

NRC「日本人の食」調査

【Part4:食へのこだわりと満足度】

2015年4月/5月調査結果

 **日本リサーチセンター**
Member of Gallup International Association

東京都中央区日本橋本町2-7-1
TEL:03-6667-3400 (代) FAX:03-6667-3470
<http://www.nrc.co.jp/>

◆「日本人の食の嗜好や食生活」 Part4 : 『食へのこだわりと満足度』について

全国15～79才男女を対象に、2015年4月と5月の2回に分けて、調査員による訪問留置法で実施。質問項目は全部で66項目あるが、Part4は、食へのこだわりと満足度に関する結果である。

「食生活に関する以下の事柄について、どの程度あてはまりますか？」と質問し、選択肢は「あてはまる」から「あてはまらない」までの5段階を提示。

本レポートでは、「あてはまる」と「ややあてはまる」を合計した「**あてはまる・計**」と、「あてはまらない」と「あまりあてはまらない」を合計した「**あてはまらない・計**」の**2つの比率**を中心に、日本人全体と性別、年代別、エリア別にブレイクダウンした結果を紹介する。

※サンプル数は合計2,400人だが、比率は、設問ごとに「無回答」を除外して算出

※また、グラフは整数%で表示したため、四捨五入の関係で合計が100%になっていないものもある

◆ 以下の全5回に分けて調査レポートをご紹介します。

- 『Part1：食の嗜好』 → 弊社ホームページにて掲載中
- 『Part2：よく食べるものや好き嫌い』 → 弊社ホームページにて掲載中
- 『Part3：食の安全と健康』 → 弊社ホームページにて掲載中
- 『**Part4：食へのこだわりと満足度**』 → **本レポート**
- 『Part5：外食・中食等の利用』 → 今後掲載予定

なお、この調査結果を利用して、食に関するセグメンテーション分析を実施し、

「NRC食クラスター」を作成しました。よろしければ、以下もご参照ください。

<http://www.nrc.co.jp/strategy/segmentation.html>

◆日本人の食について調査結果をまとめると、

<食生活の満足度や関与度では……>

- ◆『今の生活に満足している』は、「あてはまる・計」（肯定）が55%と半数以上であり、「あてはまらない・計」（否定）は11%と少なく、満足している人の方が圧倒的に多い。
- ◆『おいしいものを食べることにお金をかけてもよい』は、肯定が50%、否定は17%と、お金をかけてもよいという人が多数派。
- ◆『食事はお腹いっぱいになればよい』は、肯定が17%、否定53%であり、食事にこだわりがない人は少数派。
- ◆『食事に手間ひまや時間をかけたくない』は、肯定が18%に対し、否定が42%となり、手間や時間をかけたいと考える人の方が多い。
- ◆『食べ物について、人とよく話をする』は、肯定が30%、否定が40%で、大差ではないが話をする人の方が少ない。

年代別の特徴では、高齢者で食生活に満足している人が多い。

若年層では、おいしいものを食べることにお金をかけてもよいと考えている人が多い一方で、食事に手間ひまや時間をかけたくない、お腹がいっぱいになればよいという食事にこだわりのない人も少なからず存在している。

男女別では、食事はお腹がいっぱいになればよいと考える人は、多数派ではないものの、女性よりも男性で比較的多い。一方、食べ物について人とよく話をする人は、男性よりも女性で多い。

<食情報やお店への関心度では……>

- ◆『たまには高級レストランやフレンチな食事をしたい』は、「あてはまる・計」の肯定56%が、「あてはまらない・計」の否定25%を上回る。
- ◆『おいしいものを食べ歩きするのが好き』と『新しい食べ物に興味がある』は、いずれも肯定と否定が3割半ばで拮抗している。
- ◆『食についてテレビ番組や雑誌を見るのが好き』は、肯定が45%、否定が26%と、見るのが好きな人が多い。

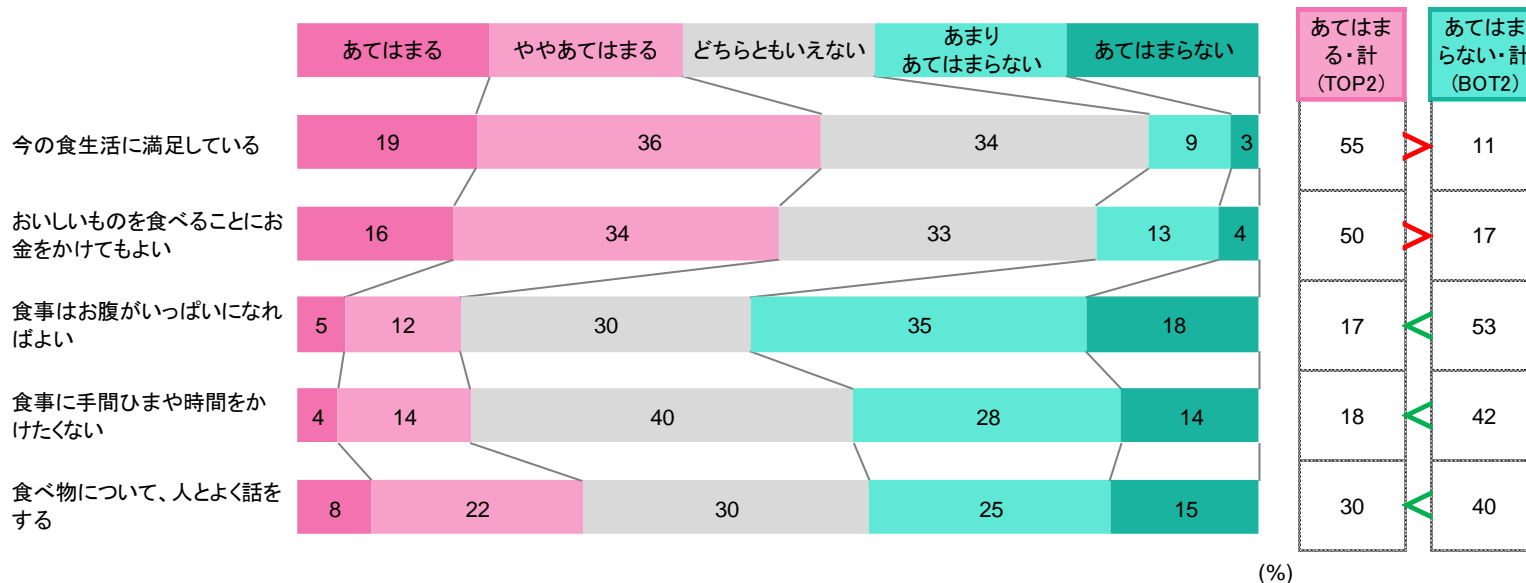
新しい食べ物に興味を示し、高級で贅沢な食事や、おいしいものの食べ歩きを望むのは、年代では若年層、男女では女性で多い傾向がみられた。

- ◆ 全国15~79歳男女に対して、「食生活に関する以下の事柄について、どの程度あてはまりますか？」と質問した結果である。
- ◆ 「あてはまる」と「ややあてはまる」を合計した「あてはまる・計」と、「あてはまらない」と「あまりあてはまらない」を合計した「あてはまらない・計」の比率を中心に結果をみてみた
 ※比率は、設問ごとに「無回答」を除外して算出
 ※グラフは整数%で表示したため、四捨五入の関係で合計が100%になっていないものもある

<食生活の満足度や関与度について>

- ◆ **今の食生活に満足している**は、「あてはまる・計」（肯定）が55%と半数以上であり、「あてはまらない・計」（否定）は11%と少なく、満足している人の方が圧倒的に多い。
- ◆ **おいしいものを食べることにお金をかけてもよい**は、肯定が50%に対し、否定は17%と、お金をかけてもよいという人が多数派。
- ◆ **食事はお腹がいっぱいになればよい**は肯定が17%に対し、否定は53%であり、食事にこだわりがない人は少数派。
- ◆ **食事に手間ひまや時間をかけたくない**は、肯定が18%に対し、否定は42%となり、手間や時間をかけたいと考える人の方が多い。
- ◆ **食べ物について、人とよく話を**するは、肯定が30%、否定が40%と大差ではないが、話をする人の方が少ない。

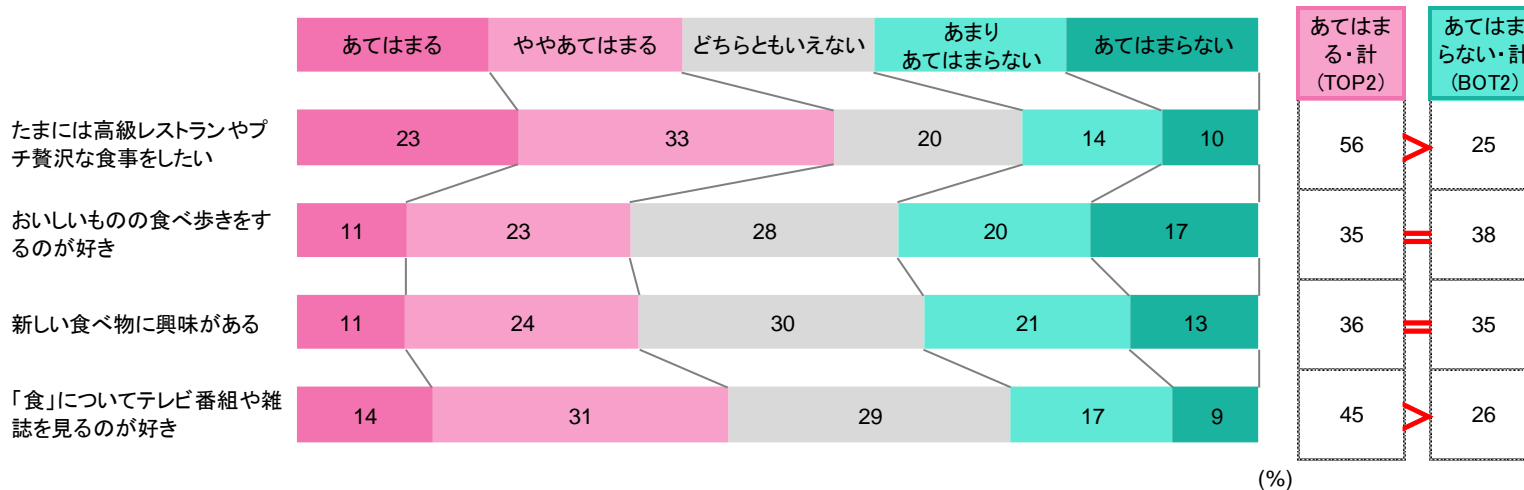
Q「食生活」について、どの程度あてはまりますか。



<食情報やお店への関心度について>

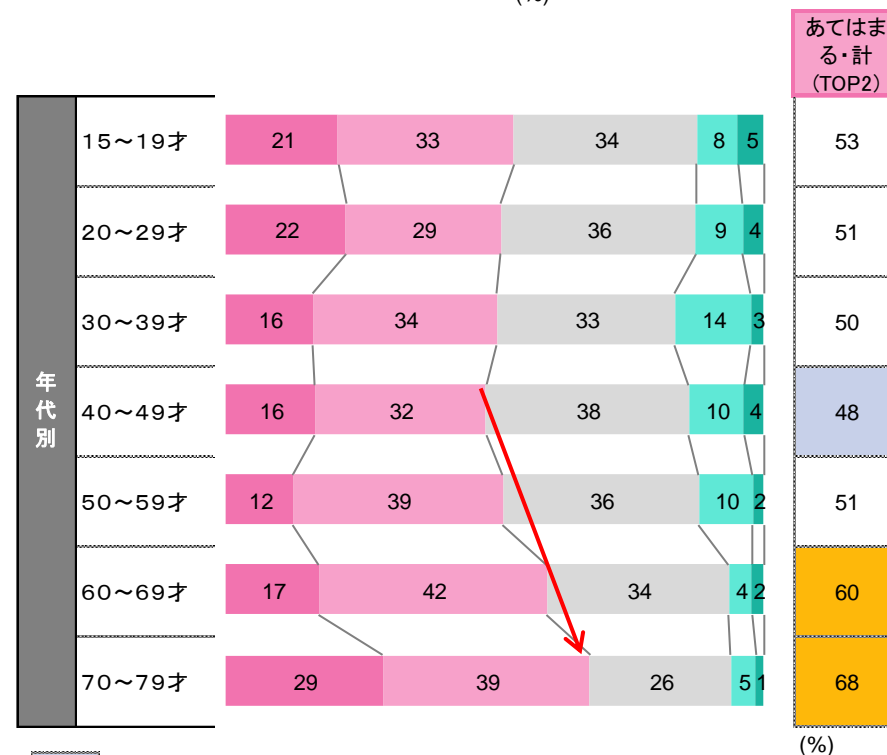
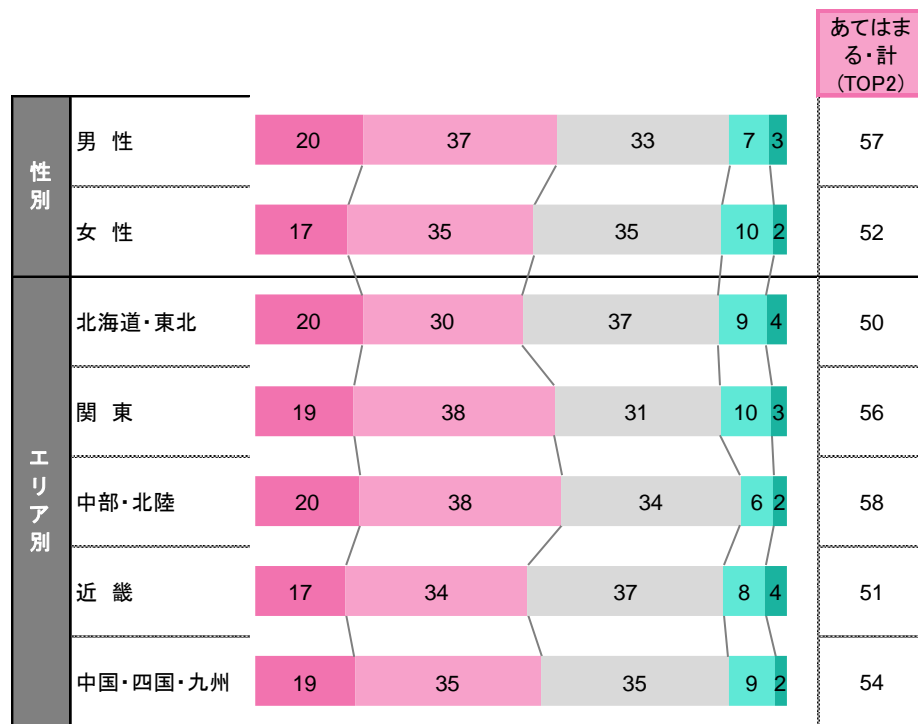
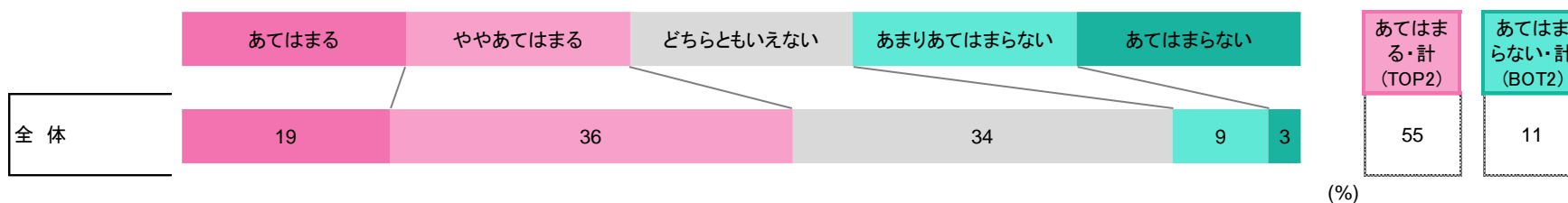
- ◆たまには高級レストランやフチ贅沢な食事をしたいは、「あてはまる・計」の肯定56%が、「あてはまらない・計」の否定25%を上回る。
- ◆おいしいものの食べ歩きをするのが好き、新しい食べ物に興味があるは、いずれも肯定と否定が3割半ばで拮抗している。
- ◆「食」についてテレビ番組や雑誌を見るのが好きは、肯定が45%、否定が26%と、見るのが好きな人の方が多い。

Q「食生活」について、どの程度あてはまりますか。



- ◆日本人全体でみれば、『今の食生活に満足している』は、「あてはまる・計」（肯定）が55%と半数を超えている。
- ◆年代別では、10代から50代までは肯定率が5割前後だが、60代では60%、70代では68%と高い。60代以上の高齢層では、今の食生活に満足している人が多いようである。

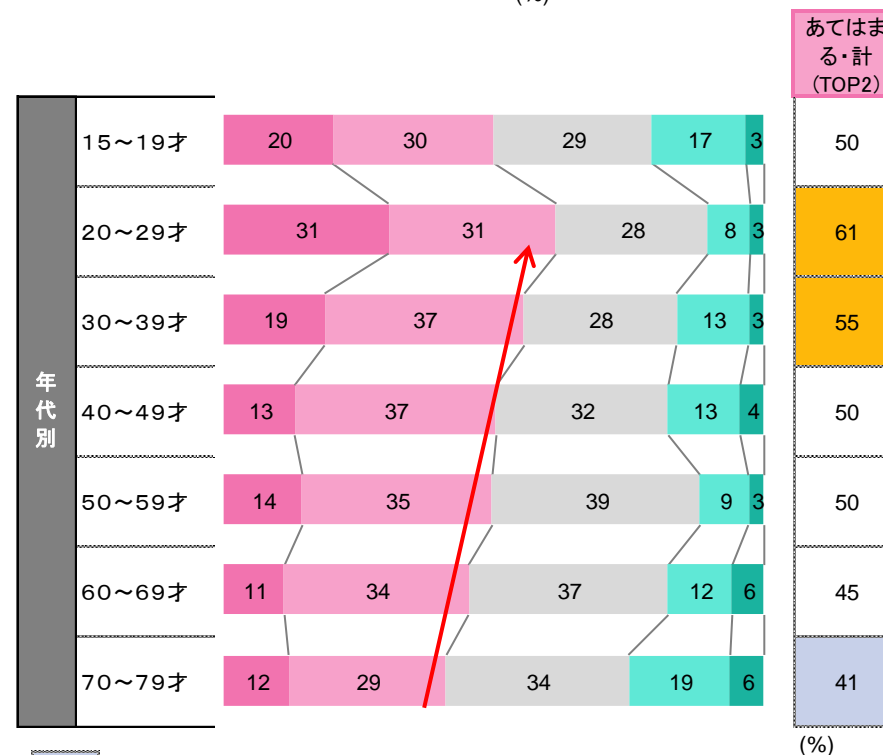
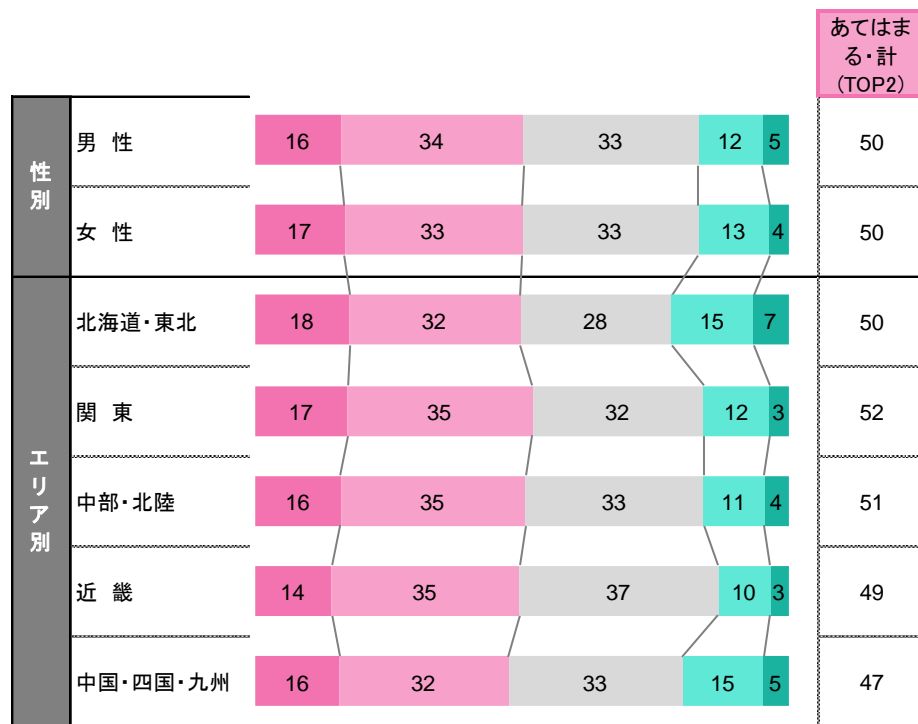
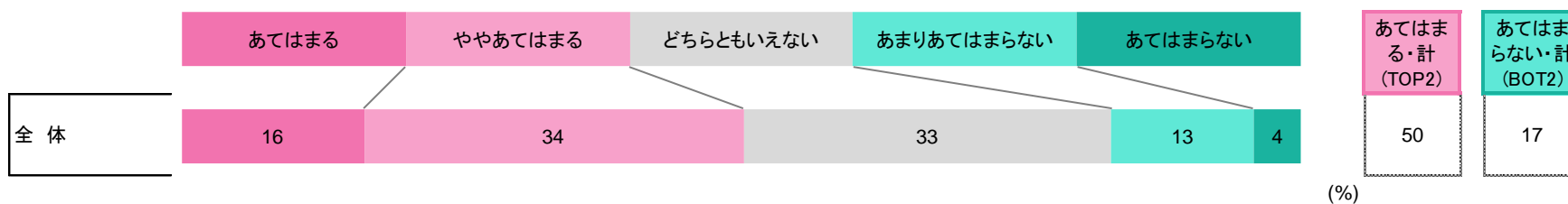
今の食生活に満足している



(注) は全体より5ポイント以上高い、 は5ポイント以上低い

- ◆日本人全体で見れば、『おいしいものを食べることにお金をかけてもよい』は、「あてはまる・計」（肯定）が50%と「あてはまらない・計」（否定）を上回っている。
- ◆属性別では年代で差がみられた。70代で肯定率が41%と最も低く、若年層になるにつれて増加し、30代で55%、20代で6割を超える。つまり、おいしいものにはお金をかけてもよいと考える人は、20～30代が多い。

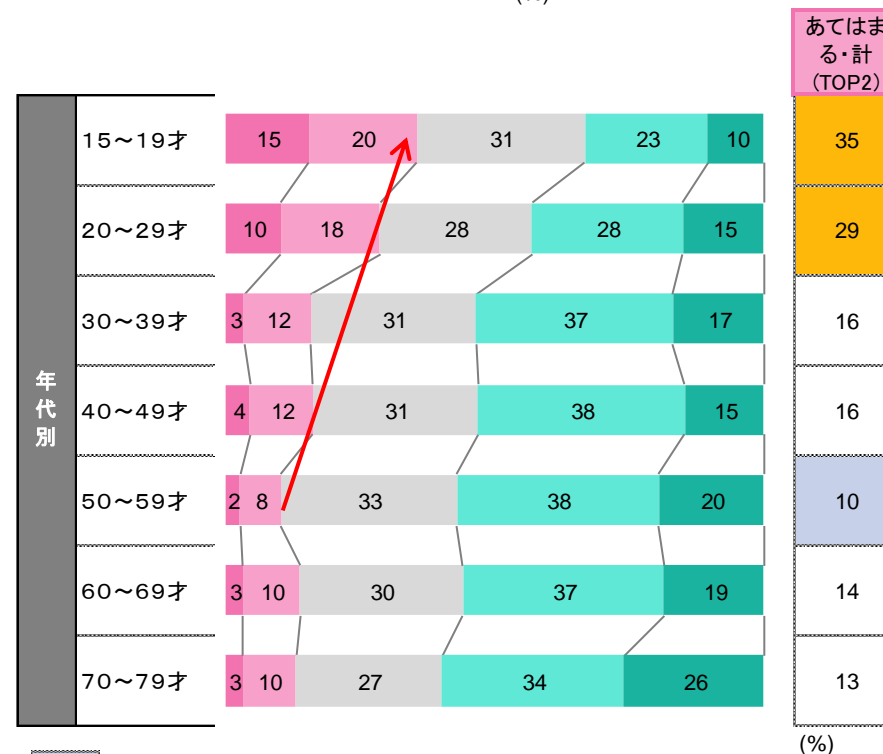
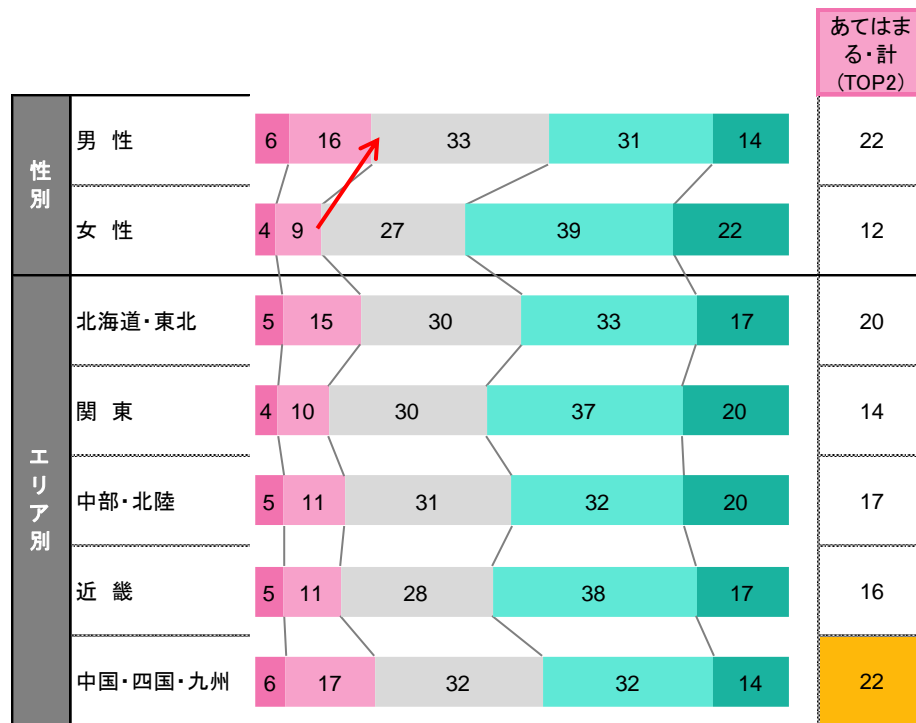
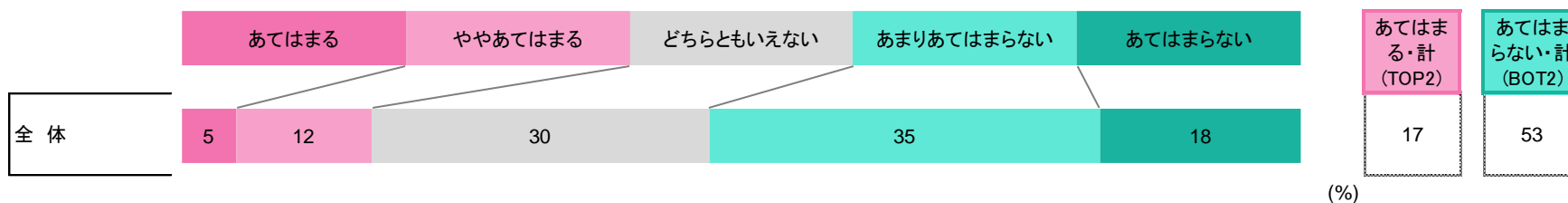
おいしいものを食べることにお金をかけてもよい



(注) は全体より5ポイント以上高い、 は5ポイント以上低い

- ◆日本人全体でみれば、『食事はお腹がいっぱいになればよい』は、「あてはまる・計」（肯定）が17%と少なく、「あてはまらない・計」（否定）53%の方が多。
- ◆属性別では、肯定した人は男性が22%で、女性（12%）よりも多い。年代別では、肯定率は10代が35%、20代が29%と若年層で高くなっている。

食事はお腹がいっぱいになればよい

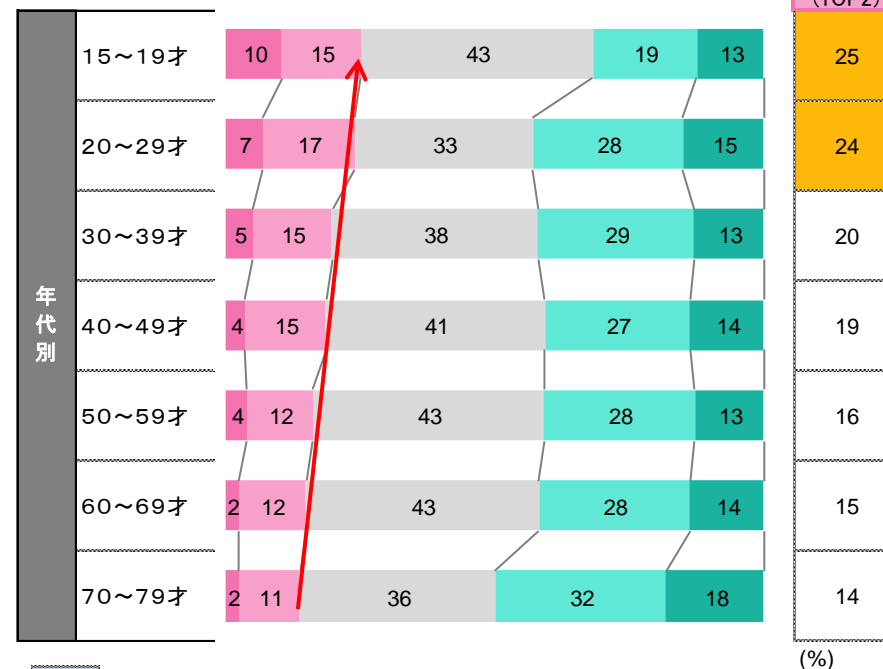
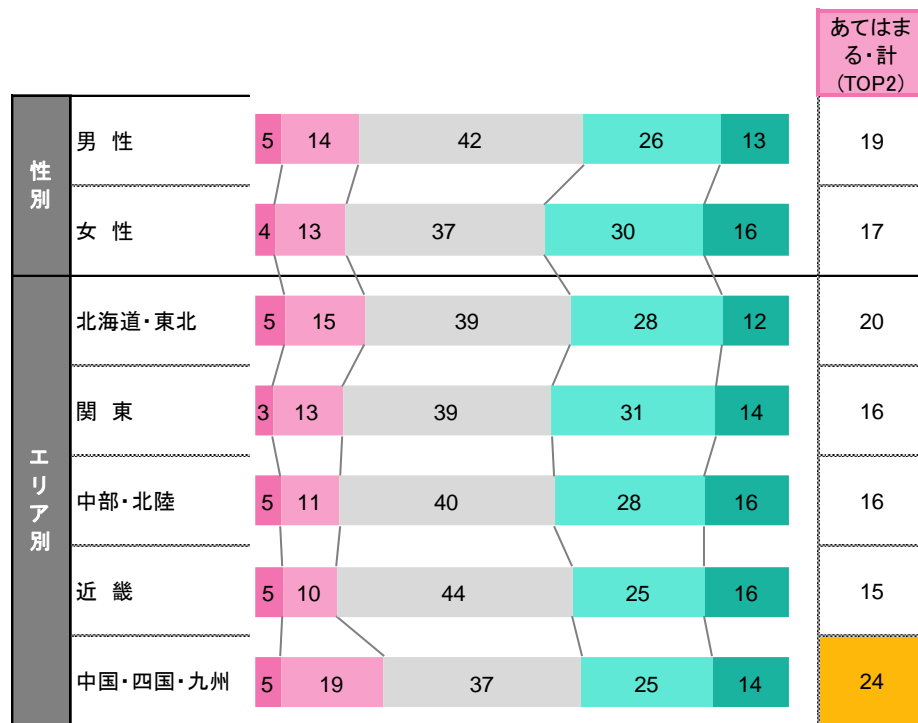
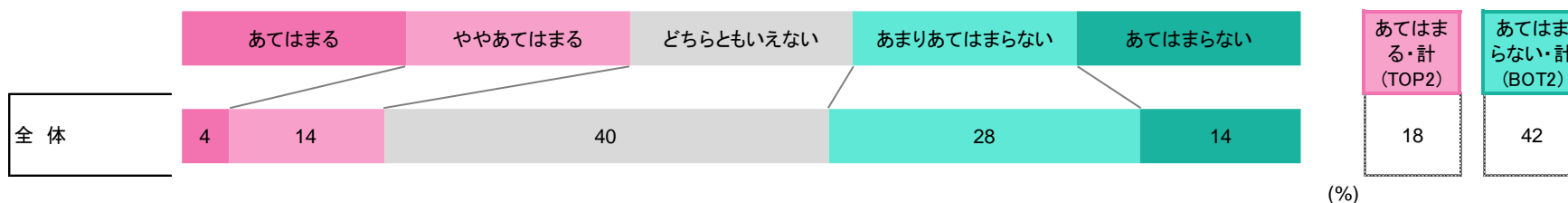


(注) は全体より5ポイント以上高い、 は5ポイント以上低い

(%)

- ◆日本人全体で見れば、『食事に手間ひまや時間をかけたくない』は、「あてはまる・計」（肯定）が18%に対し、「あてはまらない・計」（否定）が42%と多い。
- ◆属性別では、中国・四国・九州で肯定率が24%、10～20代では2割半と全体と比べて高くなっているが、否定を上回るほどではない。

食事に手間ひまや時間をかけたくない

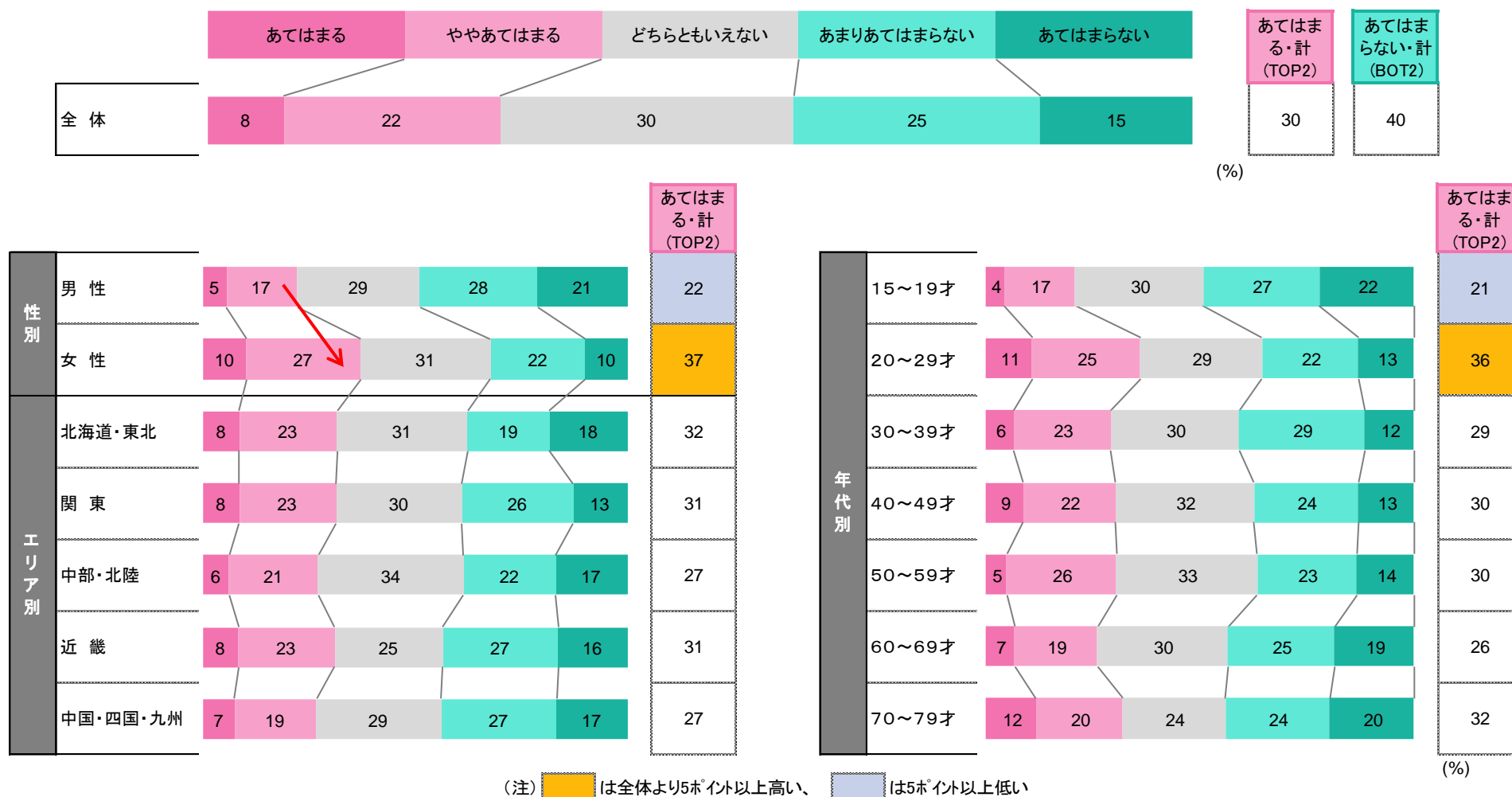


(注) は全体より5ポイント以上高い、 は5ポイント以上低い

(%)

- ◆日本人全体で見れば、『食べ物について、人とよく話をする』は、「あてはまる・計」（肯定）30%よりも、「あてはまらない・計」（否定）40%の方が多い。
- ◆属性別では、肯定率は男性が22%に対し、女性は37%と高く、女性の方が食べ物についてよく話をしていることがわかる。また、年代別では10代で21%と低いが、20代では36%と高くなっており、10代と20代の差が大きいのは興味深い。

食べ物について、人とよく話をする



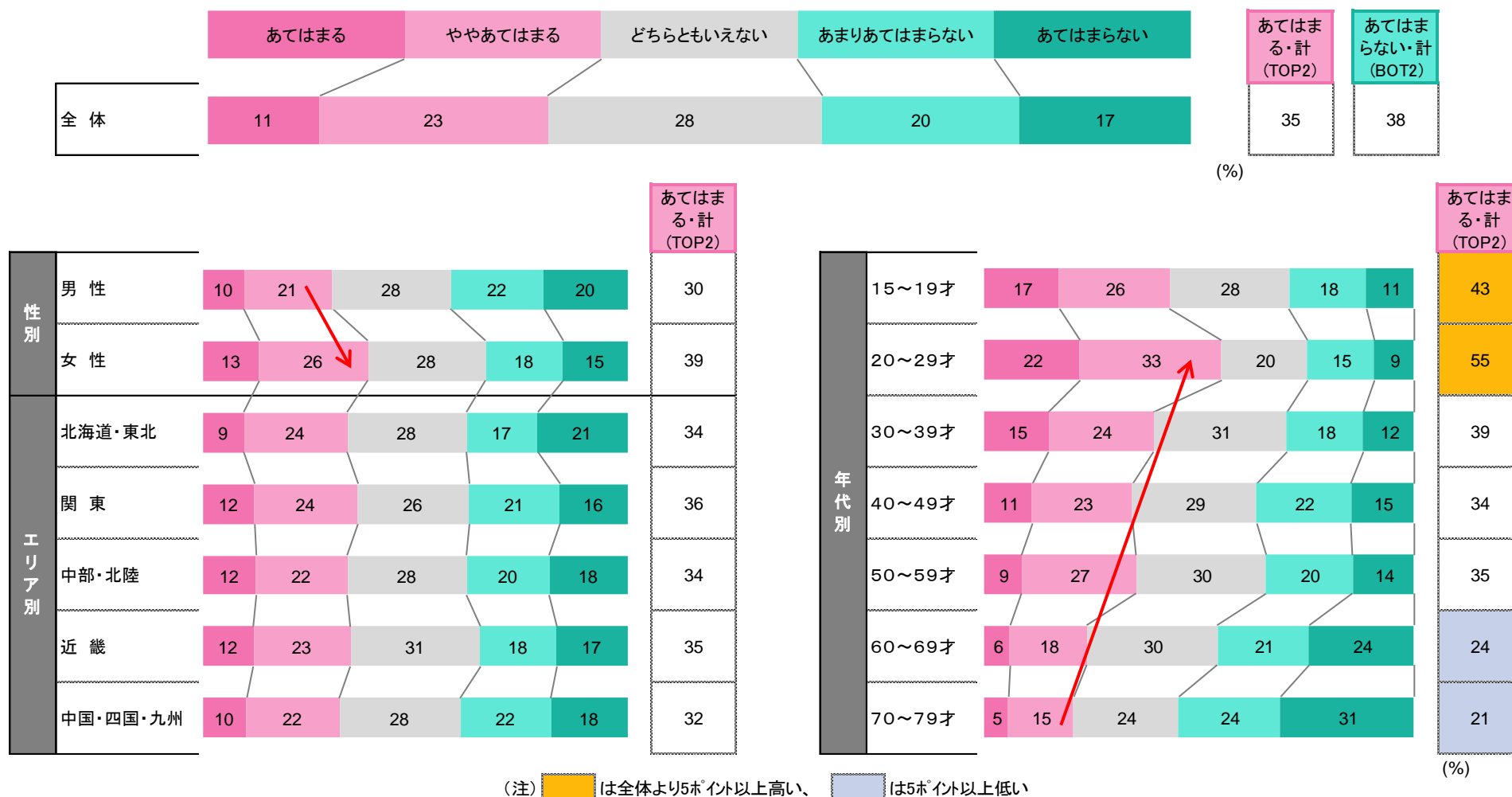
- ◆日本人全体で見れば、『たまには高級レストランやプチ贅沢な食事をしたい』は、「あてはまる・計」（肯定）が56%と半数を超える。
- ◆属性別では、肯定率は男性が48%と低いのにに対し、女性は64%と高い。また、年代別では70代で40%と最も低く、若年層になるにつれて増加し、20～40代では6割台前半まで高くなる。ただし10代では51%と低くなる。

たまには高級レストランやプチ贅沢な食事をしたい



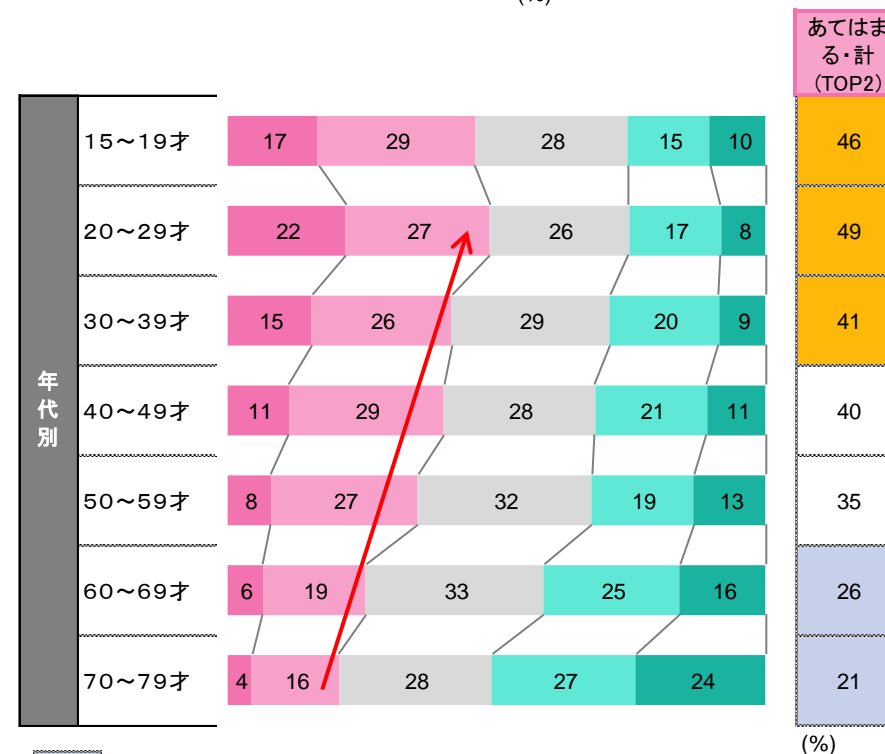
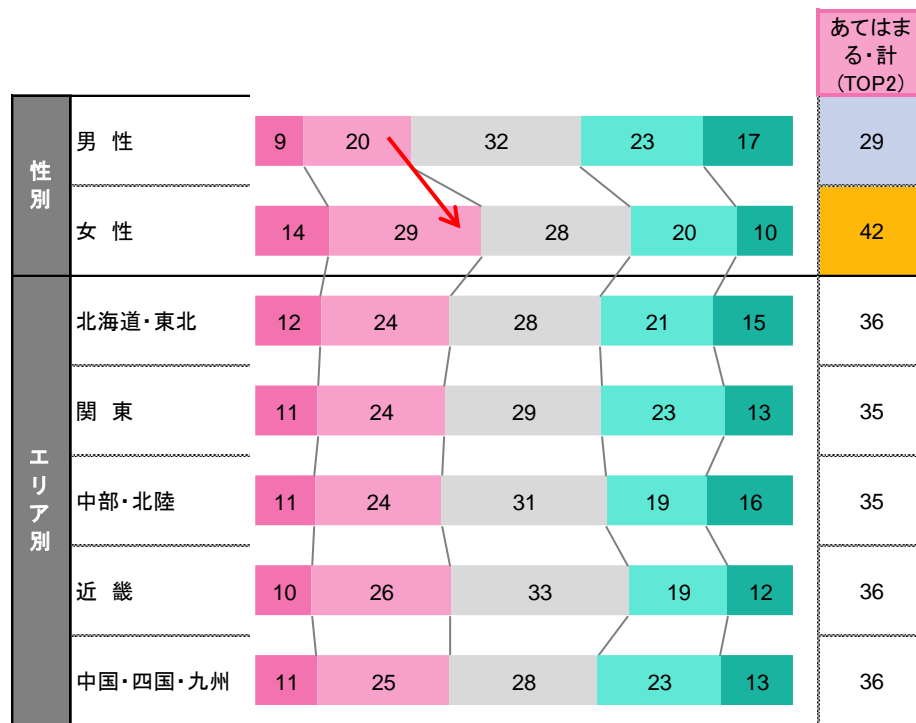
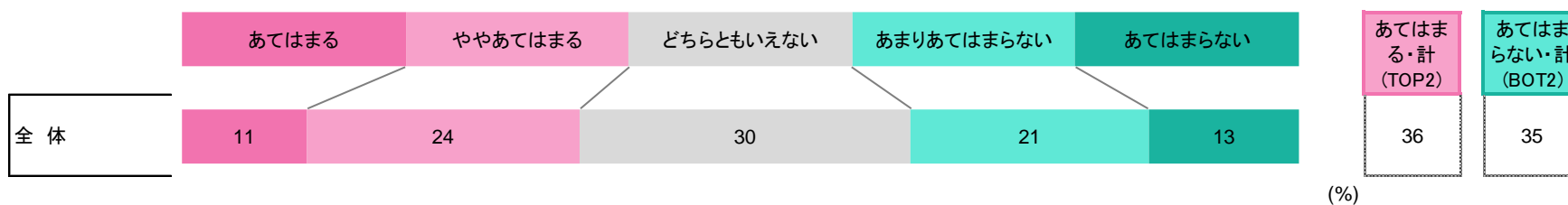
- ◆日本人全体で見れば、『おいしいものの食べ歩きをするのが好き』は、「あてはまる・計」（肯定）と「あてはまらない・計」（否定）が3割後半で拮抗している。
- ◆属性別では、男性よりも女性で肯定率が高い。年代別では、70代で21%と最も低く、若年層になるにつれて増加し、10代で43%、20代で55%と高くなっていく。

おいしいものの食べ歩きをするのが好き



- ◆日本人全体で見れば、『新しい食べ物に興味がある』は、「あてはまる・計」（肯定）と「あてはまらない・計」（否定）が3割半ばでほぼ同数。
- ◆男女別で見ると、男性で肯定が29%、女性で42%と男女差がみられる。女性は新しい食べ物に興味がある人が多いが、男性は興味のない人の方が多い。
- ◆年代別では、70代で肯定率が21%と最も低く、若年層になるにつれて増加する傾向にあり、30代以下では4割を超える。

新しい食べ物に興味がある



(注) は全体より5ポイント以上高い、 は5ポイント以上低い

- ◆日本人全体で見れば、『「食」についてテレビ番組や雑誌を見るのが好き』は、「あてはまる・計」（肯定）は45%で、「あてはまらない・計」（否定）の26%を上回る。
- ◆男女別で見ると、男性で肯定が34%に対し、女性では55%と20ポイント以上の差がみられる。
- ◆年代別では、10代で肯定率が26%と最も低く、高齢になるにつれ増加し、50代以上では5割に達する。

「食」についてテレビ番組や雑誌を見るのが好き



調査方法

- NOS（日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）
- 調査員による個別訪問留置調査

調査対象

- 全国の15～79歳の男女個人 2,400人
※エリア・都市規模と性年代構成は、日本の人口構成比に合致するよう割付をおこなった

抽出方法

- 毎月200地点を抽出、住宅地図データベースから世帯を抽出し個人を割当て

調査期間

- 2015年4月（4/1～4/13）と 5月（5/1～5/18）

分析サンプル数

- 4月と5月の結果を合体して集計した。
- 分析に利用した属性別サンプル数は以下の通り。

【性別】

男性	1,192
女性	1,208

【年代別】

15～19才	144
20～29才	298
30～39才	388
40～49才	428
50～59才	364
60～69才	442
70～79才	336

【エリア別】

北海道・東北	276
関東	876
中部・北陸	384
近畿	384
中国・四国・九州	480

(人)

NOS（日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）について

調査パネルを使ってインターネットで簡単に情報収集できる時代になりましたが、NOSでは、40年以上にわたって、

①調査員を使った訪問留置、②パネルモニターではない毎回抽出方式で調査を継続しており、代表性のある信頼の高いデータを提供しております。

NOSは、毎月1回定期的に実施する乗り合い形式（オムニバス）の全国調査です。

毎回ランダムに決められた200地点にて、対象となる方に調査員が協力を依頼してアンケートを回収します。

性年代構成を日本の人口構成比に合わせているため、全体結果は日本を代表する意見としてそのまま覧になることができます。

インターネット調査では、回収が難しい60代以上の対象者やインターネットを使っていない人の実態や意識を分析するのにも有用な手法と言えます。

《 引用・転載時のお願い 》

本レポートの引用・転載の際は、下記連絡先にメールにて掲載のご連絡をお願い致します。

連絡先：日本リサーチセンター広報室 メール：information@nrc.co.jp

**掲載では必ず当社クレジットを明記していただき、
調査結果のグラフ・表をご利用の場合も、データ部分に当社クレジットの掲載をお願い致します。**