

対象11品目で「価格」が1位

大多数がスーパーを利用

日本公庫調査

日本政策金融公庫が実施した2020年1月消費者動向調査対象11品目の20〜70代の男女各1000人、合計2000人では、野菜、果物など11品目の食品(コメ、野菜、果物、牛肉、豚肉、鶏肉、卵、牛乳乳製品、魚介類、惣菜、弁当類)について、購入時の判断基準や購入場所を調査した。

品目で「価格」が最も高かった。5年前の調査と比較して多くの品目で「価格」が上昇し、「国産」「国内産地」「味」「安全性」などの判断基準は低下した。特に「国産」は肉類や魚介類で10ポイント以上低下している。

野菜では、1位「価格」(70.3%)、2位「鮮度」(70.2%)、3位「国産」(37.1%)、4位「国内産地」(23.9%)、5位

「安全性」(15.1%)の順に、果物では1位「価格」(72.0%)、2位「鮮度」(67.4%)、3位「味」(29.3%)、4位「国産」(23.3%)、5位「安全性/国内産地」(17.4%)となった。果物は、「国産」よりも「味」

が上位となっており、産地情報よりも糖度などの「味」の情報が入りの判断に影響を与えていることがうかがえる。

また、食品の主な購入場所は、すべての品目で「食品スーパー」が最も多く「総合スーパー」が続いた。品目別に見ると野菜と果物では「直売所」、弁当と惣菜では「コンビニ」の割合も比較的高かった(左上表)。

品目別 食品の主な購入場所 (抜粋、3つまで回答、単位=%)

	百貨店	総合スーパー	食品スーパー	ドラッグストア	食品専門店	通販・宅配	コンビニ	直売所
コメ	1.6	26.6	47.3	6.8	2.1	9.8	0.3	3.6
野菜	3.8	38.3	74.6	3.3	3.9	3.7	1.1	13.8
果物	4.0	37.3	72.1	2.8	3.8	4.2	0.9	10.1
牛肉	5.1	38.2	72.8	1.7	6.0	3.5	0.1	0.8
豚肉	3.5	39.4	74.8	2.3	5.5	3.6	0.3	0.7
鶏肉	3.2	38.4	73.7	2.2	4.9	3.7	0.2	0.5
卵	1.7	37.3	73.3	9.9	2.6	3.3	2.1	3.2
牛乳乳製品	1.9	38.2	74.2	16.2	1.8	4.4	6.0	0.4
魚介類	4.7	38.6	74.9	1.3	5.2	3.5	0.4	2.0
惣菜	8.7	36.9	70.0	3.0	4.2	2.3	12.3	0.8
弁当	7.3	28.8	55.8	2.7	5.5	0.8	33.0	1.1