

平成 21 年 8 月 12 日
株式会社日本政策金融公庫
農 林 水 産 事 業

～平成 21 年度第 1 回「消費者動向調査」の結果概要～

食の安全志向が急低下、価格重視の経済性志向は依然高い

平成 20 年 1 月に発生した中国製の冷凍ギョーザ事件をきっかけに、消費者の食の安全志向、そして食の国産志向が急速に高まり、国産農産物に追い風が吹きました。ところが同じ 20 年 9 月の米国発金融危機、経済危機で世界同時不況が進むと、消費者の食に対する意識は、一転して安全志向から、むしろ価格重視の経済性志向が強まってきているように見受けられます。

そこで、日本政策金融公庫（日本公庫）農林水産事業は 7 月上旬、全国の 20 歳台から 60 歳台までの 2000 人の人たちを対象に、これら消費者が「食の志向」をどう受け止めているか、インターネット調査しました。調査結果のポイントは以下のとおりです。

<調査結果ポイント>

● 食の安全志向が急速に低下し不安意識が沈静化

中国製冷凍ギョーザ事件の影響が強かった平成 20 年 5 月調査で 41.3%に達した「安全志向」が 7 ヶ月後の 12 月調査で 31.7%に。それが今回 7 月調査で 19.8%に低下した。消費者の食に対する不安感の沈静化の背景には、食品メーカーや流通業者の安全・安心回復への取組みの進展があると考えられる。

● 経済性志向、健康志向は依然高い関心、若い世代ほど経済性志向強い

世界経済危機は最悪期を脱し、政府の景気判断も底入れとなっているが、今回の調査では消費者の節約意識の根強さを背景に、消費者の「経済性志向」は前回 12 月調査の 34.6%と並ぶ 35.1%で、食品購入時に価格を重視する意識が依然高いことが判明した。

● 節約意識が根強く「内食」が増加、米や野菜の消費も連動して増加

消費者の節約意識、「経済性志向」の強さを背景に、朝食、昼食、夕食とも「内食」が増加している。これに比例して、米と野菜の消費量も増えており、外食から内食回帰によって、食事代を出来るだけ抑えようという意識が見受けられる。

※ 本資料は、日本銀行内金融記者クラブ、農林水産省内各記者クラブに同時配布しています。

(本件に関するお問い合わせ先)

日本政策金融公庫 農林水産事業本部 情報戦略部 (担当: 平田)

TEL 03-3270-5494 FAX 03-3270-2350

調査要領

- 1 調査時期 2009年7月1日～7月2日
- 2 調査対象 全国の20歳台～60歳台の男女2,000人（男女各1,000人）

（上段：調査先数、下段：割合（%））

地 域	計	年代別				
		20代	30代	40代	50代	60代
北海道	87	15	19	17	18	18
	100.0	17.2	21.8	19.5	20.7	20.7
東 北	148	26	33	28	32	29
	100.0	17.6	22.3	18.9	21.6	19.6
関 東	656	115	145	126	138	132
	100.0	17.5	22.1	19.2	21.0	20.1
中 部	342	59	76	65	72	70
	100.0	17.3	22.2	19.0	21.1	20.5
近 畿	355	62	78	69	75	71
	100.0	17.5	22.0	19.4	21.1	20.0
中 国	119	21	27	23	24	24
	100.0	17.6	22.7	19.3	20.2	20.2
四 国	63	11	14	11	14	13
	100.0	17.5	22.2	17.5	22.2	20.6
九 州	230	40	50	43	50	47
	99.9	17.4	21.7	18.7	21.7	20.4
計	2,000	349	442	382	423	404
	100.0	17.5	22.1	19.1	21.2	20.2

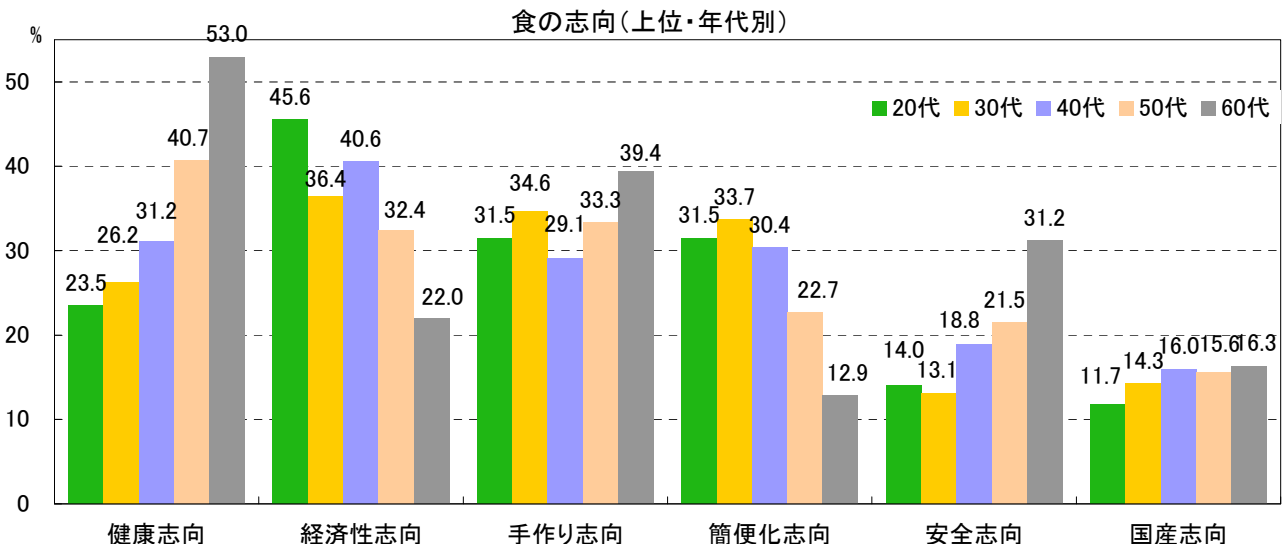
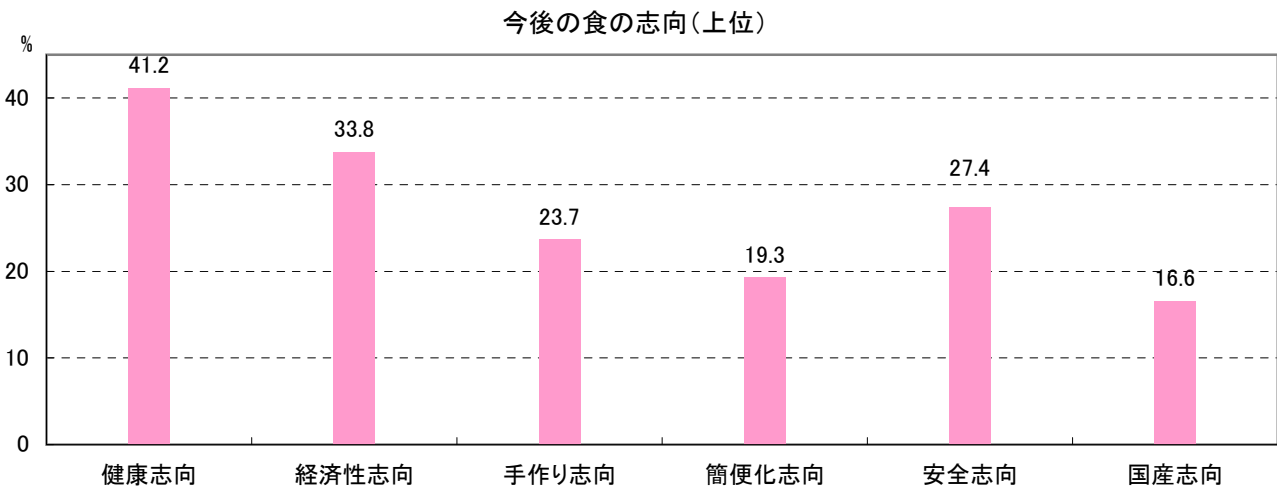
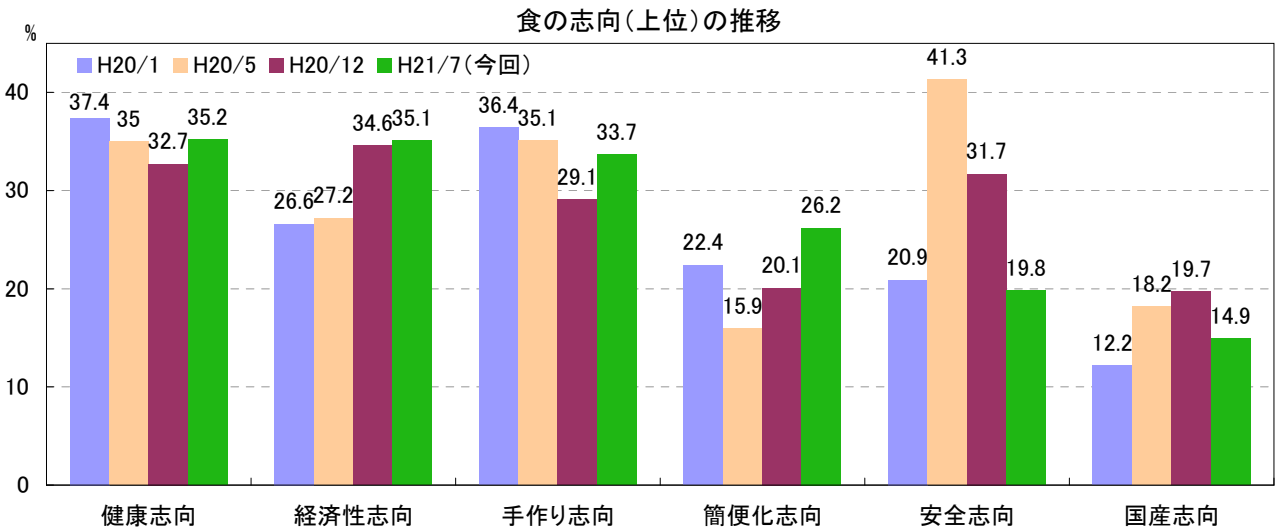
※地域別サンプルは、「統計局：平成20年10月1日現在推計人口」をもとに地域別に振り分け。年代構成は、同調査の20代～60代の合計から各年代の比率で按分。

- 3 インターネット調査

1 食に関する志向

食の「安全志向」が急低下、価格重視の「経済性志向」は依然高い

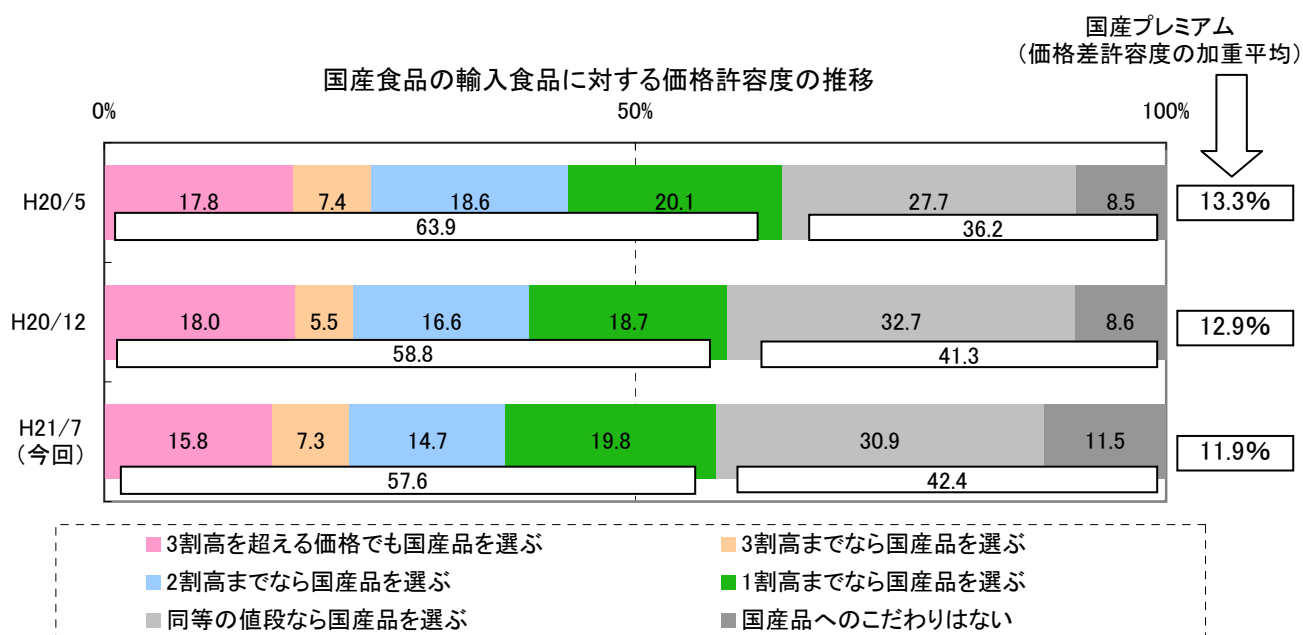
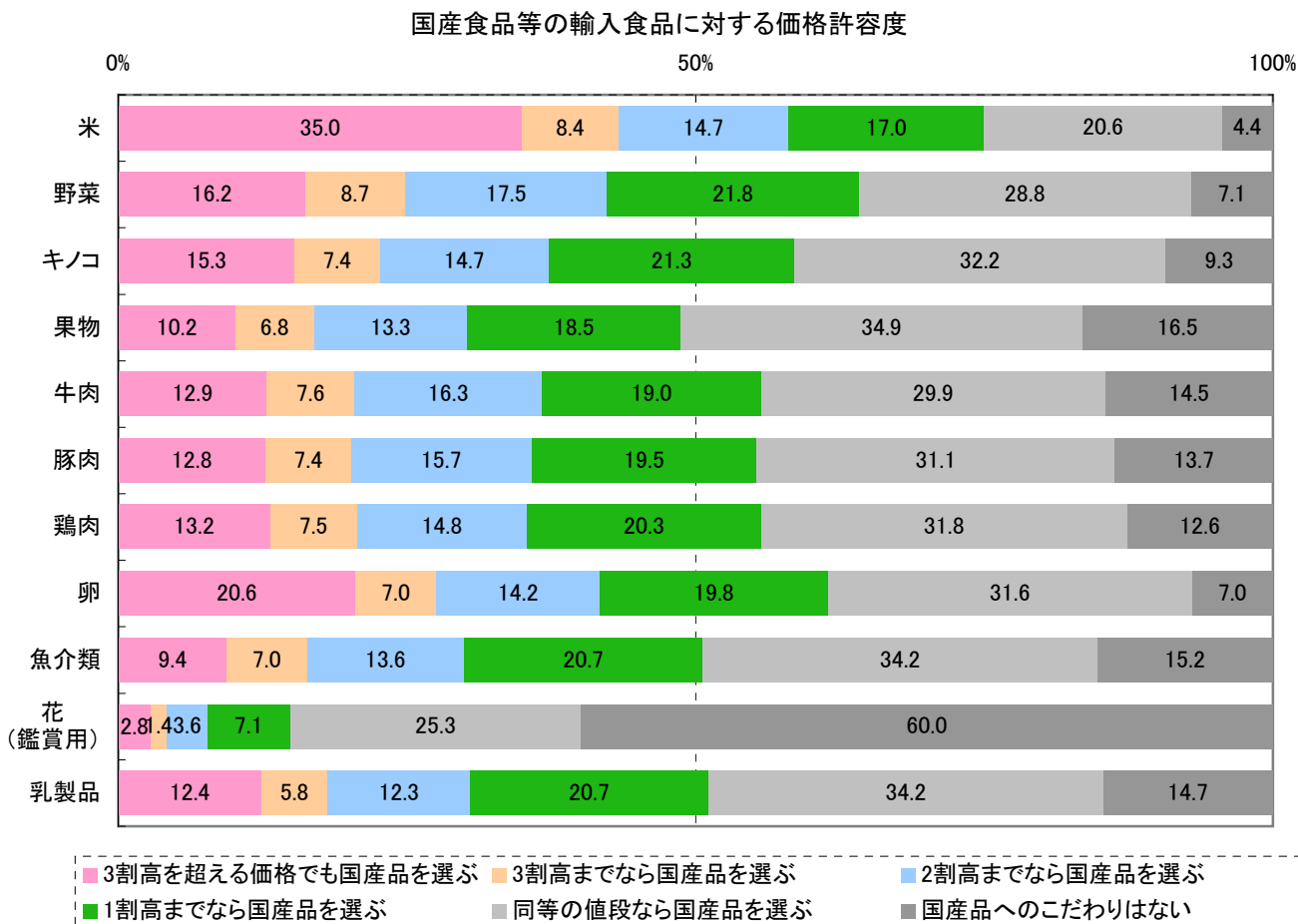
- 世界経済危機は最悪期を脱したものの、節約意識が根強いことを背景に、消費者の「経済性志向」が依然高い(34.6%→35.1%)。その一方、中国製冷凍ギョーザ事件をきっかけに急速に高まった消費者の「安全志向」は、食に対する不安の沈静化により、大幅に低下(31.7%→19.8%)したのが大きな特徴。食品メーカーや流通業者によるさまざまな取組みにより、消費者の食に対する不安感が沈静化してきたとみられる。
- 今後の消費者の志向のトップ3は、「健康志向」(41.2%)、「経済性志向」(33.8%)、「安全志向」(27.4%)。
- 年代別にみると、「経済性志向」が若い年代ほど高く、「健康志向」と「安全志向」は、逆に高齢層ほど高い。



2 国産食品へのこだわり

国産プレミアムは一転、低下傾向

- 中国製冷凍ギョーザ事件をきっかけに輸入食品より価格が高くて国産食品を選ぶと国産を優先した消費者が、減少しているという傾向がみられる。
- 国産食品の輸入食品に対する価格許容度(国産プレミアム)も低下傾向(13.3%→12.9%→11.9%)。

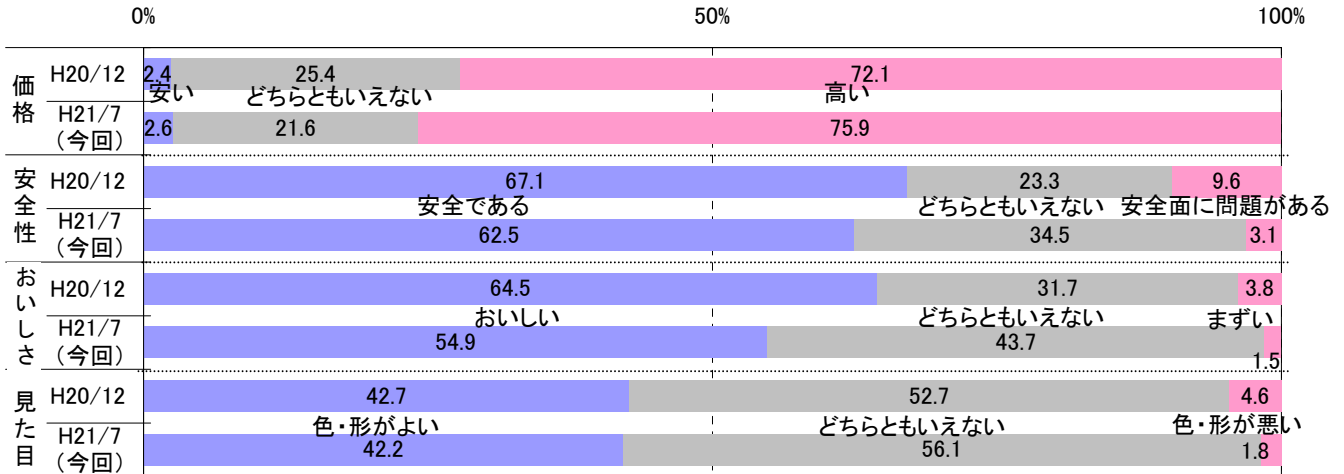


2 国産食品へのこだわり

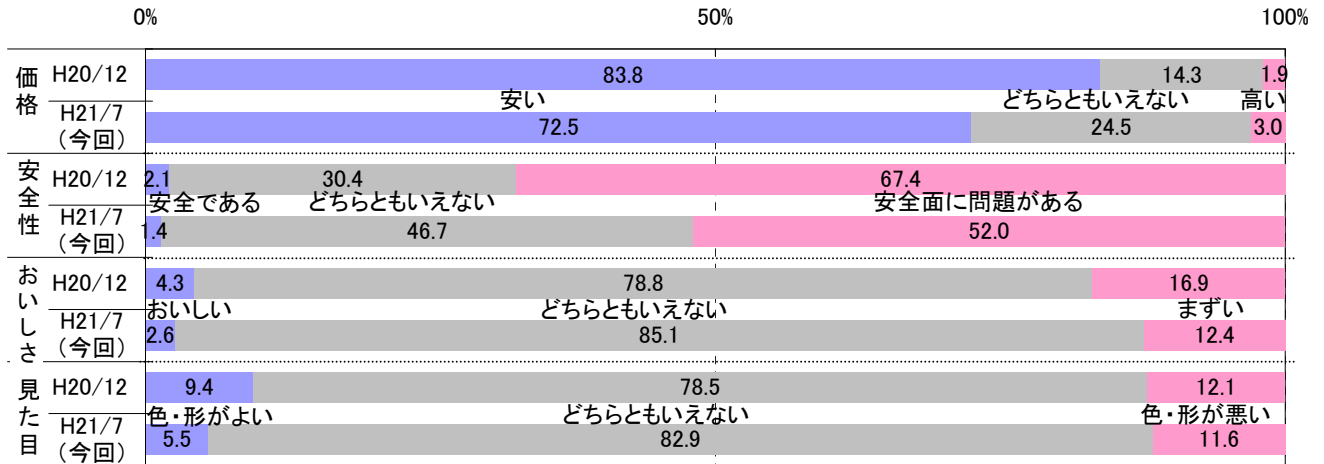
輸入食品の安全性イメージ改善、国産品へのこだわり低下

- 国産原料の食品と輸入食品に対するイメージでは、「安全性に問題がある」と考える消費者が両者とも減少しており、食品の安全性に対する信頼回復のための対策が進んだことを表している。
- 食料品を購入するとき及び外食をするときに原材料が国産品であるか、あるいは輸入品であるかを「気にかけない」消費者が増加。これは、根強い節約意識や、食品メーカー、外食産業による輸入食品の安全性確保のための対策が効果をあげたことが要因であると思われる。

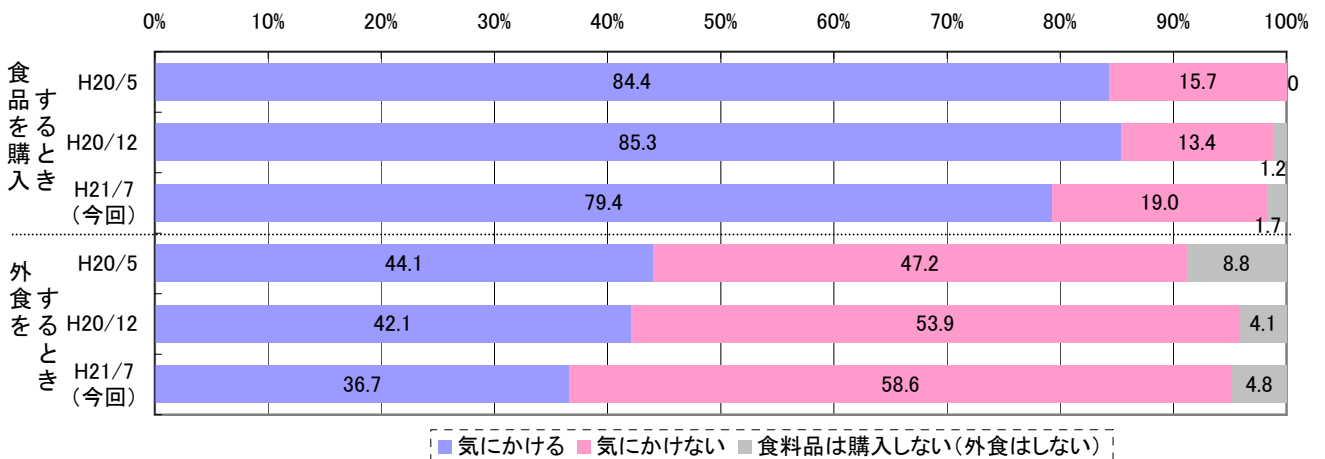
国産原料の食品に対するイメージ



輸入食品に対するイメージ



食料品を購入するとき及び外食するときの国産品へのこだわり



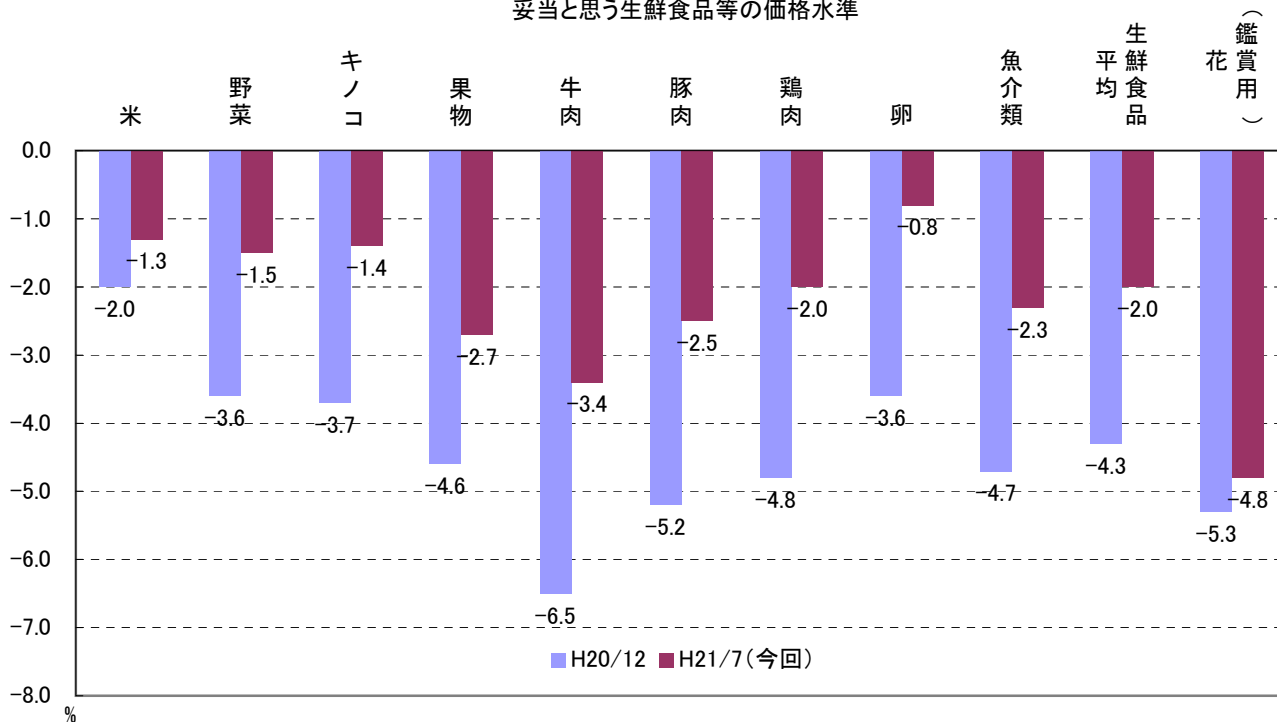
注)H20/5調査では「食料品は購入しない」の選択肢を設けていない。

3 消費者が妥当と考える食品の価格水準

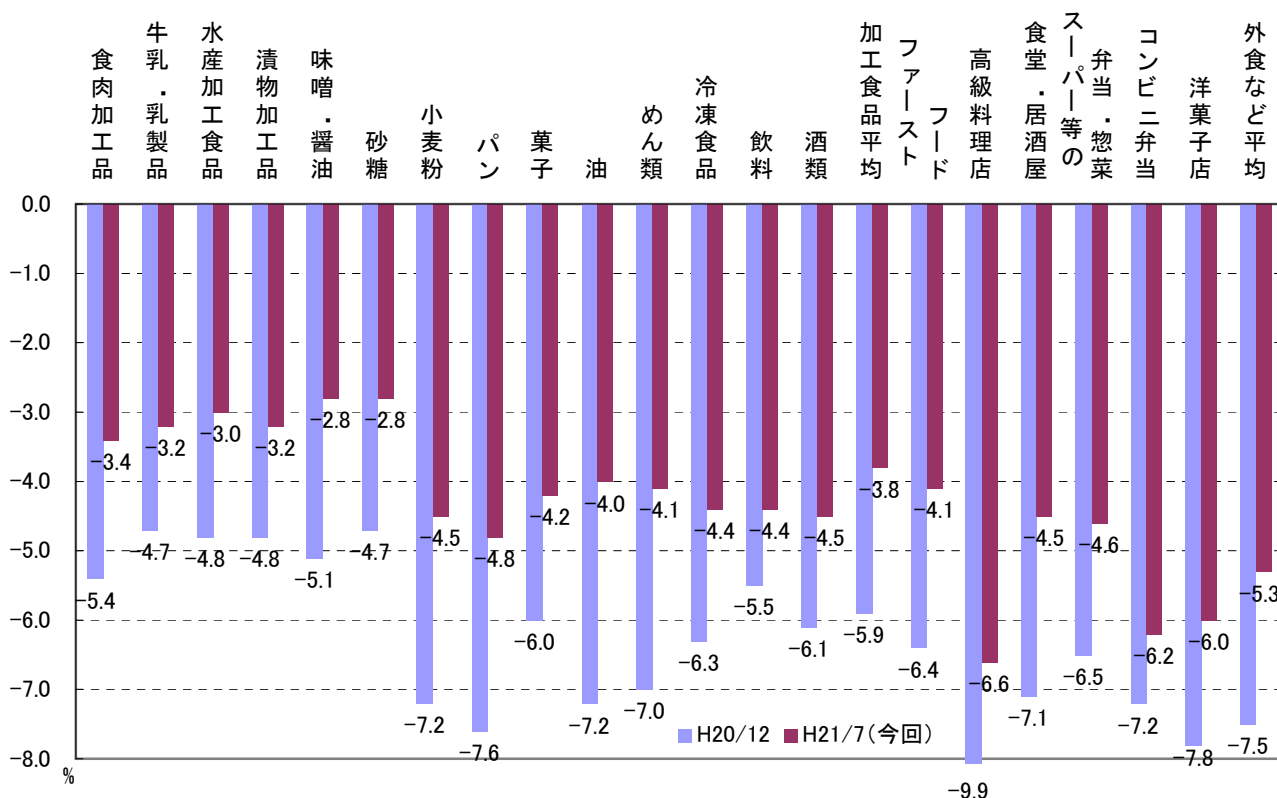
低価格化の進行で、一層の値下げ圧力弱まる

- 消費者が妥当と考える食品等の価格水準は、全品目で現在の水準より低いものの、前回調査との比較では、希望する値下げの程度が縮小。これは、消費者の節約意識の高まりに対応して、既に食品の値下げが一定程度進んだためと思われる。
- 生鮮食品を中心とした必需品では値下げ希望幅が小さく、加工食品や外食部門では値下げ希望幅が大きい。また、安価な代替食品があるものや高級(高価)なものは値下げ希望幅が大きく、消費が減少している品目が目立つ。これらも、不況を背景とした消費者意識の変化を反映している。

妥当と思う生鮮食品等の価格水準



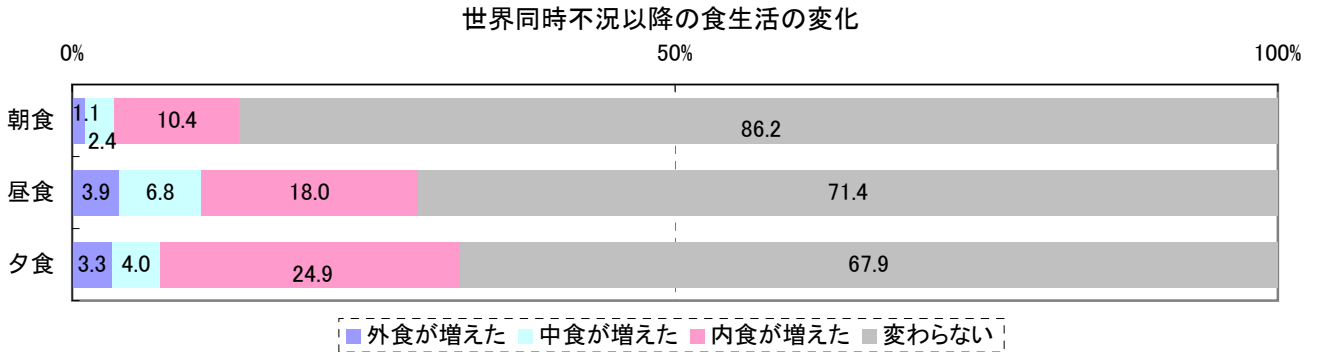
妥当と思う加工食品及び外食の価格水準



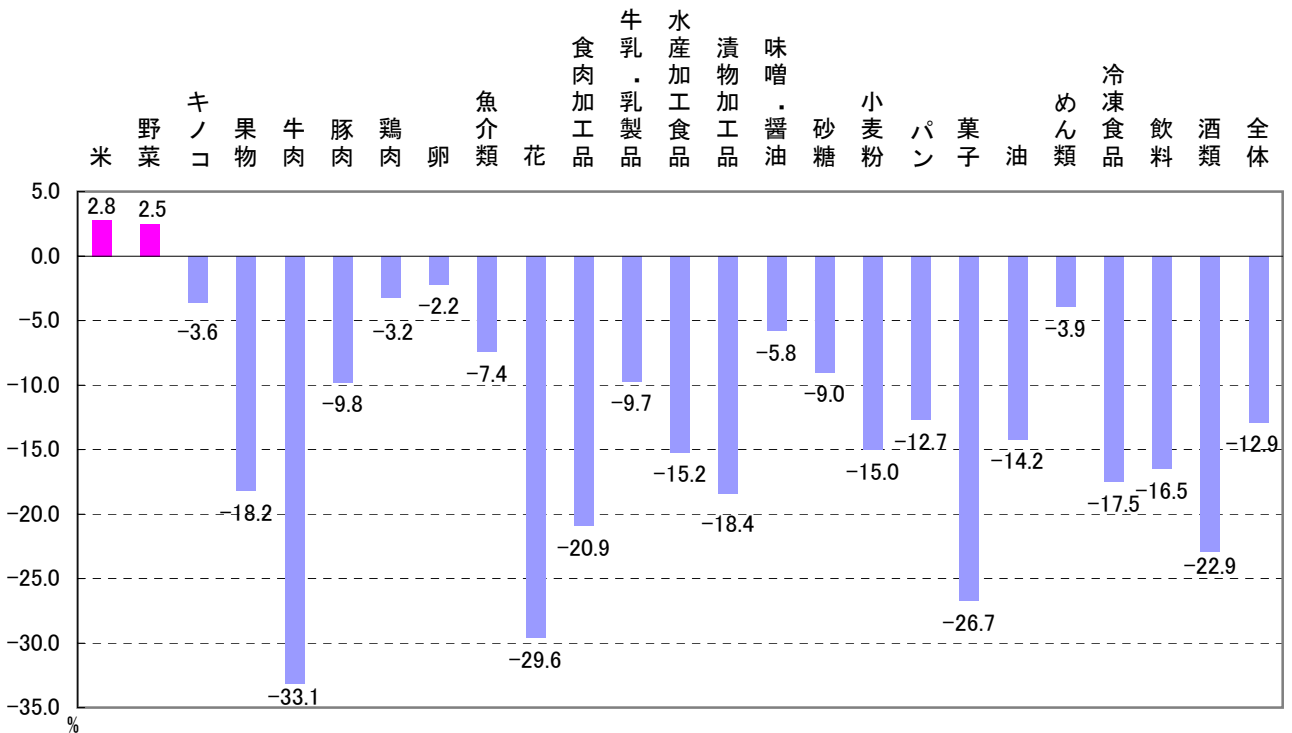
4 世界同時不況以降の食生活の変化

節約意識の根強さから内食が増加、米と野菜消費が増加

- 節約意識の根強さにより、朝食、昼食、夕食ともに外での食事よりも家庭での内食が増加している。特に夕食は、内食が増えた消費者が24.9%と多い。昼食でも内食(手作り弁当を含む)及び中食(コンビニ弁当、サンドイッチ等を含む)が増加しており、外食を控える傾向がみられる。
- 食品の購入状況を品目別にみると、米と野菜が増加しており、内食回帰を裏付けている。一方、安価な代替品のある品目や嗜好品の購入は減少し、節約意識の高まりを裏付けている。
- 家庭における米の消費量の増加傾向は続いている。



世界同時不況以降の食品等の購入の変化(「増えた」-「減った」)



家庭における米の消費量の増減と今後の見込み

