



国産品への支持 傾向強まる 食品購入判断は、 価格や国産を重視

— 2014年度下半期 消費者動向調査 —

消費者の食の志向はどのように変化しているのか、最近の食料・農業をめぐる情勢の変化の中で消費者の食料・農業に対する意識・意向はどうなっているのか。今年1月に実施した消費者動向調査でその動きを探りました。

消費者の食料や農業に関する意識・意向を把握するため、日本公庫は、年に二回、上半期と下半期に消費者動向調査を実施しています。

今年一月に実施した消費者動向調査では、これまで継続して実施している「食に関する志向」「国産品かどうかを気にかけるか」「国産食品の輸入食品に対する価格許容度」の三分野のほか、特別調査として「消費者が食品を購入する際の判断基準」「食事に関する意向」について消費者の意向を調査しました。

「健康志向」が九期連続で最多
まず、食に関する志向を聞いたところ、「健康志向」が前回調査(二

〇一四年七月)から〇二ポイント上昇し四五・四%となりました(図1)。「健康志向」は、二〇〇八年二月の調査開始以来、九期連続で最多回答となつています。

消費者の健康への意識が引き続いて高いことが明らかになりました。

「安全志向」は、前回調査から、三・九ポイント上昇し二五・四%となりました。

これは、昨年七月の中国の食肉加工会社による期限切れ鶏肉問題や、年末から相次いで報道された国内食品への異物混入問題などにより、消費者の食の安全に対する志向が高まったのではないかと考えられます。

高齢層と若年層で志向分化
年代別に見ると「健康志向」は高齢層、「経済性志向」は若年層にそれぞれ集中しています(図2)。
高齢層では、食を通じて健康を維持したいというニーズが高まると考えられることから「健康志向」が高いと思われます。

一方、若年層は、一般的に所得が低く、かつ趣味・娯楽などにも費やす傾向があると考えられることから、「経済性志向」が高いと考えられます。
また、「安全志向」は、五〇歳代と六〇歳代(三一・二%、三二・〇%)は前回調査よりも、それぞれ一〇・二ポイント、七・五ポイントと大き

図1 現在の食の志向(上位)の推移(2つまで回答)

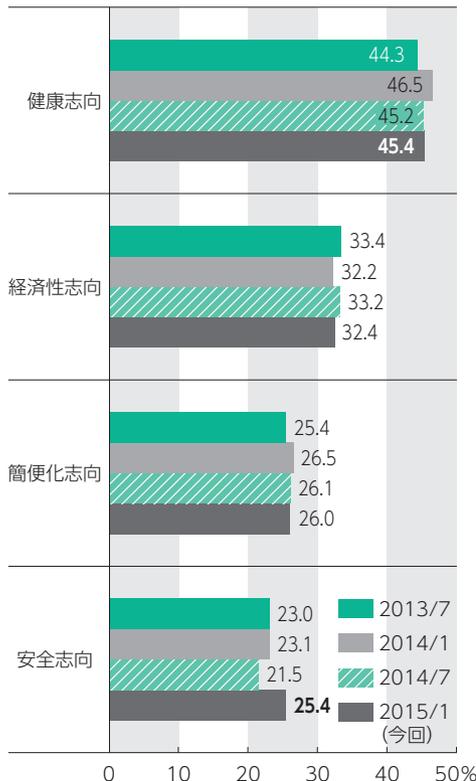
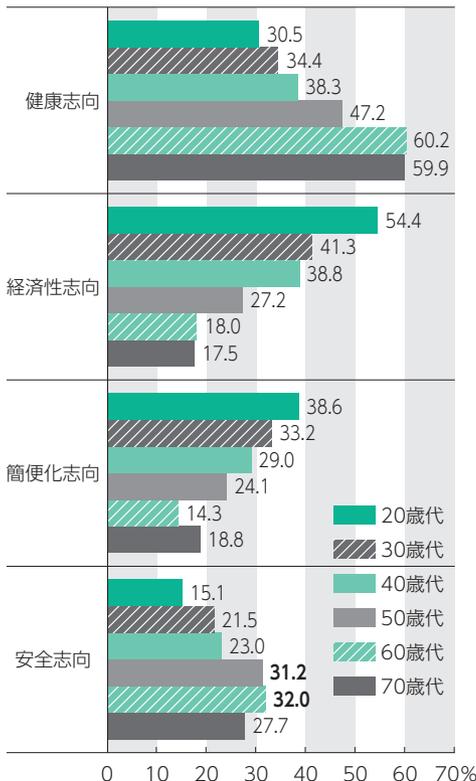


図2 年代別の現在の食の志向



く上昇しています。他の年齢層よりも高いことから五〇歳代と六〇歳代では特に「安全志向」が高いことが分かります。

「国産品」改めて支持

食料品を購入するとき、あるいは外食するとき、国産品であることを気にかけるかを聞いたところ、食料品購入時では「気にかける」が七九・六%、「気にかけない」は一七・四%でした(図3)。外食時では「気にかける」が三九・一%、「気にかけない」は五二・二%でした。

食料品購入時、外食時とも前回調査から「気にかける」が上昇、「気にかけない」が低下しています。このことから、国産品であることを「気にかける」傾向が強くなっていることが分かります。

また、国産品と輸入品に対する安全面のイメージでは、国産品が「安全である」とする回答が七〇・八%でした。七割を超えたのは、七一・五%だった二〇一〇年一月の調査以来です。また、輸入品では「安全面に問題」とする回答が前回調査から一・七ポイント上昇し四六・六%という結果になっています(図4)。

輸入食品に対して国産食品を選

択するポイントとなる価格許容度について聞いたところ「割高でも国産品を選ぶ」が六四・〇%となりました。前回調査(六一・六%)から二・四ポイント上昇し、二〇〇八年五月の調査(六四・七%)に次ぐ過去二番目に高い割合となりました(図5)。

この結果について、前述の図1、図3、図4の結果などと合わせて考えると、消費者は安全面に対する関心が強まっており、その結果、安全面の信頼が高い「国産品」が改めて支持されていることがうかがわれます。

食品購入時の判断基準

米は宅配や直買も

消費者は、食品を購入しているか、またどこで購入しているのかを品目別に調査しました。

その結果、全品目で「食品スーパー」とする回答が最も高い結果となりました(表1)。

また、米では、「通販・宅配」や「生産者から購入」という回答が、他の品目よりも高い割合となったことが特徴的です。これは、一般的に米の購入単位が一キログラム以上と比較的重量があることが影響していると考えられます。

図3 食料品を購入するとき／外食するとき国産品であることを気にかけるか

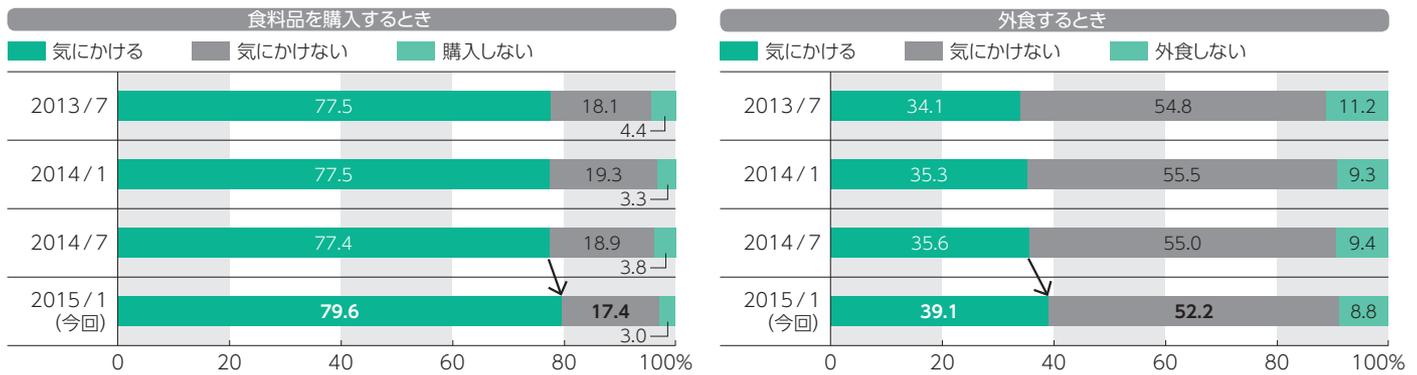
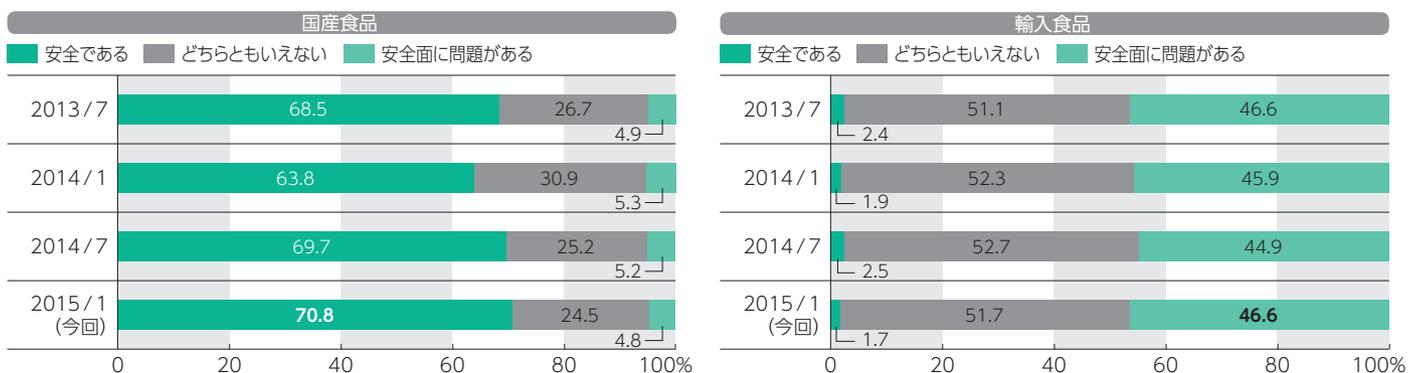


図4 国産原料の食品／輸入食品に対する安全面でのイメージ



次に、食品を購入している消費者に食品を購入する際の判断基準としている事項を聞きました。その結果、全体では「価格」を判断基準として最重視する傾向が見られました(表2)。

品目別に順番は異なるものの、次いで上位には「国産」や「国内産地」といった「国産であること」や「鮮度」「安全性」「味」など、いわゆる、国産の強みである事項を重視する傾向が見られました。

一方、総菜や弁当などの加工品では、「価格」「味」「鮮度」以外にも「見た目」など見栄えの良さが重要視されているという結果が見られました。

「食材から調理」が夫婦で高い

消費者が、普段どのような形で食事をしているのか「食事に関する意向」について調べました。

消費者に普段の食事について、「過去」と「現在」はどうか、また、「今後」はどうなると思われるかを聞いたところ、いずれも家庭内で「食材から調理した(された)」食事を選択する割合が最も高いという結果になりました。

また、「現在」の食事について、「一人暮らし」や「夫婦のみ」など、家族形態別にみると、「食材から調理」

図5 国産食品の輸入食品に対する価格許容度の推移

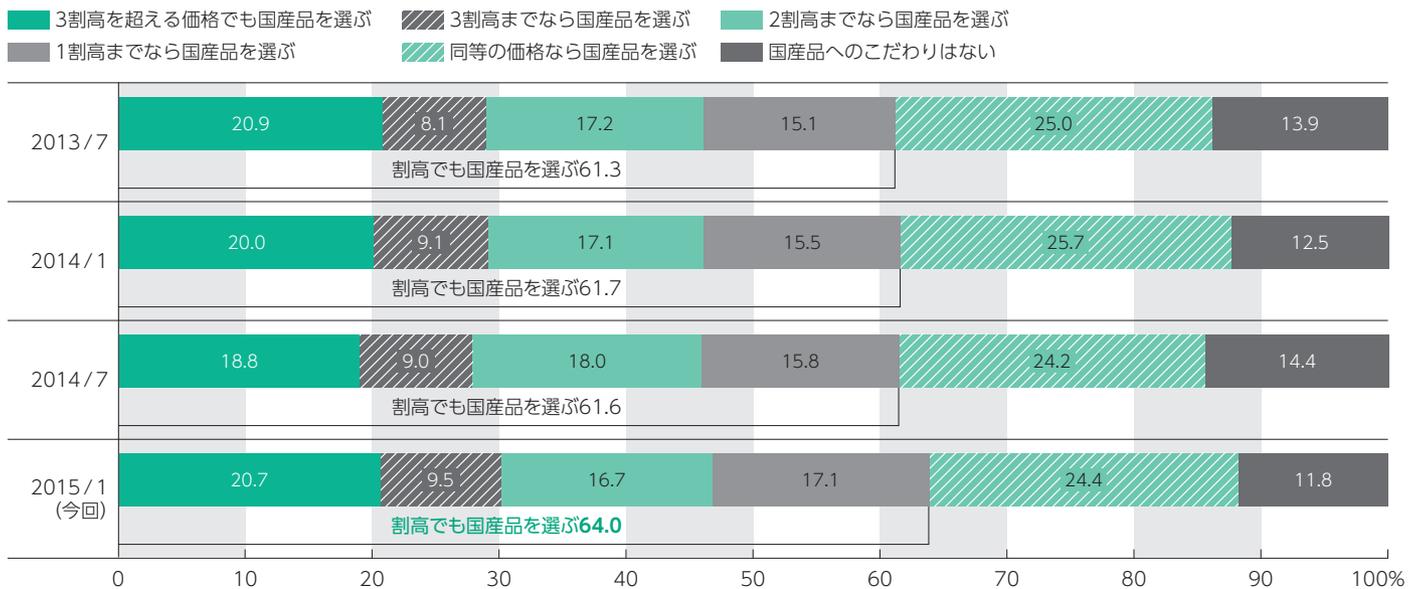


表1 品目別食品の主な購入場所(複数回答)

	百貨店 高級スーパーなど (%)	総合スーパー (%)	食品スーパー (%)	倉庫型 スーパー (%)	専門店 (%)	通販・宅配 (%)	コンビニ (%)	直売所 (%)	生産者から 購入 (%)	その他 (%)	買わない (%)
米	1.9	17.7	38.4	3.7	4.3	14.8	0.4	2.7	15.0	6.1	12.3
野菜	4.1	28.6	66.0	5.1	6.8	7.2	0.8	12.6	4.1	2.7	5.7
果物	4.7	28.8	64.7	5.1	6.0	8.3	0.6	7.8	3.5	1.6	6.9
牛肉	5.2	28.9	66.6	5.5	7.1	6.6	0.3	0.8	0.3	0.8	8.0
豚肉	4.0	29.7	68.1	5.8	6.2	7.1	0.4	0.7	0.4	0.7	6.3
鶏肉	3.7	29.2	67.9	5.8	6.1	7.3	0.4	0.6	0.3	0.6	6.7
卵	2.8	27.5	68.0	5.0	2.1	6.8	1.3	2.7	1.5	1.5	5.6
牛乳乳製品	3.3	28.7	68.8	5.4	1.8	8.3	4.8	0.8	0.4	1.9	5.1
魚介類	5.0	28.9	68.6	4.7	7.4	6.9	0.5	1.4	0.7	0.9	6.0
総菜	9.2	28.3	62.4	4.2	4.0	3.7	8.5	0.6	0.3	0.7	13.6
弁当など	7.0	21.8	45.0	4.3	7.2	2.4	41.2	1.1	0.4	1.7	16.0

は、「一人暮らし」で最も低く、「夫婦のみ」が最も高い結果となりました(図6)。

一方、「調理済み食品」や「冷凍食品」などの食事については、「夫婦のみ」が最も低くなっています。このことから、「夫婦のみ」の世帯では、比較的手間暇をかけて自ら食材を調理する傾向が高いことがうかがわれます。

また、「一人暮らし」ではなくても、子どもまたは親と同居している世帯、さらには、祖父母も加えた「三世大家族」を含む「その他」など家庭内の人数が増えていくと、「調理済み食品」や「冷凍食品」などの利用が増えていくといった傾向がみられました。

多忙な毎日を送る消費者は、家庭の人数分の食事を準備するに当たり、その数が多ければ多いほど、より簡便な加工食品などに頼る傾向があるといえます。

(情報企画部 大竹 匡巳)

〔調査概要〕

- 全国の二〇〜七〇歳代の男女 二〇〇〇人(男女各一〇〇〇人)

● 実施時期

二〇一五年一月一日〜二三日

● 調査方法

インターネットによるアンケート

表2 品目別食品購入時の判断基準(上位5位まで、複数回答、カッコ内は%)

	1位		2位		3位		4位		5位	
米	価格	(55.4)	国内産地	(50.1)	銘柄	(49.1)	味	(38.8)	安全性	(31.3)
野菜	鮮度	(70.9)	価格	(67.5)	国産	(47.0)	国内産地	(34.7)	安全性	(28.6)
果物	価格	(70.0)	鮮度	(65.3)	味	(39.9)	国産	(32.9)	国内産地	(28.9)
牛肉	価格	(71.6)	鮮度	(48.2)	国産	(42.6)	安全性	(33.3)	味	(31.8)
豚肉	価格	(73.3)	鮮度	(52.1)	国産	(46.1)	安全性	(32.8)	味	(30.0)
鶏肉	価格	(71.8)	鮮度	(53.7)	国産	(48.2)	安全性	(32.0)	味	(28.0)
卵	価格	(72.5)	鮮度	(61.9)	国内産地	(40.5)	安全性	(29.1)	味	(18.4)
牛乳乳製品	価格	(71.5)	鮮度	(51.3)	国産	(39.1)	味	(30.5)	安全性	(29.8)
魚介類	鮮度	(71.2)	価格	(70.4)	国産	(33.5)	味	(32.3)	安全性	(29.7)
総菜	価格	(73.4)	味	(56.8)	鮮度	(38.2)	見た目	(34.2)	安全性	(29.0)
弁当など	価格	(75.1)	味	(58.9)	見た目	(41.7)	鮮度	(33.0)	安全性	(26.3)

図6 食事に関する意向(家族形態別、現在、複数回答)

