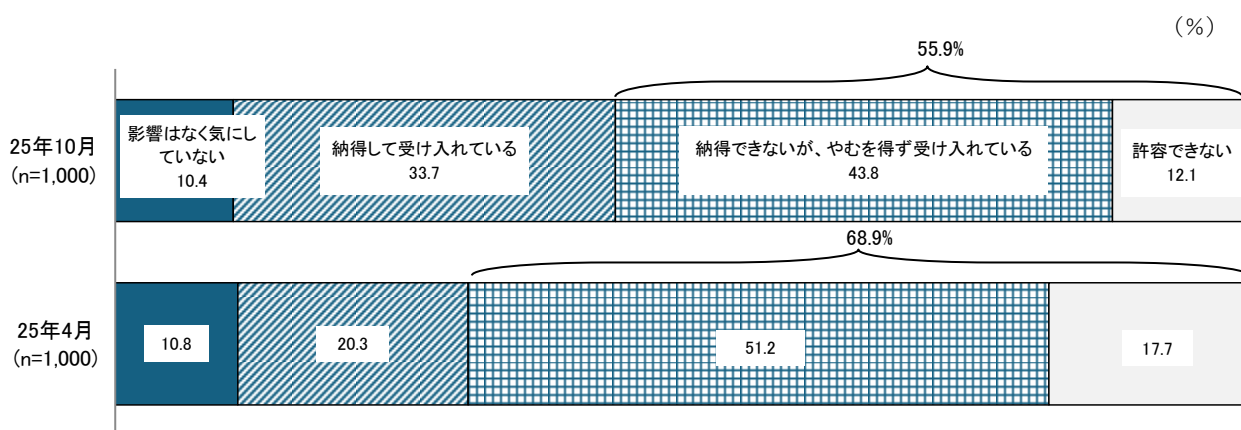
※四捨五入の関係で、合計が 100%にならない場合がある。

## 1. コメの購入についての意識

(1) コメの価格上昇に「納得できない」の回答割合は 55.9%と過半数を占めたが、前回（25 年 4 月、以下同じ）調査に比べ 13.0 ポイント低下

- 最近のコメ（パックご飯や冷凍米飯など調理済製品を除く）の価格上昇についてどのように考えているか尋ねたところ、**図表1**のとおり、「納得できない」（「納得できないが、やむを得ず受け入れている」＋「納得できず、許容できない」）が 55.9%となり、前回調査に比べ 13.0 ポイント低下した。

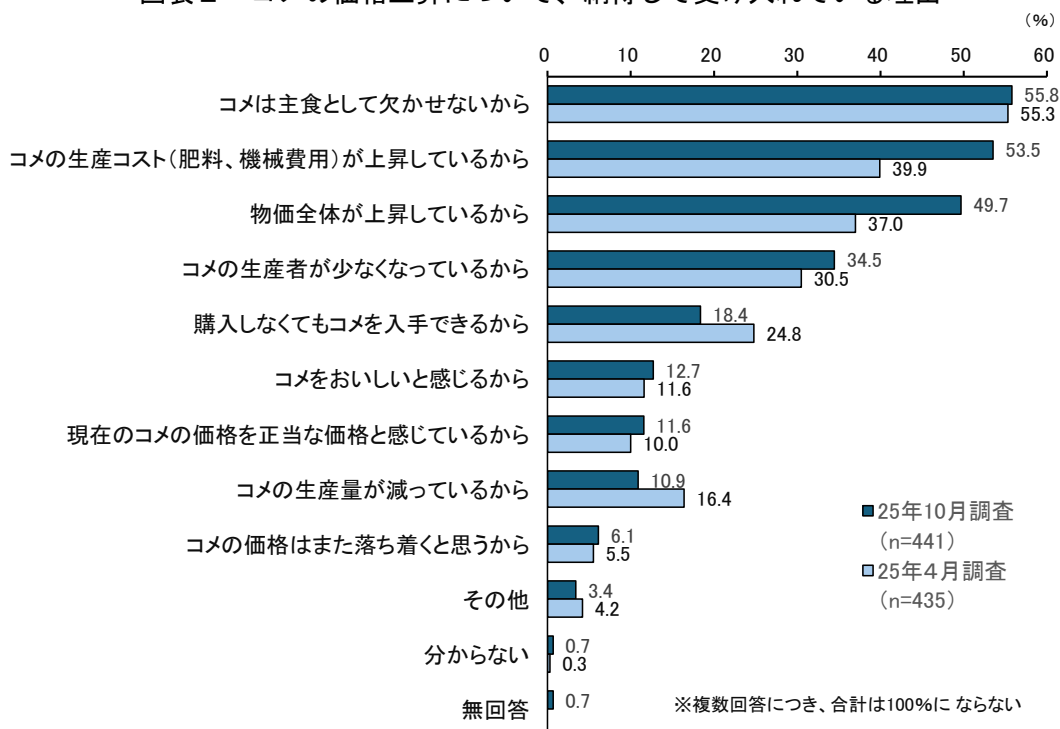
図表 1 コメの価格上昇に対する考え方



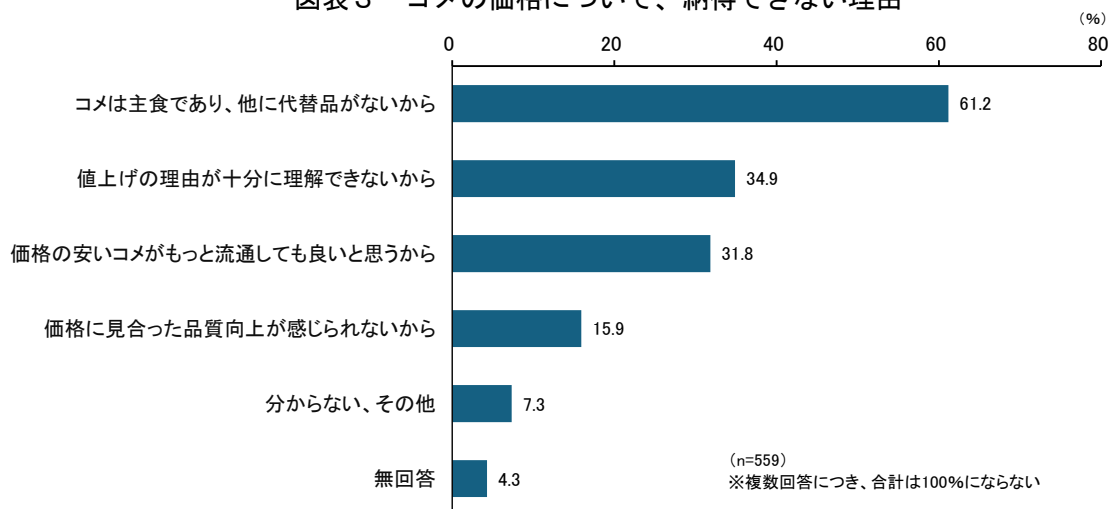
(2) コメの価格上昇に納得している理由は、「コメは主食として欠かせない」と「コメの生産コストが上昇しているから」がいずれも5割超

- ・ コメの価格上昇について「納得している」（「影響はなく気にしていない」＋「納得して受け入れている」）人にその理由を尋ねると、「コメは主食として欠かせないから」が55.8%と最も多く、次いで「コメの生産コスト（肥料、機械費用など）が上昇しているから」が53.5%、「物価が上昇しているから」が49.7%などとなった（図表2）。 前回調査と比べると、「コメの生産コストが上昇しているから」が13.6ポイント、「物価全体が上昇しているから」が12.7ポイント上昇した。
- ・ 一方で、コメの価格上昇が納得できない理由は、「コメは主食であり、ほかに代替品がないから」が61.2%と最も多く、次いで「値上げの理由が十分に理解できないから」が34.9%などとなった（図表3）。

図表2 コメの価格上昇について、納得して受け入れている理由



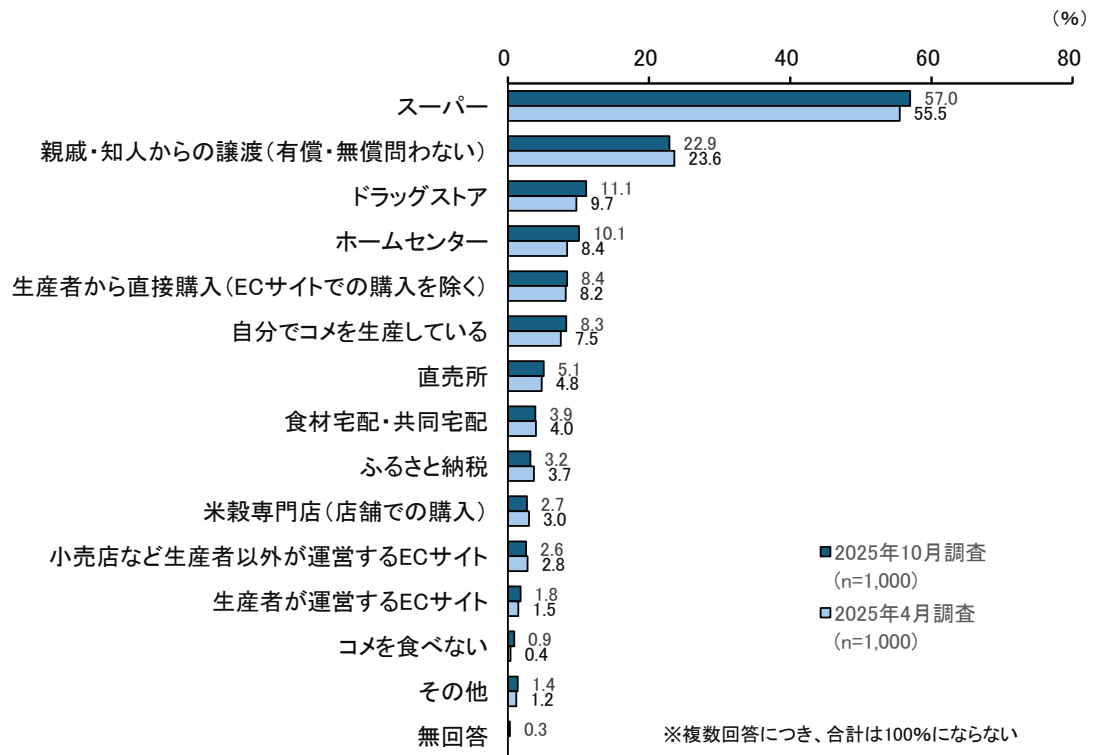
図表3 コメの価格について、納得できない理由



(3) コメの主な入手先は、「スーパー」が57.0%で最多、次いで「親戚・知人からの譲渡」が22.9%

- ・ コメの主な入手先については、図表4のとおり、全体では「スーパー」が57.0%と最も多く、次いで「親戚・知人からの譲渡（有償・無償問わない）」が22.9%、「ドラッグストア」が11.1%などとなった。

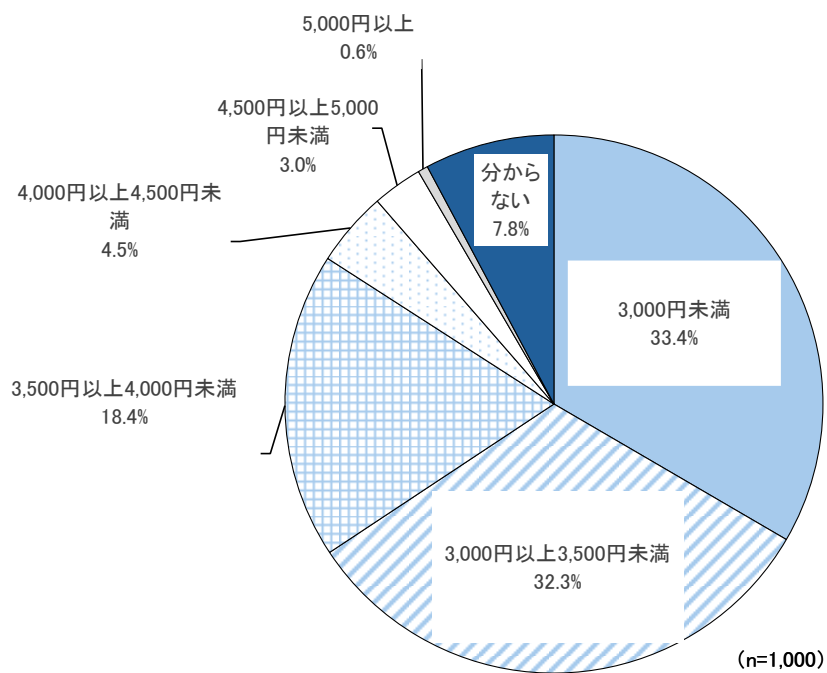
図表4 コメの主な入手先



(4) 5kg単位で適当と考える新米の価格は、「3,000円未満」が33.4%で最多

- 5kg単位で適当と考える新米の価格については、図表5のとおり、「3,000円未満」が33.4%と最も多く、次いで「3,000円以上3,500円未満」が32.3%、「3,500円以上4,000円未満」が18.4%などとなった。

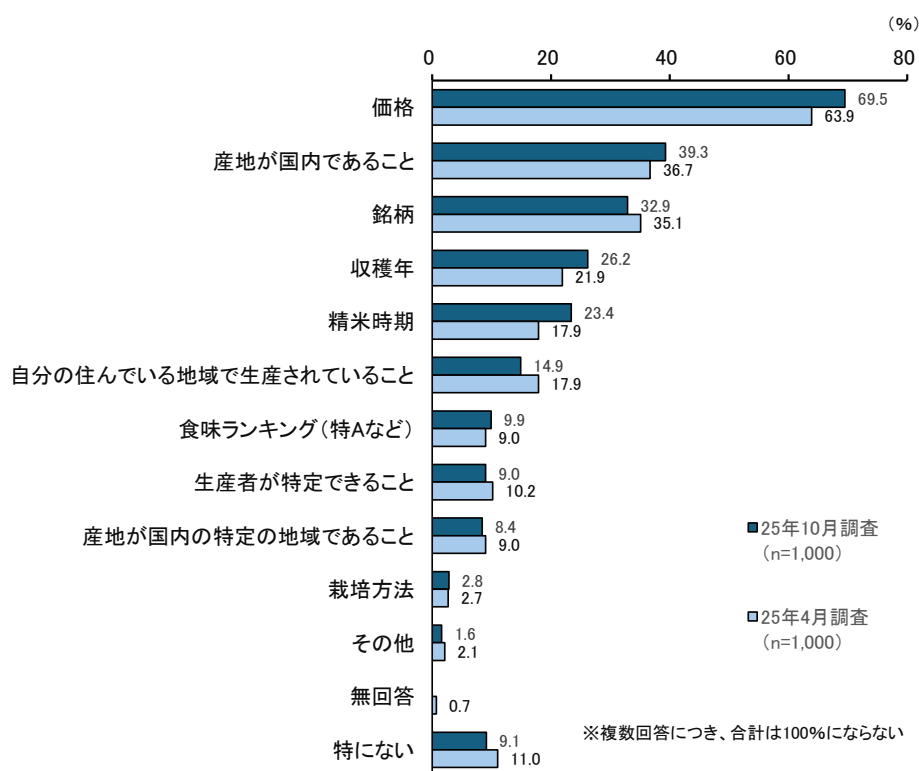
図表5 5kg単位で適当と考える新米の価格



(5) コメの購入に当たり重視していることは「価格」が 69.5%で最多、前回調査比では「価格」「精米時期」がいずれも 5 ポイント以上上昇

- ・ コメの購入に当たり重視していることを尋ねると、図表 6 のとおり、「価格」が 69.5%と最も多く、次いで「産地が国内であること」が 39.3%、「銘柄」が 32.9%などとなった。
- ・ 前回調査と比べ、「価格」は 5.6 ポイント、「精米時期」は 5.5 ポイントいずれも上昇する一方、「自分の住んでいる地域で生産されていること」が 3.0 ポイント、「銘柄」が 2.2 ポイントそれぞれ低下した。

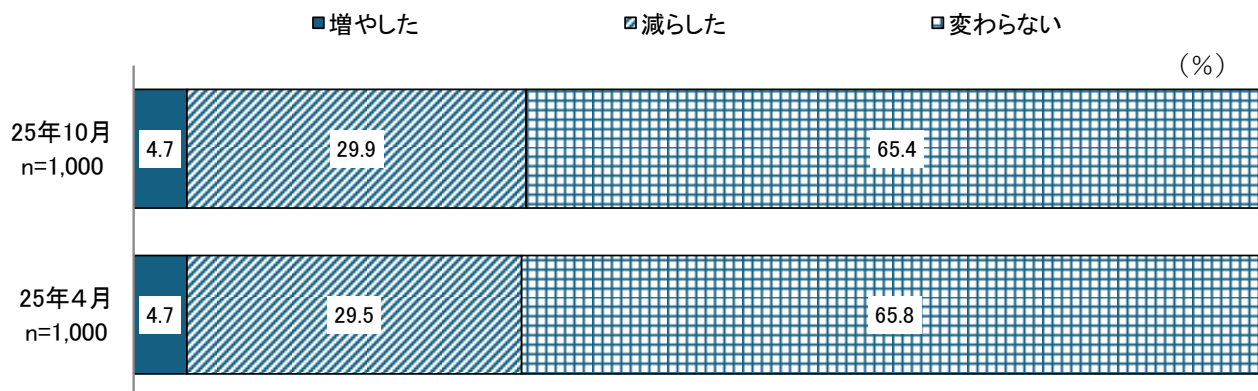
図表 6 コメの購入に当たり重視していること



(6) 前年と比べた直近半年間のコメの購入量は、「変わらない」が65.4%で最多

- 前年と比べた直近半年間のコメの購入量の変化は、図表7のとおり、「変わらない」が65.4%と最も多く、「減らした」が29.9%、「増やした」が4.7%となった。

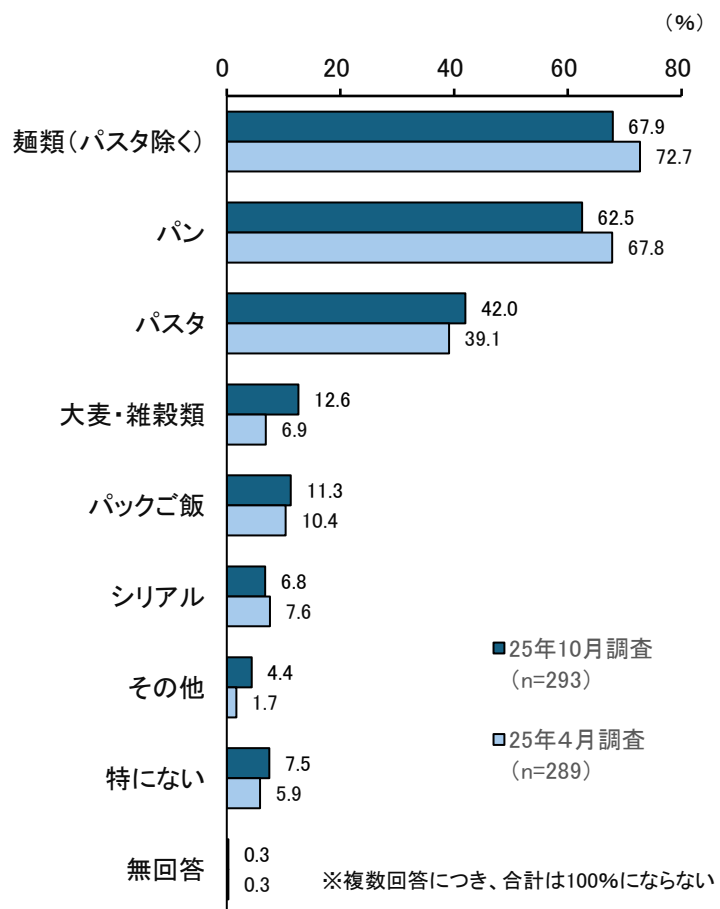
図表7 前年と比べた直近半年間のコメの購入量の変化



(7) コメの代替食品は、「麺類（パスタ除く）」が67.9%と最多

- ・ コメの代替食品を尋ねたところ、図表8のとおり、「麺類（パスタ除く）」が67.9%と最も多く、次いで「パン」が62.5%、パスタが42.0%などとなった。
- ・ 前回調査と比べると、「パン」が5.3ポイント、麺類（パスタ除く）が4.8ポイントいずれも低下する一方、「大麦・雑穀類」が5.7ポイント、「パスタ」が2.9ポイントそれぞれ上昇した。

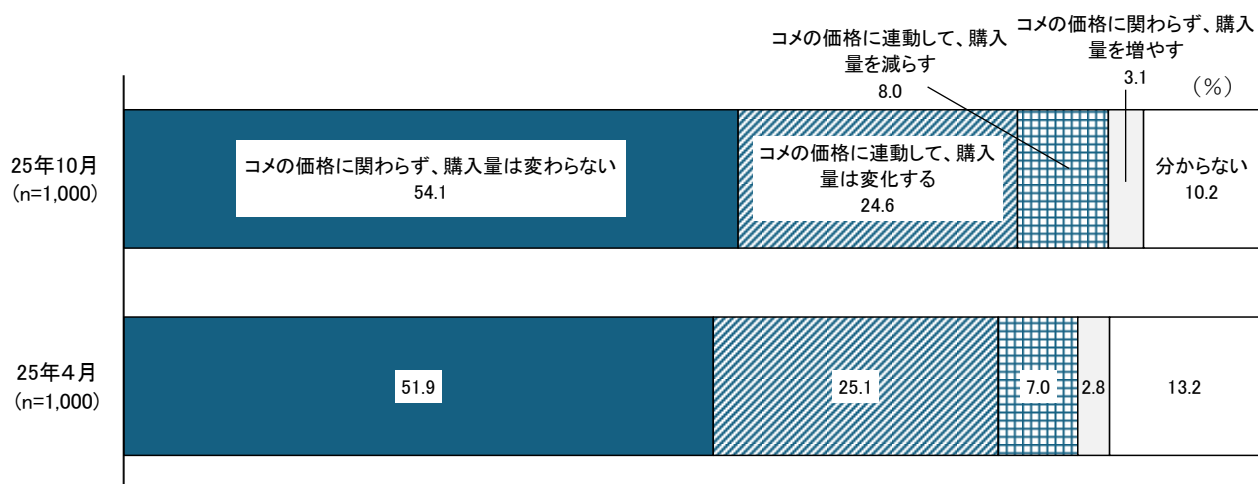
図表8 コメの購入を減らした代わりになった食品（代替食品）



(8) 今後のコメの購入意向は、「コメの価格に関わらず、購入量は変わらない」が過半数

- 今後のコメの購入意向は、図表9のとおり、「コメの価格に関わらず、購入量は変わらない」が54.1%、「コメの価格に連動して、購入量は変化する」が24.6%などとなった。

図表9 今後のコメの購入意向

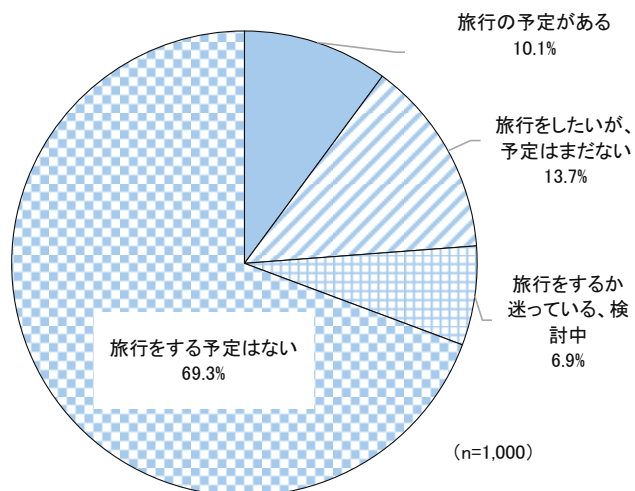


## 2. 年末年始の旅行の動向について

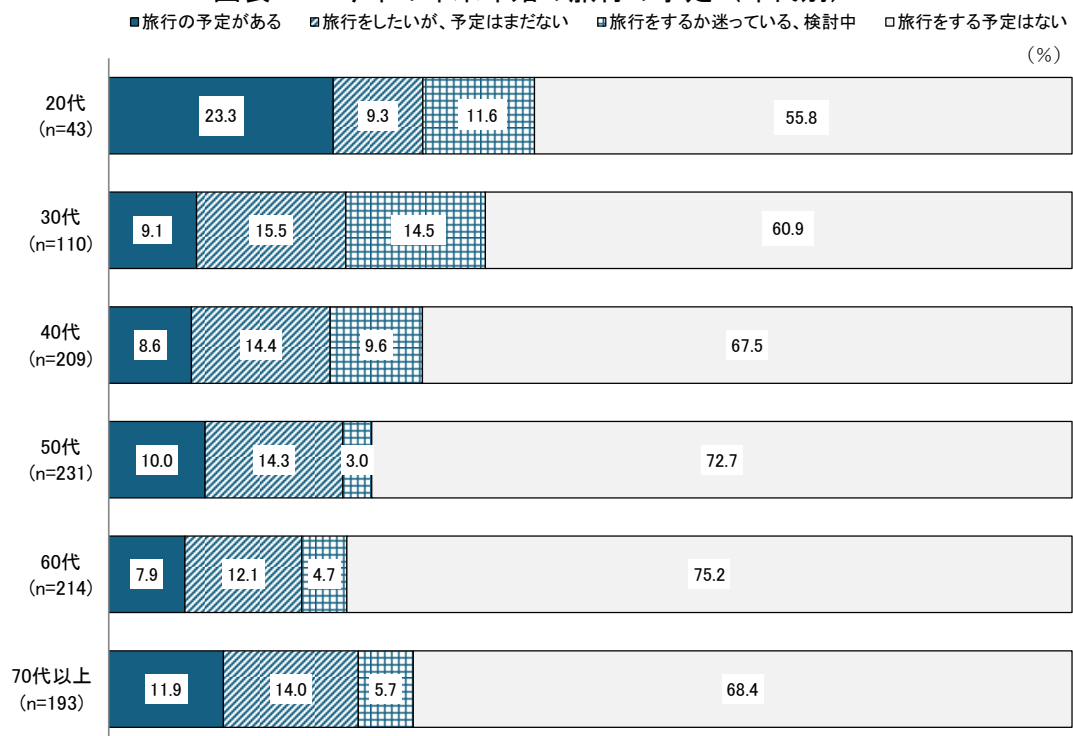
### (1) 今年の年末年始に宿泊を伴う旅行意向のある人の回答割合は 23.8%

- ・ 今年の年末年始に宿泊を伴う旅行をする予定があるか尋ねると、**図表 10** のとおり、「旅行をする予定はない」が 69.3%となった一方、「旅行の意向がある」（「旅行の予定がある」＋「旅行をしたいが、予定はまだない」）は 23.8%となった。
- ・ **図表 11** のとおり、「旅行の意向がある」を年代別にみると、「20 代」が 32.6%と最も多い一方、「60 代」が 20.0%と最も少なかった。

図表 10 今年の年末年始の旅行の予定



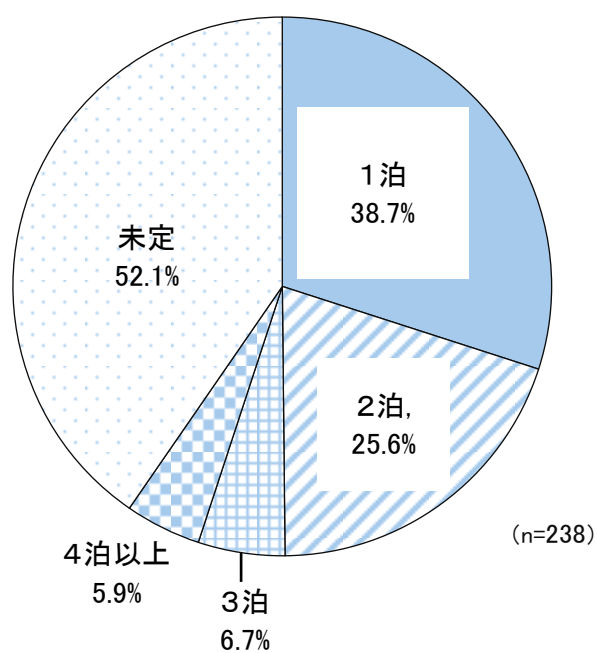
図表 11 今年の年末年始の旅行の予定（年代別）



(2) 年末年始の宿泊を伴う旅行日程は、「1泊」が38.7%

- ・ 今年の年末年始に旅行意向のある人に、年末年始の宿泊を伴う旅行日程を尋ねると、図表12のとおり、「1泊」が38.7%と最も多く、次いで「2泊」が25.6%、「3泊」が6.7%、「4泊以上」が5.9%となった。

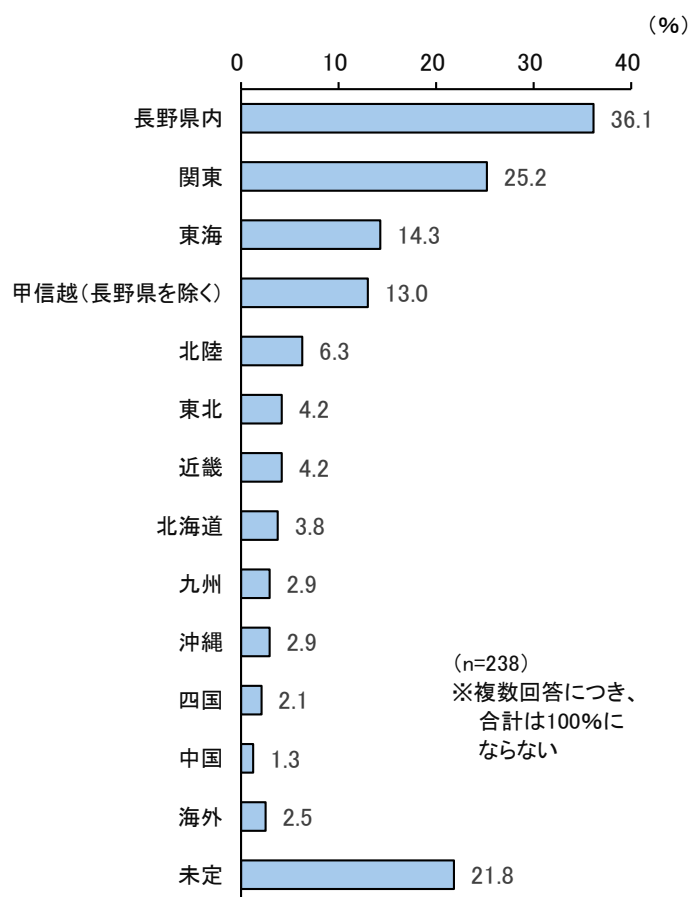
図表12 年末年始の宿泊を伴う旅行日程



(3) 年末年始の旅行の行き先は、「長野県内」が36.1%

- ・ 年末年始の旅行の行き先を尋ねると、図表13のとおり、「長野県内」が36.1%と最も多く、次いで「関東」が25.2%、「東海」が14.3%などとなった。

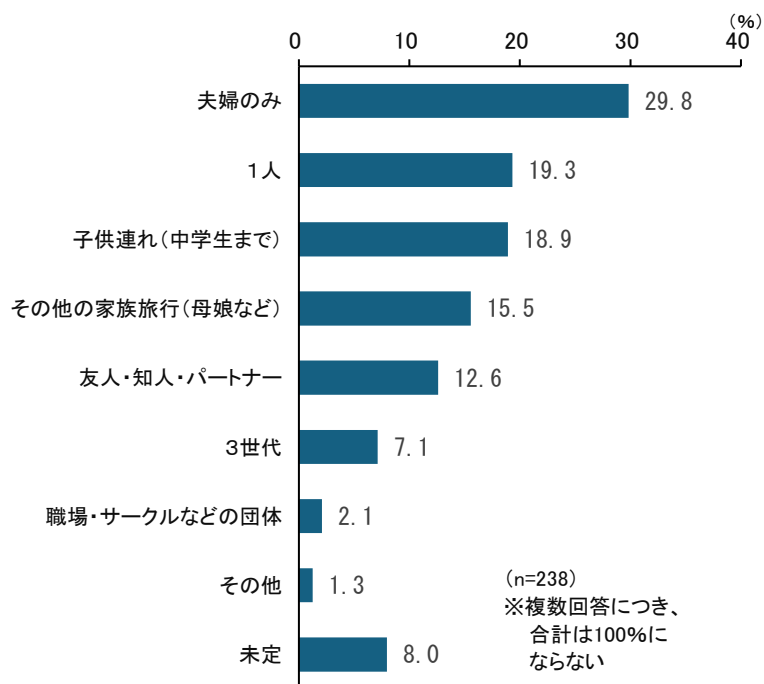
図表13 年末年始の旅行の行き先



(4) 年末年始の旅行で一緒に行く人については、夫婦のみが 29.8%と最多

- ・ 年末年始の旅行を一緒に行く人について尋ねると、図表 14 のとおり、「夫婦のみ」が 29.8%と最も多く、次いで「1人」が 19.3%、「子供連れ（中学生まで）」が 18.9%などとなった。

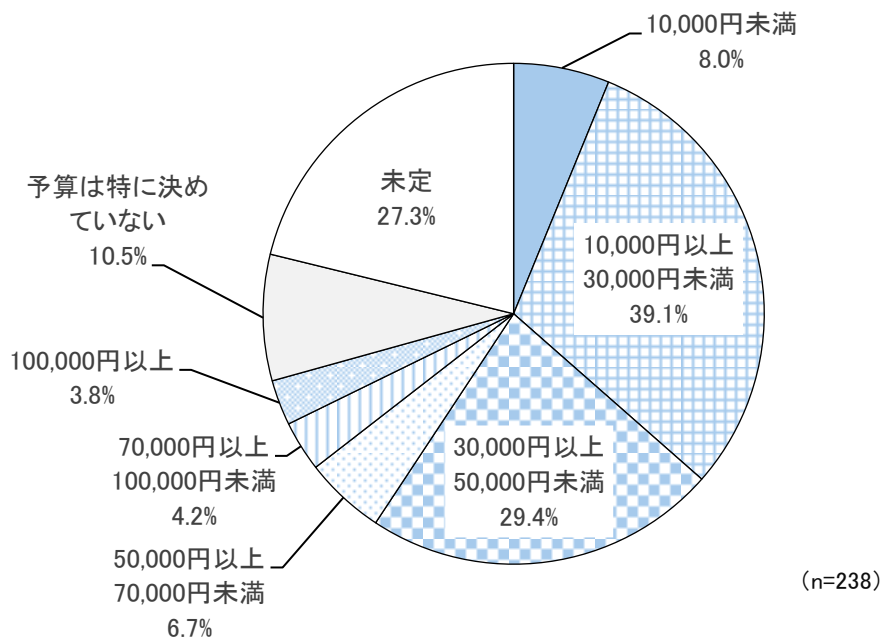
図表 14 年末年始の旅行で一緒に行く人



(5) 年末年始に旅行する場合の1人当たりの予算は「10,000円以上 30,000円未満」が39.1%と最多

- ・ 年末年始に旅行する場合の1人当たりの予算について尋ねると、図表15のとおり、「10,000円以上 30,000円未満」が39.1%と最も多く、次いで「30,000円以上 50,000円未満」が29.4%などとなった。

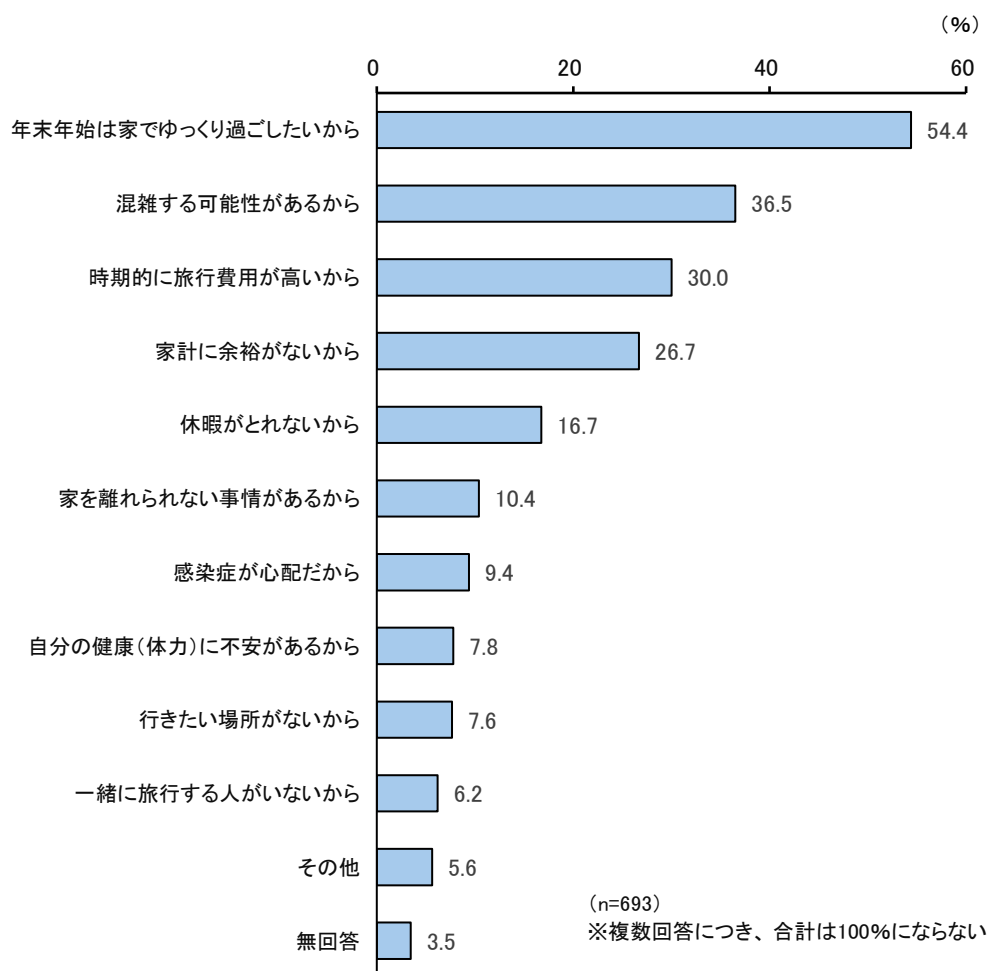
図表15 年末年始に旅行する場合の1人当たりの予算



(6)「旅行をする予定はない」理由は「年末年始は家でゆっくり過ごしたいから」が 54.4%で最多、次いで「混雑する可能性があるから」が 36.5%

- ・ 旅行をしない人に理由を尋ねると、図表 16 のとおり、「年末年始は家でゆっくり過ごしたいから」が 54.4%、「混雑する可能性があるから」が 36.5%、「時期的に旅行費用が高いから」が 30.0%などとなった。

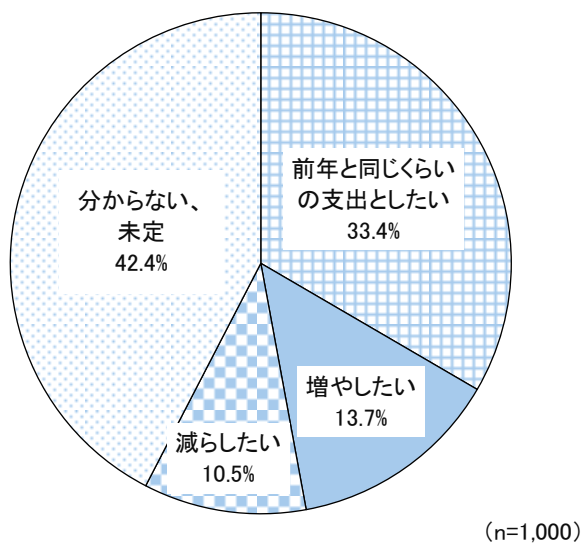
図表 16 旅行をする予定がない理由



(7) 今後1年間の旅行への支出意向は「前年並み」が33.4%

- ・ 今後1年間の旅行への支出について、前年と比べた意向は、図表17のとおり、「分からない、未定」が42.4%と最多となった一方、「前年と同じくらいの支出にしたい」が33.4%となった。

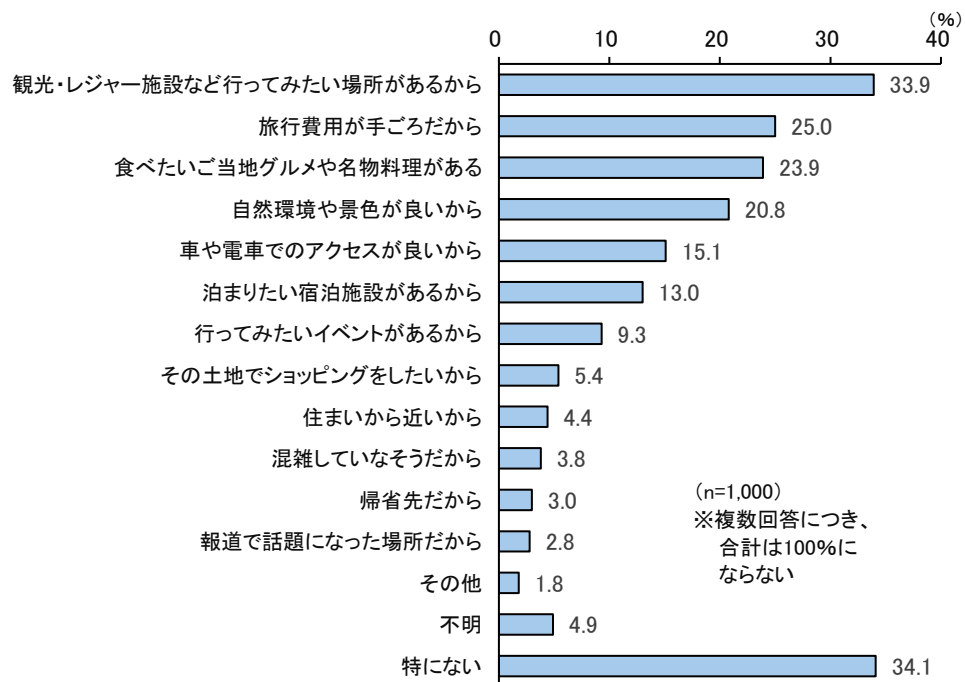
図表17 今後1年間の旅行への支出について



(8) 旅行先を選ぶ理由は、「観光・レジャー施設など行ってみたい場所があるから」が 33.9%と最多

- ・ 旅行先を選ぶ理由を尋ねると、図表 18 のとおり、「観光・レジャー施設など行ってみたい場所があるから」が 33.9%と最も多く、次いで「旅行費用が手ごろだから」が 25.0%、「食べたいご当地グルメや名物料理がある」が 23.9%、「自然環境や景色が良いから」が 20.8%などとなった。

図表 18 旅行先を選ぶ理由



以 上