

2020年8月5日
株式会社日本政策金融公庫**食の志向 ほぼ全世代で経済性志向が上昇**

～コロナ下の調理時間、女性の4割で増加～

<消費者動向調査(令和2年7月調査)>

日本政策金融公庫（略称：日本公庫）農林水産事業は、消費者動向調査（令和2年7月調査）を実施し、「食に関する志向」と「コロナ下での食品購入方法や調理時間・回数の変化」について調査しました。

調査結果のポイントは以下の通りです。

< 食に関する志向 >

- 現在の食の志向は、前回に引き続き「健康志向」「経済性志向」「簡便化志向」が3大志向となった。
- 3大志向の動きは、「健康志向」（39.7%、前回比▲1.3ポイント）の低下が続き、「経済性志向」（37.7%、前回比+2.1ポイント）は上昇、上昇傾向にあった「簡便化志向」（33.6%、前回比▲3.3ポイント）は低下に転じた。
- 3大志向のうち、唯一上昇の動きとなった「経済性志向」は、70代を除く全世代での上昇が確認された。
- 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」割合が高くなった。

< コロナ下での食品購入方法、自宅での調理時間・回数の変化 >

- 新型コロナウイルス感染症の拡大を受けて、25.8%の消費者が「食品の購入方法に変化が生じた」と回答した。
- 利用が増加した購入方法は、「インターネット購入」（38.0%）が最も多く、次いで「量販店・スーパー」（29.1%）、「テイクアウト」（27.3%）となった。
- 「インターネット購入」の利用が増加した方の割合は、男性が女性より高く、特に男性の30代、60代、70代で高くなった。また、「インターネット購入」、「テイクアウトでの購入」の利用が増加した方の6～7割がその購入方法の印象を「悪くない」と回答した。
- コロナ下での調理時間・回数は、全体の約3割が「調理をする時間・回数が増えた」と回答した。中でも女性の約4割、特に40代女性の約5割で調理時間・回数が増加していることがわかった。
- 調理をする時間・回数が増えた方のうち、6割超が今後の見通しを「このまま続くだろうと思う」と回答し、「元に戻る」は約2割となった。

■詳細は、添付のレポートをご参照ください。

調査時期	令和2年7月1日
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歳代の男女2,000人（男女各1,000人）

<お問い合わせ先>

日本政策金融公庫 農林水産事業本部 情報企画部（担当：工藤、高田）TEL: 03-3270-5585
〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティ ノースタワー

消費者動向調査（令和2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 コロナ下での食品購入方法の変化に関する調査(特別設問)
- 5 コロナ下での調理方法の変化に関する調査(特別設問)

調査要領

調査時期	令和2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」の順でご覧ください。

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2年8月



日本政策金融公庫

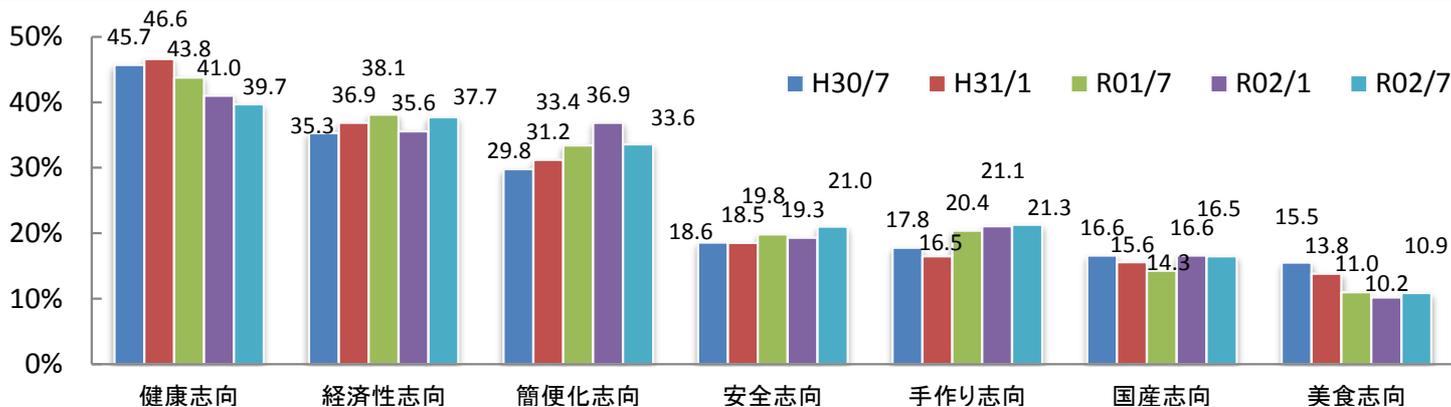
農林水産事業

1 食に関する志向

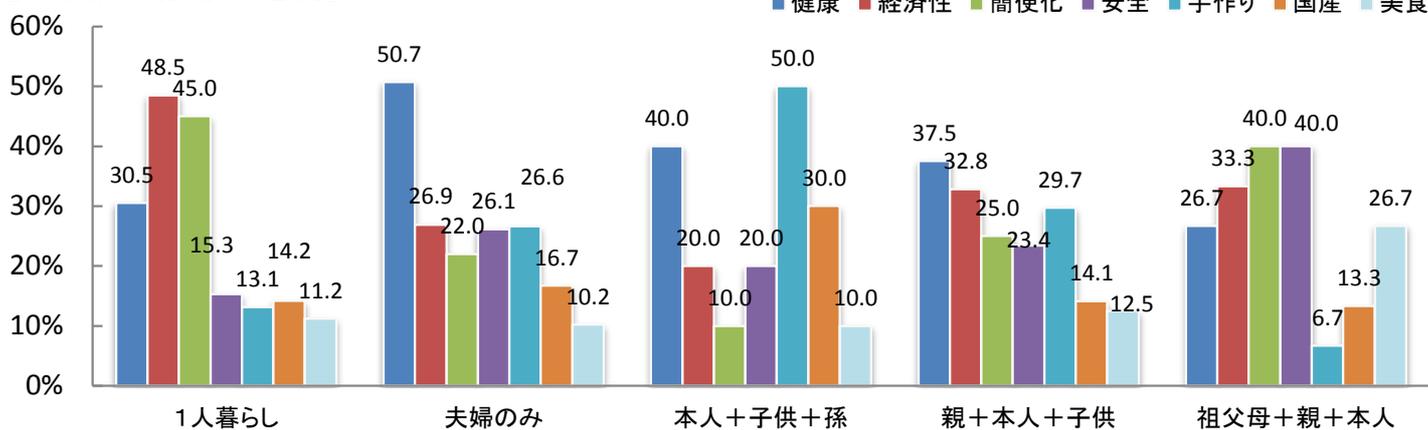
経済性志向がほぼ全世代で上昇。

図1 現在の食の志向(上位)の推移(2つまで回答)

・食の3大志向の「健康志向」「経済性志向」「簡便化志向」は変わらず。今回の調査では経済性志向が上昇(37.7%、前回比2.1ポイント)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)は低下した。



【家族構成別 食の志向】



【回答者(本人)の年齢構成】

	20代	30代	40代	50代	60代	70代	(%)
1人暮らし	22.3	18.8	16.1	13.4	16.6	12.8	
夫婦のみ	6.7	9.3	13.9	16.9	27.6	25.5	
本人+子供+孫	0.0	0.0	0.0	10.0	50.0	40.0	
親+本人+子供	7.8	18.8	25.0	26.6	20.3	1.6	
祖父母+親+本人	66.7	26.7	6.7	0.0	0.0	0.0	

図2 3大志向の推移

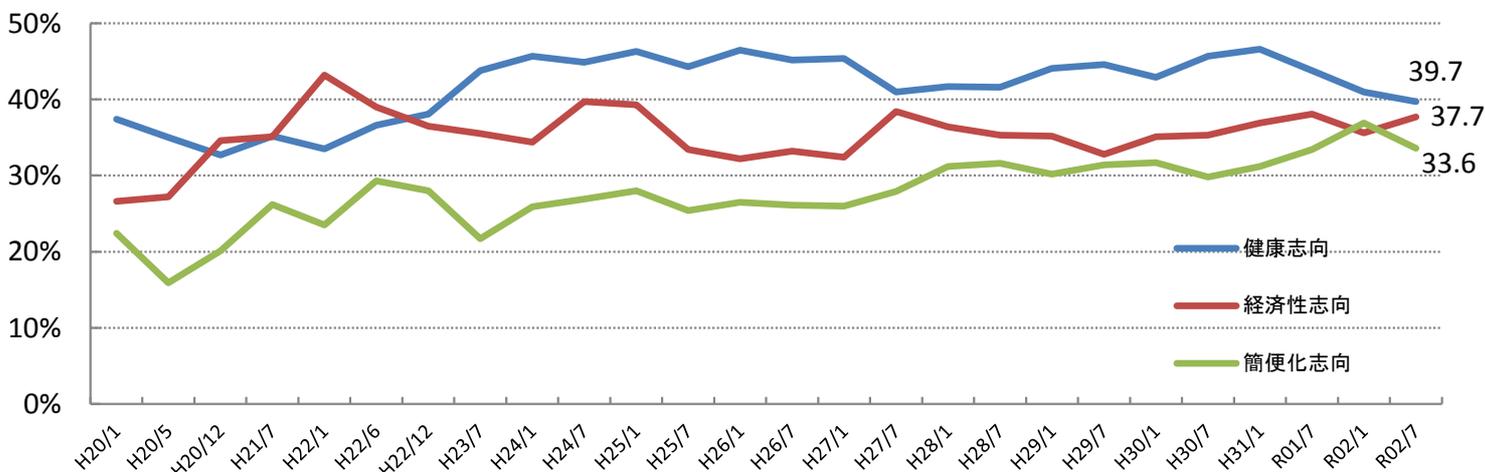
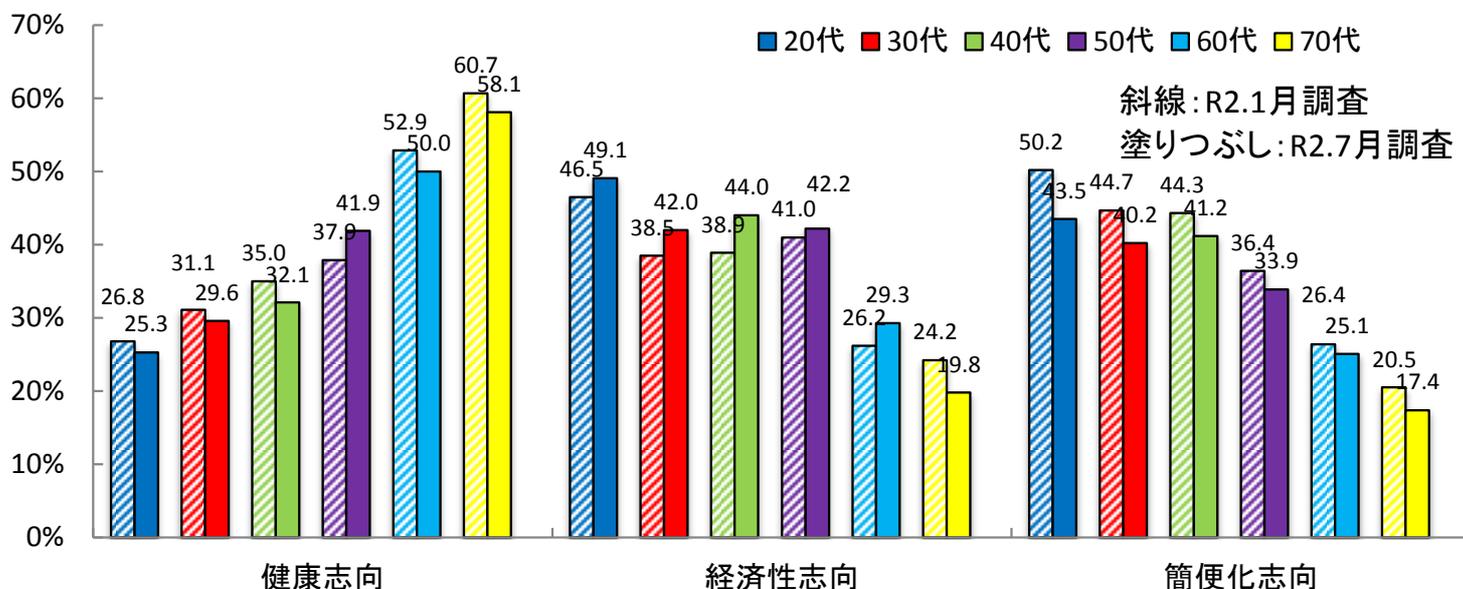


図3 年代別 現在の食の志向(上位)(上位2つ回答)/令和2年7月調査

・「経済性志向」はほぼ全世代(70代以外)は上昇した。「健康志向」はほぼ全世代(50代以外)で低下した。全年代で「簡便化志向」が低下した。

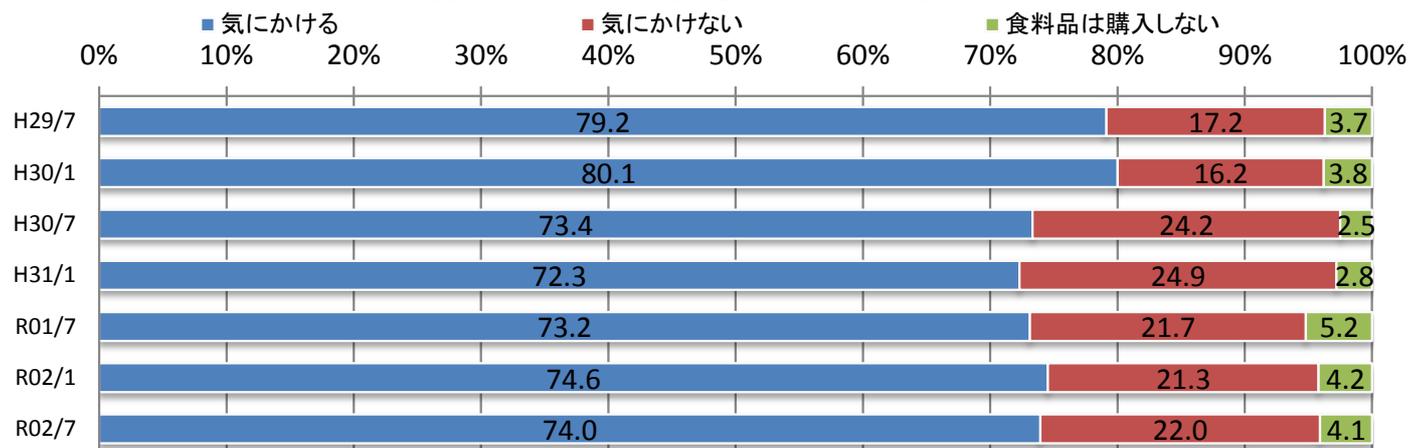


2 国産品かどうかを気にかけるか

図4 食料品を購入するとき国産品かどうかを気にかけるか

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

【食料品を購入するとき(継年データ)】



【食料品を購入するとき(年代別)】

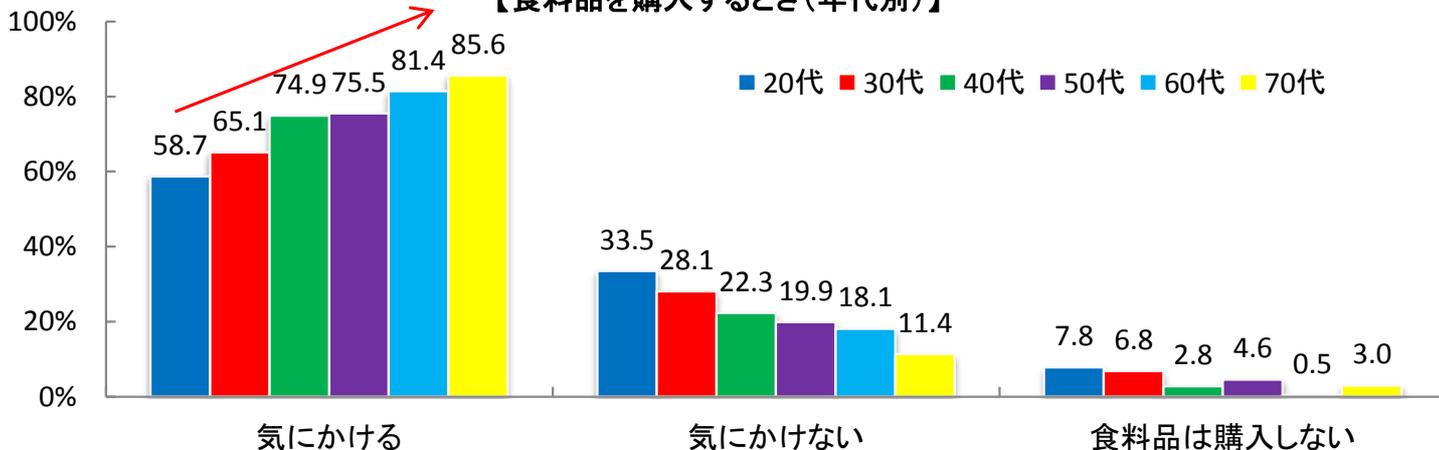
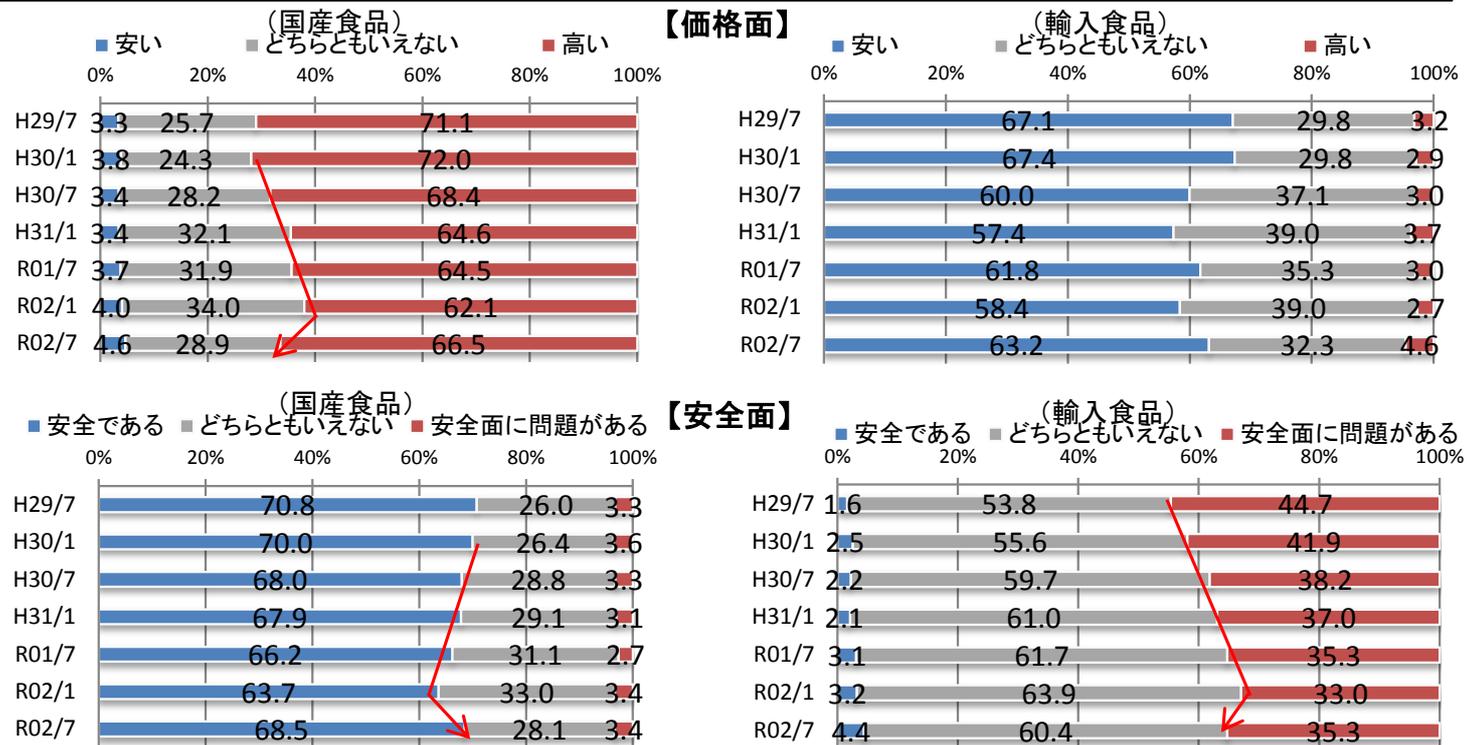


図5 国産食品、輸入食品に対するイメージ(価格、安全)

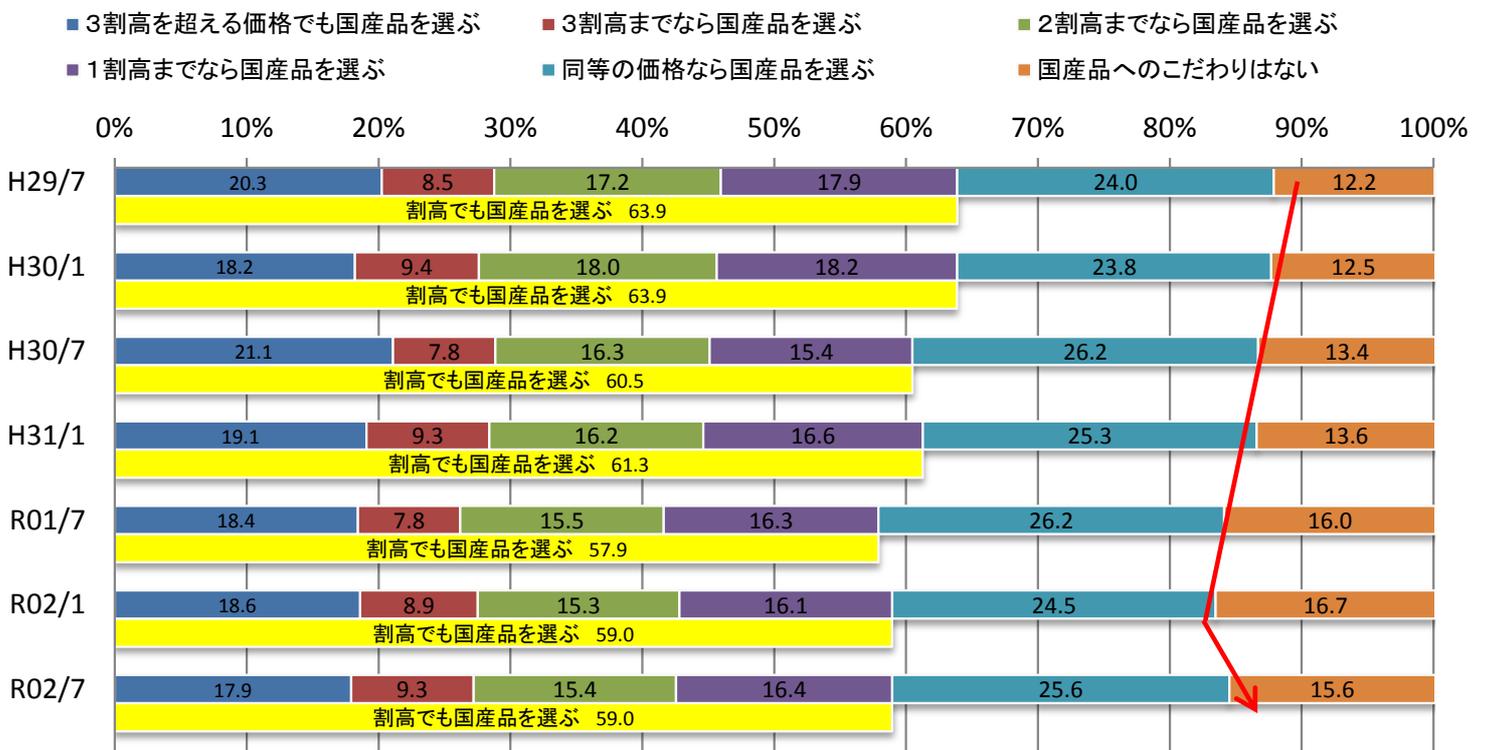
- ・国産食品に対するイメージについて、これまで低下傾向にあった、価格が「高い」、「安全である」の割合は、今回調査で上昇に転じた。
- ・輸入食品に対するイメージについて、これまで低下傾向にあった、「安全面に問題がある」の割合は、今回調査では上昇に転じた。



3 国産食品の輸入食品に対する価格許容度

図6 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」は、59.0%と過半を維持し、横ばいで推移。
- ・一方、「国産品へのこだわりはない」は15.6%となり、これまでの上昇傾向から低下に転じた。

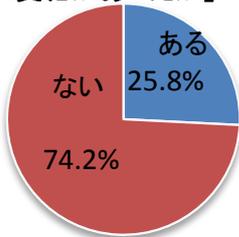


4 コロナ下での食品購入方法の変化に関する調査(特別設問)

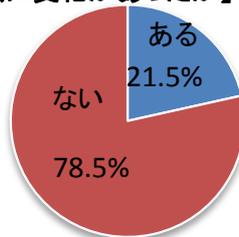
図7 新型コロナウイルスの影響による農林水産物・食品の購入方法の変化

・新型コロナウイルス感染症の拡大を受けて、25.8%の消費者が食品の購入方法に変化が生じたという回答。
 ・利用が増えた購入方法は、「インターネット購入」(38.0%)が最も多く、次いで「量販店・スーパー」(29.1%)、「テイクアウト」(27.3%)となった。

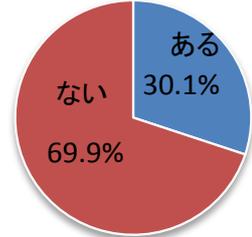
【購入方法に変化があったか】
(全体)



【購入方法に変化があったか】
(男性)



【購入方法に変化があったか】
(女性)



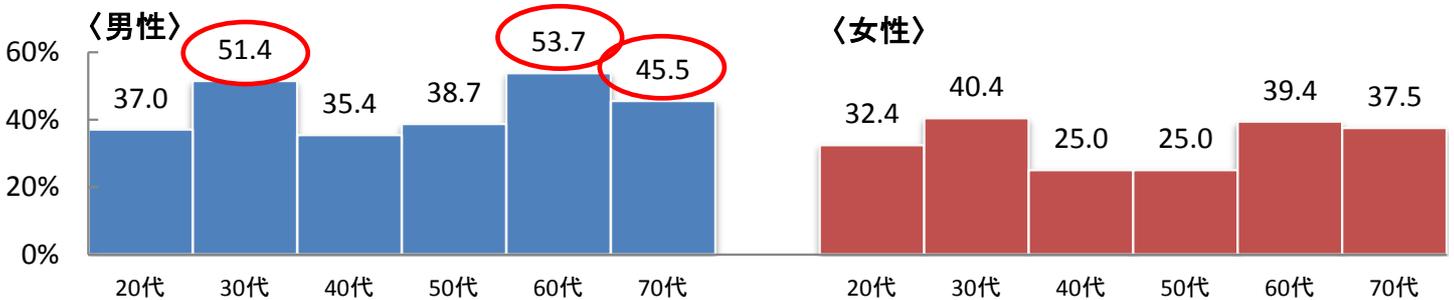
【利用する機会や量が増加した購入方法】(3つまで/変化があった人)



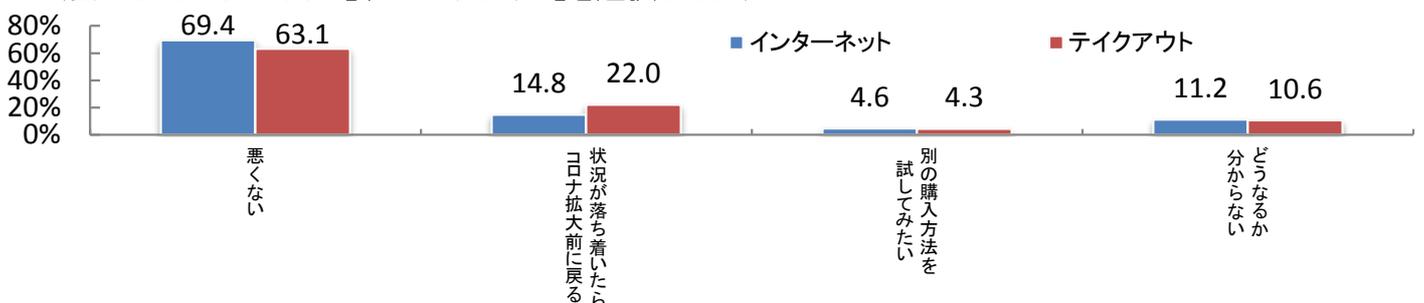
図8 農林水産物・食品のインターネット購入について

「インターネット購入」の利用が増加したと回答した方を男女別・年代別にみると、各年代で男性の割合が女性より高く、特に男性の30代、60代、70代で高い割合となった。また、「インターネット購入」または「テイクアウトでの購入」の利用が増加したと回答した方に、その購入方法の印象を聞いたところ、いずれも6~7割の者が「悪くない」と回答した。

【男女年代別「インターネット購入が増えた」回答者の割合】
(図7で「インターネット」を選択した方)



【利用が増えた購入方法の印象(インターネット/テイクアウト)】
(図7で「インターネット」、「テイクアウト」を選択した人)

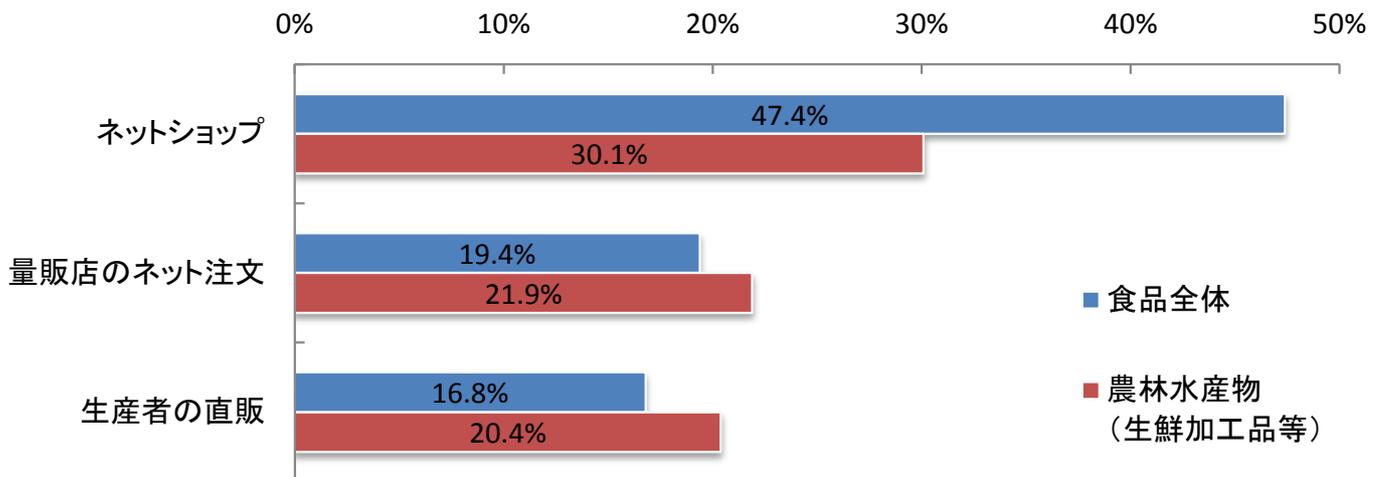


・インターネット購入の利用が増加した方を対象に、インターネットでの食品の購入先を聞いたところ、「ネットショップ」(47.4%)が最も多く、「量販店のネット注文」(19.4%)、「生産者の直販」(16.8%)と続いた。

・農林水産物(生鮮加工品等)の購入に限定すると、「ネットショップ」(30.1%)が最も多く、「量販店のネット注文」(21.9%)、「生産者の直販」(20.4%)となった。また、インターネット購入が増加した方のうち52.0%が「今後も積極的に利用したい」と回答。

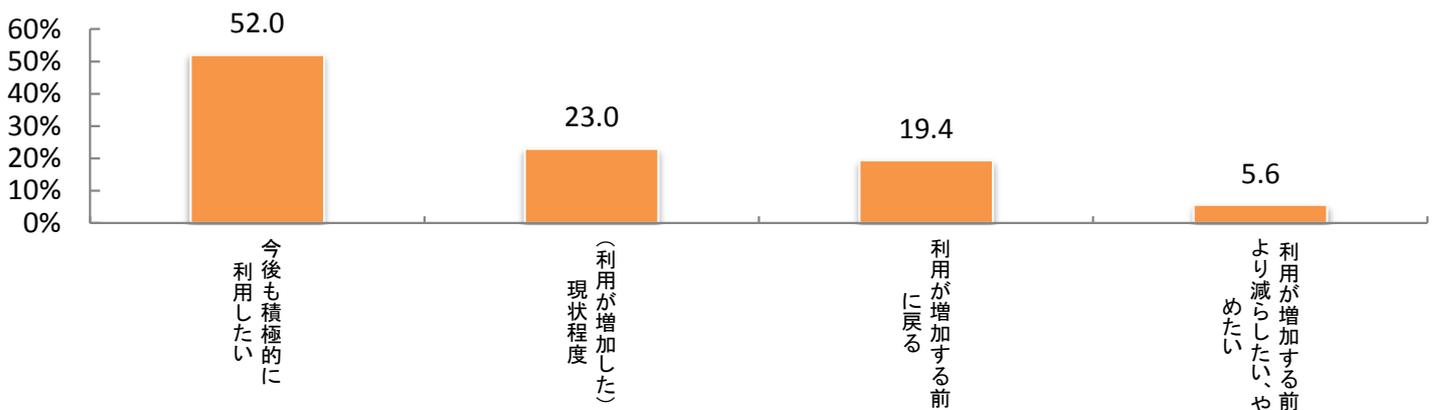
・インターネット購入の利用に変化がなかった方のうち、「今後も購入しない」または「利用したことはあるが元の方法に戻したい」と回答した方に、その理由を聞いたところ、「価格が割高(52.8%)」、「配送料の負担(47.6%)」、「他で購入できる(40.1%)」、「品質に不安(33.5%)」の順となった。

【インターネットを利用して購入した先】



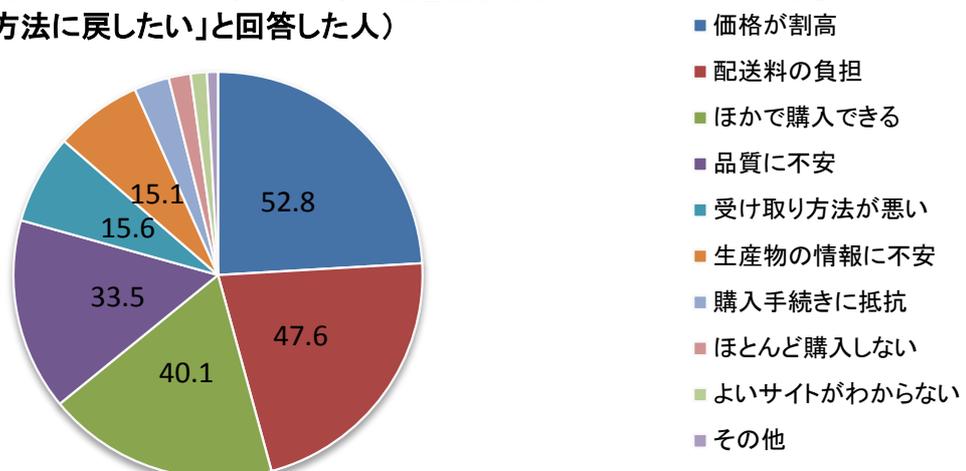
【インターネットでの食料品購入について】

(インターネット購入が増えた(図7で「インターネット」を選択した)方)



【インターネット購入を利用しない理由】

(インターネット購入が増えなかった(図7で「インターネット」を選択しなかった62%)方のうち、「今後も購入しない」「元の方法に戻したい」と回答した人)

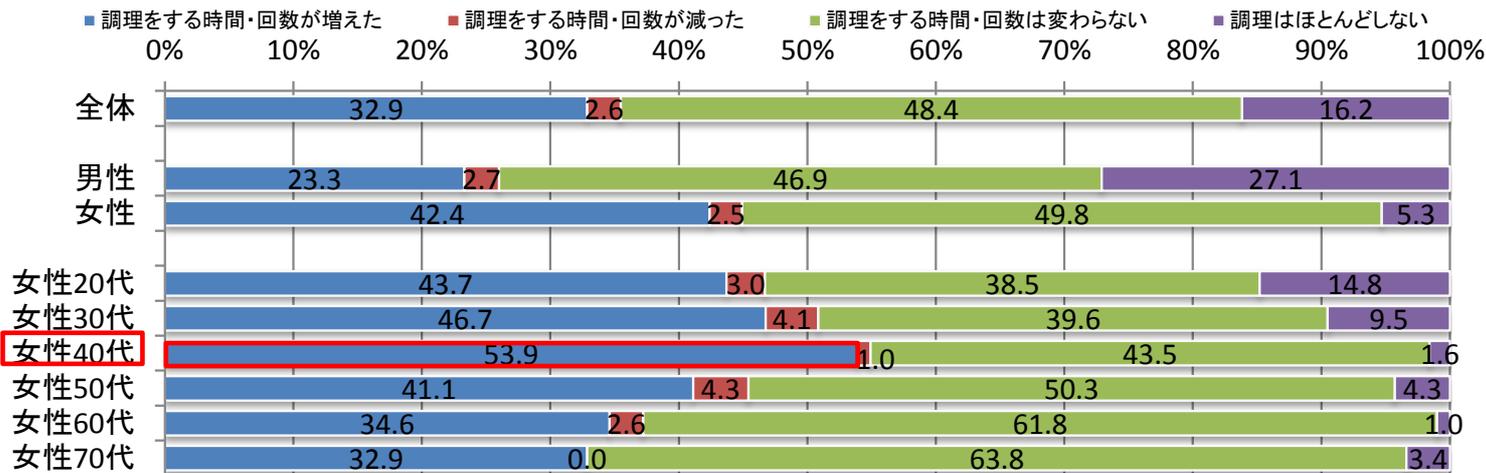


5 コロナ下での調理の変化に関する調査(特別設問)

図9 新型コロナウイルスの影響による、自宅での調理時間や回数の変化

・コロナ下での調理時間、回数の変化を聞いたところ、全体の32.9%、女性の42.4%が「調理をする時間・回数が増えた」と回答した。中でも、40代女性は「増えた」が53.9%と、半数以上が「増えた」と回答した。

【自宅での調理時間や回数の変化】(全体・男女別・女性年代別)



以下は、自宅での調理時間や回数が「増えた」と回答した人に伺いました。

図10 「健康」、「節約」、「手間」、「食材へのこだわり」への配慮について

・自宅での調理時間や回数が「増えた」と回答した方を対象に、「健康」、「節約」、「手間」、「食材へのこだわり」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の回答となった。

・「健康」と回答した方の具体的な行動変化を男女別にみると、女性の「保存食品購入」(44.3%)、「新メニューも料理」(33.3%)が男性の回答を大きく上回った。また、女性の行動変化を年代別にみると、30代～50代では「保存食品購入」、60代、20、と70代で「生鮮素材購入」、70代では「新メニューも料理」が高くなった。

・「節約」と回答した方の具体的な行動変化は、女性の20代は「大容量でまとめ購入」が最も高く、30代～70代で「保存食品購入」が最も高くなった。2番目に高い項目は、30代～50代では「大容量でまとめ購入」、60代～70代では「新メニューも調理」となった。

・「食材へのこだわり」(47.0%)は、女性において、年代が上がるほど高くなる傾向となった。

【何に配慮して調理をするようになったか】
(調理時間・回数が増えた人)

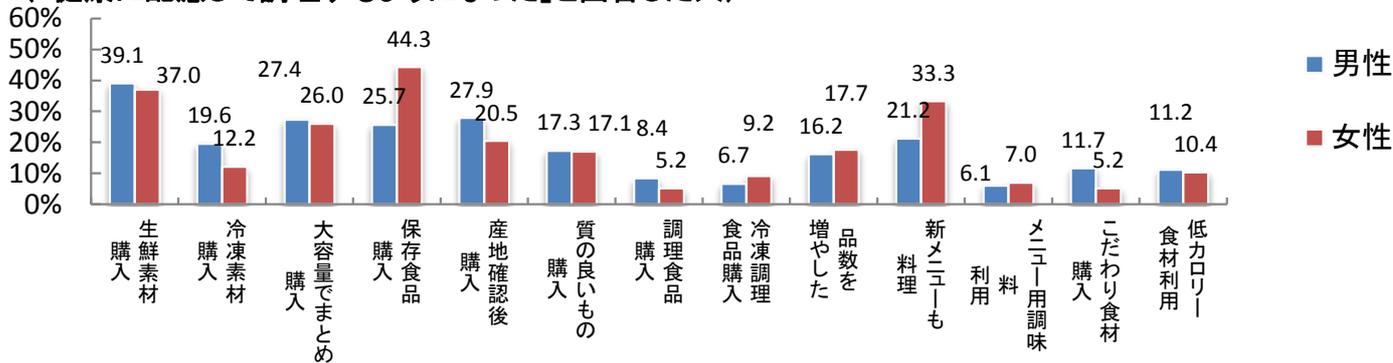


【食材によりこだわって調理をするようになった】(女性年代別)

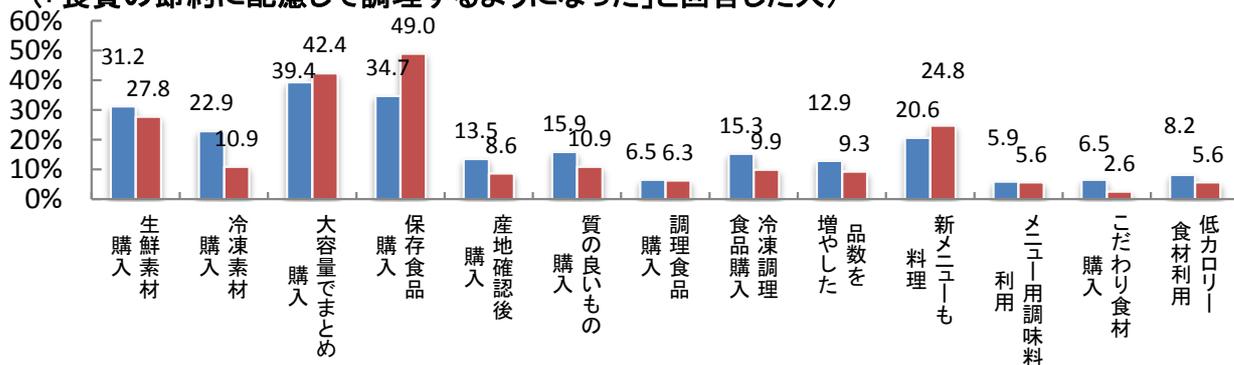


【男女別 具体的な行動変化】

(「健康に配慮して調理するようになった」と回答した人)

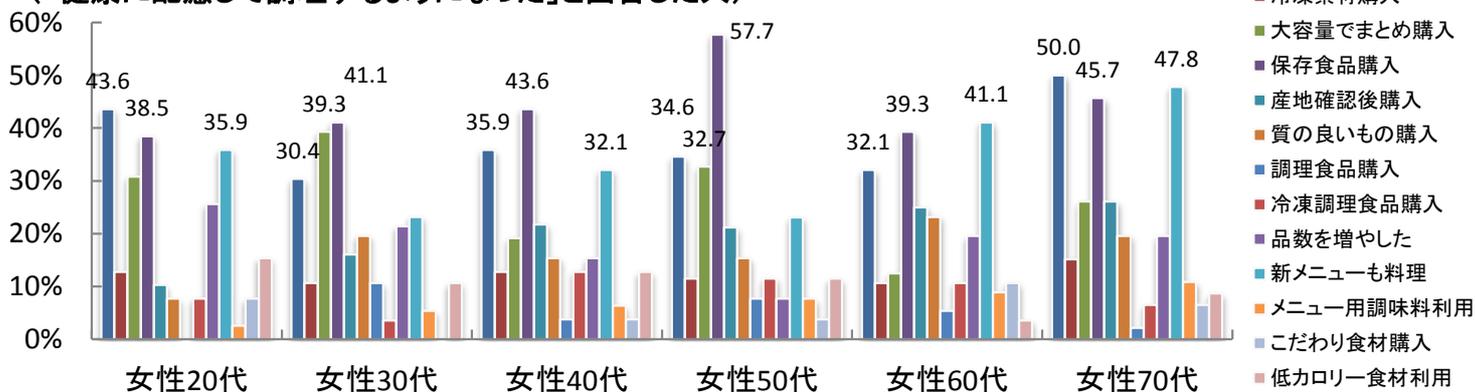


(「食費の節約に配慮して調理するようになった」と回答した人)



【女性年代別 具体的な行動変化】

(「健康に配慮して調理するようになった」と回答した人)



(「食費の節約に配慮して調理するようになった」と回答した人)

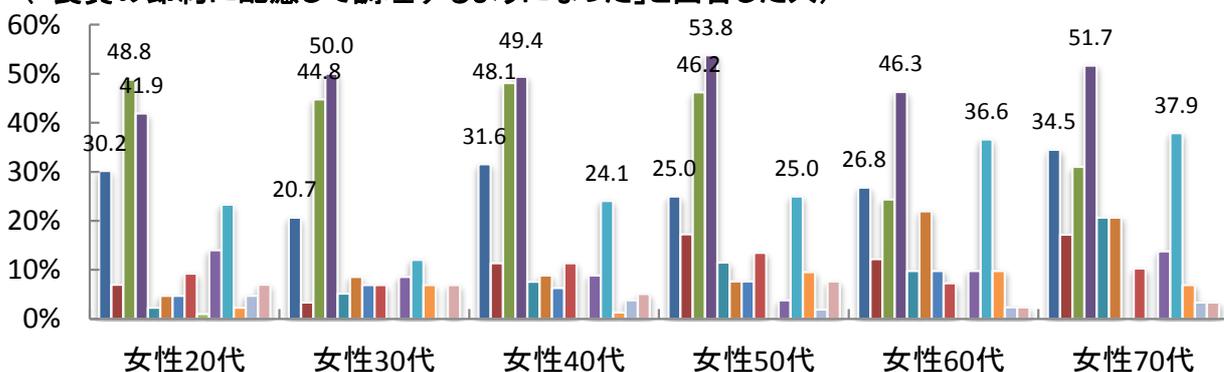


図11 今後の調理時間や回数はどうなると思うか(調理をする時間・回数が増えた人)

「このまま続くだらうと思う」と答えた者が6割を超えた。「もとに戻る」は2割未満となった。

