

平成22年度第2回消費者動向等調査

食の志向等に関する調査結果

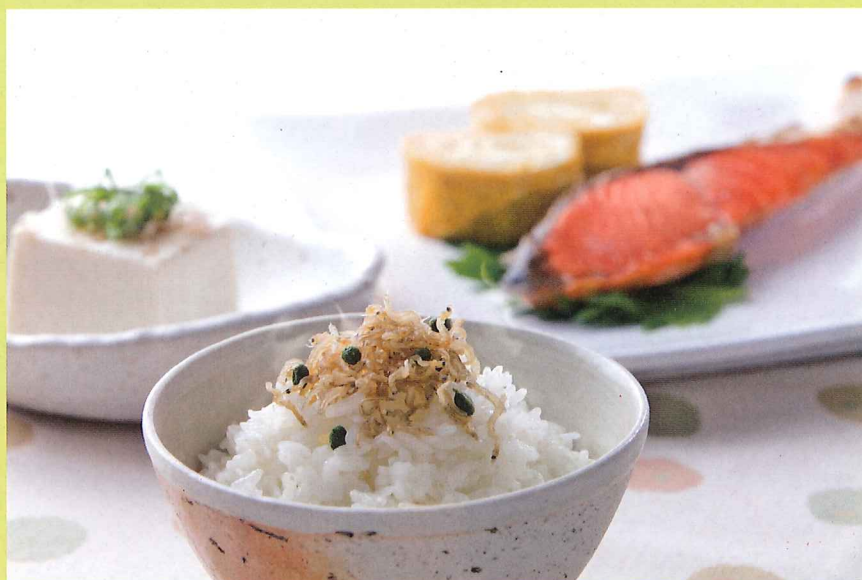
調査要領

調査時期 平成22年12月1日～12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ている。



平成23年2月

食に関する志向

中高年層は「健康志向」、若年層は「経済性志向」を支持

- デフレ経済のもとで高まっていた「経済性志向」が前回調査に引き続き減少し、節約疲れを象徴している。
- 節約意識の高まりから支持された「手作り志向」だが、今回の調査では健康志向の実現、調理の楽しさや食育・地産地消の意識の高まりなどを背景に前回調査と比べ上昇した。今後も全体的に上昇傾向で、手作りそのものを重視した「食に向き合う」とも見られる動きがある。
- 「簡便化志向」は少子高齢化、単身世帯の増加といった社会的構造の変化により、トレンドとしては引き続き上昇傾向にある。
- 「健康志向」は経済環境や食を取り巻く環境に左右されず高水準であり、今回最も強い志向を示している。
- 今後の「健康志向」と「安全志向」は、現在と比べ高い水準となっており潜在的な志向は強いといえる。

図1: 現在の食の志向(上位)の推移

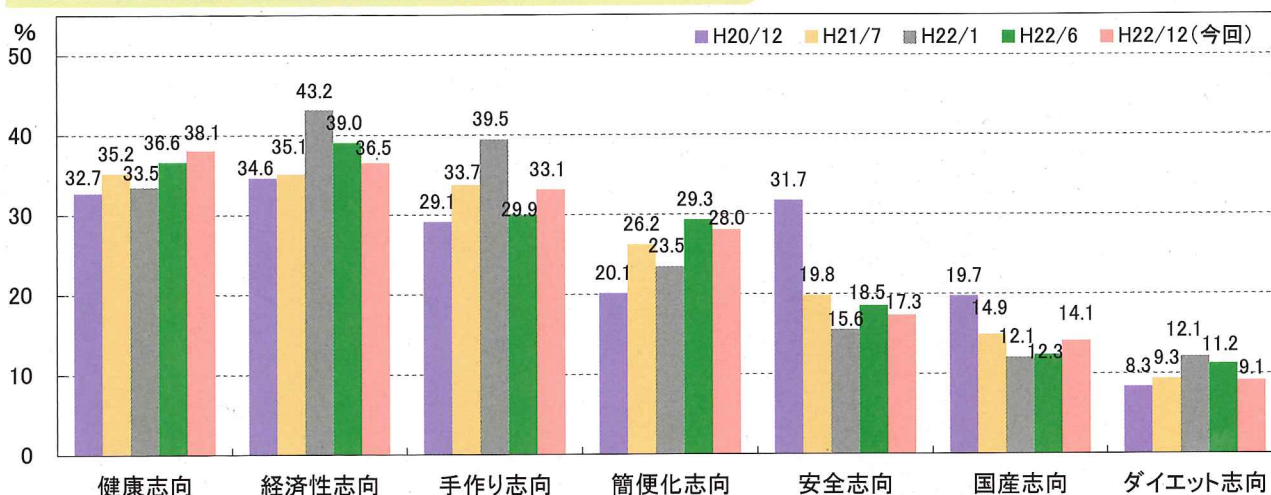


図2: 今後の食の志向(上位)の推移

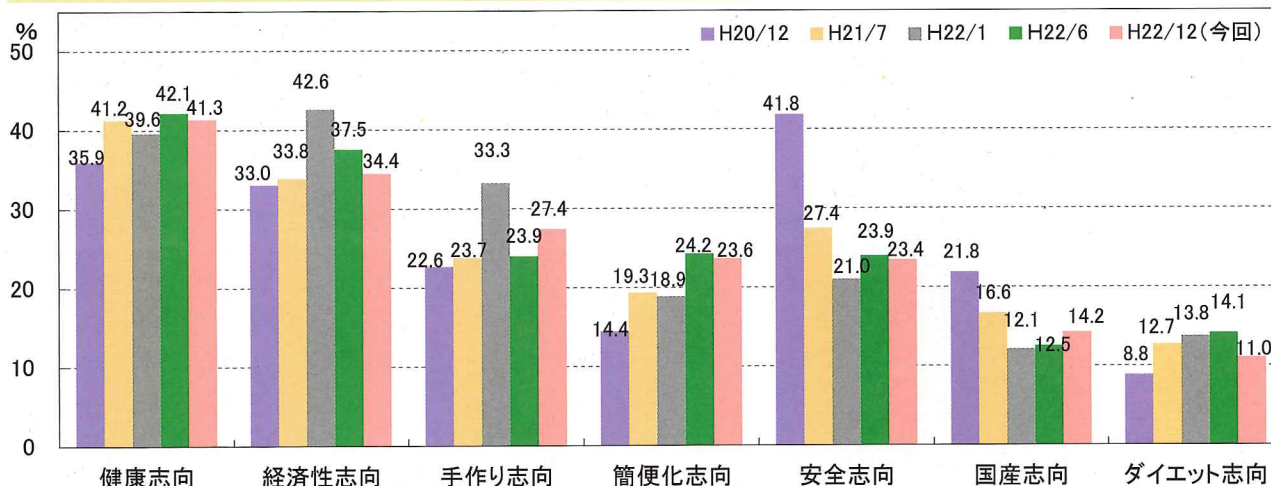
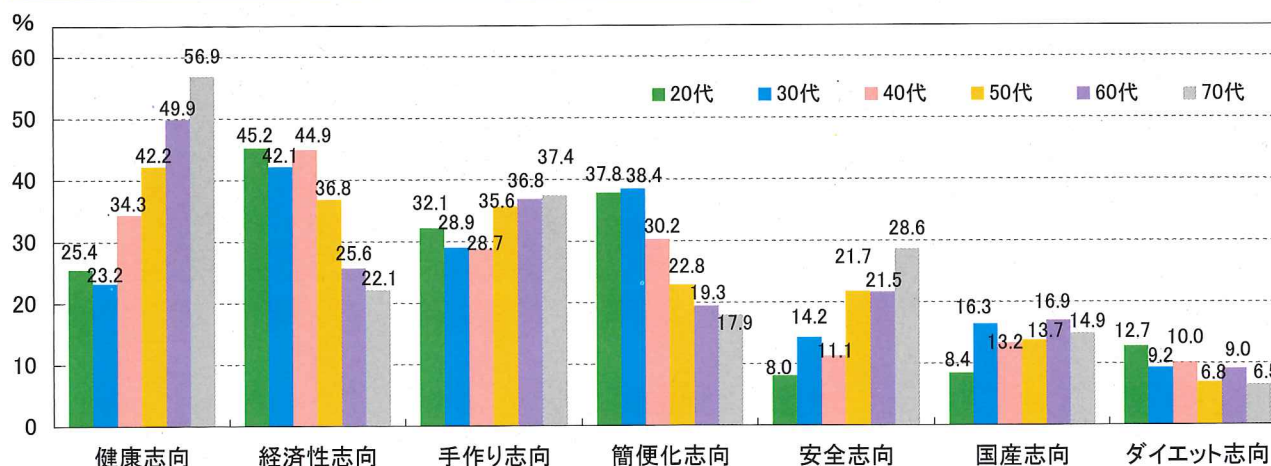


図3: 現在の食の志向(上位・年代別)



国産食品へのこだわり

輸入食品への抵抗感薄れ、低評価に歯止め

- 「食品は国産品を」というこだわりは、依然高い水準を維持しているものの低下傾向である。
一方で、国産品にこだわった外食店が増えている影響もあり、外食時のこだわりはやや回復した。
- 国産原料の食品に対し、安全性、おいしさ、見た目についてのイメージは改善した。
- 輸入食品に対し、安全性、おいしさ、見た目についての評価は低い。低価格の印象も留まる。

図4: 食料品を購入するとき/外食するときの国産品へのこだわり

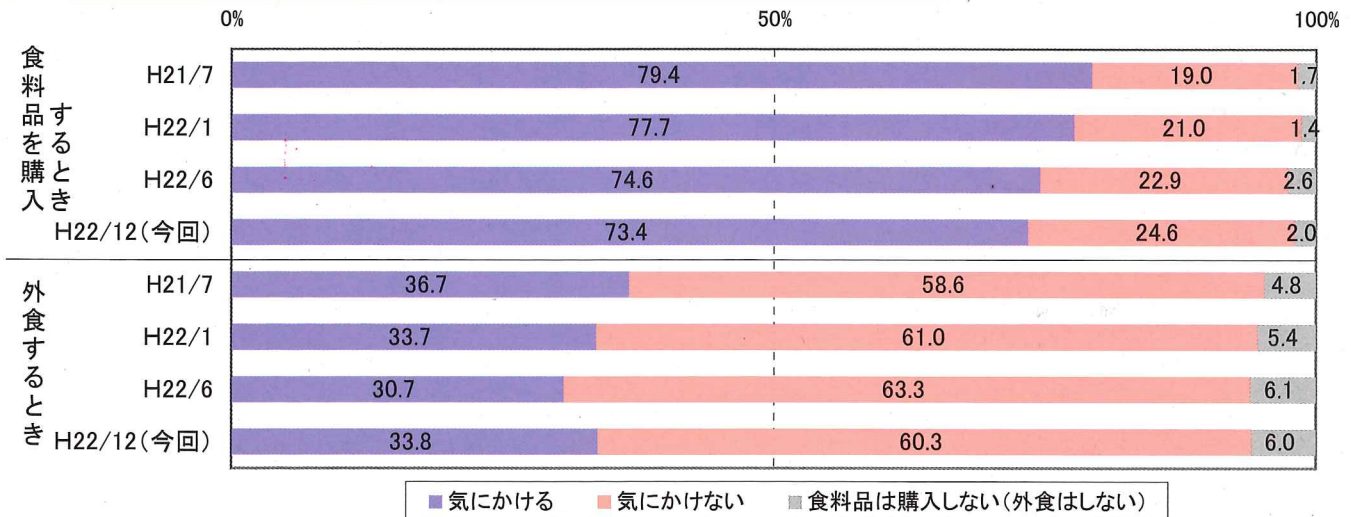


図5: 国産原料の食品に対するイメージ

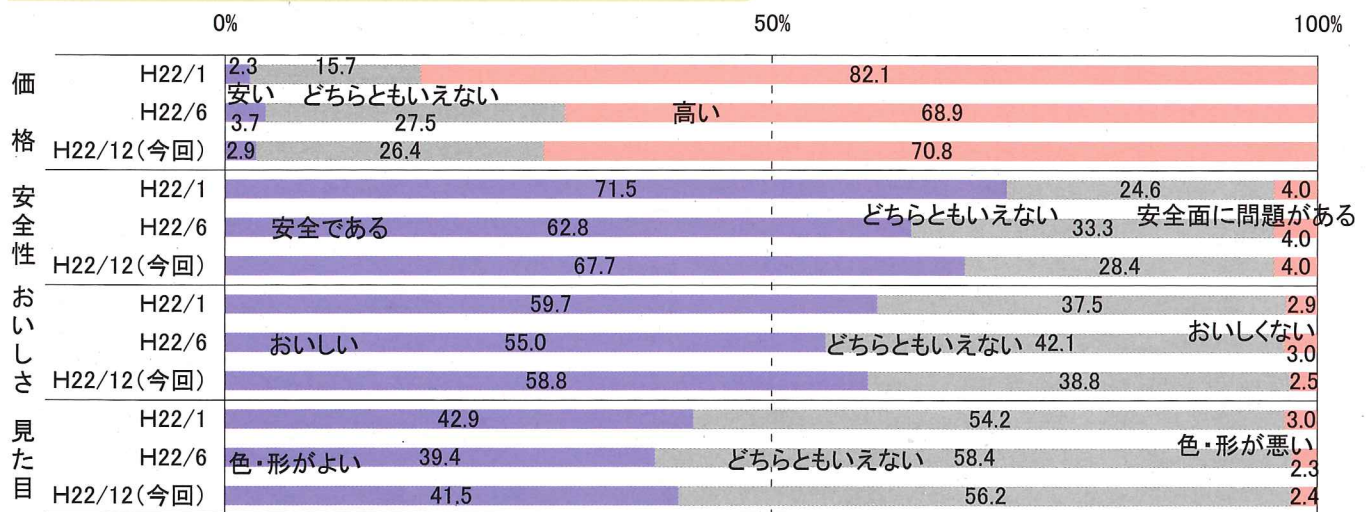
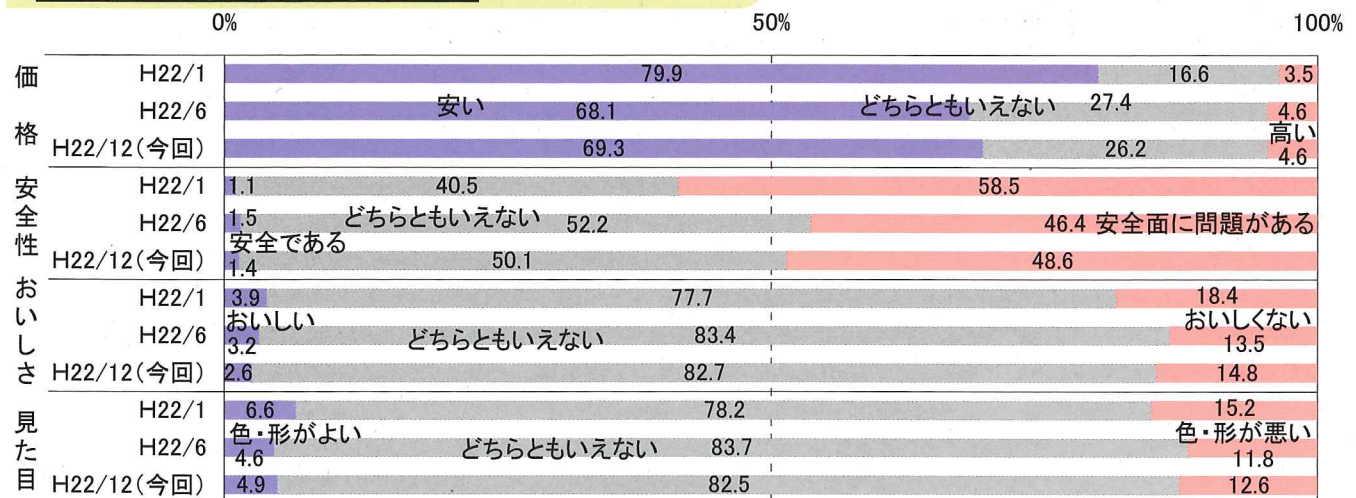


図6: 輸入食品に対するイメージ



国産食品志向は5割以上だが、国産に「こだわりない」層が増加

- 輸入食品より価格が高くて国産食品を選ぶ、という消費者は5割を超えているが、前回に比べ減少した。一方「国産品へのこだわりはない」という層は調査を重ねるごとに増加傾向にある。
- 米、野菜、卵など必需品は、他の品目に比べて国産志向が高い。

図7: 国産食品の輸入食品に対する価格差許容度の推移

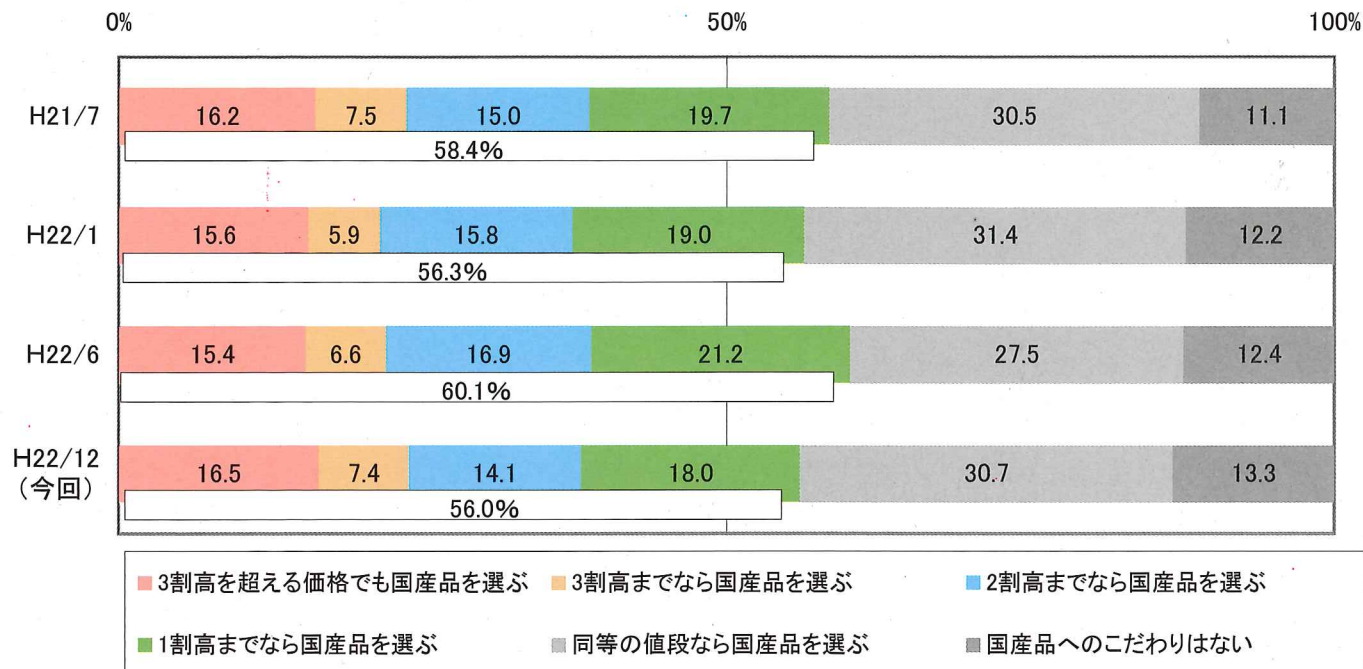
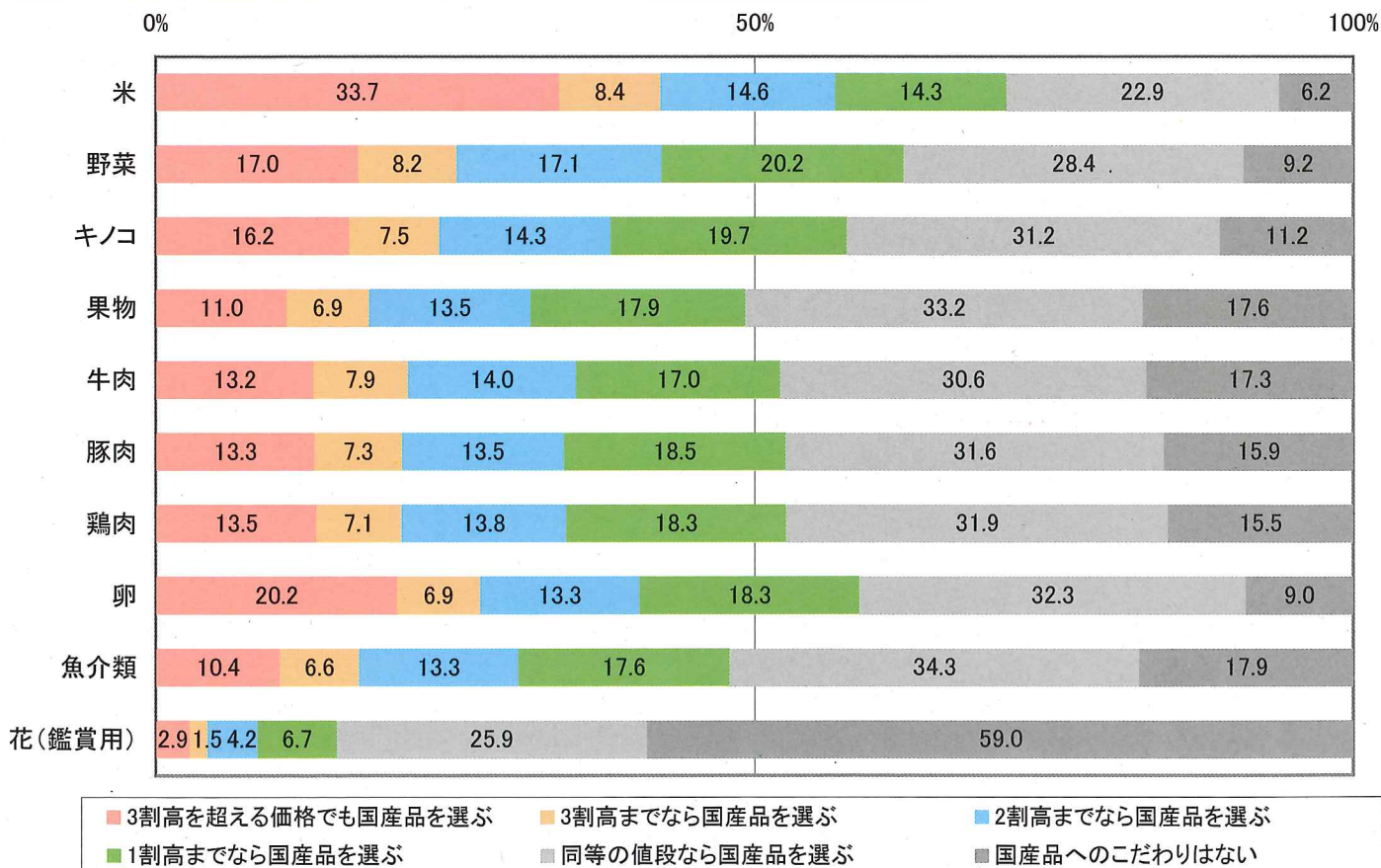


図8: 国産食品等の輸入食品に対する価格差許容度(品目別)



生鮮食品、加工食品ともに、現在の価格水準に概ね満足

- 生鮮食品、加工食品ともに約5割の人は「現在の価格を妥当」と判断し、1～2割の人は「値上げも許容できる」と判断しており、消費者は現在の価格に概ね満足している。ただ、高値となった野菜に対する値下げ圧力は強い。
- 加工食品に対する価格満足度は、調査を重ねるごとに高まっている。

図9: 現在の価格と比べて妥当と思う価格水準(生鮮食品・花)

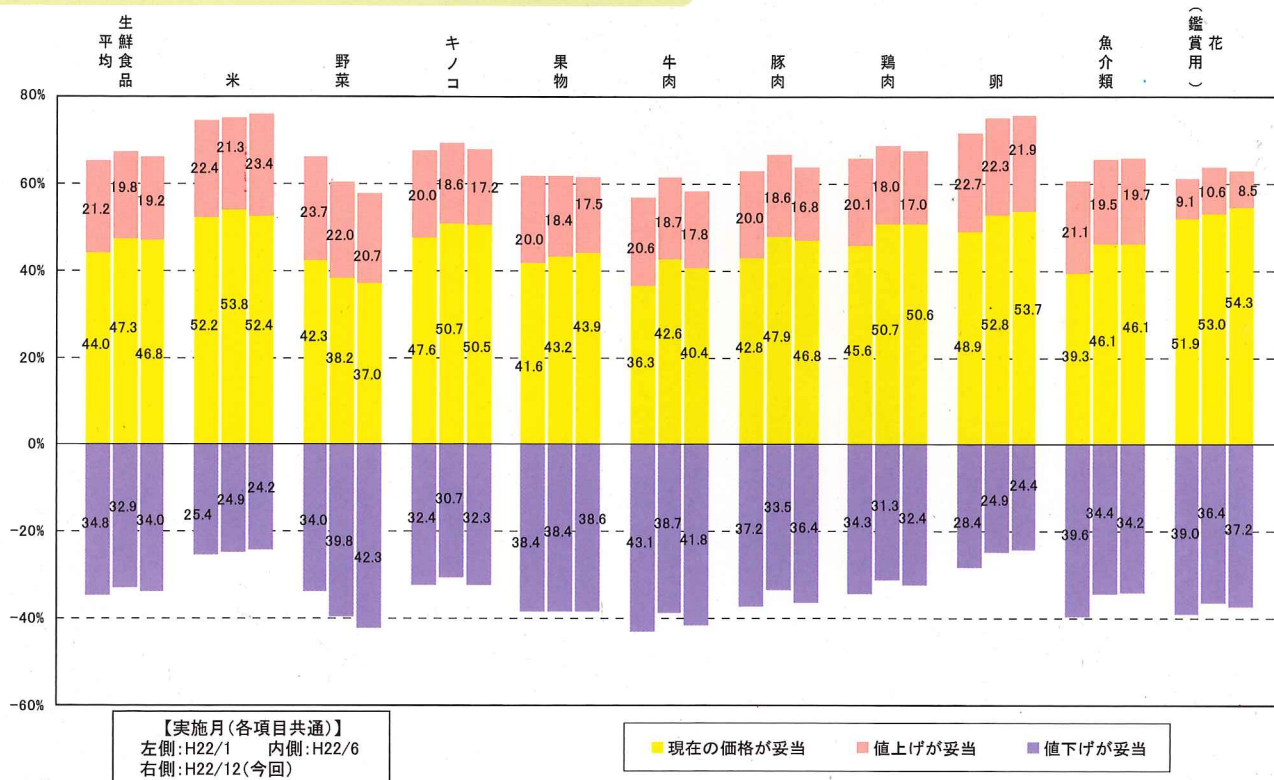
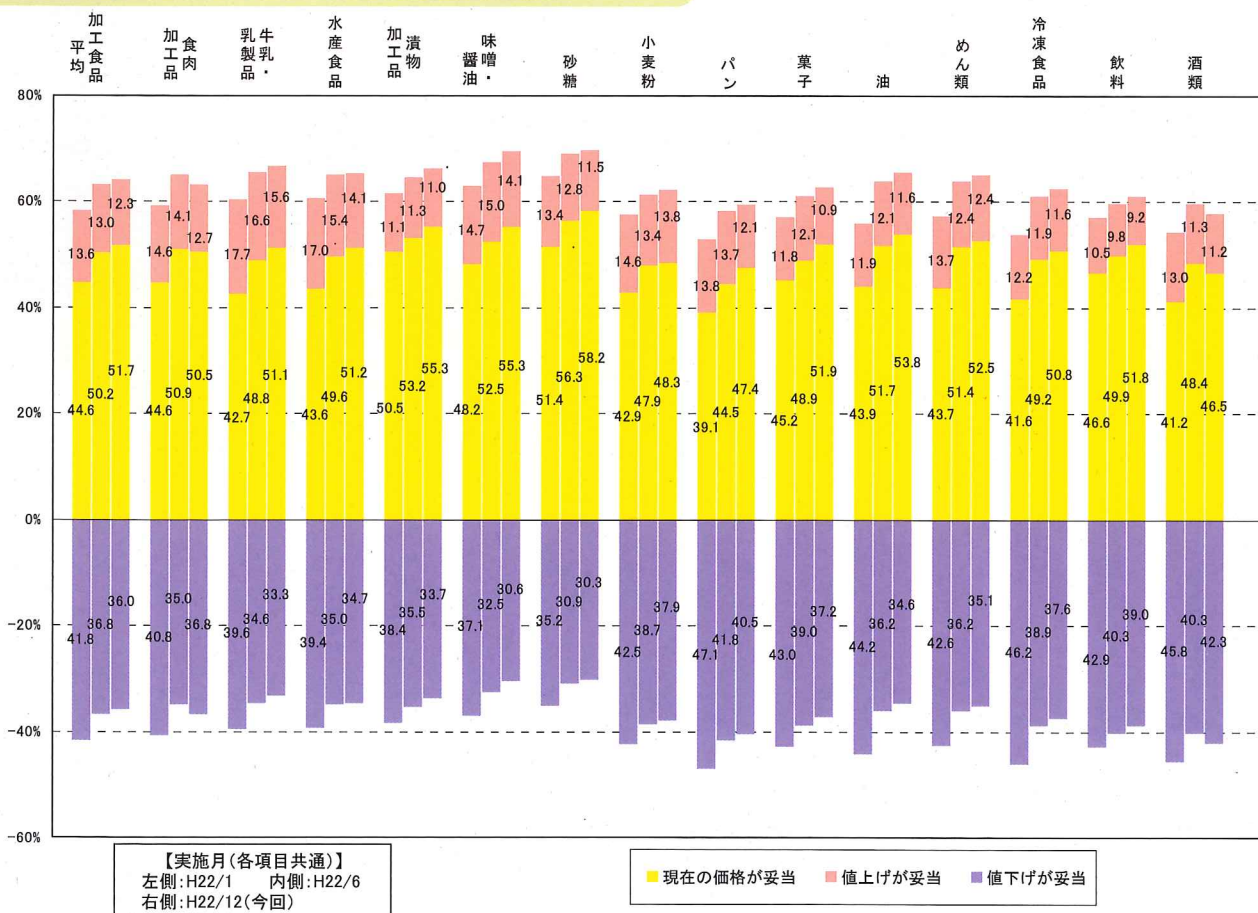


図10: 現在の価格と比べて妥当と思う価格水準(加工食品)



食生活の変化

経済情勢受けての食生活の変化、「中食・外食」が増加

- 「昨今の経済情勢を受けての食生活の変化」を聞いたところ、「中食・外食が増えた」層が3食とも増加した。
- 食品の購入量は依然「減った」と回答した人が「増えた」と回答した人より多い。
- 猛暑などにより価格が高騰した野菜は、購入量が「減った」と回答した人が前回調査に引き続き増加した。

図11: 昨今の経済情勢を受けての食生活の変化

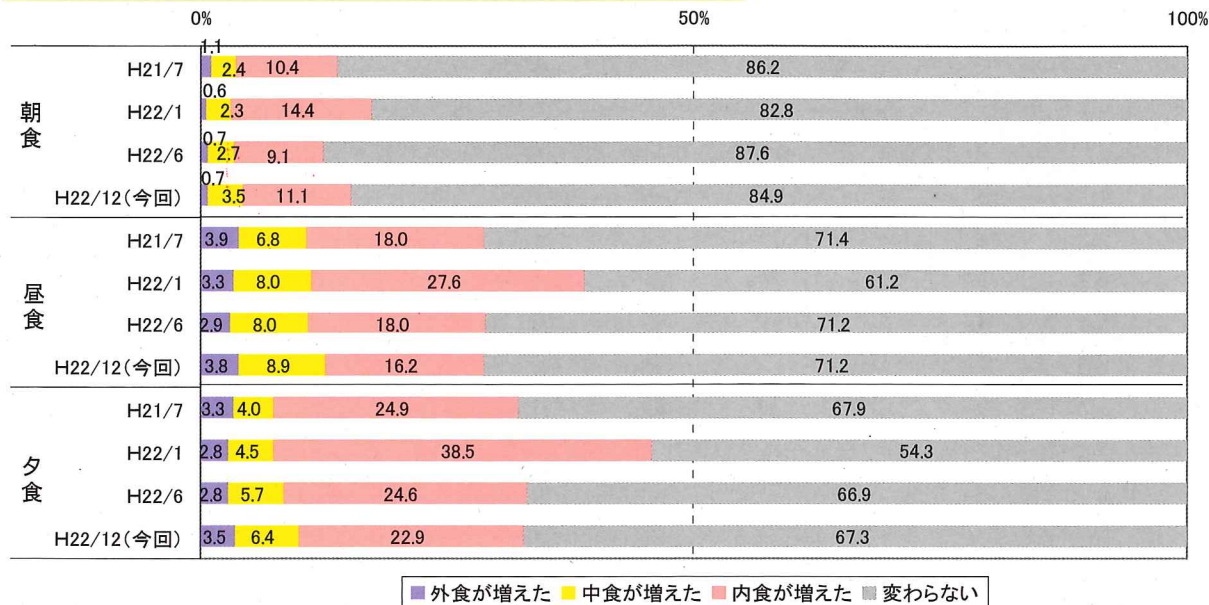
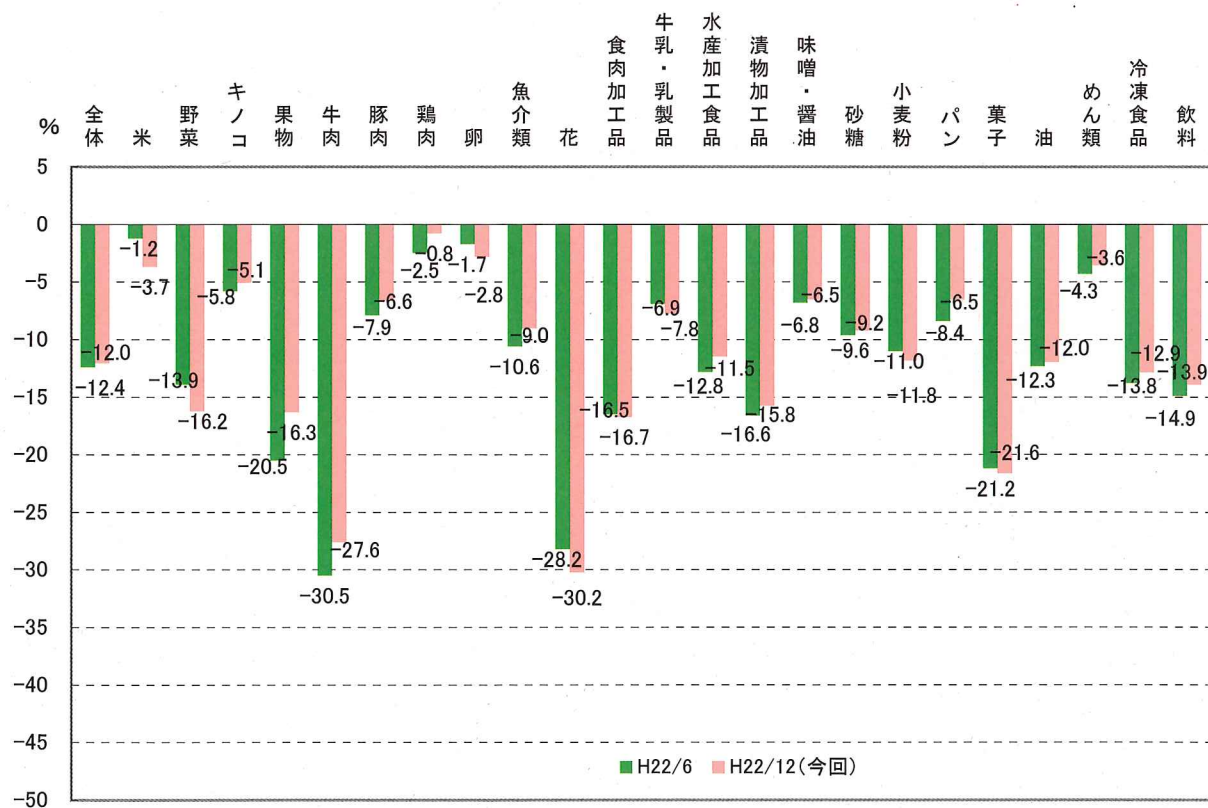


図12: 食品等の購入量の変化(「増えた」と回答した人(%) - 「減った」と回答した人(%))



この調査に関するお問い合わせは、
日本政策金融公庫（農林水産事業）情報戦略部 03-3270-5585までお願いします。

詳しい調査結果を当公庫ホームページ (<http://www.afc.jfc.go.jp/>)に掲載しています。
トップページから「各種レポート」→「消費者動向等調査」の順でご覧ください。