

食の志向、食費節約傾向から「経済性志向」大きく上昇 ～国産品は「安全」「おいしい」「色・形がよい」とする割合が過去最高に～ ＜日本公庫・平成27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7月に実施した平成27年度上半期消費者動向調査で、食の志向は、「健康志向」が依然最多（41.0%）の回答でしたが、一方で「経済性志向」が前回調査（32.4%）から6.0ポイントと大きく上昇する結果（38.4%）となりました。食料品をはじめとする消費者物価が上昇傾向にある中、食費の節約傾向を反映しているものとみられます。

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」傾向が強まっているほか、国産食品に対するイメージでは、「安全」、「おいしい」、「見た目が良い」とする割合が高まり、「割高でも国産品を選ぶ」といった形で、消費者の国産品支持の傾向が顕著となりました。

詳細は以下のとおりです。

＜調査結果のポイント＞

○ 「経済性志向」上昇は消費者物価上昇傾向に対応か（資料：図1）

消費者の現在の食の志向について、「健康志向」は41.0%で、前回調査（平成27年1月）から4.4ポイント減少したものの、平成22年12月調査から10期連続で最多回答となった。一方、今回の特徴としては「経済性志向」が、前回調査（32.4%）から大きく6.0ポイント上昇した（38.4%）。これは、食料品をはじめとする消費者物価が上昇傾向にある中で、食費をなるべく節約したいという意向が高まっていることが考えられる。

○ 70代の「手作り志向」が他世代に比べ突出（資料：図2）

年代別では、「健康志向」は高齢世代、「経済性志向」「簡便化志向」は若齢世代に集中するという例年通りの特徴が見られたが、「手作り志向」では、70代が37.6%とその他世代と比べ突出する結果となっている。「手作り志向」を選択した回答者の理由をみると、消費者物価の上昇を受けて「経済的だから」という理由を挙げているほか、「減塩など好みの味付けができる」「手作りの方が安全・安心」「手作りが美味しい」といった理由も挙げられており、「健康志向」「安全志向」「美食志向」などの理由も包含した形で「手作り志向」が選択されたことがうかがえる。

○ 今後の食の志向は「健康」に加え「安全」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、「健康志向」は 43.3%で、現在の志向と同様、最多となり、図1の現在の志向から 2.3 ポイント高くなっている。また、「安全志向」が現在の志向よりも 3.8 ポイント高い 24.9%となり、「健康志向」「経済性志向」に次いで、3番目に高い食の志向となっている。

現在の志向では、現状における消費者物価の上昇傾向から「経済性志向」が上昇する結果となったが、今後の志向は現在の志向の水準を下回っており、消費者の潜在的な食の志向としては「健康志向」「安全志向」が根強いことがうかがえる。

○ 安全、おいしさ、見た目など品質面で国産支持(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かどうかを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 80.0%、外食時に「気にかける」は 39.1%となり、前回調査(79.6%、39.1%)から上昇若しくは同値となっており、経年的にみると、国産であることを「気にかける」傾向が徐々に強くなってきている。

国産食品と輸入食品に対するイメージでは、価格面においては、国産品が「高い」、輸入品が「安い」というイメージがより明確となった。

一方、安全面、おいしさ、見た目のイメージでは、国産品は「安全である」「おいしい」「色・形がよい」とする割合が、いずれも平成 21 年 7 月の本設問開始以降、最高値(72.8%、65.8%、48.9%)となっており、これら品質面で国産品が支持されていることが顕著となった。

○ 「割高でも国産」が前回を上回る高割合(資料:図6)

輸入品と比べ、どのくらいの価格レベルまでなら国産品を選ぶか、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」という回答は、前回調査(64.0%)を僅かながら上回る 64.1%となった。これは、平成 20 年 5 月調査(64.7%)に次ぐ、過去 2 番目に高い割合。

品目別では、きのこ、牛肉、豚肉、鶏肉で「割高でも国産品を選ぶ」割合が上昇する結果(きのこ:66.2%→67.0%、牛肉:58.6%→59.7%、豚肉:60.0%→60.1%、鶏肉:60.6%→61.0%)となった。

調査時期	平成 27 年 7 月 1 日～7 月 15 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

※四捨五入の関係上、合計が一致しない場合がある。

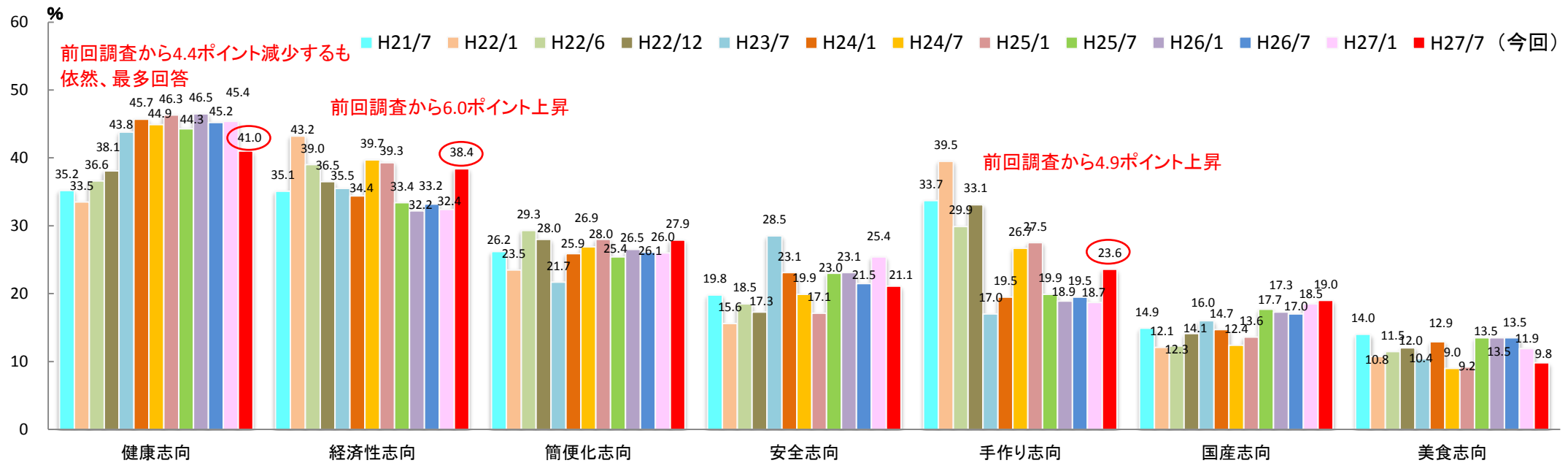
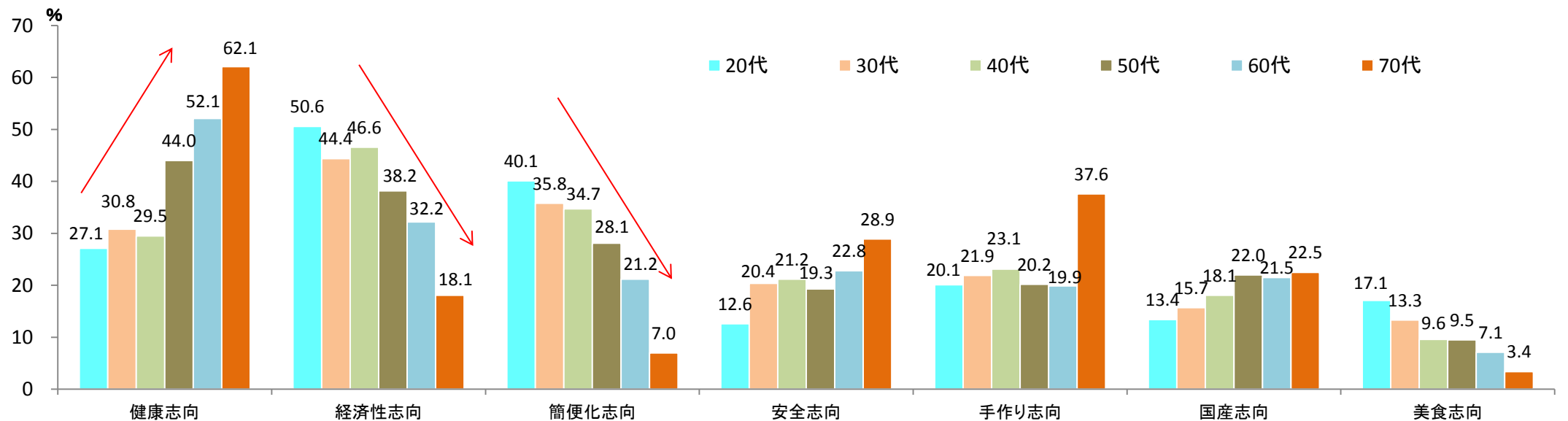
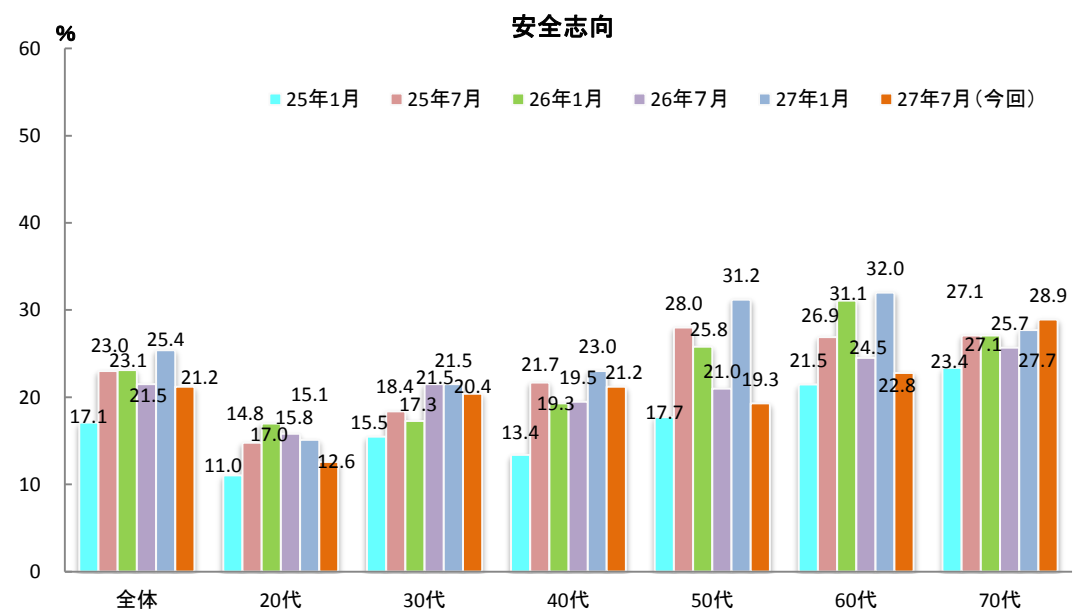
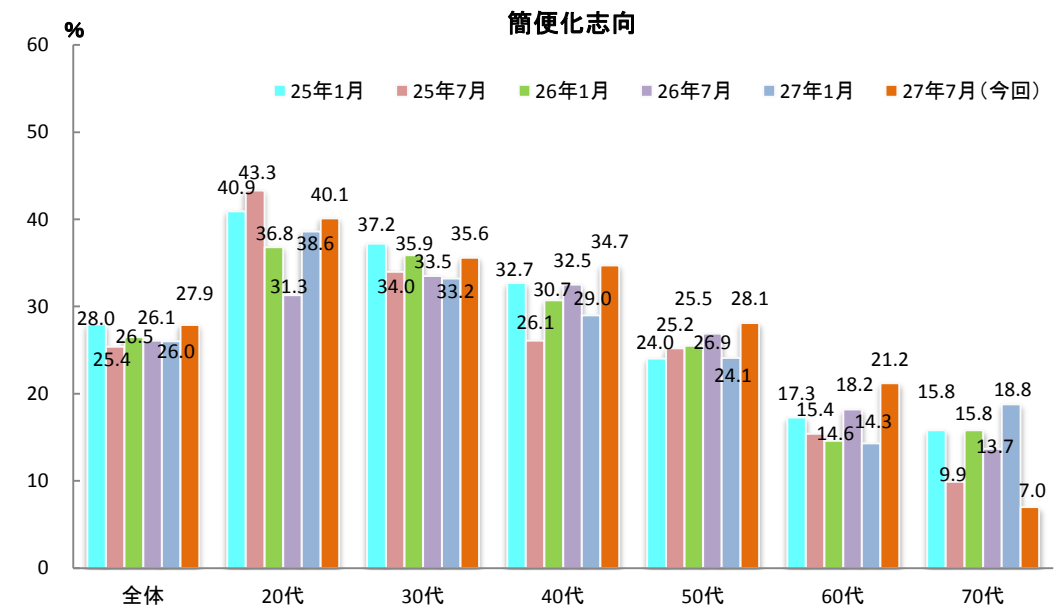
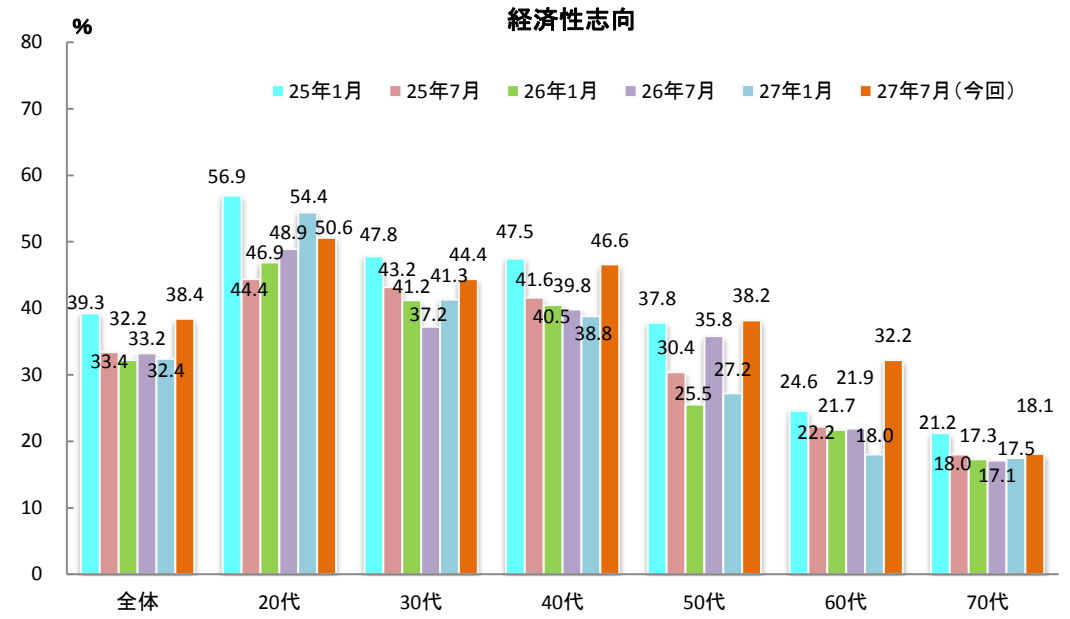
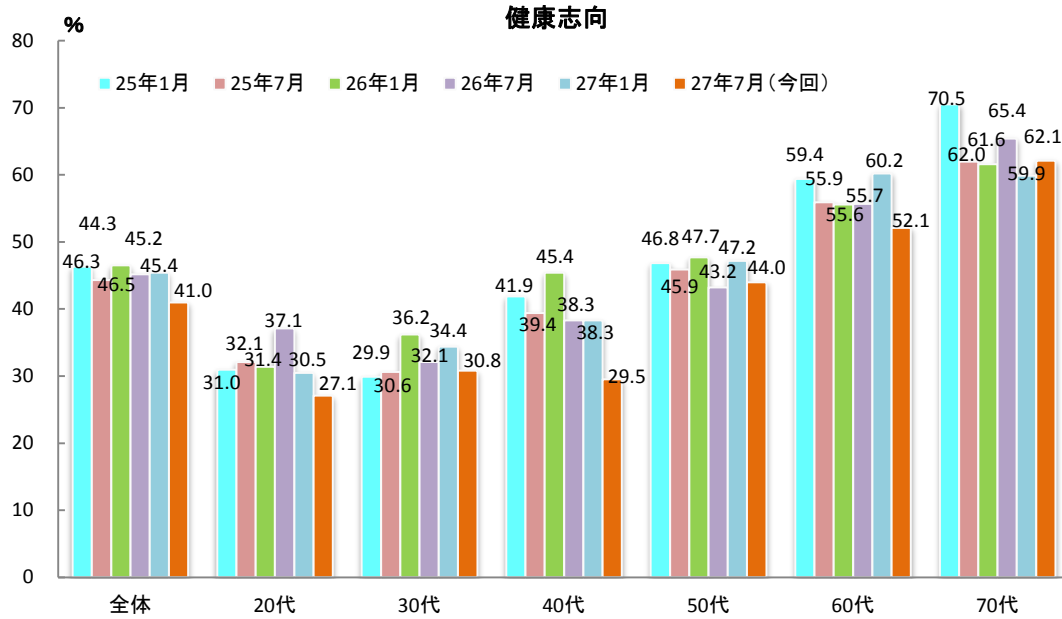


図2 年代別 現在の食の志向（H27年7月調査結果）



(参考：年代別 現在の食の志向の推移)



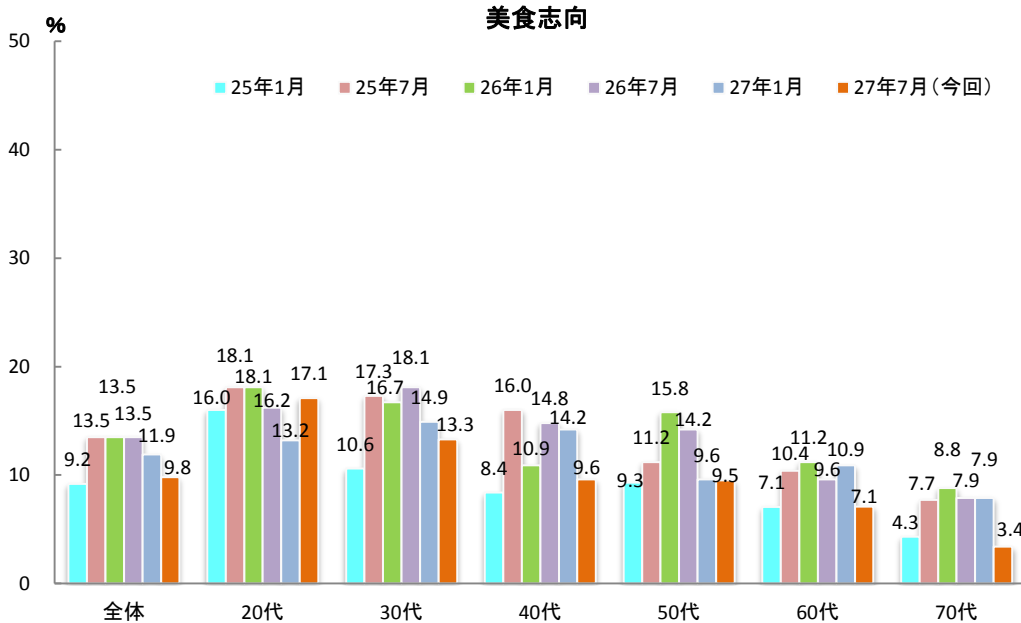
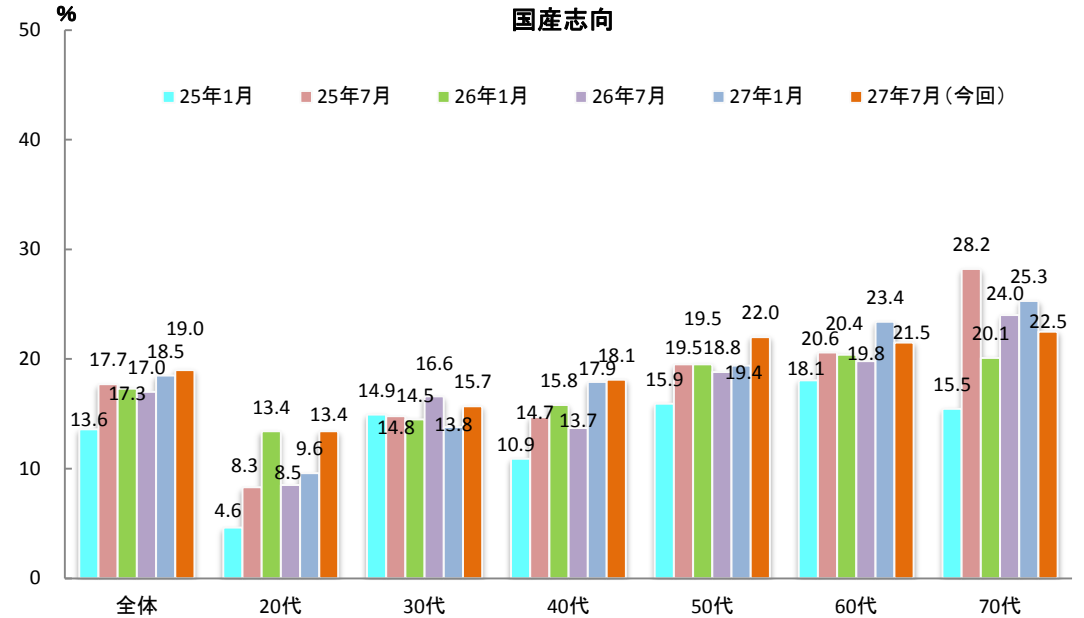
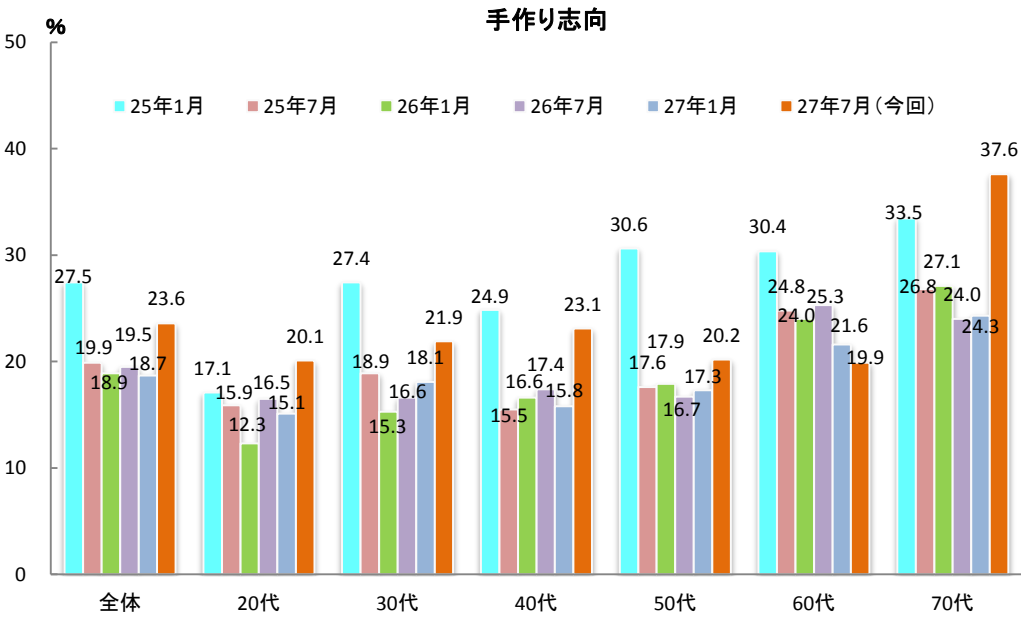


図3 今後の食の志向（上位）の推移/2つまで回答

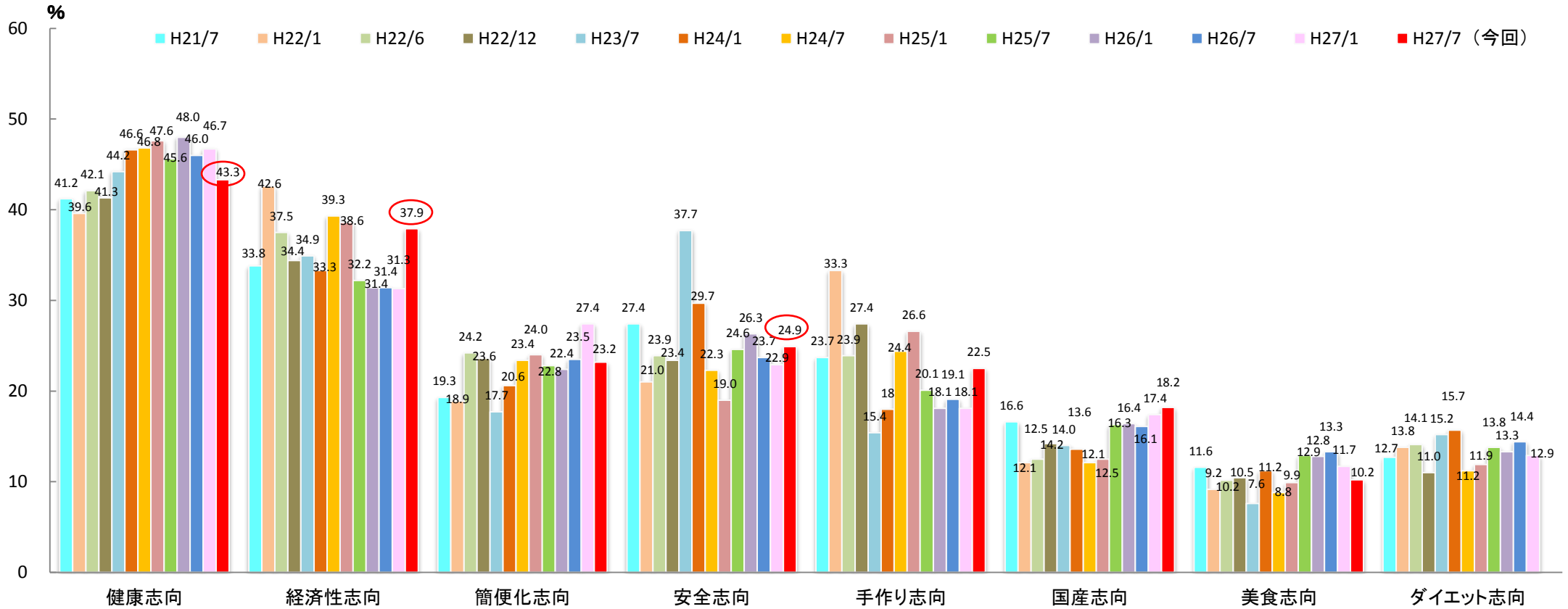
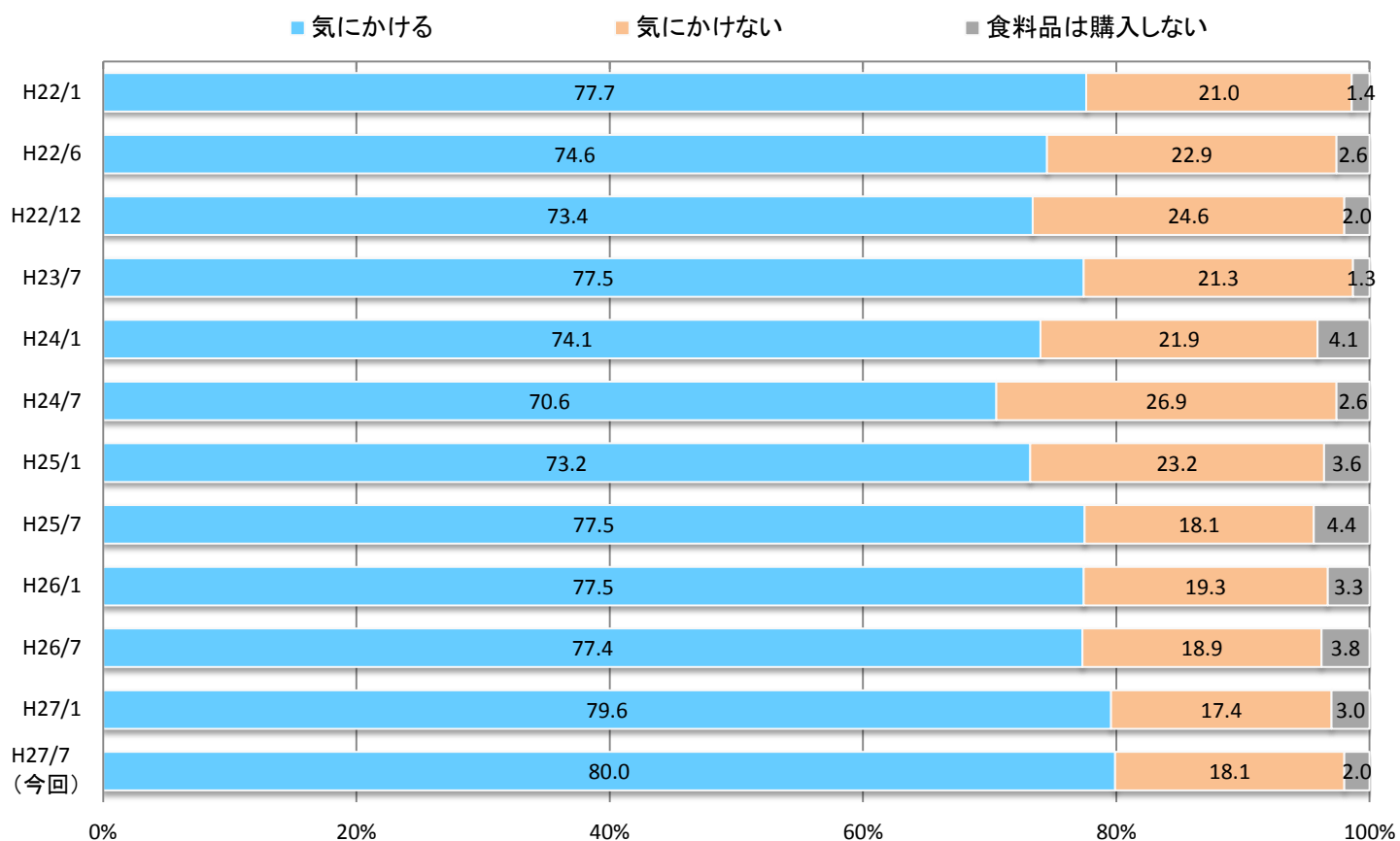


図4 食料品を購入するとき/外食するとき国産品かどうかを気にかけるか

(1) 食料品を購入するとき



(2) 外食するとき

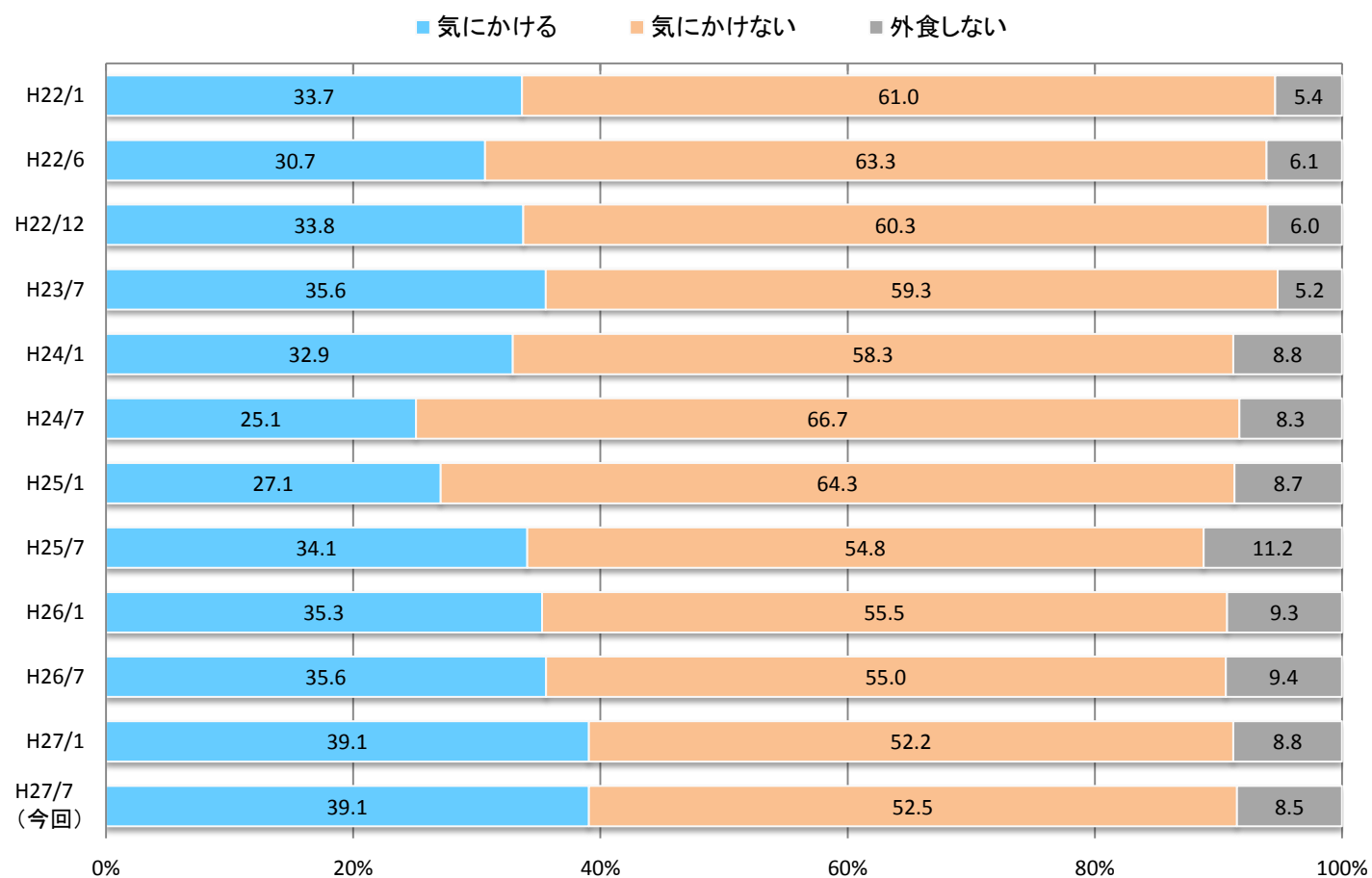
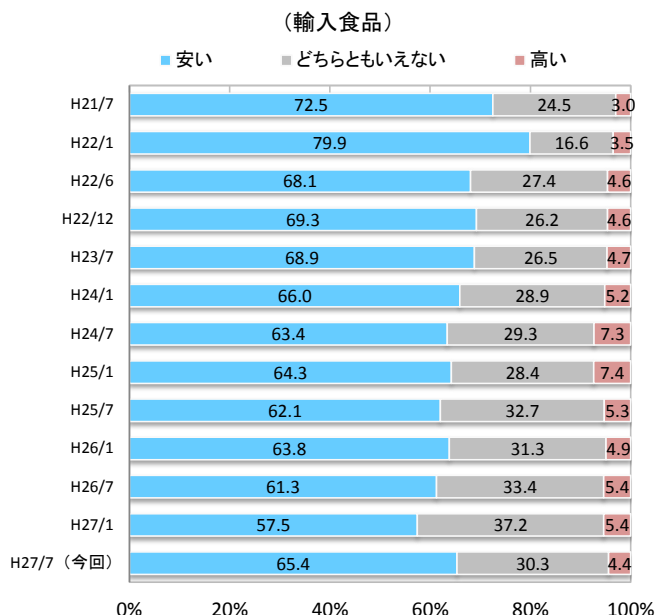
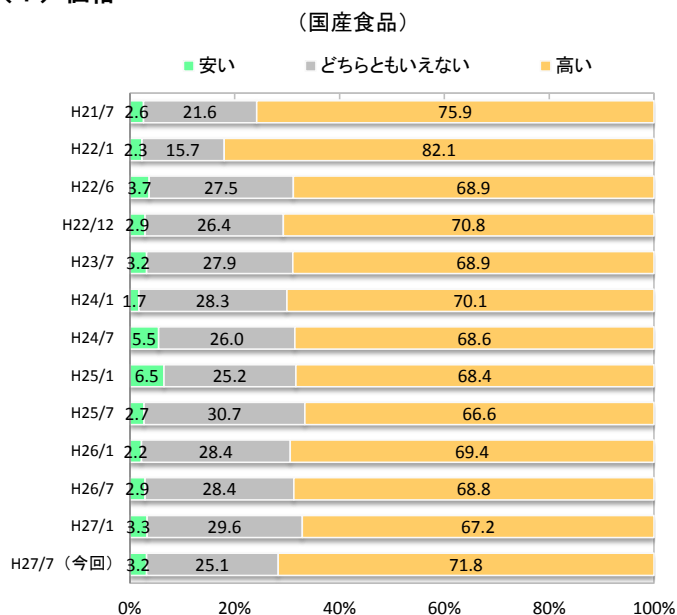
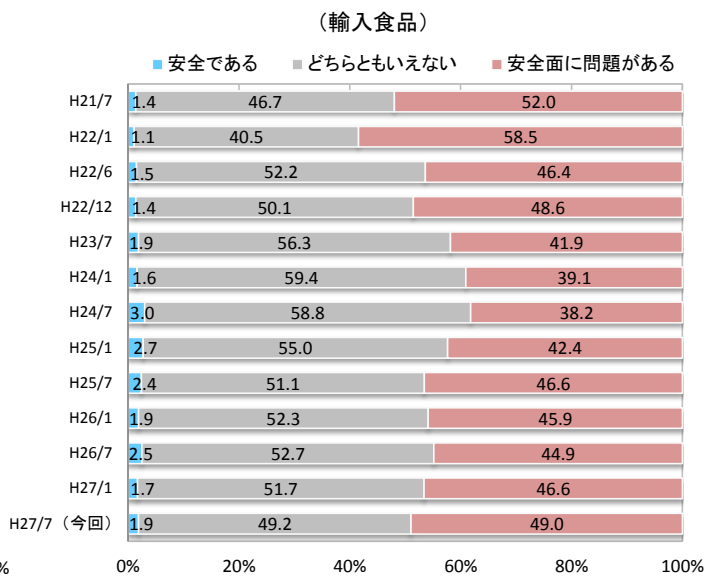
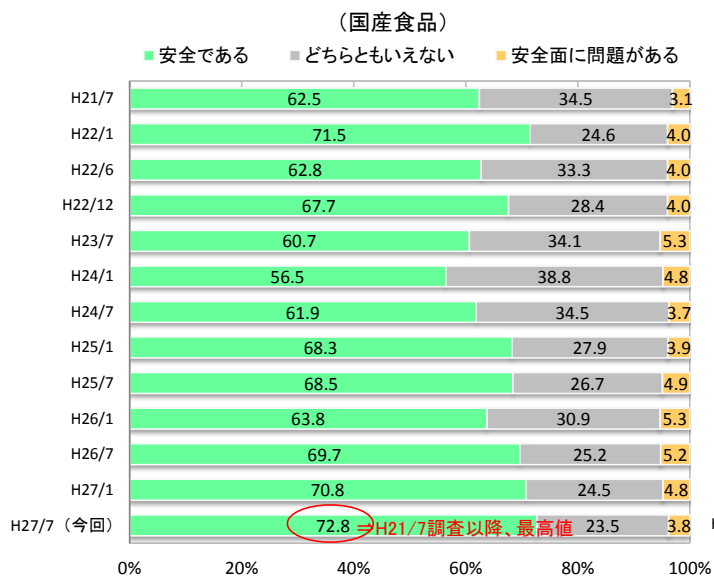


図5 国産原料の食品/輸入食品に対するイメージ

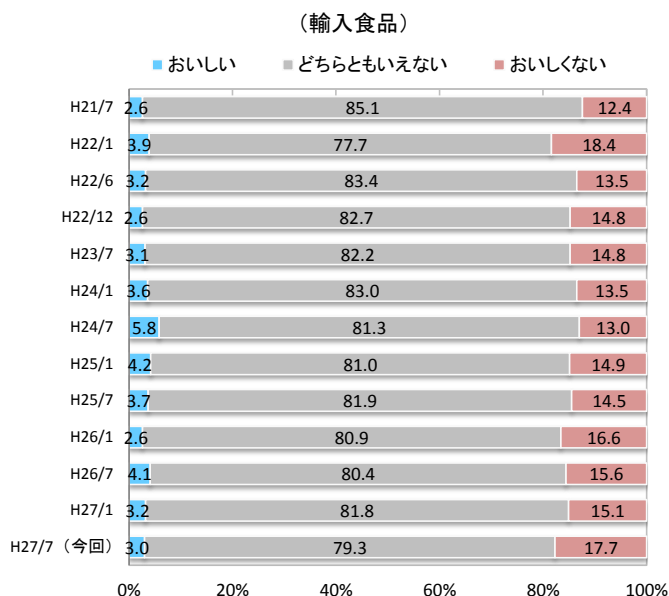
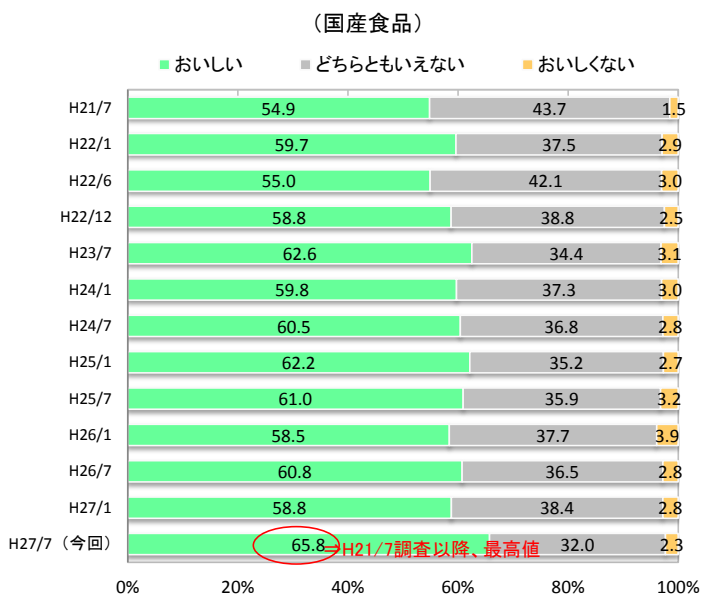
(1) 価格



(2) 安全面



(3) おいしさ



(4) 見た目

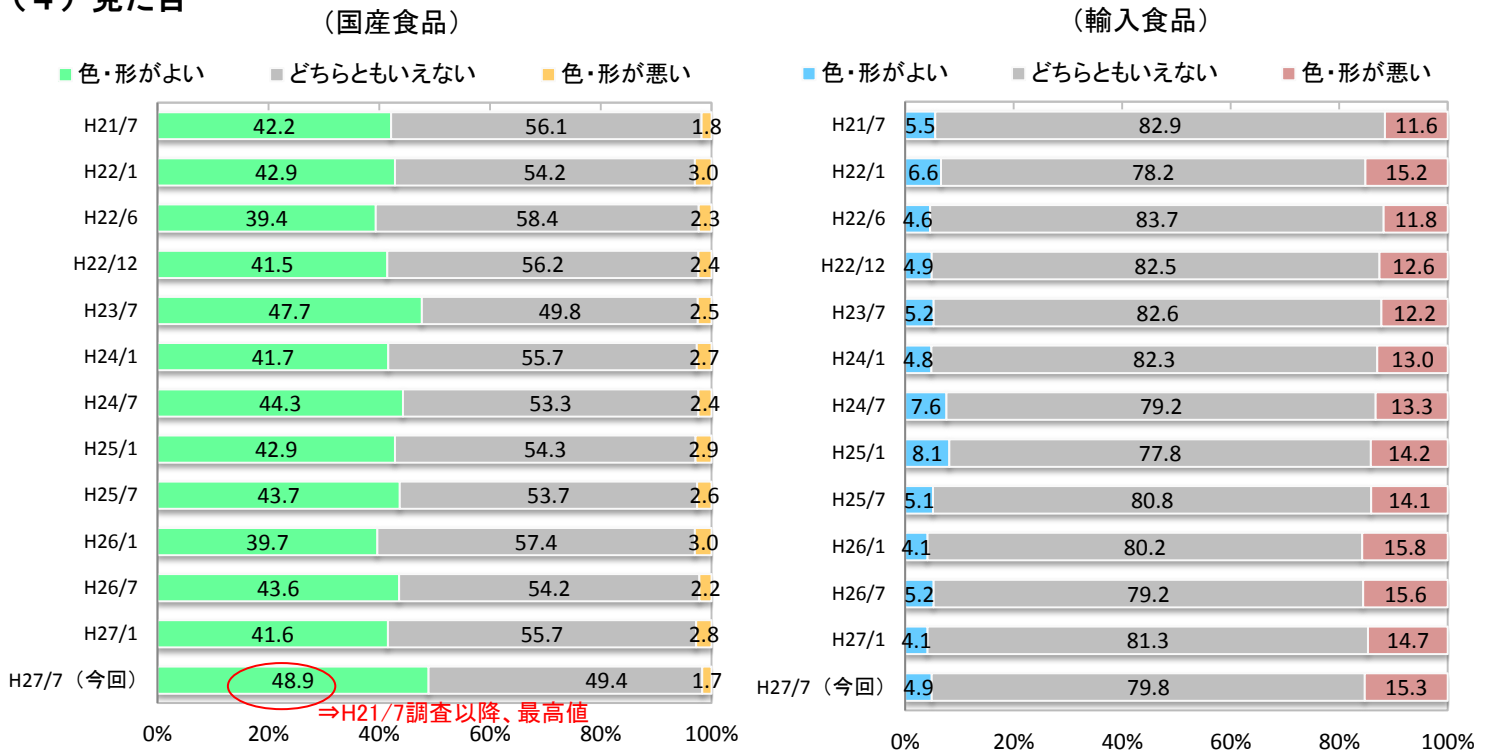
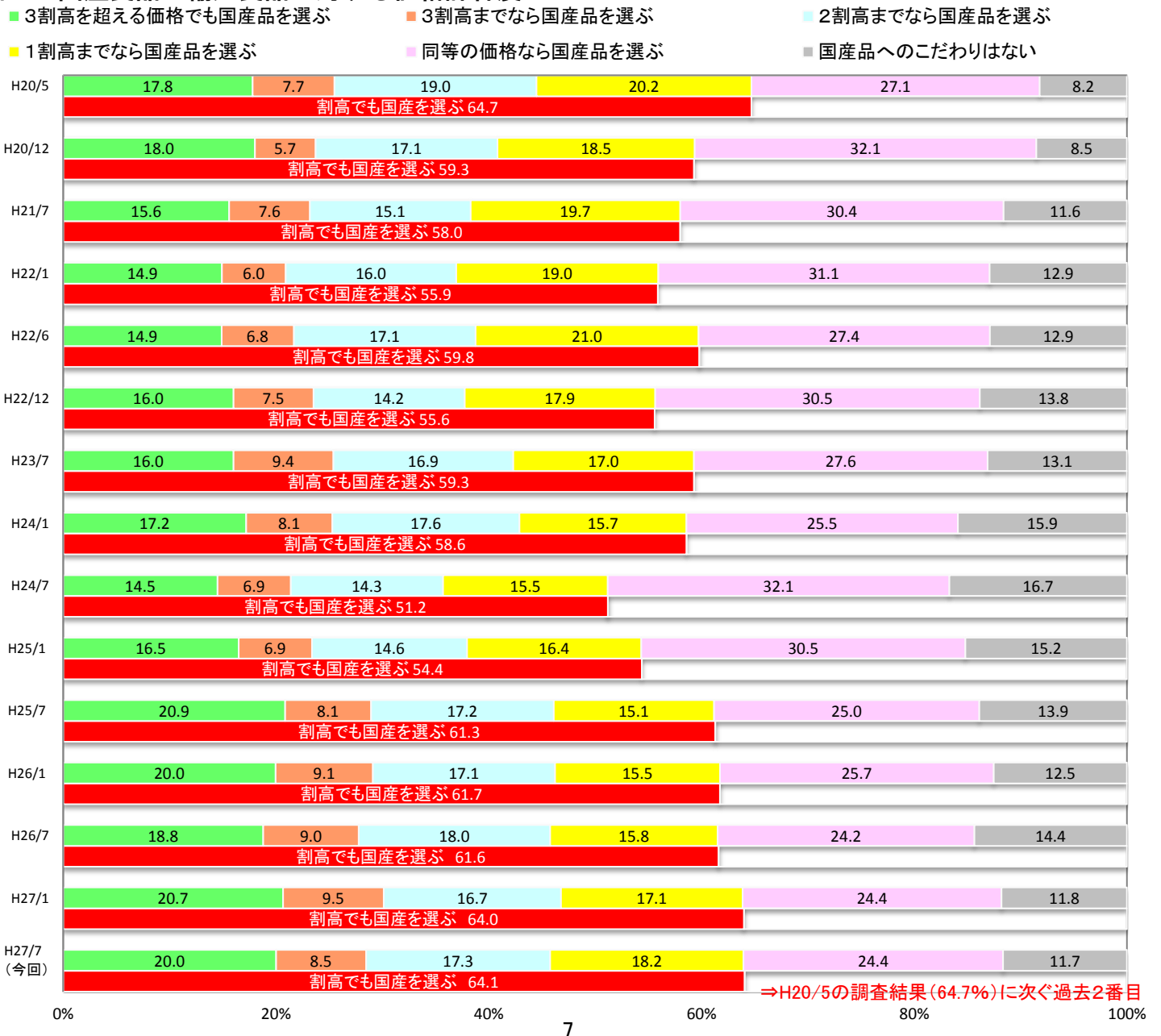
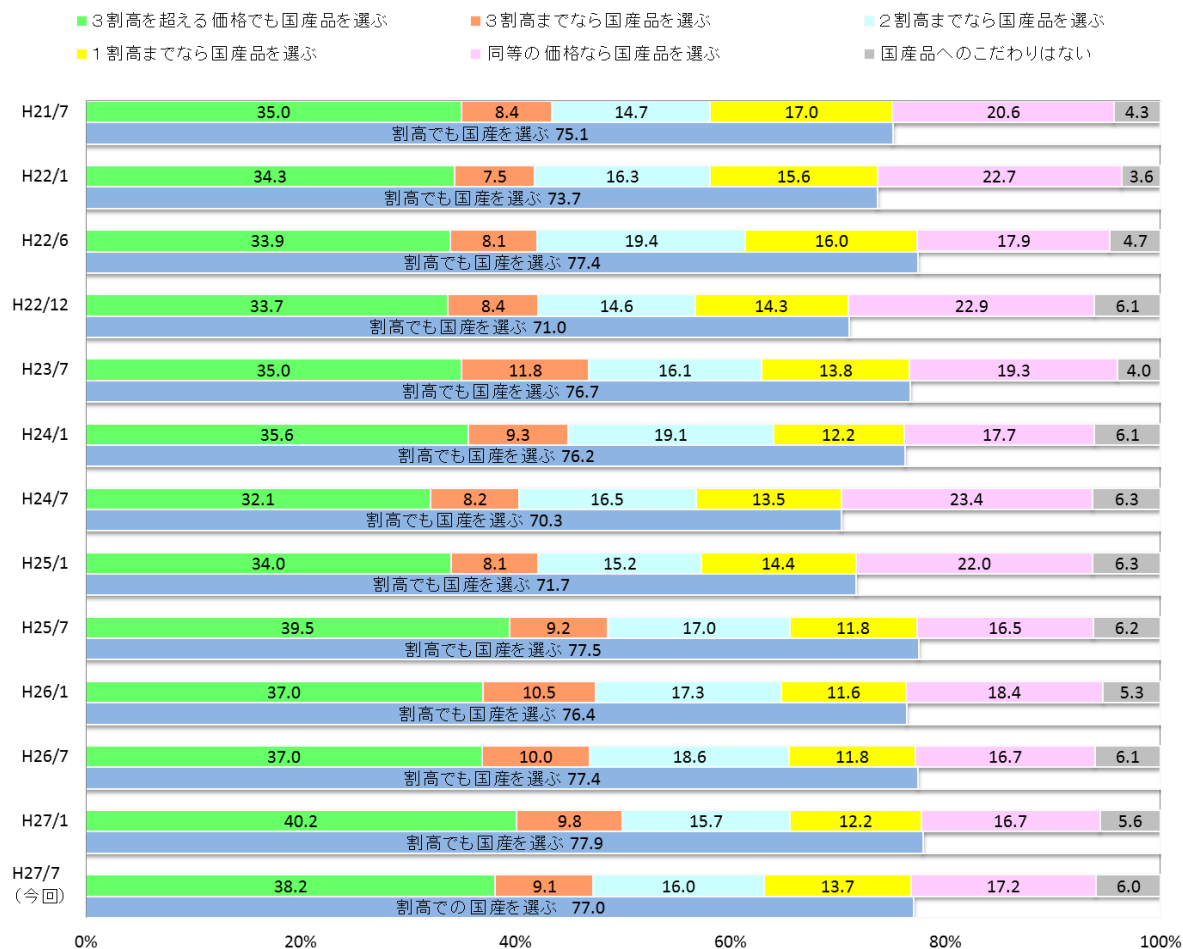


図6 国産食品の輸入食品に対する価格許容度

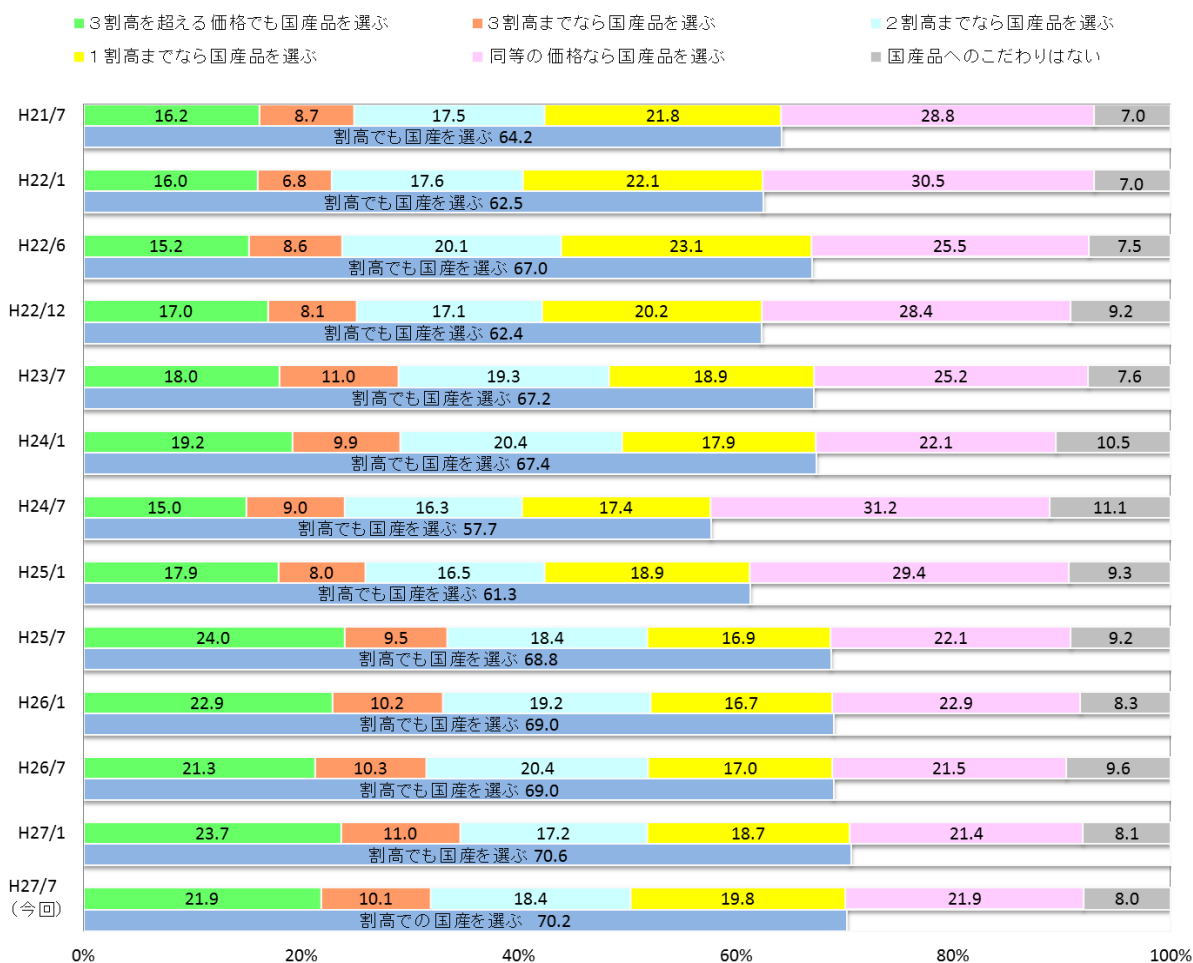


(参考：国産食品の輸入食品に対する価格許容度)

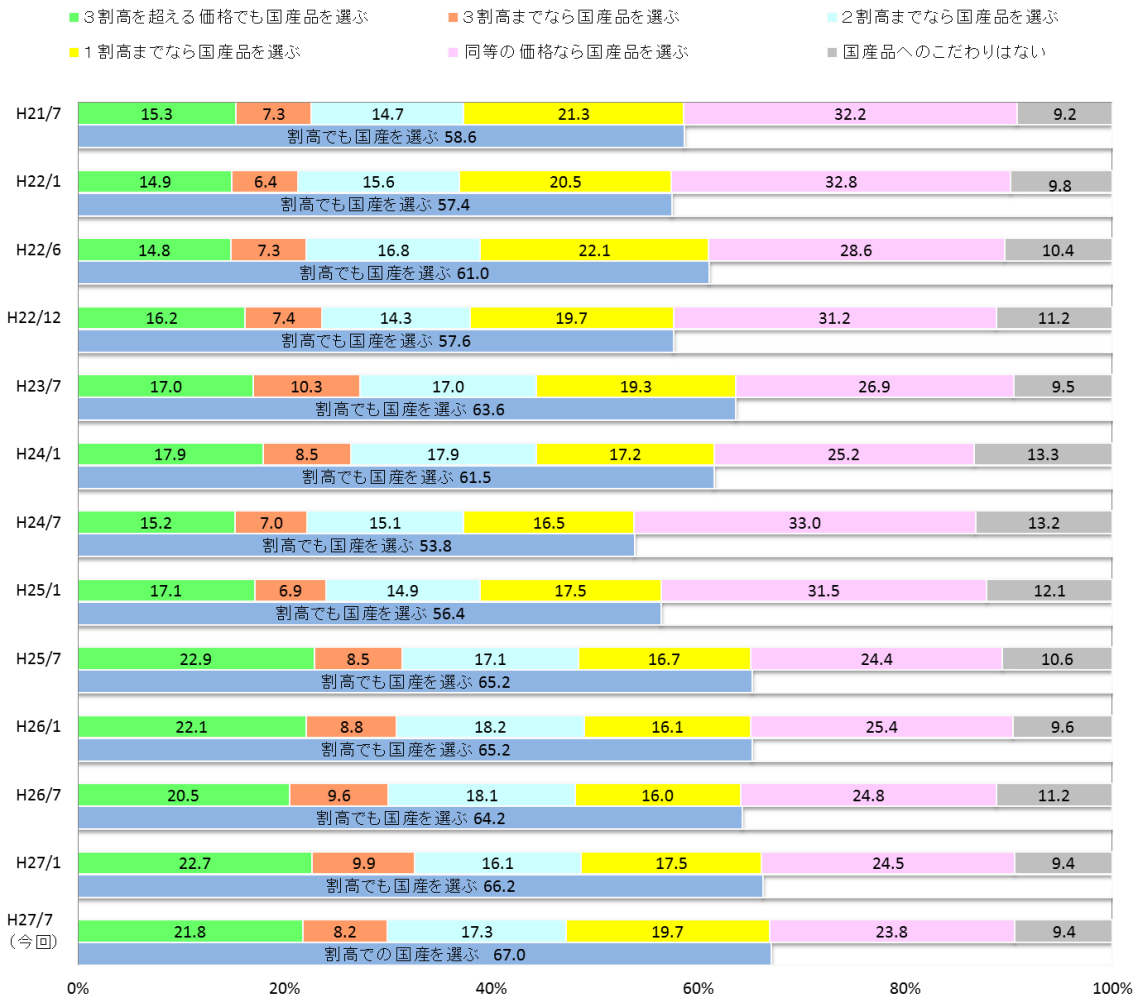
(1) 米



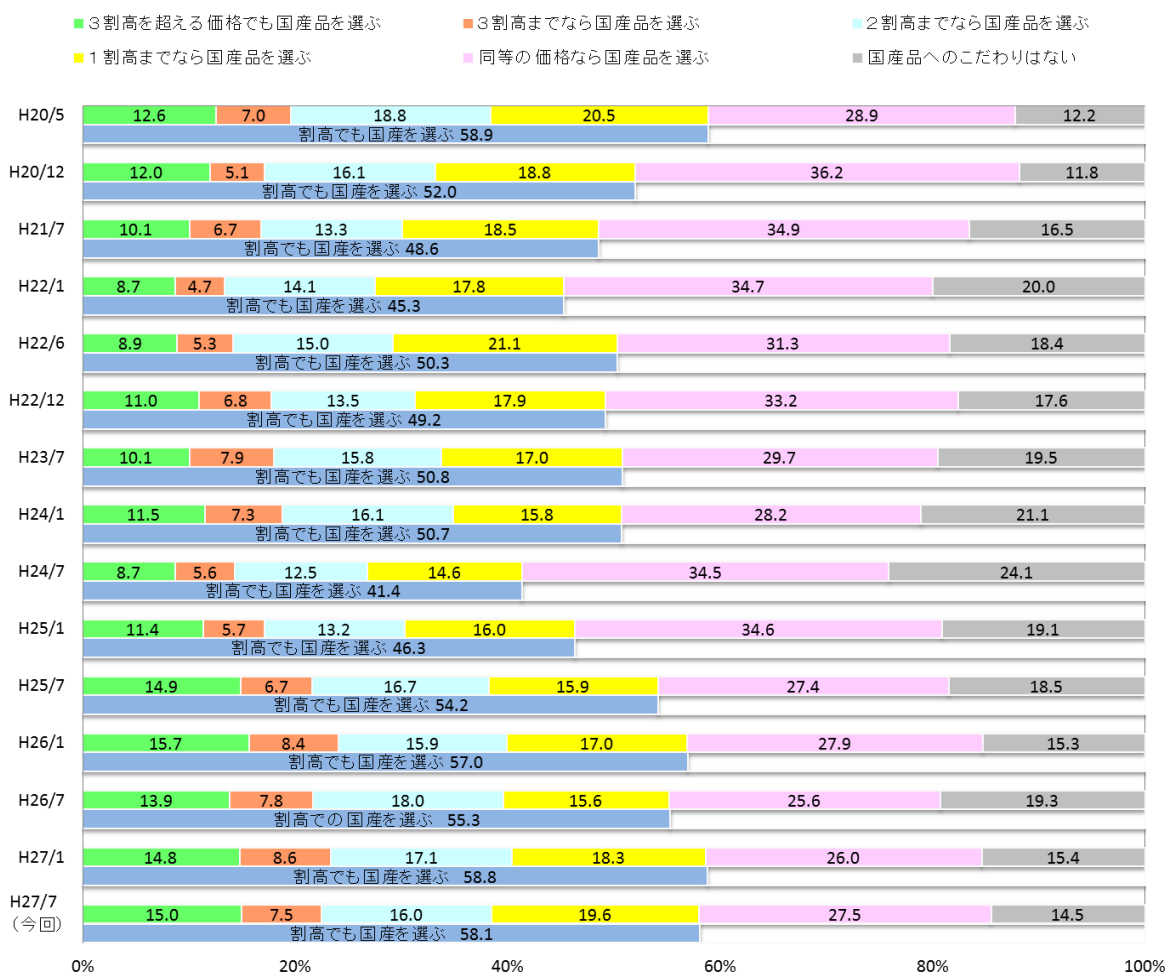
(2) 野菜



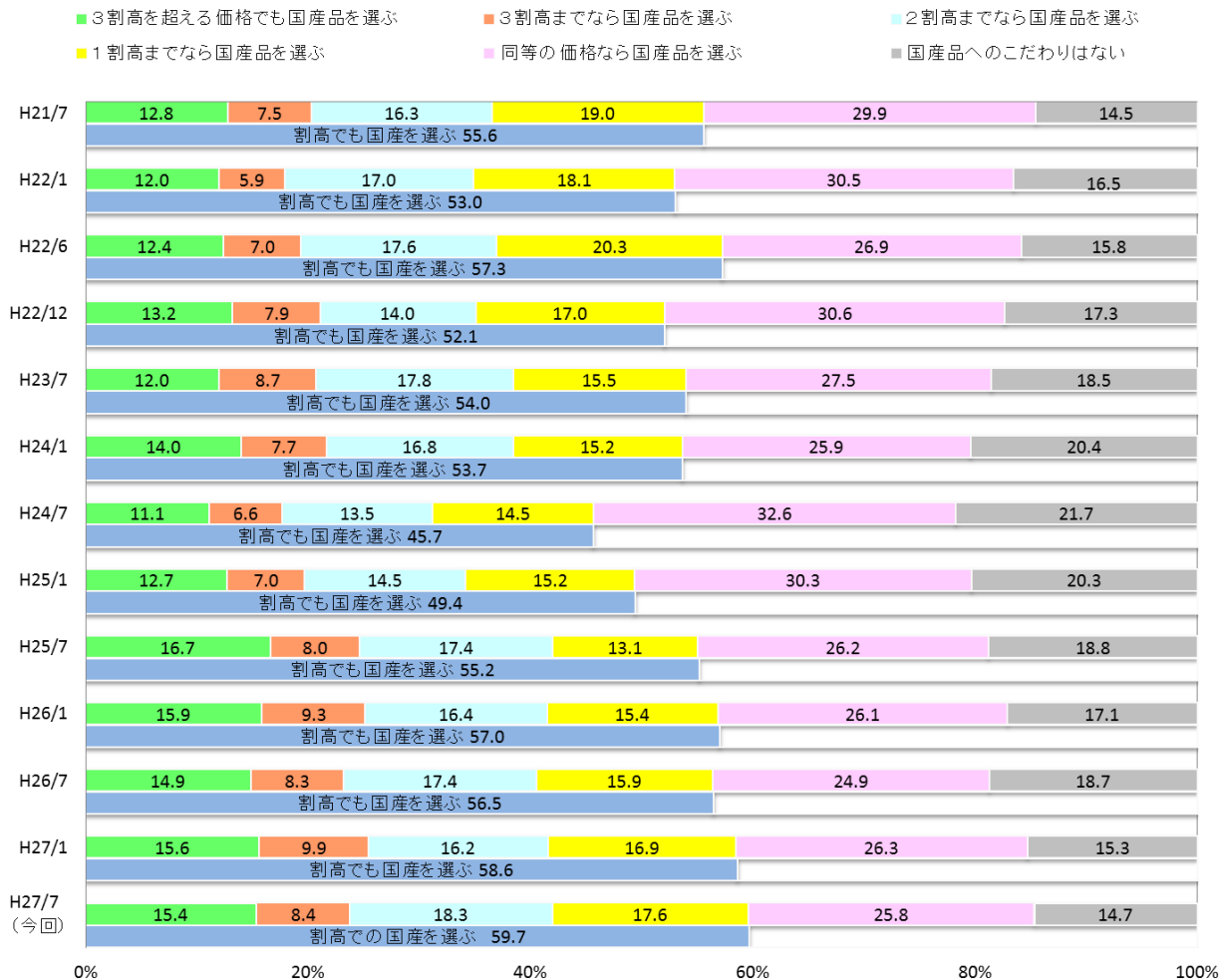
(3) きのこと



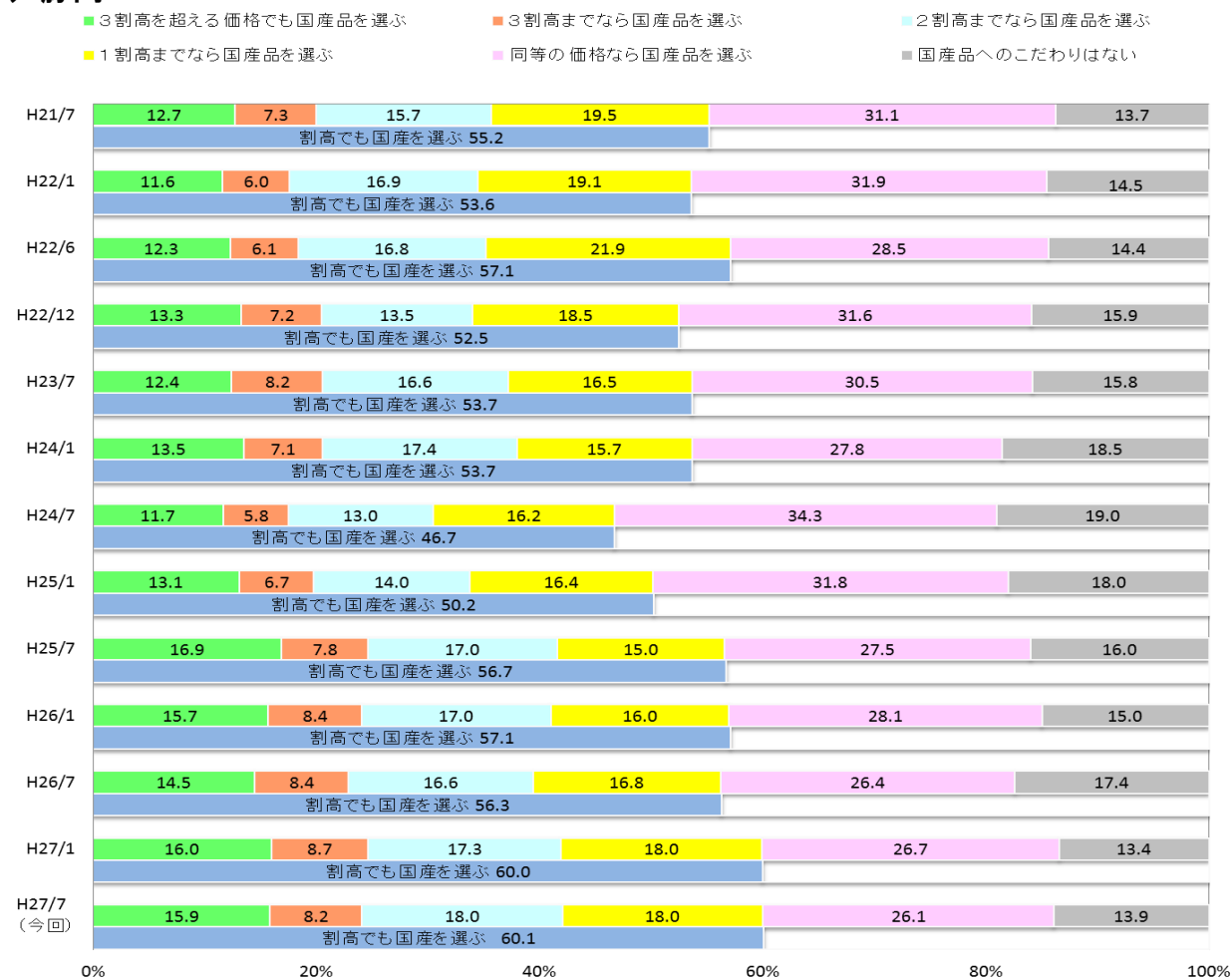
(4) 果物



(5) 牛肉

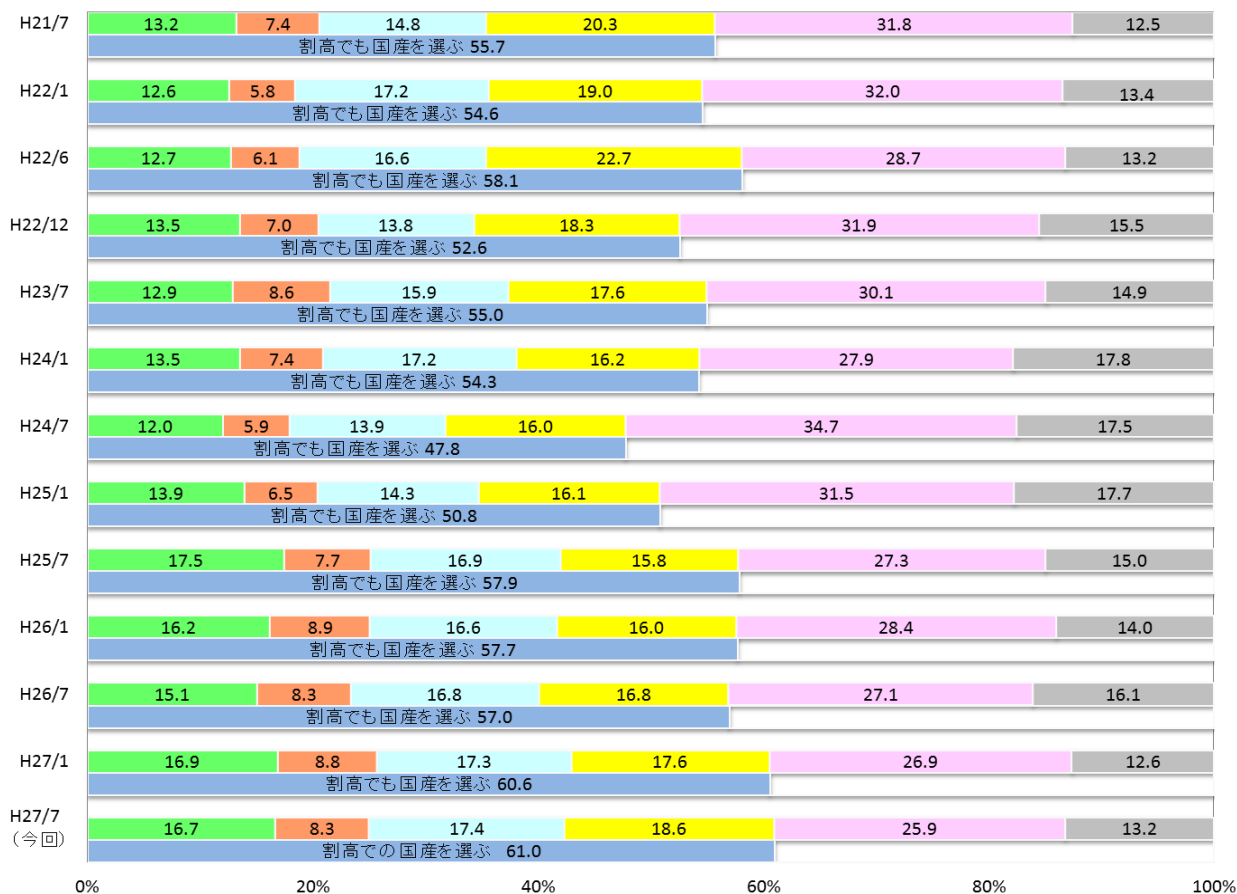


(6) 豚肉



(7) 鶏肉

- 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



(8) 魚介類

- 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

