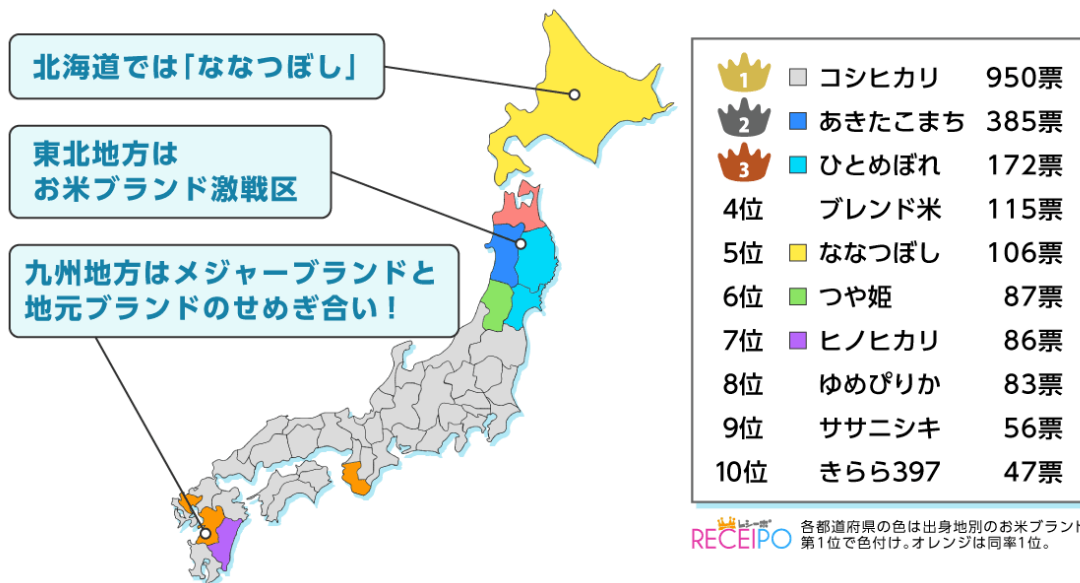


**よく食べるお米といえば「コシヒカリ」が全国1位も
北海道・東北・九州では地元ブランドがトップ！
おにぎりの具では「鮭」と「梅干し」が人気を二分
～全国ご当地お米人気投票結果発表～**

フィールドマーケティング支援サービスを提供するソフトブレン・フィールド株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博、以下「SBF」）は、いつものお買い物に役立つ情報を発信するレシートポータルサイト「RECEIPO（レシーポ）」（receipto.com）で2015年10月6日～10月12日にかけて「全国ご当地お米人気投票」を実施しましたので、その結果を発表します。

■よく食べるお米のブランドは「コシヒカリ」が1位

全国ご当地お米人気投票



全国ご当地お米人気投票ランキング (<http://receipto.com/topics/23010/>)

「RECEIPO」では、SBF と株式会社クレディセゾンとの共同事業である「Point of Buy (R) データベース」※1 をもとに、毎月、ヒット商品がわかるレシーポランキングを発表するなど、いつものお買い物に役立つ情報を発信しています。

そうした中で今回、日本人の主食であるお米に着目。全国の消費者によく食べるお米のブランドと「我が家のおにぎりの具といえばコレ！」というお米のブランドとおにぎりの具について人気投票を実施しました。

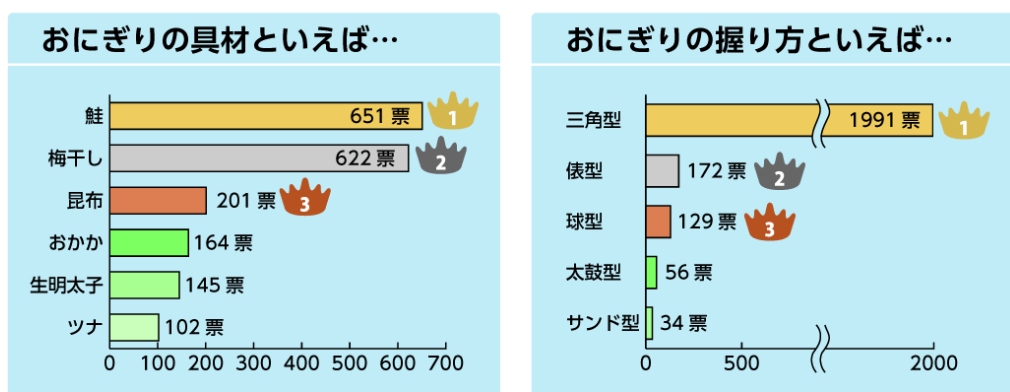
その結果全投票数 2,394 票のうち、最も票を集めたお米のブランドは、「コシヒカリ」で 950 票 (39.7%) と約 4 割近くの方がよく食べるお米のブランドとしてコシヒカリを選びました。2 位は「あきたこまち」で 385 票 (16.1%)、3 位は「ひとめぼれ」で 172 票 (7.2%)

と上位3つはやはりメジャーなブランドが占めました。

一方、よく食べるお米のブランドを投票者の出身県別に見ると、北海道では「ななつぼし」が1位に、青森県では「つがるロマン」が、秋田県では「あきたこまち」が、山形県では「つや姫」が、宮城県・岩手県では「ひとめぼれ」が1位になるなど、東北・北海道エリアではその地域で生産されるお米のブランドがトップでした。

また九州エリアでは宮崎県で誕生した「ヒノヒカリ」を選ぶ方が全国平均（3.6%）に対して高く（19.4%）、地元のお米ブランドとして人気を得ていることがわかりました。

■人気のおにぎりの具は「鮭」が1位、「梅干し」が2位



全国ご当地お米人気投票ランキング (<http://receipo.com/topics/23010/>)

また、おにぎりの具については、1位は「鮭」で651票（27.2%）、2位には僅差で「梅干し」が622票（26.0%）でした。

3位は上位2つから少し離れましたが「昆布」で201票（8.4%）、4位は「おかか」で164票（6.9%）、5位は「生明太子」で145票（6.1%）でした。

地域ごとにおにぎりの特徴を見ると、宮城県では仙台味噌をおにぎりに塗って焼く焼きおにぎりについてのコメントや、和歌山県では高菜の浅漬の葉でくるんだおにぎり「めはりずし」についてのコメント、佐賀県では高菜を刻んで炒めておにぎりの具にするなど地域ごとに独自性のあるおにぎりについてのコメントが多数見られました。

また、おにぎりの具ではありませんが、近畿地方では俵型のおにぎりが定番と答えた方が全国平均（7.2%）よりも高く（18.8%）、中でも奈良県では3割以上の方がおにぎりといえば三角形ではなく俵型と回答しました。コンビニエンスストア等に並ぶおにぎりが三角形が多いことから、おにぎりといえば三角形をイメージしやすいですが、元々関西では俵型のおにぎりが主流だったようで、各家庭で握るおにぎりの形にも昔の名残があるようです。

投票者のおにぎりにまつわるエピソードを見ると、以下のように出身地で傾向が出たり、「その家独自のおにぎり物語」があったりする等、おにぎりへのこだわりが多数寄せられました。

■山形県出身・30代・女性

「山形の地方では漬物をおにぎりの具に入れたりします。晩菊のつけもの、たくあんを細切りしたのがあります。あとは、ただちや豆のおにぎりは最高に美味しいです。豆の歯応えがとてもいいです。」

■茨城県出身・40代・男性

「うちでは、納豆のおにぎりを作ります。普通の納豆でもおいしいですが、そぼろ納豆を使っています。そぼろ納豆っていうのは、納豆にたくあんが入っている納豆のことです。納豆にたくあんの食感や塩味が加わりおにぎりが一段とおいしくなりますよ！」

■福井県出身・50代・女性

「福井県の生まれです。子供の頃はおにぎりは、遠足や運動会のお弁当で食べましたが、それ以外にお正月(元旦)にお赤飯で作ったおにぎりを家族分作って、元旦に家族そろって食べました。私はそれが普通だと思っていたのですが、東京出身の夫と結婚して福井県の一部の地方だけに伝わる風習だということが分かりました。ちなみに我が家では、毎正月にお赤飯のおにぎりを作って食べています。」

その他のコメントについては「全国ご当地お米人気投票 投票結果発表」をご参照ください。
(<http://receipo.com/topics/23010/>)

■「RECEIPO」とは

「RECEIPO (レシーポ)」は、買い物時に渡される「レシート」を「購入／利用証明書」と位置付け、“実際に商品を買った／利用した消費者”のデータに基づくランキングとその購入理由を掲載するレシートポータルサイトです。一般的には買い物後、すぐに捨てられてしまう「レシート (RECEIPT)」を「入り口 (PORTAL)」に、普段の買い物に役立つ情報が得られるサイトとなっています。

■今後の展開

SBFでは、「RECEIPO (レシーポ)」を、レシートを基軸にあらゆる情報を探すことができるレシートポータルサイトと位置付けています。今後も、ヒット商品のお役立ち情報の発信にとどまらず、地域ごとの売れ筋情報の発信、新商品の購入理由、レシートを基軸にしたユーザー参加型のコンテンツなど、様々なサービスやコンテンツを充実させることで、レシートポータルサイトとしての魅力を高めていきます。

【調査実施概要】

地域：全国

調査方法：ネットアンケート

調査日：2015年10月6日～10月12日

投票数：2,394票

性別比率：男性34.5%、女性65.5%

世代比率：20代以下10.9%、30代22.8%、40代31.4%、50代23.0%、60代以上11.9%

【サービス概要】

■サービス名：レシートポータルサイト「RECEIPO」

■URL：<http://receipo.com>

※¹Point of Buy (R) データベースについて

Point of Buy (R) データベースは、SBF と (株) クレディセゾンが 2013 年 1 月よりスタートした共同事業です。(株) クレディセゾンの運営するポイントサイト「永久不滅.com」会員に向けた「レシートで貯める」※² サービスと、「履歴書情報」のある SBF 登録会員「キャスト」に向けた「レシート de ポイント」※³ サービスに登録している、本人認証度の高い全国の消費者約 145,000 人 (2015 年 8 月現在) から実際に購入/利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービスごとの利用証明 (レシート) を通して集計したショッピングインサイトのデータベースです。

同一個人 (シングルソース) から、「消費行動」に関わる複数種類のデータを収集。ショッピングの行動結果からリアルなショッピングの実態に直接迫り、マーケティング戦略に不可欠なデータを、“より精度を高く” 企業・メーカーに提供しています。

集計対象カテゴリは、消費財 60 カテゴリ・約 6000 ブランド、飲食利用 10 カテゴリ・約 200 チェーン (2015 年 6 月現在)。全ての利用証明に購入/利用理由 (フリーコメント) がデータ化されています。

※²「レシートで貯める」について

「レシートで貯める」は、(株) クレディセゾンの運営するポイントサイト「永久不滅.com」の会員を対象に SBF が展開するサービスです。普段の買い物で購入した食品・飲料、外食チェーンの利用についての「購入/利用理由アンケート」で、実際に購入した商品の購買理由などを回答し、その商品のレシート画像を送ると、対価として (株) クレディセゾンが運営するポイントサイト「永久不滅.com」で使用できるポイントを付与しています。

※³「レシート de ポイント」について

「レシート de ポイント」は、SBF が登録会員「キャスト」に提供しているサービスです。普段の買い物で購入した食品・飲料、外食チェーンの利用についての「購入/利用理由アンケート」で、実際に購入した商品の購買理由などを回答し、その商品のレシート画像を送ると、現金や当社が提供するプレゼント、Amazon ギフト券、iTunes ギフト、Pex ポイントギフトなどと交換できる SBF ポイントが貯まります。

【消費者が Point of Buy (R) データベースに参加するには】

Point of Buy (R) データベースに参加するには、(株) クレディセゾンの運営するポイントサイト「永久不滅.com」の会員として「レシートで貯める」に登録するか、下記の URL から SBF にキャスト登録する必要があります。

・パソコン・スマートフォン用登録 URL：

https://aqfpob.com/receiptpoint/auth_sbf

上記 URL からキャスト登録いただいた方には、ご希望に応じて、当社からお仕事情報を配信いたします。

【ソフトブレン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレン・フィールド株式会社は、ソフトブレン株式会社（市場名：東証1部・4779、本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ約53,000名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など115,000店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。

当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月

資本金：151,499,329円

代表取締役社長：木名瀬 博

URL：<http://www.sbfield.co.jp/>

【サービスに関するお問い合わせ先】

ソーシャルデータソリューション部 堀（ほり） / 神谷（かみたに） / 市村（いちむら）

TEL：03-6328-3645 FAX：03-6328-3631

お問い合わせフォーム：<https://www.sbfield.co.jp/inquirytop/>

【報道関係お問い合わせ先】

広報室 柳原（やなぎはら） / 具志堅（ぐしけん） / 矢治（やじ）

TEL：03-6328-3630 FAX：03-6328-3631

MAIL：solution@sbfield.com