

平成 23 年 2 月 9 日
株式会社日本政策金融公庫
農 林 水 産 事 業

～平成 22 年度第 2 回「消費者動向調査」の結果～

食品の安全性判断、有機 JAS などの認証マークが増加

日本政策金融公庫（日本公庫）農林水産事業は昨年 12 月、全国の 20 歳代から 70 歳代までの 2,000 人を対象に、食品の安全性判断についてアンケートを行ったところ、食品の購入時に食品の安全性を有機 JAS マークなどで判断している人が増加していることが明らかになりました。

また、食品の購入時の消費者の最大関心事は「加工年月日や消費期限」が前回調査に続いてトップ、次いで「原産国や産地」を挙げています。

そして、約 5 割の消費者が食品の生産や流通の履歴を確認できるトレーサビリティ・システムを認知しており、安全性に対する信頼度が高まると考えている人が 8 割を超えています。

なお、食品表示に関する意識については、食品メーカーの品質表示基準の規定違反や食肉偽装事件、中国食品の安全問題などの最中で、消費者の食に対する関心が高まっていた時期に実施した調査（平成 19 年 7 月）と今回の調査を比較しています。

また、トレーサビリティ・システムは制度によって定義が異なりますが、この調査では「食品の生産や流通の履歴が確認できる、消費者に対する情報提供や食品事故の原因究明に活用されるしくみ」と位置づけて質問しています。

<調査結果のポイント>

● 「いつ」と「どこ」が最大の関心ポイント

購入時に重視するポイントは、「加工年月日や消費期限」と「原産国や産地」で過半を占めている。（→本文 P1 図 1）

● 安全性の判断基準は分散

食品の安全性の判断基準は分散している中でも、「有機 JAS などの認証マーク」や「販売店舗」で安全性を確認している人が増加し、関心の高まりが浮き彫りになった。（→本文 P1 図 2、図 3）

● トレーサビリティ・システムに大きな期待

割高でも購入すると考える消費者が 5 割を超えており、安全性に対する信頼と期待が込められている。（→本文 P2 図 4～7）

調査要領

- 1 調査時期 平成22年12月 1 日～12月10日

- 2 調査方法 インターネット調査

- 3 調査対象 全国の20歳代～70歳代の男女2,000人（男女各1,000人）

地域	20代		30代		40代		50代		60代		70代		計	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
北海道	13	0.7	16	0.8	15	1.7	15	0.8	16	0.8	11	0.6	86	4.3
東北	22	1.1	28	1.4	25	1.3	26	1.3	27	1.4	19	1.0	147	7.4
関東	99	5.0	127	6.4	111	5.6	117	5.9	123	6.2	87	4.4	664	33.2
中部	52	2.6	63	3.2	58	2.9	59	3.0	62	3.1	44	2.2	338	16.9
近畿	52	2.6	69	3.5	61	3.1	62	3.1	65	3.3	47	2.4	356	17.8
中国	18	0.9	23	1.2	21	1.1	21	1.1	22	1.1	15	0.8	120	6.0
四国	9	0.5	11	0.6	11	0.6	11	0.6	11	0.6	9	0.5	62	3.1
九州・沖縄	34	1.7	43	2.2	39	2.0	40	2.0	41	2.1	30	1.5	227	11.4
計	299	15.0	380	19.0	341	17.1	351	17.6	367	18.4	262	13.1	2,000	100.0

※地域別サンプルは、「統計局：平成21年10月1日現在推計人口」をもとに都道府県別に振り分け。年代構成は、同調査の20代～70代の合計から各年代の比率で按分。

「認証マーク」と「販売店舗」で安全性判断する人が増加

- 食品を購入する時に重視する表示は、「加工年月日や消費期限」と「原産国や産地」と回答した人が多く、過半を占めている。前回調査においても、これらの表示が最大の関心ポイントであり、消費者の購入時の判断基準が定着しつつある。
- 食品を購入する時に安全性を判断する基準は、生鮮食品・加工食品ともに回答は偏らず分散している。
- 過去の調査と比較して、「賞味期限」と回答した人が減少し、代わって「認証マーク」や「販売店舗」と回答した人が増加した。

図1: 食品に表示されている項目で、特に何を重視するか

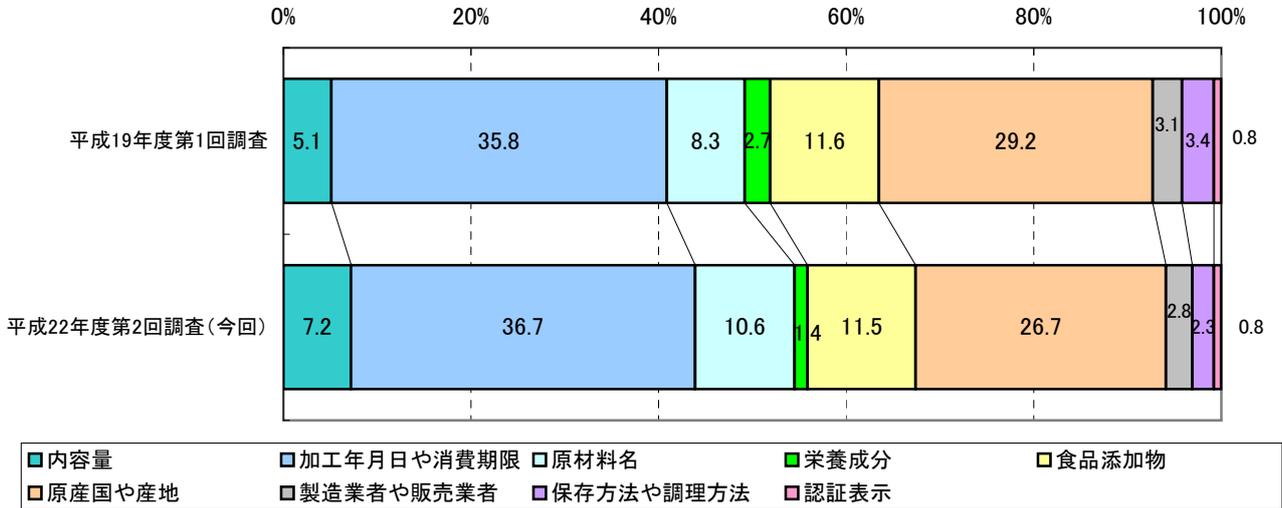


図2: 安全性の判断基準(生鮮食品)

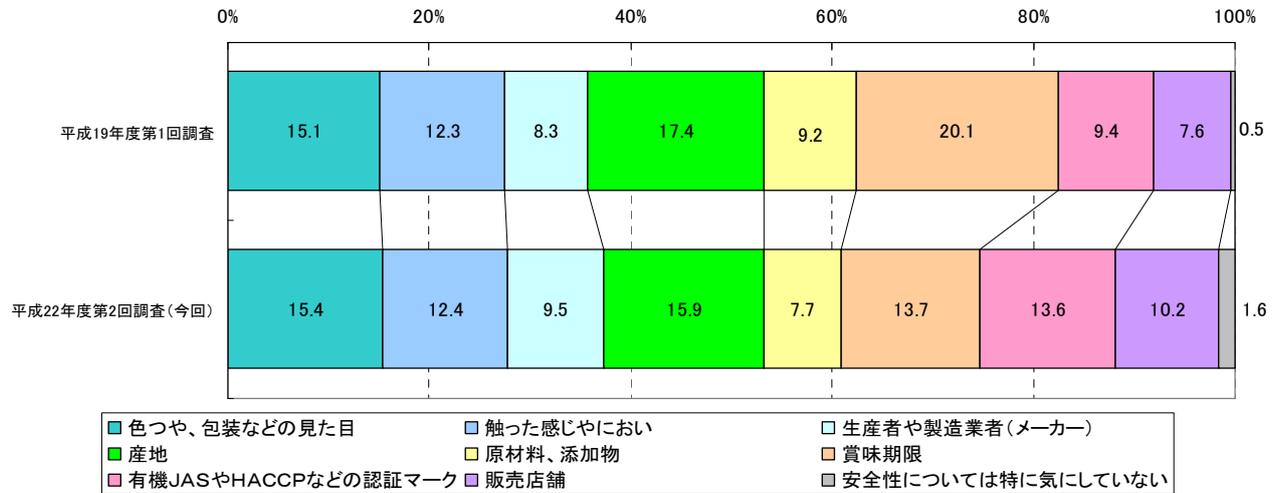
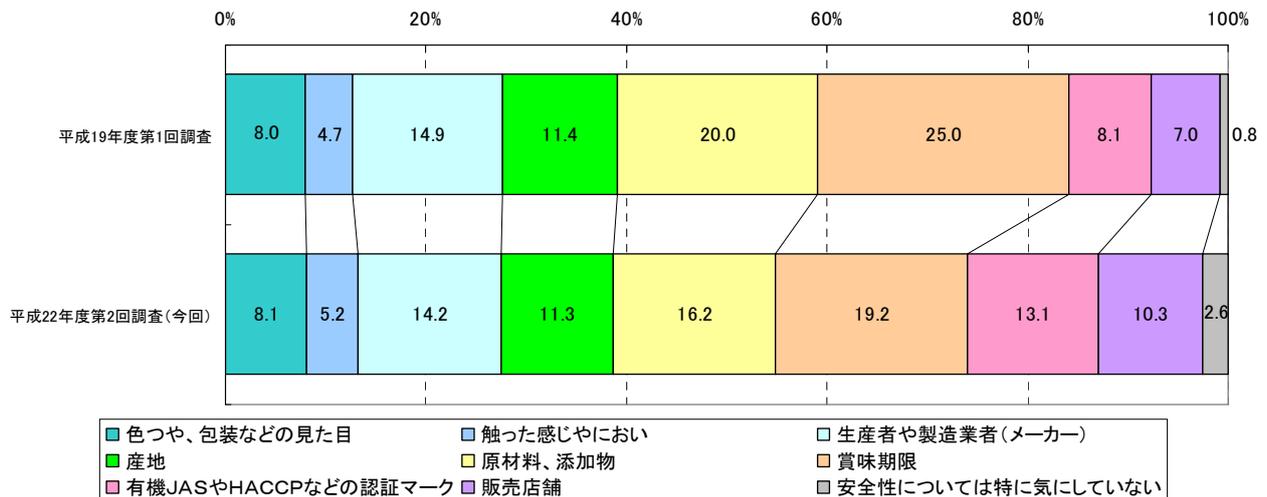


図3: 安全性の判断基準(加工食品)



信頼感・利用率のアップには認知度の向上が課題

- トレーサビリティ・システムについて「知っている」「なんとなく知っている」と回答した人は49%。
- 「知っている」と回答した人のうち、トレーサビリティ・システムの導入により食品の安全性に対する信頼感が高まると考える人は88%と高いが、利用してみたい人は58%に留まる。
- トレーサビリティ・システム導入により値上がりしても購入すると考える消費者は54%。同じ価格であれば購入すると考える消費者も46%と多い。

図4: トレーサビリティ・システムの認知度(%)

図5: 導入により、安全性に対する信頼感は(%)

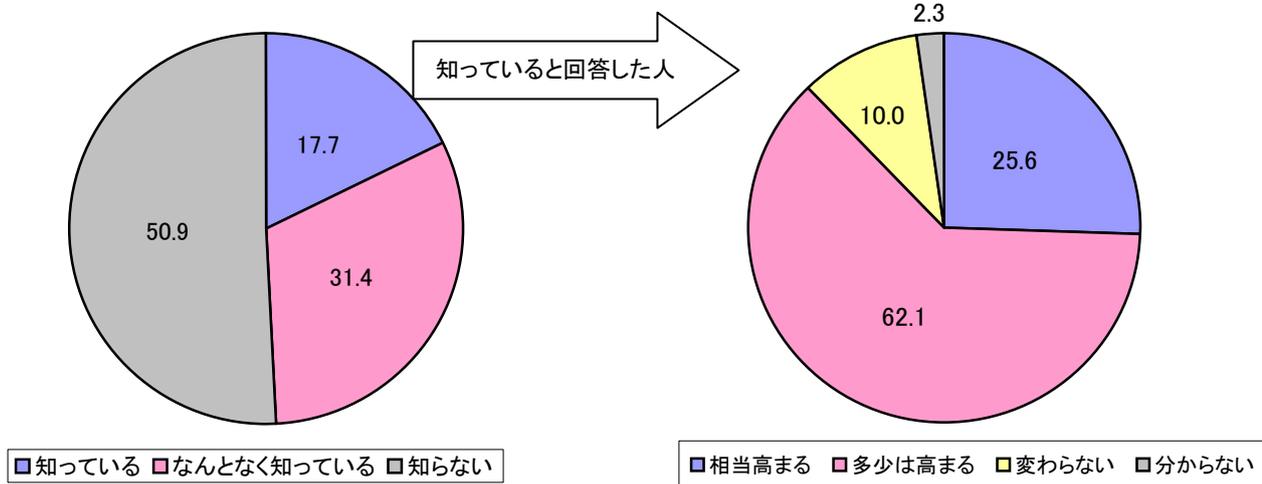


図6: トレーサビリティ・システムを利用したいか(知っていると回答した人)(%)

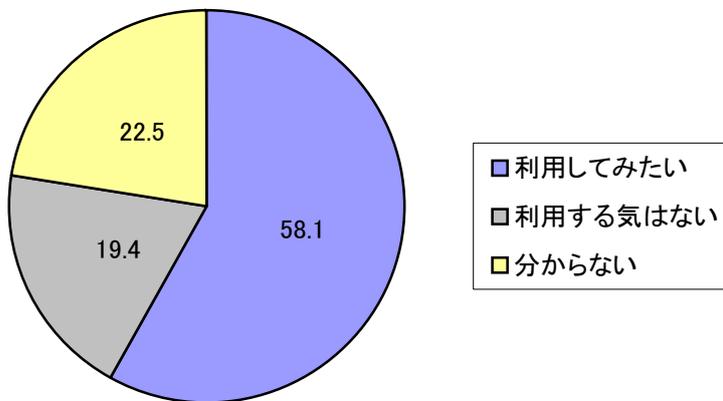


図7: トレーサビリティ・システムを導入した食品は何割高でも購入してよいと思うか(知っていると回答した人)(%)

