

消費者動向調査（令和3年7月調査）

食の志向等に関する調査結果

- 1 食に関する志向
- 2 国産品かどうかを気にかけるか
- 3 国産食品の輸入食品に対する価格許容度
- 4 食品ロス削減への取組みについて
- 5 特別な方法で栽培された農産物について

調査要領

調査時期 令和3年7月
調査方法 インターネット調査
全国の20歳代～70歳代の男女2,000人（男女各1,000人）
※インターネット調査であるため、回答者はインターネット利用者に限られる。

<調査に関するお問い合わせ>

日本政策金融公庫 農林水産事業
情報企画部 TEL 03-3270-5585

詳しい調査結果は、当公庫ホームページ (<http://www.jfc.go.jp/>)に掲載しています。
トップページから「刊行物・各種調査結果」→「農林水産事業 調査結果」→「消費者動向等調査」の順をご覧ください。

注：図表において、四捨五入の関係上、合計が一致しない場合があります。

令和3年10月



日本政策金融公庫
農林水産事業

1 食に関する志向

「健康志向」が2半期連続で上昇

図1 現在の食の志向(上位)の推移(上位2つ回答)

- ・食に関する志向は、「健康志向」が最も高く、次いで「経済性志向」、「簡便化志向」の順となった。
- ・3大志向の動きは、「健康志向」(45.4%、前回比+4.0ポイント)は上昇。「経済性志向」(36.1%、前回比+0.6ポイント)は横ばいで推移し、「簡便化志向」(35.0%、前回比▲2.3ポイント)は低下の動きとなった。

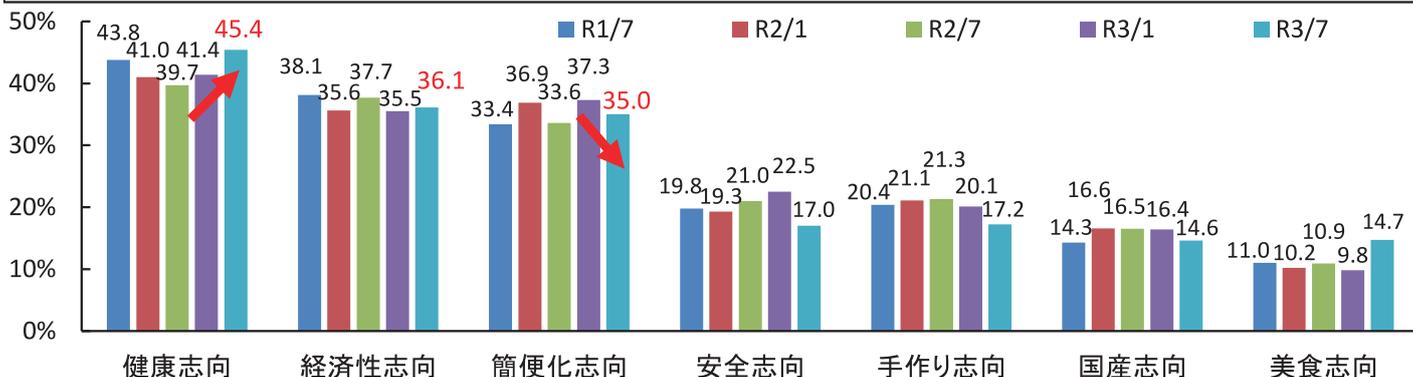


図2 食に関する志向(3大志向、平成20年1月調査からの推移)

- ・前回調査(令和3年1月)において低下傾向から上昇に転じた「健康志向」は、今回の調査で45.4%(前回比+4.0ポイント)となり、2半期連続で上昇した。

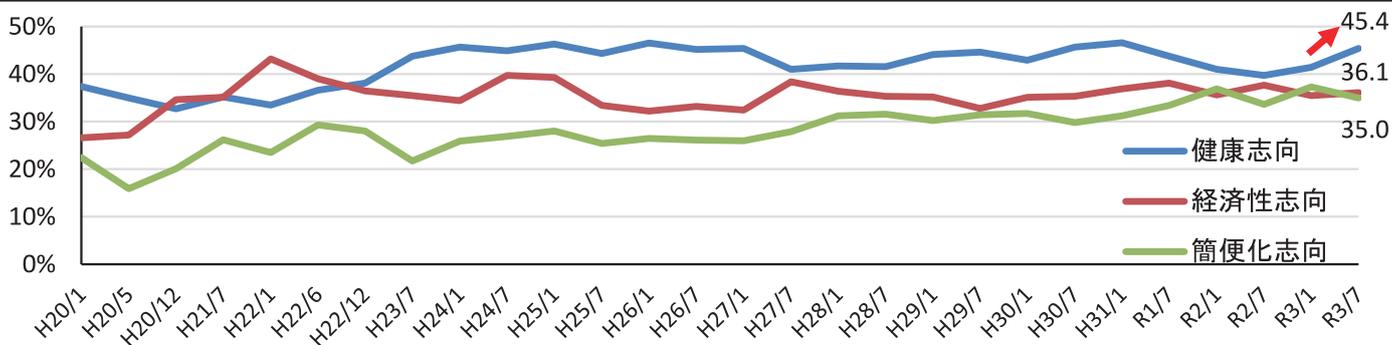


図3 家族構成別 現在の食の志向(上位)(上位2つ回答)

- ・家族構成別にみると、“1人暮らし”世帯では「簡便化志向」(45.1%)が最も高く、次いで「経済性志向」(42.8%)、「健康志向」(40.3%)となった。
- ・「健康志向」は“夫婦のみ”(53.1%)、“親+本人”(48.6%)の世帯で、他の志向より特に高い割合となった。

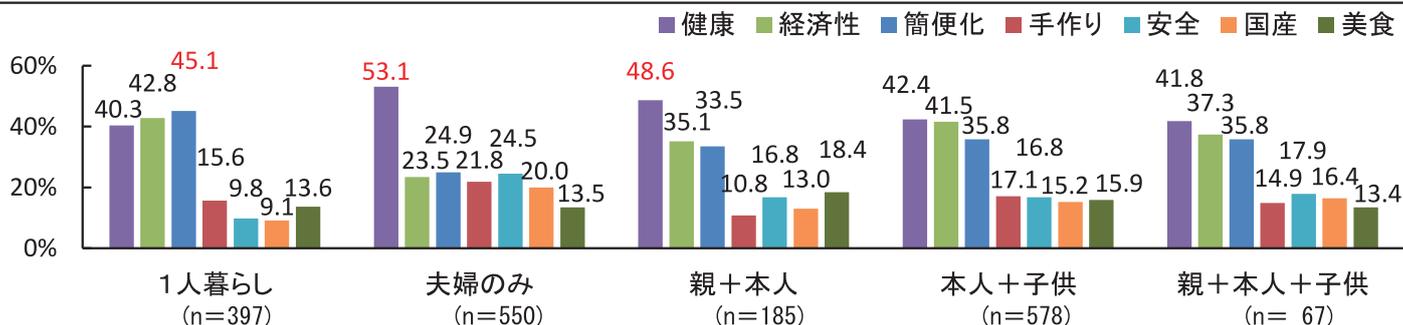
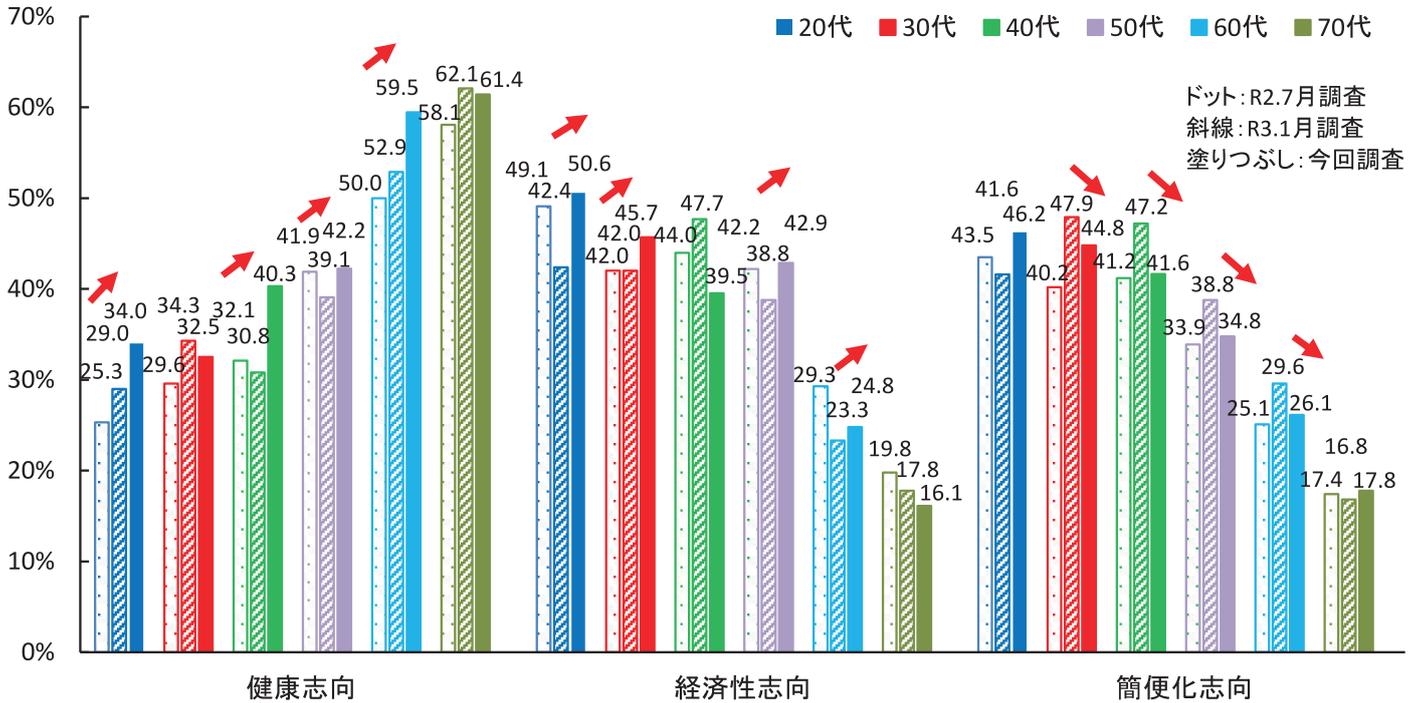


図4 年代別 現在の食の志向(上位)(上位2つ回答)

- ・「健康志向」は20代、40～60代で上昇した。また、「経済性志向」は20～30代、50～60代で上昇した。
- ・「簡便化志向」は30～60代で低下した。



2 国産品かどうかを気にかけるか

図5 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(継年データ、年代別)

- ・食料品を購入するときに国産品かどうかを「気にかける」(68.3%、前回比▲5.8ポイント)が低下し、「気にかけない」(28.0%、前回比+6.4ポイント)は上昇した。
- ・年代別では特に、20代で「気にかけない」が46.8%(前回比+15.2ポイント)となり、大幅に上昇した。

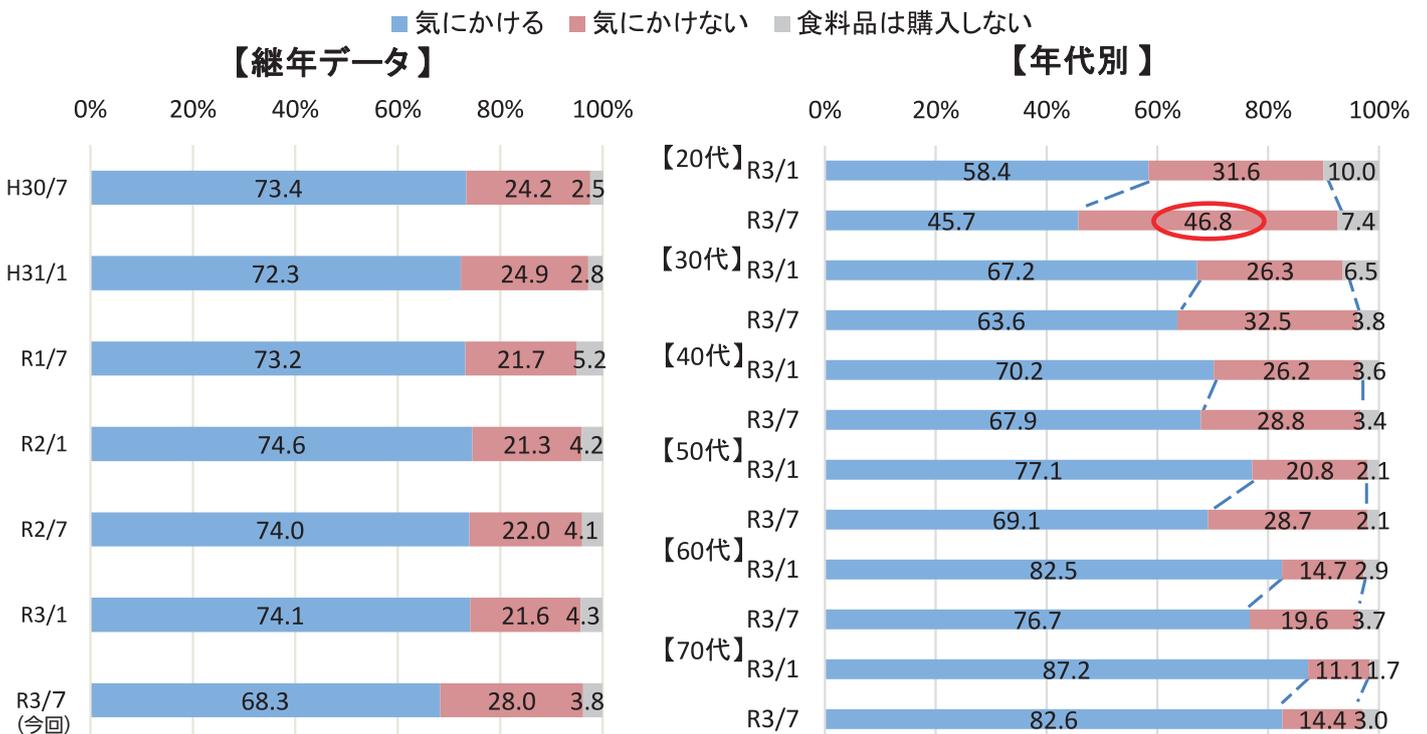
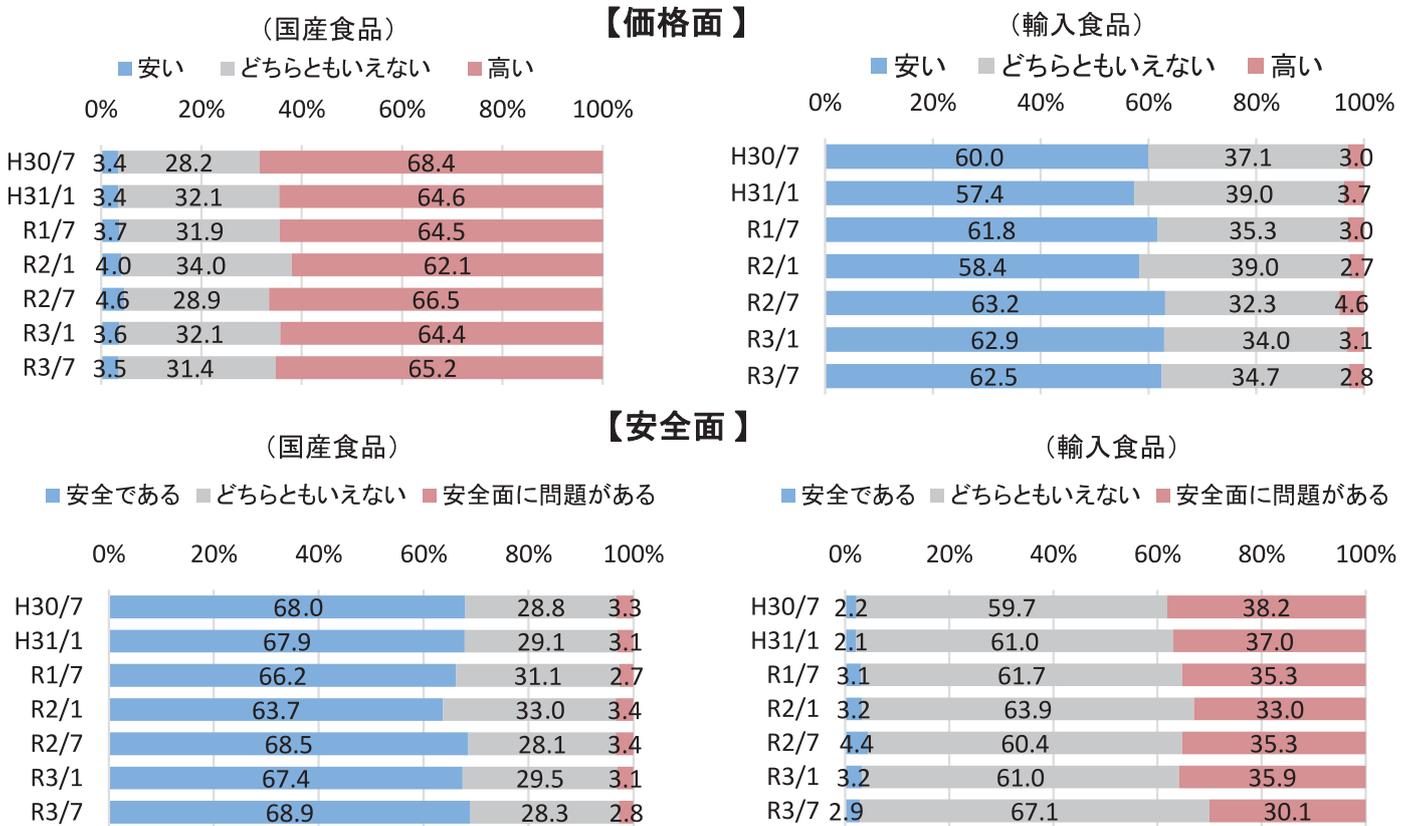


図6 国産食品、輸入食品に対するイメージ(価格、安全)

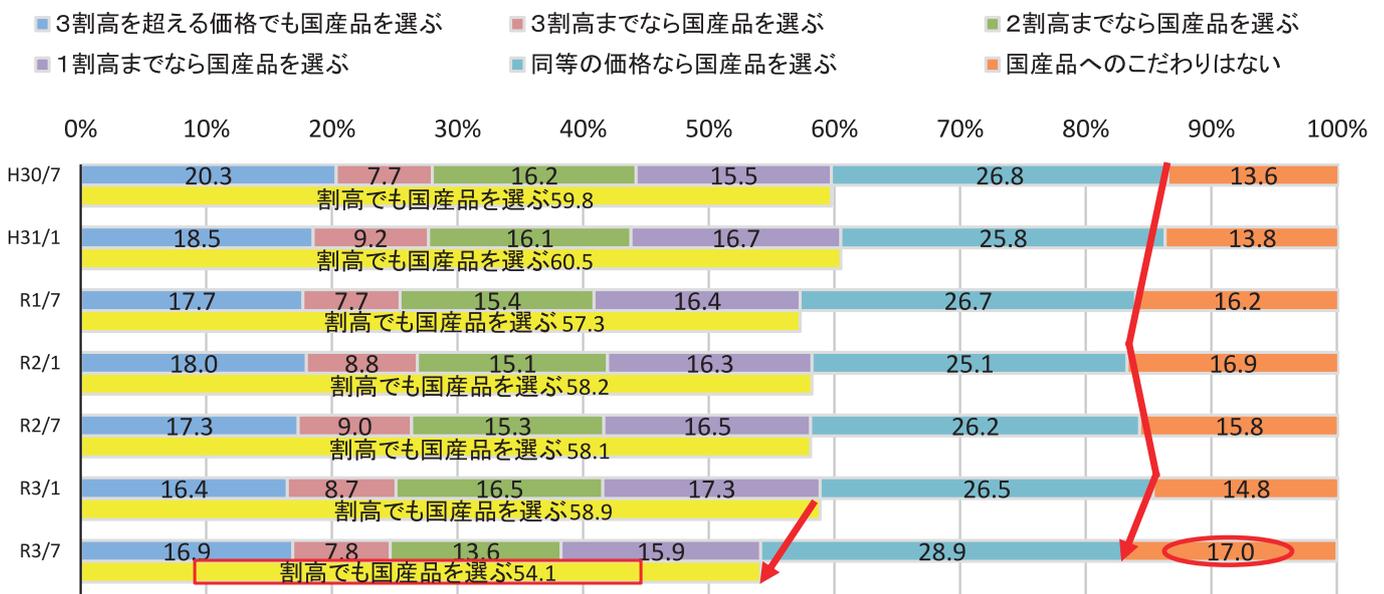
- ・国産食品に対するイメージについて、価格が「高い」および「安全である」の割合に大きな動きはない。
- ・輸入食品に対する価格のイメージは「安い」の割合が横ばいで推移。安全面のイメージは「安全面に問題がある」(30.1%、前回比▲5.8ポイント)が低下し、「どちらともいえない」(67.1%、前回比+6.1ポイント)は上昇した。



3 国産食品の輸入食品に対する価格許容度

図7 国産食品の輸入食品に対する価格許容度の推移

- ・割高でも国産品を選ぶとする割合は、54.1%と過半を維持するも、前回比▲4.8ポイント低下。
- ・一方、「国産品へのこだわりはない」(17.0%、前回比+2.2ポイント)は上昇。



4 食品ロス削減への取組みについて

図8 食品ロス削減の取組状況

・食品ロス削減の取組状況については「食品ロス削減に取り組んでいる」(58.8%)が前回調査(平成31年1月)と比較して9.0ポイント上昇した。「取組みがあることは知っているが取り組んでいない」は35.6%(前回比▲1.8ポイント)、「取組みがあることを知らなかった」は5.7%(同▲7.2ポイント)となった。

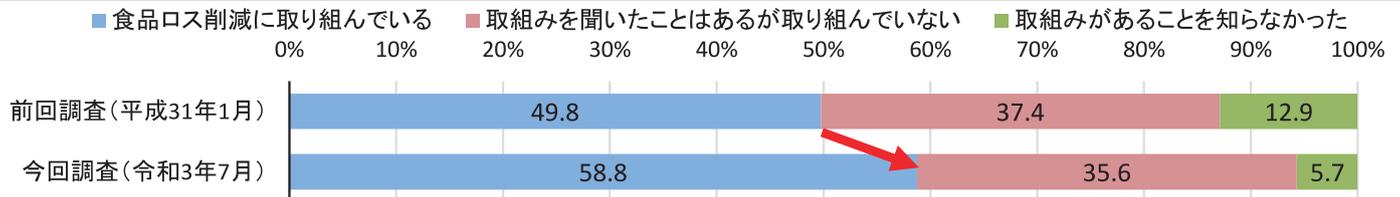


図9 食品ロス削減に取り組む理由

・食品ロス削減に取り組む理由は、「食費が節約できるから」(37.7%)が最も高く、次いで「食品を捨てることが自身の良心に反する」(34.6%)、「環境への配慮」(18.7%)の順となった。
 ・年代別では、20~50代は「食費が節約できる」、60、70代は「食品を捨てることが自身の良心に反するから」が最も多くなった。「環境への配慮」と回答したのは、全世代の中で20代が最も割合が高くなった。

【「食品ロス削減に取り組んでいる」と回答した人(1つ回答)】

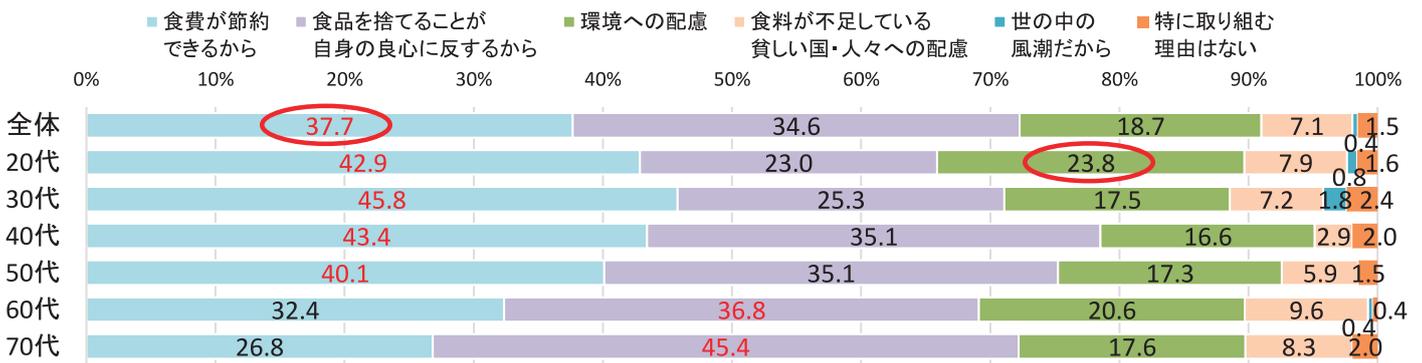
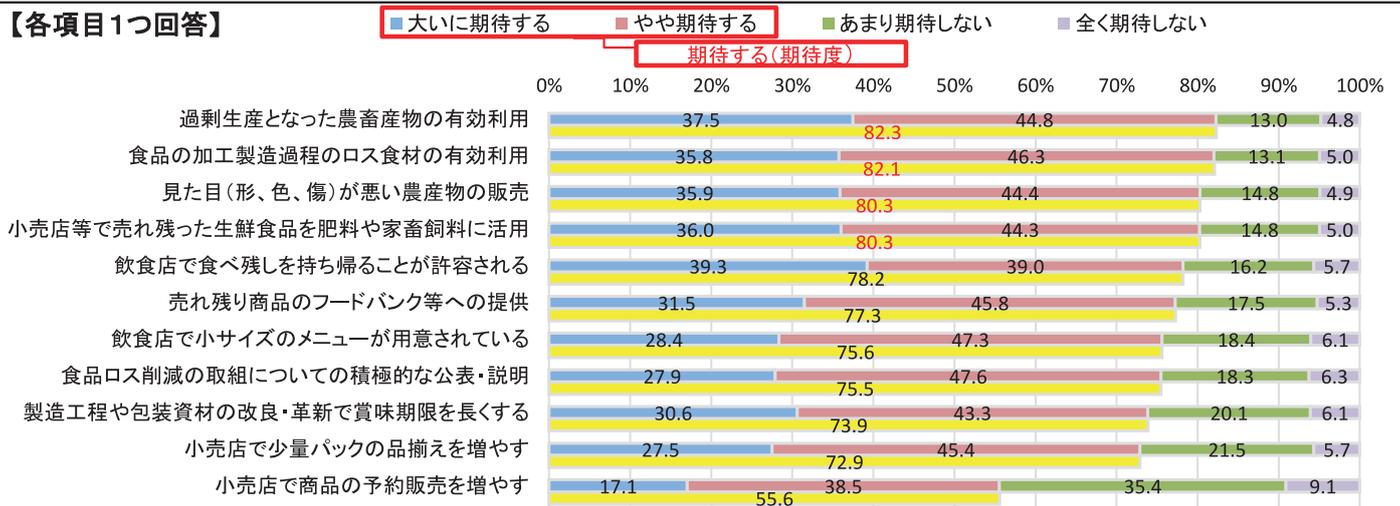


図10 生産者や食品製造・販売企業の食品ロス削減への取組として期待すること

・生産者や食品製造・販売企業が行う食品ロス削減に向けた各種取組みに対する期待度(「大いに期待する」「やや期待する」を合わせた割合)は、「過剰生産となった農畜産物の有効利用」(82.3%)が最も高く、次いで「食品の加工製造過程のロス食材の有効利用」(82.1%)、「見た目(形、色、傷)が悪い農産物の販売」、「小売店等で売れ残った生鮮食品を肥料や家畜飼料に活用」(80.3%)となった。

【各項目1つ回答】



5 特別な方法で栽培された農産物※について

※本調査の「特別な方法で栽培された農産物」(以下「有機・特別栽培の農産物」という。)とは、有機農産物や農薬、薬品、化学肥料等の使用を抑えて栽培された農産物のことを指します。

図11 有機・特別栽培の農産物の購入頻度

・有機・特別栽培の農産物の購入頻度は、「日常的に購入している」(3.8%)、「時々購入している」(26.4%)を合わせた約3割(30.2%)が“購入している”とする回答となった。その他の回答は、「あまり購入したことがないが、購入に関心がある」(46.5%)、「あまり購入したことはなく、今後も購入する気持ちはない」(23.4%)となった。

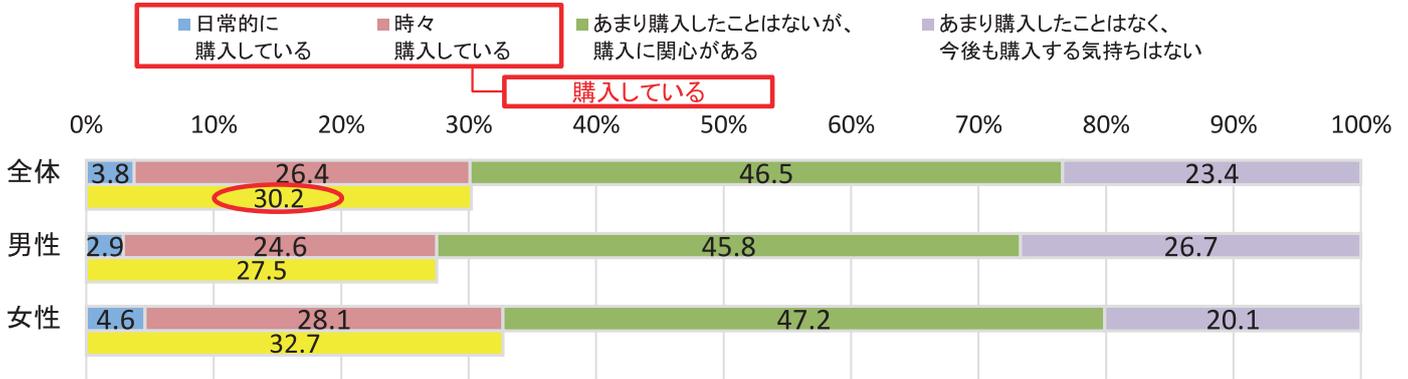


図12 有機JASマークの理解度

・有機JASを満たす農産物に付される有機JASマークについて、「マークを見たことがあるが意味は知らなかった」(38.4%)、「全く知らない」(33.5%)、「マークのないものについても有機食品だと思っていた」(9.7%)を合わせた“有機JASマークの理解が不十分”と思われる方の割合は81.5%。「意味を含めて知っていた」は18.5%にとどまった。

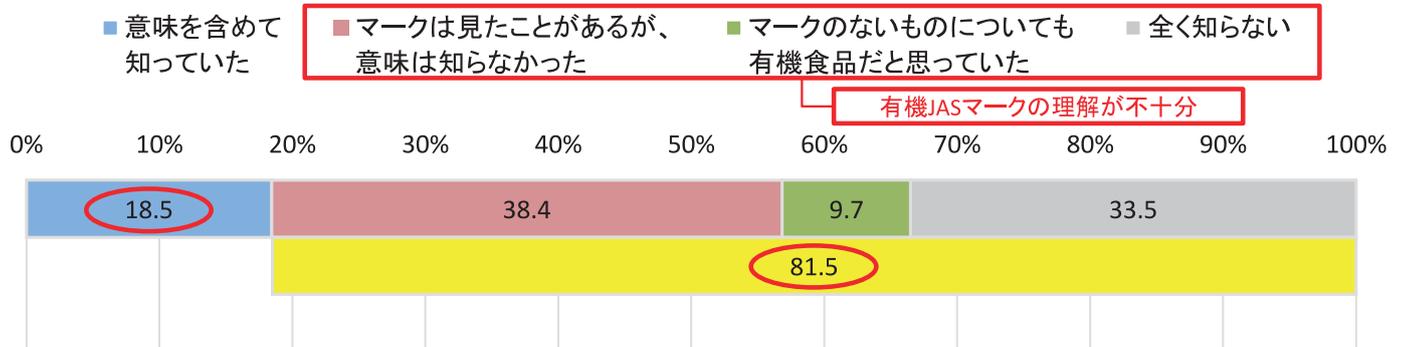


図13 有機・特別栽培の農産物を購入する際の選ぶ基準

・有機・特別栽培の農産物を購入する際の選ぶ基準は、「減農薬または無農薬で栽培された農産物であること」(68.1%)の割合が最も高く、次いで「有機農産物であること」(47.7%)、「減化学合成肥料または無化学合成肥料で栽培された農産物であること」(21.3%)の順となった。

【「日常的に購入している」「時々購入している」と回答した方(1つ回答)】

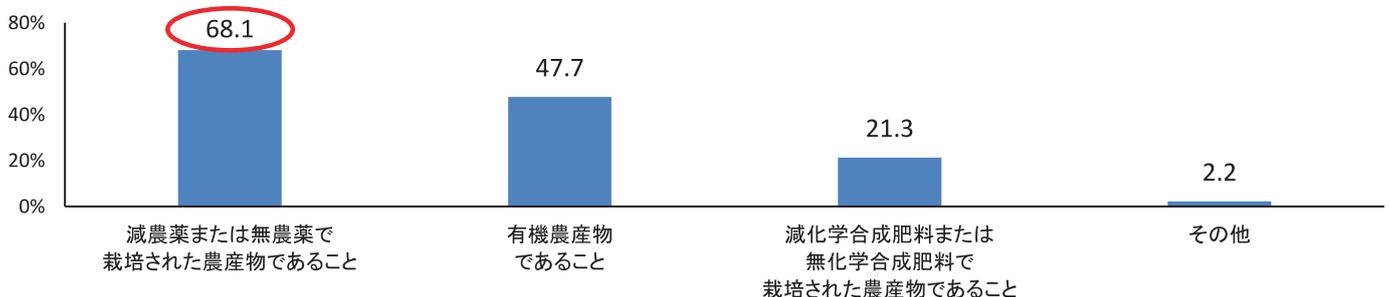


図14 有機・特別栽培の農産物の中で最も購入する品目

・有機・特別栽培の農産物の中で最も購入する品目は、「葉菜類」(37.2%)が最も高く、次いで「米」(17.6%)、「根菜類」(13.1%)となった。

【「日常的に購入している」「時々購入している」と回答した方(1つ回答)】

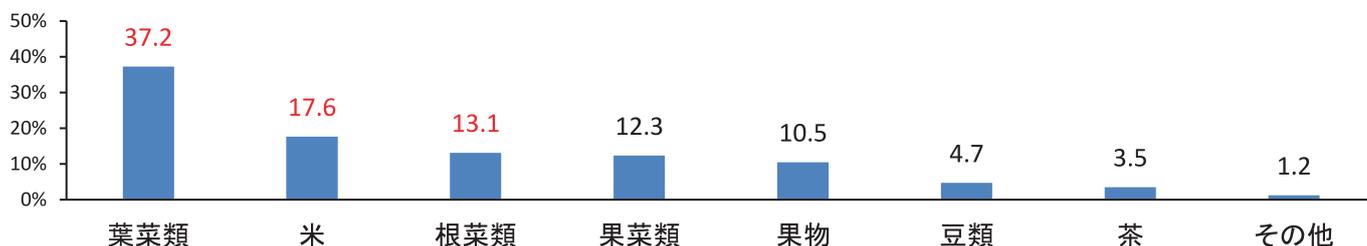


図15 有機・特別栽培の農産物の購入理由

・有機・特別栽培の農産物を購入する理由は、「できるだけ安全な食品を食べたいから」(61.3%)が最も多く、次いで「健康にいいから」(47.2%)、「一般の農産物よりもおいしいと感じるから」(25.7%)の順となった。

【「日常的に購入している」「時々購入している」と回答した方(複数回答3つまで)】

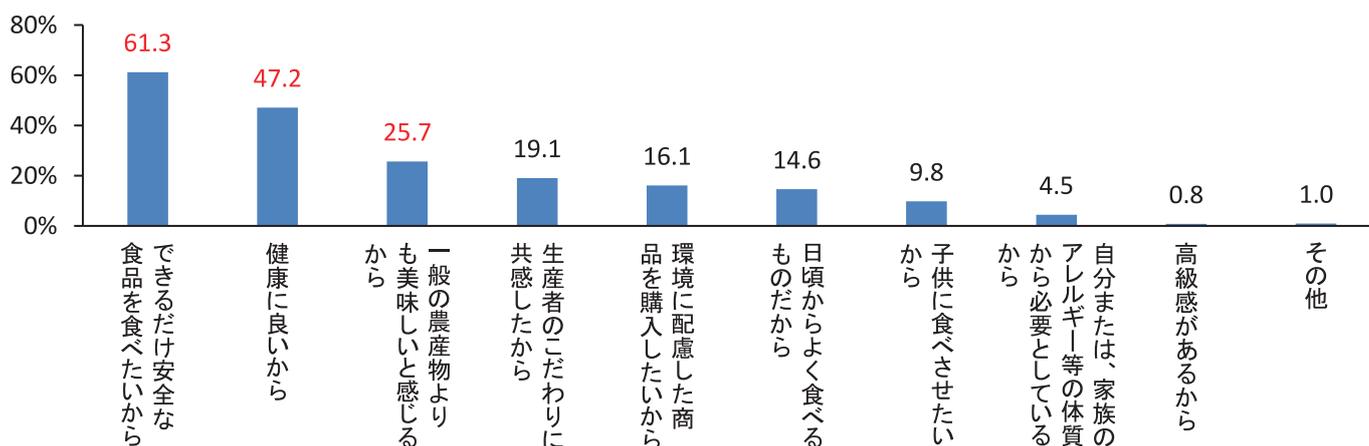


図16 有機・特別栽培の農産物の購入方法

・有機・特別栽培の農産物の購入方法は、「小売店の実店舗で購入」(70.1%)が最も多く、次いで「生産者の直売所で購入」(21.6%)、「扱っている専門店の実店舗で購入」(13.0%)となった。

【「日常的に購入している」「時々購入している」と回答した方(複数回答)】

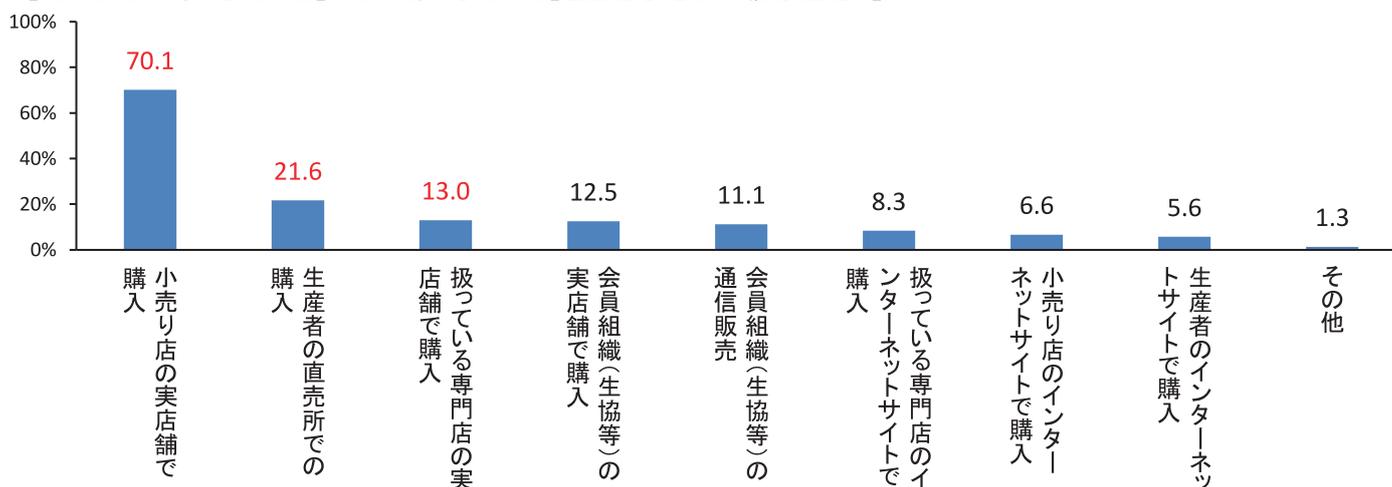


図17 有機・特別栽培の農産物であることの情報を得る手段

・有機・特別栽培の農産物の情報を得る手段は、男女ともに「販売店の店頭表示又は販売員からの説明」が最も多く、次いで「パッケージや包装の表示」が多くなった。

【「日常的に購入している」「時々購入している」と回答した方(複数回答3つまで)】

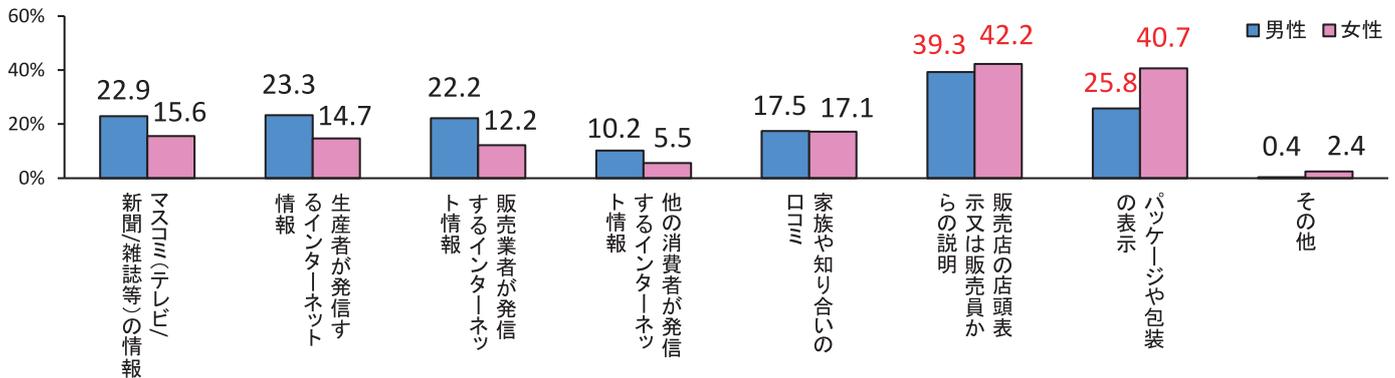


図18 有機・特別栽培の農産物を購入しない理由

・有機・特別栽培の農産物を購入しない理由は、「値段が高い」(45.1%)が最も多く、次いで「身近で販売されている場所がない・少ない」(36.6%)、「関心がない」(28.0%)の順となった。

【「あまり購入したことがないが、購入に関心がある」

「あまり購入したことがなく今後もあまり購入する気持ちはない」と回答した方(複数回答3つまで)】



図19 有機・特別栽培の農産物を購入する際の価格許容度

・有機・特別栽培の農産物を購入する際の価格許容度は、「一般の農産物と同等の価格」(58.4%)が最も多く、「3割高でも購入する」(「5割高まで」(2.9%)、「3割高まで」(14.9%)を合わせた割合)は2割を下回った。

・「日常的に購入している」または「時々購入している」と回答した方に限定すると、「3割高でも購入する」とする回答は、3割を超えた。一方で「あまり購入したことはないが、購入に関心がある」または「あまり購入したことはなく、今後も購入する気持ちはない」と回答した方に限定すると、「3割高でも購入する」とする回答が2割を下回った。

