

「食」に関するアンケート調査結果

財団法人 福島県産業振興センター
企画管理部 経営支援グループ

はじめに

現代の食生活を巡る光景は、かつてとは大きく様変わりしているようです。朝食抜きなど、三食をきちんと摂らない人も珍しくないようであり、また従来、若者が多く利用されていたコンビニエンスストアで、高齢者が弁当類を購入する姿なども、よく見られるようになりました。

このように、食の事情が変化してきた背景には、嗜好変化、ライフスタイルの変化が作用しているものと考えられます。同時に、安全性志向、経費節約、あるいは時間節約など、多様な要因が関与していることも推察できそうです。

消費者は食料品を主にどこで購入しているか。その際、店や商品を選ぶ基準は何か。外食の際は、店はどういう尺度で決めているか。それらのデータを集計することは、現代消費者の食の事情を明らかにするとともに、食に関わる店舗側にとっても、今後の経営方針を考える上での参考になることでしょう。

そこで、平成16年度の当センター事業として、「食」に関するアンケート調査を実施いたしました。現代消費者の食の現況を調査することで、消費者が食に求める要因を探り、そこから、食に関連する小売店、サービス業が、今後目指すべき方向性を探ることを目的としたものです。

この報告書が、地域商業、サービス業の活性化と、消費者の利便性向上の参考としてお役に立ちますよう、期待しております。

平成17年3月

財団法人 福島県産業振興センター
理事長 小山 紀 男

【「食」に関するアンケート調査結果報告書作成にあたり】

1. この報告書は、いわき市在住の消費者を対象に、「食」に関するアンケートを実施し、その集計結果をまとめたものです。統計解析の精度を上げるため、調査モデルを一つの市に絞って実施しました。
2. 調査対象の抽出には、NTTハローページを利用し、そこに掲載されているいわき市在住の方から2,300名を、無作為抽出しました。
3. この報告書は、読みやすく、理解しやすいことを念頭に、グラフ表示を主にしました。また数値での表現も、できるだけ理解しやすいよう、簡略な表記を心がけています。
4. 集計結果は、無効回答を除外して表記してあります。なお複数回答の設問は、合計が100%を超える場合もあります。あらかじめご了承ください。
5. 福島県産業振興センターでは、随時個店の相談に応じております。どうぞお気軽にご利用ください。

《調査の概要》

1 調査対象者

いわき市在住者（ハローページから無作為抽出）

2 調査数

2、300件

3 調査方法

郵送調査

4 調査期間

平成16年12月

5 回収結果

到着件数	2,259件（宛先不明で返送41件）
回収件数	302件（回収率13.03%）
無効回答数	9件
有効回答数	293件（有効回収率12.97%）

目 次

はじめに	1
「食」に関するアンケート調査結果報告書作成にあたり	2
調査の概要	2
第一章 集計結果	5
1 回答者の概要	5
1) 回答者の性別・年齢	5
2) 回答者の家族構成	6
2 食料品の購入について	7
1) 生鮮品	7
2) 惣菜類	10
3) 主食・調味料等	13
4) 嗜好品	16
3 昼食について	19
1) 主に家庭外で昼食をとる人	19
2) 主に家庭内で昼食をとる人	21
4 外食について	23
1) 昼食の外食	23
2) 夕食の外食	24
3) 外食する店を選ぶ基準	25
5 自由意見	26
第二章 まとめ	28
1 集計結果	28
2 考察	30
アンケート様式	32

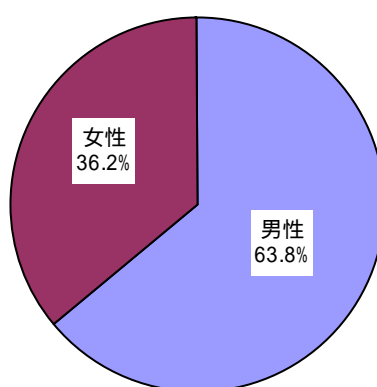
第一章 集計結果

1 回答者の概要

1) 回答者の性別・年齢

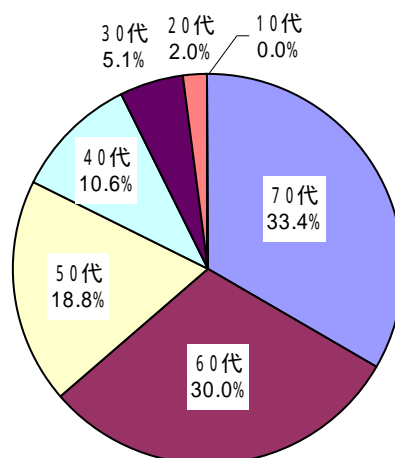
有効回答総数は293通で、男女比は、男性が63.8%、女性が36.2%だった。

F - 1) 性別



回答者の年齢は70代が33.4%、次いで60代30.0%、50代18.8%の順だった。上記の性別比と合わせて考えると、世帯主男性が回答を記入したケースが多いものと考えられる。

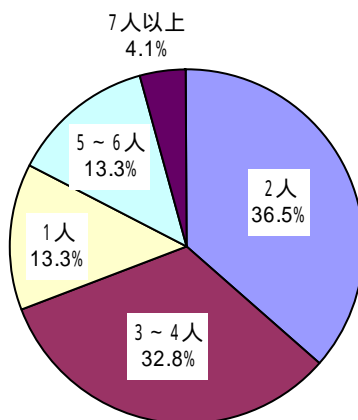
F - 2) 年代



2) 回答者の家族構成

「2人」が36.5%と多く、次いで「3～4人」32.8%、「1人」と「5～6人」はともに13.3%で、「7人以上」は4.1%だった。

F - 3) 同居人数



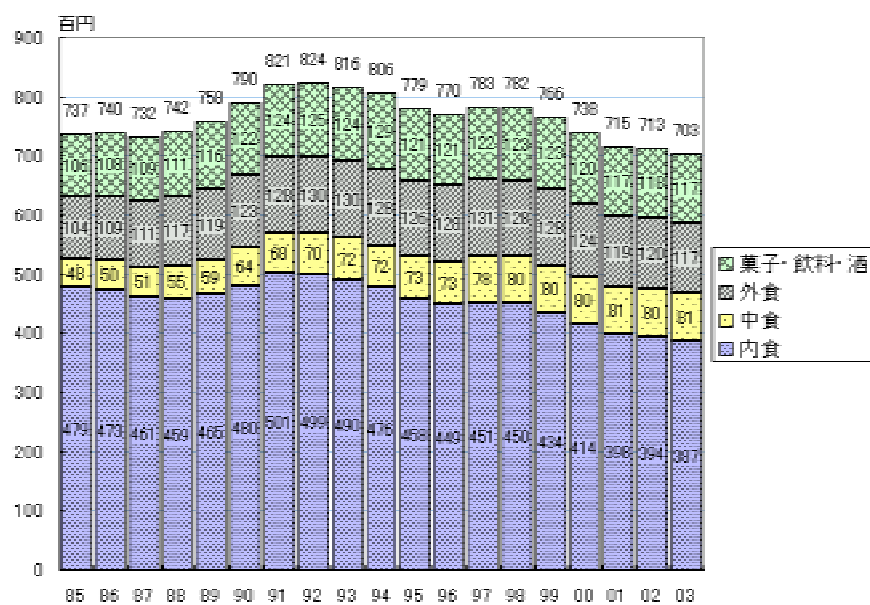
食費の変遷

景気後退とともに、食費もじわじわと減少している。90年代前半には、月8万円を超えていたのが、2003年には7万円を少し超える程度にまで減った。

家で調理する「内食」の金額が減り、また外食も減少傾向。ただコンビニ弁当などの「中食」は、全体の中で占める比率が少しずつ高くなる傾向があるようだ。

菓子や酒などの嗜好品は、それほど極端に消費金額が減っていない。やはり好きなものは、なかなか減らせない、ということだろうか。

1世帯当たり月平均食費支出の推移(全国・2人以上の全世帯)



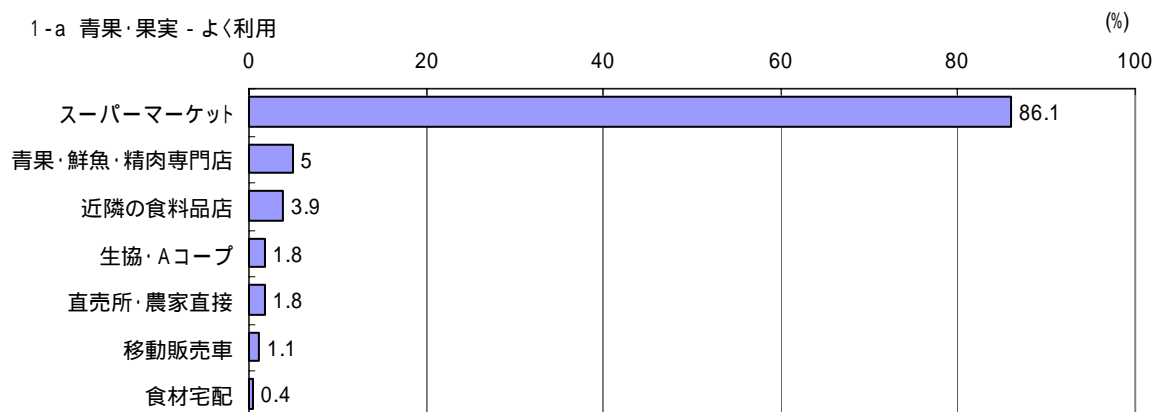
)「中食」^{なかしょく} 自宅調理と外食の中間を意味し、弁当や惣菜を外で購入して、持ち帰ってする食事のことを言う。

2 食料品の購入について

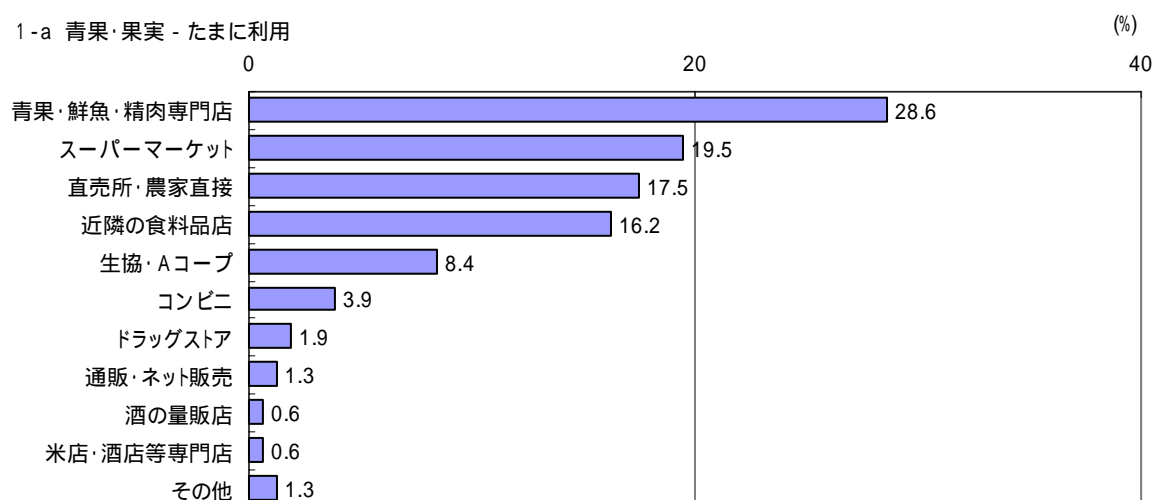
1) 生鮮品

青果・果実

よく利用する店では、「スーパーマーケット」という回答が9割近くを占めた。



たまに利用する店では「専門店」がほぼ3割上げられた。



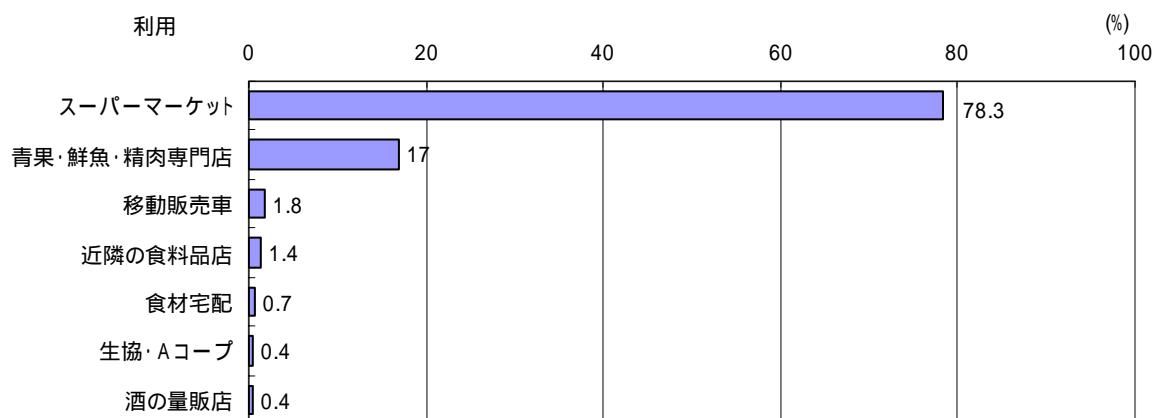
店を選ぶ理由は、「商品の種類が豊富」「一箇所で買い物が済む」「値段が安い」の順だった。

【店を選ぶ理由】	件数	%	【店を選ぶ理由】	件数	%
商品の種類が豊富	153	55.8	おいしい	9	3.3
一箇所で買い物が済む	146	53.3	適量のパックがある	8	2.9
値段が安い	79	28.8	ボリュームがある	4	1.5
商品が新鮮・安全	74	27.0	対応が親切	4	1.5
チラシを見て	47	17.2	配達してくれる	2	0.7
家から近い	47	17.2	栄養面で考慮している	1	0.4
駐車場がある	43	15.7	その他	1	0.4
ポイントカード等がある	43	15.7	店がきれい	0	0
			無回答	19	

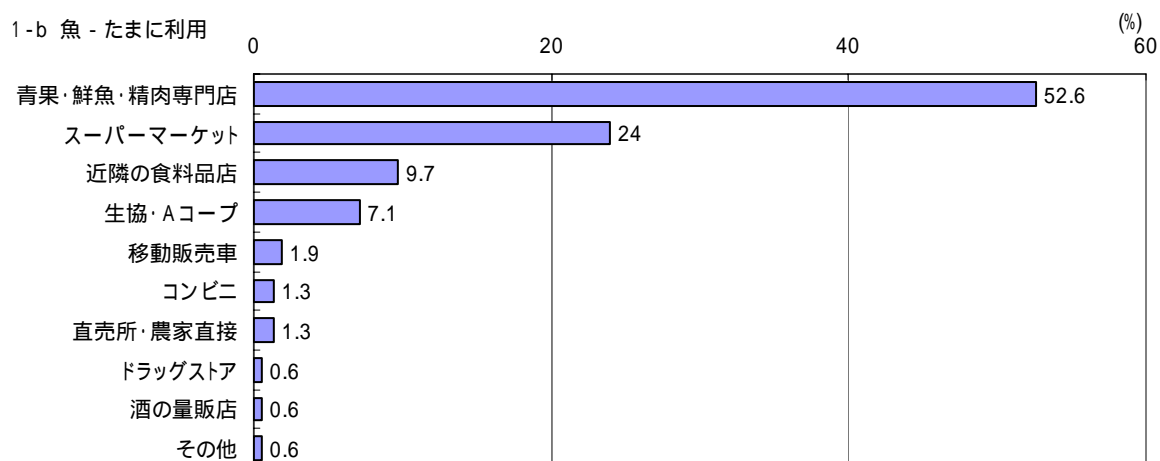
第一章 集計結果

魚

よく利用する店では、「スーパーマーケット」という回答が8割近かった。次に専門店が17%だった。



たまに利用する店では、「専門店」という回答が5割を超えた。

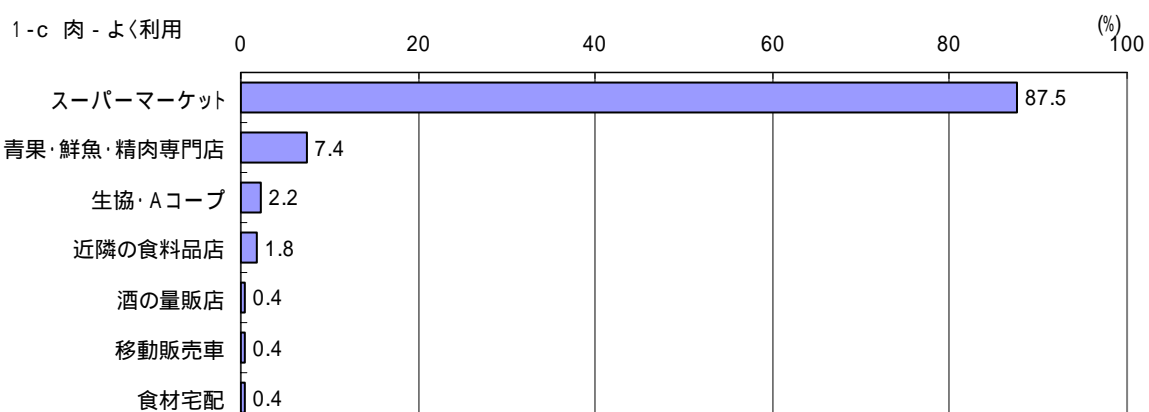


店を選ぶ理由では「一箇所で買い物が済む」「商品の種類が豊富」「商品が新鮮・安全」が多かった。

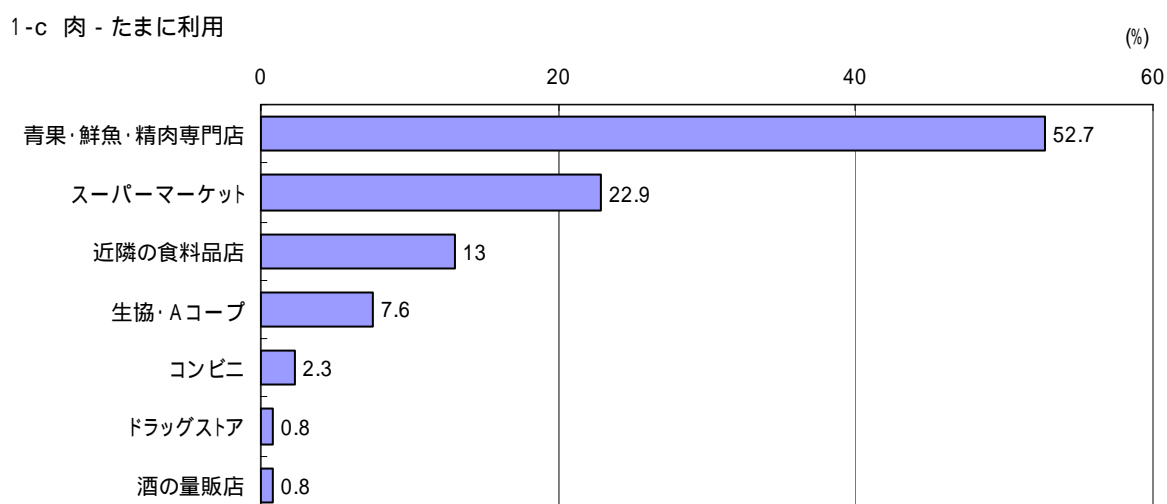
【店を選ぶ理由】	件数	%	【店を選ぶ理由】	件数	%
一箇所で買い物が済む	120	46.9	適量のパックがある	11	4.3
商品の種類が豊富	118	46.1	対応が親切	10	3.9
商品が新鮮・安全	101	39.5	配達してくれる	6	2.3
値段が安い	73	28.5	ボリュームがある	3	1.2
駐車場がある	38	14.8	栄養面で考慮している	2	0.8
家から近い	37	14.5	店がきれい	2	0.8
チラシを見て	37	14.5	その他	3	1.2
ポイントカード等がある	34	13.3	無回答	37	
おいしい	18	7.0			

肉

よく利用する店では、「スーパーマーケット」という回答が9割近かった。



たまに利用する店では、「専門店」という回答が5割を超えた。



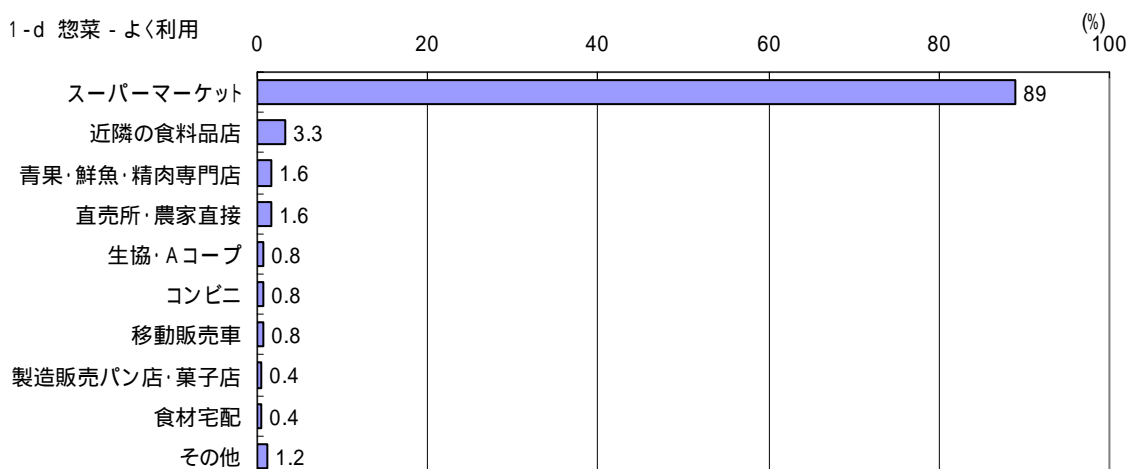
店を選ぶ理由では「一箇所で買い物が済む」「商品の種類が豊富」「商品が新鮮・安全」が多かった。

【店を選ぶ理由】	件数	%	【店を選ぶ理由】	件数	%
一箇所で買い物が済む	119	47.6	おいしい	16	6.4
商品の種類が豊富	116	46.4	配達してくれる	5	2.0
商品が新鮮・安全	76	30.4	対応が親切	3	1.2
値段が安い	68	27.2	ボリュームがある	2	0.8
チラシを見て	45	18.0	栄養面で考慮している	2	0.8
家から近い	42	16.8	店がきれい	1	0.4
ポイントカード等がある	39	15.6	その他	1	0.4
駐車場がある	38	15.2	無回答	37	
適量のパックがある	20	8.0			

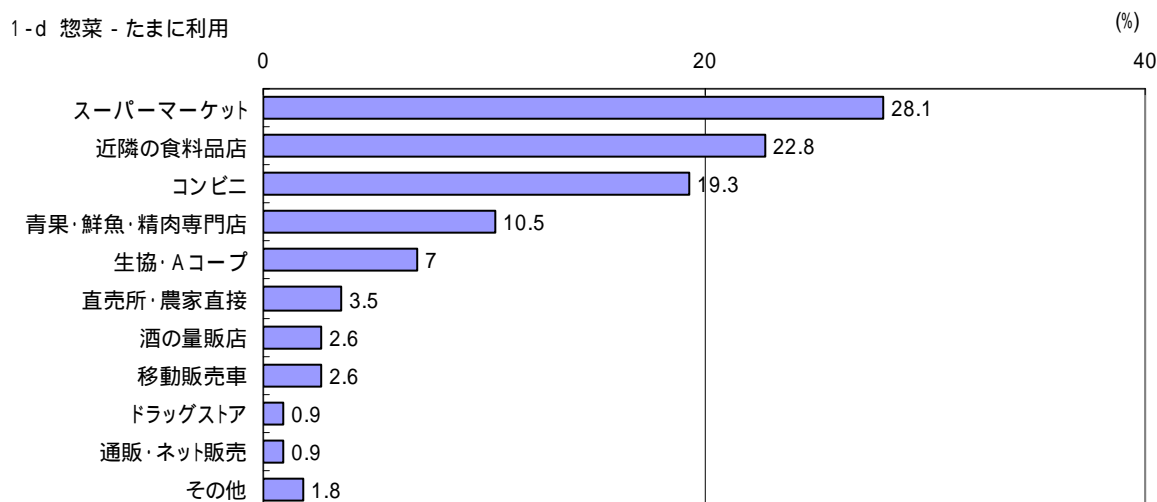
2) 惣菜類

惣菜

よく利用する店では、「スーパーマーケット」という回答が9割近かった。



たまに利用する店では「近隣の食料品店」「コンビニ」という回答が、それぞれほぼ2割あった。

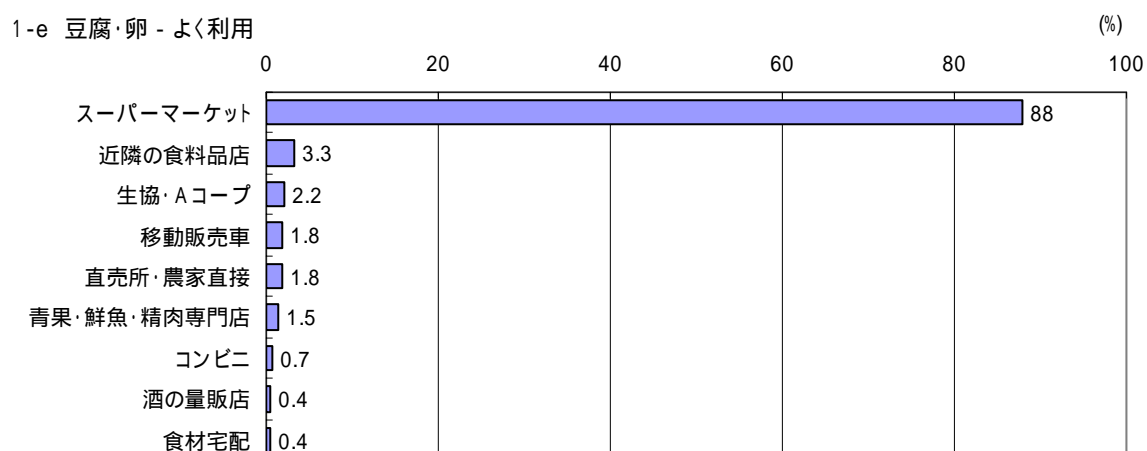


店を選ぶ理由では「商品の種類が豊富」「一箇所で買い物が済む」「値段が安い」が多かった。

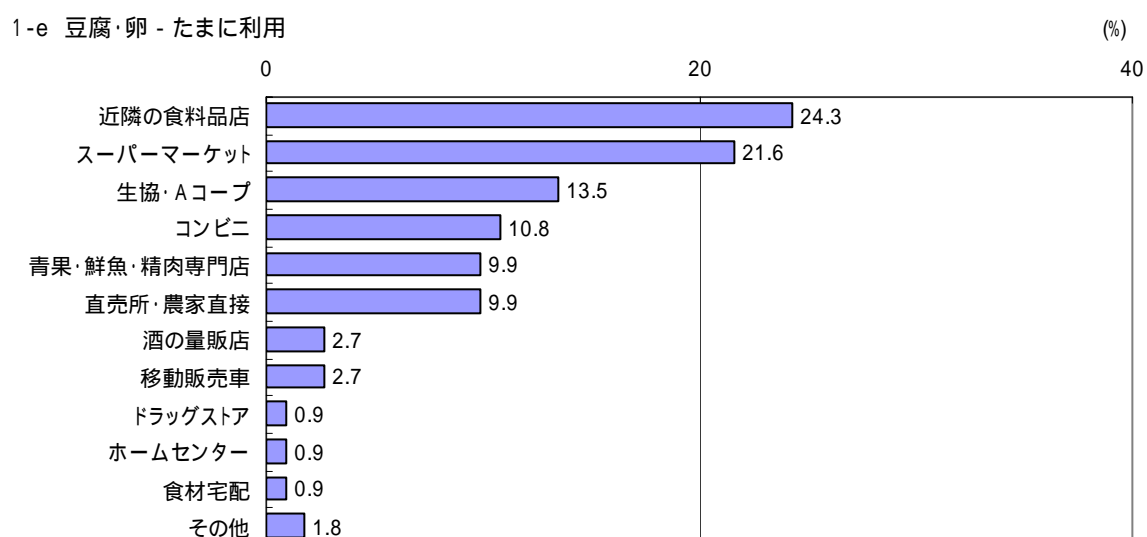
【店を選ぶ理由】	件数	%	【店を選ぶ理由】	件数	%
商品の種類が豊富	119	50.6	おいしい	23	9.8
一箇所で買い物が済む	118	50.2	栄養面で考慮している	6	2.6
値段が安い	54	23.0	ボリュームがある	4	1.7
家から近い	44	18.7	配達してくれる	4	1.7
商品が新鮮・安全	38	16.2	店がきれい	3	1.3
ポイントカード等がある	36	15.3	対応が親切	2	0.9
駐車場がある	34	14.5	その他	2	0.9
適量のパックがある	29	12.3	無回答	58	
チラシを見て	26	11.1			

豆腐・卵

調理によく使われる豆腐・卵は「スーパーマーケット」でよく買うという回答がほぼ9割だった。



たまに利用する店では「近隣の食料品店」という回答がほぼ4分の1あった。



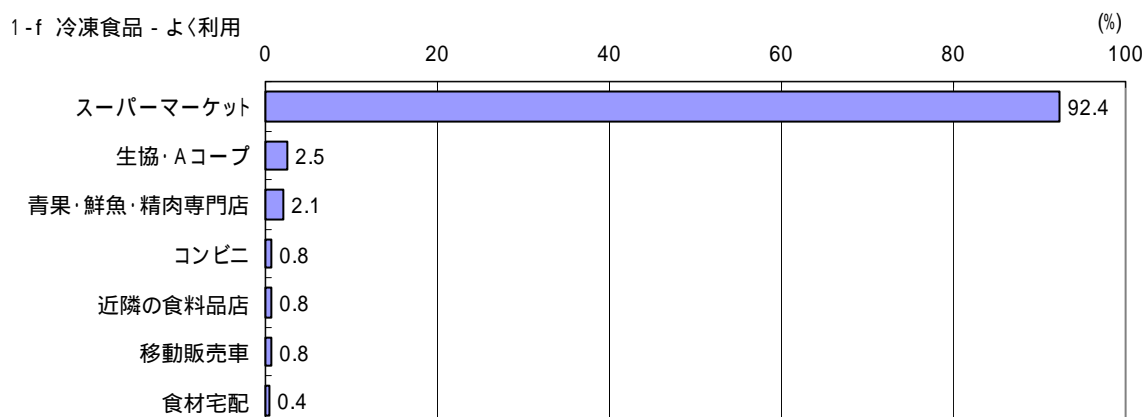
店を選ぶ理由では「一箇所で買い物が済む」「商品の種類が豊富」「値段が安い」が多かった。

【店を選ぶ理由】	件数	%	【店を選ぶ理由】	件数	%
一箇所で買い物が済む	121	48.4	おいしい	18	7.2
商品の種類が豊富	102	40.8	配達してくれる	9	3.6
値段が安い	76	30.4	適量のパックがある	8	3.2
商品が新鮮・安全	66	26.4	店がきれい	4	1.6
家から近い	46	18.4	対応が親切	4	1.6
チラシを見て	38	15.2	栄養面で考慮している	3	1.2
ポイントカード等がある	35	14.0	ボリュームがある	2	0.8
駐車場がある	33	13.2	その他	2	0.8
おいしい	18	7.2	無回答	43	

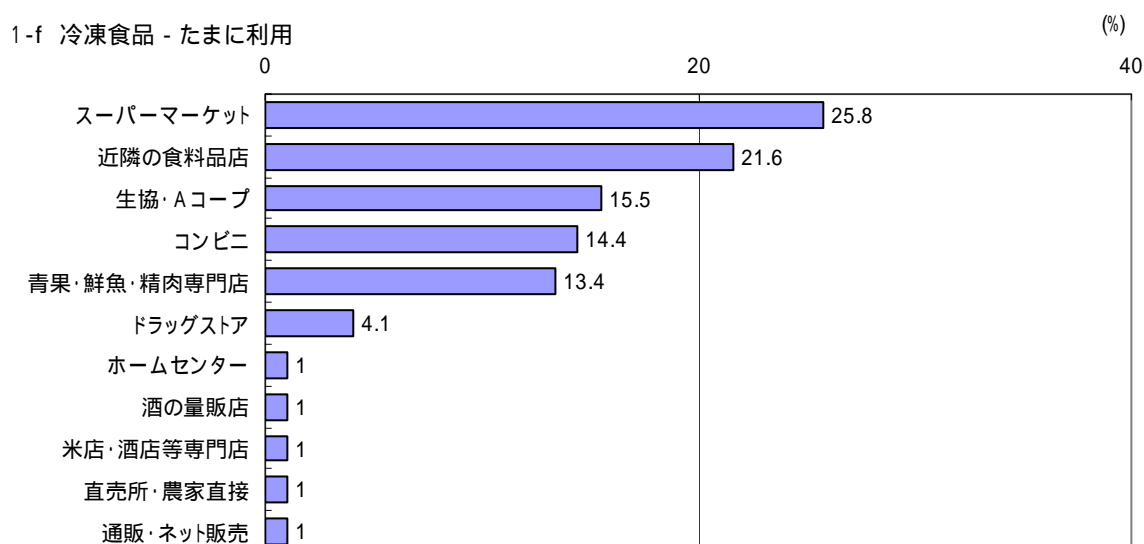
第一章 集計結果

冷凍食品

冷凍食品は9割以上の人が、「スーパーマーケット」でよく購入すると回答した。



たまに利用する店では「近隣の食料品店」がほぼ2割あった。



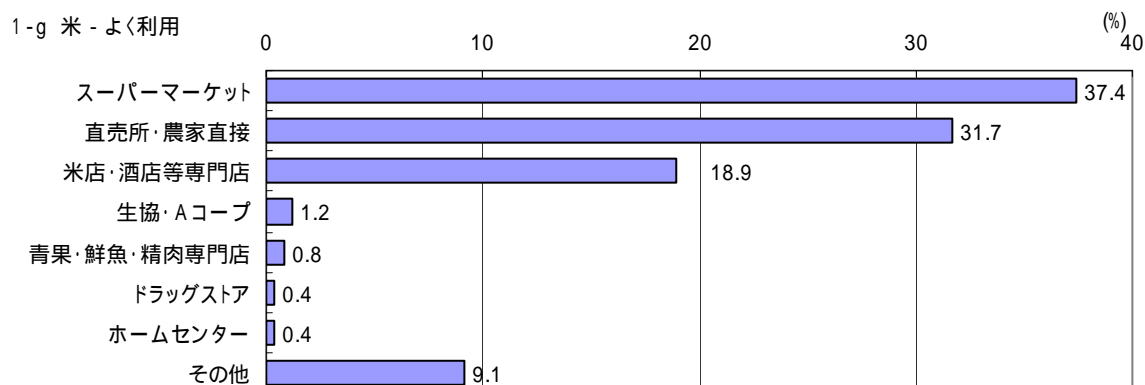
店を選ぶ理由では「一箇所で買い物が済む」「商品の種類が豊富」「値段が安い」が多かった。

【店を選ぶ理由】	件数	%	【店を選ぶ理由】	件数	%
一箇所で買い物が済む	115	51.1	おいしい	6	2.7
商品の種類が豊富	114	50.7	配達してくれる	5	2.2
値段が安い	71	31.6	栄養面で考慮している	2	0.9
チラシを見て	50	22.2	店がきれい	2	0.9
ポイントカード等がある	35	15.6	対応が親切	2	0.9
駐車場がある	33	14.7	ボリュームがある	1	0.4
商品が新鮮・安全	32	14.2	その他	2	0.9
家から近い	31	13.8	無回答	68	
適量のパックがある	8	3.6			

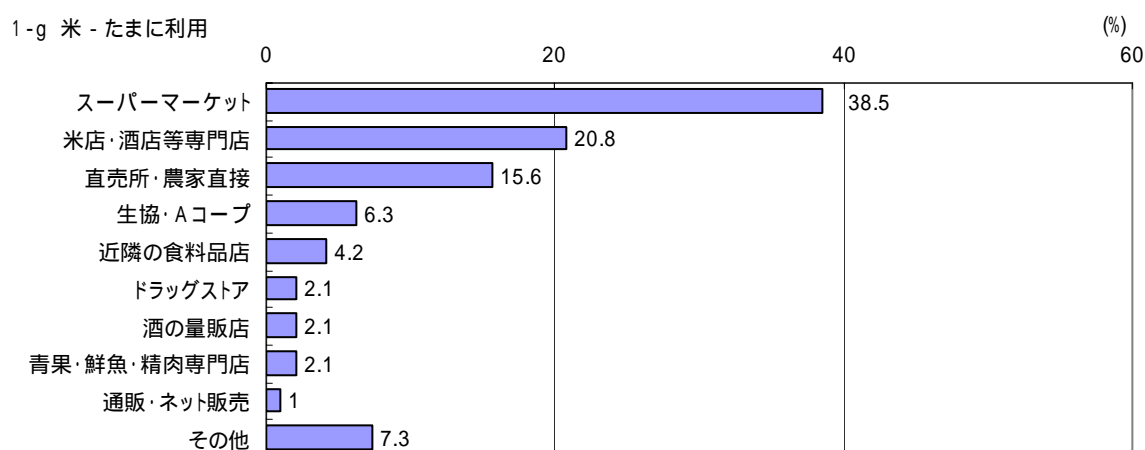
3) 主食・調味料等

米

米をよく購入するのは「スーパーマーケット」が4割弱、「直売所・農家直接」が3割強だった。



たまに購入するという回答では「スーパーマーケット」が4割弱、「米店」が約2割だった。



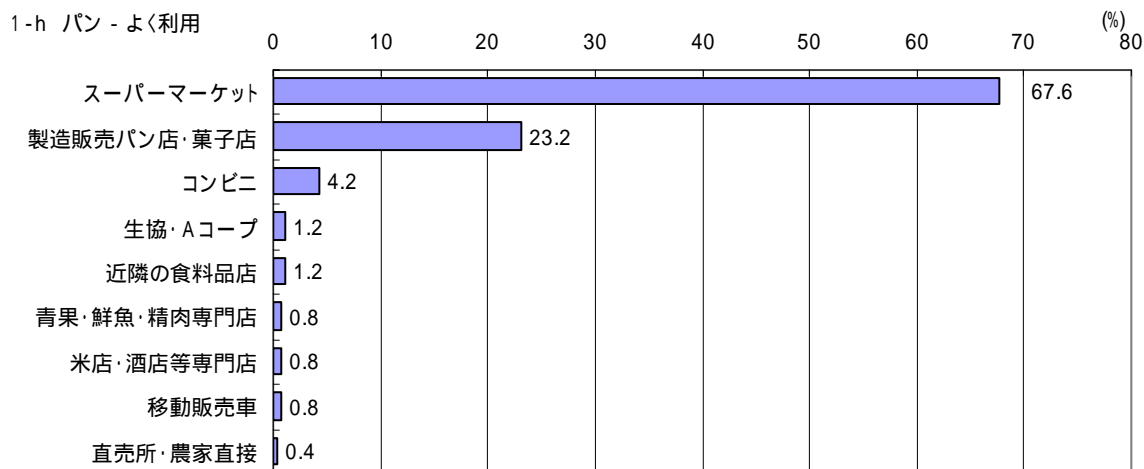
店を選ぶ理由では「一箇所で買い物が済む」「値段が安い」「おいしい」が多かった。

【店を選ぶ理由】	件数	%	【店を選ぶ理由】	件数	%
一箇所で買い物が済む	59	25.9	ポイントカード等がある	17	7.5
値段が安い	57	25.0	対応が親切	5	2.2
おいしい	57	25.0	適量のパックがある	3	1.3
商品が新鮮・安全	47	20.6	ボリュームがある	2	0.9
商品の種類が豊富	46	20.2	店がきれい	2	0.9
家から近い	32	14.0	栄養面で考慮している	1	0.4
配達してくれる	32	14.0	その他	28	12.3
チラシを見て	28	12.3	無回答	65	
駐車場がある	21	9.2			

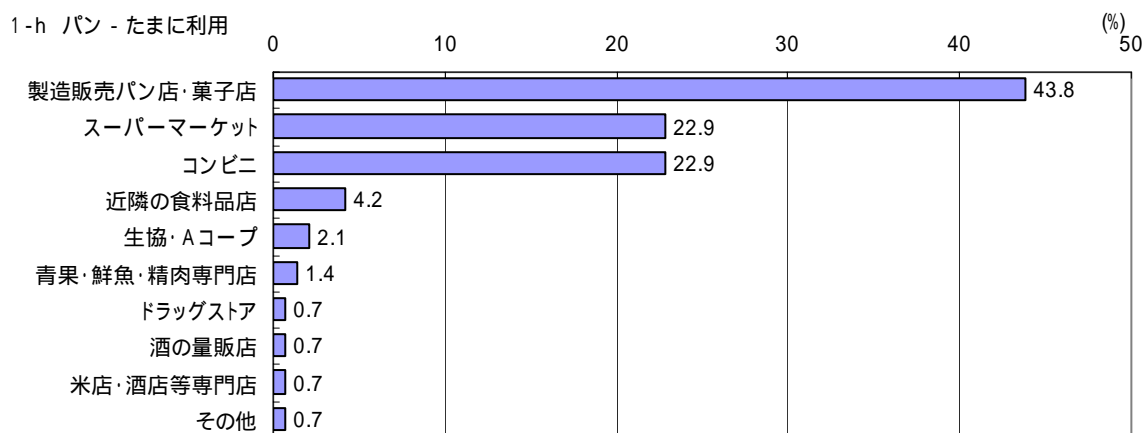
第一章 集計結果

パン

よく買うのは、7割弱が「スーパーマーケット」、2割強が「パン店等」と回答した。



たまに購入するのは「パン店等」が4割強、「コンビニ」と「スーパーマーケット」が2割強だった。

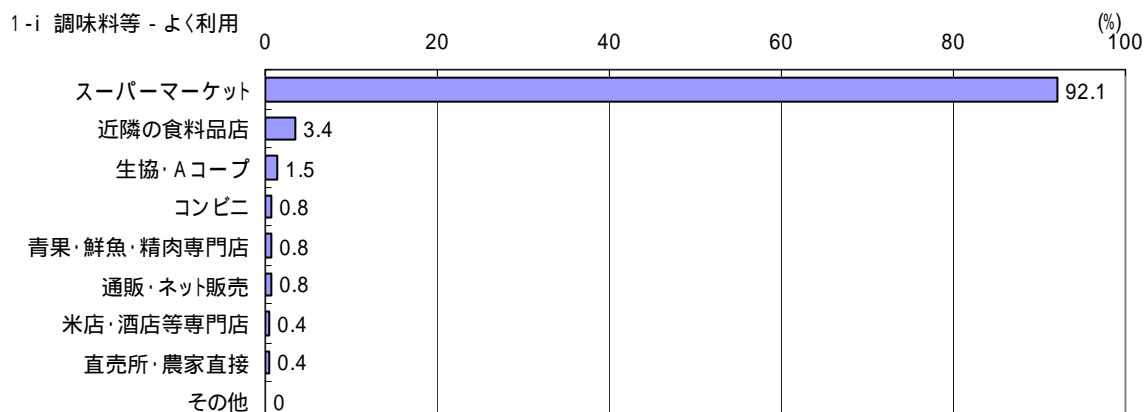


店を選ぶ理由では「一箇所で買い物が済む」「商品の種類が豊富」「おいしい」が多かった。

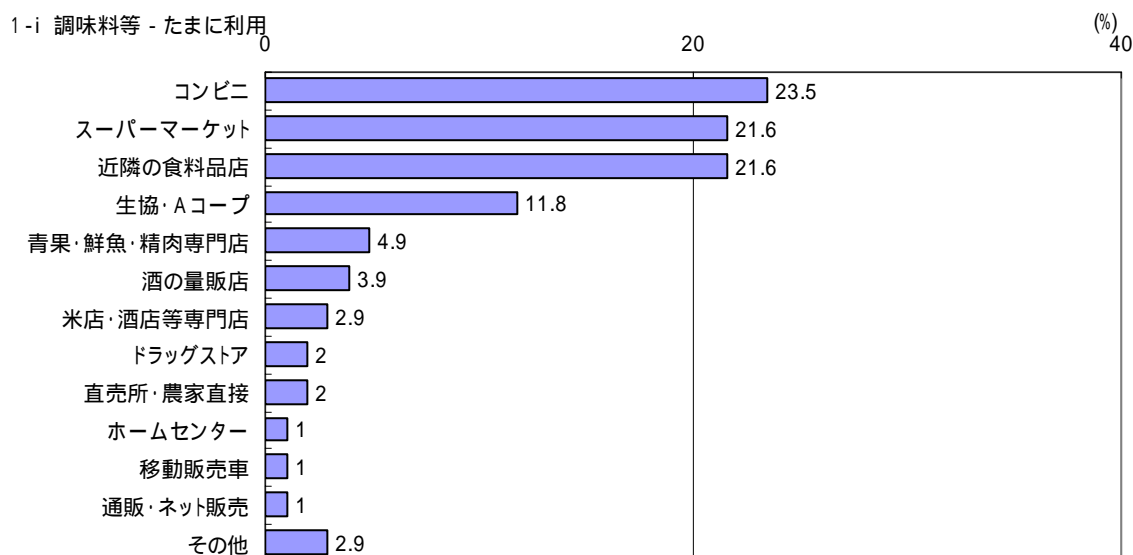
【店を選ぶ理由】	件数	%	【店を選ぶ理由】	件数	%
一箇所で買い物が済む	96	40.0	店がきれい	10	4.2
商品の種類が豊富	93	38.8	対応が親切	8	3.3
おいしい	86	35.8	適量のパックがある	6	2.5
商品が新鮮・安全	56	23.3	ボリュームがある	3	1.3
値段が安い	44	18.3	栄養面で考慮している	2	0.8
家から近い	43	17.9	配達してくれる	2	0.8
駐車場がある	28	11.7	その他	3	1.3
ポイントカード等がある	25	10.4	無回答	53	
チラシを見て	20	8.3			

調味料

よく利用する店は「スーパーマーケット」という回答が9割を超えた。



たまに利用する店は「コンビニ」「近隣の食料品店」などが多かった。



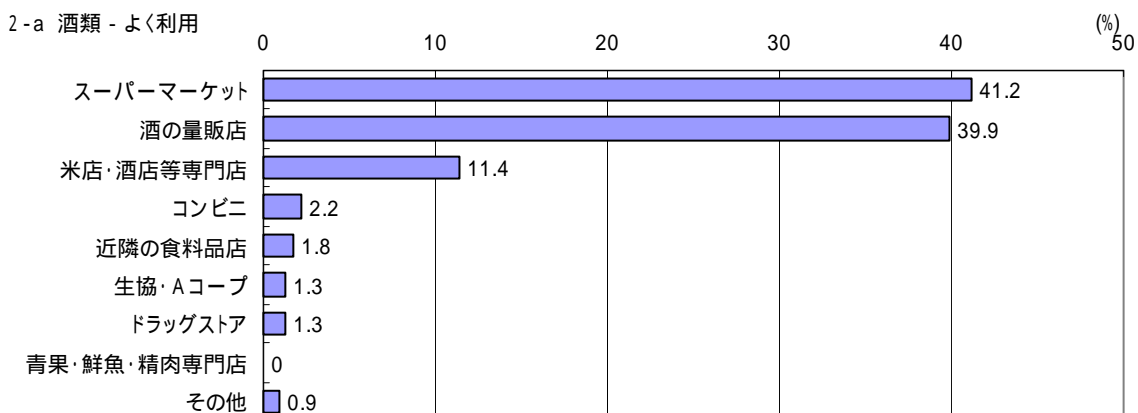
店を選ぶ理由では「一箇所で買い物が済む」「商品の種類が豊富」「値段が安い」が多かった。

【店を選ぶ理由】	件数	%	【店を選ぶ理由】	件数	%
一箇所で買い物が済む	130	55.1	適量のパックがある	9	3.8
商品の種類が豊富	126	53.4	配達してくれる	8	3.4
値段が安い	60	25.4	対応が親切	5	2.1
家から近い	38	16.1	ボリュームがある	2	0.8
チラシを見て	35	14.8	栄養面で考慮している	1	0.4
ポイントカード等がある	34	14.4	店がきれい	0	0
駐車場がある	31	13.1	その他	2	0.8
商品が新鮮・安全	26	11.0	無回答	57	
おいしい	12	5.1			

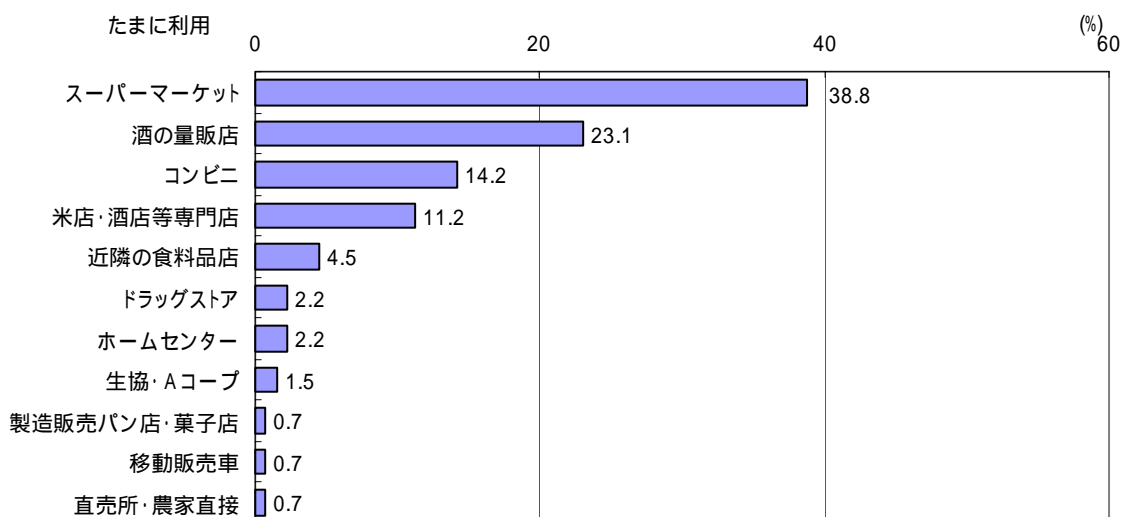
4)嗜好品

酒類

酒類をよく買う店は「スーパーマーケット」と「酒の量販店」が、ともにほぼ4割だった。



たまに利用する店でも「スーパーマーケット」「酒の量販店」が多く、次いで「コンビニ」だった。

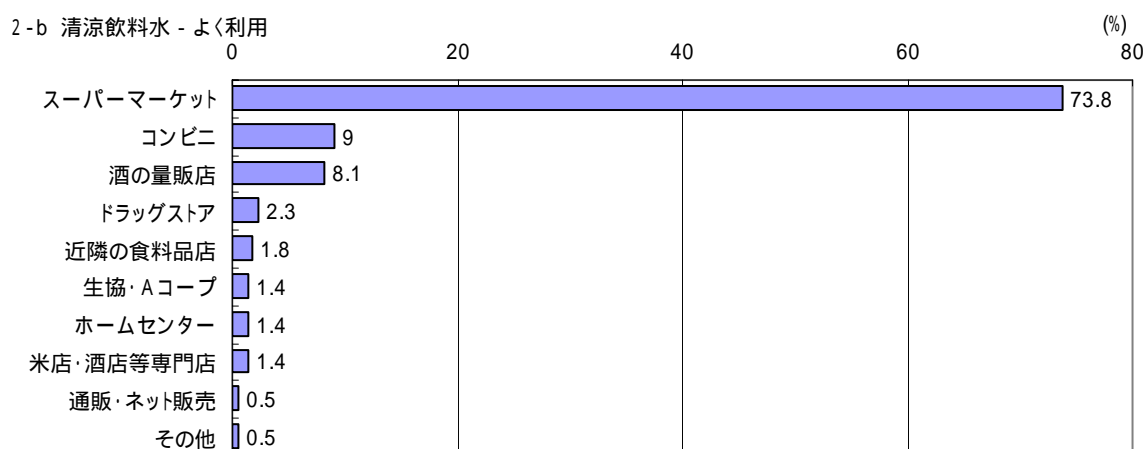


店を選ぶ理由では「値段が安い」「商品の種類が豊富」「家から近い」が多かった。

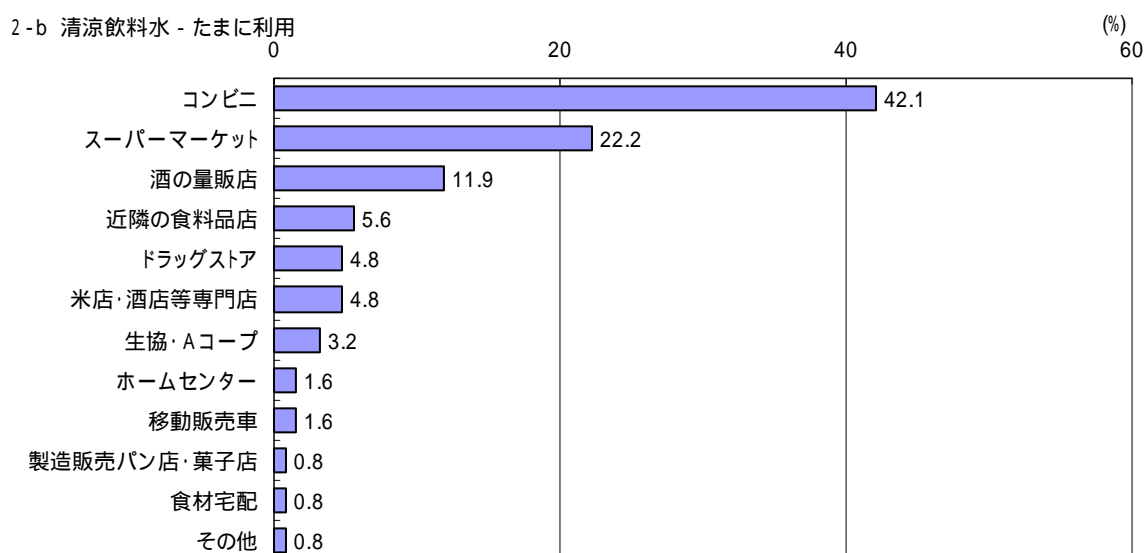
【店を選ぶ理由】	件数	%	【店を選ぶ理由】	件数	%
値段が安い	124	53.9	商品が新鮮・安全	8	3.5
商品の種類が豊富	111	48.3	対応が親切	8	3.5
家から近い	56	24.3	適量のパックがある	6	2.6
一箇所で買い物が済む	46	20.0	店がきれい	4	1.7
駐車場がある	42	18.3	ボリュームがある	1	0.4
チラシを見て	40	17.4	栄養面で考慮している	0	0
ポイントカード等がある	25	10.9	その他	0	0
おいしい	10	4.3	無回答	63	
配達してくれる	9	3.9			

清涼飲料水

よく利用する店は「スーパーマーケット」という回答がほぼ4分の3で、「酒の量販店」「コンビニ」がそれぞれ1割弱だった。



たまに利用する店では「コンビニ」がほぼ4割あった。



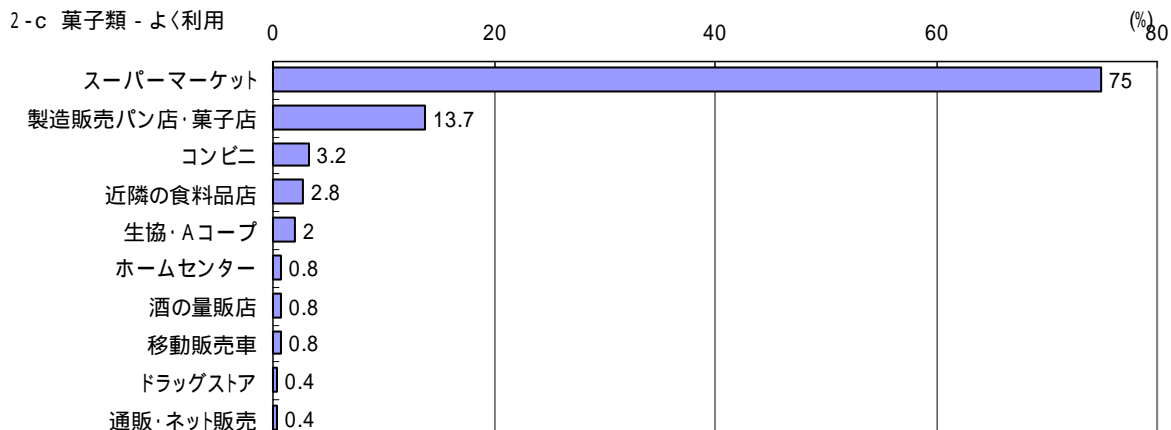
店を選ぶ理由では「商品の種類が豊富」「値段が安い」「一箇所で買い物が済む」が多かった。

【店を選ぶ理由】	件数	%	【店を選ぶ理由】	件数	%
商品の種類が豊富	108	48.9	対応が親切	6	2.7
値段が安い	88	39.8	配達してくれる	5	2.3
一箇所で買い物が済む	67	30.3	おいしい	4	1.8
家から近い	64	29.0	店がきれい	4	1.8
駐車場がある	37	16.7	栄養面で考慮している	2	0.9
チラシを見て	30	13.6	ボリュームがある	1	0.5
商品が新鮮・安全	19	8.6	その他	4	1.8
ポイントカード等がある	19	8.6	無回答	72	
適量のパックがある	10	4.5			

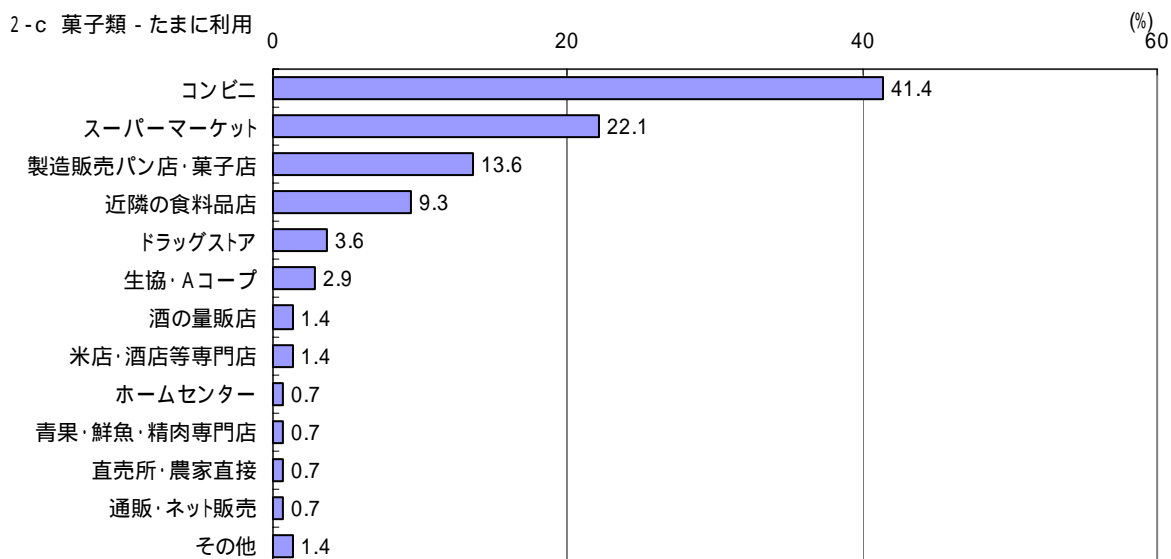
第一章 集計結果

菓子類

よく利用するのは「スーパーマーケット」が4分の3、「菓子店等」が1割強だった。



たまに利用するのは「コンビニ」が4割に達した。



店を選ぶ理由では「商品の種類が豊富」「一箇所で買い物が済む」「値段が安い」が多かった。

【店を選ぶ理由】	件数	%	【店を選ぶ理由】	件数	%
商品の種類が豊富	121	50.4	適量のパックがある	16	6.7
一箇所で買い物が済む	70	29.2	店がきれい	12	5.0
値段が安い	62	25.8	対応が親切	4	1.7
家から近い	61	25.4	配達してくれる	1	0.4
おいしい	43	17.9	ボリュームがある	0	0
駐車場がある	38	15.8	栄養面で考慮している	0	0
商品が新鮮・安全	28	11.7	その他	3	1.3
チラシを見て	23	9.6	無回答	53	
ポイントカード等がある	23	9.6			

3 昼食について

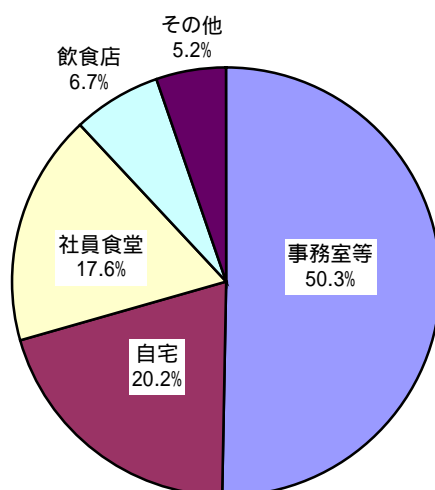
1)主に家庭外で昼食をとる人

家族の中で、勤務等で主に家庭外で昼食をとる人についての集計結果は、次のとおりだった。

昼食の場所

「事務室等」「社員食堂」の計がほぼ7割で、「自宅」が約2割だった。「飲食店」は6.7%だった。

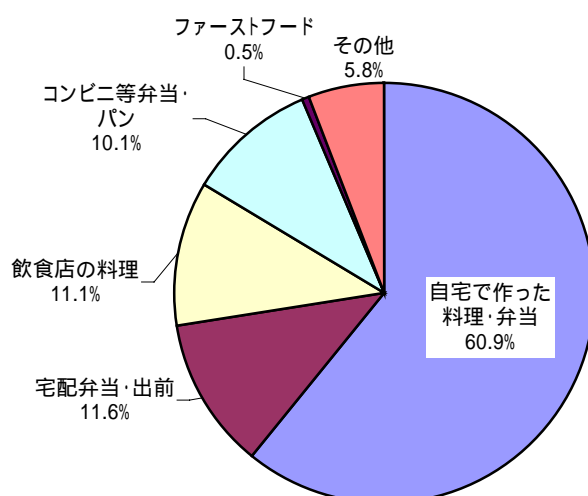
昼食 主な昼食の場所(日中勤務)



昼食の種類

「自宅で作った料理、弁当」が約6割と多かった。

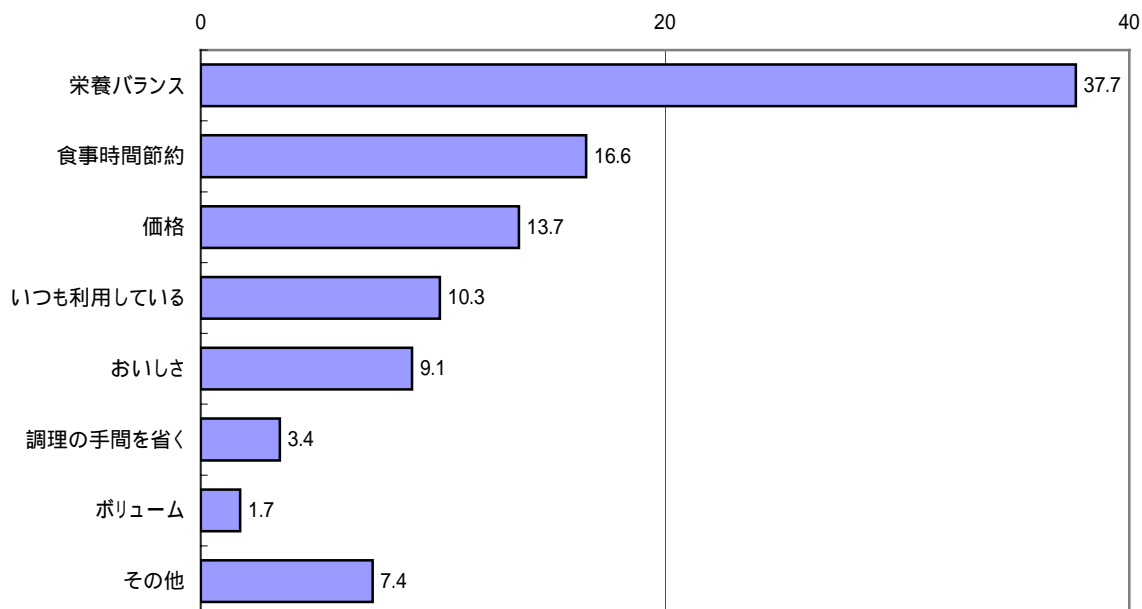
昼食 主な昼食の種類(日中勤務)



昼食を選ぶ要因（複数回答）

昼食では「栄養バランス」をもっとも大事と考えている回答が約4割で、次いで「食事時間節約」「価格」の順だった。

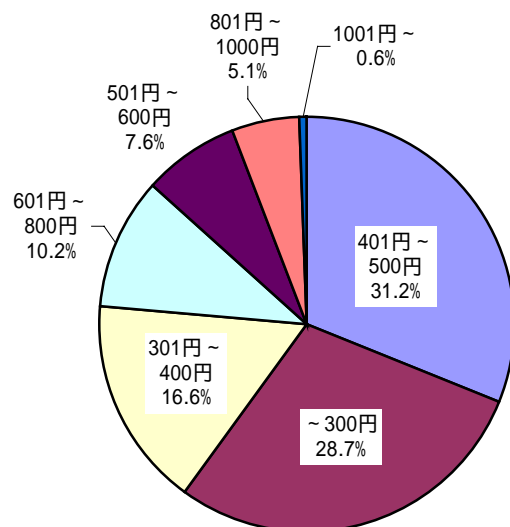
昼食 昼食を選ぶ要因(日中勤務)【MA】



金額の目安

昼食の金額の目安は、自宅からの弁当にかかる経費と考えられるが、「～300円」が28.7%だった。「301～400円」が16.6%、「401～500円」が31.2%であり、昼食にかかる経費は500円以下の合計が、全体のほぼ4分の3だった。

昼食 金額の目安(日中勤務)



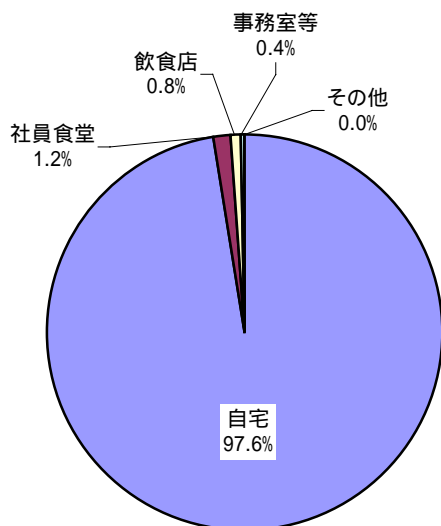
2)主に家庭内で昼食をとる人

専業主婦など、主に家庭内で昼食をとる人についての集計結果は、次のとおりだった。

昼食の場所

昼食の場所は自宅がほとんどだった。

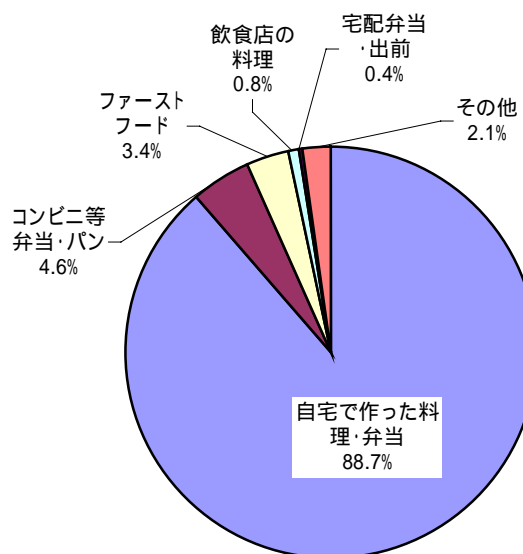
昼食 主な昼食の場所(日中在宅)



昼食の種類

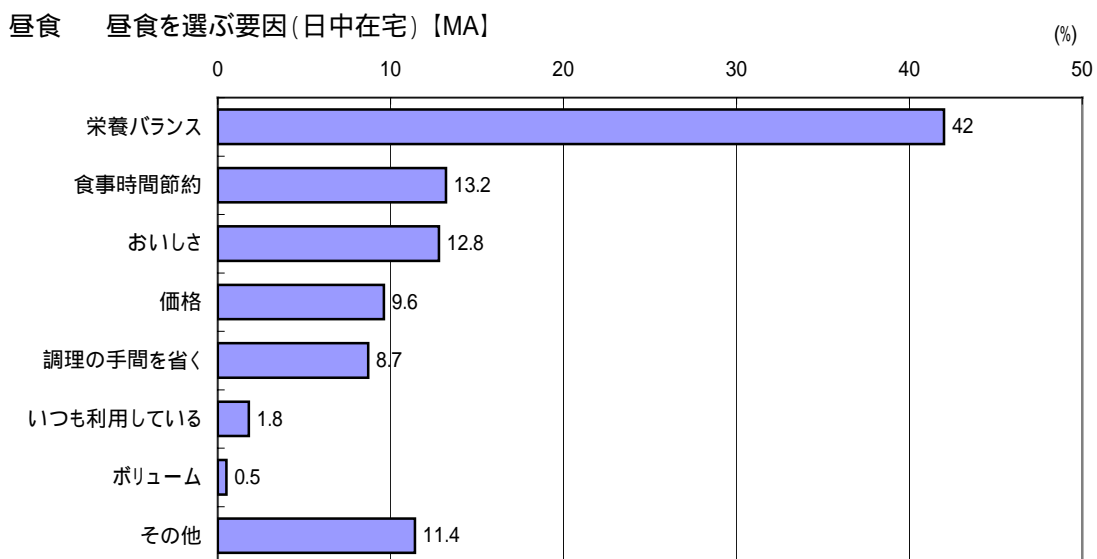
「自宅で作った料理、弁当」が多いが、一部「コンビニ弁当」「ファーストフード」の利用もあった。

昼食 主な昼食の種類(日中在宅)



昼食を選ぶ要因（複数回答）

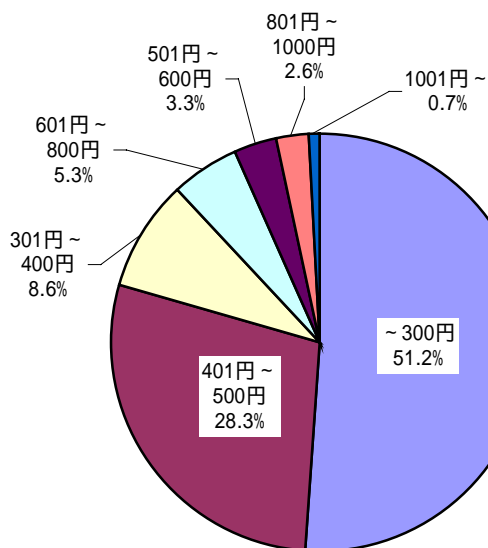
昼食では「栄養バランス」をもっとも大事と考えている回答が約4割で、次いで「食事時間節約」「おいしさ」の順だった。



金額の目安

「～300円」がほぼ半数だった。自宅で作る料理が多いためと思われる。

昼食 金額の目安(日中在宅)

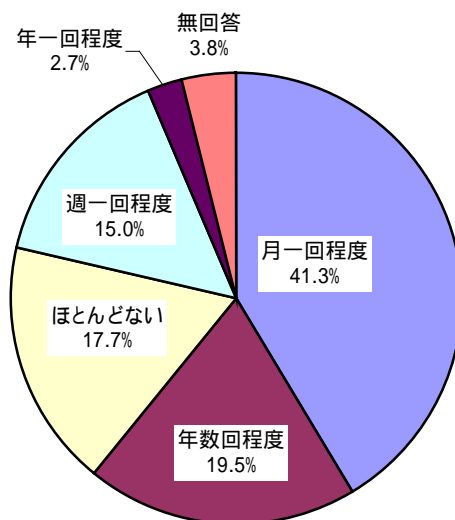


4 外食について

1) 昼食の外食

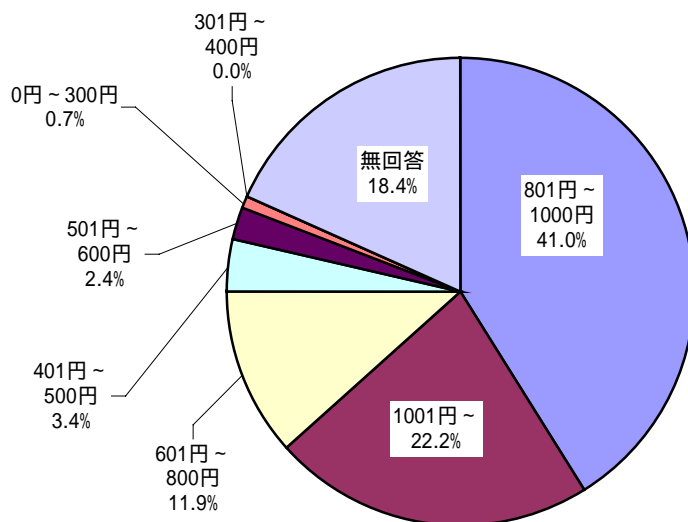
家族で昼食を外食する頻度は「月一回程度」が約4割で、次いで「年数回程度」「週一回程度」の順だった。「ほとんどしない」という回答も2割近くあった。

外食 昼食の外食頻度



昼食を外食する時の一人当たり金額の目安は、「801～1,000円」が約4割と多かった。

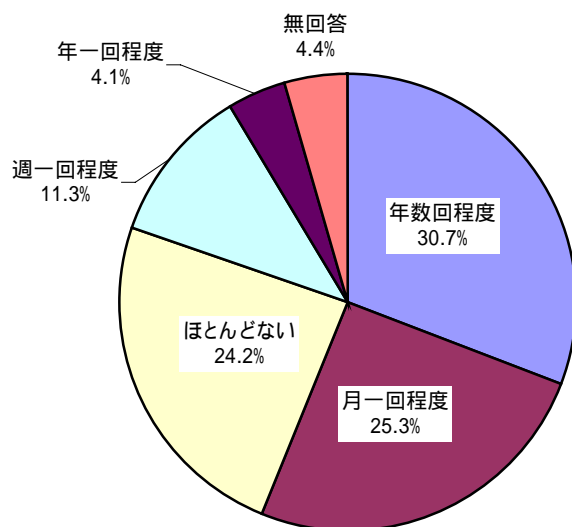
外食 金額の目安(昼食)



2) 夕食の外出

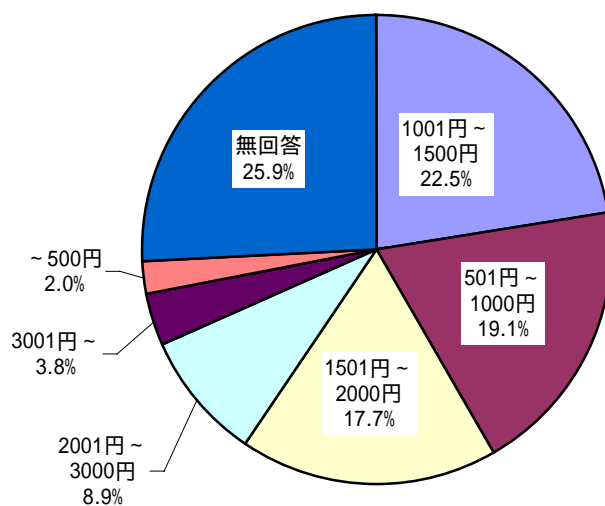
家族で夕食を外出する頻度は「年数回程度」と「月一回程度」が多かった。「ほとんどしない」も約4分の1の回答があった。

外出 夕食の外出頻度



夕食を外出する時の、一人当たり金額の目安はさまざまで、顕著な傾向は見られなかった。ただし、家族数とのクロス集計の結果では、家族の人数が多くなるほど、一人当たりの金額の目安が下がる傾向が少し見られた。

外出 金額の目安(夕食)



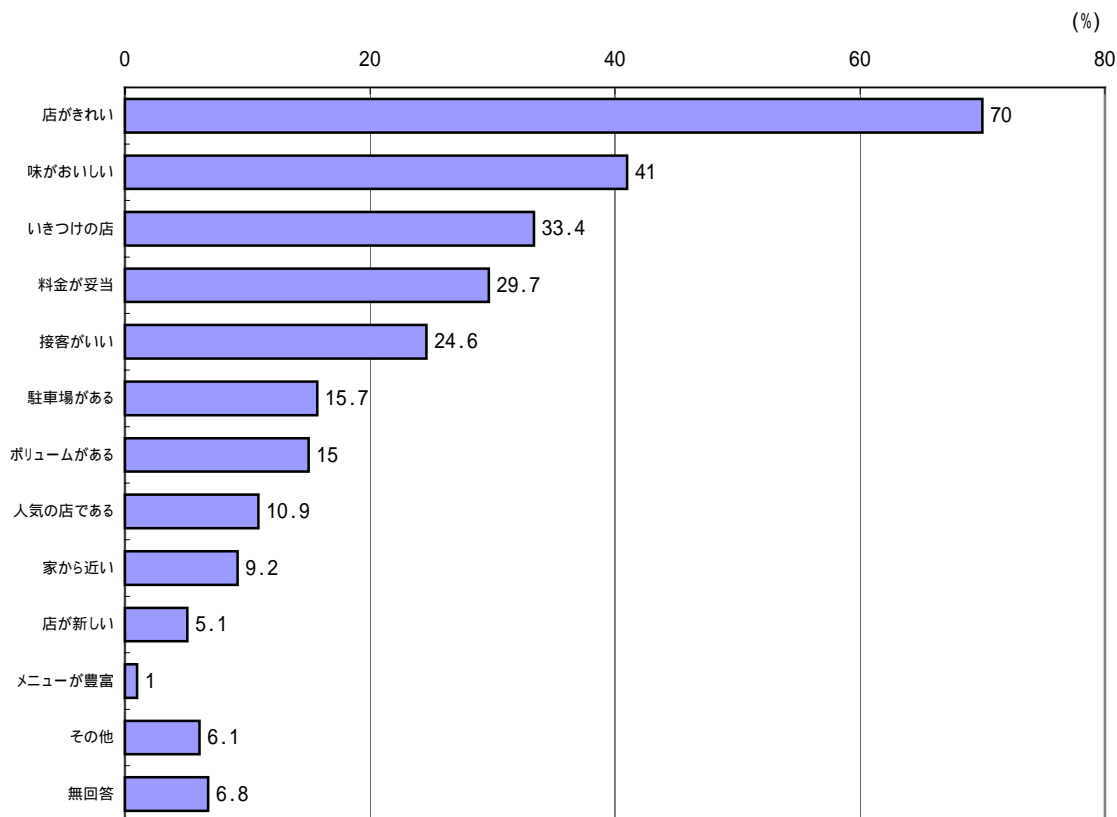
3) 外食する店を選ぶ基準(複数回答)

外食する店を選ぶ基準は「店がきれい」という回答がもっとも多く、次いで「味がいい」「いきつけの店」の順だった。

なおクロス集計の結果から、次のような傾向もみられた。

- ・一人暮らしでは、「家から近い」店を選ぶ傾向がやや見られる。
- ・家族の人数が多いほど、「味がいい」が重要な要因になる。
- ・家族の人数が多いほど、「接客がいい」を求める傾向が増える。

外食 外食の際店を選ぶ基準【MA】



5 自由意見

食に関連する店舗に関して、自由に意見を求めた結果は次のとおりだった。

【大型店に対して】

少量パックの要望、レジ待ち時間の長さ、接客の悪さなどが不満として多く挙げられていた。

1	安全性・衛生面	8件	
2	品質	25件	生鮮品の鮮度が悪い
3	味・産地	10件	産地表示の徹底、輸入品に頼りすぎ
4	価格全般	13件	
5	商品全般	37件	少量パックの充実の要望(17件)
6	接客・サービス	32件	接客の悪さ、レジ待ち時間の長さ
7	店舗・駐車場	19件	
8	その他	32件	営業時間が長いことへの疑問
9	利用しない	0件	

【一般飲食店に対して】

不衛生、味に不満足など、営業努力に欠ける店のあることに不満を感じる意見が多かった。

1	安全性・衛生面	13件	店内が不衛生
2	味・栄養面	14件	美味しい店が少ない
3	価格全般	4件	
4	商品全般	12件	年配者用に量を少なく
5	接客・サービス	9件	
6	店舗・駐車場	15件	駐車場がないことへの不満
7	その他	39件	営業努力不足、地域全体の意識など
8	利用しない	13件	

【ファーストフード店、ファミリーレストラン等に対して】

食材への不安等も感じている人はいるが、好意的な意見も多く見られた。

1	安全性・衛生面	9件	食材の安全性に不安
2	品質	4件	
3	味	16件	味が画一的、濃い、油っぽい
4	価格全般	13件	全般的に安い
5	商品全般	14件	メニュー豊富、高齢者向けメニューを充実、手作り感がない
6	接客・サービス	16件	好意的(5件) 否定的(11件)
7	その他	24件	選べるのでよい
8	利用しない	18件	

【青果店、鮮魚店、精肉店、まちの食料品店に対して】

価格、衛生面、品数充実、鮮度など、経営努力を求める声が多かった。

1	安全性・衛生面	6件	店内が不衛生
2	品質について	25件	鮮度が良い(13件) 鮮度が悪い(12件)
3	味・産地	4件	
4	価格全般	10件	値段が高め
5	商品全般	26件	品数が少ない
6	接客・サービス	9件	
7	店舗・駐車場	13件	駐車場を完備してほしい
8	その他	40件	営業時間延長等、企業努力に関する意見・要望
9	利用しない	6件	

【コンビニに対して】

割高感の不満もあるようだが、好意的な意見も多かった。

1	安全性・衛生面	2件	
2	品質	8件	品質管理が徹底している
3	味・栄養面	8件	味はまずまずだが、栄養面で不安
4	価格全般	26件	割高感がある
5	商品全般	17件	品数が多い、少ない
6	接客・サービス	10件	好意的...5件 否定的...5件
7	客のマナー	6件	
8	店舗・駐車場	5件	
9	その他	48件	好意的...33件 否定的 15件
10	利用しない	10件	

【その他の意見】

食生活の乱れを憂慮する意見、輸入品の安全性への不安などが多かった。

1	安全性	37件	
2	品質	11件	
3	食に対する意識全般	63件	朝食について(15件)
4	味・栄養面	8件	
5	価格全般	11件	国内産を安く
6	産地・減農薬など	28件	国内産・地元産への信頼、中国産に対する不安
7	農業・国の政策	16件	
8	その他	28件	

第二章 まとめ

1 集計結果

1) 今回のアンケートは、消費者の食の事情を把握し、そこから最近の消費傾向を考察することを目的に実施した。そこで結果の精度を高めるため、調査対象をいわき市に絞り、いわき市在住者 2,300 人を無作為抽出し、郵送でアンケート調査を行った。その結果、計 293 件の有効回答があった。

2) NTTハローページから無作為に調査対象を抽出し、世帯の中から任意に回答者を選んでもらう主旨での調査だったが、回答者の 6 割強が男性で、50 代以降の回答者が多かった。おそらくはそれぞれ調査対象先の世帯主が、そのまま回答者となったケースが多いものと考えられる。ただし結果としては、シニア世代の食の事情を探る上で、参考となるデータが収集されることとなった。

3) 食料品の購入先では、圧倒的に「スーパーマーケット」が多かった。店を選ぶ理由では「商品の種類が豊富」「一箇所で買い物が済む」「値段が安い」「商品が新鮮・安全」などが多く挙げられた。なお品目ごとの「店舗」と「理由」ベスト 5 を再掲すると、次頁の表の通りだった。

4) 昼食については、勤務等のため主に家庭外で日中を過ごす人は、「事務室」「社員食堂」など会社内で昼食をとることが多く、「弁当持参」が約 6 割だった。外食やコンビニ弁当の場合、金額は「500 円以内」が目安のようである。昼食で心がけるのは「栄養のバランス」が多かった。

5) 専業主婦など、主に自宅で昼食をとる人は、ほとんど自宅で料理をつくるようだが、「コンビニ」「ファーストフード」を利用する人も 1 割弱あった。心がけるのは「栄養のバランス」が主で、金額は中食を利用する場合でも「500 円以内」が目安のようだった。

6) 家族での昼食の外食は「月一回程度」～「年数回程度」が多く、金額の目安は「801～1,000 円」が多かった。夕食の外食も「月一回程度」～「年数回程度」が多かったが、金額の目安はさまざまだった。ただ、家族数とのクロス集計の結果では、家族の人数が多くなるほど、一人当たりの金額の目安が下がる傾向が少し見られた。

7) 外食する店を選ぶ基準では、「店がきれい」を 7 割の人が選んだ。次いで「味がおいしい」「いきつけの店」が多かった。なおクロス集計の結果から、一人暮らしでは「家から近い」店を選ぶ傾向がやや見られること、家族の人数が多いほど「味がおいしい」が重要な要因になること、家族の人数が多いほど「接客がいい」を求めること、などの傾向が見られた。

【食品品目別の利用頻度の高い店】

（「よく利用する店」と「たまに利用する店」の回答を合わせて評価した）

食品の種類	第一位	第二位	第三位	第四位	第五位
青果・果実	スーパーマーケット	青果店	農産物直売所	近隣の食料品店	生協・A コープ
魚	スーパーマーケット	鮮魚店	近隣の食料品店	生協・A コープ	移動販売車
肉	スーパーマーケット	精肉店	近隣の食料品店	生協・A コープ	コンビニ
惣菜	スーパーマーケット	近隣の食料品店	コンビニ	精肉店等	生協・A コープ
豆腐・卵	スーパーマーケット	近隣の食料品店	生協・A コープ	コンビニ	農産物直売所
冷凍食品	スーパーマーケット	近隣の食料品店	生協・A コープ	コンビニ	精肉店等
米	スーパーマーケット	農家直接	米穀店	生協・A コープ	近隣の食料品店
パン	スーパーマーケット	パン店	コンビニ	近隣の食料品店	生協・A コープ
調味料	スーパーマーケット	近隣の食料品店	コンビニ	生協・A コープ	精肉店等
酒類	スーパーマーケット	酒の量販店	酒店	コンビニ	近隣の食料品店
清涼飲料水	スーパーマーケット	コンビニ	酒の量販店	近隣の食料品店	ドラッグストア
菓子類	スーパーマーケット	コンビニ	パン店・菓子店	近隣の食料品店	生協・A コープ

【食品品目別の店舗を選ぶ理由】

食品の種類	第一位	第二位	第三位	第四位	第五位
青果・果実	種類が豊富	一箇所で買い物	値段が安い	新鮮・安全	チラシを見て
魚	一箇所で買い物	種類が豊富	新鮮・安全	値段が安い	駐車場がある
肉	一箇所で買い物	種類が豊富	新鮮・安全	値段が安い	チラシを見て
惣菜	種類が豊富	一箇所で買い物	値段が安い	家から近い	新鮮・安全
豆腐・卵	一箇所で買い物	種類が豊富	値段が安い	新鮮・安全	家から近い
冷凍食品	一箇所で買い物	種類が豊富	値段が安い	チラシを見て	ポイントカード
米	一箇所で買い物	値段が安い	おいしい	新鮮・安全	種類が豊富
パン	一箇所で買い物	種類が豊富	おいしい	新鮮・安全	値段が安い
調味料	一箇所で買い物	種類が豊富	値段が安い	家から近い	チラシを見て
酒類	値段が安い	種類が豊富	家から近い	一箇所で買い物	駐車場がある
清涼飲料水	種類が豊富	値段が安い	一箇所で買い物	家から近い	駐車場がある
菓子類	種類が豊富	一箇所で買い物	値段が安い	家から近い	おいしい

2 考察

1) 今回のアンケート回答者にはシニア世代が多かったが、そのほとんどが、普段の買い物には「スーパーマーケット」を利用していると回答した。店を選ぶ大きな理由としては、一箇所で買い物が済むことと、商品の種類が豊富なことが、多くの品目で一位、二位を占めた。

つまり現代のシニア世代は、食に関しては、多少の不満があっても間に合わせる、ということをしていないようである。豊富なアイテムの中から、お気に入りの商品を選べる**選択性**があることが重要な要因。そしてそのためには、一箇所で商品比較と買い物ができる**利便性**が必要であり、そのニーズを満たしているのが、ワンストップショッピングできるスーパーマーケットということだろう。

2) ただし「選択性」と「利便性」がスーパーマーケットに及ばなくても、消費者が「たまに利用」する店や商品として、消費者に存在価値を示すことは可能であることも、明らかになったといえる。「新鮮・安全」という要素が、青果店、鮮魚店、精肉店などに足を運ばせるし、「おいしい」という要素が、農家やまちの製パン店を購入先として選択させている。消費者は普段はスーパーマーケットをよく利用するが、ほんとうにおいしいものが食べたい時は、小さな店にも足を運ぶなど、時に応じて賢く店を使い分けられていると考えられる。

3) 商品の品目全体を見た場合、「**値段が安い**」ことが選択理由の一位だったのは、酒類だけである。酒類は店舗によって品質に違いのない上、業界内での価格競争も激しい。そういうことが、値段の安さを最大の選択理由にしているようである。

ただし、値段が割高なコンビニでも、酒類を買う人が結構いる。「**家から近い**」という要因や、おでんやつまみなど「**一箇所で買える**」という**利便性**を提供すれば、多少の価格差は便利さでカバーされるようだ。安さは、消費者にとって重要なファクターには違いないが、消費者は必ずしも、安さだけで判断しているのではない、ということが分かる。

4) 中小小売店の中には、大型スーパーにはかなわないという意識の経営者が、かなりいるだろう。しかし店舗規模ではかなわなくても、専門店としての「**選択性**」を高め、「**新鮮・安全**」や「**おいしさ**」の提供ができれば、「**家から近い**」という強みを生かして、消費者の支持を得ることは十分可能ではないだろうか。今回の回答の中の自由意見でも、中小小売店の自助努力不足を指摘する意見はかなりあった。スーパーマーケットに対する消費者の不満（小分けパックが少ない、ばら売りしてほしい、産地が不安）などに注目して、その不満を解消することを、店の行動指針として努力してみてもどうだろうか。

5) 県内の商店街などでは、地域の共同宅配を実施しているところもある。しかし業績が上がらずに、苦戦している事例が多い。それはアンケート結果から分かるとおり、「配達してくれる」ことへの満足度が、それほど高くないからだろう。大切なのは**選択性**、**利便性**を達成しながら、スーパーマーケットとは一味違う「**新鮮・安全**」や「**おいしさ**」を、宅配事業で提供することではないだろうか。

6) 昼食の要因に「栄養バランス」がもっとも多いのは、シニア世代の回答が多かったからだろう。一食当たりの経費はおおむね「500円以下」が目安のようであり、昼食=五百円硬貨(ワンコイン)以内というのが、平均的な昼食に対する金銭感覚と考えられる。したがって外食、中食を提供する店舗は、500円以内を目安に、栄養バランスを考えることが大切なようだ。健康とおいしさのジョイントを、500円以内で達成することがカギと考えられる。

7) 外食の際は「店がきれい」を第一条件と考える回答が7割に上った。次いで「味がおいしい」「いきつけの店」という回答。料金よりも、まずは店の清潔さや味のよさが、店舗選びの際の基準のようである。「メニューが豊富」を求める回答は皆無に近かった。

したがって、メニューを増やせばお客が増える、などということはない。まちの飲食店がまず心がけるべきなのは、店舗のクレンリネス(清潔さ)であり、消費者が「おいしい」と感じてくれる逸品メニューをそろえることだろう。どの業種にもいえることだが、特に外食産業の場合は、口コミとリピート利用が増えるかどうか重要だろう。

8) 消費者にとって、食の需要は毎日欠かせないものである。しかしそれだけに、食に関連する業界は新規参入も多く、それぞれ厳しい生存競争を強いられる。また異業種からの参入や、業態間のせめぎ合いも激しくなっている。

そうなるとうとうしても、小規模店は毎日の売上に一喜一憂しがちになるが、消費者の食の実状をしっかり見つめるところから、自店の存在意義を構築すべきではないかと思われる。まずは、消費者が感じている不満の解消。そして今回の調査結果から見えてきた**選択性**や**利便性**の提供。さらにその先に、「栄養バランス」「小分けパックが欲しい」などから見えてくる、「健康」などのキーワードを、商品やサービスという見える形で提供すること。つまり、潜在的な欲求に焦点を当てることで、小規模店舗でも実施可能な活性化策が考えられるのではないだろうか。

食料品を扱う店や、外食産業には、消費者の健康をまもるという崇高な使命があるべきだろう。そこに理念の基盤を置いて、消費者に愛される店として成長してほしいものである。

【アンケート様式】

「食」に関するアンケート調査のお願い

平成16年 12月

拝啓、ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

(財)福島県産業振興センターは、県内の商工業を支援するために設けられた公益法人です。

この度、当センターでは、食料品購買や外食の利用など、消費者の皆様の「食」の状況について、アンケート調査を実施することといたしました。このアンケートは、消費傾向を調査することによって、消費者の皆様が利用しやすい商業環境づくりや、飲食店のあり方を探ることを目的としたものです。お忙しいところ恐縮に存じますが、普段のお買い物や、外食の状況についてお答えください。なお回答されるのは、ご家族の中のどなたでも結構です。

この調査により、個人のプライバシーについて公表されることはありません。公益的な目的の調査であることを御理解の上、御回答くださるようよろしくお願い申し上げます。

なお、お手数ながら、平成16年12月14日(火)までに投函くださるよう、よろしくお願い申し上げます。

敬 具

財団法人 福島県産業振興センター
理事長 小山 紀 男

【連絡先】

福島市三河南町1番20号 コラッセふくしま2階

財団法人 福島県産業振興センター 企画管理部経営支援グループ

電話 024(525)4035 ファックス 024(525)4036 電子メール rsc@f-open.or.jp

【質問事項】

・ あなたの性別と年代をお教えてください。

1)性別	男性	女性		
2)年代	10代	20代	30代	40代
	50代	60代	70代以上	

・ 同居されている御家族の人数は、あなたを含めて何人ですか。

1人	2人	3～4人
5～6人	7人以上	

【食料品の購入について】

1 普段の食料品の購入について、よく利用する店、たまに利用する店と、それらの店を選ぶ理由（3つ以内）を、右の表の番号で記入してください。

分類	食料品の種類	よく利用する店	たまに利用する店	店を選ぶ主な理由
生鮮品	青果・果実			
	魚			
	肉			
惣菜類	惣菜			
	豆腐、卵			
	冷凍食品			
主食	米			
	パン			
その他	調味料等			

【利用する店】

- 1 スーパーマーケット
- 7 近隣の食料品店
- 10 製造販売のパン店・菓子店
- 12 直売所・農家直接
- 13 食材宅配
- 14 通信販売・ネット販売
- 15 その他

2 嗜好品等の購入についても、利用する店と理由を、番号で記入してください。（ほとんど利用されないものは記入されなくて結構です）

種類	よく利用する店	たまに利用する店	店を選ぶ主な理由
酒類			
清涼飲料水			
菓子類			

【店を選ぶ主な理由】

- 1 商品の種類が豊富
- 2 一箇所で買い物が済む
- 4 チラシを見て
- 5 商品が新鮮、安全
- 6 おいしい
- 7 ボリュームがある
- 8 適量のパックがある
- 9 栄養面で考慮している
- 10 店が家から近い
- 11 駐車場がある
- 12 配達してくれる
- 13 店がきれい
- 14 店の対応が親切
- 15 ポイントカード等がある
- 16 その他

【昼食について】

ご家族の昼食についてうかがいます。右の表の番号でお答えください。その昼食を選ぶ主な要因については2つまでお答えください。

ご家族の中で、勤務されている方、日中は外で働いておられる方について、お答えください。

- ・主な昼食の場所
- ・主な昼食の種類
- ・昼食を選ぶ要因
- ・金額の目安 ほぼ一食 円程度。

ご家族の中で、主に日中自宅におられる方の昼食について、同様に右表からお答えください。

- ・主な昼食の場所
- ・主な昼食の種類
- ・昼食を選ぶ要因
- ・金額の目安 ほぼ一食 円程度。
(惣菜、弁当等の利用で金額の目安がつく場合、ご記入ください)

【外食について】

ご家族での外食について、うかがいます。

ご家族での外食の頻度と、経費の目安はどの程度でしょうか。

《昼食の外食》

週一回程度 月一回程度 年数回程度 年一回程度 ほとんどない
金額の目安は、一人一回あたり 円程度。

《夕食の外食》

週一回程度 月一回程度 年数回程度 年一回程度 ほとんどない
金額の目安は、一人一回あたり 円程度。

ご家族で外食する際、店舗を選ぶ基準は何でしょうか。次のうちから、もっとも大きい理由を、三つ以内で選んでください。

- | | | |
|---------|---------|------------------------------|
| いきつけの店 | 料金が妥当 | 家から近い |
| 駐車場がある | 味がおいしい | 店がきれい |
| 接客がいい | メニューが豊富 | ボリュームがある |
| 人気の店である | 店が新しい | その他 (<input type="text"/>) |

【昼食の場所】

- 1 自宅
- 2 会社(室)
- 3 学校(舎)
- 4 飲食店
- 5 その他

【昼食の種類】

- 1 自宅で作った料理、弁当
- 2 コンビニ等の弁当、パン
- 3 宅配弁当、出前
- 4 ファーストフード
- 5 飲食店の料理
- 6 その他

【昼食を選ぶ要因】

- 1 食事時間の節約
- 2 価格
- 3 いつもそこを利用している
- 4 栄養バランス
- 5 おいしさ
- 6 ボリューム
- 7 調理の手間を省く
- 7 その他

【食に関する不満・要望】

食料品購入や外食で、あなたが普段感じている不満や要望がありましたら、ご記入ください。

《スーパーマーケットなどの大型店に対して》

.....

.....

《青果店・鮮魚店・精肉店など、まちの食料品店に対して》

.....

.....

《コンビニエンス・ストアに対して》

.....

.....

《ファーストフード店、ファミリーレストラン等に対して》

.....

.....

《まちなかの一般の飲食店に対して》

.....

.....

【食に関するご意見】

他に、普段、食に関して感じていること等ありましたら、ご自由にご記入ください。

(食品の安全性、家族で食卓を囲む意義、国内の農業の衰退、朝食抜きの風潮など)

(御協力ありがとうございました。同封した封筒にお入れになって、投函してください)

〒960 - 8053 福島市三河南町 1 番 20 号 コラッセふくしま内

財団法人 福島県産業振興センター

企画管理部 経営支援グループ

電 話 024 (525) 4035 FAX 024 (525) 4036

<http://www.utsukushima.net/> 電子メール rsc@f-open.or.jp