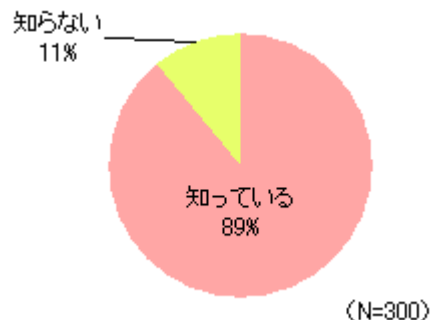


対象者全体の9割が値上げや内容量減の事実を認知

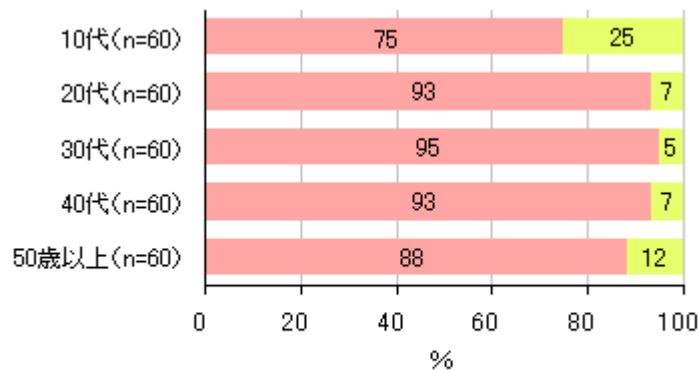
最近、半年ほどの間に食品の値上げや内容量減による実質的値上げなどが相次いでいることを知っている人は全体の9割。年代別では、20代以上で9割前後が認知しており、10代でも75%と4分の3にのぼった。

Q:ここ半年くらいで、食品が相次ぎ値上げされたり、内容量が減ったりしていることを、あなたは知っていますか？[SA]

全体



年代別



■ 知っている ■ 知らない

その他調査結果は別紙をご覧ください。

調査概要

調査方法	インターネットによるクローズド調査	
調査対象者	15歳(中学生を除く)以上の女性インターネットユーザー	
調査期間	2007年10月14~15日(2日間)	
集計回答人数	300人(10代、20代、30代、40代、50代 各60名)	
設問項目	<ul style="list-style-type: none"> ・ 各カテゴリー()の食品(11種)の購入頻度/ 購入場所 ・ 1ヶ月の食費予算が決まっているか、いないか ・ 食品を購入する際の、価格に対する考え方 ・ 家計簿をつけているか、いないか ・ ここ半年ほどの食品値上げ、内容量減の認知率 ・ メーカーにより値上げが発表された食品の認知率 ・ 値上げを知った上で、各食品に対する購入、利用状況の変化 ・ 食品値上げの理由に対する認知率 ・ 値上げの理由を知った上で、食品値上げについて思うこと <p>こちらから調査画面がご覧になれます http://c-news.jp/Qsheet/071029neage_s2.htm</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 同メーカーの商品を継続して購入している食品 ・ 同メーカーの商品を継続して購入している食品が値上げされた場合、同メーカーの商品を購入し続けるか、別メーカーの商品を購入するか <p>各カテゴリー食品(11種)の詳細 ハム・ソーセージ/ちくわ・かまぼこなど練り物/ チーズ/ツナ缶/パスタ/冷凍食品/ ルウ製品(カレー、シチューなど)/ カップ麺・生麺など麺類/食用油/小麦粉/菓子</p>

本リリースは、上記設問項目の中から抜粋して作成しています。

詳細に関しては、右記までお問い合わせください。お問い合わせ先: info@c-news.jp

調査結果データの販売もしております。

[販売価格] 全体集計表 : ¥50,000 全体集計表 + ローデータ : ¥100,000

(2007年10月30日現在)

個別販売、お得なプラン契約もございます。詳しくはお問い合わせください。

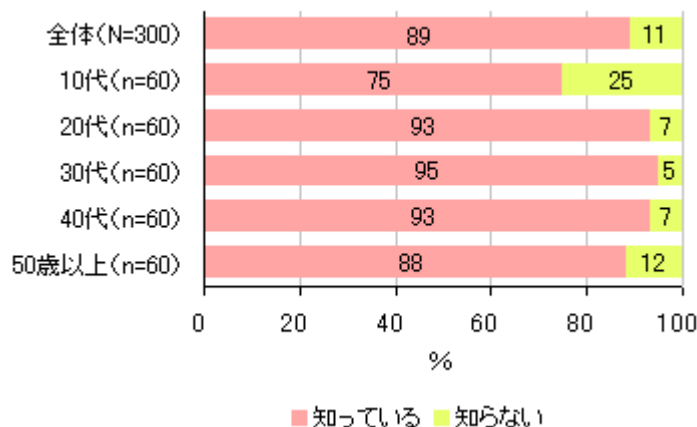
C-NEWS 編集室 E-MAIL: info@c-news.jp TEL:03-3367-1962 FAX:03-3367-1969

【別紙】

対象者全体の9割が値上げや内容量減の事実を認知

最近、半年ほどの間に食品の値上げや内容量減による実質的値上げなどが相次いでいることを知っている人は全体の9割。年代別では、20代以上で9割前後が認知しており、10代でも75%と4分の3にのぼった。

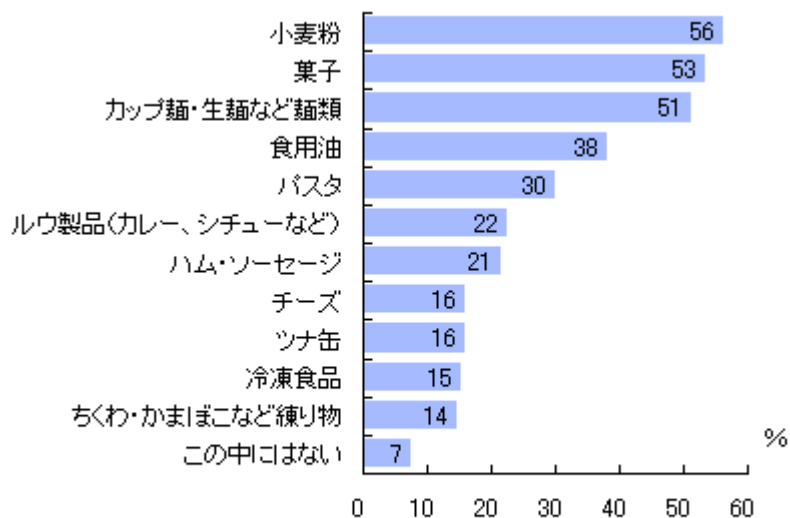
Q:ここ半年くらいで、食品が相次ぎ値上げされたり、内容量が減ったりしていることを、あなたは知っていますか？[SA]



値上げの認知が最も高い食品は「小麦粉」

昨今の食品値上げ、内容量減などによる実質的値上げを認知している人に、メーカーにより値上げが発表されたことを知っている食品を聞くと、「小麦粉」「菓子」「めん類」が5割以上で上位に挙がった。

Q:次のうち、メーカーにより値上げが発表されたことを、あなたが知っている食品を全てお答えください。[MA]



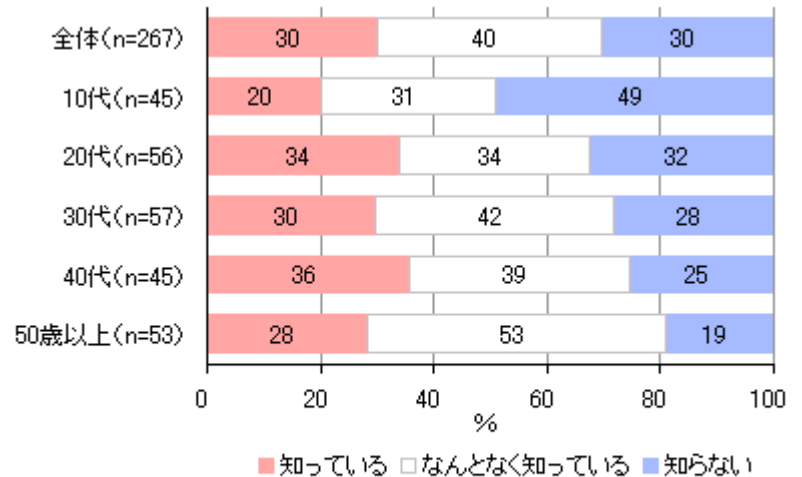
※食品が相次ぎ値上げされたり、内容量が減ったりしていることを知っている人ベース(n=267)

値上げの理由「知らない」3割

値上げの理由については、「知っている」30%、「なんとなく知っている」40%で、認知者が70%。「知らない」と回答した人は30%だった。「知らない」回答者は若年層に多く、約5割を占めた。

「知っている」「なんとなく知っている」回答者の値上げ理由に関する自由記述では、「バイオエタノール」「原油高」「オーストラリアでの小麦の不作」などの理由を挙げる回答が多かった。「なんとなく知っている」とした人も、「原油高」を中心とした理由を挙げており、おおむね理解の度合いは高かった。

Q:あなたは、食品値上げの理由をご存知ですか？[SA]

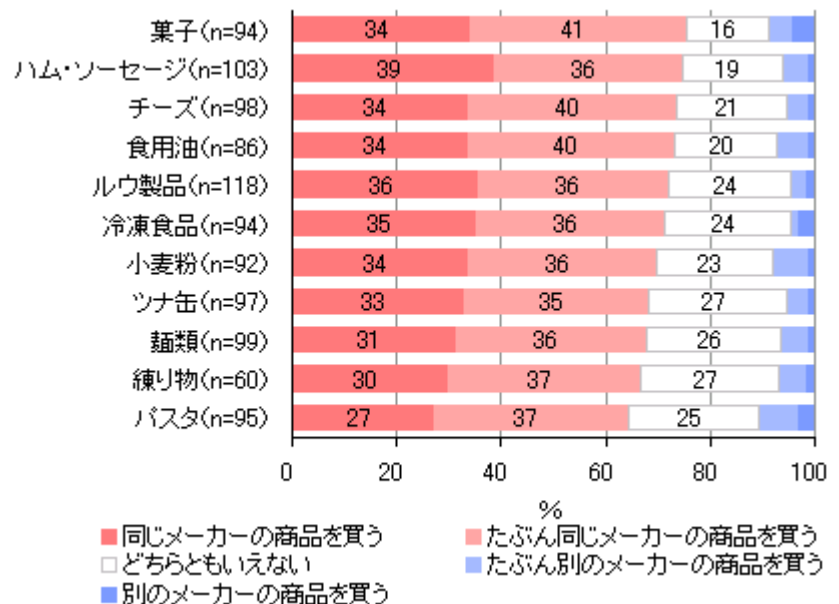


※食品が相次ぎ値上げされたり、内容量が減ったりしていることを知っている人ベース

値上げしても同じメーカーの商品を購入するのは「菓子」

継続購入している商品について、商品が値上げされた場合の購買行動の変化を聞いた。「同じメーカーの商品を購入する」「たぶん同じメーカーの商品を購入する」の合計が高かったのは、「菓子」(75%)、「ハム・ソーセージ」(75%)、「チーズ」(74%)、最も低かったのは「パスタ」(64%)だった。

Q:あなたが同じメーカーの商品を継続して購入している次の食品が値上げされた場合、あなたは今までと同じメーカーの商品を買いますか？ 値上げされていない別のメーカーの商品を買いますか？ それぞれお答えください。[SA]



値上げは「仕方ない」と理解しつつも、求められる「企業努力」

全回答者に対し、下記の通り最近の食品値上げの理由を提示した上で、値上げについての感想を自由回答形式で聞いたところ、「仕方ない」との答えが多かった。また、基本的には「仕方ないこと」としながら、「包装の簡易化」「流通経路の見直し」などの企業努力を求める声のほか、「コスト削減による安全性への影響」「便乗値上げ」への懸念や、政府や報道メディアに対する要望もあった。

Q:あなたは、下記の理由を知ったうえで、食品の値上げに対して、どのように思われますか？
ご自由にお答えください。[FA]

最近の食品の値上げには、以下のような理由があります。

原材料や飼料、包装材料の価格高騰: カップ麺・生麺など麺類、ハム・ソーセージ、ルウ製品、冷凍食品、食用油
魚類の需要拡大(牛海綿状脳症: BSE などの影響) や不漁による価格高騰: ツナ缶、練り物
輸入品の価格高騰: チーズ
原油価格の高騰: 冷凍食品
輸入品の政府売り渡し価格の高騰: パスタ、小麦粉など

- ・しょうがないと思う。昔の日本のようにとまではいなくても、贅沢をせずできるだけ地場でできた食品を摂る生活へと目を向けるいい機会なのではないかと思う(25歳～29歳・会社員)
- ・仕方ないと思うが、大手企業が値上げを敢行してしまうと、それに習って他企業までも企業努力でなんとかなるところも安易に一律で値段を上げてしまう様子が散見されるように思う(25歳～29歳・会社員)
- ・仕方ないとは思いますが、減量して値段を据え置いてくれるのがありがたい(35歳～39歳・専業主婦)
- ・政府の農業・漁業・エネルギーなどの対策が遅れている。値上げのことは、以前から予測できたはず。そのつけが国民にまわってきた(60歳～64歳・専業主婦)
- ・ある程度は仕方ない。多少高くなっても良質で高品質なもの、安全なものがいい(30歳～34歳・専業主婦)
- ・もう少しわかりやすく報道して欲しい。流通経路等徹底見直しをし、各生産者及び関係企業はコスト削減に留意し、尚且つ食の安全に努めて欲しい(40歳～44歳・パート・アルバイト)