

1.3 アンケート調査票

「食の安全に関する消費者意識と消費者行動」アンケート

東京都消費者月間実行委員会は「責任ある消費行動」が暮らしを守り、持続可能な社会を実現することに繋がると考えています。そこでこの度、消費者一人ひとりの食の安全に関する考え方や消費行動を調査し、この調査結果をもとに報告会（2月特別企画）を開催することにしました。皆さまのご協力をよろしくお願い致します。

お住まい	1. 東京都	2. 東京都以外	性別	1. 男性	2. 女性			
年齢	1. 10代	2. 20代	3. 30代	4. 40代	5. 50代	6. 60代	7. 70代	8. 80代以上
同居家族の有無	1. 同居家族がいる（2人以上の世帯）		2. 単身（1人の世帯）					
家族構成（複数回答可）		1. 乳幼児・妊婦（自身も含む）がいる			2. 小学生がいる		3. 中学生がいる	
		4. 高校生又は高校生相当の子どもがいる		5. 65歳以上の方がいる		6. 1～5以外の同居者がいる		
消費者団体に所属していますか	1. 所属している		2. 所属していない					

食の安全について

問1. 食の安全に対して関心がありますか？（○印はひとつ）

1. 大変関心がある 2. 少し関心がある 3. あまり関心がない 4. 全く関心がない

問2. 食に関して不安を感じることはありませんか？（○印はひとつ）

1. 大変不安を感じる 2. 少し不安を感じる 3. あまり不安を感じない 4. 全く不安を感じない

【1又は2と回答した方に】 ↓ 以下のうち、何に不安を感じますか？（複数回答可）

1. 食中毒 2. 寄生虫 3. 自然由来の重金属 4. 輸入食品 5. 残留農薬
6. 食品添加物 7. 遺伝子組み換え食品 8. 放射性物質 9. BSE 10. その他

問3. 食の安全について、A、Bどちらの考えに近いですか？（○印はひとつ）

1. Aに賛成 2. どちらかというAに賛成 3. どちらかというBに賛成 4. Bに賛成

A. 100%安全といえる食品はないので、偏りなくいろいろなものを食べることが大切だ

B. 食品は100%安全が望ましいので、できる限り不安のある食品は避けるべきだ

食の安全に関わる情報について

問4. 食の安全に関わる情報について、主に何から得ていますか？（複数回答可）

1. 食品安全委員会（国） 2. 地方自治体 3. 新聞、テレビ、雑誌 4. 生協や消費者団体
5. 専門家 6. 知人やネットのくちコミ 7. 特にない

食品の購入について

問5. 食品は主にどこで購入しますか？（複数回答可） 注意：販売方法(店頭、インターネット等)は問いません。

1. スーパー 2. デパート 3. コンビニ 4. 個人商店 5. 生協
6. 生協以外の自然食品系宅配 7. 産地直売(所) 8. その他

問6. 生鮮食品(野菜・果実・肉・魚介等)を購入するとき、何に気を付けますか？（複数回答可）

1. 鮮度・品質 2. 価格 3. 産地 4. 検査結果 5. その他

問7. 加工食品(生鮮食品等を原料に製造・加工した食品)を購入するとき、何に気を付けますか？（複数回答可）

1. 製造元 2. 価格 3. 賞味期限・消費期限 4. 原材料表示 5. 原産国
6. 添加物 7. カロリー 8. 栄養素 9. アレルギー物質 10. 包装 11. その他

第1章 調査の概要

1.1 調査の目的

東京都消費者月間は「責任ある消費行動」が暮らしを守り、持続可能な社会を実現することに繋がると考えています。

今回、「いわゆる風評被害について」、「未来につなげる消費行動について」、課題を明らかにするために、消費者一人ひとりの食の安全に関する考え方や消費行動を調査しました。

調査結果をもとに、平成26年2月特別企画・調査研究報告会『食の安全に関する消費者意識と消費行動』（一食の問題あれこれ！あなたはどうか付き合いますか？）を開催して情報発信に努めるとともに、次年度以降の消費者月間事業の企画にも反映させます。

1.2 アンケート調査の概要

(1) 調査の設計

- ①調査対象者 一般市民男女
- ②回答者数 1,906人（うち、集計対象1,821人）
- ③調査方法 インターネット及び紙ベース
- ④調査実施期間 インターネット：平成25年8月13日～10月11日
紙ベース：平成25年8月13日～11月29日
- ⑤調査票 別添調査票を使用
- ⑥調査実施機関 社会システム株式会社

(2) 回収結果

表1-1 有効回収数

	回収数	有効回収数
インターネット	255	255
紙ベース	1,651	1,566
合計	1,906人	1,821人

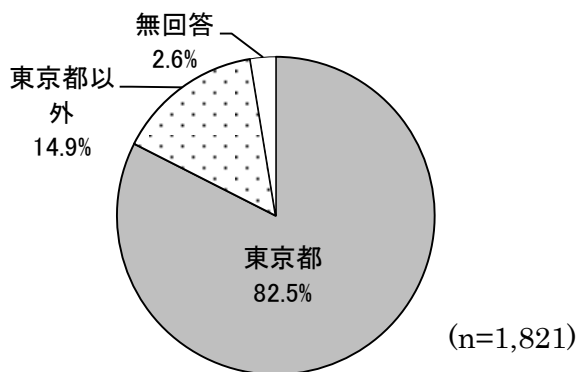
(3) 調査の内容

- ・食の安全に対する関心度、不安感 (問1. 2. 3)
- ・食の安全に関わる情報取得先 (問4)
- ・食品の購入場所、購入時に注意する点 (問5. 6. 7)
- ・原発事故で被災した地域の食品の購入 (問8. 9)
- ・「風評被害」に関する消費者意識 等 (問10. 11)

第2章 回答者の属性

(1) 居住地域

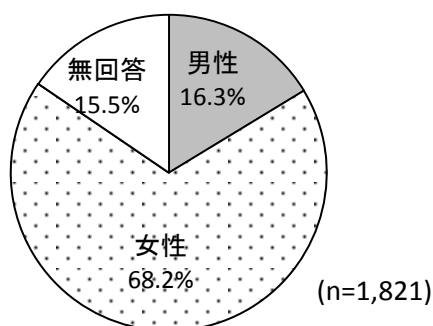
回答者の居住地域は、東京都が82.5%、東京都以外が14.9%であった。



	人数	割合
東京都	1,502	82.5%
東京都以外	272	14.9%
無回答	47	2.6%

(2) 性別

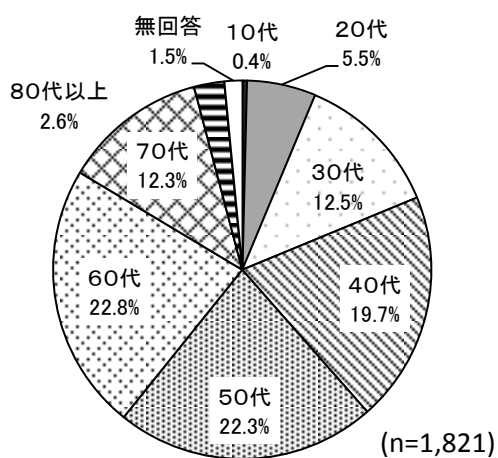
回答者の性別は、男性が16.3%、女性が68.2%であった。



	人数	割合
女性	1,242	68.2%
男性	297	16.3%
無回答	282	15.5%

(3) 年齢

回答者の年齢は、50歳代、60歳代が多く、50歳以上で半数以上、60歳以上で4割近くを占める構成であった。

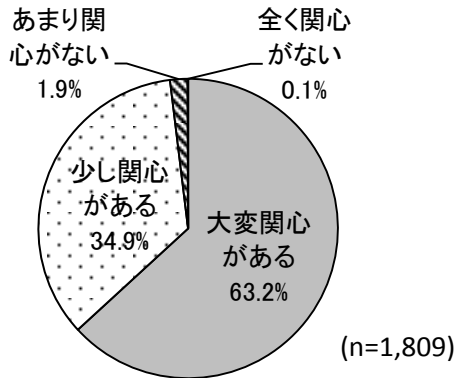


	人数	割合
10代	7	0.4%
20代	101	5.5%
30代	228	12.5%
40代	361	19.8%
50代	407	22.4%
60代	417	22.9%
70代	225	12.4%
80代以上	47	2.6%
無回答	28	1.5%

食の安全について

(1) 食の安全に対する関心度

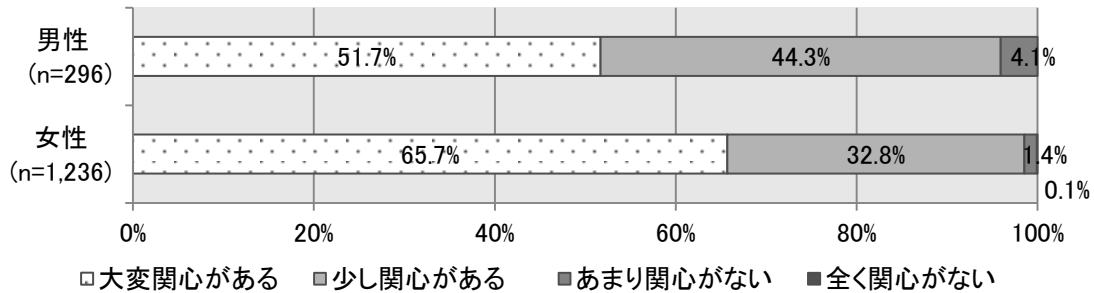
問1 食の安全に対して関心がありますか？



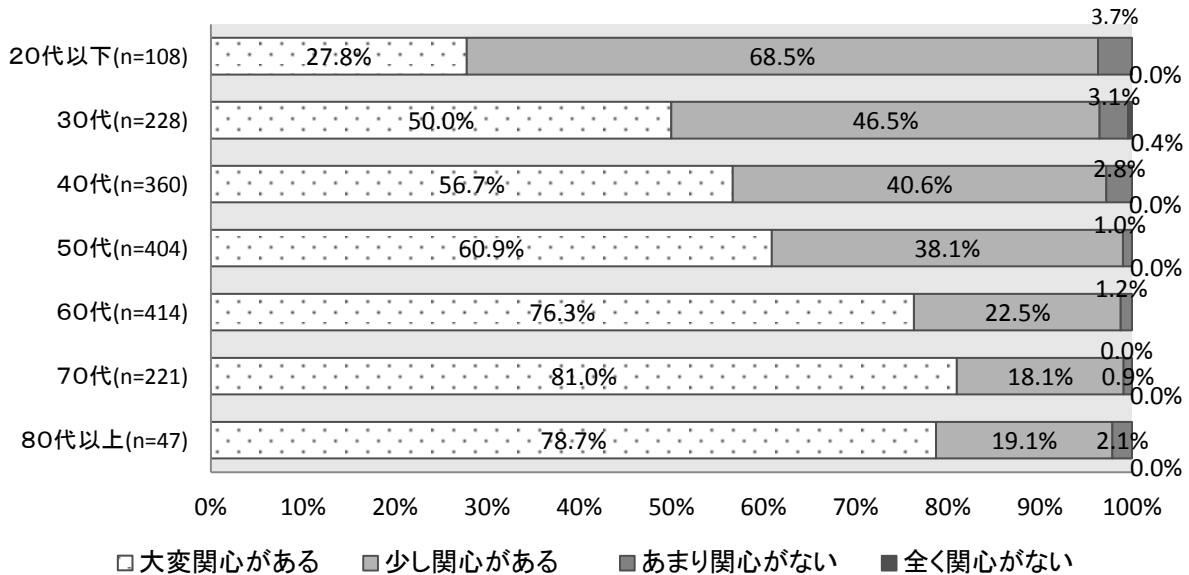
	人数	割合
大変関心がある	1,143	63.2%
少し関心がある	631	34.9%
あまり関心がない	34	1.9%
全く関心がない	1	0.1%

「大変関心がある」「少し関心がある」を合わせると98.1%になる。

<問1-男女別>



<問1-年齢別>

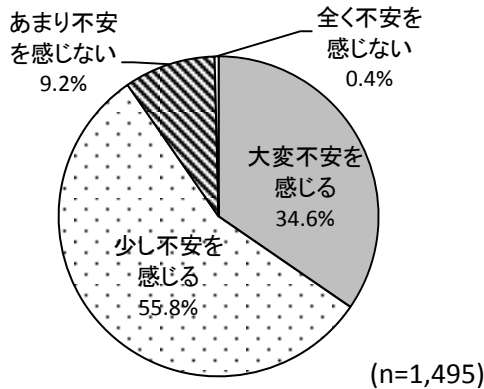


※ 年齢が上がるほど、「大変関心がある」が増加する傾向がある。

※ 男性・女性とも半分以上が「大変関心がある」と回答したが、女性の方が男性より「大変関心がある」が多い。

(2)食に関する不安

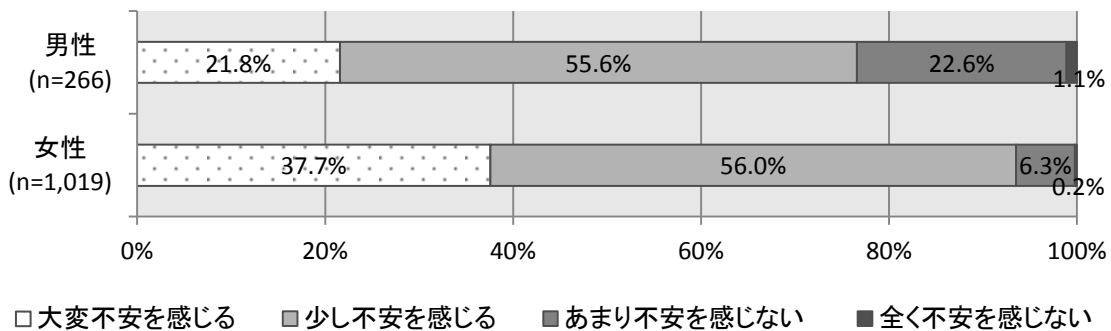
問2 食に関して不安を感じるがありますか？



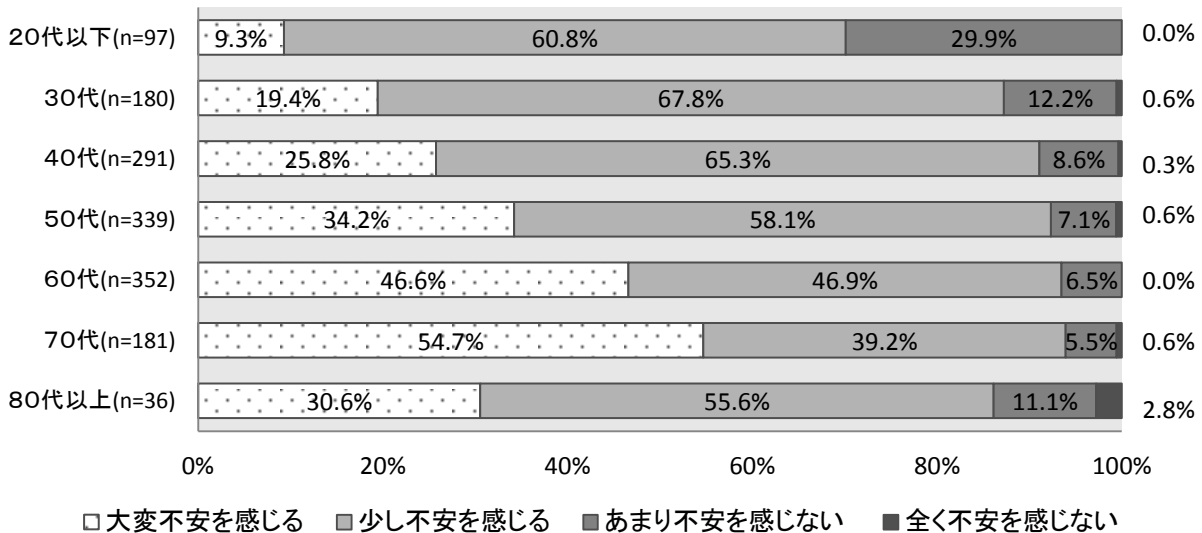
	人数	割合
大変不安を感じる	517	34.6%
少し不安を感じる	834	55.8%
あまり不安を感じない	138	9.2%
全く不安を感じない	6	0.4%

「大変不安を感じる」と「少し不安を感じる」を合わせると90.4%になり、ほとんどの人が何らかの食に関する不安を感じている。

<問2 男女別>



<問2 年齢別>

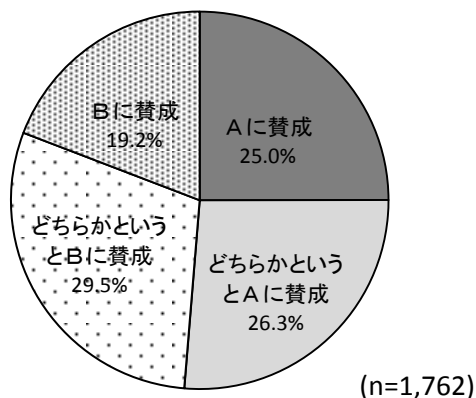


- ※ 男性より女性の方が、「大変不安を感じる」「少し不安を感じる」とも多い。
- ※ 年齢では、年齢が高いほど「大変不安を感じる」が多い。(80代では減少)

(3) 食の安全についての考え方

問3 食の安全について、A、B どちらの考えに近いですか？

- A. 100%安全といえる食品はないので、偏りなくいろいろなものを食べることが大切だ
 B. 食品は 100%安全が望ましいので、できる限り不安のある食品は避けるべきだ

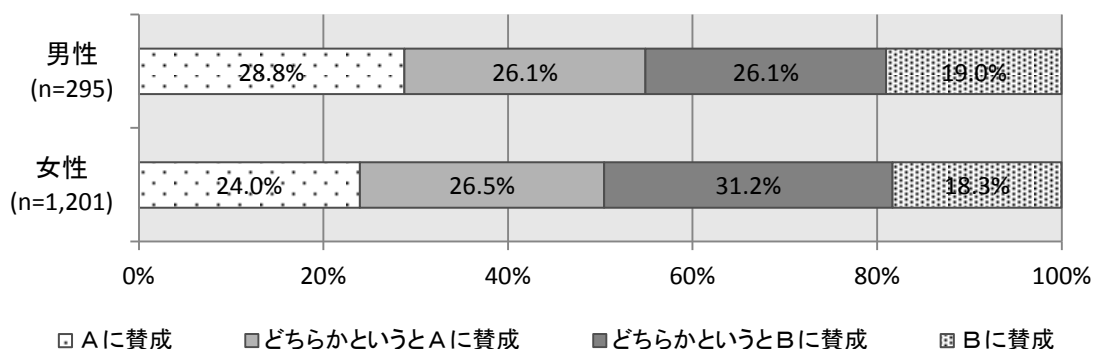


	人数	割合
Aに賛成	440	25.0%
どちらかという Aに賛成	464	26.3%
どちらかという Bに賛成	520	29.5%
Bに賛成	338	19.2%

A,Bそれぞれに「賛成」または「どちらかという賛成」は、51.3%対48.7%とほぼ拮抗している。

4つの選択肢では「B. できる限り不安のある食品は避けるべき」に「どちらかといえは賛成」が多い。

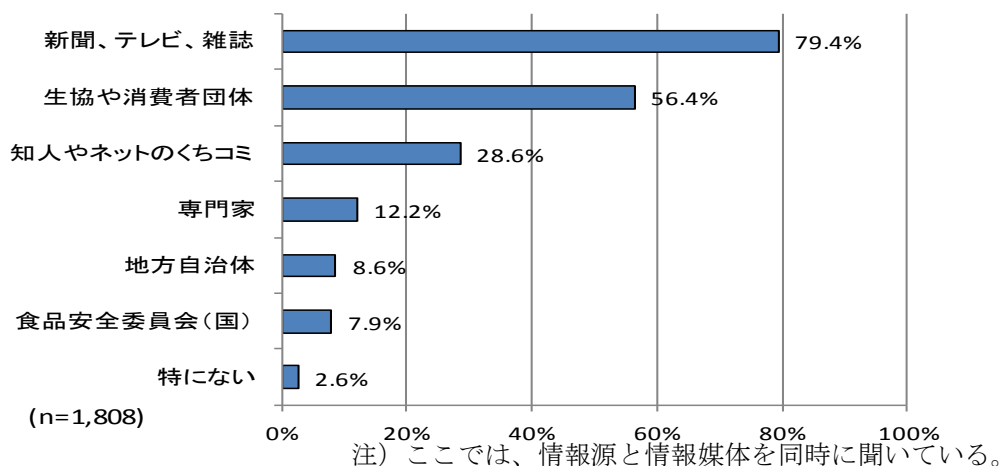
<問3-男女別>



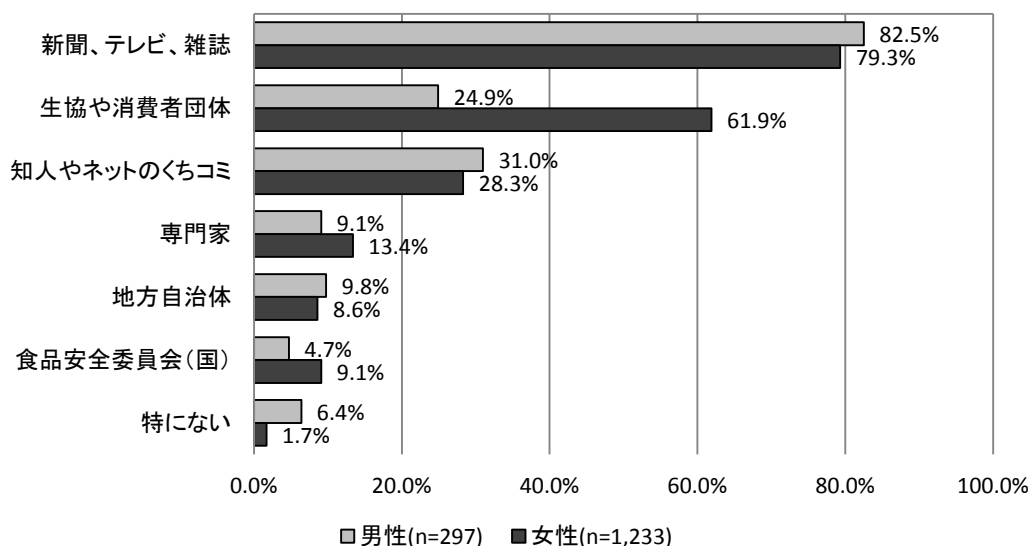
(4) 食の安全にかかわる主な情報源

問4 食の安全に関わる情報について、主に何から得ていますか？ <複数回答可>

主な情報源として、「新聞、テレビ、雑誌」が一番多い。



<問4-男女別>



<問4-年齢別>

注) 1位・2位に下線

	回答者数	新聞、テレビ、雑誌	生協や消費者団体	知人やネットのくちコミ	専門家	地方自治体	食品安全委員会	特にない
20代以下	108	<u>78.7%</u>	12.0%	<u>50.0%</u>	11.1%	8.3%	3.7%	5.6%
30代	228	<u>74.1%</u>	44.3%	<u>46.9%</u>	8.8%	11.4%	5.3%	4.8%
40代	360	<u>84.2%</u>	<u>56.9%</u>	28.6%	8.9%	6.7%	5.8%	1.9%
50代	403	<u>79.9%</u>	<u>62.5%</u>	22.8%	13.6%	7.9%	8.4%	1.7%
60代	416	<u>76.9%</u>	<u>65.6%</u>	24.5%	14.9%	9.6%	9.1%	2.9%
70代	223	<u>81.6%</u>	<u>59.6%</u>	18.4%	13.9%	9.0%	10.3%	0.9%
80代以上	46	<u>73.9%</u>	<u>58.7%</u>	21.7%	13.0%	8.7%	19.6%	2.2%

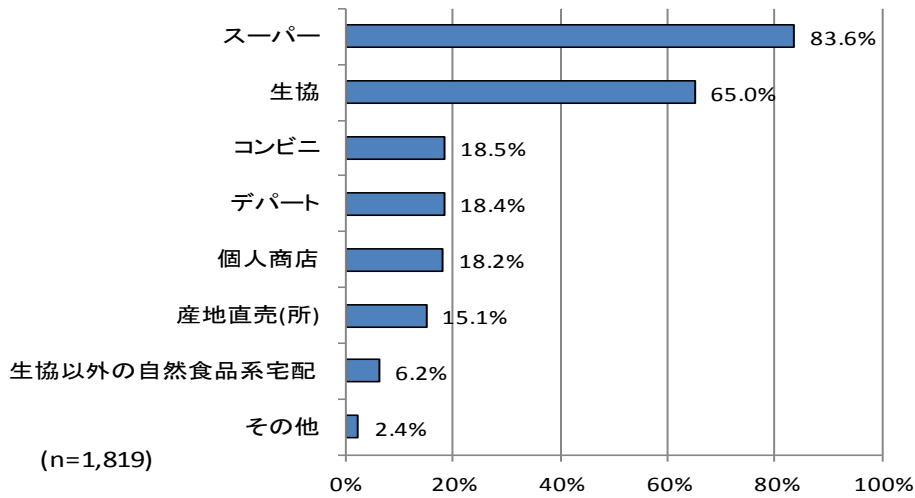
- ※ 男女別では、女性は「生協や消費者団体」から多く情報を得ている。
- ※ 年齢別では、新聞テレビ等に次いで、20代以下・30代では「知人やネットのくちコミ」が2位となっている。40代以上の2位は「生協や消費者団体の情報」である。

食品の購入について

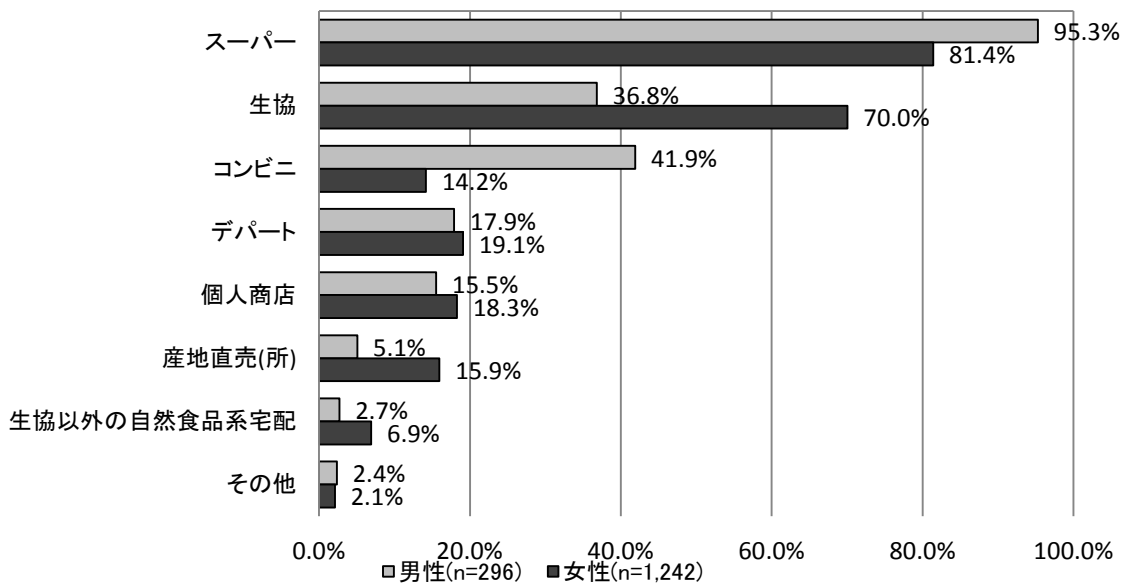
(5) 食品の購入場所

問5 食品は主にどこで購入しますか？ <複数回答可>

スーパーマーケットの83.6%に次いで、生協での購入が65%となっている。



<問5-男女別>



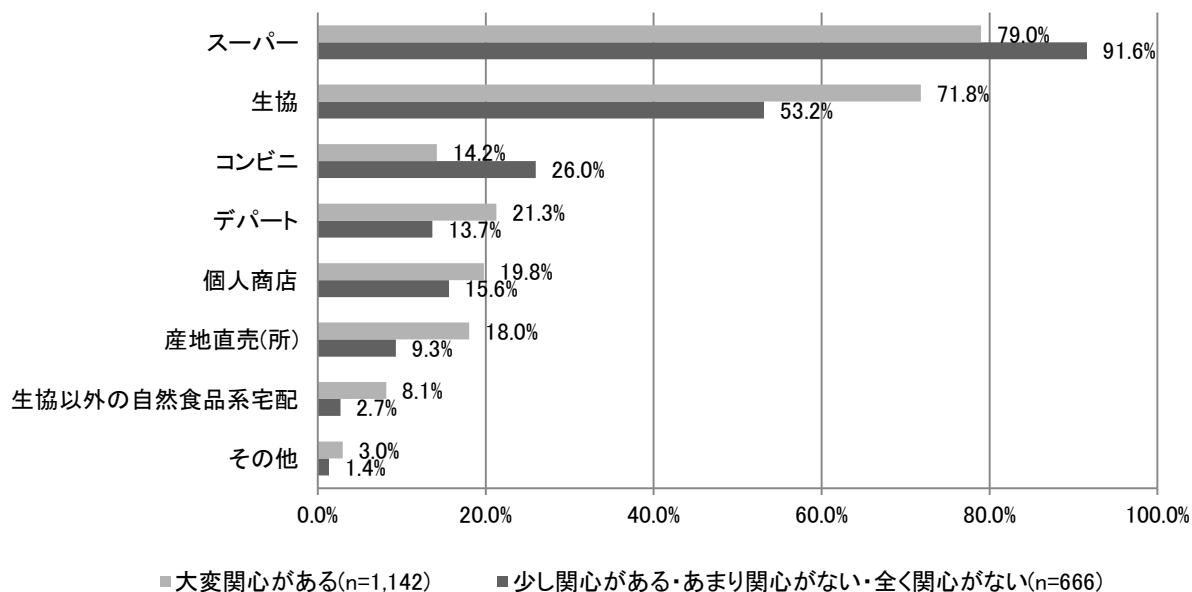
<問5-年齢別>

注) 1位・2位に下線

	回答者数	スーパー	生協	コンビニ	デパート	個人商店	産地直売(所)	生協以外の自然食品系宅配	その他
20代以下	108	<u>93.5%</u>	24.1%	<u>62.0%</u>	13.0%	12.0%	5.6%	3.7%	2.8%
30代	228	<u>91.7%</u>	<u>62.7%</u>	28.5%	10.1%	15.8%	9.6%	3.9%	3.1%
40代	361	<u>88.9%</u>	<u>70.6%</u>	18.6%	12.2%	14.7%	11.9%	6.9%	1.7%
50代	407	<u>82.1%</u>	<u>72.7%</u>	14.3%	19.9%	18.4%	13.8%	6.9%	1.5%
60代	416	<u>78.4%</u>	<u>70.2%</u>	10.3%	24.5%	18.8%	18.5%	6.0%	2.6%
70代	225	<u>77.3%</u>	<u>57.8%</u>	9.8%	22.2%	23.6%	25.3%	6.7%	3.1%
80代以上	47	<u>70.2%</u>	<u>46.8%</u>	23.4%	31.9%	36.2%	14.9%	6.4%	4.3%

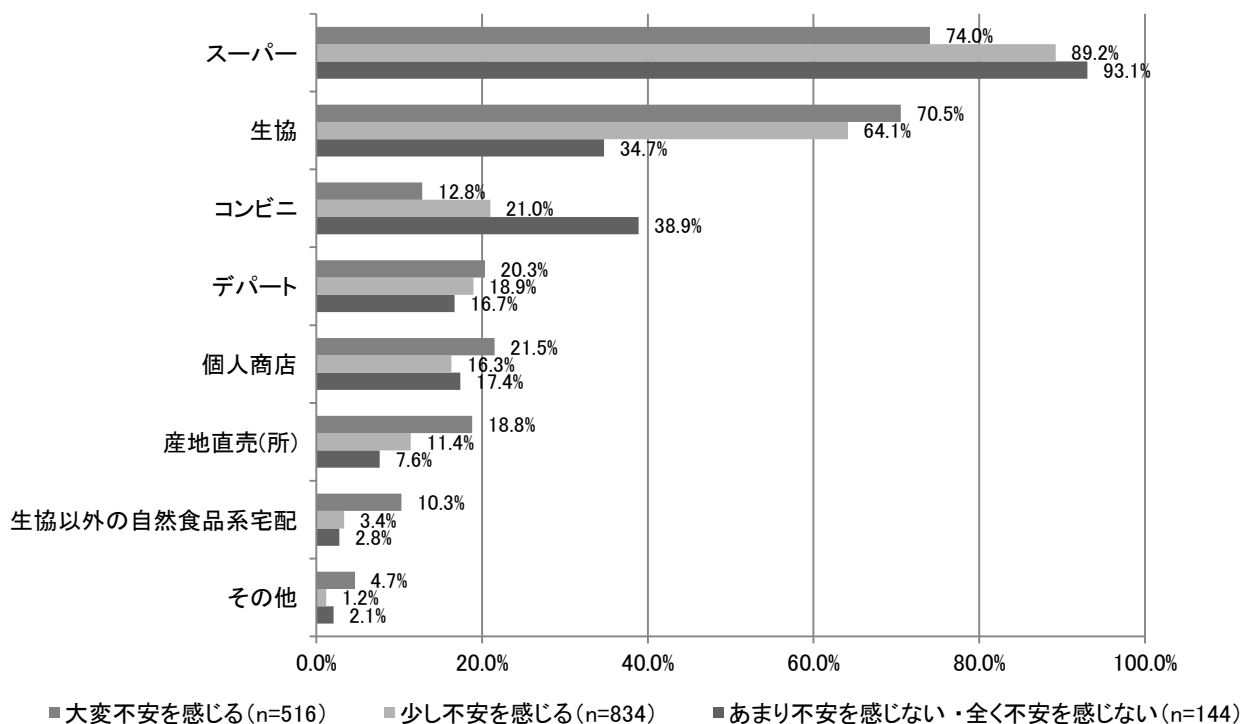
＜問5-食の安全に対する関心度別＞

注)問1の回答をもとに問5とクロス集計



＜問5-食に関する不安度別＞

注)問2の回答をもとに問5とクロス集計



※ 年齢により、購入場所に違いがみられる。20代以下ではコンビニがスーパーに次いで2位である。(その他の世代では生協が2位である。)

また、年代が上がるほどデパートでの購入が多い。

※ 「食に関して大変不安を感じる」では、スーパーと生協がほぼ同じである。

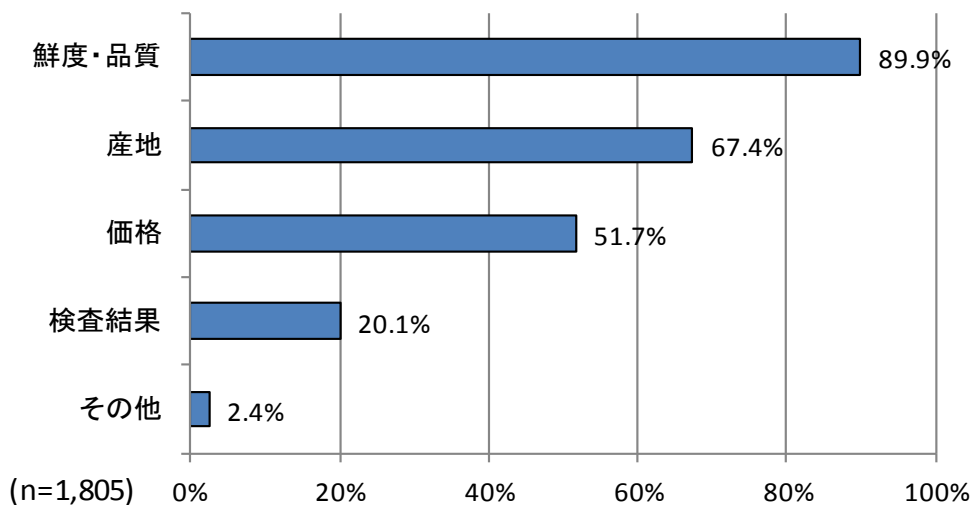
〔補足〕単身世帯では、スーパーに次いで、コンビニが2位である。

単身世帯の年齢層は20代以下：17%、30代：11%、40代：12%、50代：11%、60代：22%、70代：14%、80代以上：1% である。

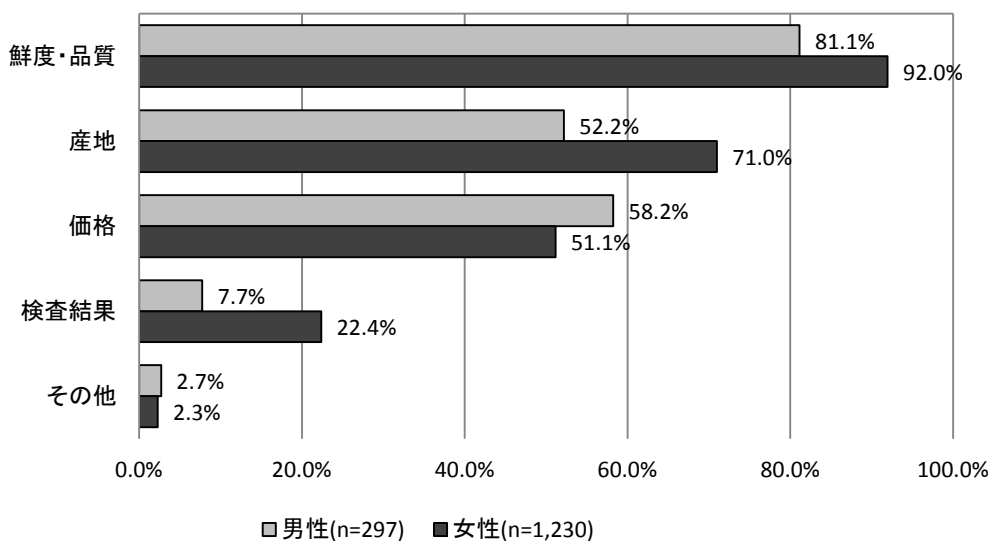
(6) 生鮮食品購入時に気をつけていること

問6 生鮮食品(野菜・果実・肉・魚介等)を購入するとき、何に気を付けますか？
 <複数回答可>

鮮度・品質が89.9%と1位、次いで産地、価格の順になっている。



<問6-男女別>

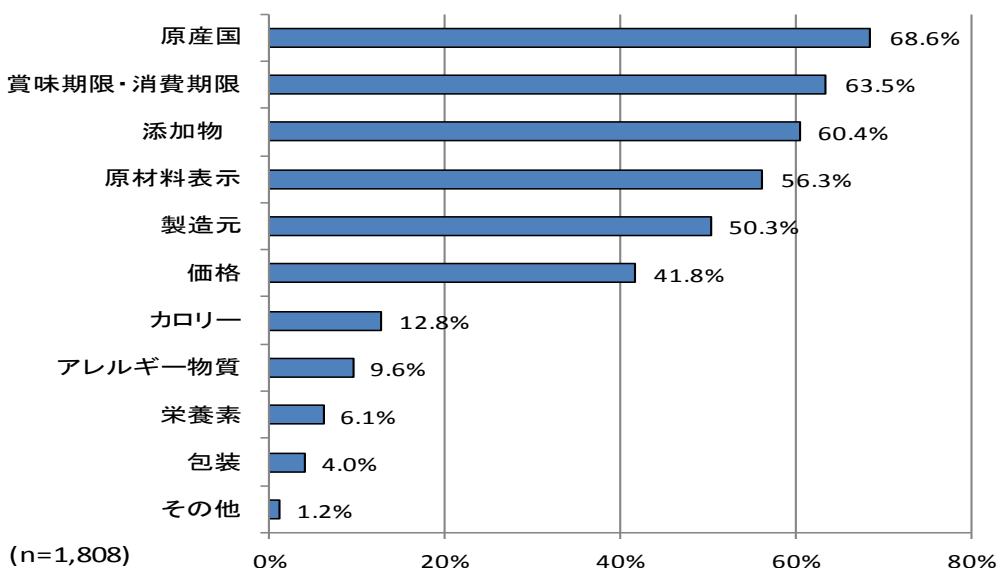


- ※ 男女別の2位は、女性が「産地」、男性は「価格」である。
- ※ 年齢別では、年齢が低いほど、「価格」を重視している。(図表省略)
- ※ 全体では「検査結果」とした割合は20%だが、「消費者団体に所属している」では29.2%である。(図表省略)
- ※ 関心度別の「大変関心がある」では、「産地」が2位、「価格」が3位であるが、「少し関心がある～まったく関心がない」では、「価格」が2位、「産地」が3位である(図表省略)。
- ※ 不安度別では、「大変不安を感じる」で「検査結果」が36.5%と他の層と比べて多く、「価格」は39.6%と他の層と比べて少ない。(図表省略)

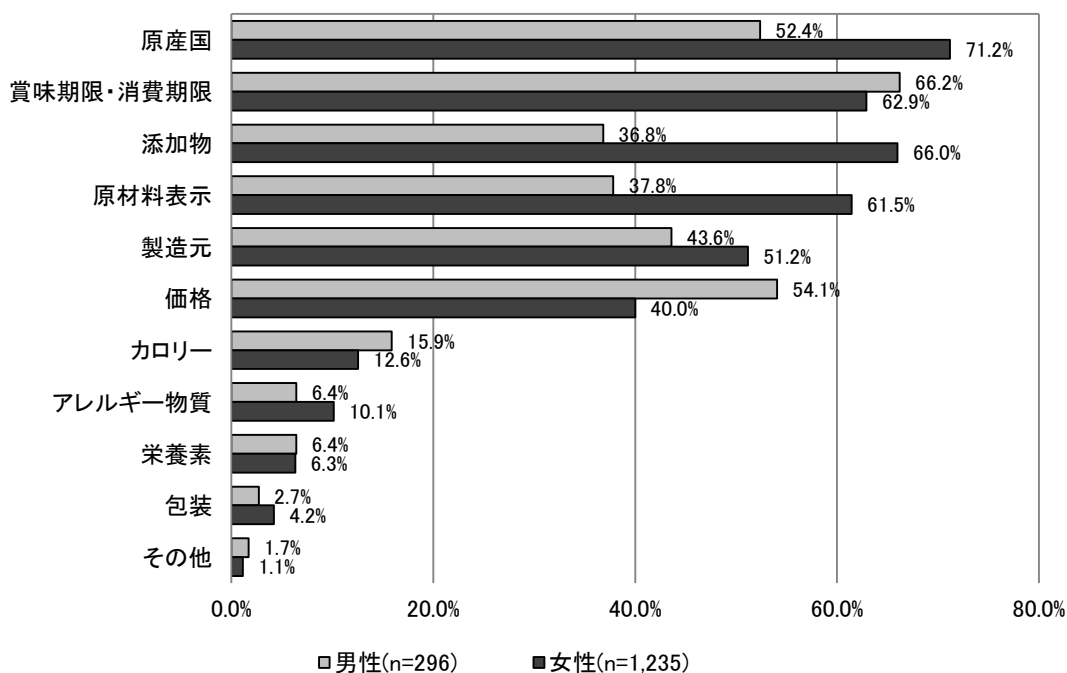
(7) 加工食品購入時に気をつけていること

問7 加工食品(生鮮食品等を原料に製造・加工した食品)を購入するとき、何に気をつけますか? <複数回答可>

原産国が1位、次いで賞味期限・消費期限、添加物、原材料表示、製造元で50%を超えている



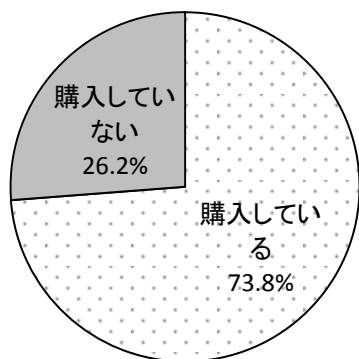
<問7-男女別>



- ※ 男女別では、女性は「原産国」が1位、「添加物」が2位である。男性は、「賞味期限・消費期限」が1位、「価格」が2位である。
- ※ 年齢別では、年齢が低くなるほど「価格」に関心を持っている。また、20代以下は、「カロリー」に関心がある人が多い。(図表省略)
- ※ 「大変関心がある」と「大変不安を感じる」では、「原産国」「添加物」「原材料表示」で顕著に割合が高く、「価格」に対する関心は低い。(図表省略)

(9) 原発事故で被災した地域の食品の購入状況 (現在※2013年4月～11月)

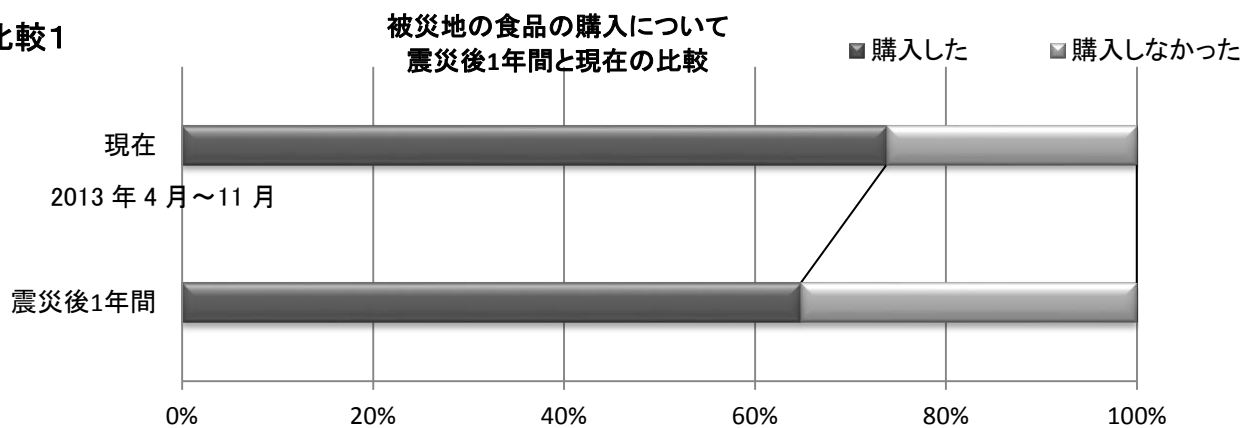
問9 現在(2013年4月～11月)、原発事故で被災した地域の食品を購入していますか？



	人数	割合
購入している	1,314	73.8%
購入していない	467	26.2%

(n=1,781)

比較1



震災後1年間に「購入していなかった」は35.2%であった。

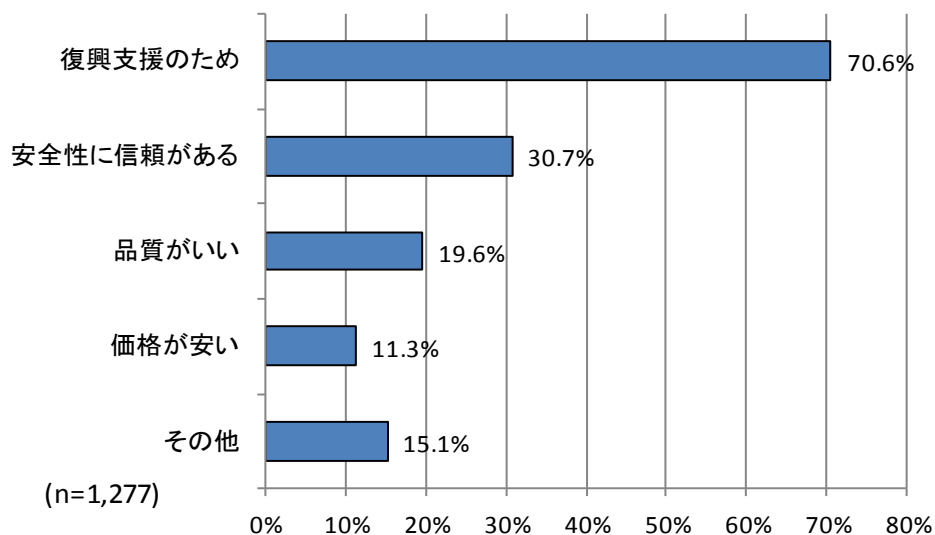
現在「購入していない」は26.2%で、震災後1年間に比べて9%減少した

(9) - 2 被災地の食品を購入する理由 【問9で「購入している」と答えた方に】

問9-2 購入の理由は？

<複数回答可>

被災地の食品を購入している人(73.8%)のうち、「復興支援のため」が70.6%、「安全性に信頼がある」は30.7%である。



(n=1,277)

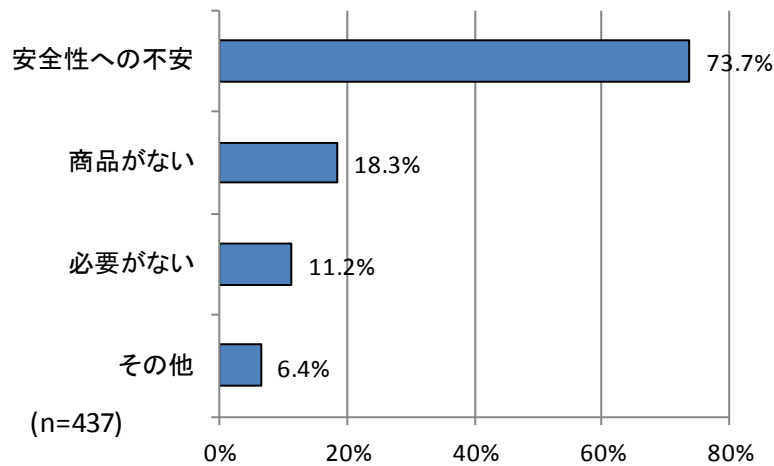
(9)－3 被災地の食品を購入していない理由

【問9で「購入していない」と答えた方に】

問9－3 購入していない理由は？

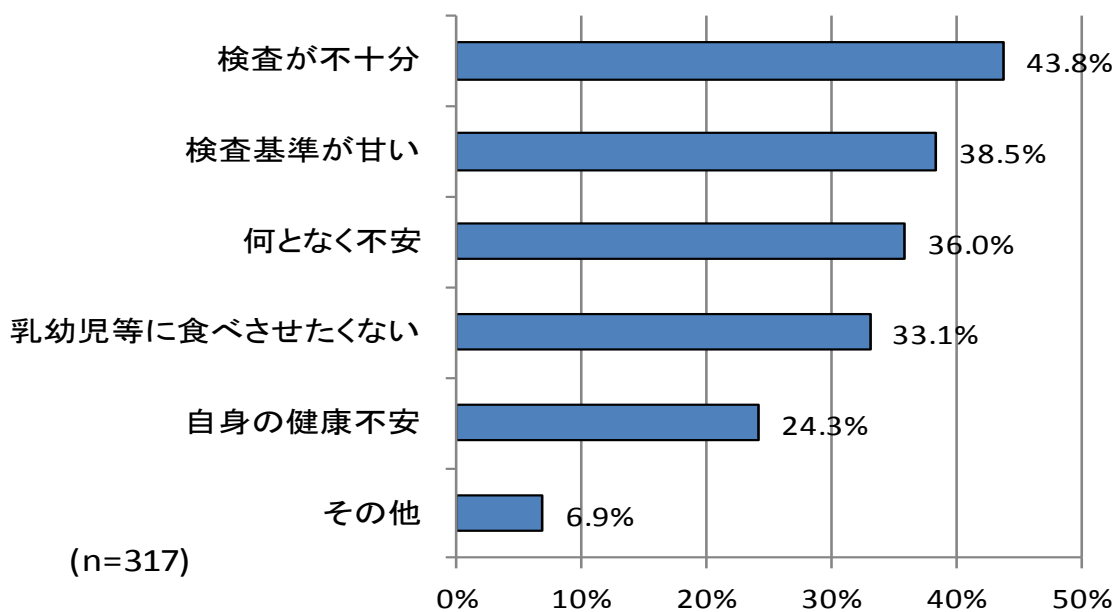
<複数回答可>

現在、被災地の食品を購入していない人（26.2%）のうち、購入していない理由は「安全性への不安」が73.7%である。震災後1年間は、購入していなかった人（35.2%）のうち、76.1%が「安全性への不安」を理由に挙げていた。



問9－4 購入に不安を感じる理由は？

<複数回答可>



※ 家族構成別の、「乳幼児・妊婦がいる」の「乳幼児に食べさせたくない」が88.9%と多い。（図表省略）

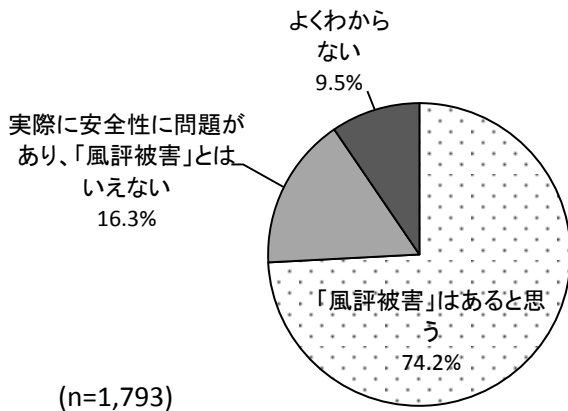
※ 「消費者団体に所属している」で、「検査が不十分」を理由に挙げた割合が55.4%と他の層と比べて多い。（図表省略）

食の安全に関する消費者意識について

(10) 「風評被害」について

問10 いわゆる「風評被害」について、どう思いますか？

「風評被害がある」と思う人は、全体の74.2%であった。

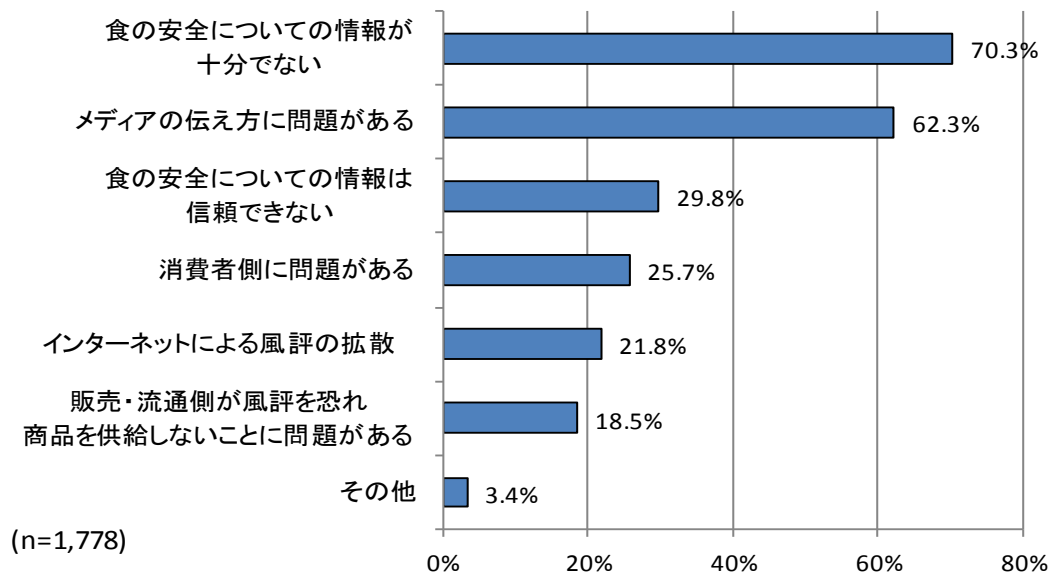


	人数	割合
「風評被害」はあると思う	1,332	74.2%
実際に安全性に問題があり、「風評被害」とはいえない	293	16.3%
よくわからない	171	9.5%

(11) 風評被害の原因

問11 「風評被害」の原因は何だと思えますか？ <複数回答可>

風評被害の原因として「食の安全についての情報が十分でない」が1位で70.3%、「メディアの伝え方に問題がある」が2位で62.3%である。



- ※ 男女別では、男性では「メディアの伝え方に問題がある」が1位である。女性の1位は「食の安全についての情報が十分でない」である。「消費者側に問題がある」は男性の方が多。(図表省略)
- ※ 年代別では、20代以下と80代で「消費者側に問題がある」が若干高くなっている。また、20代以下では、他の年代に比べて「インターネットによる風評の拡散」の割合が高い。(図表省略)

比較 2 東日本大震災で被災した地域の食品購入について

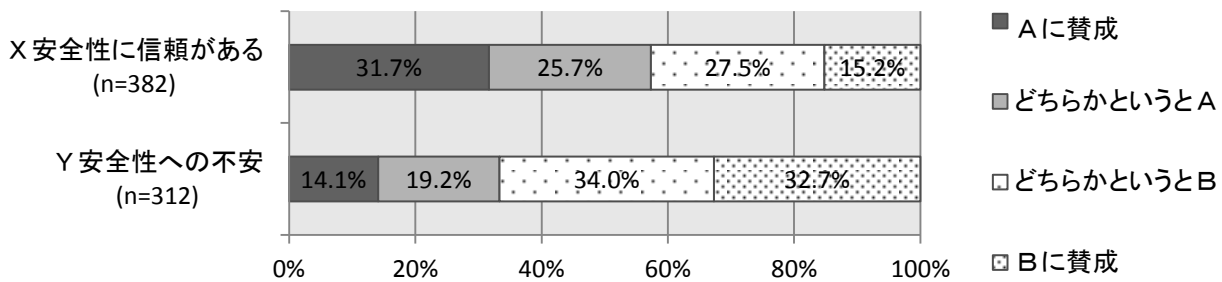
【問 9】の回答より、以下の 2 つの群について、問 3、問 4、問 11 とのクロス集計をした。

X：被災地の食品を購入していて、安全性に信頼があると回答（392人）

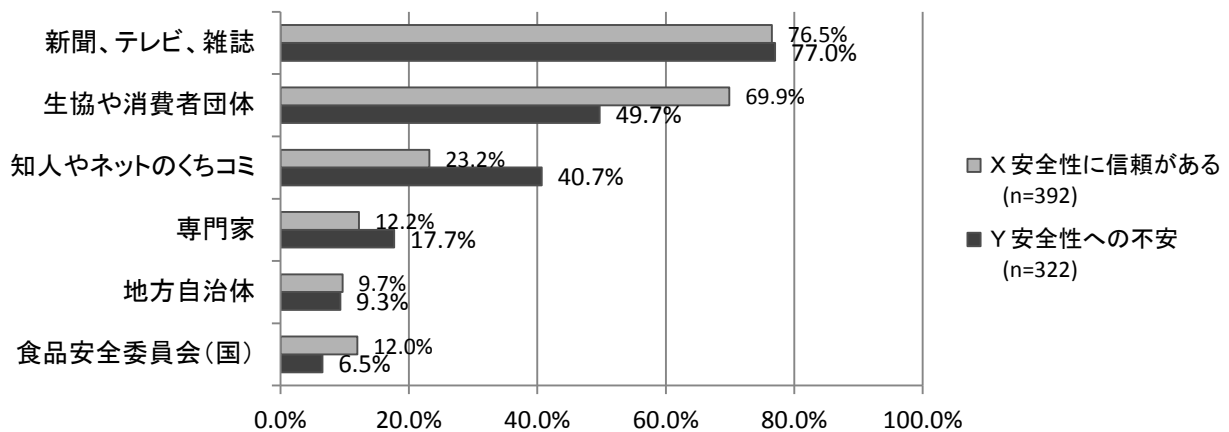
Y：被災地の食品を購入していて、安全性への不安と回答（322人）

【問 3】食の安全についての考え方とX群・Y群のクロス集計

- A. 100%安全といえる食品はないので、偏りなくいろいろなものを食べることが大切だ
 B. 食品は 100%安全が望ましいので、できる限り不安のある食品は避けるべきだ



【問 4】食の安全にかかわる情報についての回答とX群・Y群のクロス集計



【問 11】風評被害の原因についての回答とX群・Y群とのクロス集計

