

報道関係各位

2020年9月24日
株式会社クロス・マーケティング

“旬”を最も意識する季節は「秋」 食欲の秋に「これが食べたい」トップ3は、さんま・梨・栗

— “旬”に対する意識調査（2020年） —

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に“旬”に対する意識調査（2020年）を実施しました。9月も下旬に入り、だんだんと秋らしい気候になってきました。今回は旬を意識する季節や「〇〇の秋」と聞いて初めに思い浮かぶもの、「秋に旬の食べ物」として食べたいものについて分析しています。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20200924shun/>

■調査結果

✓“旬”を意識する季節は「秋」が最も高く、約6割にのぼる。

性年代別にみると、女性50・60代で季節を問わず“旬”を意識する人が多い。〈図1〉

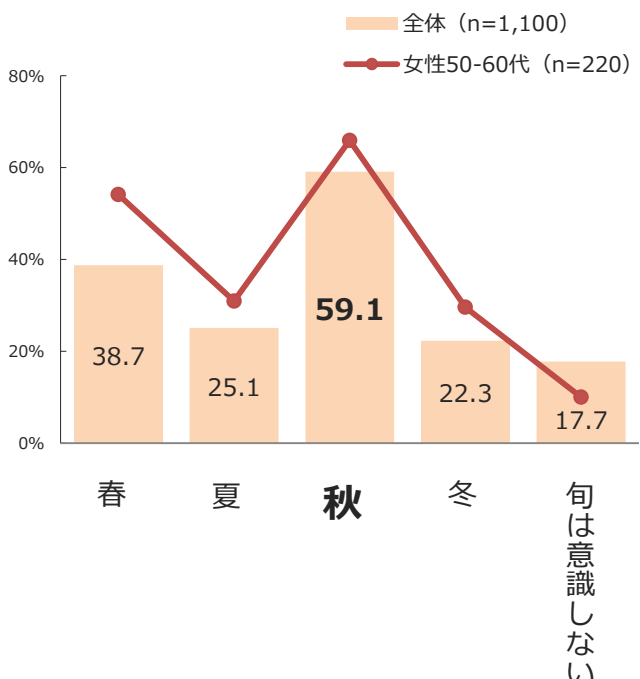
✓「〇〇の秋」と聞いて初めに思い浮かぶものは、「食欲の秋」が圧倒的。〈図2〉

✓「秋に旬の食べ物」として食べたいものは「さんま」、「梨」、「栗」。

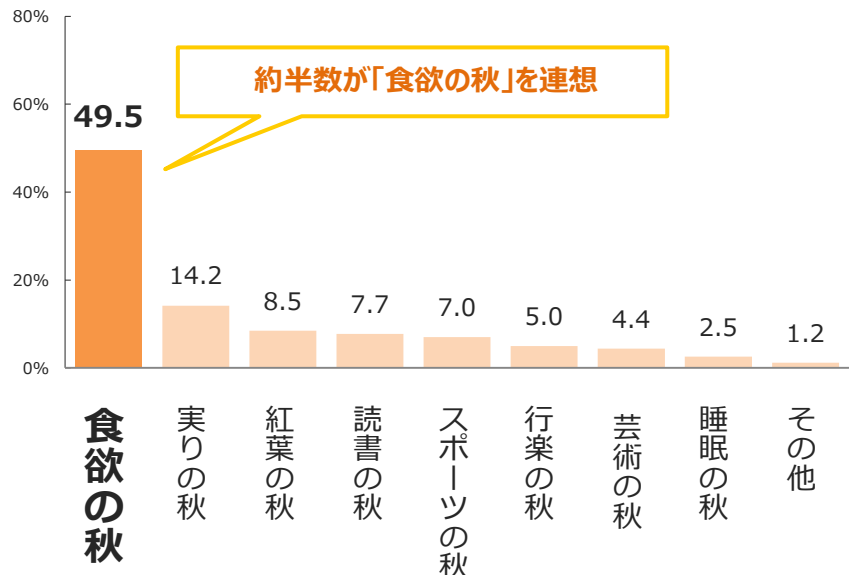
今年は「さんま」の価格が高騰しているものの、根強い人気が見える。

性年代別にみると、男性では20代～50代で「さんま」が高く、幅広い世代で求められていることがわかる。一方、女性では、50代・60代で「栗」が高い。〈図3〉

〈図1〉 旬を意識する季節
(n=1,100) ※複数回答

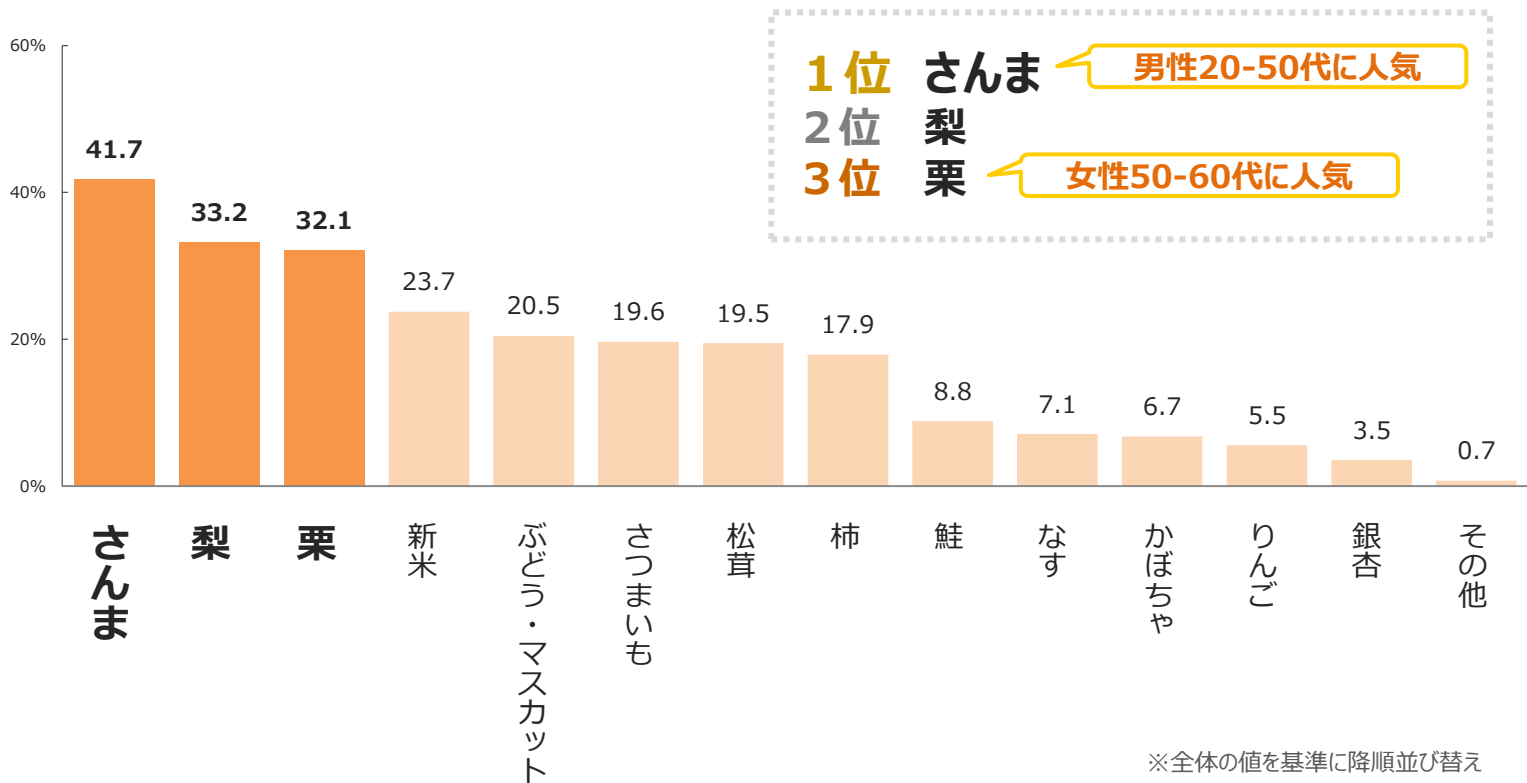


〈図2〉 「〇〇の秋」と聞いて初めに思い浮かぶもの
(n=1,100) ※単一回答



※全体の値を基準に降順並び替え

＜図3＞「秋に旬の食べ物」として食べたいもの
(n=1,100) ※複数回答3つまで



■調査項目

- 属性設問
- 直近1週間の外出頻度
- 直近1週間で自分の「楽しみ」のために使った金額
- 旬を意識する季節
- 「〇〇の秋」と聞いて初めに思い浮かぶもの
- 「秋に旬の食べ物」として食べたいもの

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20200924shun/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20～69歳の男女
 調査期間 : 2020年9月22日 (火)
 有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

≪引用・転載時のクレジット表記のお願い≫

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
 <例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」