

食の志向「健康志向」が14半期連続で最多回答

～食料品購入時には「国産」を気にかける一方で、外食時には気につけない傾向～
＜平成29年度上半期消費者動向調査＞

日本政策金融公庫（略称：日本公庫）農林水産事業が平成 29 年 7 月に実施した「平成 29 年度上半期消費者動向調査」の結果、現在の食の志向は、「健康志向」が 14 半期連続で最多回答となり、「経済性志向」「簡便化志向」と合わせて、引き続き 3 大志向となっています。

また、今回の調査では、「経済性志向」が低下し、「簡便化志向」が高まった結果、その差が縮まり僅差になってきたことが特徴です。

「食料品を購入するとき、あるいは外食するとき国産品かどうかを気にかけるか」を聞いた調査では、食料品の購入時に「気にかける」が約 8 割となる一方で、外食時に「気につけない」は約 6 割という回答となり、食料品購入時には国産品であることにこだわる一方で、外食時には気につけない傾向がうかがえます。

詳細は以下のとおりです。

＜調査結果のポイント＞

○ 「健康志向」の高まりと「経済性志向」の低下が継続（資料：図1、2、3）

消費者の現在の食の志向については、「健康志向（44.6%）」が 14 半期連続で最多回答となり、次いで「経済性志向（32.8%）」、「簡便化志向（31.4%）」の順となり、これらが引き続き 3 大志向となっています。

「健康志向」は上昇傾向にある中で、「経済性志向」は 4 回連続で低下しています。その結果、「健康志向」と「経済性志向」の差は拡大傾向にあり、今回の調査では 10 ポイント以上の差が生じています。

一方で、「経済性志向」と「簡便化志向」との差は、平成 20 年 1 月の調査開始以来、最少となっています。

○ 今後の食の志向、「簡便化」から「健康」へ（資料：図4、5）

今後の食の志向については、「健康志向（47.1%）」が現在の志向と同様、最多回答となり、次いで「経済性志向（32.4%）」「簡便化志向（28.2%）」という結果となりました。

この結果について、現在の食の志向と比較してみると、「健康志向」は現在の食の志向から 2.5 ポイント上昇する一方で、「経済性志向」は 0.4 ポイント、「簡便化志

向」は3.2ポイントの低下となっています。このことから、今後の消費者の食の志向は、経済性や簡便化よりも、健康面をより重視していく方向性にあることがうかがえます。

○ 外食時は国産食品であるか気にかけない傾向(資料:図6、7)

「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」を聞いたところ、「気にかける」と回答した割合は79.2%となりました。また、「外食するときに国産品かどうかを気にかけるか」を聞いたところ、「気にかける」と回答した割合は31.6%となり、3半期連続で低下しました。以上から、食料品を購入するときは「国産」であるかを気にかける人が多い一方で、外食時には気にかけない人が多いことがわかります。

国産食品と輸入食品に対するイメージを聞いたところ、国産食品は「高い」「安全」「おいしい」、輸入食品は「安い」「安全性に問題がある」という、従来からのイメージに大きな変化は生じていないという結果になりました。

○ 「3割高でも国産品を選ぶ」が2割超(資料:図8)

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(63.9%)」は、前回調査より若干低下したものの、依然として高い割合となりました。また、「3割高を超える価格でも国産品を選ぶ」が2割を超える水準となりました。先述の国産食品と輸入食品のイメージ調査の結果も踏まえると、消費者は、国産食品に対して、安全でおいしいといったイメージを持っていることもあり、輸入食品と比べて、3割高超の価格帯であっても、国産食品を選ぶという消費者層が約2割存在することがわかりました。

調査時期	平成29年7月
調査方法	インターネットによるアンケート調査
調査対象	全国の20歳代~70歳の男女2,000人(男女各1,000人)

図1 現在の食の志向（上位）の推移/2つまで回答

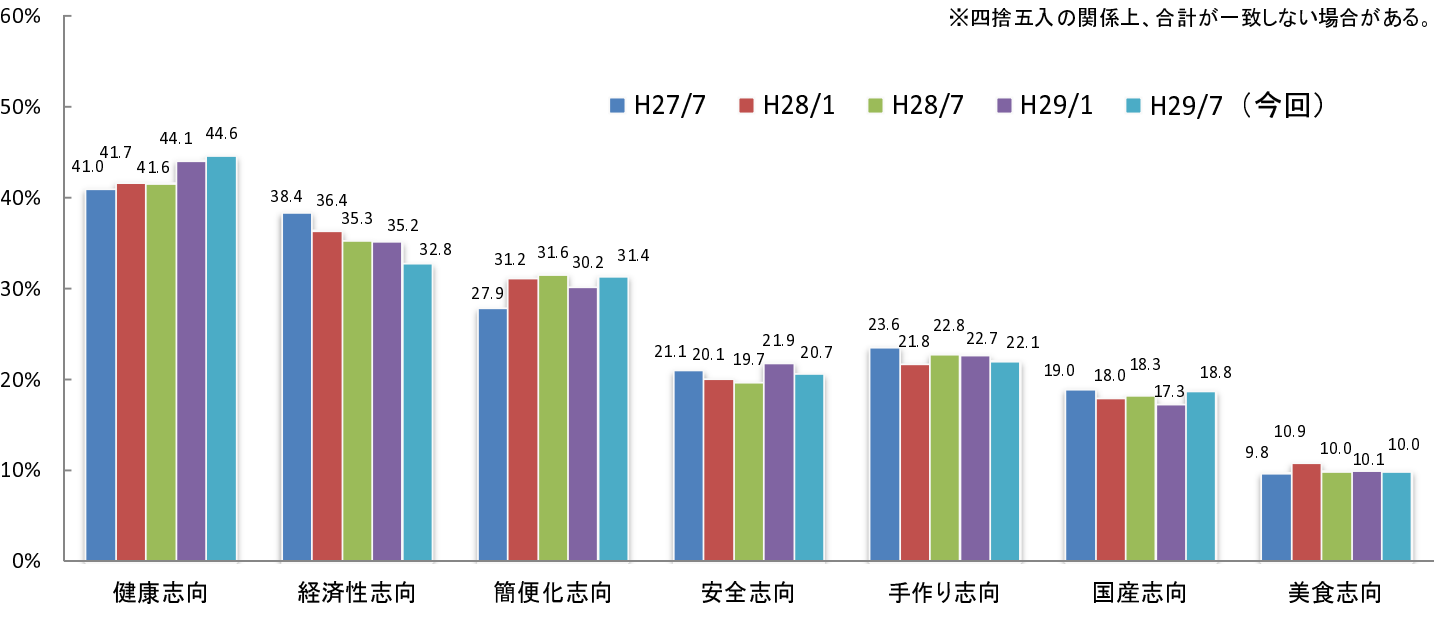


図2 「健康志向」「経済性志向」「簡便化志向」の推移 14期連続最多回答

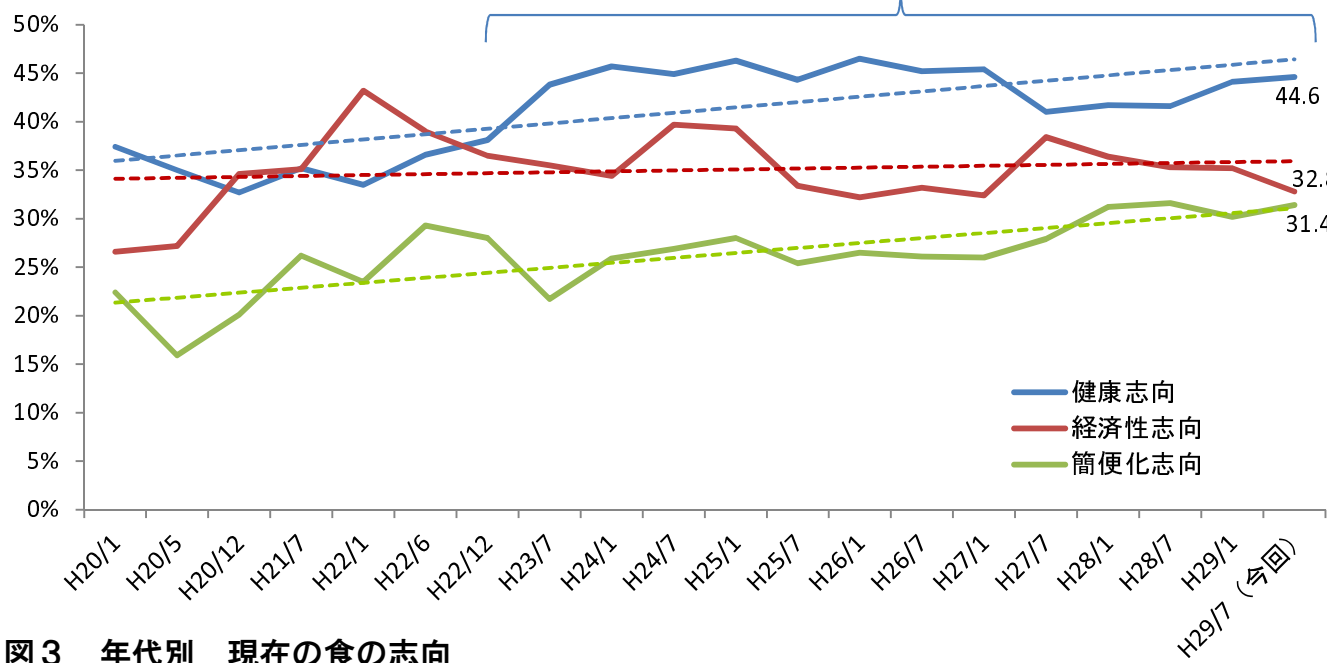


図3 年代別 現在の食の志向

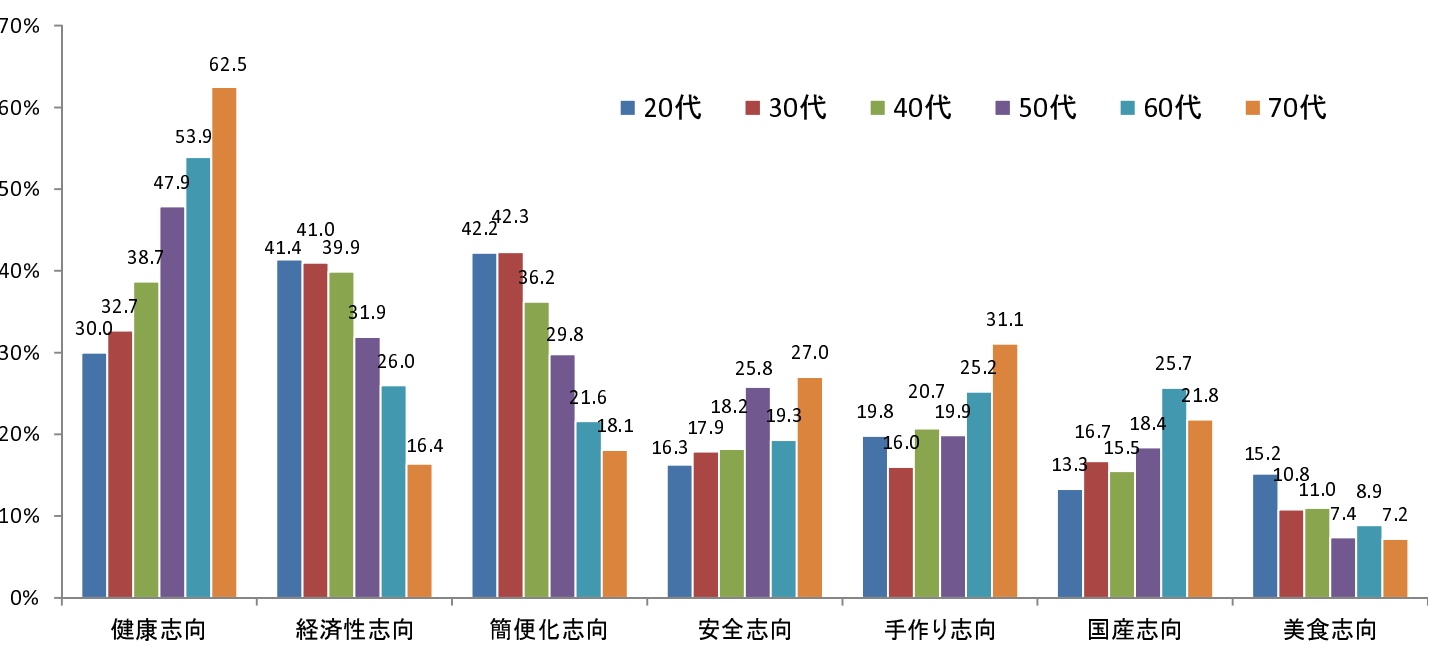


図4 今後の食の志向（上位）の推移/2つまで回答

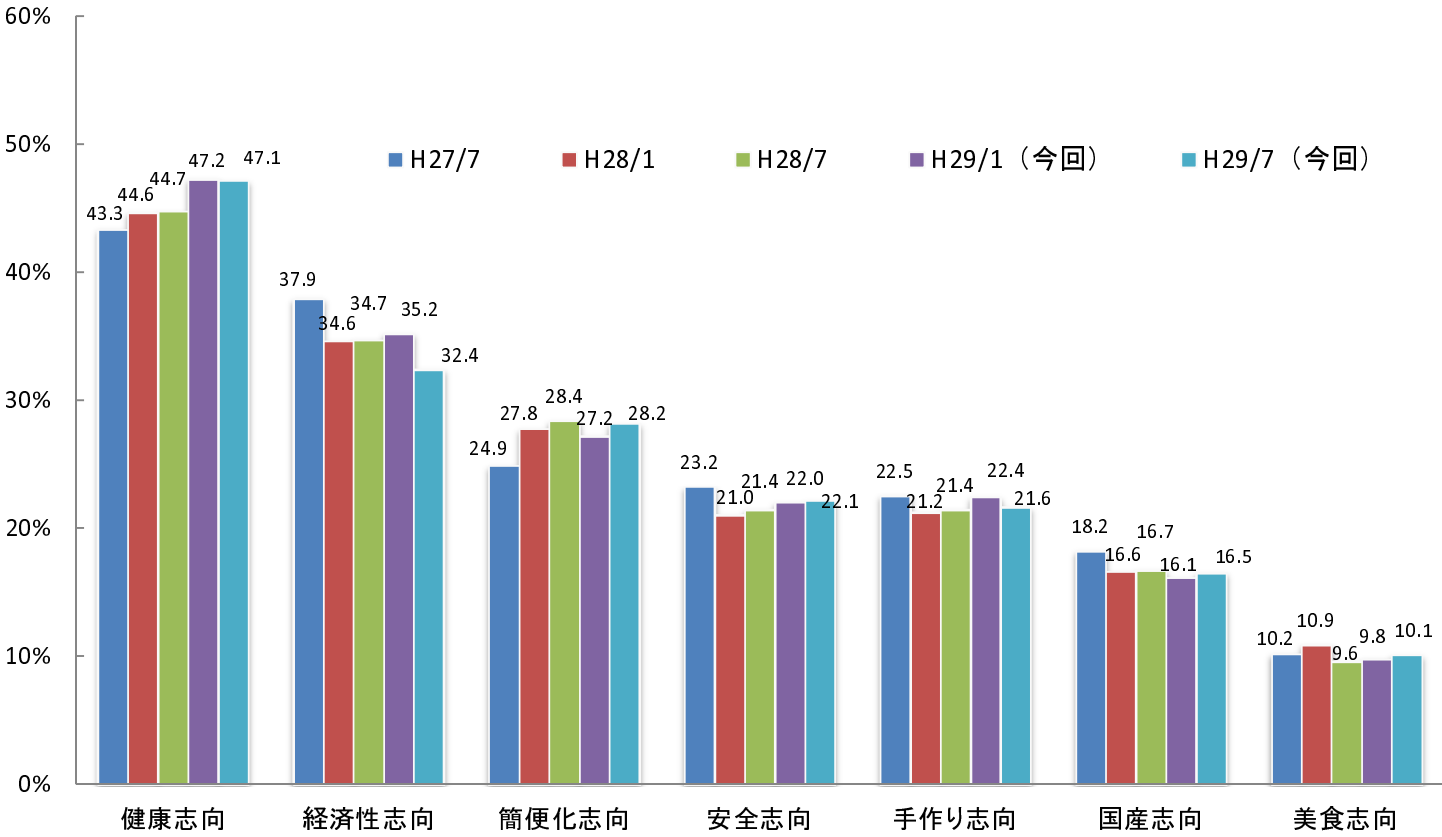


図5 現在と今後の食の志向の違い（H29年7月調査結果）

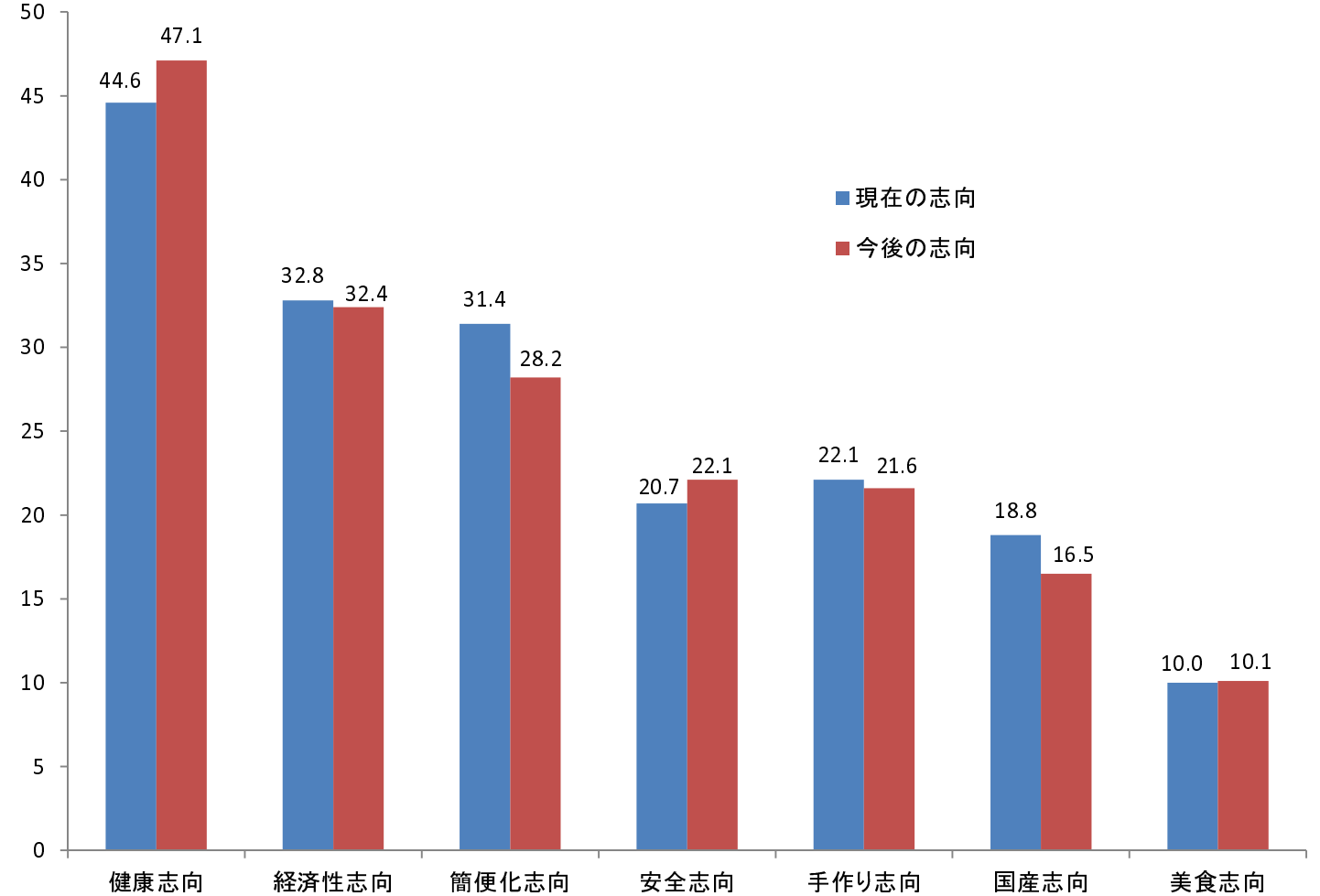
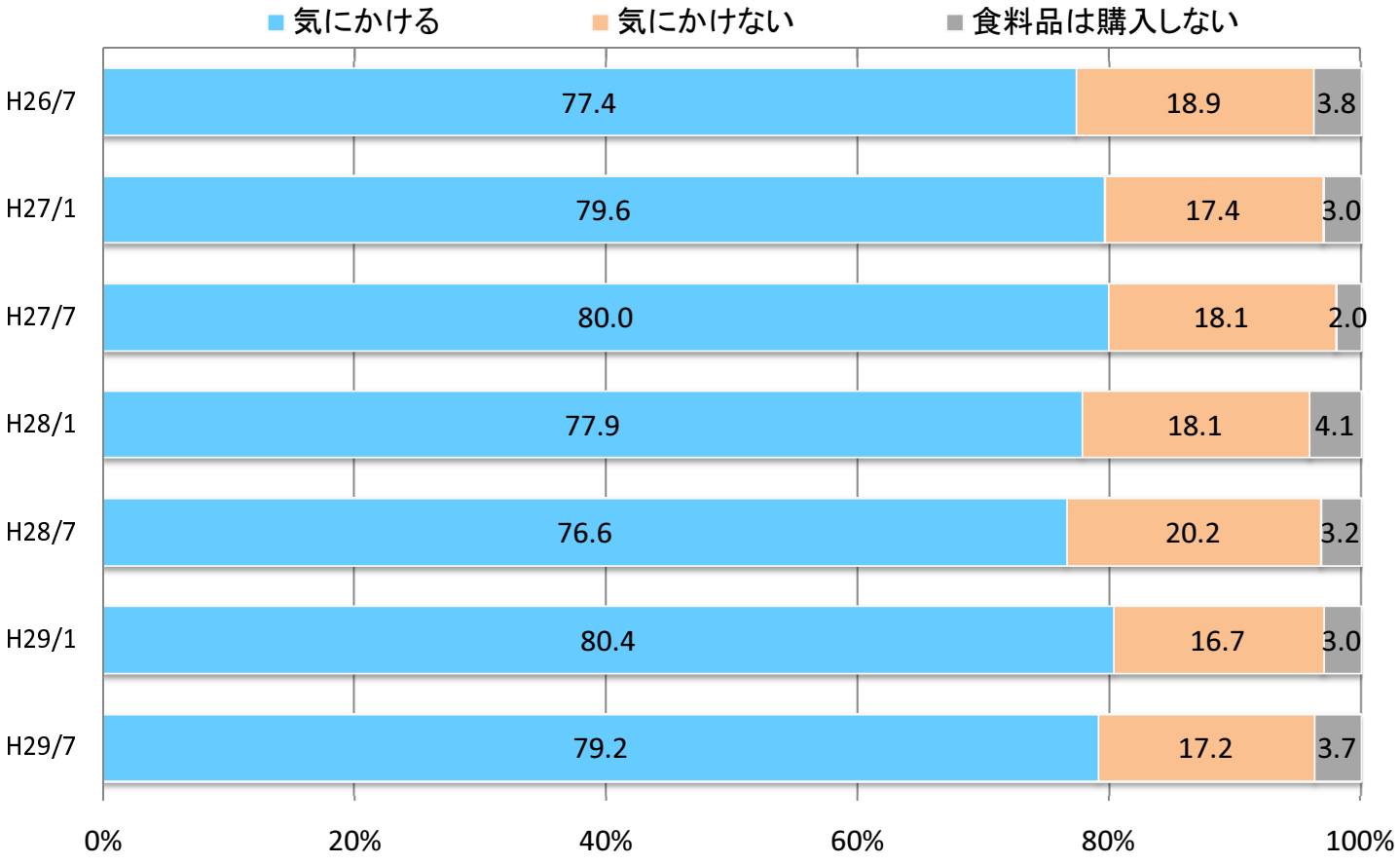


図6 食料品を購入するとき/外食するとき国産品かどうかを気にかけるか

(1) 食料品を購入するとき



(2) 外食するとき

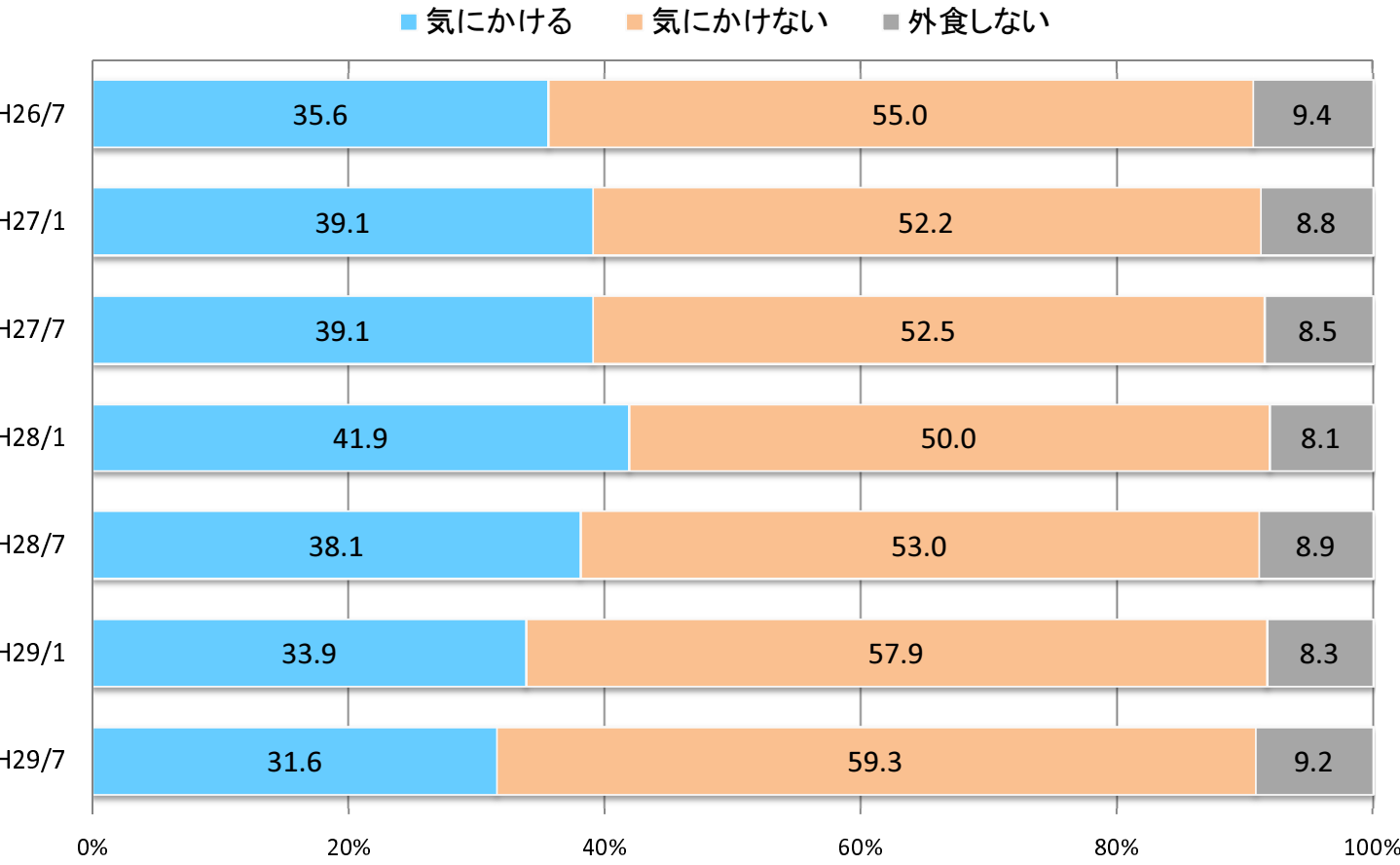
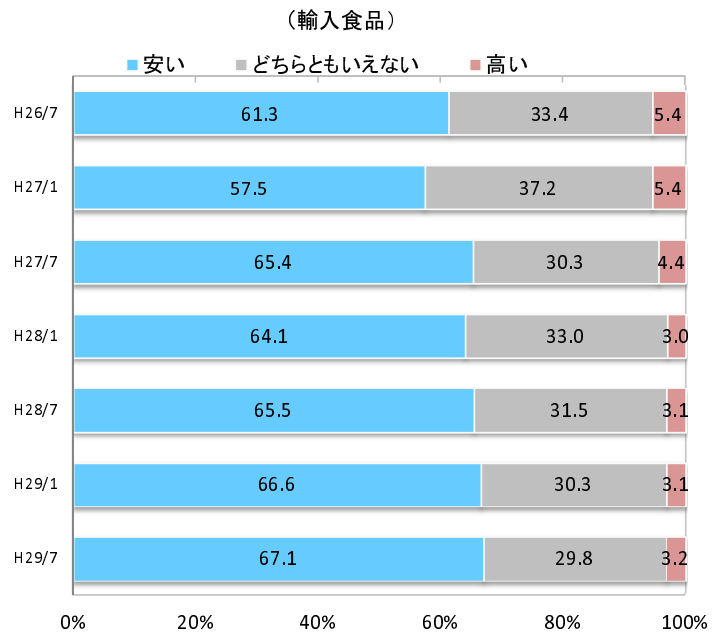
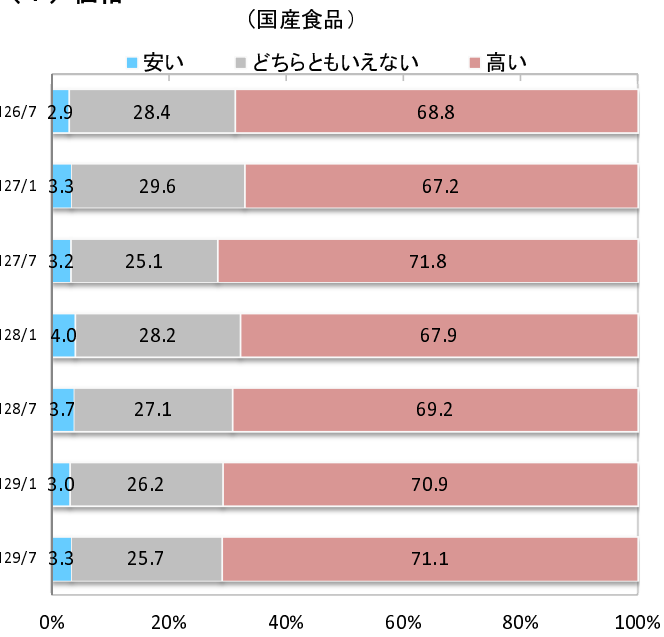
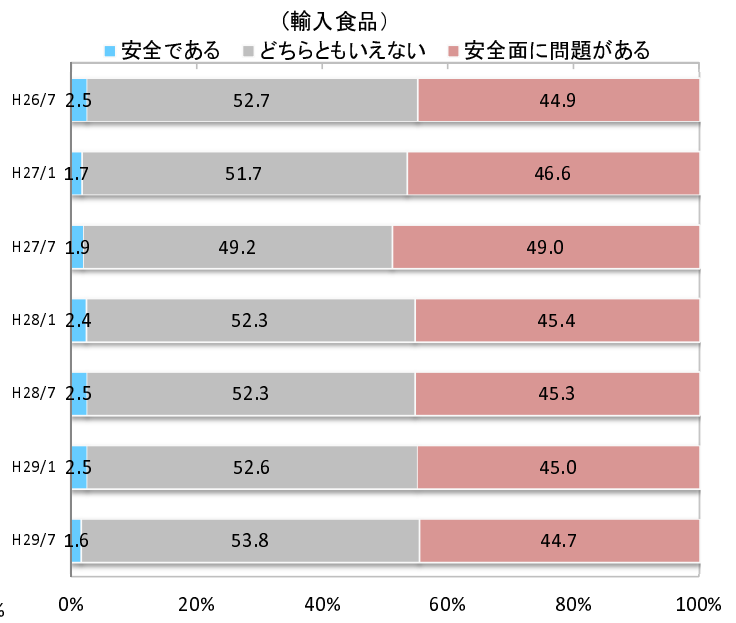
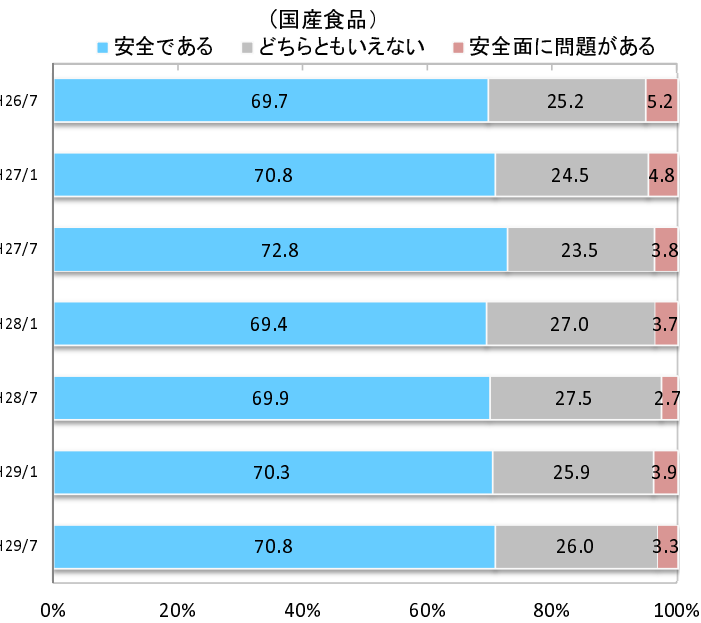


図7 国産原料の食品/輸入食品に対するイメージ

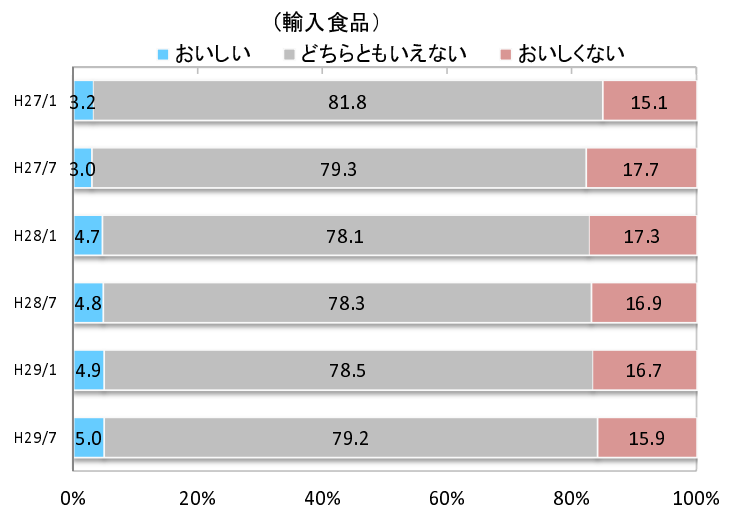
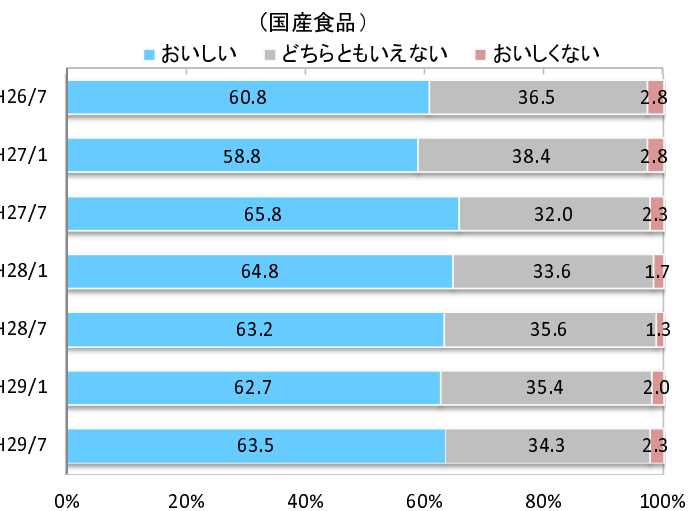
(1) 価格



(2) 安全面



(3) おいしさ



(4) 見たい

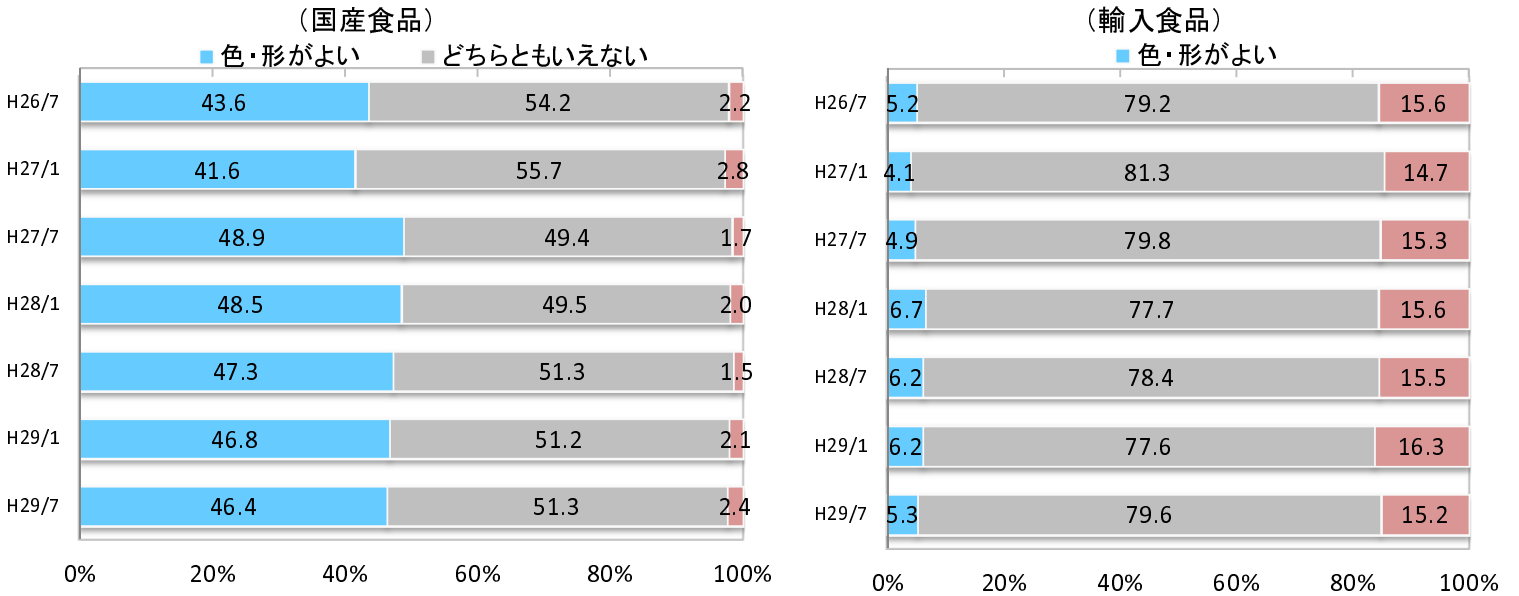
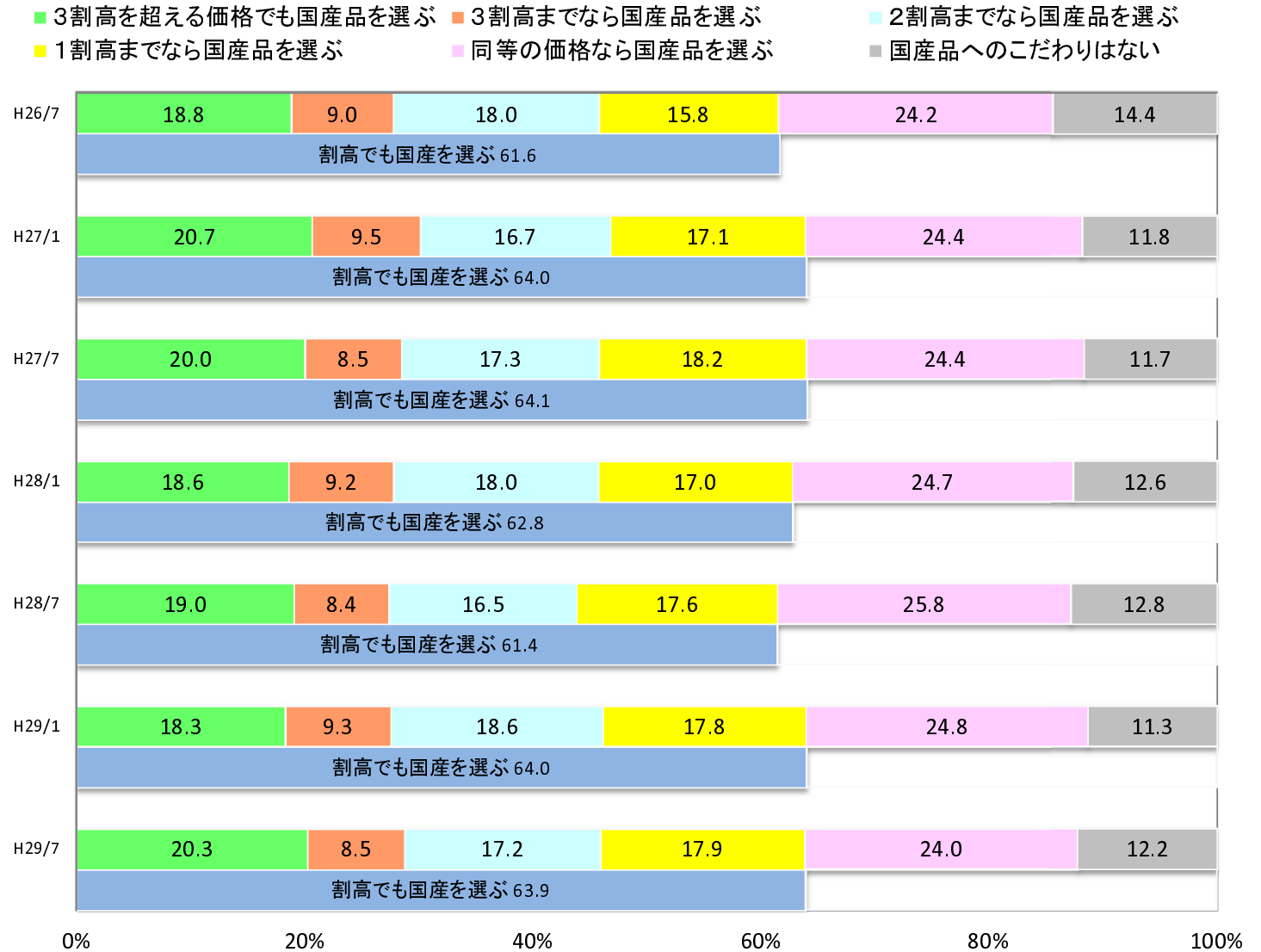


図8 国産食品の輸入食品に対する価格許容度



(参考:品目別国産食品の輸入食品に対する価格許容度(H29年7月調査結果))

