

食の志向、「健康」は9期連続最多、「安全」も上昇 ～国産は安全性や円安輸入価格高で支持増加～ ＜日本公庫・平成26年度下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1月に実施した平成26年度下半期消費者動向調査で、食の志向について調査したところ、「健康志向」が9期連続で最多回答となるほか、「安全志向」も前回調査比で上昇する結果となりました。

また、食料品を購入する時や外食する時に国産かどうかを「気にかける」傾向が強くなっていることや、「割高でも国産を選ぶ」とする割合が上昇するなど、安全面などから、改めて消費者に国産品支持の傾向がうかがえる結果となりました。

詳細は以下のとおりです。

＜調査結果のポイント＞

○ 食品異物混入問題などから「安全」志向が上昇(資料:図1)

消費者の現在の食の志向について、「健康志向」は45.4%で、平成22年12月調査から9期連続で最多回答となり、「安全志向」についても前回調査（平成26年7月）から3.9ポイント上昇した。これは、昨年7月の中国の食肉加工会社による期限切れ鶏肉問題や年末から相次いで報道された国内食品への異物混入問題などで、食の安全性に対するこだわりが表面化したためと考えられる。

○ 高齢層は「健康」、若年層は「経済性」志向にそれぞれ集中(資料:図2)

年代別にみると「健康志向」は高齢世代、「経済性志向」は若齢世代にそれぞれ集中したのが特徴となっている。また、今回大きく上昇した「安全志向」は、50代と60代で前回調査よりも、それぞれ10.2ポイント、7.5ポイントと大きく上昇し、3割を超える高い割合を示す結果となった。

○ 今後の食の志向は「健康」に加え「簡便化」が強まる(資料:図3)

今後の食の志向について聞いたところ、現在の食の志向と同様、「健康志向」が最多となった。また、現在の食の志向に関する調査結果（図1）と比較してみると、「健康志向」と「簡便化志向」で現在の食の志向よりも高くなっている。特に「簡便化志向」は、平成20年1月からの本設問開始以来、はじめて現在の食の志向を上回る結果となった。

○ 国産品かどうか「気にかける」傾向、安全面で国産を評価(資料:図4、5)

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気にかけるか聞いたところ、食料品の購入時に「気にかける」は79.6%、「気にかけない」が17.4%、外食時に「気にかける」が39.1%、「気にかけない」は52.2%となり、双方とも前回調査から「気にかける」が上昇、「気にかけない」が低下している。全体的に国産品であることを「気にかける」傾向が強くなっている。

国産品と輸入品に対する安全面のイメージでは、国産品が「安全である」とする回答が平成22年1月の調査結果(71.5%)以来の7割台に達する一方、輸入品では「安全面に問題」とする割合が1.7ポイント上昇する結果となった。

また、価格面では、最近の円安に伴う輸入価格の上昇による影響から、輸入品が「安い」とする割合が前回調査から3.8ポイント低下し、平成21年7月からの本設問開始以来、最低値となったことが特徴的であった。

○ 「割高でも国産」が過去2番目の高割合、全品目で割合上昇(資料:図6)

輸入品との関連で、消費者が国産品の選択ポイントの一つとなる価格許容度を聞いたところ、「割高でも国産品を選ぶ」という回答が64.0%と前回調査から2.4ポイント上昇し、平成20年5月調査(64.7%)に次ぐ、過去2番目に高い割合となった。

品目別では、全品目において「割高でも国産品を選ぶ」割合が、前回調査を上回る結果となり、中でも果物や豚肉、鶏肉では、3.5ポイント以上、上昇した。

図4、5の結果とあわせて考えると、安全面などから改めて国産品が支持されており、多少割高になっても国産品を選択したいという動きが広がっていることをうかがわせる。

調査時期	平成27年1月1日～1月13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)

図1 現在の食の志向（上位）の推移/2つまで回答

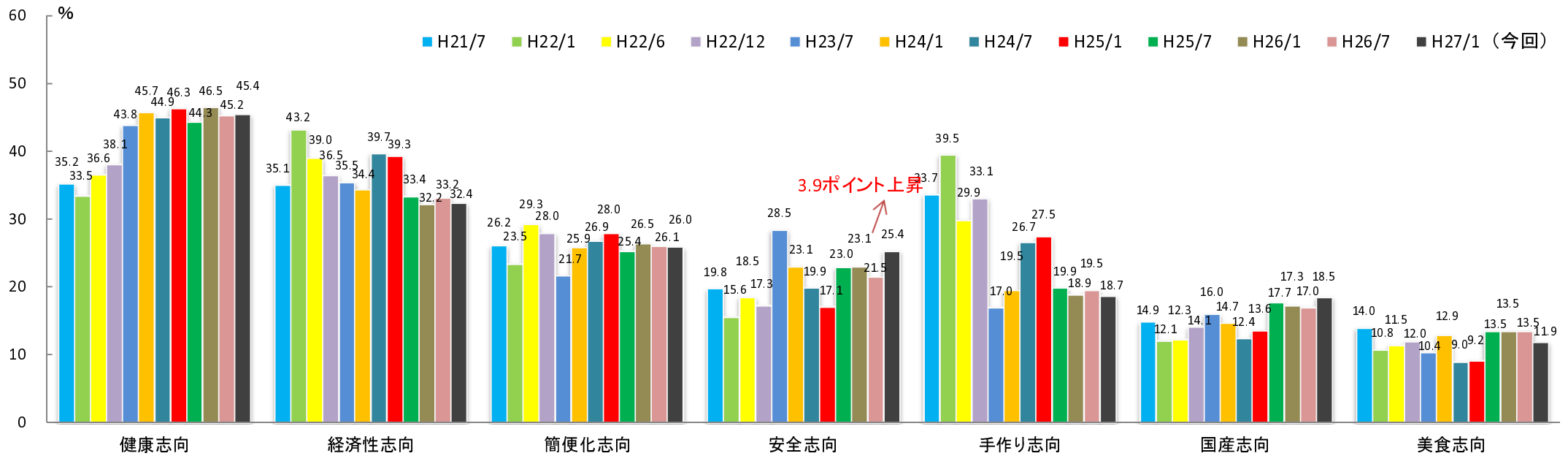
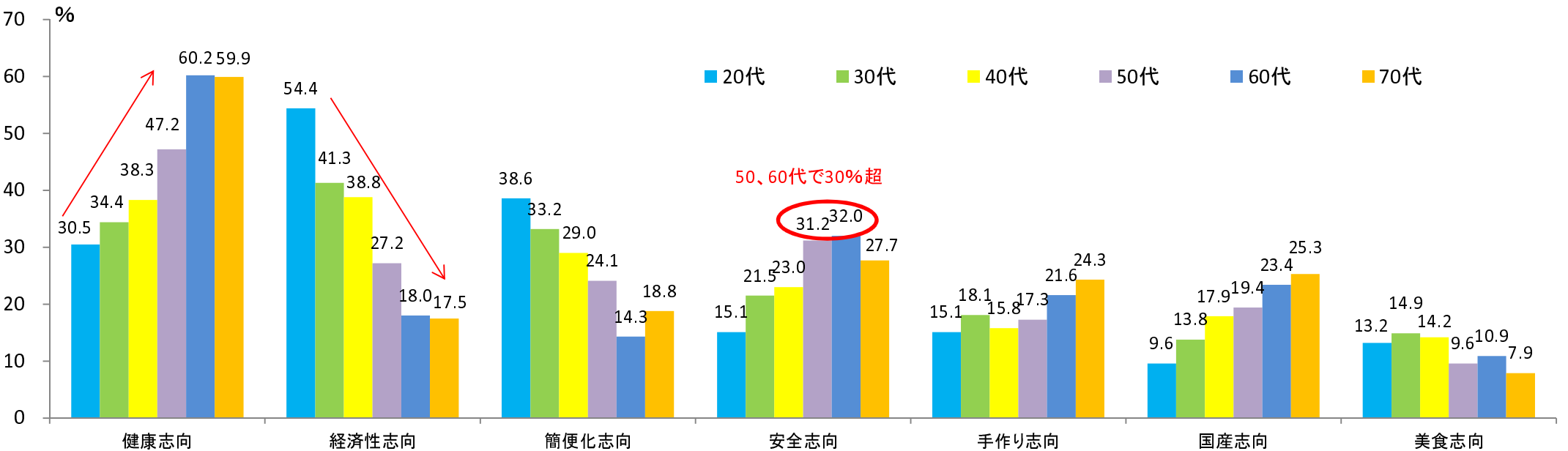
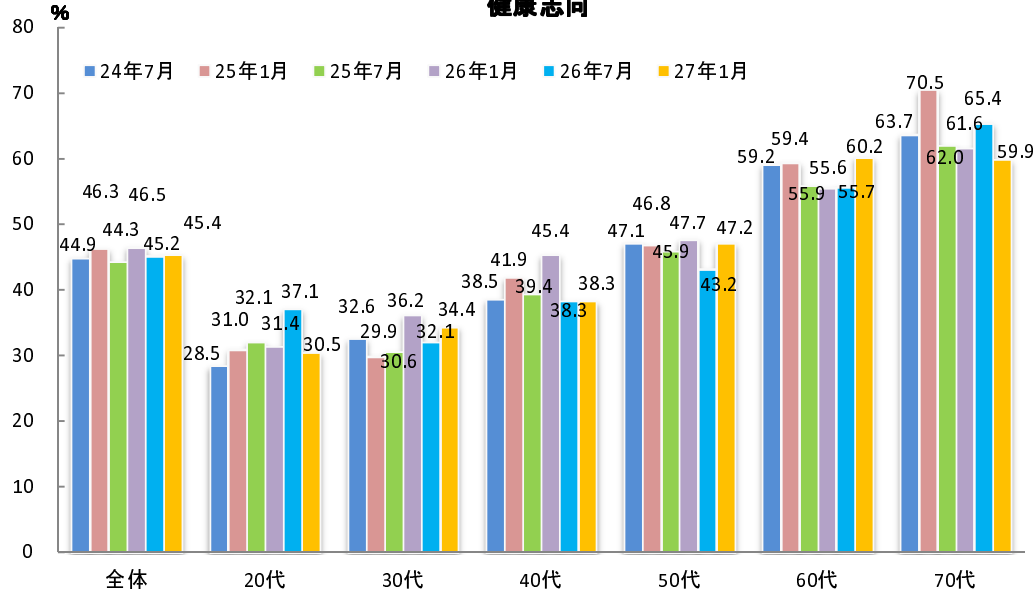


図2 年代別 現在の食の志向 (H27年1月調査)

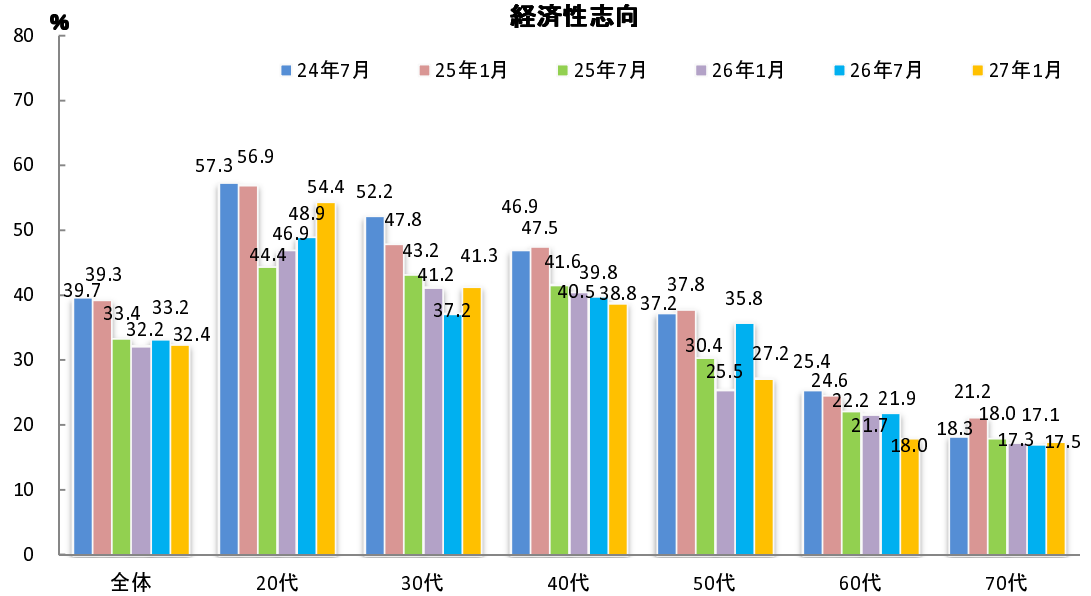


(参考：年代別 現在の食の志向の推移)

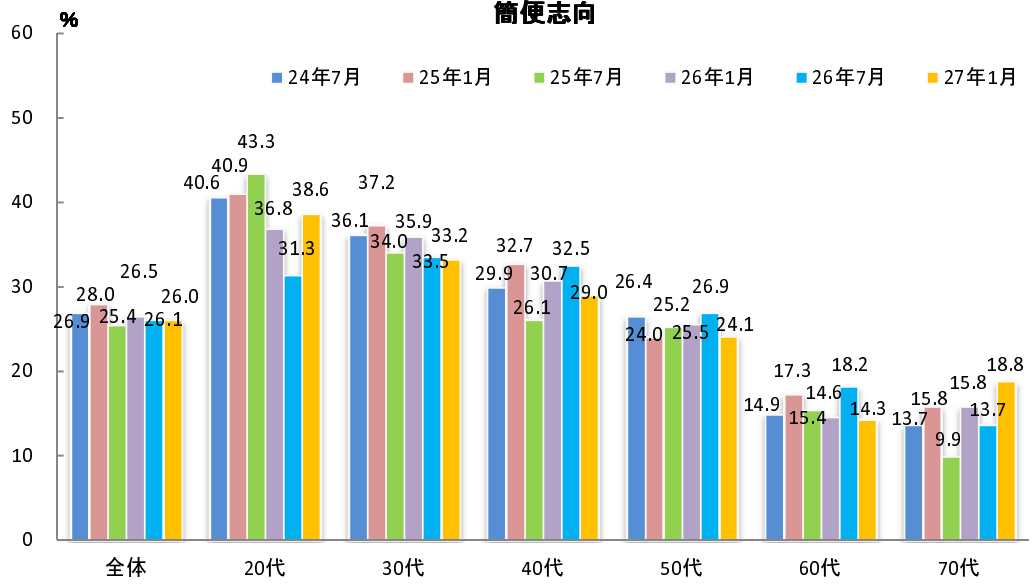
健康志向



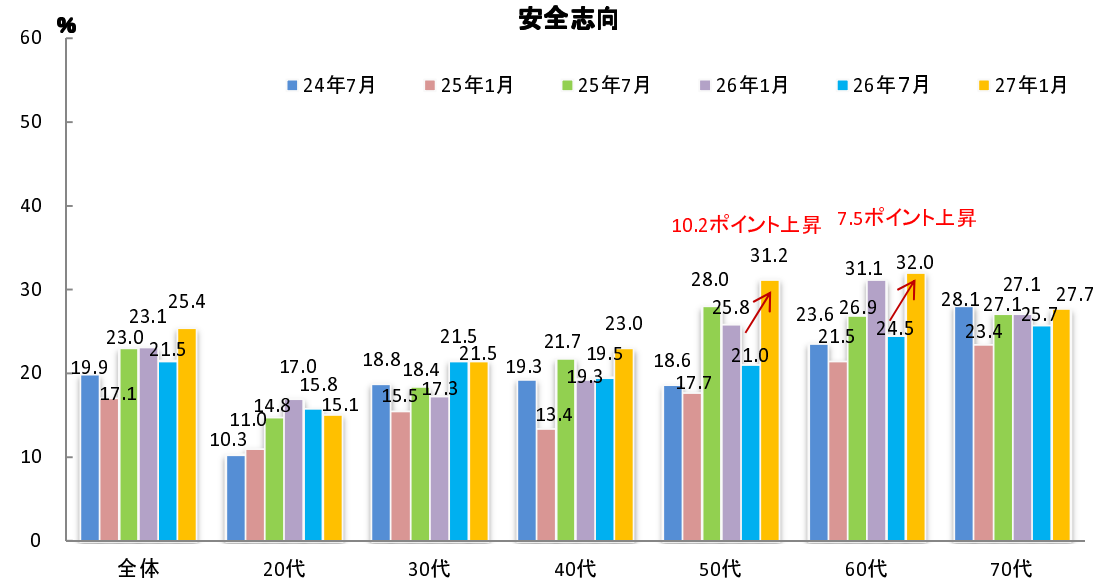
経済性志向



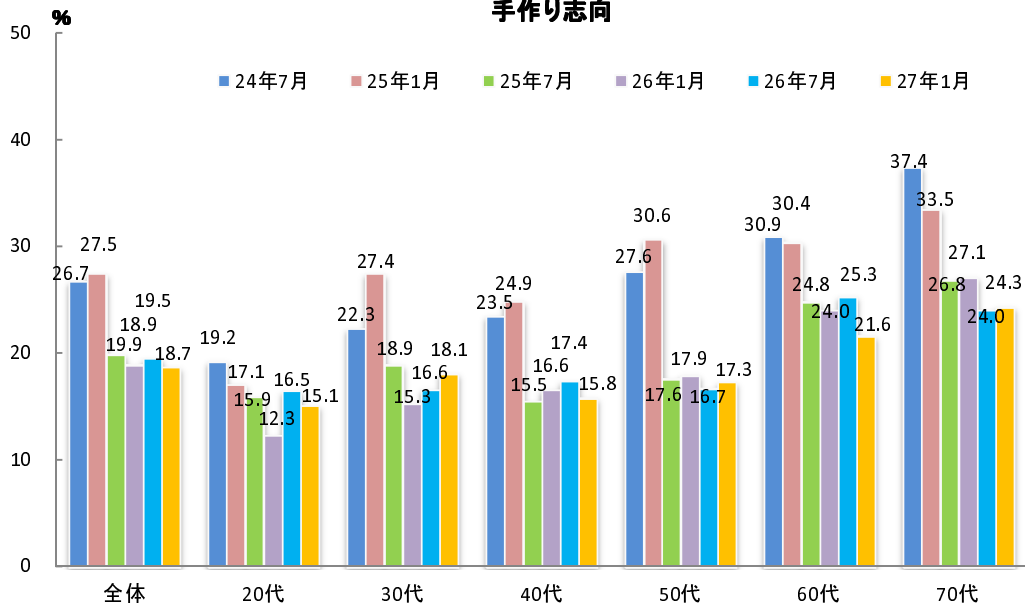
簡便志向



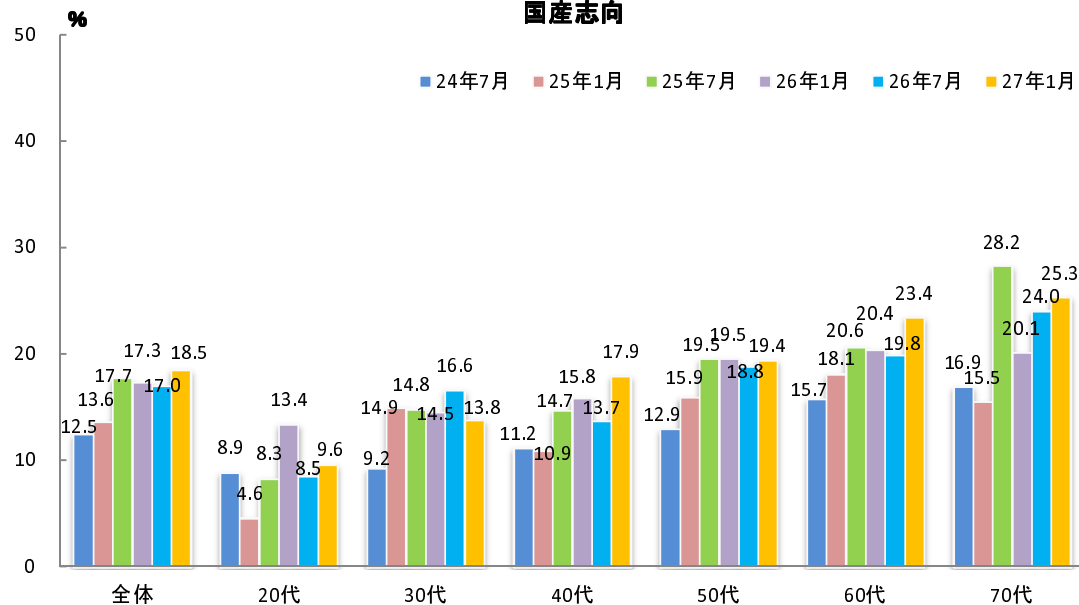
安全志向



手作り志向



国産志向



美食志向

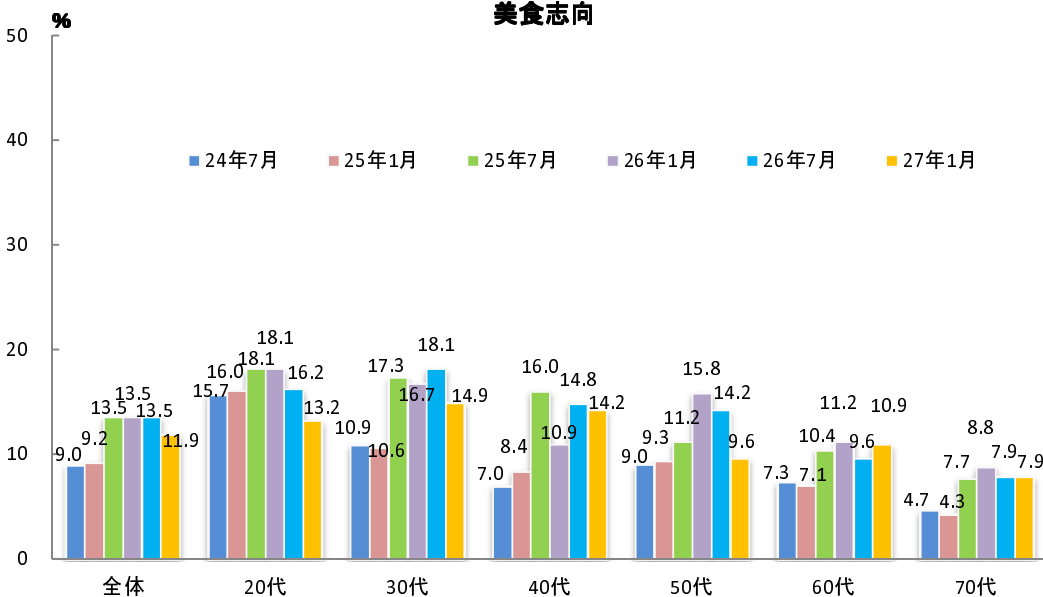
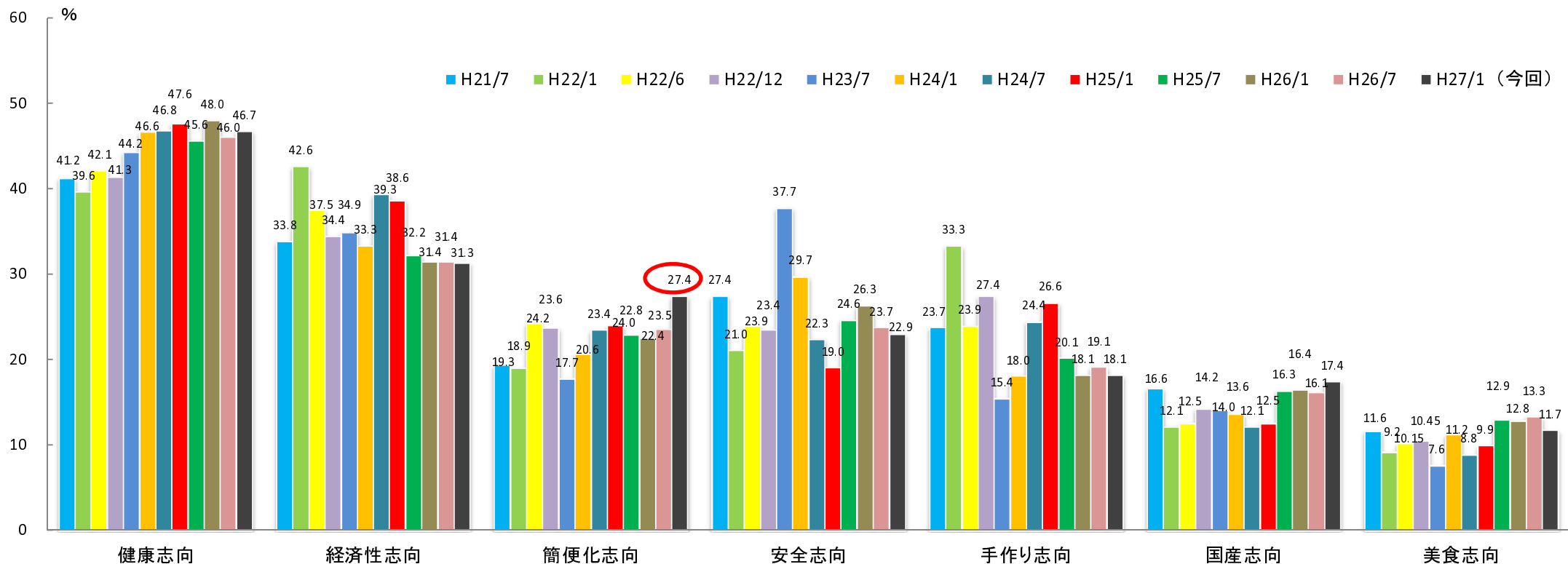


図3 今後の食の志向（上位）の推移/2つまで回答



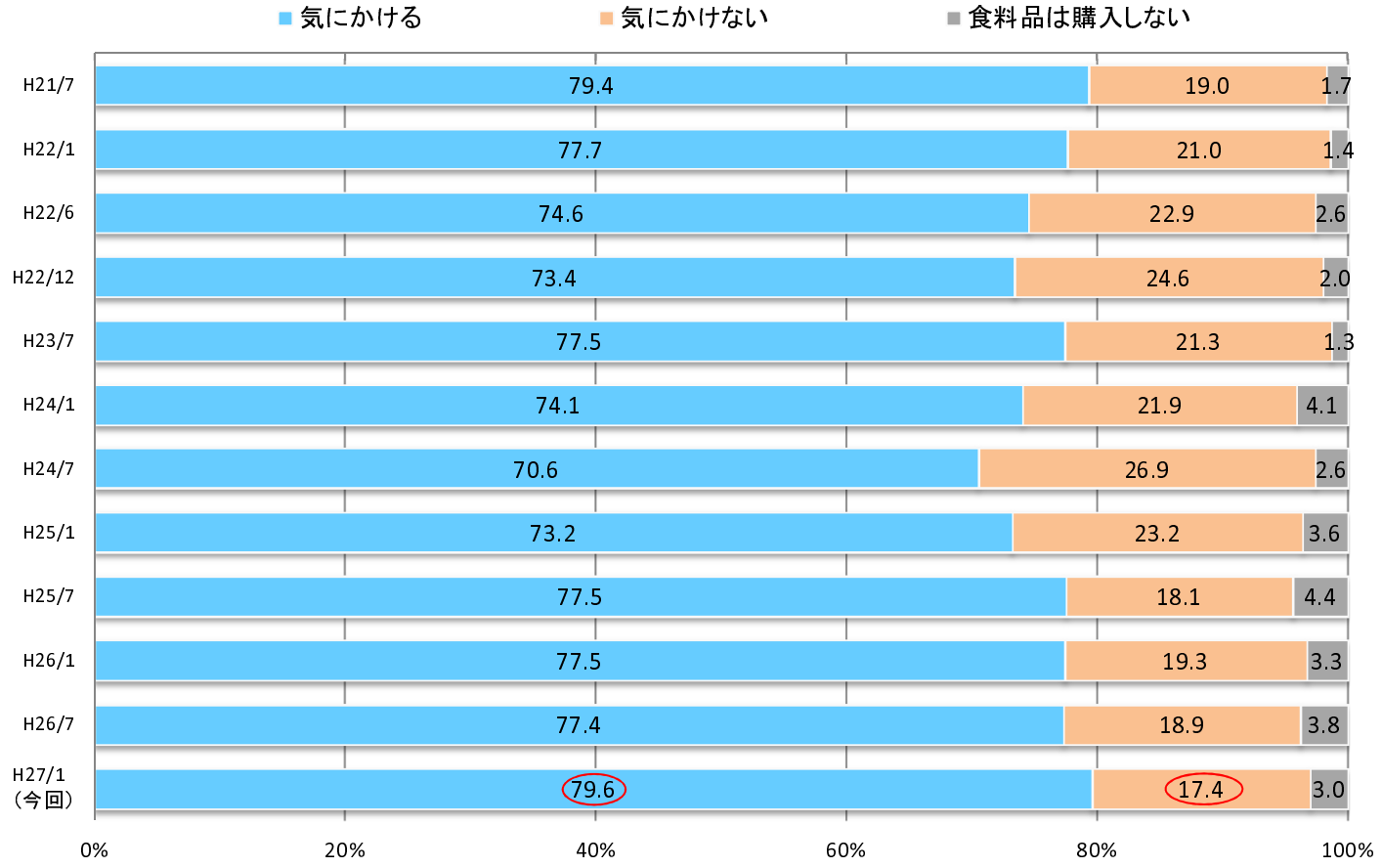
(参考)「簡便化志向」の割合の推移

	H20/1	H20/5	H20/12	H21/7	H22/1	H22/6	H22/12	H23/7	H24/1	H24/7	H25/1	H25/7	H26/1	H26/7	H27/1 (今回)
現在	22.4	15.9	20.1	26.2	23.5	29.3	28.0	21.7	25.9	26.9	28.0	25.4	26.5	26.1	26.0
今後	15.7	11.4	14.4	19.3	18.9	24.2	23.6	17.7	20.6	23.4	24.0	22.8	22.4	23.5	27.4

本設問開始以来、初めて「現在」を上回る結果

図4 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

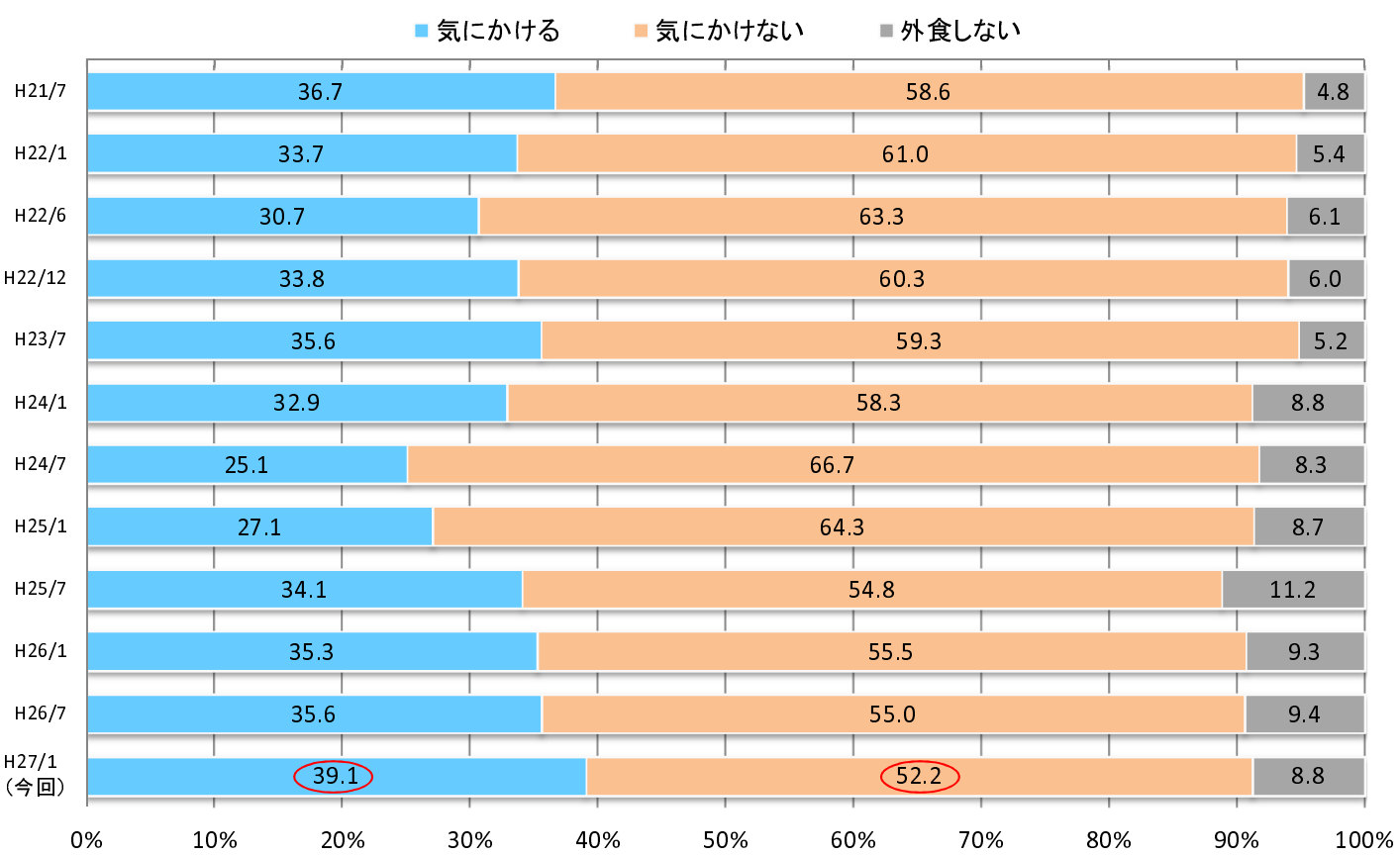
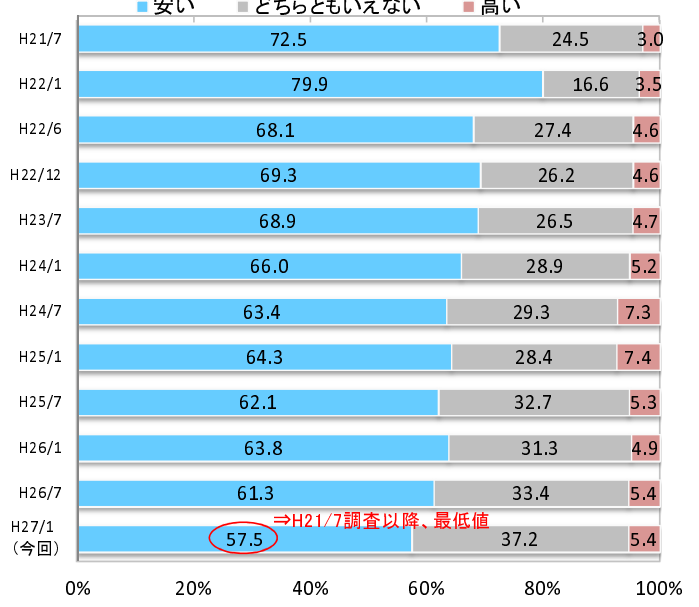
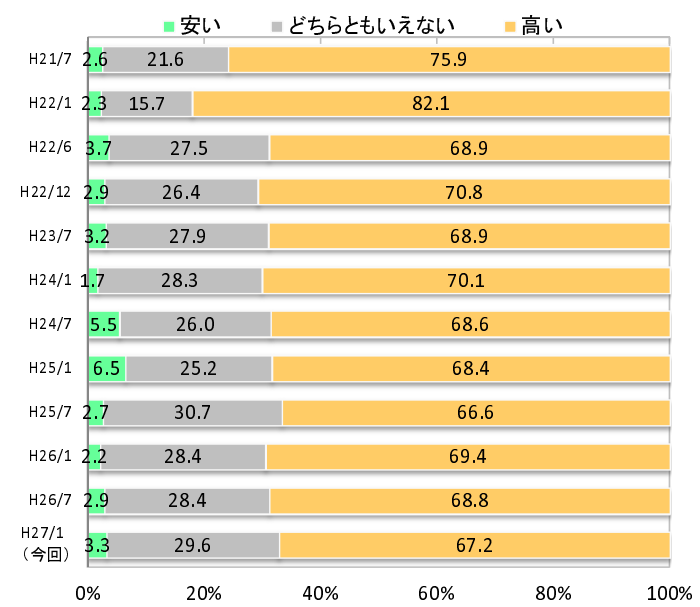
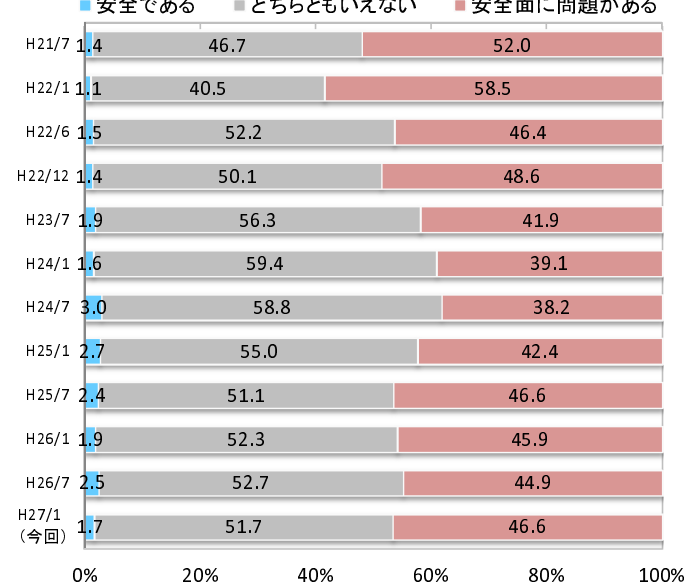
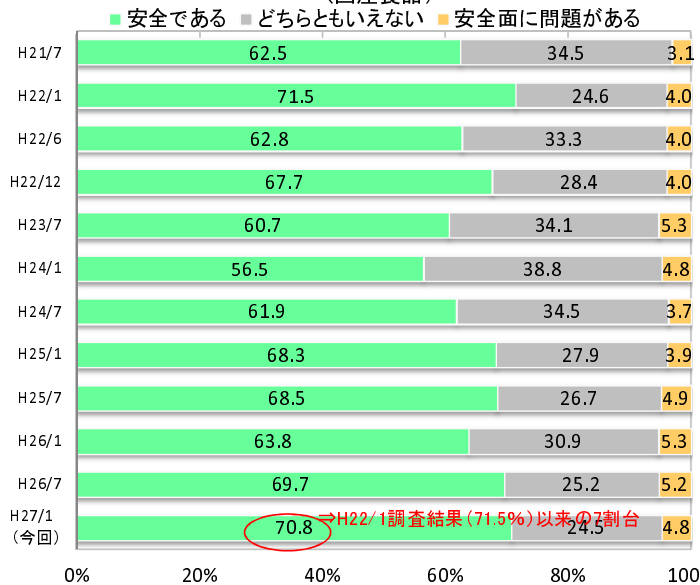


図5 国産原料の食品/輸入食品に対するイメージ

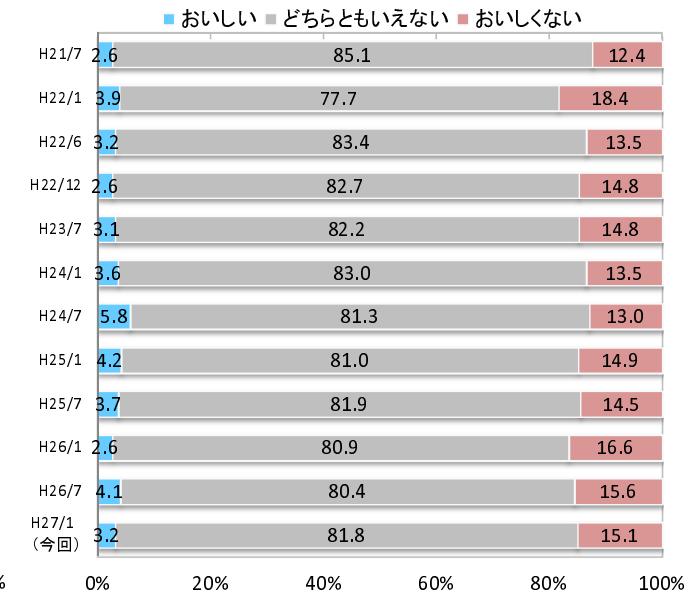
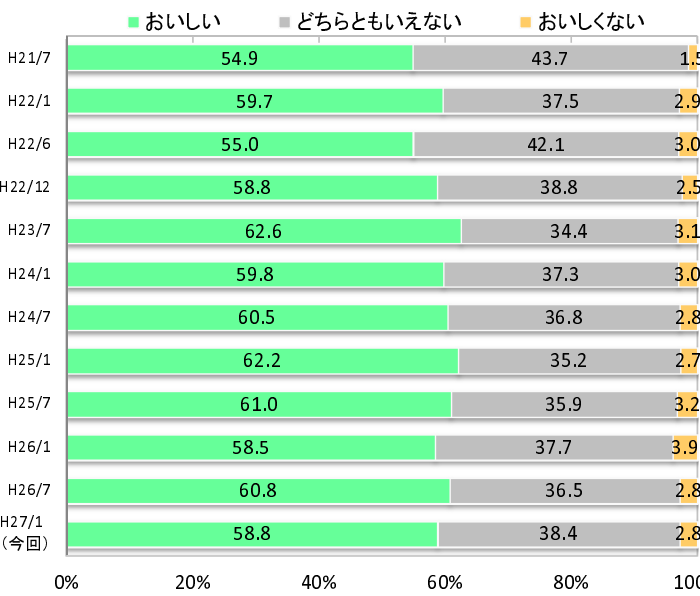
(1) 価格



(2) 安全面



(3) おいしさ



(4) 見た目

(国産食品)

(輸入食品)

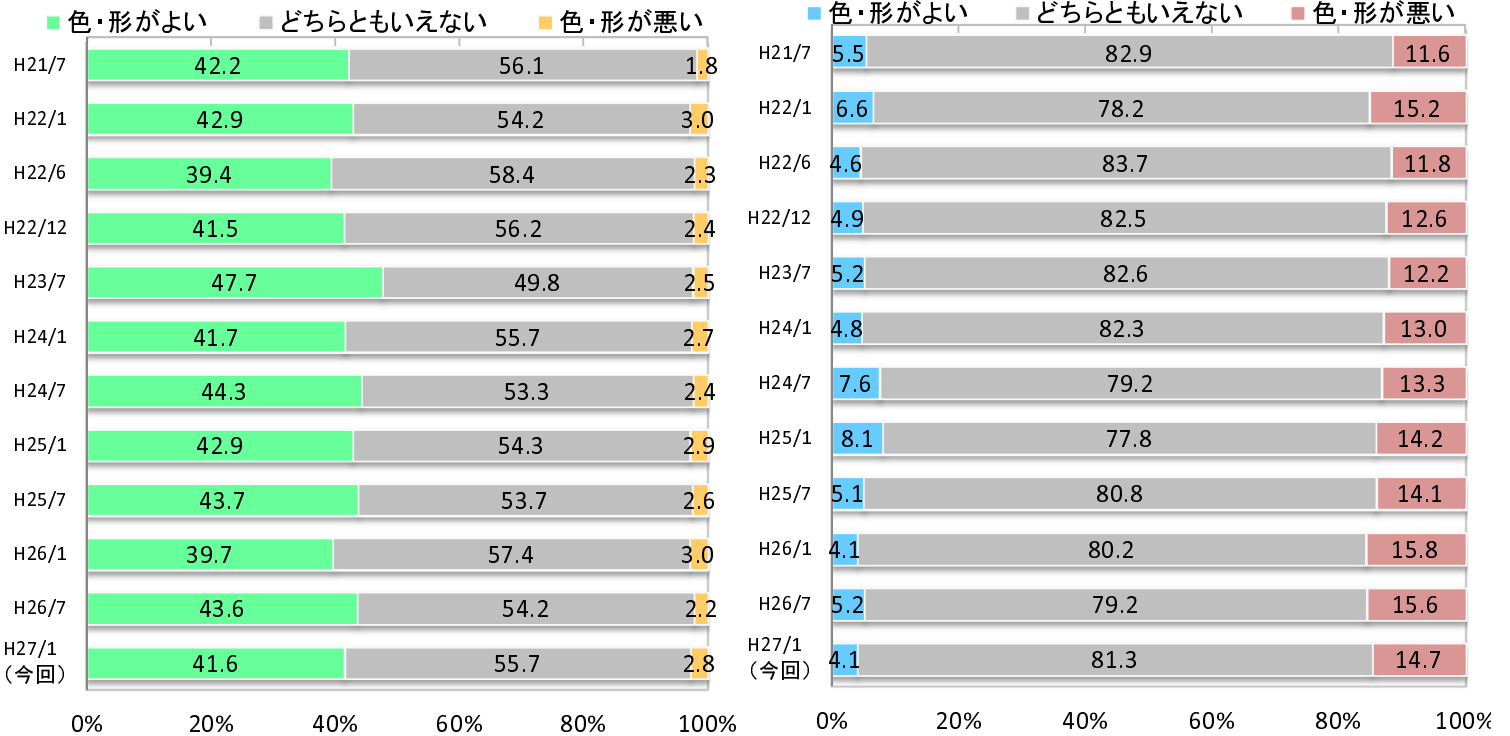
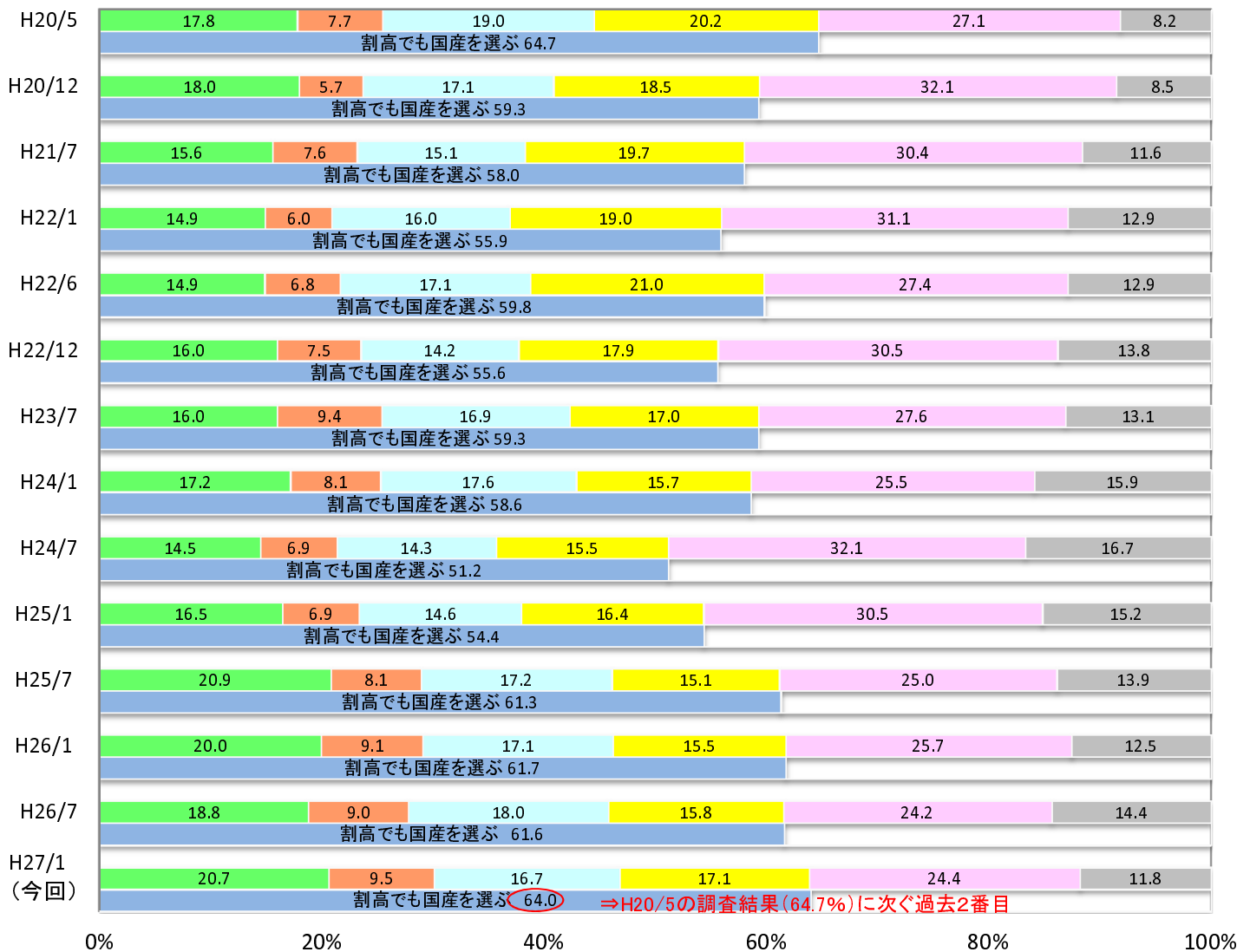


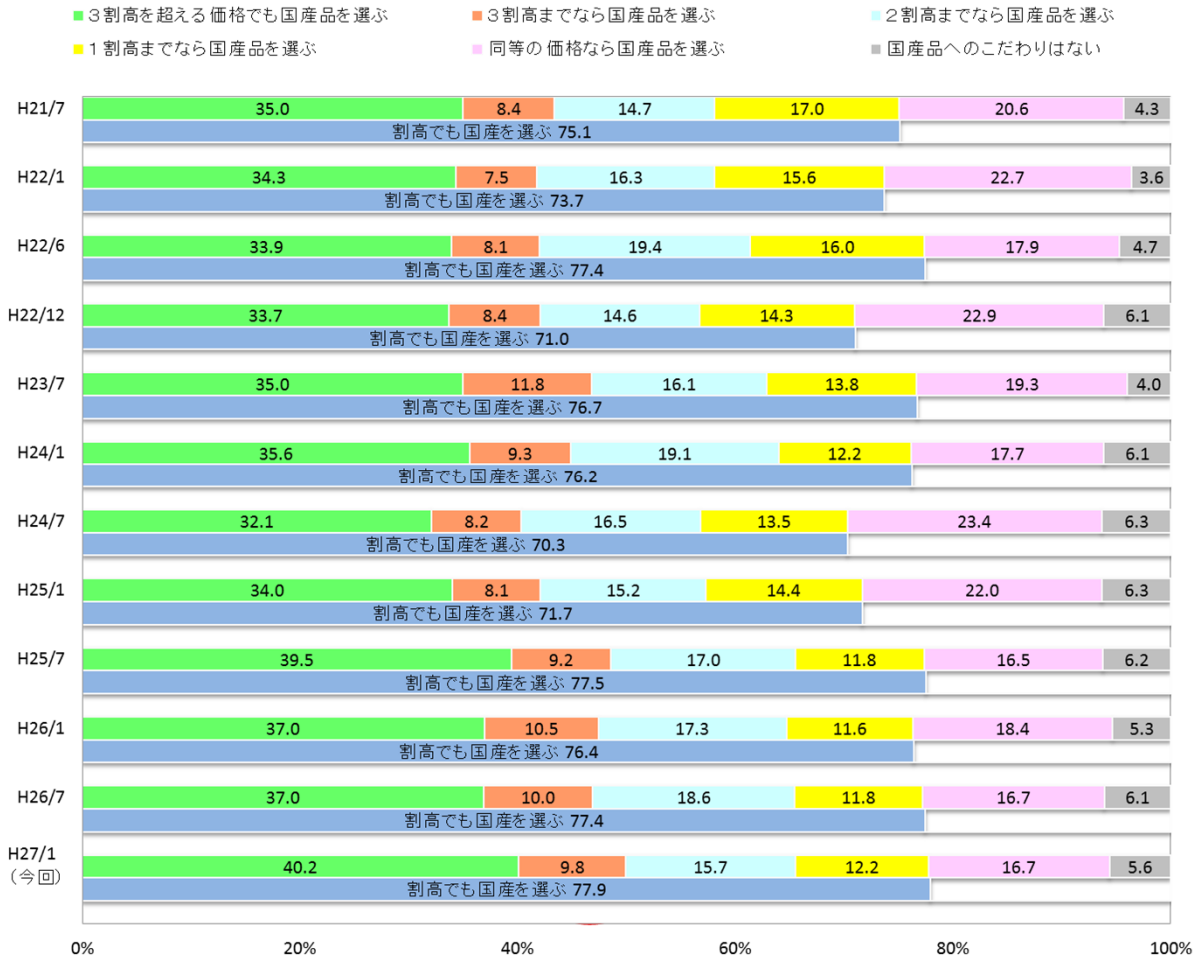
図6 国産食品の輸入食品に対する価格許容度

- 3割高を超える価格でも国産品を選ぶ
- 3割高までなら国産品を選ぶ
- 2割高までなら国産品を選ぶ
- 1割高までなら国産品を選ぶ
- 同等の価格なら国産品を選ぶ
- 国産品へのこだわりはない

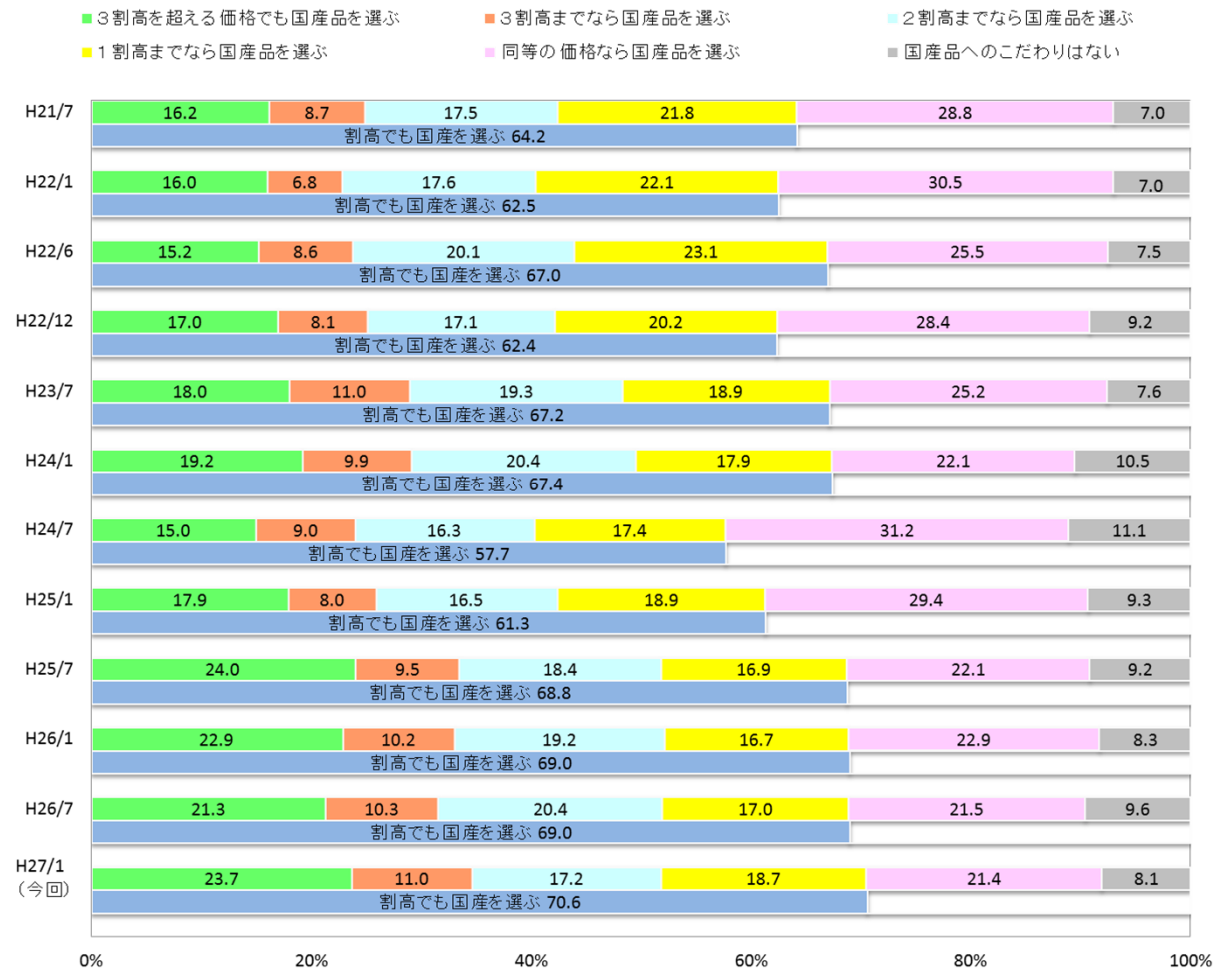


(参考：国産食品の輸入食品に対する価格許容度)

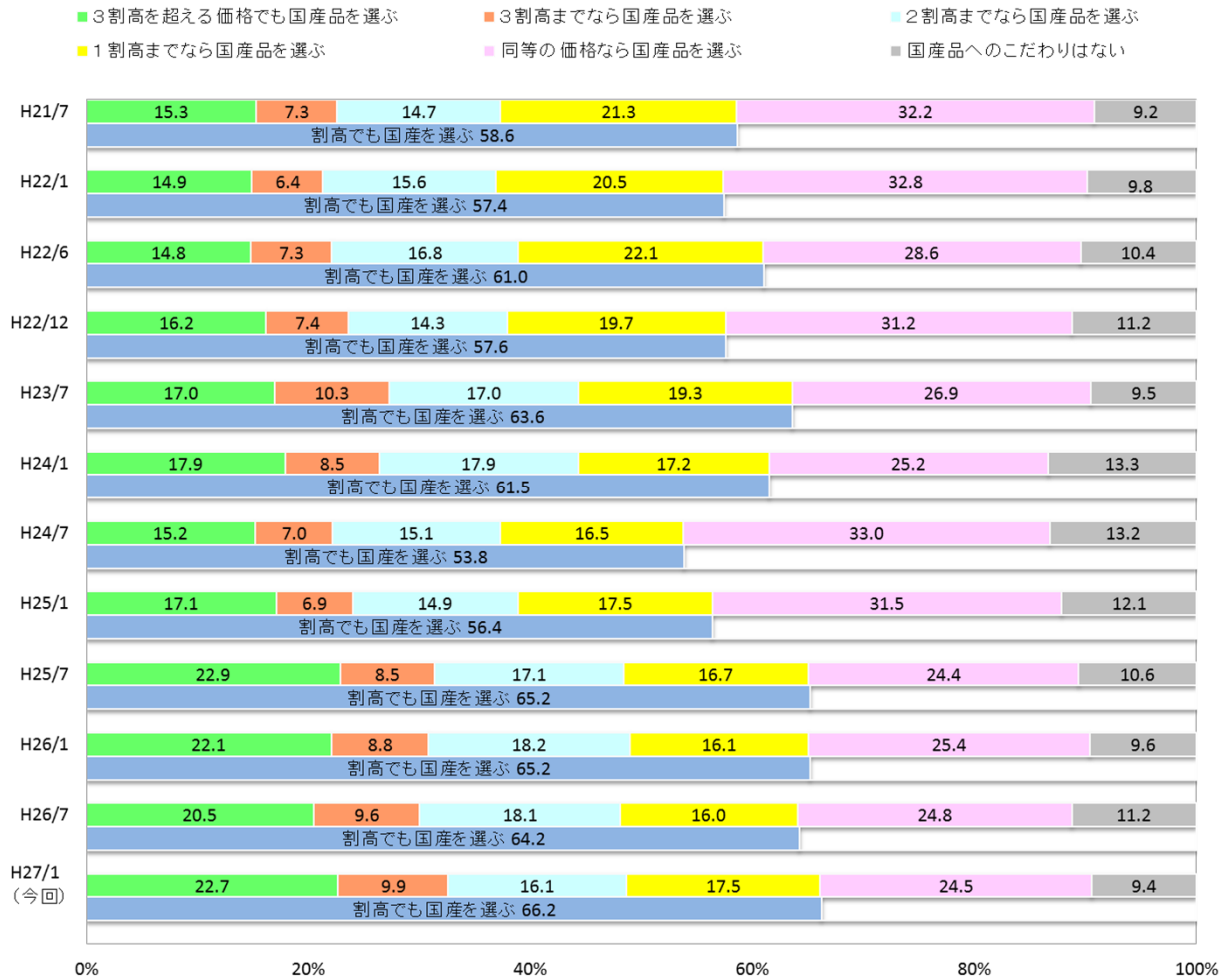
(1) 米



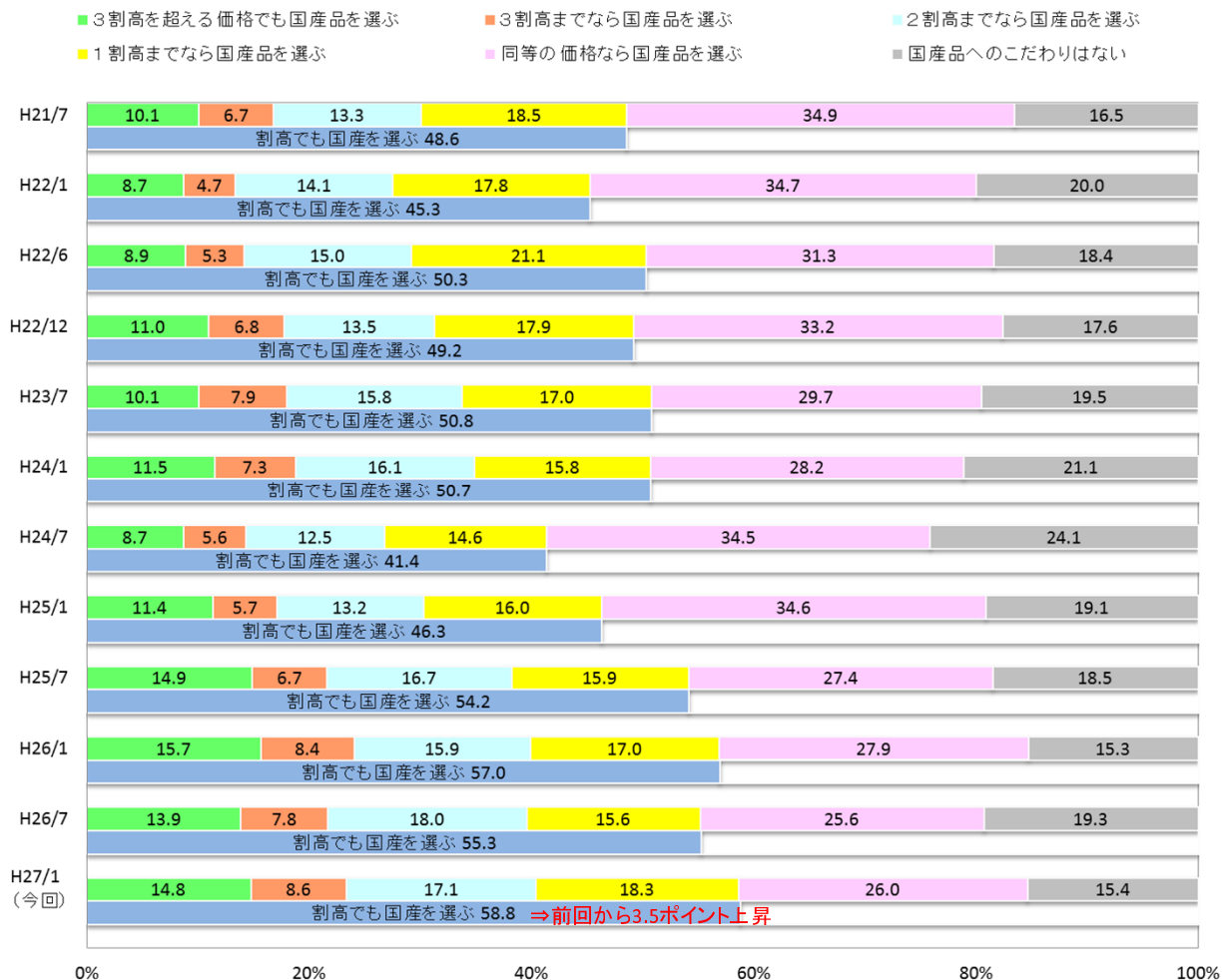
(2) 野菜



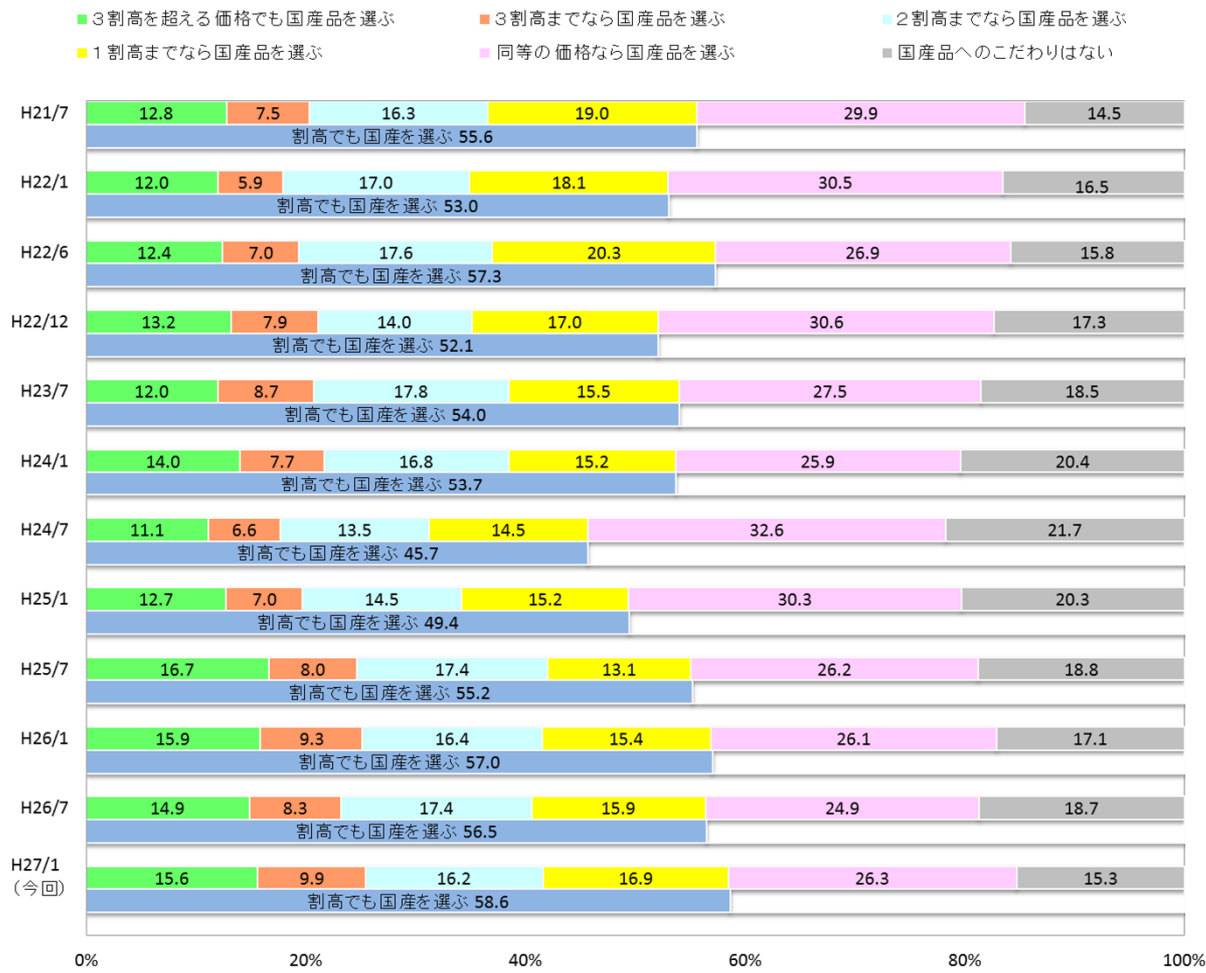
(3) きのこと



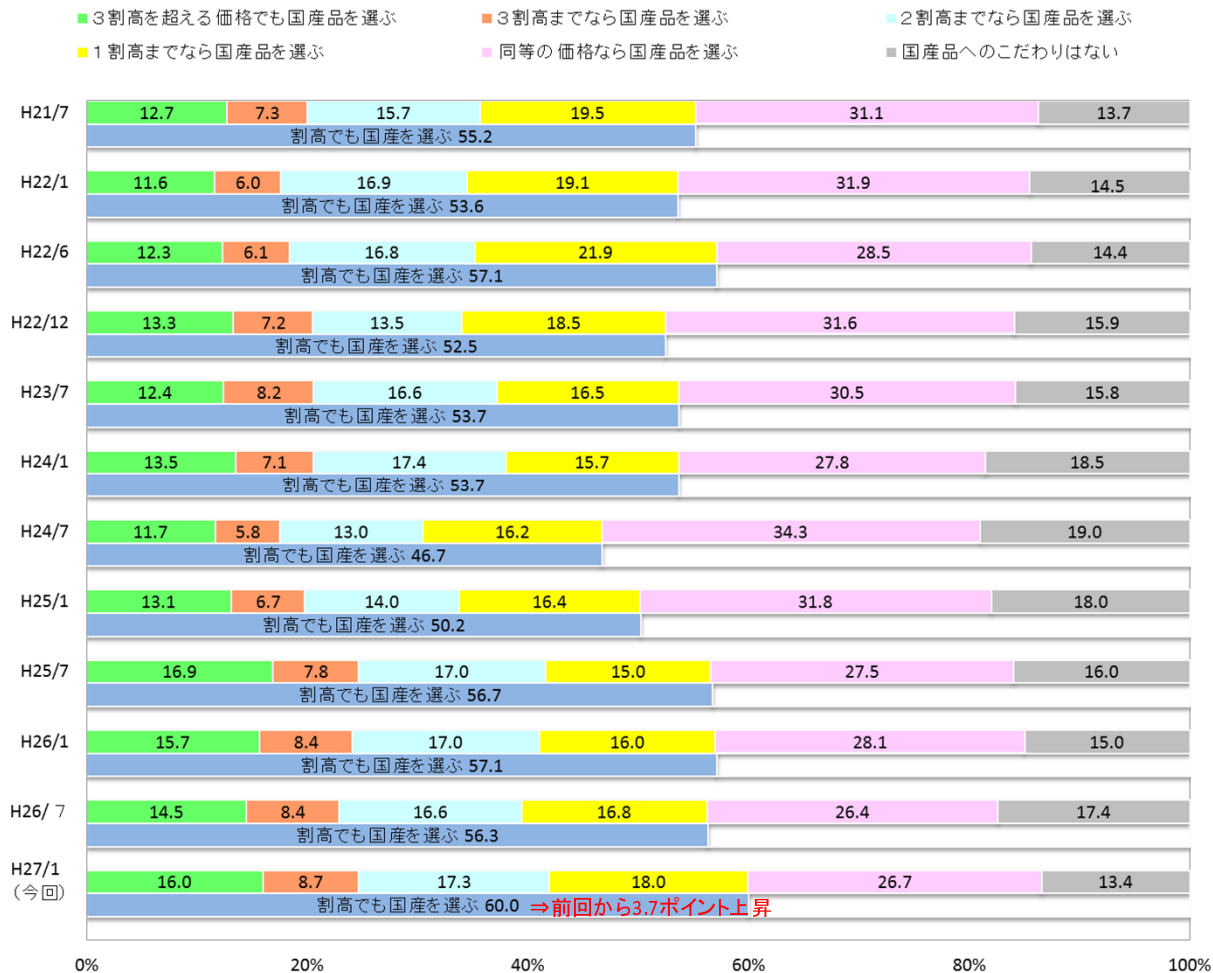
(4) 果物



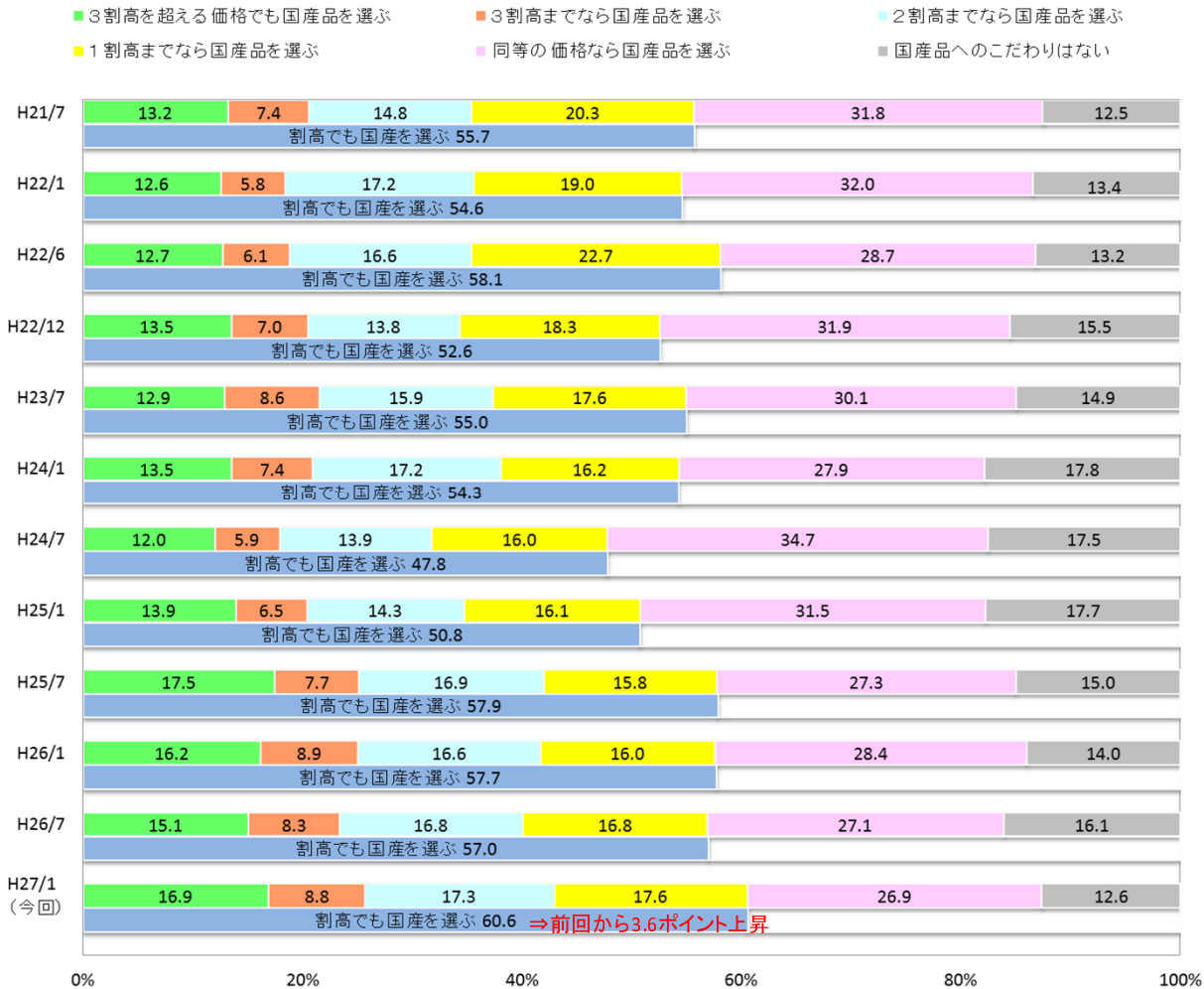
(5) 牛肉



(6) 豚肉



(7) 鶏肉



(8) 魚介類

