



FMRIC

Food Marketing Research & Information Center

社団法人 食品需給研究センター

「食品の情報開示に対する消費者のニーズと行動 に関する調査」結果概要

社団法人 食品需給研究センター

〒114-0024

東京都北区西ヶ原1-26-3 農業技術会館

TEL (03)5567-1993 FAX (03)5567-1934



本調査の目的と調査方法

本調査の目的は以下の2点である

- ①食品の生産履歴等の情報開示に関わる消費者のニーズや行動の実態を把握すること【スライド2-12】
- ②消費者の属性・経験等と、情報開示に関わるニーズや行動の関係を分析すること【スライド13-17】

調査の概要は以下の表を参照

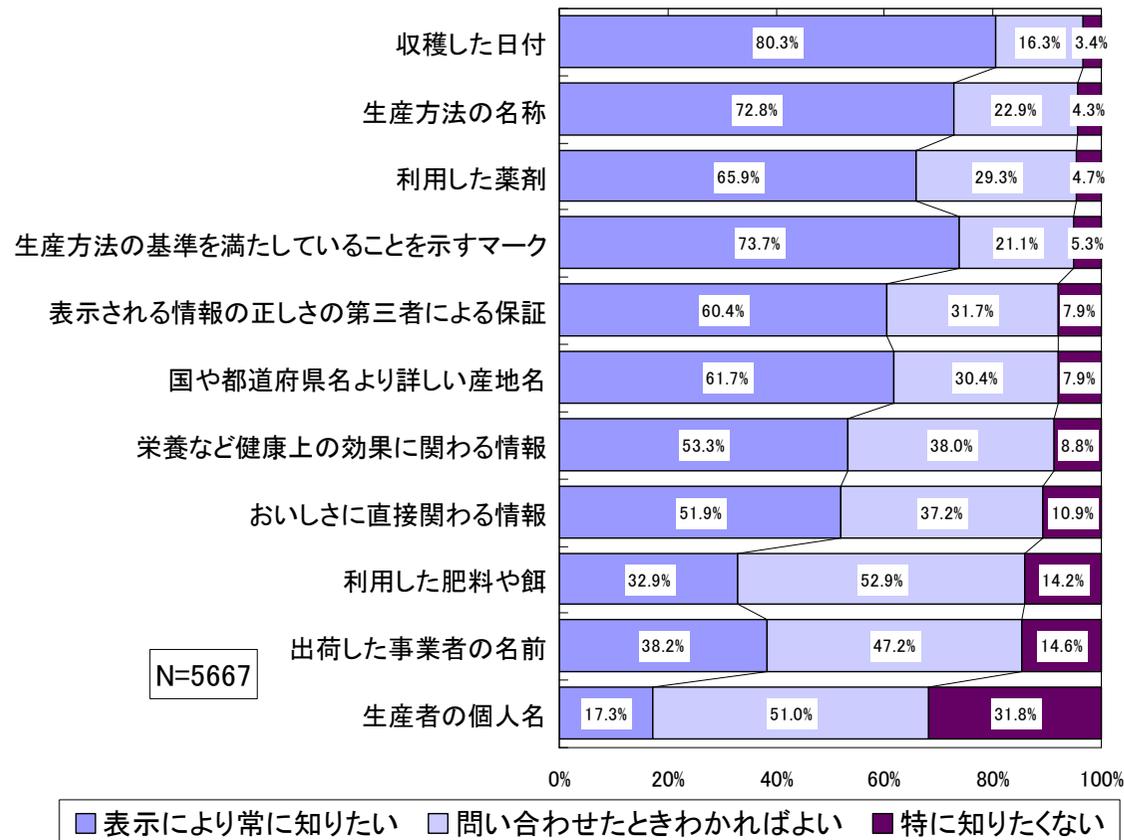
調査対象	(株)マイボイス 登録会員
調査方法	インターネット調査
回答数	7008人 女性:49.7% 男性:50.3% 20歳代:25.6% 30歳代:23.8% 40歳代:23.6% 50歳代:27.0%
調査期間	2006年3月20日～24日

消費者は、ロット単位で異なる履歴情報も知りたいと答える

Q5. あなたは購入しようとする生鮮食品について、以下の情報について知りたいと思いますか。

母集団：買物習慣のある人のみ

生鮮食品を購入する際に知りたい情報



ロットとは、ほぼ同一の条件下において生産された原料・半製品・製品のまとまりのこと。

「食品トレーサビリティシステム導入の手引き」H19.3

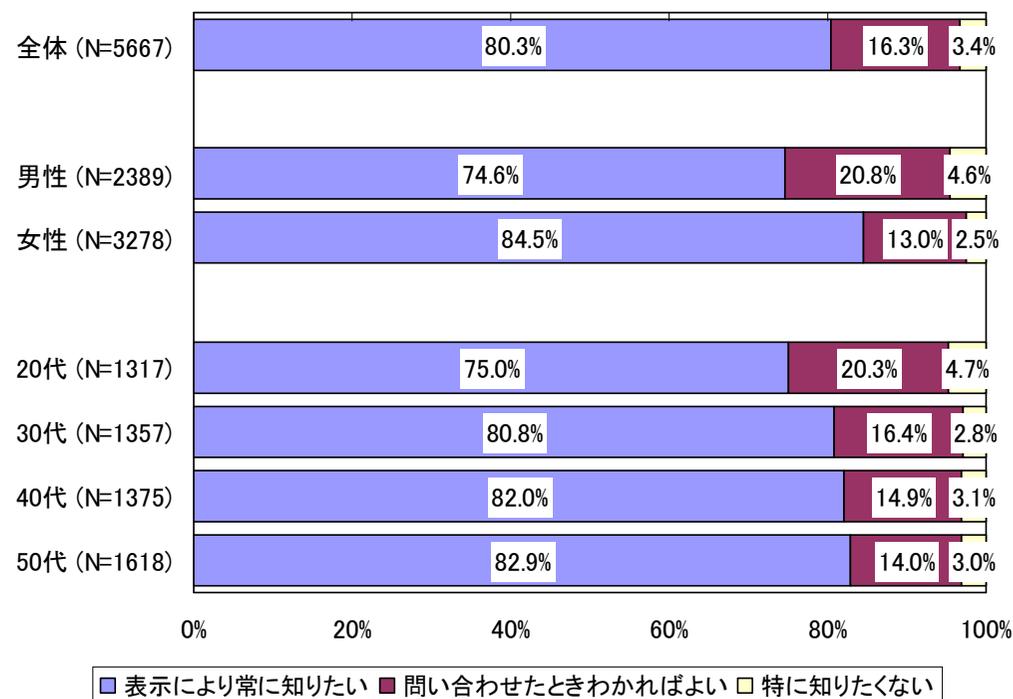
年齢階層が上がるにつれて、「収穫した日付」を表示により知りたいと回答した人が多くなる

Q5. あなたは購入しようとする生鮮食品について、以下の情報について知りたいと思いますか。

⑥「収穫した日付」

【性別・年齢階層別】 母集団：買物習慣のある人

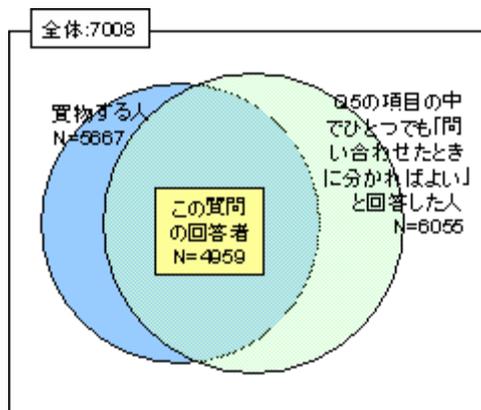
性別・年齢階層別「収穫した日付」を知りたい人の割合



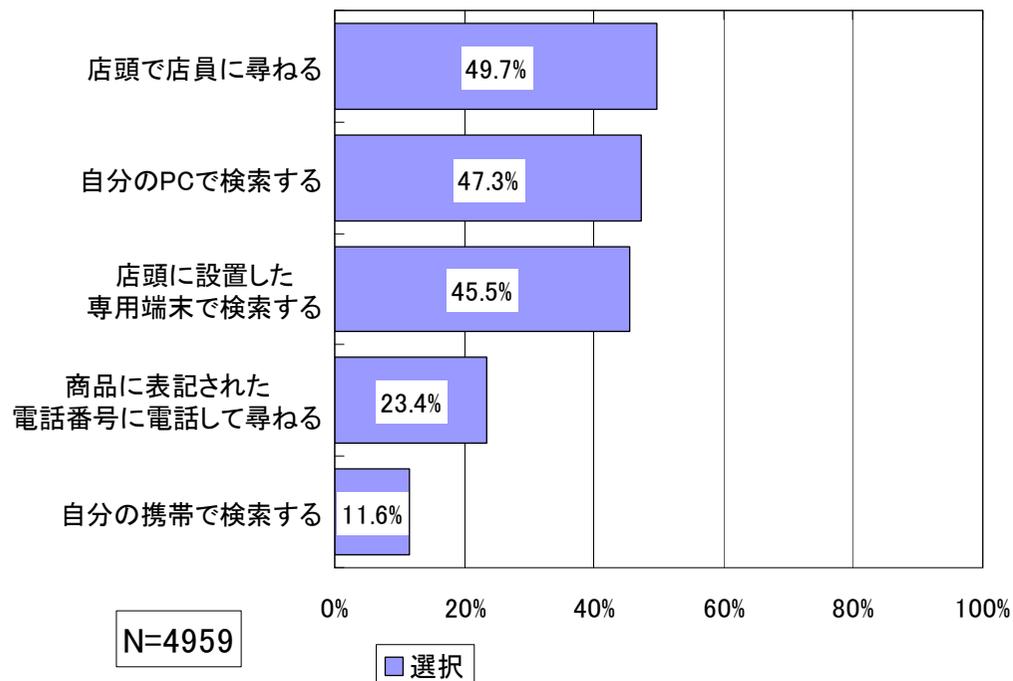
情報を調べる方法として、「店員に尋ねる」、「PCで検索」、「専用端末で検索」が好まれる

Q6. [Q5]で「問い合わせたとき分かればよい」とした情報についてお尋ねします。問い合わせる方法としてどのような方法を望みますか。

母集団：買物習慣のある人



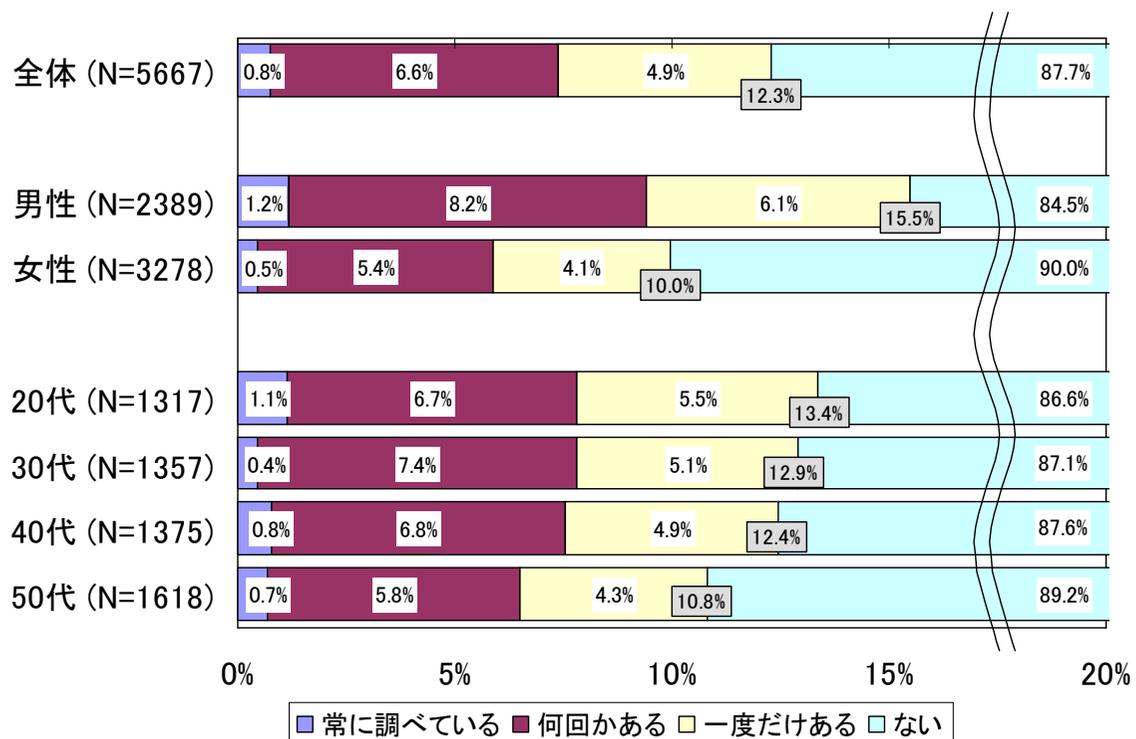
情報を調べる方法の選好



買物をする人のうち、12.3%の人が国産牛肉の生産履歴を調べた経験がある

Q7.あなたは、商品に表示された個体識別番号により、牛の生産履歴を調べたことがありますか。
【性別・年齢階層別】母集団：買物習慣のある人

性別・年齢階層別 国産牛肉の生産履歴情報を調べた経験



※ 内の数字は、一度でも調べたことがある人の割合
※ グラフの最大値が20%であることに注意されたい

報告書：3-3 (1) 参照

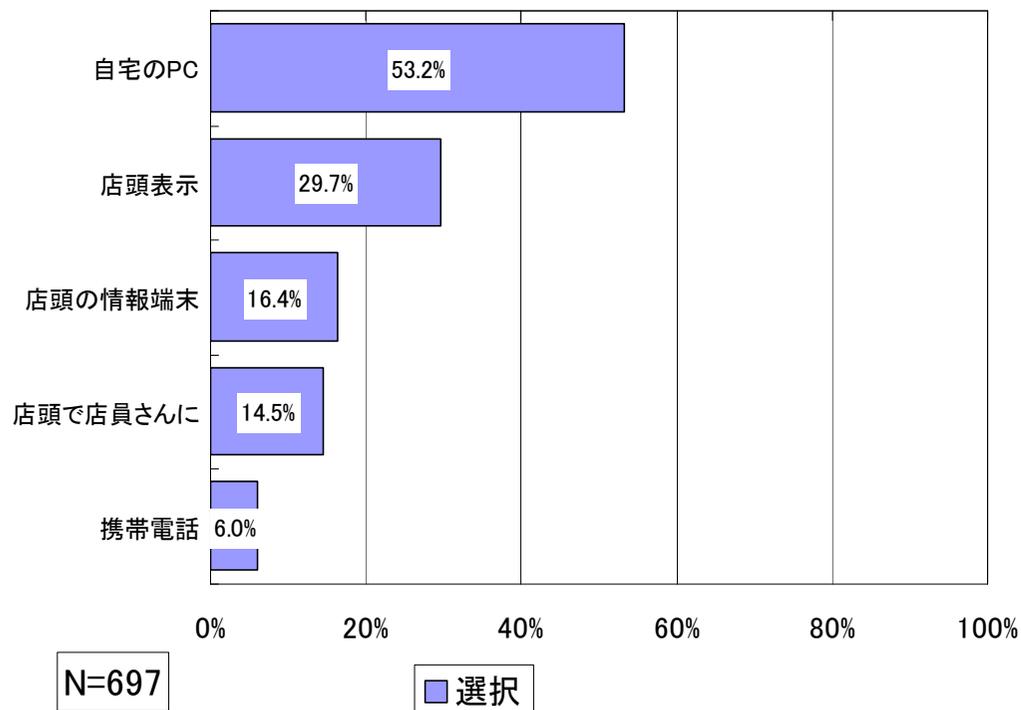
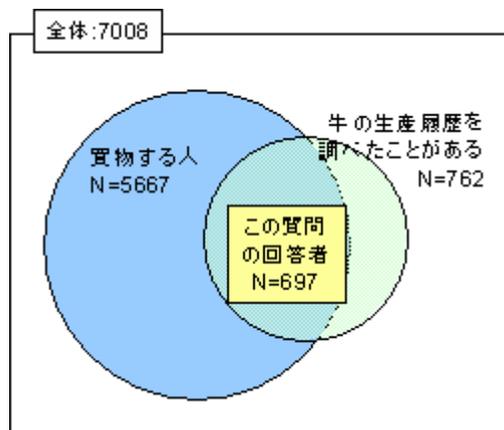


半数以上の人がPCを用いて履歴情報を調べている

Q7-2. それはどのような方法でしたか。(複数選択)

母集団：買物習慣のある人×Q7で調べたことがある人

国産牛肉の生産履歴情報を調べた方法

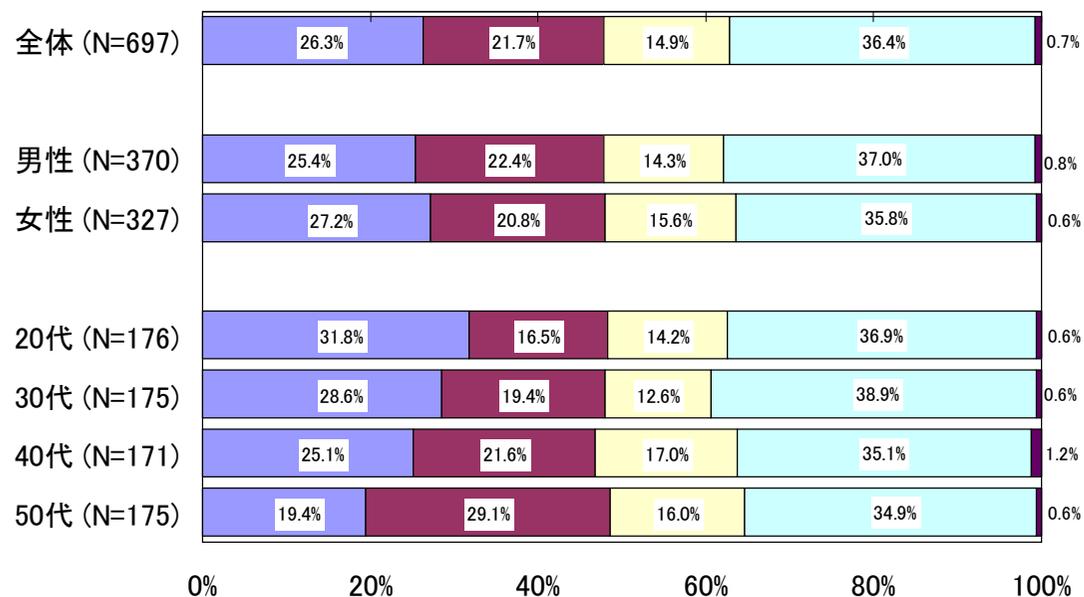
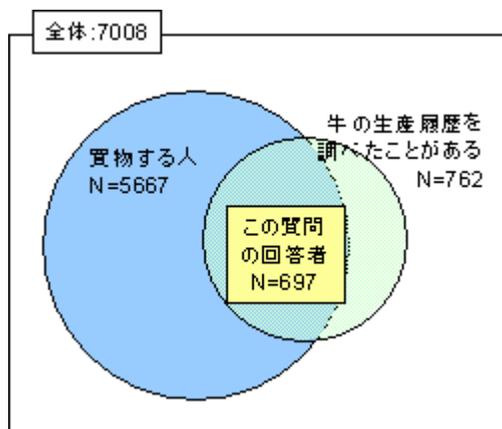


年齢階層が上がるにつれて「産地・銘柄」などの信憑性を気にする傾向がある

Q7-3.調べた動機は何ですか。

【性別・年齢階層別】母集団：買物習慣のある人×Q7で調べたことがある人

性別・年齢階層別 国産牛肉の生産履歴情報を調べた動機



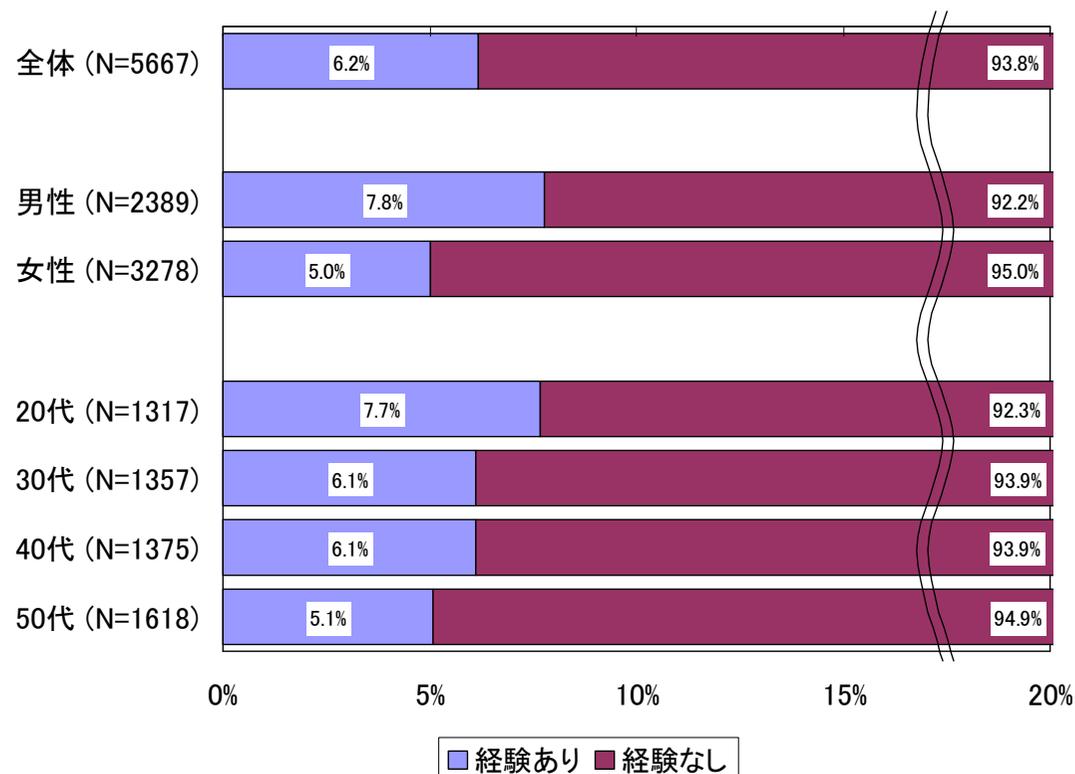
■ 安全性を確かめたかったから
 ■ 産地・銘柄など表示の信憑性を確かめたかったから
■ 牛肉の生産履歴について理解を深めたかったから
 ■ 一度試してみたかったから
■ その他

報告書: 3-3 (4) 参照

12.3%の人が国産牛肉の生産履歴を調べたのに対して、それ以外の食品に関しては、6.2%と約半数

Q8.国産牛肉以外の生鮮食品について、インターネットや店頭端末等から問い合わせた生産履歴を調べた経験はありますか。
【性別・年齢階層別】 母集団：買物習慣のある人

性別・年齢階層別 国産牛肉以外の生産履歴情報を調べた経験



※グラフの最大値が20%であることに注意されたい

報告書：3-4 (1) 参照

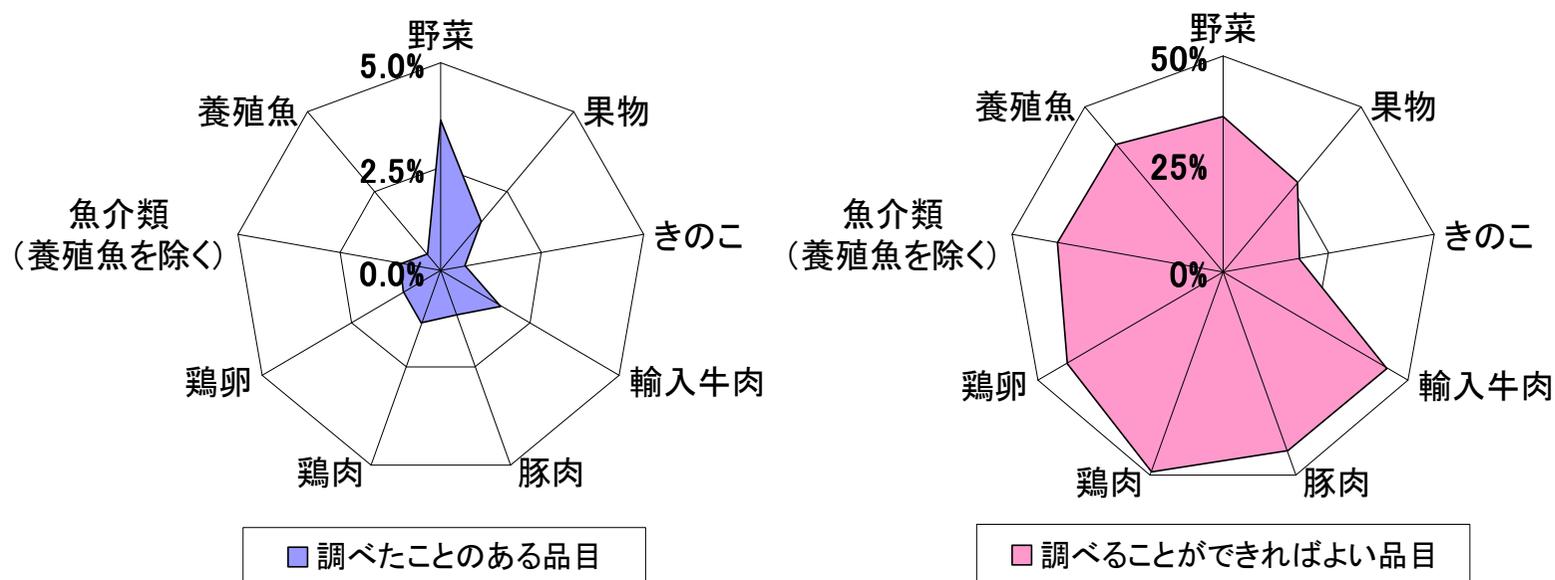
畜産物や水産物の生産履歴は調べられていないが、その情報開示に対するニーズは青果より高い

Q8sq. 調べたことのある、その品目は何ですか。(複数回答可)

Q9sq. 調べられたらよいと思う、その品目は何ですか。(複数回答可)

母集団: 買物習慣のある人

「調べた経験のある品目」と「調べられたらよいと思う品目」の比較



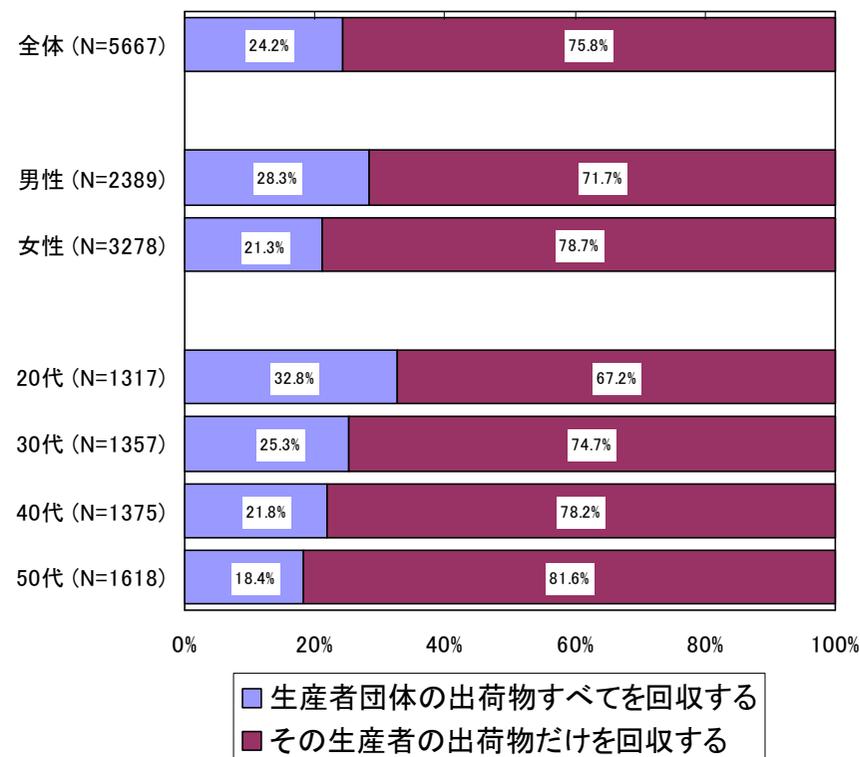
※ 軸の単位に注意
Q8は最大値5%なのに対して、Q9は最大値50%である

問題発生の場合、75.8%の人が対象を絞り込んだ回収に理解を示す。また、女性・年齢階層の上の方が、その傾向が強い。

Q11.ある生産者団体(農協等)において、すでに出荷した農作物のうち、一部の生産者の農薬使用回数が、法律の基準をやや超えていたことが分かったと仮定します。ただし同時に、その他の生産者にはそのような問題がないことが判明したとします。この場合、生産者団体はどう対処すべきだと思いますか。

【性別・年齢階層別】 母集団:買物習慣のある人

法律基準を超える農薬使用があった際の対応

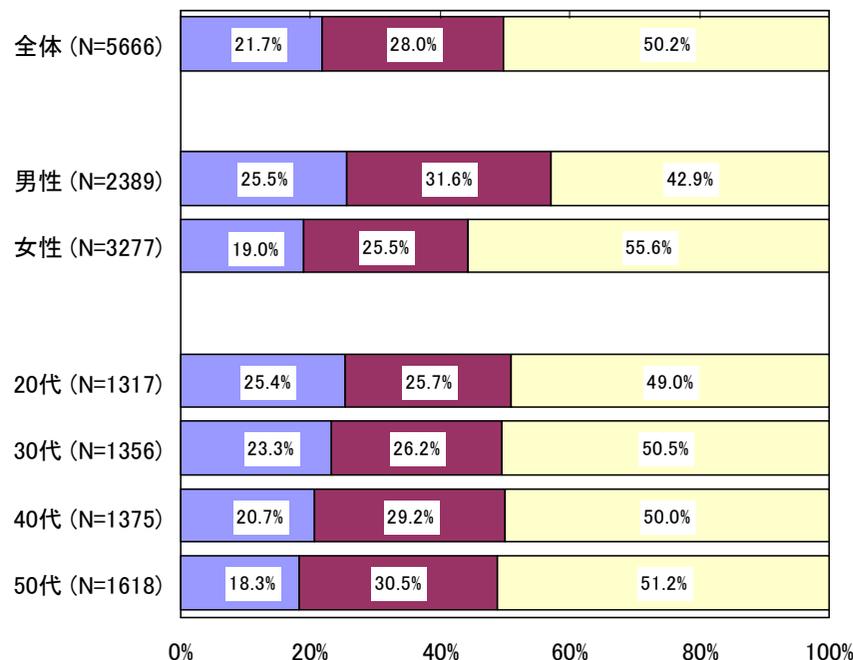


表示ミスの場合、女性の方が、また年齢階層の上の方が回収措置よりも表示是正による販売に理解を示す傾向がある

Q12. ある精肉のパッケージセンター(小分け・包装業者)において、ある日ラベル印刷機の調子が悪かったために、すでに出荷した商品の一部に、産地表示が印刷されていないものが含まれていることが判明したと仮定します。この場合、パッケージセンターはどう対処すべきだと思いますか。

【性別・年齢階層別】 母集団:買物習慣のある人

産地表示印刷の欠落があった際の対応



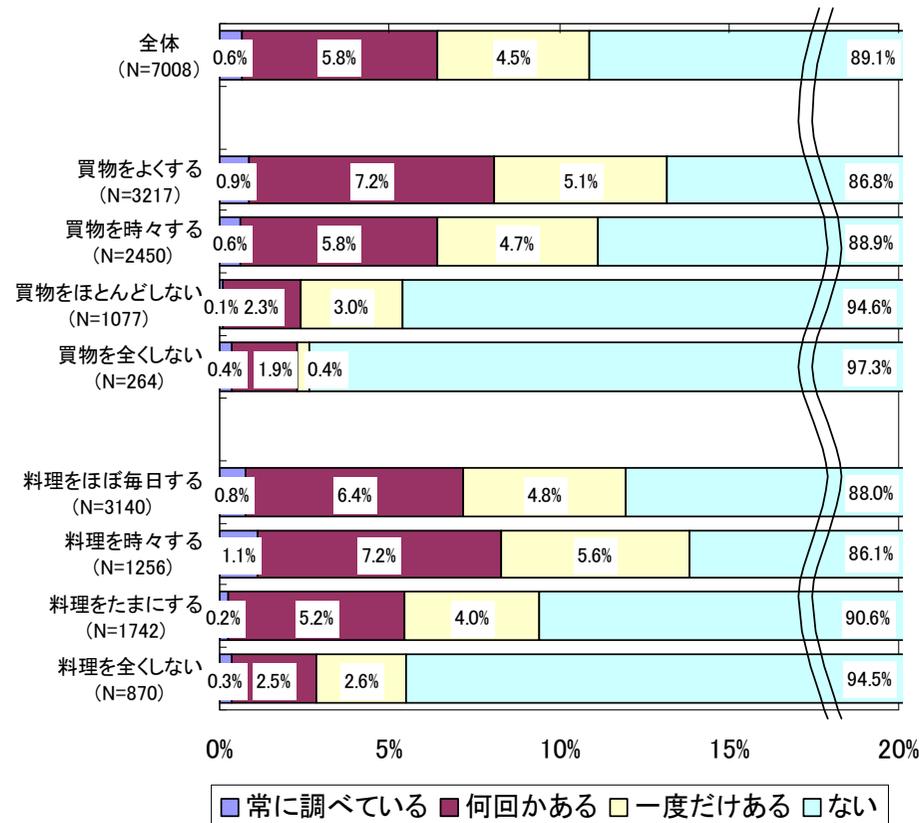
- その日出荷した商品すべてを回収する
- 産地表示が欠落した商品のみを回収する
- 小売店に産地表示ラベルを提供し、貼り付けしてもらう。回収はしない

買物・料理頻度が高い人ほど、生産履歴を調べる傾向がある。

Q7. あなたは、商品に表示された個体識別番号により、牛の生産履歴を調べたことがありますか。

【買物・料理習慣別】

買物・料理習慣別 国産牛肉の生産履歴情報を調べた経験



※「料理をほぼ毎日する人」が低いのは、その8割が女性であるから

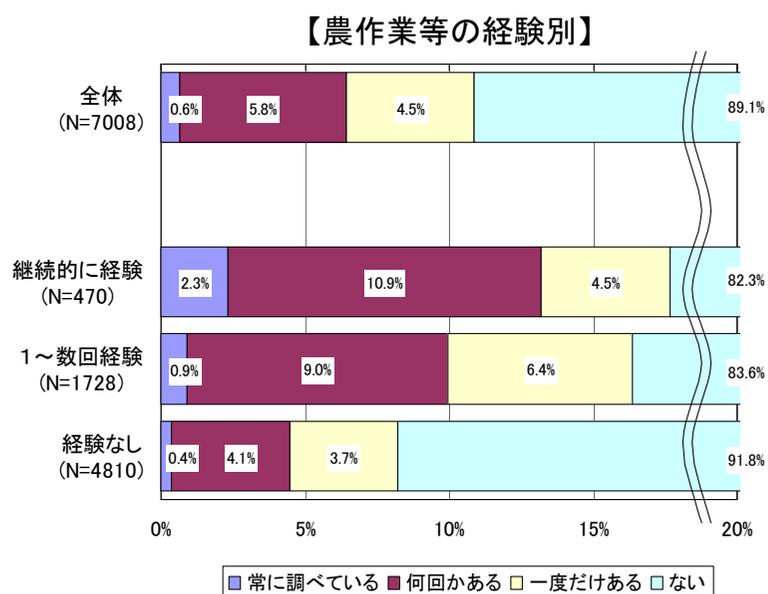
※グラフの最大値が20%であることに注意されたい

農作業経験、食品関係の就業経験ある人はともに、生産履歴を調べる傾向がある

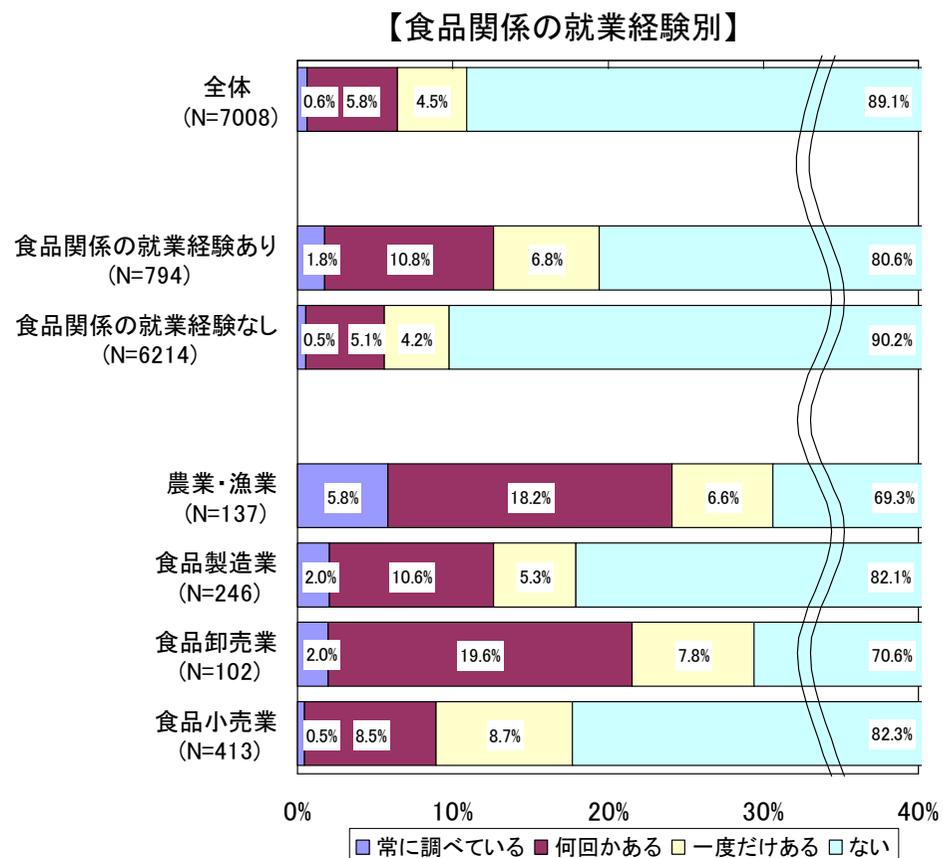
Q7. あなたは、商品に表示された個体識別番号により、牛の生産履歴を調べたことがありますか。

【農作業等の経験別】+【食品関係の就業経験別】

国産牛肉の生産履歴情報を調べた経験



※グラフの最大値が20%であることに注意されたい



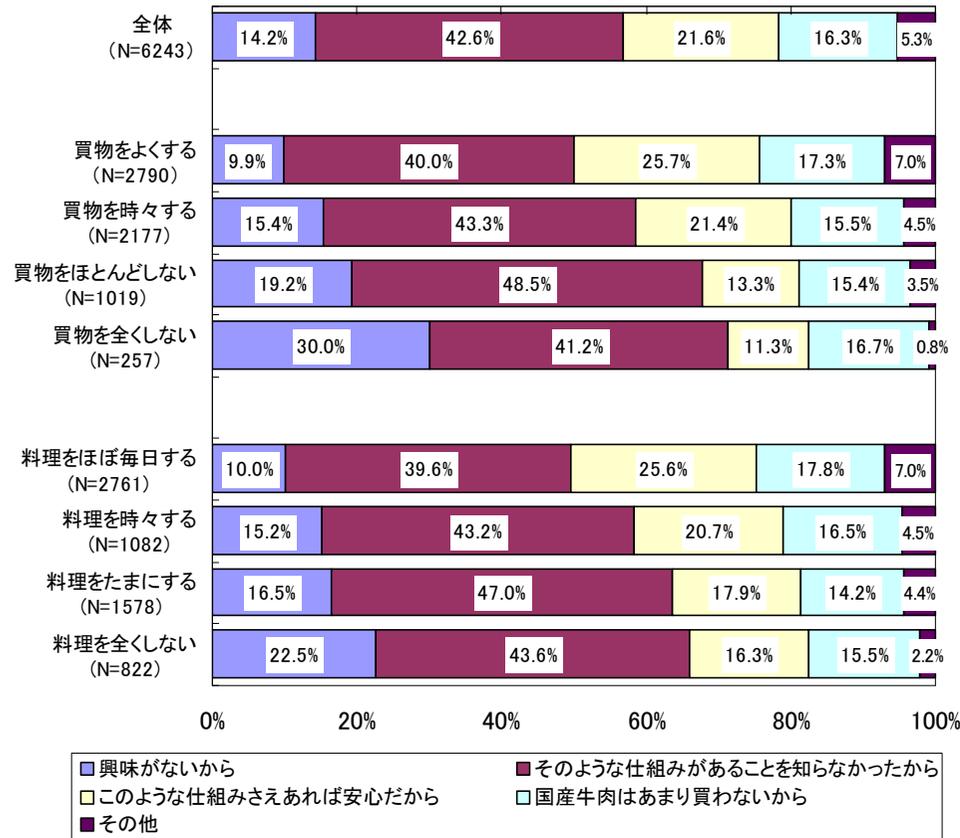
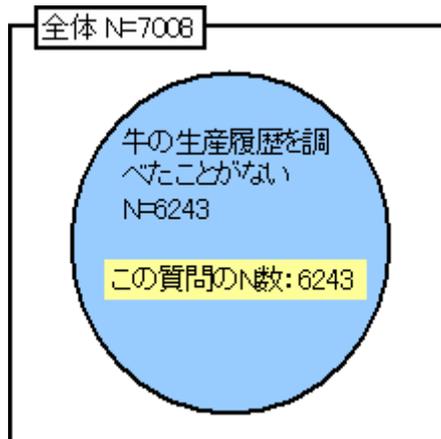
報告書: 4-2 (1) 参照

生産履歴を調べたことがない人の中では、買物や料理の頻度が高いほど、情報開示されている状態から安心感を得ている人が多い

Q7-1.牛の生産履歴を調べたことがない理由は何ですか。

【買物・料理習慣別】 母集団：牛の生産履歴を調べたことがない人のみ

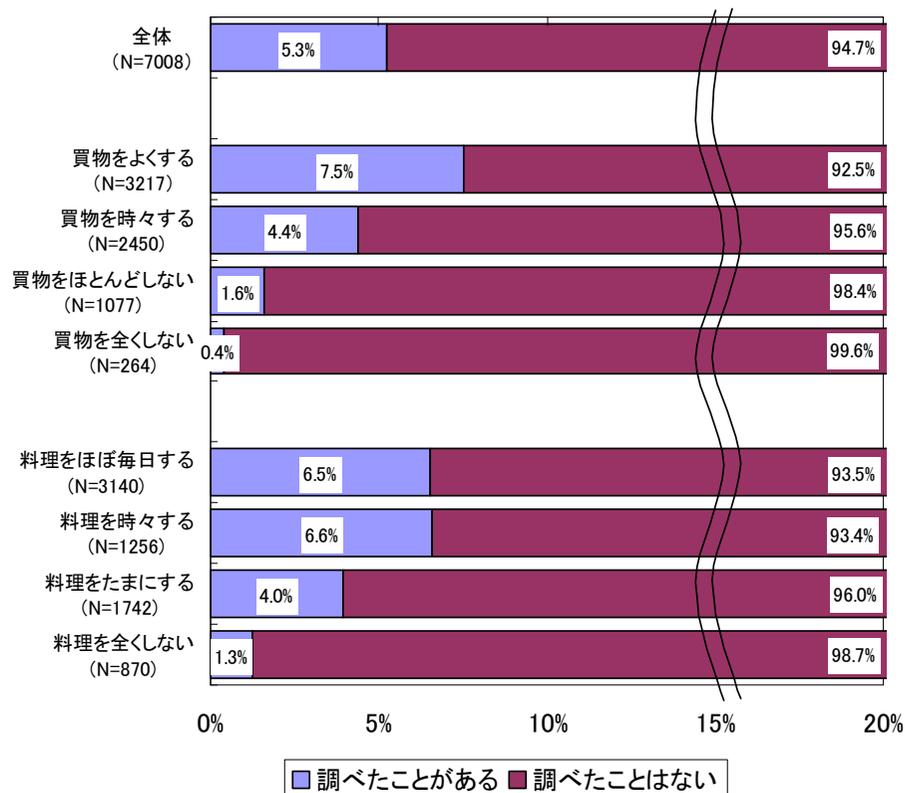
買物・料理習慣別 国産牛肉の生産履歴情報を調べなかった理由



買物・料理をする頻度が高いほど、生鮮食品の生産履歴を調べる傾向がある

Q8. 国産牛肉以外の生鮮食品について、インターネットや店頭端末などから問い合わせして生産履歴を調べた経験がありますか。
【買物・料理習慣別】

買物・料理習慣別 国産牛肉以外の生鮮食品の履歴情報を調べた経験



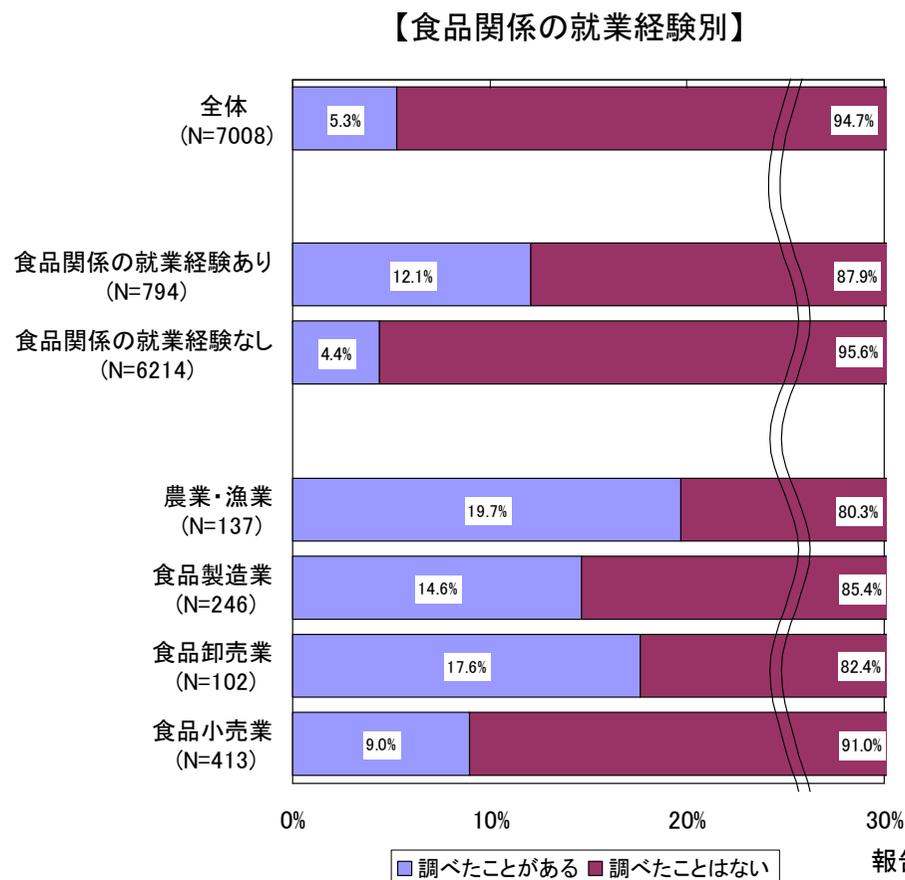
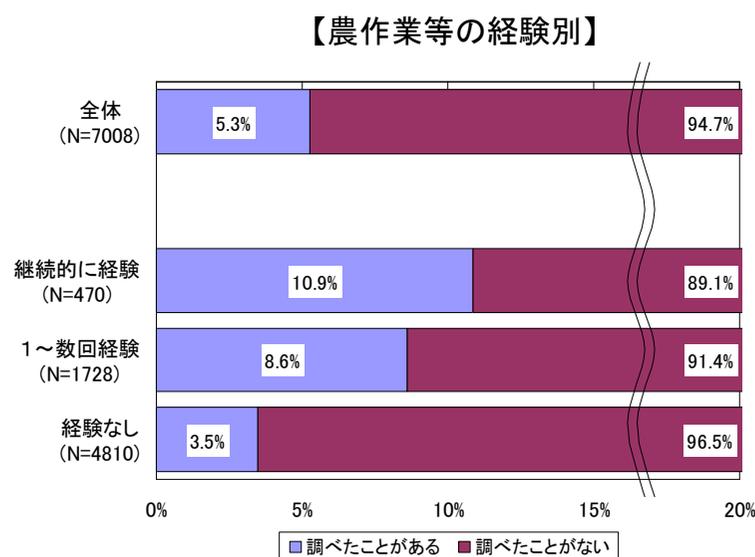
※グラフの最大値が20%であることに注意されたい

報告書: 4-2 (4) 参照

農作業の経験・食品関係の就業経験ある人はともに、生産履歴を調べる傾向がある

Q8. 国産牛肉以外の生鮮食品について、インターネットや店頭端末などから問い合わせた経験がありますか。
【農作業等の経験別】+【食品関係の就業経験別】

国産牛肉以外の生鮮食品の履歴情報を調べた経験



※グラフの最大値が20%であることに注意されたい

まとめ①

- 生産履歴を「知りたい」と答える人は非常に多い
- しかし、実際に調べる人は少数

1 消費者は、知りたいときに知ることができる状態になっていることを求めている

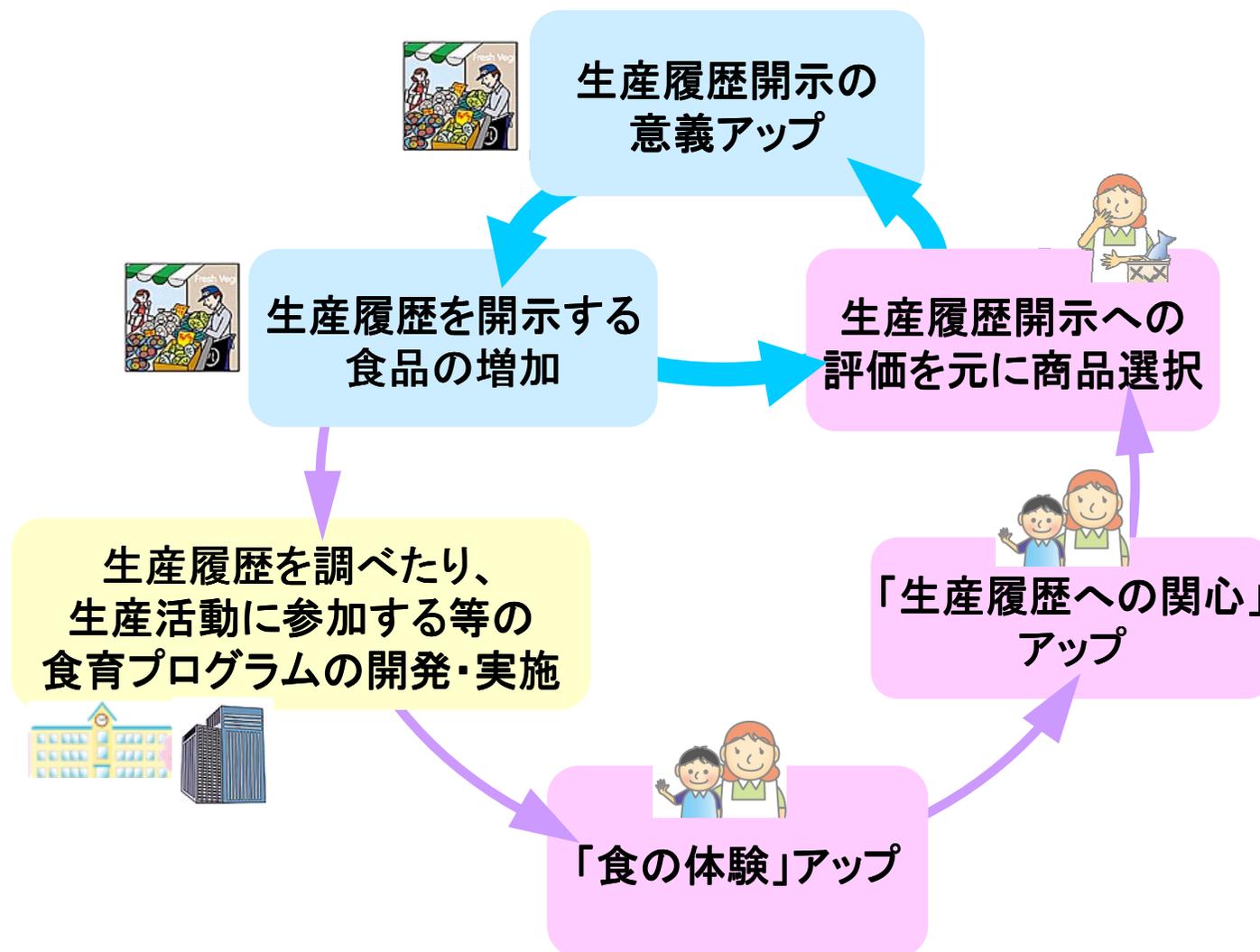
- 情報提供方法は、商品への表示、店頭での問い合わせ、PCでの検索を望む。しかし電話で問い合わせほどの手間はかけたくない

2 気軽な方法で知ることができる状態になっているのが望ましい

- 買物・料理の習慣を持っている人ほど、また農作業経験・食品関係の就業経験がある人ほど、生産履歴に関心を持ち、実際に調べる傾向がある

3 国民の「食の体験」を高めることが鍵
食育と生産履歴開示との好循環を形成できるとよい(次のスライドの図)

まとめ② 生産履歴開示により消費者の満足度を高める循環



平成18年度農林水産省

消費・安全局補助ユビキタス食の安全・安心システム開発事業

食品の情報開示へのニーズに関する消費者調査

平成18年11月 第1稿

実施主体：社団法人 食品需給研究センター

〒114-0024 東京都北区西ヶ原1-26-3

Tel (03)5567-1993 Fax (03)5567-1934

担当者：酒井純・白戸佑希子（調査研究部）

2011年8月の事務所移転に伴い、住所および電話・FAX番号が変わりました。
〒114-0024 東京都北区西ヶ原3-1-12 西ヶ原創美ハイツ2階
電話：03-5567-1991 FAX：03-5567-1960