

～ 【生鮮食品の購入と安全性についての意識】調査報告 ～ 食の安全性について 91.1%の女性が不安感、しかし 価格と安全性の狭間で、妥協の傾向も

価格と安全性～やはり価格を優先して生鮮品を選ぶ女性は 35.6%
安全性への不安感の高さと情報へのニーズの低さは、何を信じればいいのか分からないから？

主婦を対象としたフリーペーパー「リビング新聞」を発行する株式会社サンケイリビング新聞社のグループ企業、「リビングくらしHOW研究所」(本社：東京都千代田区、代表者：菊野 善衛)は、松下電器産業株式会社グループのアイ・マーケティングアドバンス株式会社と共同で「生鮮食品の購入と安全性についての意識」調査を行い、その一部を発表。詳細については、2008年1月発行の、「くらしHOW マガジン」に掲載する。

食の安全性「非常に不安」34.7%、「やや不安」56.4%

食の安全性に不安を感じる人は、合計 91.1%。特に不安感が高いのは「子供が高校生以上」の、高いライフステージの主婦だった。

安全性の高い生鮮食品は、価格も高い - 6 割の女性が容認

「安全性」という付加価値と価格の関係についての意見を聞いたところ、安全性が高い食品は「多少価格が高くても当然」と考える人が 10.4%。「ある程度は仕方ない」と考える人が、50.7%。約 6 割が、安全性が高くなれば価格も上がることを容認している。

自分が購入する場合 - 「安全性優先」26.3%、「価格優先」35.6%

しかしながら、自らが生鮮食品を購入する場合、「多少価格が高くても安全性を優先して食品を選ぶ場合が多い」人が 26.3%。「できるだけ安全な食品を選びたいが、価格を優先させることが多い」人は 35.6%で、安全性を優先する人を上回った。

欲しい情報—「トレーサビリティ」32.0%、「生産者・生産地情報」13.8%

「もっと知りたいと思う生鮮食品に関する情報」について複数回答で聞いたところ、トップは「鮮度の見分け方・選び方」61.4%。現在実施されている国産牛以外の「トレーサビリティ(生産から店頭までの履歴情報)」にニーズを感じているのは 32.0%。「生産者の写真や詳しい生産地情報」は 17.7%と、安全性に関連の深い情報は、比較的低いニーズにとどまった。

- * 当リリースの数値は、小数点二位以下を切り捨てて表記しています。
- * 当調査のデータは、<http://www.kurashihow.co.jp/>でご確認いただけます。

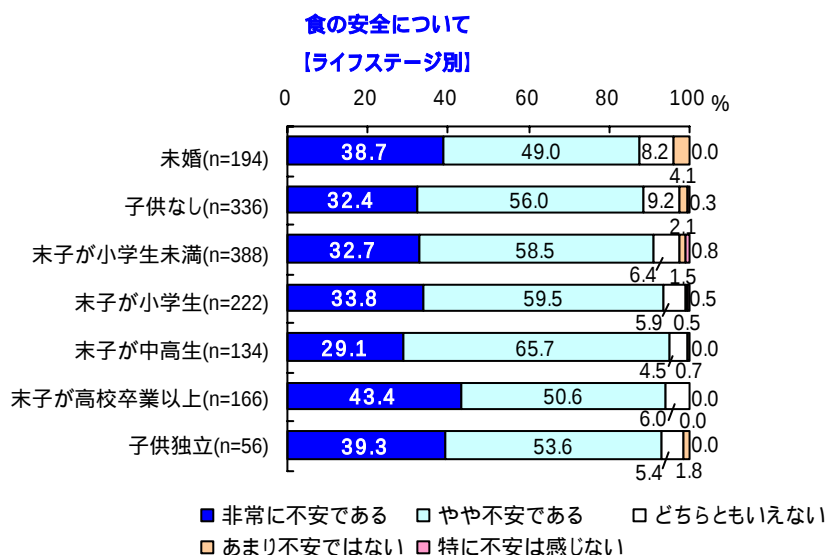
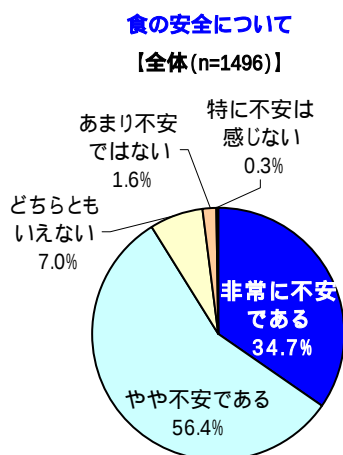
【データに関するお問い合わせ先】
株式会社リビングくらしHOW研究所
くらしHOW研究室 藤田景子
TEL:03-5216-9420 / FAX:03-5216-9430
info@kurashihow.co.jp

Press Release

食品の安全性に 91.1%の女性が不安感を持つ

偽装など事件が相次ぎ、「不安なのが当たり前」の状況に

食の安全性について不安を感じているか？という問いに、「非常に不安」と回答したのは 34.7%。「やや不安」が過半数を占める 56.4%。合わせて 91.1%が、食品の安全性に対して不安を感じている。特に、「末子が高校卒業以上」の主婦では、「非常に不安」という回答が 43.4%と約半数に迫った。

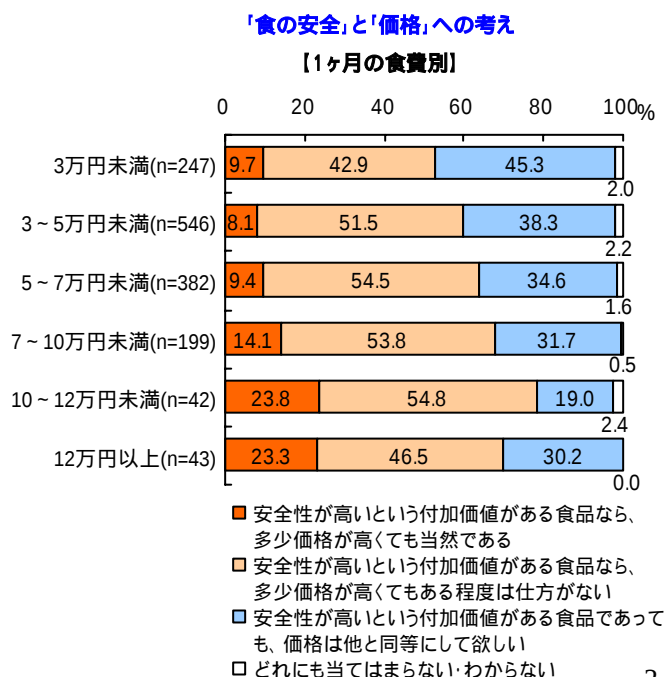
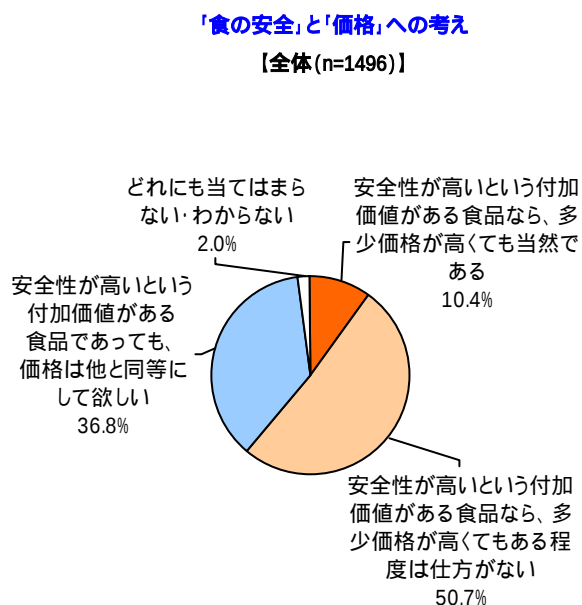


食品の安全性とともに価格が高くなることを、6割が容認

1カ月の食費が10万円以上の層は、約1/4が「高くても当然」

食の安全性と価格については、「安全性が高いという付加価値がある食品なら、多少価格が高くても当然である」が 10.4%。また「多少価格が高くても、ある程度は仕方がない」が 50.7%。合計 6割が、「安全な食品は価格が高くなる」という状況を容認している。

さらに、1カ月の食費が10万円以上の層は、「高くても当然」が 23%超となった。安全な食品への考え方も、経済的な差の影響を受けている様子が見える。



Press Release

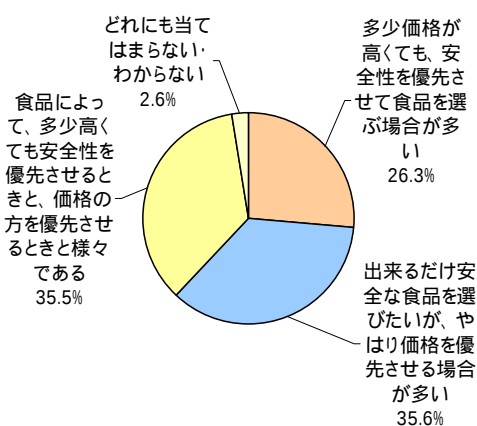
「価格よりも安全性優先」は26.3%。「価格優先」は35.6%

実際のお買い物では、「やっぱり価格優先」が上回る

では、実際の生鮮食品の買い物シーンにおいては、価格と安全性、どちらを優先して選択が行われているのだろうか？「多少価格が高くて、安全性を優先させて食品を選ぶ場合が多い」人が26.3%、「できるだけ安全な食品を選びたいが、やはり価格を優先させる場合が多い」が35.6%となった。「安全性が高ければ価格が高くて当然である」「多少価格が高くて仕方ない」と考える人でも、「価格を優先させて選ぶことが多い」と32.2%が回答。「高いのは容認するが、自分は価格で選ぶ」と、生鮮食品の安全性について妥協的な考えを持つ人も多いことが分かった。

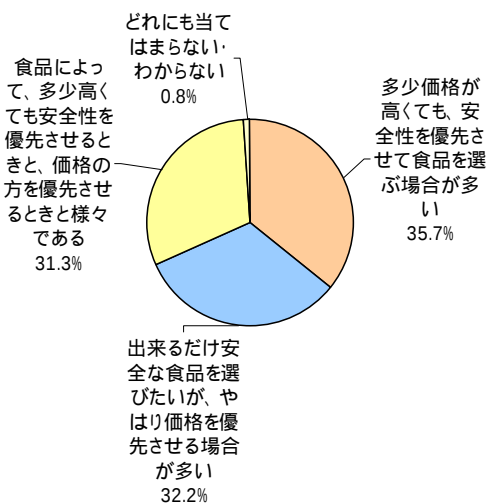
「安全性」と「価格」の優先順位

【全体(n=1496)】



「安全性」と「価格」の優先順位

【「安全性が高い食品なら多少価格が高いのは当然」、「安全性が高い食品なら多少価格が高いのは仕方ない」と回答した人(n=915)】



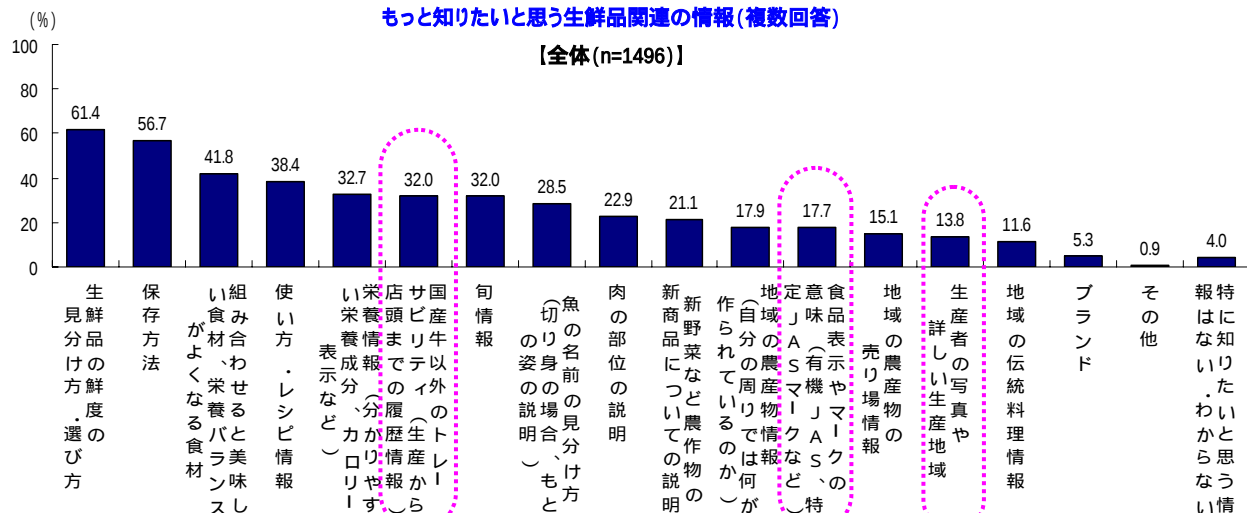
生鮮食品の「トレーサビリティ」について情報ニーズを感じるのは、32.0%

一番ほしいのは「鮮度の見分け方・選び方」「保存方法」。安全性に関連する情報ニーズは低い結果に

生鮮食品について知りたいと思う情報を聞いたところ、50%を超えたのは、「鮮度の見分け方・選び方」「保存方法」。「トレーサビリティ（すでに義務化されている国産牛以外）」は32.0%、「食品表示やマークの意味」は17.7%、よくスーパーの店頭などで見かける「生産者の写真や詳しい生産地情報」は13.8%と、情報ニーズが高いとはいえなかった。今年は食品関係の事件、不祥事が続き、不安感がとても高いにもかかわらず、「それぞれの商品について安全性を確かめる情報」についてのニーズはそれほど高くない。

もっと知りたいと思う生鮮品関連の情報(複数回答)

【全体(n=1496)】



Press Release

【回答者のプロフィール】 すべて女性

平均年齢：40.17 歳

年代：20 代 9.2%、30 代 44.8%、40 代 30.1%、50 代 12.0%、60 代以上 3.9%

ライフステージ：未婚 13.0%、子供なし 22.5%、末子が小学生未満 25.9%、末子が小学生 14.8%
末子が中高生 9.0%、末子が高校卒業以上 11.1%、末子が独立（別居）3.7%

職業：専業主婦 57.5%、パート・アルバイト 17.2%、フルタイム勤務 18.0%、その他 7.3%

【調査データ概要】

調査方法：サンケイリビング新聞が運営する女性向けウェブサイト『えるこみ』のユーザーを対象とした WEB アンケート

調査期間：2007 年 8 月 30 日～9 月 9 日

回答者：女性 1496 人

調査実施：リビングくらしHOW研究所、アイ・マーケティングアドバンス株式会社

首都圏発行のリビング新聞（11/3 号）では、「食の安全」を特集します。

このごろ多発している、食品の偽装表示事件のニュースに、食の安全に対するミセスの疑問や不安が増す一方。“安全な食品を食べたい！” “食品表示は信じられるの？”

9 月に行ったアンケートから浮かび上がった疑問について農林水産省や研究者に聞く。

- Q 1 . ウソの食品表示はどうしてなくなるしないの？
- Q 2 . トレーサビリティーを取り入れている食品は安全？
- Q 3 . 食の安全を守るため、私たちにできることは？
- Q 4 . スーパーでは食の安全を守る対策をしているの？

アンケートの結果からは、「トレーサビリティーの必要性は感じない」人は 4.8%と、わずかであるにもかかわらず、食品の履歴を調べたことがないミセスが多数。読者を代表して、2 人のミセスに実際に食品表示から生産者をたどってもらうなど、その様子も掲載。

（リビング東京西・南・中央・東京 Bay、東京リビングの 5 版は 11/24 号に掲載予定）

<リビング新聞とは> <http://tokyoliving.jp/>

主婦をターゲットとする生活情報紙

地域に密着した情報を満載し、読者の生の声と、彼女たちが収集した情報を中心に作られています

紙面体裁：タブロイド判 4 色カラー 13 段組み（1 部モノクロあり）

発行日・配布日：毎週土曜日付 木・金曜日配布

発行部数：仙台から鹿児島まで全国 60 エリアで、毎週約 905 万部を発行