

2020年3月10日

株式会社日本政策金融公庫

## 食の志向 「簡便化志向」が初めて「経済性志向」を上回る

＜ 消費者動向調査（令和2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2年1月調査）」を実施しました。

### ＜調査結果の概要＞

- 現在の食の志向は、前回に引き続き「健康志向」「簡便化志向」「経済性志向」が引き続き3大志向となりましたが、簡便化志向の上昇と経済性志向の低下により、平成20年の調査開始以降初めて「簡便化志向」が「経済性志向」を上回りました。
- 輸入食品の「安全性に問題がある」というイメージは9半期連続で低下し、安全面のマイナスイメージは緩和傾向にあります。国産食品は「安全である」割合が減少する一方、「どちらともいえない」が増加しており、輸入食品と国産食品の「安全面」に関するイメージの差は縮小傾向にあることがうかがえます。
- 国産食品の輸入食品に対する価格許容度調査では、割高でも国産品を選ぶ割合が過半を維持しつつも緩やかな低下傾向にある一方、「国産品へのこだわりはない」割合が緩やかな増加傾向にあります。

### ＜調査結果のポイント＞

## ○ 食の志向 簡便化志向が高まる傾向（図1、2）

現在の食の志向は、「健康志向」「簡便化志向」「経済性志向」が引き続き3大志向となりました。今回調査における3大志向の動きは以下のとおりで、平成20年の調査開始以降初めて「簡便化志向」が「経済性志向」を上回る結果となりました。

「健康志向」 （41.0%、前回比▲2.8ポイント） / 2半期連続で低下

「簡便化志向」 （36.9%、前回比+3.5ポイント） / 3半期連続で増加

「経済性志向」 （35.6%、前回比▲2.5ポイント） / 4半期連続増加から低下に転じる

年代別にみると、各年代で健康志向・経済性志向の低下、簡便化志向の増加の動きがある中、70代においては「簡便化志向」に加えて「経済性志向」も増加しており、同年代では「簡単に食べられるもの」「価格が安いもの」を重視する動きがうかがえます。

家族構成別にみると、“1人暮らし”では「簡便化志向」と「経済化志向」、「夫婦のみ」では「健康志向」がそれぞれ50%以上と高い水準になりました。また、「祖父母・親・子」で構成される三世帯家族において、回答者が“祖父母”の場合は、“親”または“子”が回答者である場合に比べて「健康志向（52.4%）」が高く、回答者が“親”の場合は「安全志向（31.1%）」、“子”の場合は「簡便化志向（47.8%）」「美食志向（30.4%）」がそれぞれ高くなりました。

### ○ 外食時に国産食品であることを「気にかける」割合は大きな動きなし（図3）

「食料品を購入するときに国産品かどうかを気にかける」（74.6%）及び「外食するときに国産品かどうかを気にかける」（33.2%）は、直近4半期の間、大きな変動なく推移しています。

### ○ 食の安全性に関する輸入食品のマイナスイメージは薄れる傾向（図4）

国産食品と輸入食品に対するイメージを調査したところ、国産食品の「価格が高い」イメージ（62.1%、前回比▲2.4ポイント）は、平成20年の調査開始以降で最も低い値となり、国産食品の「価格が高い」イメージは、以前に比べて薄れてきています。

輸入食品は、「安全面に問題がある」（33.0%、前回比▲2.3ポイント）のマイナスイメージが9半期連続で低下しました。これは平成20年の調査開始以降で最も低い値であり、輸入食品の安全性に関するマイナスイメージは緩和傾向にあります。他方、国産食品では「安全である」イメージが減少し、「どちらともいえない」が増加しており、「安全面」に関する輸入品とのイメージの差が小さくなっていることがうかがえます。

### ○ 国産品にこだわらない割合、緩やかに上昇（図5）

輸入食品と比べ、どのくらいの価格差なら国産食品を選ぶか、いわゆる価格許容度を調査したところ、割高でも国産品を選ぶ割合は59.0%と過半を維持しているものの、緩やかな低下傾向にあります。一方で、「国産品へのこだわりはない」は、16.7%と前者に比べて少ないものの、その割合は緩やかな上昇傾向にあります。

### ○ 購入に抵抗がない輸入食品 「牛肉」が最多（図6、7）

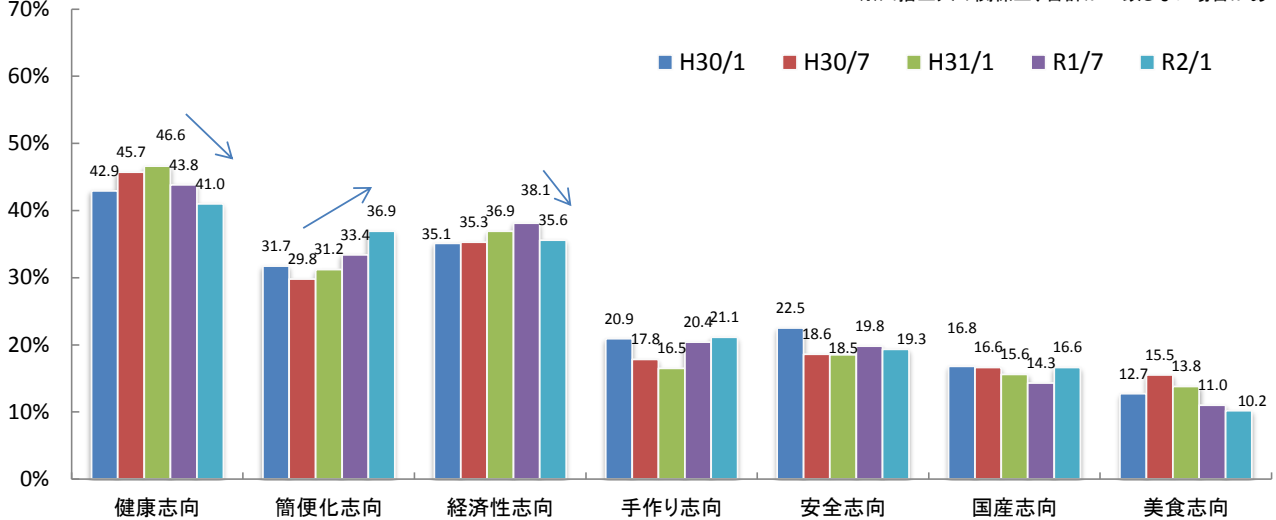
輸入食品を購入することに抵抗感があるかを調査したところ、「抵抗感はない」（21.5%）、「食品によっては抵抗感がある」（67.2%）、「抵抗感がある」（11.3%）となりました。また、年代が低くなるほど「抵抗感はない」の割合が高くなりました。

さらに、「抵抗感はない」「食品によっては抵抗感がある」と回答した人に、特に抵抗感なく購入する食品を聞いたところ、牛肉（40.8%）が最も高く、次いで菓子（39.2%）、乳製品（37.8%）、豚肉（33.0%）、酒類（33.0%）の順となりました。

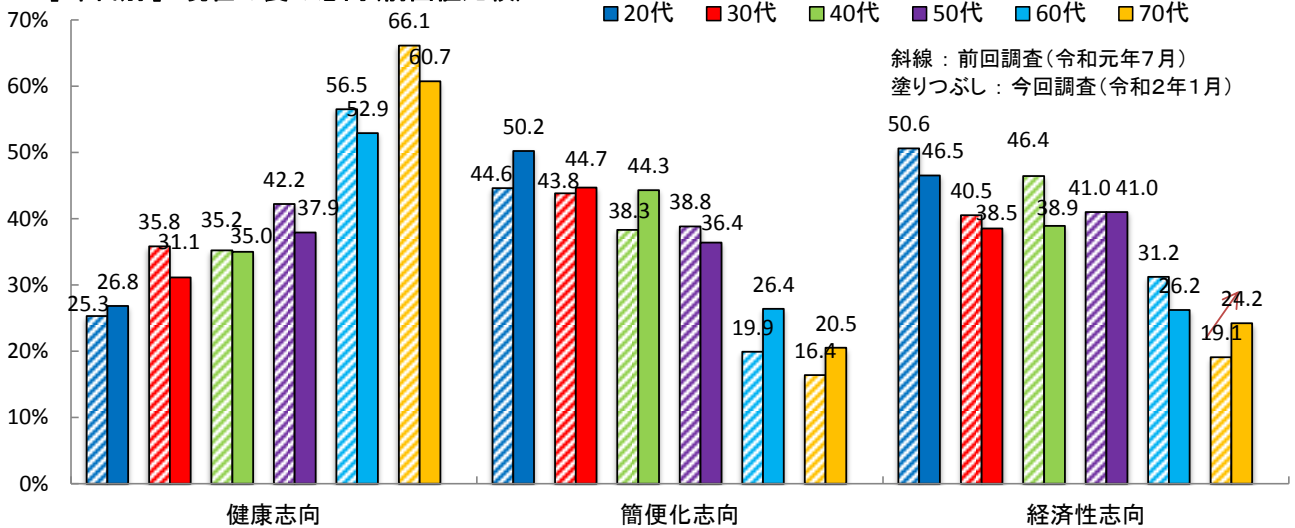
調査時期	令和2年1月
調査方法	インターネットによるアンケート調査
調査対象	全国の20歳代～70歳代の男女2,000人（男女各1,000人）

図1 現在の食の志向(上位)の推移 / 2つ回答

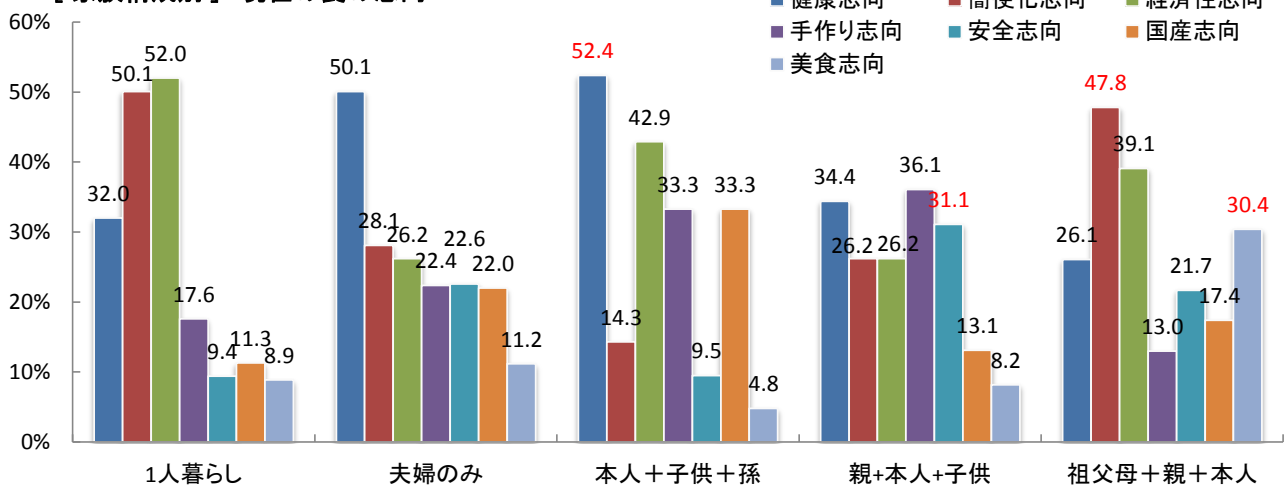
※四捨五入の関係上、合計が一致しない場合があ



[年代別] 現在の食の志向(前回値比較)



[家族構成別] 現在の食の志向



【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	21.8	19.7	16.8	13.6	16.8	11.3
夫婦のみ	4.4	8.5	15.6	15.9	31.7	23.9
本人+子供+孫	4.8	0.0	4.8	4.8	38.1	47.6
親+本人+子供	6.6	14.8	31.1	31.1	16.4	0.0
祖父母+親+本人	43.5	34.8	21.7	0.0	0.0	0.0

図2 「健康志向」「経済性志向」「簡便化志向」の推移

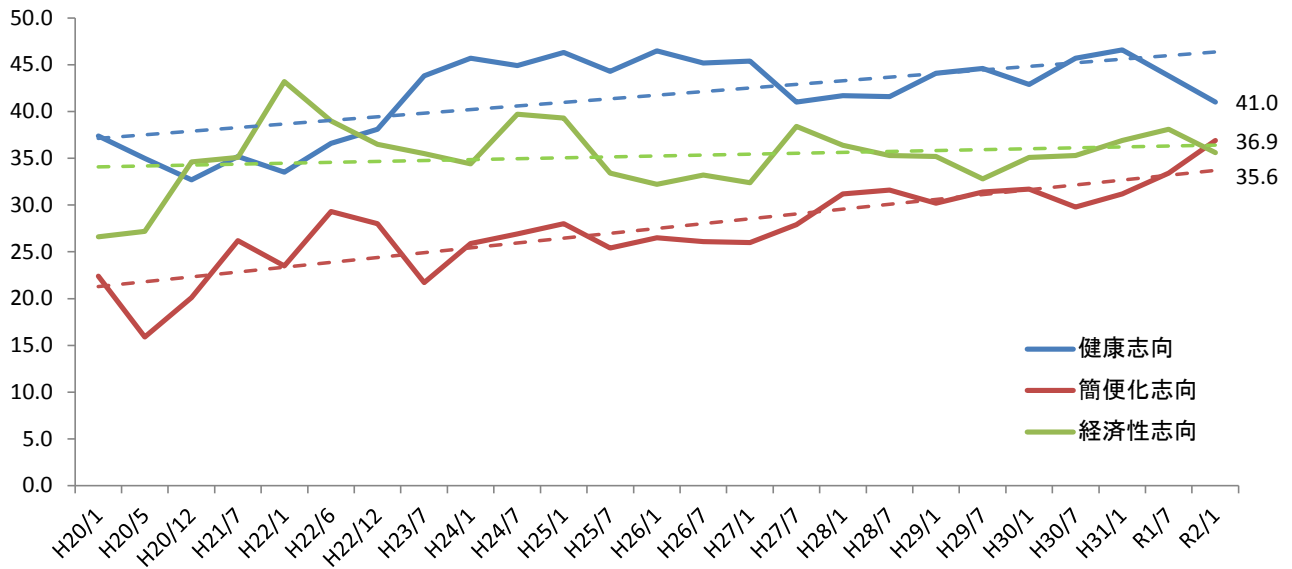
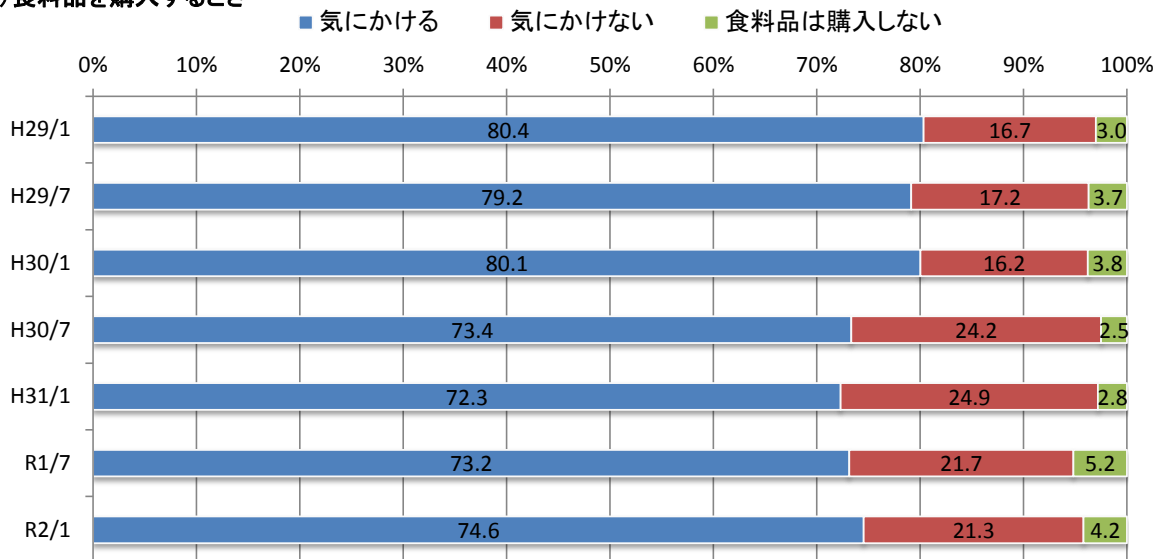


図3 食料品を購入するとき/外食するときに国産品かどうかを気にかけるか

(1) 食料品を購入するとき



(2) 外食するとき

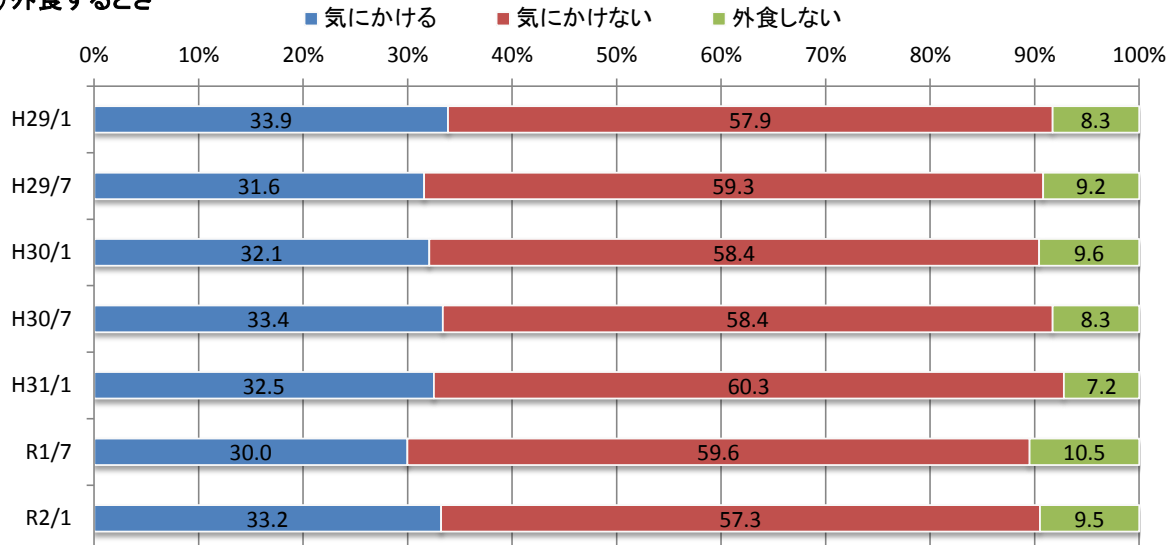
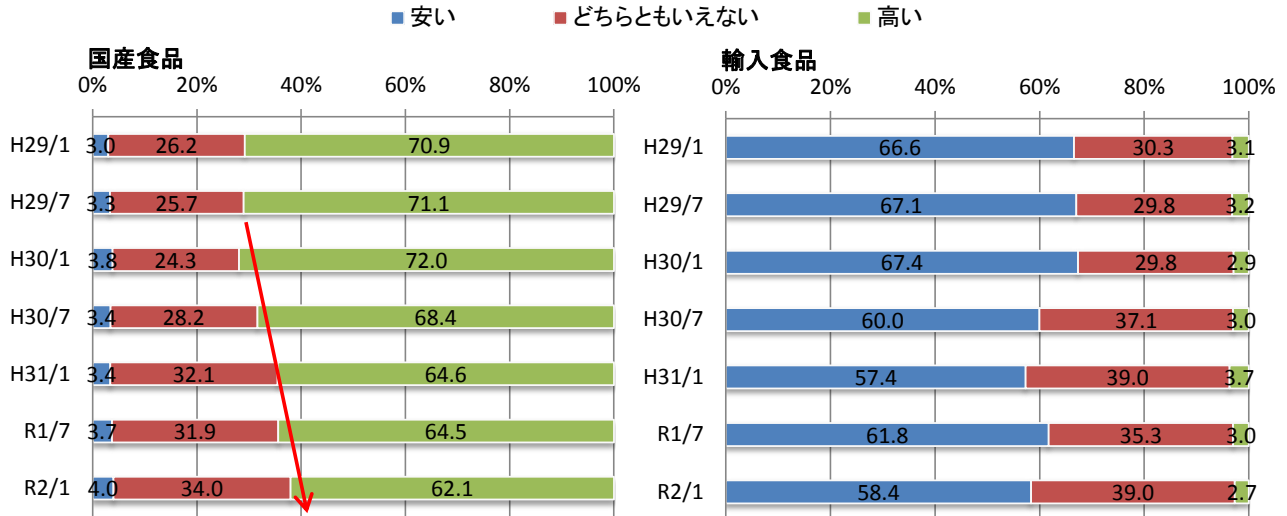


図4 国産原料の食品/輸入食品に対するイメージ

(1) 価格に関するイメージ



(2) 安全面に関するイメージ

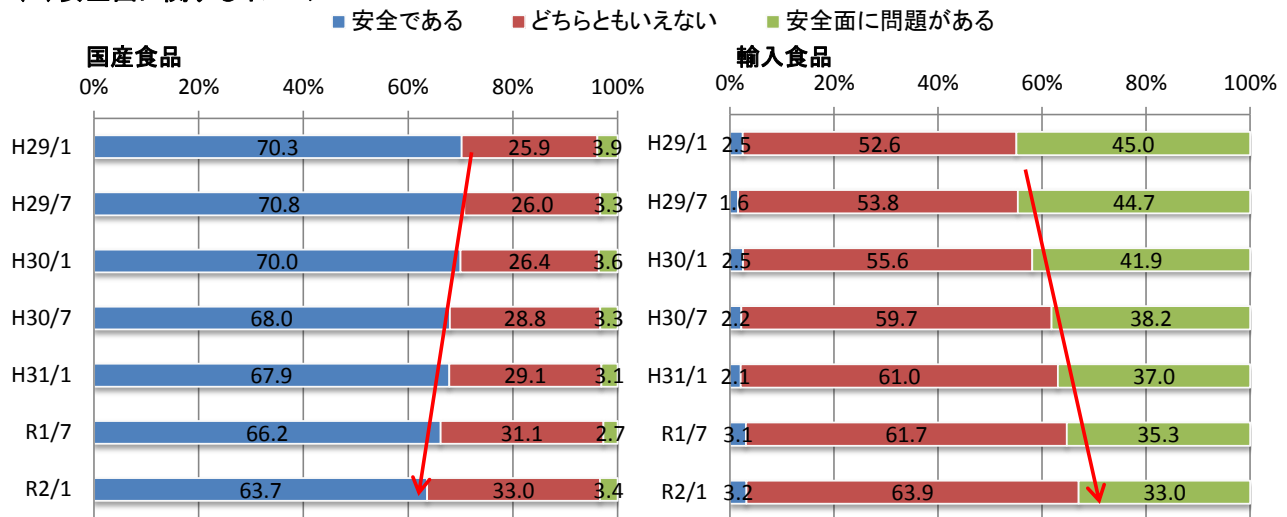
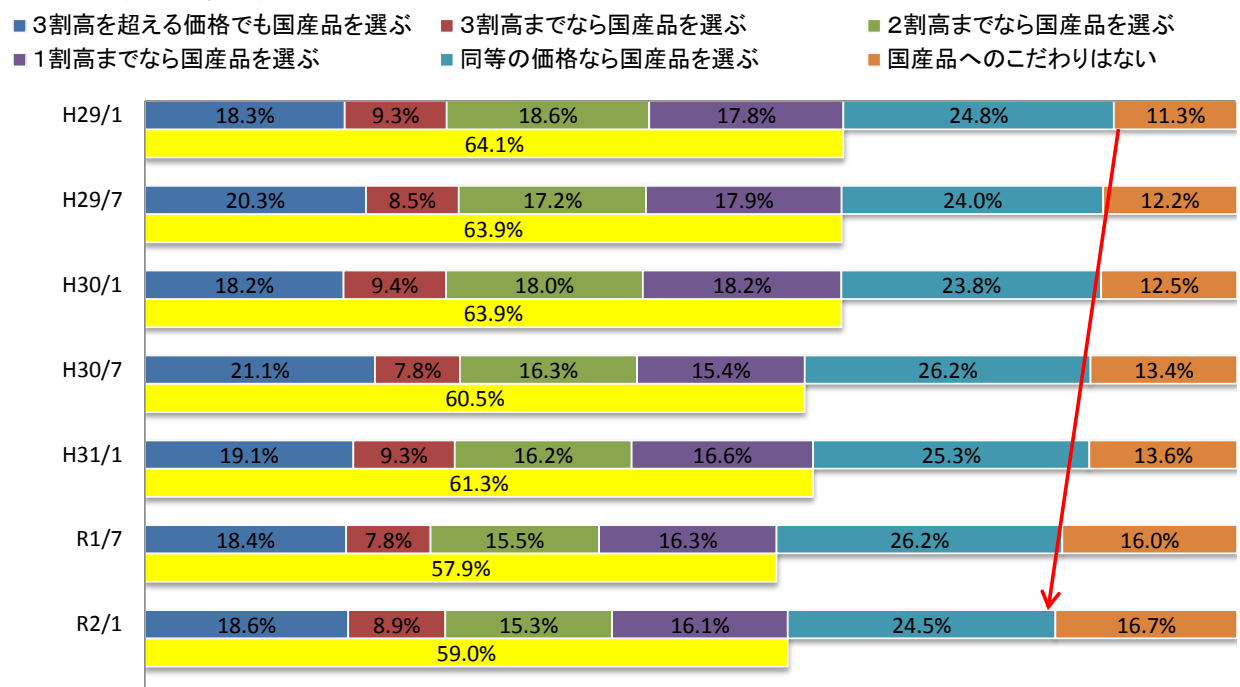


図5 国産食品の輸入食品に対する価格許容度



(参考) 品目別国産食品の輸入食品に対する価格許容度

- 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

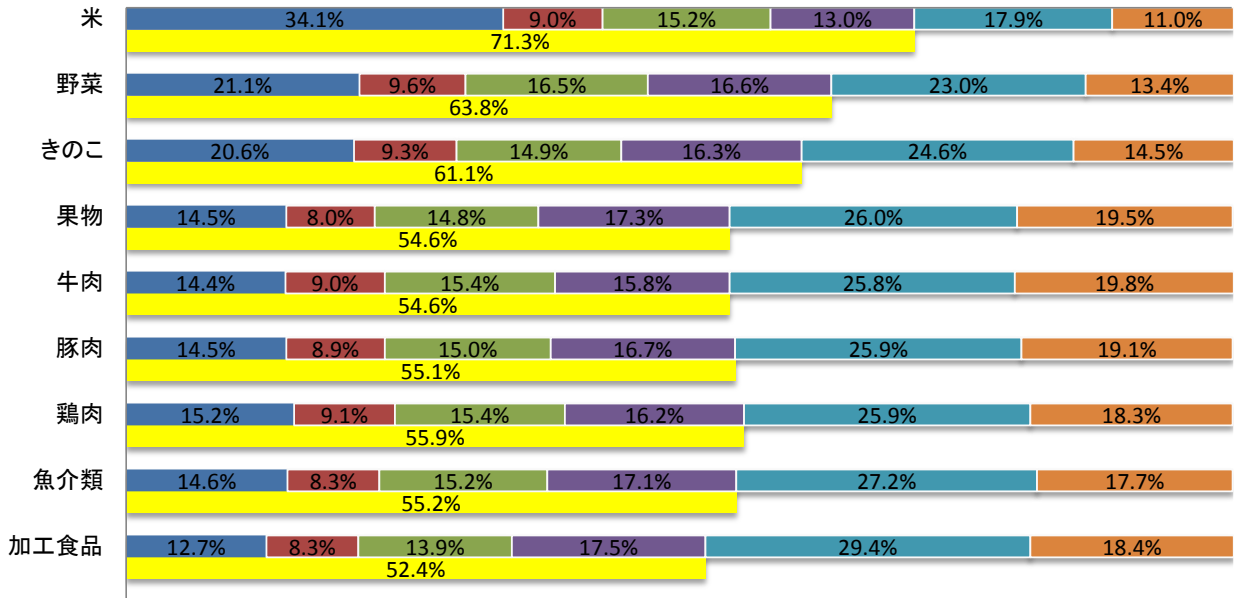


図6 輸入食品を購入することへの抵抗感

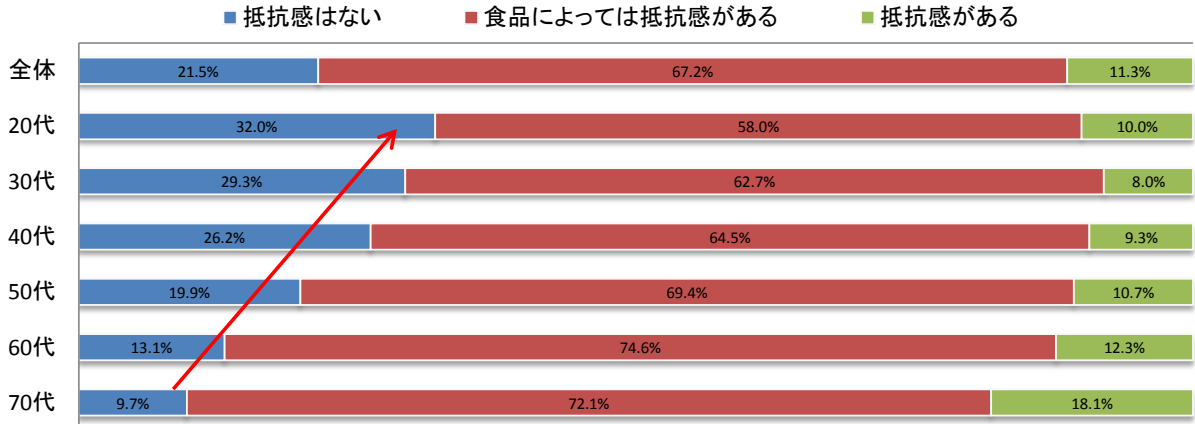


図7 購入に抵抗感はない輸入食品 (複数回答)

