

# 食の志向等に関する調査結果

- 1 食に関する志向
- 2 国産品かどうかを気にかけるか
- 3 国産食品の輸入食品に対する価格許容度
- 4 食品の購入方法と購入先

## 調査要領

**調査時期** 平成25年7月1日～7月10日  
**調査方法** インターネット調査  
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。

詳しい調査結果を当公庫農林水産事業ホームページ (<http://www.jfc.go.jp/>)に掲載しています。

トップページから「刊行物・各種調査結果」→「農林水産事業による調査」→「消費者動向等調査」の順をご覧ください。

<調査に関するお問い合わせ>

日本政策金融公庫 農林水産事業 情報戦略部 TEL 03-3270-5585

平成25年9月



日本政策金融公庫

農林水産事業

# 1 食に関する志向

## 消費者の安全・国産志向が顕著に回復

- 消費者の健康志向は44.3%で、引き続き、食に対する健康意識の高まりを示す結果となった。
- 食費を節約する経済性志向は、過去2回の調査では上昇傾向だったが、今回の調査で反転、前回調査から5.9ポイント低下し、33.4%となった。
- 一方で、前回調査では低下傾向にあった安全志向と国産志向は、今回の調査で上昇した。また、美食志向も今回は4.3ポイント上昇し、13.5%となった。
- 年代別にみると、健康志向と国産志向は年代が上がるにつれて志向する割合が高くなっている。これと対比的なのが、経済性志向、簡便化志向と美食志向で、若い層ほど志向する割合が高い結果となった。
- 年代別の推移では、20代で経済性志向が大きく低下し、30代、40代、50代では、手作り志向が大きく低下した。

図1 現在の食の志向（上位）の推移（2つまで回答）

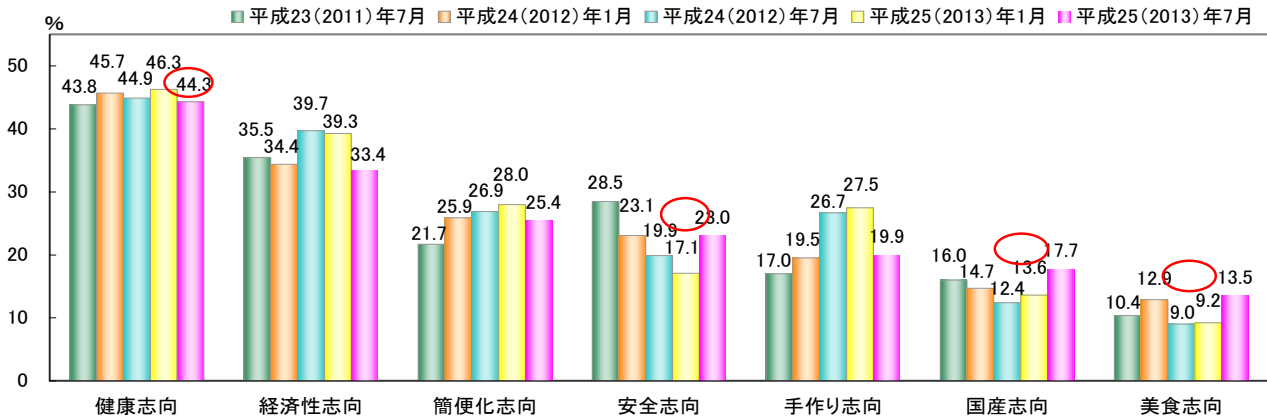


図2 年代別の現在の食の志向（上位）/平成25(2013)年7月調査

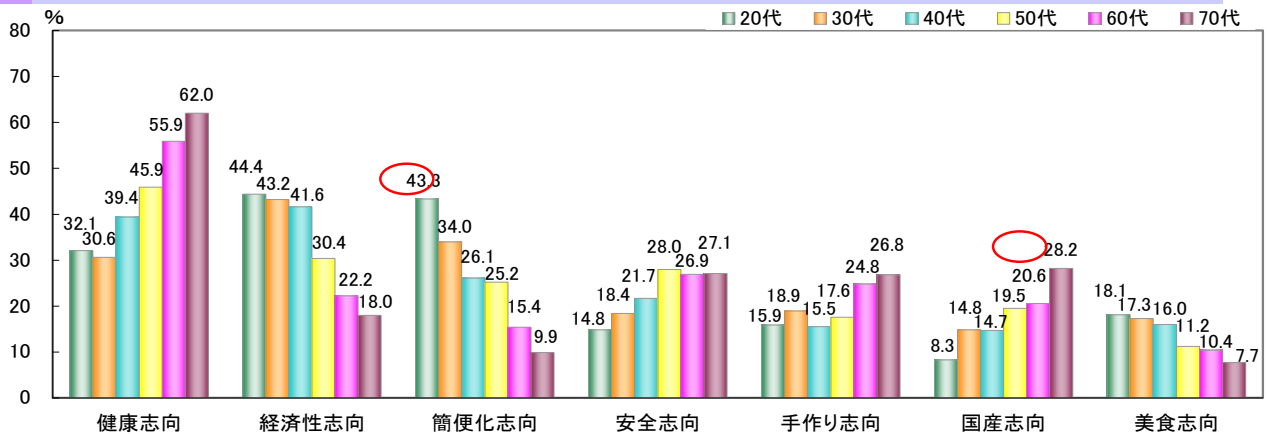
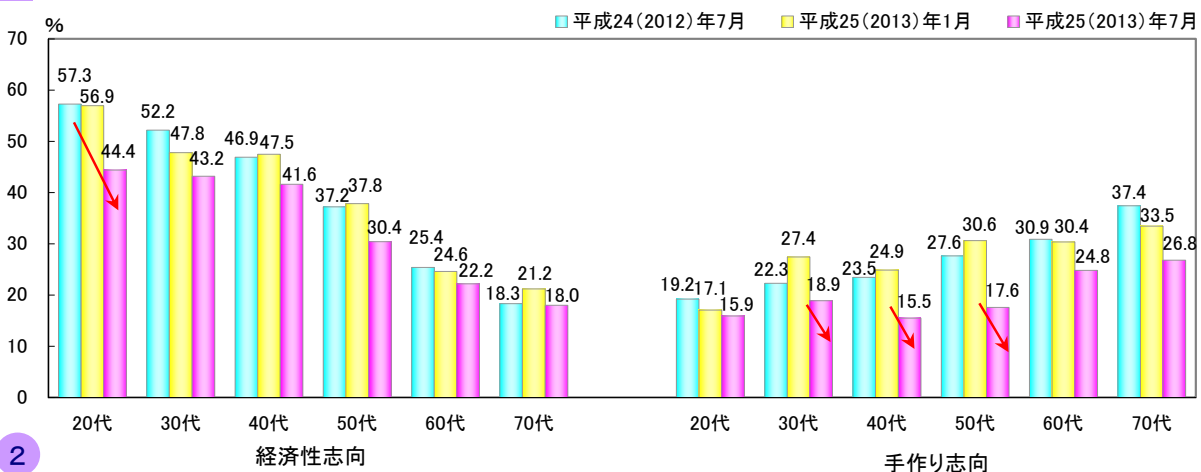


図3 年代別の経済性志向と手作り志向の推移



## 2 国産品かどうかを気にかけるか

### 国産志向上昇、「国産品＝安全」への信頼が3半期連続で改善

- 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、調査開始以来最高となった。前々回調査から2半期連続で改善し、それぞれ77.5% (4.3ポイント上昇)、34.1% (7.0ポイント上昇)となった。
- 国産食品に対するイメージについても、「安全である」と回答した割合が3半期連続で改善した。

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

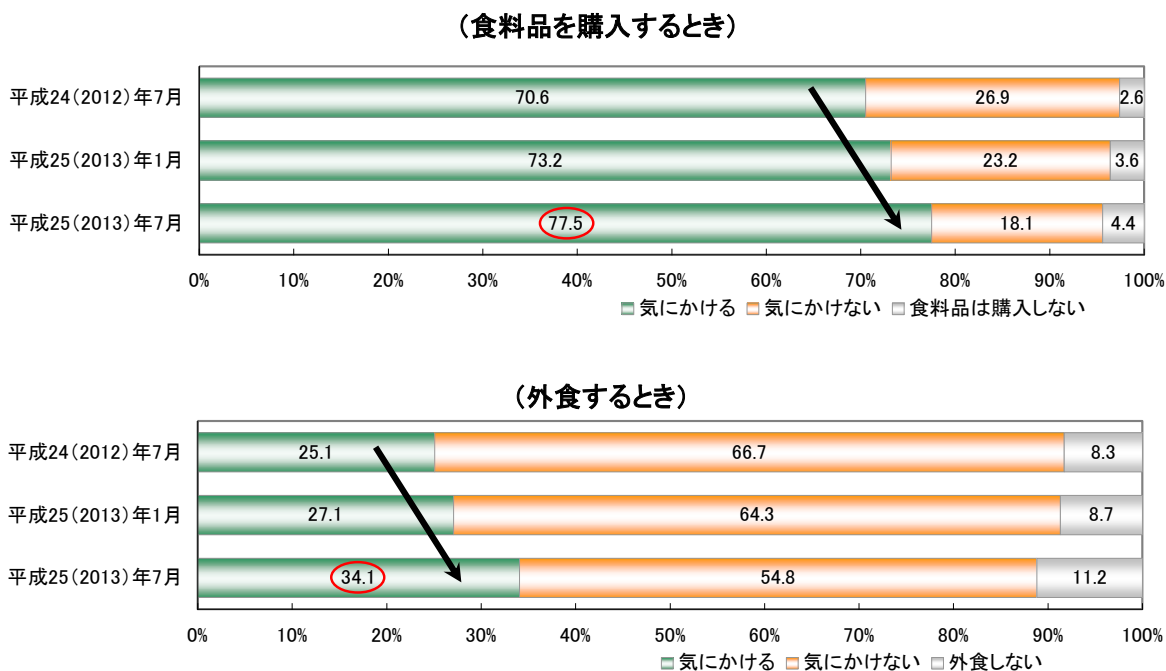
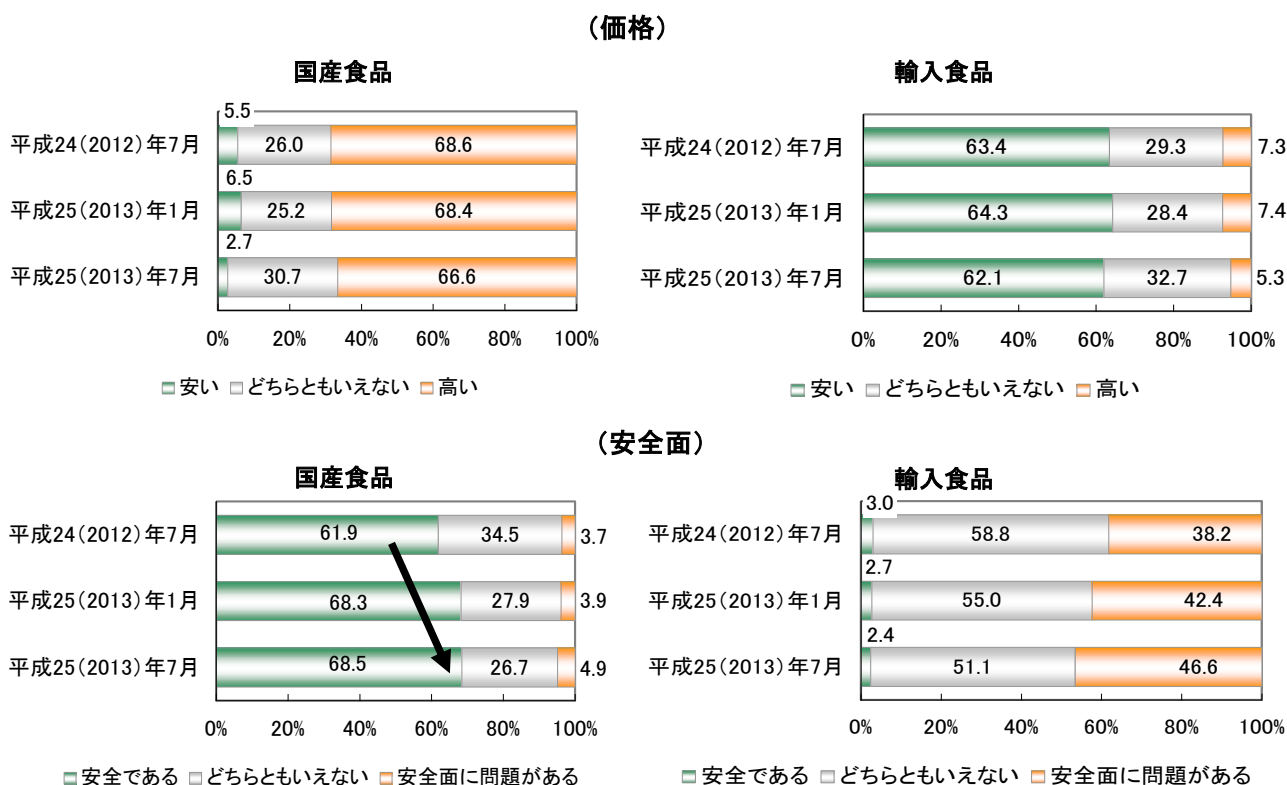


図5 国産原料の食品/輸入食品に対するイメージ



### 3 国産食品の輸入食品に対する価格許容度

#### 3割超の価格でも国産食品を選ぶ消費者が2半期連続で上昇

- 割高でも国産品を選ぶと回答した割合は、調査開始以来最低となった前々回調査から2半期連続の改善で、前回調査から6.9ポイント上昇し、61.3%となった。
- 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、2半期連続で増加しており、「3割高を超える価格でも国産品を選ぶ」の回答割合も全ての品目において、2半期連続で増加した。
- 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、多くの品目において、前回調査から低下しており、特に、果物、牛肉、魚介類、乳製品等で減少した。

図6 国産食品の輸入食品に対する価格許容度の推移

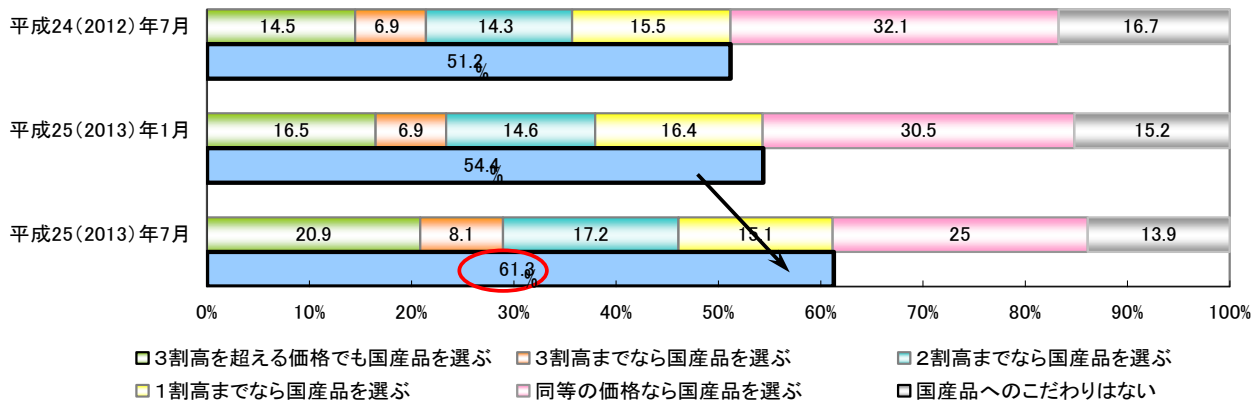


図7 品目別の国産食品の輸入食品に対する価格許容度/平成25(2013)年7月調査

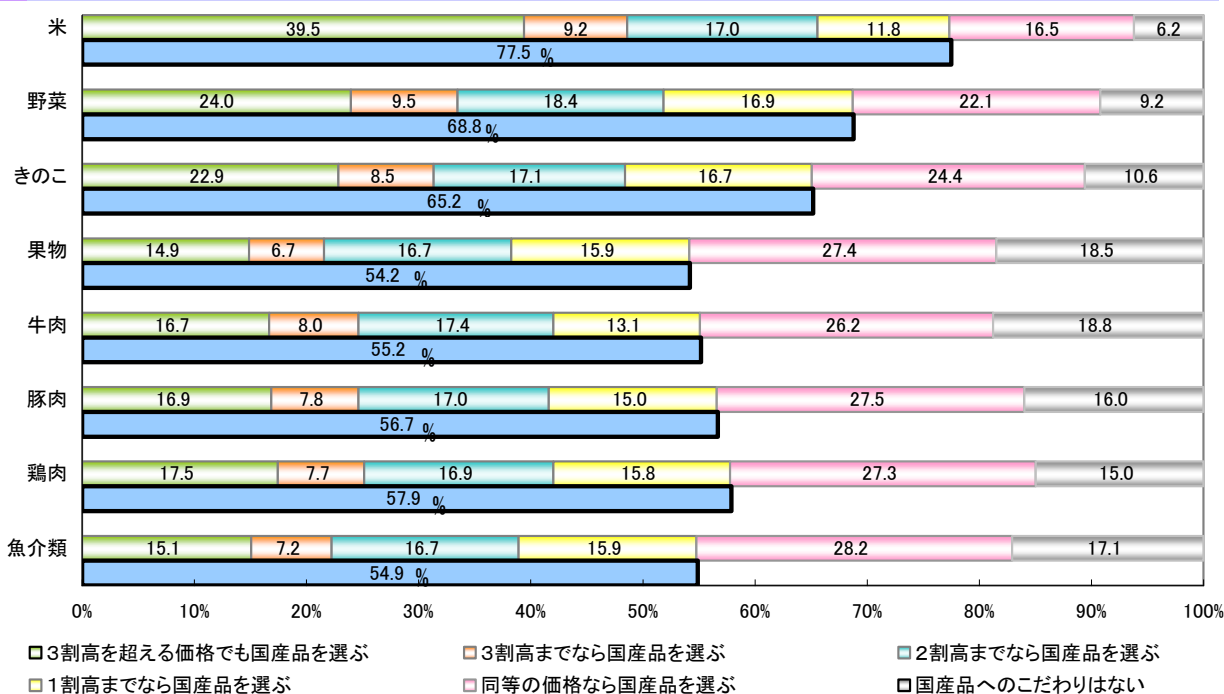
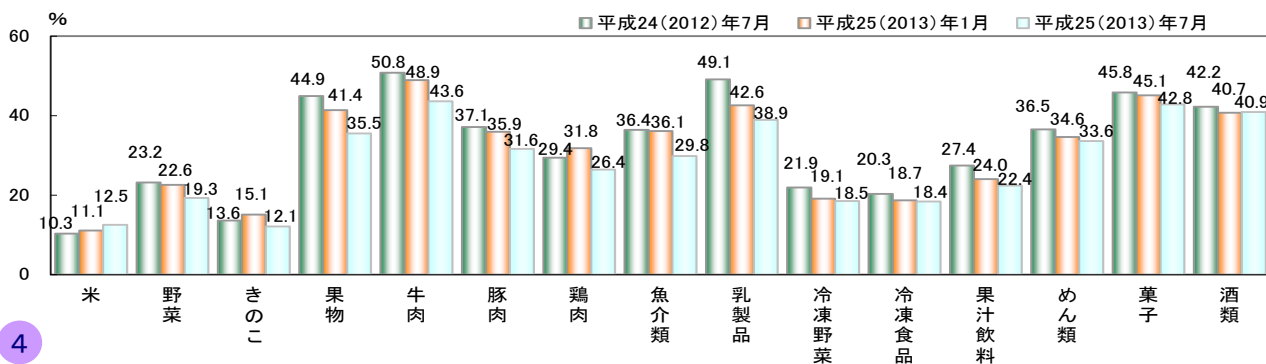


図8 普段抵抗なく買っている輸入食品（複数回答）



## 4 食品の購入方法と購入先

### 自宅用食品で通販利用はまだ少数。「実物を確認したい」が利用しない理由のトップ

- 自宅用の食品を購入する方法は、ほとんどの品目で「店頭」での購入が95ポイント以上となり、「通信販売等」を大きく上回った。唯一、「米」では、「通信販売等」の選択が30ポイントにのぼったのが目立つ。
- 「通信販売等」の注文方法は、「パソコン」、「注文用紙」が回答の多くを占め、「電話・FAX」、「携帯端末」の回答は少数にとどまっている。
- 通販を利用しない人にその理由を聞いたところ、「実物を確認したい」、「買い物に行くことに不便を感じない」、「表示を確認したい」が上位を占めた。

図9 自宅用の食品をどのような方法で購入するか（2つまで回答）

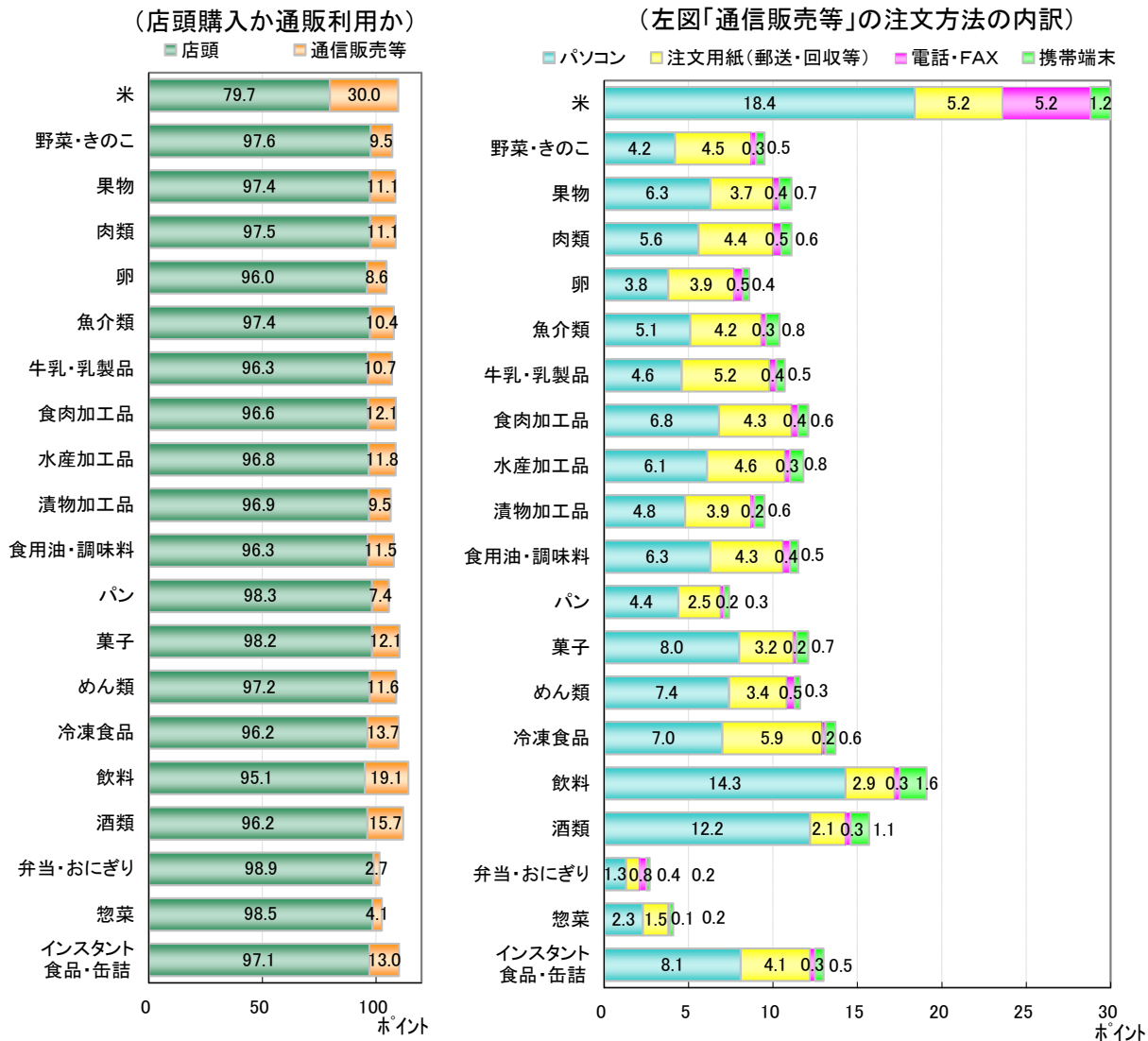
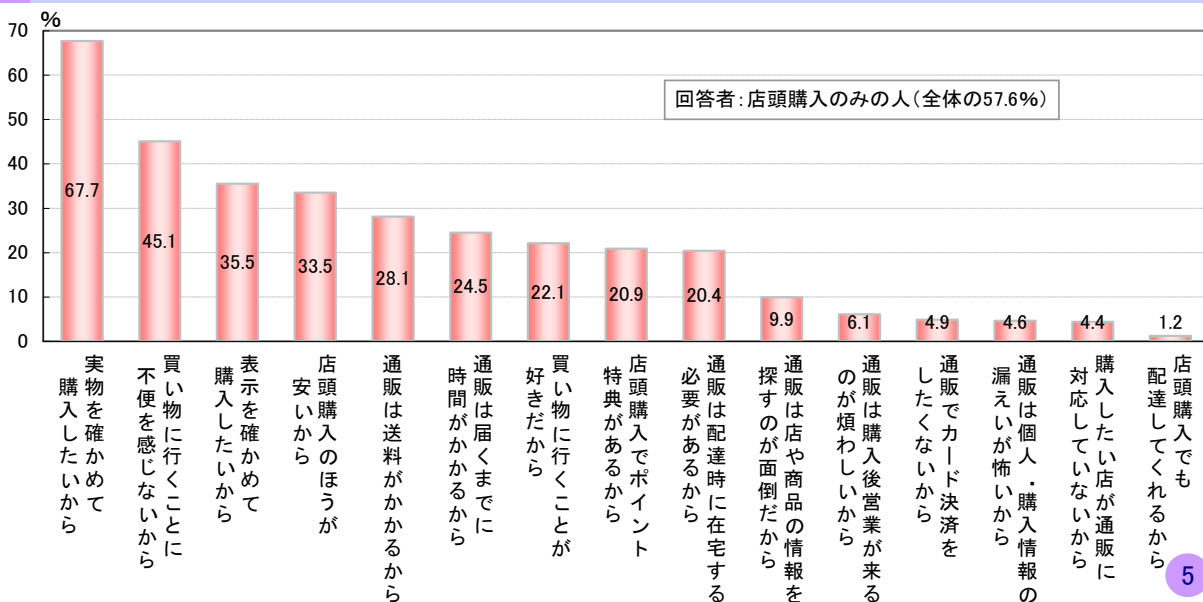


図10 通販等を利用しない理由（複数回答可）



## 4 食品の購入方法と購入先

店頭での購入はスーパーが多いが、品目によってはコンビニエンスストア、ドラッグストアも

- 「スーパー以外」の主な購入先としては、「野菜・きのこ」で「農水産物の直売所」の回答が多く、「パン」、「菓子」、「飲料」、「弁当・おにぎり」、「惣菜」では「コンビニエンスストア」が多かった。また、「菓子」、「飲料」、「酒類」、「インスタント食品・缶詰」で「ドラッグストア」を選択する回答も多かった。
- 「ドラッグストア」で食品を購入する理由を聞いたところ、「価格が安い」、「食品以外の買い物のついでに購入」が上位を占めた。

図11 店頭で購入する店（3つまで回答）

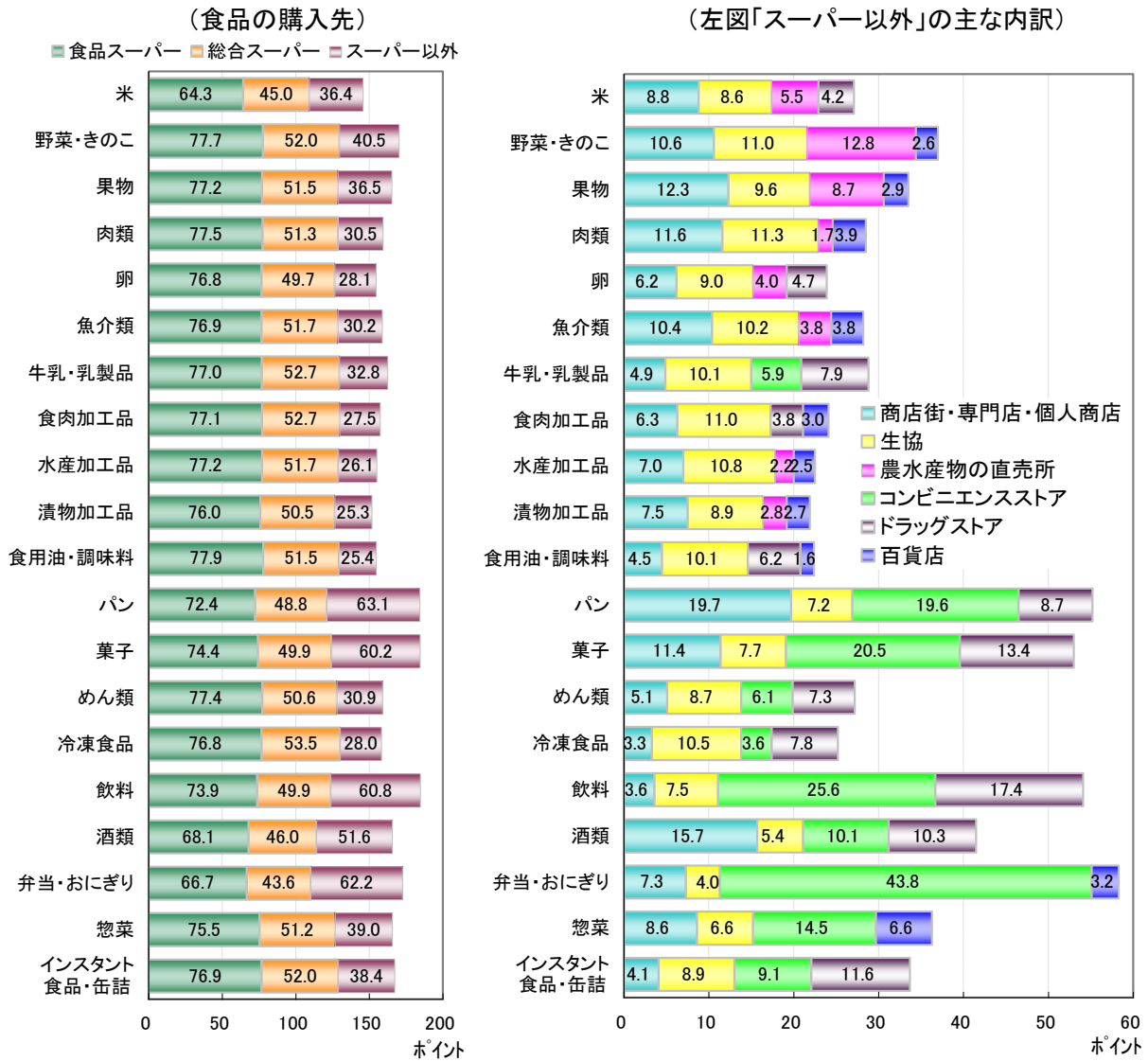
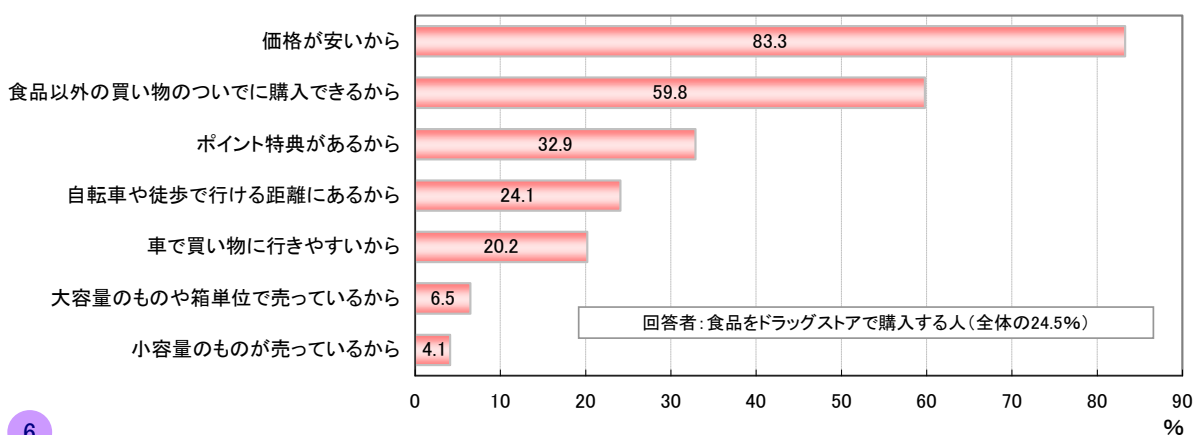


図12 ドラッグストアで食品を購入する理由（複数回答可）

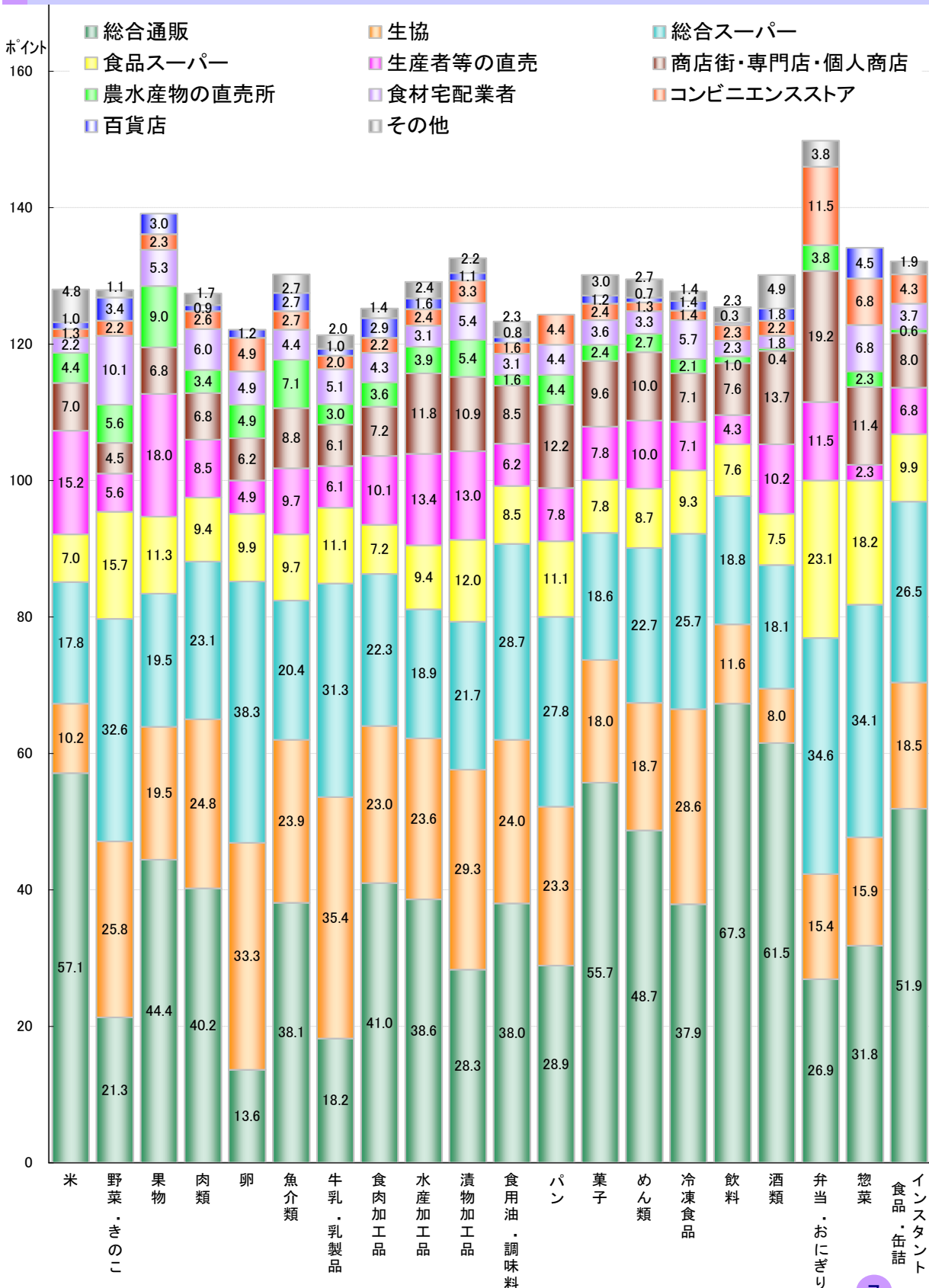


## 4 食品の購入方法と購入先

総合通販サイトやネットスーパーの利用が多いが、米、果物などでは生産者の直売サイトの利用

- パソコンや携帯端末などを通じてインターネット通販を利用している者に、利用しているサイトを聞いたところ、「米」、「菓子」、「飲料」、「酒類」、「インスタント食品・缶詰」で「総合通販」サイトを選択する回答がそれぞれ50ポイントを超えている。
- 「総合スーパー」、「食品スーパー」のいわゆるネットスーパーが、各品目で24～57ポイントと多く利用されている。
- 「米」、「果物」、「水産加工品」、「漬物加工品」などでは、「生産者等の直売」サイトを選択する回答が10ポイント以上となり目立つ。

図13 パソコンや携帯端末等でインターネット通販をするサイト（3つまで回答）



## 4 食品の購入方法と購入先

インターネット利用は「好きな時間に注文」、電話FAX・注文用紙利用は「商品の選択のしやすさ」

- 通販を利用する理由として、「インターネット」利用者では、「好きな時間に購入できるから」、「ポイント特典があるから」、「商品を比較して購入できるから」の回答が「電話FAXや注文用紙」利用者の回答に比べて多い。
- 「電話FAX又は注文用紙」利用者にインターネット通販を利用しない理由を聞いたところ、「購入したい店がネットに対応していないから」、「紙のカタログ等の方が商品を選択しやすいから」が上位を占めた。
- 買い物をする時間帯は、「店頭での買い物」、「電話FAX又は注文用紙」による場合は、昼間が多いが、「インターネット」利用者では夜間が比較的多い。

図14 通販を利用する理由（複数回答可）

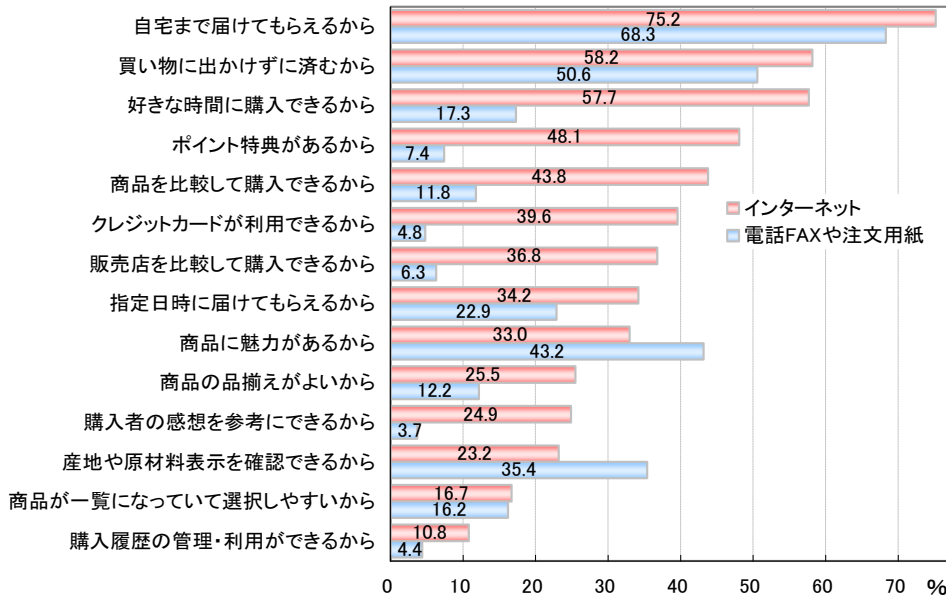


図15 インターネット通販を利用しない理由（複数回答可）

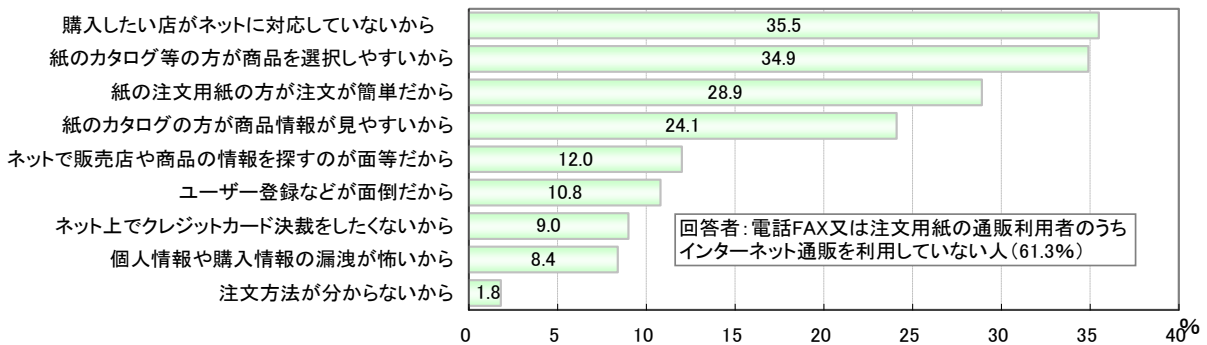


図16 買い物をする時間帯

■ 朝5時～9時 ■ 9時～12時 ■ 12時～17時 ■ 17時～19時 ■ 19時～21時 ■ 21時～24時 ■ 24時～翌朝5時 ■ 不在受け取り

