

国産イコール安全の意識薄らぐ

- 消費者の生活防衛意識高まり、国産品回帰の動き頭打ち

日本政策金融公庫(農林水産事業)が、平成21年下半期の動向調査結果(調査対象は約6800社で回答は2553社)を発表している。食品産業の景況感、調査開始の平成9年以来、過去最低の水準になった。景況判断が持ち直し傾向にあった前回(21年上半期)調査に比べ今回は4.9ポイント悪化に転じ、景況DI(1)はマイナス27となつての最低水準となった。

業種別では調査対象4つのうち製造業に比べ卸売、小売、飲食店の下落幅が大きい。販売価格が20年下半期以降、急激に低下しているにもかかわらず販売数量が6半期連続で下落し、過去最低のマイナス32.9まで落ち込んでいる。これは米国の金融危機がきっかけの世界経済低迷で消費者の生活防衛意識が高まった影響と考えられる。一方、22年上半期の先行き見通しについても1ポイント悪化し、マイナス28になるなど先行き不透明という結果だ。また22年見通しの設備投資DIはマイナス19.1と、前回よりも4.8ポイント下落し、投資環境は厳しさが続く見通しである。消費者の生活防衛意識が一段と高まっている。

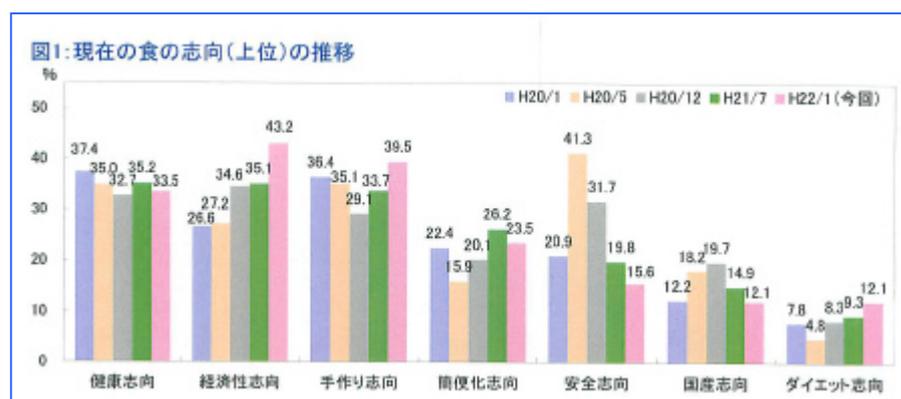
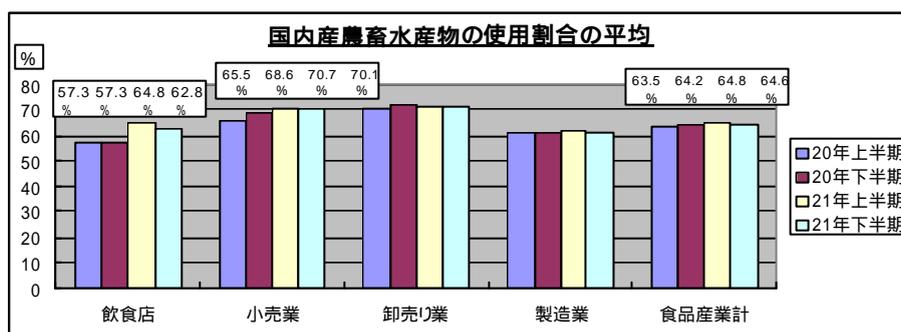
また、国産志向にも変化がみえる。21年下半期の国内産農畜水産物の使用割合は食品産業全体で平均64.6%と微減し、国産品回帰の動きが頭打ちになったと思われる。飲食店では、20年上半期57.3%から21年下半期62.8%、小売業でも20年上半期65.5%から21年下半期70.1%と増加したが頭打ちである。国産品の食品事故が絶えない現状から、国産品イコール安全の意識が薄らいできている。

(1)DIとはDiffusion Index = 動向指数の略。三者択一式アンケートにおいて「好転」・「増加」等の回答割合から「悪化」・「減少」等の回答割合を差し引いた値。

食品産業は「安全・低価格」しかし消費者は「健康」重視

消費者動向調査で、食品産業は経済のデフレ化による「低価格志向」と同時に「安全」を、しかし消費者は、「健康志向」も重視し、商品戦略に食品産業と消費者の間でギャップがある事が分かった。暮らし向きが悪化している現状は経済志向、しかし高齢化とともに健康志向も潜在的にあり、高齢化の進展につれ安全・健康志向が強まると予想される。また、食品産業の多くが「安全」を強く意識し「安全」への取り組み結果が、逆に消費者の「安全」志向の低下の要因になっている。

(次ページへ続く)



今後の食の志向の推移は手作り、簡便化

20歳代から40歳代にかけて、デフレ経済の影響を受けて食費を節約し夕食で手作り志向が増えた。23.7%から33.3%に増加し内食傾向が強くなり、節約志向の裏付けが見られる。しばらくは経済性、手作り志向、簡便化志向が続くと予想され加工品・嗜好品は値下げ圧力が強まると予想される。しかし、今後の食の志向は健康、ダイエット志向も重視している。

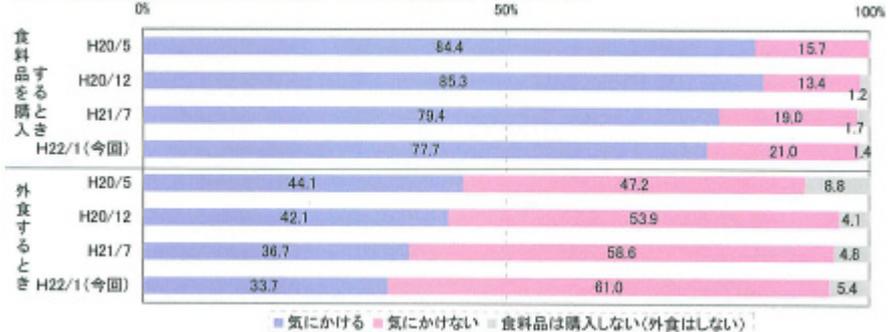


消費者の国産品へのこだわりと『安全・おいしさ』の評価

消費者の間で、食料品の購入時や外食時に国産へのこだわりが薄らぐ中、安全性とおいしさの2項目は評価が高い。消費者の一部は、相変わらず『安全・おいしさ』を求めている。当紙の調査で、同じ様なパック入りのミツバが12月下旬、神奈川県T市の小売店によって248円～395円まで大きな格差があることが分かった。大手量販店が一番安く248円、駅ビル内の八百屋が一番高く315円～395円であった。315円はS県のJAの部会、248円と395円の価格を付けたミツバは、JGAP認証農場で生産されたものである。重量、品種、鮮度は殆ど変わらない。この格差はどうして生まれたのであろうか？考えられるのは、小売店のブランド価値の差ではなかろうか。エキナカの八百屋は、普段から価格は少し高いが美味しいものしか置いていない。果物でも野菜でもいつも2～5割高い。しかし、外れが無い店である。店の付けた価格に、消費者が商品価値を信用して「適正価格」として購入しているのである。農産物の価格は、市場価格を参考にしながらも商品価値を店が判断し、価格を決めているのである。小売店の価値を消費者(購買力の違う)が選択している。やや薄らいだとはいえ、消費者は国産品へのこだわりと安全・安心への評価をしている以上、全ての生産者がその評価に応える事を期待したい。



図4: 食料品を購入するとき/外食するときの国産品へのこだわり



注)H20/5月調査では「食料品は購入しない」の選択肢を設けていない。

東京でも桜が開花し、我が家の近所のソメイヨシノも今朝は数輪咲いていました。いよいよ春到来。新しい気持ちで仕事にも望んでいきたいですね。

編集局長：小田原次洋 アシスタント：助川尚子

電話：03-5802-2011/E-mail：macjournal@mcagri.co.jp URL http://www.mcagri.jp