

- 1．米の消費及び購入動向等について
- 2．食品に関する安心感・不安感について

目 次

平成17年度食料品消費モニター第3回定期調査の概要	1
調査結果の概要	
<u>テーマ 1．米の消費及び購入動向等について</u>	
1．家庭で炊飯したごはんの消費量の変化	2
1-2．消費量が増えた理由	2
1-3．消費量が減った理由	3
2．最近1週間の朝食・昼食・夕食におけるごはん食の回数	3
3．今後、家庭でのごはん食の回数をどのようにしたいか	4
4．米の価格が今より下がったら、家庭における米の購入量はどうか	5
4-2．米の購入数量が変わらない理由	5
5．最もよく利用する米の購入先（入手先）	6
5-2．米の購入方法	6
5-3．最近購入した米の値段	7
6．購入又は譲り受けた米の種類	8
6-2．購入又は譲り受けている米は特定の銘柄を決めているか	9
6-3．決めている米の品種、産地、年産	10
6-4．ブレンド米を購入（入手）している理由	10
7．購入している米の形態	11
8．米を購入（入手）する際、重要視すること	11
9．ブレンド米の販売価格がいくら程度であれば購入したいと思うか	12
10．付加価値のついた米を家庭で食べているか	13
10-2．家庭で食べている付加価値のついた米の種類	14
10-3．付加価値のついた米を食べる理由	15
11．新しい米粉製品の認知度	15
11-2．利用したことのある新しい米粉製品	16
12．買ってみたいと思う米や米製品の有無	16
13．どんな米や米製品に興味をひかれるか	16
<u>テーマ 2．食品に関する安心感・不安感について</u>	
14．食品について安心と感じているか、不安と感じているか	18
14-2．不安を感じる食品	19
集計表	21
最近における食料品消費モニター調査テーマ一覧表	62

平成17年度食料品消費モニター第3回定期調査の概要

1. テーマ

- (1) 米の消費及び購入動向等について
- (2) 食品に関する安心感・不安感について

2. 調査の目的

- (1) 米の消費及び購入動向等について

米の消費動向については、「食」の外部的な洋風化の進展をはじめとした消費者ニーズの多様化を背景に、米の消費量が減少傾向にあります。

一方で、望ましい食生活の実現を図るためには、米を中心とした食生活の健康面における有用性について理解を深め、米の消費拡大の取組を推進することが重要となっています。

本調査は、消費者における米の消費動向や意向を把握することにより、今後の食糧行政に活用するため実施しました。

- (2) 食品に関する安心感・不安感について

食品供給の各段階における消費者意識の状況について把握するため、実施しました。

3. 調査の方法等

- (1) 調査時期

平成18年3月

- (2) 調査対象者

食料品消費モニター（全国主要都市に在住する一般消費者）1,021名

- (3) 調査方法

郵送された調査票（質問用紙）にモニターが回答を記入、返送。

- (4) 調査票及び報告書作成担当課

米の消費及び購入動向等について（総合食料局食糧部計画課）

食品に関する安心感・不安感について（消費・安全局消費・安全政策課）

- (5) 回収状況

調査票配布者 1,021名

調査票回収者数 998名

調査票回収率 98.6%

- (6) 集計区分

（モニター年代別）20代 86名（8.6%）

30代 215名（21.5%）

40代 215名（21.5%）

50代 220名（22.0%）

60代 184名（18.4%）

70歳以上 78名（7.8%）

この他、地域別の集計を行った。

4. 報告書を読む際の注意事項

- (1) 集計表中、構成比（%）は、表章単位未満を四捨五入しているため、内訳の合計が100%にならない場合があります。

- (2) 本文中のグラフ及び集計表の構成比（%）欄中の記号は、以下のとおりです。

「-」：事実のないもの」

「0」：表章単位に満たないもの」

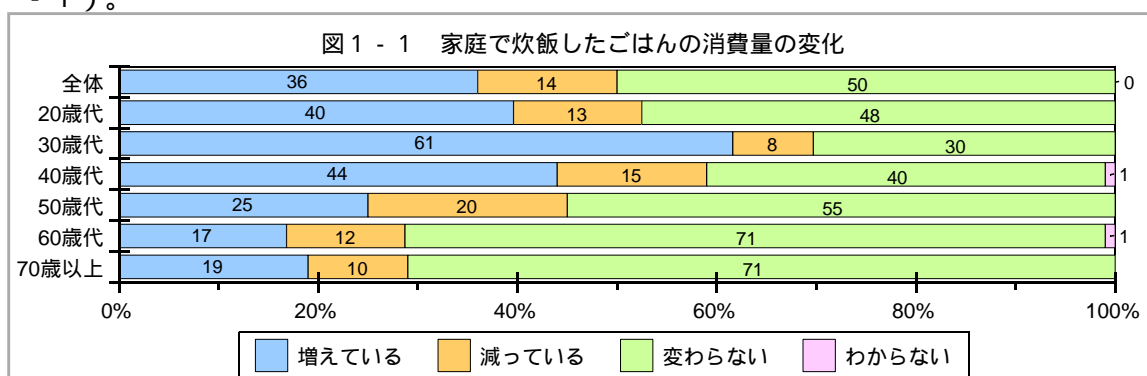
調査結果の概要

テーマ1．米の消費及び購入動向等について

1．家庭で炊飯したごはんの消費量の変化

ごはんの消費量は「変わらない」と回答した人が50%と最も多いが、「増えている」との回答も36%

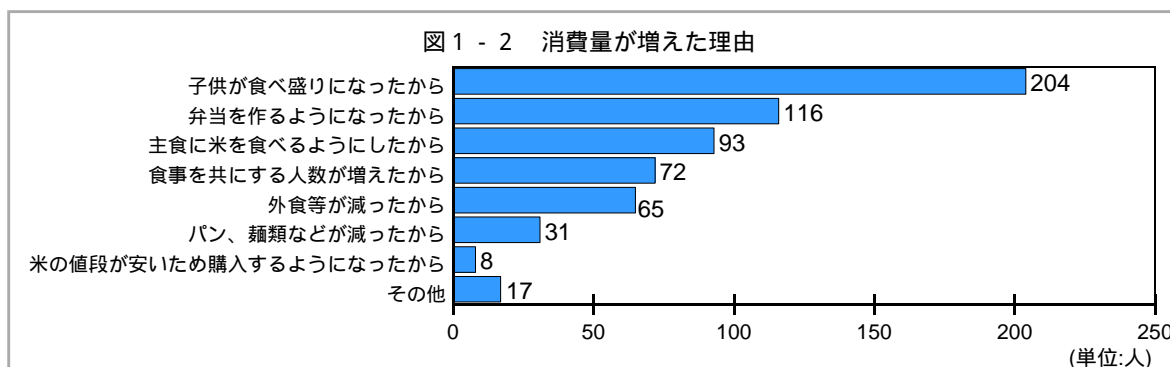
昨年の今頃と比べて、家庭で炊飯したごはんの消費量は変化したと思うか聞いたところ、全体では「変わらない」と回答した人の割合が最も多く50%であるが、30歳代、40歳代では「増えている」と回答した人の割合が多く、それぞれ61%、44%であった(図1-1)。



1-2．消費量が増えた理由

消費量が増えたのは、「子どもが食べ盛りになったから」と回答した人が最も多い

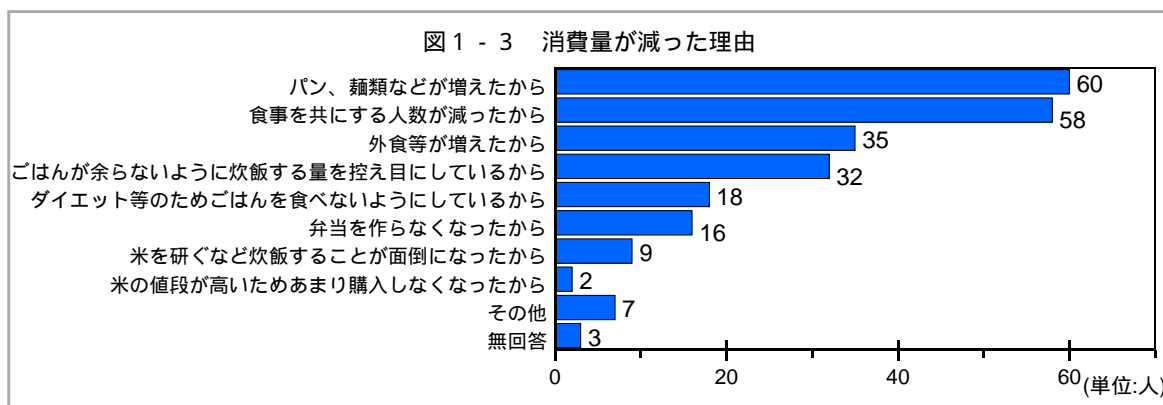
「1．家庭で炊飯したごはんの消費量の変化」で、「増えている」と回答した360人にその理由を聞いたところ(複数回答、該当事項をすべて選択)、「子どもが食べ盛りになったから」と回答した人が最も多く204人、次いで「弁当を作るようになったから」116人、「健康や栄養のバランスを考えて主食に米を食べるようにしたから」(図1-2中「主食に米を食べるようにしたから」と表記)93人、「食事を共にする人数が増えたから」72人、「外食をしたり、持ち帰り弁当等を利用することが減ったから」(図1-2中「外食等が減ったから」と表記)65人、「パン、麺類などが減ったから」31人、「米の値段が安いいため購入するようになったから」8人、「その他」17人であった(図1-2)。



1 - 3 . 消費量が減った理由

消費量が減ったのは、「パン、麺類などが増えたから」、「食事を共にする人数が減ったから」と回答した人が多い

「2. 家庭で炊飯したごはんの消費量の変化」で、「減っている」と回答した136人にその理由を聞いたところ（複数回答、該当事項をすべて選択）、「パン、麺類などが増えたから」が60人、「食事を共にする人数が減ったから」58人、「外食をしたり、持ち帰り弁当を利用することが増えたから」（図1-3中「外食等が増えたから」と表記）35人、「ごはんが余らないように炊飯する量を控え目にしているから」32人、「ダイエットや健康のため、ごはんを食べないようにしているから」（図1-3中「ダイエット等のためごはんを食べないようにしているから」と表記）18人、「弁当を作らなくなったから」16人、「米を研ぐなど炊飯することが面倒になったから」が9人、「その他」7人であった（図1-3）。

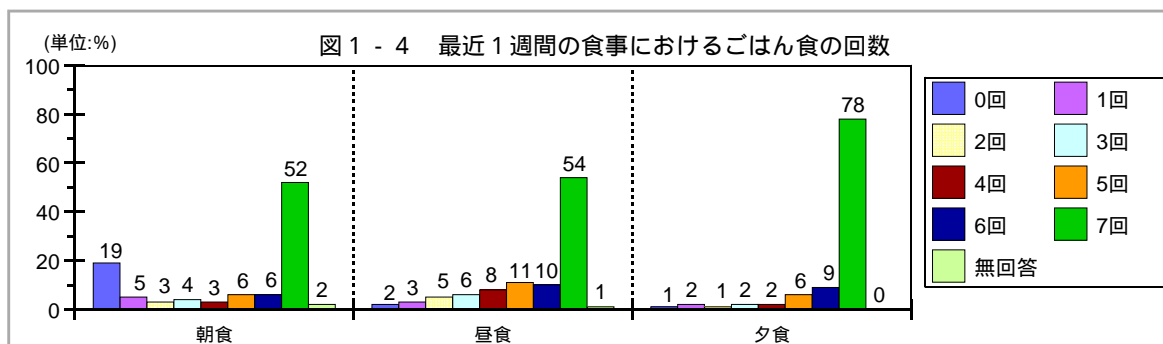


2 . 最近1週間の朝食・昼食・夕食におけるごはん食の回数

朝食・昼食・夕食ともに毎日ごはん食を摂る人が一番多いが、朝食は1回もごはん食を摂らなかった人が昼食、夕食より多い。

最近1週間の（月曜日～日曜日）朝食・昼食・夕食でごはんを何回食べたか、また、そのうち家庭食、外食及び中食は何回だったか聞いたところ、朝食・昼食・夕食とも7回ごはん食と回答した人の割合が多かった。

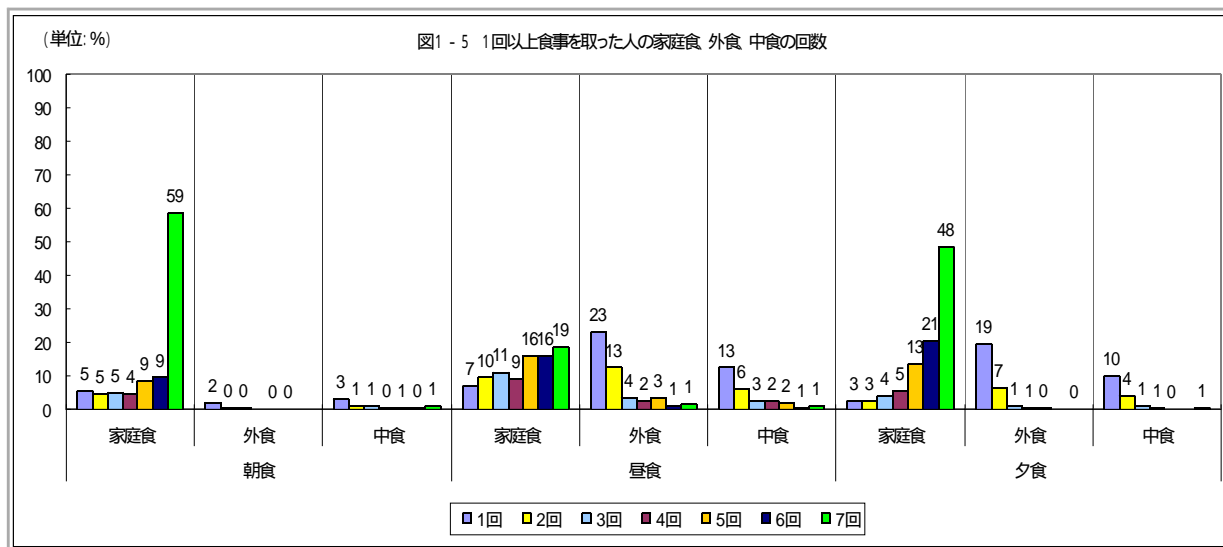
1回もごはん食を摂らなかった人の割合は朝食で19%と昼食の2%、夕食の1%を大きく上回っている（図1-4）。



朝・昼・夕それぞれの食事で1回以上ごはんを摂ったと回答した人（朝食793人、昼食967人、夕食987人）がどのような形でそのごはんを摂ったかについてみると、朝食は「家庭食」の割合が最も多かった。

昼食は朝食、夕食よりも「外食」、「中食」の割合が多くなっている。

夕食は朝食同様「家庭食」の割合が多くなっているが、「外食」も朝食と比べ高くなっており、1日の生活行動が現れた結果になっている（図1-5）。

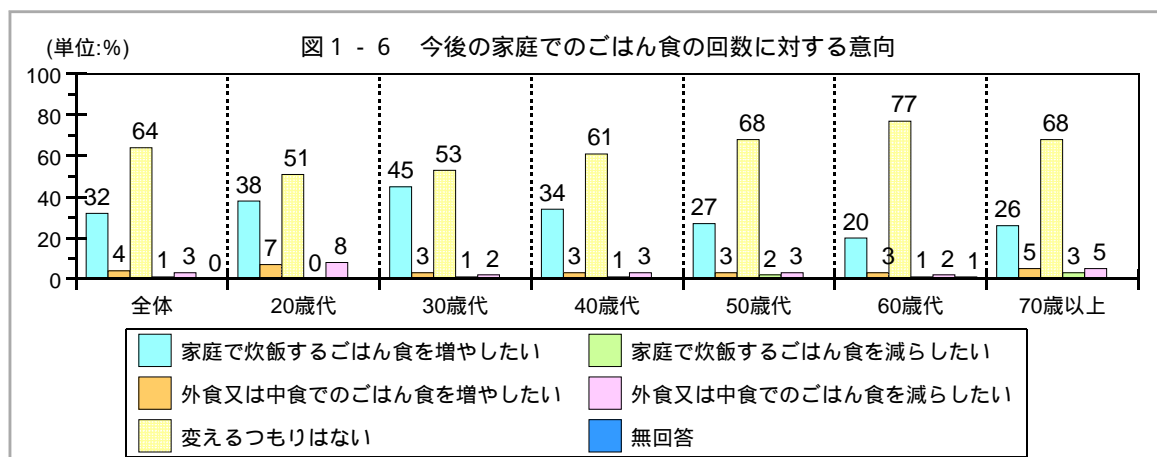


3. 今後、家庭でのごはん食の回数をどのようにしたいか

「変えるつもりはない」と回答した人が最も多く64%、「家庭で炊飯するごはんを増やしたい」も32%

今後家庭でのごはん食の回数はどのようにしたいと思うか聞いたところ（複数回答、該当事項をすべて選択）、「変えるつもりはない」と回答した人の割合が最も多く64%、次いで「家庭で炊飯するごはんを増やしたい」32%であった（図1-6）。

「家庭で炊飯するごはんを増やしたい」と回答した人の割合は、30歳代が45%と最も多かったが、この年代は、「1. 家庭で炊飯したごはんの消費量の変化」で消費量が増えたと回答した人の割合が最も多かった年代でもある。

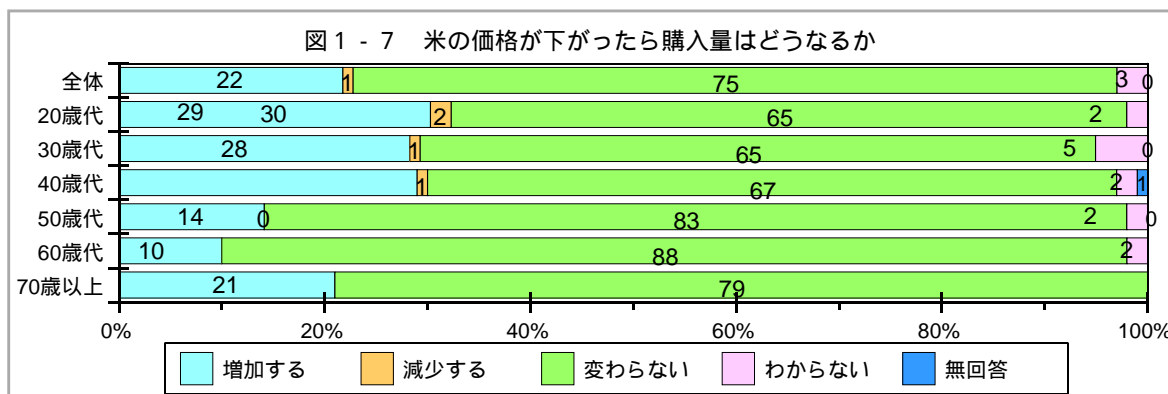


4. 米の価格が今より下がったら、家庭における米の購入量はどうか

「変わらない」と回答した人の割合が最も多いが、20歳代、30歳代、40歳代は「増加する」と答えた人の割合が30%前後

米の価格が今よりも安くなったら、家庭における米の購入量はどうか聞いたところ、「変わらない」と回答した人の割合が最も多く75%、「増加する」22%であり、「減少する」と回答した人の割合はごく僅かであった(図1-7)。

「増加する」と回答した人の割合が多かったのは、20歳代、30歳代、40歳代でそれぞれ30%、28%、29%であったが、この年代は、「1. 家庭で炊飯したごはんの消費量の変化」で消費量が増えたと回答した人の割合が多かった年代でもあり、ごはん食を増やしたい意向と購入量の変化についての考え方が一致している傾向が見られる。



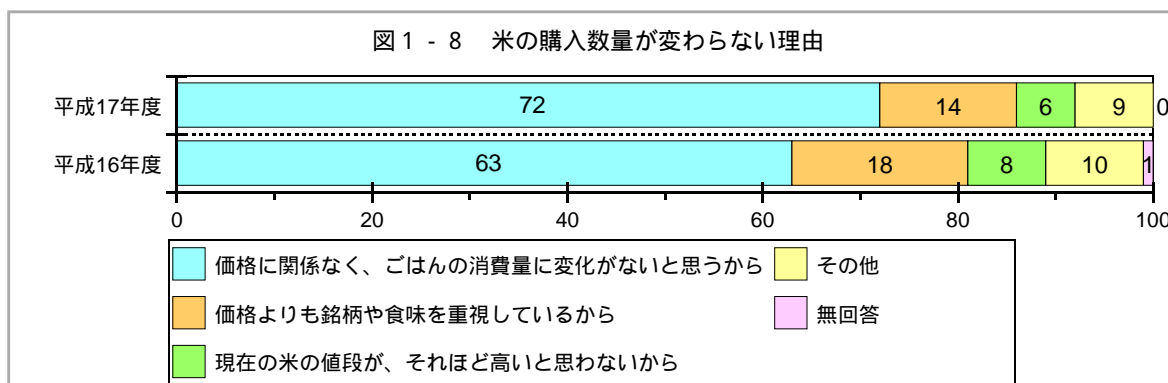
4-2. 米の購入数量が変わらない理由

「価格に関係なくごはんの消費量が変わらないと思うから」との回答が最も多い

「4. 米の価格が今より下がったら、家庭における購入量はどうか」で「変わらない」と回答した745人にその理由を聞いたところ、「価格に関係なく、ごはんの消費量は変化がないと思うから」と答えた人の割合が72%と最も多かった。

これは、前回(平成16年度:平成17年2月時。以下同じ)の調査と同様の結果であった(図1-8)。

「その他」と答えた人の回答内容は、「自分の家や親戚・実家等が作っているため無償でもらっているから」が多く、これも前回同様の結果であった。

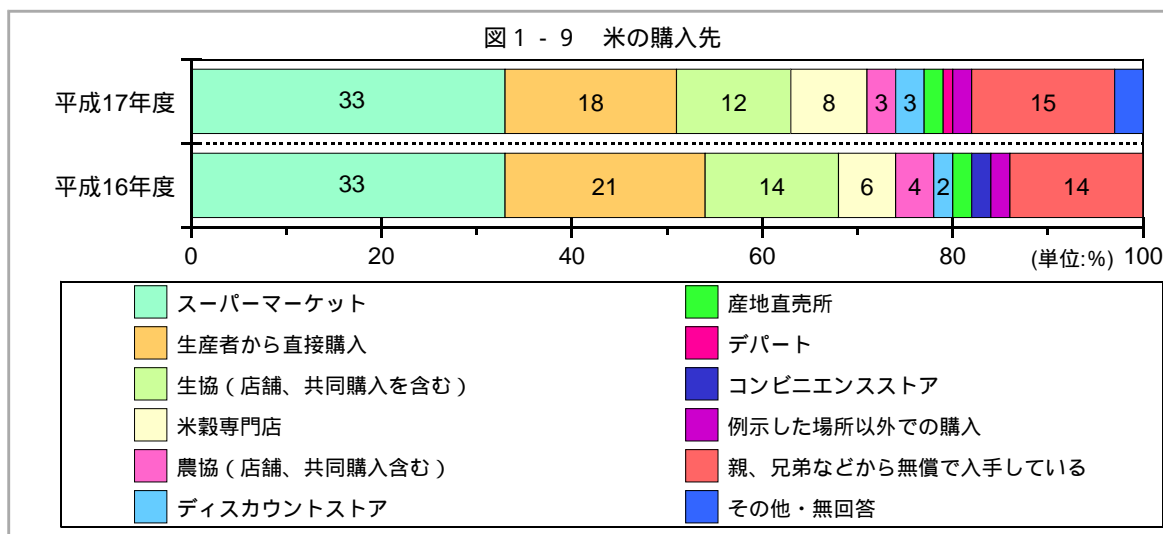


5. 最もよく利用する米の購入先（入手先）

「スーパーマーケットで購入する」との回答が最も多い

最もよく利用する米の購入（入手）先について聞いたところ、「スーパーマーケット（農協・生協の店舗を除く）」（図1-9中「スーパーマーケット」と表記）と回答した人の割合が最も多く33%、次いで「生産者から直接購入」18%、「親兄弟などから無償で入手している」15%、「生協（店舗、共同購入を含む）」12%、「米穀専門店」8%、「農協（店舗、共同購入を含む）」3%であった（図1-9）。

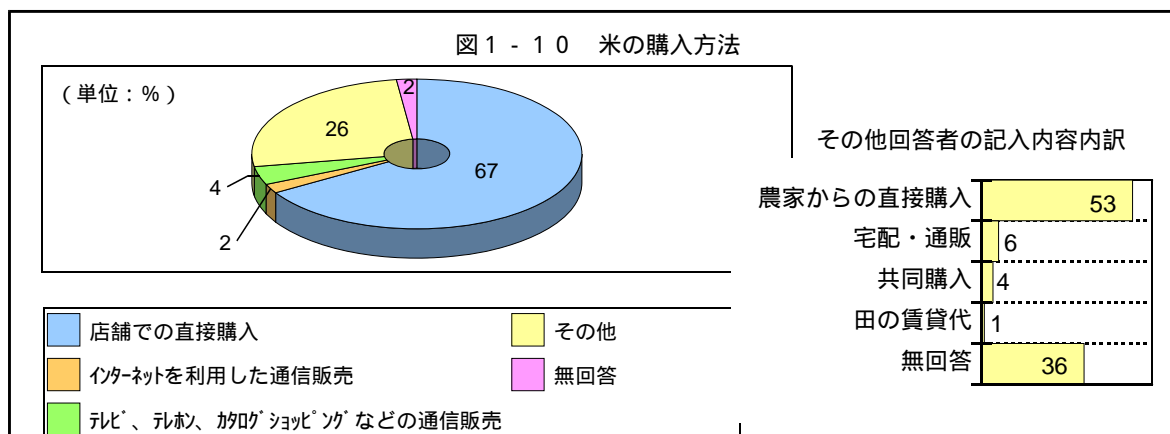
前回の調査結果と比べてみるとほぼ同じ結果となっている。



5-2. 米の購入方法

どの年代も「店舗での直接購入」が最も多いが、「テレビショッピング、テレホンショッピング、カタログショッピング」も利用している

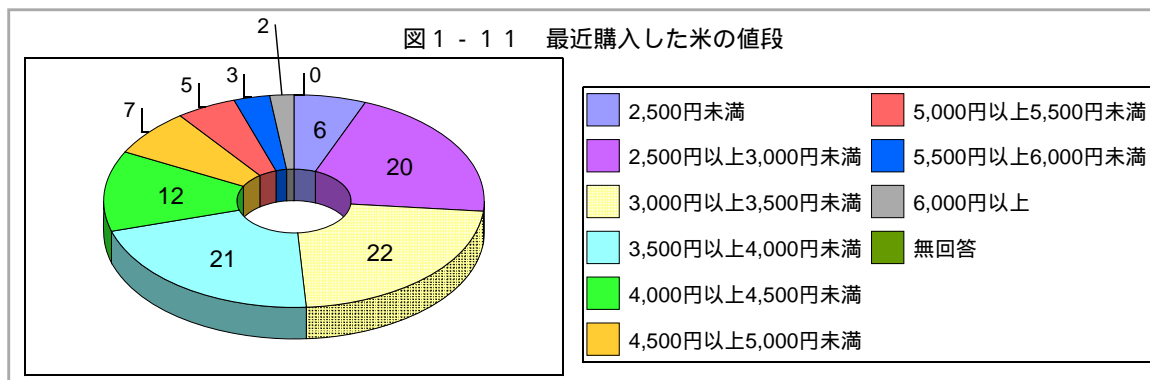
「5. 最もよく利用する米の購入先（入手先）」で「親兄弟などから無償で入手している」、「その他」と回答した人以外の人に、最近購入した米はどのような方法で購入したものを聞いたところ、すべての年代において「店舗での直接購入」と回答した人の割合が最も多かった（図1-10）。



5 - 3 . 最近購入した米の値段

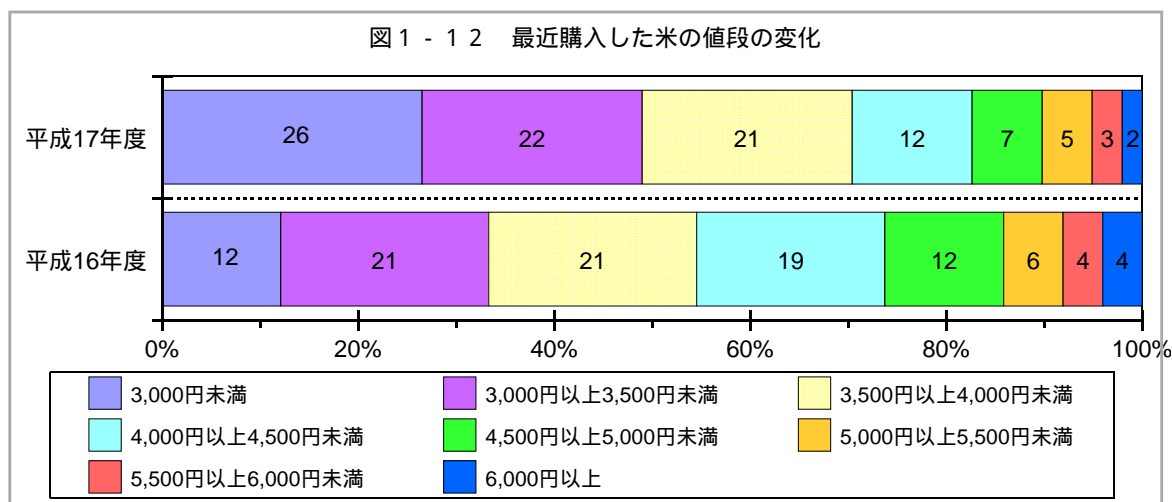
米の購入価格帯は下方へシフトしている

「5 . 最もよく利用する米の購入先（入手先）」で「親兄弟などから無償で入手している」、「その他」を選んだ人以外の人に、最近購入した米の値段（10kgあたりに換算、消費税込み）はいくらか聞いたところ、「3,000円以上3,500円未満」22%、「3,500円以上4,000円未満」21%、「2,500円以上3,000円未満」20%、「2,500円未満」12%、「4,000円以上4,500円未満」7%、「4,500円以上5,000円未満」5%、「5,000円以上5,500円未満」3%、「5,500円以上6,000円未満」2%、「6,000円以上」0%であった（図1 - 11）。

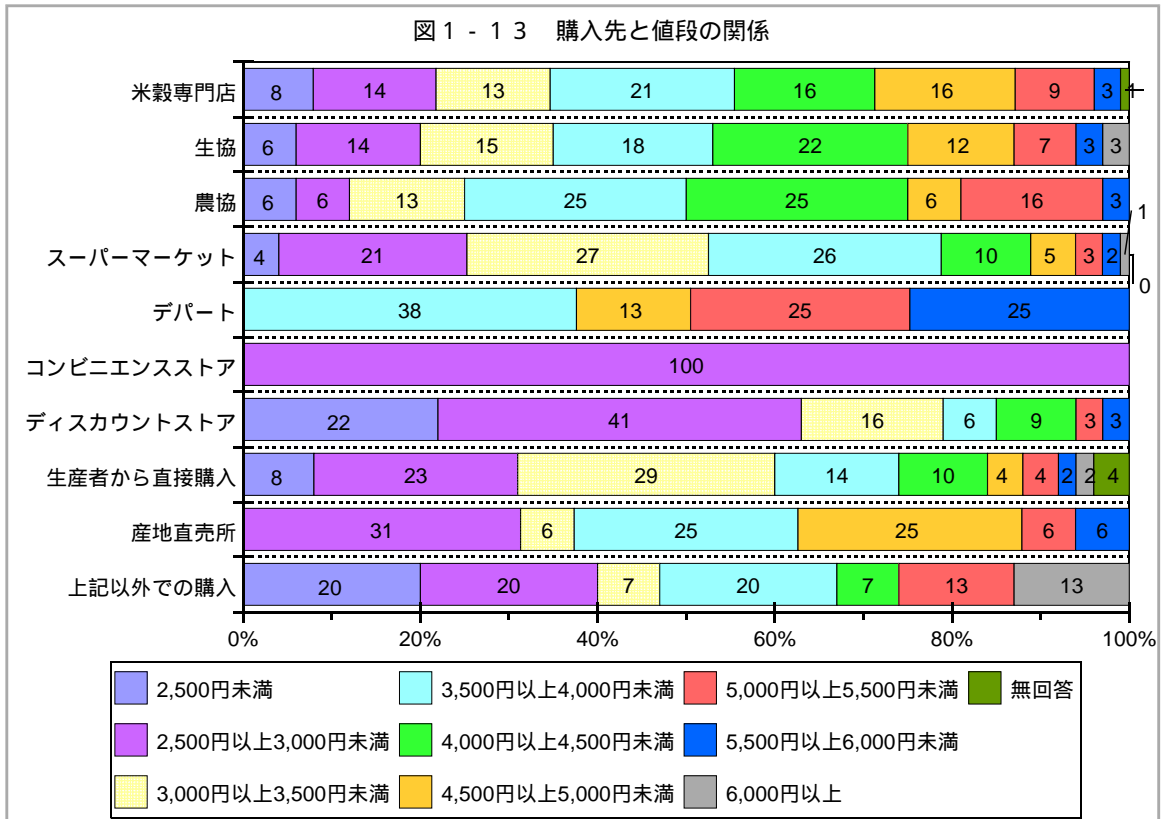


前回の調査結果と比べてみると、安い値段で購入する人が増えている（図1 - 12）。

なお、今回調査と前回調査では回答の設定価格帯が異なるため、図1 - 12においては、今回調査の「2,500円未満」の回答は「3,000円未満」の項目に、前回調査の「6,500円以上7,000円未満」及び「7,000円以上」の回答は、「6,000円以上」の項目に含めている。



「5 . 最もよく利用する米の購入先（入手先）」で選択した購入先（入手先）と最近購入した米の値段の関係についてみると、ディスカウントストアで購入している人は比較的安い値段で購入している割合が高く、デパートで購入している人は高い値段で購入している割合が高いことがわかる（図1 - 13）。



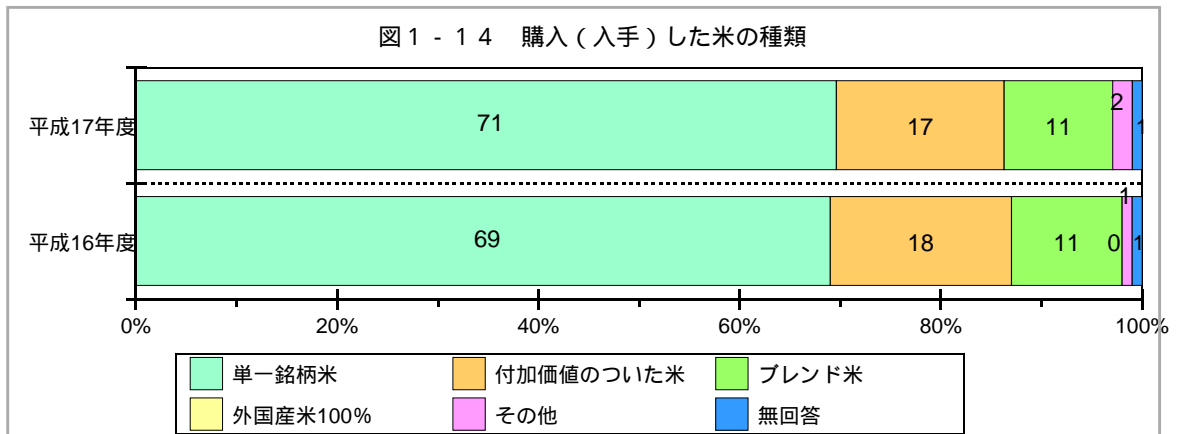
6. 購入又は譲り受けた米の種類

「単一銘柄米（産地・品種・年産100%の米）」との回答が最も多い

購入又は譲り受けている米は、どのような種類のものか聞いたところ、「単一銘柄米（産地・品種・年産が単一のもの）」（以下「単一銘柄米」と表記。）と回答した人の割合が最も多く71%、次いで「単一銘柄米で有機栽培米、特別栽培米又は無洗米などの付加価値のついた米」（以下「付加価値のついた米」と表記）17%、「ブレンド米」11%であった。

前回の調査とほぼ同様の結果となっている。

なお、今回調査と前回調査の回答区分が異なっているため、異なっているものは「その他」とした（図1-14）。



ブレンド米とは？

産地や品種、産年が単一でない複数の米を混ぜたもの
小売店等で販売される袋に「複数原料米」と表示されている

【表示例】 国内産米のみのブレンド米の場合

名称	精米			
	産地	品種	産年	使用割合
原料玄米	複数原料米			
	国内産	100%		
	県産	ヒカリ	年産	70%
	県産	ニシキ	年産	30%

国産米と外国産米のブレンド米の場合

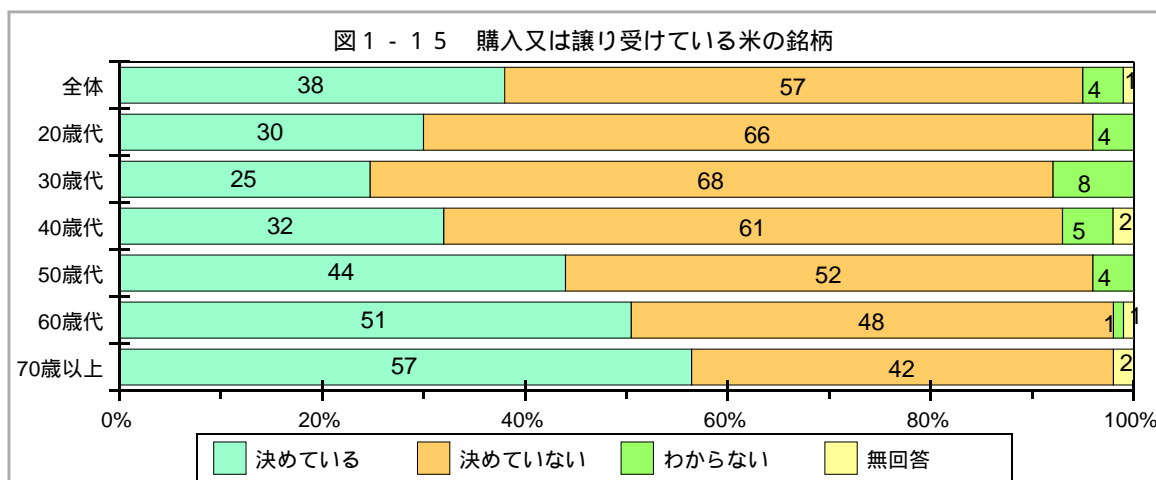
名称	精米			
	産地	品種	産年	使用割合
原料玄米	複数原料米			
	国内産	80%		
	アメリカ産	20%		

6 - 2 . 購入又は譲り受けている米は特定の銘柄を決めているか

年代が上がるにつれて銘柄を決めて米を入手する人が多くなっている

「6 . 購入又は譲り受けた米の種類」で、購入又は譲り受けた米は「単一銘柄米」、「付加価値のついた米」と回答した人に、購入又は譲り受けている米について特定の銘柄（産地、品種・年産）を決めて購入（入手）しているか聞いたところ、「決めていない」57%、「決めている」38%、「分からない」4%であった（図1 - 15）。

60歳代、70歳代以上は半数以上が「決めている」と回答し、銘柄にこだわりを持って購入していることがうかがえる結果となった。



6 - 3 . 決めている米の品種、産地、年産

購入する米は「コシヒカリ」が多い

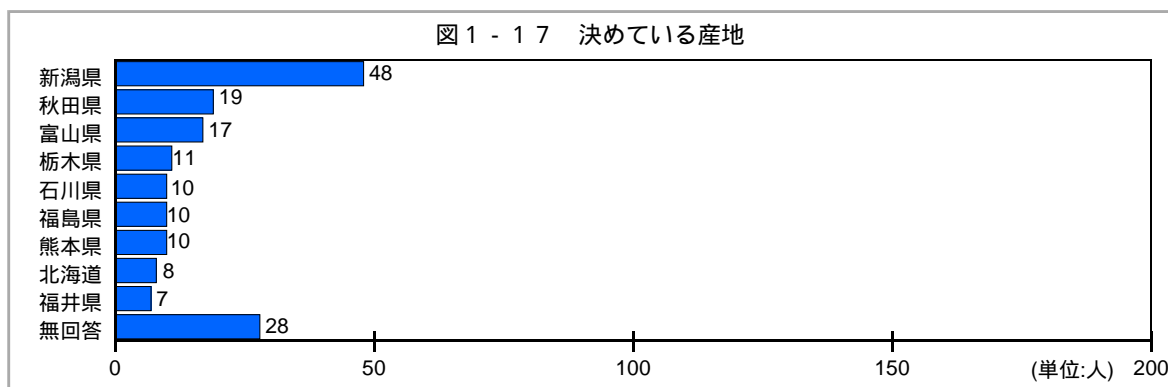
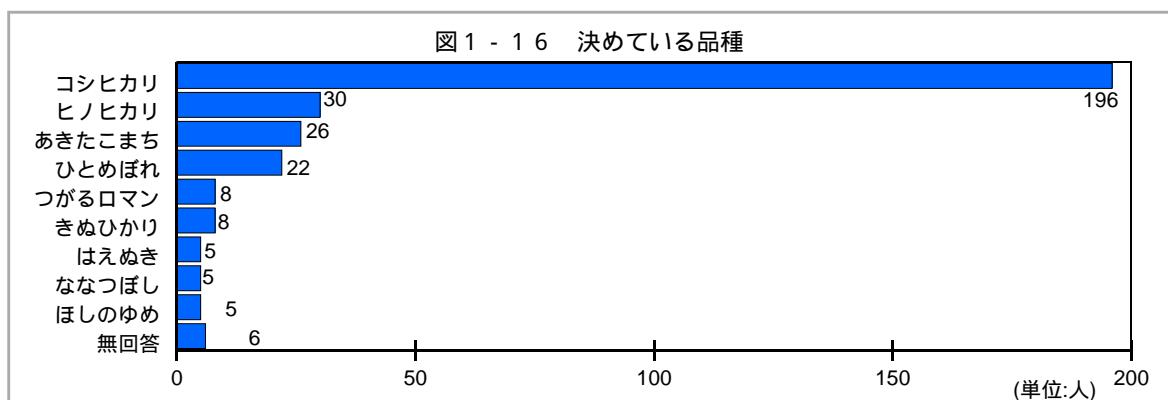
「6 - 2 . 購入又は譲り受けている米は特定の銘柄を決めているか」で、「決めている」と回答した334人に、その産地、品種・年産について聞いたところ、品種については、「コシヒカリ」と回答した人が196人、「ヒノヒカリ」30人、「あきたこまち」26人、「ひとめぼれ」22人、「つがるロマン」、「キヌヒカリ」がそれぞれ8人、「はえぬき」、「ななつぼし」、「ほしのゆめ」がそれぞれ5人であった(図1 - 16)。

産地については「新潟」48人、「秋田」19人、「富山」17人、「栃木」11人、「石川」、「福島」、「熊本」がそれぞれ10人と東北、北陸地方の産地を選ぶ人が多かった(図1 - 17)。

また、年産については当該年産と回答した人がほとんどであった。

上位の銘柄・産地については若干の入れ替えはあるものの、傾向は前回調査と大きな変化はない。

なお、この問は、品種名、産地名及び年産を自由に記入する方式のものであるため、それぞれの回答上位項目をまとめて集計を行った。

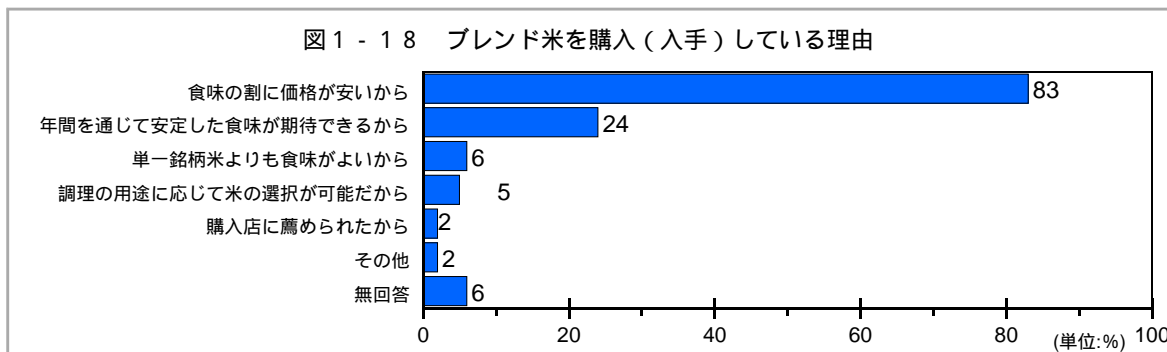


6 - 4 . ブレンド米を購入(入手)している理由

「食味の割には価格が安いから」が最も多い

「6 . 購入又は譲り受けた米の種類」で、購入又は譲り受けた米は「ブレンド米」であると回答した105人に、ブレンド米を購入(入手)している理由について聞いたところ(複

数回答、該当事項をすべて選択)、83%の人が「食味の割に価格が安いから」と回答した。次いで「年間を通じて安定した食味が期待できるから」24%、「単一銘柄米よりも食味がよいから」6%、「調理の用途に応じて米の選択が可能だから」5%、「購入店に進められたから」2%であった(図1-18)。

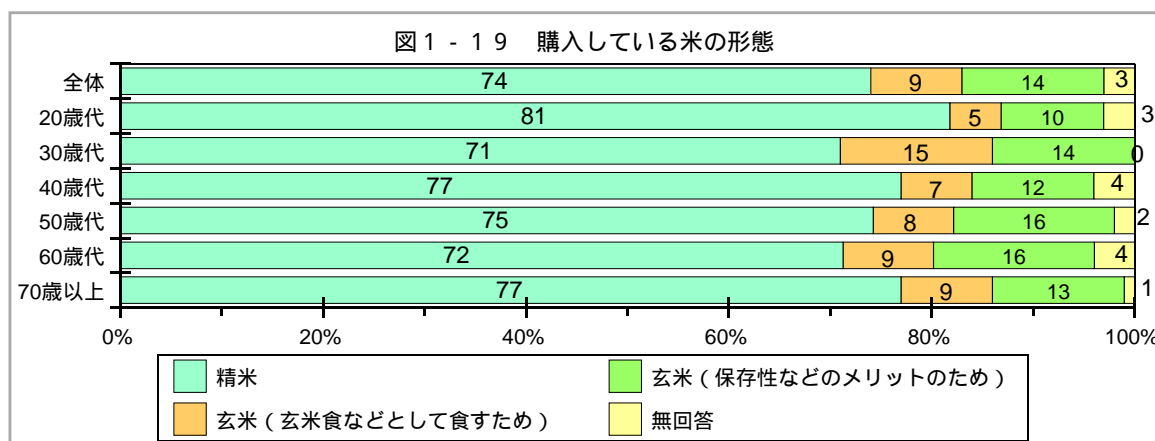


7. 購入している米の形態

購入するのは精米が多い

通常どのような形態の米を購入しているか聞いたところ「精米」74%、「玄米(玄米食や7分つき米などとして食すため)」(図1-19中「玄米(玄米食などとして食すため)」と表記)9%、「玄米(低価格や保存性などのメリットのため)」(図1-19中「玄米(保存性などのメリットのため)」と表記)14%であった。

「玄米(玄米食などとして食すため)」と回答した人の割合は、30歳代が最も多く15%、「玄米(保存性などのメリットのため)」と回答した人の割合は50歳代、60歳代の16%が最も多かった(図1-19)。



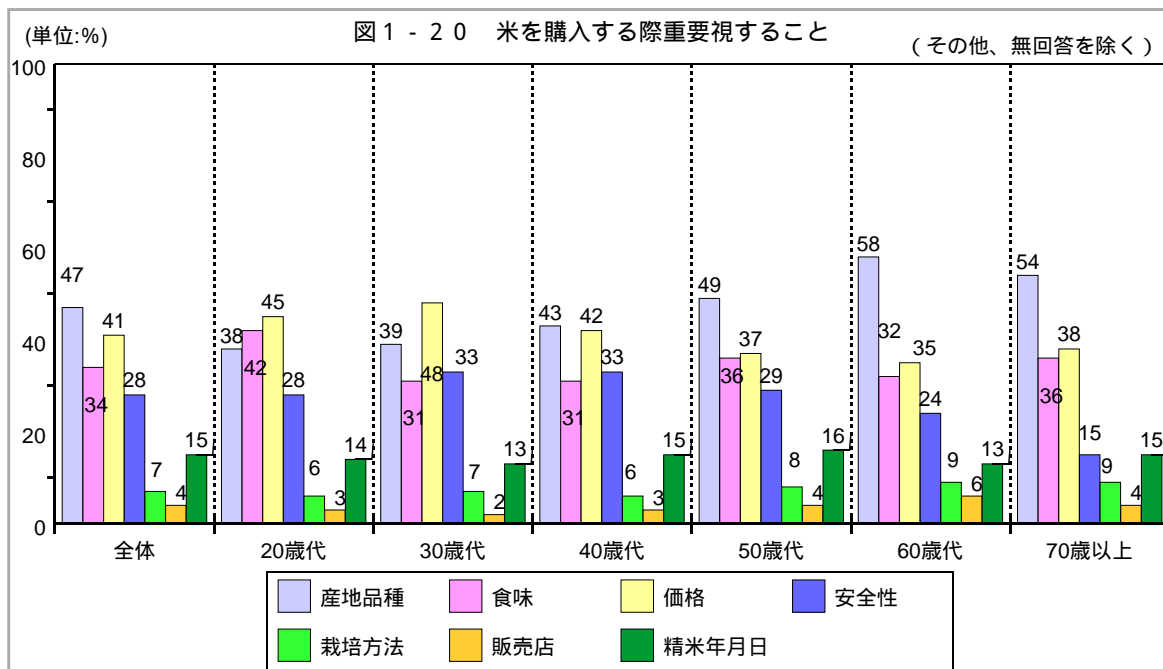
8. 米を購入(入手)する際、重要視すること

上位4項目は前回調査と変わらず「産地品種」、「価格」、「食味」、「安全性」

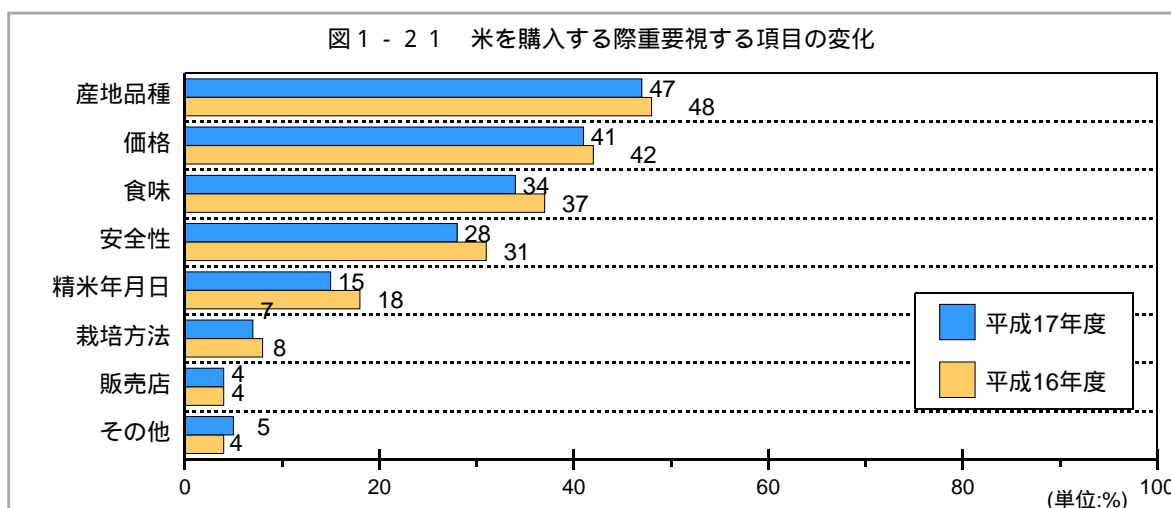
米を購入(入手)する際、重要視することは何か聞いたところ(複数回答、2つ以内)、「産地品種」と回答した人の割合が最も多く47%、次いで「価格」41%、「食味」34%

、「安全性」28%、「精米年月日」15%、「栽培方法」7%、「販売店」4%であった。「価格」を重要視するのは、若い世代の割合が高く、「産地品種」は、40歳以上の年代の回答割合が高い。

また、どの世代も「販売店」についてはさほど重要視していないことがうかがえる（図1-20）。



前回の調査結果と比べてみても、重要視する項目の順番に変化は見られなかった（図1-21）。

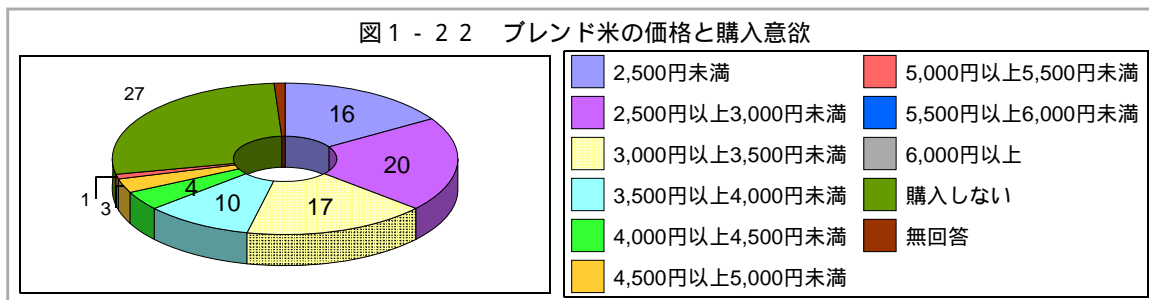


9. ブレンド米の販売価格がいくら程度であれば購入したいと思うか

「3,500円未満」であれば購入するという人が過半数

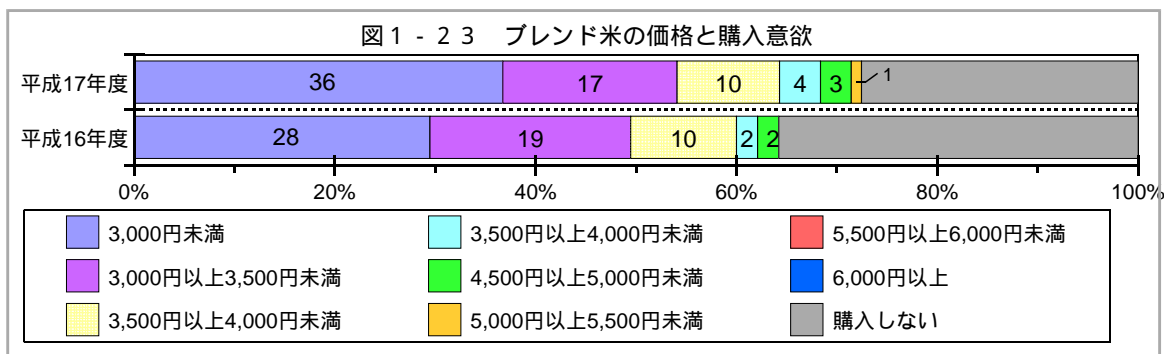
ブレンド米について、販売価格（10kgあたり、消費税込み）がいくら程度であれば購入したいと思うか聞いたところ、「購入しない」と回答した人の割合が最も多く27%、次い

で「2,500円以上3,000円未満」20%、「3,000円以上3,500円未満」17%、「2,500円未満」16%であった(図1-22)。



前回調査結果と比べると、「購入しない」と回答した人の割合は減っており、ブレンド米に対する認識の変化が現れているのではないかと考えられる(図1-23)。

なお、今回調査と前回調査では回答の設定価格帯が異なるため、今回調査の「2,500円未満」の回答は「3,000円未満」の項目に、前回調査の「6,500円以上7,000円未満」及び「7,000円以上」の回答は、「6,000円以上」の項目に含めている。

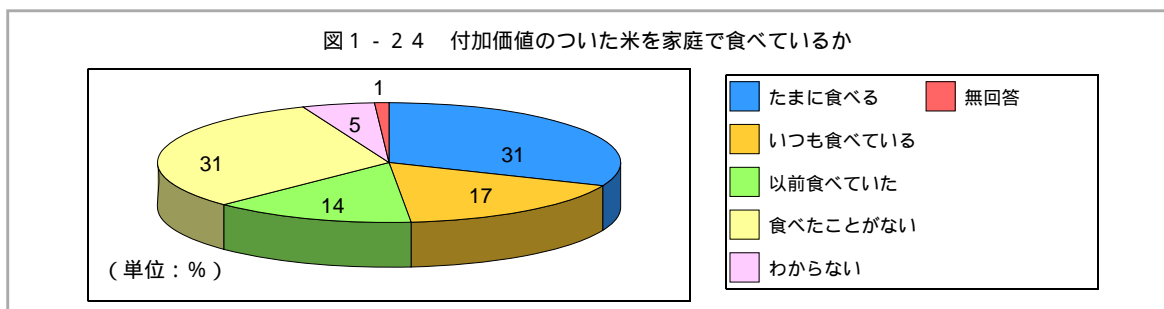


10. 付加価値のついた米を家庭で食べているか

一度でも食べたことがある人が半数以上

家庭で付加価値のついた米(有機栽培米、特別栽培米、無洗米等)を食べているか聞いたところ、「たまに食べる」、「食べたことがない」がそれぞれ31%、「いつも食べている」17%、「以前は食べていたが現在は食べていない(図1-22中「以前食べていた」と表記)」14%、「わからない」5%であった。

一度でも「付加価値のついた米」を食べたことがある人は全体の62%となっている(図1-24)。



付加価値のついた米

有機栽培米	化学合成農薬、化学肥料及び化学合成土壌資材の使用を中止してから3年以上経過し、たい肥による土づくりを行ったほ場において収穫された米で、有機JASマーク表示のあるもの
特別栽培米	生産過程における化学合成農薬の使用回数が、その地域の同作期において慣行的に行われている回数のおおむね5割以下の栽培方法で作られた米
胚芽精米	精白米に胚芽がついている米が、製品の80%を占めているもの
発芽玄米	発芽した玄米を商品化したもの
無洗米	全く、あるいはほとんど洗わずに炊飯できる米
栄養強化米	栄養分を強化した米で、白米と混ぜて炊飯する。ビタミン、カルシウム等いろいろな種類がある

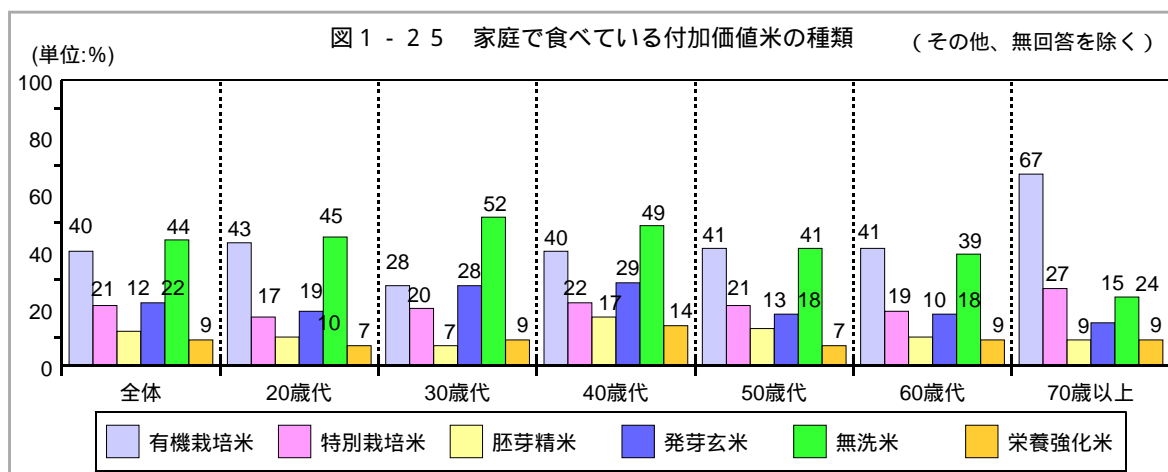
10-2. 家庭で食べている付加価値のついた米の種類

「無洗米」との回答が最も多かった

「10. 家庭で付加価値のついた米を食べているか」で、「いつも食べている」、「たまに食べる」と回答した488人に、その付加価値とはどのようなものか聞いたところ（複数回答、該当事項をすべて選択）、「無洗米」と回答した人の割合が最も多く44%、次いで「有機栽培米」40%、「発芽玄米」22%、「特別栽培米」21%、「胚芽精米」12%、「栄養強化米」5%であった（図1-25）。

70歳代以上の人は「有機栽培米」と回答した人の割合が67%と他の年代に比べ高くなっている。

なお、この問は今回調査から回答方法を単一回答から複数回答としたため、前回調査との比較は出来ない。



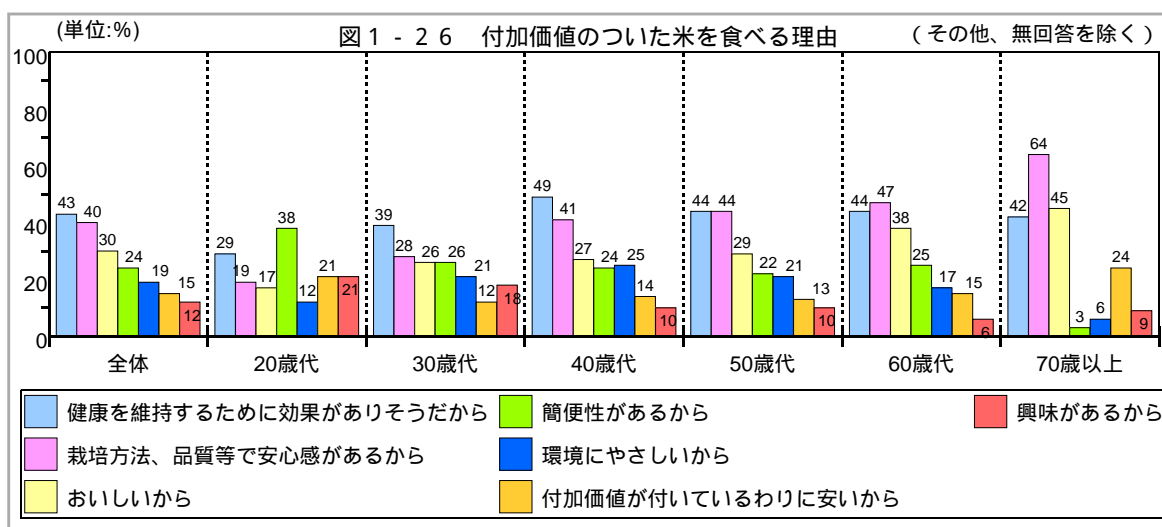
10-3. 付加価値のついた米を食べる理由

「栽培方法、品質等で安心感があるから」、「健康を維持するために効果がありそうだから」という理由で付加価値のついた米を食べているという人が約半数

「10. 家庭で付加価値のついた米を食べているか」で、「いつも食べている」、「たまに食べる」と回答した人に、付加価値のついた米を食べる理由を聞いたところ（複数回答、該当事項をすべて選択）、「健康を維持するために効果がありそうだから」と回答した人の割合が最も多く43%、次いで「栽培方法、品質等で安心感があるから」40%、「おいしいから」30%、「簡便性があるから」24%、「環境にやさしいから」19%、「付加価値がついているわりに安いから」15%、「興味があるから」12%であった。

「栽培方法、品質等で安心感があるから」は年代が高くなるほど回答割合が高くなっている（図1-26）。

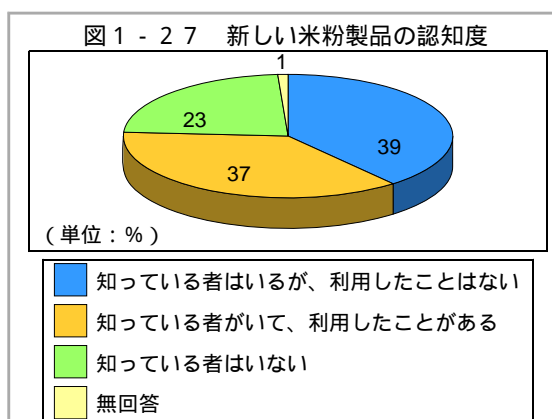
なお、この問は「10-2. 家庭で食べている付加価値のついた米の種類」と同様、今回調査から回答方法を単一回答から複数回答としたため、前回調査との比較は出来ない。



11. 新しい米粉製品の認知度

「知っている」と答えた人の割合は76%

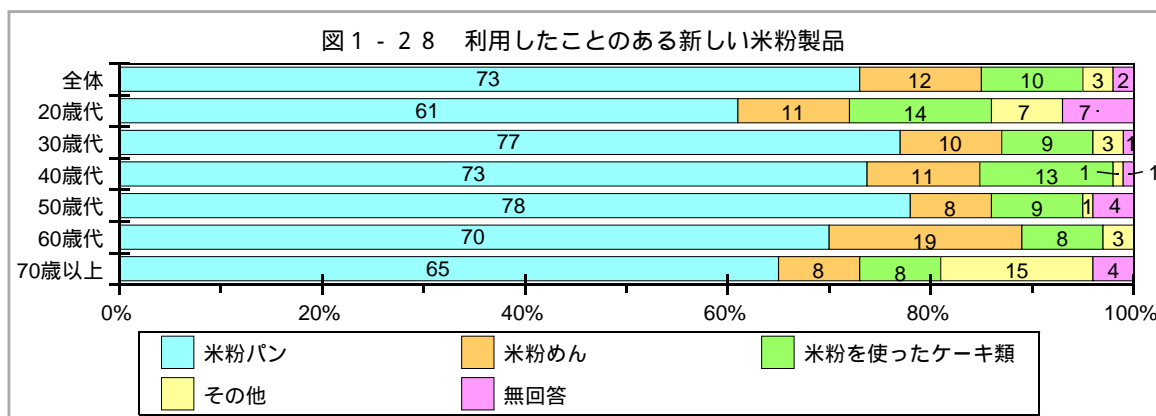
近年、米粉パンや米粉めんなど新しい米粉製品が製造販売されるようになってきているが、このような新しい製品を家庭で知っている人はいるか聞いたところ、「知っている者がいて利用したことがある」37%、「知っている者はいるが利用したことがない」39%であり、利用の有無にかかわらず知っている者は全体で76%となっており、「知っている者はいない」の23%を大きく上回っている（図1-27）。



1 1 - 2 . 利用したことのある新しい米粉製品

米粉パンが最も多い

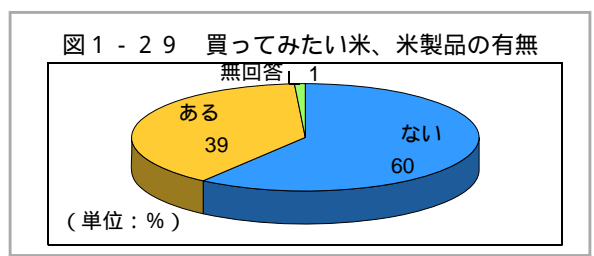
「1 1 . 新しい米粉製品の認知度」で「知っている者がいて利用したことがある」と答えた372人に利用したことのある米粉製品は何か聞いたところ「米粉パン」と回答した人の割合が73%と最も多く、次いで「米粉めん」12%、「米粉を使ったケーキ類」10%であった(図1-28)。



1 2 . 買ってみたいと思う米や米製品の有無

買ってみたいと思う米や米製品がないと回答した人が半数以上

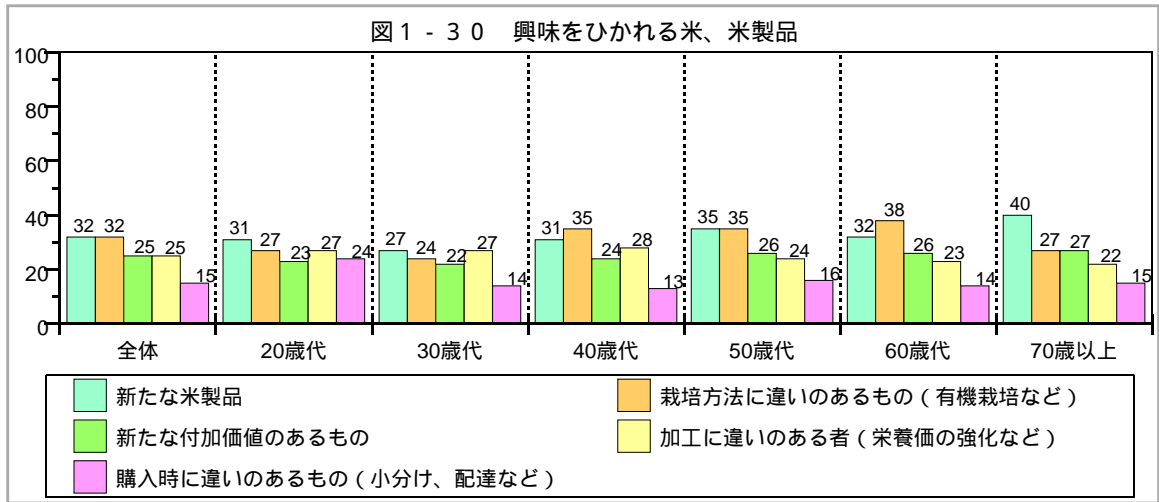
こういうものがあったら買ってみたいと思う米や米製品があるか聞いたところ、「ある」と回答した人の割合は39%で、「ない」60%を大きく下回った(図1-29)。また、「ある」と回答した人に、買ってみたい米や米製品のイメージについて記入してもらったところ、「パン」、「ケーキ」、「菓子」、「めん」、「クッキー」、「アイス」、「玄米」、「ピザ」、「小麦粉の代用」、「健康を意識したもの」、「手間がかからないもの」などの回答があった。



1 3 . どんな米や米製品に興味をひかれるか

「新たな米製品」、「栽培方法に違いのあるもの(有機栽培など)」が多い

どんな米や米製品に興味をひかれるかを聞いたところ(複数回答、該当事項をすべて選択)、「新たな米製品」「栽培方法に違いのあるもの(有機栽培など)」がそれぞれ32%、次いで「新たな付加価値のあるもの」、「加工に違いのあるもの(栄養価の強化など)」がそれぞれ25%、「購入時に違いのあるもの(小分け、配達など)」が15%であった(図1-30)。



また、選択した回答についての具体的なイメージについて記入してもらったところ、「白米以外のもの」、「安全なもの」、「価格が低いもの」、「普通のごはん」、「健康を考慮したもの」、「長期保存が出来るもの」、「産地や期間などの限定製品」などの回答があった。

テーマ2 . 食品に関する安心感・不安感について

1 4 . 食品について安心と感じているか、不安と感じているか

「不安」と回答する人が多かったのは、輸入農産物、輸入原材料等の安全性

食品について安心と感じているか、それとも不安と感じているか、農畜水産物の生産過程、輸入農産物、輸入原材料等、製造・加工工程、流通過程、小売店、外食店舗、家庭での取り扱い方の7項目について聞いたところ、家庭での取扱方については安心感が極めて高いのに対して、輸入農産物、輸入原材料等に対する安心感は著しく低くなっている。各項目ごとの結果は以下のとおり。

農畜水産物の生産過程は、「どちらかという安心」と回答した人の割合が39%、「どちらかという不安」は36%と、あまり差はなかった。

輸入農産物、輸入原材料等は、「不安」と回答した人の割合が多くて53%、「どちらかという不安」は37%であった。

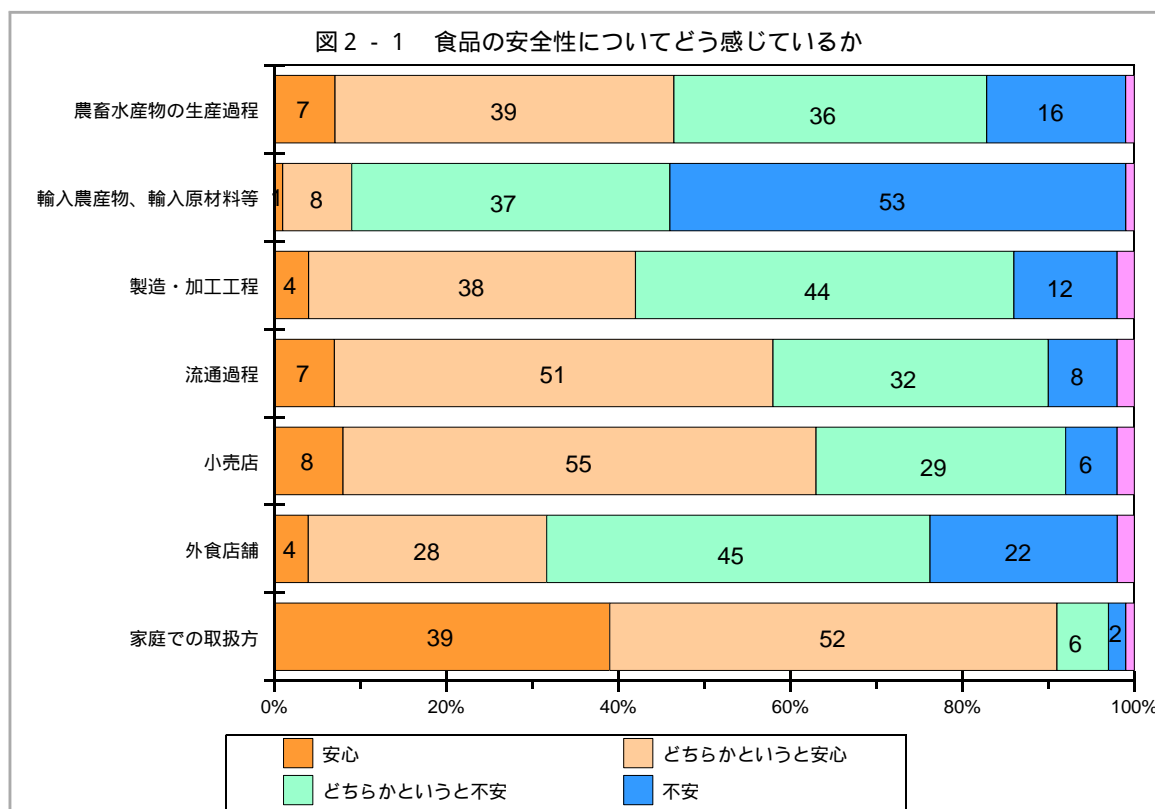
製造・加工工程での安全性は、「どちらかという不安」と回答した人の割合が44%、「どちらかという安心」は38%であった。

流通過程は、「どちらかという安心」と回答した人の割合が多くて51%、「どちらかという不安」は32%であった。

小売店は、「どちらかという安心」と回答した人の割合が多くて55%、「どちらかという不安」は29%であった。

外食店舗は、「どちらかという不安」と回答した人の割合が多くて45%、「どちらかという安心」は28%であった。

家庭での取扱方は、「どちらかという安心」と回答した人の割合が多くて52%、「安心」は39%であった(図2-1)。



14 - 2 . 不安を感じる食品

「不安」と回答する人が多かったのは、外国産精肉と外国産生鮮野菜

「14 . 食品の安全性についてどう感じているか」で、「不安」、「どちらかという不安」と回答した項目がある人に、どのような食品に不安を感じるか聞いたところ（複数回答、3つ以内）、「外国産精肉」と回答した人の割合が最も多く70%、次いで「外国産生鮮野菜」62%、「原材料が外国産の加工食品」42%、「外国産生鮮果物」31%、「外国産鮮魚（養殖物）」29%、「外国産米麦」10%となっており、これ以外の項目は全て一桁台の回答であった（図2 - 9）。

