

第1部：食の安全・安心と環境に関する消費者意識のインターネット調査

矢部光保(現九州大学大学院)・鈴木由紀

1. はじめに

食料政策においては、消費者の意見を考慮することが重要である。特に、近年、食の安全・安心に関わる様々な報道や問題から、消費者の食の安全性に関する不安が高まっている。また、遺伝子組換え食品に対しても、消費者の関心は高い。そこで、本報告は、そのような食の安全・安心に関する消費者の意識を全国調査する。加えて、食の安心・安全という問題は、消費者個人の健康上の問題を含みつつも、生態系や世界の食料生産に関するいわゆる環境問題にも繋がっていく。そのため、消費者の食品の安全と安心に対する意識と関連付けて、環境保全や環境倫理に関する意識もあわせて調査した。さらに、食の安全・安心を担保する1つのシステムであるトレーサビリティについても消費者の意識をもあわせて調査する。

調査の目的としては、①食の安全・安心に関わる消費者の意識と行動をアンケート調査により把握すること、②遺伝子組換えの農産物に関する消費者の受容可能性と研究・開発に当たっての留意点を明らかにすること、③トレーサビリティに関する消費者の負担可能性と管理・運営に関する示唆を得ること等である。そして、このような広範な食に関する消費者意識の把握に基づき、食の安心・安全に関する政策に資することが本報告の重要な目的である。

調査方法は、インターネットによる。この調査方法のメリットは、調査回答者が多いほど1人あたりの回収コストが低下すること、映像や音声媒体も利用可能なこと、回答者にとって郵送と比べて扱いが単純であることなどが挙げられる。また、今回の調査のテーマは、食の安全・安心や環境意識であるが、このようなテーマの場合には、インターネット利用者とそうでない人々との間に特別なバイアスはあまり存在しないと予想されたことも、インターネット調査を使用した理由である。

今回のアンケート調査は、2003年5月23日から6月15日にかけて実施した。まず、調査の協力を依頼するため、プロバイダーを通して約165万人のメールアドレスに対して電子メールを送信した。そのうち、5,281名が電子メールを開封して当研究所のホームページ上の趣意書にアクセス、これに同意してアンケートに参加した者は3,288名であった。さらに、最後までアンケートに回答し、未記入事項も少なかった有効回答者数は2,157名であった。

第1部の構成は以下の通りである。まず、2. では本報告全体の分析方法について概観する。3. ではインターネット調査の設計とデータ収集の結果について述べる。4. では単純集計の結果を示し、5. でまとめる。

2. 分析方法

インターネットアンケートで得られたデータについて、3つの方法から分析を試みる。第一に、データについて単純集計を行い、食の安全・安心に関する意識、社

会経済的属性や消費行動，トレーサビリティや国産農産物に関する考え方，遺伝子組換え農産物に関する受容可能性等について，回答者の全体像を把握する。

第二に，クロス集計を行い，消費者をグループごとに分けて，考え方や行動様式の差を明らかにする。また，食の安全・安心に関わる意識や行動様式について，それら相互の相関関係も把握する。その際，クロス表で取り上げる内容については，カイ2乗検定およびスピアマン順位相関係数の検定を行い，1%以上の有意差を示したものを中心に，本報告では検討を行う。なお，本報告は消費者一般の意識調査を基本とするが，日常的に買い物をしている人とそうでない人とは，回答内容が異なることが予想されるため，両者の違いもあわせて分析しておく。

第三に，因子分析やクラスター分析を用い，多様な指標で表された消費者の意識や行動に影響を与える潜在的な要因をいくつか取り出し，要因相互の関係を分析する。これにより，消費者の食に関する意識や行動について，より単純化して分析することが可能になり，複雑な全体像がより理解しやすくなる。

3. 調査の設計

1) 調査の概要

インターネットによる予備調査を2003年2月25日から3月4日にかけて実施した。調査協力の依頼をするため，プロバイダーを通して約115万人のメールアドレスに対して電子メールを送信した。そのうち，3,542名が電子メールを開封して当研究所のホームページ上の趣意書にアクセスし，1,548名がアンケートに参加した。この調査は予備調査で，設問数が100以上もあったためか，未記入の回答も多く見られ，それらを除いたところ，最終的に分析に使用できた回答者数は589名となった。この集計・分析結果については，危機管理プロジェクト研究資料集第1号に矢部・嘉田・大谷（2004）の論文として掲載してある⁽¹⁾。

本調査では予備調査の経験をふまえ，質問の簡略化やレイアウトを工夫した。そして2003年5月23日から6月15日にかけて，165万人に調査依頼のメールを送信し，そのうち5,281名が当研究所のホームページに掲載した趣旨書にアクセスして，2,161名から回答を得た。

調査の手順は以下の通りである。

① メール配信

調査会社である株式会社グロップに依頼し，ドリームネット株式会社の『ゴールドラッシュ』会員およびNECの『BIGLOGE カフェ』会員に対して，調査協力の依頼メールを配信した。

○『ゴールドラッシュ』会員

配信数：360,659通

調査期間：2003年5月23日～6月4日までの13日間

○『BIGLOGE カフェ』会員

配信数：1,285,829 通

調査期間：2003年6月5日～15日までの11日間

この時点では、アンケートへの協力を要請しただけであり、またメールを読まない人も多い。このメール配信は、郵送調査や電話調査と比較すると、ちょうど住民台帳や電話帳から対象者をリストアップした段階と同じである。また、メールの内容は以下の通りである。

■■■■ 農林水産省農林水産政策研究所からのアンケートのお願い。■■■■

農林水産省農林水産政策研究所では、ますます高まる食に対する消費者の意識調査を実施いたしております。このアンケートは集計後、食料・農業政策の基礎資料として役立たせて頂きます。皆様には是非ともご協力くださいますようお願い申し上げます。

★アンケートはこちらから⇒ http://www.webstat.co.jp/_nosui/enq.htm

② メール開封

調査会社の経験則により、利用者のメール既読率は一般に3%程度とされている。したがって、この数字を基にすれば開封した人はおよそ4.9万人と推計される。しかし、開封者がすべて調査に協力する訳ではなく、全文を読まない人も多い。「趣意書ページへのアクセス数」5,281人から判断すると、開封者のうち当研究所のホームページにアクセスして趣意書を読んだ人の割合は約0.1078%前後と推測される。

③ 趣意書ページへのアクセス

メール開封者の内、実際にアンケートのホームページへアクセスした人数は、アクセスログから5,281名と分かった。この段階は、郵送調査では送られてきた趣意書を調査対象者が読んだり、電話調査や訪問調査では調査員から協力依頼を受けた段階に相当するであろう。

④ 調査参加者

調査趣旨に同意して調査を開始した人数は3,288名である。

⑤ 有効回収数

調査を完了した人数は2,161名であった。うち4名がすべての設問に無記入であったた

め、総有効回答数は 2,157 名とする。以下の分析は、この 2,157 名を対象に行う。

2)回収率

回収率については、見方によって異なってくる。インターネットによるアンケート調査の場合、調査協力の依頼メールは、その大半が内容さえ読まれないで、迷惑メールとして削除されてしまう。その意味で、約 165 万の発信総数は、標本数というよりも母集団の大きさに近い特性を持つものであるから、最終的な有効回答数 2,157 に対比して、回収率を 0.13%と計算するのは性急と思われる。

そこで、少なくとも調査依頼のメールを開封したと思われる 4.9 万人を基準にとり、調査参加者数 3,288 人の割合をもって回収率と見なせば 6.7%となる。

第 1 表 アンケートの認知者数と有効回答数

	人 数	送信メールに 基づく場合	推定メール開封 に基づく場合	趣意書の認知 に基づく場合
送信総数	1,646,488通	100%	—	—
推定メール開封数	49,000名	3.0%	100%	
趣旨書へのアクセス数	5,281名	0.32%	10.8%	100%
調査参加者数	3,288名	0.20%	6.7%	62.2%
有効回答数	2,157名	0.13%	4.4%	40.1%

なお、回答者の 2 重回答を避けるために、同じメールアドレスからの回答は 1 度しか受け付けないようにしてある。また、配信から 3 日（2 日，1 日）以内に、『ゴールドラッシュ』会員の場合には 77.1%（61.9%，34.7%）の、『BIGLOGE カフェ』会員の場合には 84.2%（78.8%，57.1%）の有効回答が寄せられていることから、回答者の大半は配信から 2，3 日以内に回答していることがわかる。

4. 食の安全・安心と環境意識に関する消費者意識の集計結果

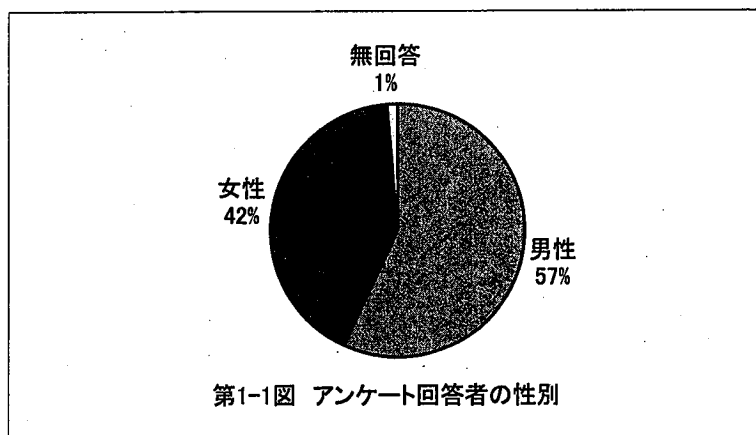
この項においては、特に断りのない限り、総数を 2,157 名として割合を計算している。また、図の中に示したパーセンテージは四捨五入であり、本文で書いた詳しい値と若干ずれているため、参考程度として参照されたい。

1)回答者の属性

アンケートの順序とは異なるが、まず、回答者属性から見ていこう。今回のアンケートでは、わずかに男性の方が多く、また年齢的には 30 代から 50 代の働き盛りの回答が多かった。また、半数強が都市部の住人であった。学歴では大卒が 4 割と一番多く、年収は 400 ～599 万円層が最も多かった。以下、回答者属性について、順次見ていこう。

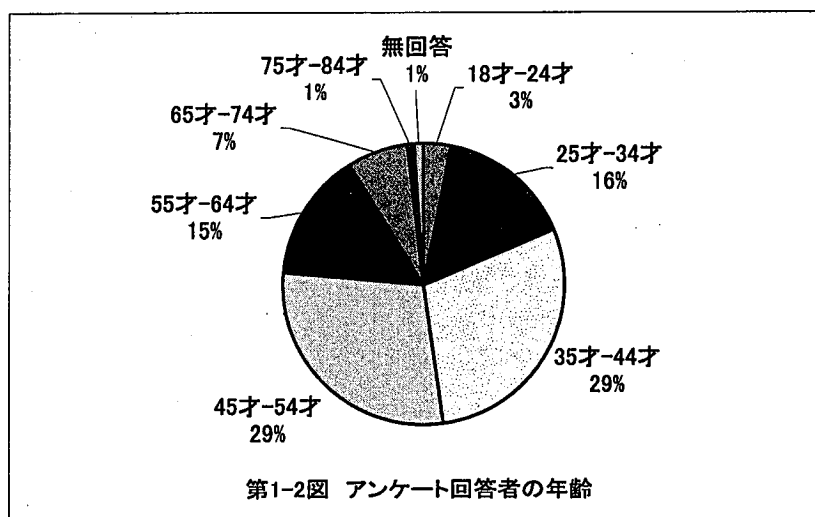
Q25 性別

男性 56.9%，女性 41.6%であった。日常的に、家族の中で、食材を購入し調理をするのは女性が多いので、マーケティング調査としてはアンケートに占める女性の割合が少ないのは問題であるかもしれない。しかしながら、本研究の目的は、食の安全・安心や環境に関する国民の意識調査であって、男女、年齢を問わず、食べ物は誰でも購入するものであるから、その意味では、この問題は許容範囲内に含まれると考える。



Q26 回答者の年齢

「35－44 才」が最も多くて 28.9%，ついで「45－54 才」(28.8%)，「25－34 才」(15.7%) となっている。インターネットの回答者だからといって若い世代に集中することなく，55 才以上でも 23%を占めている。



第2表 本アンケート調査と全人口の年齢分布の比較

年齢階層	15-24才	25-34才	35-44才	45-54才	55-64才	65-74才	75-84才
本アンケート（無回答除く）	3.0%	15.9%	29.3%	29.1%	14.8%	7.2%	0.7%
全人口	13.8%	17.5%	15.3%	16.6%	16.5%	12.8%	7.5%

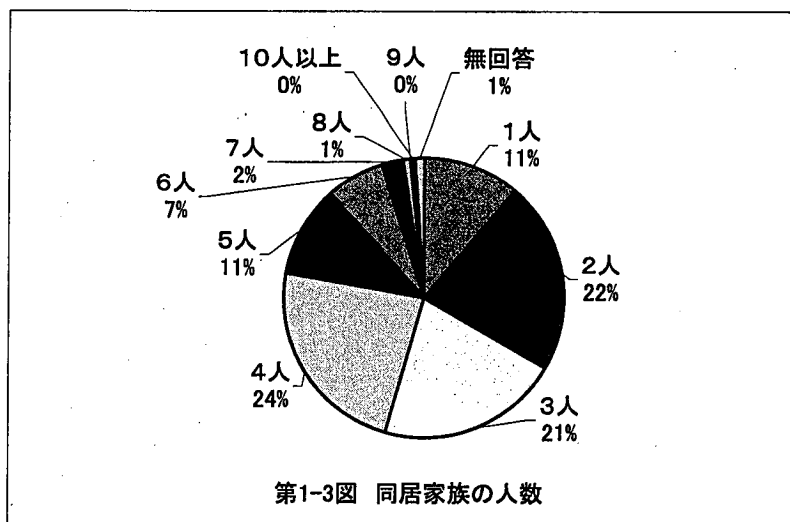
注1）全人口は、総務省統計局発表平成16年1月1日現在データ。

2）アンケートは18才以上を対象としているため、15-17才の回答はない。

3）全人口の分布は、15-84才の人口合計1億706万人を分母にして、計算した。

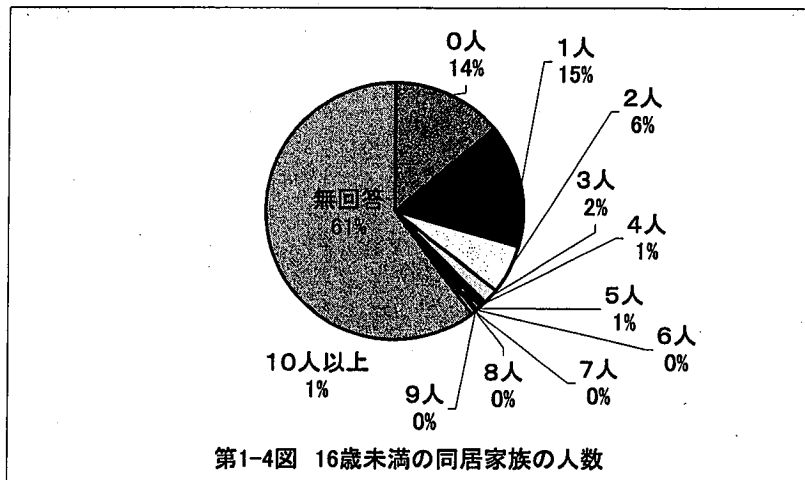
Q27 同居家族の人数

回答者を含め、家族同居人数は「4人」（23.1%）、「2人」（22.3%）、「3人」（21.1%）の順となっている。



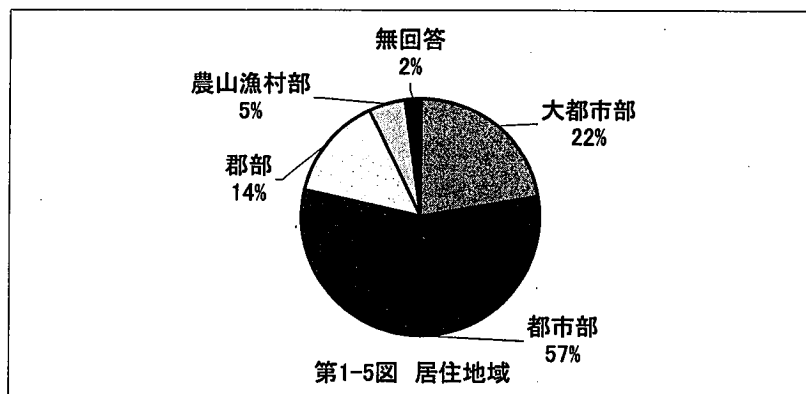
Q28 16才未満の同居家族数

「1人」（15.4%）、「2人」（6.3%）、「3人」（1.9%）の順で、以下人数が増えるにつれて回答割合が減る。なお「0人」（14.0%）であるが、「無回答」（60.3%）もあり、同居家族の人数や年齢から推測すると、未婚で親と同居する世帯や子どものない世帯、子育てが終わった世帯など幅広い層がいることが窺える。



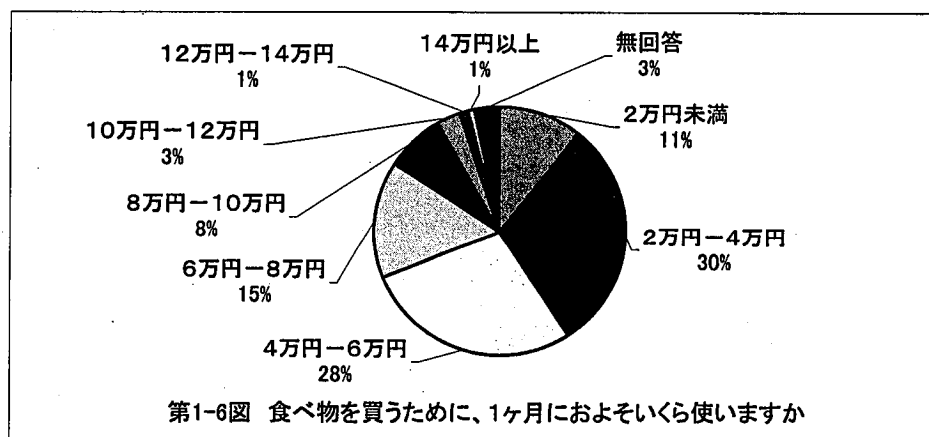
Q29 居住地域

「都市部」(56.5%), 「大都市部」(22.3%) となり, 78.8%が都市部の回答者であった。



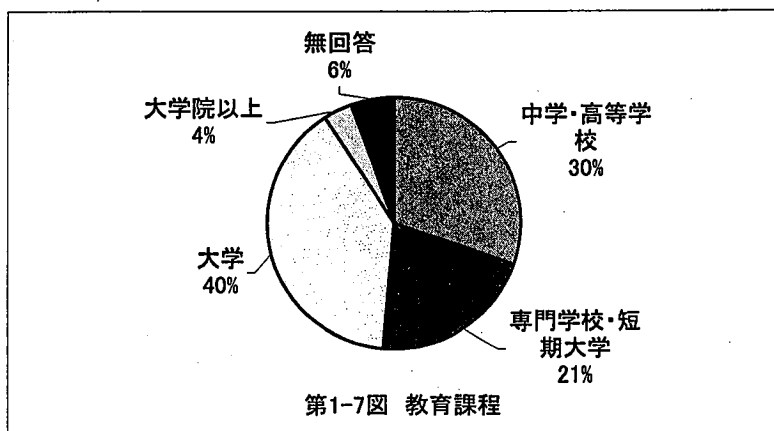
Q31 1ヶ月の食費

1ヶ月の食費については, 「2万円ー4万円」(30.1%), 「4万ー6万円」(28.2%) の順となった。



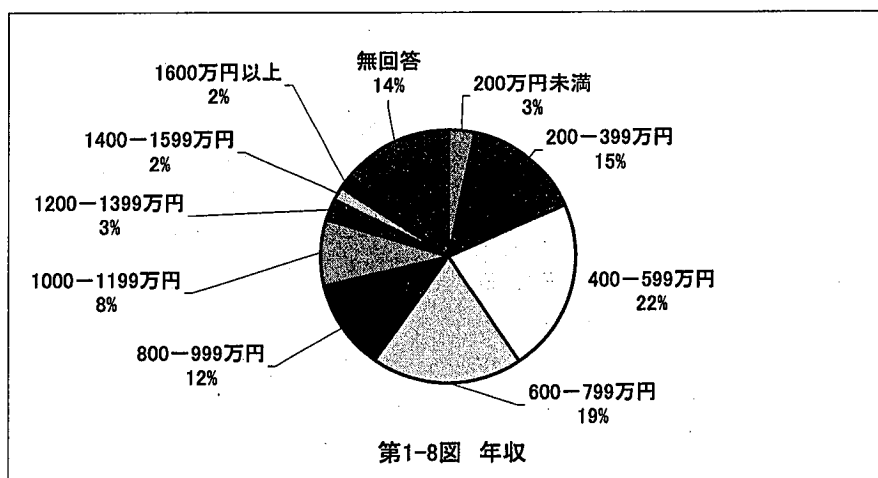
Q32 学歴

「大学」(39.4%) が最も多く、次いで「中学・高等学校」(30.3%) となった。



Q33 年収

世帯当たりの税込み年収については、「400-599 万円」(22.3%) が最も多く、次いで「600-799 万円」(19.2%) となった。



第 3 表 本アンケート調査と全国家計の所得分布の比較

所得階層	200万円未満	200～399万円	400～599万円	600～799万円	800～1,000万円	1,000万円以上
本アンケート（無回答除）	4.0%	17.3%	25.8%	22.3%	13.5%	17.1%
全国家計	2.6%	20.5%	25.8%	20.5%	13.6%	16.8%

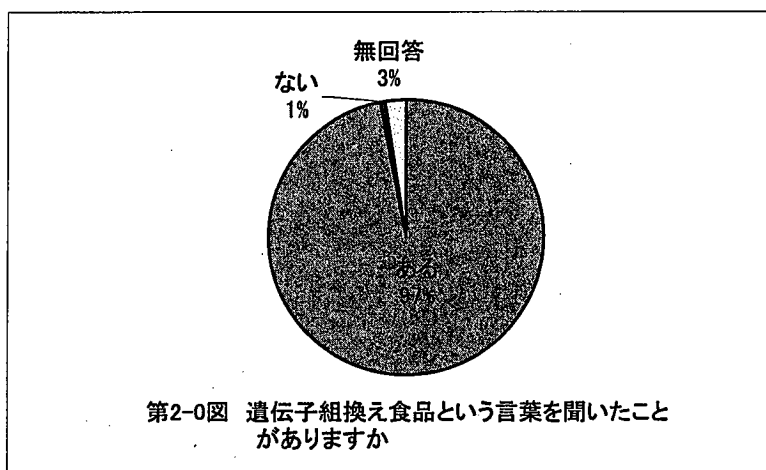
また、回答者から無記入を除いた場合の所得分布と我が国家計全体の所得分布について第3表に基づき比較すると、両分布は類似しており、その点から所得分布については、本調査のサンプルは、ある程度の代表性をもつといえるであろう⁽²⁾。

2) 消費者にとってメリットのある遺伝子組換え食品の購買可能性

遺伝子組換え食品について、大半の消費者がこの言葉を知っている。消費者にとっての遺伝子組換え食品のメリットについて考えた場合、それが低価格であった場合には、7割の消費者は否定的な反応を示している。しかしながら、無農薬では34%の、安全性がより高まった場合には59%の消費者が、遺伝子組換え食品を買ってもよいと答えている。以下では、遺伝子組換え食品が消費者にメリットをもたらす場合、消費者はどのように考えるかについて、集計結果を見ていく。

Q1 遺伝子組換え食品の認知

96.9%の回答者は、遺伝子組換え食品という言葉を知ったことがあり、遺伝子組換え食品という言葉の認知度はかなり高いといえよう。

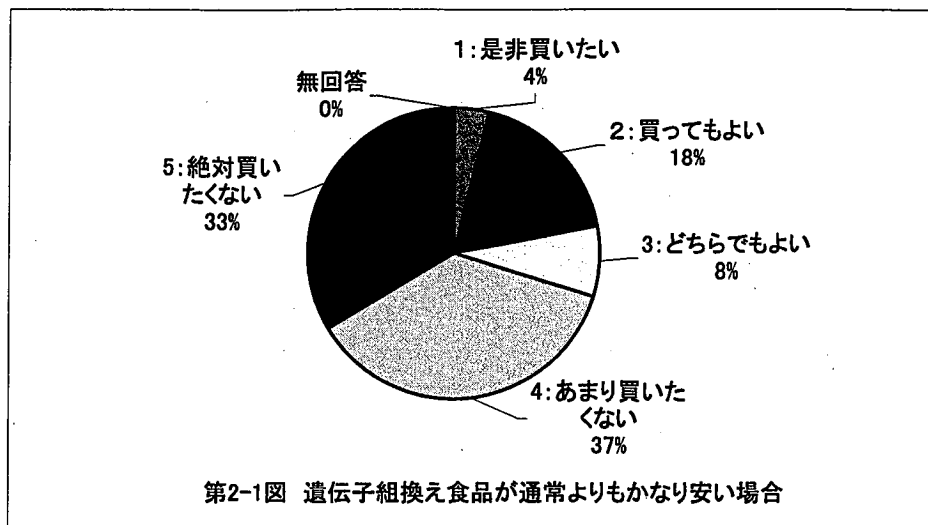


Q2 消費者にメリットがある遺伝子組換え食品に対する受容可能性

仮に消費者にとってメリットのある遺伝子組換え食品が市場に供給された場合、果たして消費者はこれを受け入れるであろうか。以下の6つの質問は、この観点から消費者の遺伝子組換え食品の受容性を尋ねるものである。

Q2-1 遺伝子組換え食品がかなり安い場合

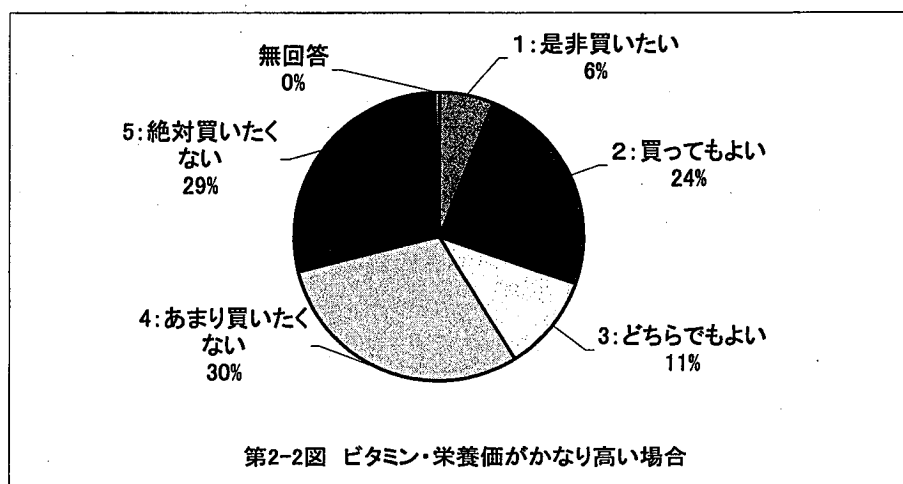
通常の食品（遺伝子を組換えていない食品）よりも、遺伝子組換え食品がかなり安い場合、遺伝子組換え食品を、「是非買いたい」（3.8%）、「買ってもよい」（18.0%）と、買うことに肯定的な回答者は21.8%であった。これに対し、「絶対買いたくない」（33.3%）、「あまり買いたくない」（36.6%）とした回答者の割合は69.9%であり、肯定的な回答者の3倍以上の回答者が否定的な反応を示している。



Q2-2 ビタミン・栄養価がかなり高い場合

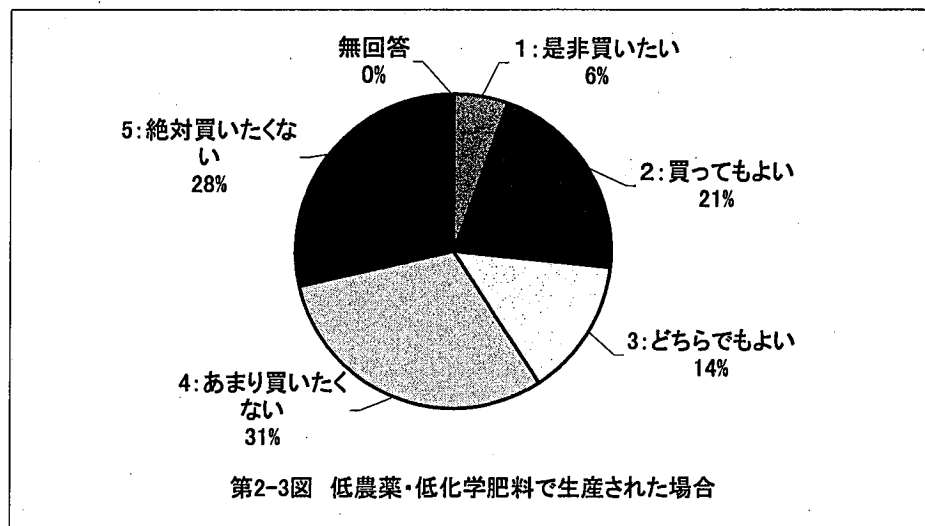
通常の食品と同じ価格で、遺伝子組換え食品のビタミン・栄養価がかなり高い場合には、遺伝子組換え食品を、「是非買いたい」(5.6%)、「買ってもよい」(24.2%)と買うことに肯定的な回答者は 30.3%であるのに対し、「絶対買いたくない」(28.5%)、「あまり買いたくない」(30.0%)と買うことに否定的な回答者の割合は 58.5%と、肯定的な回答者の約 2 倍の回答者が否定的反応を示している。

しかしながら、遺伝子組換え食品のメリットが低価格であった場合と比較して、ビタミン・栄養価であった場合には、これを受け入れる人の割合が約 1.5 倍に増加したことは、遺伝子組換え食品開発の方向性を示すものであろう。



Q2-3 低農薬・低化学肥料で生産された場合

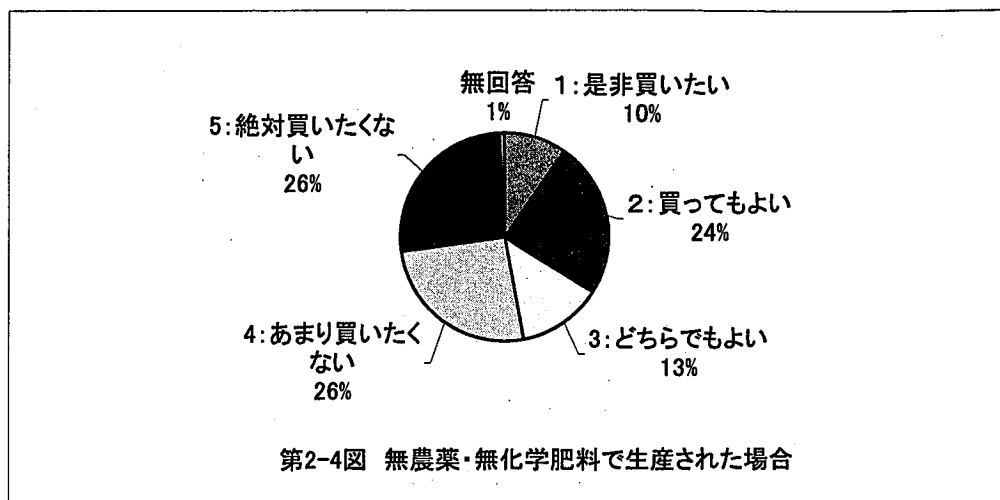
通常の食品と同じ価格で、低農薬・低化学肥料で生産された場合には、遺伝子組換え食品を、「是非買いたい」(5.6%)、「買ってもよい」(21.0%)と買うことに肯定的な回答者は26.6%であるのに対し、「絶対買いたくない」(28.2%)、「あまり買いたくない」(30.6%)、と買うことに否定的な回答者の割合は58.8%と、肯定的な回答者の約2倍の回答者が否定的反応を示している。



Q2-4 無農薬・無化学肥料で生産された場合

通常の食品と同じ価格で、無農薬・無化学肥料で生産された場合には、遺伝子組換え食品を、「是非買いたい」(9.6%)、「買ってもよい」(24.3%)と買うことに肯定的な回答者が33.9%であるのに対し、「絶対買いたくない」(26.4%)、「あまり買いたくない」(26.0%)と買うことに否定的な回答者の割合は52.4%となった。

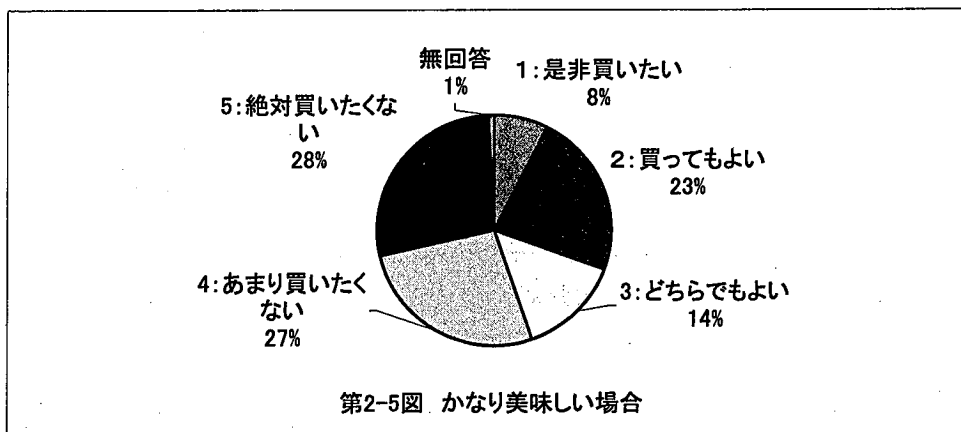
Q2-3の低農薬・低化学肥料に比較して無農薬の場合、肯定的反応を示した割合は26.6%から33.9%に増加し、否定的反応を示した割合は58.8%から52.4%へと減少している。このことから、遺伝子組換え食品が消費者にとって明確なメリットを持つ場合には、1/3程度の人、それを受け入れる可能性があることを示すとともに、それでも半数以上の人は否定的反応を示していることがわかる。



Q2-5 かなり美味しい場合

通常の食品と同じ価格で、かなり美味しい場合には、遺伝子組換え食品を、「是非買いたい」(7.6%)、「買ってもよい」(23.0%)と買うことに肯定的な回答者 30.6%であるのに対し、「絶対買いたくない」(27.9%)、「あまり買いたくない」(26.8%)と買うことに否定的な回答者の割合は 54.7%となった。

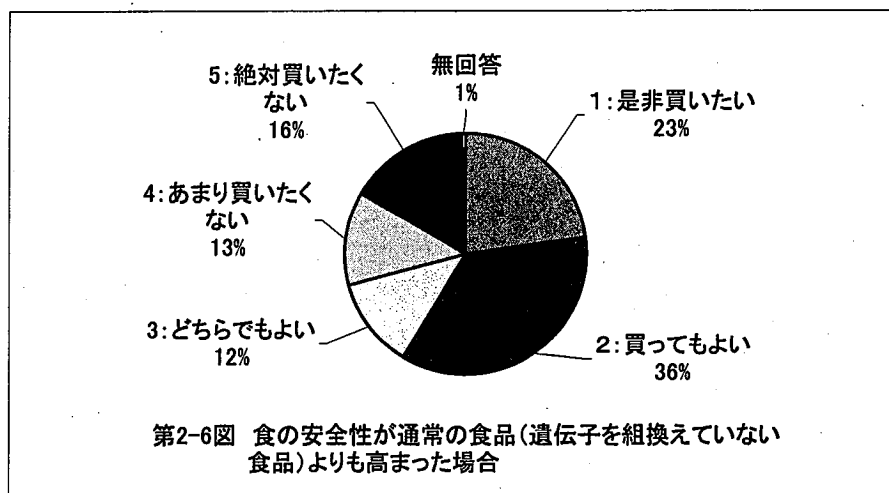
この傾向は、遺伝子組換え食品に対して、無農薬の場合よりは否定的だが、低農薬・低化学肥料よりは肯定的であった。



Q2-6 食の安全性が通常の食品よりも高まった場合

通常の食品と同じ価格で、食の安全性が通常の食品（遺伝子を組み換えていない食品）よりも高まった場合には、遺伝子組換え食品を、「是非買いたい」(22.7%)、「買ってもよい」(35.9%)と買うことに肯定的な回答者は 58.6%まで増加した。他方、「絶対買いたくない」(16.2%)、「あまり買いたくない」(12.6%)と買うことに否定的な回答者の割合は 28.8%まで減少し、初めて、肯定的回答の割合が否定的回答の割合を上回った。

通常の食品にも、天然毒、食中毒、カビの繁殖による発がん性物資、不注意あるいは人為的ミスによる残留農薬等、様々な危険性がある。これらの危険性と比較して、遺伝子組換え食品のもつ安全性がきちんと消費者に伝われば、あるいは、通常の食品の問題を解決した遺伝子組換え食品が開発・提供され、消費者にその安全性や有用性の証明が納得されれば、遺伝子組換え食品は消費者に受け入れられる可能性が高いことがわかる。



3) 生鮮野菜に対する日常の購買行動

食品のなかでも、加工度が低く、直接口に入れることの多い生鮮野菜を対象に、食の安全・安心に関わる意識や購買行動について質問した。生鮮野菜の場合、回答者は何より鮮度を、次いで安全性、そして価格を重視する。本アンケートの場合、減農薬野菜や有機野菜、あるいは生産者名や生産方法を確認できる生鮮野菜を4割以上の回答者が日常的に購入している反面、表示については4割近くの回答者が不信感を抱いていた。

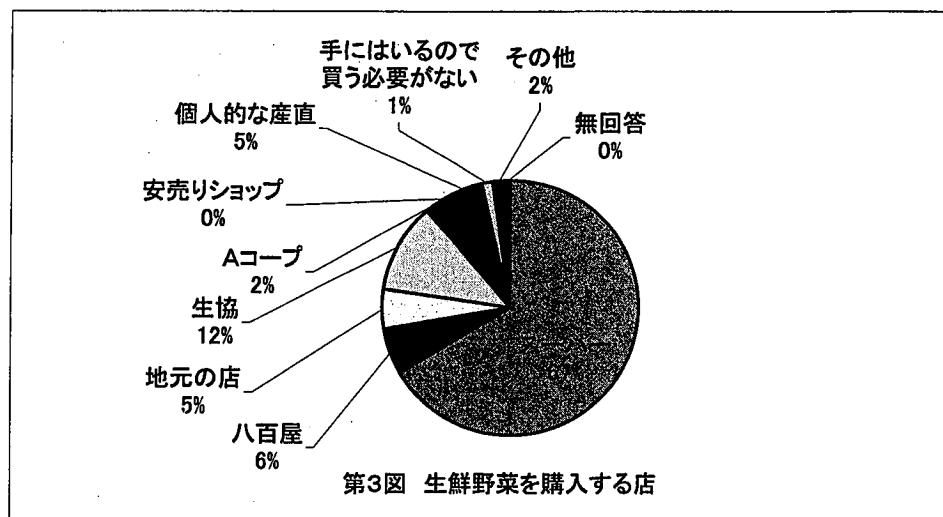
また、遺伝子組換え野菜の購入可能性について、「価格や品質、安全性などの条件が満足できれば、買ってもよい」と答えたのは55.0%であり、「価格や品質、安全性などの条件がどんなに良くても、絶対に買いたくない」と答えたのは37.2%であった。詳細は、以下の通りである。

Q3 生鮮野菜を買う店

「生鮮野菜を買うとき、主にどのようなお店から買いますか」という質問に対して、スーパーが66.4%、生協が11.5%、八百屋が5.7%で、2/3の回答者がスーパーから買っていた。

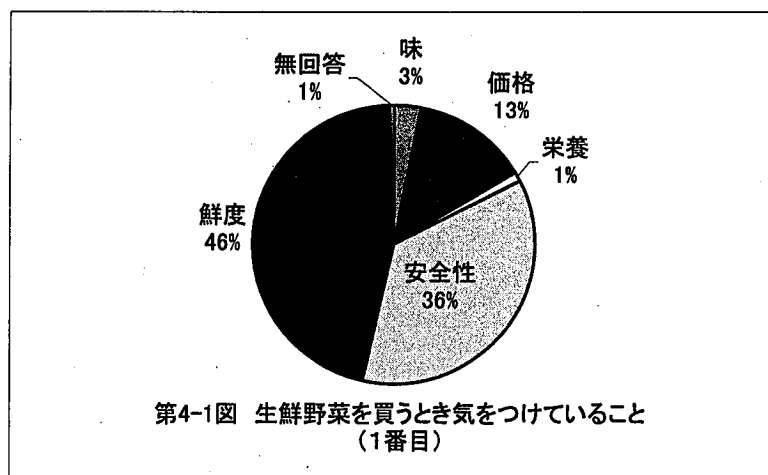
なお、回答者を、生鮮野菜の購入頻度が高いと考えられる「女性と独居男性」と、購入頻度が低いと考えられる「同居者のいる男性」の2グループに分け、この質問の回答をカイ2乗検定で比較した。その結果、両者は1%水準で有意な差があり、特に、「同居者のいる男性」はスーパーでの購入頻度がより高かった。また、消費者

については、利用する店と食の安全意識との間に関係が見られるので、これらの点については、第2部のクロス集計や第3部のクラスター分析のところで詳細に検討する。



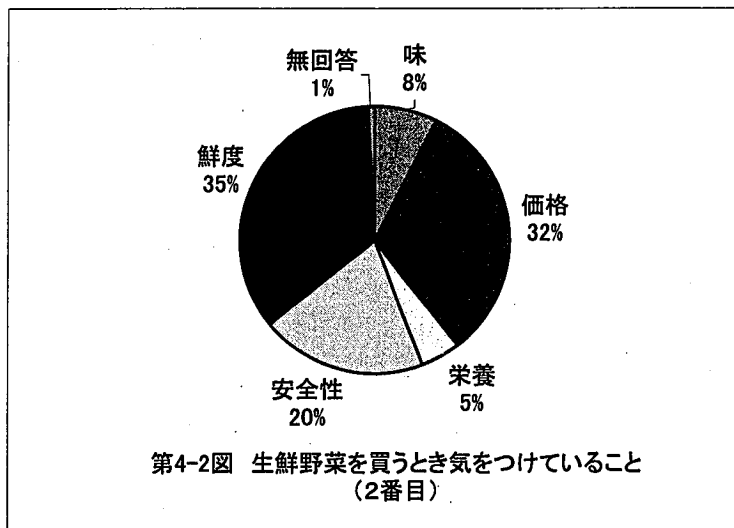
Q4-1 生鮮野菜を買うとき、1番目に気をつけること

生鮮野菜を買うとき、1番目に気をつけていることは、「鮮度」が46.0%で、「安全性」は36.0%であり、「価格」は13.3%と3番目であった。



Q4-2 生鮮野菜を買うとき、2 番目に気をつけていること

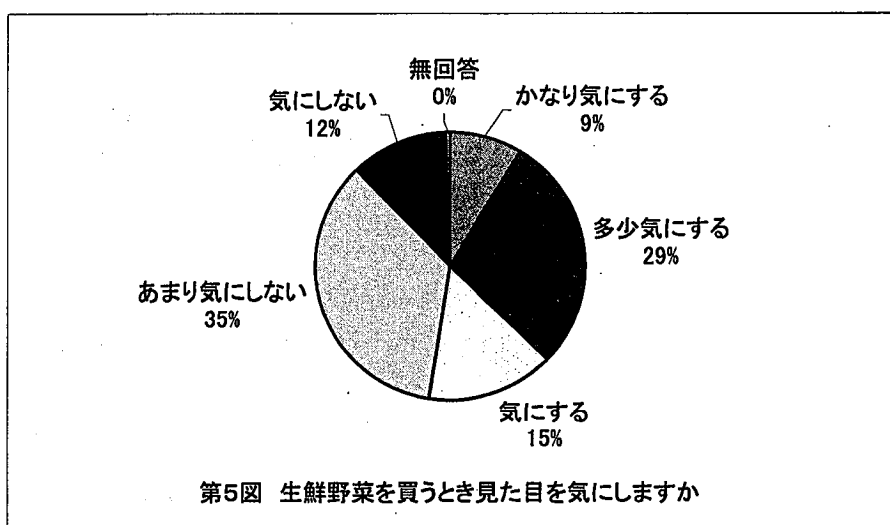
生鮮野菜を買うとき、2 番目に気をつけていることは、「鮮度」が 34.8%，次いで「価格」が 32.0%となり、そして 3 番目が「安全性」20.0%であった。



Q5 見た目

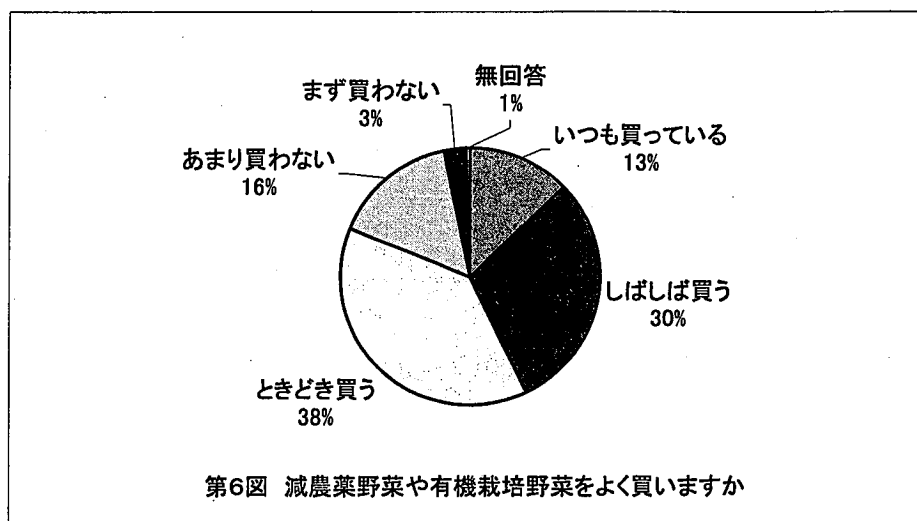
「生鮮野菜を買うとき、見た目を気にしますか」という質問に対して、「かなり気にする」が 8.7%，「多少気にする」が 28.5%，「気にする」が 15.3%であるのに対し、「気にしない」は 11.7%，「あまり気にしない」は 35.4%であった。

ただし、生鮮野菜の場合には、鮮度が重要な要素であり、見かけで判断することが多いために、形の不揃いなどについては見た目を「気にしない」人も、鮮度の視点からは見た目をチェックしている可能性はあるだろう。



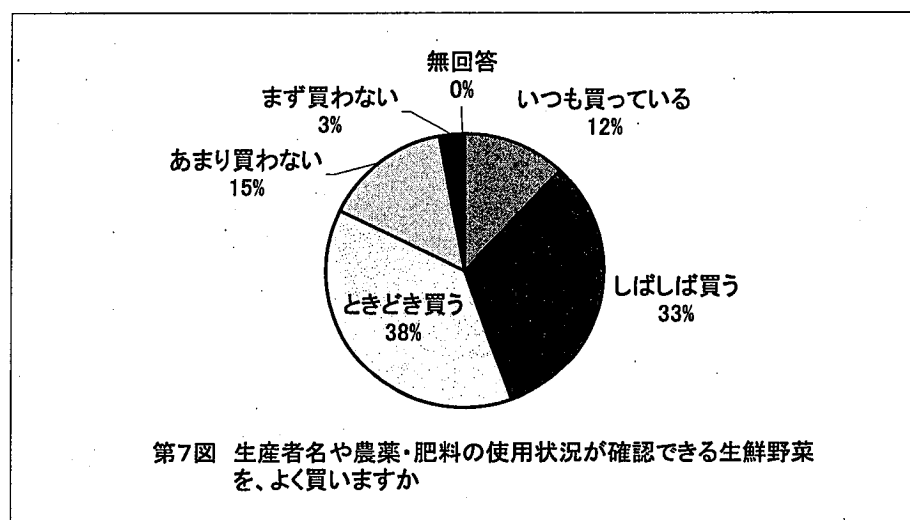
Q6 減農薬野菜や有機栽培野菜の購入

「減農薬野菜や有機栽培野菜をよく買いますか」という質問に対し、「いつも買っている」12.7%、「しばしば買う」30.1%、「ときどき買う」38.2%であった。特に、前2者をあわせると4割以上の回答者は、日常的に減農薬野菜や有機栽培野菜を購入しており、食の安全性に関心の高い消費者が、このアンケートの回答者に多いことが分かる。



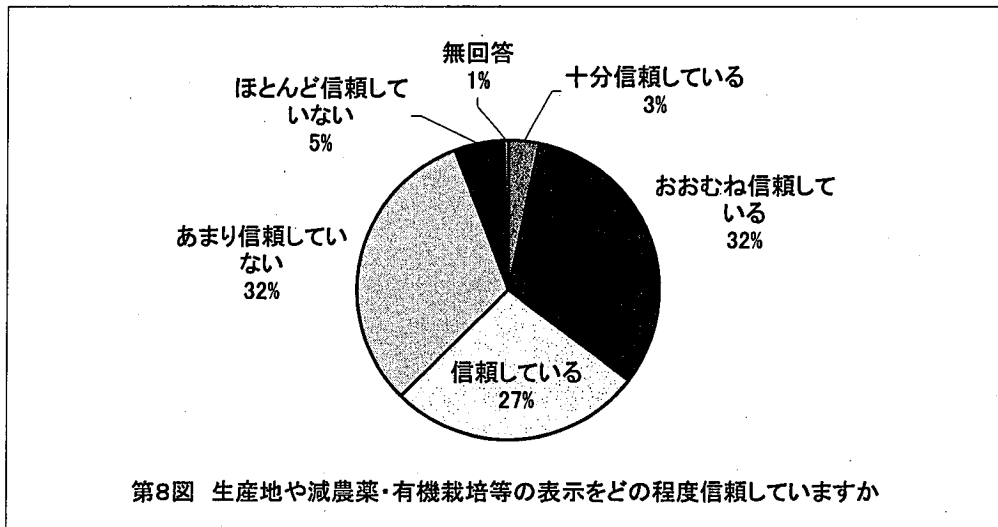
Q7 生産者名や農薬・肥料の使用状況が確認できる生鮮野菜の購入

「生産者名や農薬・肥料の使用状況が確認できる生鮮野菜をよく買いますか」という質問に対して、「いつも買っている」が11.8%、「しばしば買う」が32.6%、「ときどき買う」が37.9%であった。この質問でも、Q6の減農薬・有機野菜の購入とほぼ同様の傾向が見られ、4割以上の回答者は、日常的に生産者名や農薬・肥料の使用状況が確認できる生鮮野菜を購入していることがわかる。



Q8 生産地や減農薬・有機栽培等の表示への信頼

「生産地や減農薬・有機栽培等の表示をどの程度信頼していますか」という質問に対し、「おおむね信頼している」が 31.9%であり、「あまり信頼していない」が 31.5%でほぼ同じ割合となった。「十分信頼している」「おおむね信頼している」「信頼している」を合わせて 62.6%の人が信頼していると答えた反面、「ほとんど信頼していない」「あまり信頼していない」を合わせた割合も 36.7%であった。したがって、表示の信頼性について疑問を持ちながらも購入している回答者が少なからずいることがわかる。

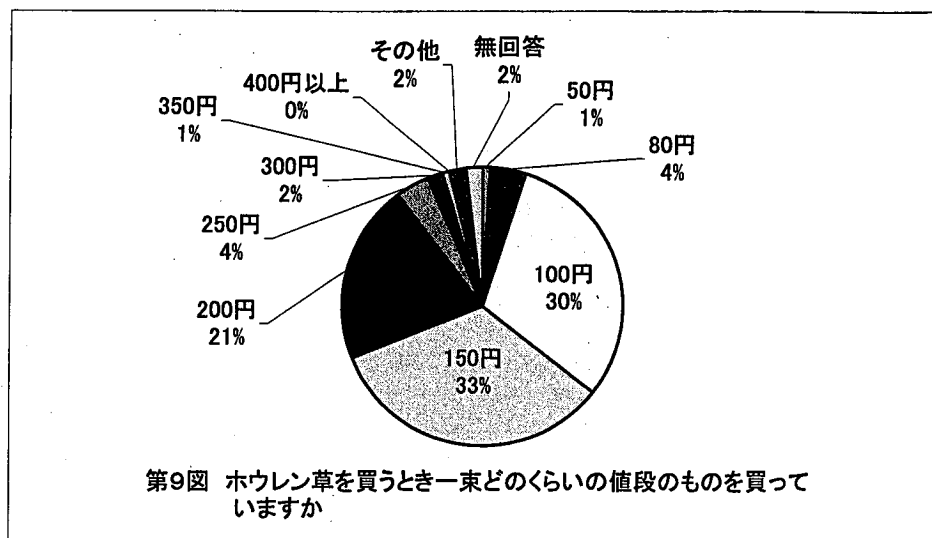


Q9 生鮮野菜の購入価格

生鮮野菜の購入価格は、時期や品物、数量によって異なるが、ここではハウレン草一束の値段に代表させて、どのくらいの値段の野菜を回答者が買っているかを調べた。

最も多かったのが一束 150 円で 33.4%、次いで 100 円の 30.4%であった。他方、平均的な値段よりもやや高めの一束 200 円の割合は 20.8%であり、250 円以上の割合は 8.4%であった。仮に、「その他」と無回答者を除き、かつ 400 円以上と答えた人の金額を 400 円と仮定した場合の平均値は一束 150 円となるが、全国平均の 140.0 円と近い値となっている⁽³⁾。

したがって、平均すれば、回答者は通常の値段の野菜を購入していると推測される。このことは、回答者の所得分布が、全世帯の所得分布の形状と類似していることと同様に、回答者の経済力の分布は、およそ代表性があると考えてよいであろう。

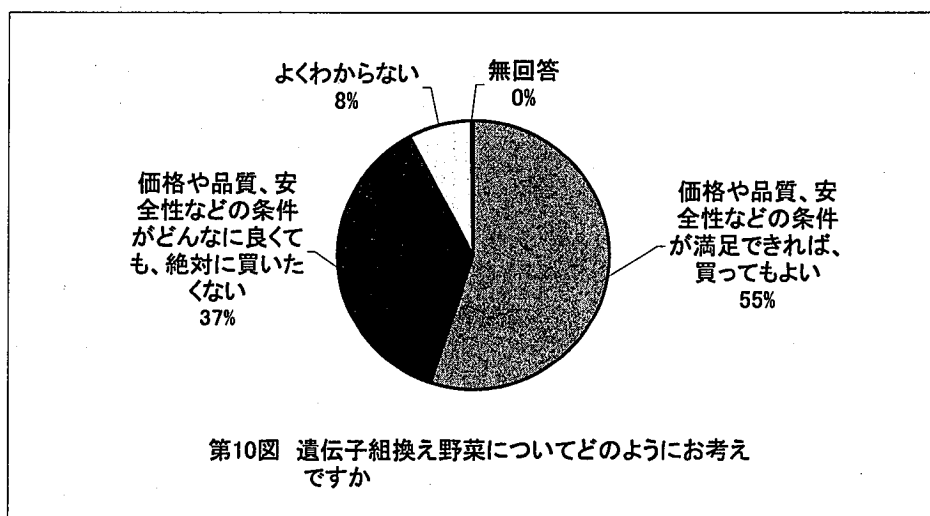


Q10 遺伝子組換え野菜の購入可能性

遺伝子組換え野菜の購入可能性の質問について、「価格や品質、安全性などの条件が満足できれば、買ってもよい」と回答した割合は 55.0%であり、「価格や品質、安全性などの条件がどんなに良くても、絶対に買いたくない」と回答した割合は 37.2%であった。

他方、Q2-6 では、遺伝子組換え食品の安全性がより高まった場合、58.6%の人が買ってもよく、他方「絶対に買いたくない」「あまり買いたくない」を合わせた否定的反応の割合は 28.8%であった。このように、Q10 の方が Q2-6 より否定的回答が多かった。

その理由として、加工せずに直接食べる生鮮野菜の場合には、否定的反応がより強く現れた結果でないかと推測される。しかしながら、条件さえ満足できれば、過半数を超える回答者から遺伝子組換え野菜でも、受け入れられる可能性を示した点は興味深い結果といえよう。

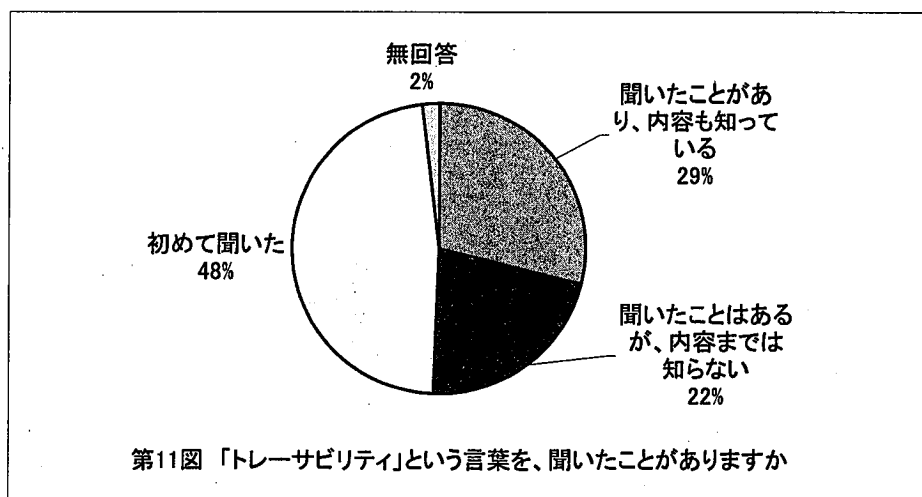


4)トレーサビリティの評価

ここでは、トレーサビリティについて、消費者はどのように考えているのか明らかにしていく。2003年6月時点では、トレーサビリティという言葉を知らなかった回答者は48%いた。そこで、トレーサビリティの内容について説明した後、誰がその費用を負担すべきか、また、生鮮野菜、米、食肉および魚貝類の4種類に食品を分けて、トレーサビリティの価値について質問した。

Q11「トレーサビリティ」についての認知度

「トレーサビリティという言葉を知っていますか」という質問に対して、「初めて聞いた」が47.6%、「聞いたことがあり、内容も知っている」が29.0%、「聞いたことはあるが、内容までは知らない」が21.9%であった。このことから、トレーサビリティの認知度は低いようである。



■■■■ トレーサビリティについての説明 ■■■■

次の Q12 以降の質問にあたって、まず、「トレーサビリティ」について説明した。説明の文章は、次の通りである。

「トレーサビリティ」とは、食品について生産・流通の状況を、店舗から遡って生産者まで追跡できることを言います。現在、そのための仕組みがどの程度まで導入できるかについて、国や農業者団体、一部のスーパーなどで検討が進められています。

この仕組みが導入されると、商品に付けられた参照番号等を検索すれば、消費者は、食品の生産流通履歴を店舗や自宅から確認することができるようになります。つまり、食品に遺伝子組換え技術が使用されているか否か、生産者や生産地、肥料・農薬・添加物の種類や使用量、残留農薬や BSE（牛海綿状脳症）等の検査内容、家畜や養殖魚等に与えられた餌の情報、流通経路や保冷・運搬状況などについて、簡単に知ることができます。

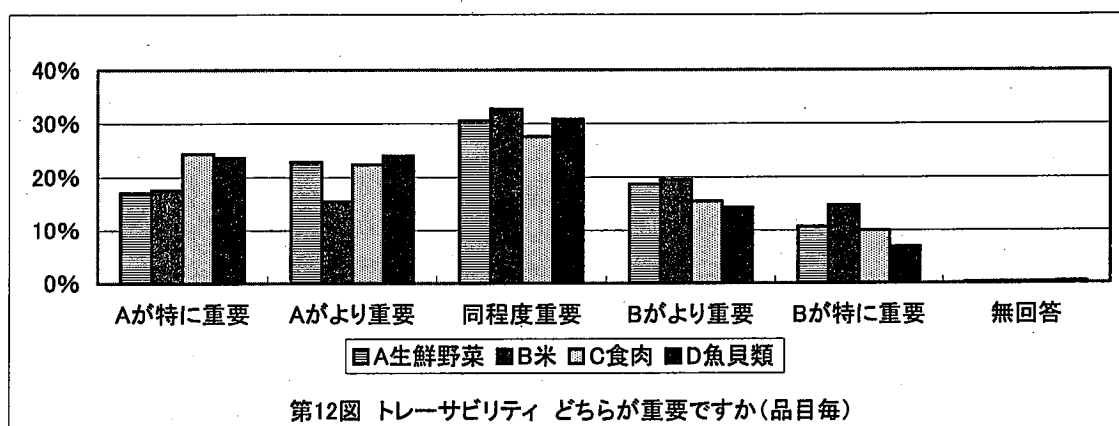
トレーサビリティに関する意識や重要視されるポイントは、食品の貯蔵性や生産・流通・販売形態等の差異により、異なると予想される。そこで、本調査では、食品を生鮮野菜、米、食肉、魚貝類の4種類に分け、それぞれにトレーサビリティに関する質問票（Q12 から Q19 まで）を作成した。付録に示すように質問票は、生産野菜をバージョンA、米をバージョンB、食肉をバージョンC、魚貝類をバージョンDとした。以下では、その集計結果を示す。

Q12 から Q19 において、トレーサビリティの意義と国産品の価値について、生鮮野菜、米、食肉、魚貝類を比較した。

Q12 トレーサビリティ A,B どちらの目的がより重要ですか

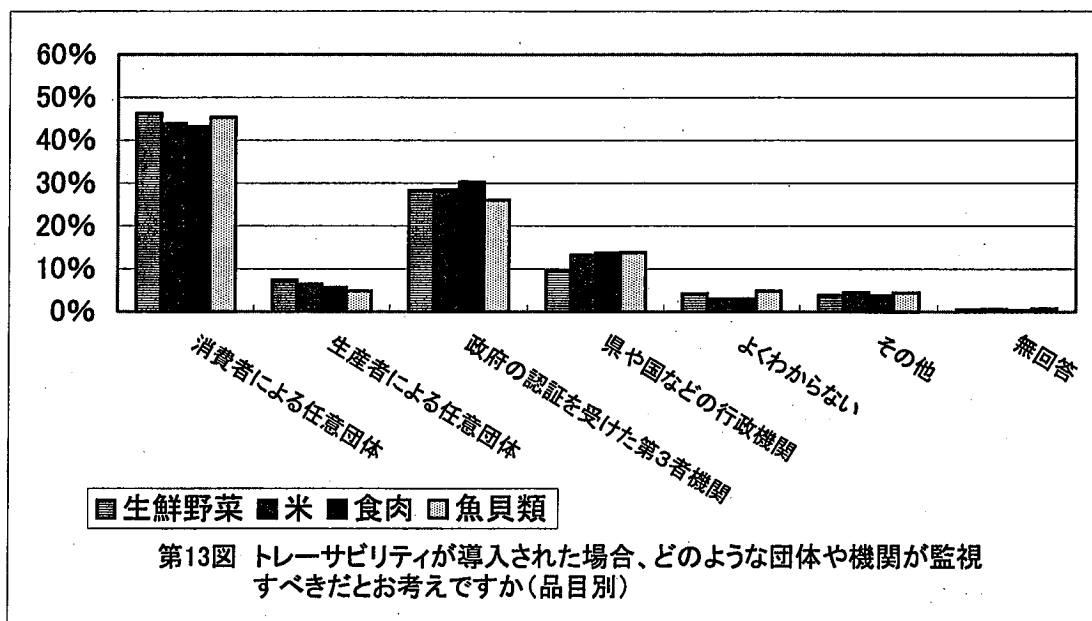
A：食品事故発生時の追跡や回収を容易にする。

B：生産者と消費者の顔の見える関係を築く。



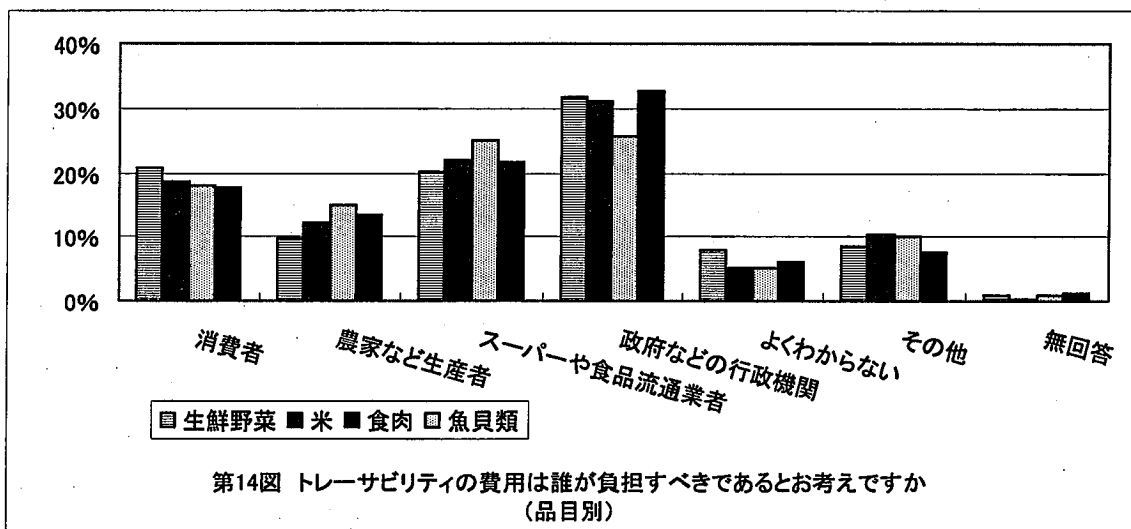
食肉や魚貝類では追跡可能性の方が重要視されるが、野菜や米では顔の見える関係も重要視される傾向がある。野菜や米では、生産者の名前や顔写真とともに販売されることもしばしばあるため、そのような関係が直感的にわかりやすいが、食肉や魚貝でそのような販売形態をとることが少ないために、顔の見える関係が想像しにくいことも一因となっているであろう。

Q13 トレーサビリティが導入された場合、どのような団体や機関が監視すべきだとお考えですか



生鮮野菜、米、食肉、魚貝類の品目間で、トレーサビリティを監視すべき団体について、ほとんど差は見られない。品目をまとめると、「消費者による任意団体」が 44.6%、次いで「政府の認証を受けた第三者機関」が 28.2%となり、消費者が監視すべきだという答えが多い。

Q14 トレーサビリティの費用は誰が負担すべきであるとお考えですか

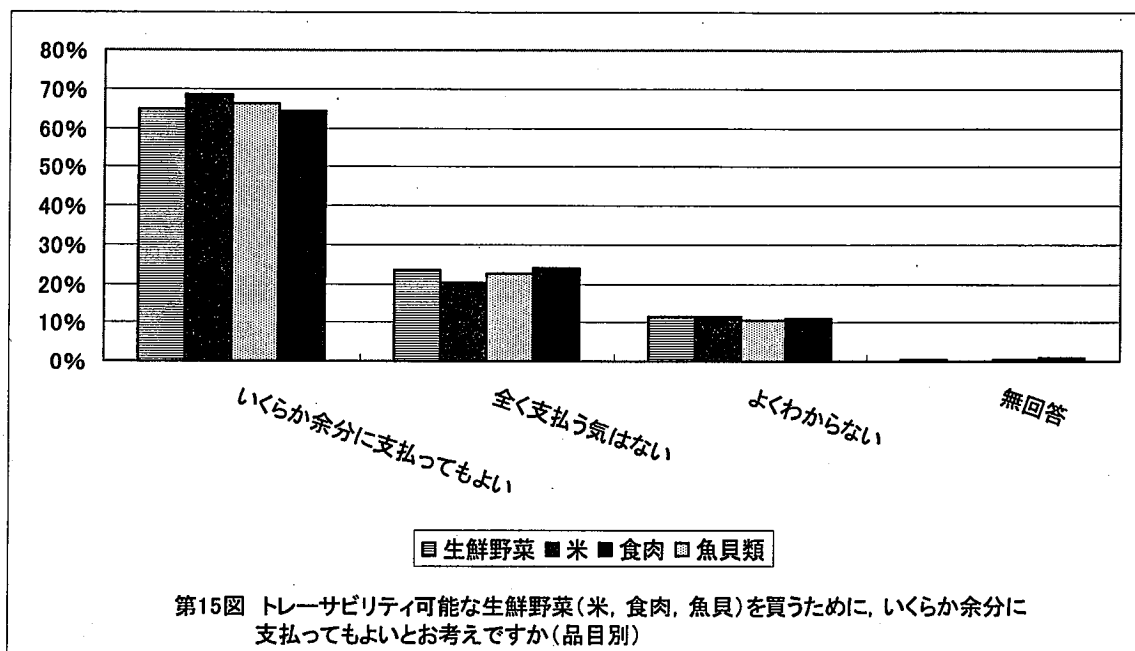


トレーサビリティの費用は誰が負担すべきかについて、食肉の場合は、他の食品に比べると生産者や流通などの業界が負担すべきという割合が高く、魚貝類は政府が負担すべきという考えが多少多いようである。品目をまとめると、「政府などの行政機関」が 30.2%、

「スーパーや食品流通業者」が22.1%となり、監視は消費者がすべきという答えが多い一方で、費用も「消費者」が負担という回答は18.8%しかなかった。

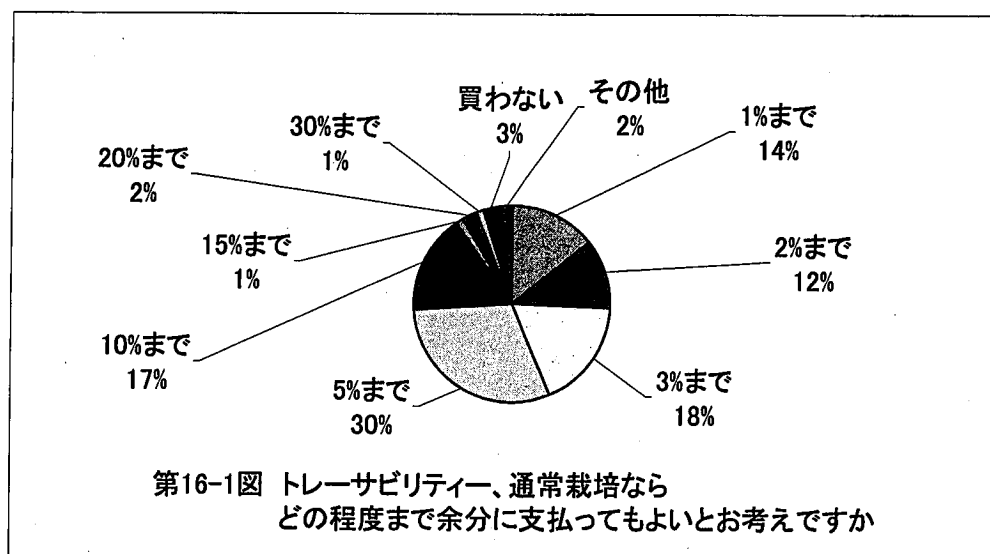
Q15 トレーサビリティのある食品を買うために、いくらか余分に支払ってもよいとお考えですか

品目をまとめると、「いくらか余分に支払って良い」の割合は65.7%となり、食の安全のためなら多少の支出もよいという答えが過半数だった。品目別に見るとほとんど差がないが、わずかに米のほうを支払ってもよいという割合が高かった。



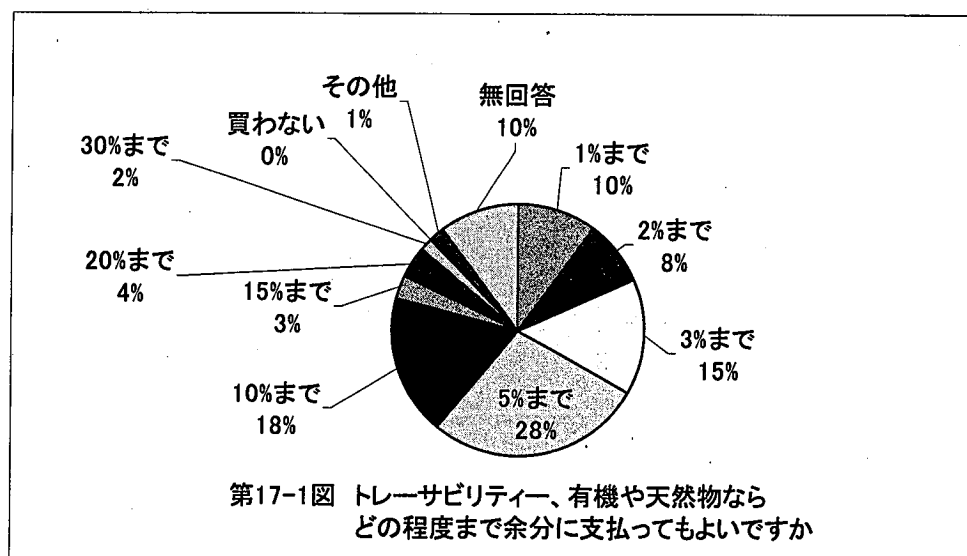
Q16 トレーサビリティ可能な通常の栽培方法の生鮮野菜類(国産米, 国産牛肉, 国産養殖の魚貝類)を買うために、どの程度まで余分に支払ってもよいとお考えですか

品目をまとめた場合、5%まで余分に支払ってもよいとしたのは30.0%、10%まで余分に支払ってもよいとしたのは16.5%となっている。



Q17 トレーサビリティ可能な有機栽培あるいは減農薬栽培の生鮮野菜類（有機栽培あるいは減農薬栽培による国内産の米，国内産豚肉，天然物の魚貝類）を買うために，どの程度まで余分に支払ってもよいとお考えですか

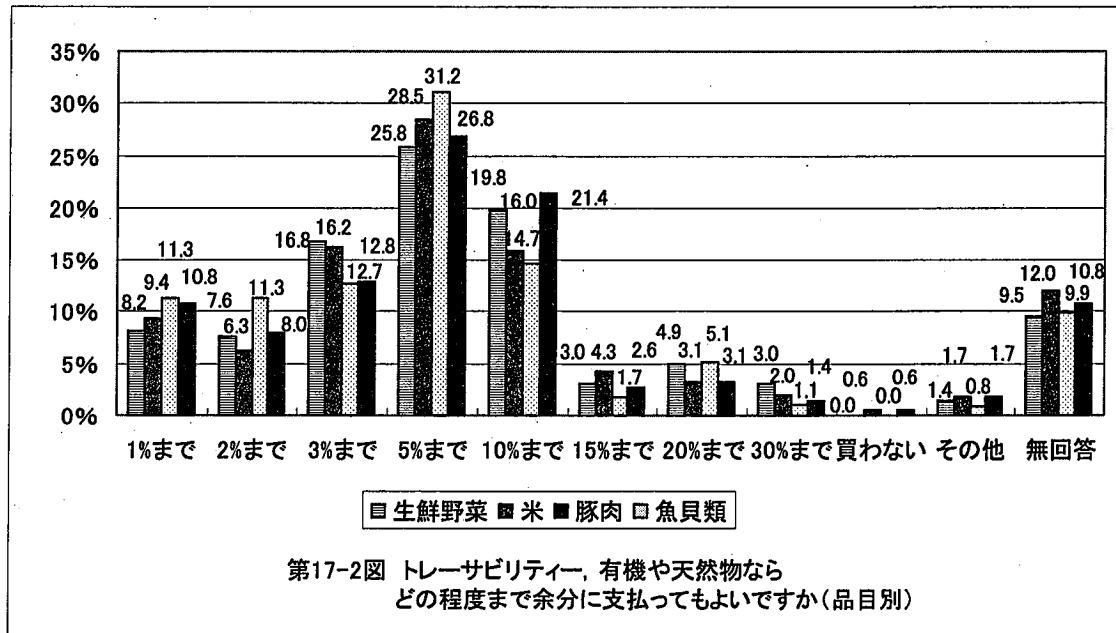
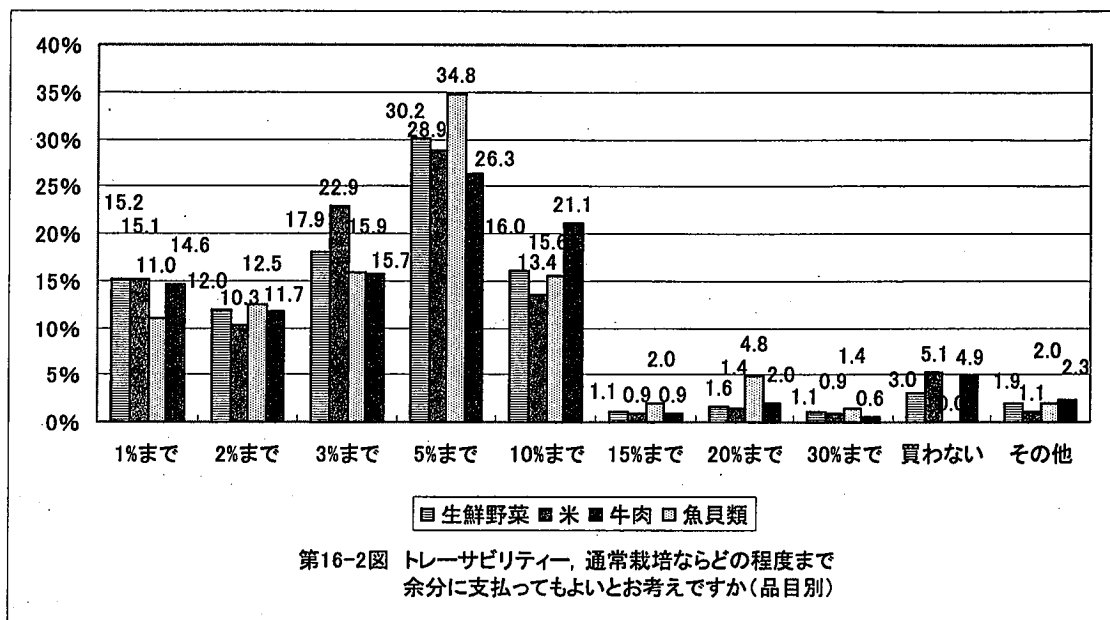
品目をまとめると，5%まで余分に支払ってもよいとしたのが 28.0%，10%まで余分に支払ってもよいとしたのが 18.0%となっている。



次に，品目ごとに，その違いを見ていこう。まず，第 16-2 図では，トレーサビリティ可能な食品を買うために支払ってもよい金額について，通常の栽培方法の生鮮野菜，国産米，国産牛肉，国産養殖の魚貝類を比較した場合，品目毎にいくらかの差が生じた。国産牛肉や魚貝類は，比較的高い金額が上乗せされてもいい人が多いが，米は安いほうが好ましいとされた。米は毎日食べる主食であるため，金額が上がると家計に大きく響くことが原因かもしれない。

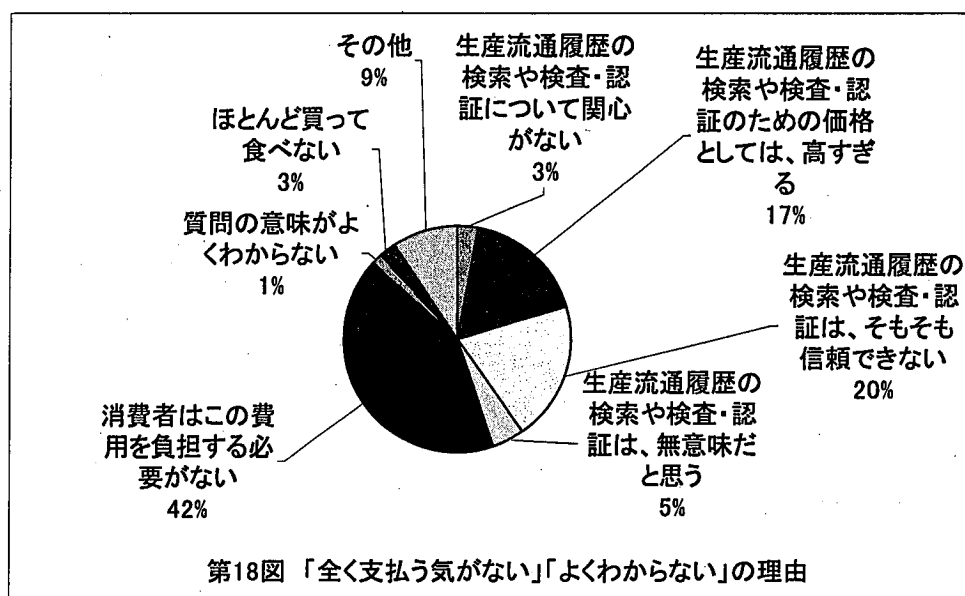
次に，第 17-2 図では，トレーサビリティ可能な食品を買うために支払ってもよい金額

について、有機栽培あるいは減農薬栽培の生鮮野菜（有機栽培あるいは減農薬栽培による国内産の米、国内産豚肉、天然物の魚貝類）について示してある。Q17では、米・野菜・魚貝類について、より高付加価値の商品になったために、Q16よりも高い価格を受け入れる傾向にあり、特に「15%まで支払ってもよい」の割合の増加が目立っている。



Q18「全く支払う気がない」「よくわからない」と答えた理由は何でしょうか

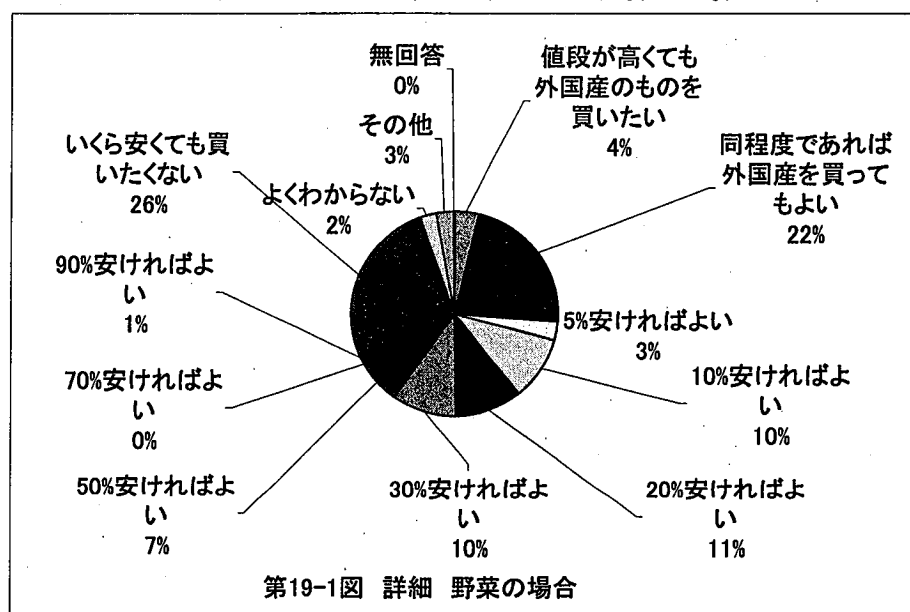
「消費者はこの費用を負担する必要がない」が最も多くて42.0%であり、次いで「生産流通履歴や検査・認証は信頼できない」が20%を占めている。



Q19 トレーサビリティがあり、信頼のおける機関の検査・認証がついた外国産の食品が販売されているとします。もし、味や品質が満足できるとき、平均的な国内産の食品と比較して、どの程度安ければ買いますか。

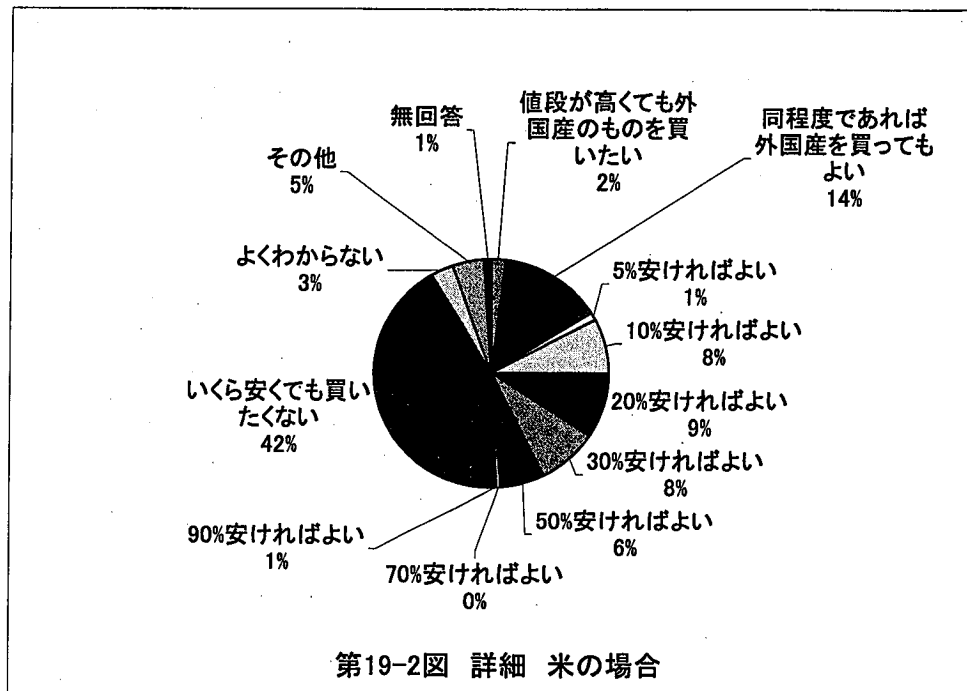
「生鮮野菜」「米」「牛肉」「養殖魚貝」の4パターンで聞いているので、それぞれについて見ていこう。

Q19-1「生鮮野菜」の場合、「いくら安くても買いたくない」が25.8%で最も多かった。（「生鮮野菜」のパターンに回答した569人を、100%として計算した。）

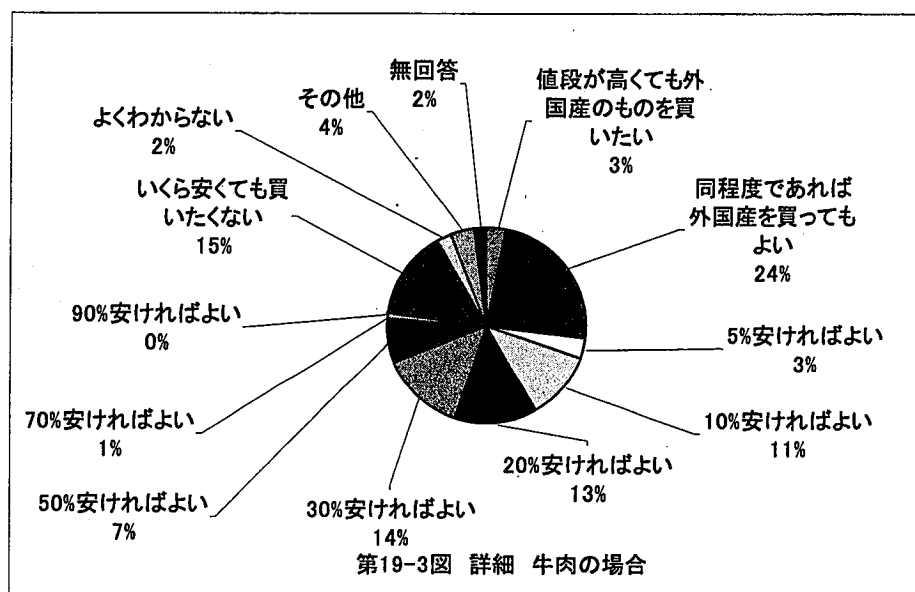


Q19-2「米」の場合、「いくら安くても買いたくない」が41.7%であった。（「米」のパター

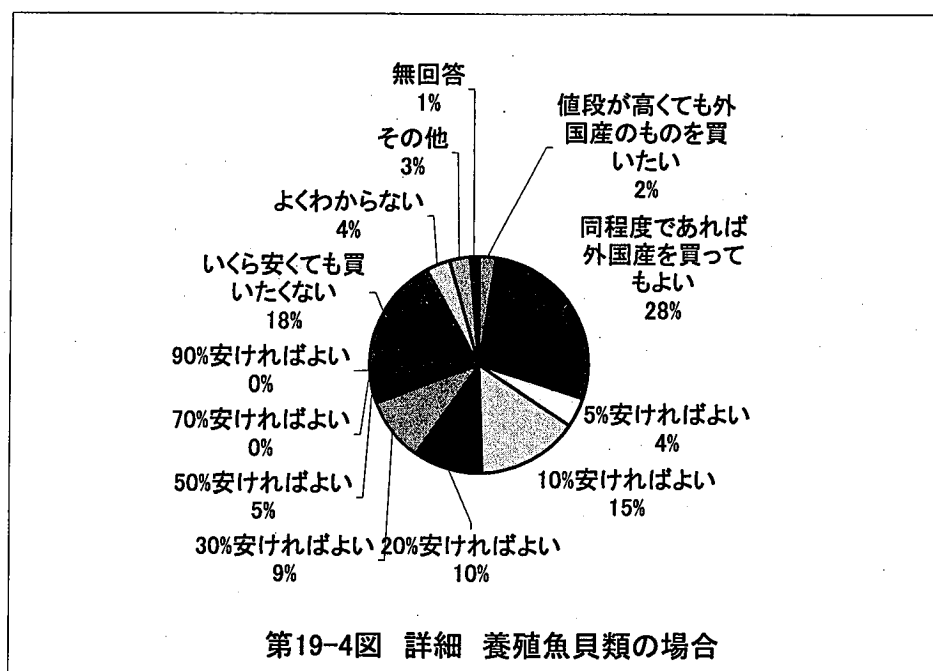
ンに回答した 513 人を、100%として計算した。)「米だけは国産」という気持ちが強いようである。



Q19-3「牛肉」の場合、「同程度であれば外国産を買ってよい」が 23.9%であった。(「牛肉」のパターンに回答した 532 人を、100%として計算した。)「いくら安くても買いたくない」が 14.7%と(野菜や米に比較して)低かった。国内の BSE 発生や相次いだ不正表示の発覚を契機に「国内産牛肉といえども安心できない」と感じた人が多かったためと考えられる。また、消費者の心理として、米や野菜に比べて牛肉に対しては「安ければ、品質が良ければ、産地にはこだわらない」特徴があるのかもしれない。



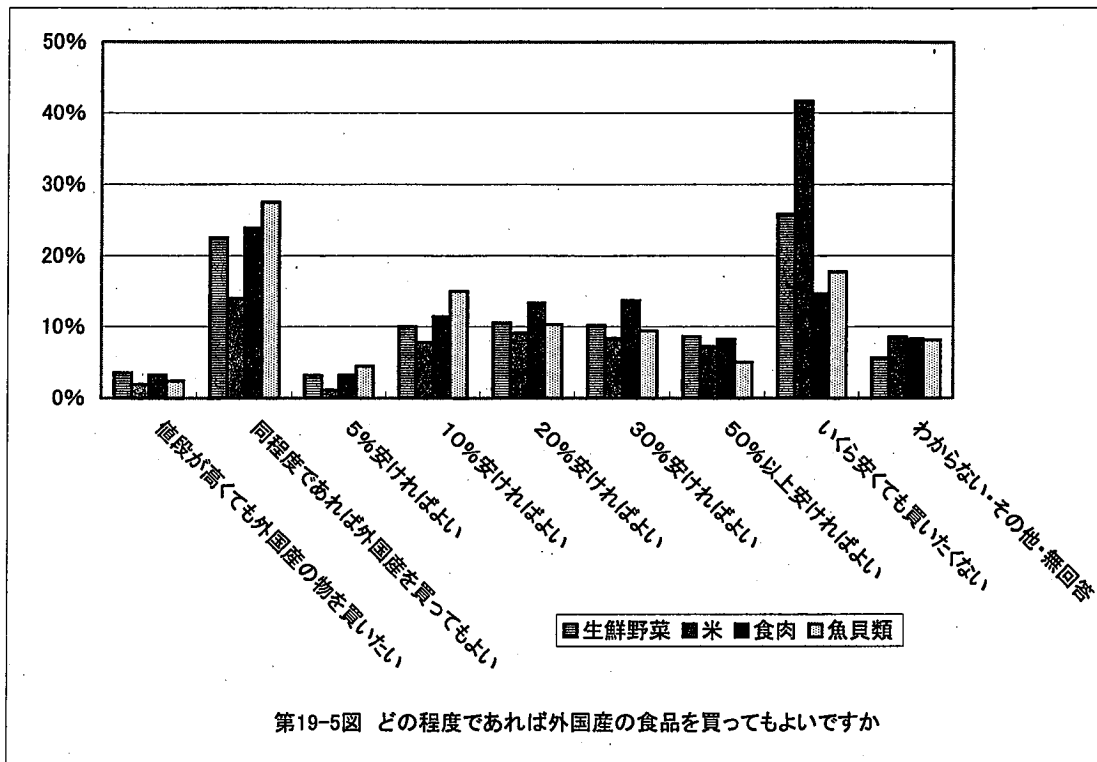
Q19-4「養殖魚貝類」の場合、「同程度であれば外国産を買ってもよい」が27.5%であった。
 (「養殖魚貝類」のパターンに回答した541人を、100%として計算した。)



以上をまとめると、以下の第19-5図のようになる。

特徴的なのは、米は絶対国産だと回答する人が多かったことである。「その他」欄の記入例を見ても、「(外国の米を買うのは)先祖に申し訳ない」「米農家を守れ」等の、倫理・社会思想的背景の強い記入があった。魚貝類については、遠洋漁業による魚を日常的に消費していることもあって、他の品目と比べて国産にこだわる人は少ない。野菜は、国産にこだわる人も多い一方で、こだわらない人もいた。

なお、「その他」欄の記入を見ると、「価格より味や品質や安全性が優先だから、答えられない」「肉は食べないから回答できない」「有機や特定の品種しか買わないから回答できない」等、様々な理由で選択肢からの回答を留保していた。



5) 食の安全・安心と環境への意識

以下では、食の安全・安心や環境への意識について質問した。設問の内容について、「1 = 全くそう思う」、「2 = 多少そう思う」、「3 = どちらとも言えない」、「4 = 余りそう思わない」、「5 = 全くそう思わない」までの5段階評価の回答を示す⁽⁴⁾。

Q24-1「地球は、非常に限られた空間と資源をもつ宇宙船のようなものだ」については、「全くそう思う」が68.8%、「多少そう思う」が22.7%であり、両者合わせると91.5%の人が、地球の有限性について同意している。(なお、1=68.8%、2=22.7%、3=4.9%、4=2.2%、5=0.6%、その他=0.8%である。)

Q24-2「自然のバランスは大変微妙で壊れやすい」については、「全くそう思う」が68.5%、「多少そう思う」が24.9%であり、両者合わせると93.4%の人が、自然環境のもろさについて同意している。このように、Q24-1とQ24-2では、地球環境は有限であり、自然はもろい存在であることについては、大半の回答者は同意する傾向が見られた。(なお、1=68.5%、2=24.9%、3=4.4%、4=1.4%、5=0.5%、その他=0.3%である。)

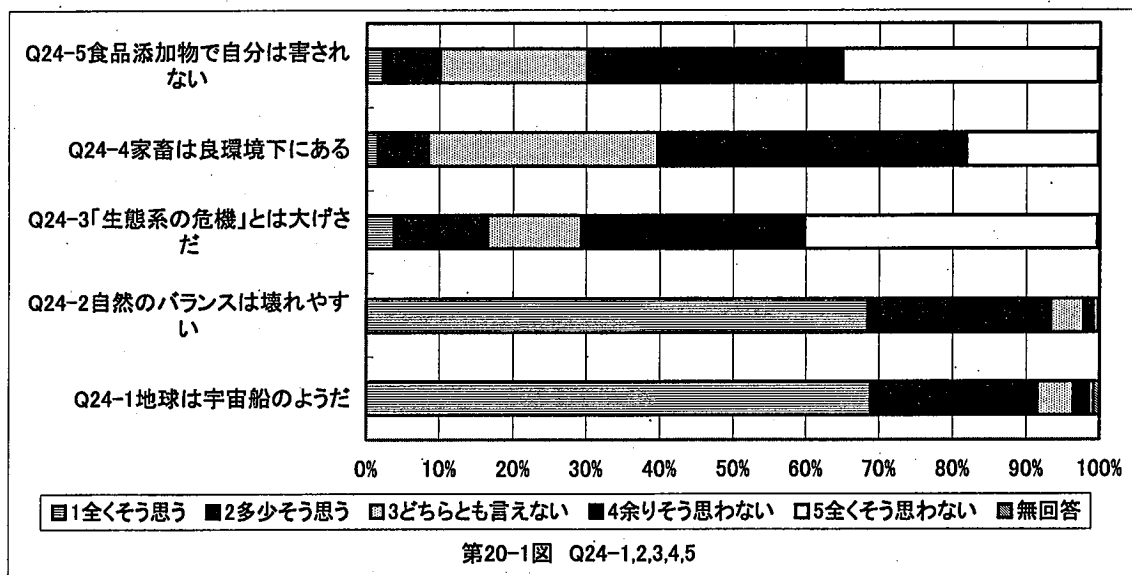
Q24-3「人類が直面している、いわゆる「生態系の危機」は、かなり大げさに言われていると思う」については、「全くそう思わない」が39.8%、「余りそう思わない」が30.5%であり、両者を合わせると70.3%となり、同意しない傾向の人が多いことがわかる。これより、

生態系は危機的状況にあると多くの人が考えていることが読み取れる。(なお、1 = 3.8%，2 = 12.7%，3 = 12.8%，4 = 30.5%，5 = 39.8%，その他 = 0.4%である。)

Q24-4「人間の食に供される家畜は、望ましい飼養環境の下で生産されている」については、「全くそう思わない」が17.9%，「余りそう思わない」が42.2%であり、両者を合わせると60%以上の人が同意しない反面、「どちらとも言えない」は31.1%であり、「全くそう思う」「多少そう思う」は合わせても10%未満であった。

動物愛護に関係する家畜の飼養環境について、消費者は生産現場をテレビで見る程度で、直接体験する機会が少ないためか、1あるいは5の断定的な答えは多くないように思われたが、それでも、6割以上の回答者は、家畜の飼養環境はあまり望ましい条件ではないと考えていることがわかる。(なお、1 = 1.6%，2 = 6.9%，3 = 31.1%，4 = 42.2%，5 = 17.9%，その他 = 0.3%である。)

Q24-5「現在使用されている食品添加物で、自分の健康が損なわれることはないと思う」については、「全くそう思わない」が34.7%，「余りそう思わない」が34.9%であり、両者合わせると69.6%となる。つまり、約7割の回答者が、食品添加物による健康被害に不安を抱いていることがわかる。(なお、1 = 2.2%，2 = 7.8%，3 = 20.0%，4 = 34.9%，5 = 34.7%，その他 = 0.3%である。)



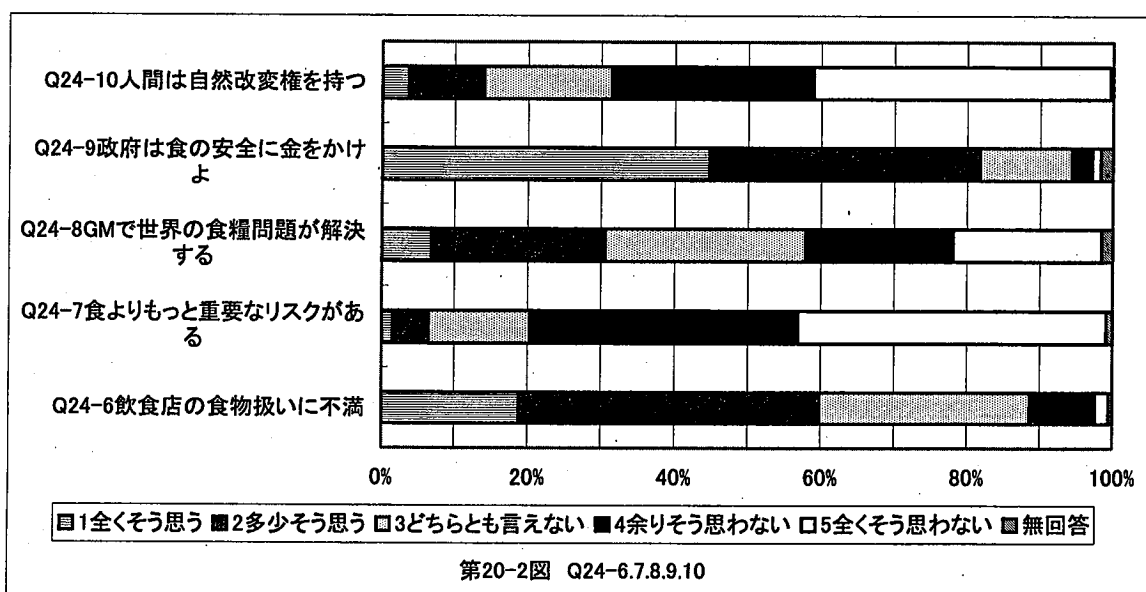
Q24-6「レストランなど飲食店は、食べ物を十分に気をつけて扱っていないと思う」については、「全くそう思う」が18.8%，「多少そう思う」が41.0%であり、両者合わせると59.8%となり、約6割の回答者がレストランに不信感を抱いていることがわかる。(なお、1 = 18.8%，2 = 41.0%，3 = 28.7%，4 = 9.0%，5 = 1.9%，その他 = 0.5%である。)

Q24-7「現在、我々が直面している多様なリスクと比べれば、食の安全性のリスクはそれほど重要ではない」については、「全くそう思わない」は42.3%、「余りそう思わない」は36.5%であり、両者で78.8%となる。このことから、食のリスク管理はとても重要であるとする回答者が多いことがわかる。(なお、1=1.5%、2=5.0%、3=13.9%、4=36.5%、5=42.3%、その他=0.9%である。)

Q24-8「遺伝子組換え技術が食料生産に使用されれば、世界の食料問題の解決に役立つ」については、一番多かった回答は「どちらとも言えない」が27.3%であり、次いで「多少そう思う」が23.8%であり、意見は「全くそう思う」から「全くそう思わない」まで、広く分かれた。(なお、1=6.8%、2=23.8%、3=27.3%、4=20.2%、5=20.4%、その他=1.5%である。)

Q24-9「政府は食物の安全性確保のためにもっとお金をかけるべきだ」については、「全くそう思う」が44.7%、「多少そう思う」が37.0%であり、両者を合わせると81.7%の回答者が、食の安全性確保のために政府はもっとお金をかけるべきであると考えていることがわかる。(なお、1=44.7%、2=37.0%、3=12.7%、4=2.8%、5=1.2%、その他=1.7%である。)

Q24-10「人間は必要に応じて自然環境を改造する権利を持っている」については、「全くそう思わない」が40.7%、「余りそう思わない」が27.5%であり、両者を合わせると68.2%の回答者が、人間は自然を改造する権利を持っていないと考えており、環境保護的な考えの回答者の多いことがわかる。(なお、1=3.6%、2=10.4%、3=17.4%、4=27.5%、5=40.7%、その他=0.4%である。)



Q24-11「大多数の人が遺伝子組換え食品を好むならば、それは許可されるべきである」については、「全くそう思わない」が 33.8%、「余りそう思わない」が 25.0%となっている。大多数の人が好んでも、「好むだけ」で許可してはよくないとする回答者が、少なからずいることがわかる。(なお、1 = 5.1%, 2 = 14.2%, 3 = 21.5%, 4 = 25.0%, 5 = 33.8%, その他 = 0.5%である。)

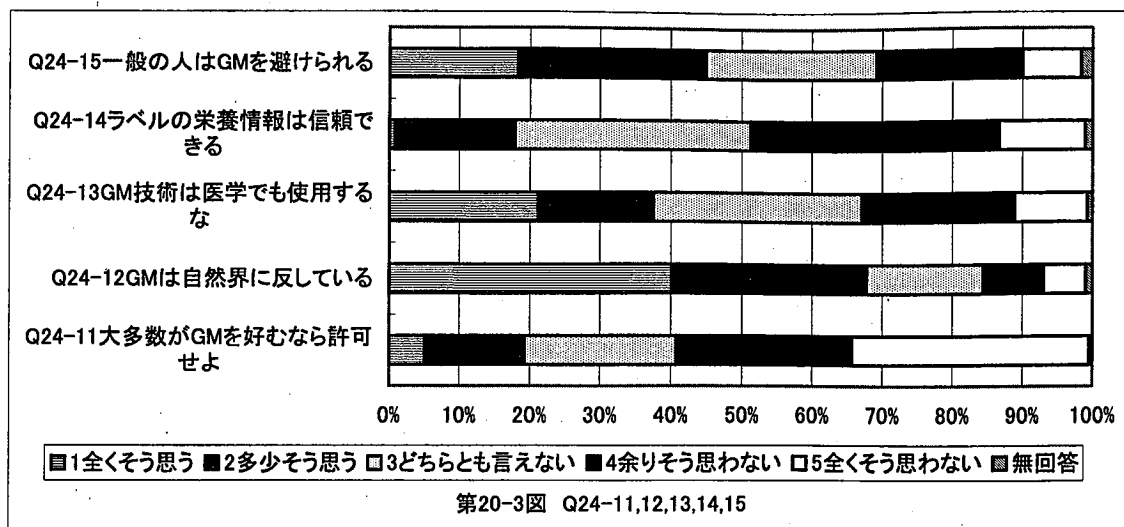
Q24-12「遺伝子組換え食品には利点があるとしても、もとより自然界に反している」については、「全くそう思う」が 40.0%、「多少そう思う」が 27.8%であり、両者を合わせると 67.8%の回答者が、遺伝子組換え食品は自然界に反していると考えていた。(なお、1 = 40.0%, 2 = 27.8%, 3 = 16.5%, 4 = 8.7%, 5 = 6.0%, その他 = 1.0%である。)

Q24-13「遺伝子組換え技術は医学目的であっても使用されるべきではない」について、最も多かったのは「どちらとも言えない」が 29.6%、次いで「余りそう思わない」が 21.8%であり、「全くそう思う」から「全くそう思わない」まで、意見は広くわかれた。つまり、遺伝子組換え技術の医学的利用の場合、食品としての利用に比較して、明確な反対意見はそれほど多くないことがわかる。(なお、1 = 21.1%, 2 = 16.4%, 3 = 29.6%, 4 = 21.8%, 5 = 10.3%, その他 = 0.7%である。)

Q24-14「食品ラベルに表示された安全性や栄養価の情報は信頼できる」については、最も多かったのが「余りそう思わない」が 35.5%、次いで「どちらとも言えない」が 33.3%であった。そして、「全くそう思う」「多少そう思う」を合わせても 17.9%しかおらず、回答者には食品ラベルを信頼していない人が多いことがわかる。

他方、先の Q8 では、生鮮野菜について「生産地や減農薬・有機栽培等の表示をどの程度信頼しますか」という問いに対して、「十分信頼している」「おおむね信頼している」と答えた人は合わせて 35.3% であり、より信頼している割合が高かった。このような Q8 と Q24-14 における数値の差は何であるかと考えたときに、次のような仮説が考えられる。つまり、生鮮野菜であれば産直などを通して消費者自身が信頼できる野菜を購入することができるが、一般的な食品となると、食品加工業者や流通経路に対して、消費者自身が直接関与することができない。そのため、食品ラベルに対する信頼性が低下する、というものである。この点については、後段のクロス集計のところで、さらに検討する。(なお、1 = 0.8%, 2 = 17.1%, 3 = 33.3%, 4 = 35.5%, 5 = 12.2%, その他 = 1.1%である。)

Q24-15「一般の人々が遺伝子組換え食品の摂取を避けたいと思うなら、そうすることができる」については、「多少そう思う」が 26.7%、「どちらとも言えない」が 24.2%であったが、「全くそう思う」と「多少そう思う」を合わせると 45.0%となり、どちらかと言えば避けられるという考えが多いようである。(なお、1 = 18.3%, 2 = 26.7%, 3 = 24.2%, 4 = 20.8%, 5 = 8.3%, その他 = 1.7%である。)



Q24-16「遺伝子組換え食品に含まれるリスクが何であれ、私たちが本気で避けようとするれば避けられる」については、「多少そう思う」が24.4%、「どちらとも言えない」が23.0%であったが、「全くそう思う」と「多少そう思う」を合わせると40.4%となり、どちらかと言えば避けられるという考えが多いようである。（なお、1=16.0%、2=24.4%、3=23.0%、4=22.7%、5=12.7%、その他=1.0%である。）

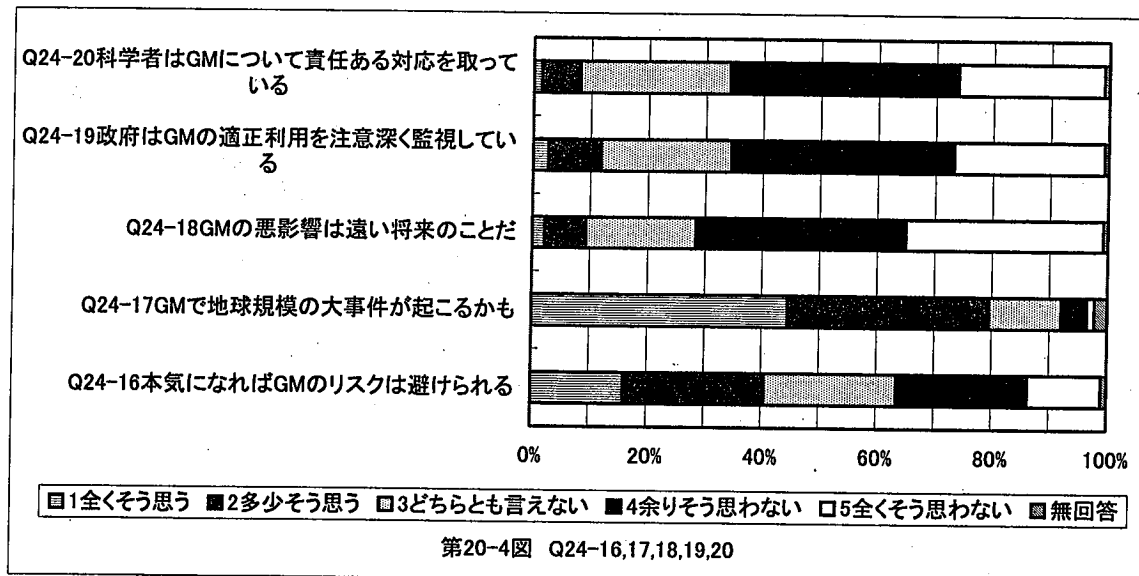
Q24-17「遺伝子組換え技術によって何か間違いが起これば、地球規模の大事件となるだろう」については、「全くそう思う」が44.5%、「多少そう思う」が35.0%であり、回答者の79.5%は、遺伝子組換え食品の安全性に対して危惧していることがわかる。（なお、1=44.5%、2=35.0%、3=12.6%、4=4.5%、5=1.3%、その他=2.2%である。）

Q24-18「遺伝子組換え技術による悪影響が現れたとしても、遠い将来のことだ」については、「全くそう思わない」が34.3%、「余りそう思わない」が36.6%であり、両者を合わせると70.9%の回答者が同意しなかった。（なお、1=2.1%、2=7.2%、3=18.9%、4=36.6%、5=34.3%、その他=0.8%である。）

Q24-19「政府は、医療、農業及び食品産業等における遺伝子組換え技術の適正な利用について注意深く監視している」については、「全くそう思わない」が26.1%、「余りそう思わない」が38.8%であり、両者を合わせると64.9%の回答者が、政府の監視に不信感を抱いていた。（なお、1=2.6%、2=9.2%、3=22.5%、4=38.8%、5=26.1%、その他=0.7%である。）

Q24-20「科学者たちは遺伝子組換え技術の使用について責任ある対応をとっている」については、「全くそう思わない」が25.3%、「余りそう思わない」が39.8%あり、両者を合わ

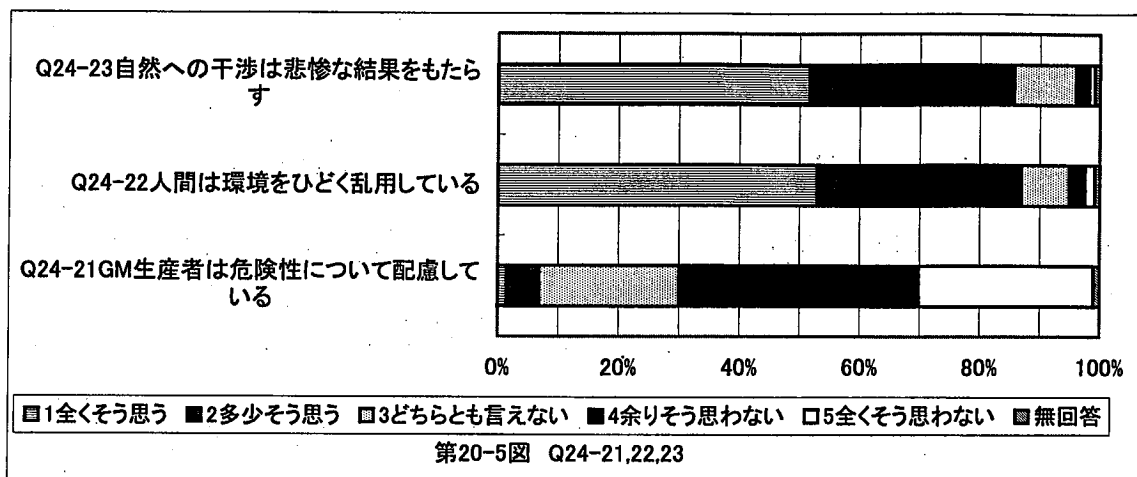
せると 65.1%の回答者が、科学者にも不信感を抱いている様子が窺える。(なお、1 = 1.4%, 2 = 6.7%, 3 = 26.0%, 4 = 39.8%, 5 = 25.3%, その他 = 0.8%である。)



Q24-21「遺伝子組換え作物の生産者は、健康と環境に対する潜在的危険性について配慮している」についても、「全くそう思わない」が 29.1%、「余りそう思わない」が 39.9%あり、両者を合わせると 69.0%の回答者が生産者にも不信感を抱いている様子が読み取れる。なお、我が国の場合、食品として市場出荷される農産物について、遺伝子組換え作物が国内で生産されていることはない。(なお、1 = 1.4%, 2 = 5.4%, 3 = 23.1%, 4 = 39.9%, 5 = 29.1%, その他 = 1.1%である。)

Q24-22「人間は環境をひどく乱用している」については、「全くそう思う」が 52.9%、「多少そう思う」が 34.1%で、両者を合わせると 87.0%の回答者が人間による環境の乱用を認めている。(なお、1 = 52.9%, 2 = 34.1%, 3 = 7.9%, 4 = 2.7%, 5 = 1.6%, その他 = 0.8%である。)

Q24-23「人間が自然に干渉するとき、しばしば悲惨な結果を招く」については、「全くそう思う」が 51.6%、「多少そう思う」が 34.1%であり、両者を合わせると 85.7%という高い割合で、回答者は人間による環境の破壊は「悲惨な結果」をもたらすと考えていることがわかる。(なお、1 = 51.6%, 2 = 34.1%, 3 = 10.4%, 4 = 2.2%, 5 = 0.9%, その他 = 0.9%である。)



6) 食の安全・安心に関わる購買行動

これまでの質問では、食の安全・安心や環境に対する消費者の意識を質問してきた。以下では、日常の購買行動について質問し、「1=いつもする」、「2=しばしばする」、「3=ときどきする」、「4=ほとんどしない」、「5=しない」として、5段階の回答を得た。

回答を見ると、有機食品や浄水器・ミネラルウォーターを日常的に利用している回答者は4割以上、食品の表示を日常的に見る回答者は7割以上であった。

Q30-1「店に行くときには、詳しい買い物リストを作ること」について、「ときどきする」が29.9%、「ほとんどしない」が29.4%、「しない」が16.6%であり、回答者は買い物リストをあまり作っていない。(なお、1=7.2%、2=16.2%、3=29.9%、4=29.4%、5=16.6%、その他=0.6%である。)

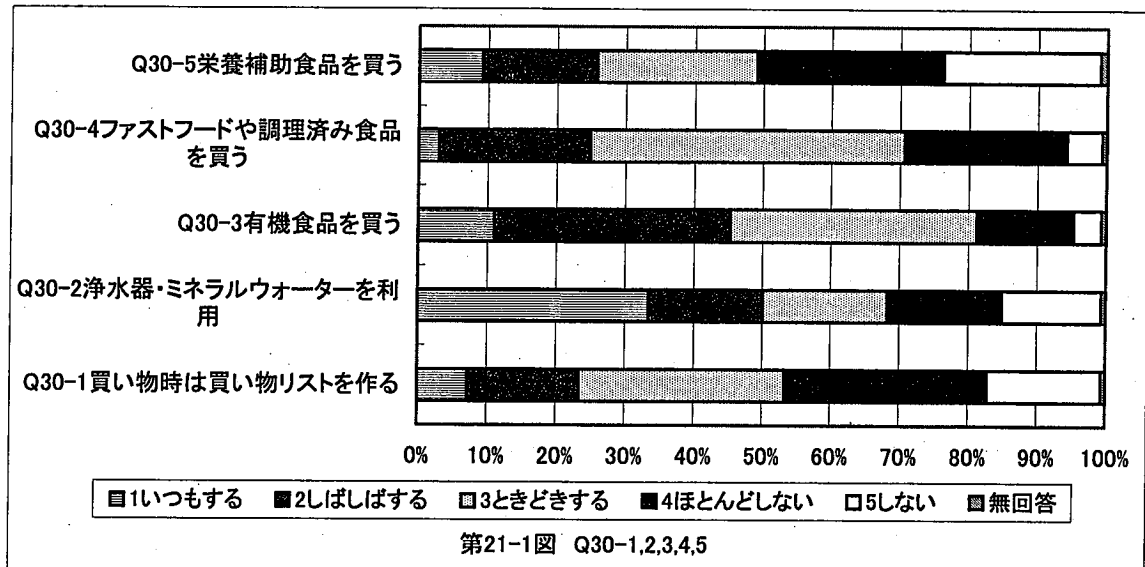
Q30-2「浄水器を使ったり、ミネラルウォーターを買ったりすること」について、「いつもする」が33.4%、「しばしばする」が16.6%であった。回答者の約8割が都市部に居住していることもあり、ほぼ半数の人が、浄水器やミネラルウォーターを日常的に使用している。(なお、1=33.4%、2=16.6%、3=18.2%、4=16.6%、5=14.5%、その他=0.6%である。)

Q30-3「有機食品を買うこと」について、「いつもする」が11.0%、「しばしばする」が34.2%であり、両者を合わせて45.2%の回答者が日常的に有機食品を買っていた。(なお、1=11.0%、2=34.2%、3=36.0%、4=14.1%、5=4.0%、その他=0.7%である。)

Q30-4「ファーストフードや調理済み食品を買って食べること」について、もっとも多いのが「ときどきする」の45.8%で、次に「ほとんどしない」が23.6%を占めている。したがって、このアンケートの回答者は、ファーストフードや調理済み食品をあまり買ってい

ない。(なお、1=3.0%、2=21.9%、3=45.8%、4=23.6%、5=5.1%、その他=0.6%である。)

Q30-5「栄養補助食品（サプリ）を買うこと」について、最も多かったのが「ほとんどしない」の27.1%、次に「ときどきする」が23.3%であり、購入頻度は色々であるが、頻繁に買う人は少ないようだ。(なお、1=9.2%、2=16.6%、3=23.3%、4=27.1%、5=22.9%、その他=1.0%である。)



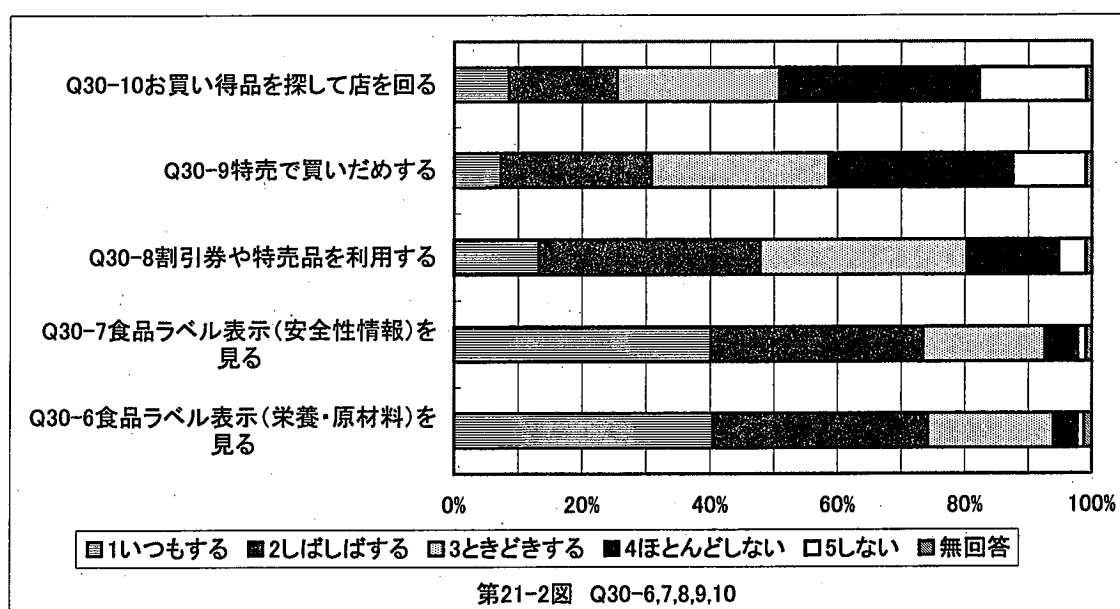
Q30-6「栄養や原材料の情報を得るために、食品のラベル表示を見ること」については、「いつもする」が40.4%、「しばしばする」が33.8%であり、両者合わせて74.2%の回答者が日常的にラベルを見ていることがわかる。(なお、1=40.4%、2=33.8%、3=19.8%、4=3.8%、5=1.0%、その他=1.3%である。)

Q30-7「食品の安全性の情報を得るために、食品のラベル表示を見ること」についても、「いつもする」が40.0%、「しばしばする」が33.4%であり、両者あわせて73.4%の回答者が日常的に、食の安全に関する情報を入手するために、ラベルを見ていることがわかる。(なお、1=40.0%、2=33.4%、3=19.2%、4=5.2%、5=1.3%、その他=1.0%である。)

Q30-8「食物を買うときに、割引券や特売品を利用すること」は、「しばしばする」が34.7%、「ときどきする」が32.5%であり、「しない」は4.3%で、大半の回答者は割引券や特売品を利用していた。(なお、1=13.2%、2=34.7%、3=32.5%、4=14.4%、5=4.3%、その他=1.0%である。)

Q30-9「特売のときに、食べ物を買いだめしておくこと」については、最も多いのが「ほとんどしない」の28.9%、次いで「ときどきする」が27.9%であり、「いつもする」と「しばしばする」を合わせて30.8%であった。これより、頻繁に買いだめをする回答者は必ずしも多くないことがわかる。(なお、1=7.3%、2=23.5%、3=27.9%、4=28.9%、5=11.5%、その他=1.0%である。)

Q30-10「日常品などを買うときに、お買い得品を探して何店かまわること」について、「ほとんどしない」が31.3%、「ときどきする」が25.4%であり、「いつもする」と「しばしばする」を合わせて25.4%であった。これより、頻繁に店を回る回答者はあまり多くないことがわかる。(なお、1=8.5%、2=16.9%、3=25.4%、4=31.3%、5=16.9%、その他=0.9%である。)



5. おわりに

この調査はインターネットを用いたWEBアンケートにより実施した。そのため、回答者の年齢構成は35～54才で全体の58%を占め、また男性が回答者の57%を占めた。中高年の男性が生鮮食品等を購入する機会はそれほど多くはないと思われるが、食の安心と安全というテーマは男女・年齢を問わず重要であるため、国民の意識を知るという視点から、このような回答者の構成も有意義であると言えよう。他方、回答者の79%が大都市部および都市部に居住しており、44%は大学卒以上であり、所得分布は400～599万円層を中心に我が国の全家計の所得分布と類似した形状を示していた。したがって、平均的な回答者像としては、都会に住む通常のサラリーマン家庭からの回答者というイメージが浮かんでくる。

この回答者の生鮮野菜に対する購買行動においては、鮮度、安全性、価格という優先順

位が示されており、必ずしも安全性が第一の基準ではないことが示された。しかしながら、減農薬や有機野菜、産地名や使用農薬等が確認できる生鮮野菜を、12%の人が「いつも」買っており、しばしば買う人は33%であったことから、食の安全を比較的意識している回答者が多いことが窺われる。また、遺伝子組換え食品については、97%の人が知っていた反面、トレーサビリティという言葉がこのアンケートで初めて知った人は48%であり、トレーサビリティについての認知度はまだ十分でないことがわかる。

このトレーサビリティやその認証等の費用負担については、回答者の30%が税金による負担を望んでいるものの、66%は若干の費用負担には合意している。費用負担に合意した回答者の74%は、通常の野菜や米の場合には市場価格の5%以下の負担率を望んでいる。他方、無農薬の野菜や米の場合であれば、市場価格の5%以下の負担率を希望するものの割合は62%にまで減少し、10%以上の負担でもかまわないとした回答者は27%にまで増加した。このことから、トレーサビリティを導入するにあたっては、安全性の点において、その価値がより高く評価されている有機農産物等から始めることが望ましいと考えられる。

また、トレーサビリティ情報の監視機関については、「政府の認証を受けた第三者機関」が28%であるのに対し、「消費者による任意団体」は45%で最も多かった。このことは、政府・行政に対する信頼の弱さを示すものとも言えるであろうし、生産に関わらない消費者サイドからのチェックの必要性が指摘されたとも考えられる。

最後に、遺伝子組換え食品に関して過半数を超える回答者は、政府や科学者に対して不信任を抱いており、低価格や高栄養価、無農薬などの特質をもつ遺伝子組換え食品に対しても否定的な意見が多い。しかしながら、25%~35%程度の回答者は、遺伝子組換え食品が価格、栄養価、減・無農薬等で消費者にメリットがある場合には、購入してもよいという肯定的な態度を示している。特に、通常の食品に比較して食の安全性がより高まった遺伝子組換え食品であれば、「是非買いたい」(23%)、「買ってもよい」(36%)と過半数の消費者が肯定的意見に転じたことも興味深い結果であった。

さらに、医療等への遺伝子組換え技術の利用に関しては32%の回答者はその使用に同意を示し、全体的に食品に比べてより肯定的である。以上のことは、消費者にとって、一層の安全性が確保され、明確な利点があるような場合、あるいは、医療のように、遺伝子組換え技術に替わるより有効な対処法が見つからない場合には、遺伝子組換え技術の受容可能性が高まることを示すものといえよう。

注)

- (1) 矢部・嘉田・大谷「食の安全と安心に関する消費者意識の計量分析—トレーサビリティと遺伝子組換え食品に関するインターネット調査—」危機管理プロジェクト研究資料集第1号,2004年。
- (2) 我が国の所得分布については、平成13年度家計調査について大西博氏のホームページからのデータ (<http://econom01.cc.sophia.ac.jp/stat/IncomDist.xls>) を元に再計算した。

- (3) 総務庁統計局『小売物価統計調査 調査結果 (平成 15 年平均)』のハウレン草に関する「調査品目の月別価格及び年平均価格－県庁所在市及び人口 15 万以上の市」
<http://www.stat.go.jp/data/kouri/2003np/zuhyou/a00105.xls> (平成 5 年 1 月 17 日アクセス) より算出した。
- (4) この調査結果については、矢部光保「英国における遺伝子組換え農産物と食の安全性に関する消費者意識調査」農林水産政策研究所『海外諸国の組換え農産物に関する政策と生産・流通の動向』GMO プロジェクト研究資料第 2 号, 66～77 ページを参照されたい。
- (5) 英国消費者の意識との比較については、矢部光保「英国における遺伝子組換え農産物と食の安全性に関する消費者意識調査」農林水産政策研究所『海外諸国の組換え農産物に関する政策と生産・流通の動向』GMO プロジェクト研究資料第 2 号, 2002 年, 66～77 ページを参照されたい。