

～ 第2回食品トレーサビリティに関する主婦の意識調査結果 ～

<調査結果要約>

- 主婦層は食の安全に対して不安を抱いており、生産者や販売者に安全の指標となる情報の提供を求めている
- 主婦層における「食品トレーサビリティ」の認知は、前回調査よりわずかに向上したものの、なお66%の回答者が「初めて聞いた」と回答
- 食品トレーサビリティに対するニーズ、生産者・販売者サイドへの期待は高く、多少割高でも安心安全な食品を購入したいと回答
- 青果物の購入に際しては、「生産国」を最重視、次いで「価格」、「農薬の使用状況」、「見た目の新鮮さ」

株式会社三井物産戦略研究所(本社:東京都千代田区、所長:寺島實郎)は、昨年に引き続き、全国の20～69歳の主婦を対象に「第2回食品トレーサビリティに関する主婦の意識調査」を実施いたしました(調査手法:インターネットリサーチ、有効回答数:2,060s、調査期間:2008年11月14日～11月15日)。

近年、食品に関する諸問題が相次いで発生し、消費者の「食の安全」に対する関心が高まる中、食品の安全性を確保する「食品トレーサビリティ・システム」が注目されています。本調査は食品の消費に一番近い存在である主婦層を調査対象として、「食品トレーサビリティ」に対する意識や利用状況、更には「青果物のトレーサビリティ」に対するニーズを探ることを目的としています。

(調査主体:株式会社三井物産戦略研究所、実施機関:株式会社マクロミル)

【調査概要】

■調査方法	インターネットリサーチ		
■調査地域	全国		
■実施機関	株式会社マクロミル		
■調査日時	2008年11月14日(金)～2008年11月15日(土)		
■有効回答数	マクロミル社のモニタ会員 計2,060サンプル(下記の通り均等割付)		
	女性/20-29才/既婚	412s	20.0%
	女性/30-39才/既婚	412s	20.0%
	女性/40-49才/既婚	412s	20.0%
	女性/50-59才/既婚	412s	20.0%
	女性/60-69才/既婚	412s	20.0%
	合計	2,060s	100.0%

1.食の安全に対する意識

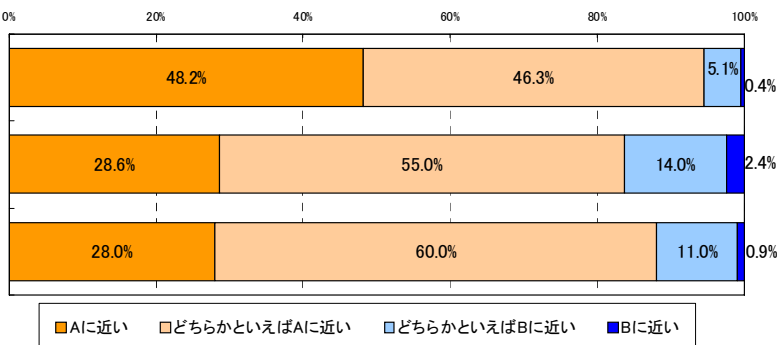
Q.食品についての意識で、以下のAとBを比較した場合、あなたの意識はどちらに近いですか？(単一回答)

【図1.食の安全に対する意識】(全体:n=2,060)

【A】生産者や製造者、販売者は安心な食品であることを証明するために、消費者にもっと情報提供をするべきだ
⇨【B】販売されている食品は安全であるはずなので、消費者が自分で安全かどうか確認する必要はない

【A】自分が購入している食品の安全性に不安をおぼえたことがある
⇨【B】自分が購入している食品の安全性に不安をおぼえたことはない

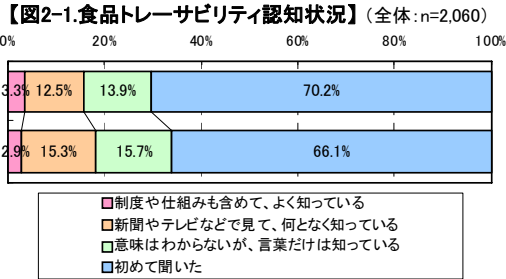
【A】多少高くても、安心して食べられる食品を買いたい
⇨【B】安心が証明されていなくても、できるだけ価格が安いものを買いたい



主婦層が食の安全に対して不安を抱いている様子がうかがえます。「生産者や製造者、販売者は消費者にもっと情報提供をするべきだ」という設問では半数近くの方が肯定、弱い肯定を含めると94%に上り、提供された情報を参考にして、自分で安全を確認したいという主婦の意識がうかがえます。

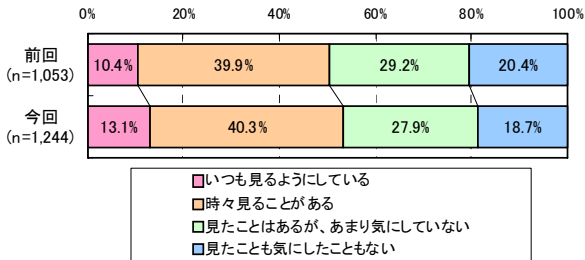
2. 食品トレーサビリティの認知/利用状況

Q.あなたは「食品トレーサビリティ」という言葉をご存知ですか。
(単一回答)



Q.あなたは食品の購入時や外食時に、食品トレーサビリティ情報を見たり、意識したりすることがありますか？(単一回答)
(食品トレーサビリティの説明提示後、認知・想起した方への質問)

【図2-2.食品トレーサビリティ利用状況】

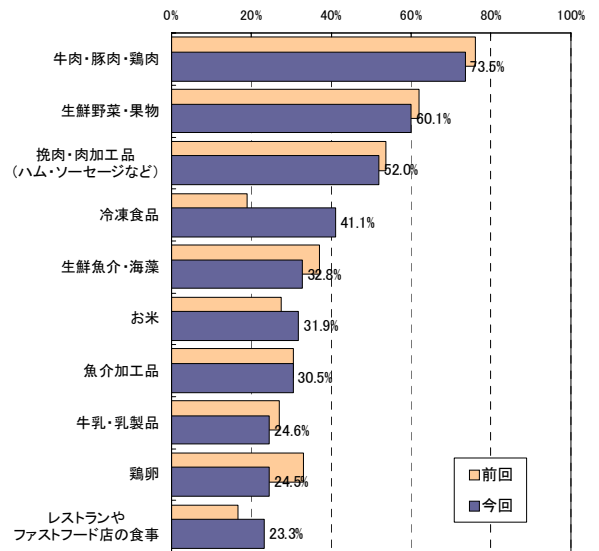


認知状況・利用状況共に若干スコアが伸びていますが、「初めて聞いた」という回答が今回調査でも66.1%と、依然として主婦層においては「食品トレーサビリティ」という言葉が浸透しているとは言えない状況がうかがえます。

3. トレーサビリティを導入すべきと思う食品

Q.食品トレーサビリティを特に導入すべきと思うものを次の中から5つまで教えてください。(複数回答)

【図3.トレーサビリティを導入すべきと思う食品】(全体:n=2,060)



※24個の選択肢の中から上位回答10個を抜粋

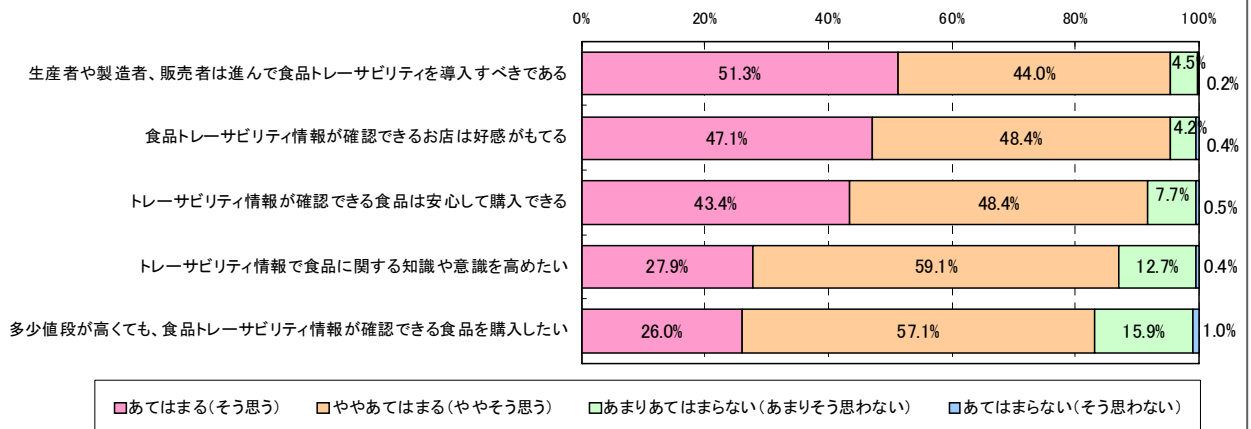
上位3つは前回調査と変わらず、「食肉」、「生鮮野菜・果物」、「挽肉・肉加工品」でしたが、4位「冷凍食品」の回答率の伸びが突出しており、昨今の食品事故の影響がうかがえます。

4. 食品トレーサビリティに関する意識

Q.(食品トレーサビリティ情報を見たことがある方にお聞きします)
食品トレーサビリティ情報に関する意識について、あなたは以下の項目にどの程度あてはまりますか？(単一回答)

【図4.食品トレーサビリティに関する意識】

(食品トレーサビリティ情報を見たことがある方への質問:n=1,011)



食の安全に対する不安を背景に、主婦層の食品トレーサビリティに対するニーズや生産者・販売者サイドへの期待の高さがうかがえます。トレーサビリティ情報が確認できる食品なら割高でも購入意向が見られることから、食品トレーサビリティの普及に向けては、生産者・販売者サイドが「安全の指標となる情報提供」と「販売価格」のバランスを如何にとっていくかが鍵と言えます。

青果物のトレーサビリティについて

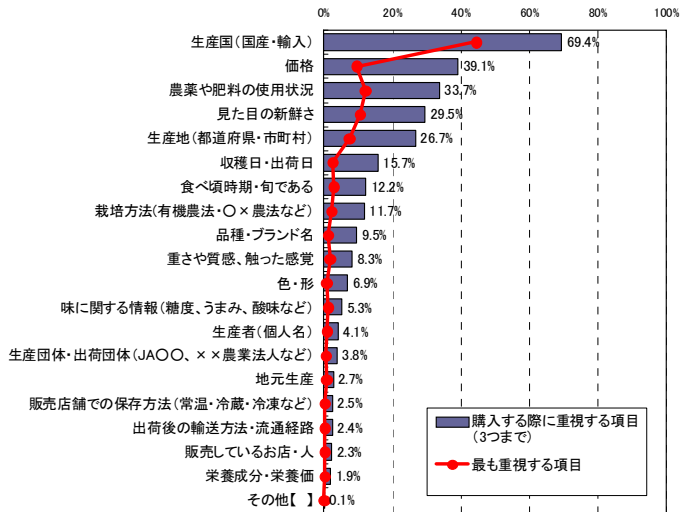
5. 青果物を購入する際に重視する項目

- Q.あなたが野菜や果物を購入する際に重視する項目を次の中から3つまで教えてください。(複数回答)
- Q.あなたが野菜や果物を購入する際に最も重視する項目を次の中から1つだけ教えてください。(単一回答)

青果物を購入する際に重視する項目を挙げてもらったところ、「生産国(国産・輸入)」が突出、最重要項目でも、他の項目を大きく引き離しています。

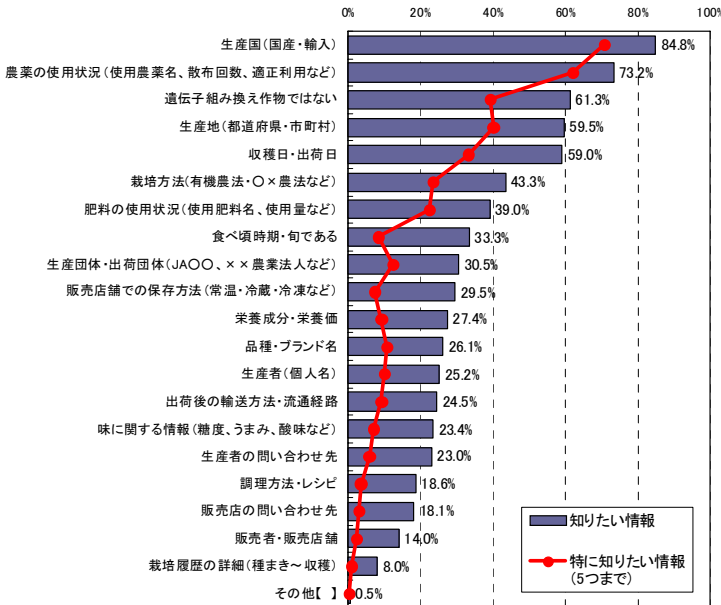
多くの主婦がまず「生産国(国産・輸入)」を重視し、次いで「価格」、「農薬や肥料の使用状況」、「見た目の新鮮さ」、「生産地」などの項目で総合的に判断している様子がうかがえます。

【図5.青果物を購入する際に重視する項目】(全体:n=2,060)



6. 青果物トレーサビリティで知りたい情報/青果物を安心して購入するために必要な項目

【図6-1.青果物トレーサビリティで知りたい情報】(全体:n=2,060)



Q.次の中であなたが食品トレーサビリティの仕組みを利用して、野菜や果物について知りたいと思う情報を教えてください。(複数回答)

Q.あなたが食品トレーサビリティの仕組みを利用して、野菜や果物について特に知りたいと思う情報を次の中から5つまで教えてください。(複数回答)

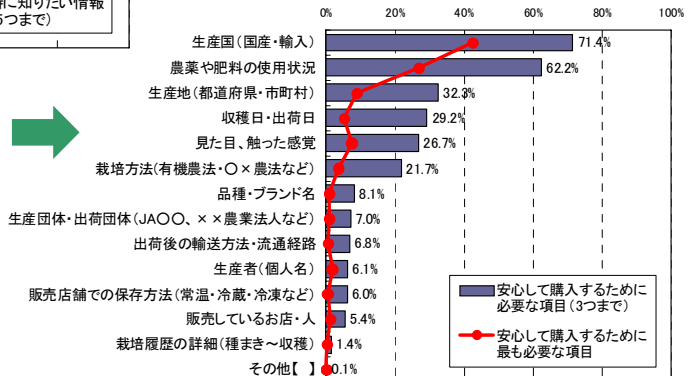
「生産国(国産・輸入)」がトップ、次いで「農薬の使用状況」、「遺伝子組み換え」、「生産地」、「収穫日・出荷日」までが過半数を超えています。

特に知りたい情報で見ると、「生産国」、「農薬の使用状況」に多くの回答が集まっており、この2つに主婦層の強いニーズがうかがえます。

- Q.あなたが野菜や果物を安心して購入するために必要だと思う項目を次の中から3つまで教えてください。(複数回答)
- Q.あなたが野菜や果物を安心して購入するために最も必要だと思う項目を次の中から1つだけ教えてください。(単一回答)

青果物を安心して購入するために必要な項目でも「生産国」、「農薬や肥料の使用状況」が上位2つに挙がり、前述の「青果物トレーサビリティで知りたい情報」の結果に鑑みて、主婦層が青果物トレーサビリティに求めているのは、安心の指標となる情報の提供と言えます。

【図6-2.青果物を安心して購入するために必要な項目】(全体:n=2,060)



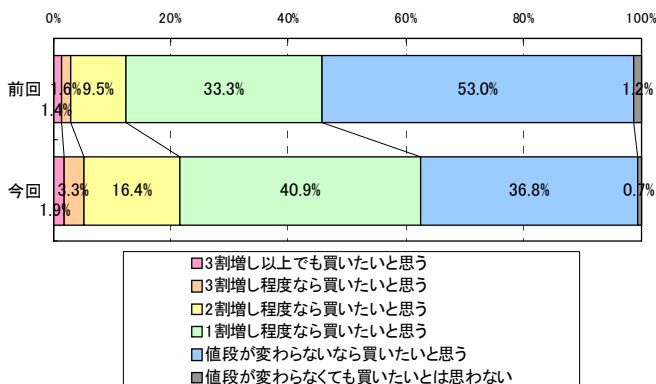
7.トレーサビリティ青果物の購入意向

Q.あなたは多少値段が高くて、トレーサビリティ情報を確認・利用できる野菜や果物を買いたいと思いませんか。(単一回答)

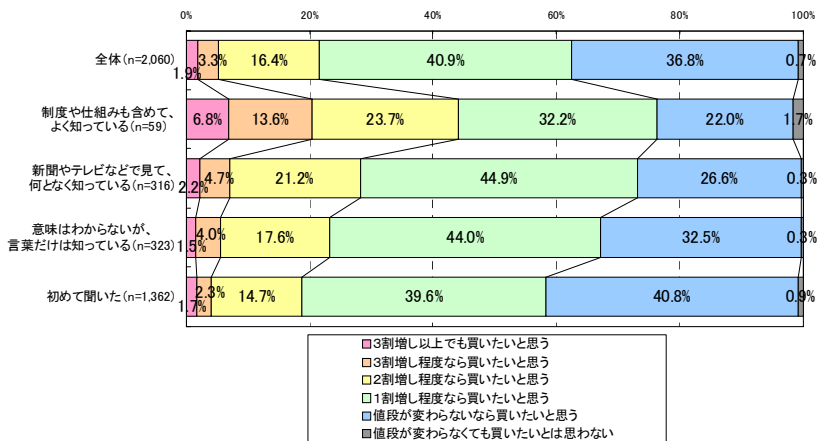
トレーサビリティ情報を確認・利用できる青果物の購入意向では、割高でも購入したいという層が前回調査よりも増加、62.5%の方が割高でも買いたいと回答しています。

多少割高でも、安心安全な青果物を購入したいという主婦層のニーズがうかがえます。

【図7-1.トレーサビリティ青果物の購入意向】(全体:n=2,060)



【図7-2.食品トレーサビリティの認知×トレーサビリティ青果物の購入意向】



食品トレーサビリティの認知とトレーサビリティ青果物の購入意向の関係を見てみると、食品トレーサビリティの認知・理解レベルが深い人ほど、トレーサビリティ青果物の価格許容性が高くなっています。

8.青果物トレーサビリティ情報の好ましい確認方法

Q.次の中で野菜や果物のトレーサビリティ情報を確認・利用する方法として好ましいと思うものを教えてください。(複数回答)

Q.野菜や果物のトレーサビリティ情報を確認・利用する方法として、最も好ましいと思うものを次の中から1つだけ教えてください。(単一回答)

青果物トレーサビリティ情報の好ましい確認方法として、9割近くの方が「包装パッケージやラベルに記載されている」と回答し、次いで「チラシ・リーフレット」、「POP・黒板」と、主婦層においては、購入時に手軽に確認できる方法が好まれる様子うかがえます。

【図8.青果物トレーサビリティ情報の好ましい確認方法】

