

消費者動向調査結果（令和5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 ～ 8
III.国産食品の輸入食品に対する価格許容度	P 9
IV.日本の将来の食料輸入についての考え	P10～11
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	P12～14
VI.有機農産物の購入に関する意識	P15 ～19
VII.農村や農業生産者との関わりについて	P20 ～26

○調査概要

- 調査時期: 令和5年1月
- 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。

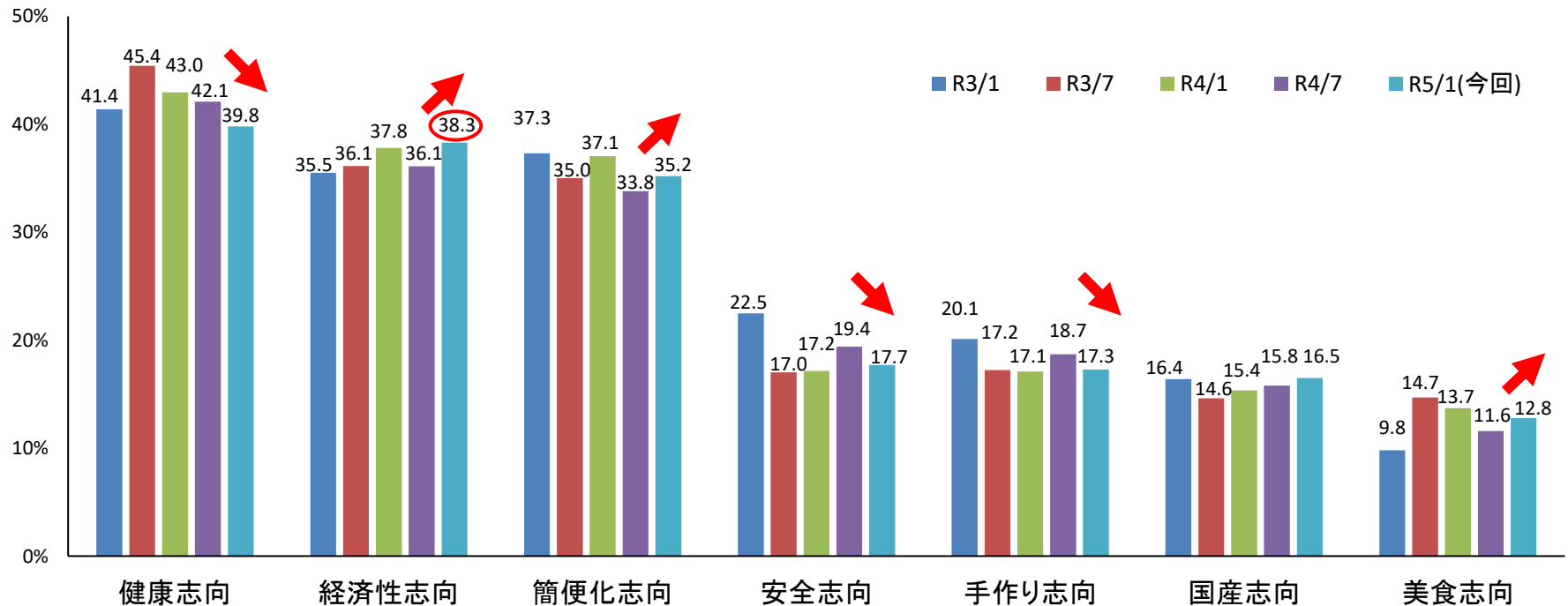
<お問い合わせ先>

日本政策金融公庫 農林水産事業本部 情報企画部(担当: 赤羽根、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」(39.8%、前回比▲2.3ポイント)は3半期連続で低下した。「経済性志向」(38.3%、前回比+2.2ポイント)、「簡便化志向」(35.2%、前回比+1.4ポイント)は上昇した。
- ・3大志向以外では「安全志向」(17.7%、前回比▲1.7ポイント)、「手作り志向」(17.3%、前回比▲1.4ポイント)が低下し、「美食志向」(12.8%、前回比+1.2ポイント)は上昇した。

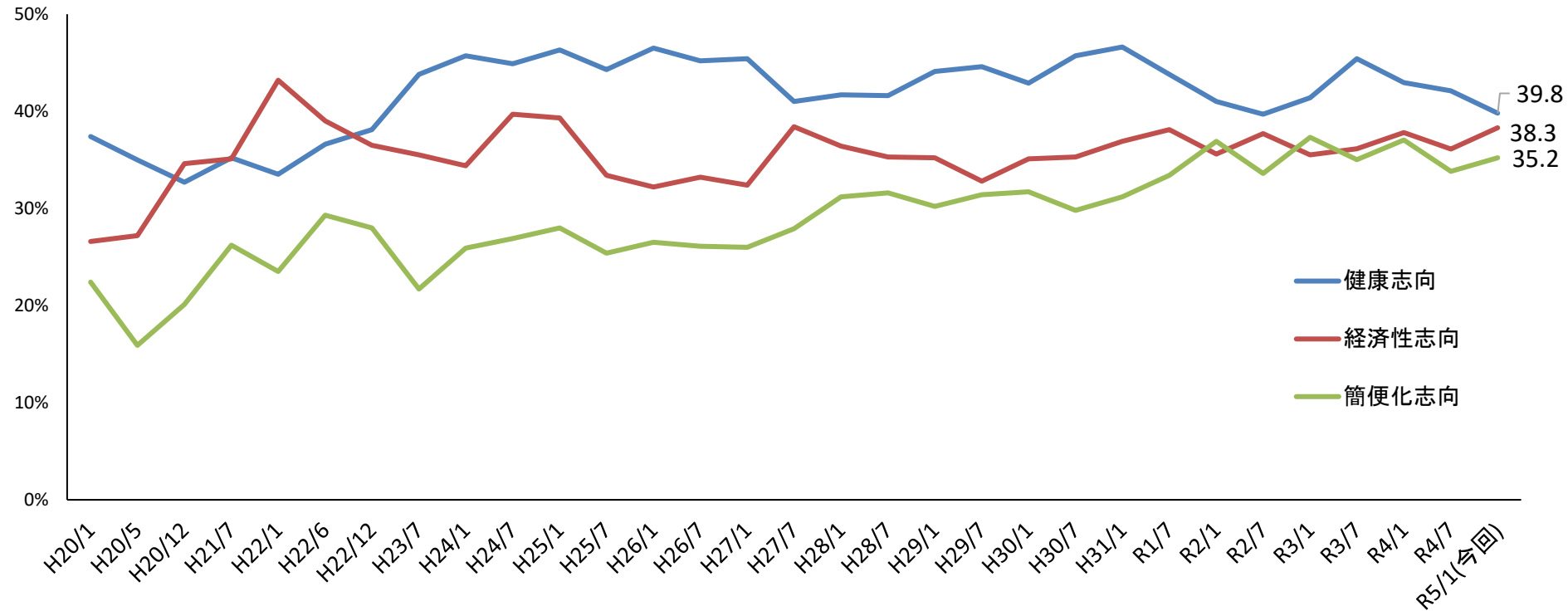
(複数回答、上位2つ)



I. 食に関する志向（現在の3大志向、平成20年1月調査からの推移）

・「簡便化志向」は、長期的にみると、右肩上がりに推移してきている。

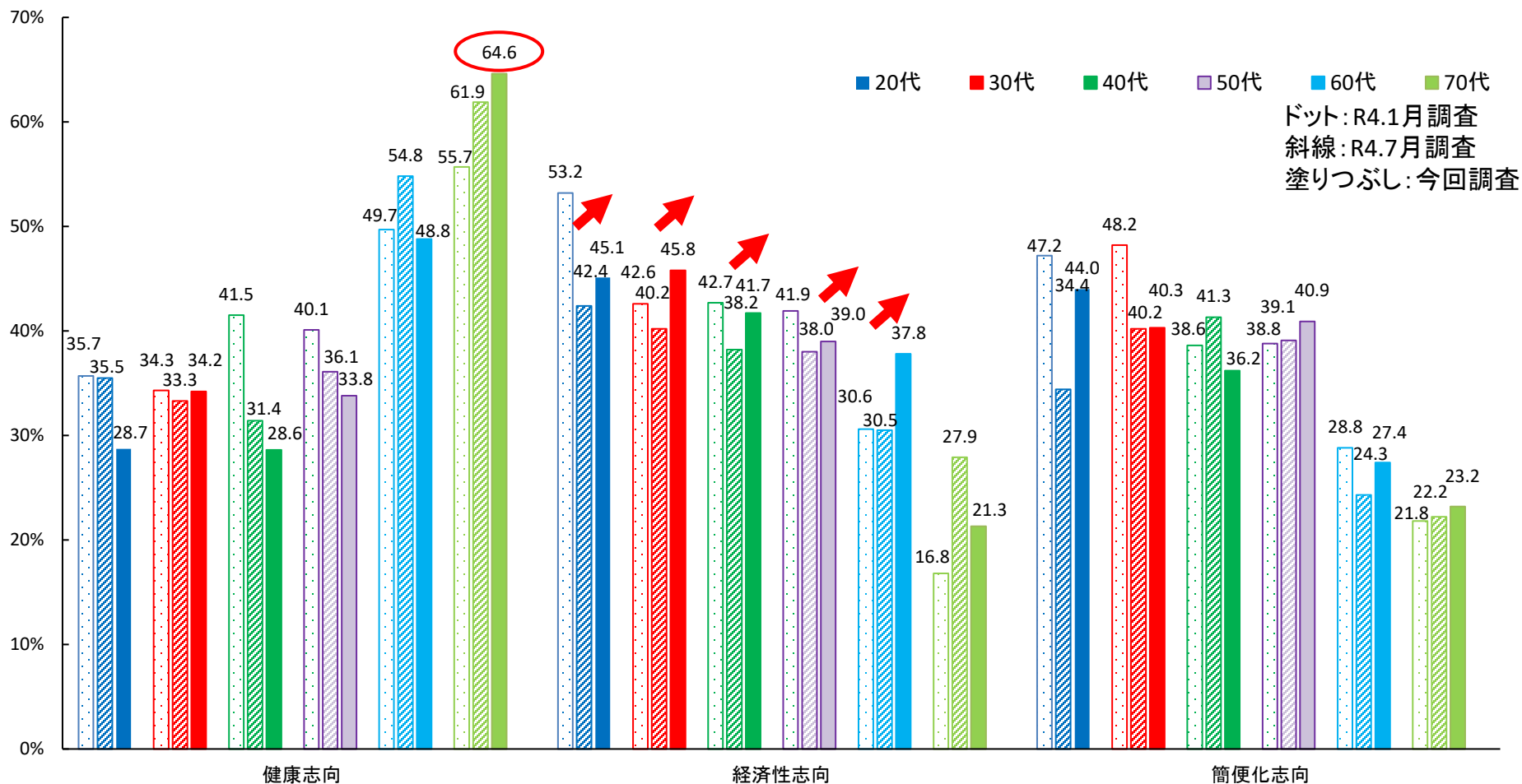
（複数回答、上位2つ）



I. 食に関する志向(3大志向、年代別)

・「健康志向」は、70代(64.6%、前回比+2.7ポイント)が他の年代と比べて特に高い割合となった。
 ・「経済性志向」は70代を除く全ての年代で上昇した。

(複数回答、上位2つ)

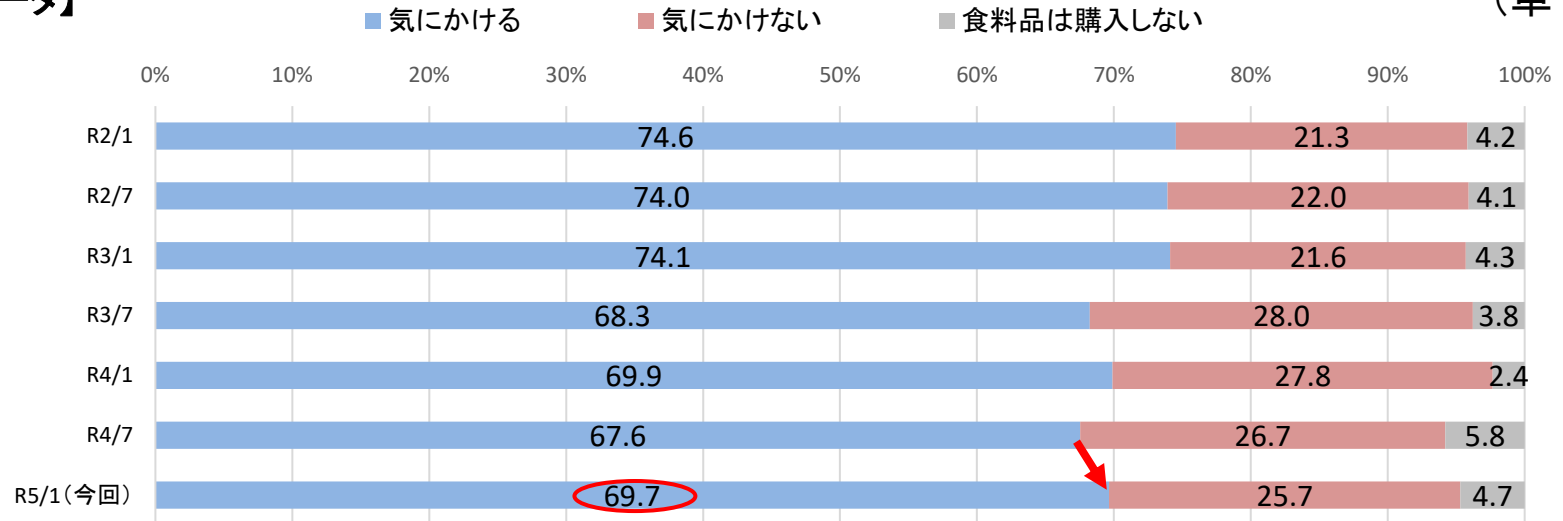


Ⅱ. 国産品かどうかを気にかけるか(食料品購入時)

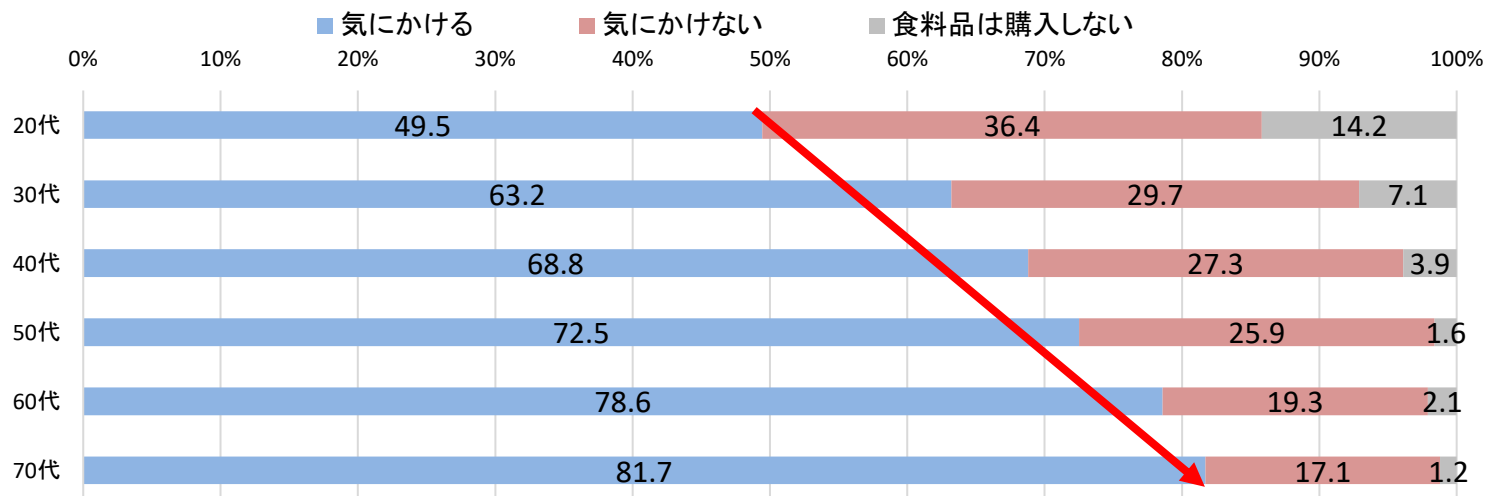
- ・食料品を購入するときに国産品かどうかを「気にかける」割合(69.7%、前回比+2.1ポイント)は上昇した。
- ・年代別にみると、「気にかける」は年代が高くなるほど割合が高い傾向となった。

【継年データ】

(単一回答)



【年代別】

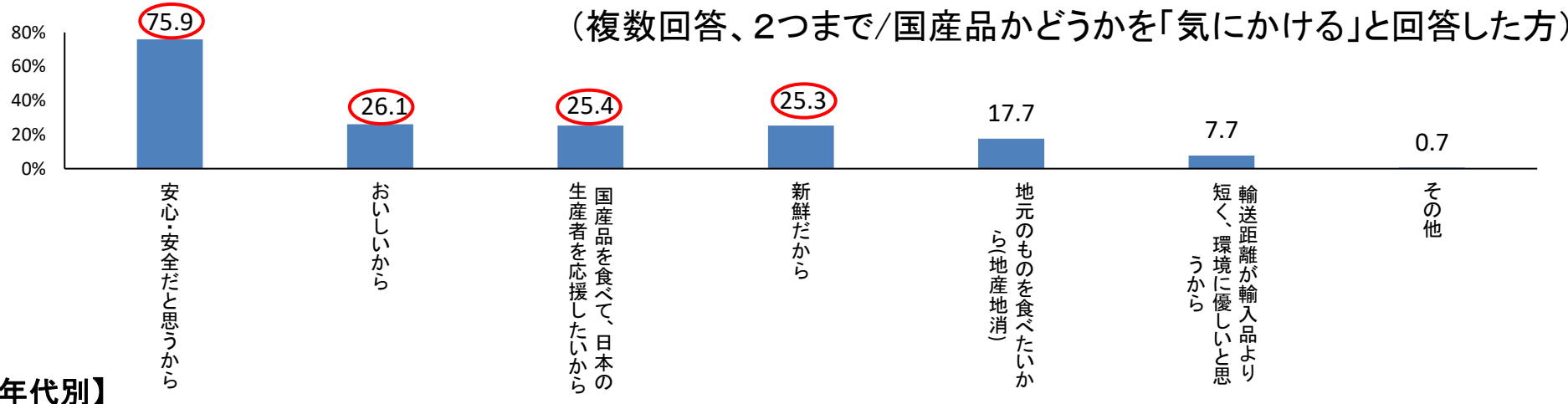


II. 国産品かどうかを気にかけるか(食料品購入時/理由)

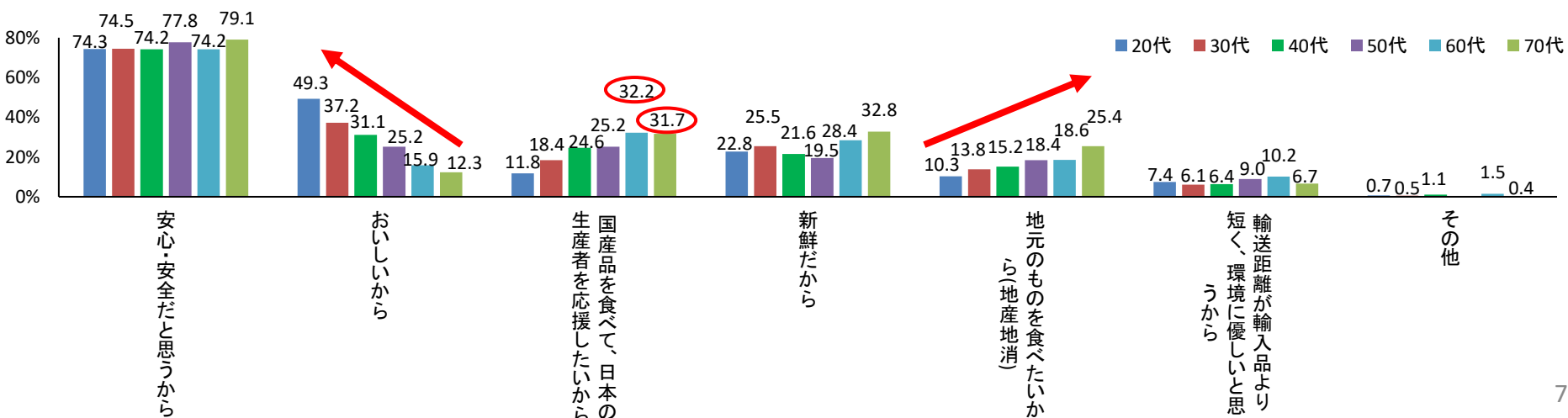
・食料品を購入するときに国産品かどうかを「気にかける」と回答した方に、その理由について聞いたところ、「安心・安全だと思うから」(75.9%)が最も高く、次いで「おいしいから」(26.1%)、「国産品を食べて、日本の生産者を応援したいから」(25.4%)、「新鮮だから」(25.3%)の順となった。

・年代別では、「国産品を食べて、日本の生産者を応援したいから」は60～70代で3割を上回った。

・「おいしいから」は年代が低くなるほど高い傾向となり、「地元のものを食べたいから(地産地消)」は年代が高くなるほど高い傾向となった。



【年代別】



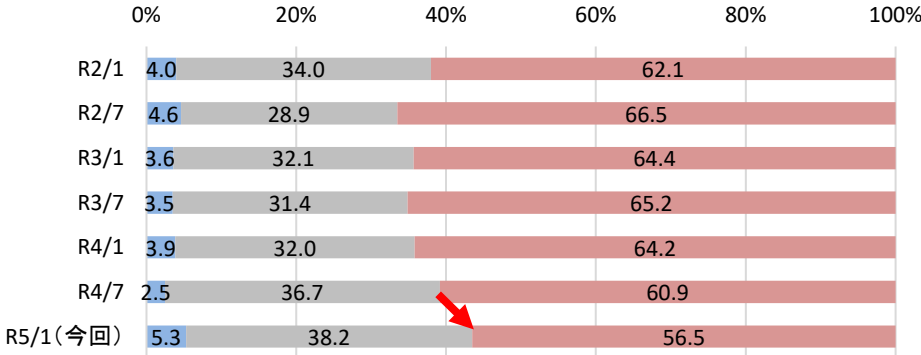
Ⅱ. 国産品かどうかを気にかけるか(国産・輸入食品に対するイメージ)

- ・国産食品に対するイメージについて、価格が「高い」の割合(56.5%、前回比▲4.4ポイント)は低下、「安全である」の割合(65.2%、前回比+4.2ポイント)は上昇した。
- ・輸入食品に対するイメージについて、価格が「安い」の割合(45.1%、前回比▲1.6ポイント)は前回調査に引き続き5割を下回った。一方、「高い」の割合(5.3%、前回比+1.8ポイント)が上昇した。

〈価格面〉

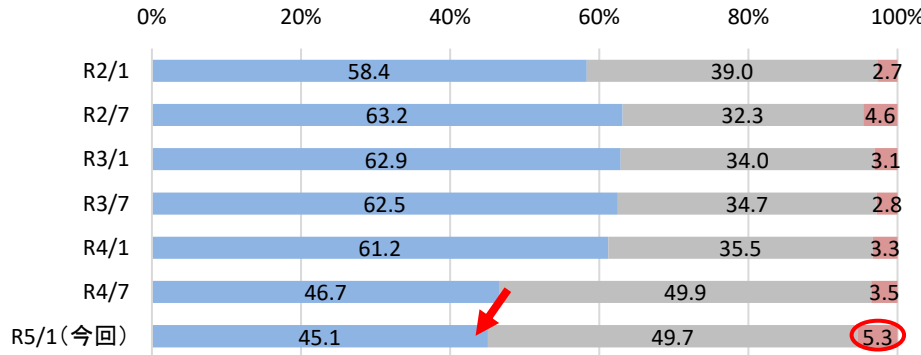
(国産食品)

■ 安い ■ どちらともいえない ■ 高い



(輸入食品)

■ 安い ■ どちらともいえない ■ 高い

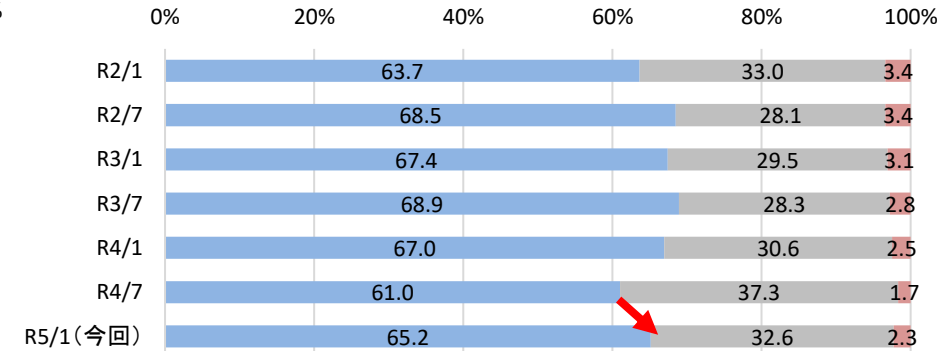


〈安全面〉

(各項目単一回答)

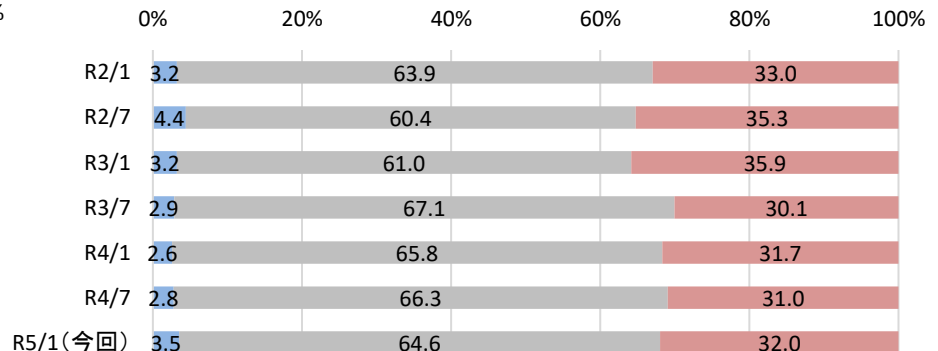
(国産食品)

■ 安全である ■ どちらともいえない ■ 安全面に問題がある



(輸入食品)

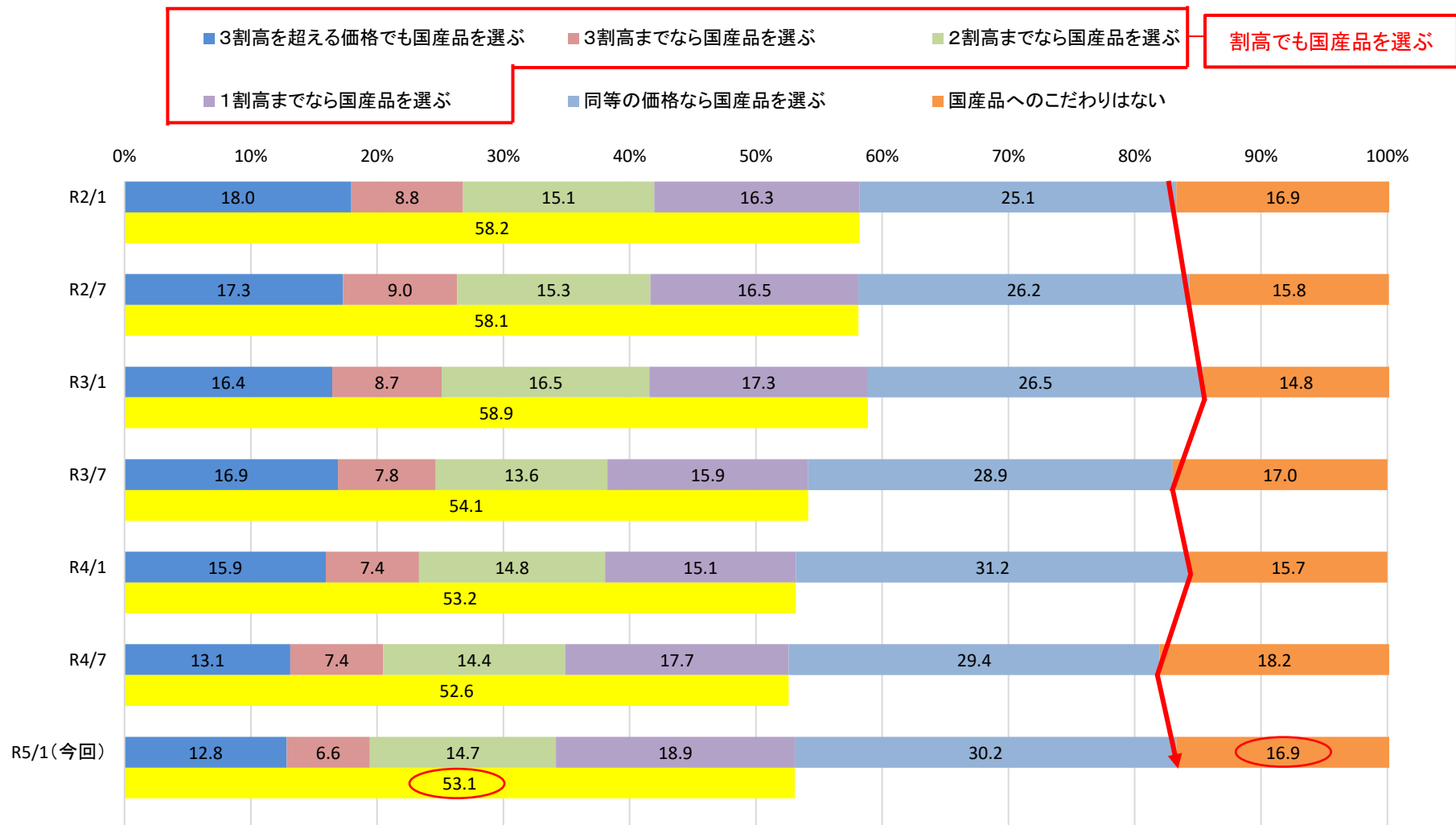
■ 安全である ■ どちらともいえない ■ 安全面に問題がある



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(53.1%、前回比+0.5ポイント)は横ばいに推移した。
- ・「国産品へのこだわりはない」(16.9%、前回比▲1.3ポイント)は低下した。

(単一回答)

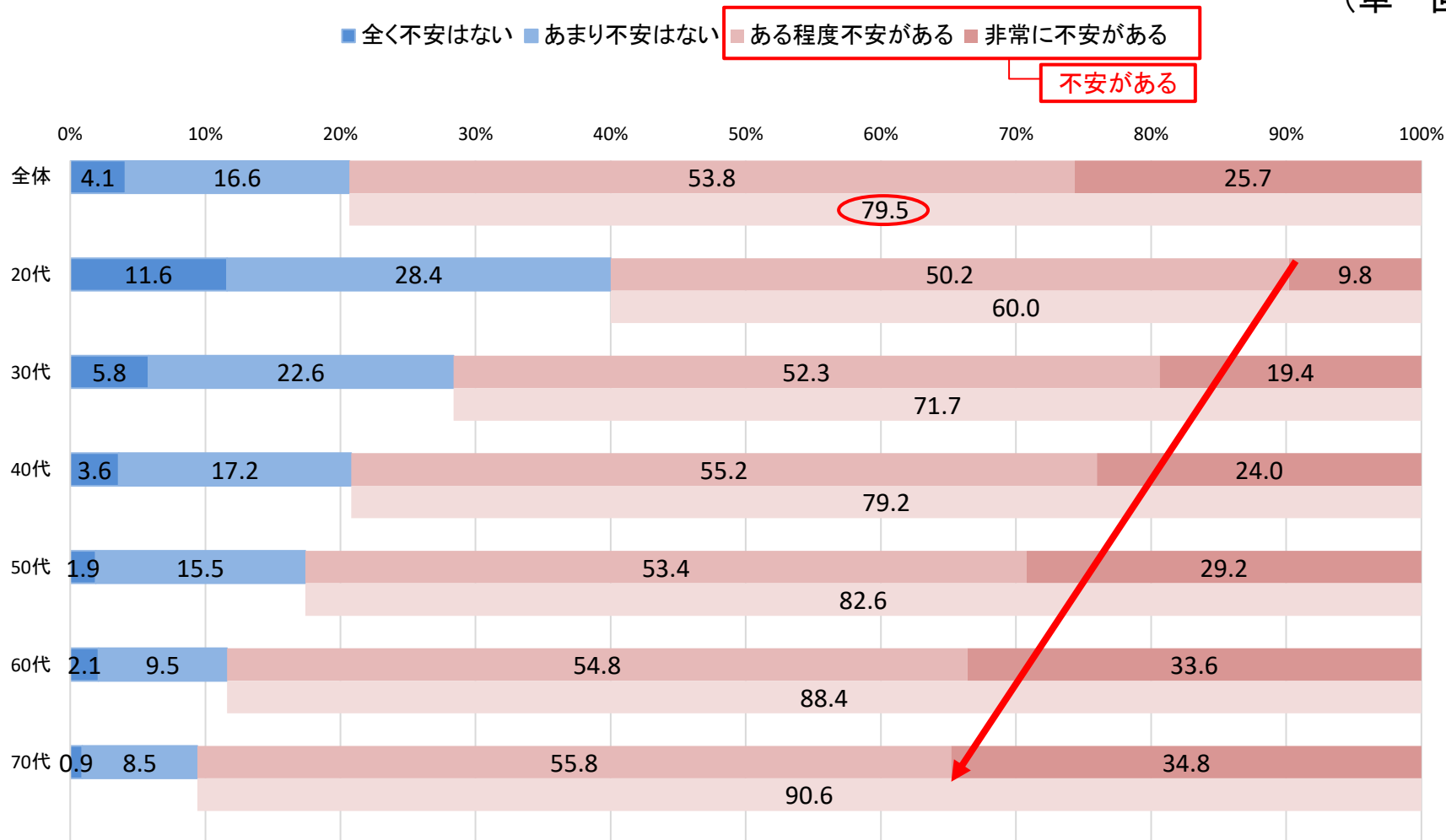


IV. 日本の将来の食料輸入についての考え

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」(53.8%)、「非常に不安がある」(25.7%)を合わせた“不安がある”とする回答は79.5%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。

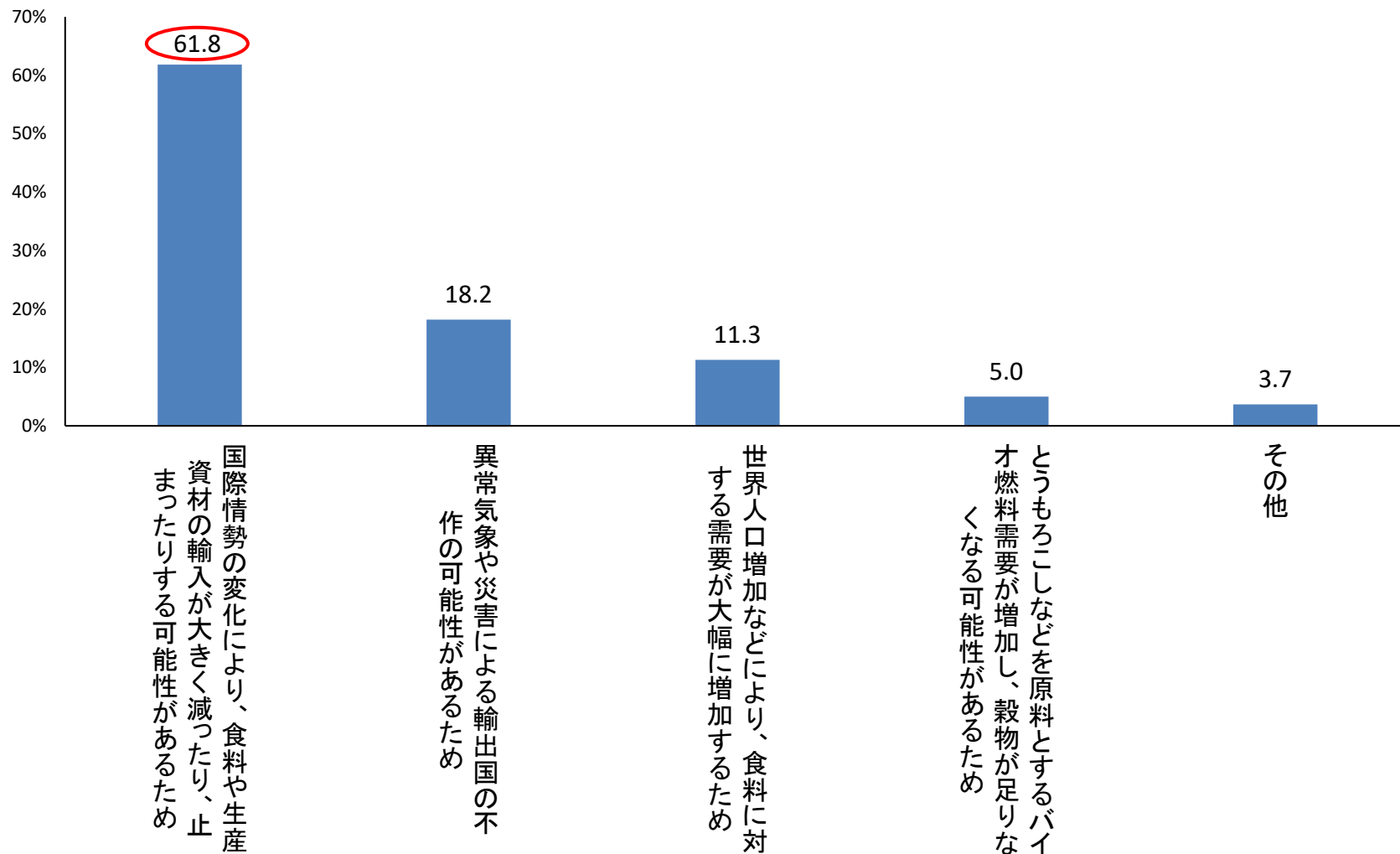
(単一回答)



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」(61.8%)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)

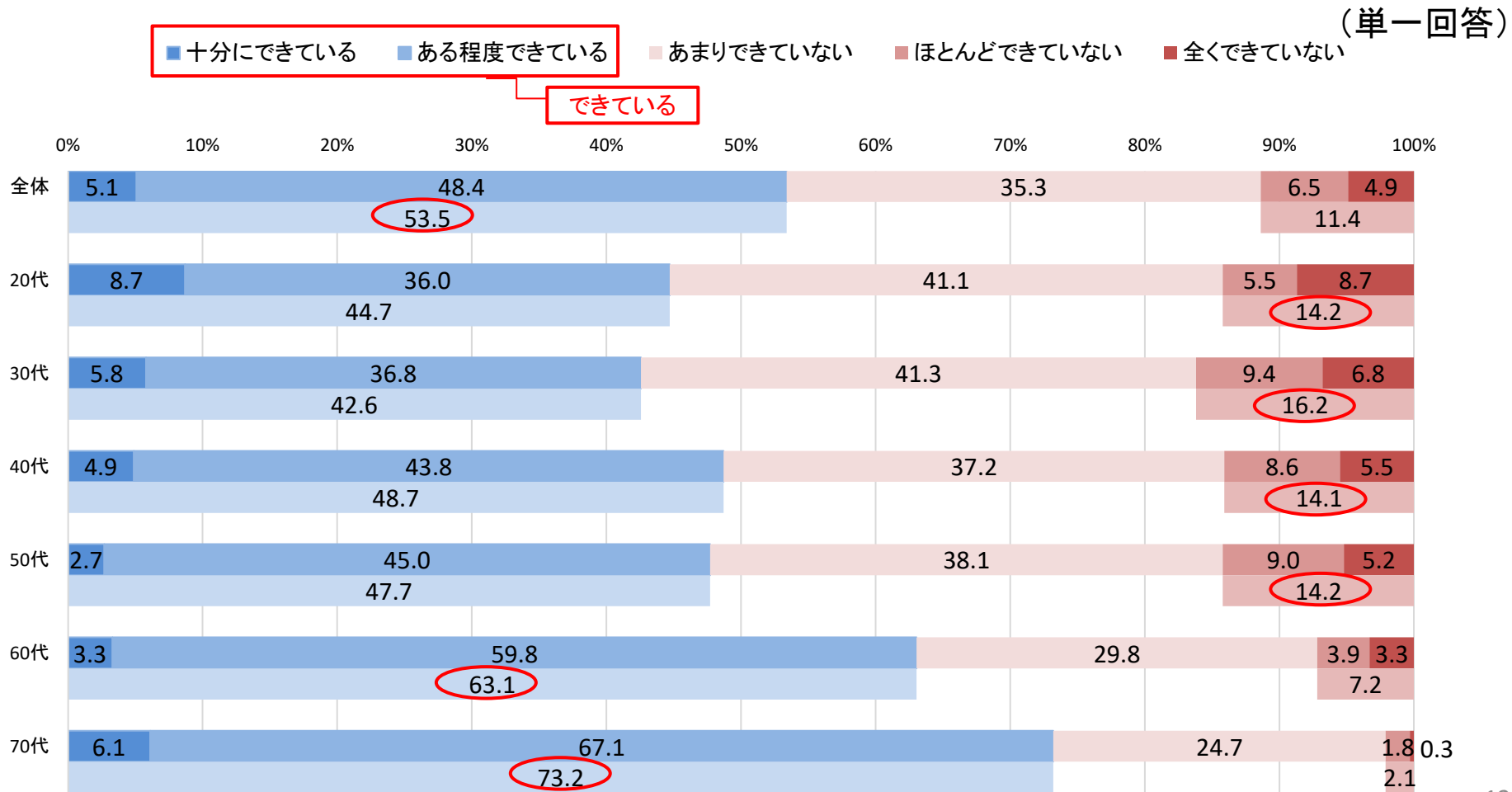


V. 健康的な食事のための食料品の購入と食料品店舗へのアクセス状況

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。

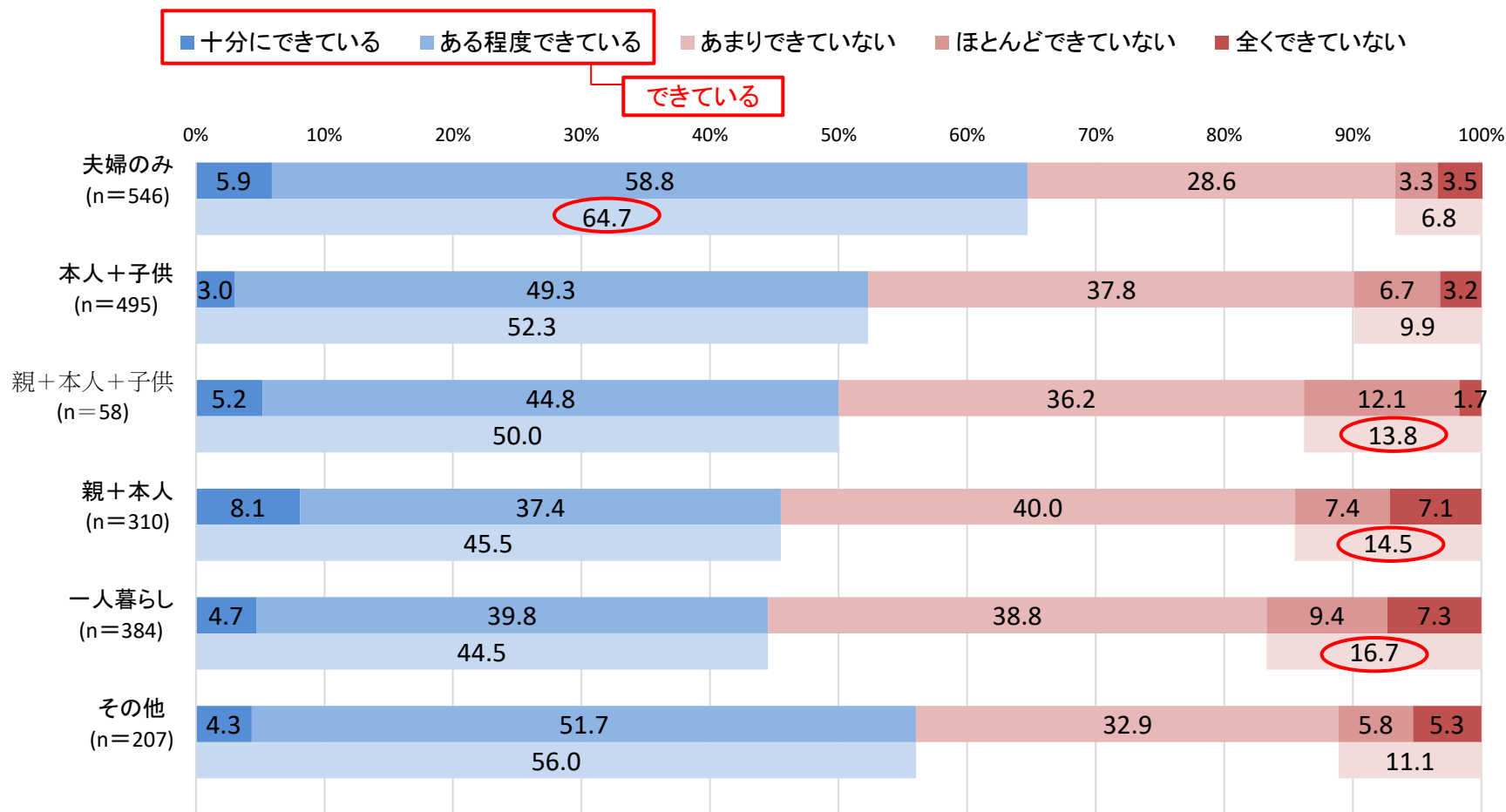
- ・健康的な食事のための食料品の購入が手頃な価格で「十分にできている」(5.1%)、「ある程度できている」(48.4%)を合わせた”できている”とする回答は53.5%となった。
- ・年代別では、“できている”とする回答が60代で6割、70代で7割を上回った。一方で、「ほとんどできていない」、「全くできていない」を合わせた回答は、20～50代で1割を上回った。



V-1.健康的な食事のための食料品の購入(世帯別)

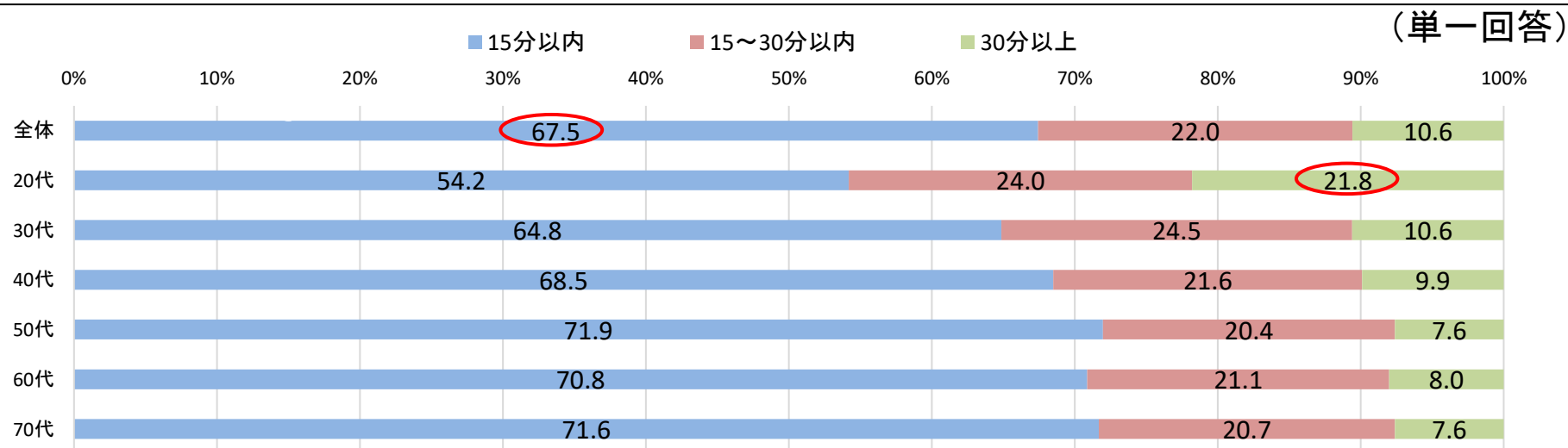
- ・世帯別では、“できている”とする回答が「夫婦のみ」の世帯で6割を上回り、他の世帯と比べて高い割合となった。
- ・「ほとんどできていない」、「全くできていない」を合わせた回答は、「一人暮らし」(16.7%)、「親+本人」(14.5%)、「親+本人+子供」(13.8%)の世帯で1割を上回った。

(単一回答)

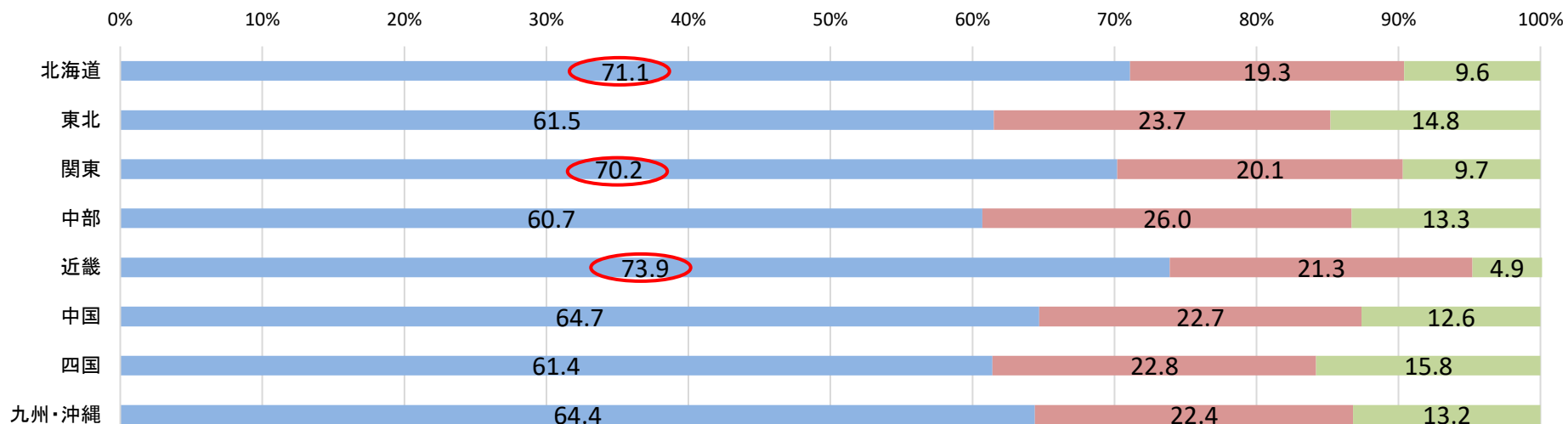


V-2. 食料品店舗へのアクセス状況

- ・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」(67.5%)は約7割となった。
- ・年代別では、20代で「30分以上」が2割を上回り、他の年代と比べて高い割合となった。
- ・地域別では、北海道、関東、近畿で「15分以内」が7割を上回った。



【地域別】

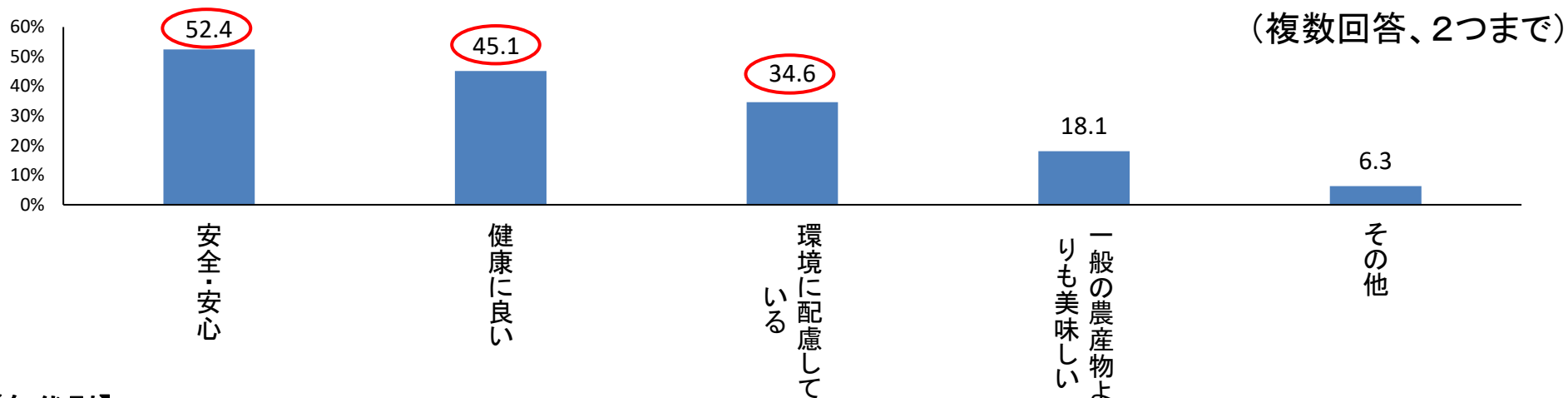


VI. 有機農産物の購入に関する意識

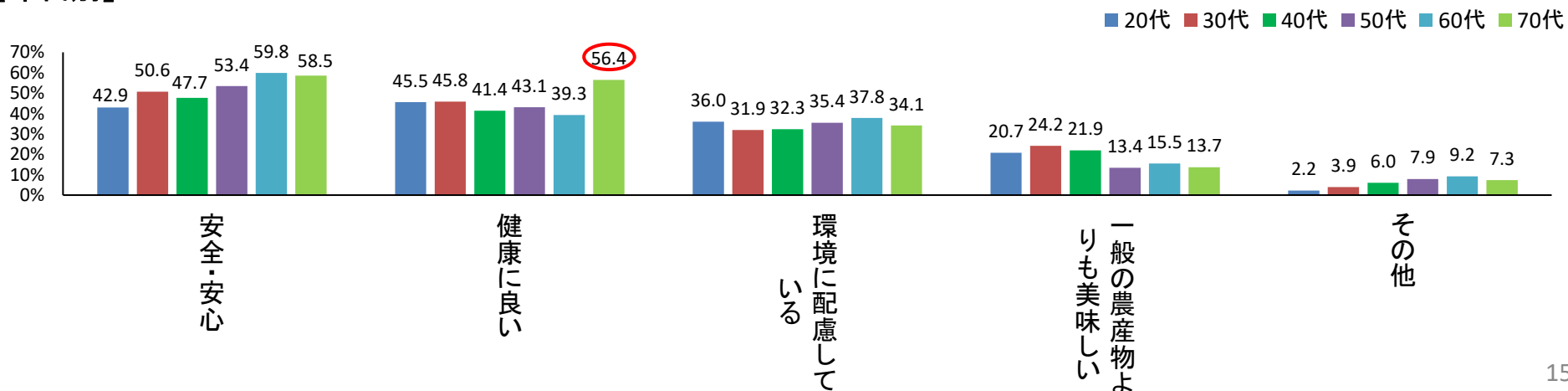
VI-1. 有機農産物に対するイメージ

※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、「安全・安心」(52.4%)が最も高く、次いで「健康に良い」(45.1%)、「環境に配慮している」(34.6%)の順となった。
- ・年代別では、70代は「健康に良い」(56.4%)が他の年代と比べて高い割合となった。



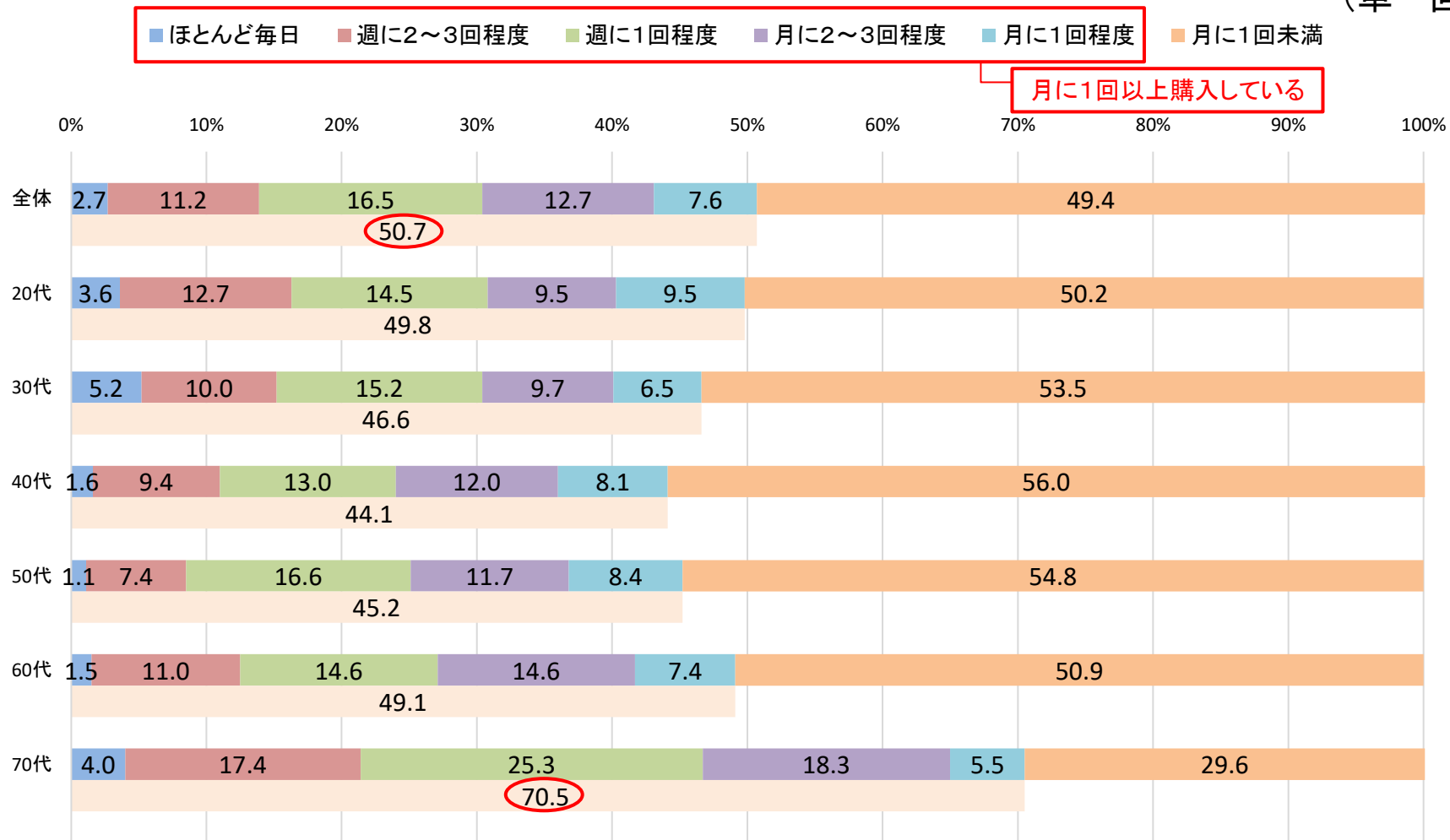
【年代別】



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50.7%となった。
- ・年代別では、“月に1回以上購入している”とする回答が70代で7割を上回り、他の年代と比べて高い割合となった。

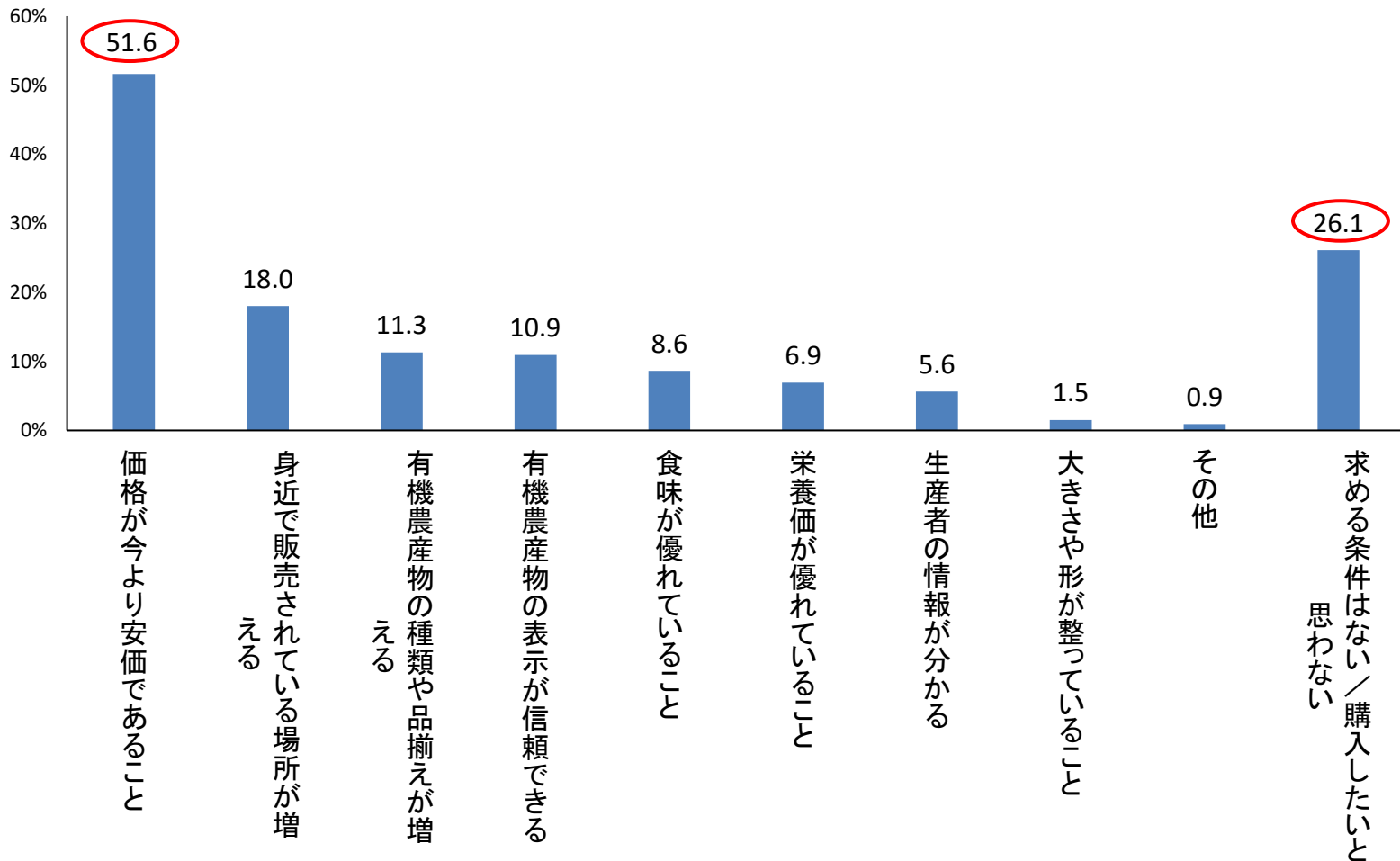
(単一回答)



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」(51.6%)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26.1%となった。

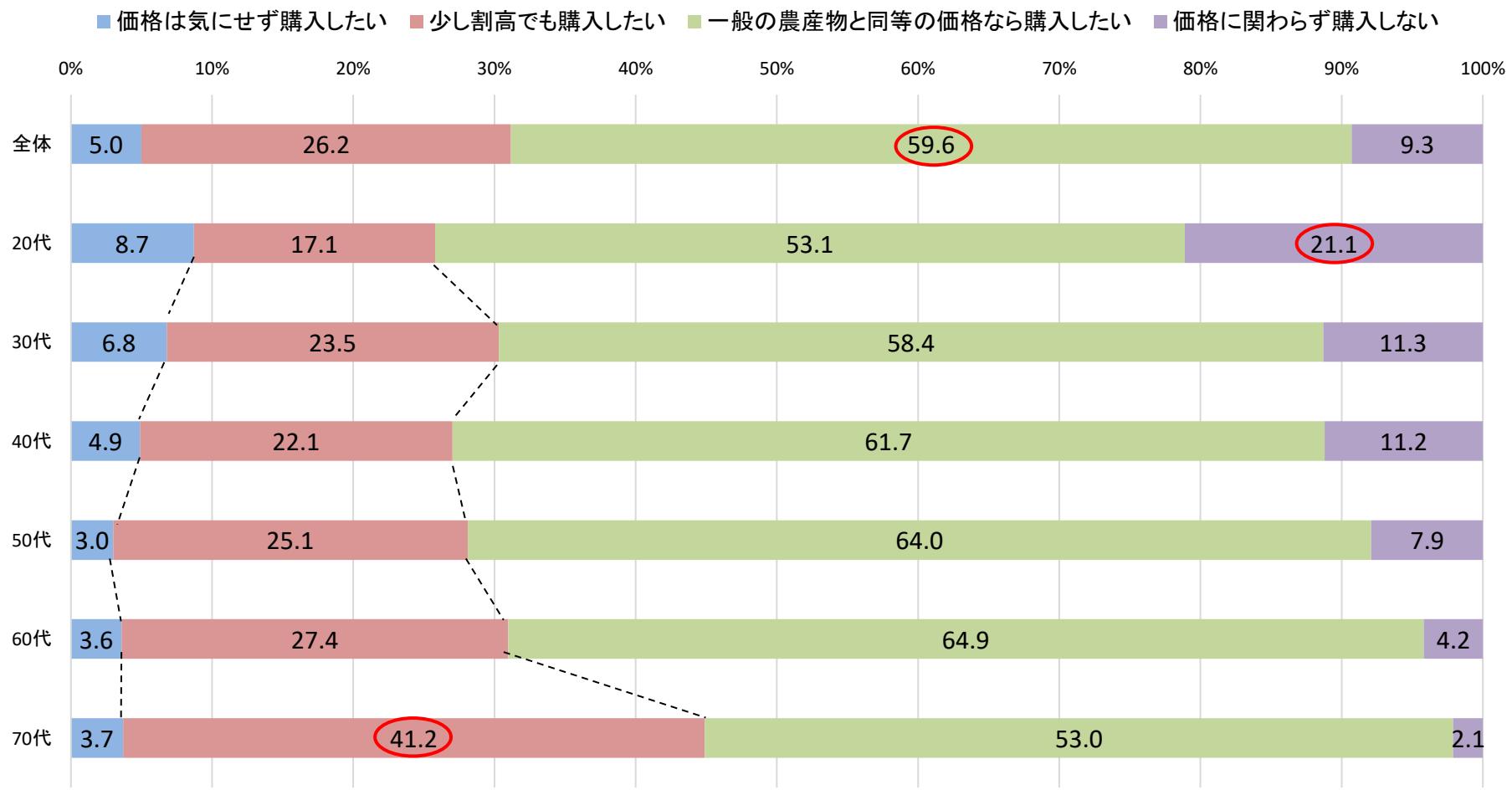
(複数回答、2つまで/購入頻度が「月に1回未満」と回答した方)



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」(59.6%)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4割を上回り、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」(21.1%)が他の年代と比べて高い割合となった。

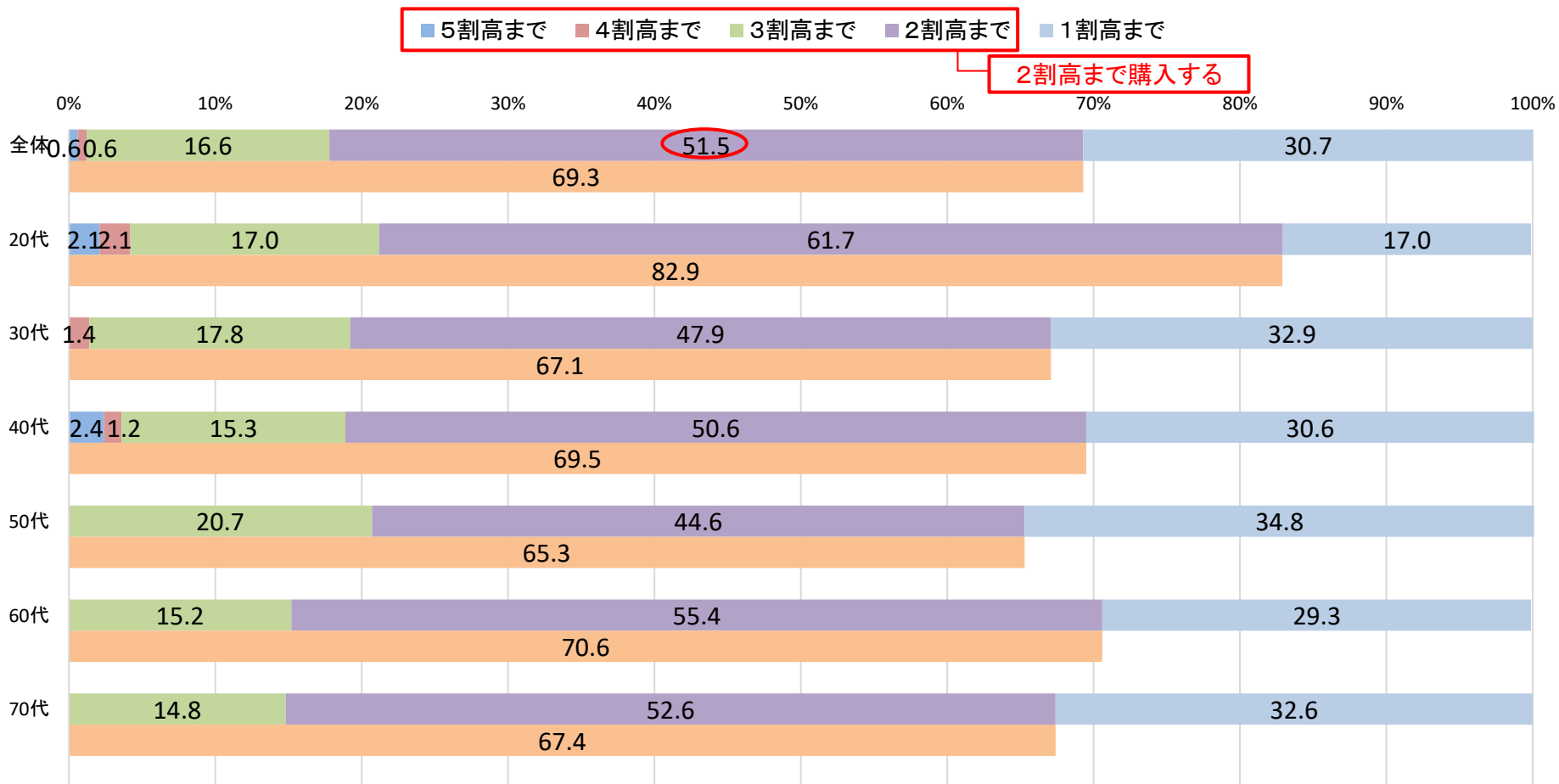
(単一回答)



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」(51.5%)が最も高くなった。
- ・年代別では、全ての年代で、“2割高まで購入する”とする回答が6割を上回った。

(単一回答/「少し割高でも購入したい」と回答した方)



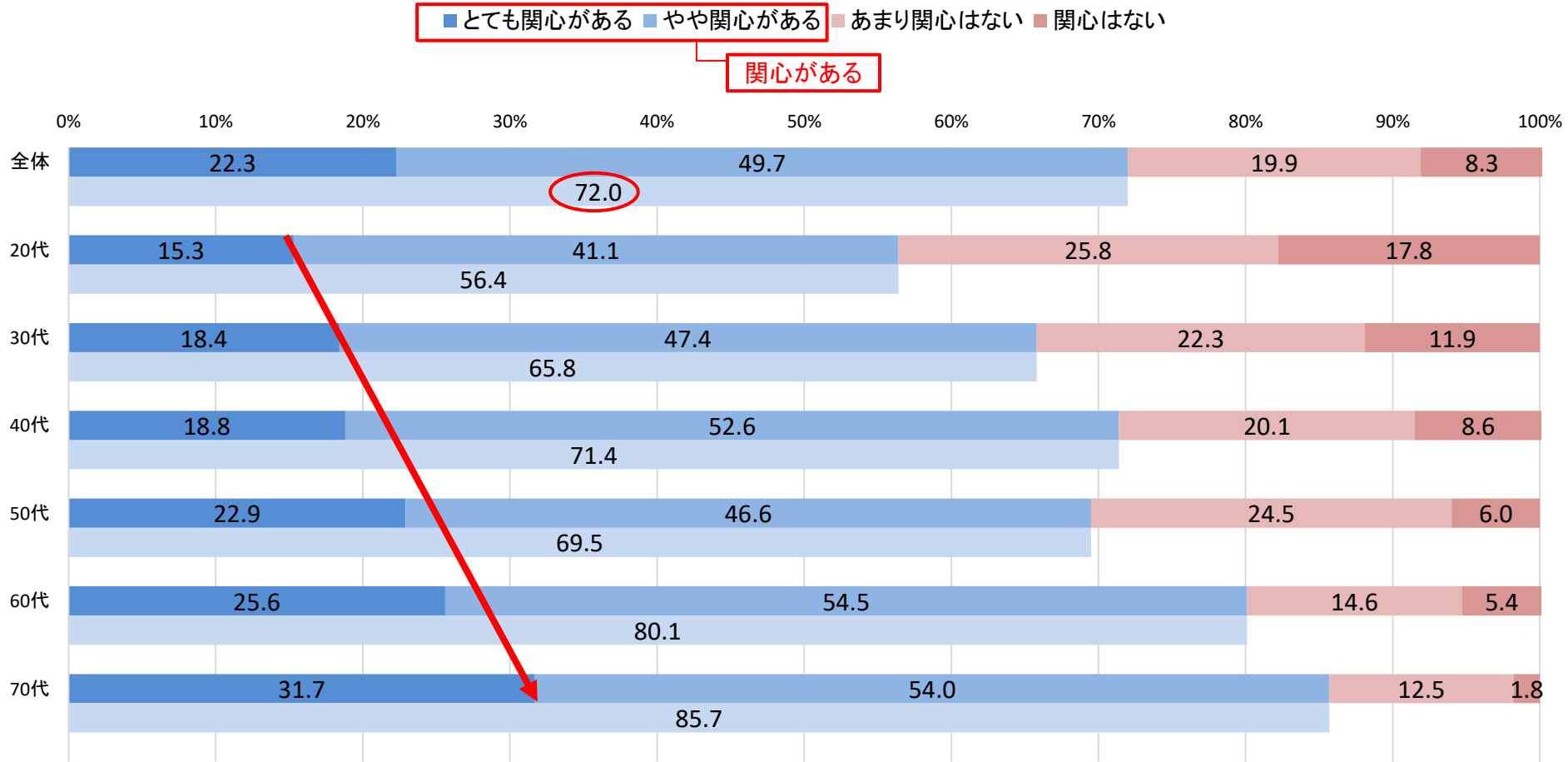
VII. 農村や農業生産者との関わり

VII-1. 普段食べている農産物の産地・生産者への関心(産地)

・普段食べている農産物の産地に「とても関心がある」(22.3%)、「やや関心がある」(49.7%)を合わせた“関心がある”とする回答は72.0%となった。

・年代別では、「とても関心がある」は、年代が高くなるほど割合が高い傾向となった。

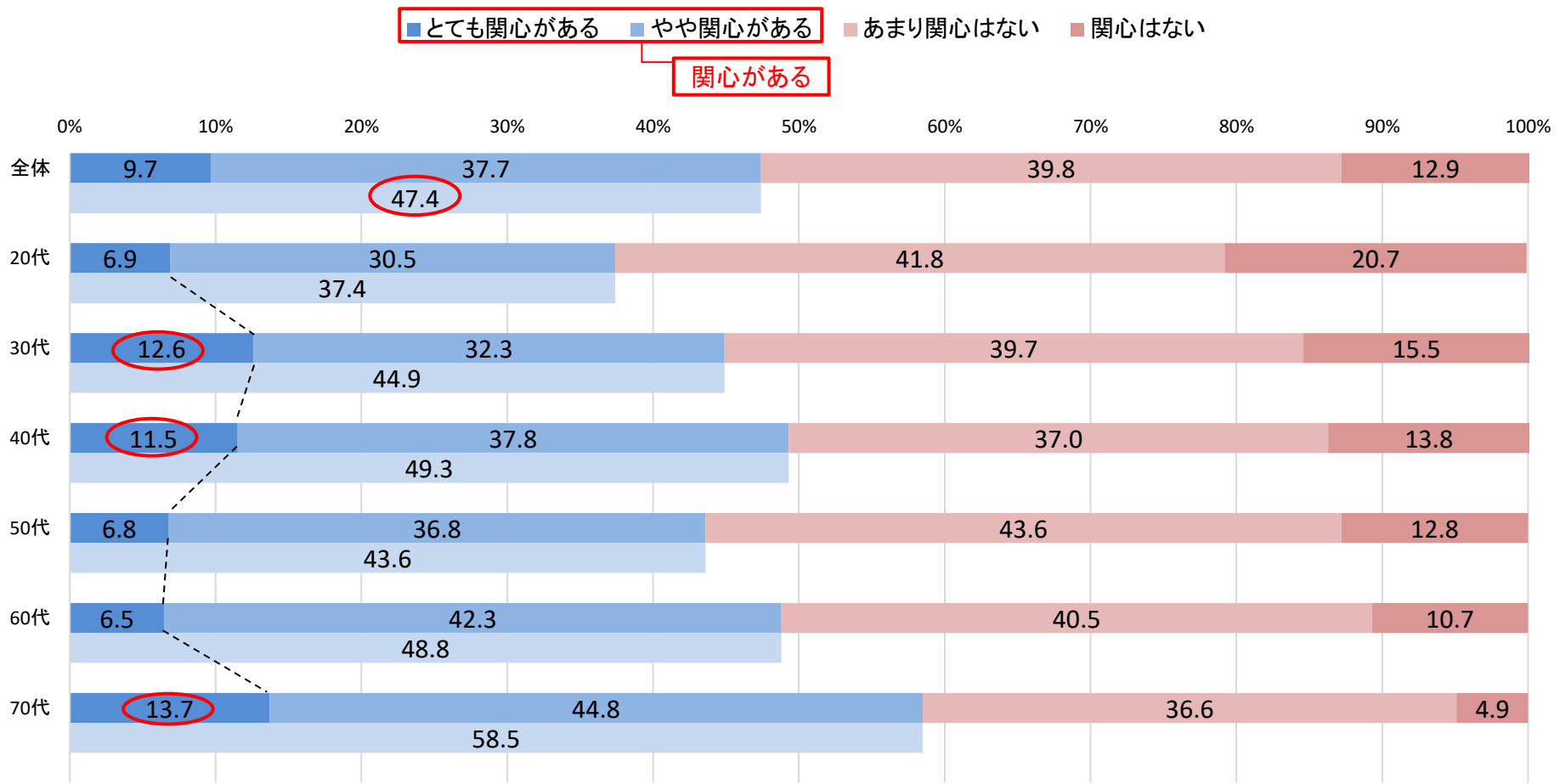
(単一回答)



VII-2. 普段食べている農産物の産地・生産者への関心(生産者)

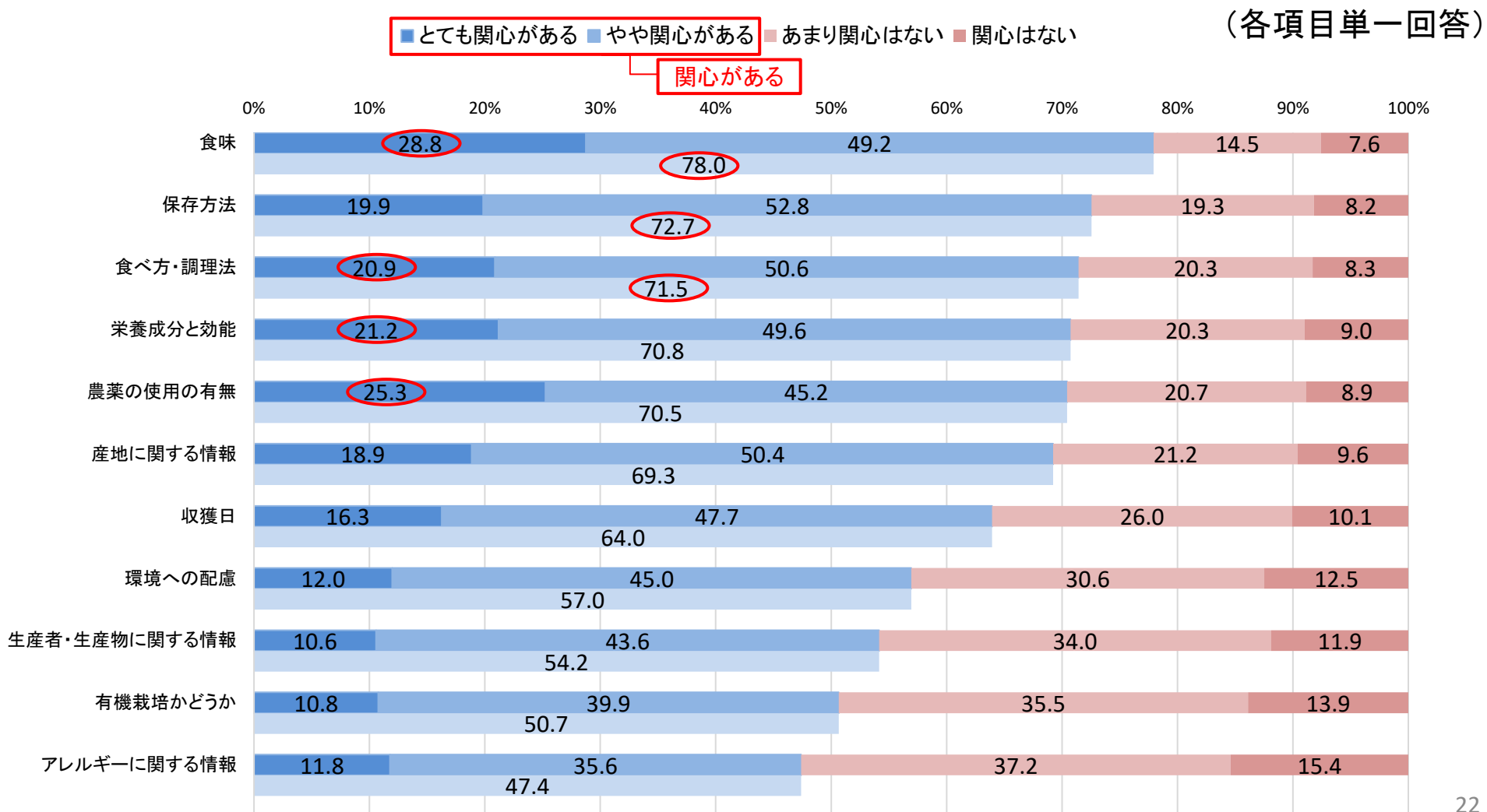
・生産者に“関心がある”とする回答は47.4%となった。
 ・年代別では、「とても関心がある」は、30～40代、70代で1割を上回り、他の年代と比べて高い割合となった。

(単一回答)



VII-3. 農産物について関心のある情報

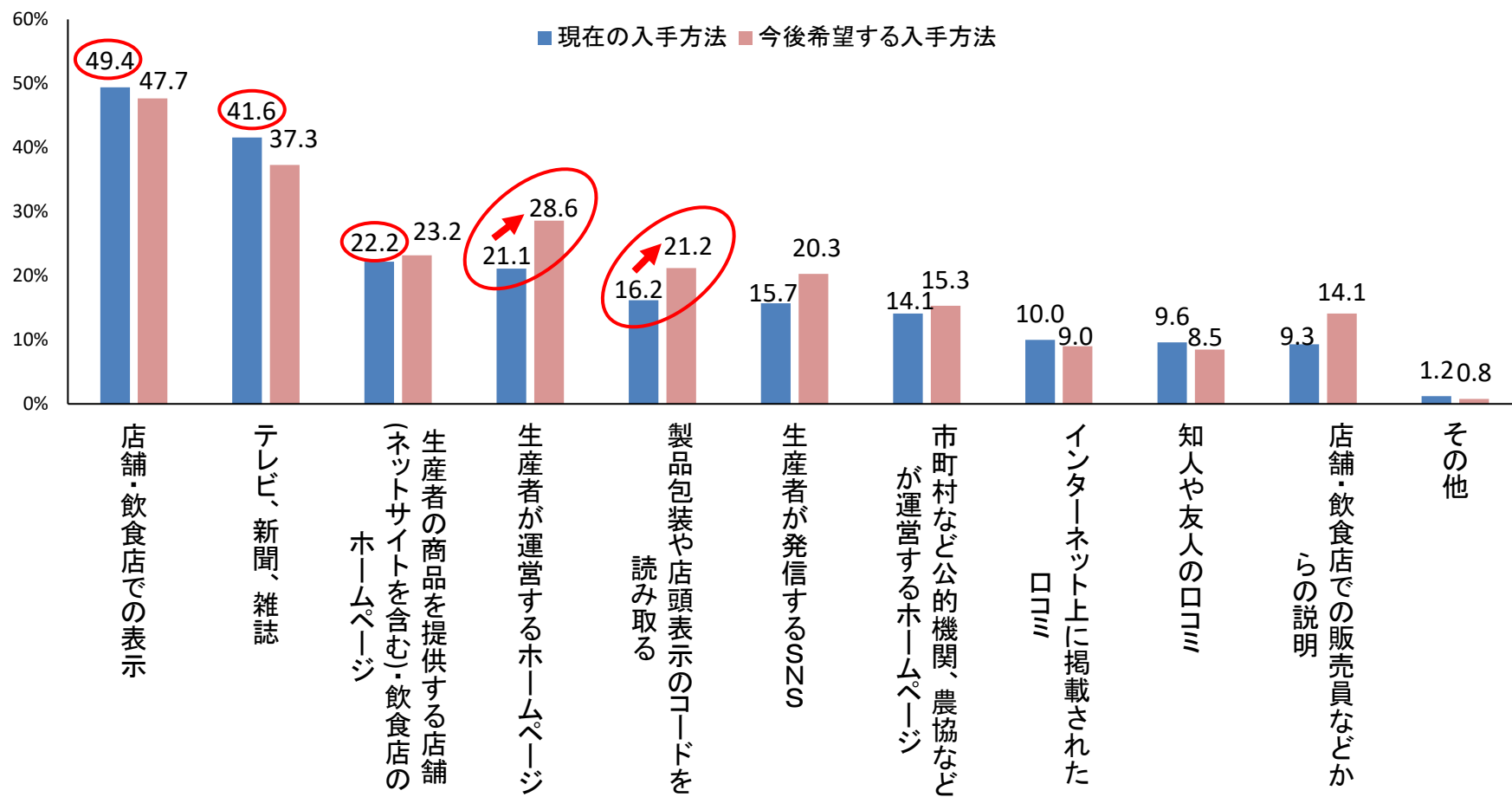
- ・農産物に関する情報のうち、「とても関心がある」、「やや関心がある」を合わせた“関心がある”とする回答は、「食味」(78.0%)が最も高く、次いで「保存方法」(72.7%)、「食べ方・調理法」(71.5%)の順となった。
- ・「とても関心がある」割合は、「食味」(28.8%)、「農薬の使用の有無」(25.3%)、「栄養成分と効能」(21.2%)、「食べ方・調理法」(20.9%)で2割を上回った。



VII-4. 生産者・生産物に関する情報の入手方法（現在の入手方法/今後希望する入手方法）

- ・生産者・生産物に関する情報の現在の入手方法は、「店舗・飲食店での表示」(49.4%)が最も高く、次いで「テレビ、新聞、雑誌」(41.6%)、「生産者の商品を提供する店舗(ネットサイトを含む)・飲食店のホームページ」(22.2%)の順となった。
- ・今後希望する入手方法は、「生産者が運営するホームページ」(28.6%)、「製品包装や店頭表示のコードを読み取る」(21.2%)が、現在の入手方法と比較してそれぞれ5ポイント以上高くなった。

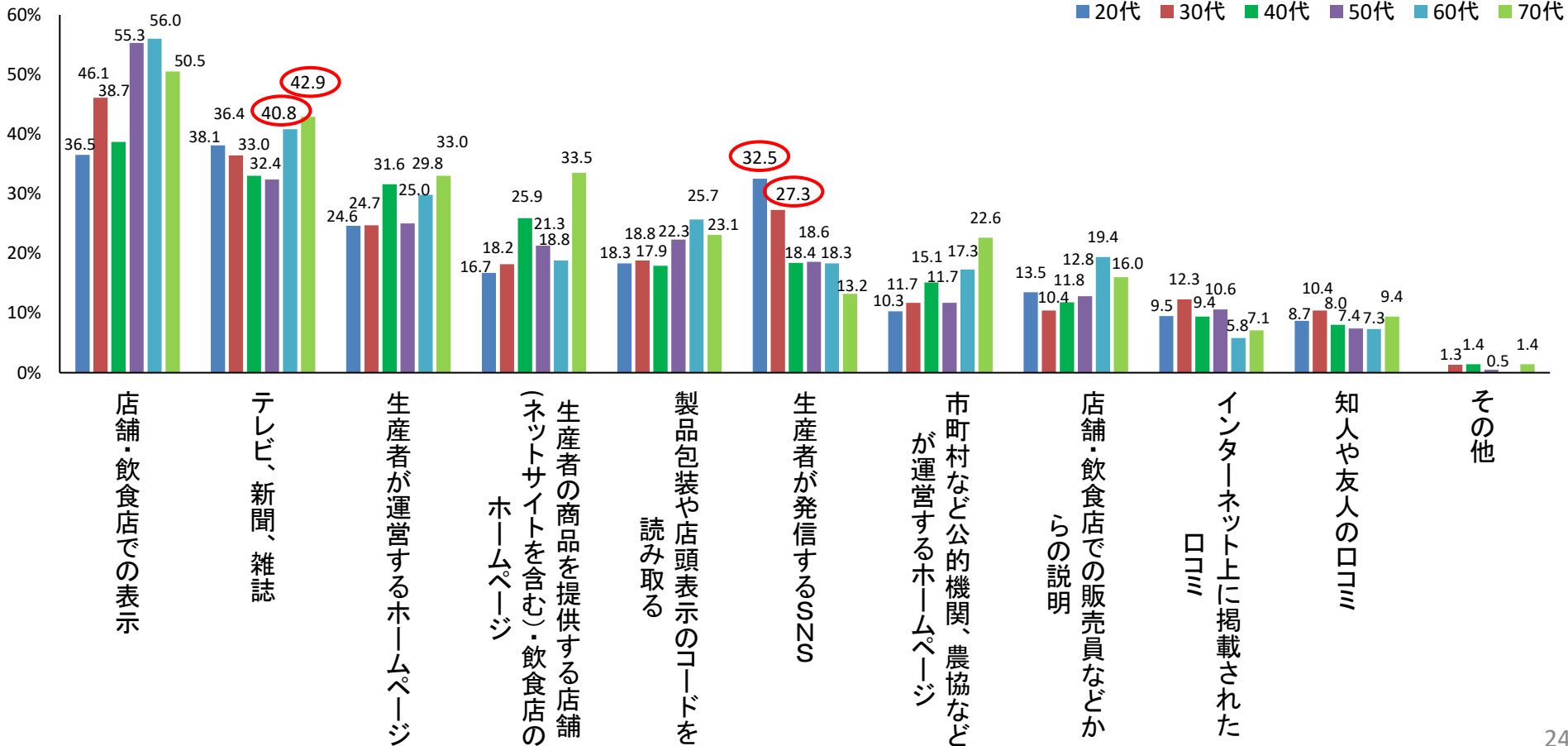
(複数回答、3つまで/生産者・生産物に関する情報に「とても関心がある」「やや関心がある」と回答した方)



VII-5. 生産者・生産物に関する情報の入手方法(今後希望する入手方法/年代別)

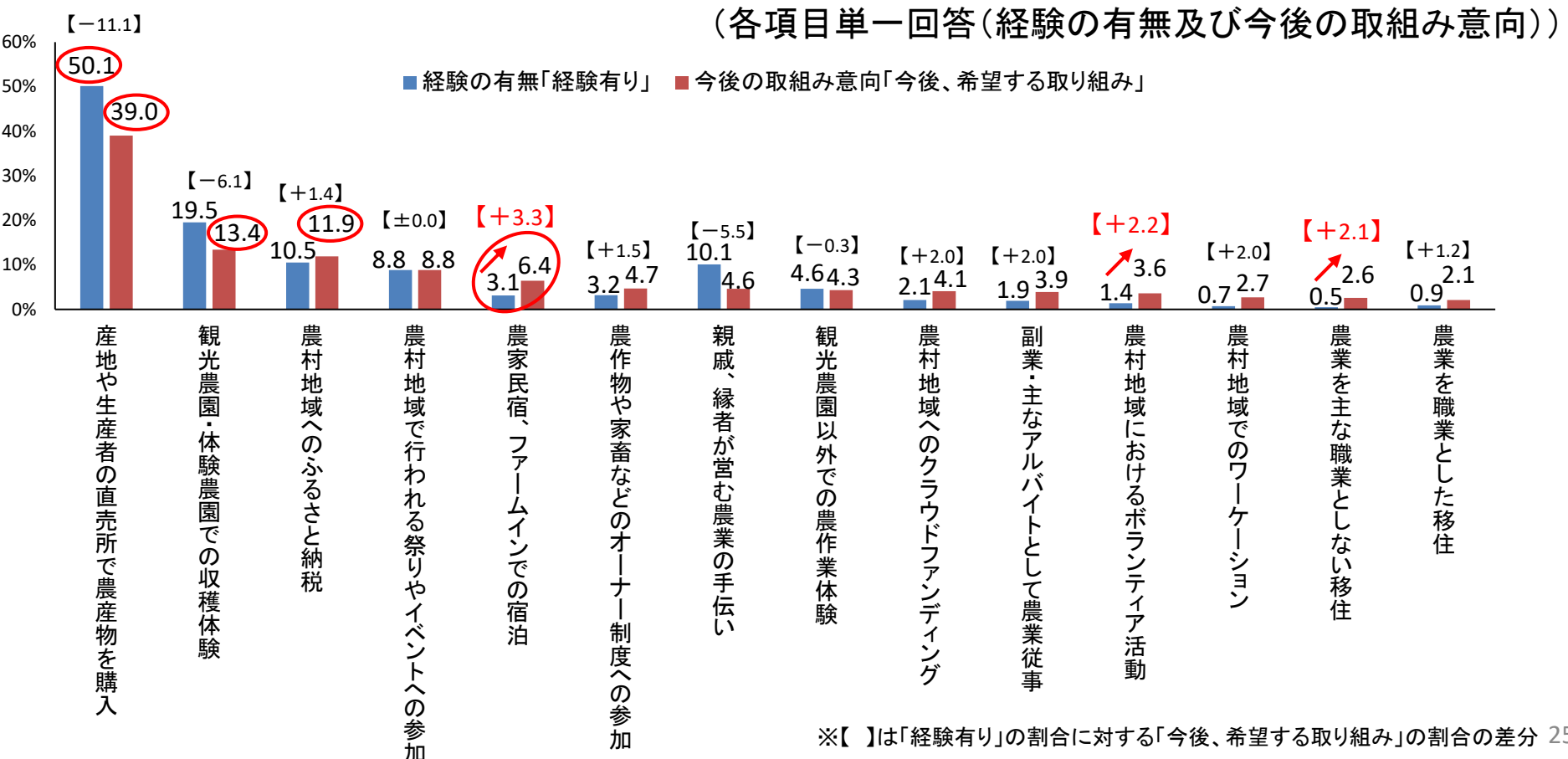
- ・今後希望する情報の入手方法について、年代別では、「生産者が発信するSNS」は、20代で3割、30代で2割を上回り、他の年代と比べて高い割合となった。
- ・「テレビ、新聞、雑誌」は、60～70代で4割を上回った。

(複数回答、3つまで/生産者・生産物に関する情報に「とても関心がある」「やや関心がある」と回答した方)



VII-6. 農村や農業生産者との関わりがある行動・取組みの経験、今後の取組み意向

- ・農村や農業生産者との関わりがある行動・取組みの経験について、「経験有り」の割合は「産地や生産者の直売所で農産物を購入」(50.1%)が最も高くなった。
- ・今後の取組み意向について、「今後、希望する取組み」の割合は「産地や生産者の直売所で農産物を購入」(39.0%)が最も高く、次いで「観光農園・体験農園での収穫体験」(13.4%)、「農村地域へのふるさと納税」(11.9%)の順となった。
- ・「今後、希望する取組み」割合について、「農家民宿、ファームインでの宿泊」(6.4%、「経験有り」比+3.3ポイント)、「農村地域におけるボランティア活動」(3.6%、同比+2.2ポイント)、「農業を主な職業としない移住」(2.6%、同比+2.1ポイント)は、「経験有り」の割合を上回った上位3つとなった。



VII-7. 農村や農業生産者との関わりがある行動・取組みの経験、今後の取組み意向(年代別)

・今後の取組み意向について、年代別では、全ての年代で「産地や生産者の直売所で農産物を購入」が最も高く、特に60～70代は、回答割合が約5割となり、他の年代と比べて高い割合となった。

(各項目単一回答(今後の取組み意向「今後、希望する取り組み」))

