

平成 23 年 9 月 1 日
株式会社日本政策金融公庫
農 林 水 産 事 業

～平成 23 年度第 1 回「消費者動向調査」の結果～

食の安全志向上昇、今後も関心強まる

日本政策金融公庫（日本公庫）農林水産事業は、全国の 20 歳代から 70 歳代までの 2,000 人を対象に、食に関する意識についてアンケート調査を実施しました。

3 月 11 日の東日本大震災から 4 か月近く経った 7 月上旬の調査ですが、結果には震災等の影響が色濃く表れています。

食に関する志向では「安全志向」が大幅に高まりました。食品から放射性物質が検出されたことや牛肉の食中毒事故などにより、安全性への不安が消費者の意識の中で高まったことがうかがえます。

また、国産食品へのこだわりに変化はないものの、国産は安全であるというイメージは低下したことが分かりました。

調査結果のポイントは以下のとおりです。

<調査結果のポイント>

● 「安全志向」大幅アップ

食品から放射性物質が検出されたことや牛肉の食中毒事故など、食品の安全性に警戒感を持つ消費者が増え、「安全志向」が強まったことがうかがえる。前回調査と比較すると、特に 20 代から 40 代にその意識が高まった。「健康志向」、「経済性志向」は依然高い水準を維持している。（→本文 P1 図 1～3）

● 国産食品のイメージは低下

「国産食品は安全」というイメージは前回調査と比べ低下。その一方で、輸入食品に対して「安全面に問題がある」という懸念は薄れている。（→本文 P2 図 5）

● 「外食が増えた」との回答が増加

半年前からの食生活の変化については、「変わらない」が大多数であるものの、3 食ともに「外食が増えた」との回答が引き続き増加。また、中食も 20 代、昼食を中心に増加している。（→本文 P5 図 12～15）

平成23年度第1回消費者動向調査
調査要領

- 1 調査時期 平成23年7月1日～7月11日
- 2 調査方法 インターネット調査
- 3 調査対象 全国の20歳代～70歳代の男女2,000人（男女各1,000人）

地域	20代		30代		40代		50代		60代		70代		計	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
北海道	13	0.7	16	0.8	15	0.8	15	0.8	16	0.8	12	0.6	87	4.4
東北	21	1.1	27	1.4	26	1.3	25	1.3	27	1.4	19	1.0	145	7.3
関東	98	4.9	124	6.2	116	5.8	112	5.6	125	6.3	89	4.5	664	33.2
中部	51	2.6	63	3.2	58	2.9	57	2.9	63	3.2	46	2.3	338	16.9
近畿	51	2.6	66	3.3	62	3.1	61	3.1	67	3.4	49	2.5	356	17.8
中国	17	0.9	22	1.1	21	1.1	21	1.1	22	1.1	16	0.8	119	6.0
四国	9	0.5	11	0.6	11	0.6	11	0.6	11	0.6	9	0.5	62	3.1
九州・沖縄	34	1.7	41	2.1	40	2.0	39	2.0	43	2.2	32	1.6	229	11.5
計	294	14.7	370	18.5	349	17.5	341	17.1	374	18.7	272	13.6	2000	100.0

※地域別サンプルは、「統計局：平成22年国勢調査人口速報集計結果」および「平成22年10月1日現在人口推計」をもとに都道府県別に振り分け。年代構成は、同調査の20代～70代の合計から各年代の比率で按分。

食に関する志向

「安全志向」強まる

- 東日本大震災後、自分の食生活を見直し、「健康・安全志向」を優先する人が増加した。特に「安全志向」が急増し、食品から放射性物質が検出されたことや牛肉の食中毒事故の影響などによって関心が高まったものとうかがえる。
- 「健康志向」は経済環境や食を取り巻く環境に左右されず高水準であり、今回も最も強い志向を示した。
- 「経済性志向」は、前回調査と比べ若干減少したものの、20～50代を中心に健康志向に次ぐ高い支持を継続している。
- 今後の志向では、より一層「安全志向」が強まっている。「経済性志向」も上位を維持。
- 20～50代は「経済性・簡便化志向」の優先度が高いが、60～70代は「健康・安全志向」が強い。

図1：現在の食の志向(上位)の推移

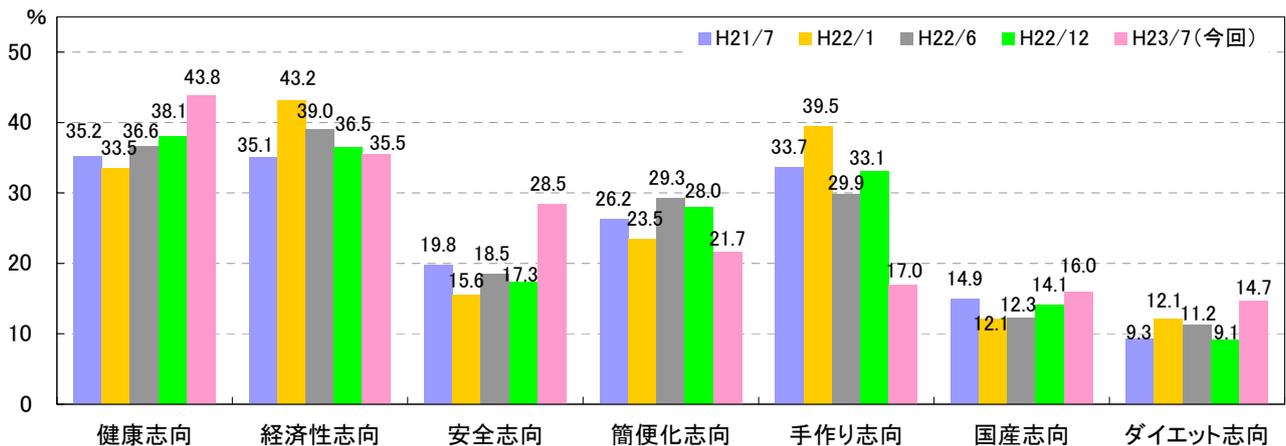


図2：今後の食の志向(上位)の推移

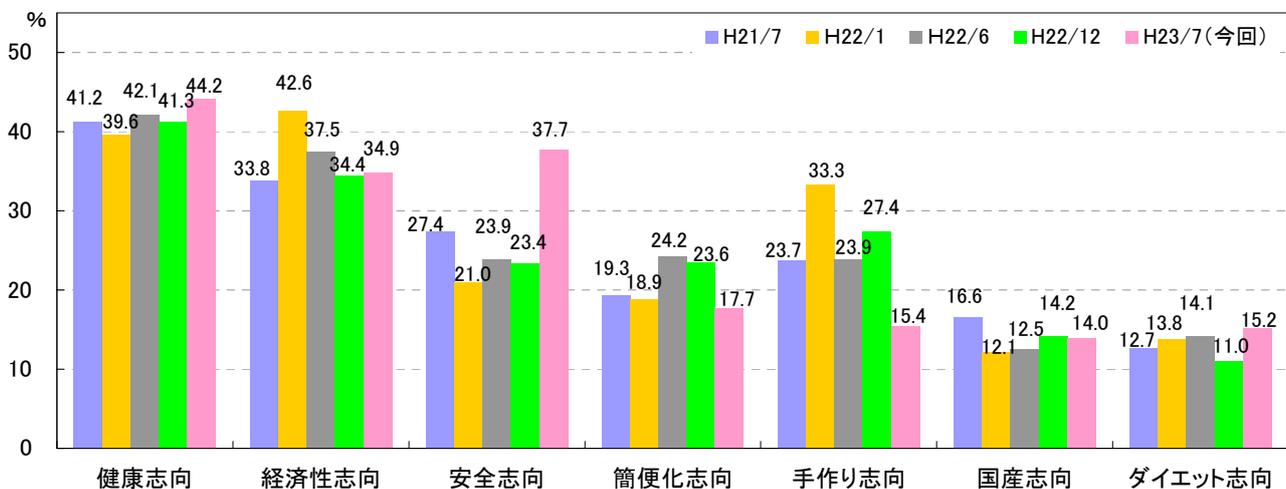
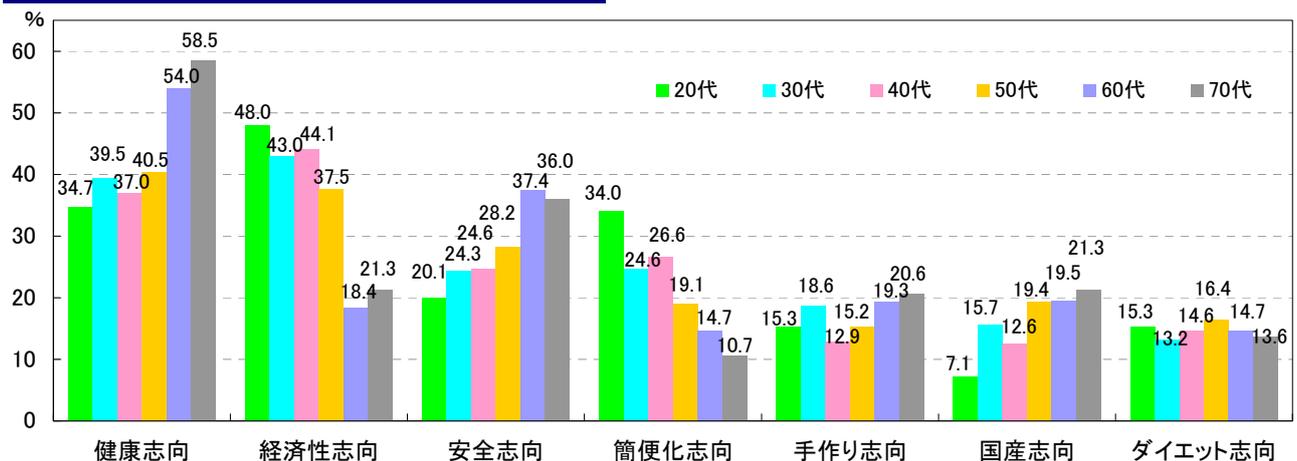


図3：現在の食の志向(上位・年代別)



国産食品へのこだわり

「国産は安全」という意識は低下

- 食料品購入時及び外食時ともに、国産食品へのこだわりに大きな変化はない。
- 国産食品に対する「安全性」のイメージは、平成22年1月調査では7割を超えていたが、今回調査では6割となっており、「国産は安全」というイメージは低下した。一方、輸入食品に対して「安全面に問題がある」とのイメージは、平成22年1月調査の6割から4割に低下しており、安全面への懸念が薄れている。

図4：食料品を購入するとき/外食するときの国産品へのこだわり

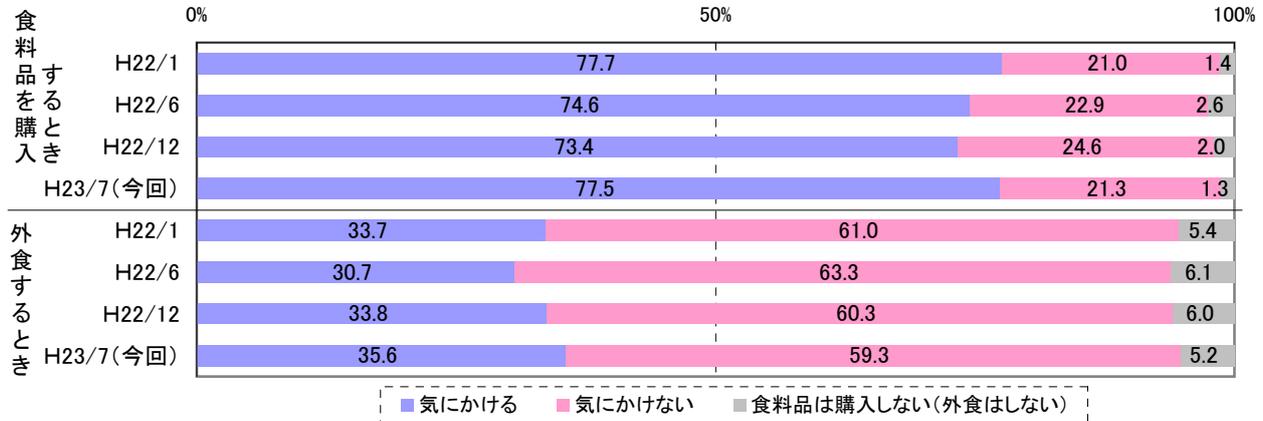


図5：国産原料の食品/輸入食品に対する安全性のイメージ

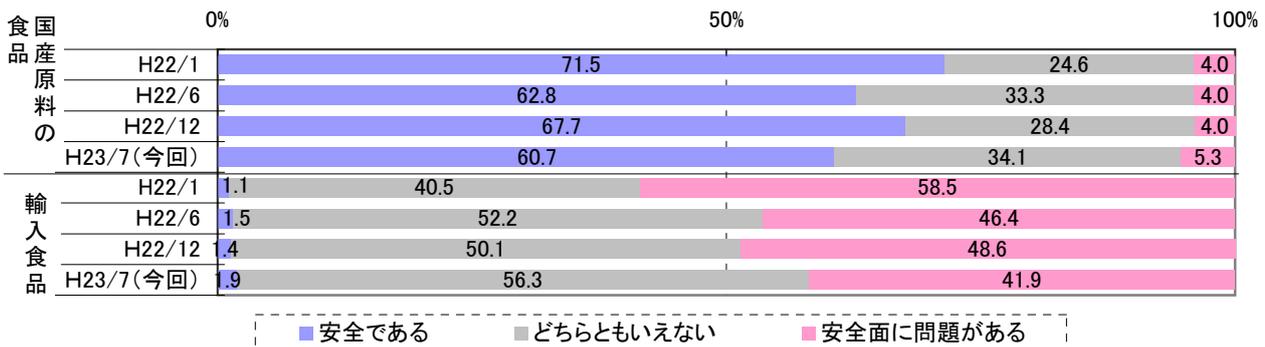


図6：国産原料の食品に対する安全性のイメージ(年代別)

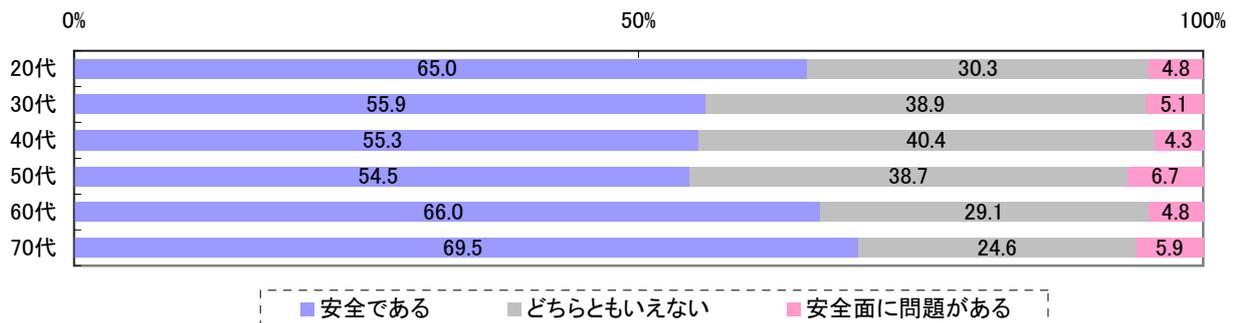
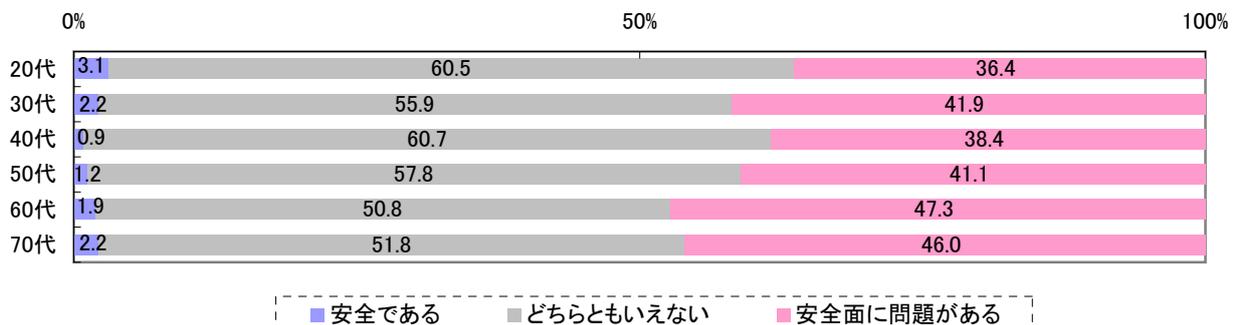


図7：輸入食品に対する安全性のイメージ(年代別)

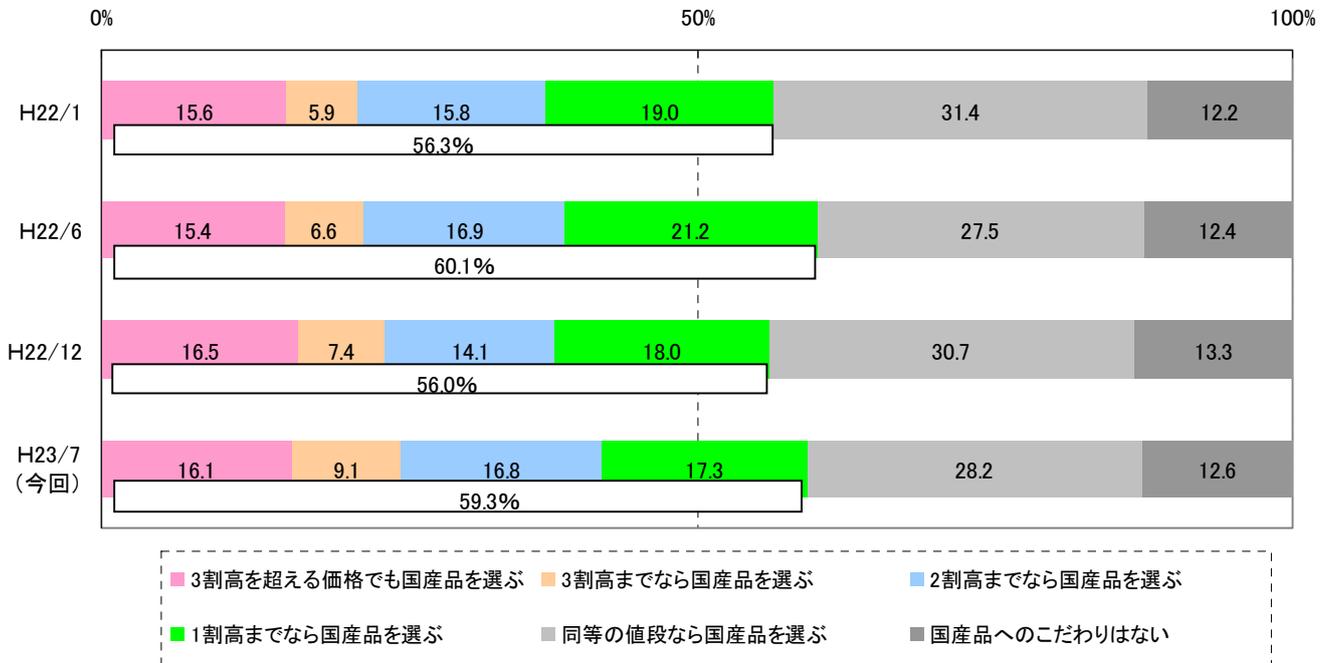


国産食品へのこだわり

国産食品を選択する志向は保たれている

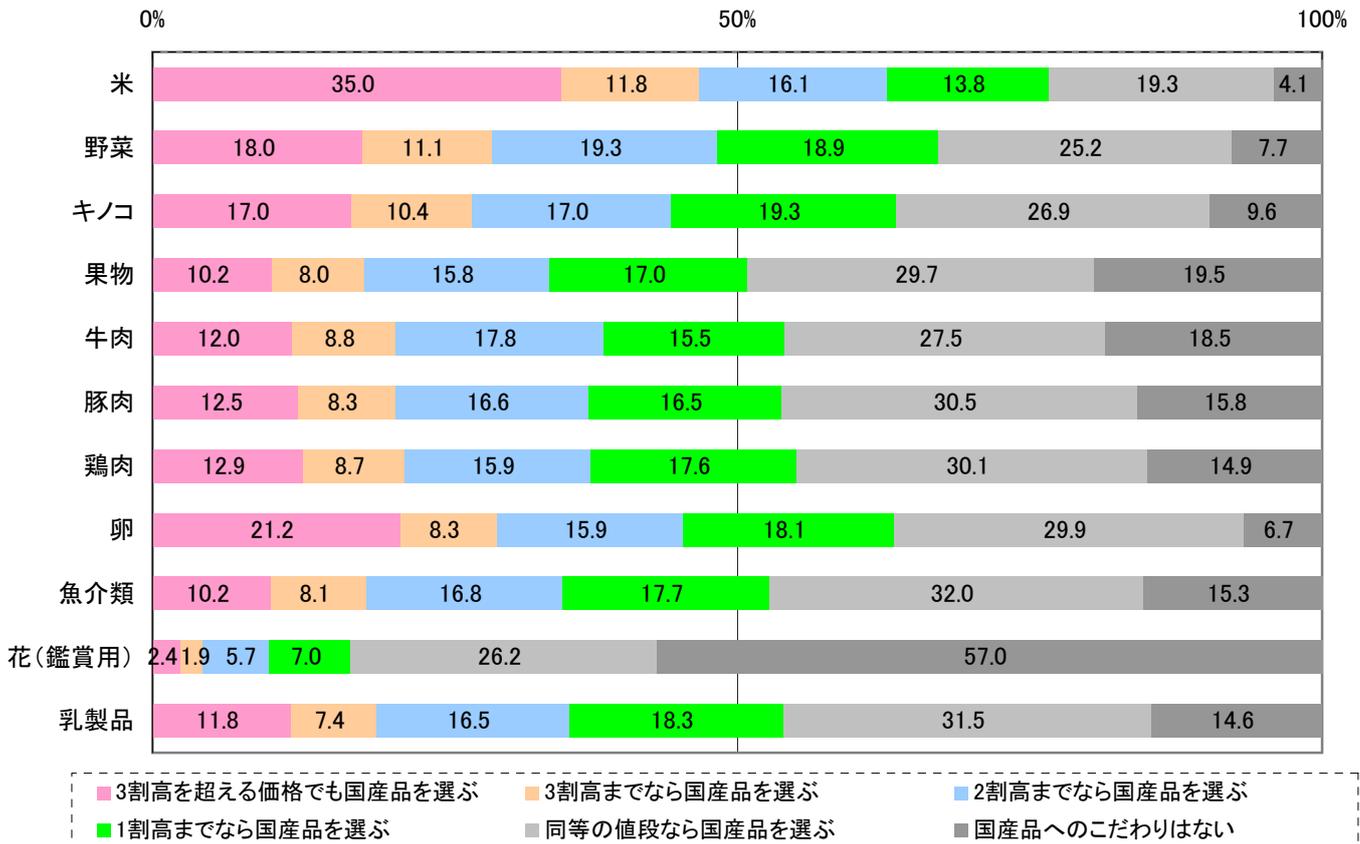
- 「国産食品は安全」という認識は揺らぎ、輸入食品を許容する意識が出てきているが、「輸入食品より価格が高くて国産食品を選ぶ」という消費者は6割程度で大きく変わっていない。
- 品目別に見ると、米、野菜などは、他の品目に比べて国産志向が高い。

図8：国産食品等の輸入食品に対する価格許容度の推移



注)花(鑑賞用)を除く加重平均

図9：国産食品等の輸入食品に対する価格許容度の推移(品目別)



消費者が妥当と考える食品価格水準

価格水準の満足度高い

- 5割前後の消費者は「現在の価格が妥当」、1~2割の消費者は「値上げが妥当」と認識しており、あわせて7割近い消費者は概ね現状価格を肯定している。
- 輸入麦の価格上昇の影響を受けている小麦粉・パン・めん類については、値上げが許容できるとの回答割合が増加している。
- 野菜についても現在の価格を肯定する回答が増加。これは、平成22年の価格高騰に対し、今回の調査期間では価格が比較的安定して推移していたためと推測される。

図10: 現在の価格と比べて妥当と思う価格水準(生鮮食品・花)

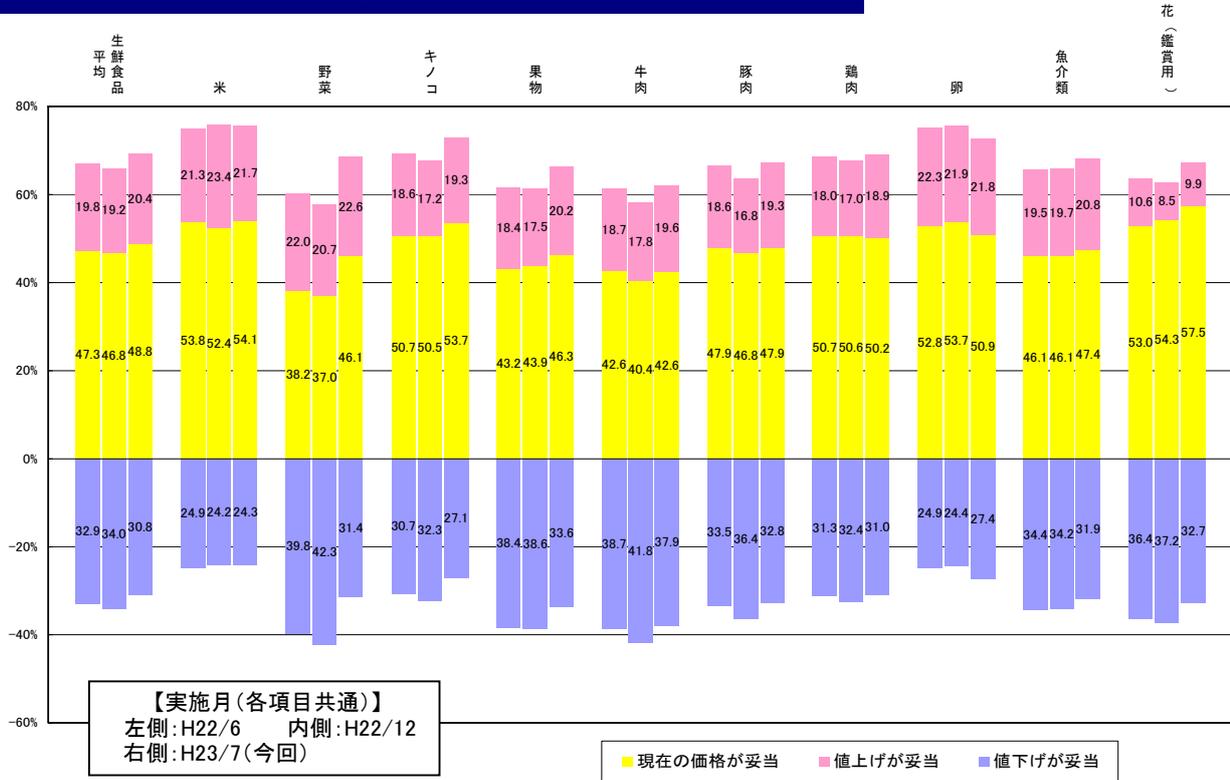
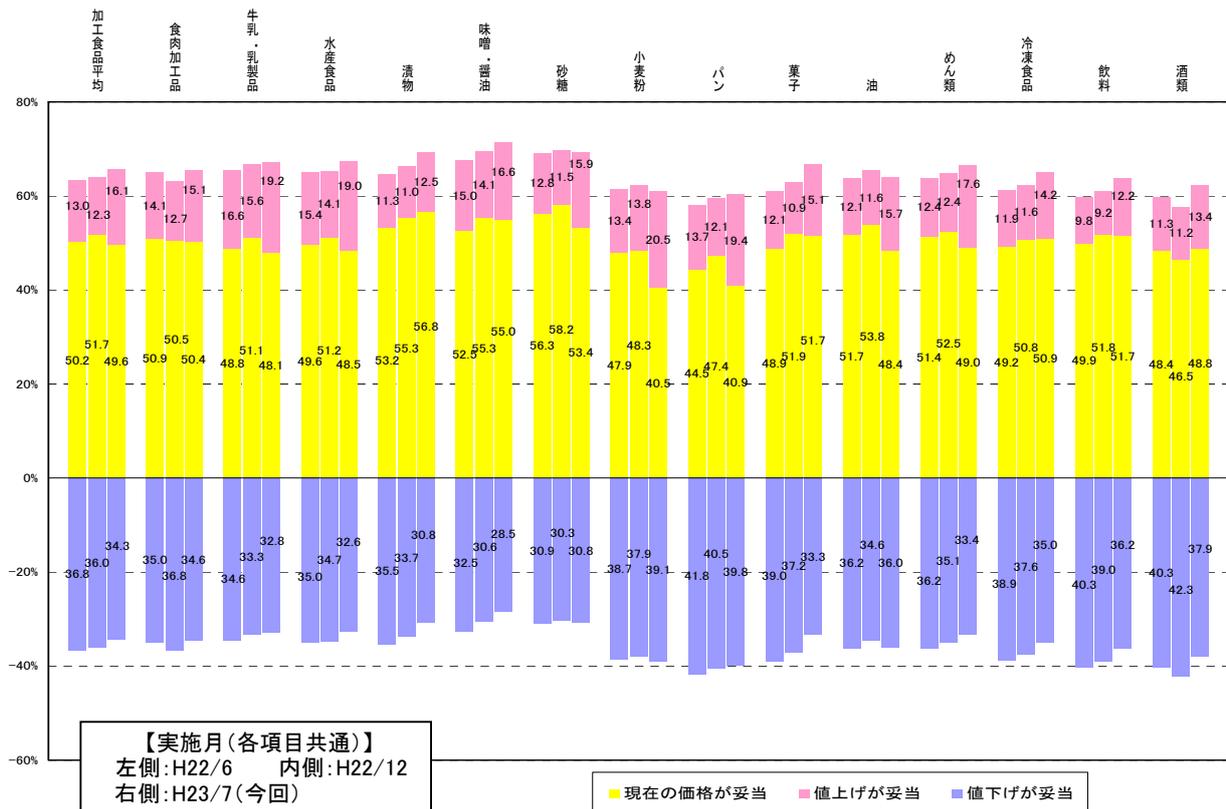


図11: 現在の価格と比べて妥当と思う価格水準(加工食品)



食生活の変化

「外食・中食」スタイルの広がり

- 「半年前(平成23年1月)と比べた食生活の変化」を聞いたところ、前回調査と比べ「変わらない」と回答した人が増加し、食生活スタイルの変化は落ち着いている。
- 「外食が増えた」が3食とも増加傾向にあり、消費マインドの持ち直しがうかがえる。
- また、「中食が増えた」も20代、昼食で高い割合。
- 年代別に比較すると、20代や30代は食生活が変化した人が多い。これは、就学・就職・結婚などライフスタイルの変化が比較的多いことによるものと推察される。60代以上は、食生活の変化は少ない。

図12: 食生活の変化

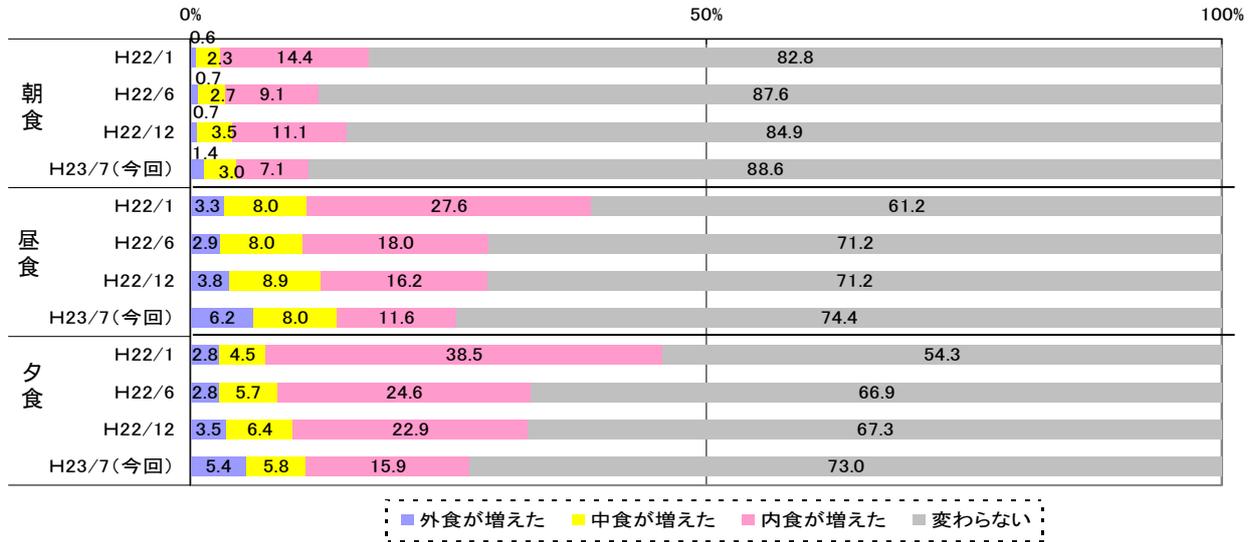


図13: 食生活の変化(朝食/年代別)

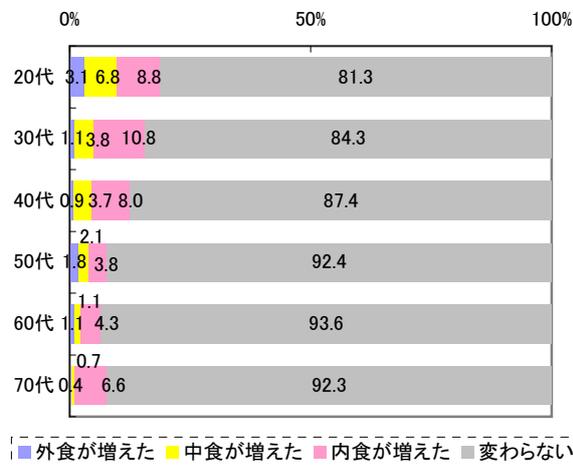


図14: 食生活の変化(昼食/年代別)

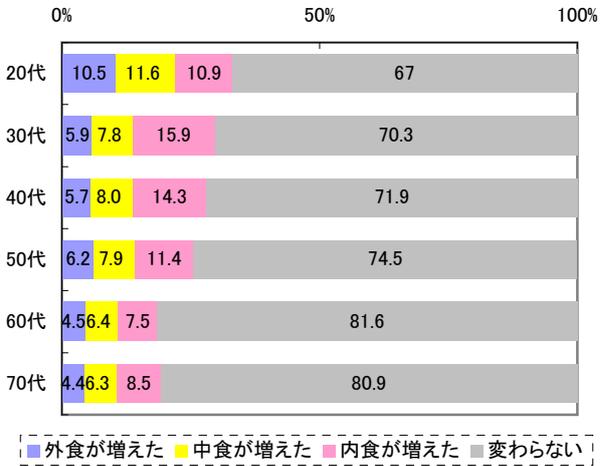


図15: 食生活の変化(夕食/年代別)

