

食に関する志向 「健康志向」と「簡便化志向」が上昇

～「経済性志向」も2半期連続40%超えの高水準を維持～

< 消費者動向調査（令和6年1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6年1月調査）」を実施しました。本調査では、食に関する志向のほか、普段購入している食品について懸念していること、有機農産物の購入頻度などについて調査を行いました。

調査結果のポイントは以下のとおりです。

**【食に関する志向】**

- 食に関する志向は、令和5年7月調査に引き続き「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。
- 「健康志向」（45.7%、前回比+3.4ポイント）は2半期連続で上昇し、年代別では30代をのぞく全ての世代で上昇し、年代が高くなるほど割合が高い傾向となりました。
- 「経済性志向」（40.8%、前回比▲1.7ポイント）は低下しましたが、調査開始以来はじめて2半期連続で40%を超え、高い水準にあります。
- 「簡便化志向」（38.2%、前回比+2.3ポイント）は3半期連続で上昇し、過去最高値（令和3年1月調査：37.3%）を更新しました。年代別では60代（35.9%、前回比+8.0ポイント）で大きく上昇となりました。

**【普段購入している食品について懸念していること】**

- 「普段購入している食品について懸念していること」は、「食品価格」（68.4%）が最も高く、次いで「食品添加物」（34.8%）、「食品ロス」（31.6%）の順となりました。年代別では、「食品添加物」は年代が高くなるほど割合が高い傾向となりました。

**【有機農産物の購入頻度】**

- 有機農産物の購入頻度は、“月に1回以上購入している”とする割合が56.9%となりました。年代別では、70代（69.8%）が最も高く、次いで20代（56.9%）、60代（57.7%）の順となりました。
- 有機農産物に対するイメージについては、「健康に良い」（49.9%）が最も高く、次いで「安全・安心」（45.3%）、「環境に配慮している」（34.8%）の順となりました。

■詳細は、添付のレポートをご参照ください。

# 消費者動向調査（令和6年1月）

## ～目次～

I.食に関する志向	P 3 ～ 5
II.国産品かどうかを気にかけるか	P 6 ～ 7
III.国産食品の輸入食品に対する価格許容度	P 8
IV.日本の将来の食料輸入についての考え	P 9～10
V.健康的な食事のための食料品の購入と食料品店舗へのアクセス状況	P11～15
VI.有機農産物の購入に関する意識	P16～20

## ○調査概要

- 調査時期:令和6年1月1日～1月9日
- 調査方法:インターネット調査
- 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)  
※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。

### <お問い合わせ先>

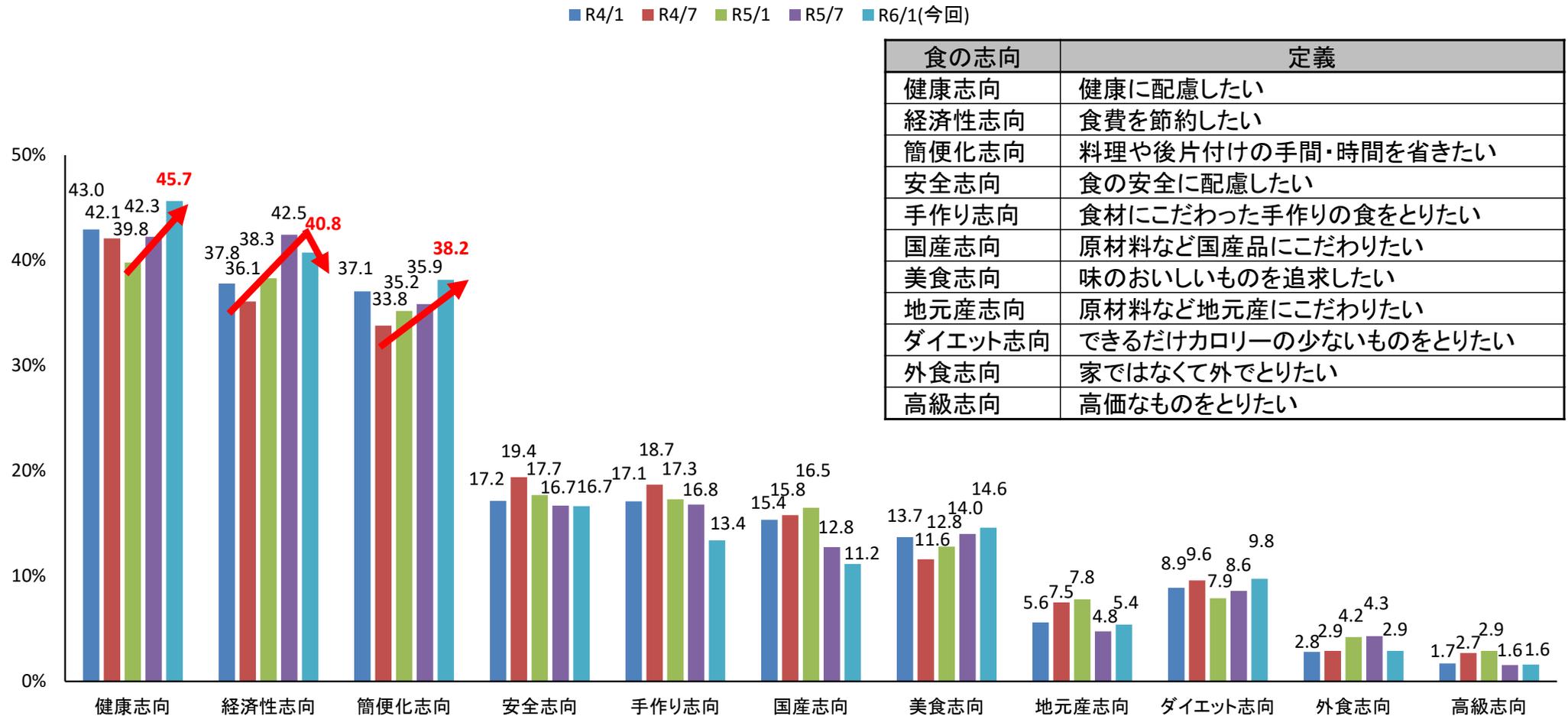
日本政策金融公庫 農林水産事業本部 情報企画部(担当:黒川、米山)TEL:03-3270-5585

〒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

# I. 食に関する志向(現在の食の志向)

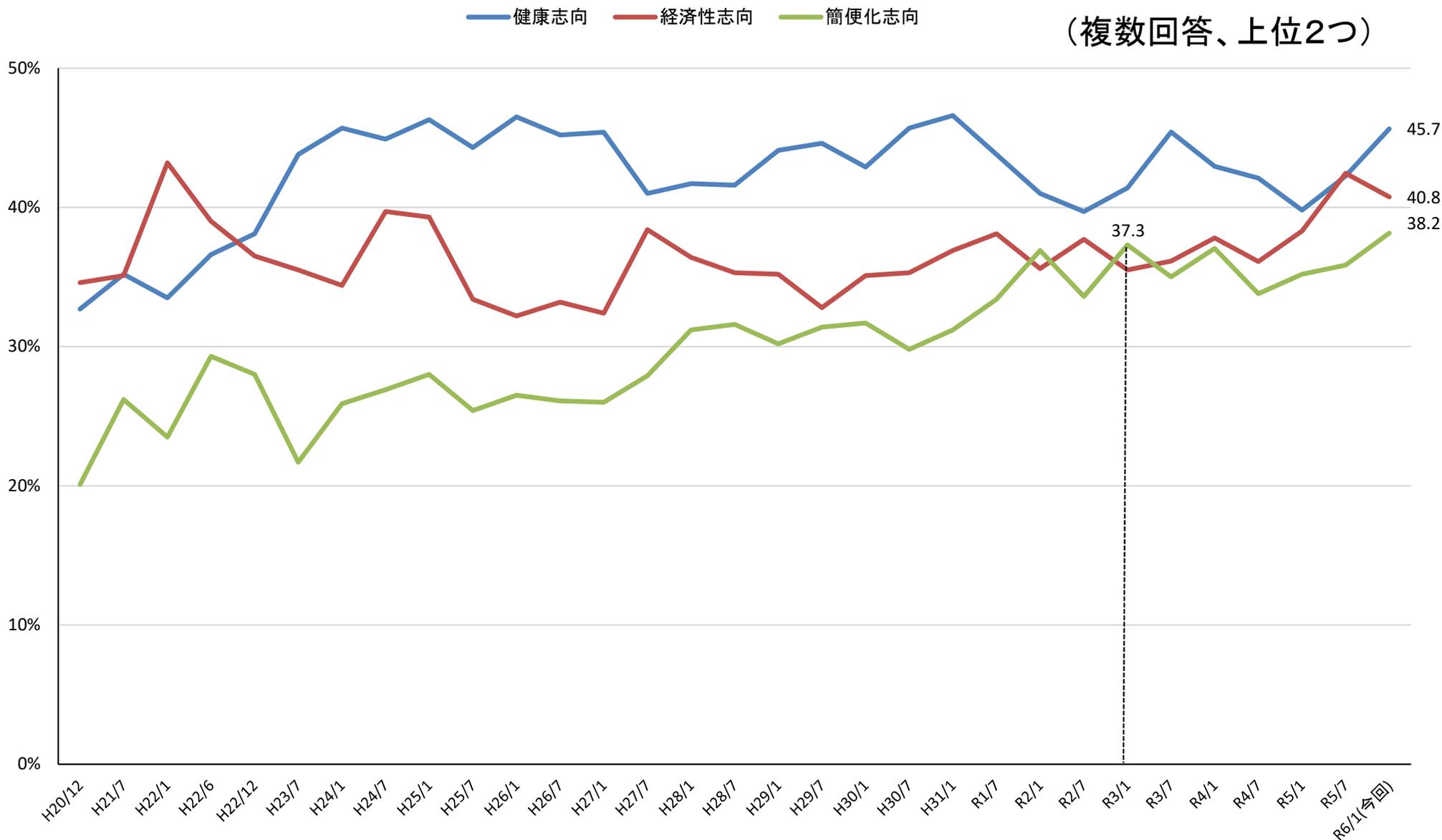
- ・現在の食の3大志向は、前回までの調査と同じく「健康志向」「経済性志向」「簡便化志向」となった。
- ・3大志向の動きは「健康志向」(45.7%、前回比+3.4ポイント)、「簡便化志向」(38.2%、同+2.3ポイント)が上昇した。「経済性志向」(40.8%、同▲1.7ポイント)は低下したが、前回に続き40%台となった。
- ・3大志向以外では「手作り志向」(13.4%、同▲3.4ポイント)、「国産志向」(11.2%、同▲1.6ポイント)、「外食志向」(2.9%、同▲1.4ポイント)が低下。

(複数回答、上位2つ)



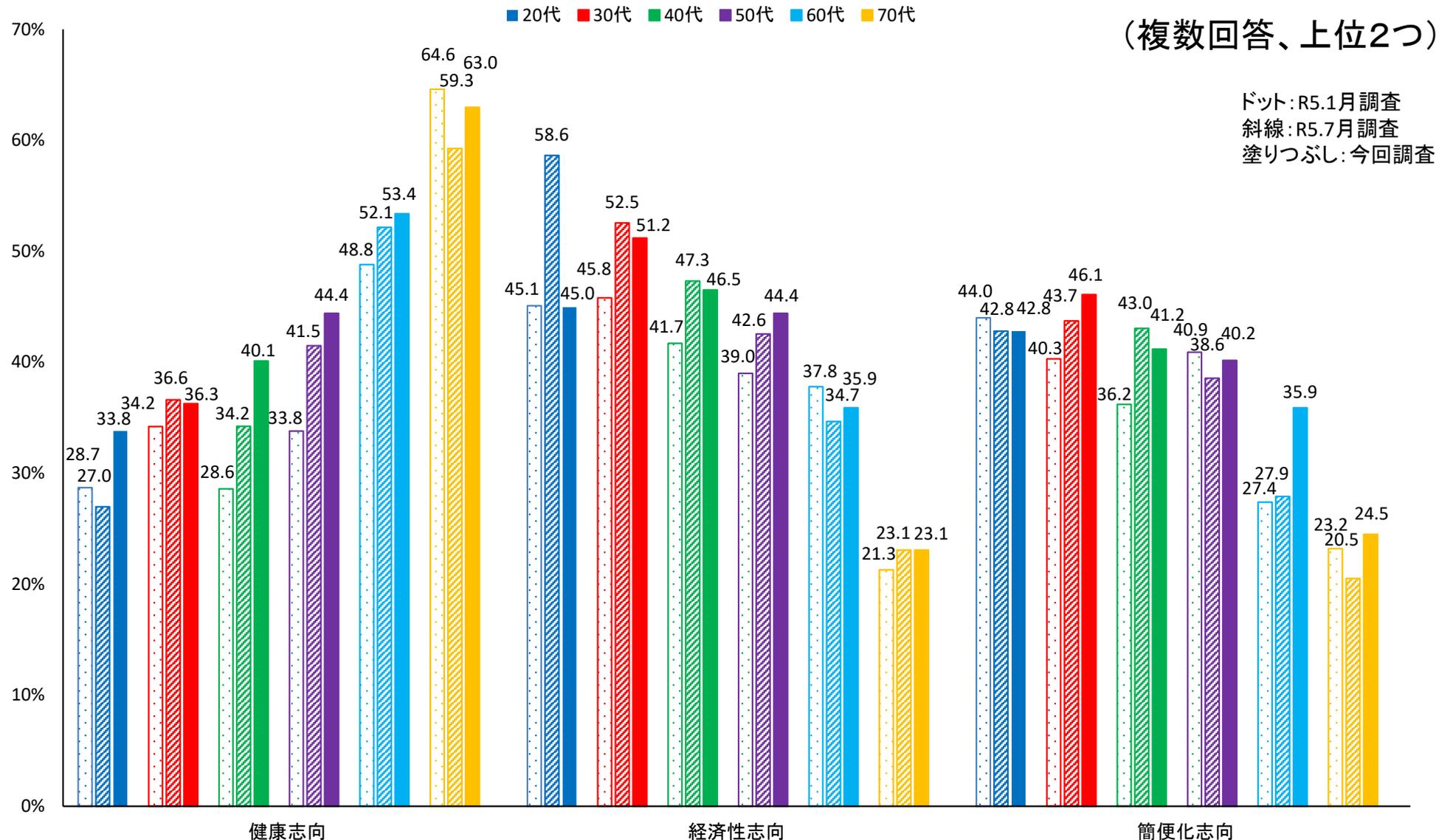
# I. 食に関する志向(現在の3大志向、平成20年12月調査からの推移)

- ・「健康志向」(45.7%)は、コロナ後では最も高い水準となった。
- ・「経済性志向」(40.8%)は前回から減少したものの、はじめて2半期連続の40%超えとなった。
- ・「簡便化志向」(38.2%)は令和3年1月(37.3%)を超え、過去最高値となった。



# I. 食に関する志向(3大志向、年代別)

- ・「健康志向」は30代をのぞく全ての世代で上昇しており、20代(前回比+6.8ポイント)と40代(同+5.9ポイント)で大きく上昇した。
- ・「経済性志向」は20代(同▲13.6ポイント)で大きく減少した。
- ・「簡便化志向」は60代(同+8.0ポイント)で大きく上昇した。



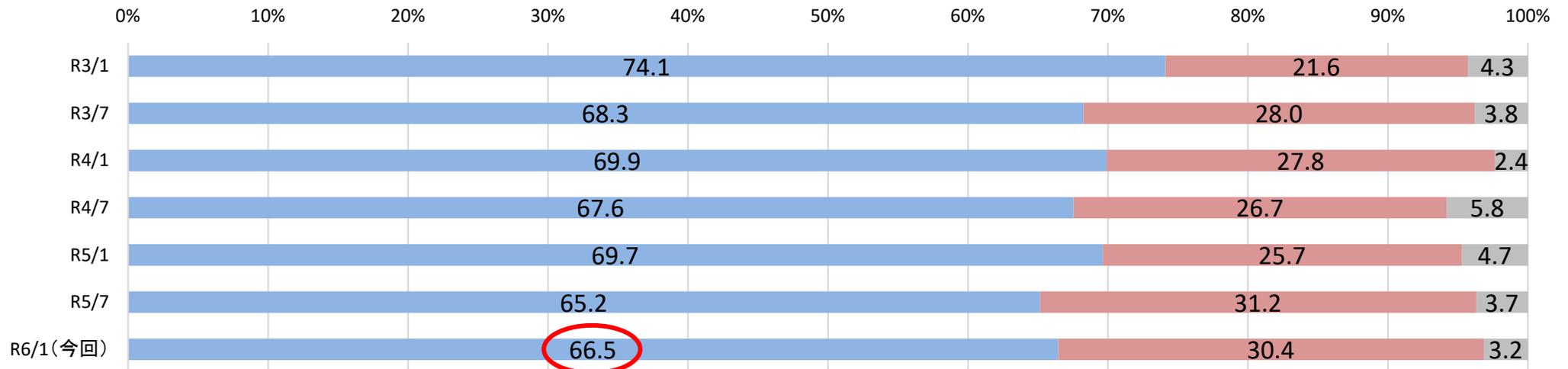
## Ⅱ. 国産品かどうかを気にかけるか(食料品購入時)

- ・食料品を購入するときに国産品かどうかを「気にかける」割合(66.5%、前回比+1.3ポイント)は上昇した。
- ・年代別では、「気にかける」はおおむね年代が高くなるほど割合が高い傾向となった。

### 【継年データ】

■ 気にかける ■ 気にかけない ■ 食料品は購入しない

(単一回答)



### 【年代別】

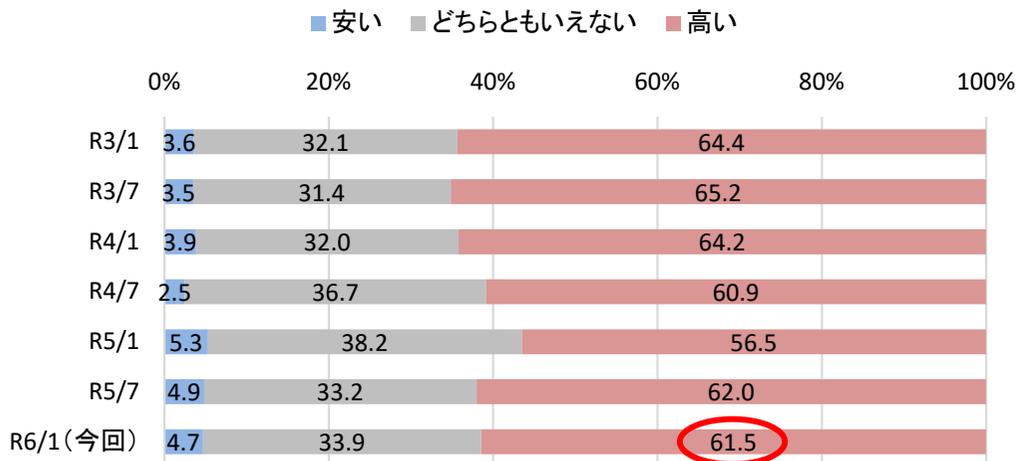
■ 気にかける ■ 気にかけない ■ 食料品は購入しない



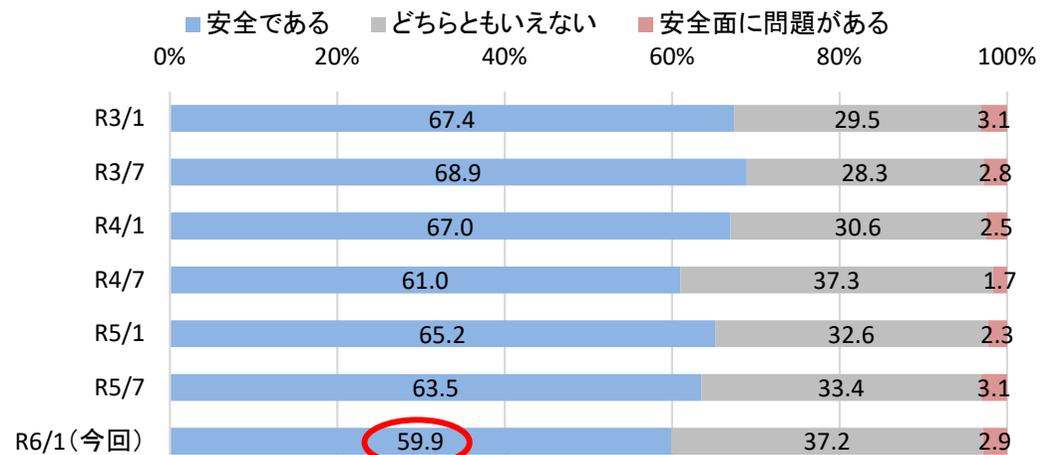
## Ⅱ. 国産品かどうかを気にかけるか(国産・輸入食品に対するイメージ)

- ・国産食品に対するイメージは、価格面は「高い」(61.5%、前回比▲0.5ポイント)の割合が低下した。安全面は「安全である」(59.9%、同▲3.6ポイント)の割合が低下した。
- ・輸入食品に対するイメージは、価格面は「安い」(52.1%、同▲1.3ポイント)の割合が低下した。安全面は「安全面に問題がある」(28.0%、同▲2.5ポイント)の割合が低下した。

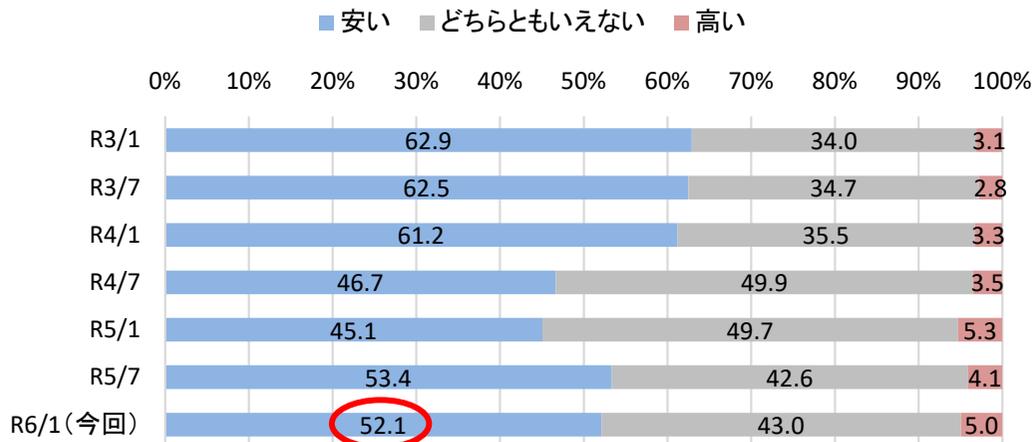
### 〈価格面〉 (国産食品)



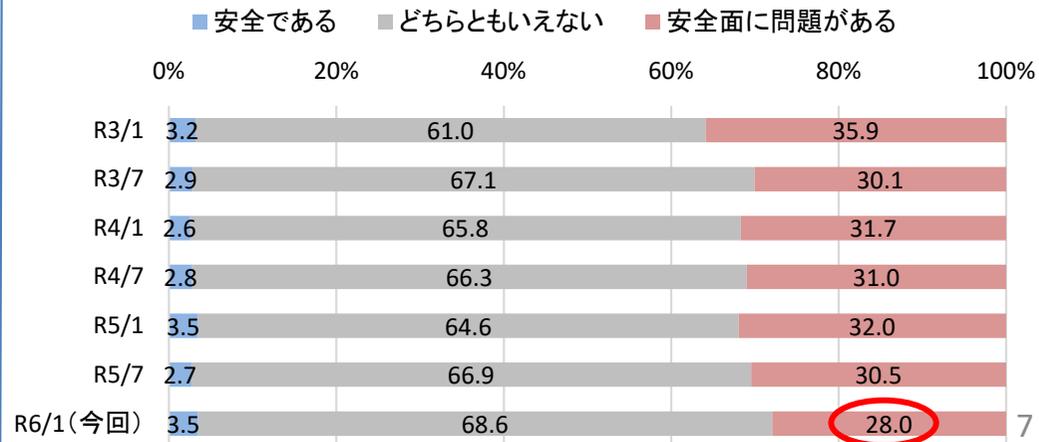
### 〈安全面〉 (各項目単一回答) (国産食品)



### (輸入食品)

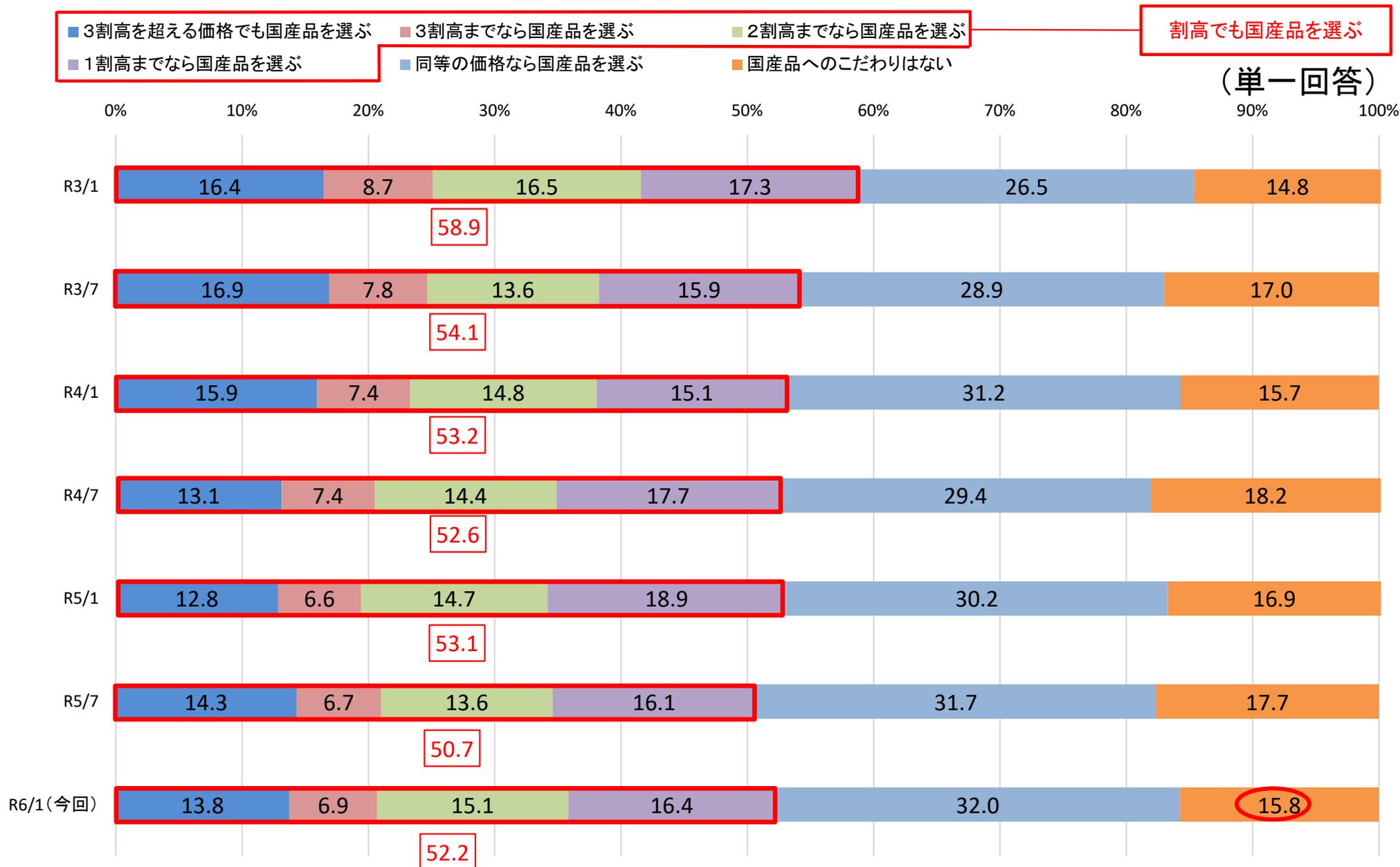


### (輸入食品)



### Ⅲ. 国産食品の輸入食品に対する価格許容度

- ・“割高でも国産品を選ぶ”とする割合(52.2%、前回比+1.5ポイント)は上昇した。
- ・「国産品へのこだわりはない」(15.8%、同▲1.9ポイント)は低下した。

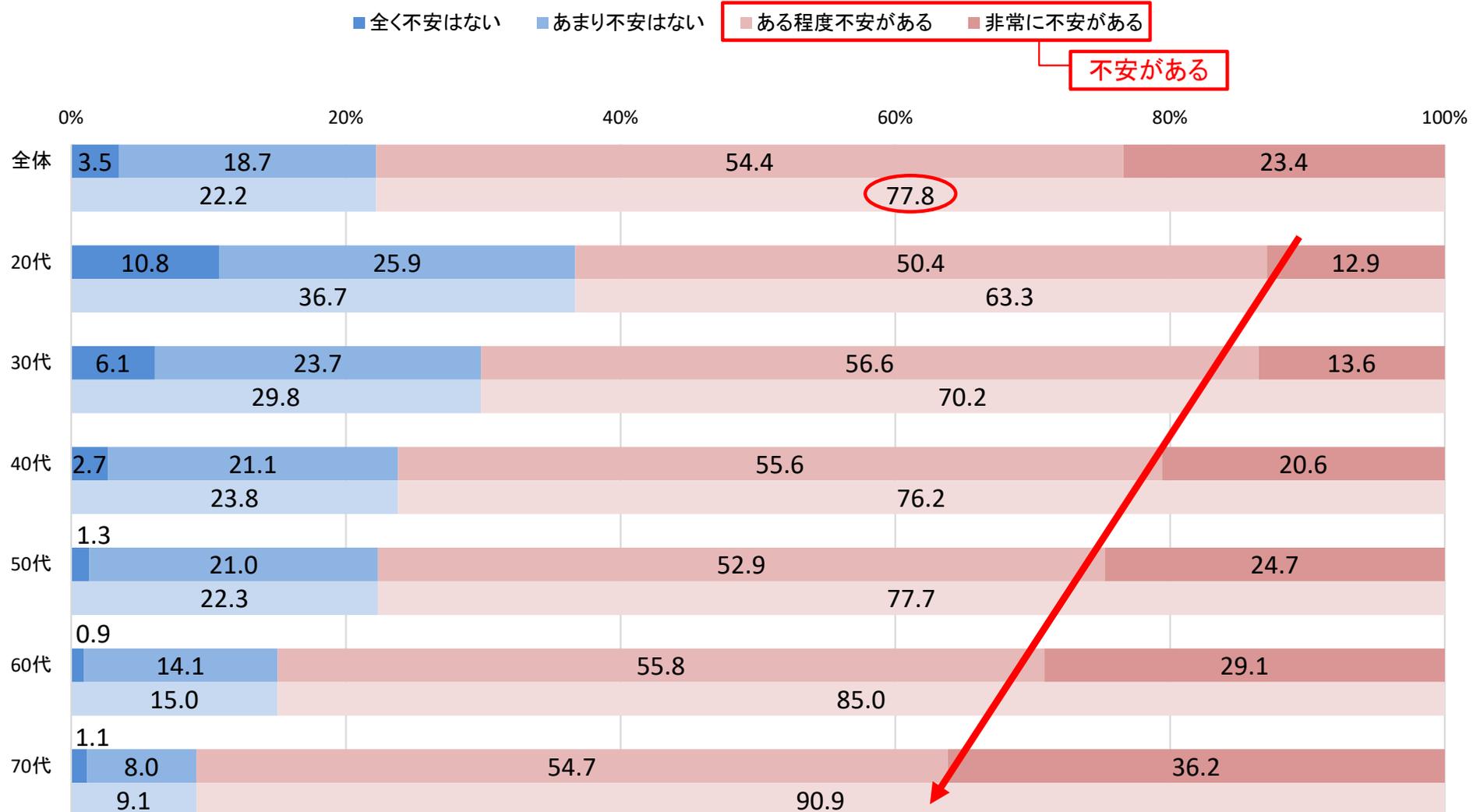


## IV . 日本の将来の食料輸入についての考え

### IV-1. 日本の将来の食料輸入についてどのように考えているか

- ・日本の将来の食料輸入について、「ある程度不安がある」(54.4%)、「非常に不安がある」(23.4%)を合わせた“不安がある”とする回答は77.8%となった。
- ・年代別では、「非常に不安がある」は年代が高くなるほど割合が高い傾向となった。

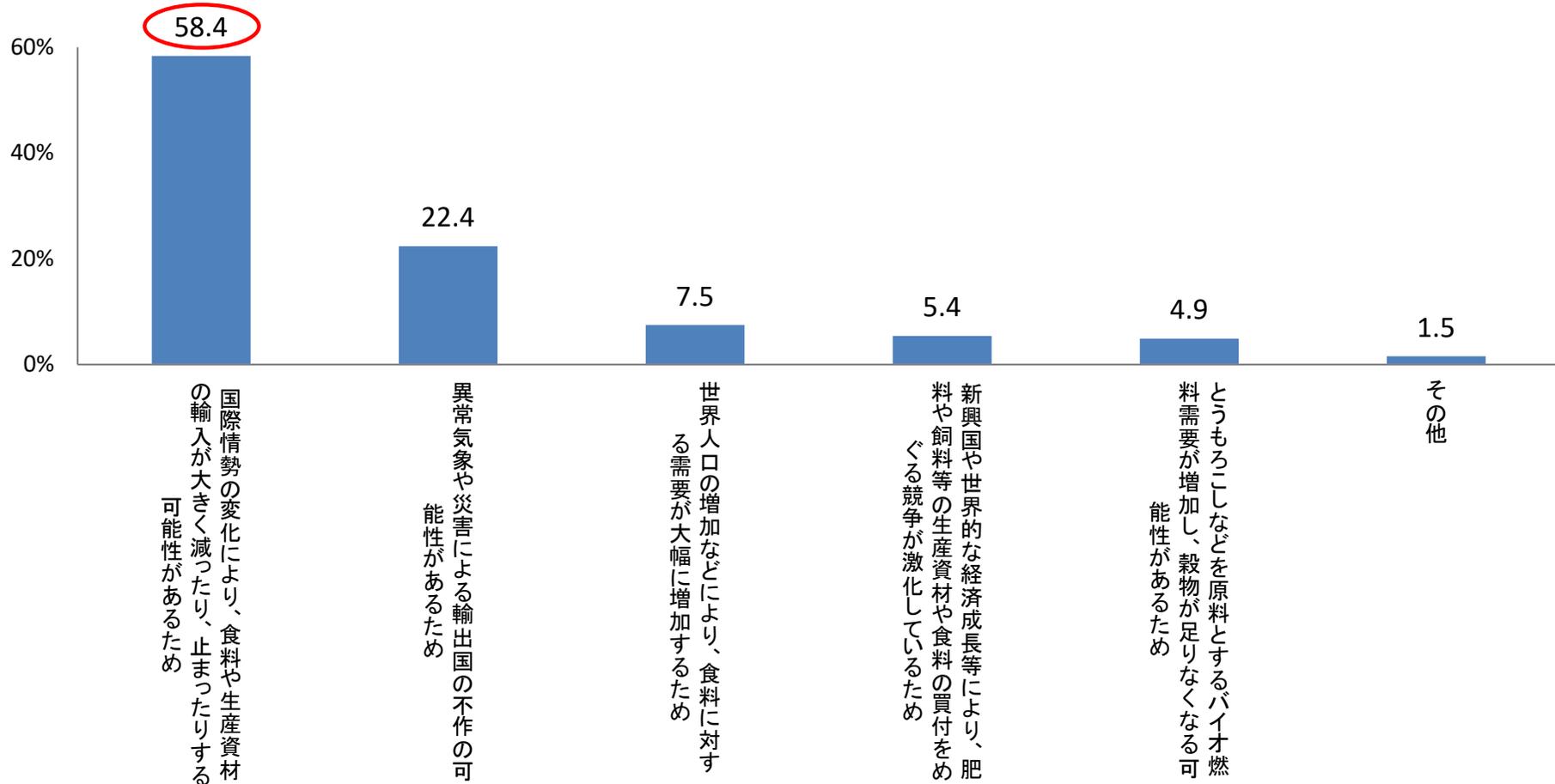
(単一回答)



## IV-2. 日本の将来の食料輸入について不安があると考える理由

- ・日本の将来の食料輸入について”不安がある”と回答した方に、その理由について聞いたところ、「国際情勢の変化により、食料や生産資材の輸入が大きく減ったり、止まったりする可能性がある」(58.4%)が最も高くなった。

(単一回答/「非常に不安がある」「ある程度不安がある」と回答した方)

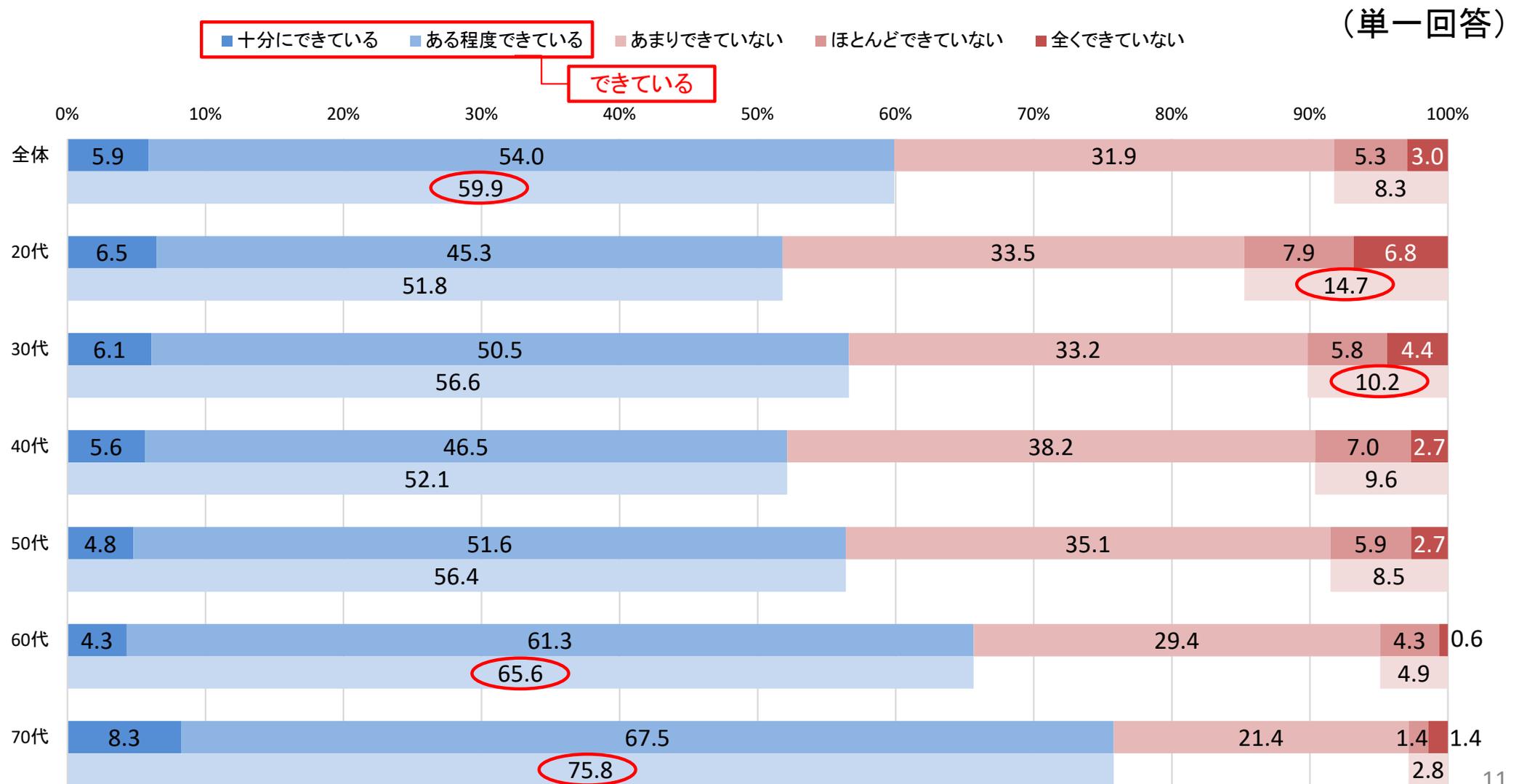


# V. 健康的な食事のための食料品の購入と食料品店舗へのアクセス状況

## V-1. 健康的な食事のための食料品の購入

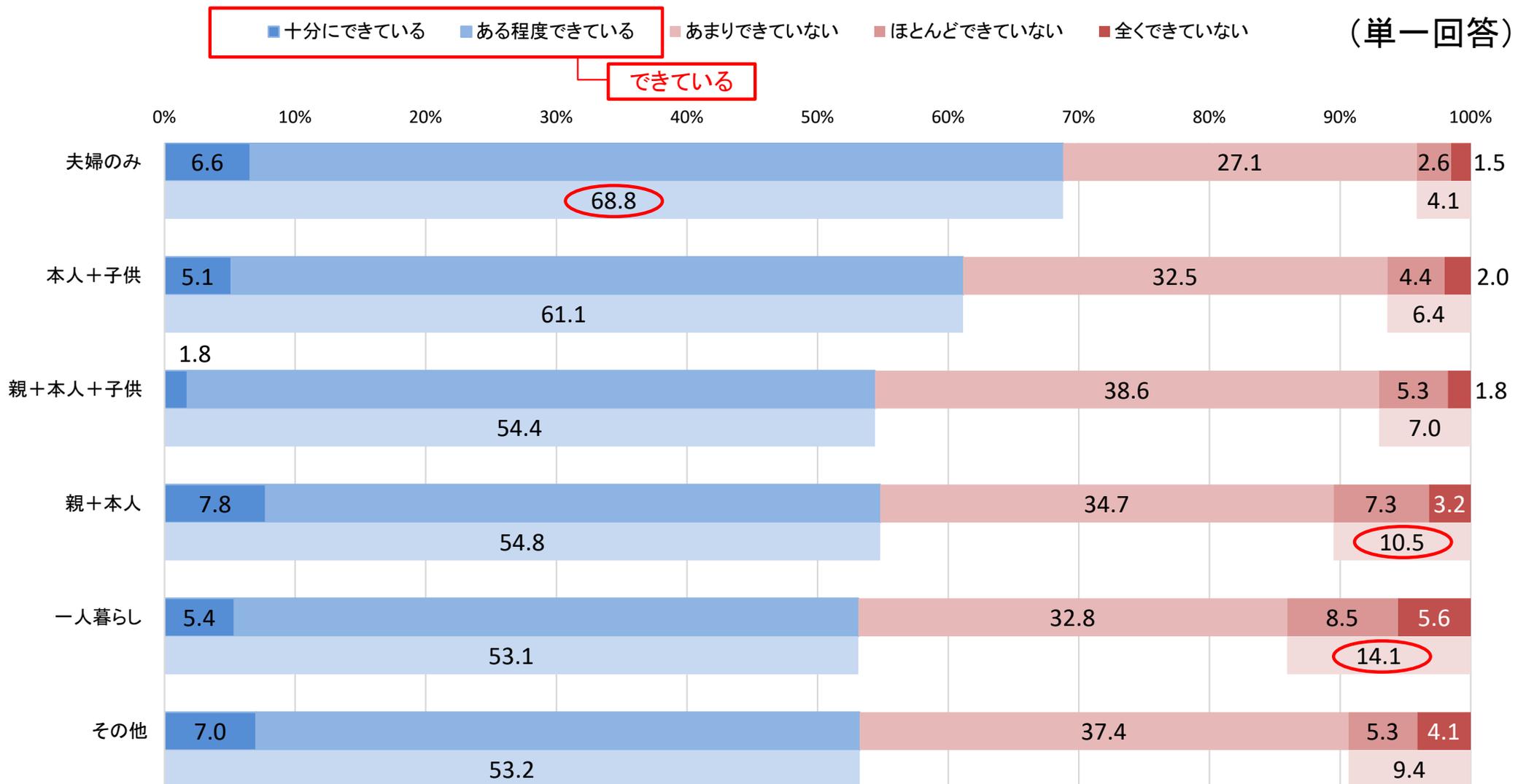
〔※本調査における「健康的な食事」とは、健康な心身の維持・増進に必要な栄養素がバランスよく摂れる食事のことを指します。〕

- ・健康的な食事のための食料品の購入が手頃な価格で「十分にできている」(5.9%)、「ある程度できている」(54.0%)を合わせた”できている”とする回答は59.9%となった。
- ・年代別では、“できている”とする回答が60代で6割、70代で7割を上回った。一方で、「ほとんどできていない」、「全くできていない」を合わせた回答は、20~30代で1割を上回った。



## V-1.健康的な食事のための食料品の購入(世帯別)

- ・世帯別では、“できている”とする回答が「夫婦のみ」「本人+子供」の世帯で6割を上回り、他の世帯と比べて高い割合となった。
- ・「ほとんどできていない」、「全くできていない」を合わせた回答は、「一人暮らし」(14.1%)、「親+本人」(10.5%)の世帯で1割を上回った。

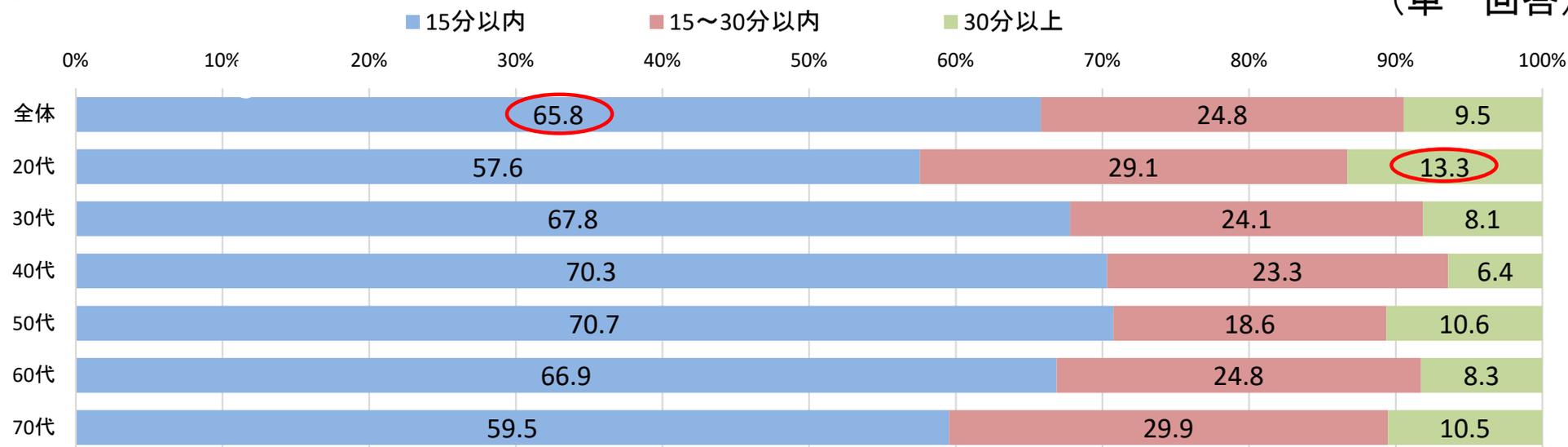


## V-2.食料品店舗へのアクセス状況

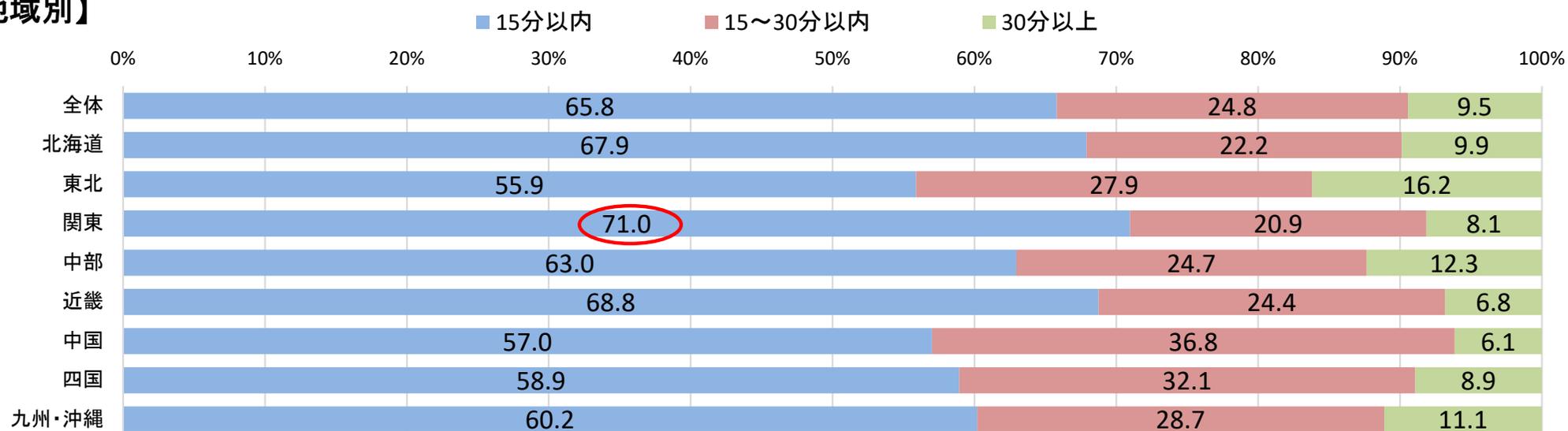
- ・公共交通手段の利用または徒歩による食料品店舗へのアクセスについて、「15分以内」(65.8%)は約7割となった。
- ・地域別では、関東で「15分以内」が7割を上回った。

### 【年代別】

(単一回答)



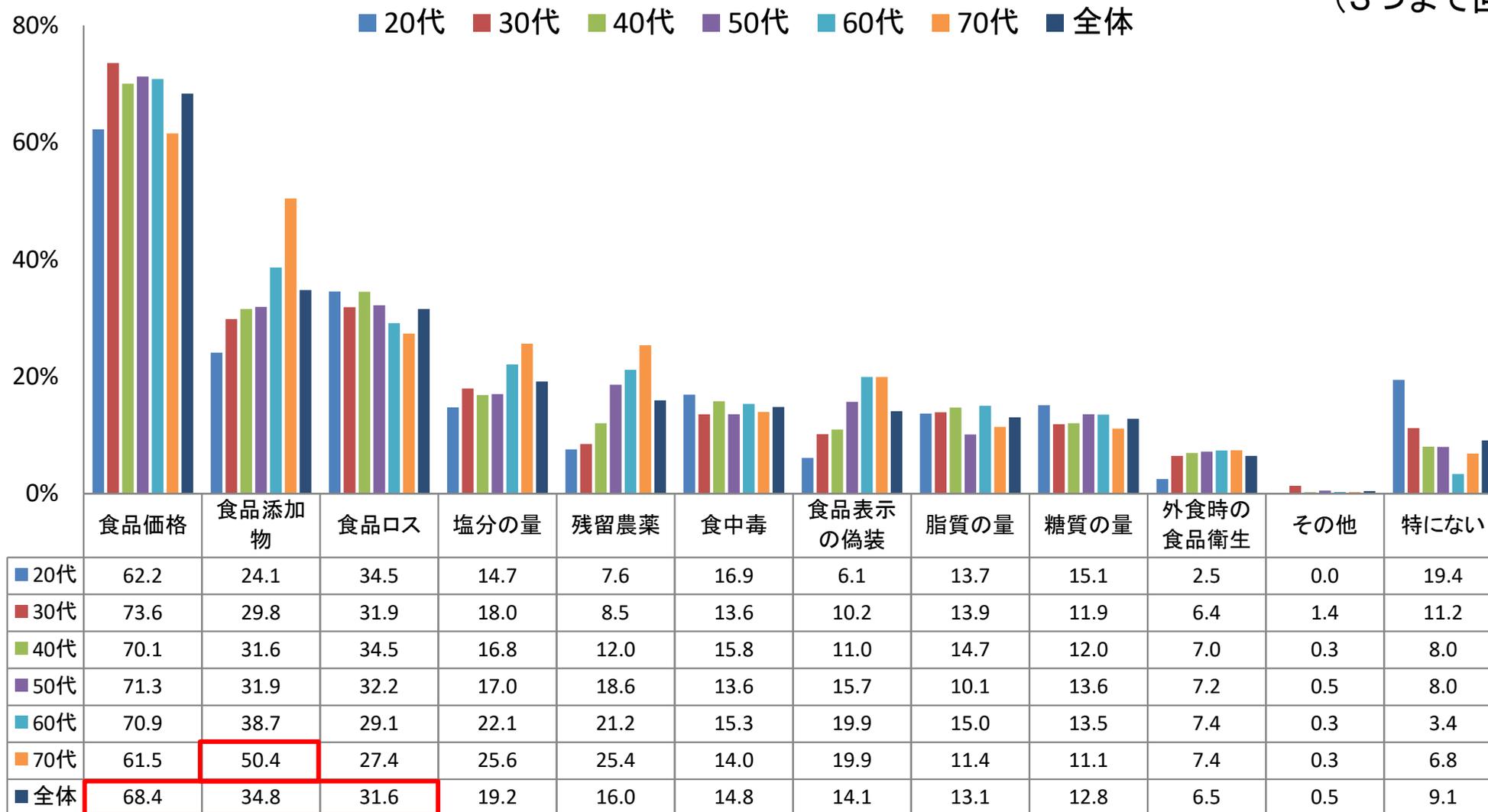
### 【地域別】



### V-3. 普段購入している食品について懸念していること(年代別)

- ・「普段購入している食品について懸念していること」は、「食品価格」(68.4%)が最も高く、次いで「食品添加物」(34.8%)、「食品ロス」(31.6%)となった。
- ・年代別では、70代は「食品添加物」(50.4%)が他の年代と比べて高い割合となった。

(3つまで回答)

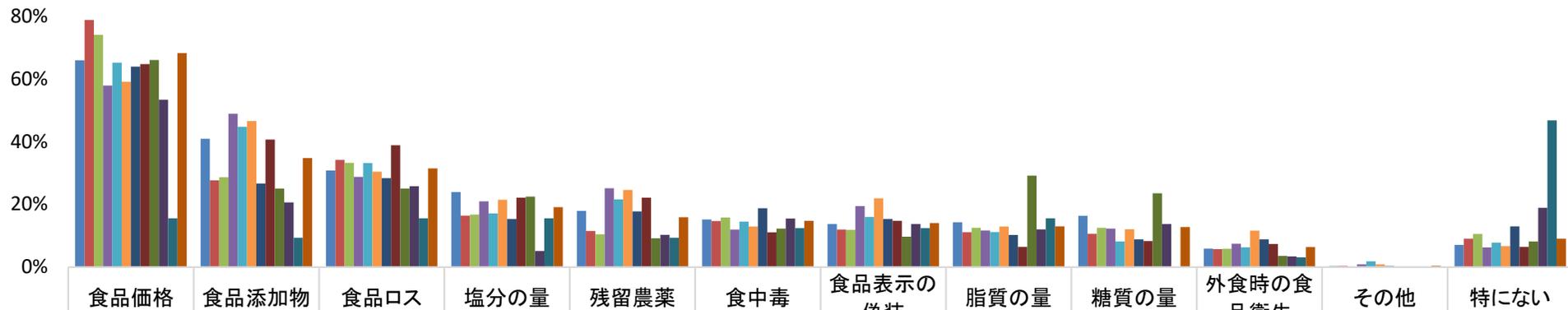


### V-3. 普段購入している食品について懸念していること(食の志向別)

- ・「高級志向」をのぞくすべての志向において、「食品価格」が最多となった。3大志向では、次いで「健康志向」では「食品添加物」、「経済性志向」と「簡便化志向」では「食品ロス」となった。
- ・全体と比較して高い割合となっている組み合わせは、「ダイエット志向」×「脂質の量」、「安全志向」×「食品添加物」、「国産志向」×「食品添加物」、「ダイエット志向」×「糖質の量」、「経済性志向」×「食品価格」などとなった。

(3つまで回答)

■健康志向 ■経済性志向 ■簡便化志向 ■安全志向 ■手作り志向 ■国産志向 ■美食志向 ■地元産志向 ■ダイエット志向 ■外食志向 ■高級志向 ■全体



	食品価格	食品添加物	食品ロス	塩分の量	残留農薬	食中毒	食品表示の偽装	脂質の量	糖質の量	外食時の食品衛生	その他	特にない
■健康志向	66.0	41.0	30.9	24.0	18.0	15.2	13.8	14.3	16.4	5.9	0.3	7.1
■経済性志向	78.9	27.7	34.2	16.4	11.5	14.7	12.0	11.2	10.7	5.8	0.4	9.1
■簡便化志向	74.2	28.7	33.3	16.8	10.5	15.9	11.9	12.6	12.6	5.9	0.1	10.6
■安全志向	58.0	48.9	28.8	21.0	25.2	12.0	19.5	11.7	12.3	7.5	0.9	6.3
■手作り志向	65.3	44.8	33.2	17.2	21.6	14.6	16.0	11.2	8.2	6.3	1.9	7.8
■国産志向	59.2	46.6	30.5	21.5	24.7	13.0	22.0	13.0	12.1	11.7	0.9	6.7
■美食志向	64.0	26.7	28.4	15.4	17.8	18.8	15.4	10.3	8.9	8.9	0.3	13.0
■地元産志向	64.8	40.7	38.9	22.2	22.2	11.1	14.8	6.5	8.3	7.4	0.0	6.5
■ダイエット志向	66.2	25.1	25.1	22.6	9.2	12.3	9.7	29.2	23.6	3.6	0.0	8.2
■外食志向	53.4	20.7	25.9	5.2	10.3	15.5	13.8	12.1	13.8	3.4	0.0	19.0
■高級志向	15.6	9.4	15.6	15.6	9.4	12.5	12.5	15.6	0.0	3.1	0.0	46.9
■全体	68.4	34.8	31.6	19.2	16.0	14.8	14.1	13.1	12.8	6.5	0.5	9.1

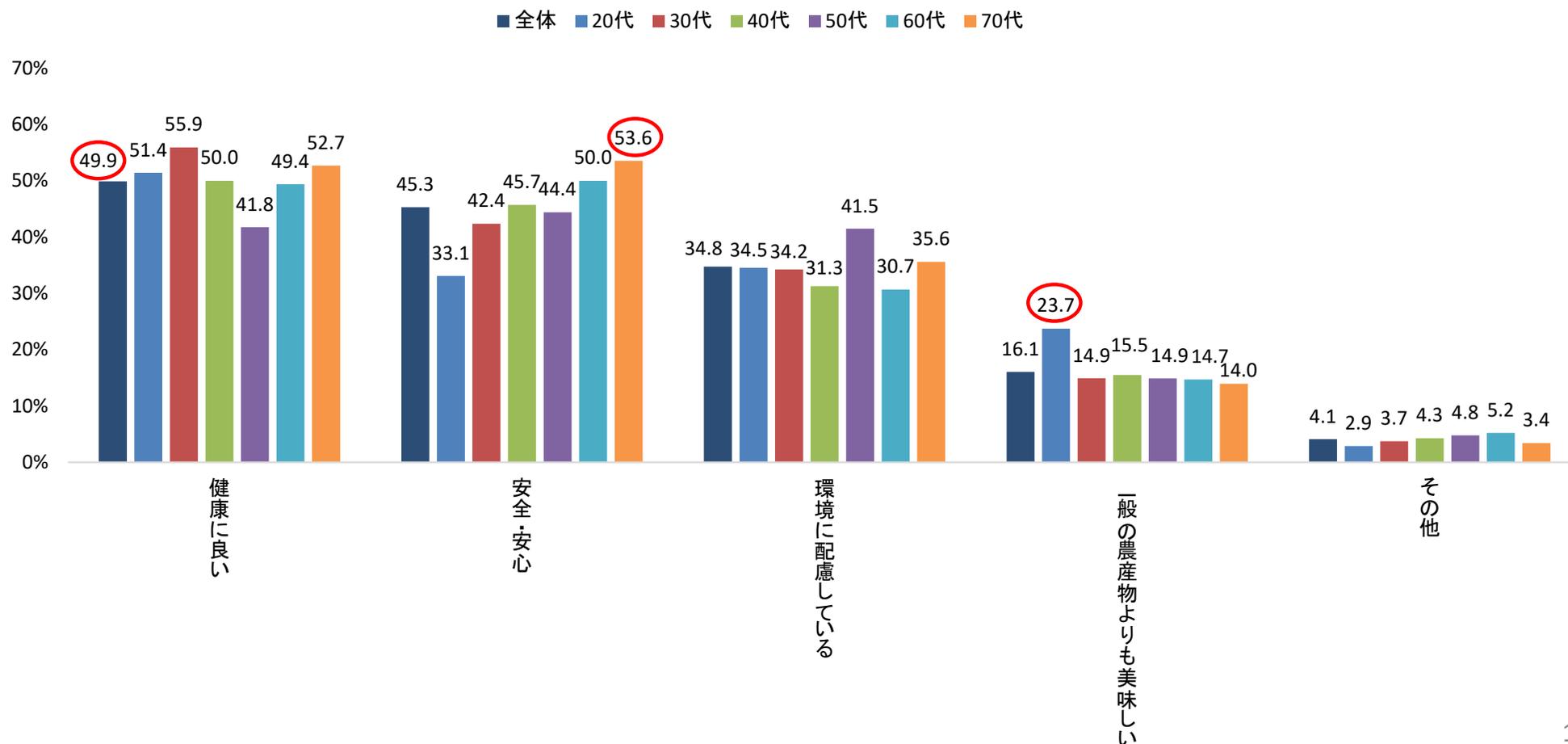
## VI. 有機農産物の購入に関する意識

### VI-1. 有機農産物に対するイメージ

※本調査における「有機農産物」とは、①周辺から使用禁止資材が飛来し又は流入しないように必要な措置を講じている②種又は植付け前2年以上化学肥料や化学合成農薬を使用しない③組換えDNA技術の利用や放射線照射を行わないなど、「有機農産物の日本農林規格」の基準に従って生産された農産物のことです。(出典:農林水産省HP)。

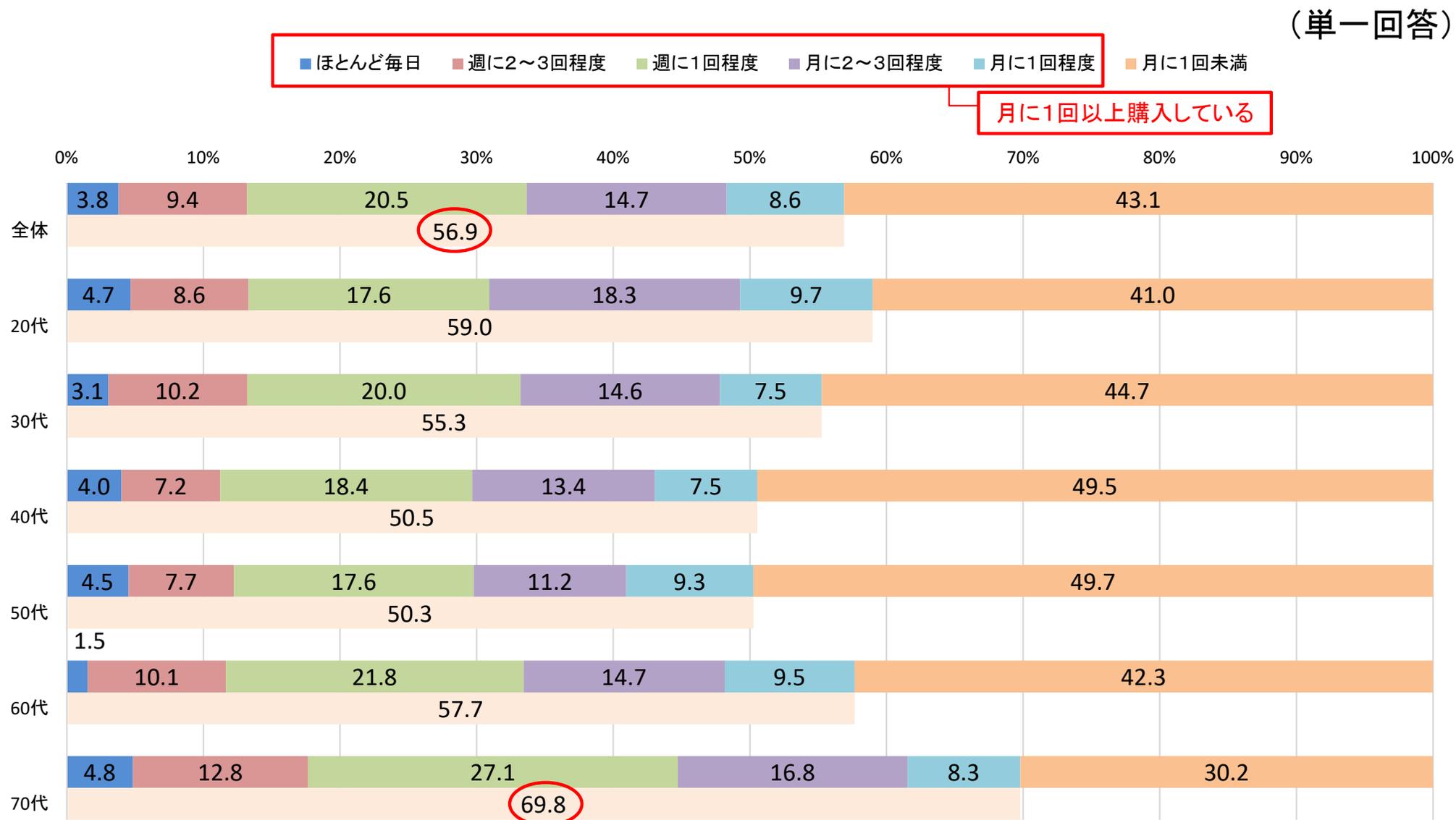
- ・有機農産物に対するイメージについて、「健康に良い」(49.9%)が最も高く、次いで「安全・安心」(45.3%)、「環境に配慮している」(34.8%)の順となった。
- ・年代別では、「安全・安心」で70代(53.6%)、「一般の農産物よりも美味しい」で20代(23.7%)が他の年代と比べて高い割合となった。

(複数回答、2つまで)



## VI-2.有機農産物の購入頻度

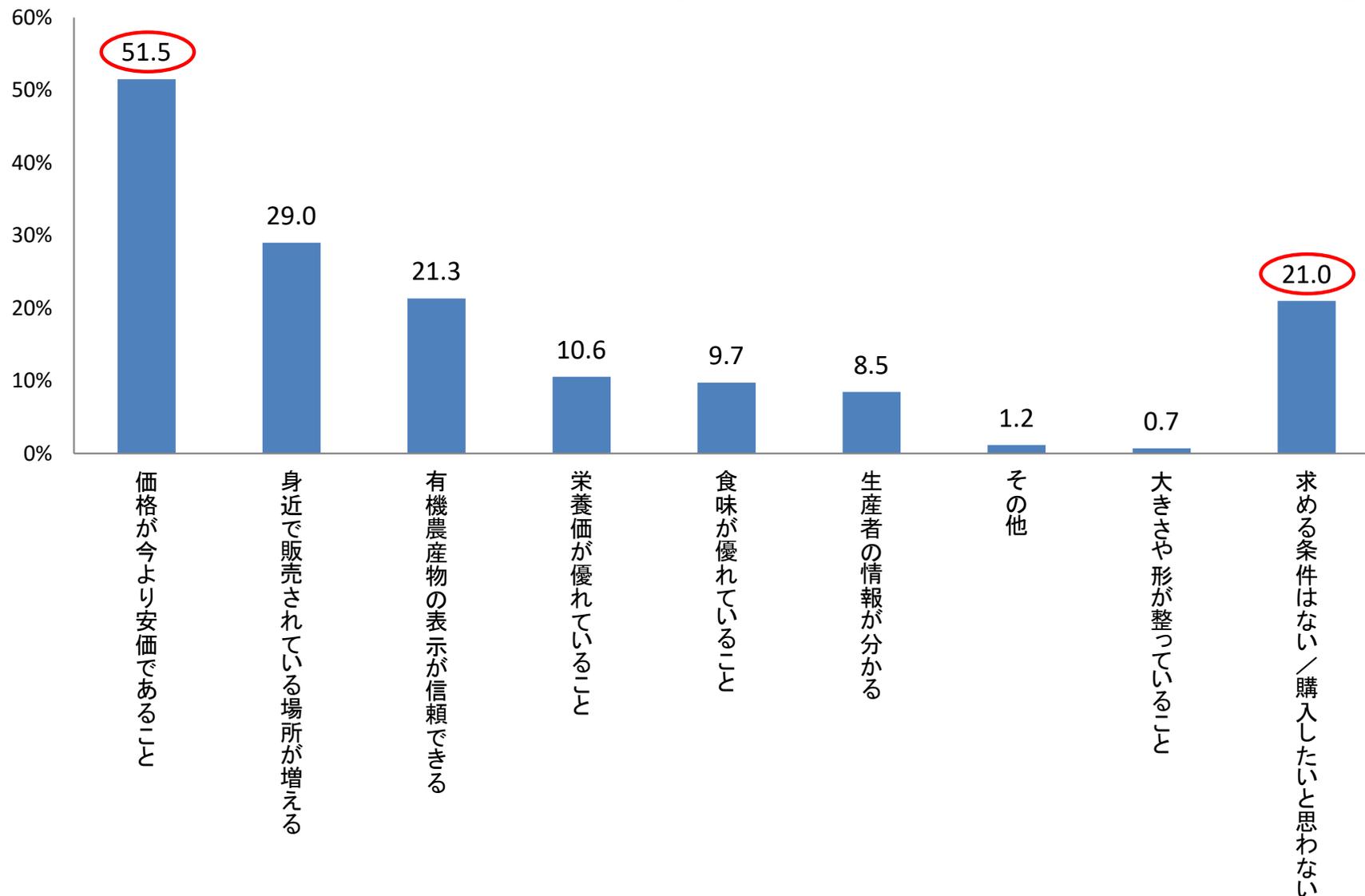
- ・有機農産物の購入頻度は、“月に1回以上購入している”とする回答が56.9%となった。
- ・年代別では、“月に1回以上購入している”とする回答は70代(69.8%)が最も高く、次いで20代(59.0%)となった。



### VI-3. 有機農産物を購入するための条件

- ・有機農産物の購入頻度が「月に1回未満」と回答した方に、有機農産物を購入するための条件を聞いたところ、「価格が今より安価であること」(51.5%)が最も高くなった。一方で、「求める条件はない/購入したいと思わない」は21.0%となった。

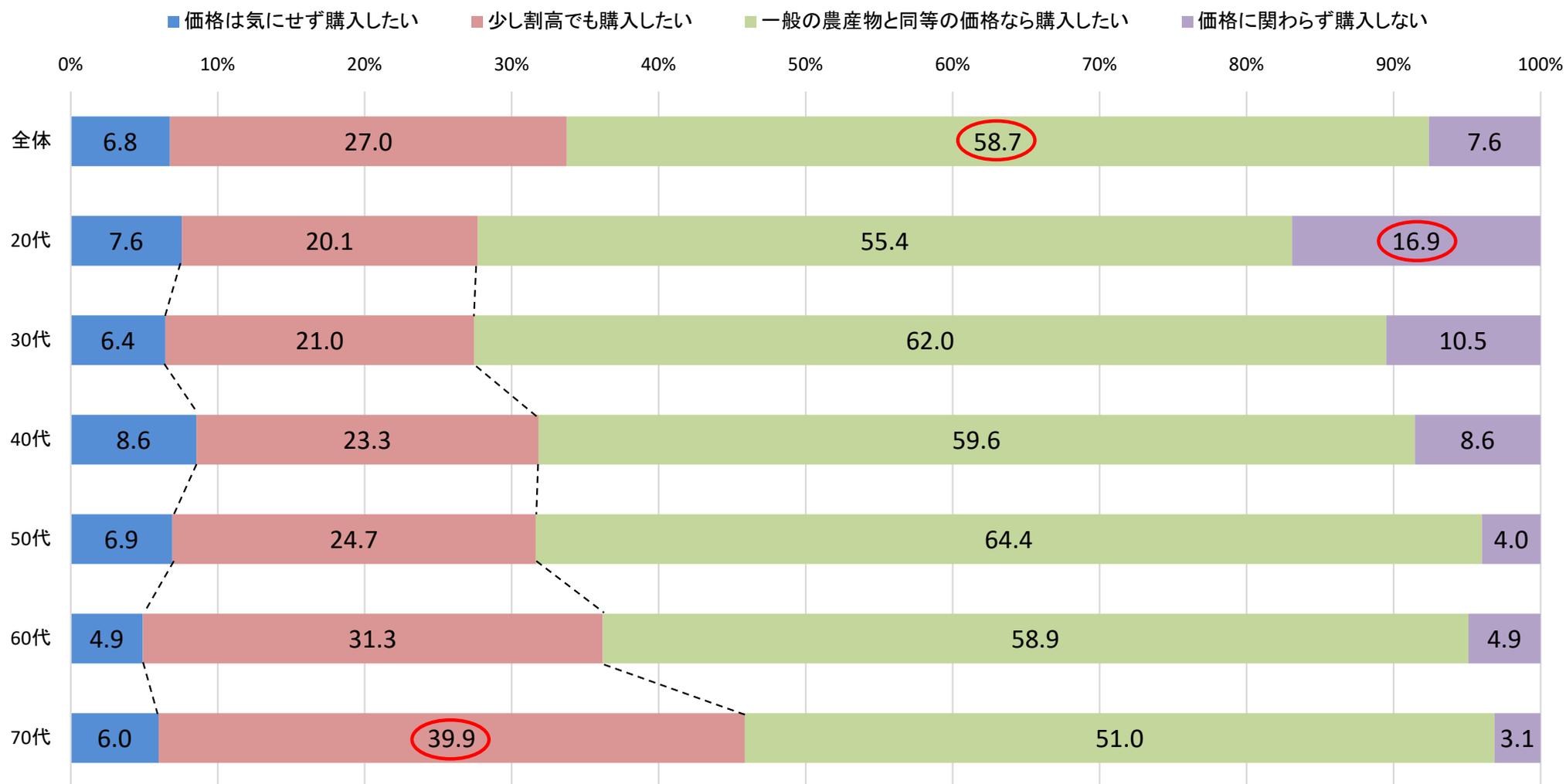
(複数回答、2つまで/購入頻度が「月に1回未満」と回答した方)



## VI-4. 今後の有機農産物の購入についての考え

- ・今後の有機農産物の購入についての考えは、「一般の農産物と同等の価格なら購入したい」(58.7%)が最も高くなった。
- ・年代別では、70代は「少し割高でも購入したい」が約4割と、他の年代と比べて高い割合となった。一方、20代は「価格に関わらず購入しない」(16.9%)が他の年代と比べて高い割合となった。

(単一回答)



## VI-5.有機農産物を購入する際の価格許容度

・一般の農産物より「少し割高でも購入したい」と回答した方に、有機農産物を購入する際の価格許容度について聞いたところ、一般の農産物と比較して「2割高まで」(51.1%)が最も高くなった。

(単一回答/「少し割高でも購入したい」と回答した方)

