

食の志向、トップの「健康」や「安全」がさらに上昇

～輸入食品と比べた価格許容度は「割高でも国産品を選ぶ」が調査開始以来3番目の高さ～
＜平成28年度下半期消費者動向調査＞

日本政策金融公庫（略称：日本公庫）農林水産事業が平成 29 年 1 月に実施した「平成 28 年度下半期消費者動向調査」の結果、現在の食の志向は「健康志向（44.1%）」が前回調査よりも 2.5 ポイント上昇し、実に 13 半期連続でトップとなり、食を通じて健康をめざそうという意識の高さが見えました。今回調査では、減少傾向にあった「安全志向（21.9%）」も 2.2 ポイント上昇しました。

また、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を聞いた調査では、「気にかける（80.4%）」が前回調査よりもさらに 3.8 ポイント上昇しました。輸入食品と比べ、どのくらいの価格レベルまでなら国産食品を選ぶか価格許容度を聞いた調査では、「割高でも国産品を選ぶ（64.1%）」が前回調査より 2.7 ポイント上昇し、平成 20 年の調査開始以来 3 番目に高い割合となりました。

詳細は以下のとおりです。

＜調査結果のポイント＞

○ 「健康志向」がさらに上昇し、13 半期連続トップ（資料：図1）

消費者の現在の食の志向について、「健康志向」「経済性志向」「簡便化志向」が三大志向であることは変わらないものの、「健康志向（44.1%）」は、前回調査（平成 28 年 7 月）より 2.5 ポイント上昇し、「安全志向（21.9）」も、前回調査より 2.2 ポイント上昇しました。

一方で、「経済性志向（35.2%）」は前回調査より 0.1 ポイント低下とほぼ変わらず、「簡便化志向（30.2%）」は前回調査より 1.4 ポイント低下、また、「国産志向（17.3%）」も前回調査より 1.0 ポイント低下となりました。

○ 20 代で食の「簡便化志向」が上昇（資料：図2）

現在の食の志向について、世代別に見てみると 20 代で「簡便化志向」が上昇し、今回の調査では 1 位となりました。一方、40 代では「経済性」が 1 位、50 代以上では「健康志向」が 1 位となり、年代が上がるにつれて、「健康志向」の比率が高くなりました。

○ 今後の食の志向、「経済性志向」よりも「健康志向」を重視(資料:図3、4)

今後の食の志向については、「健康志向 (47.2%)」、「経済性志向 (35.2%)」次いで「簡便化志向 (27.2%)」と、現在の食の志向と同じ順となりました。

この結果について、現在の食の志向と比較してみると、「健康志向」は現在の食の志向から 3.1 ポイント上昇している一方で、「経済性志向」は同じポイントとなっており、「簡便化志向」は 3.0 ポイント低下となっています。このことから、消費者の食の志向は、今後「経済性」や「簡便化」よりも、「健康志向」に向かうことがうかがえます。

○ 国産か気にする割合、「食料品購入時」は上昇も、「外食時」は低下(資料:図5、6)

食料品を購入するとき、あるいは外食するとき国産かどうかを気にかけるかどうかを聞いたところ、食料品の購入時に「気にかける (80.4%)」は前回調査より 3.8 ポイント上昇する一方で、外食時に「気にかける (33.9%)」は 4.2 ポイント低下となり、食料品の購入時に気にかける割合と、外食時に気にかける割合の差は、調査開始以来最大となりました。

○ 「割高でも国産食品選ぶ」が 64%、前回調査よりも上昇(資料:図7)

輸入食品と比べ、どのくらいの価格レベルまでなら国産食品を選ぶか、いわゆる価格許容度を聞いたところ、「割高でも国産品を選ぶ (64.1%)」は、前回調査より 2.7 ポイント上昇し、調査開始以来 3 番目に高い割合となった一方、「3 割高を超える価格でも国産品を選ぶ (18.3%)」は前回調査より低下しており、高すぎる国産食品は避けられる傾向がうかがえます。

調査時期	平成 29 年 1 月 1 日～1 月 15 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/2つまで回答

※四捨五入の関係上、合計が一致しない場合があります。

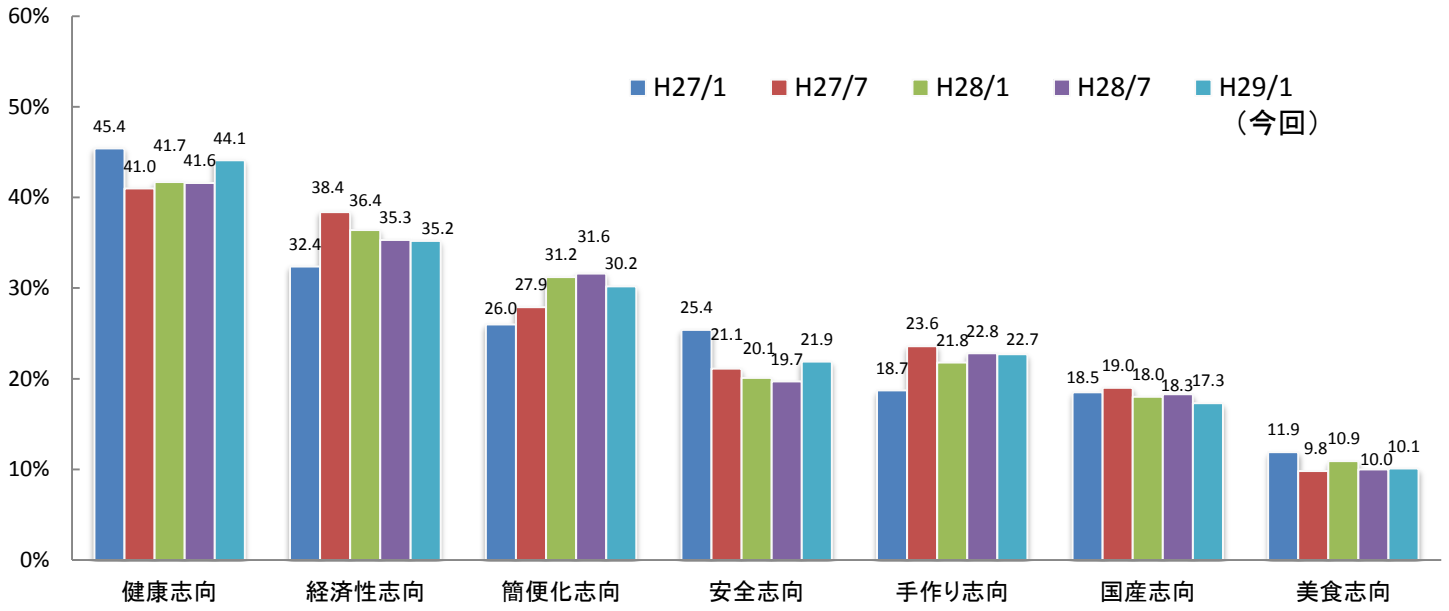


図2 年代別 現在の食の志向の推移

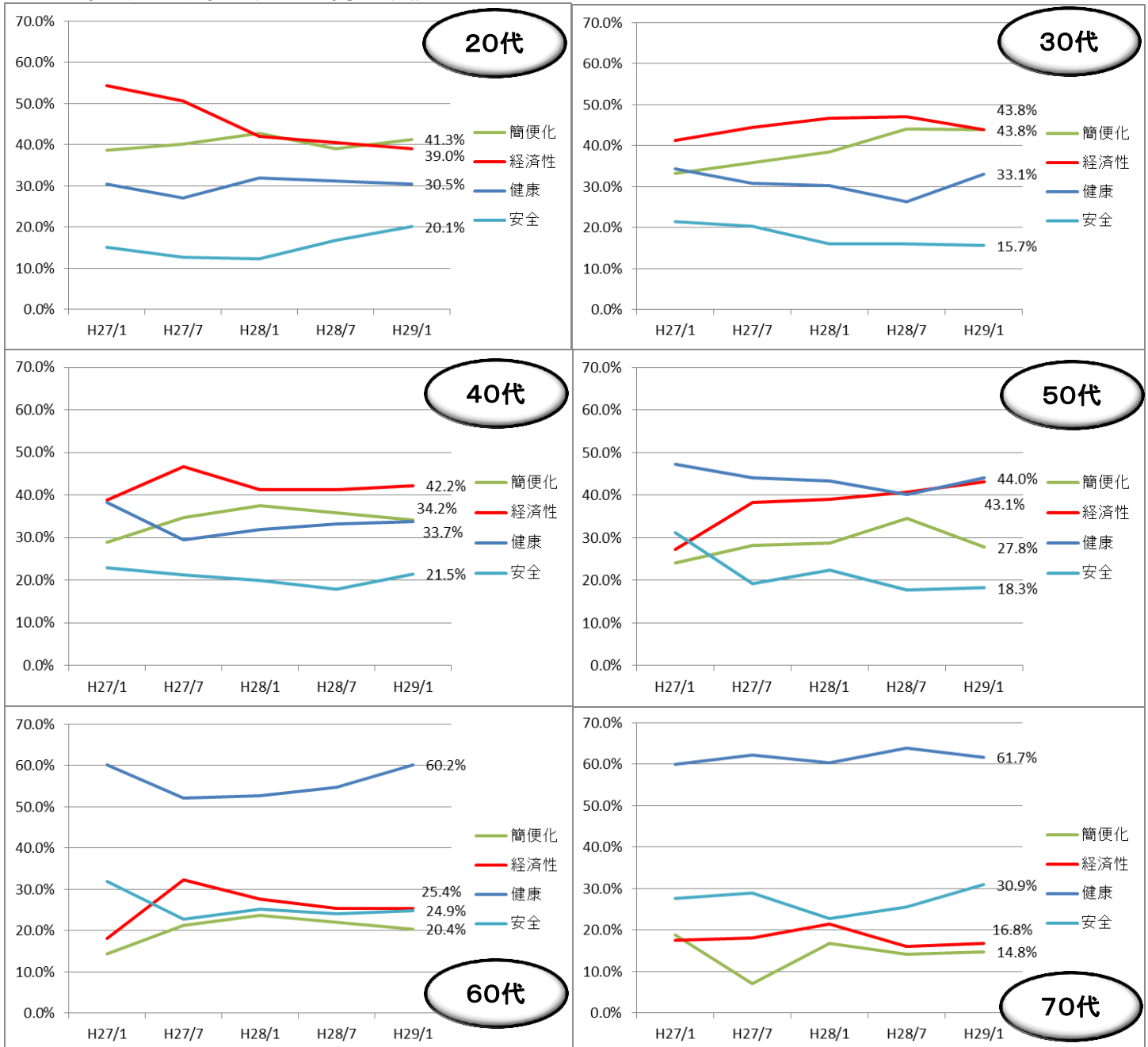


図3 今後の食の志向（上位）の推移/2つまで回答

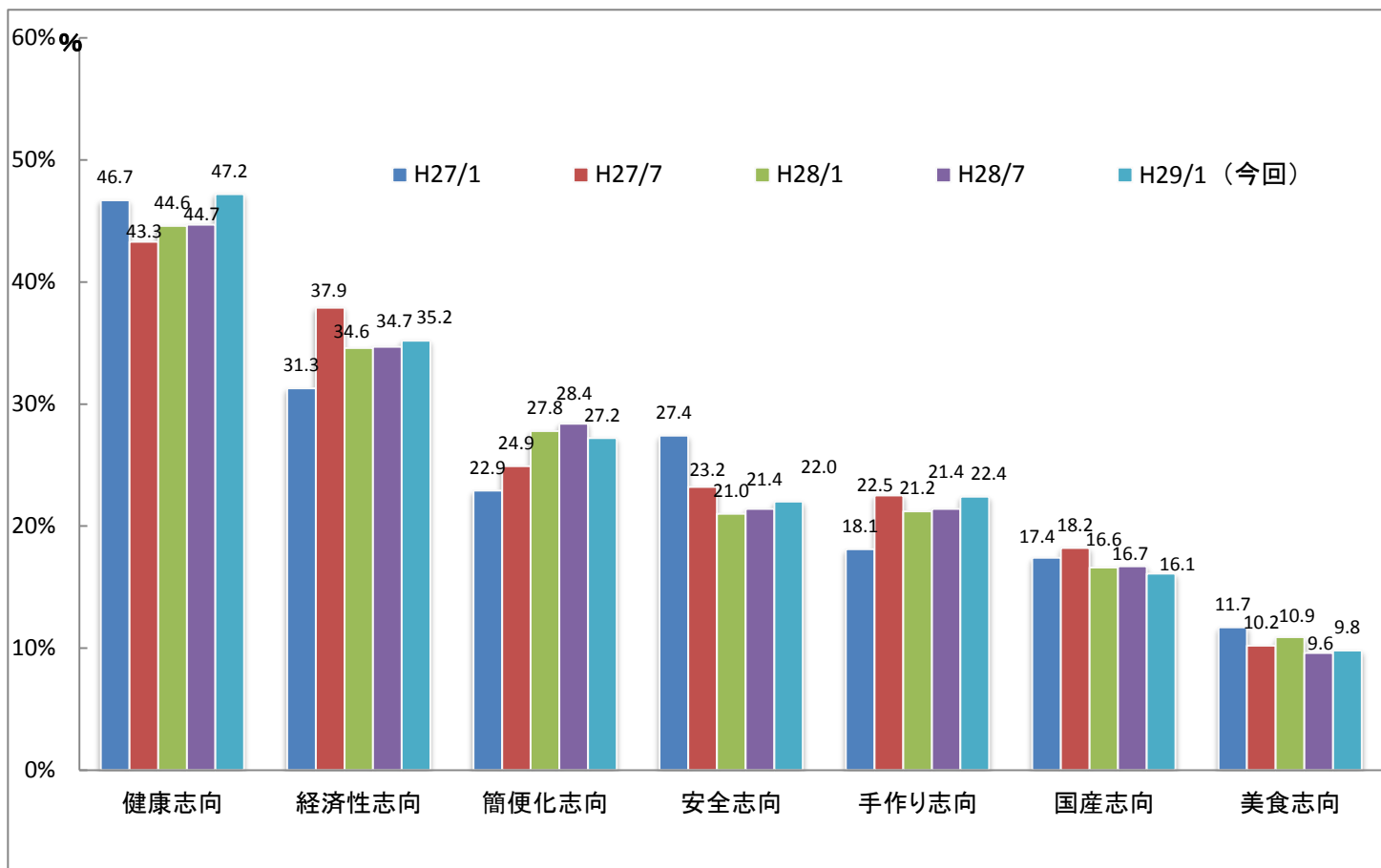


図4 現在と今後の食の志向の違い（H29年1月調査結果）

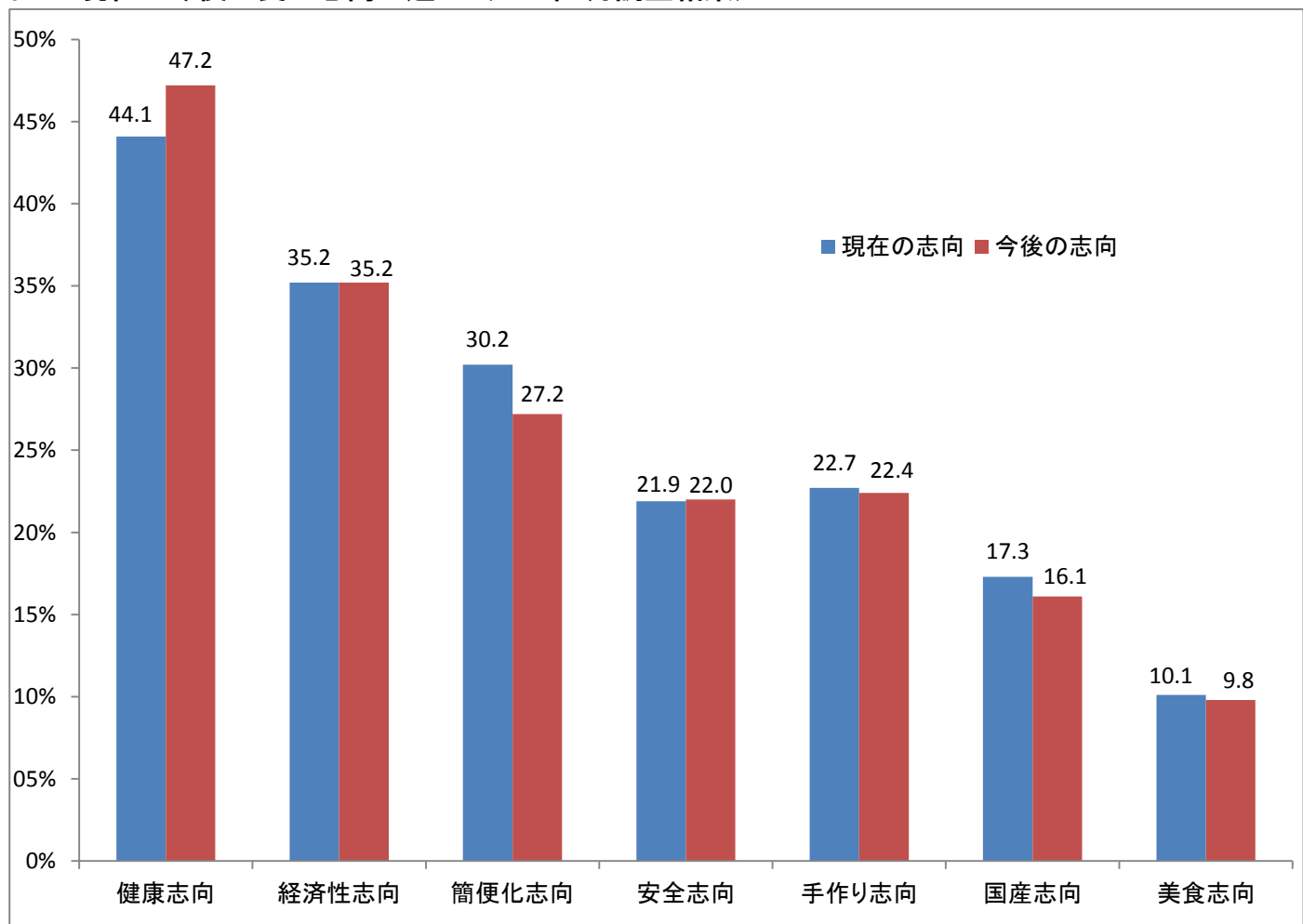
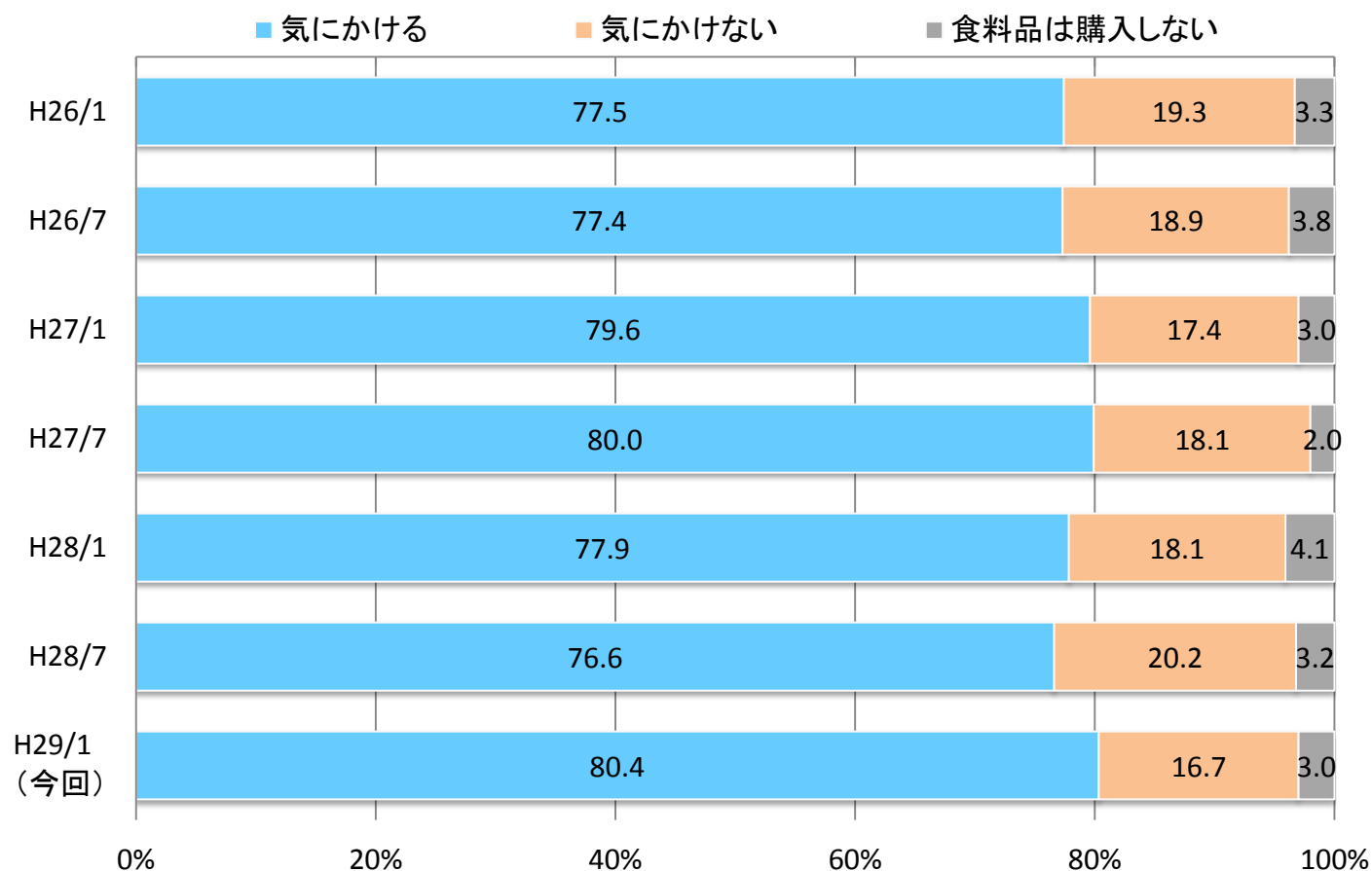


図5 食料品を購入するとき/外食するとき国産品かどうかを気にかけるか

(1) 食料品を購入するとき



(2) 外食するとき

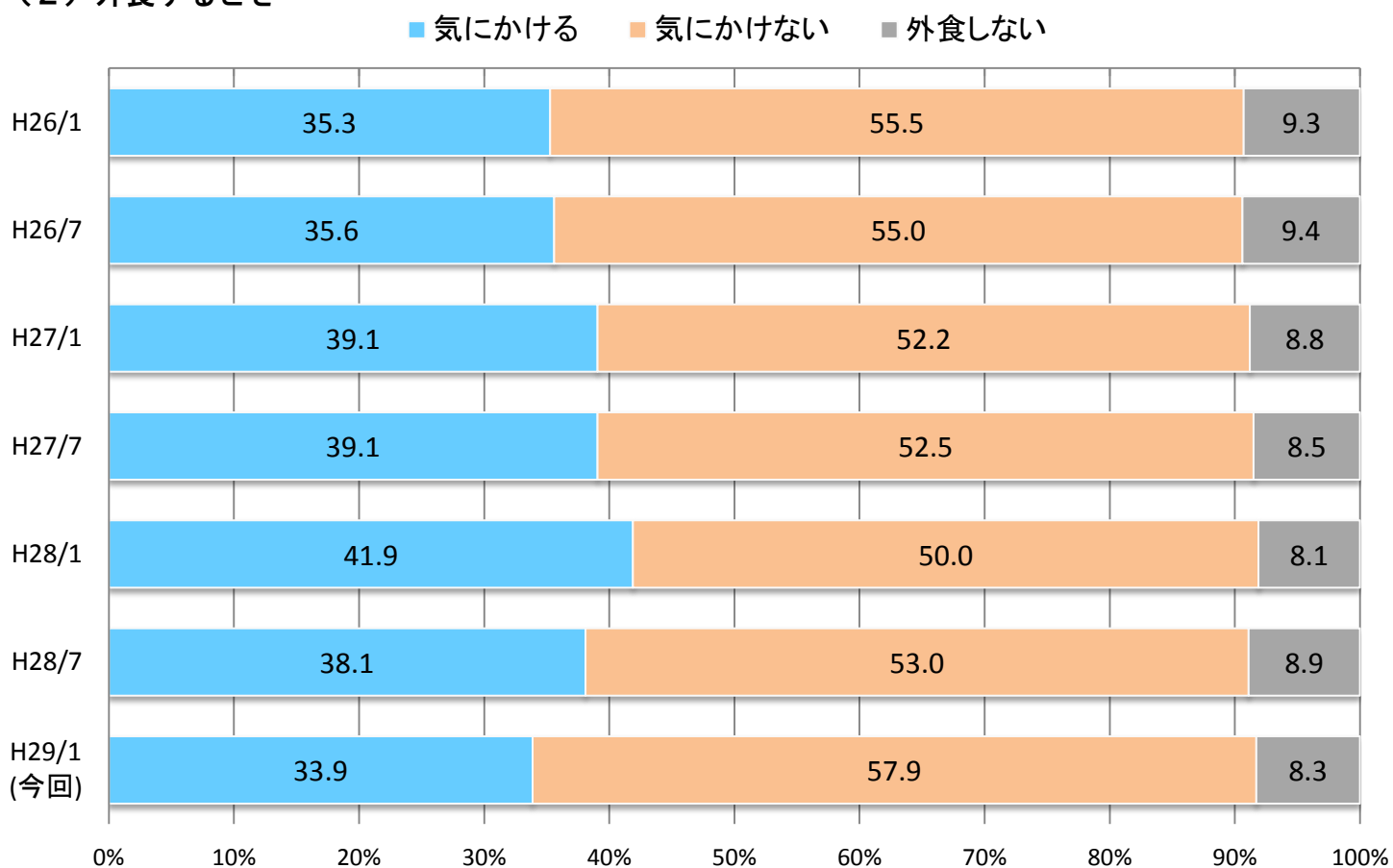
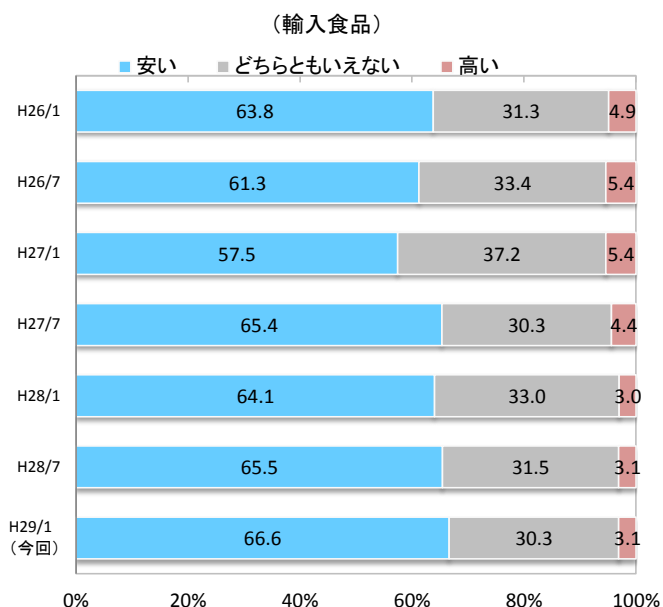
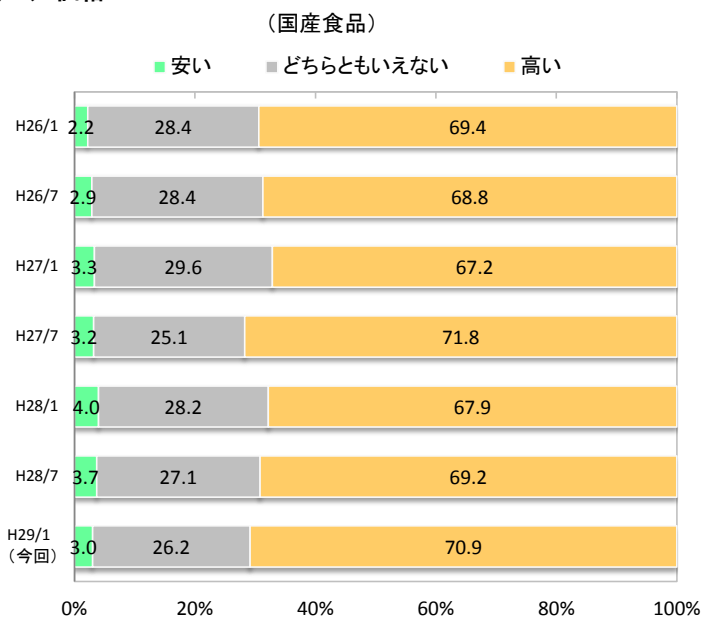
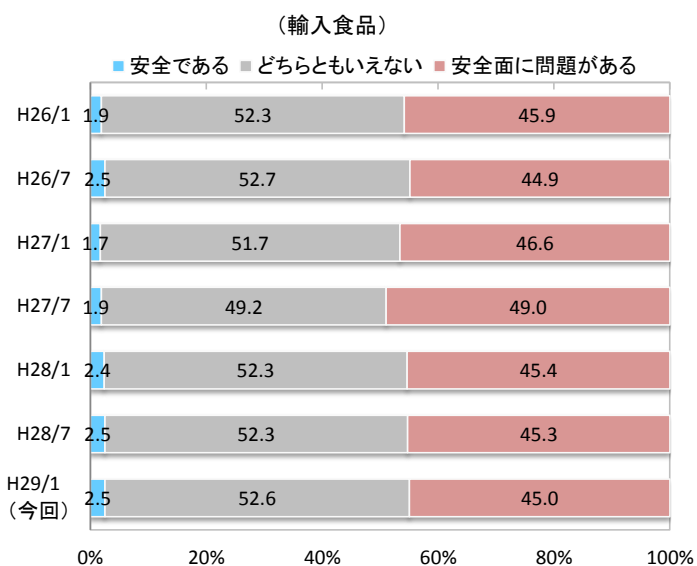
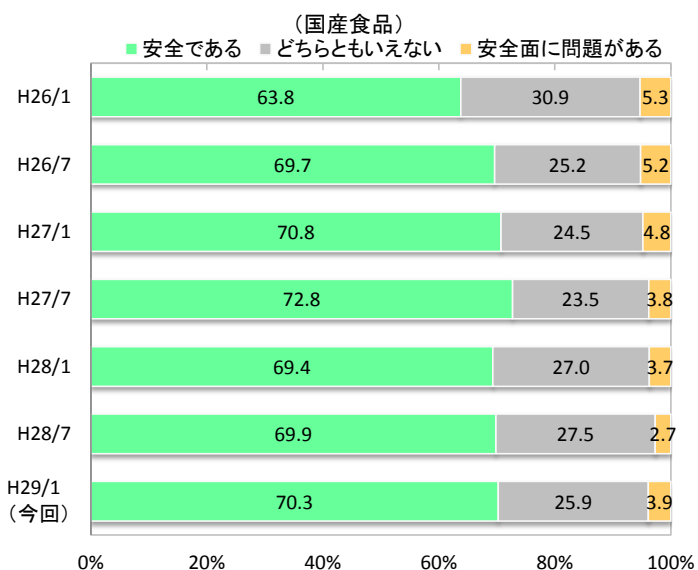


図6 国産原料の食品/輸入食品に対するイメージ

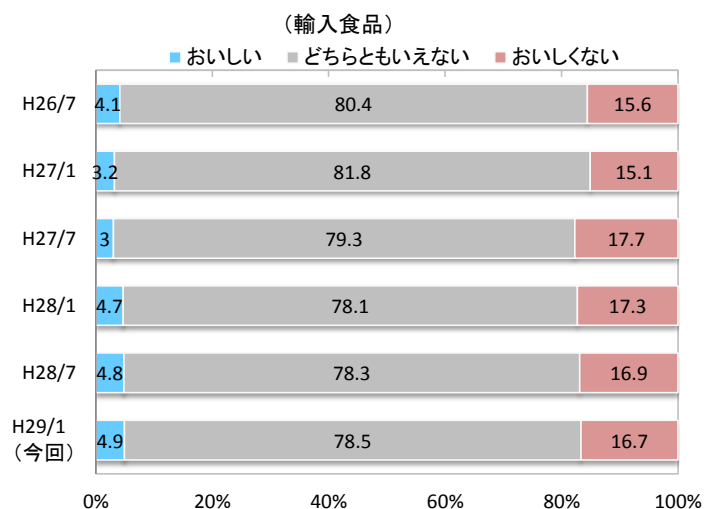
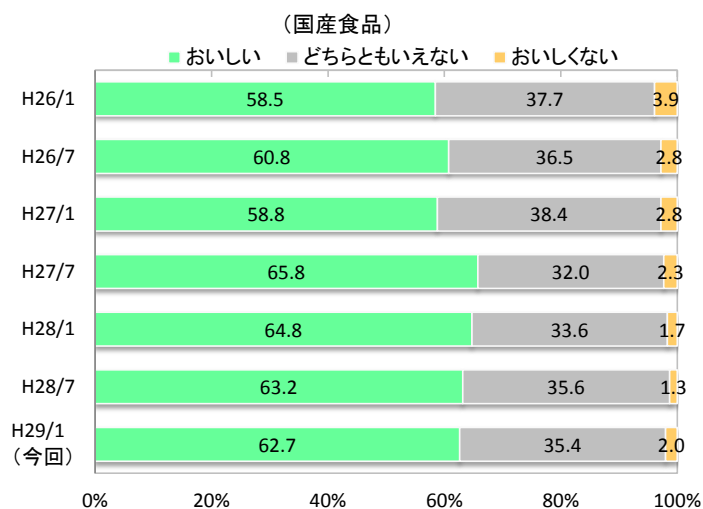
(1) 価格



(2) 安全面

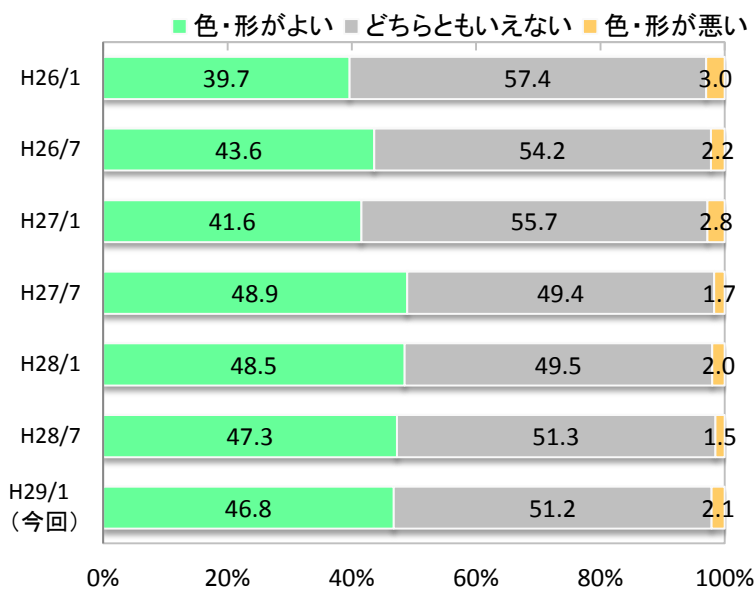


(3) おいしさ



(4) 見た目

(国産食品)



(輸入食品)

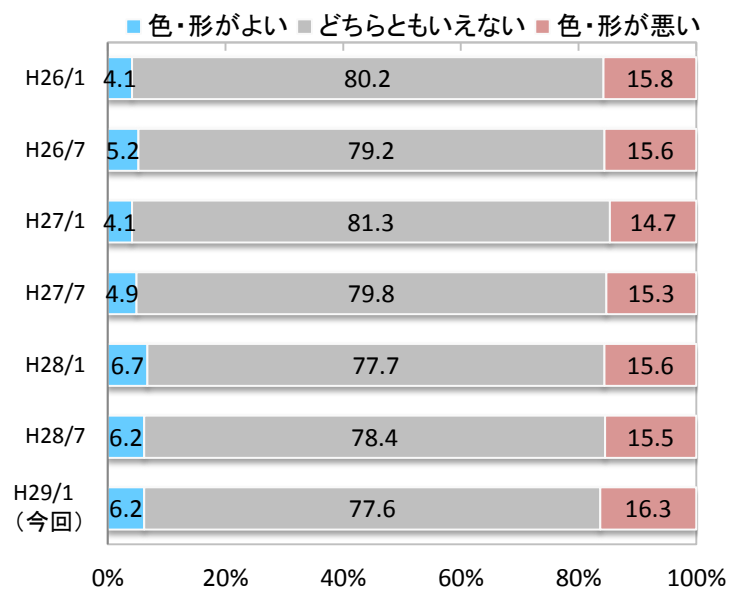


図7 国産食品の輸入食品に対する価格許容度



(参考:品目別国産食品の輸入食品に対する価格許容度(H29年1月調査結果))

