

健康志向が調査開始以来最高、特に70歳代の上昇顕著 国産「安全」イメージは原発事故前水準まで回復

－ 日本公庫・平成24年度下半期消費者動向調査結果 －

日本政策金融公庫（日本公庫）農林水産事業が1月に実施した平成24年度下半期消費者動向調査で消費者の食の志向や国産品に対する意識について調査したところ、健康志向が調査開始以来最高を更新し、特に70歳代において高い志向となっていることが分かりました。詳細は以下のとおりです。

<調査結果のポイント>

○ 健康志向の最高更新は特定保健用食品ブームなども背景(図1・2)

消費者の「健康志向」は46.3%と最も高い回答割合となり、平成20年1月の調査開始以来最高の回答割合となった。特定保健用食品のブームなどからもうかがえるように、消費者の食に対する健康意識の高まりを示す結果となった。

また、前回(24年7月)調査で反転上昇した食費を節約する「経済性志向」は、依然厳しい所得環境などを背景に、今回調査でも39.3%と前回調査(39.7%)並みの高い水準となっている。

一方で、「安全志向」は東日本大震災直後に急上昇した23年7月調査(28.5%)から3半期連続で低下し今回17.1%となり、原発事故以前の22年12月調査(17.3%)の水準に戻った。

「簡便化志向」及び「手作り志向」は24年1月調査から上昇傾向にあるほか、「国産志向」は前回調査から1.2ポイント上昇し13.6%となった。

○ シニア世代の簡便化志向は食品メーカーなどに高齢化対応のヒント(図3・4)

年代別にみると、「健康志向」では特に70歳代が前回調査に比べ6.8ポイント上昇の70.5%となり、70歳代を調査対象に加えた22年12月調査以降初めて7割を超えた。60歳代の59.4%と比べ11.1ポイント上回っており、70歳代での健康志向の高まりが顕著となった。

また、60歳代及び70歳代のシニア世代においては、引き続き「手作り志向」の回答割合が高い中で、簡単・手軽さを求める「簡便化志向」も徐々に高まっている。従来シニア世代は他の年代に比べ簡便化志向は低い傾向にあったが、食品製造や小売段階における高齢化対応においても、注目すべき動向といえる。

一方で、30歳代から50歳代においては、「手作り志向」が上昇傾向にあることが

分かった。これらの世代の多くは教育費など出費が嵩む時期でもあり、手作り志向を選択した回答者からは「食材を必要なだけ購入し節約につなげている」などといった回答が寄せられた。

前回調査で若年層を中心に大幅な上昇となった「経済性志向」は、全年代で概ね横ばいとなったが、40歳代、50歳代、70歳代では若干の上昇がみられた。

○ 国産志向上昇、「国産品＝安全」への信頼が2半期連続改善(図5・6)

食料品を購入するときや外食するとき国産品かどうか「気にかける」割合は、調査開始以来最低となった前回調査(73.2%、27.1%)から上昇した。

国産食品に対するイメージについては、「安全である」と回答した割合が68.3%と前回調査に比べ6.4ポイント上昇し、「国産＝安全」への信頼が2半期連続で改善し、原発事故前の22年12月調査(67.7%)の水準にまで回復した。

○ 3割超の高価格でも国産食品を選ぶ消費者増加(図7・8)

国産食品の輸入食品に対する価格許容度を聞いたところ、割高でも国産品を選ぶと回答した割合は54.4%と、調査開始以来最低となった前回調査から3.2ポイント上昇した。

また、品目別にみると、全ての品目において割高でも国産品を選ぶと回答した割合が増加しており、特に3割高を超える価格でも国産食品を選ぶとの回答の増加が目立つ。

○ 輸入食品への抵抗感増す、国産志向の裏返し(図9・10)

日頃の買い物で食品を購入するとき、輸入品を購入することに抵抗感はあるかどうか聞いたところ、「抵抗感がある」と回答した割合が12.3%と前回調査から2.1ポイント増加した。

また、普段抵抗なく買っている輸入食品について聞いたところ、特に乳製品などの加工食品についてはいずれの品目も前回調査から低下しており、消費者の国産志向が回復する中で輸入食品への抵抗感が増している結果となった。

調査時期	平成25年1月1日～1月11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/上位2つ回答

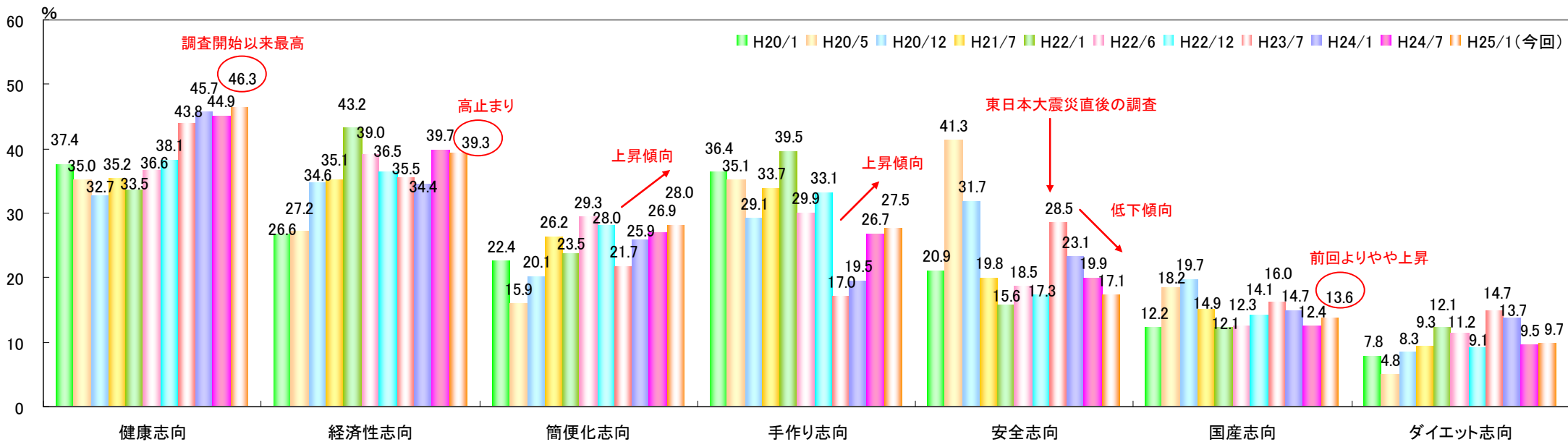


図2 今後の食の志向（上位）の推移/上位2つ回答

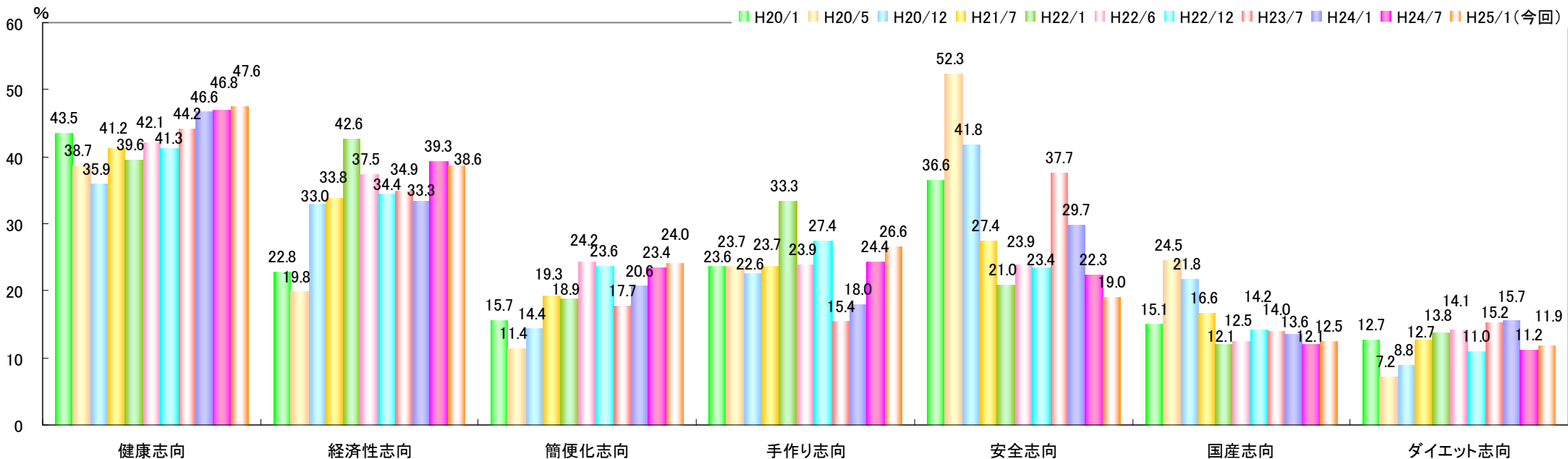


図3 年代別の現在の食の志向 (H25/1 調査)

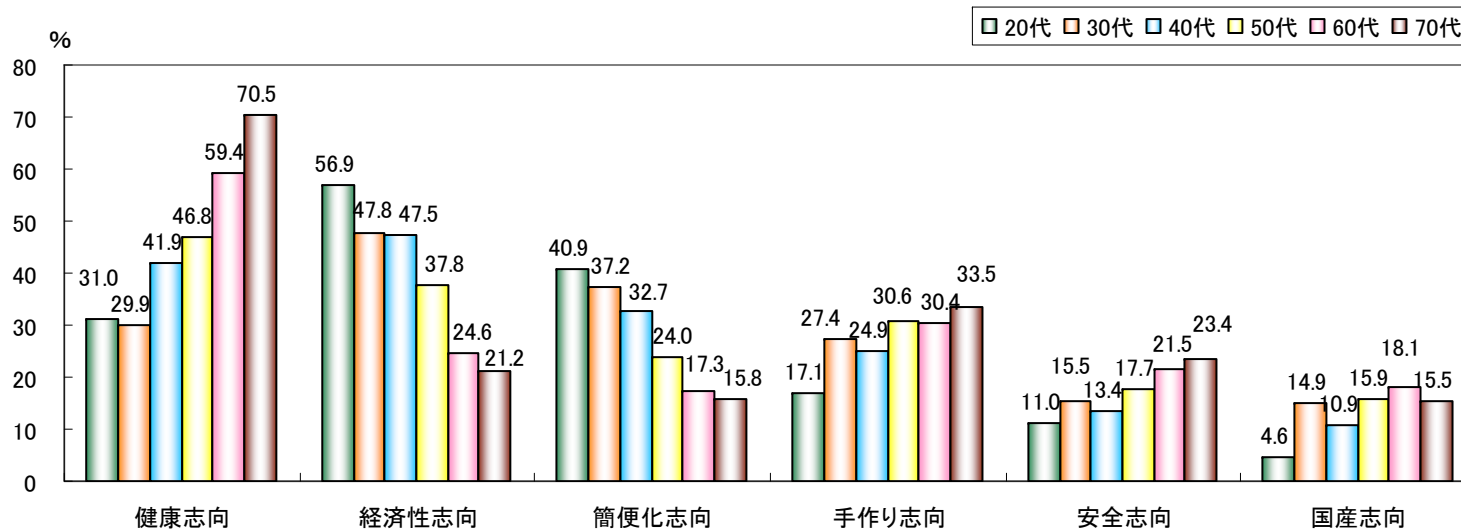
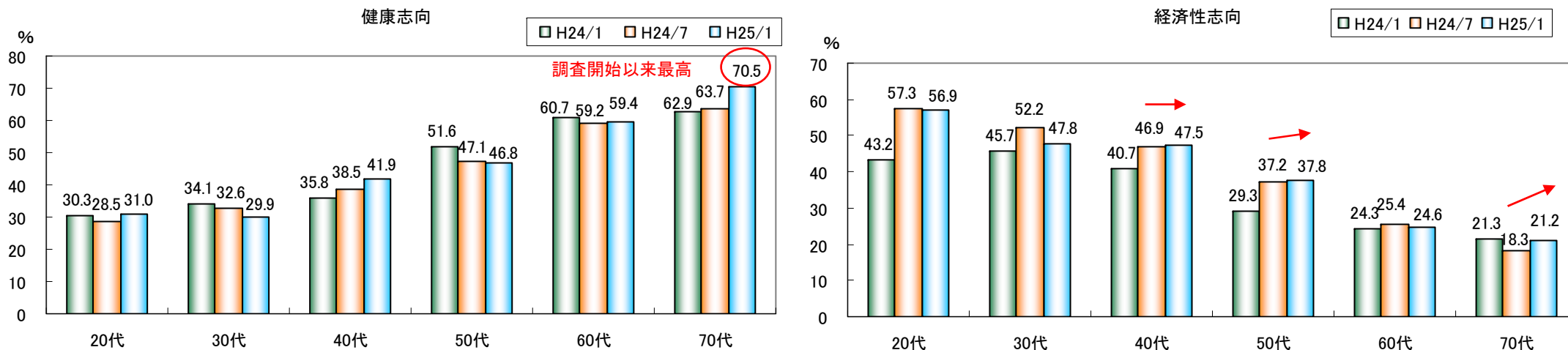


図4 年代別の現在の食の志向の推移



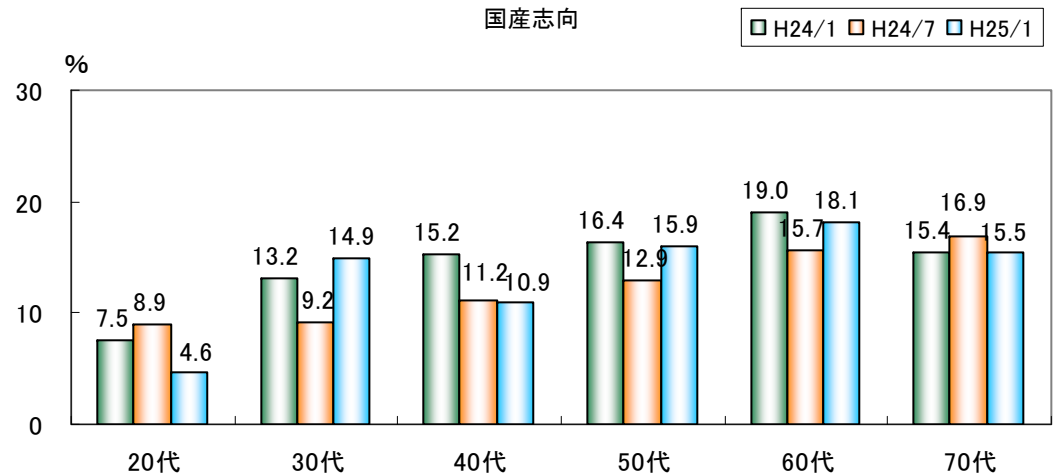
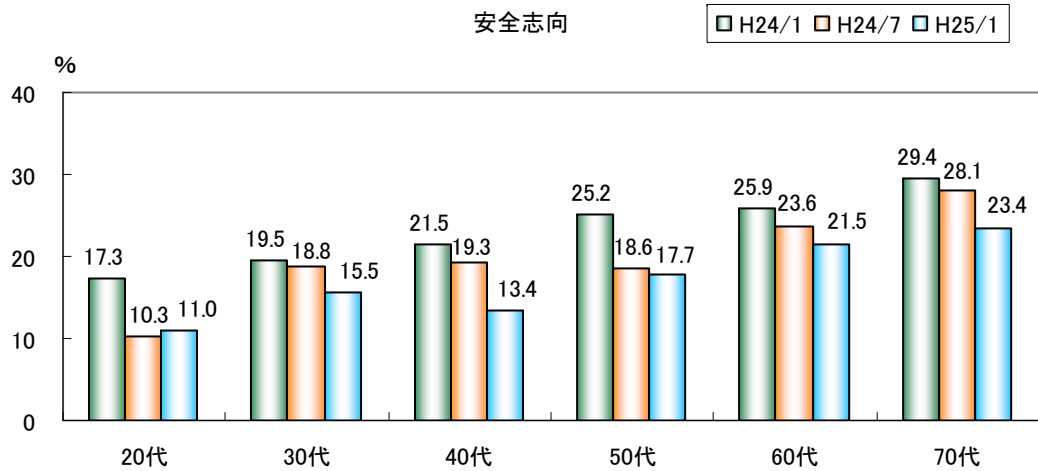
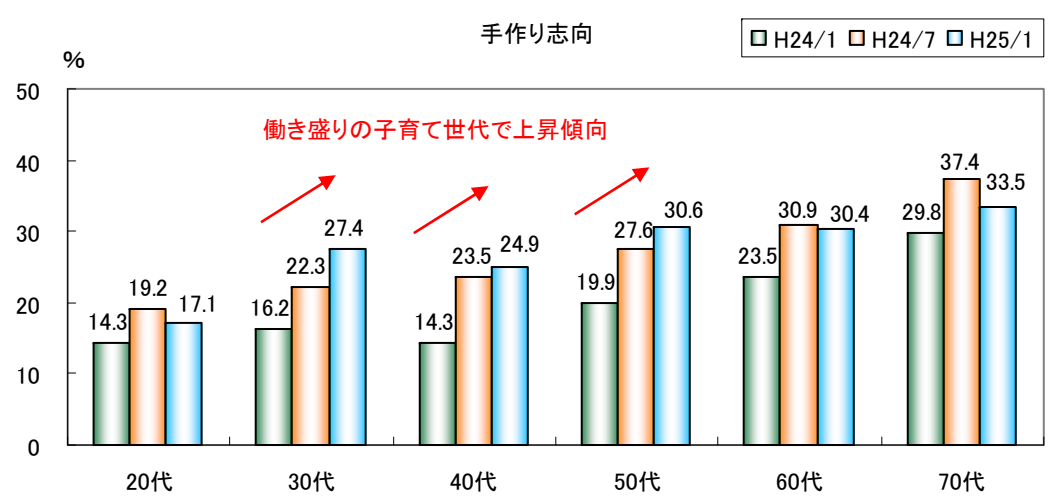
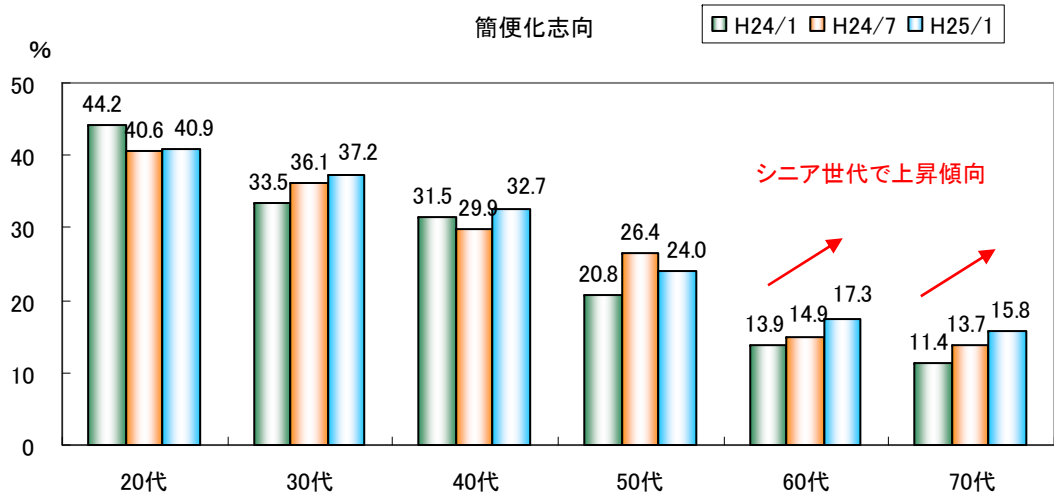
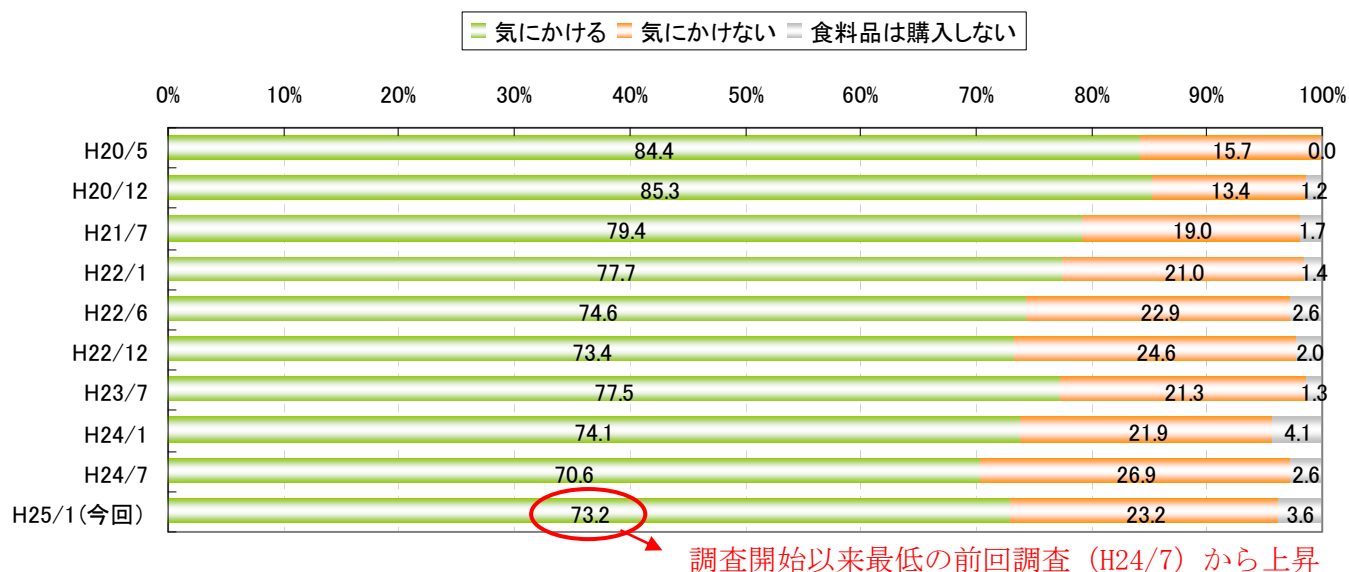


図5 食料品を購入するとき/外食するとき国産品かどうかを気にかけるか

(1) 食料品を購入するとき



(2) 外食するとき

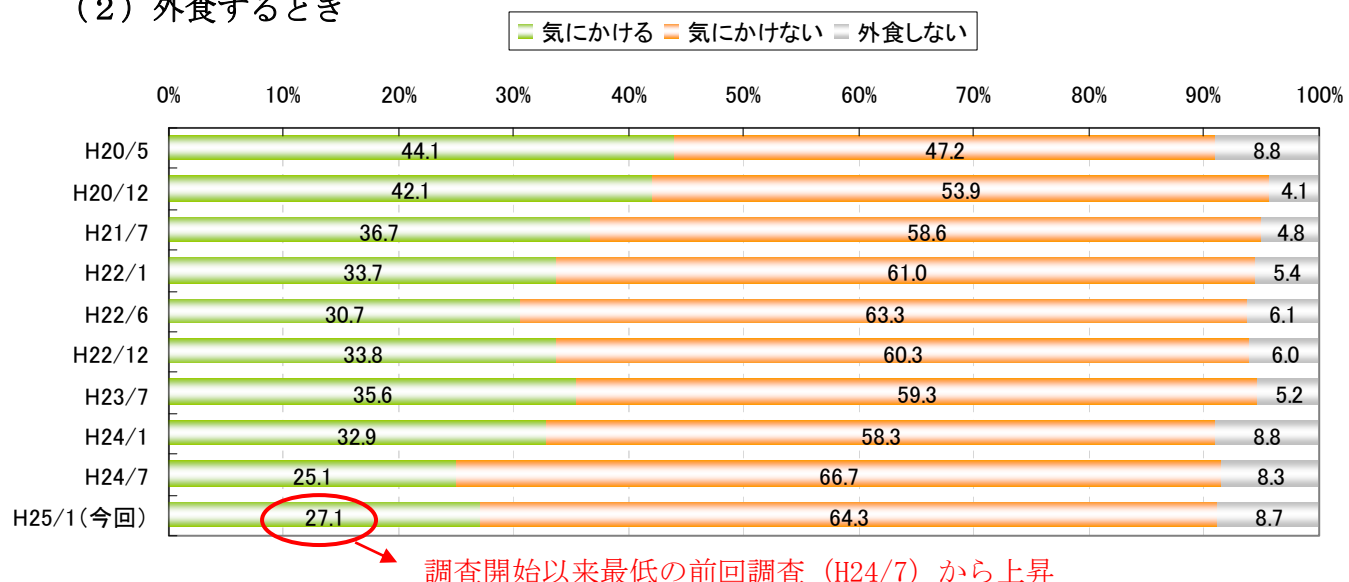
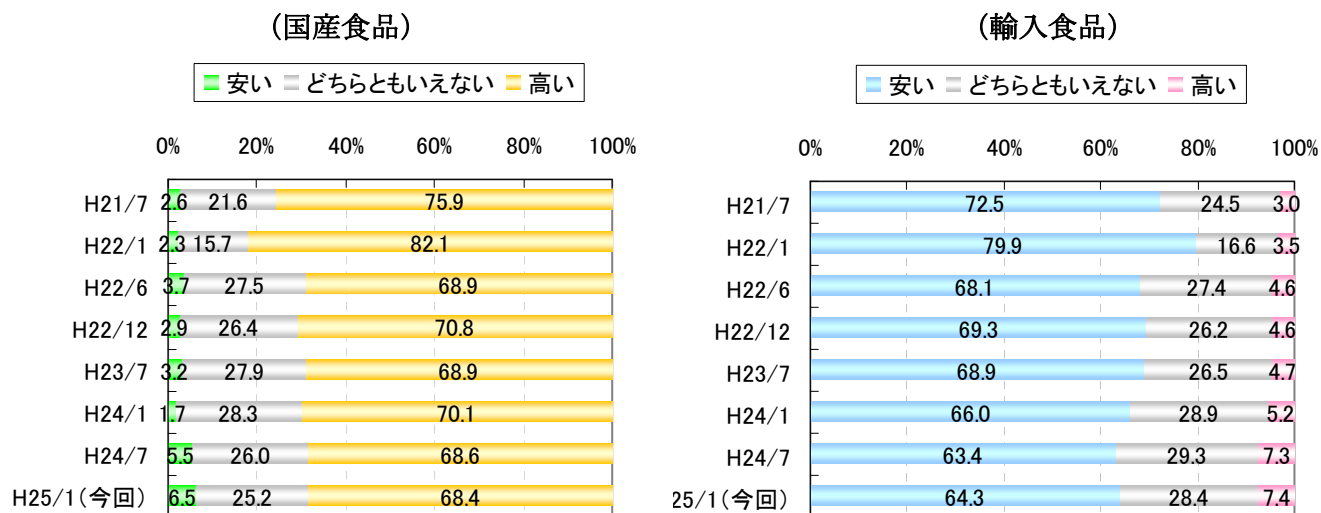


図6 国産原料の食品/輸入食品に対するイメージ

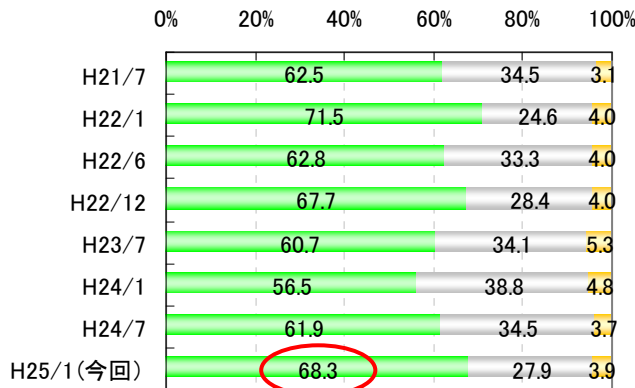
(1) 価格



(2) 安全面

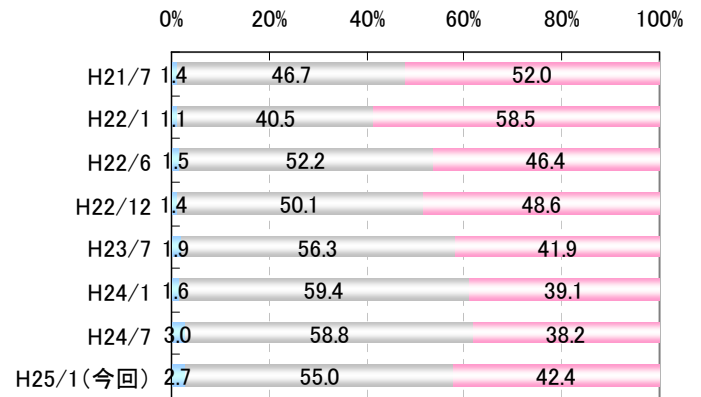
(国産食品)

■ 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

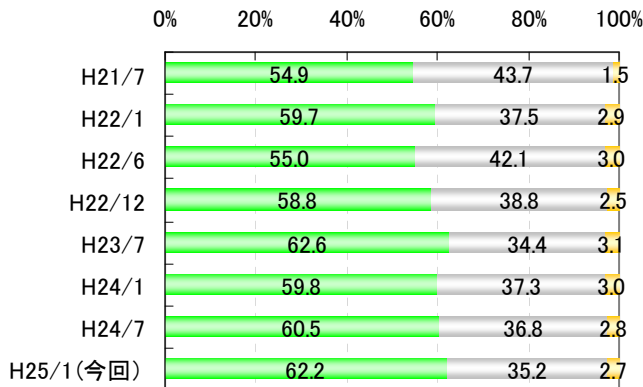


東日本大震災前の調査 (H22/12) の水準を上回る

(3) おいしさ

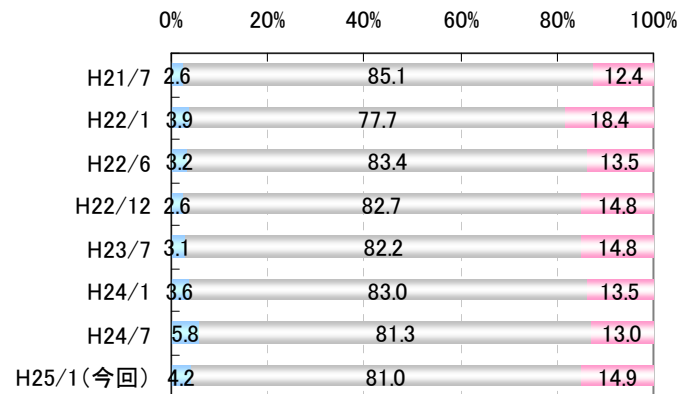
(国産食品)

■ おいしい ■ どちらともいえない ■ おいしくない



(輸入食品)

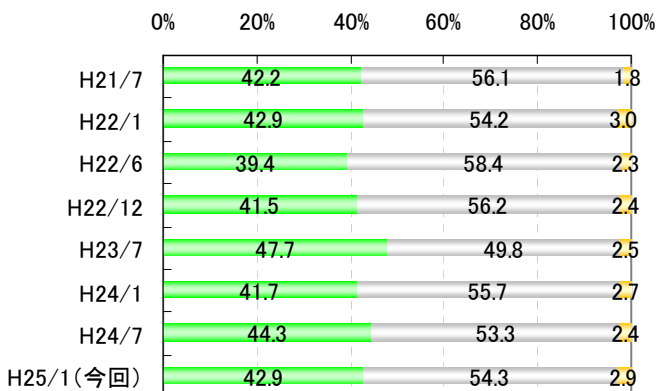
■ おいしい ■ どちらともいえない ■ おいしくない



(4) 見た目

(国産食品)

■ 色・形がよい ■ どちらともいえない ■ 色・形が悪い



(輸入食品)

■ 色・形がよい ■ どちらともいえない ■ 色・形が悪い

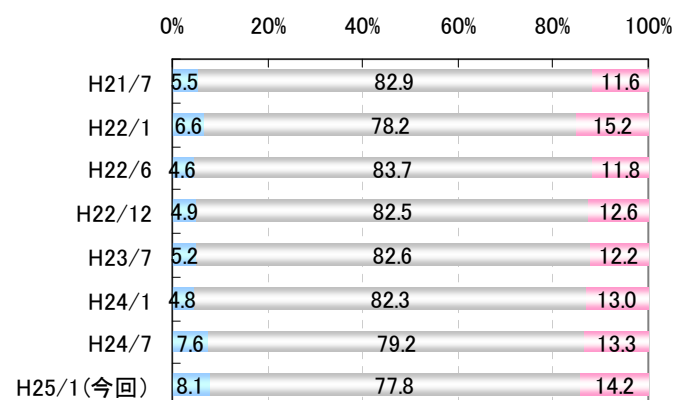


図7 国産食品の輸入食品に対する価格許容度

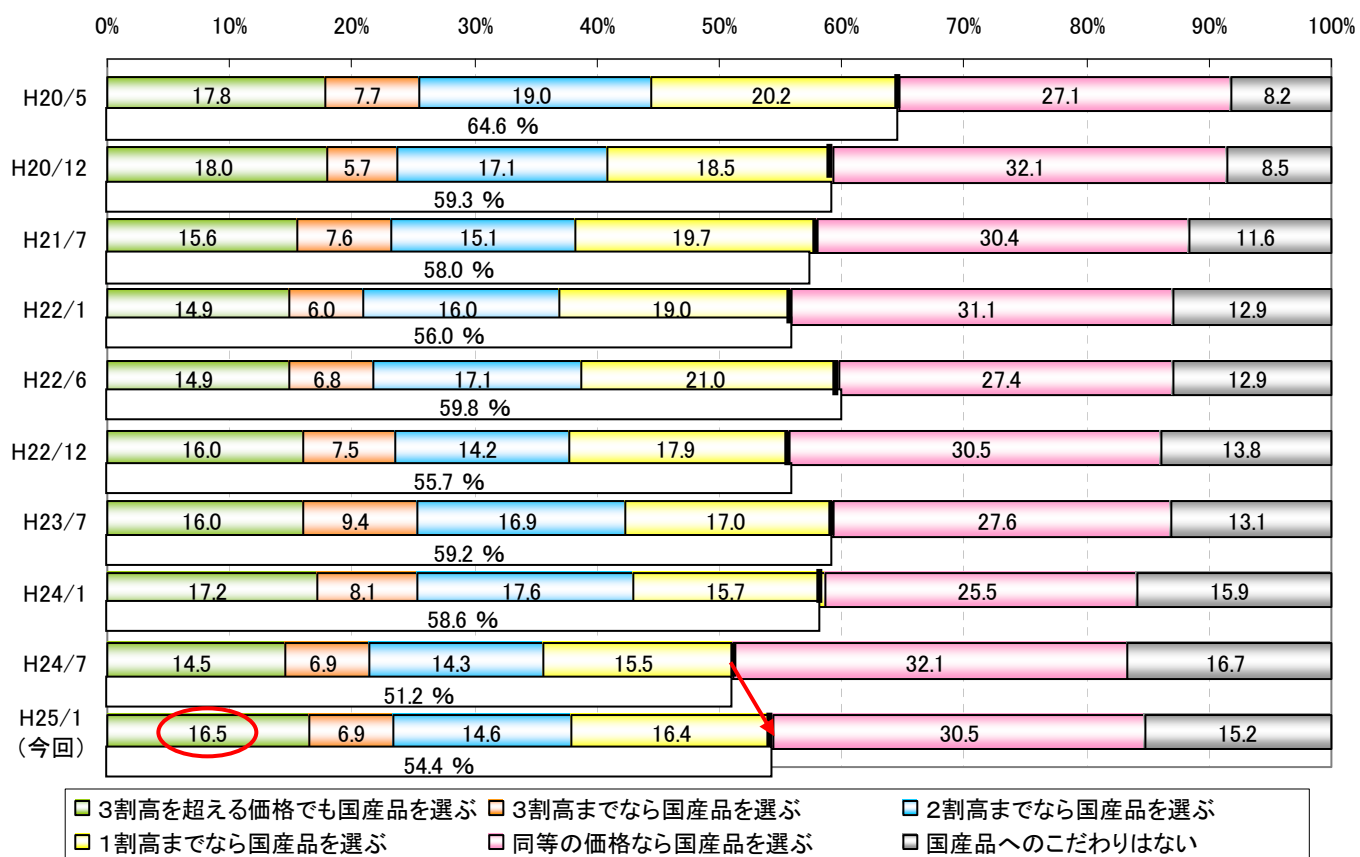
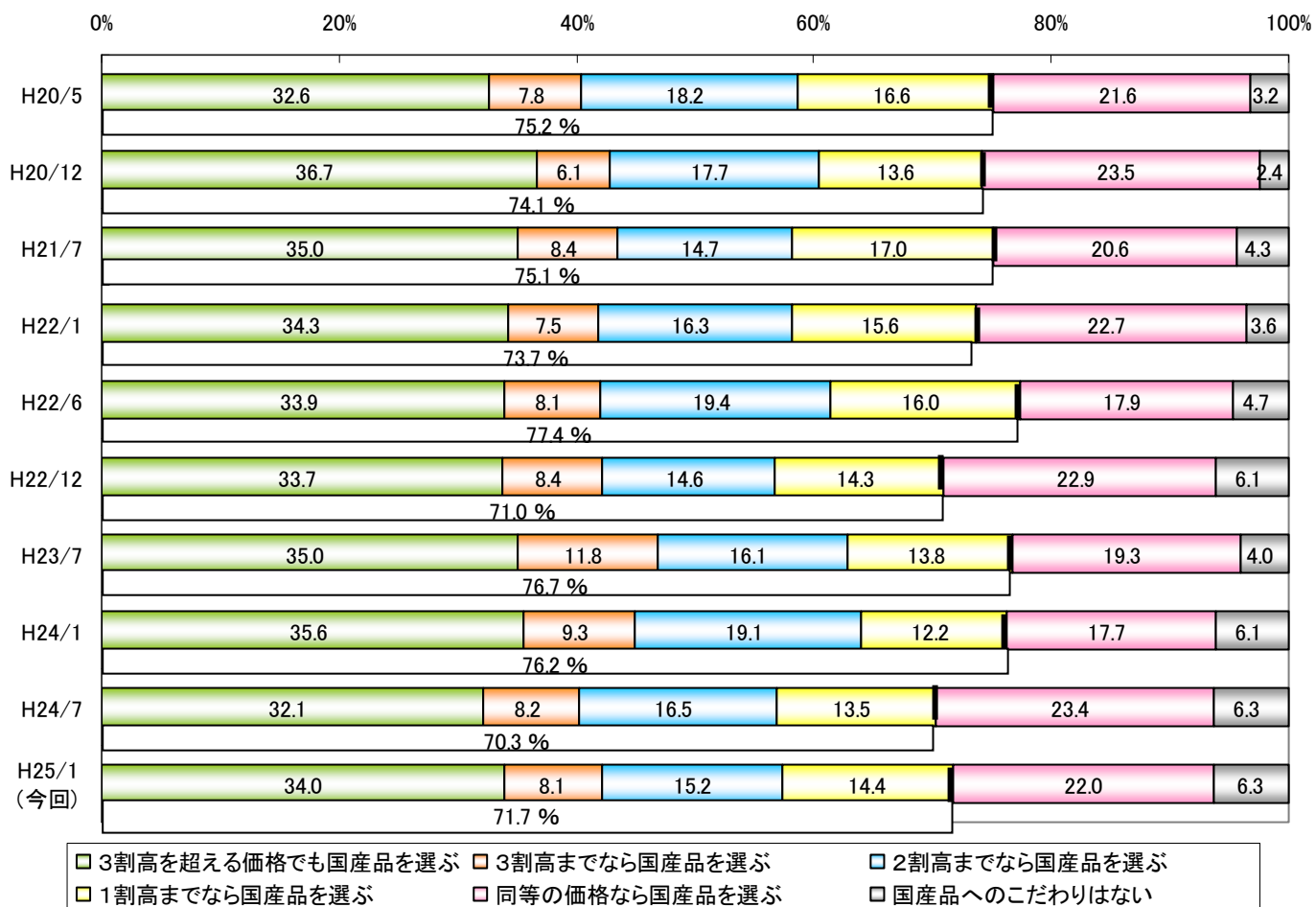
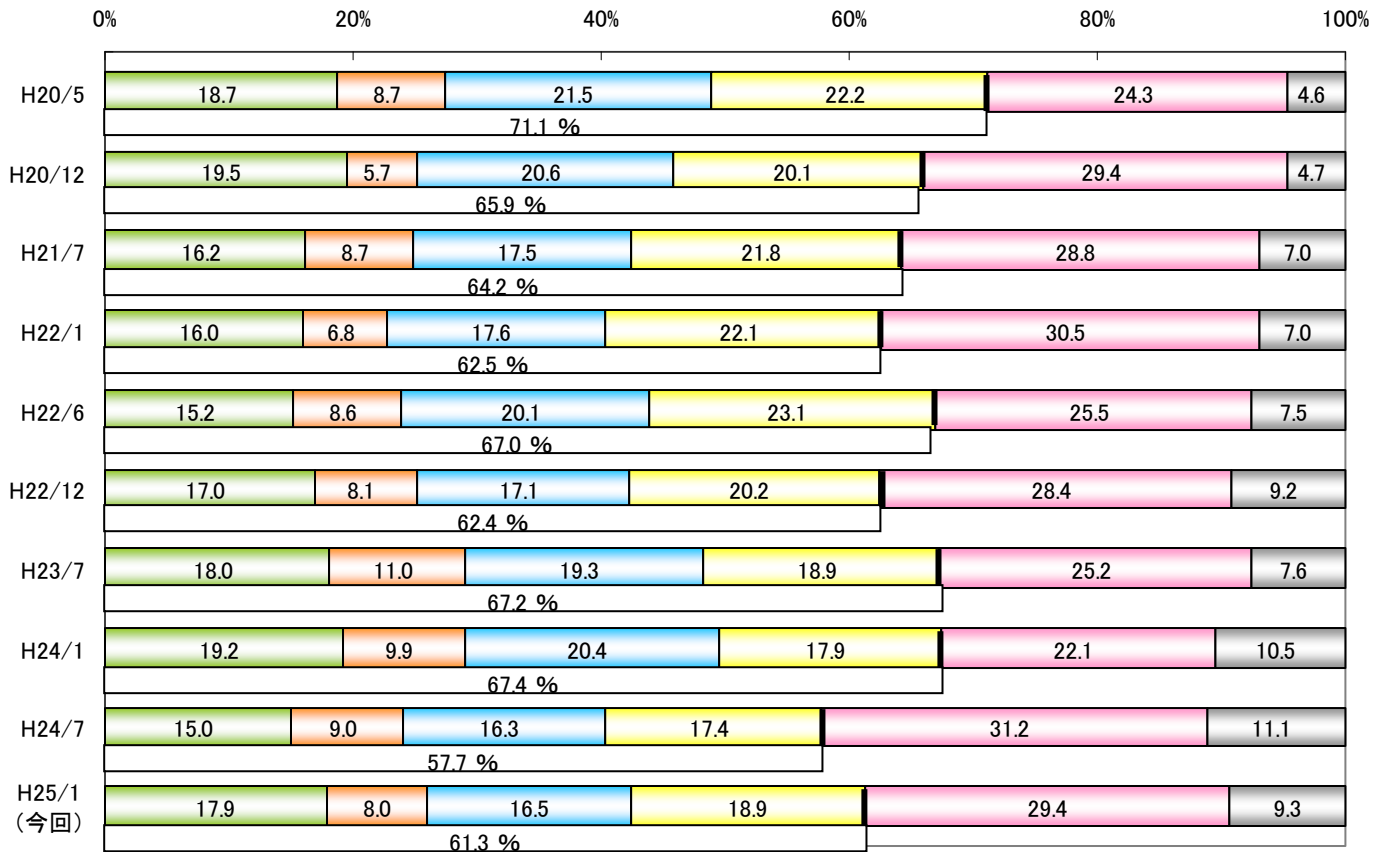


図8 国産食品の輸入食品に対する価格許容度 (品目別)

(1) 米

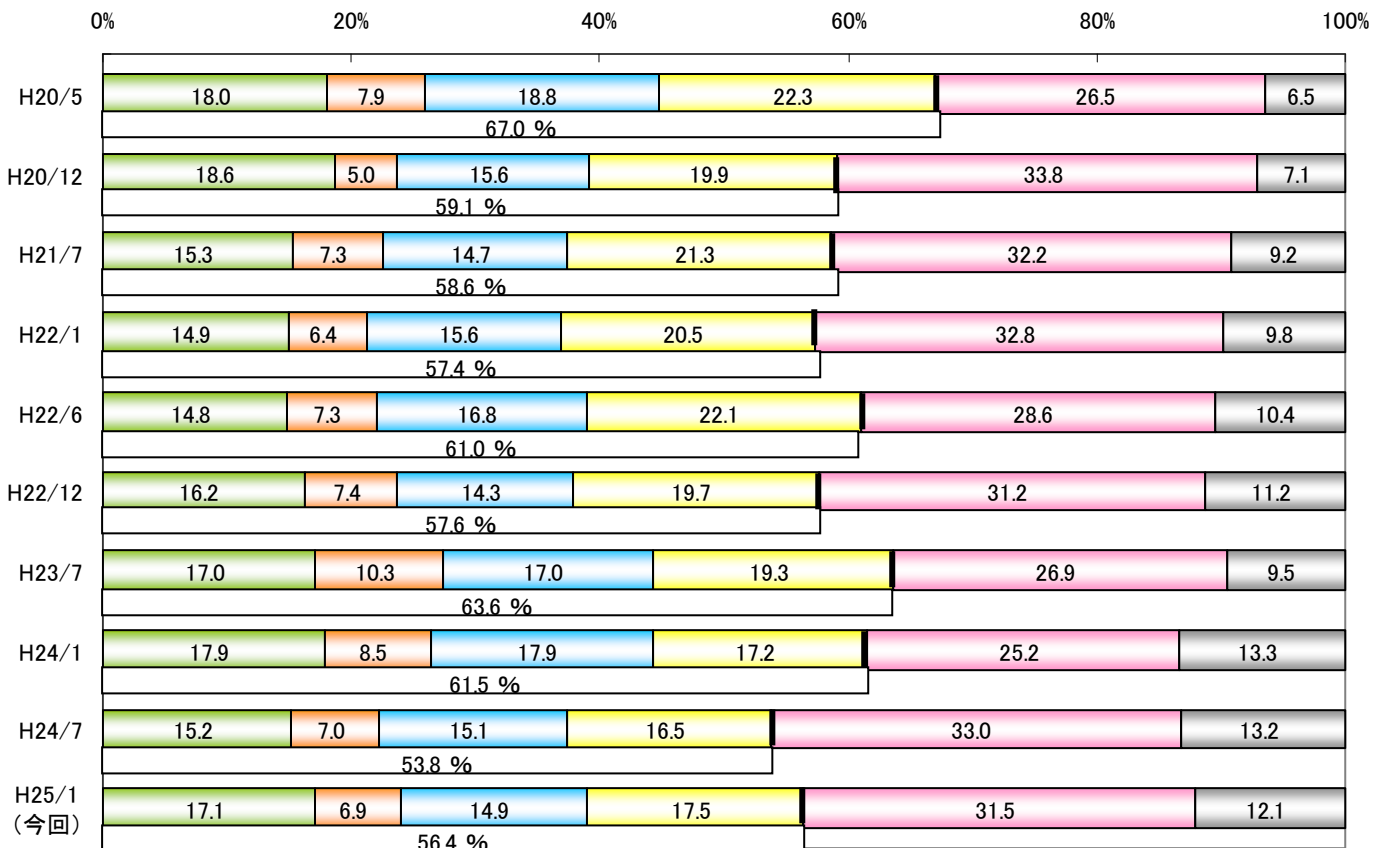


(2) 野菜



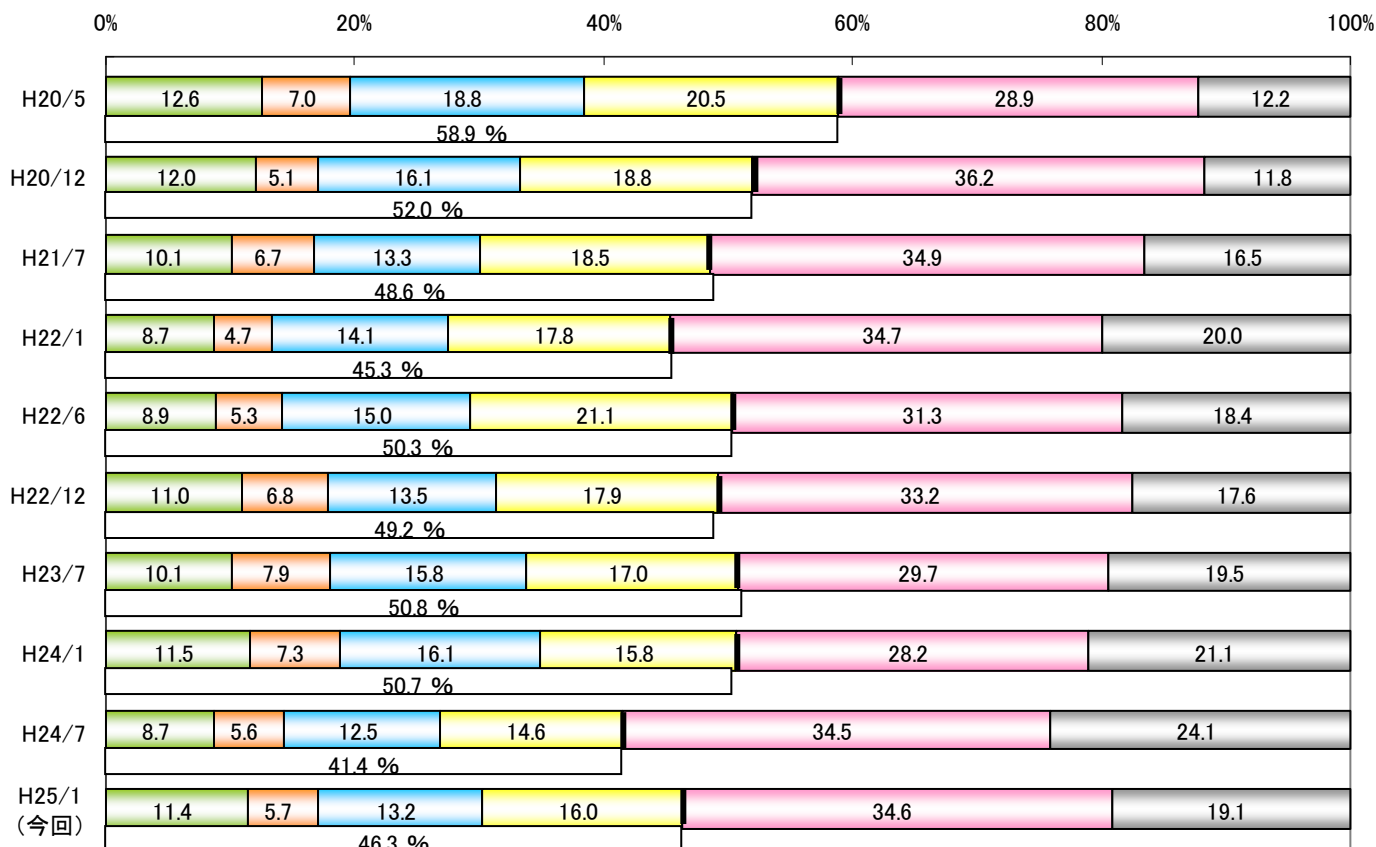
3割高を超える価格でも国産品を選ぶ
 3割高までなら国産品を選ぶ
 2割高までなら国産品を選ぶ
 1割高までなら国産品を選ぶ
 同等の価格なら国産品を選ぶ
 国産品へのこだわりはない

(3) きのこと



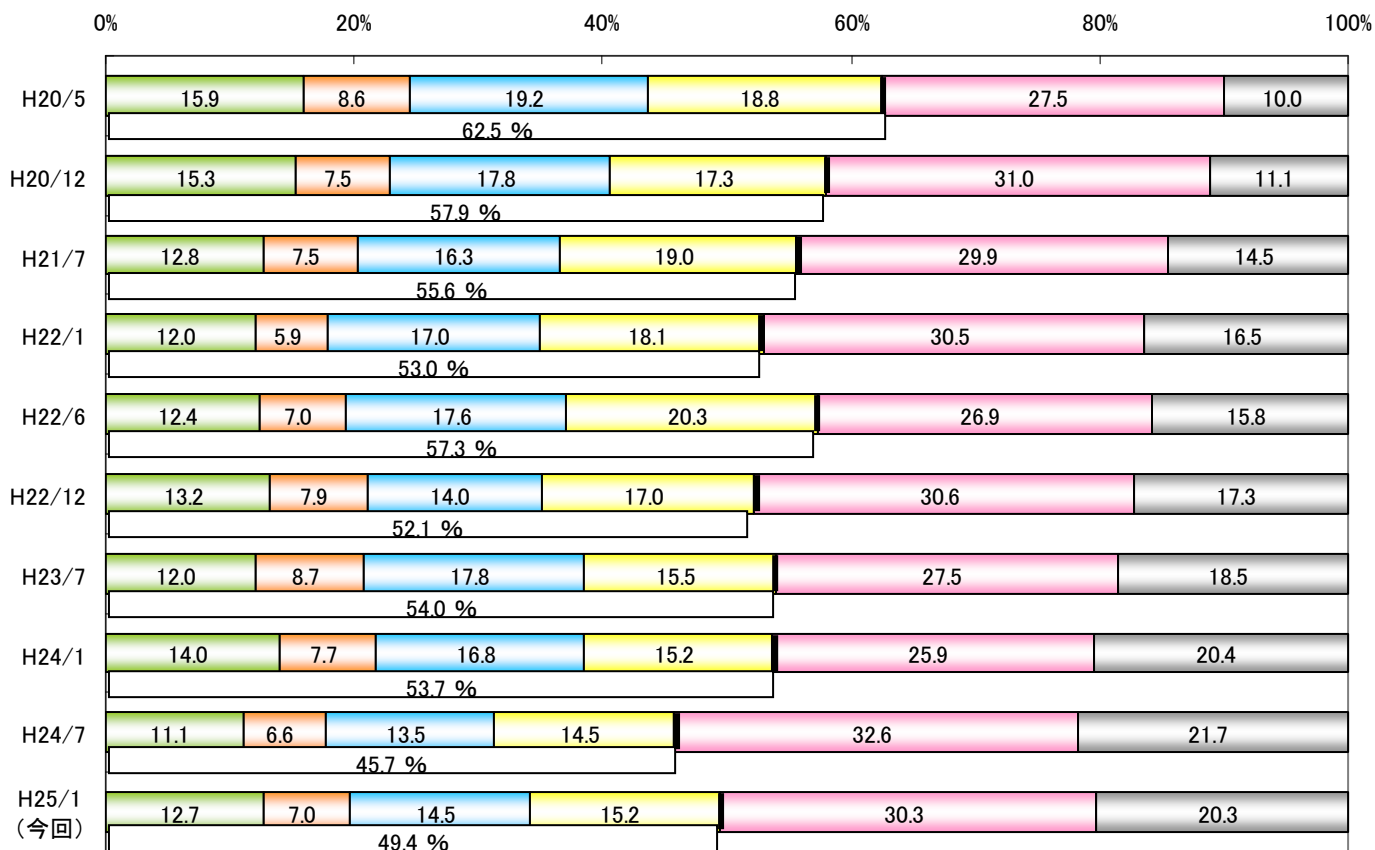
3割高を超える価格でも国産品を選ぶ
 3割高までなら国産品を選ぶ
 2割高までなら国産品を選ぶ
 1割高までなら国産品を選ぶ
 同等の価格なら国産品を選ぶ
 国産品へのこだわりはない

(4) 果物



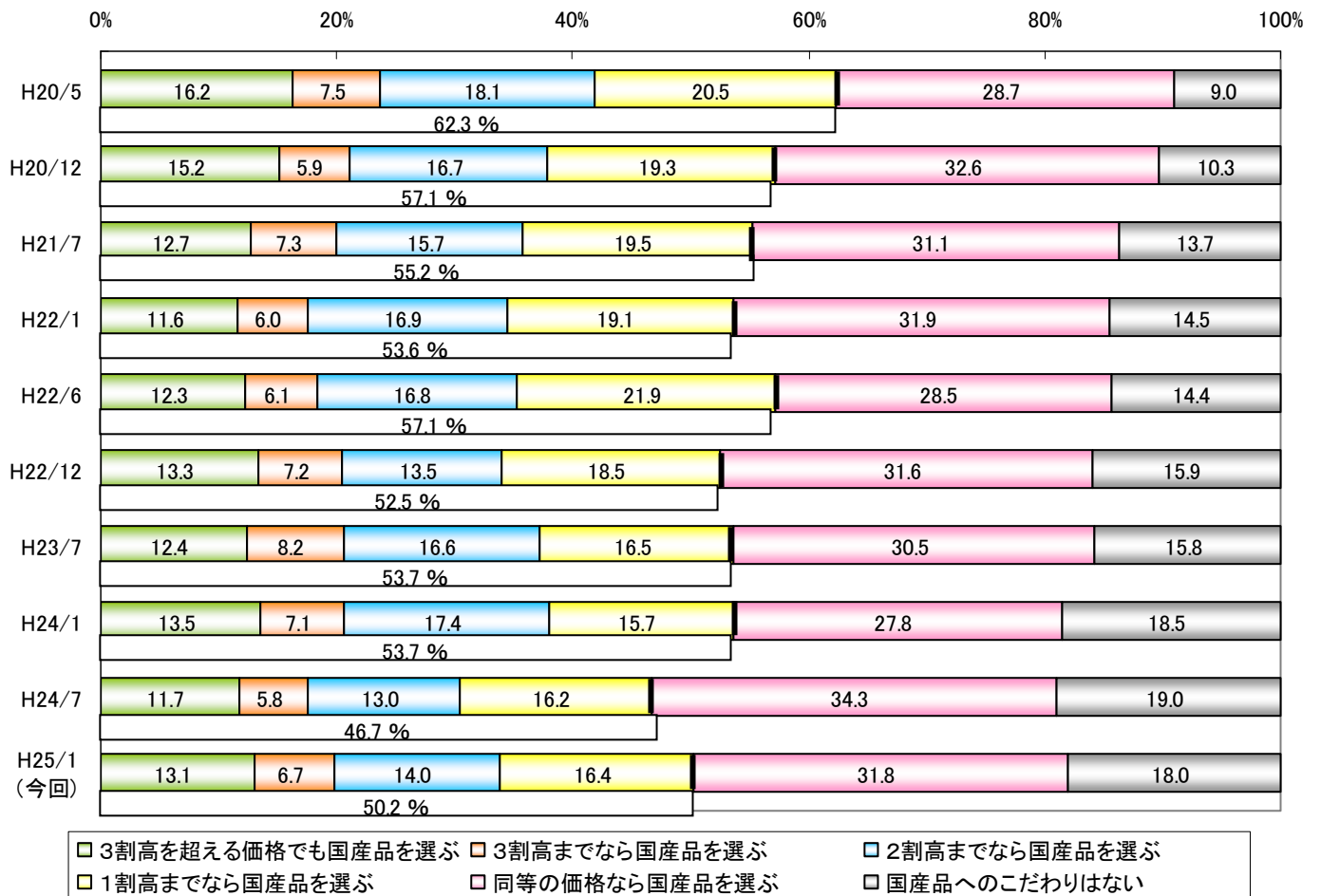
3割高を超える価格でも国産品を選ぶ
 3割高までなら国産品を選ぶ
 2割高までなら国産品を選ぶ
 1割高までなら国産品を選ぶ
 同等の価格なら国産品を選ぶ
 国産品へのこだわりはない

(5) 牛肉

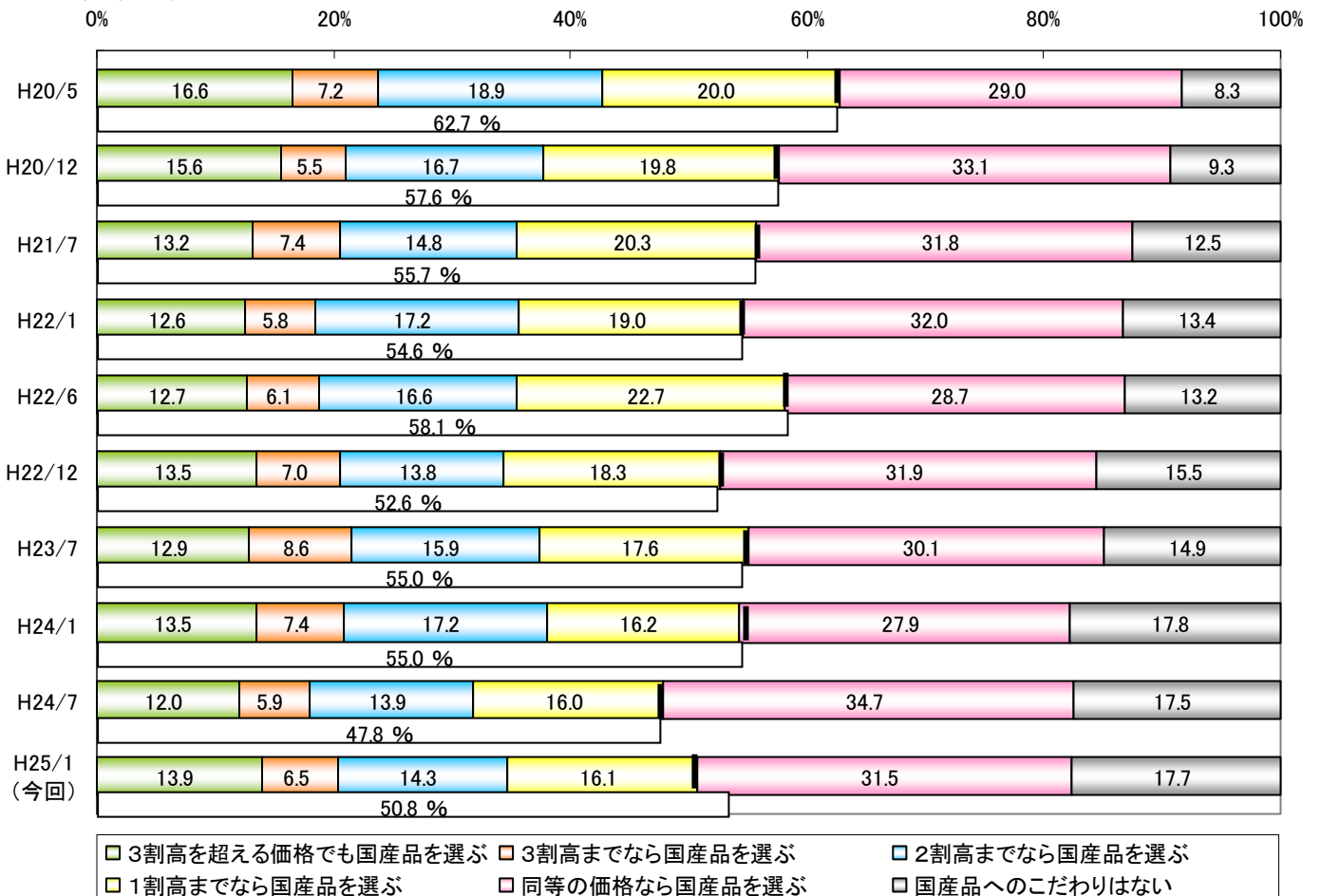


3割高を超える価格でも国産品を選ぶ
 3割高までなら国産品を選ぶ
 2割高までなら国産品を選ぶ
 1割高までなら国産品を選ぶ
 同等の価格なら国産品を選ぶ
 国産品へのこだわりはない

(6) 豚肉



(7) 鶏肉



(8) 魚介類

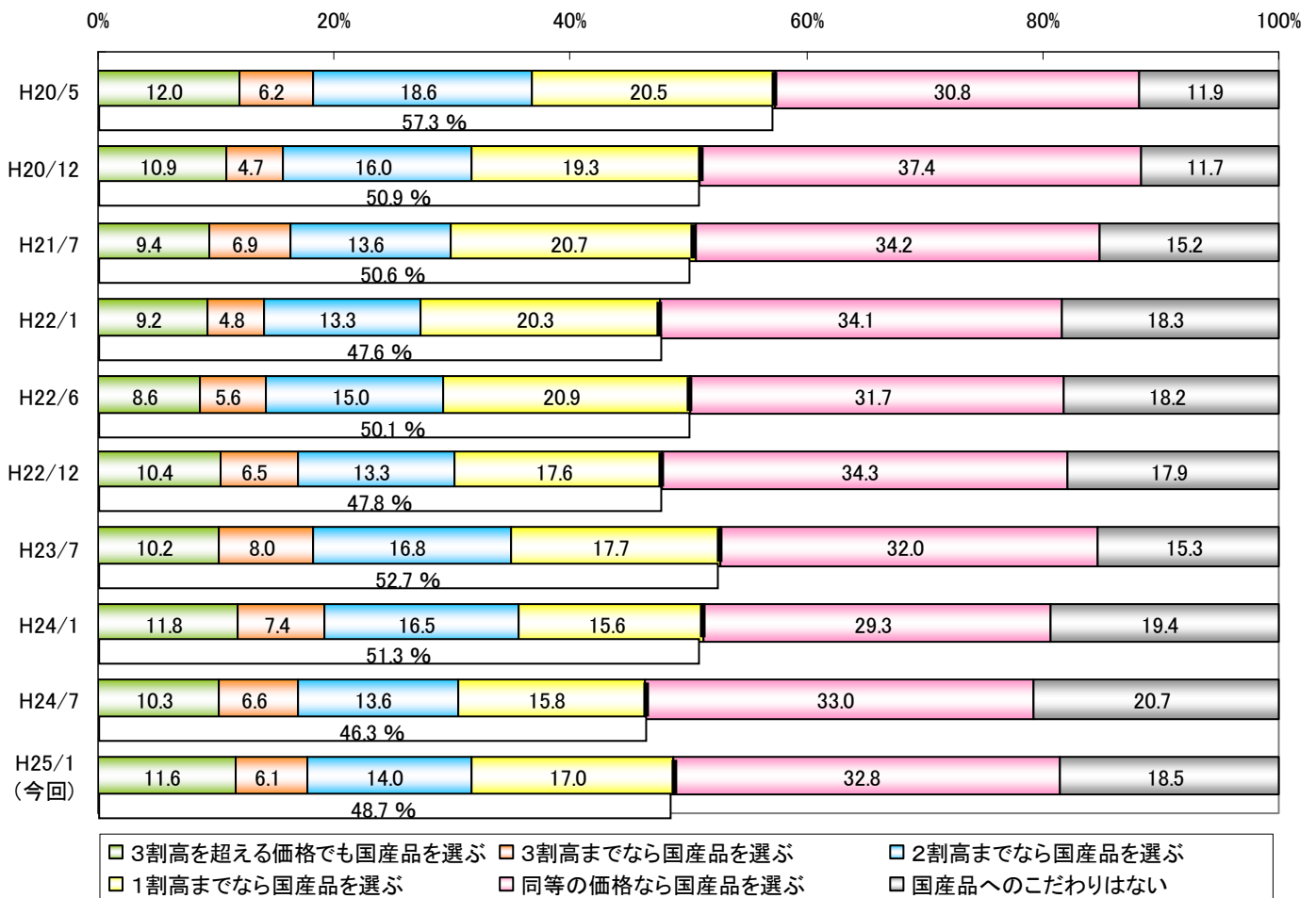


図9 日頃の買い物で食品を購入するとき、輸入品を購入することに抵抗感はあるか

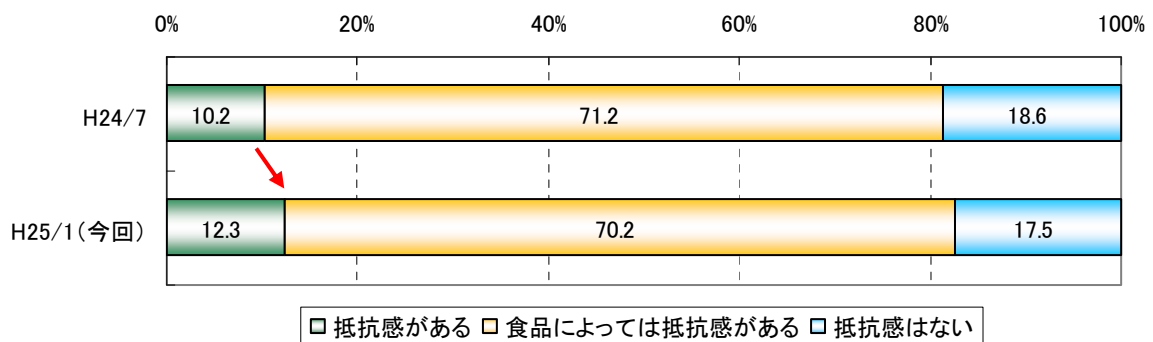


図10 抵抗なく買っている輸入食品（複数回答）

