



コロナ下で 調理時間増える 食の志向は 経済性志向が上昇

—消費者動向調査(2020年7月調査)—

コロナ下の消費行動

ネット利用「悪くない」

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

今回調査では、「食に関する志向」のほか、コロナ下の消費者の行動変化を探るため、食品購入方法や調理の変化について調査しました。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大を受けて、消費者の25.8%が「食品の購入方法に変化が生じ

新型コロナウイルスの感染拡大の下、消費者の食の志向の変化とともに、食品購入方法や自宅での調理時間・回数の変化について調査しました。

自宅での調理が増える

また、新しい購入スタイルといえる「インターネット購入」や「テイクアウト」での購入利用が増加したと回答した人に、購入方法の印象を聞いたところ、いずれも6〜7割の人が「悪くない」と回答しました。またインターネット購入が増加した人のうち52.0%が「今後も積極的に利用したい」と回答しました。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響による自宅での調理時間・回数の変化を聞いたところ、全体では32.9%が「調理する時間や回数が増えた」と回答しました(図2)。なかでも、40歳代女性では「増えた」が53.9%と、半数以上が「増えた」と回答しました。

自宅での調理時間や回数が「増えた」と回答した人を対象に、調理時に配慮する事項を聞いたところ、7割以上が「健康」(77.0%)と「食費の節約」(71.8%)に配慮して調理するようになったと回答しました(図3)。

「食材によりこだわって調理をするようになった」との回答は、全体では47.0%と過半を下回りますが、女性を年代別に見ると、年代が高くなるほど多くなる傾向とな

りました。

新メニューに挑戦

「健康に配慮して調理をするようになった」と回答した人に、具体的な行動変化を聞いたところ、女性は男性に比べて「保存食品購入」(女性44.3%、男性25.7%)、「新メニューも料理」(女性33.3%、男性21.2%)が大きく上回りました。

さらに女性の行動変化を年代別に見ると、30歳代〜50歳代では「保存食品購入」、20歳代と70歳代で「鮮素材購入」、70歳代では「新メニューも料理」が高くなりました。

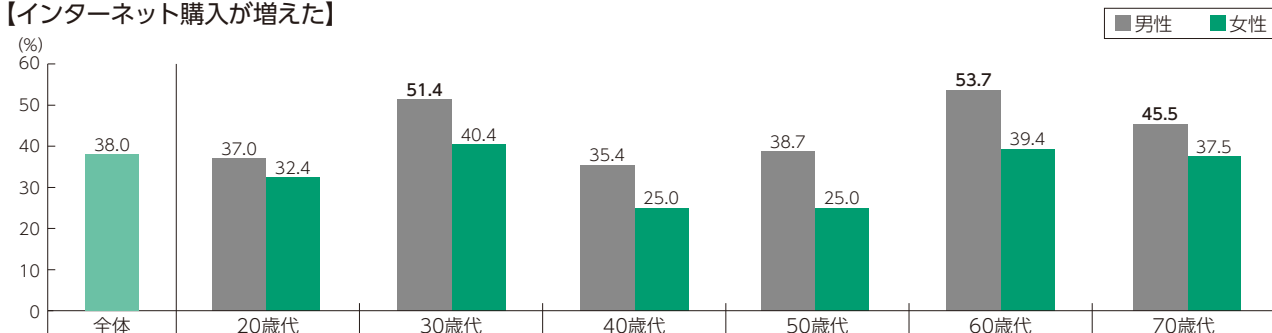
「食費の節約に配慮して調理をするようになった」と回答した人に、具体的な行動変化を聞いたところ、女性を年代別にみると、30歳代〜70歳代で「保存食品購入」が最も高くなりましたが、2番目に高い項目は、30歳代〜50歳代では「大容量でまとめ購入」、60歳代〜70歳代では「新メニューも調理」となりました。20歳代は「大容量でまとめ購入」が最も高くなりました。

「調理する時間や回数が増えた」と回答した人に今後の見通しについて聞いたところ、「このまま続くだろうと思う」が6割を超え、「元に戻る」は約2割となりました。

コロナ下の消費行動

図1 農林水産物・食品のインターネット購入について

【インターネット購入が増えた】



【インターネット購入の印象】

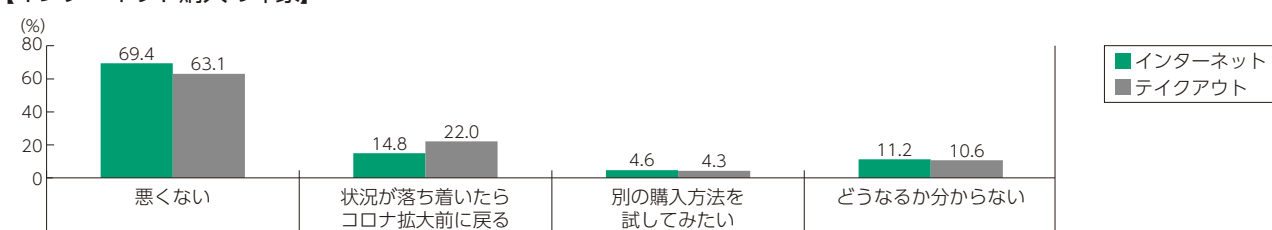


図2 自宅での調理時間や回数の変化

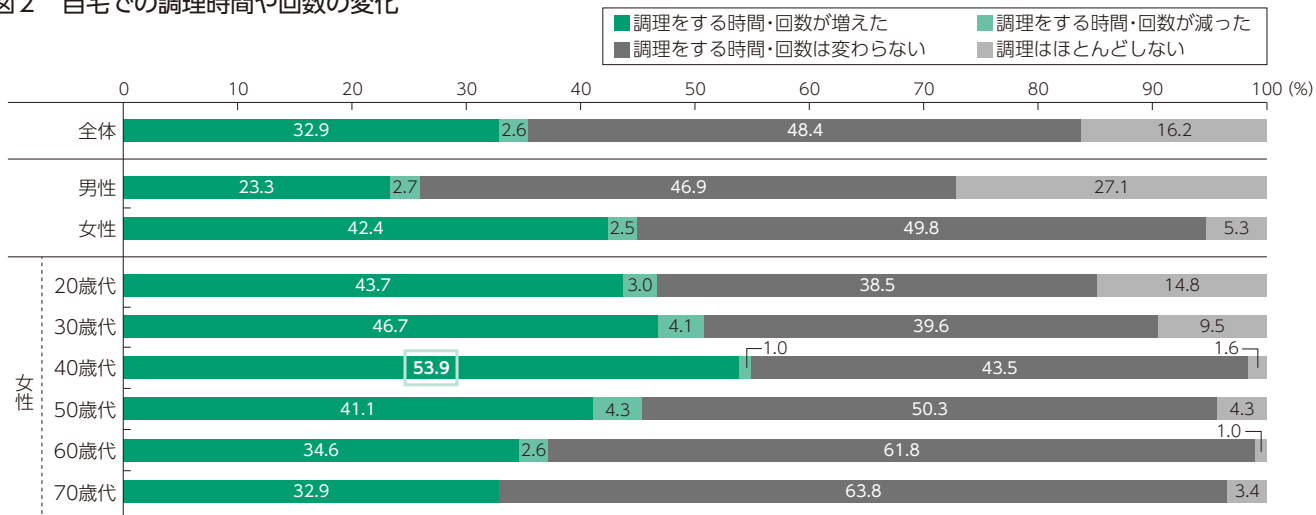


図3-1 調理時間・回数が増えた者が調理時に配慮する事項

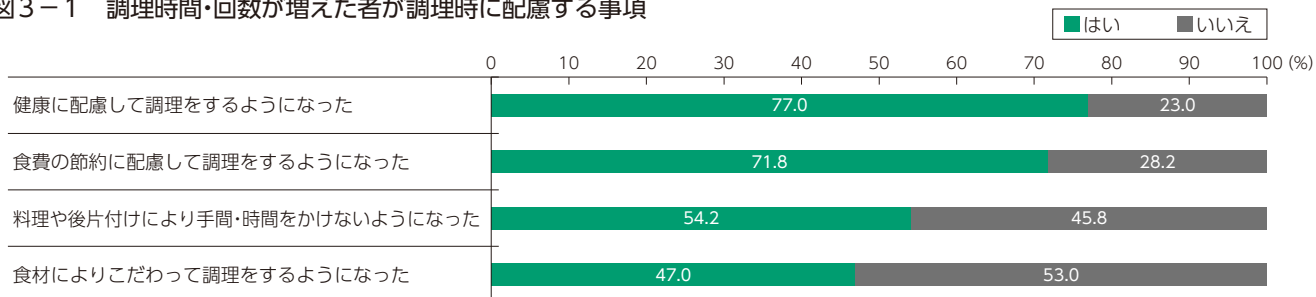
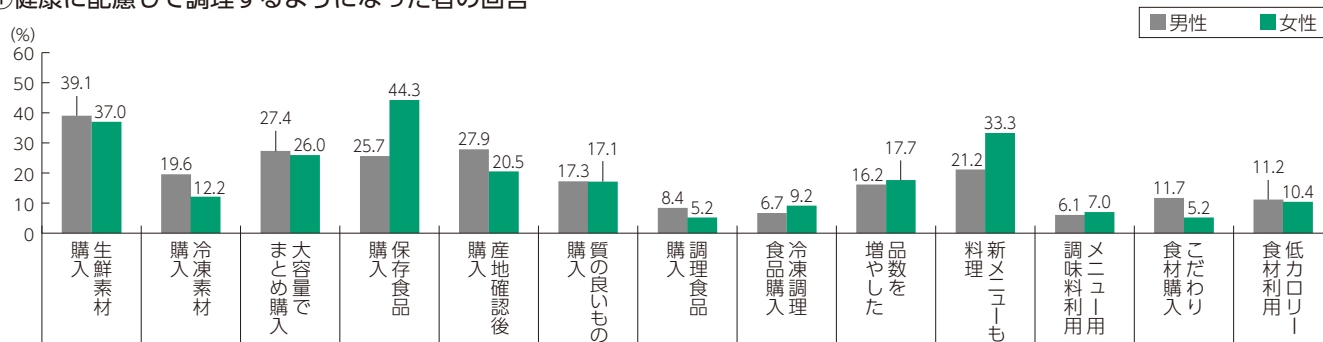
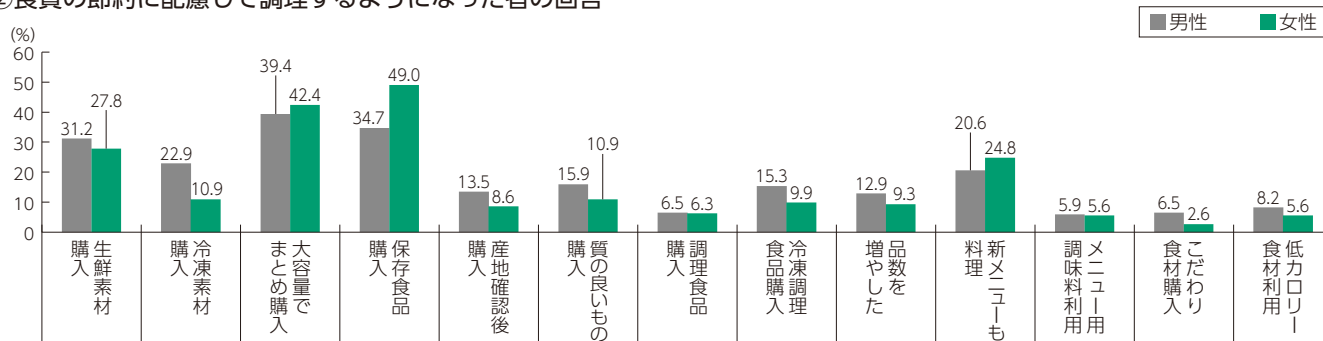


図3-2 調理時の具体的な行動の変化

①健康に配慮して調理するようになった者の回答



②食費の節約に配慮して調理するようになった者の回答



経済性志向が上昇

食に関する志向

現在の食の志向は、前回調査に引き続き「健康志向」「経済性志向」「簡便化志向」が3大志向となりました(図4)。

今回の調査では「経済性志向」が上昇し、(37.7%、前回比2.1ポイント)70歳代を除く全世代で上昇が見られました。「健康志向」(39.7%、前回比▲1.3ポイント)の低下傾向が続き、上昇傾向だった「簡便化志向」(33.6%、前回比▲3.3ポイント)は低下しました(図5)。

国産選ぶは過半を維持

国産食品に対するイメージについて、価格が「高い」「安全である」という割合は低下傾向にありましたが、今回調査では上昇しました(図6)。

一方、輸入食品の価格が「安い」「安全面に問題がある」という割合は低下傾向にありましたが、今回調査では上昇に転じました。

また、「食料品を購入するとき」に国産品かどうかを気にかける(74.0%)は、横ばいで推移。年代

別に見ると、年代が高くなるほど国産品かどうかを「気にかける」割合が高くなっています。

輸入食品と比べ、どのくらいの価格差なら国産食品を選ぶか、いわゆる価格許容度を調査したところ、「割高でも国産品を選ぶ」は、59.0%と過半を維持し、横ばいで推移しました。

一方、「国産品へのこだわりがない」とする割合は15.6%となり、これまでの上昇傾向から低下に転じました。

結果の詳細は日本公庫ホームページで掲載しています。「日本公庫消費者動向調査」で検索してください。

(情報企画部 工藤真依)

【調査概要】

● 調査対象
全国の20歳代~70歳代の男女2000人(男女各1000人)

● 調査時期
2020年7月1日

● 調査方法

インターネットによるアンケート

注1:本文中の▲は、マイナスを示します。

注2:図は四捨五入の関係上、合計が100%にならない場合があります。

食に関する志向

図4 現在の食の志向(上位)の推移／2つまで回答

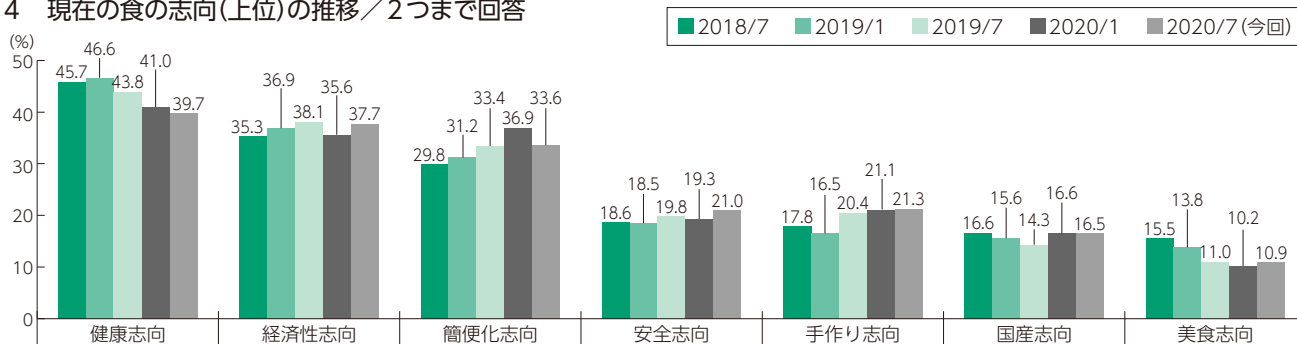


図5 年代別の食の志向(上位)

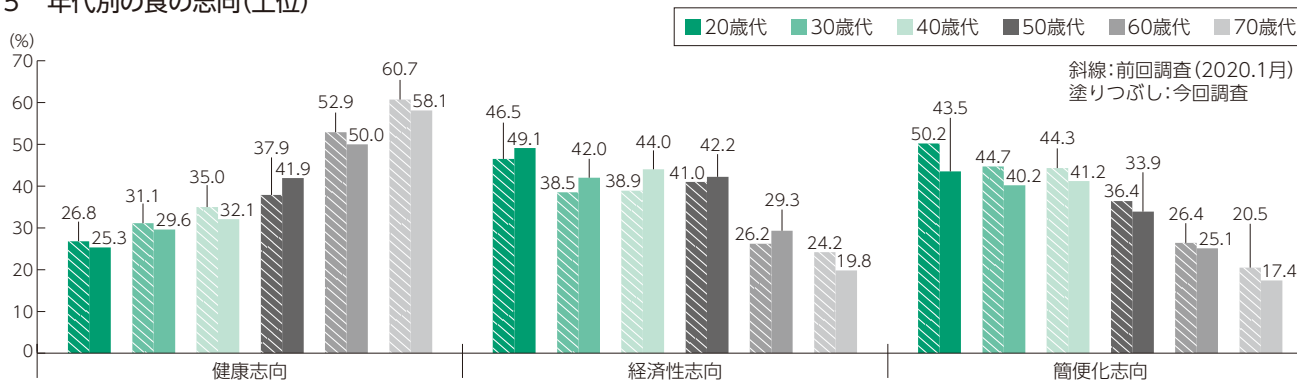


図6 国産食品、輸入食品に対するイメージ

