



Report on research

「簡便化」が「経済性」を 初めて上回る 食品の購入判断は 7割が価格に集中

—消費者動向調査(2020年1月調査)—

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なかで消費者の食料・農業に対する意識・意向はどうなっているのか。2020年1月に実施した消費者動向調査の結果について紹介する。

消費者の食や農業に関する意識・意向を把握するため、日本政策金融公庫では、毎年1月と7月の2回、消費者動向調査を実施しています。

2020年1月調査では、毎回実施している「食に関する志向」のほか、5年前に一度調査した「食品購入時の判断基準」について調査しました。

食に関する志向

簡便化志向が高まる

食の志向は、「健康志向」「簡便化志向」「経済性志向」が引き続き三大志向となりました(図1)。

「健康志向」は2半期連続で低下しています。2019年7月調査(以下、「前回調査」)からは2.8ポ

イント低下し41.0%となりました。

「簡便化志向」は3半期連続で上昇しており、前回調査からは3.5ポイント上昇の36.9%となりました。

「経済性志向」は4半期連続上昇していましたが、今回調査では低下に転じました。前回調査より2.5ポイント低下の35.6%となりました。

今回調査では、「簡便化志向」が「経済性志向」を上回ったのが大きな特徴の一つです。前回と比べ「経済性志向」が下方に転じたのに対し、「簡便化志向」が上昇し続けたからです。

二つの順位が変わったのは08年の調査開始以降、初めてのことです。

年代別に見ると、若年層は健康や簡便化より経済性を重視し、高齢層になるに従い、簡便化や経済性より健康を重視する傾向は、これまでと変わりませんでした(図2)。

ただ、どの年代層でもおおむね、「簡便化志向」が前回調査より増えており、とくに70歳代では「簡便化

志向」に加え「経済性志向」も増加し、高齢世代も簡便化や経済性に関心を持ちつつあることがわかりました。

家族構成別に見ると、「一人暮らし」では「簡便化志向」と「経済性志向」が、ともに50%以上と高い水準になりました(図3)。また、「夫婦のみ」では「健康志向」が高い水準になりました。

「祖父・親・子」で構成される三世代家族においては、回答者によって志向が異なりました。回答者が「祖父母」の場合は、回答者が「親」または「子」である場合に比べ「健康志向(52.4%)」が高くなりました。

同様に、回答者が「親」の場合は「安全志向(31.1%)」が、「子」の場合は「簡便化志向(47.8%)」「美食志向(30.4%)」が、他に比べてそれぞれ高くなりました。

国産食品と輸入食品

安全面の差が縮まる

国産食品と輸入食品に対するイメージを調査したところ、国産食品の「価格が高い」イメージは、

前回調査より2.4ポイント低下し62.1%となりました。これは2008年の調査開始以降で最も

I 食に関する志向

図1 食の志向の推移

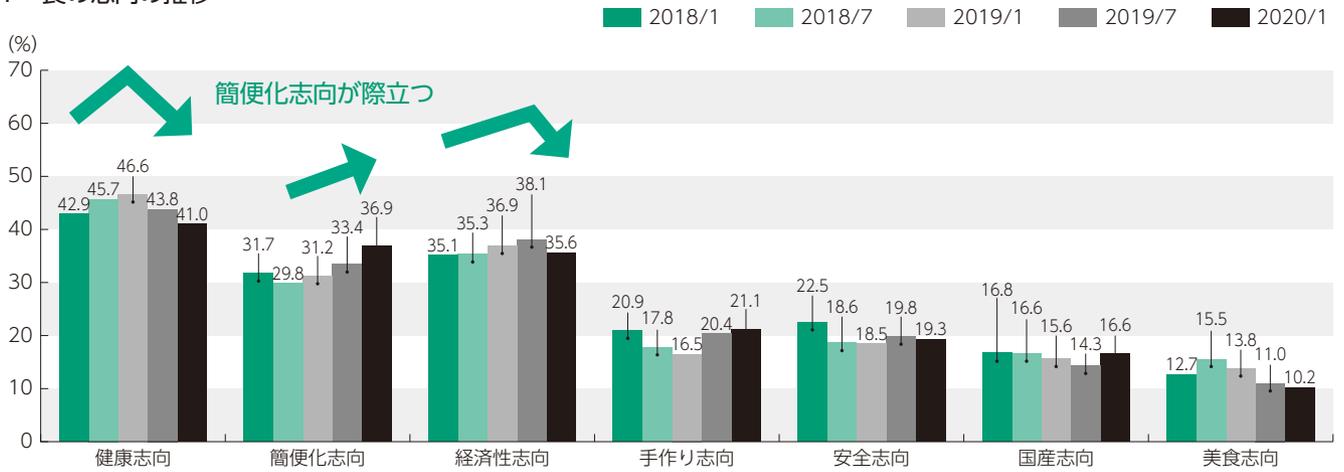


図2 年代別に見た食の志向

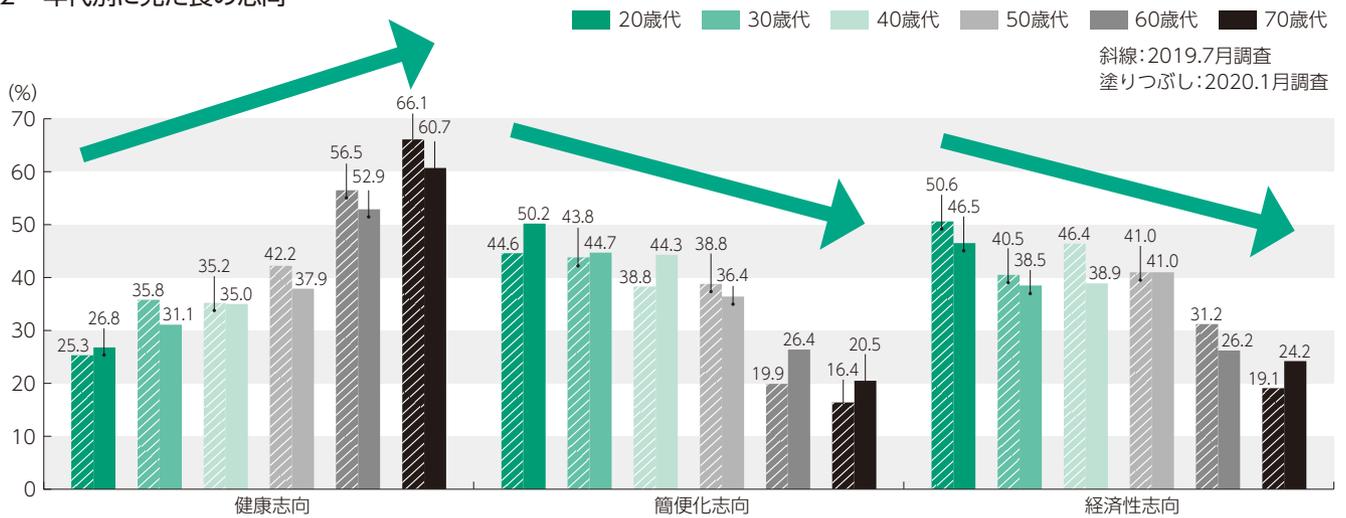
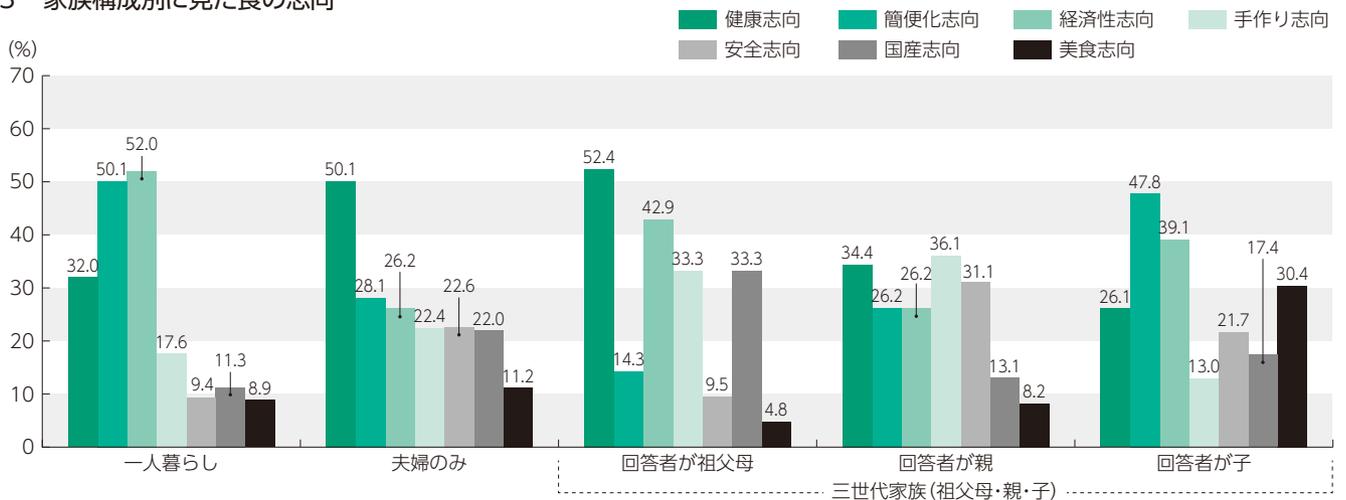


図3 家族構成別に見た食の志向



低い値です。国産食品の「価格が高い」イメージは、以前に比べて薄れてきているといえるでしょう。

「食の安全性」のイメージは、輸入食品の「安全面に問題がある」が2・3ポイント低下し33・0%となりました(図4)。「輸入食品の安全面に問題がある」とする回答は、9半期、連続して低下しており、今回の値は08年の調査開始以降で最も低いものです。輸入食品の安全性に関するマイナスイメージは緩和傾向にあります。

他方、国産食品では「安全である」イメージが減少し、「どちらともいえない」が上昇しています。これらのことから国産食品と輸入食品との安全面に関するイメージの差が小さくなっていることがうかがえます。

輸入品購入への抵抗感

輸入食品を購入することに抵抗感があるかを調査したところ、「食品によっては抵抗感がある(67・2%)」が一番高く、次いで「抵抗感はない」が21・5%、「抵抗感がある」が11・3%の順になりました。また、年代が低くなるほど「抵抗感はない」の割合が高くなりました。

さらに、「抵抗感はない」「食品によっては抵抗感がある」と回答し

た人に、とくに抵抗感なく購入する食品を聞いたところ、「牛肉(40・8%)」が最も高い回答となり、次

全品目とも「価値」重視

食品購入時の判断基準

食の志向の変化にともない、食品購入時に消費者が重視するポイントには変化があるのでしょうか。食品購入時の判断基準について5年前の2015年と同じテーマで調査を実施しました。

食品の主な購入場所について調査したところ、すべての品目において「食品スーパー」とする回答が最も多くなりました。

品目で比較すると、米は「通販・宅配」と「生産者からの購入」が他の品目より高くなりました。他の品目に比べ生産者の顔が見える購入方法が選ばれていることがうかがえます。

また、野菜と果物は「直売所」、牛乳・乳製品と卵は「ドラッグストア」の割合が他の品目より高くなりました。

食品購入時に何を基準にするかという判断基準を聞いたところ、

いで「菓子(39・2%)」、「乳製品(37・8%)」、「豚肉(33・0%)」、「酒類(33・0%)」と続きました(図5)。

全品目で「価格」が最も高くなりました(表)。

2015年1月の調査(以下、「15年調査」と比較すると、多くの品目で「価格」の割合が上昇しています。

一方、その他の「鮮度」「国産」「内産地(〇〇県産など)」「味」「安全性」などの判断基準は低下しています。とくに、「国産」「安全性」は4品目で、「味」は3品目で前回調査から10ポイント以上も低下しています。

また、「味」については、すべての品目で15年調査より低下しています。

判断基準は「価格」に集中し、「価格」以外への関心は薄れる傾向にあるといえます。

品目別に見ると、米は、「価格(66・9%)」に次いで「国内産地(56・3%)」、「銘柄(44・3%)」の順

になっており、米の購入時には産地や銘柄など、いわゆるブランドも重視されていることがうかがえます。

年代別に米を購入する際の判断基準を見ると、「価格」は若い世代ほど割合が高く、「銘柄」および「国内産地」は高齢世代ほど割合が高くなりました。

とくに「国内産地」および「銘柄」は年代による差が顕著であり、20歳代は70歳代の約半分の割合になりました。

また、果物は「国産」よりも「味」が上位となっています。産地情報よりも、糖度などの「味」の情報が購入の判断に影響を与えています。とがうかがえる結果となりました。

本調査の詳しい内容はホームページで公開しています(<http://www.jfc.go.jp/n/findings/investigate.html#sec04>)。

(情報企画部 工藤真依)

【調査概要】

- 調査対象 全国20歳代～70歳代の男女2000人(男女各1000人)
- 実施時期 2020年1月
- 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。

Ⅱ 国産食品と輸入食品

図4 食の安全性のイメージ

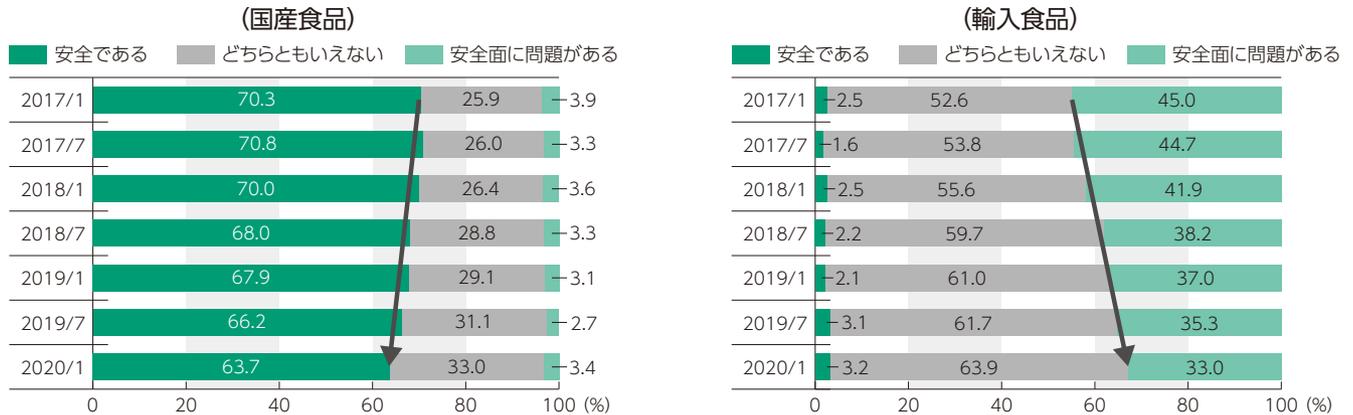
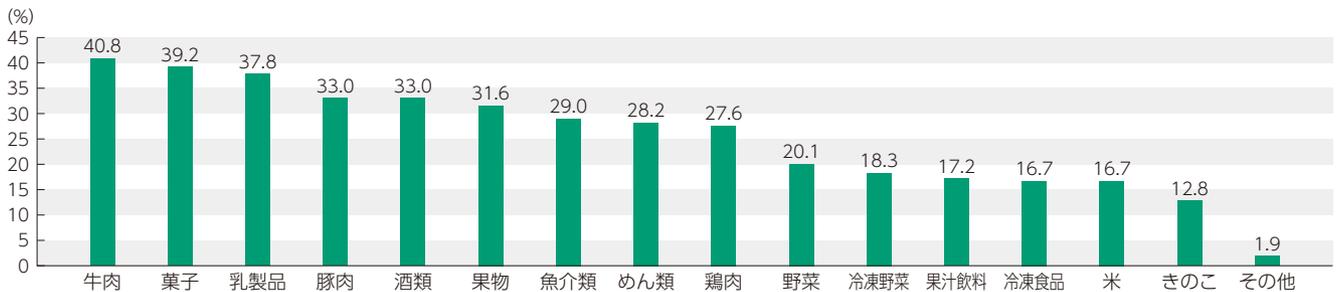


図5 購入に抵抗がない輸入食品(あてはまるものすべて回答)



Ⅲ 食品購入時の判断基準

表 食品の購入時の判断基準(3つまで回答)

食品	年	判断基準 (%)				
		1位	2位	3位	4位	5位
米	2015年	価格 55.4	国内産地 50.1	銘柄 49.1	味 38.8	安全性 31.3
	2020年	価格 66.9	国内産地 56.3	銘柄 44.3	味 31.8	安全性 20.9
野菜	2015年	鮮度 70.9	価格 67.5	国産 47.0	国内産地 34.7	安全性 28.6
	2020年	価格 70.3	鮮度 70.2	国産 37.1	国内産地 23.9	安全性 15.1
果物	2015年	価格 70.0	鮮度 65.3	味 39.9	国産 32.9	国内産地 28.9
	2020年	価格 72.0	鮮度 67.4	味 29.3	国産 23.3	安全性/国内産地 17.4
牛肉	2015年	価格 71.6	鮮度 48.2	国産 42.6	安全性 33.3	味 31.8
	2020年	価格 74.5	鮮度 45.3	国産 29.8	安全性 24.6	味 21.2
豚肉	2015年	価格 73.3	鮮度 52.1	国産 46.1	安全性 32.8	味 30.0
	2020年	価格 74.0	鮮度 49.6	国産 32.9	安全性 23.5	味 20.2
鶏肉	2015年	価格 71.8	鮮度 53.7	国産 48.2	安全性 32.0	味 28.0
	2020年	価格 73.8	鮮度 50.7	国産 35.9	安全性 23.6	味 20.0
卵	2015年	価格 72.5	鮮度 61.9	国内産地 40.5	安全性 29.1	味 18.4
	2020年	価格 75.6	鮮度 58.8	国内産地 41.2	安全性 20.0	味 13.8
牛乳乳製品	2015年	価格 71.5	鮮度 51.3	国産 39.1	味 30.5	安全性 29.8
	2020年	価格 72.6	鮮度 47.3	国産 32.6	味 22.6	安全性 16.6
魚介類	2015年	鮮度 71.2	価格 70.4	国産 33.5	味 32.3	安全性 29.7
	2020年	価格 72.6	鮮度 68.8	国産 23.4	安全性 20.6	味 18.7
惣菜	2015年	価格 73.4	味 56.8	鮮度 38.2	見た目 34.2	安全性 29.0
	2020年	価格 73.2	味 47.7	鮮度 36.4	見た目 26.9	安全性 17.8
弁当類	2015年	価格 75.1	味 58.9	見た目 41.7	鮮度 33.0	安全性 26.3
	2020年	価格 74.3	味 51.4	見た目 30.9	鮮度 26.4	安全性 17.5