



食の志向「健康」が 引き続き最多 ネット通販消費に 新たな潮流

— 2015年度下半期 消費者動向調査 —

消費者の食の志向はどう変化しているのか、食料・農業をめぐる情勢の変化の中で、消費者の意識・意向はどういったものか。日本公庫が今年1月に実施した消費者動向調査の結果について、そのポイントをご紹介します。

今後の食の志向について聞いたところ、「健康志向」と回答した割合は最多の四四・六％で現在の食の志向よりも二・九ポイント上昇しています。また、「安全志向」と回答した割合は二二・〇％で現在の志向より〇・九ポイント上昇しています（図2）。

このことから今後、「健康志向」と「安全志向」が高まることの方がかえりえます。

外食時に国産を「気にかける」が増加

食料品を購入するときに国産品かどうかを気にかけるか聞いたところ、「気にかける」と回答した割合は、七七・九％でした（図3）。

一方、外食するときに国産品かどうか「気にかける」と回答した割合は四一・九％となりました。前回調査（三三・九・一％）より二・八ポイント上昇するなど、徐々に「気にかける」割合が増加してきています。

輸入食品と比べ、どのくらいの価格レベルまでなら国産食品を選ぶか、いわゆる「価格許容度」を聞いたところ、「割高でも国産品を選ぶ」とした回答の割合は、前回調査（六四・一％）からわずかに低下し、六二・八％となりました（図4）。しかしながら、「割高でも国産品を選ぶ」と回答した割合は二〇一三年七月の調

査結果以降、六割を超える高い割合が維持されています。

このことから、国産支持の傾向が継続されていることがうかがえます。

ネット通販による農林水産物購入状況

購入経験若い世代の方が少ない

ネット通販を利用して農林水産物などを購入したことがあるかどうか聞いたところ、「購入したことがある」とした回答の割合は三二・八％で、およそ三割が購入経験者であることが分かりました（図5）。

年代別にみると、二〇歳代、三〇歳代の購入経験者が約二割であるのに対し、四〇歳代以上の購入経験者は三割以上となり、若い世代の方が購入経験者は少ないという結果となりました。

また、購入経験者の九八・〇％が「今後とも利用したい」という意向を持つっており、さらに、購入未経験者の二八・一％は今後「購入したい」と回答しています。

ネット通販による購入意向がある者（以下、購入意向者）は、今後、増加に向かう可能性があることがうかがえます。

次に、購入経験者に主な購入元を聞いたところ、「インターネット

消費者の食や農林水産に関する意識・意向を把握するため、日本公庫では、毎年二回、消費者動向調査を実施しています。

二〇一五年度下半期調査では、これまで継続して調査している「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、「インターネットの通信販売（以下、ネット通販）による農林水産物の購入状況」などについて調査しましたので、概要をご紹介します。

食に関する志向

「健康」「経済性」「簡便化」上位

現在の食に関する志向では、「健

康志向」が四一・七％と、前回調査（二〇一五年七月）から〇・七ポイント上昇し、引き続き最高の割合となりました。次いで「経済性志向」が三六・四％、「簡便化志向」が三一・二％と続いています。

年代別にみると、「健康志向」は高齢世代に、「経済性志向」と「簡便化志向」は若年世代に集中している傾向が見られました（図1）。中でも「健康志向」は、二〇〜四〇歳代までがほぼ同率となり、五〇歳代から大きく上昇しているのが特徴的な動きです。その一方で、二〇歳代の「経済性志向」と回答した割合が四二・〇％となり、前回調査（五〇・六％）から八・六ポイントと大きく減少しています。

図3 食料品を購入するとき／外食するときに国産品かどうか「気にかける」割合の推移

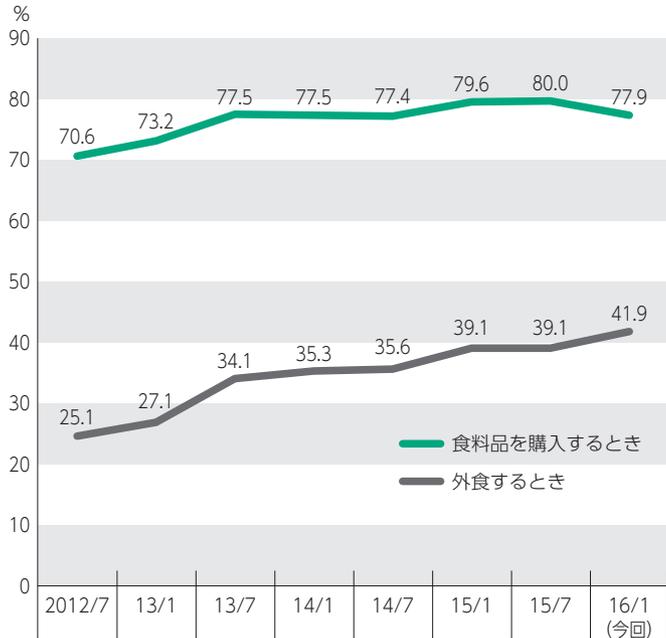


図4 国産食品の輸入食品に対する価格許容度

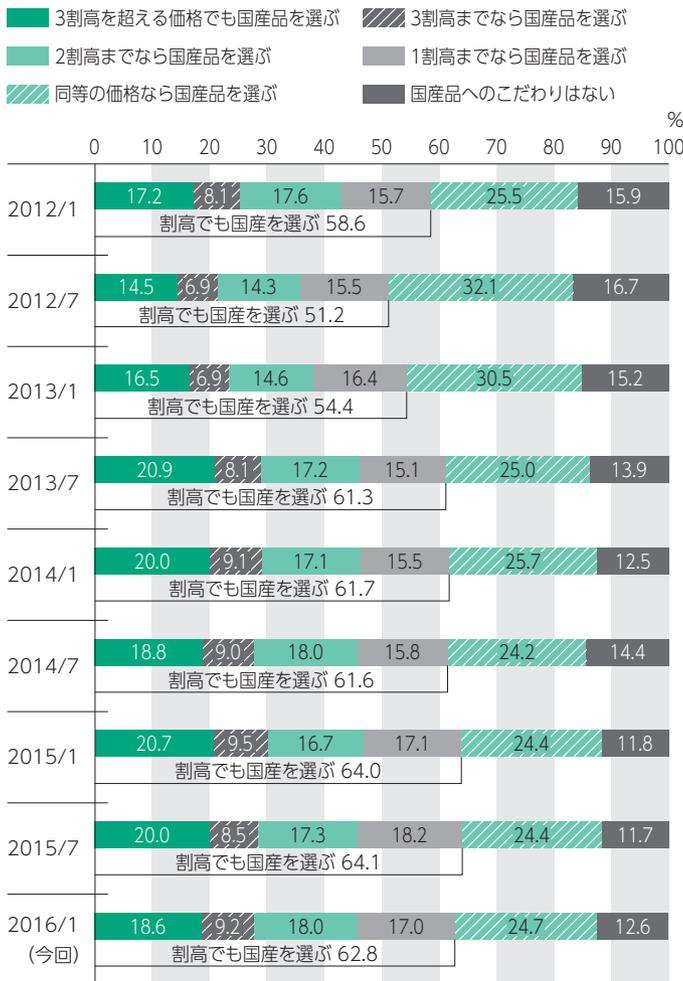


図1 現在の食の志向 (2つまで回答)

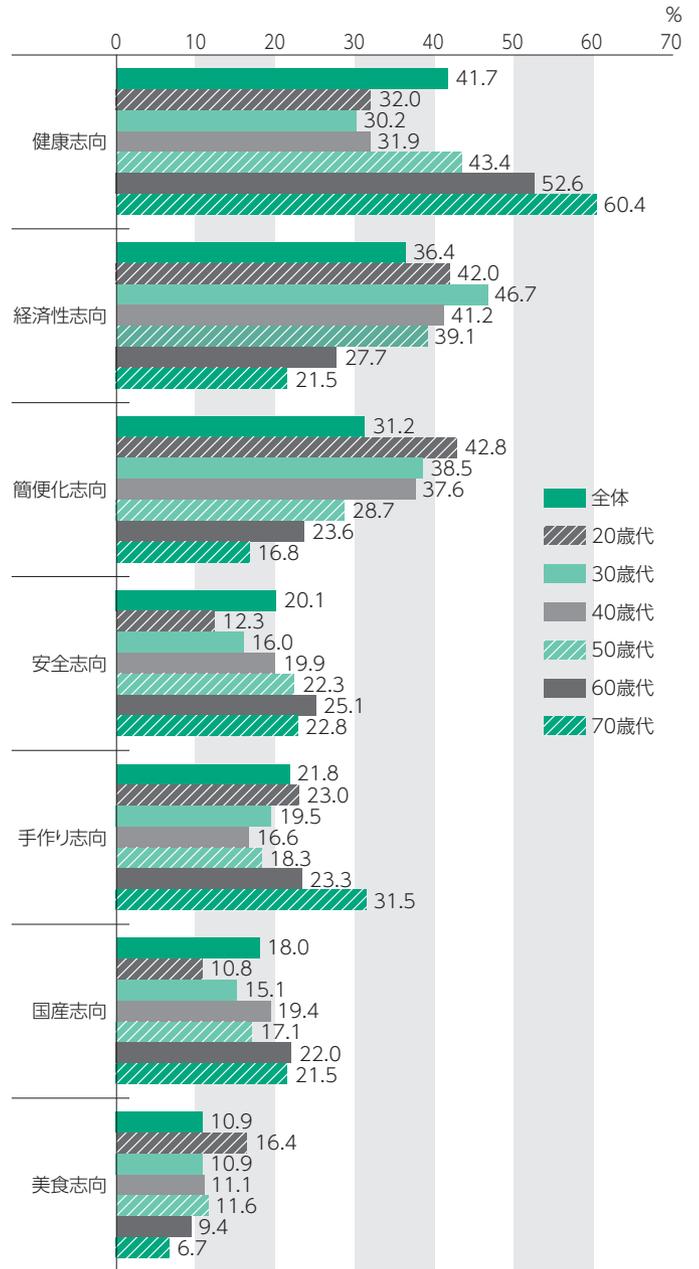
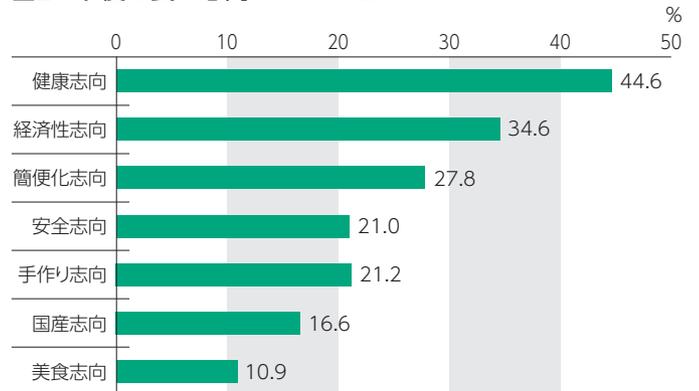


図2 今後の食の志向 (2つまで回答)



のショッピングモール」と回答した割合が七一・〇%で最も多く、次いで「生産者や食品メーカーなどのインターネット通販」が四六・九%という結果となりました(図6)。

さらに、ネット通販に関する情報を主にどこから入手しているかについて聞いたところ、「インターネットの検索サイト」が五五・〇%で最多となりました(図7)。

年代別にみると、二〇歳代は「友人などからの情報」が二五・〇%、「SNSなどの情報」が二三・三%と、他の年代と比べて高いのが特徴で、他者からの情報を頼りにしている傾向がうかがえます。

一方、七〇歳代では「インターネットの検索サイト」が六三・四%で他の年代に比べて突出して高くなっています。次いで、「会社、個人のホームページ」が四五・五%、「生産者のホームページ」が四一・六%と続きます。高齢世代は自らホームページを検索したり、閲覧しているなどの傾向が見られました。

今後は肉類が増加する可能性

購入経験者にネット通販で購入したことがある品目について聞いたところ、「米」が四四・六%と最多でした。次に「魚介類」が三八・六%、「果物」三六・五%となりました(図

図5 インターネット通販で農林水産物などを購入したことがあるかどうか

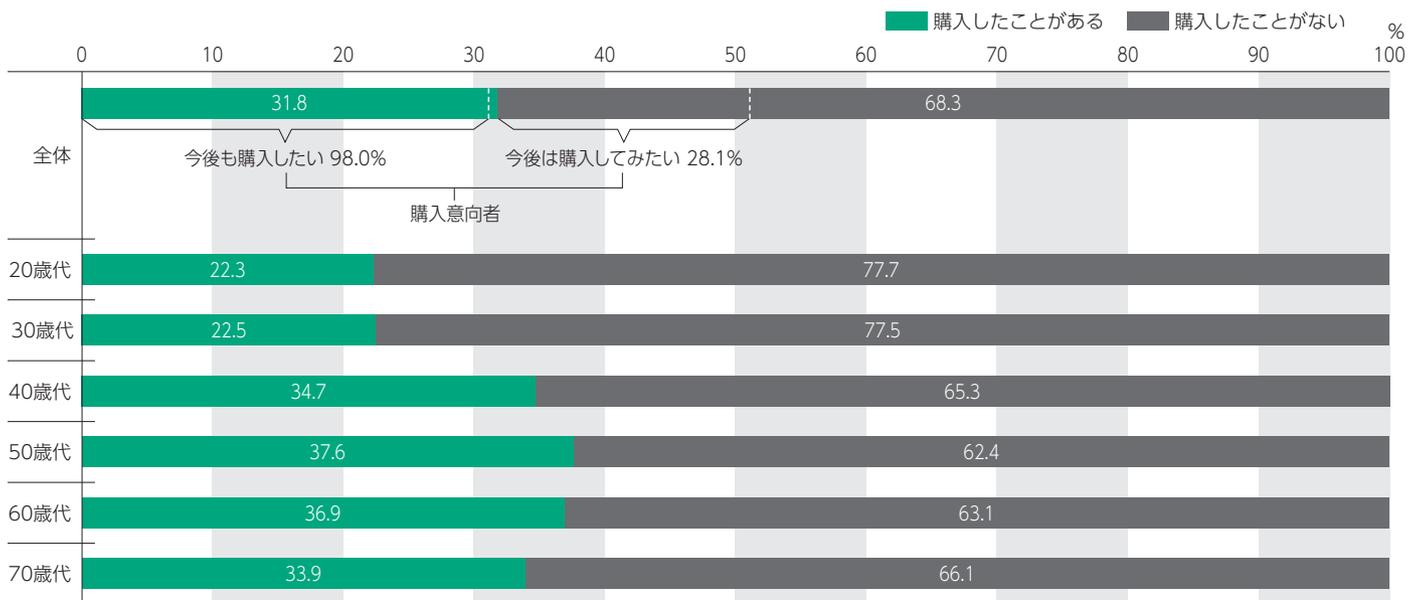
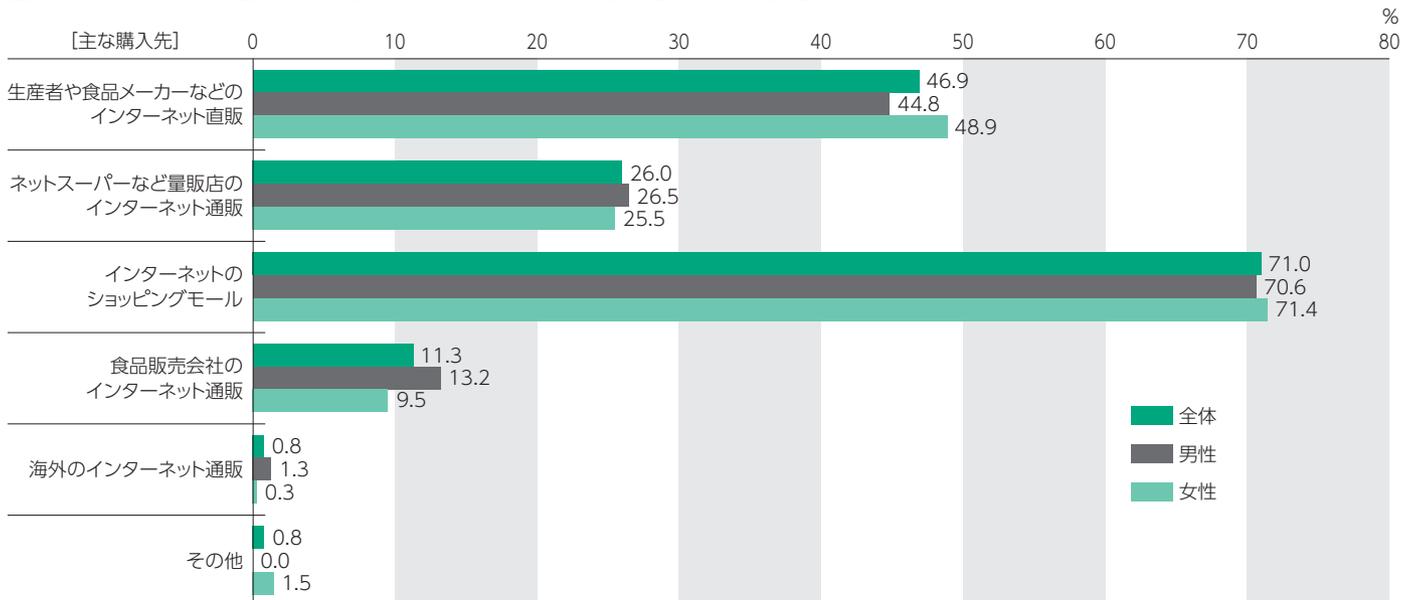


図6 インターネット通販による農林水産物などの主な購入先と情報入手先



8)。

さらに、購入意向者に「今後ネット通販で購入したい品目」について調査したところ、「米」「魚介類」などが高い割合となったほか、購入経験者の「購入したことがある品目」と比較して「牛肉」「豚肉」「鶏肉」「鶏卵」など畜産物の割合が高くなっています。

このため、今後に向けては、ネット通販においてこれら畜産物の購入が高まっていく可能性がうかがえます。

今回ご紹介した内容を含む本調査結果に関する公表資料は、当公庫ホームページに掲載しております。調査結果の詳細や関連図表などが確認いただけますので、ぜひ一度ご覧ください。(http://www.jfc.go.jp/n/findings/investigate.html#sec04)

(情報企画部 大竹 匡巳)

【調査概要】

- 調査対象 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 二〇一六年一月一日〜二七日
- 調査方法 インターネットによるアンケート

(注) 図については、四捨五入の関係上、合計が一致しない場合があります。

8)。

さらに、購入意向者に「今後ネット通販で購入したい品目」について調査したところ、「米」「魚介類」などが高い割合となったほか、購入経験者の「購入したことがある品目」と比較して「牛肉」「豚肉」「鶏肉」「鶏卵」など畜産物の割合が高くなっています。

このため、今後に向けては、ネット通販においてこれら畜産物の購入が高まっていく可能性がうかがえます。

今回ご紹介した内容を含む本調査結果に関する公表資料は、当公庫ホームページに掲載しております。調査結果の詳細や関連図表などが確認いただけますので、ぜひ一度ご覧ください。(http://www.jfc.go.jp/n/findings/investigate.html#sec04)

(情報企画部 大竹 匡巳)

図8 インターネット通販で購入したことがある品目と今後購入したい品目

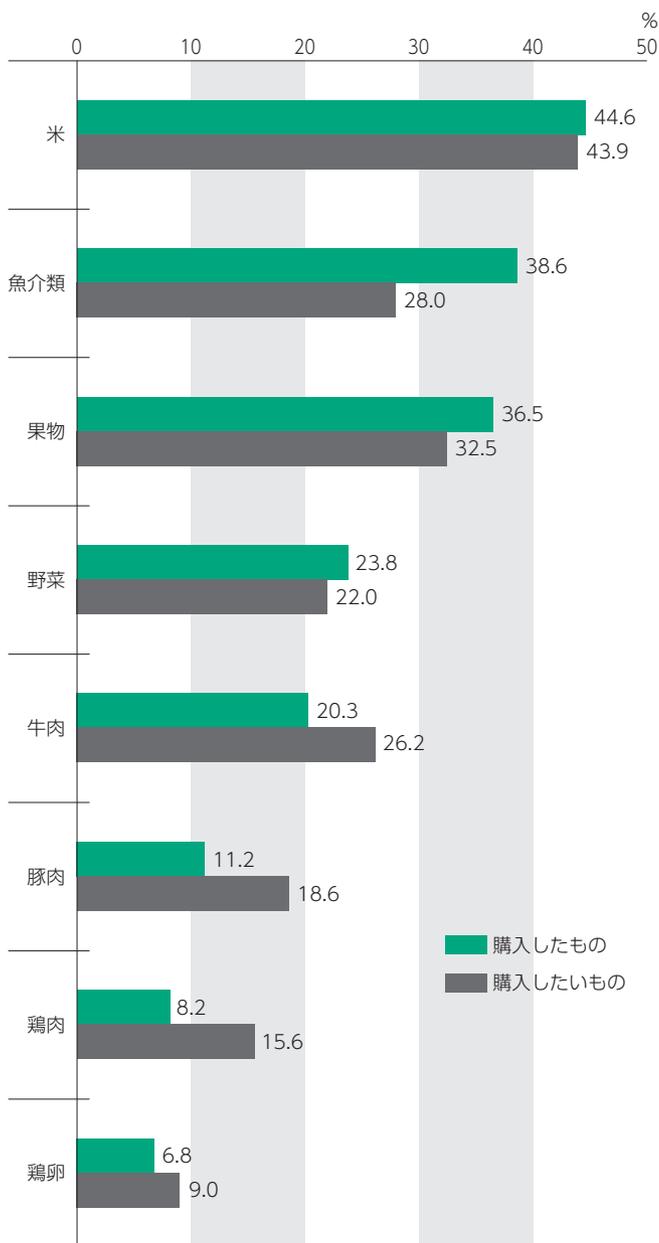


図7 情報を主にどこから入手しているか

