

消費者の約8割が加工食品に不安 ～食品添加物や原材料の生産者情報の提供が一助に～ ＜日本公庫・平成26年度上半期消費者動向調査＞

日本政策金融公庫（略称：日本公庫）農林水産事業が 7 月に実施した平成 26 年度上半期消費者動向調査で、「加工食品（※）の表示情報に対する意識」について調査したところ、「かなり」と「多少」を合せて約 8 割が加工食品に対して不安を感じているという結果になり、食の安全に対する関心の高さが浮き彫りになりました。その不安解消に必要な情報としては、主として「食品添加物などの情報」のほか、「原材料に関する生産者の情報が必要」との声がありました。また、加工食品を購入する際、最も確認する情報は、「賞味・消費期限」がトップとなりました。詳細は以下のとおりです。

※肉、魚、野菜等の生鮮食品を除く食品

＜調査結果のポイント＞

○ 消費者の約8割が加工食品に対し不安(図1、2)

加工食品に対して不安があるかを聞いたところ、「多少不安がある」が 69.6%、「かなり不安がある」が 9.2%で、あわせて約 8 割の消費者が加工食品に対して不安を感じているという結果となった。

さらに「多少不安がある」、「かなり不安がある」と回答した人に対し、不安を解消するために必要な情報は何かを聞いたところ、「食品添加物」が 55.3%と突出して多く、「遺伝子組み換え」、「原産地・原産国」がそれぞれ 37.2%、35.8%と続く回答となった。また、「加工食品の原材料の生産者」に関する情報を求める声も 18.6%あったことから、このような情報提供が消費者の加工食品の不安解消の一助になるものと考えられる。

また、「放射性物質」に関する情報を求める声が、16.8%あり、原発事故から 3 年以上が過ぎた今も、その影響に対する不安が続く形となっている。

○ 8割の消費者が購入時、加工食品表示を確認(図3)

消費者に加工食品を購入する際、表示情報（価格以外）を確認しているかどうかを聞いたところ、「毎回しっかり確認している」が 13.7%、「毎回必要な情報だけ確認している」が 36.1%、「ときどき確認している」が 30.7%で、これらをあわせた 80.5%が表示情報に関心を示していることが明らかになった。逆に、「あまり確認していない」は 11.4%、「ほとんど確認していない」は 8.2%だった。

○ 賞味・消費期限の情報を最も確認 品目によって確認する情報は様々(図4、5)

前項に続き、加工食品を購入する際、表示情報を「確認している」と答えた人に対してどのような情報を確認ポイントに置いているかを聞いたところ、全品目の平均で、「賞味・消費期限」が59.8%で最も多い回答となった。

確認している情報を品目別にみると、「食肉加工品」、「水産加工品」及び「冷凍食品」では、「原産地・原産国」が他の品目よりも高い割合で確認されており、それらに対する意識が高いという結果となった。また、「牛乳乳製品」、「パン類」では、「賞味・消費期限」が他の品目よりも高い割合で確認されている。

また、「菓子類」、「飲料」、「弁当・惣菜」では、「カロリー」が他の品目よりも高い割合で確認されているという結果となった。

調査時期	平成26年7月1日～7月8日
調査方法	インターネットによるアンケート調査
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）

図1 加工食品への不安

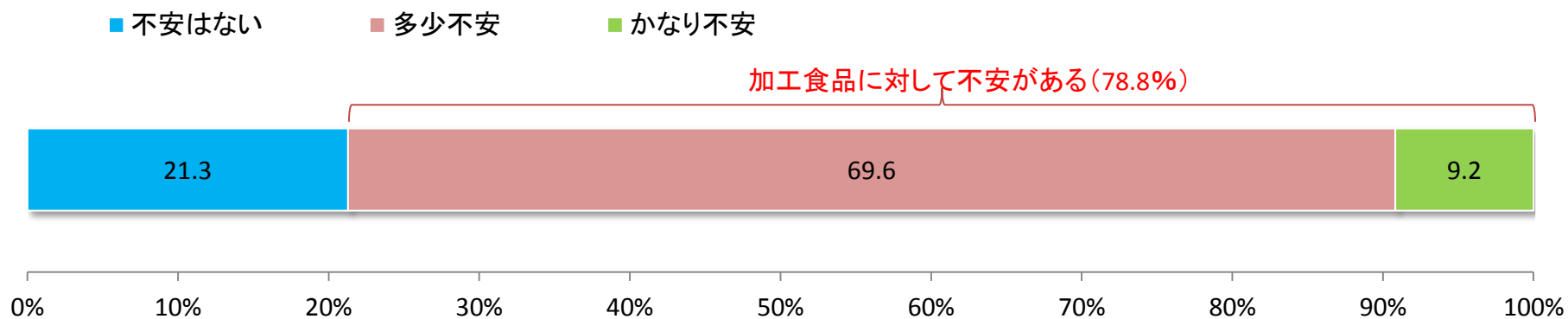


図2 加工食品への不安に対して必要な情報(不安を感じるもの、主なものを2つまで)

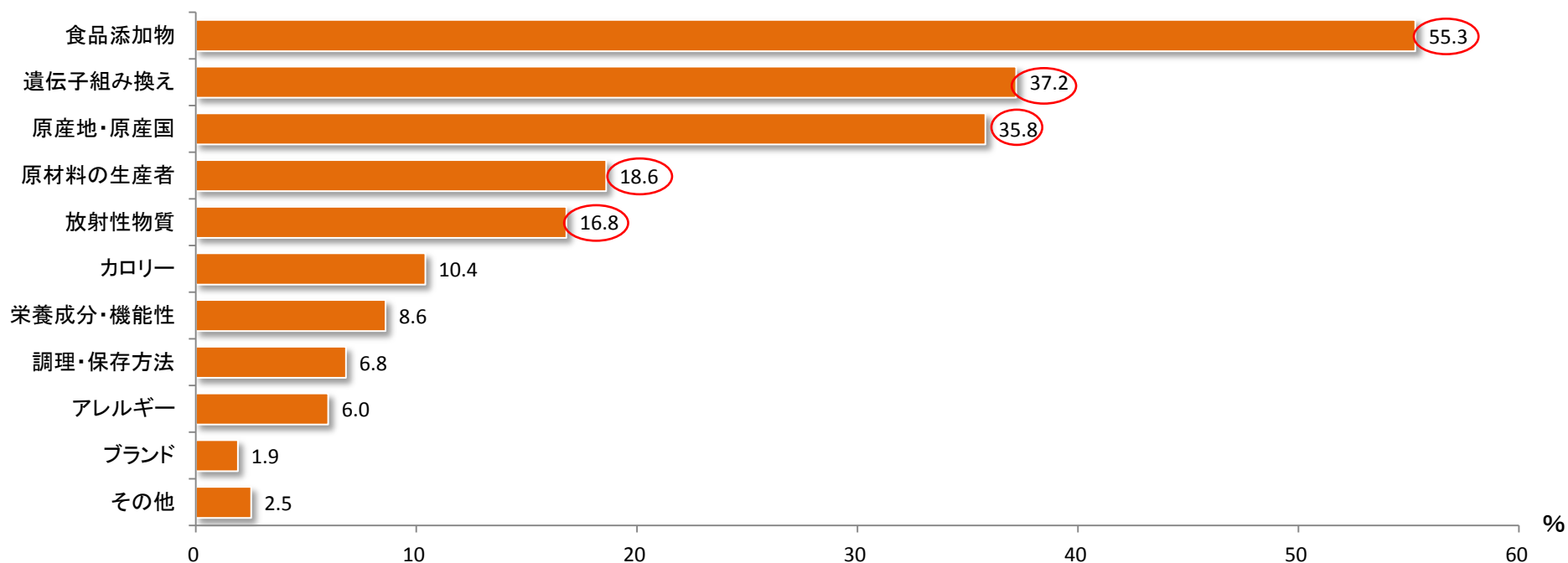


図3 加工食品を購入する際、表示されている情報(価格以外)を確認してるか。

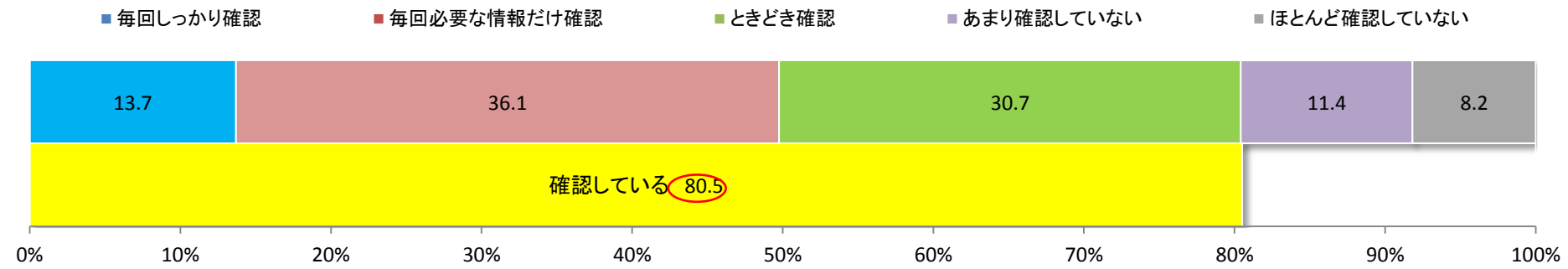


図4 加工食品を購入する際、確認する情報(主なもの2つ回答、平均)

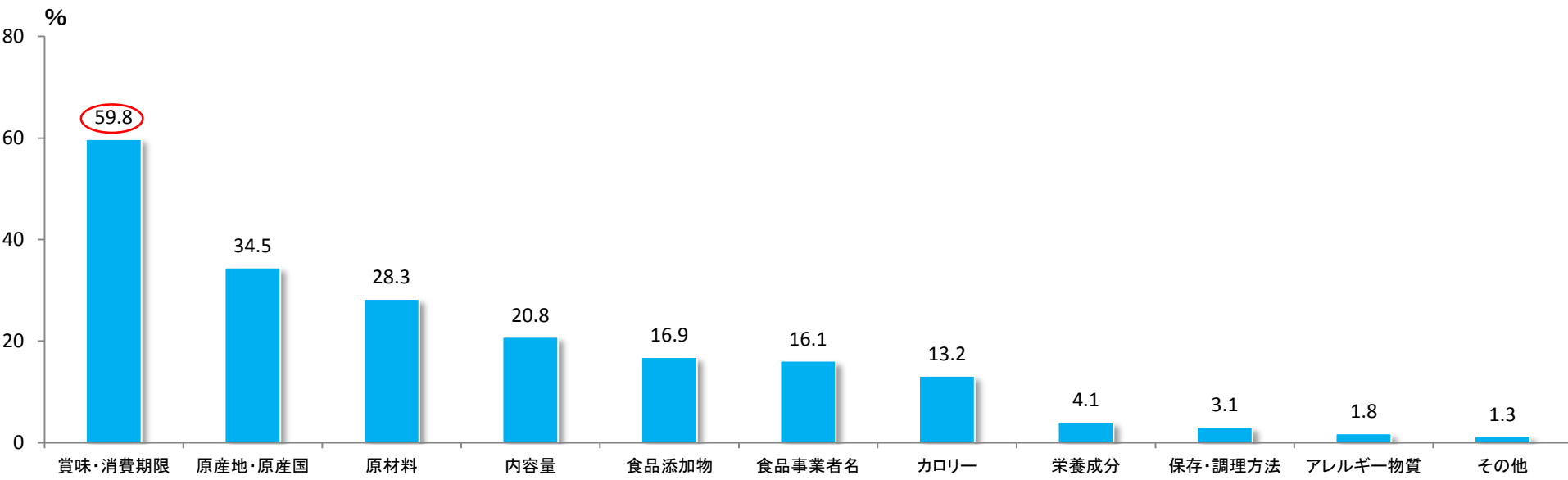


図5 品目別よく確認する情報(平均からの差)

