

消費者動向調査（令和6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 日本の将来の食料輸入についての考え
- 5 普段購入している食品について懸念していること
- 6 有機農産物の購入に関する意識

## 調査要領

**調査時期** 令和6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

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）

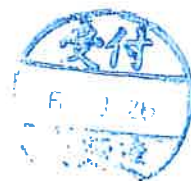


注：図表において、四捨五入の関係上、合計が一致しない場合があります。

令和6年3月



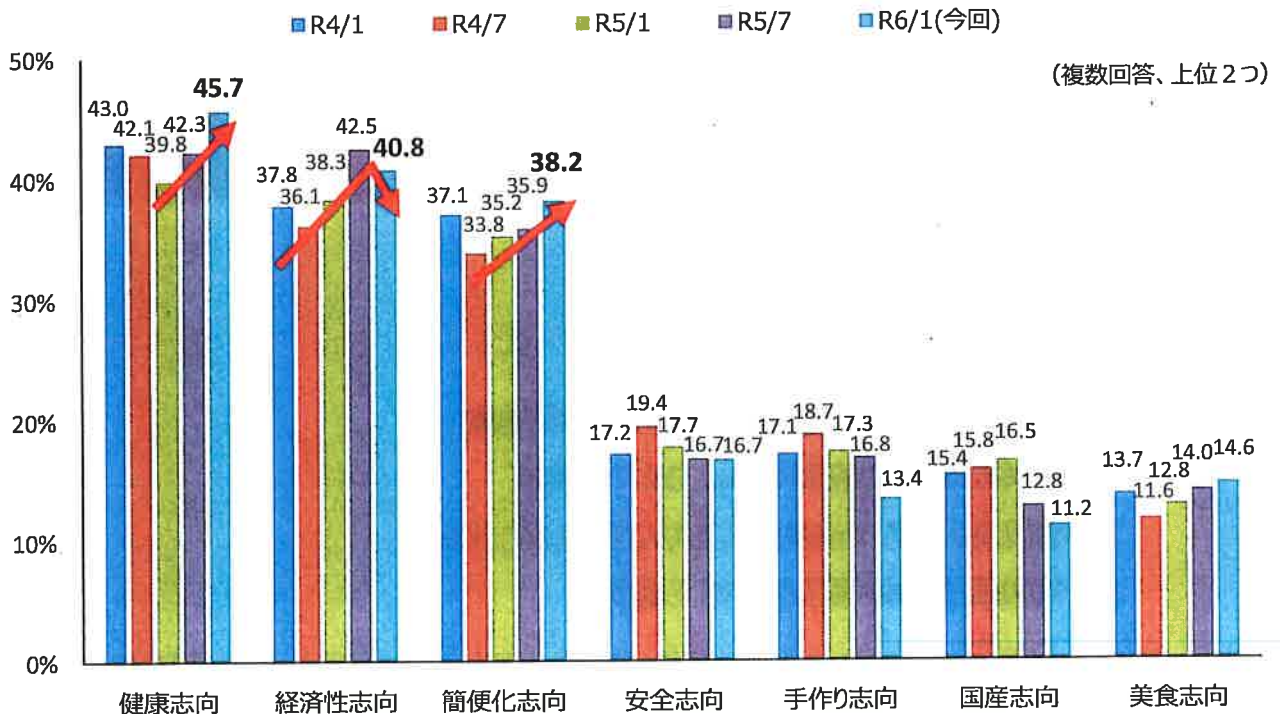
日本政策金融公庫  
農林水産事業



# 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）

- ・現在の食の3大志向は、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」となった。
- ・3大志向の動きは「健康志向」（45.7%、前回比+3.4ポイント）、「簡便化志向」（38.2%、同+2.3ポイント）が上昇。「経済性志向」（40.8%、同▲1.7ポイント）は低下したが、前回に続き40%台となった。
- ・3大志向以外では「手作り志向」（13.4%、同▲3.4ポイント）、「国産志向」（11.2%、同▲1.6ポイント）が低下。



※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12月調査からの推移）

- ・「健康志向」（45.7%）は、コロナ後では最も高い水準となった。
- ・「経済性志向」（40.8%）は前回から減少したものの、はじめて2半期連続の40%超えとなった。
- ・「簡便化志向」（38.2%）は令和3年1月（37.3%）を超え、過去最高値となった。

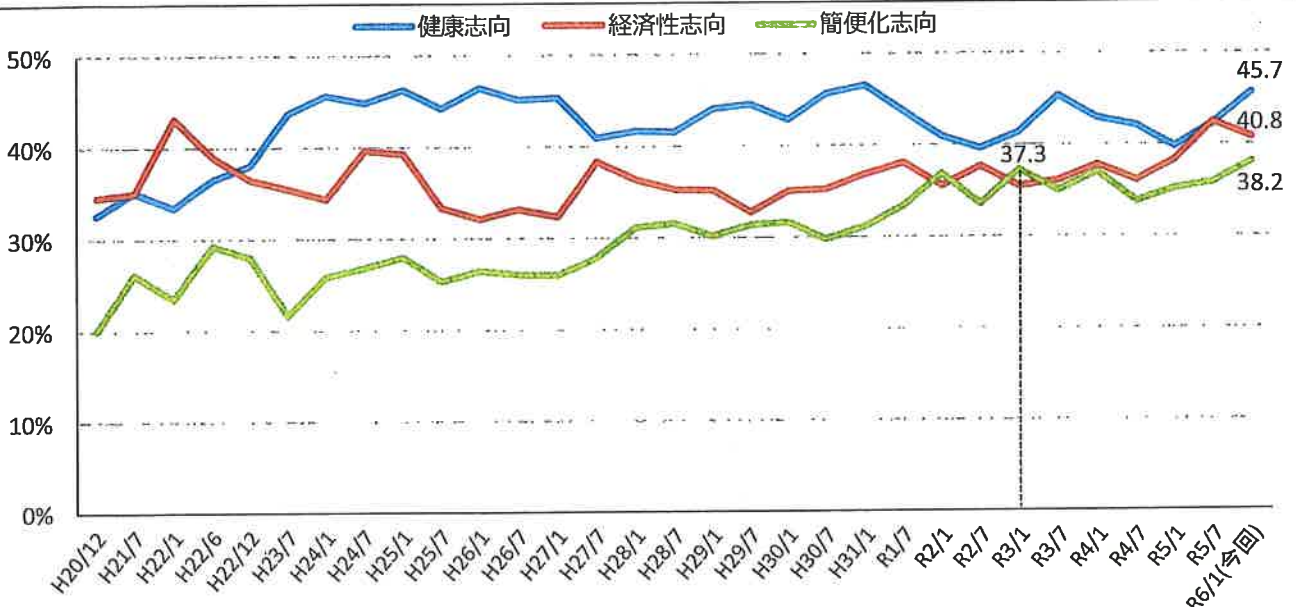
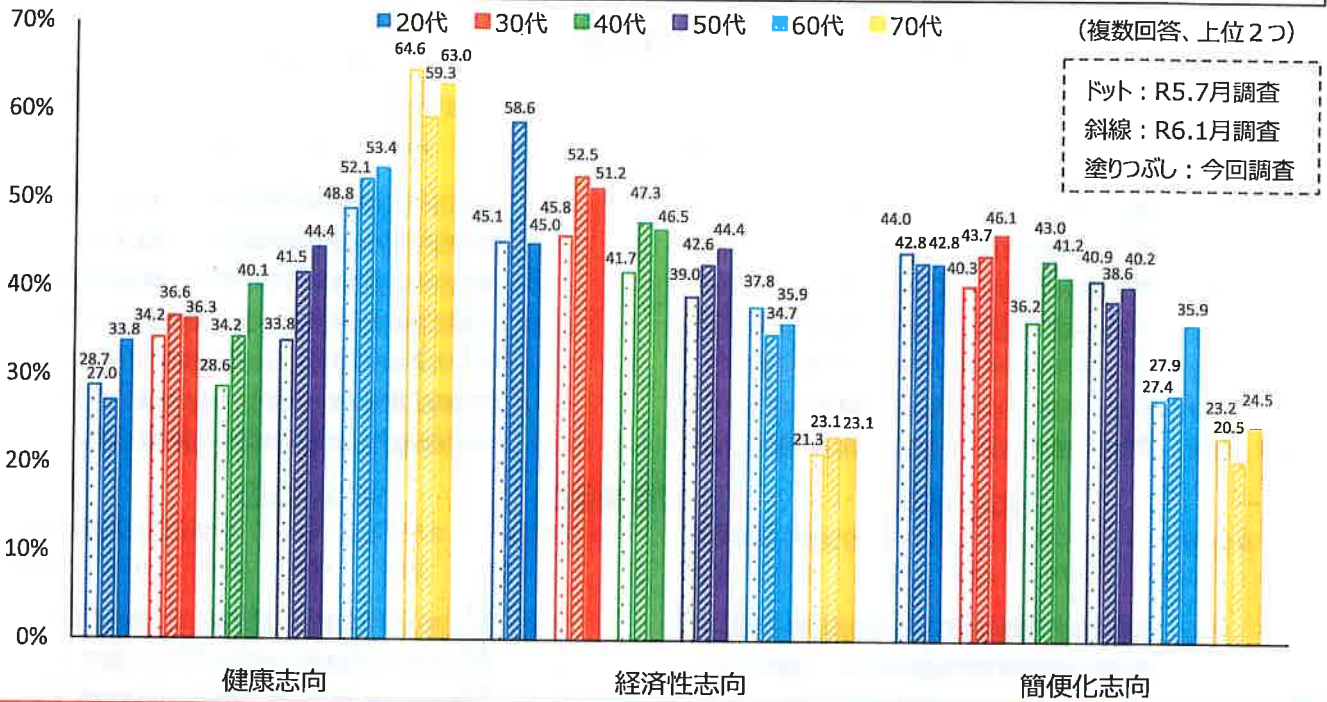


図3 年代別 食に関する志向（3大志向）

- ・「健康志向」は30代をのぞく全ての世代で上昇しており、20代（前回比+6.8ポイント）と40代（同+5.9ポイント）で大きく上昇した。
- ・「経済性志向」は20代（同▲13.6ポイント）で大きく減少した。
- ・「簡便化志向」は60代（同+8.0ポイント）で大きく上昇した。



## 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（継年データ、年代別）

- ・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（66.5%、前回比+1.3ポイント）は上昇した。
- ・年代別では、「気にかける」はおおむね年代が高くなるほど割合が高い傾向となった。

【継年データ】

【年代別】

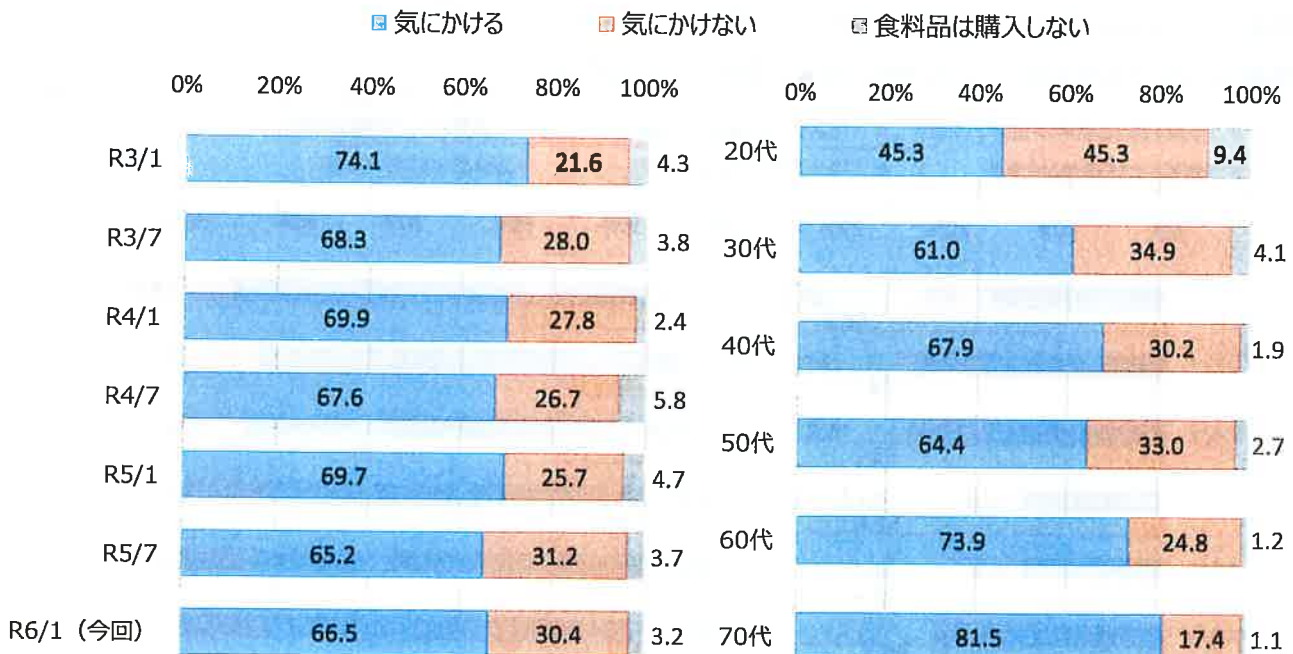
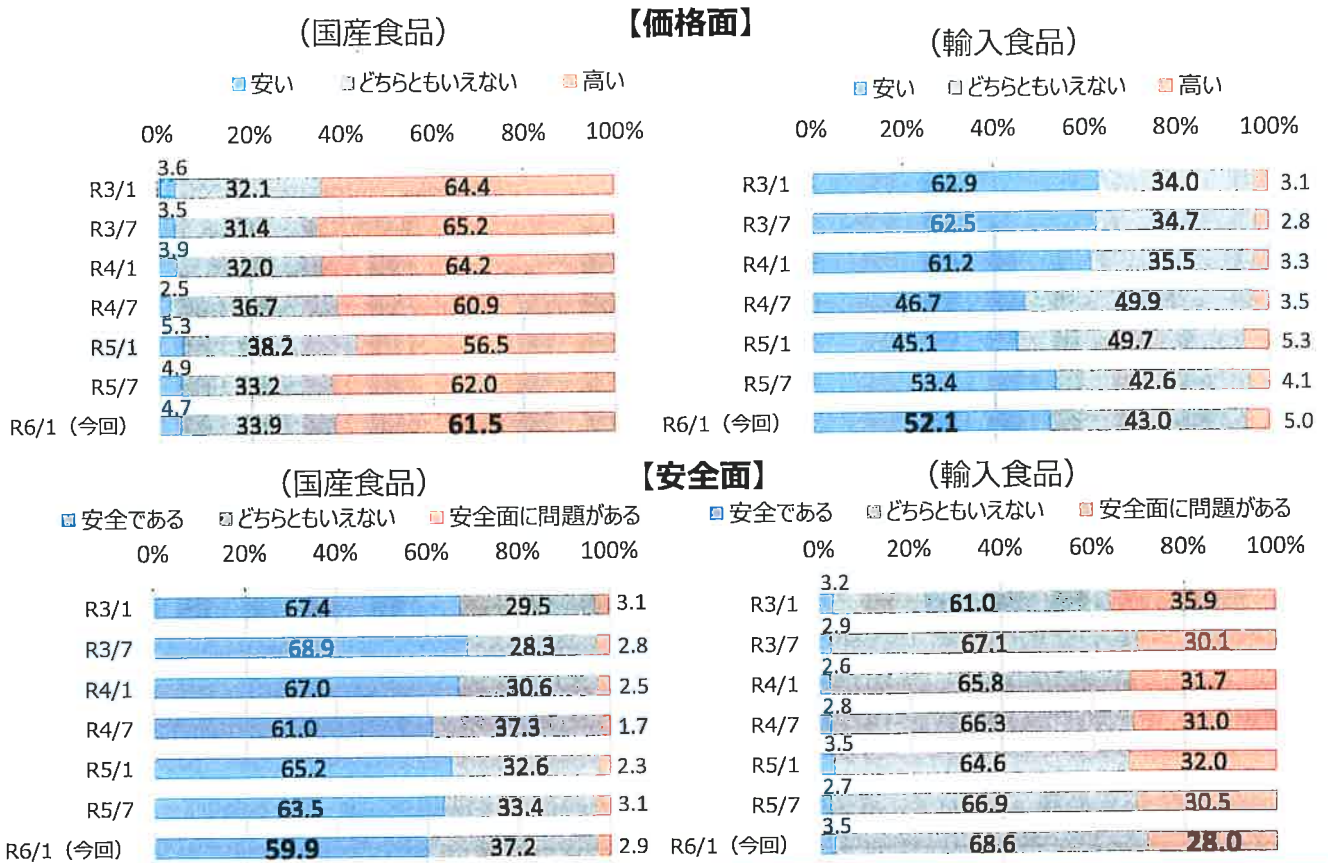


図5 国産食品、輸入食品に対するイメージ（価格面、安全面）

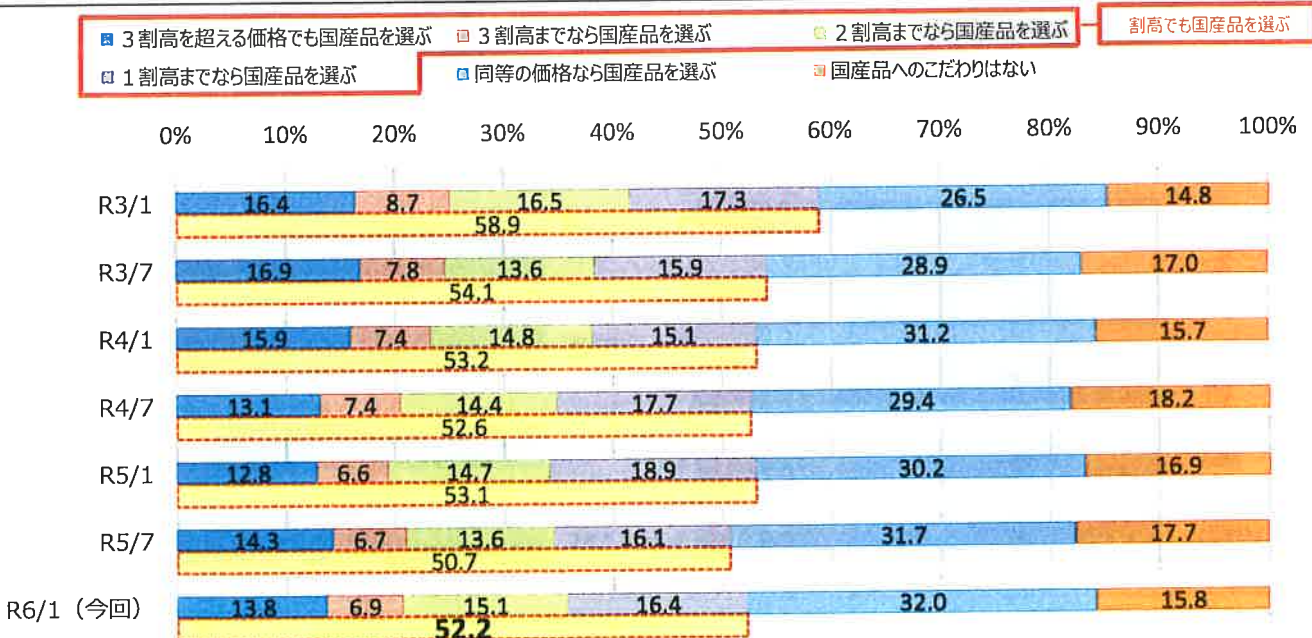
- ・国産食品に対するイメージは、価格面は「高い」（61.5%、前回比▲0.5ポイント）の割合が低下した。安全面は「安全である」（59.9%、同▲3.6ポイント）の割合が低下した。
- ・輸入食品に対するイメージは、価格面は「安い」（52.1%、同▲1.3ポイント）の割合が低下した。安全面は「安全面に問題がある」（28.0%、同▲2.5ポイント）の割合が低下した。



### 3 国産食品の輸入食品に対する価格許容度

図6 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（52.2%、前回比+1.5ポイント）は上昇した。
- ・“国産品へのこだわりはない”（15.8%、同▲1.9ポイント）は低下した。



## 4 日本の将来の食料輸入についての考え

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」(54.4%)、「非常に不安がある」(23.4%)を合わせた“不安がある”とする回答は77.8%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。

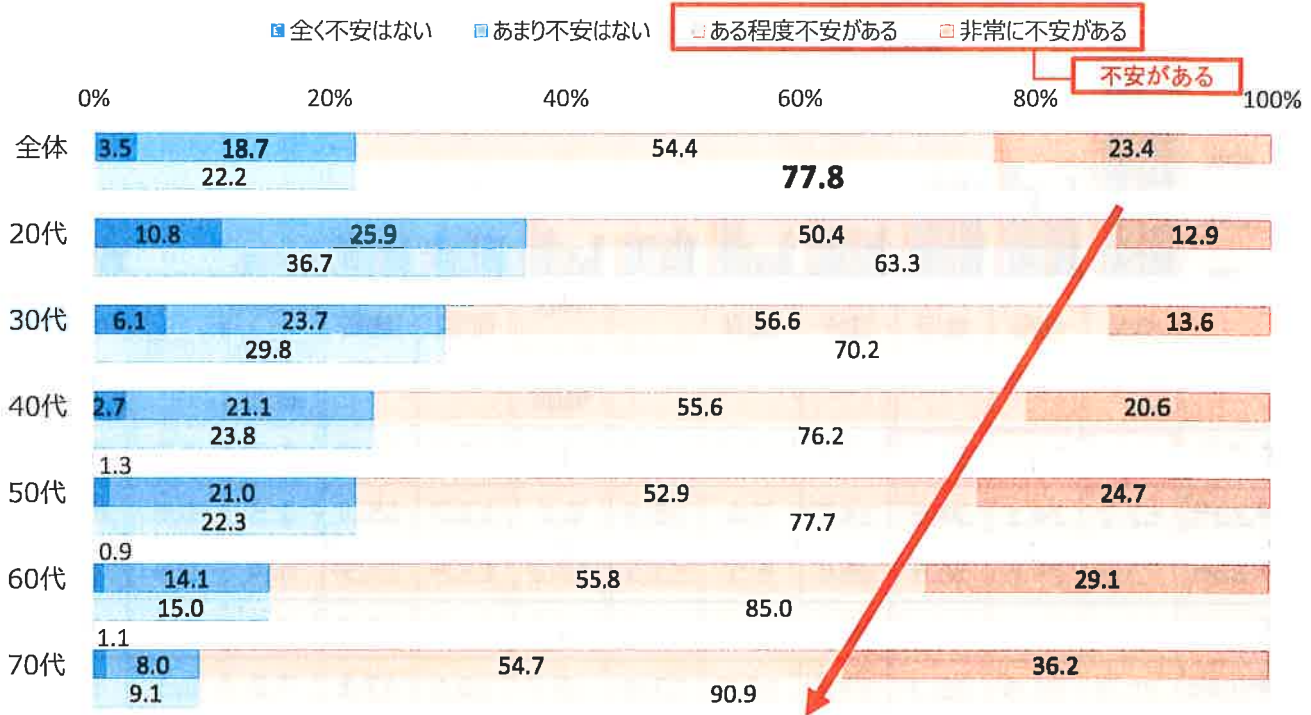
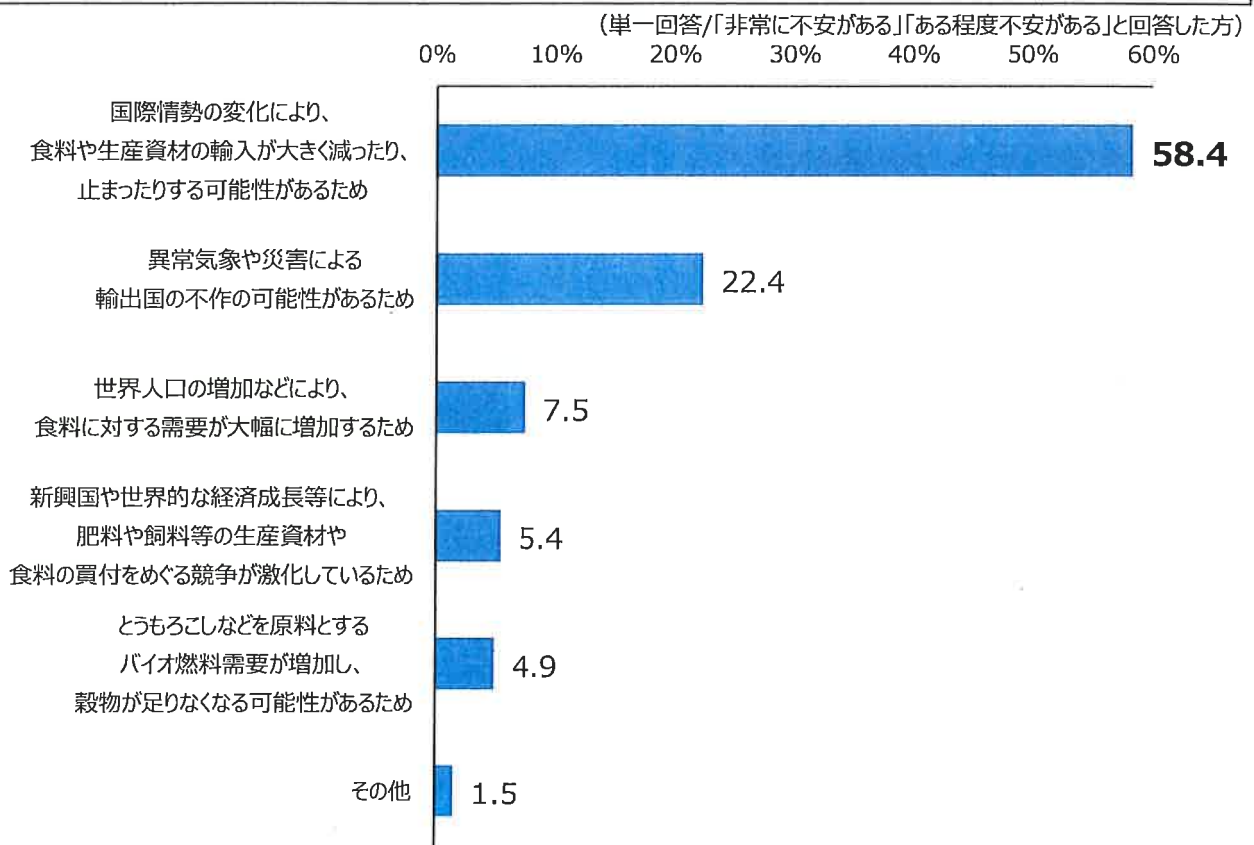


図8 日本の将来の食料輸入について不安があると考える理由

- ・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」(58.4%)が最も高くなった。



## 5 普段購入している食品について懸念していること

図9 普段購入している食品について懸念していること（年代別）

- ・「普段購入している食品について懸念していること」は、「食品価格」（68.4%）が最も高く、次いで「食品添加物」（34.8%）、「食品ロス」（31.6%）となった。
- ・年代別では、70代は「食品添加物」（50.4%）が他の年代と比べて高い割合となった。

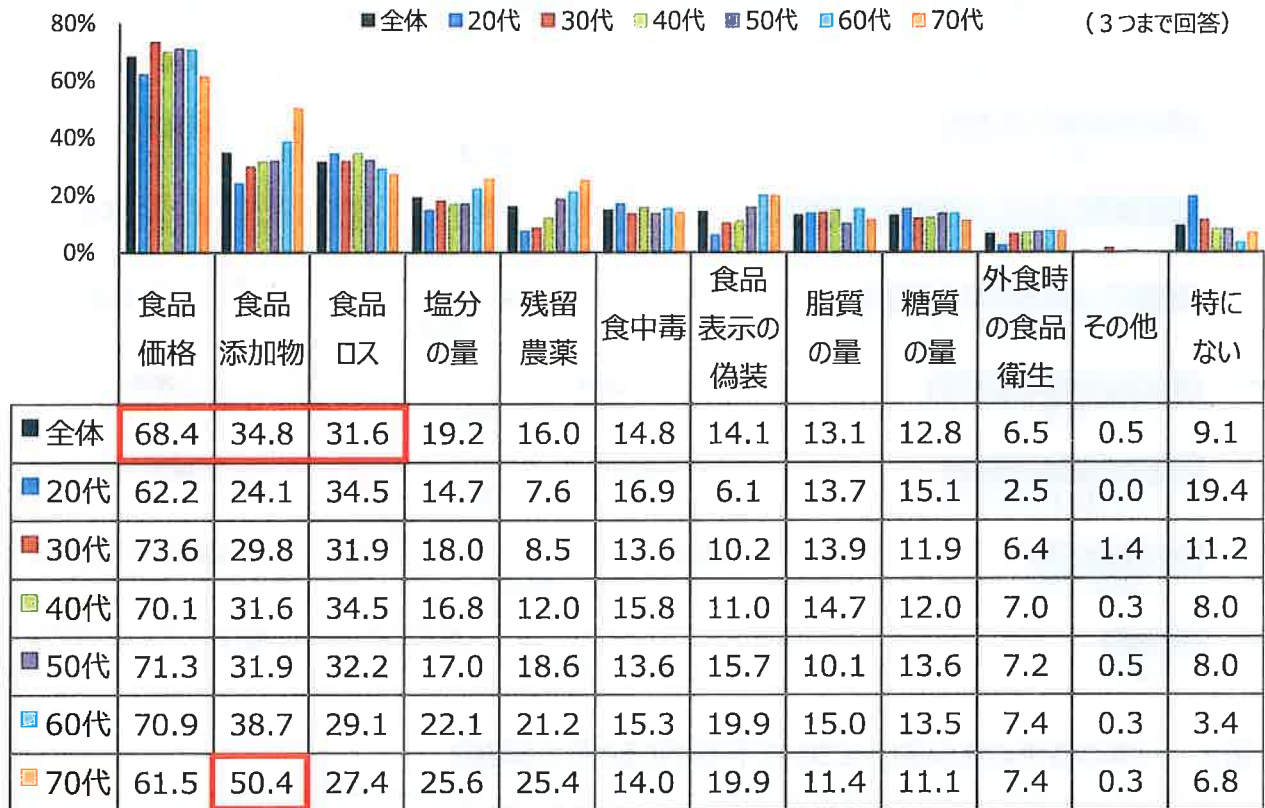


図10 普段購入している食品について懸念していること（食の志向別）

- ・ほぼすべての志向（※）において、「食品価格」が最多。3大志向では、次いで「健康志向」では「食品添加物」、「経済性志向」と「簡便化志向」では「食品ロス」が多い。
- ・全体と比較して高い割合となっている組み合わせは、「安全志向」×「食品添加物」、「国産志向」×「食品添加物」、「経済性志向」×「食品価格」など。



（※）掲載していない「高級志向」は、「特にな」が最多

## 6 有機農産物の購入に関する意識

図11 有機農産物に対するイメージ

- ・有機農産物に対するイメージについて、「健康に良い」(49.9%) が最も高く、次いで「安全・安心」(45.3%)、「環境に配慮している」(34.8%)の順となった。
- ・年代別では、「安全・安心」で70代(53.6%)、「一般の農産物よりも美味しい」で20代(23.7%)が他の年代と比べて高い割合となった。

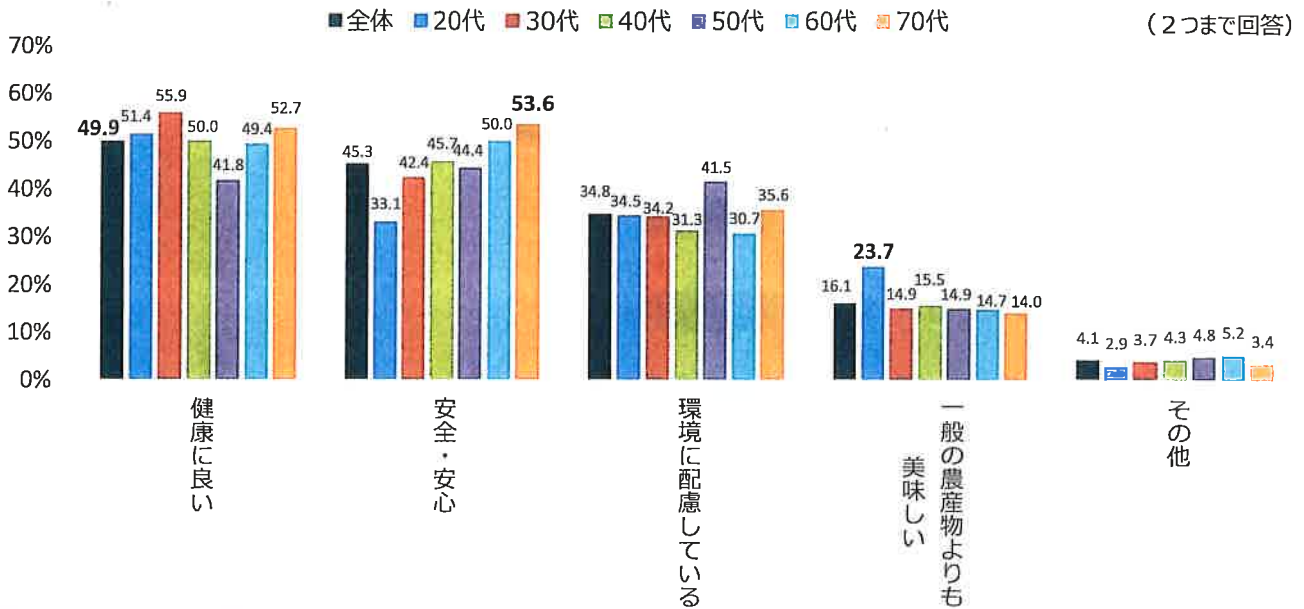


図12 有機農産物の購入頻度

- ・有機農産物の購入頻度は、「月に1回以上購入している」とする回答が56.9%となった。
- ・年代別では、「月に1回以上購入している」とする回答は70代(69.8%)が最も高く、次いで20代(59.0%)となった。

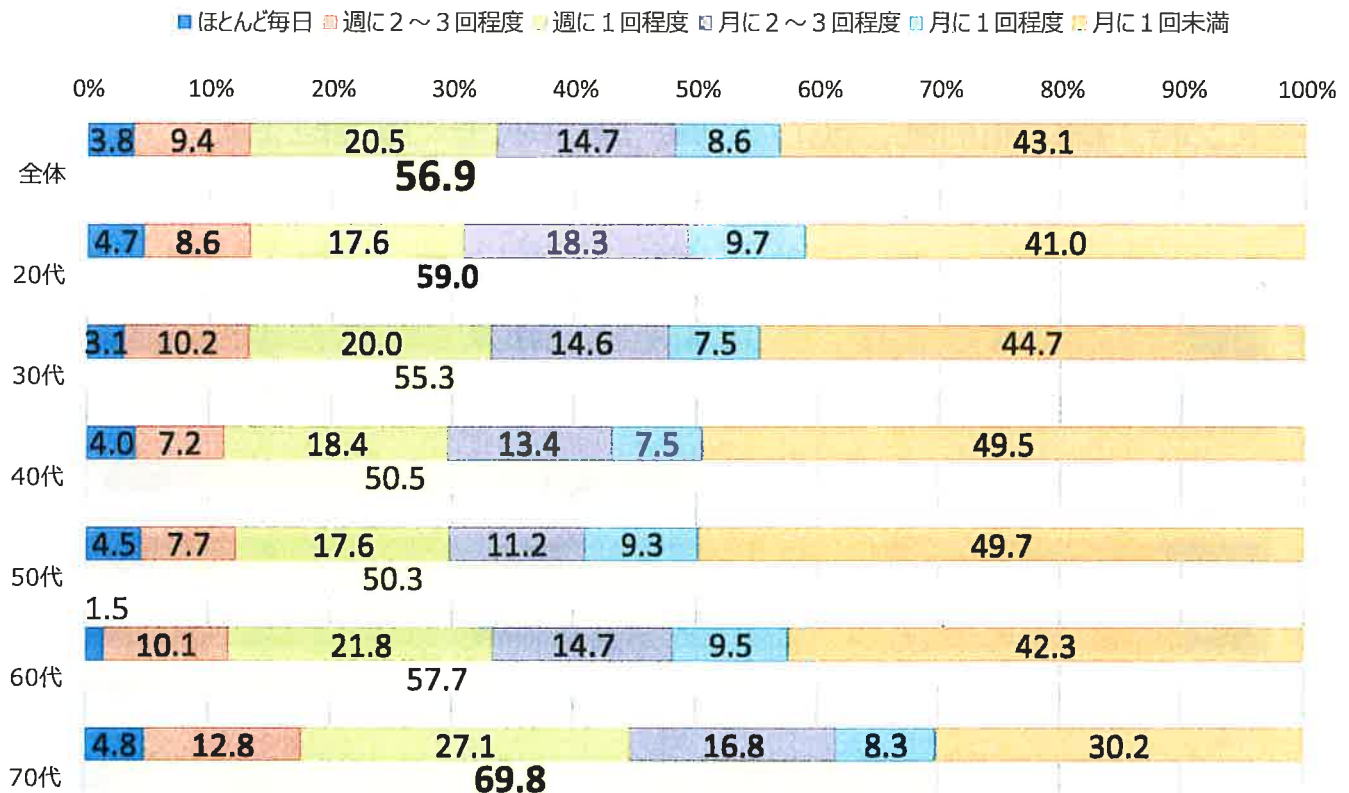


図13 有機農産物を購入するための条件

・有機農産物の購入頻度が「月に1回未満」と回答した方に、有機農産物を購入するための条件を聞いたところ、「価格が今より安価であること」(51.5%)が最も高くなった。一方で、「求める条件はない/購入したいと思わない」は21.0%となった。

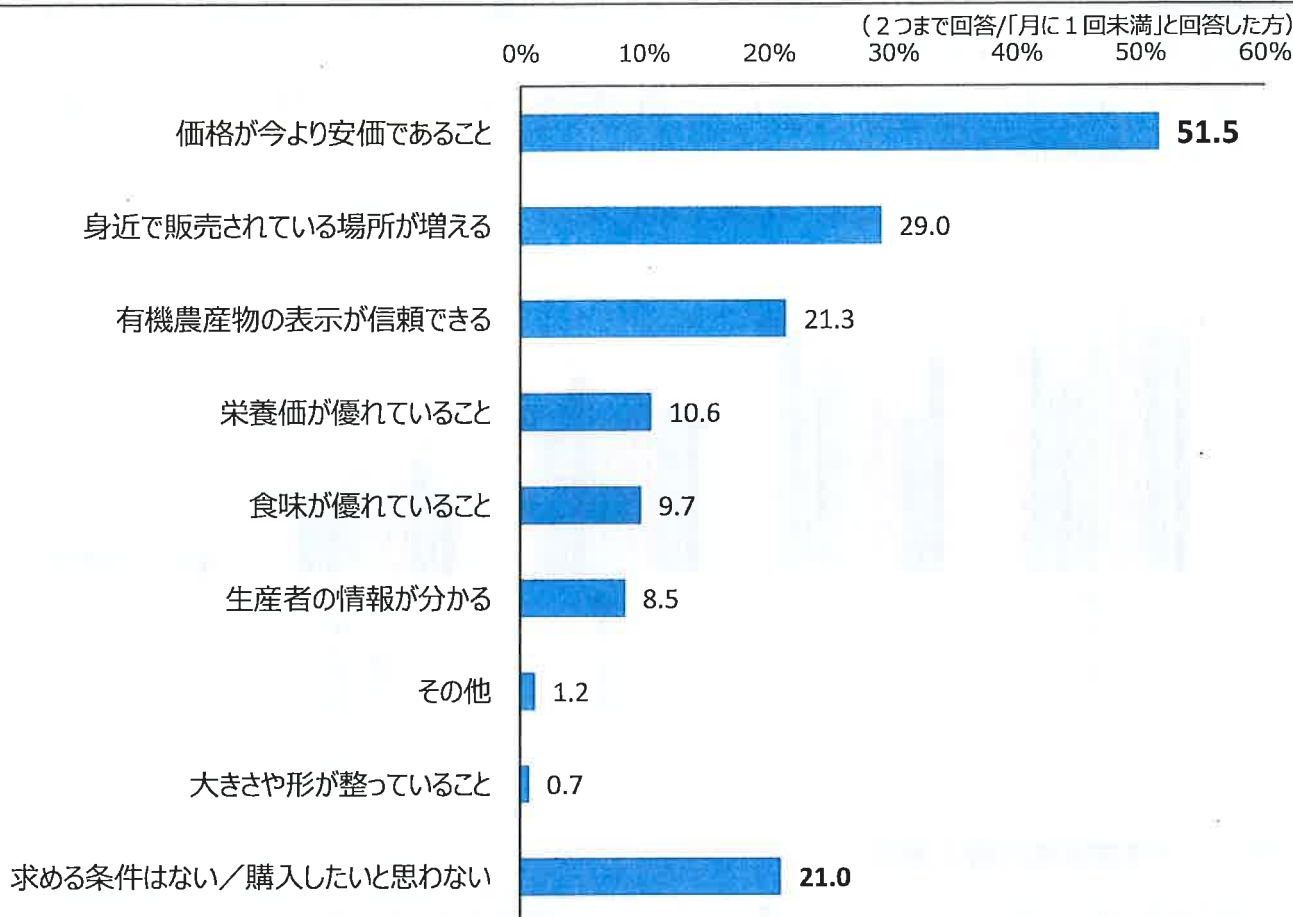


図14 今後の有機農産物の購入についての考え

・今後の有機農産物の購入についての考えは、「一般の農産物と同等の価格なら購入したい」(58.7%)が最も高くなった。

・年代別では、70代は「少し割高でも購入したい」が約4割と、他の年代と比べて高い割合となった。

一方で、20代は「価格に関わらず購入しない」(16.9%)が他の年代と比べて高い割合となった。

■ 価格は気にせず購入したい ■ 少し割高でも購入したい ■ 一般の農産物と同等の価格なら購入したい □ 価格に関わらず購入しない

