

外食中食 調査レポート

消費者購買心理の変化

国産志向に変化あり？

- 震災後、国産品への抵抗感が増加
- “高くても安全な食材”意識は横ばい



【東京、2012年7月27日】2007年から2008年にかけて起きた食品偽装や輸入食品の中毒問題、昨年の震災は外食・中食市場にも大きな影響を与え、食の安心・安全が見直されるきっかけとなった。それから年月が経ち、消費者の意識はどのように変化したのか。今回のレポートでは、食に対する意識を、エヌピーディー・ジャパン(株)が提供する外食中食市場情報サービス『CREST*』から探してみる。

まず、食に対する意識がどのように変化しているのかをみてみよう。図表1は食意識10項目で‘当てはまる’と回答した人の割合を時系列で比較したものである。注目すべきは、「なるべく国産のものを食べる」の下落傾向である。直近の2011年(5月-翌4月、以下同)は、2008年に比べて-8.9ポイントと大幅に下落している。この主な要因としては、前述にある食品偽装問題や昨年の震災であろう。特に2010年から2011年の落ち込みが顕著なことから、震災後の様々な出来事は消費者心理に影響し、国産品に対する信頼度が大きく下がったと推測できる。

【図表1】食に対する意識

食意識	2008.5-2009.4				2009.5-2010.4				2010.5-2011.4				2011.5-2012.4			
朝食を必ず食べる	51.6				52.3				51.9				52.0			
野菜を多く食べる	49.7				50.3				48.8				47.9			
栄養バランスの良い食事をとる	34.7				35.7				35.2				33.7			
なるべく多品目の食材をとる	26.3				27.3				27.1				26.5			
カロリーが高いものを控える	24.4				23.7				22.2				21.5			
和食中心の食事にする	21.4				21.7				20.8				20.5			
なるべく国産のものを食べる	29.2				26.4				24.5				20.3			
揚げ物を控える	17.9				18.1				17.4				17.2			
旬の食材を食べる	15.1				16.1				16.2				16.0			
多少値段が高くても、安全な食材を食べる	15.8				13.8				13.5				13.9			

エヌピーディー・ジャパン(株) CREST より

もう1点着目すべきは、「多少値段が高くても、安全な食材を食べる」に震災前後で大きな変化がみられないことである。つまり、消費者のもつ価格と安全性のバランス感覚は、震災後も変わらず、また、‘高価だが安心・安全’をうたう高付加価値商品になびく消費者像は見受けられない(図表1)。ライフスタイル別に、2010年と2011年を比較したものをみると(図表2)、主婦層の「女性・夫婦のみ」と「女性・子供あり」においては、他の層よりも当該意識は高いものの、やはりいずれの層においても震災後の変化は見られなかった。

【図表2】ライフスタイル別

食意識「多少値段が高くても、安全な食材を食べる」
(2010年 vs. 2011年)

ライフスタイル別	2010.5-2011.4		2011.5-2012.4	
男性計	8.3		8.6	
一人暮らし	5.7		5.6	
夫婦のみ	11.7		11.4	
子供あり	8.9		9.1	
その他	9.5		10.8	
女性計	20.1		20.7	
一人暮らし	12.4		14.1	
夫婦のみ	24.3		23.5	
子供あり	23.5		24.0	
その他	17.7		18.8	

エヌピーディー・ジャパン(株) CREST より

食品偽装事件から4年余りの間で、リーマンショックや震災等、社会状況に大きな変化があった中、消費者の食べ物に対する‘単に国産だから良い’という意識は薄れつつある。ただ一方で、食に安全・安心を求めはするが、それを‘お金で買う’消費者が増えているわけではない。消費者の安全性への欲求、そして家計面への憂慮との狭間で、その購買行動はより複雑さを増してきたと言えるのではないだろうか。

(注1)

食に対する意識10項目は、CREST上で外食・中食の喫食有無を問わずに全員に質問している。なお、当該項目は2008年5月度よりデータ収集開始。

CRESTとは

約20,000人/月のサンプル数を誇る、2003年より開始したサービスであり、外食・中食市場において‘いつ、誰が、どこで、何を、どのように食べ、どの程度満足したか’という情報を1年365日、直接消費者から収集し、データベース化した情報サービスです。

お問合せ

エヌピーディー・ジャパン株式会社
セールス&マーケティング部 小野 雄大
Email; npdjapan.info@npd.com

〒108-0074
東京都港区高輪 3-23-17 品川センタービル 13F
T: 03-5798-7663 / F: 03-5798-7665