

消費者動向調査（令和5年1月調査）

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 農村や農業生産者との関わりについて(特別調査)

調査要領

調査時期 令和5年1月
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。

<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
情報企画部 TEL 03-3270-5585

今回調査では、上記調査項目のほか、以下の項目についても調査を実施しました。

- ・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
- ・有機農産物の購入に関する意識

詳しい調査結果は、当公庫ホームページ (<https://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」→「消費者動向等調査」
の順でご覧いただくか、右の2次元コードでもアクセス可能です。
(通信料はお客様のご負担となります。)



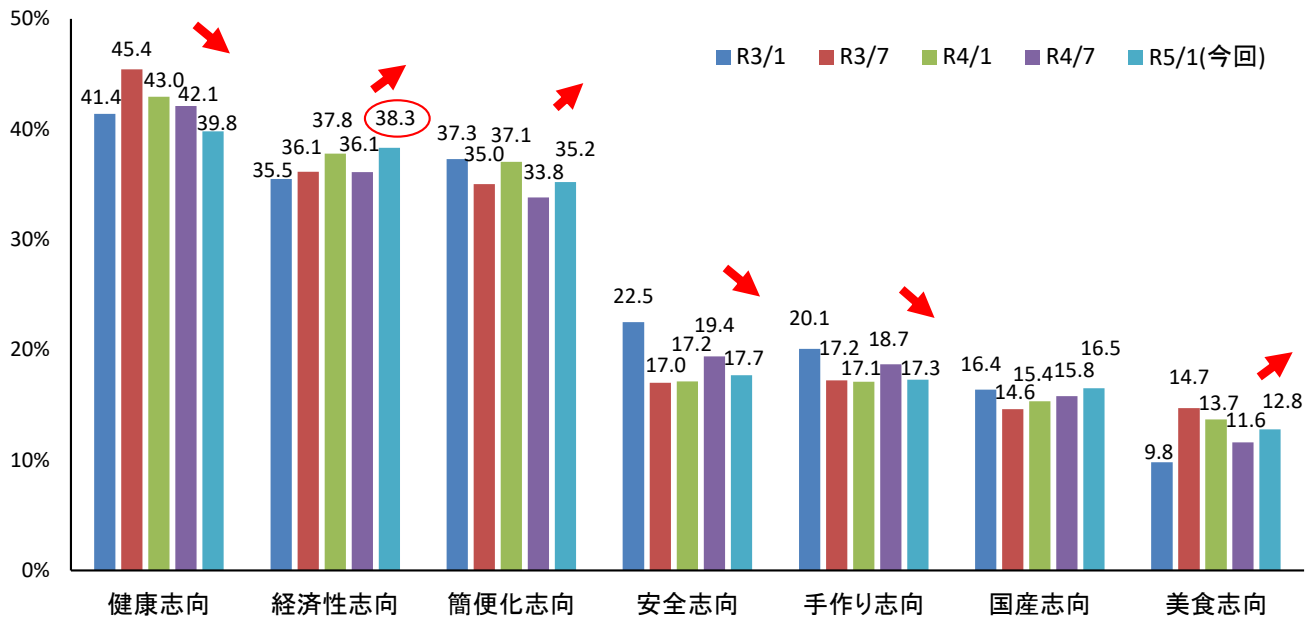
注：図表において、四捨五入の関係上、合計が一致しない場合があります。

令和5年3月

1 食に関する志向

図1 食に関する志向の推移(上位2つ回答)

- ・ 食に関する志向は、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」が3大志向となった。
- ・ 「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。



※その他、食に関する志向として「地元産志向」「ダイエット志向」「外食志向」「高級志向」があります。

図2 食に関する志向(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。

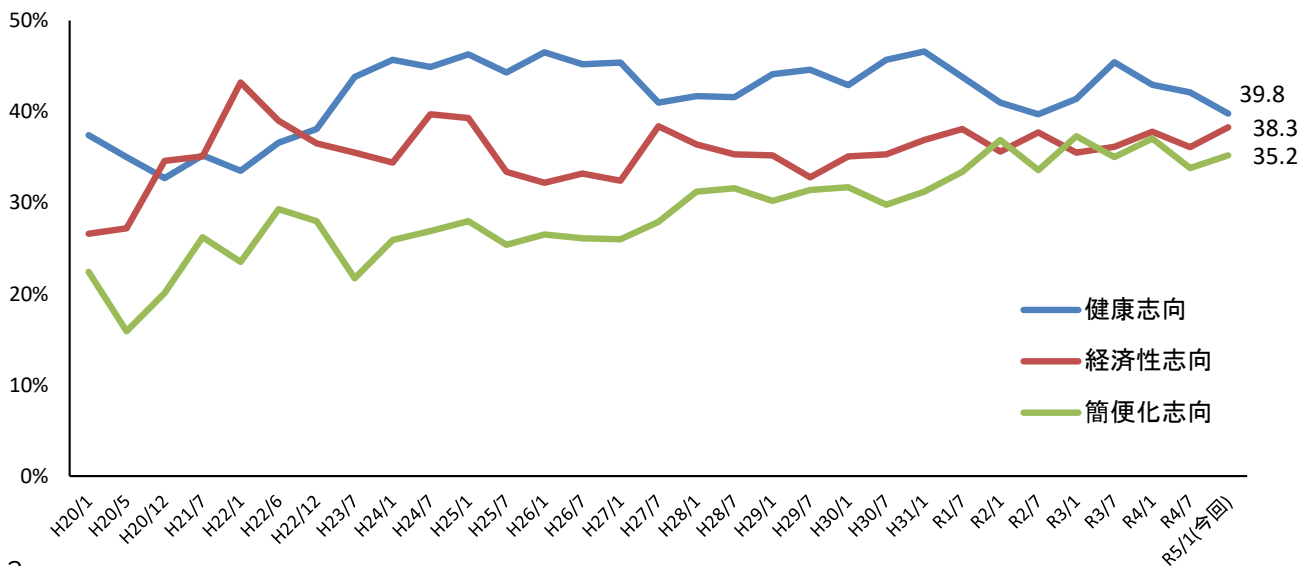
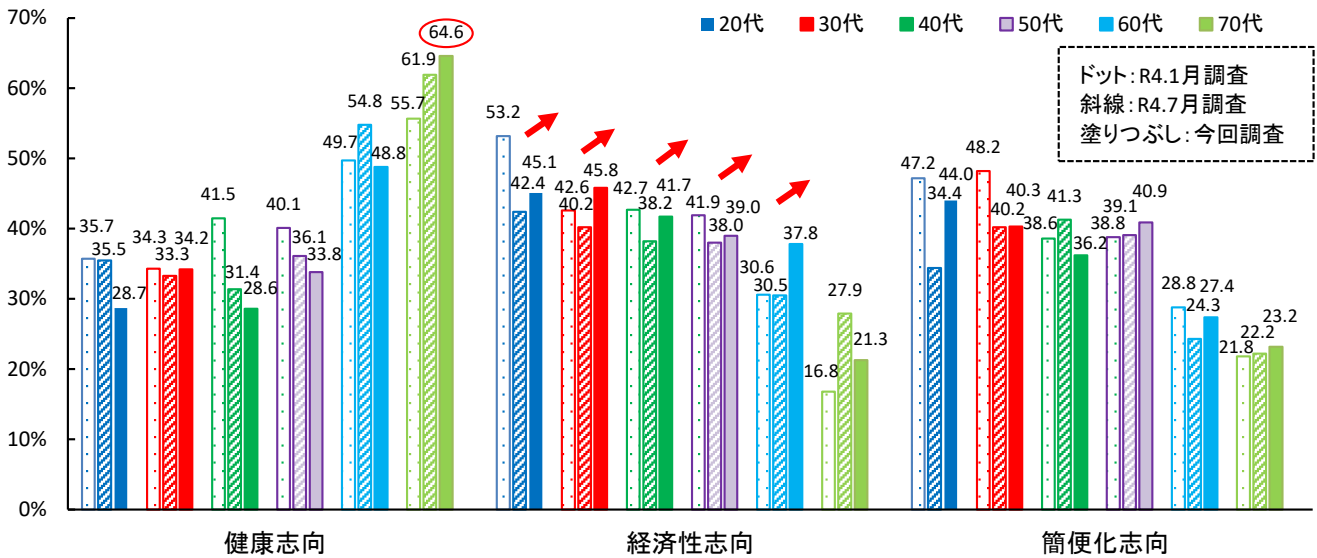


図3 食に関する志向(3大志向、年代別)

- ・「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。



2 国産品かどうかを気にかけるか

図4 食料品を購入するときに国産品かどうかを気にかけるか

- ・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。

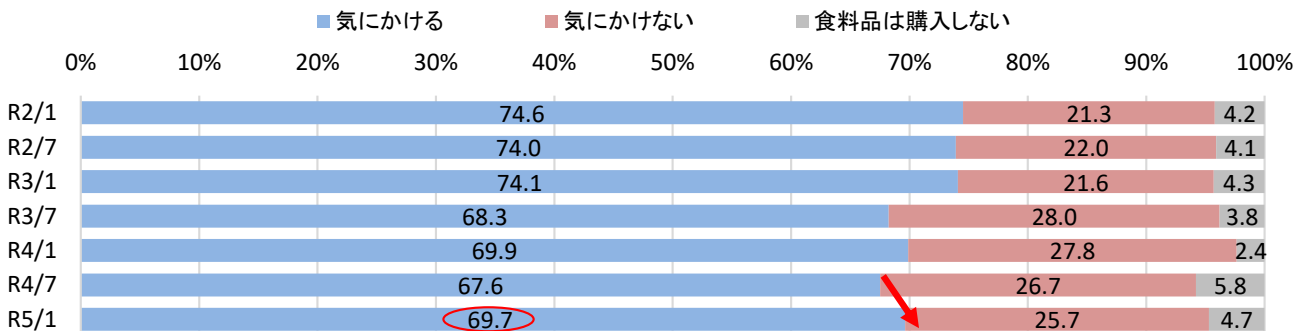


図5 食料品を購入するときに国産品かどうかを気にかける理由

- ・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%)が最も高くなった。

【国産品かどうかを「気にかける」と回答した方】

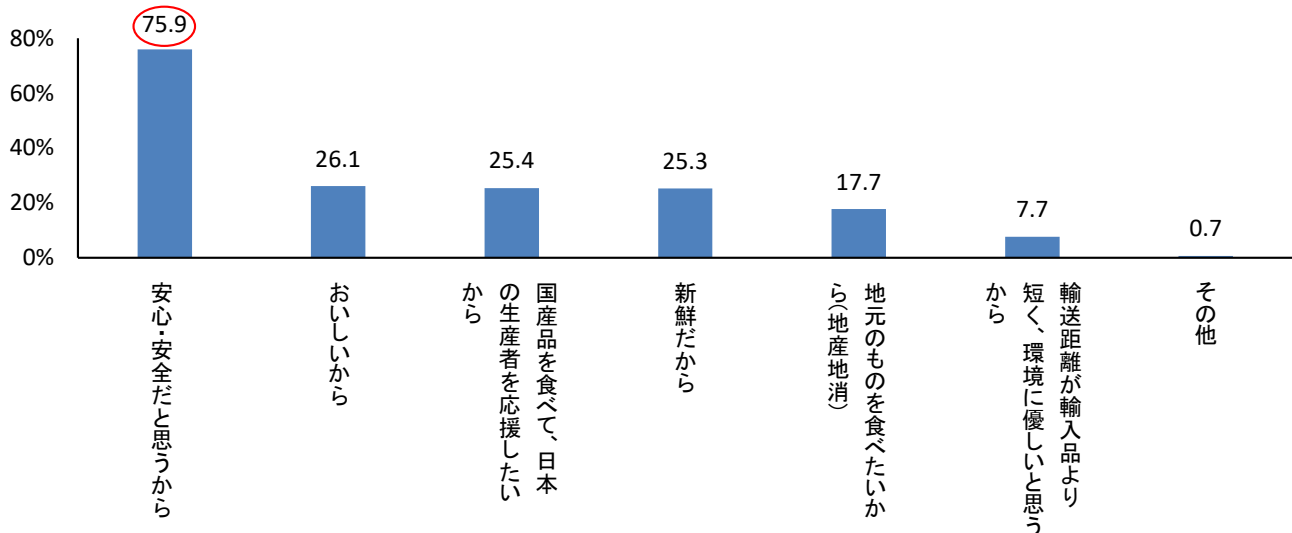
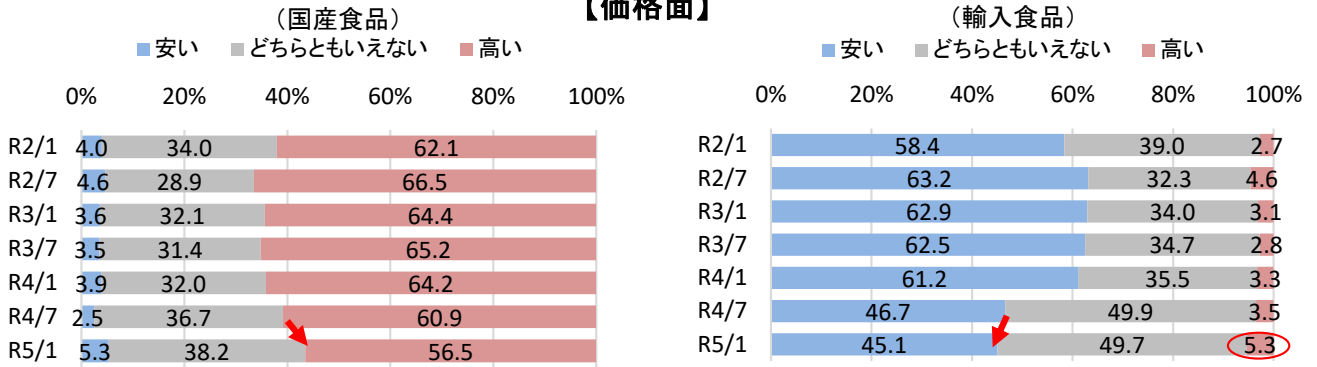


図6 国産食品、輸入食品に対するイメージ(価格面、安全面)

- ・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】



【安全面】

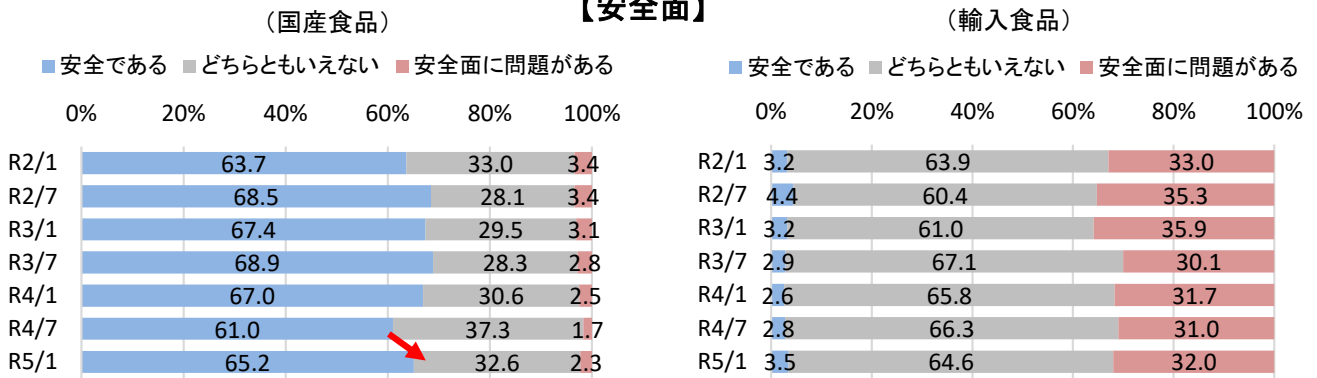


図7 日本の将来の食料輸入についてどのように考えているか

- ・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。

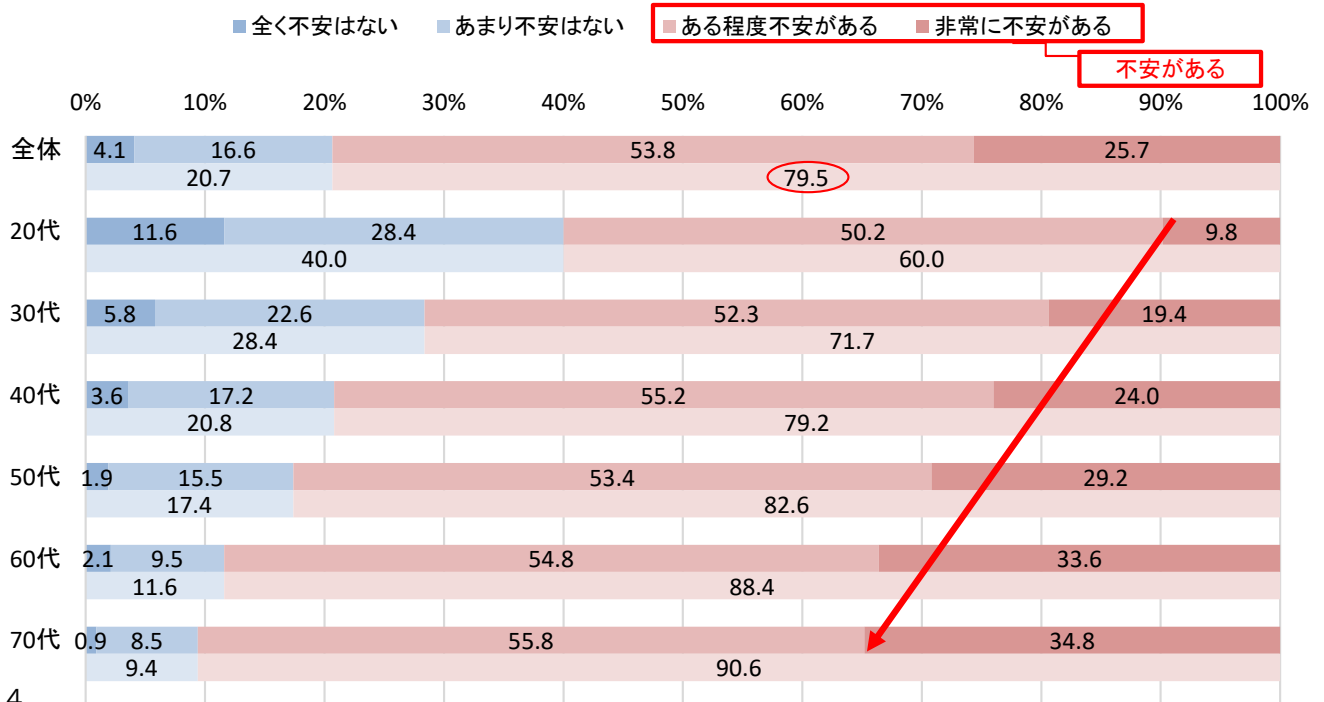
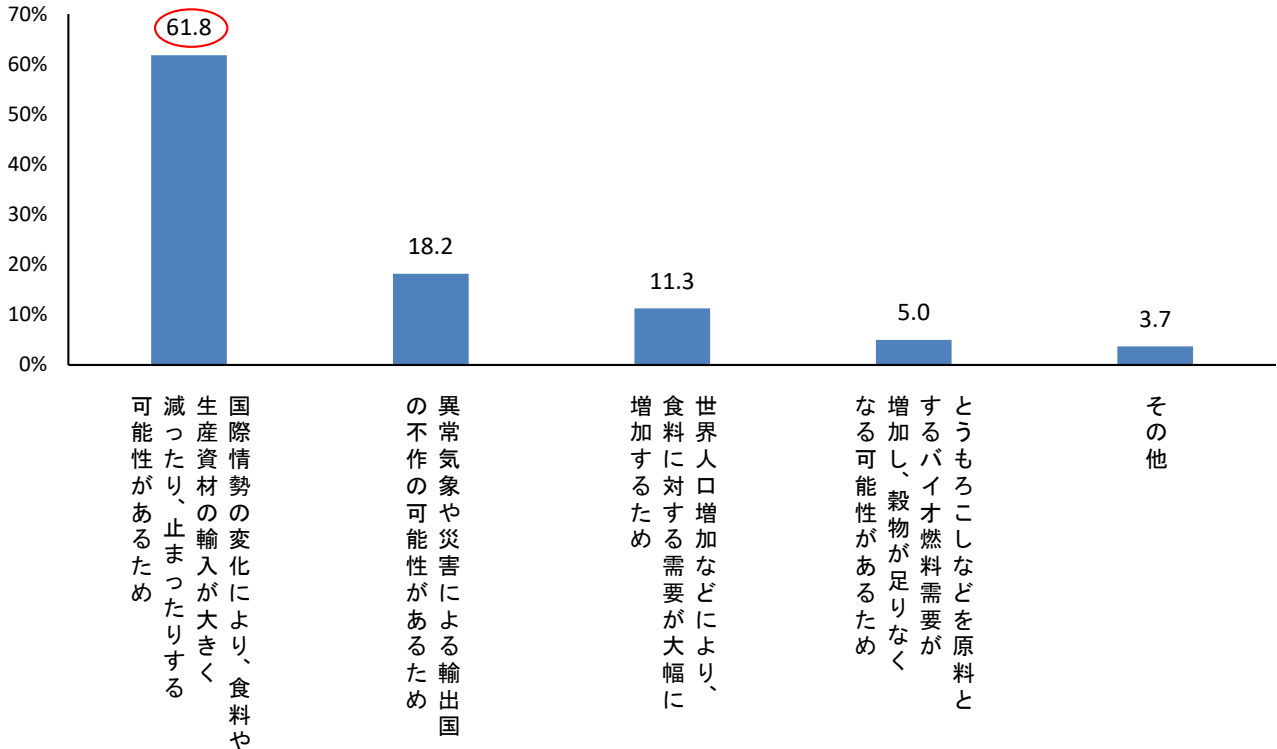


図8 日本の将来の食料輸入について不安があると考える理由

・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。

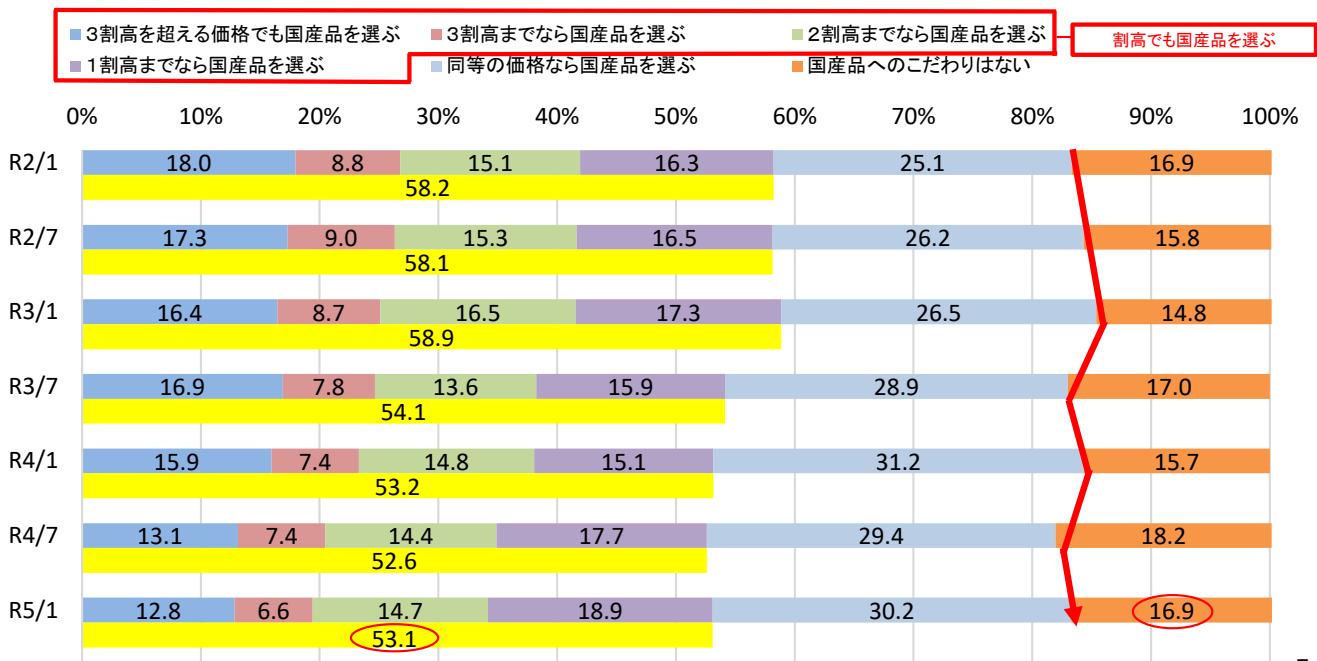
【日本の将来の食料輸入について“不安がある”と回答した方】



3 国産食品の輸入食品に対する価格許容度

図9 国産食品の輸入食品に対する価格許容度の推移

・“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。



4 農村や農業生産者との関わりについて

図10 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。

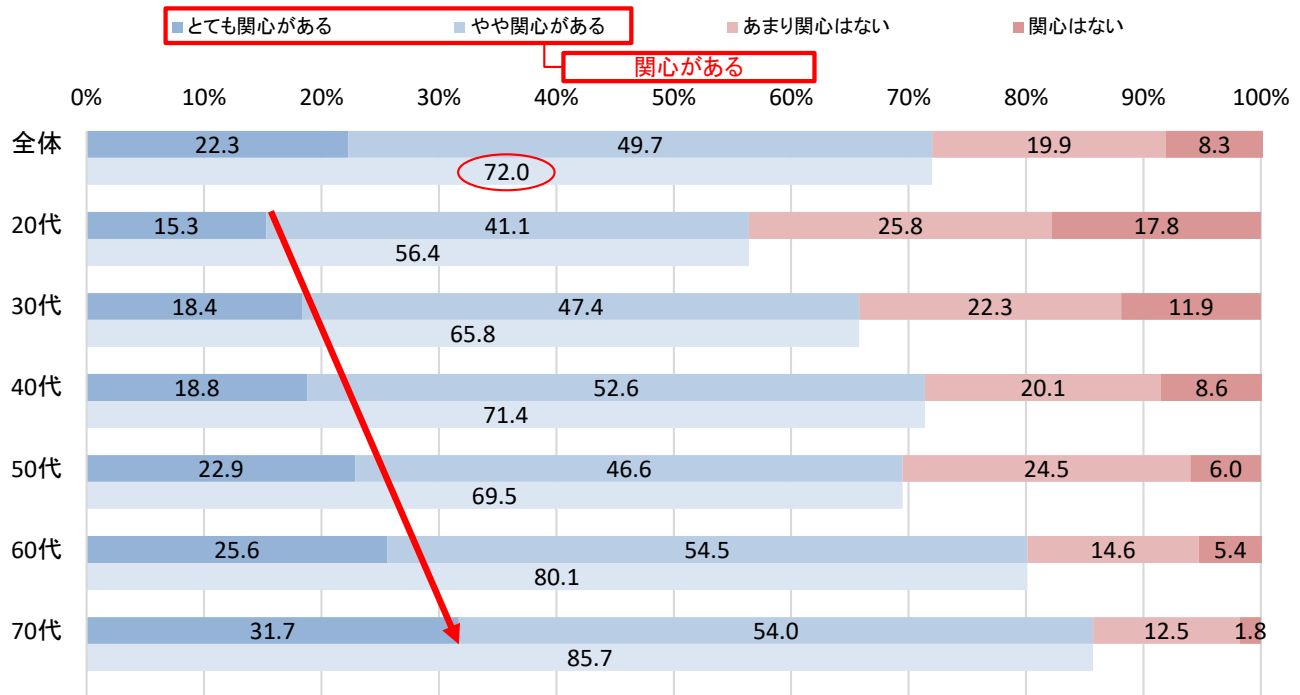


図11 普段食べている農産物の産地・生産者への関心(生産者)

- ・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。

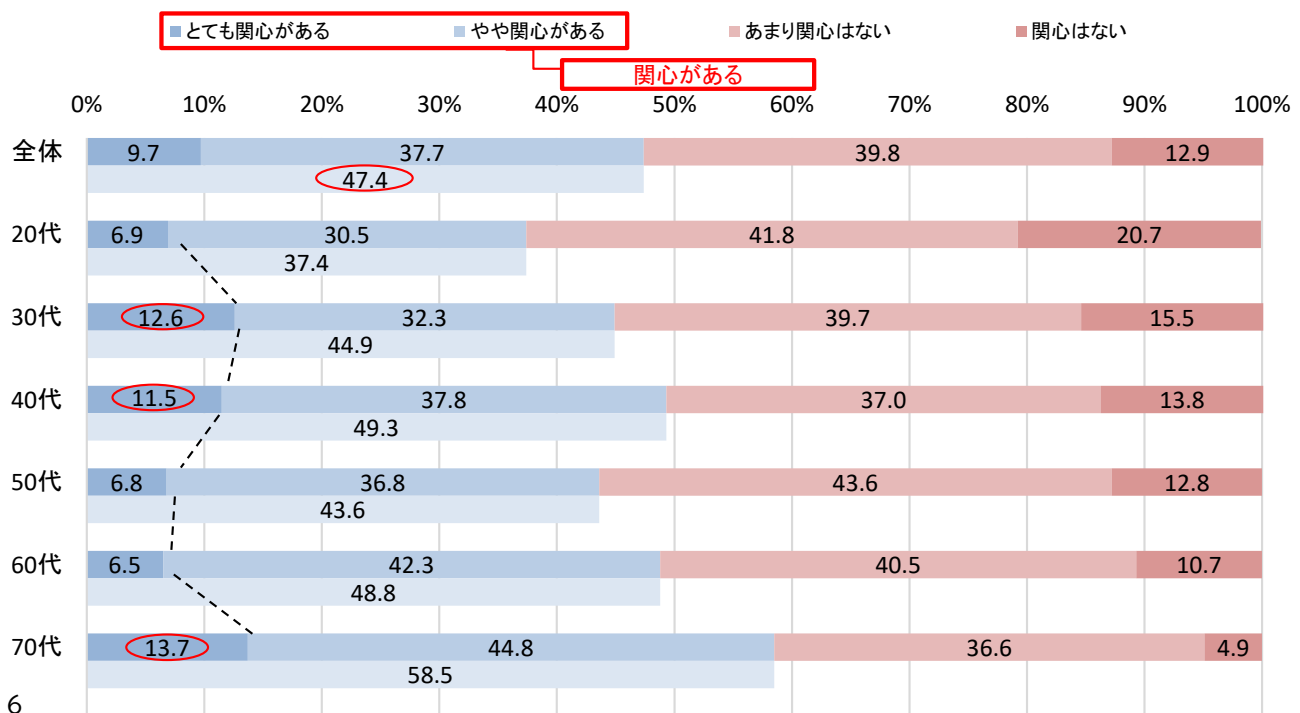


図12 農産物について関心のある情報

- ・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。

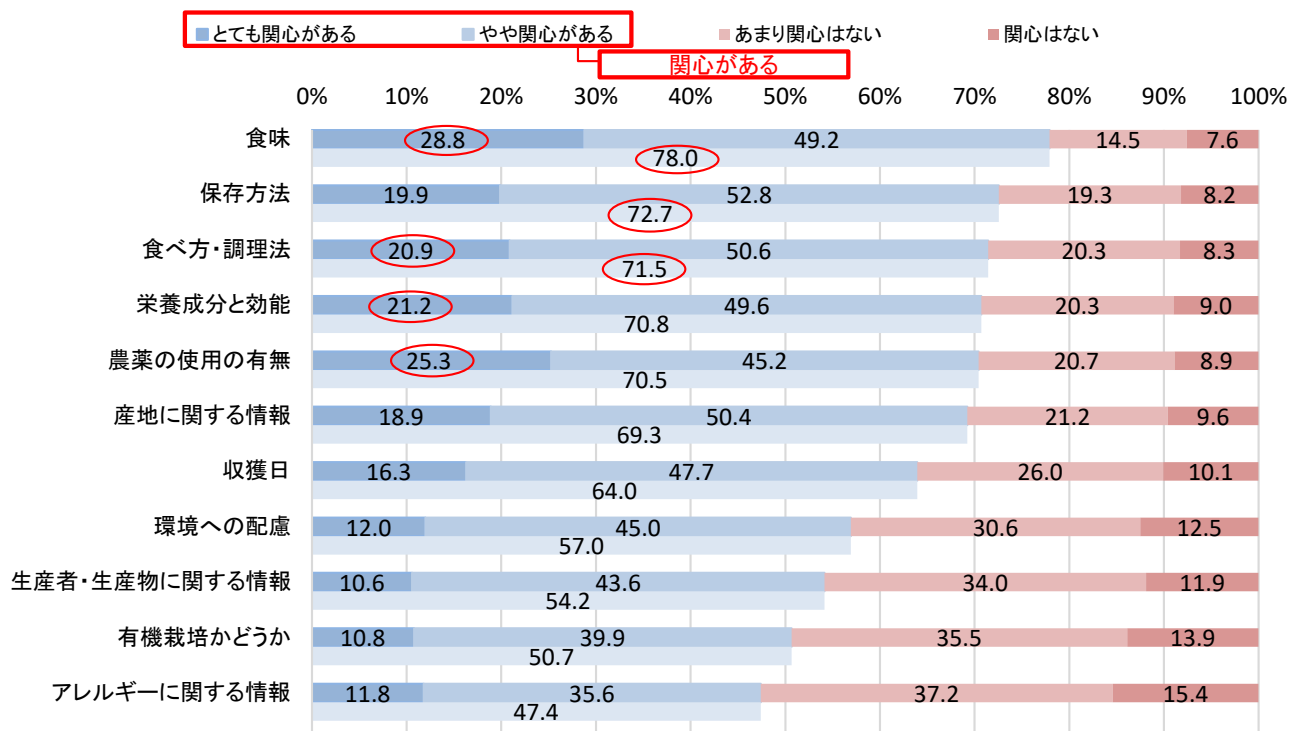


図13 生産者・生産物に関する情報の入手方法(現在の入手方法、今後希望する入手方法)

- ・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】

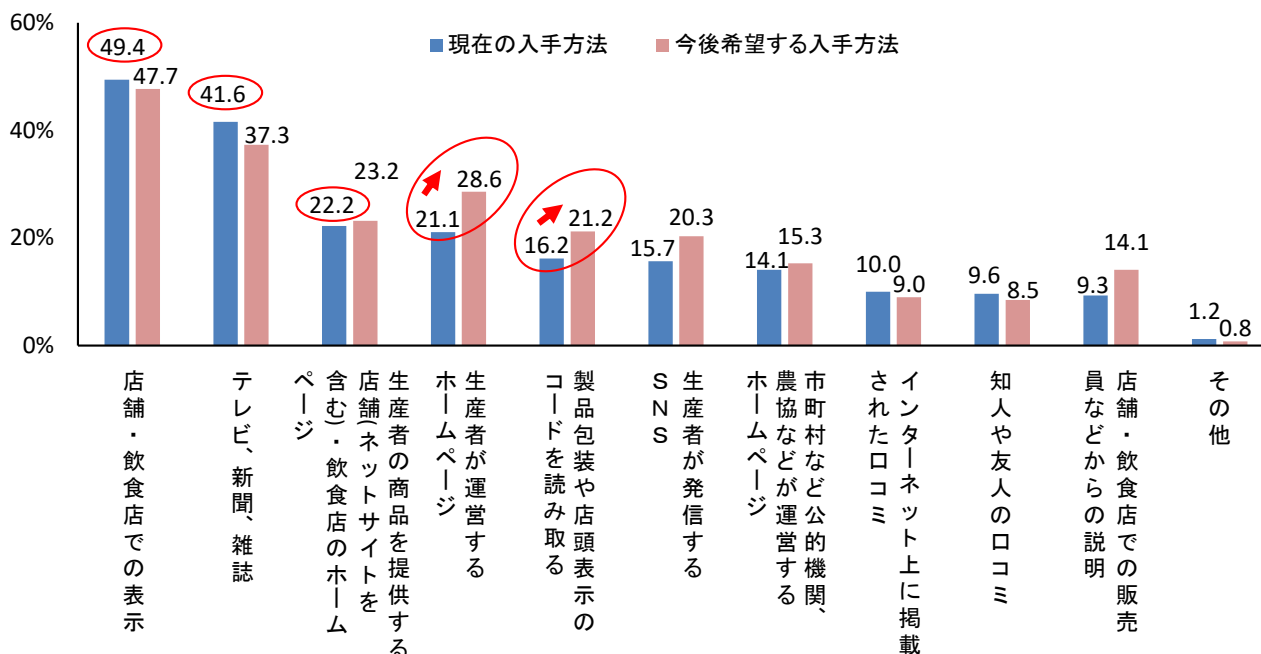


図14 生産者・生産物に関する情報の入手方法(今後希望する入手方法、年代別)

- ・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】

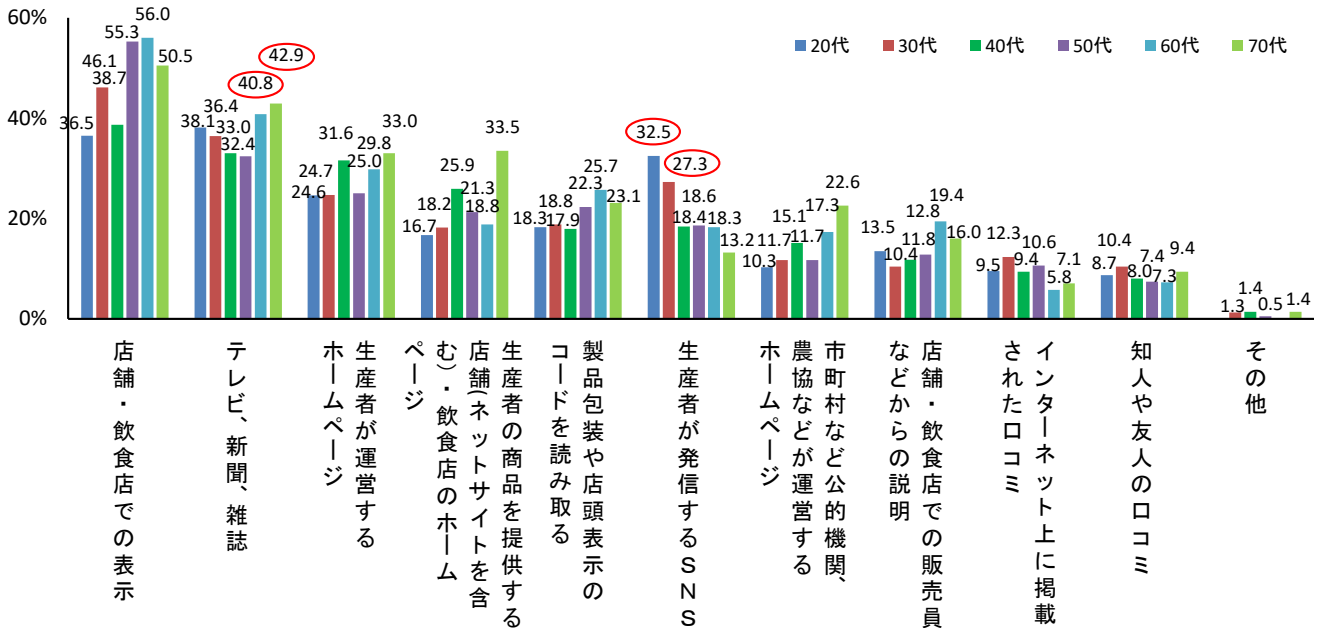


図15 農村や農業生産者との関わりがある行動・取組みの経験、今後の取組み意向

- ・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、全体の割合としては小さいものの、「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。

※【 】は「経験有り」の割合に対する「今後、希望する取組み」の割合の差分

