

危機管理プロジェクト研究資料 第2号

食料の安全・安心と環境意識，
トレーサビリティに関する
インターネット調査と定量分析

平成17年3月

農林水産政策研究所

まえがき

本研究資料は、当研究所が実施している「食料・農業の危機管理システムの構築に関する研究」（略称「危機管理プロ」（平成 14～16 年度）の成果の一部として刊行するものである。この研究は、食料安全政策に関する社会科的アプローチを行うものであり、食品安全に関わる経済分析と政策対応のあり方に関する総合研究である。平成 16 年度においては、

(1) 食品・農産物の安全性に関するリスクの経済分析

(2) 食品安全性にかかわる比較制度・政策分析

の 2 課題を、相互の関連にも留意しつつ推進してきた。

同プロジェクトに参加する研究員が行った広汎な研究成果は、個別に発表された論文のほか、「食料・農業の危機管理に関する社会科学的アプローチ」（危機管理プロジェクト研究資料第 1 号）にとりまとめられているが、今般刊行する第 2 号は、特に食の安全・安心と環境意識、トレーサビリティに対する我が国消費者の意識に焦点を当てて分析したものである。このような消費者意識を探るための本格的な調査は、従来、経済学などを中心に研究を行ってきた当研究所にとっては新たな分野である。

このため現在、当研究所にはこのような分野の研究に本格的に取り組む十分な研究体制が整っているわけではないので、本資料集の研究成果についても、我々自身、更なる考究が必要であろう。しかしここに整理されたデータそのものからも、食品安全に係るリスクコミュニケーションの推進に努力されている関係各位に資するものが十分に読み取られるのではないかと考えており、ここに単独の研究資料として公表するものである。

本研究推進にあたりご協力を賜った諸氏、とくに貴重なコメントをお寄せいただいた外部評価委員の諸先生方には心から感謝申し上げたい。

平成 17 年 3 月

農林水産省農林水産政策研究所
危機管理プロジェクトチーム

食の安全・安心と環境意識，トレーサビリティに関する インターネット調査と定量分析

目次

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・鈴木由紀

1. はじめに.....	1
2. 分析方法.....	1
3. 調査の設計.....	2
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.....	4
1) 回答者の属性.....	4
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.....	9
3) 生鮮野菜に対する日常の購買行動.....	13
4) トレーサビリティの評価.....	19
5) 食の安全・安心と環境への意識.....	28
6) 食の安全・安心に関わる購買行動.....	34
5. おわりに.....	36

第2部：食の安全・安心と環境に関する消費者意識のクロス表分析

矢部光保・鈴木由紀

1. はじめに.....	39
2. 遺伝子組換え食品が価格上のメリットをもつ場合のクロス集計結果.....	39
1) 生鮮野菜に関する購買行動や意識とのクロス集計結果.....	39
2) 個人的属性やトレーサビリティに対する考え方とのクロス集計結果.....	43
3) 食の安全・安心や環境保全等に対する意識とのクロス集計結果.....	46
4) 一般的な購買行動とのクロス集計結果.....	57
3. 遺伝子組換え食品が価格以外の特性でメリットをもつ場合のクロス集計結果.....	62
1) 栄養価がかなり高まった場合とのクロス集計結果.....	62
2) 低農薬・低化学肥料あるいは無農薬で生産された場合とのクロス集計結果.....	65
3) かなり美味しくなった場合とのクロス集計結果.....	68
4) 食の安全性が通常の食品（遺伝子を組み換えしない食品）より高まった場合 とのクロス集計結果.....	71
4. 生鮮野菜を購入する店とのクロス集計結果.....	79
1) 生鮮野菜に関する購買行動や意識とのクロス集計結果.....	79
2) トレーサビリティや外国産品に対する考え方とのクロス集計結果.....	82
3) 食の安全・安心や環境保全等に対する意識とのクロス集計結果.....	84
4) 居住地や食品購買行動とのクロス集計結果.....	87

5. 価格・味・栄養・安全性・鮮度のうち重視する属性とのクロス集計結果.....	88
1) 遺伝子組換え野菜や外国産品に対する考え方とのクロス集計結果.....	88
2) 食の安全・安心や環境保全等に対する意識とのクロス集計結果.....	90
3) 個人属性やファーストフード購入とのクロス集計結果.....	93
6. 生鮮野菜の見た目への関心や表示への信頼とのクロス集計結果.....	95
1) 生鮮野菜の見た目を気にする程度とのクロス集計結果.....	95
2) 生産地や有機表示への信頼程度とのクロス集計結果.....	98
3) トレーサビリティの目的とのクロス集計結果.....	102
7. 個人属性とのクロス集計結果.....	104
1) 性別.....	104
2) 教育課程とのクロス集計結果.....	104
3) 年齢とのクロス集計結果.....	106
8. 日常的に食品を購入すると思われる人とそうでない人との比較分析.....	109
9. おわりに.....	111

第3部：食の安全・安心意識と購買行動に関する定量分析

鈴木由紀・矢部光保

1. はじめに.....	114
2. データ加工と因子分析.....	114
3. 因子分析による消費者属性の把握.....	116
1) 各変数の因子負荷量の推計.....	116
2) 因子得点平均値によるカテゴリー間の比較分析.....	118
4. クラスタ分析による消費者の類型化.....	122
5. おわりに.....	123

付録： インターネットアンケート質問一覧.....	126
---------------------------	-----

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では，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

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

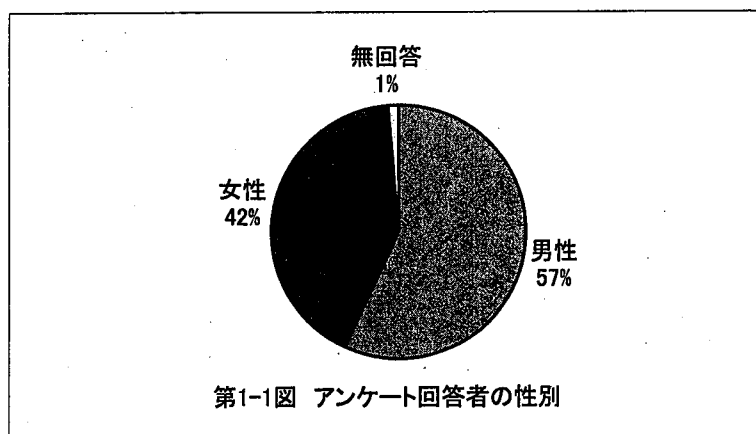
この項においては、特に断りのない限り、総数を 2,157 名として割合を計算している。また、図の中に示したパーセンテージは四捨五入であり、本文で書いた詳しい値と若干ずれているため、参考程度として参照されたい。

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。

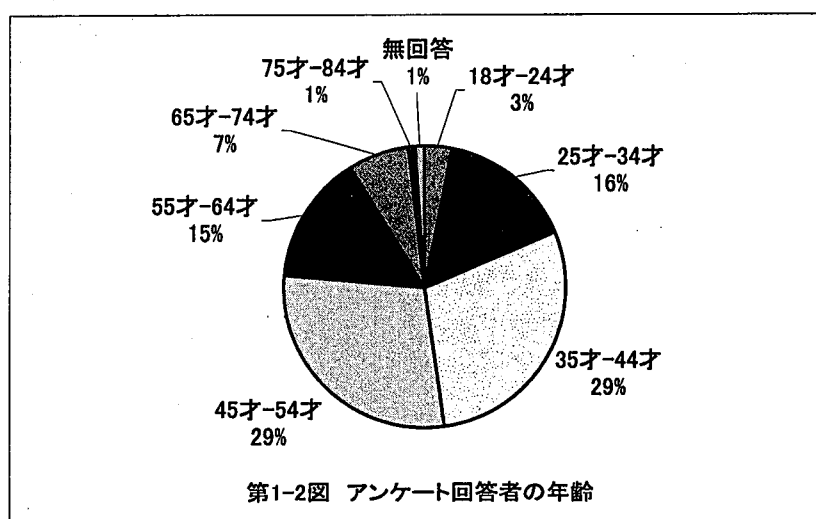
Q25 性別

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%

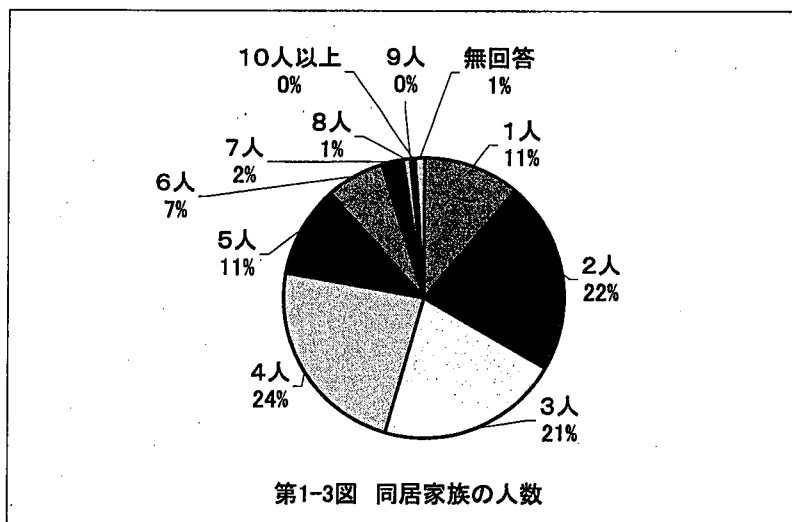
注 1）全人口は、総務省統計局発表平成 16 年 1 月 1 日現在データ。

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。

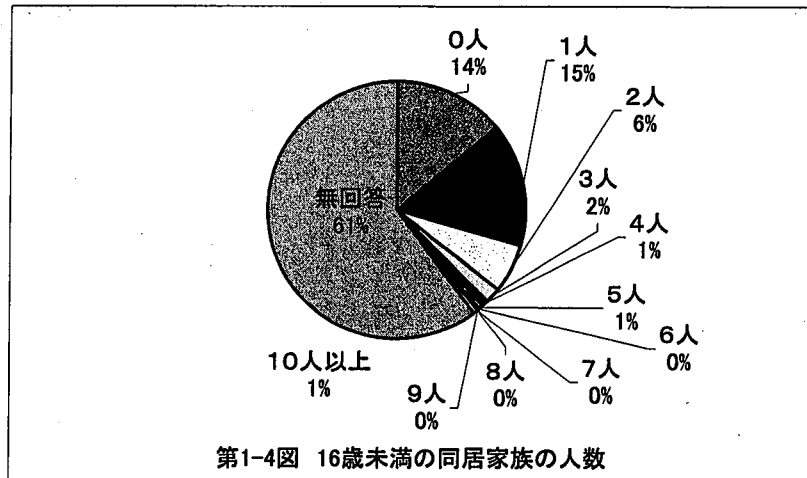
Q27 同居家族の人数

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。



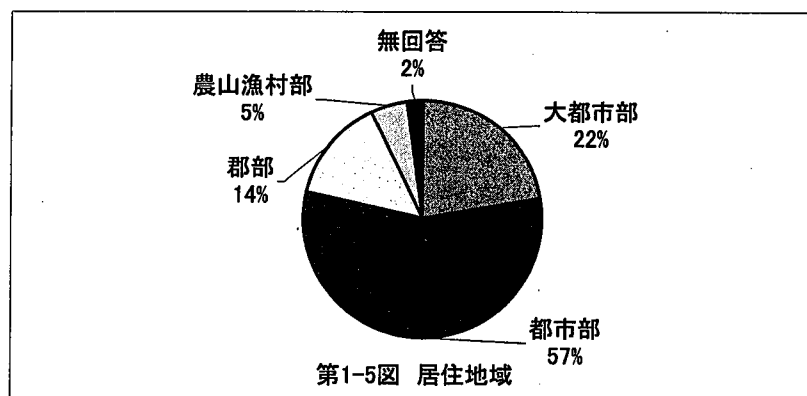
Q28 16才未満の同居家族数

「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覗える。



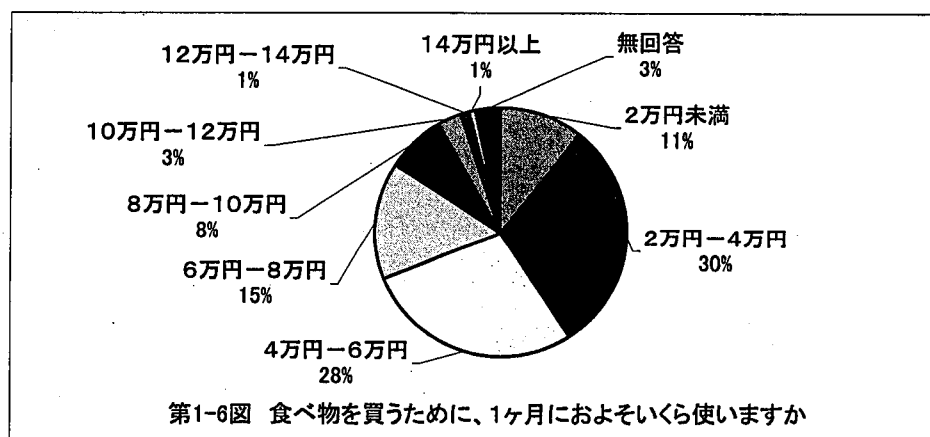
Q29 居住地域

「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。



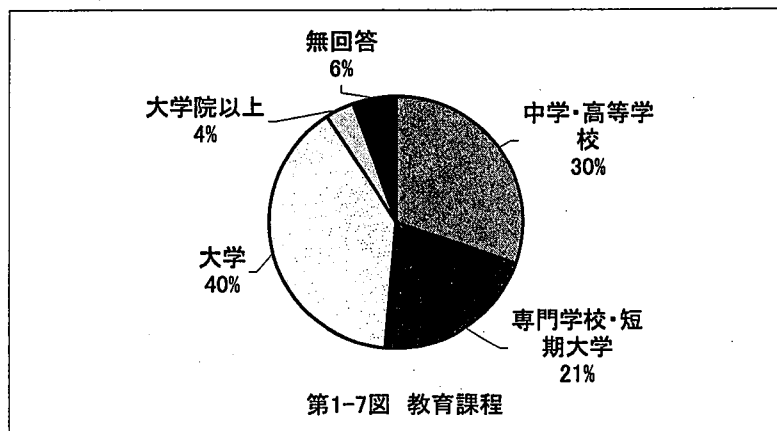
Q31 1ヶ月の食費

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



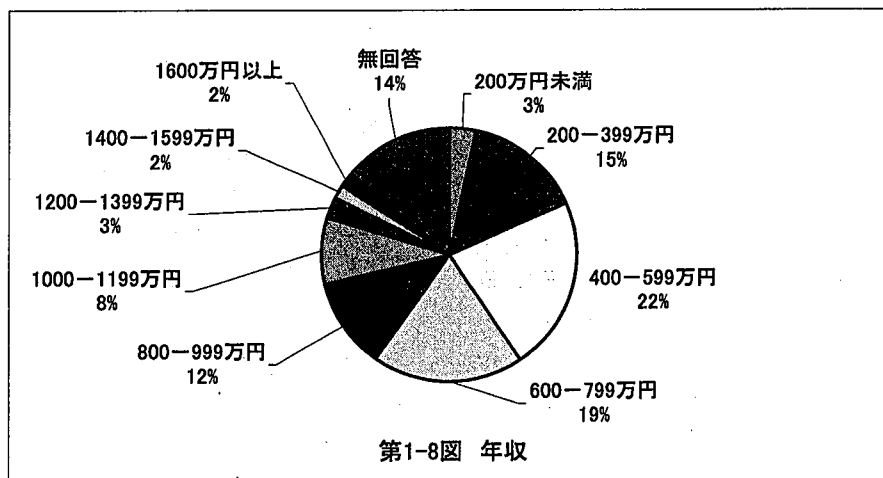
Q32 学歴

「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%

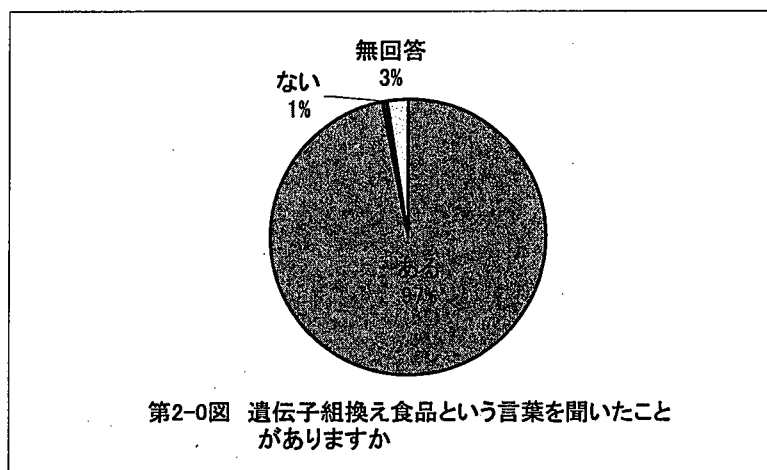
また、回答者から無記入を除いた場合の所得分布と我が国家計全体の所得分布について第3表に基づき比較すると、両分布は類似しており、その点から所得分布については、本調査のサンプルは、ある程度の代表性をもつといえるであろう⁽²⁾。

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。

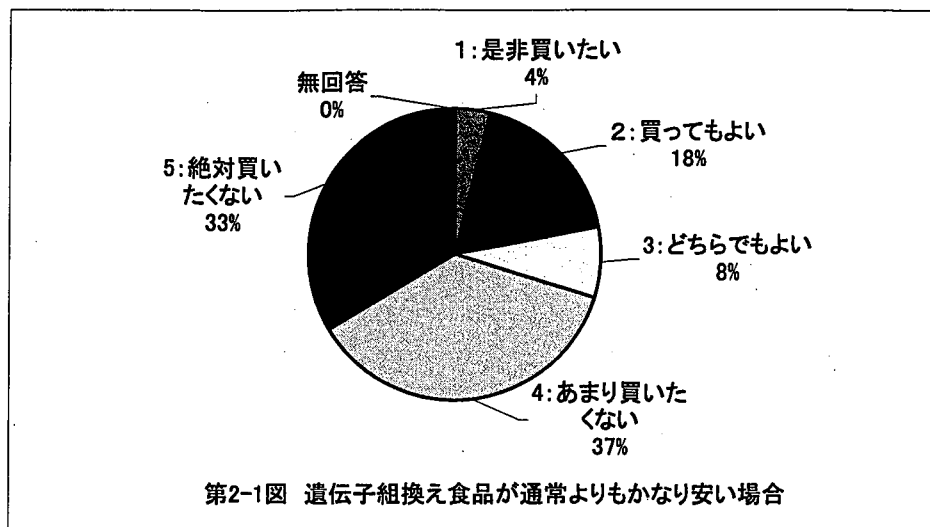


Q2 消費者にメリットがある遺伝子組換え食品に対する受容可能性

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

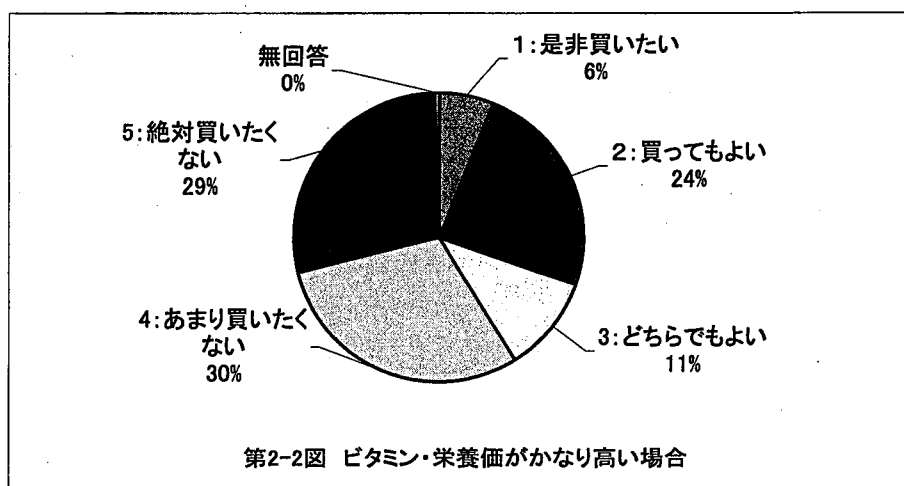
通常の食品（遺伝子を組換えていない食品）よりも、遺伝子組換え食品がかなり安い場合、遺伝子組換え食品を、「是非買いたい」（3.8%）、「買ってもよい」（18.0%）と、買うことに肯定的な回答者は21.8%であった。これに対し、「絶対買いたくない」（33.3%）、「あまり買いたくない」（36.6%）とした回答者の割合は69.9%であり、肯定的な回答者の3倍以上の回答者が否定的な反応を示している。



Q2-2 ビタミン・栄養価がかなり高い場合

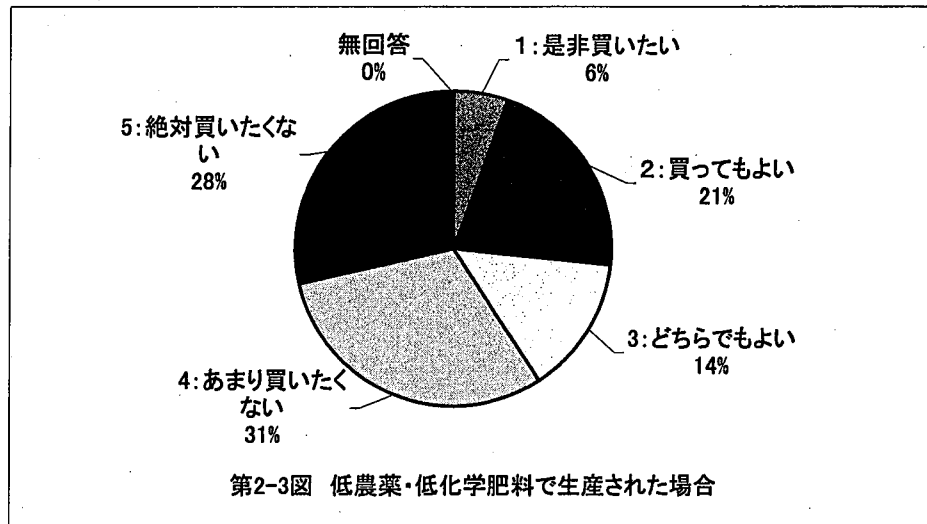
通常の食品と同じ価格で、遺伝子組換え食品のビタミン・栄養価がかなり高い場合には、遺伝子組換え食品を、「是非買いたい」(5.6%)、「買ってもよい」(24.2%)と買うことに肯定的な回答者は 30.3%であるのに対し、「絶対買いたくない」(28.5%)、「あまり買いたくない」(30.0%)と買うことに否定的な回答者の割合は 58.5%と、肯定的な回答者の約 2 倍の回答者が否定的反応を示している。

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

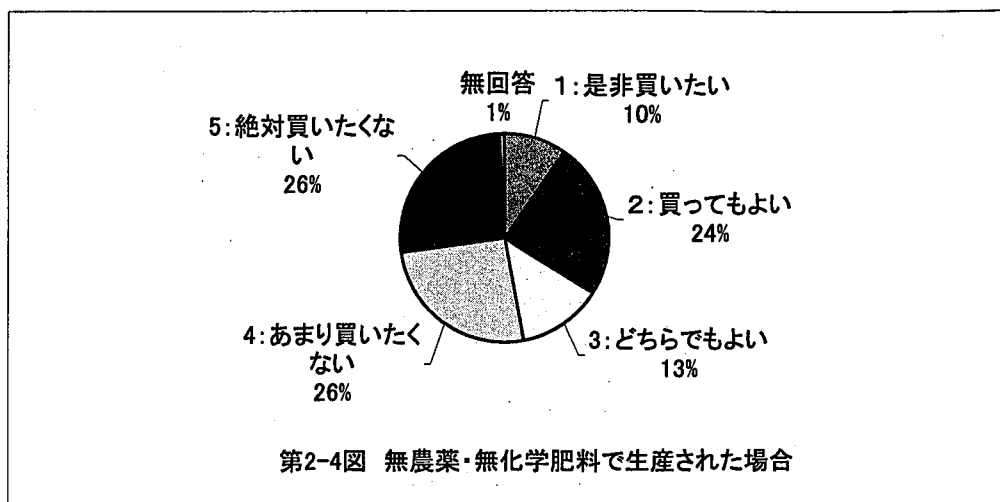
通常の食品と同じ価格で、低農薬・低化学肥料で生産された場合には、遺伝子組換え食品を、「是非買いたい」(5.6%)、「買ってもよい」(21.0%)と買うことに肯定的な回答者は26.6%であるのに対し、「絶対買いたくない」(28.2%)、「あまり買いたくない」(30.6%)、と買うことに否定的な回答者の割合は58.8%と、肯定的な回答者の約2倍の回答者が否定的反応を示している。



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。

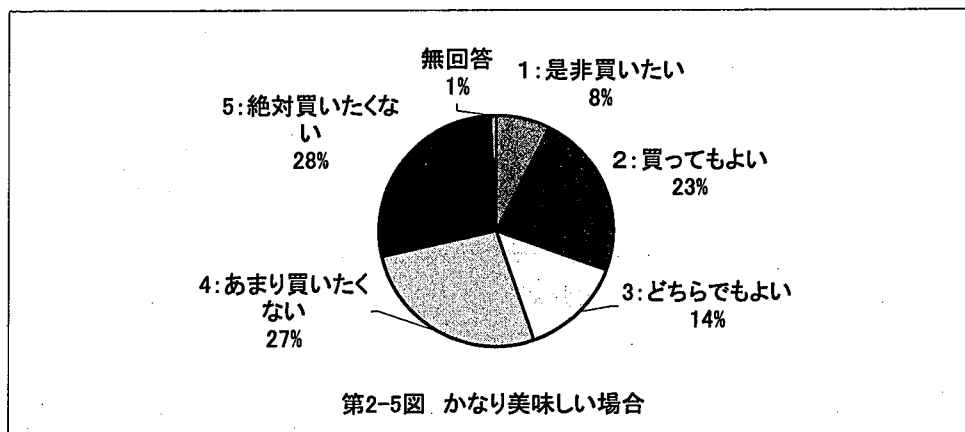
Q2-3の低農薬・低化学肥料に比較して無農薬の場合、肯定的反応を示した割合は26.6%から33.9%に増加し、否定的反応を示した割合は58.8%から52.4%へと減少している。このことから、遺伝子組換え食品が消費者にとって明確なメリットを持つ場合には、1/3程度の人は、それを受け入れる可能性があることを示すとともに、それでも半数以上の人は否定的反応を示していることがわかる。



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。

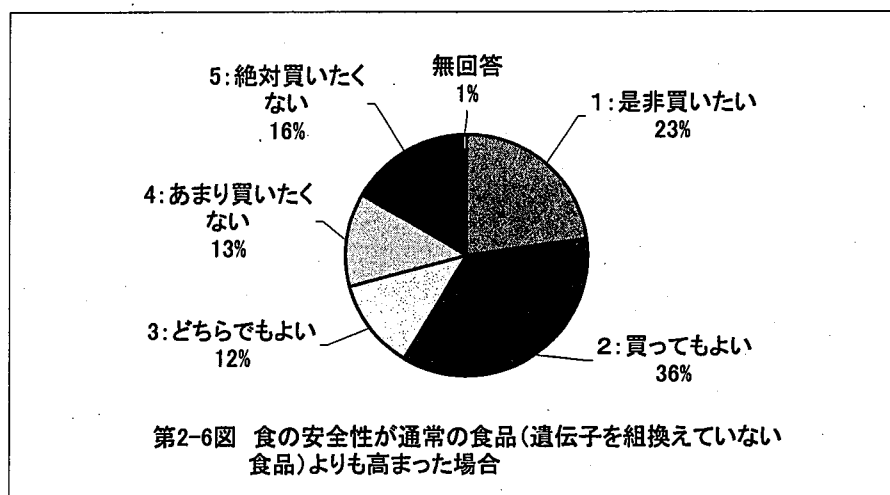
この傾向は、遺伝子組換え食品に対して、無農薬の場合よりは否定的だが、低農薬・低化学肥料よりは肯定的であった。



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質、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。

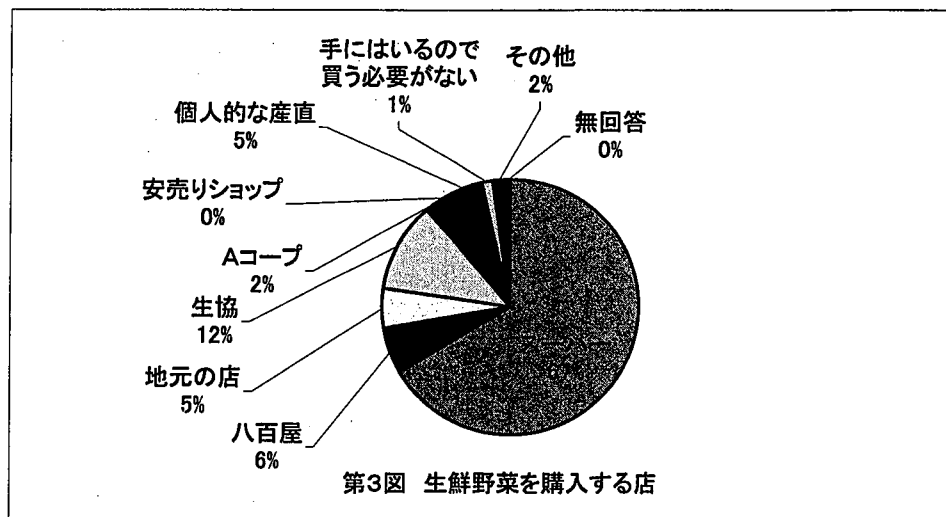
また、遺伝子組換え野菜の購入可能性について、「価格や品質、安全性などの条件が満足できれば、買ってもよい」と答えたのは55.0%であり、「価格や品質、安全性などの条件がどんなに良くても、絶対に買いたくない」と答えたのは37.2%であった。詳細は、以下の通りである。

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。

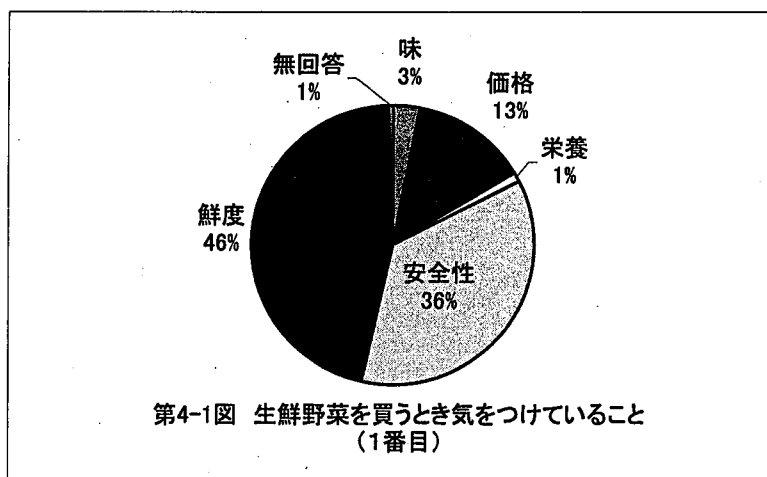
なお、回答者を、生鮮野菜の購入頻度が高いと考えられる「女性と独居男性」と、購入頻度が低いと考えられる「同居者のいる男性」の2グループに分け、この質問の回答をカイ2乗検定で比較した。その結果、両者は1%水準で有意な差があり、特に、「同居者のいる男性」はスーパーでの購入頻度がより高かった。また、消費者

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。



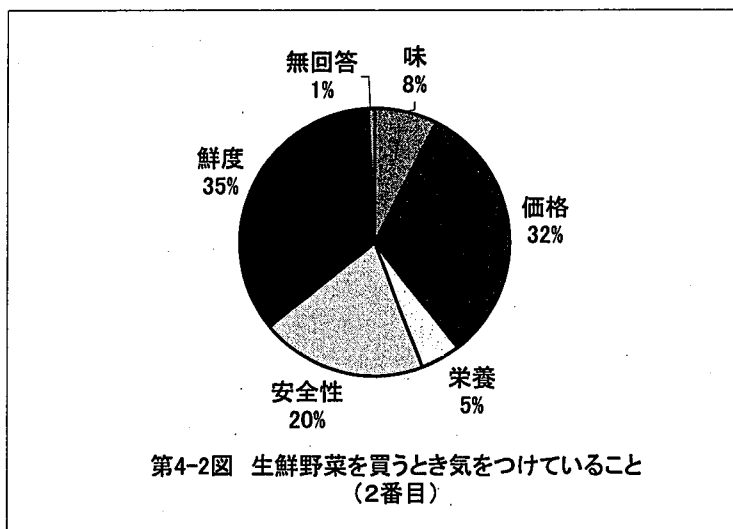
Q4-1 生鮮野菜を買うとき、1番目に気をつけること

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

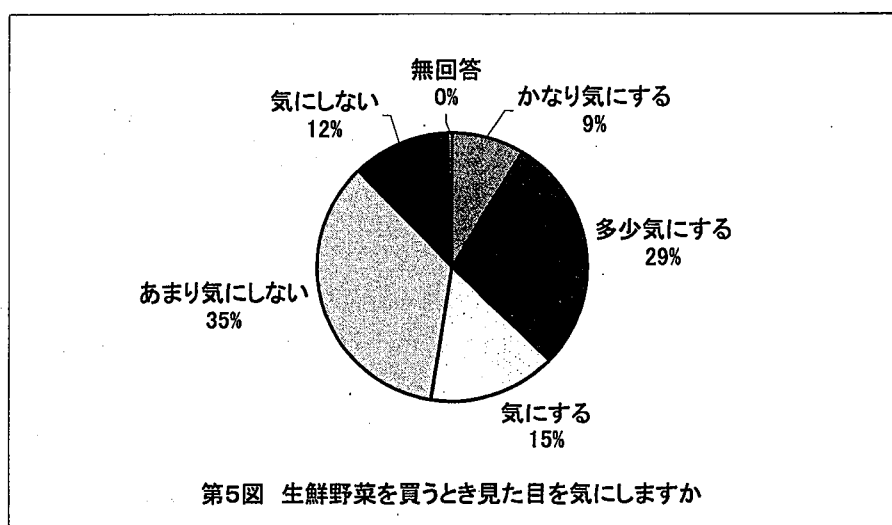
生鮮野菜を買うとき、2 番目に気をつけていることは、「鮮度」が 34.8%，次いで「価格」が 32.0%となり、そして 3 番目が「安全性」20.0%であった。



Q5 見た目

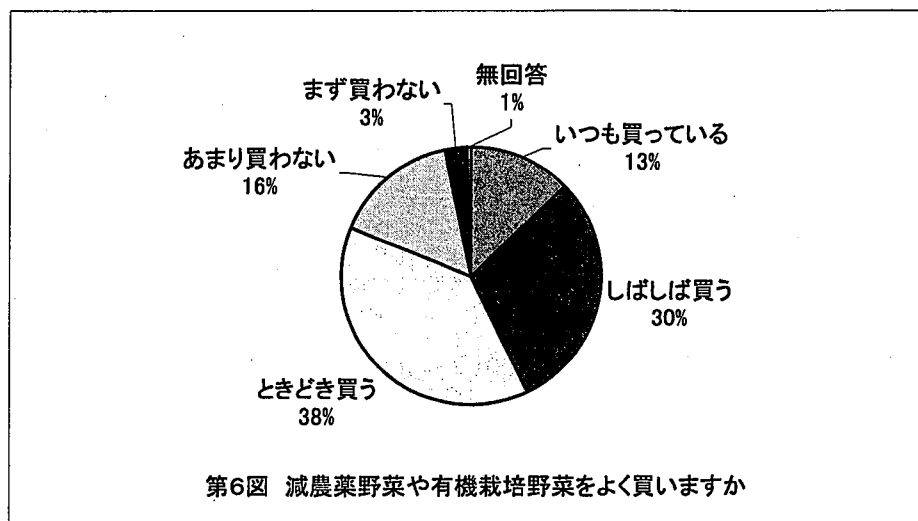
「生鮮野菜を買うとき、見た目を気にしますか」という質問に対して、「かなり気にする」が 8.7%，「多少気にする」が 28.5%，「気にする」が 15.3%であるのに対し、「気にしない」は 11.7%，「あまり気にしない」は 35.4%であった。

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。



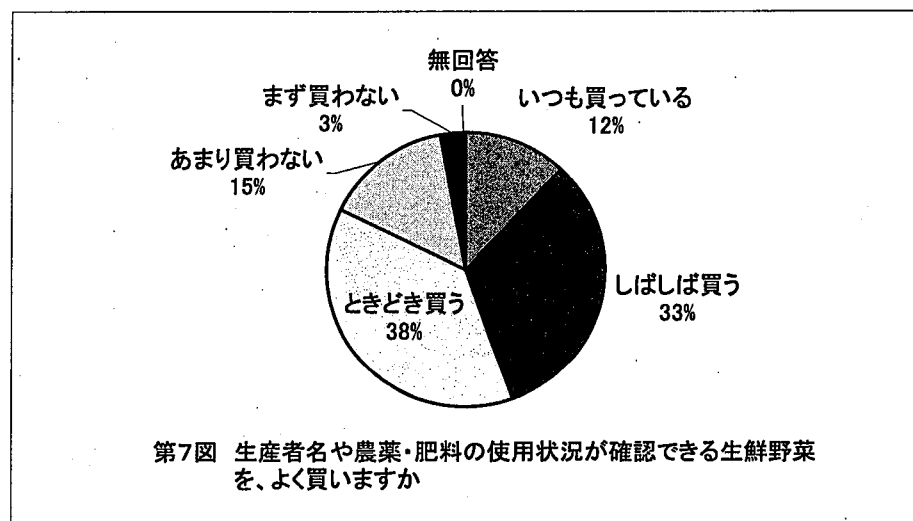
Q6 減農薬野菜や有機栽培野菜の購入

「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。



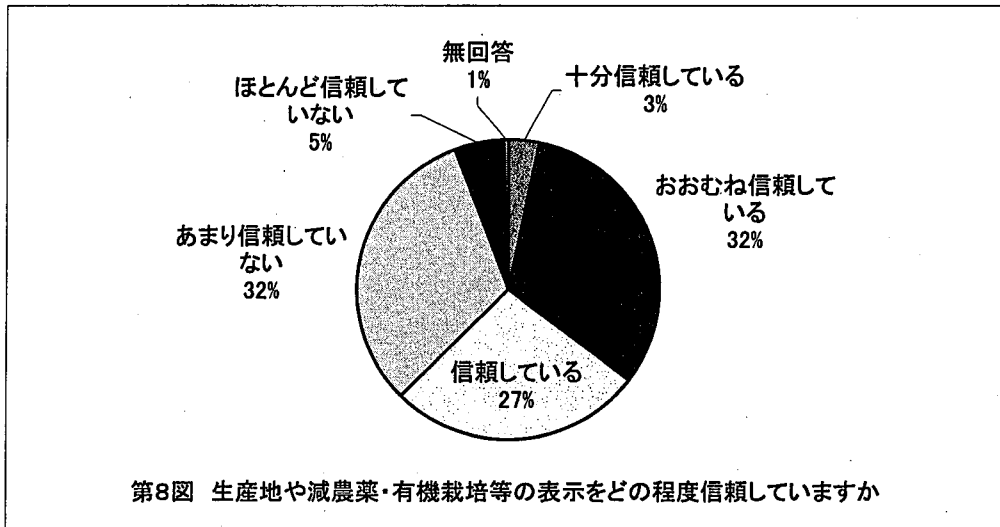
Q7 生産者名や農薬・肥料の使用状況が確認できる生鮮野菜の購入

「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。

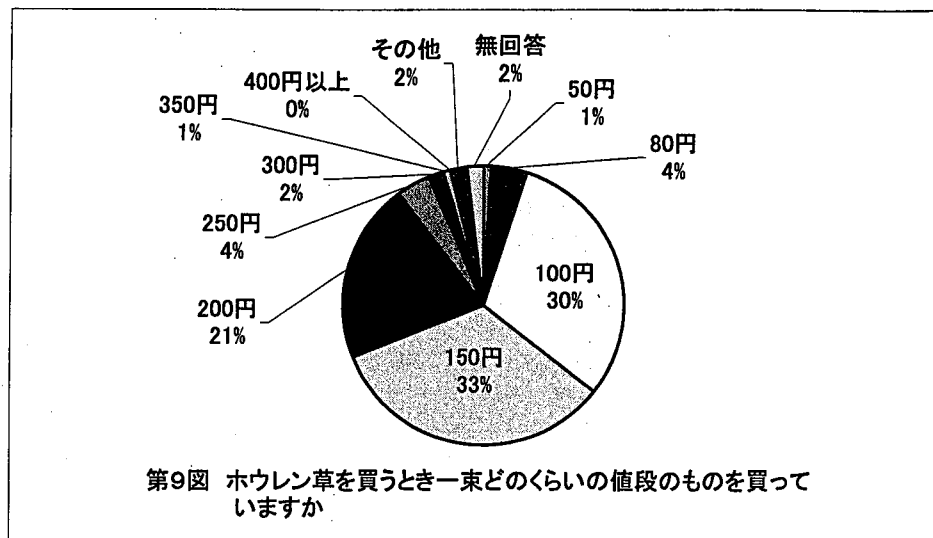


Q9 生鮮野菜の購入価格

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。

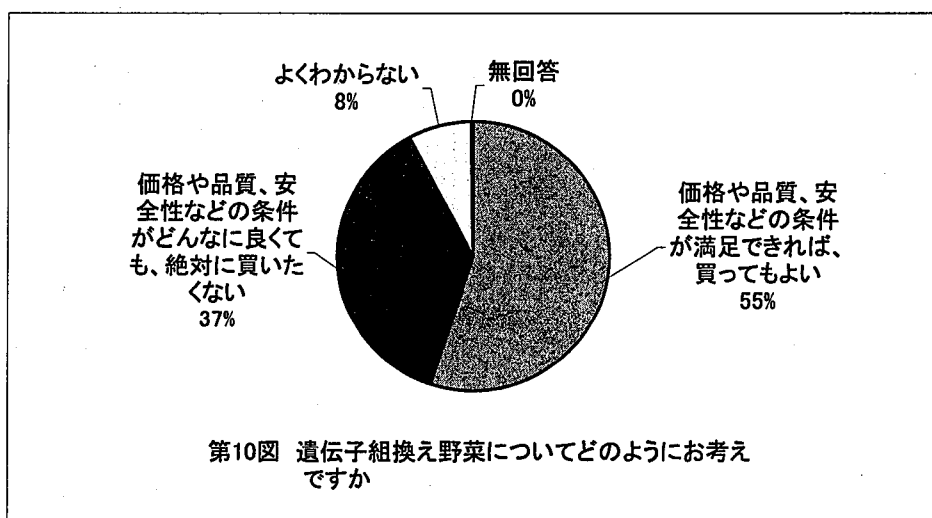


Q10 遺伝子組換え野菜の購入可能性

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。

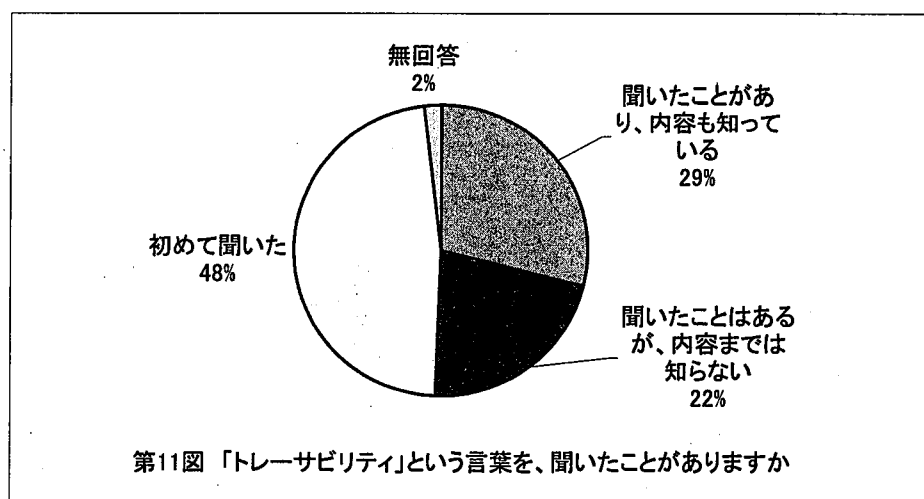


4)トレーサビリティの評価

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るようになります。

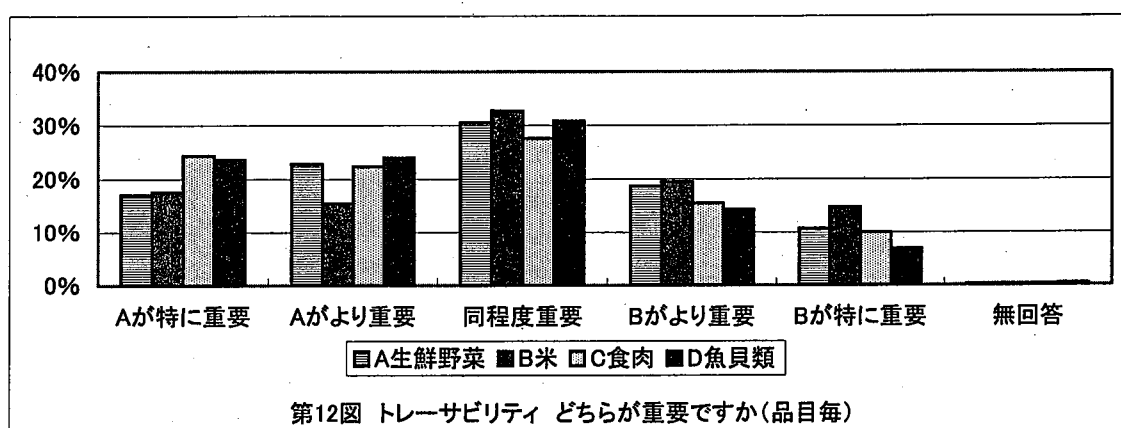
トレーサビリティに関する意識や重要視されるポイントは、食品の貯蔵性や生産・流通・販売形態等の差異により、異なると予想される。そこで、本調査では、食品を生鮮野菜、米、食肉、魚貝類の4種類に分け、それぞれにトレーサビリティに関する質問票（Q12 から Q19 まで）を作成した。付録に示すように質問票は、生産野菜をバージョンA、米をバージョンB、食肉をバージョンC、魚貝類をバージョンDとした。以下では、その集計結果を示す。

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

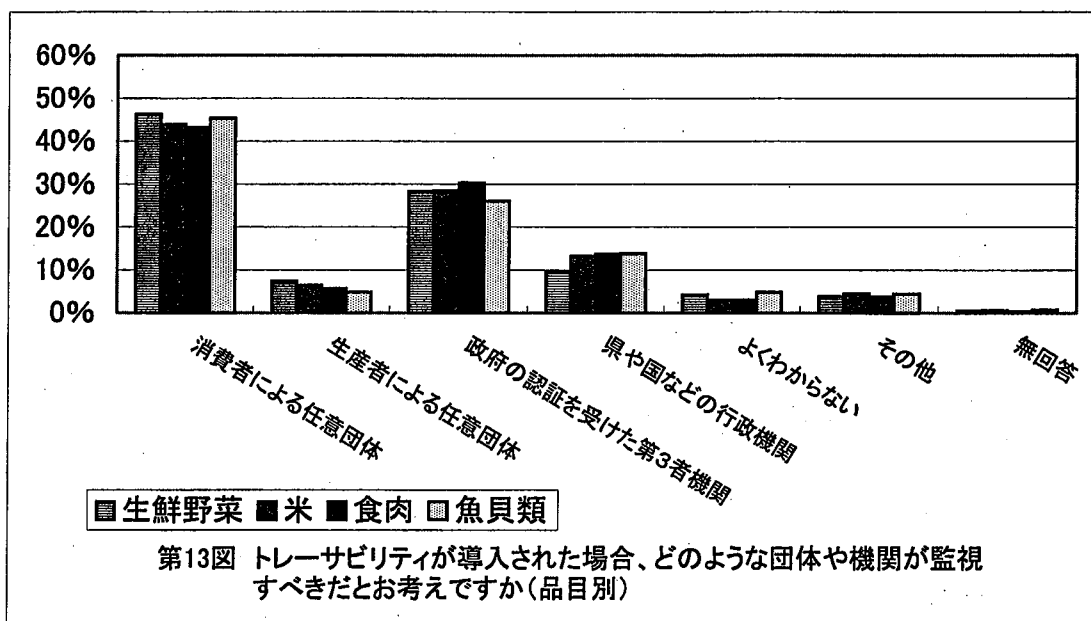
A：食品事故発生時の追跡や回収を容易にする。

B：生産者と消費者の顔の見える関係を築く。



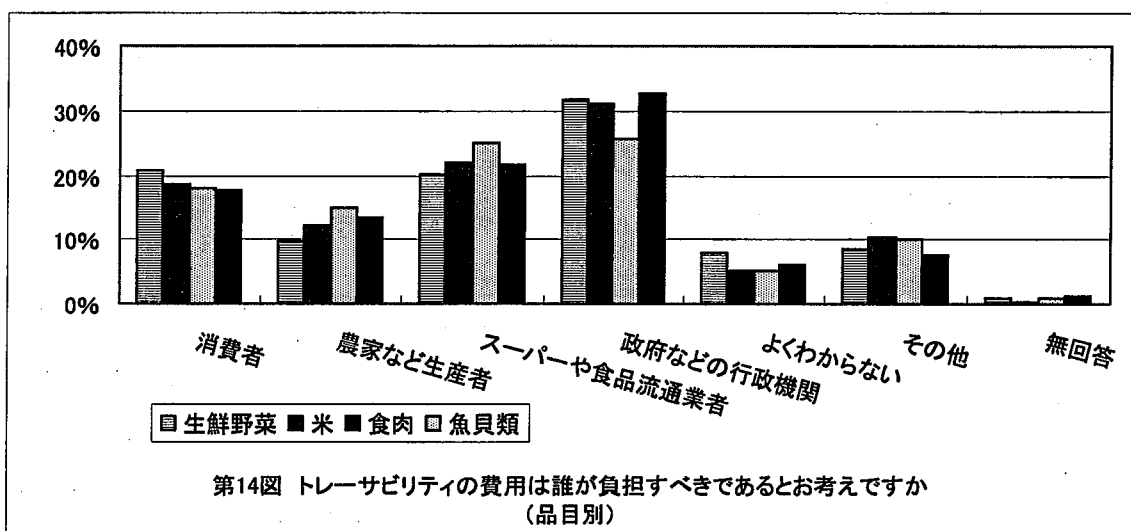
食肉や魚貝類では追跡可能性の方が重要視されるが、野菜や米では顔の見える関係も重要視される傾向がある。野菜や米では、生産者の名前や顔写真とともに販売されることもしばしばあるため、そのような関係が直感的にわかりやすいが、食肉や魚貝でそのような販売形態をとることが少ないために、顔の見える関係が想像しにくいことも一因となっているであろう。

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

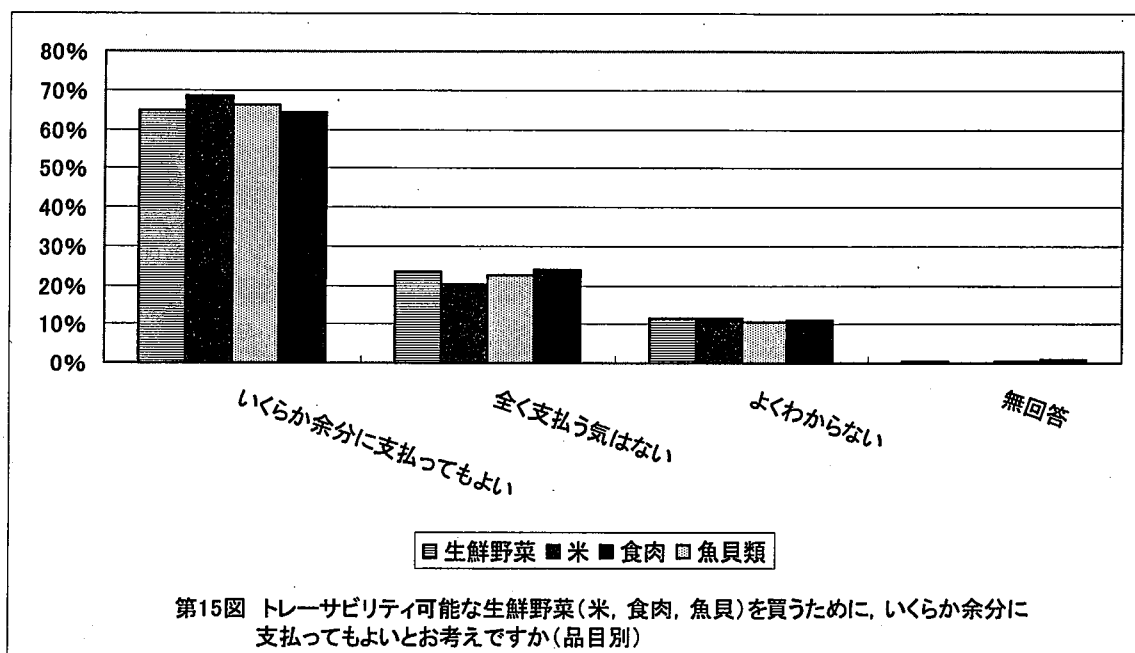


トレーサビリティの費用は誰が負担すべきかについて、食肉の場合は、他の食品に比べると生産者や流通などの業界が負担すべきという割合が高く、魚貝類は政府が負担すべきという考えが多少多いようである。品目をまとめると、「政府などの行政機関」が 30.2%、

「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。

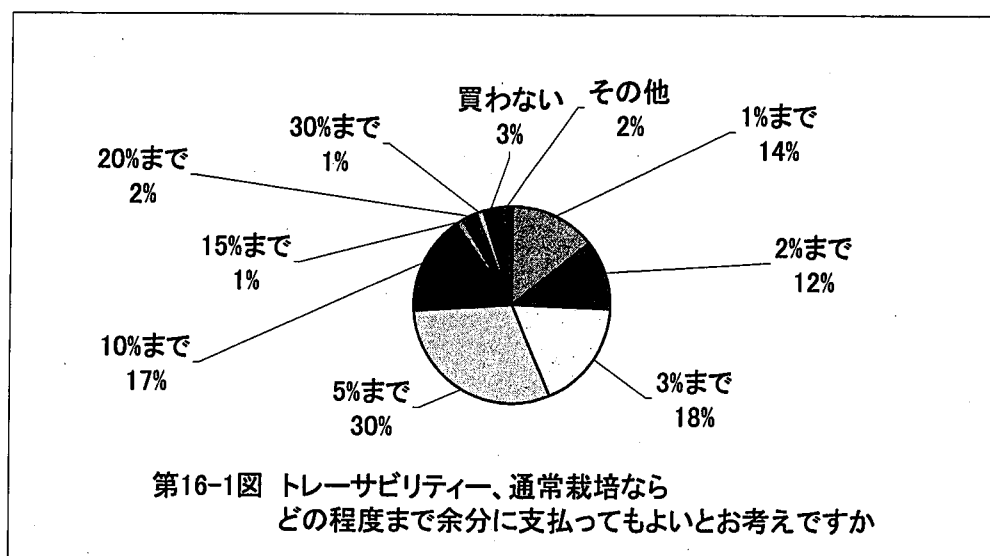
Q15 トレーサビリティのある食品を買うために、いくらか余分に支払ってもよいとお考えですか

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。



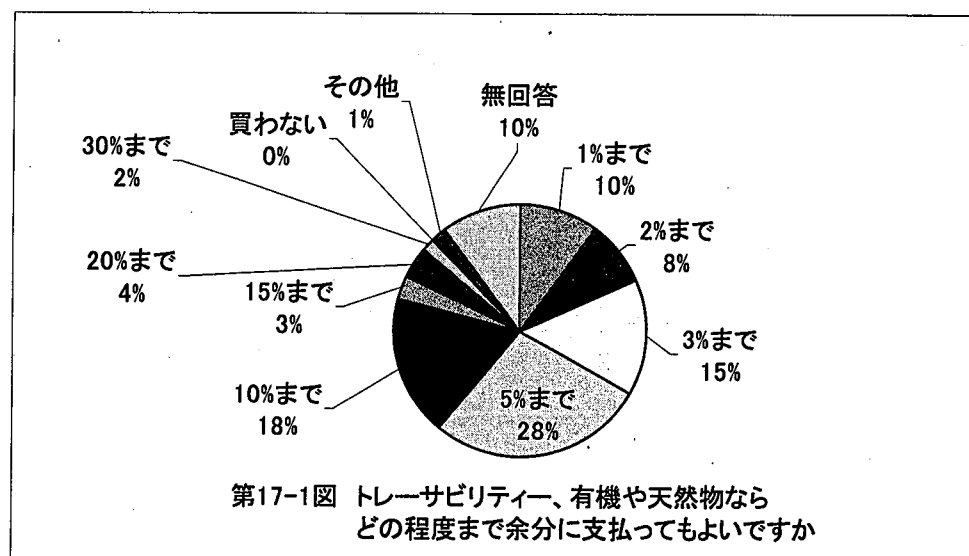
Q16 トレーサビリティ可能な通常の栽培方法の生鮮野菜類(国産米, 国産牛肉, 国産養殖の魚貝類)を買うために、どの程度まで余分に支払ってもよいとお考えですか

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

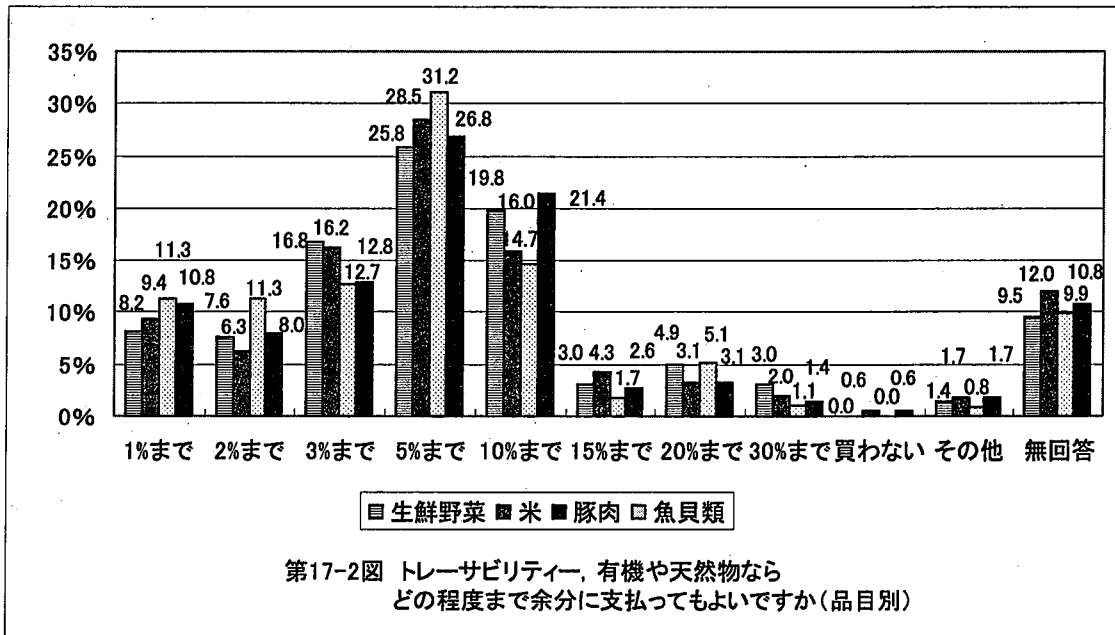
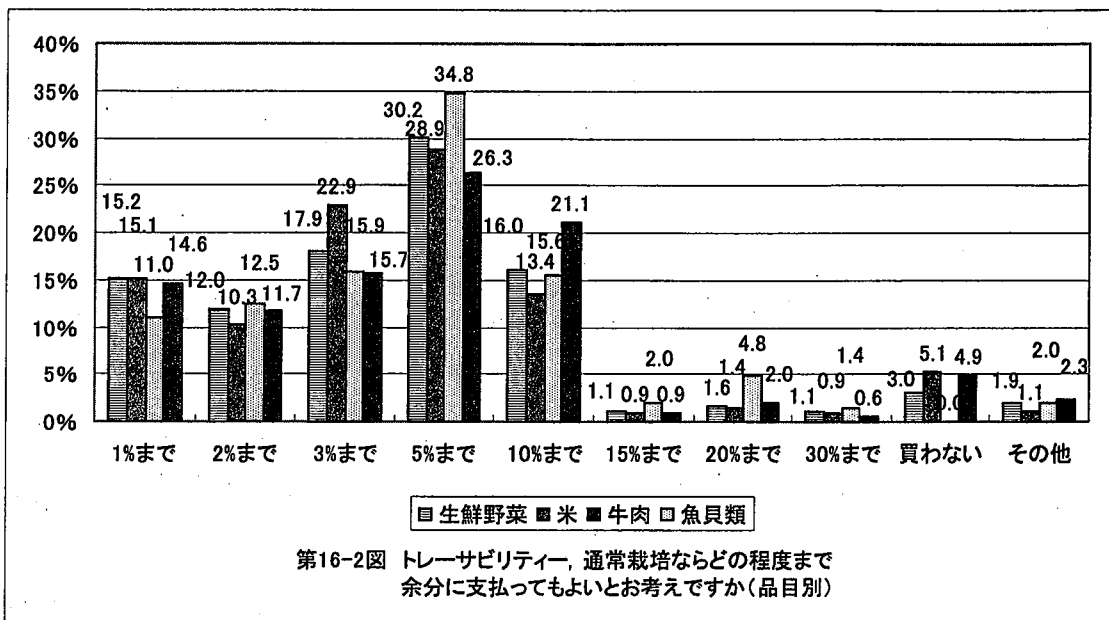
品目をまとめると，5%まで余分に支払ってもよいとしたのが 28.0%，10%まで余分に支払ってもよいとしたのが 18.0%となっている。



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乘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。

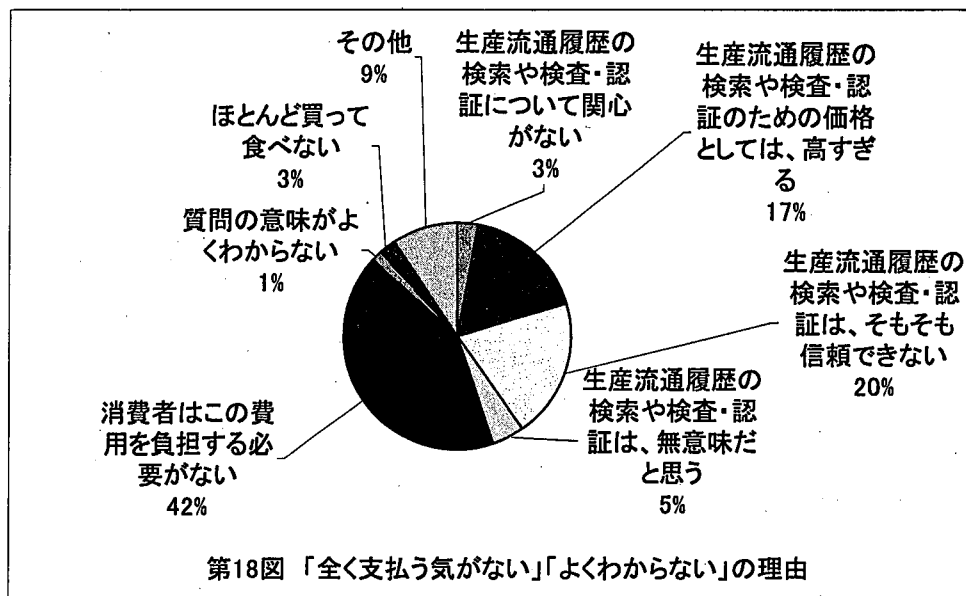
次に，第 17-2 図では，トレーサビリティ可能な食品を買うために支払ってもよい金額

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

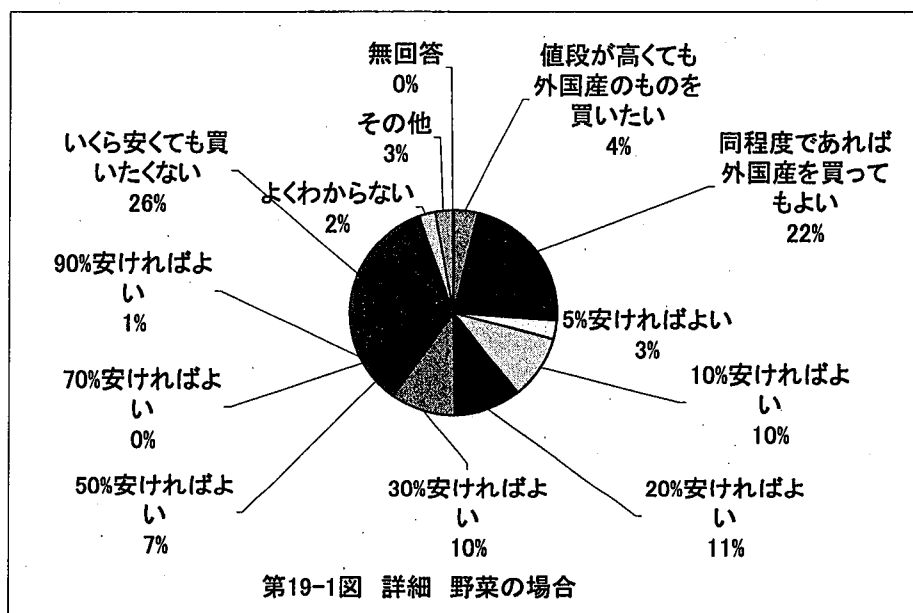
「消費者はこの費用を負担する必要がない」が最も多くて42.0%であり、次いで「生産流通履歴や検査・認証は信頼できない」が20%を占めている。



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。

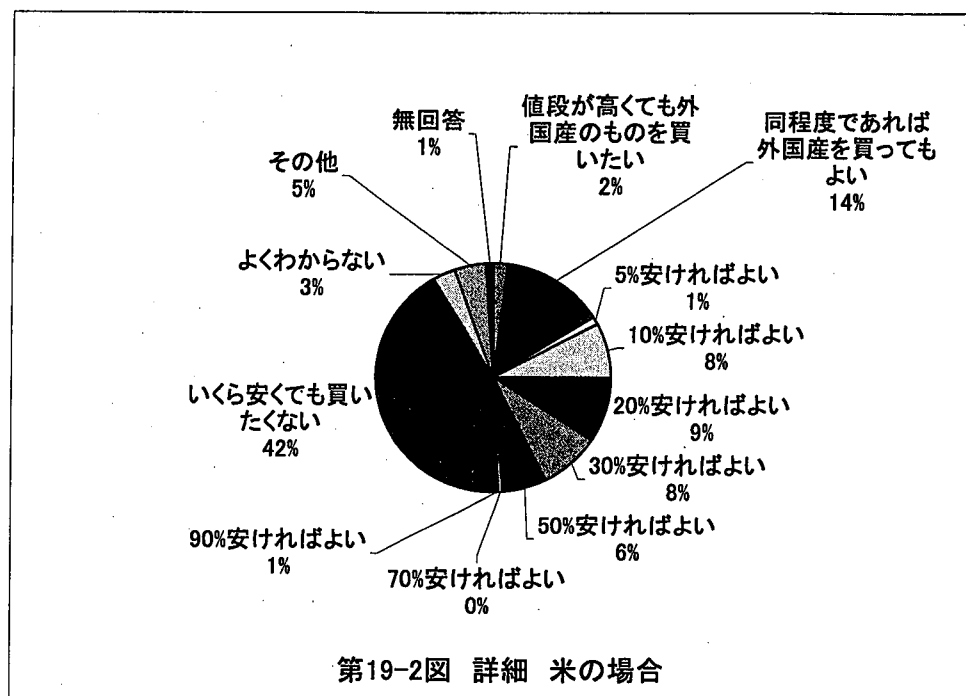
「生鮮野菜」「米」「牛肉」「養殖魚貝」の4パターンで聞いているので、それぞれについて見ていこう。

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。）

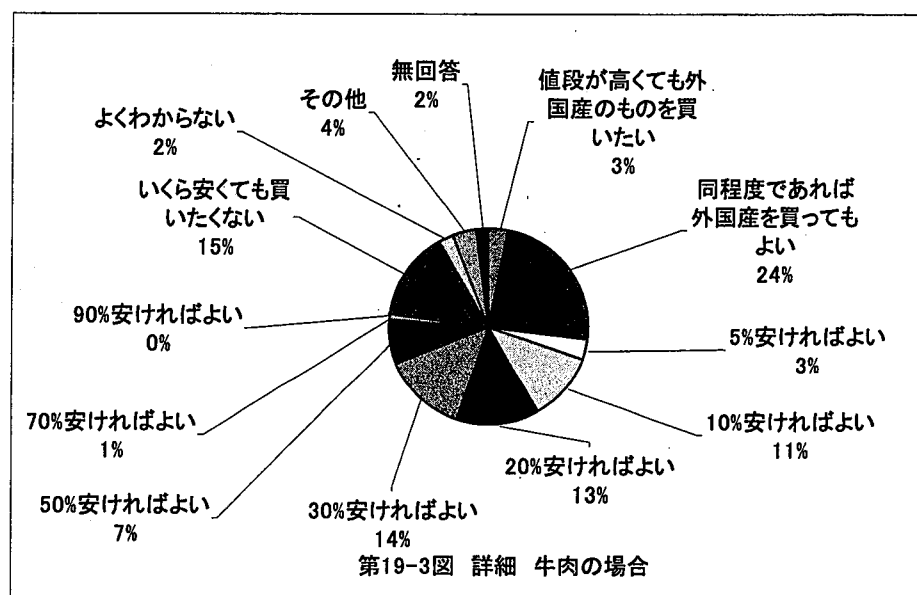


Q19-2「米」の場合、「いくら安くても買いたくない」が41.7%であった。（「米」のパター

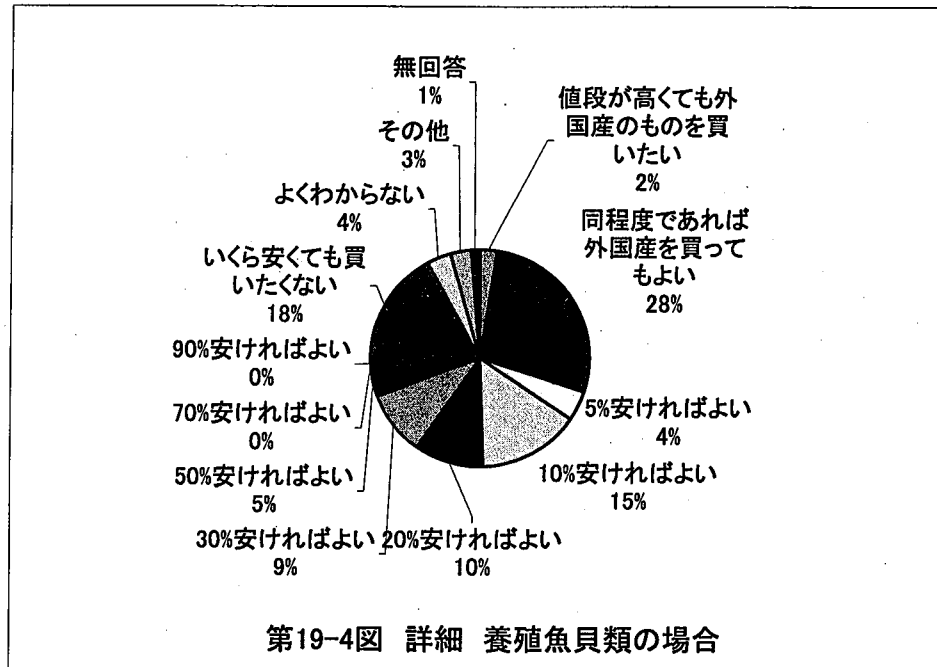
ンに回答した 513 人を、100%として計算した。)「米だけは国産」という気持ちが強いようである。



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。



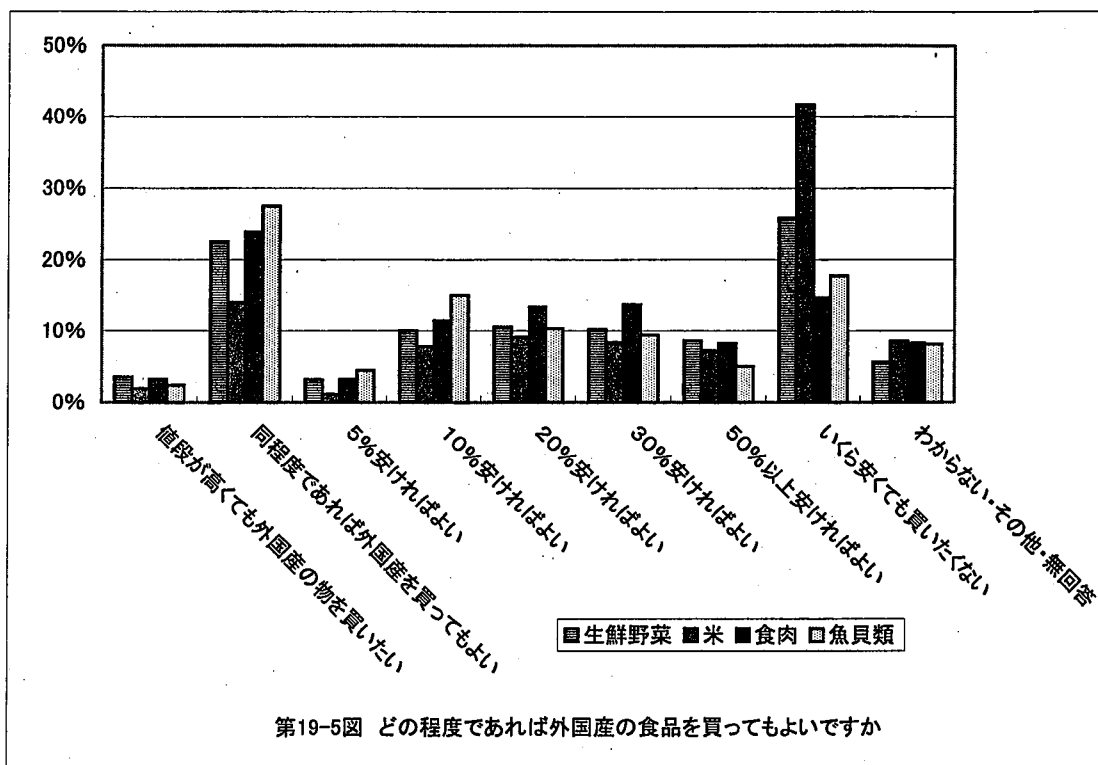
Q19-4「養殖魚貝類」の場合、「同程度であれば外国産を買ってもよい」が27.5%であった。
 （「養殖魚貝類」のパターンに回答した541人を、100%として計算した。）



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。)

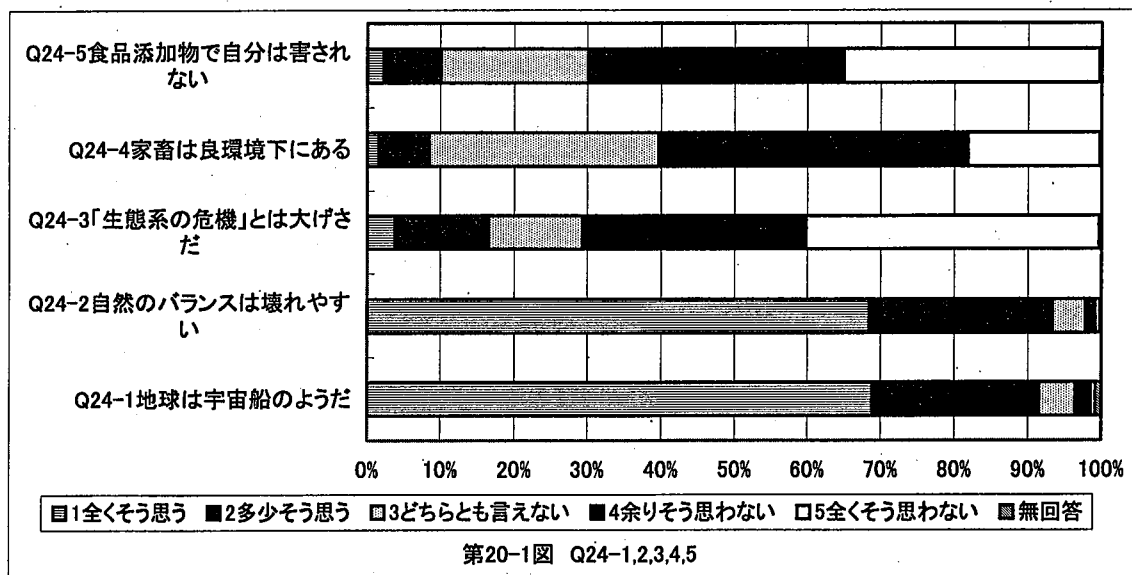
Q24-3「人類が直面している、いわゆる「生態系の危機」は、かなり大げさに言われていると思う」については、「全くそう思わない」が39.8%、「余りそう思わない」が30.5%であり、両者を合わせると70.3%となり、同意しない傾向の人が多いことがわかる。これより、

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。)



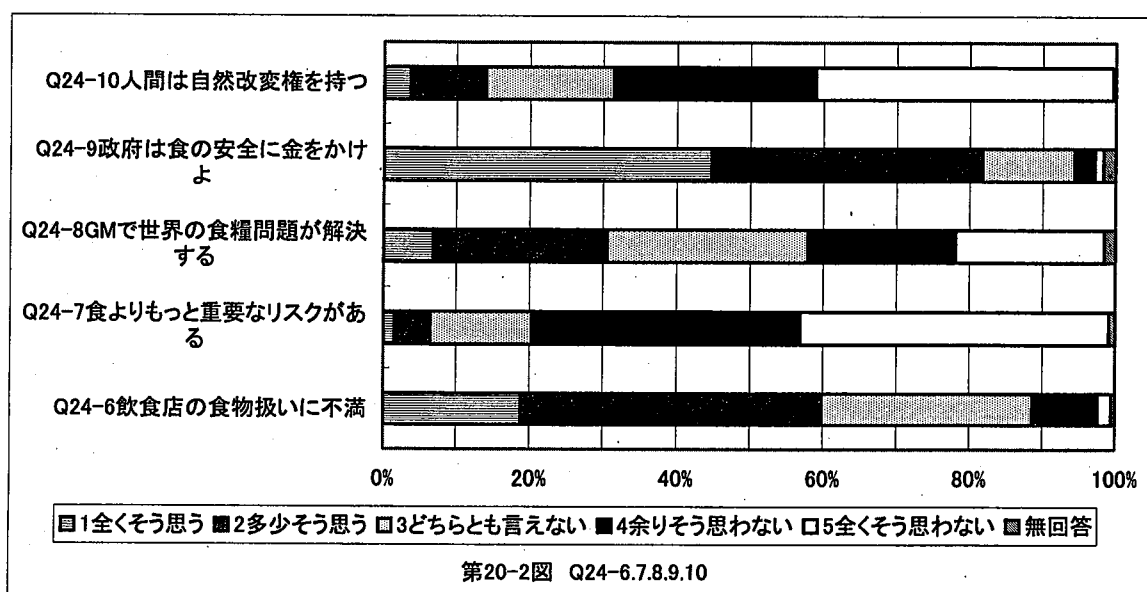
Q24-6「レストランなど飲食店は、食べ物を十分に気をつけて扱っていないと思う」については、「全くそう思う」が18.8%，「多少そう思う」が41.0%であり、両者合わせると59.8%となり、約6割の回答者がレストランに不信感を抱いていることがわかる。(なお、1 = 18.8%，2 = 41.0%，3 = 28.7%，4 = 9.0%，5 = 1.9%，その他 = 0.5%である。)

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。)

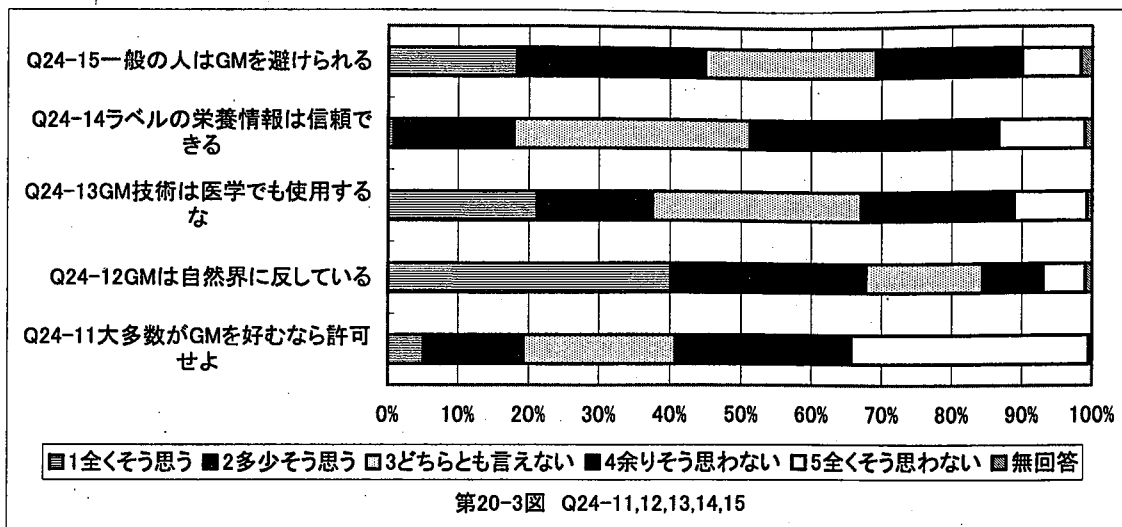
Q24-12「遺伝子組換え食品には利点があるとしても、もとより自然界に反している」については、「全くそう思う」が 40.0%、「多少そう思う」が 27.8%であり、両者を合わせると 67.8%の回答者が、遺伝子組換え食品は自然界に反していると考えていた。(なお、1 = 40.0%, 2 = 27.8%, 3 = 16.5%, 4 = 8.7%, 5 = 6.0%, その他 = 1.0%である。)

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、どちらかと言えれ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。）

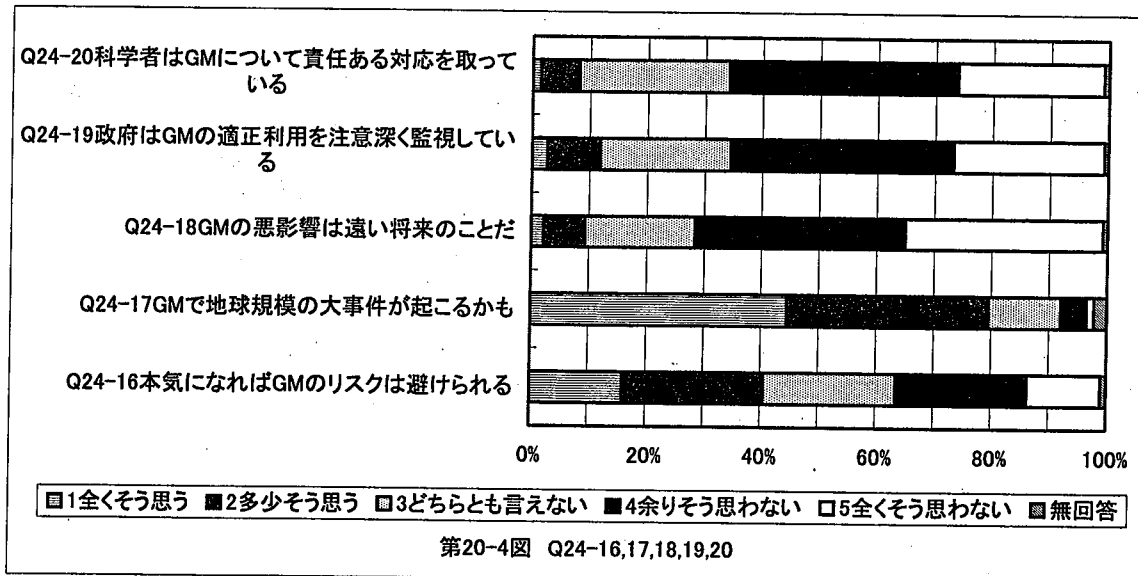
Q24-17「遺伝子組換え技術によって何か間違いが起これば、地球規模の大事件となるだろう」については、「全くそう思う」が44.5%、「多少そう思う」が35.0%であり、回答者の79.5%は、遺伝子組換え食品の安全性に対して危惧していることがわかる。（なお、1=44.5%、2=35.0%、3=12.6%、4=4.5%、5=1.3%、その他=2.2%である。）

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

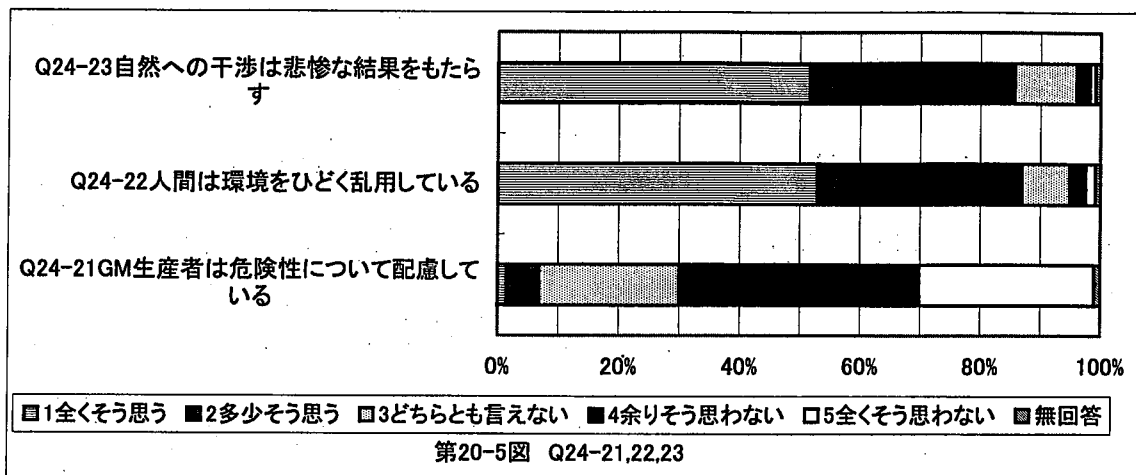
せると 65.1%の回答者が、科学者にも不信感を抱いている様子が窺える。(なお、1 = 1.4%, 2 = 6.7%, 3 = 26.0%, 4 = 39.8%, 5 = 25.3%, その他 = 0.8%である。)



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。)

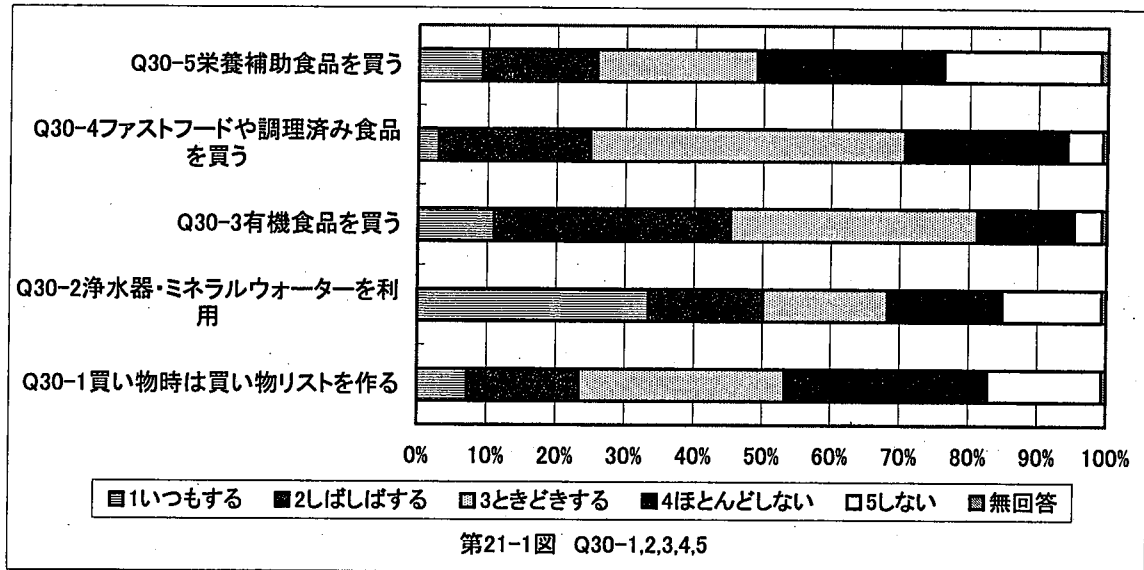
Q30-2「浄水器を使ったり、ミネラルウォーターを買ったりすること」について、「いつもする」が33.4%、「しばしばする」が16.6%であった。回答者の約8割が都市部に居住していることもあり、ほぼ半数の人が、浄水器やミネラルウォーターを日常的に使用している。(なお、1=33.4%、2=16.6%、3=18.2%、4=16.6%、5=14.5%、その他=0.6%である。)

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。)



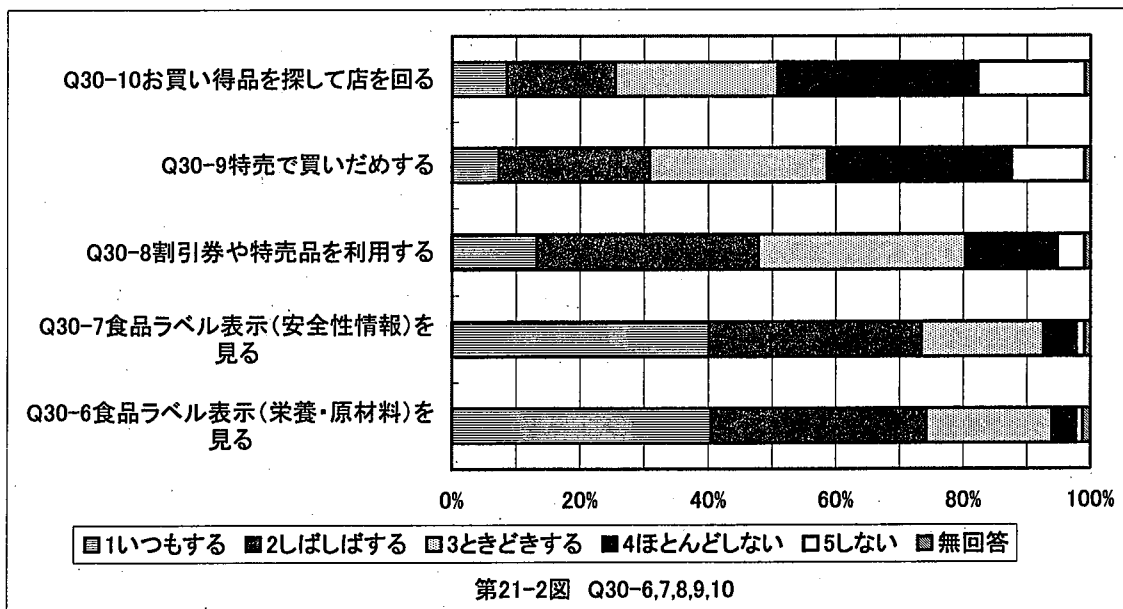
Q30-6「栄養や原材料の情報を得るために、食品のラベル表示を見ること」については、「いつもする」が40.4%、「しばしばする」が33.8%であり、両者合わせて74.2%の回答者が日常的にラベルを見ていることがわかる。(なお、1=40.4%、2=33.8%、3=19.8%、4=3.8%、5=1.0%、その他=1.3%である。)

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。

第2部：食の安全・安心と環境に関する消費者意識のクロス表分析

矢部光保(現九州大学大学院)・鈴木由紀

1. はじめに

第2部では、クロス表に基づく分析結果を示す。本報告書にクロス集計を載せるにあたり、基本的な考え方として、アンケートから得られた変数について、2変数とも順位変数の場合はスピアマン順位相関検定によって相関の有無を検定した。また、2変数ともカテゴリー変数か、あるいはカテゴリー変数と順位変数が混じっている場合に、カイ2乗検定に基づき、2変数間の関連性の有無を見る独立性の検定、あるいは、グループ間で分布に差があるか否かを見る一様性の検定を行った。そして、その結果に基づき、1%水準で有意な差が示されたものを中心に掲載している。

ただし、1%水準で有意差が見られた表だけを掲載しても数百表にもなることや基本的な傾向は類似している表が多いことに鑑み、2.において「遺伝子組換え食品がかなり安い場合」とのクロス分析の結果を示し、全体的なクロス分析の傾向を見る。次に、3.から7.では、2.の分析結果と比較することで、より興味深い分析結果が得られる場合、あるいはそれ自体が特徴的なクロス表について示すことにした。クロス分析の表は全部で100以上にもなるため、特徴的な点について、各節の初めに概要を述べておいた。8.では、女性や独居男性のような、日常的に食品を購入すると思われる人と、同居者のいる男性のように、日常的に食品を購入するとは思われない人との比較分析を行う。最後に、9.でまとめる。以下では、上述の結果を詳しく見ていくことにする。

2. 遺伝子組換え食品が価格上のメリットをもつ場合のクロス集計結果

ここでは、「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」とのクロス集計を見ていく。このクロス集計結果は、40表以上にもなるが、これにより、遺伝子組換え食品に対する購買の可能性を、消費者の意識や属性、日常の購買行動と関係づけて検討していく。

1) 生鮮野菜に関する購買行動や意識とのクロス集計結果

スーパーで買い物をする人は、生協や産直を利用する人と比較して、遺伝子組換え食品を買ってもよいと考える傾向がある。また、生産地名等を確認しない人や有機野菜を買わない人、安い野菜を買う人ほど、遺伝子組換え食品の購入可能性は高くなっている。

第1表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と
「Q3 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」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
Q3 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		是非買 いたい	買っても よい	どちらで もよい	あまり買 いたくない	絶対買 いたくない	合計
	スーパー	4.9%	21.6%	9.4%	39.0%	25.2%	1,430 (100%)
	八百屋	4.1%	18.7%	6.5%	37.4%	33.3%	123 (100%)
	地元の店	0.9%	9.9%	6.3%	38.7%	44.1%	111 (100%)
	生協	1.6%	10.9%	5.7%	27.9%	53.8%	247 (100%)
	Aコープ	0%	5.8%	5.8%	38.5%	50.0%	52 (100%)
	安売りショップ	16.7%	50.0%	16.7%	16.7%	0%	6 (100%)
	個人的な産直	0%	4.5%	1.8%	30.0%	63.6%	110 (100%)
	手に入るので買う必要がない	3.2%	12.9%	12.9%	25.8%	45.2%	31 (100%)
	その他	0%	10.3%	0%	25.6%	64.1%	39 (100%)
	合計	82	389	173	787	718	2,149 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

スーパーで購入する人が 1,430 人と全体の 66.5%を占めており、その内で遺伝子組換え食品が安価であれば、「是非買いたい」「買ってもよい」を合わせて 26.5%が買いたい意向を示し、「あまり買いたくない」「絶対買いたくない」を合わせた 64.2%は否定的反応であった。生協、A コープ、産直、その他（大部分は有機食品通販。）は、8 割以上がさらに拒否的傾向を示している。

第2表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と
「Q5 生鮮野菜を買うとき、見た目を気にしますか」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
Q5 生鮮野菜を 買うとき、見た目を気にしますか		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
	かなり気にする	6.9%	25.5%	10.1%	32.4%	25.0%	188 (100%)
	多少気にする	4.8%	25.2%	11.7%	36.2%	21.8%	613 (100%)
	気にする	1.8%	16.1%	7.2%	44.6%	30.0%	329 (100%)
	あまり気にしない	2.4%	14.0%	6.1%	39.3%	38.0%	763 (100%)
	気にしない	5.5%	9.8%	4.3%	22.5%	57.7%	253 (100%)
	合計	82	388	173	787	716	2,146 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

生鮮野菜の見た目を気にする人の方が、安価な遺伝子組換え食品を買ってもよいという傾向が見られた。つまり、生鮮野菜の見た目を「かなり気にする」層は、「是非買いたい」または「買ってもよい」と 32.4%が答え、「絶対買いたくない」は 25.0%であった。他方、「気にしない」層では「絶対買いたくない」と 57.7%が答えている。このように、見た目を重視しない程、遺伝子組換え食品への否定的反応は強くなるので、見た目とのクロス集計は、第6節で詳細に行うことにする。

第3表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「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を、よく買いますか」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
Q7 生産者名や 農薬・肥料の 使用状況が 確認できる生 鮮野菜を、よ く買いますか		是非買 いたい	買っても よい	どちら でも よい	余り買 たくない	絶対買 たくない	合計
	いつも買っている	2.3%	4.7%	1.9%	20.7%	70.1%	255 (100%)
	しばしば買う	2.2%	14.0%	5.9%	37.1%	40.5%	703 (100%)
	ときどき買う	3.0%	22.2%	9.9%	41.8%	22.9%	818 (100%)
	あまり買わない	5.1%	26.5%	11.1%	39.9%	17.2%	313 (100%)
	まず買わない	32.7%	20.6%	17.2%	10.3%	18.9%	58 (100%)
	合計	82	388	173	787	717	2,147 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば1%水準で相関が認められた。

生産者名等が確認できる野菜を買わない人ほど、遺伝子組換え食品を積極的に受け入れる傾向が見られ、「まず買わない」層では、遺伝子組換え食品がかなり安価であれば「是非買いたい」「買ってもよい」と合わせて53.3%の人が答えている。一方、生産者名等が確認できる野菜を「いつも買っている」層は「絶対買いたくない」と70.1%の人が答えている。

生産者名や農薬等の使用状況が書いてある野菜は、有機野菜や減農薬、無農薬野菜であることが多い。したがって、有機野菜等を日常的に購入している人は、遺伝子組換え食品を避けることについて、第35表にも明らかにその傾向が示されている。

第4表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「Q8 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」のクロス集計結果

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
Q8 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		是非買 いたい	買っても よい	どちら でも よい	余り買 たくない	絶対買 たくない	合計
	十分信頼している	8.1%	6.7%	4.0%	17.5%	63.5%	74 (100%)
	おおむね信頼している	2.3%	18.1%	5.2%	36.8%	37.4%	689 (100%)
	信頼している	4.2%	17.3%	7.8%	38.6%	31.8%	587 (100%)
	あまり信頼していない	2.9%	19.1%	11.1%	37.9%	28.7%	679 (100%)
	ほとんど信頼していない	13.3%	20.5%	10.7%	30.3%	25.0%	112 (100%)
	合計	82	385	173	786	715	2,141 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば1%水準で相関が認められた。

有機等の表示を信頼している人ほど、遺伝子組換え食品が安価であるだけならば、避ける傾向にある。つまり、「十分に信頼している」層では「余り買いたくない」と「絶対買いたくない」を合わせると81.0%になるが、「ほとんど信頼していない」層では、同割合が55.3%に減少している。

一般に、購入した食品の表示が正しいかどうかは、なかなかわからない。そのため、購入した後から表示を不審がると、それを買うと決めた自分の行動や判断自体を否定することになるから、購入した人ほど表示を信じるようになる（心理学で言う「認知的不協和の

解消)」ことが知られている。一方、有機食品を買う人は遺伝子組換え食品を回避する傾向にある。したがって、有機等の表示を信頼する人→有機食品を購入する人→安価でも遺伝子組換え食品の回避、という傾向が出たと思われる。

第 5 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「Q9 ホウレン草を買うとき、一束どのくらいの値段のものを買っていますか」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
Q9 ホウレン草を 買うとき、一束 どのくらいの値 段のものを買っ ていますか		是非買いた い	買ってもよ い	どちらでも よい	余り買いた くない	絶対買いた くない	合計
	50円	12.5%	43.7%	0%	25.0%	18.7%	16 (100%)
	80円	2.1%	30.8%	6.3%	35.1%	25.5%	94 (100%)
	100円	5.1%	24.8%	9.9%	35.8%	24.1%	655 (100%)
	150円	3.6%	16.6%	7.5%	41.1%	31.1%	720 (100%)
	200円	2.4%	12.7%	7.8%	37.1%	39.8%	447 (100%)
	250円	1.1%	3.5%	5.8%	30.5%	58.8%	85 (100%)
	300円	0%	5.1%	2.5%	30.7%	61.5%	39 (100%)
	350円	7.6%	0%	15.3%	7.6%	69.2%	13 (100%)
	400円以上	0%	33.3%	0%	0%	66.6%	3 (100%)
	その他	9.0%	9.0%	4.5%	22.7%	54.5%	44 (100%)
	合計	81	386	170	783	696	2,116 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

安いホウレン草を買う人には、遺伝子組換え食品が安価であれば、買ってもよいという傾向が見られる。例えば 80 円のホウレン草を買う人は、「是非買いたい」と「買ってもよい」を合わせて 32.9%が買ってもよいと回答し、逆に「絶対買いたくない」と答えた割合が 25.5%に過ぎない。

他方、普段から高いホウレン草を買う人は、遺伝子組換え食品が安いだけであれば、買いたくないという傾向が強く、一束 250 円以上のホウレン草を買う人は、「絶対買いたくない」が 6 割前後を占めている。その理由として、例えば、味や産地等にこだわりを持つ人の場合には、名産地産や付加価値の高い野菜（サラダ用ホウレン草・高糖度トマトなど）を日常的に買っているため、安いだけでは魅力を感じないケースが考えられる。あるいは、買っている野菜が有機栽培であるため、遺伝子組換え食品を回避している可能性もあるだろう。

第 6 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と
「Q10 遺伝子組換え野菜についてどのようにお考えですか」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
Q10 遺伝子組 換え野菜 について、 どのよう にお考え ですか		是非買 いたい	買って もよい	どちらで もよい	余り買 いたくない	絶対買 たくない	合計
	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	6.4%	31.3%	11.8%	37.8%	12.6%	1,185 (100%)
	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	0.6%	0.9%	0.7%	30.1%	67.4%	802 (100%)
	よくわからない	0.6%	6.2%	16.7%	60.8%	15.5%	161 (100%)
	合計	82	389	173	788	716	2,148 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

遺伝子組換え野菜について、「条件が満足できれば、買ってもよい」と考える層のうち、50.4%の人が、かなり安い遺伝子組換え食品でも、「余り買いたくない」「絶対買いたくない」と否定的反応を示している。このことから、遺伝子組換え食品を買ってもよいと考えている人でも、ほぼ半数の人は「安さ」だけでは満足していないことがわかる。そこで、残された条件とは何かということになるが、満足出来る条件としては、後出の 3. 4) で詳しく分析する「安全性」が、特に重要である。

2) 個人的属性やトレーサビリティに対する考え方とのクロス集計結果

大学院以上の方は遺伝子組換え食品に対して受容性が高く、所得の高い人や食費の多い人ほど遺伝子組換え食品を回避する傾向がある。また、トレーサビリティを監視する主体として消費者団体を望む人は、遺伝子組換え食品に対してより否定的であった。

第 7 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と
「Q32 あなたはどの教育課程まで終えられましたか」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
Q32 あなたはどの 教育課程ま で終えられ ましたか		是非買 いたい	買って もよい	どちらで もよい	余り買 いたくない	絶対買 たくない	合計
	中学・高等学校	3.9%	19.2%	9.4%	37.5%	29.7%	653 (100%)
	専門学校・短期大学	2.4%	14.1%	7.5%	41.3%	34.5%	452 (100%)
	大学	3.7%	19.2%	7.0%	35.0%	34.9%	848 (100%)
	大学院以上	11.1%	19.7%	7.4%	30.8%	30.8%	81 (100%)
	無回答	0%	18.4%	9.7%	31.5%	40.2%	92 (100%)
	合計	78	386	171	783	708	2,126 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

「専門学校・短期大学」と「大学」の人は買いたくない傾向が強いようだが、「大学院以上」になると「是非買いたい」の回答が 11.1%となり、他の学歴の層より、遺伝子組換

え食品に対する受容性が増している。学歴を回答しない人は、「絶対買いたくない」が40.2%と最も高く、遺伝子組換え食品に対して否定的傾向がより強く現れている。

第8表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「Q25 性別」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
Q25 性別		是非買 たい	買ってもよ い	どちらでも よい	余り買 たくない	絶対買 たくない	合計
	男性	4.8%	19.9%	8.3%	36.6%	30.1%	1,227 (100%)
	女性	2.3%	15.3%	7.7%	36.5%	38.0%	893 (100%)
	無回答	0%	23.0%	7.6%	46.1%	23.0%	13 (100%)
	合計	80	385	173	782	713	2,133 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

男性では、安価な遺伝子組換え食品に対して、「是非買いたい」「買ってもよい」を合わせた割合が24.7%であるのに対して、女性では同割合が17.6%である。逆に、男性では「絶対買いたくない」が30.1%であるのに対し、女性では同割合が38.0%と増加する。このように、男性の方が遺伝子組換え食品に対して肯定的傾向が見られる。

第9表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「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」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
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		是非買 いたい	買って もよい	どちら でも よい	余り買 たくない	絶対買 たくない	合計
	消費者による任意団体	2.9%	15.1%	5.4%	35.8%	40.6%	962 (100%)
	生産者による任意団体	4.5%	20.6%	10.6%	41.9%	22.1%	131 (100%)
	政府の認証を受けた第三者機関	4.4%	19.7%	10.5%	36.7%	28.5%	609 (100%)
	県や国などの行政機関	4.0%	21.5%	8.5%	38.2%	27.5%	269 (100%)
	よくわからない	7.4%	23.4%	14.8%	38.2%	16.0%	81 (100%)
	その他	4.4%	20.2%	7.8%	30.3%	37.0%	89 (100%)
	合計	82	388	172	785	714	2,141 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

トレーサビリティの監視機関を「消費者による任意団体」と答えた層は、安価な遺伝子組換え食品でも、76.4%が「余り買いたくない」「絶対買いたくない」と回答している。一方、「よくわからない」と答えた層は、遺伝子組換え食品をあまり拒否しない。

第 10 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「Q33 年収」とのクロス

Q33 年収	Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか					
		是非買 たい	買ってもよ い	どちらでも よい	余り買 たくない	絶対買 たくない
	200 万円未満	12.3%	21.9%	15.0%	32.8%	17.8%
	200—399 万円	3.1%	19.3%	7.5%	38.7%	31.2%
	400—599 万円	3.9%	19.7%	7.0%	37.5%	31.6%
	600—799 万円	3.6%	20.0%	9.4%	33.0%	33.8%
	800—999 万円	4.7%	16.3%	8.7%	36.6%	33.4%
	1,000—1,199 万円	1.1%	20.4%	9.0%	40.3%	28.9%
	1,200—1,399 万円	1.5%	12.5%	7.8%	40.6%	37.5%
	1,400—1,599 万円	5.5%	11.1%	2.7%	50.0%	30.5%
	1,600 万円以上	5.0%	10.0%	5.0%	35.0%	45.0%
	合計	72	349	154	686	593
						1,854 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

遺伝子組換え技術によって食品の価格が安くなった場合、年収が高い人ほど、そのような遺伝子組換え食品を買いたくないという傾向が読み取れた。

第 11 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「Q31 食べ物を買うために、1ヶ月におよそいくら使いますか」とのクロス

Q31 食べ物を買う ために、1ヶ月 におよそいくら 使いますか	Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか					
		是非買 たい	買ってもよ い	どちらでも よい	余り買 たくない	絶対買 たくない
	2万円未満	5.7%	16.7%	10.1%	33.4%	33.9%
	2—4万円	3.3%	20.2%	8.1%	36.5%	31.6%
	4—6万円	3.2%	19.4%	7.7%	38.8%	30.7%
	6—8万円	3.0%	15.6%	6.7%	38.6%	35.8%
	8—10万円	3.0%	14.8%	8.6%	32.0%	41.3%
	10—12万円	8.5%	22.8%	4.2%	32.8%	31.4%
	12—14万円	9.5%	4.7%	9.5%	52.3%	23.8%
	14万円以上	9.5%	0%	9.5%	33.3%	47.6%
	合計	67	341	143	692	613
						1,856 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 5%水準で相関が認められた。

遺伝子組換え技術によって食品の価格が安くなった場合、日常の食費が高い人ほど、そのような遺伝子組換え食品を買いたくないという傾向が読み取れた。このことは、第 10 表でも見たように、所得の高い人ほど食費も多くなることを考えると、低価格には魅力を感じないのであろう。

3) 食の安全・安心や環境保全等に対する意識とのクロス集計結果

自然や環境のもつ有限性や脆弱性を憂慮し、食品添加物を心配し、飲食店の衛生管理や食品ラベルの表示を疑問視し、食の安全性を重視し、遺伝子組換え技術やその医学的利用にも反対の立場をとる人ほど、遺伝子組換え食品に対し否定的反応を示す傾向があった。

第12表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「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」のクロス

Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
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		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
	全くそう思う	3.7%	17.1%	7.1%	34.3%	37.6%	1,481 (100%)
	多少そう思う	3.2%	21.0%	8.7%	46.2%	20.6%	489 (100%)
	どちらとも言えない	5.7%	17.1%	14.2%	31.4%	31.4%	105 (100%)
	余りそう思わない	6.3%	19.1%	17.0%	21.2%	36.1%	47 (100%)
	全くそう思わない	8.3%	25.0%	0%	16.6%	50.0%	12 (100%)
	合計	81	387	172	779	715	2,134 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば1%水準で相関が認められた。

地球の資源は限られていると思う人ほど、遺伝子組換え食品を買いたくない傾向が見られる。すなわち、「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「全くそう思う」のは、1,481人で全体の69.4%を占めている。その内、「絶対買いたくない」と答える割合が37.6%であった。これに対し、地球を限られた宇宙船とみなすことについて「多少そう思う」人は、同割合が最も少なく20.6%に減少している。

第13表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「Q24-2 自然のバランスは大変微妙で壊れやすい」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
Q24-2 自然のバランスは大変微妙で壊れやすい		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
	全くそう思う	3.3%	15.8%	7.5%	34.3%	38.9%	1,472 (100%)
	多少そう思う	3.3%	23.2%	10.0%	42.9%	20.4%	538 (100%)
	どちらとも言えない	7.3%	17.8%	5.2%	43.1%	26.3%	95 (100%)
	余りそう思わない	13.3%	26.6%	10.0%	23.3%	26.6%	30 (100%)
	全くそう思わない	27.2%	27.2%	0%	27.2%	18.1%	11 (100%)
	合計	81	387	173	787	718	2,146 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば1%水準で相関が認められた。

自然は壊れやすいと思う人ほど、遺伝子組換え食品を買いたがらない傾向にある。すなわち、自然は壊れやすいについて、「全くそう思う」人は「絶対買いたくない」と答える割合が38.9%と高いが、それ以外の層は、「絶対買いたくない」の割合が30.0%未満と多少低くなっている。

第 14 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「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」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
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		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
	全くそう思う	19.5%	15.8%	15.8%	23.1%	25.6%	82 (100%)
	多少そう思う	4.0%	25.1%	12.7%	35.7%	22.2%	274 (100%)
	どちらとも言えない	3.9%	25.0%	8.6%	44.5%	17.7%	276 (100%)
	余りそう思わない	2.7%	19.7%	7.4%	44.5%	25.5%	658 (100%)
	全くそう思わない	2.6%	12.6%	6.0%	29.8%	48.7%	854 (100%)
	合計	79	389	173	788	715	2,144 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

環境問題に悲観的・危機的な思いを抱いている人ほど、遺伝子組換え食品について、買いたくないと答える傾向が読み取れる。すなわち、生態系の危機は大げさに言われているについて、「全くそう思う」層では、遺伝子組換え食品を「是非買いたい」という割合が 19.5%であったのに対し、それ以外の層で「是非買いたい」と答えたのは数%に過ぎない。一方、「全くそう思わない」と答えた、生態系は危機に瀕していると思っている人は、48.7%が「絶対買いたくない」と答えている。

第 15 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「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飼育されている」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
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飼育されている		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
	全くそう思う	14.7%	8.8%	8.8%	26.4%	41.1%	34 (100%)
	多少そう思う	6.7%	26.3%	12.1%	39.1%	15.5%	148 (100%)
	どちらとも言えない	4.1%	24.4%	11.6%	38.8%	20.8%	670 (100%)
	余りそう思わない	3%	16.1%	6.3%	40.7%	33.6%	909 (100%)
	全くそう思わない	2.5%	9.0%	3.6%	23.3%	61.2%	385 (100%)
	合計	81	388	171	787	719	2,146 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

家畜の飼養環境について懐疑的な人ほど、遺伝子組換え食品を買いたがらない傾向にある。すなわち、「家畜は望ましい環境で飼われている」について、「全くそう思わない」を選んだ人、つまり、家畜は不適切な環境で飼われていると考えた人は、61.2%が遺伝子組換え食品を「絶対買いたくない」と答えたのに対して、望ましい環境で買われていると見なす人ほど、遺伝子組換え食品に対して肯定的割合が増加している。ただし、「全くそう思う」を選んだ人では、サンプル数が 34 人で、全体の 1.6%しか占めていないために、この傾向ははっきりと現れていない。

第 16 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいですか」と
「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」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいですか							
Q24-5		是非買 いたい	買っても よい	どちらでも よい	余り買 たくない	絶対買 たくない	合計
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	全くそう思う	16.6%	27.0%	6.2%	20.8%	29.1%	48 (100%)
	多少そう思う	9.4%	27.8%	11.8%	35.5%	15.3%	169 (100%)
	どちらとも言えない	3.4%	27.8%	13.2%	38.7%	16.7%	431 (100%)
	余りそう思わない	4.0%	17.7%	6.8%	44.8%	26.6%	750 (100%)
	全くそう思わない	1.6%	10.0%	5.3%	28.7%	54.2%	747 (100%)
	合計	81	388	171	788	717	2,145 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

食品添加物を心配している層ほど、遺伝子組換え食品についても、否定的反応を示している。すなわち、食品添加物で自分の健康は害されないことについて、「全くそう思う」と答えた食品添加物を安心してしている人は、安価な遺伝子組換え食品について 16.6%が「是非買いたい」と答えたように肯定的である。他方、「全くそう思わない」と答えた添加物を危惧している人は「絶対買いたくない」が 54.2%と、拒絶する傾向にある。

第 17 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいですか」と
「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」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいですか							
Q24-6		是非買 いたい	買っても よい	どちらでも よい	余り買 たくない	絶対買 たくない	合計
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	全くそう思う	3.7%	14.3%	5.1%	24.2%	52.4%	404 (100%)
	多少そう思う	3.5%	18.5%	8.2%	38.3%	31.2%	882 (100%)
	どちらとも言えない	2.9%	20.3%	9.8%	41.7%	25.1%	620 (100%)
	余りそう思わない	5.1%	17.4%	7.1%	40.5%	29.7%	195 (100%)
	全くそう思わない	17.5%	12.5%	10.0%	25.0%	35.0%	40 (100%)
	合計	81	387	173	784	716	2,141 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

レストランの衛生管理に不信感を抱いている層ほど、遺伝子組換え食品についても、否定的反応を示している。レストランを信頼せず、食べ物に十分に気をつけていないことについて「全くそう思う」とした層は、遺伝子組換え食品を 52.4%が「絶対買いたくない」と答え、最も否定的な反応を示している。

第 18 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と
「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ない」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
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 ほど重要でない		是非買 いたい	買っても よい	どちらで もよい	余り買 たくない	絶対買 たくない	合計
	全くそう思う	21.8%	28.1%	9.3%	21.8%	18.7%	32 (100%)
	多少そう思う	11.2%	32.7%	13.0%	29.9%	13.0%	107 (100%)
	どちらとも言えない	4.3%	27.8%	15.7%	35.9%	16.1%	298 (100%)
	余りそう思わない	3.9%	20.4%	8.2%	44.5%	22.7%	786 (100%)
	全くそう思わない	1.9%	10.8%	4.6%	30.9%	51.5%	910 (100%)
	合計	81	387	171	778	716	2,133 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

食の安全性のリスクを重視する層ほど遺伝子組換え食品を回避する傾向が強いことについて、顕著な結果が出ている。つまり、食の安全性のリスクは余り重要ではないについて「全くそう思う」とし、食以外にも多様なリスクがあることを重視する層は、安ければ遺伝子組換え食品を「是非買いたい」「買ってもよい」と 49.9%の人が回答しているのに対し、「全くそう思わない」と答えた食のリスクを最重視する層は、購入に肯定的な同割合が 12.7%に過ぎず、「絶対買いたくない」が 51.5%を占めている。

第 19 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と
「Q24-8 遺伝子組換え技術を食料生産に使用するならば、世界の食料問題の解決に役立つ」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
Q24-8 遺伝子組換え 技術を食料生 産に使用する ならば、世界 の食料問題の 解決に役立つ		是非買 いたい	買っても よい	どちらで もよい	余り買 たくない	絶対買 たくない	合計
	全くそう思う	26.0%	34.9%	7.5%	18.4%	13.0%	146 (100%)
	多少そう思う	4.2%	35.5%	13.2%	32.4%	14.4%	512 (100%)
	どちらとも言えない	2.3%	18.3%	10.0%	47.7%	21.4%	587 (100%)
	余りそう思わない	0.6%	8.0%	5.9%	49.6%	35.6%	435 (100%)
	全くそう思わない	0.9%	2.0%	1.3%	19.5%	76.0%	439 (100%)
	合計	81	385	170	775	708	2,119 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

遺伝子組換え技術が世界の食料問題に貢献すると考える層ほど、安価な遺伝子組換え食品を買いたいとする傾向が読み取れる。すなわち、遺伝子組換え技術が食糧問題の解決に役立つことについて「全くそう思う」とした層は、安価な遺伝子組換え食品を「是非買いたい」あるいは「買ってもよい」と 60.9%の人が考えているのに対し、「全くそう思わない」とした層は、同割合が 2.9%しかなく、遺伝子組換え食品を強く拒絶する傾向が読み取れる。

第 20 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と
「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」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
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		是非買 いたい	買っても よい	どちらでも よい	余り買 たくない	絶対買 たくない	合計
	全くそう思う	2.5%	12.9%	5.4%	33.2%	45.7%	962 (100%)
	多少そう思う	2.8%	20.8%	9.9%	43.5%	22.7%	795 (100%)
	どちらとも言えない	6.2%	27.8%	12.4%	32.2%	21.2%	273 (100%)
	余りそう思わない	13.3%	23.3%	10.0%	28.3%	25.0%	60 (100%)
	全くそう思わない	23.0%	11.5%	0%	23.0%	42.3%	26 (100%)
	合計	79	384	171	777	705	2,116 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

政府は食の安全性確保のためにもっとお金をかけるべきと考える人ほど、遺伝子組換え食品に対して消極的である。すなわち、政府は食の安全性確保のためにもっとお金をかけることについて「全くそう思う」とする層は、45.7%が遺伝子組換え食品を「絶対買いたくない」と答えている。他方、サンプル数はあまり多くないが、政府が食の安全性確保のために支出しなくてよいと考える「余りそう思わない」や「全くそう思わない」層は、「買いたい」と「買いたくない」に別れた。

第 21 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と
「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」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
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		是非買 いたい	買っても よい	どちらでも よい	余り買 たくない	絶対買 たくない	合計
	全くそう思う	15.3%	24.3%	11.5%	19.2%	29.4%	78 (100%)
	多少そう思う	5.3%	25.0%	7.5%	40.6%	21.4%	224 (100%)
	どちらとも言えない	4.0%	24.3%	12.0%	39.3%	20.3%	374 (100%)
	余りそう思わない	3.5%	20.2%	7.5%	41.4%	27.1%	593 (100%)
	全くそう思わない	2.4%	11.5%	6.4%	32.9%	46.6%	874 (100%)
	合計	81	387	172	787	716	2,143 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

人間には自然改造の権利があると考える人ほど、遺伝子組換え食品が安価ならば、買ってもよいという傾向が見られる。すなわち、人間には自然改造の権利があることについて「全くそう思わない」とした層は、遺伝子組換え食品を「絶対買いたくない」と答えた割合が最も高く、46.6%を占めている。他方、人間には自然改造の権利があると考えるほど、遺伝子組換え食品に対して肯定的反応が見受けられる。

第 22 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と
「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」
のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
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		是非買 いたい	買っても よい	どちらでも よい	余り買 たくない	絶対買 たくない	合計
	全くそう思う	39.0%	38.1%	8.1%	5.4%	9.0%	110 (100%)
	多少そう思う	6.5%	50.0%	14.0%	23.5%	5.8%	306 (100%)
	どちらとも言えない	2.1%	25.5%	14.3%	47.0%	10.8%	461 (100%)
	余りそう思わない	0.5%	9.2%	7.8%	55.5%	26.7%	538 (100%)
	全くそう思わない	0.6%	3.3%	1.6%	26.2%	68.0%	727 (100%)
	合計	81	387	172	785	717	2,142 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

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という考え方について、同意の程度が高いほど、遺伝子組換え食品に対する態度が肯定的という傾向が顕著に表れている。つまり、この考え方について、「全くそう思う」とした層は、かなり肯定的であり、安価な遺伝子組換え食品を「是非買いたい」と「買ってもよい」を合わせた割合は 77.1%であった。一方、この考え方について、「全くそう思わない」層は、同割合が 3.9%であり、遺伝子組換え食品に対して非常に否定的である。

大多数の人が好んでも許可されるべきではないと考え方の背景には、「市民の好みの問題だけで許可せずに、安全性試験等様々な手続きを踏むべきだ」という意見から、遺伝子組換え食品は断固反対の意見まで、様々な声が混じっていると思われる。

第 23 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と
「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」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
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		是非買 いたい	買っても よい	どちらでも よい	余り買 たくない	絶対買 たくない	合計
	全くそう思う	0.4%	4.5%	3.1%	30.6%	61.1%	860 (100%)
	多少そう思う	3.3%	20.5%	9.3%	50.2%	16.5%	599 (100%)
	どちらとも言えない	4.5%	34.6%	15.7%	37.1%	7.8%	355 (100%)
	余りそう思わない	11.1%	42.0%	13.8%	27.6%	5.3%	188 (100%)
	全くそう思わない	15.5%	17.0%	4.6%	20.9%	41.8%	129 (100%)
	合計	81	386	171	776	717	2,131 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

遺伝子組換え食品は自然に反していると思うほど、遺伝子組換え食品を買いたくないという傾向が見られる。すなわち、遺伝子組換え食品が自然に反していることに「全くそう思う」人は「絶対買いたくない」が 61.1%もあり、「余りそう思わない」では「絶対買いたくない」が 5.3%まで減少する。

ただし、遺伝子組換え食品が自然に反しているについて、「全くそう思わない」を選ぶ

人では、「是非買いたい」が15.5%と最も多い一方で、「絶対買いたくない」が41.8%まで増加している。その理由として、遺伝子組換え食品は「利点がある」ことに同意し、かつ「自然界に反している」ことについて「全くそう思わない」という、遺伝子組換え食品の肯定派とともに、「遺伝子組換え食品には利点がある」という文言に対して「全くそう思わない」と考えた、遺伝子組換え食品に対する強い否定派も、このカテゴリーに混在したためと考えられる。

第24表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「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」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
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		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
	全くそう思う	1.3%	3.9%	2.6%	22.6%	69.3%	454 (100%)
	多少そう思う	0.5%	9.6%	5.0%	48.5%	36.1%	354 (100%)
	どちらとも言えない	1.8%	20.1%	10.8%	44.4%	22.6%	635 (100%)
	余りそう思わない	5.3%	28.9%	12.5%	37.6%	15.5%	470 (100%)
	全くそう思わない	16.1%	31.8%	5.3%	21.5%	25.1%	223 (100%)
合計		81	387	170	782	716	2,136 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば1%水準で相関が認められた。

遺伝子組換え技術の医学目的への使用に否定的な人ほど、遺伝子組換え食品の購入にも否定的な傾向が見られた。すなわち、遺伝子組換え技術は医学目的でも使用されるべきでないについて、「全くそう思う」と、その使用について最も否定的な人は、遺伝子組換え食品を69.3%が「絶対買いたくない」を選び、その割合は最も高かった。他方、医学目的なら遺伝子組換え技術の使用を最も認め、「全くそう思わない」を選択した人たちは、遺伝子組換え食品を16.1%が「是非買いたい」、31.8%が「買ってもよい」を選び、遺伝子組換え食品についても比較的好感を持っている。

第25表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「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」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
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		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	あまり買いたくない	絶対買いたくない	合計
	全くそう思う	11.7%	35.2%	5.8%	17.6%	29.4%	17 (100%)
	多少そう思う	4.3%	21.5%	6.5%	34.3%	33.2%	367 (100%)
	どちらとも言えない	3.2%	19.2%	8.3%	38.7%	30.5%	718 (100%)
	余りそう思わない	3.4%	16.3%	8.9%	40.4%	30.8%	764 (100%)
	全くそう思わない	5.3%	13.3%	7.6%	23.9%	49.8%	263 (100%)
合計		81	383	173	779	713	2,129 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば1%水準で相関が認められた。

食品ラベルの安全性や栄養価について信頼している人ほど、遺伝子組換え食品に対して

肯定的反応を示した。すなわち、食品ラベルの安全性や栄養価は信頼できるについて、「全くそう思う」を選択した人は、遺伝子組換え食品を「是非買いたい」と「買ってもよい」を合わせた割合が46.9%と最も多く、他方、食品ラベルの信頼性について「全くそう思わない」人は、同割合が18.6%と最も少なく、「絶対買いたくない」が49.8%と最も多い。

この結果は、生産地や有機栽培等の表示を信頼する人ほど、遺伝子組換え食品に対して否定的反応を示した第4表と、一見、逆のものになった。その理由として、第4表の表示は、生産地や減農薬・有機栽培についてであり、それを信頼して買う人は有機野菜や有機食品を日常的に購買し、農薬等の使用について大いに不安を感じている人たちであろう。他方、安全性や栄養価の表示は、大企業を含む、一般の加工食品に関するものであり、その表示に対する信頼は、企業や政府に対する信頼とも関連してくる。どのような生産者を信頼する、政府や社会をどれだけ信頼するかの違いによって、このような差が現れたと思われる。

「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「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」のクロス

スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば10%水準でも相関は認められなかった。

「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「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」のクロス

スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば10%水準でも相関は認められなかった。

第26表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「Q24-17 遺伝子組換え食品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」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
Q24-17 遺伝子組換え食品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		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
	全くそう思う	2.1%	9.9%	4.9%	32.9%	50.0%	959 (100%)
	多少そう思う	2.4%	21.3%	8.6%	44.8%	22.8%	750 (100%)
	どちらとも言えない	5.5%	27.6%	16.2%	33.9%	16.6%	271 (100%)
	余りそう思わない	16.6%	46.8%	13.5%	19.7%	3.1%	96 (100%)
	全くそう思わない	35.7%	10.7%	10.7%	17.8%	25.0%	28 (100%)
	合計	80	378	172	768	706	2,104 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば1%水準で相関が認められた。

総じて、遺伝子組換え食品によって地球規模の大事件を想像する人ほど、遺伝子組換え食品の購入には否定的傾向が見られる。つまり、遺伝子組換え食品により何か間違いが起これば地球規模の大事件となることについて「全くそう思う」を選択した人は、50.0%が遺伝子組換え食品を「絶対買いたくない」を選ぶ。他方、大事件を想定しない人ほど、遺伝子組換え食品について「是非買いたい」を選択する割合が高くなっており、大事件が起

こるかもしれないという不安感は、遺伝子組換え食品を回避する傾向を強めているように読める。

第 27 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「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」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
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		是非買 いたい	買っても よい	どちらで もよい	余り買 いたくない	絶対買 いたくない	合計
	全くそう思う	17.3%	23.9%	8.6%	23.9%	26.0%	46 (100%)
	多少そう思う	6.4%	19.8%	10.8%	36.5%	26.2%	156 (100%)
	どちらとも言えない	5.8%	33.6%	11.3%	32.6%	16.4%	407 (100%)
	余りそう思わない	2.7%	18.2%	8.7%	46.3%	23.8%	788 (100%)
	全くそう思わない	2.3%	8.8%	4.8%	29.2%	54.7%	738 (100%)
	合計	81	388	172	782	712	2,135 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

遺伝子組換え食品による悪影響は遠い将来に起こるものではないと考える人ほど、遺伝子組換え食品の購入に対して否定的傾向を示した。すなわち、遺伝子組換え食品による悪影響が現れたとしても、遠い将来のことだという考えについて、「全くそう思わない」人は、遺伝子組換え食品を 54.7%が絶対買いたくないと思っている。他方、「全くそう思う」人は、遺伝子組換え食品を「是非買いたい」と「買ってもよい」を合わせて 41.2%になり、「絶対買いたくない」が 26.0%であった。

第 28 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「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」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
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		是非買 いたい	買っても よい	どちらで もよい	余り買 いたくない	絶対買 いたくない	合計
	全くそう思う	17.5%	15.7%	1.7%	31.5%	33.3%	57 (100%)
	多少そう思う	4.5%	32.1%	11.0%	33.6%	18.5%	199 (100%)
	どちらとも言えない	4.7%	20.7%	11.1%	41.3%	22.0%	486 (100%)
	余りそう思わない	2.6%	17.0%	8.1%	40.5%	31.6%	832 (100%)
	全くそう思わない	2.8%	12.4%	4.7%	28.2%	51.6%	563 (100%)
	合計	80	386	172	782	717	2,137 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

政府が遺伝子組換え技術について注意深く監視していると思う人ほど、遺伝子組換え食品について肯定的反応を示している。すなわち、政府の監視を信頼し、「全くそう思う」と答えた人は、遺伝子組換え食品を「是非買いたい」が 17.5%であり、政府をどちらかという信頼する「多少そう思う」人では「買ってもよい」が 32.1%と、買う傾向が高い。しかし、政府を信頼していない「余りそう思わない」や「全くそう思わない」人は、遺伝

子組換え食品を「絶対買いたくない」がそれぞれ、31.6%、51.6%と否定的傾向がますます高まっている。

第 29 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「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」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
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		是非買 いたい	買っても よい	どちらで もよい	余り買 たくない	絶対買 たくない	合計
	全くそう思う	13.3%	30.0%	6.6%	16.6%	33.3%	30 (100%)
	多少そう思う	11.7%	28.9%	12.4%	28.9%	17.9%	145 (100%)
	どちらとも言えない	5.0%	23.7%	10.8%	41.4%	18.9%	560 (100%)
	余りそう思わない	2.1%	16.7%	7.6%	40.9%	32.5%	854 (100%)
	全くそう思わない	2.5%	11.1%	4.7%	27.3%	54.1%	545 (100%)
合計		81	388	172	778	715	2,134 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

科学者たちは遺伝子組換え技術について責任ある対応をとっていると思う人ほど、遺伝子組換え食品に対して肯定的反応を示している。すなわち、責任ある対応をとっていることについて「全くそう思う」人は、「是非買いたい」または「買ってもよい」を選択した割合は 43.3%であるが、「全くそう思わない」は同割合が 13.6%に過ぎない。

第 30 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「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」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
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		是非買 いたい	買っても よい	どちらで もよい	余り買 たくない	絶対買 たくない	合計
	全くそう思う	16.6%	20.0%	13.3%	16.6%	33.3%	30 (100%)
	多少そう思う	9.4%	31.0%	11.2%	36.2%	12.0%	116 (100%)
	どちらとも言えない	5.6%	29.3%	13.8%	35.7%	15.4%	498 (100%)
	余りそう思わない	2.2%	16.6%	6.7%	45.5%	28.7%	858 (100%)
	全くそう思わない	2.8%	8.4%	4.6%	25.9%	58.0%	627 (100%)
合計		81	384	173	779	712	2,129 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

政府への信頼、科学者への信頼と似た結果となり、遺伝子組換え作物の生産者は潜在的危険に配慮していると思う人ほど、遺伝子組換え食品に対して肯定的反応を示している。すなわち、生産者が配慮していることについて「全くそう思う」人は、「是非買いたい」または「買ってもよい」を選択した割合は 36.6%であるが、「全くそう思わない」は同割合が 11.2%に過ぎない。

第 31 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と
「Q24-22 人間は環境をひどく乱用している」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
Q24-22 人間は環境をひどく乱用している		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
	全くそう思う	2.8%	12.9%	6.9%	32.9%	44.3%	1,136 (100%)
	多少そう思う	3.6%	23.4%	9.9%	42.3%	20.6%	735 (100%)
	どちらとも言えない	5.8%	28.8%	9.4%	39.4%	16.4%	170 (100%)
	余りそう思わない	13.7%	25.8%	5.1%	32.7%	22.4%	58 (100%)
	全くそう思わない	11.4%	14.2%	5.7%	25.7%	42.8%	35 (100%)
	合計	81	388	173	780	712	2,134 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

総じて、人間は環境をひどく乱用していると思う人ほど、遺伝子組換え食品の購入に関して消極的である。すなわち、人間は環境をひどく乱用しているについて、全体の 53.1% を占める 1,136 人が「全くそう思う」を選択し、そのうち 44.3% が遺伝子組換え食品を「絶対買いたくない」と答えている。サンプルが 35 人、全体の 1.6% しか占めない「全くそう思わない」を除き、人間は環境をひどく乱用していないと思うほど、遺伝子組換え食品に対して肯定的反応が増加していることが、表からも読み取れる。

第 32 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と
「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」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
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		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
	全くそう思う	2.3%	13.0%	7.5%	32.9%	44.0%	1,109 (100%)
	多少そう思う	4.4%	22.3%	9.1%	41.2%	22.7%	734 (100%)
	どちらとも言えない	4.4%	26.4%	7.6%	41.2%	20.1%	223 (100%)
	余りそう思わない	12.7%	34.0%	6.3%	38.2%	8.5%	47 (100%)
	全くそう思わない	25.0%	10.0%	10.0%	15.0%	40.0%	20 (100%)
	合計	80	386	173	781	713	2,133 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

人間による自然への干渉は悲惨な結果を招くと考える人ほど、遺伝子組換え食品の購入に関して否定的であり、第 30 表と同様の傾向を示している。つまり、人間が自然に干渉すると、しばしば悲惨な結果を招くについて、全体の 52.0% を占める 1,109 人が「全くそう思う」を選択し、そのうち 44.0% が遺伝子組換え食品を「絶対買いたくない」と答えている。サンプルが 20 人、全体の 0.9% しか占めない「全くそう思わない」を除き、環境の乱用は悲惨な結果を招くと思う人ほど、遺伝子組換え食品に対して否定的反応が増加していることが、表からも読み取れる。

4) 一般的な購買行動とのクロス集計結果

日常的に浄水器を使用し、有機食品を購入し、ファーストフードを敬遠し、食品ラベルを頻繁に確認する人ほど遺伝子組換え食品を回避する傾向がある。他方、食べ物を買うときに、特売の利用や買いだめをしたりする人は、遺伝子組換え食品が安価であれば、より買いたいと思う傾向が見られた。

第 33 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「Q30-1 店に行くときには詳しい買い物リストを作ること」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
Q30-1 店に行くときには、詳しい 買い物リスト を作ること		是非買いた い	買ってもよ い	どちらでも よい	余り買いた くない	絶対買いた くない	合計
	いつもする	4.4%	14.7%	6.4%	33.9%	40.3%	156 (100%)
	しばしばする	3.4%	17.8%	6.9%	34.0%	37.7%	347 (100%)
	ときどきする	2.0%	18.5%	8.2%	37.6%	33.5%	646 (100%)
	ほとんどしない	3.7%	19.4%	8.6%	39.6%	28.4%	633 (100%)
	しない	7.0%	16.8%	8.7%	33.1%	34.2%	356 (100%)
	合計	81	388	173	783	713	2,138 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 5%水準で相関が認められた。

総じて、買い物に行くときにリストを作る人ほど、遺伝子組換え食品に対して否定的反応を示している。すなわち、買い物リストの作成を「いつもする」人は遺伝子組換え食品を 40.3%が「絶対買いたくない」と答えているのに対し、買い物リストの作成を「しない」人は「是非買いたい」の割合が 7.0%と高くなっている。

第 34 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「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」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
Q30-2 浄水器を使つた り、ミネラルウオ ーターを買つたりす ること		是非買いた い	買ってもよ い	どちらでも よい	余り買いた くない	絶対買いた くない	合計
	いつもする	2.6%	13.5%	6.2%	34.9%	42.6%	718 (100%)
	しばしばする	1.9%	15.0%	10.5%	40.1%	32.3%	359 (100%)
	ときどきする	4.3%	21.3%	8.9%	39.9%	25.4%	393 (100%)
	ほとんどしない	4.2%	22.9%	8.6%	38.3%	25.7%	357 (100%)
	しない	7.3%	23.1%	7.3%	29.9%	32.1%	311 (100%)
	合計	81	389	172	782	714	2,138 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

浄水器やミネラルウォーターを日常的に利用している人ほど、遺伝子組換え食品の購入に関しては否定的である。すなわち、浄水器などの利用を「いつもする」人は、遺伝子組換え食品について、「是非買いたい」「買ってもよい」の割合が合わせて 16.1%であるのに対し、浄水器などの利用を「しない」人は同割合が 30.4%と増加している。逆に言えば、浄水器やミネラルウォーターを利用していない人ほど、安価な遺伝子組換

え食品の購入に肯定的反応を示している。

第 35 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と
「Q30-3 有機食品を買うこと」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
Q30-3 有機食品を買うこと		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
	いつもする	1.2%	4.6%	2.1%	17.3%	74.5%	236 (100%)
	しばしばする	2.0%	10.3%	6.2%	40.7%	40.7%	737 (100%)
	ときどきする	3.6%	22.9%	9.3%	40.4%	23.6%	774 (100%)
	ほとんどしない	4.6%	31.0%	13.2%	37.2%	13.8%	303 (100%)
	しない	24.1%	32.1%	8.0%	19.5%	16.0%	87 (100%)
	合計	81	387	170	784	715	2,137 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

予想されるとおり、有機食品を日常的に買う人ほど、遺伝子組換え食品に対して否定的反応を示している。すなわち、有機食品の購入を「いつもする」人は、74.5%が安価な遺伝子組換え食品を「絶対買いたくない」と回答しているのに対し、「しない」人は「絶対買いたくない」同割合が 16.0%に減少するとともに、「是非買いたい」の割合が 24.1%と最も高くなっている。

第 36 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と
「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」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
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		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
	いつもする	20.3%	18.7%	9.3%	29.6%	21.8%	64 (100%)
	しばしばする	6.1%	27.0%	11.0%	36.1%	19.5%	470 (100%)
	ときどきする	2.7%	18.9%	7.5%	40.2%	30.5%	986 (100%)
	ほとんどしない	1.7%	11.0%	6.5%	33.5%	47.1%	507 (100%)
	しない	2.7%	6.3%	7.2%	22.5%	61.2%	111 (100%)
	合計	81	389	173	781	714	2,138 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

ファーストフードや調理済み食品を買う人ほど、遺伝子組換え食品に対して肯定的反応を示している。すなわち、ファーストフードを買って食べることを「いつもする」人は安価な遺伝子組換え食品を「是非買いたい」と「買ってもよい」の割合が合わせて 39.0%あるのに対し、「しない」人は同割合が 9.0%に減少し最も低くなる。

第 37 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と
「Q30-5 栄養補助食品（サプリ）を買うこと」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
Q30-5 栄養補助食品（サプリ）を買うこと	いつもする	5.5%	19.1%	9.5%	33.8%	31.8%	198 (100%)
	しばしばする	5.6%	19.1%	9.2%	38.7%	27.2%	356 (100%)
	ときどきする	2.7%	18.3%	8.3%	39.5%	30.9%	501 (100%)
	ほとんどしない	2.2%	19.3%	7.3%	39.3%	31.7%	585 (100%)
	しない	4.4%	15.8%	7.3%	29.9%	42.3%	491 (100%)
	合計	80	389	173	780	709	2,131 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

サプリを頻繁に買わない人のほうが、遺伝子組換え食品の購入について否定的である。つまり、サプリを買うことを「しない」と答えた人は、遺伝子組換え食品を 42.3%が「絶対買いたくない」と回答し、その割合は 10%ほど他の場合より高くなっている。

なお、サプリを買う人は健康を気にかけ、かつ栄養素を濃縮・抽出した高度な加工品の利用を気にしない人か、あるいは好ましく思う人である。サプリを買わない人は、健康を気にしない人、あるいは健康は気にするものの、高度に加工した食品は食べたくない人であろう。後者の、「人工的な」食品を嫌う人が、遺伝子組換え食品は「絶対買いたくない」と答えているのであろう。

第 38 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と
「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」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
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	いつもする	3.5%	10.2%	5.1%	31.0%	49.9%	869 (100%)
	しばしばする	2.6%	19.6%	8.9%	43.3%	25.4%	727 (100%)
	ときどきする	4.2%	27.4%	11.0%	38.9%	18.3%	426 (100%)
	ほとんどしない	7.4%	39.5%	16.0%	27.1%	9.8%	81 (100%)
	しない	31.8%	22.7%	9.0%	4.5%	31.8%	22 (100%)
	合計	81	386	172	774	712	2,125 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

総じて、栄養や原材料の情報を得るために食品のラベルをよく見る人ほど、遺伝子組換え食品に対して否定的反応を示している。すなわち、ラベルを見ることを「いつもする」人は、遺伝子組換え食品について、「絶対買いたくない」が 49.9%を占め、見る頻度が減少するほど、その割合も小さくなってくる。

ただし、見ることを「しない」人は 22 人であるが、31.8%が「是非買いたい」と答え、反面、31.8%が「絶対買いたくない」とも答え、回答が二分されている。この結果は、ラベルを見ない層には、安全性に関するスタンスが全く異なる人たちが混在するためと思わ

れる。つまり、先の第 25 表にもあるとおり、「安全性に関心が高いがラベルを信用しない」人は「絶対買いたくない」を選ぶ可能性が高いが、その反面、価格には関心が高いけれどもラベルは見ない人は、「是非買いたい」を選ぶ傾向が高いと思われるからである。

第 39 表 「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」と「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」のクロス

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							
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		全くそう 思う	多少そう 思う	どちらとも 言えない	あまりそう 思わない	全くそう思 わない	合計
	いつもする	53.7%	20.1%	11.4%	7.3%	7.2%	867 (100%)
	しばしばする	35.0%	34.5%	16.2%	9.6%	4.4%	724 (100%)
	ときどきする	25.9%	32.6%	26.6%	9.0%	5.7%	420 (100%)
	ほとんどしない	25.3%	27.8%	26.5%	17.7%	2.5%	79 (100%)
	しない	27.2%	22.7%	18.1%	0%	31.8%	22 (100%)
	合計	855	589	354	186	128	2,112 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

食品ラベルをよく見る人は、遺伝子組換え食品は自然界に反していると思う傾向があることが分かる。すなわち、ラベルを見ることを「いつもする」人は、53.7%が遺伝子組換え食品は自然界に反しているについて「全くそう思う」を選んでおり、ラベルを見ることを「ほとんどしない」人は、同割合が 25.3%にしか過ぎない。

第 40 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と「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」のクロス

Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
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		是非買 いたい	買って もよい	どちら でもよい	余り買 いたくない	絶対買 いたくない	合計
	いつもする	3.2%	9.6%	4.7%	31.1%	51.2%	861 (100%)
	しばしばする	1.8%	18.9%	9.7%	43.7%	25.7%	718 (100%)
	ときどきする	4.8%	28.2%	10.6%	39.6%	16.6%	414 (100%)
	ほとんどしない	7.2%	43.2%	12.6%	28.8%	8.1%	111 (100%)
	しない	40.7%	11.1%	7.4%	14.8%	25.9%	27 (100%)
	合計	80	387	171	782	711	2,131 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

第 38 表と同様に、食品の安全性の情報を得るために、食品のラベルをよく見る人ほど、遺伝子組換え食品に対して否定的反応を示している。すなわち、ラベルを見ることを「いつもする」人は、遺伝子組換え食品について、「絶対買いたくない」が 51.2%を占め、見る頻度が減少するほど、その割合も小さくなっていく。ただし、見ることを「しない」人は、40.7%が「是非買いたい」と答え、反面、25.9%が「絶対買いたくない」とも答え、回答が二分される点も、第 38 表と同様の傾向が見られる。

第 41 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と
「Q30-8 食物を買うときに、割引券や特売品を利用すること」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか		是非買 いたい	買っても よい	どちらでも よい	余り買 たくない	絶対買 たくない	合計
Q30-8 食物を買う ときに、割 引券や 特売品を 利用 すること	いつもする	9.9%	20.5%	9.9%	32.2%	27.3%	282 (100%)
	しばしばする	2.4%	21.8%	9.3%	38.9%	27.4%	747 (100%)
	ときどきする	2.7%	16.9%	6.8%	39.0%	34.3%	701 (100%)
	ほとんどしない	2.2%	12.2%	5.8%	33.9%	45.6%	309 (100%)
	しない	8.6%	9.7%	8.6%	22.8%	50.0%	92 (100%)
	合計	80	387	172	782	710	2,131 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

食料品の購入において割引券や特売品の利用頻度の高い人ほど、安価な遺伝子組換え食品に対する否定的反応が少ない傾向が見られる。つまり、割引券や特売品の利用において「いつもする」人は「絶対買いたくない」を選択した割合が 27.3%であるのに対し、「しない」人の同割合が 50.0%に増加している。この「しない」を選択した人は、そもそも価格によって購買行動があまり変化しない人たちであるから、遺伝子組換え食品が安価になったからといって、そのことが魅力にならないことも、このような結果になった一因と考えられる。

第 42 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と
「Q30-9 特売のときに、食べ物を買いだめしておくこと」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか		是非買 いたい	買っても よい	どちらでも よい	余り買 たくない	絶対買 たくない	合計
Q30-9 特売のとき に、食 べ物を買 いだめし ておくこ と	いつもする	10.2%	22.4%	7.6%	33.3%	26.2%	156 (100%)
	しばしばする	4.1%	22.9%	8.9%	38.0%	25.9%	505 (100%)
	ときどきする	2.4%	18.8%	10.1%	38.1%	30.4%	601 (100%)
	ほとんどしない	3.0%	15.5%	5.9%	39.0%	36.3%	622 (100%)
	しない	4.0%	9.3%	6.8%	26.3%	53.4%	247 (100%)
	合計	81	384	172	781	713	2,131 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

買いだめをする人ほど、安価な遺伝子組換え食品に関して購入意欲が高い傾向が見られる。つまり、特売のときに買いだめを「いつもする」人は、安い遺伝子組換え食品であれば「是非買いたい」と「買ってもよい」を合わせて 32.6%であり、最もこの割合が高くなっている。他方、買いだめを「しない」人は価格では動かないので、安いだけの遺伝子組換え食品ならば忌避する傾向にあり、「絶対に買いたくない」の割合が 53.4%と最も高い。

第 43 表 「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と
「Q30-10 日用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」のクロス

Q2-1通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか							
Q30-10 日用品など を買うときに、お 買い得品を探 して何店かまわ ること		是非買いた い	買っても よい	どちらでも よい	余り買いた くない	絶対買いた くない	合計
	いつもする	7.6%	19.6%	6.5%	31.1%	34.9%	183 (100%)
	しばしばする	2.4%	20.1%	12.1%	38.8%	26.4%	363 (100%)
	ときどきする	3.8%	20.0%	8.0%	40.5%	27.5%	548 (100%)
	ほとんどしない	3.2%	18.2%	8.1%	38.0%	32.2%	675 (100%)
	しない	4.1%	12.0%	4.6%	29.1%	50.0%	364 (100%)
	合計	81	386	172	783	711	2,133 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

第 42 表と類似の傾向を示し、お買い得品を探して店をよく回る人ほど、安価な遺伝子組換え食品に対する否定的反応が少ない傾向が見られる。つまり、お買い得品を探して店を回ることを「いつもする」人は、安価な遺伝子組換え食品について「是非買いたい」「買ってもよい」を選択した割合が合わせて 27.2%と最も高いのに対し、「しない」を選択した人は同割合が 16.1%と最も低くなっている。この「しない」を選択した人は、価格によって購買行動があまり変化しない人たちであるから、安さだけでは魅力にならないために、このような結果になったと考えられる。

3. 遺伝子組換え食品が価格以外の特性でメリットをもつ場合のクロス集計結果

「ビタミン・栄養価等がかなり高い場合の遺伝子組換え食品」の場合についても、「価格がかなり安い遺伝子組換え食品の場合」のクロスとよく似た結果となった。そこで、以下では、「価格がかなり安い遺伝子組換え食品の場合」と比較して、特徴的な傾向を示したものを中心に、クロス集計の結果を示した。

1) 栄養価がかなり高まった場合とのクロス集計結果

安価なホウレン草を買う人、トレーサビリティにおいて追跡可能性を重視する人は、遺伝子組換え技術で栄養価の高い食品ができた場合でも購入意欲が高かった。全体的に、遺伝子組換え食品について、栄養価が高まった場合の方が、価格が安くなった場合よりも、多少とも購入意欲が高まる傾向が読み取れる。

第 44 表 「Q2-2 通常の食品よりもビタミン・栄養価がかなり高い場合、遺伝子組換え食品を買い
たいと思いますか」と「Q9 ホウレン草を買うとき、一束どのくらいの値段のものを買っています
か」のクロス

Q2-2通常の食品よりもビタミン・栄養価がかなり高い場合、遺伝子組換え食品を 買いしたいと思いますか							
Q9 ホウレン草を買 うとき、一束ど のくらいの値段 のものを買って いますか		是非買いた い	買っても よい	どちらでも よい	余り買いた くない	絶対買いた くない	合計
	50円	25.0%	25.0%	12.5%	25.0%	12.5%	16 (100%)
	80円	4.2%	37.2%	8.5%	27.6%	22.3%	94 (100%)
	100円	7.3%	29.7%	12.5%	29.3%	21.0%	655 (100%)
	150円	6.5%	23.3%	10.7%	33.3%	26.0%	719 (100%)
	200円	4.2%	20.8%	11.2%	29.3%	34.3%	446 (100%)
	250円	2.3%	12.9%	5.8%	27.0%	51.7%	85 (100%)
	300円	0%	17.9%	2.5%	20.5%	58.9%	39 (100%)
	350円	8.3%	0%	25.0%	8.3%	58.3%	12 (100%)
	400円以上	33.3%	0%	0%	0%	66.6%	3 (100%)
	その他	9.3%	13.9%	4.6%	32.5%	39.5%	43 (100%)
	合計	130	519	230	639	594	2,112 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が認められた。

安価なホウレン草を買う人は、「安い遺伝子組換え食品」のみならず「栄養価の高い遺
伝子組換え食品」についても、同様に購入意欲が高いという傾向が見られた(第 7 表参照)。
例えば 80 円のホウレン草を買う人では 41.4%が、栄養価の高い遺伝子組換え食品につ
いて「是非買ってもよい」あるいは「買ってもよい」と答えた。一方、値段の高いホウレ
ン草を買う人は、栄養価が高くても、より忌避する傾向が見られ、総じて「絶対買いた
くない」をより選ぶ傾向にある。例えば 300 円のホウレン草では「是非買いたい」とい
う回答はゼロであり、「絶対買いたくない」は 58.9%だった。高いホウレン草は、無農薬栽
培などが多いことから、そのような野菜を買う層が遺伝子組換え食品を忌避していると考
えられる。

第 45 表 「Q2-2 通常の食品よりもビタミン・栄養価がかなり高い場合、遺伝子組換え食品を買い
たいと思いますか」と「Q12 トレーサビリティ、A(追跡可能性),B(顔の見える関係)どちらの
目的がより重要ですか」のクロス

Q2-2通常の食品よりもビタミン・栄養価がかなり高い場合、遺伝子組換え食 品を買いしたいと思いますか							
Q12 トレーサビリ ティ、A(追跡 可能性),B(顔 の見える関係)ど ちらの目的がよ り重要ですか		是非買いた い	買っても よい	どちらでも よい	余り買いた くない	絶対買いた くない	合計
	Aが特に重要	11.7%	30.4%	8.7%	25.9%	23.1%	444 (100%)
	Aがより重要	6.3%	29.9%	14.6%	32.3%	16.6%	457 (100%)
	同程度重要	3.6%	23.5%	11.7%	28.8%	32.1%	654 (100%)
	Bがより重要	4.6%	17.3%	9.3%	37.3%	31.3%	364 (100%)
	Bが特に重要	4%	15.1%	6.6%	24.8%	49.3%	225 (100%)
	合計	131	523	232	644	614	2,144 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

「A」の「追跡可能性」や回収を重視する人ほど、栄養価の高い遺伝子組換え食品に対する購入意欲が高い傾向が見られる。例えば、「A が特に重要」と答えた人は、42.1%が「是非買いたい」あるいは「買ってもよい」を選択した。一方、「B」の「顔の見える関係」を重視する人は、栄養価の高い遺伝子組換え食品であっても購入意欲が低く、「B が特に重要」と答えた人は、19.1%が「是非買いたい」あるいは「買ってもよい」を選択したに過ぎない。

顔写真を張った食品や生産者の名前が書いてある食品は、有機や無農薬に多い。また、表は省略したが「Q30-3 有機食品を買うこと」の頻度と「Q12 トレーサビリティの目的」をクロスさせると、有機食品の購入を「いつもする」層は25.1%が「B が特に重要」とするのに対して、有機食品の購入を「まずしない」層は8.0%しか「B が特に重要」と思っていない。このことから、B の「顔の見える関係」を好む人は、有機食品を日常的に購入しており、それゆえ、遺伝子組換え食品を回避していると思われる。

第 46 表 「Q2-2 通常の商品よりもビタミン・栄養価がかなり高い場合、遺伝子組換え食品を買いたいと思いますか」と国産品と比較して「Q19 どの程度であれば、外国産の食品を買ってもよいとお考えですか」のクロス

Q2-2通常の商品よりもビタミン・栄養価がかなり高い場合、遺伝子組換え食品を買いたい と思いますか							
Q19 どの程度 であれば、 外国産の 食品を買 ってもよ いとお考 えです か		是非買 いたい	買っても よい	どちらでも よい	余り買 いたくない	絶対買 いたくない	合計
	値段が高くても外国産の ものを買いたい	5.0%	13.5%	15.2%	37.2%	28.8%	59 (100%)
	同程度であれば外国産 を買ってもよい	10.0%	29.6%	14.0%	28.7%	17.4%	476 (100%)
	5%安ければよい	12.3%	26.1%	10.7%	30.7%	20.0%	65 (100%)
	10%安ければよい	7.5%	32.2%	13.8%	28.0%	18.4%	239 (100%)
	20%安ければよい	7.2%	32.1%	12.4%	31.3%	16.7%	233 (100%)
	30%安ければよい	4.4%	26.6%	7.5%	37.7%	23.5%	225 (100%)
	50%安ければよい	4.4%	27.2%	14.7%	32.3%	21.3%	136 (100%)
	70%安ければよい	11.1%	33.3%	0%	22.2%	33.3%	9 (100%)
	90%安ければよい	8.3%	33.3%	0%	41.6%	16.6%	12 (100%)
	いくら安くても買いたくない	1.8%	13.5%	6.0%	27.8%	50.7%	532 (100%)
	よくわからない	3.2%	22.5%	19.3%	25.8%	29.0%	62 (100%)
	その他	5.3%	14.6%	5.3%	29.3%	45.3%	75 (100%)
	合計	128	519	230	641	605	2,123 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

国産品と比較して値段が「同程度であれば外国産を買ってもよい」と答えた人は、「絶対買いたくない」という割合が 17.4%と低い。他方、外国産を「いくら安くても買いたくない」と思う人は 50.7%が遺伝子組換え食品を「絶対買いたくない」と答えている。外国産農産物に農薬等の不安を感じる人は、遺伝子組換え食品も回避しているものと思われる。

「Q2-2 通常の商品よりもビタミン・栄養価がかなり高い場合、遺伝子組換え食品を買

いたいと思いますか」とQ24にある一連の環境意識に関する各設問のクロス集計結果の傾向は、前述の「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いしたいと思いますか」とQ24にある一連の設問のクロス集計結果とよく似ていた。ただし、「絶対買いたくない」の割合が数%減った。つまり、「値段の安い遺伝子組換え食品」よりは「栄養価が高い遺伝子組換え食品」の方が、相対的に好まれるという結果になった。

第 47 表 「Q2-2 通常の食品よりもビタミン・栄養価がかなり高い場合、遺伝子組換え食品を買いしたいと思いますか」と「Q24-22 人間は環境をひどく乱用している」とのクロス

Q2-2通常の食品よりもビタミン・栄養価がかなり高い場合、遺伝子組換え食品を買い したいと思いますか							
Q24-22 人間は環境 をひどく乱用 している		是非買 いたい	買っても よい	どちら でも よい	余り買 いたくない	絶対買 いたくない	合計
	全くそう思う	4.6%	19.5%	8.2%	28.8%	38.7%	1,133 (100%)
	多少そう思う	6.2%	30.5%	13.5%	33.1%	16.5%	733 (100%)
	どちらとも言えない	9.9%	29.8%	18.1%	28.6%	13.4%	171 (100%)
	余りそう思わない	17.2%	27.5%	13.7%	20.6%	20.6%	58 (100%)
	全くそう思わない	14.2%	22.8%	2.8%	22.8%	37.1%	35 (100%)
	合計	131	520	232	639	608	2,130 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

人間は環境を乱用していると思う人ほど、栄養価の高い遺伝子組換え食品に対しても否定的な傾向を示している。

この結果を、第 31 表の「Q2-1 通常の食品よりもかなり安い場合、遺伝子組換え食品を買いしたいと思いますか」と「Q24-22 人間は環境をひどく乱用している」のクロス集計結果と比較すれば、5%前後、「絶対買いたくない」「余り買いたくない」が減少し、「是非買いたい」「買ってもよい」が増加していることが読み取れる。

2) 低農薬・低化学肥料あるいは無農薬で生産された場合とのクロス集計結果

「Q2-3 低農薬・低化学肥料で生産された場合の遺伝子組換え食品」あるいは「Q2-4 無農薬で生産された場合の遺伝子組換え食品」についても、ほとんどの項目で、「Q2-1 かなり安い場合の遺伝子組換え食品」や「Q2-2 ビタミン・栄養価がかなり高い場合の遺伝子組換え食品」とのクロス集計と類似した結果になった。ただし、無農薬の遺伝子組換え食品は、低農薬や栄養価の高い遺伝子組換え食品よりも、多少、購買意欲が上がっている。なお、遺伝子組換え食品について条件が満足できれば買ってよいとした人のうちでも、低農薬や無農薬という条件では満足できない人が存在する。彼らの求める条件は、「安全性」であり、これについては本章の 4) で議論する。

第 48 表 「Q2-3 低農薬、低化学肥料で生産された場合、遺伝子組換え食品を買いしたいと思いますか」と「Q10 遺伝子組換え野菜について、どのようにお考えですか」のクロス

Q2-3低農薬、低化学肥料で生産された場合、遺伝子組換え食品を買いしたいと思いますか							
Q10 遺伝子組 換え野菜 について、 どのように お考えで すか		是非買 いたい	買って もよい	どちらで もよい	余り買 いたくない	絶対買 いたくない	合計
	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	8.9%	34.3%	19.8%	27.4%	9.4%	1,185 (100%)
	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	1.2%	2.3%	4.1%	32.8%	59.3%	798 (100%)
	よくわからない	3.0%	16.6%	24.0%	44.4%	11.7%	162 (100%)
	合計	121	453	307	659	605	2,145 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

遺伝子組換え食品について条件が満足できれば買ってよいとした人のうち、43.2%は、低農薬、低化学肥料で生産された遺伝子組換え食品ならば、「是非買いたい」あるいは「買ってもよい」と答えている。しかし、低農薬という条件では満足できない「絶対買いたくない」や「余り買いたくない」という層も 36.8%残っている。彼らはもっと別の条件を求めている。それは後述するが、「安全性」である。

第 49 表 「Q2-4 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」と「Q3 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」とのクロス

Q2-4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							
Q3 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		是非買 いたい	買って も よい	どちらで も よい	余り買 いたくない	絶対買 いたくない	合計
	スーパー	11.2%	29.0%	13.9%	26.7%	19.2%	1,428(100%)
	八百屋	10.7%	25.6%	13.2%	26.4%	24.0%	121(100%)
	地元の店	4.5%	12.7%	14.5%	29.1%	39.1%	110(100%)
	生協	7.8%	16.3%	9.8%	25.7%	40.4%	245(100%)
	Aコープ	3.8%	11.5%	11.5%	28.8%	44.2%	52(100%)
	安売りショップ	33.3%	16.7%	50.0%	0%	0%	6(100%)
	個人的な産直	1.9%	10.2%	8.3%	20.4%	59.3%	108(100%)
	手に入るの で買う 必要がない	9.7%	9.7%	12.9%	25.8%	41.9%	31(100%)
	その他	2.6%	10.5%	5.3%	18.4%	63.2%	38(100%)
	合計	207	524	279	560	569	2,139(100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

回答者の過半数を占めている「スーパーで買う」層では、無農薬で生産された遺伝子組換え食品について、40.2%が「是非買いたい」「買ってもよい」と回答し、「絶対買いたくない」は 19.2%である。それに対し、「個人的な産直」を利用する層では、59.3%が「絶対買いたくない」と答えている。産直等を利用する人は、単に無農薬であるだけでなく、産直のものにそれ以外の付加価値を高く評価する傾向が強いように見られる。

第 50 表 「Q2-4 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」と「Q6 減農薬野菜や有機栽培野菜を、よく買いますか」のクロス

Q2-4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							
Q6		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
減農薬野菜や有機栽培野菜を、よく買いますか	いつも買っている	6.2%	8.0%	4.7%	19.8%	61.0%	272 (100%)
	しばしば買う	8.5%	22.4%	9.4%	29.7%	29.7%	645 (100%)
	ときどき買う	10.5%	28.9%	15.1%	27.7%	17.7%	819 (100%)
	あまり買わない	8.8%	31.6%	20.4%	23.9%	15.0%	338 (100%)
	まず買わない	29.3%	20.6%	18.9%	10.3%	20.6%	58 (100%)
	合計	205	523	278	560	566	2,132 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

総じて、日常的に有機野菜を買っている層ほど、遺伝子組換え食品に対する回避傾向が強い。つまり、有機栽培野菜等を「いつも買っている」層は、遺伝子組換え食品が無農薬栽培であっても「絶対買いたくない」と 61.0%が答えている。このことは、日常的に有機野菜を購入している人たちは、農産物の生産過程における農薬使用の有無だけを問題にしているのではなく、自然に対してなるべく人為的介入をしないことへの価値、などを重視しているのではないだろうか。他方、有機野菜等を「あまり買わない」層は、40.4%が「是非買いたい」か「買ってもよい」と答え、「絶対買いたくない」と回答したのは 15.0%に過ぎない。

なお、このような傾向は、Q6 と Q2-6（遺伝子組換え食品の安全性が高まった場合）のクロス集計でも見られたが、その場合は回避傾向が幾分か弱まっていた。（類似の傾向なので、クロス表は省略した。）

第 51 表 「Q2-4 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」と「Q10 遺伝子組換え野菜について、どのようにお考えですか」のクロス

Q2-4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							
Q10		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
遺伝子組換え野菜について、どのようにお考えですか	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	14.7%	39.5%	16.4%	21.1%	8.1%	1,180 (100%)
	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	2.7%	3.1%	5.7%	31.0%	57.2%	796 (100%)
	よくわからない	6.7%	20.3%	24.0%	39.5%	9.2%	162 (100%)
	合計	207	525	279	560	567	2,138 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

第 6 表の「Q2-1 かなり安い場合の遺伝子組換え食品」と比較して、無農薬で生産された遺伝子組換え食品の場合には、購入意欲が高まっている。例えば、「条件が満足できれ

ば買ってもよい」とした層のうち、第6表の場合には、「是非買いたい」「買ってもよい」の割合が合わせて37.7%であったのに対し、この第51表の場合には、同割合が54.2%へと増加している。

3)かなり美味くなった場合とのクロス集計結果

「通常の食品と同じ価格で、かなり美味しい場合」のクロス集計の結果も、およその傾向は上述の表と同様である。つまり、日常的に有機野菜を購入しない人、大学院卒の人、若い人や高齢の人は、遺伝子組換え食品の購買意欲が相対的に高い傾向が見られた。

第52表 「Q2-5 通常の食品と同じ価格で、かなり美味しい場合」と「Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1番目)」のクロス

Q2-5通常の食品と同じ価格で、かなり美味しい場合		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1番目)	味	9.3%	26.5%	12.5%	28.1%	23.4%	64 (100%)
	価格	13.7%	33.4%	20.4%	20.4%	11.9%	284 (100%)
	栄養	8.0%	20.0%	20.0%	28.0%	24.0%	25 (100%)
	安全性	3.6%	12.1%	8.3%	27.2%	48.6%	771 (100%)
	鮮度	8.8%	28.6%	16.6%	28.7%	17.0%	989 (100%)
	合計	163	494	300	577	599	2,133 (100%)

注) カイ2乗検定によれば1%水準で有意差が見られた。

生鮮野菜を買うときに、「価格」に気をつける層は、遺伝子組換え食品がかなり美味しい場合、47.1%が「是非買いたい」または「買ってもよい」と答えた。かなり美味しい遺伝子組換え食品という設問であるから、味を重視する人の購入意欲が高いと思われたが、「味」を重視する人の同割合は35.8%であった。

第53表 「Q2-5 通常の食品と同じ価格で、かなり美味しい場合」と「Q6 減農薬野菜や有機栽培野菜を、よく買いますか」のクロス

Q2-5通常の食品と同じ価格で、かなり美味しい場合		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
Q6 減農薬野菜や有機栽培野菜を、よく買いますか	いつも買っている	3.3%	8.8%	3.3%	18.8%	65.6%	271 (100%)
	よく買う	5.4%	17.9%	13.1%	31.7%	31.7%	646 (100%)
	ときどき買わない	8.2%	27.2%	17.1%	28.8%	18.4%	822 (100%)
	あまり買わない	8.9%	34.3%	17.6%	23.5%	15.5%	335 (100%)
	全く買わない	33.3%	29.8%	12.2%	7.0%	17.5%	57 (100%)
	合計	161	496	301	576	597	2,131 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば1%水準で相関が認められた。

有機野菜を日常的に買う人ほど、遺伝子組換え食品を回避する傾向にある。つまり、減農薬野菜を「いつも買っている」人は、12.1%が「是非買いたい」または「買ってもよ

い」と答えたのに対し、有機野菜等を「全く買わない」人では、同割合が 63.1%と増加している。

第 54 表 「Q2-5 通常の食品と同じ価格で、かなり美味しい場合」と「Q10 遺伝子組換え野菜について、どのようにお考えですか」のクロス

Q2-5通常の食品と同じ価格で、かなり美味しい場合							
Q10 遺伝子組 換え野菜 について、 どのように お考えで すか		是非買 いたい	買っても よい	どちらでも よい	余り買 たくない	絶対買 たくない	合計
	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	12.1%	37.7%	18.5%	23.0%	8.5%	1,181(100%)
	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	1.2%	3.0%	5.5%	29.3%	60.8%	794(100%)
	よくわからない	6.1%	16.6%	24.0%	43.8%	9.2%	162(100%)
	合計	163	497	302	576	599	2,137(100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

遺伝子組換え食品が「Q2-5 かなり美味しい場合」は、「Q2-3 減農薬・減化学肥料で生産された場合」(第 48 表参照)よりは回避的傾向が少なく、「Q2-4 無農薬で生産された場合」(第 51 表参照)よりは回避的傾向が表れている。つまり、条件が満足されれば買ってもよいと考える層のうち、かなり美味しい場合には「是非買いたい」「買ってもよい」と答えたのは 49.8%であり、減農薬の場合には同割合が 43.2%、無農薬の場合には同割合が 54.2%と両者の中間に位置する程度の好ましさであることがわかる。

第 55 表 「Q2-5 通常の食品と同じ価格で、かなり美味しい場合」と「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飼育されている」のクロス

Q2-5通常の食品と同じ価格で、かなり美味しい場合							
Q24-4 人間の食に供 される家畜は、 望ましい飼養 環境の下で飼 育されている		是非買 いたい	買っても よい	どちらでも よい	余り買 たくない	絶対買 たくない	合計
	全くそう思う	12.1%	21.2%	18.1%	15.1%	33.3%	33 (100%)
	多少そう思う	15.0%	32.1%	13.6%	30.1%	8.9%	146 (100%)
	どちらとも言えない	9.4%	33.6%	15.8%	24.8%	16.1%	668 (100%)
	余りそう思わない	5.7%	20.1%	14.6%	30.3%	29.0%	906 (100%)
	全くそう思わない	5.7%	8.3%	9.1%	22.7%	53.9%	382 (100%)
	合計	163	494	300	577	601	2,135 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

家畜は望ましい飼養環境下にあるについて否定的見解を持っている人ほど、遺伝子組換え食品についても否定的反応を示す傾向が見られる。すなわち、家畜は望ましい飼養環境で飼育されているについて、サンプル数の少ない「全くそう思う」を除き、「多少そう思う」の場合は、かなり美味しい遺伝子組換え食品について、「絶対買いたくない」を 8.9

%が選択したのに対し、「全くそう思わない」の場合は同割合が 53.9%へと大きく増加している。

第 56 表 「Q2-5 通常の食品と同じ価格で、かなり美味しい場合」と「Q26 年齢」のクロス

Q2-5通常の食品と同じ価格で、かなり美味しい場合		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
Q26 年齢	18才-24才	14.0%	21.8%	18.7%	21.8%	23.4%	64 (100%)
	25才-34才	8.2%	21.5%	19.8%	28.1%	22.1%	338 (100%)
	35才-44才	6.1%	21.7%	14.3%	24.6%	33.0%	620 (100%)
	45才-54才	6.1%	21.4%	11.2%	29.9%	31.2%	615 (100%)
	55才-64才	9.2%	24.0%	12.8%	28.5%	25.3%	312 (100%)
	65才-74才	11.8%	33.5%	13.8%	23.0%	17.7%	152 (100%)
	75才以上	13.3%	46.6%	13.3%	20.0%	6.6%	15 (100%)
	無回答	7.1%	50.0%	14.2%	7.1%	21.4%	14 (100%)
	合計	163	494	302	574	597	2,130 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

かなり美味しい遺伝子組換え食品について、購買意欲は年齢による有意な差が見られ、特に、現役世代で遺伝子組換え食品に対して否定的傾向が強かった。すなわち、18-24 歳の場合、「是非買いたい」が 14.0%なのに対して、35-44 歳と 45-54 歳では両者とも同割合が 6.1%と少なく、「絶対買いたくない」の割合が 30%以上である。65 歳以上は若い世代よりさらに好意的で、「絶対買いたくない」の割合が 20%未満である。

第 57 表 「Q2-5 通常の食品と同じ価格でかなり美味しい場合」と「Q32 教育過程」のクロス

Q2-5通常の食品と同じ価格で、かなり美味しい場合		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
Q32 教育 過程	中学・高等学校	9.2%	25.3%	13.6%	26.2%	25.4%	651 (100%)
	専門学校・短期大学	4.8%	22.2%	12.6%	33.4%	26.7%	449 (100%)
	大学	7.2%	21.9%	15.0%	25.6%	30.0%	842 (100%)
	大学院以上	13.5%	27.1%	14.8%	20.9%	23.4%	81 (100%)
	無回答	5.4%	21.7%	17.3%	18.4%	36.9%	92 (100%)
	合計	159	492	301	571	592	2,115 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

「大学院以上」になると、かなり美味しい遺伝子組換え食品について「是非買いたい」が増えて 13.5%となる。他方、「専門学校・短期大学」や「大学」層は、「是非買いたい」「買ってもよい」がやや少なく、否定的傾向が見られる。

4) 食の安全性が通常の食品(遺伝子を組換えしない食品)より高まった場合とのクロス集計結果

以下では、遺伝子組換え食品について、「通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高いことがきちんと証明された場合」についてクロス集計結果を見ていく。

食の安全性は通常の食品よりも高いことがきちんと証明された場合には、遺伝子組換え食品に対する購買意欲が高まる傾向が読み取れる。つまり、通常の食品にもなんらかの危険性があるため、通常の食品の持つ危険性（例えば、天然毒、食中毒、カビの繁殖による発がん性物質、不注意あるいは人為的ミスによる残留農薬等）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、通常の食品に含まれる安全性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分かる。また、食品添加物について心配している人でも、通常の食品よりも安全性の高い遺伝子組換え農産物が提供されれば、約半数の人が遺伝子組換え食品を購入してもよいと考えている。

他方、食品ラベルを信頼しているその理由として、生産地表示をより信頼する人は、有機農産物の購入頻度が高い人と、食品ラベルの表示を含め社会への信頼が高い人が混ざっている可能性が考えられる。そして、前者の人は遺伝子組換え食品の受容性が低く、後者の人はそれが高いと予想される。

第 58 表 「Q2-6 通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高いことがきちんと証明された場合」と「Q3 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」のクロス

Q2-6通常の食品と同じ価格で、通常の食品よりも食の安全性が高い場合							
Q3 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		是非買いた い	買ってもよ い	どちらでも よい	余り買いた くない	絶対買いた くない	合計
	スーパー	26.7%	38.8%	12.3%	11.5%	10.6%	1,429 (100%)
	八百屋	19.8%	38.8%	11.6%	11.6%	18.2%	121 (100%)
	地元の店	14.4%	34.2%	11.7%	15.3%	24.3%	111 (100%)
	生協	17.6%	28.6%	13.1%	13.9%	26.9%	245 (100%)
	Aコープ	15.4%	38.5%	7.7%	17.3%	21.2%	52 (100%)
	安売りショップ	16.7%	66.7%	16.7%	0.0%	0.0%	6 (100%)
	個人的な産直	6.4%	20.9%	9.1%	21.8%	41.8%	110 (100%)
	手に入るので買う 必要がない	9.7%	35.5%	19.4%	9.7%	25.8%	31 (100%)
	その他	15.8%	15.8%	10.5%	13.2%	44.7%	38 (100%)
	合計	489	774	260	271	349	2,143 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

遺伝子組換え食品について、低価格、減農薬、無農薬、美味しいといったメリットを仮定した Q2-1～5 の場合と異なり、通常の食品よりも安全性がより高まった場合には、遺伝子組換え食品に対する購買意欲が大幅に増加し、全体で「是非買いたい」を選択した人は 489 人 (22.8%)、「買ってもよい」を選択した人は 774 人 (36.1%) となり、肯定的な回

答が半数を超えている。

特に、「スーパー」利用者の65.5%が、「是非買いたい」または「買ってもよい」と回答した。他方、これまで遺伝子組換え食品に対して否定的傾向が強かった「個人的な産直」利用者でも、同割合が27.3%と4分の1以上が肯定的な反応を示しているものの、産直利用者は、「絶対買いたくない」「余り買いたくない」の合計が63.6%と、根強い否定的傾向が見られる。

第59表 「Q2-6 通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高いことがきちんと証明された場合」と「Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1番目)」のクロス

Q2-6通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高い場合							
Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1番目)		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
	味	18.7%	32.8%	15.6%	18.7%	14.0%	64 (100%)
	価格	33.7%	38.3%	12.5%	8.7%	6.6%	287 (100%)
	栄養	34.6%	38.4%	7.6%	3.8%	15.3%	26 (100%)
	安全性	14.6%	28.5%	11.5%	16.2%	28.9%	770 (100%)
	鮮度	26.0%	41.2%	12.4%	10.8%	9.3%	991 (100%)
	合計	489	770	260	271	348	2,138 (100%)

注) カイ2乗検定によれば1%水準で有意差が見られた。

生鮮野菜を買うときに、「価格」を重視する層では33.7%が、「栄養」を重視する層は34.6%が「是非買いたい」と答えている。

第60表 「Q2-6 通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高いことがきちんと証明された場合」と「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を、よく買いますか」のクロス

Q2-6通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高い場合							
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を、よく買いますか		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
	いつも買っている	14.6%	18.9%	8.6%	15.0%	42.6%	253 (100%)
	しばしば買う	20.7%	32.7%	13.5%	14.2%	18.7%	700 (100%)
	ときどき買う	23.8%	42.4%	11.6%	11.6%	10.4%	816 (100%)
	あまり買わない	27.7%	42.0%	12.1%	11.7%	6.3%	314 (100%)
	まず買わない	43.1%	31.0%	15.5%	3.4%	6.8%	58 (100%)
	合計	489	773	259	272	348	2,141 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば1%水準で相関が認められた。

生産者名を確認できる野菜を買う人ほど、安全性が高まった場合でも、遺伝子組換え食品を買いたくないという傾向が読み取れる。すなわち、生産者名を確認できる野菜を「いつも買っている」層は、安全性がより高まった遺伝子組換え食品について「是非買いたい」が14.6%、「絶対買いたくない」が42.6%であるのに対し、「まず買わない」層では「是非買いたい」が43.1%、「絶対買いたくない」が6.8%と、割合が逆転している。

第 61 表 「Q2-6 通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高いことがきちんと証明された場合」と「Q8 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」のクロス

Q2-6通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高い場合							
Q8 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		是非買 いたい	買って もよい	どちらで もよい	余り買 たくない	絶対買 たくない	合計
	十分信頼している	29.7%	14.8%	9.4%	12.1%	33.7%	74 (100%)
	おおむね信頼している	22.2%	33.7%	12.2%	13.2%	18.4%	687 (100%)
	信頼している	23.7%	38.6%	11.9%	12.3%	13.3%	585 (100%)
	あまり信頼していない	21.0%	38.7%	11.9%	13.5%	14.6%	678 (100%)
	ほとんど信頼していない	27.9%	34.2%	15.3%	6.3%	16.2%	111 (100%)
	合計	488	770	259	271	347	2,135 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 10%水準でも相関が認められなかったが、カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

生産地等の表示を「十分信頼している」人は、「絶対買いたくない」と「余り買いたくない」を合わせた割合が 45.8%あるのに対し、「ほとんど信頼していない」層では同割合が 22.5%と半減している。そのため、安価な遺伝子組換え食品との相関を検討した第 4 表と同様に、「生産地等の表示を信頼する人ほど、通常の食品よりも安全な遺伝子組換え食品でも買わない」という傾向を示すように思われた。しかし、スピアマン順位相関係数の有意性検定の結果、そのような傾向は見られなかった。

その理由として、生産地等を信頼している人のうち、遺伝子組換え食品について買いたくないと回答した人の割合が、安価な場合に比較して、通常の食品よりも安全な場合には、半減したことが挙げられるであろう。

また、生産地表示をより信頼する人は、有機農産物の購入頻度が高い人と、社会への信頼が高い人が混ざっている可能性が考えられる。そして、前者の人は遺伝子組換え食品の受容性が低く、後者の人はそれが高いと予想される。したがって、遺伝子組換え食品について通常の食品よりも安全性が高まった場合には、遺伝子組換え食品の購買意欲に対して異なる傾向をもつ人々の考え方が相反する方向に強く重なったために、生産地表示への信頼と遺伝子組換え食品の購入意欲について明白な相関関係が見られなかったと思われる。

第 62 表 「Q2-6 通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高いことがきちんと証明された場合」と「Q10 遺伝子組換え野菜について、どのようにお考えですか」のクロス

Q2-6通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高い場合							
Q10 遺伝子組 換え野菜 について、 どのように お考えで すか		是非買 いたい	買っても よい	どちらで もよい	余り買いた くない	絶対買いた くない	合計
	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	38.3%	49.8%	7.8%	3.1%	0.8%	1,184 (100%)
	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	2.3%	13.8%	15.4%	26.5%	41.8%	796 (100%)
	よくわからない	10.4%	46.2%	25.9%	14.1%	3.0%	162 (100%)
	合計	490	775	258	271	348	2,142 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

「条件が満足できれば買ってもよい」という層では「絶対買いたくない」という回答が 0.8%で、「余り買いたくない」も 3.1%しかない。したがって「通常の食品よりも安全な遺伝子組換え食品」という条件は、この層のほぼ全員が満足できる条件であると思われる。

このことは、「条件が満足できれば買ってもよい」とした層のうち、第 6 表の「Q2-1 かなり安い場合の遺伝子組換え食品」の場合には、「是非買いたい」「買ってもよい」の割合が合わせて 37.7%であったのに対し、無農薬の遺伝子組換え食品の場合（第 51 表参照）には同割合が 54.2%となり、通常の食品よりも安全性がより高まった第 62 表の場合には、88.1%までに増加していることから窺える。

他方、「条件がどんなに良くても絶対買いたくない」とした層のうち、安価な遺伝子組換え食品を提示した第 6 表の場合には「余り買いたくない」「絶対買いたくない」の割合が合わせて 97.5%であったのに対し、無農薬の遺伝子組換え食品（第 51 表）の場合には同割合が 88.2%と減少し、通常の食品よりも安全性がより高まった第 62 表の場合には 68.3%まで減少している。また、第 62 表では、「是非買いたい」「買ってもよい」の割合も合わせて 16.1%となっている。このことから、遺伝子組換え食品について絶対買いたくないと思っている人の中でも、通常の食品よりも安全性がより高まったならば、買ってもよいと思っている人がいることがわかる。

第 63 表 「Q2-6 通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高いことがきちんと証明された場合」と「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」のクロス

Q2-6通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高い場合							
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		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
	全くそう思う	24.7%	32.6%	10.7%	13.2%	18.6%	1,476 (100%)
	多少そう思う	17.4%	47.8%	13.9%	11.0%	9.6%	487 (100%)
	どちらとも言えない	21.6%	30.1%	17.9%	15.0%	15.0%	106 (100%)
	余りそう思わない	21.2%	36.1%	21.2%	8.5%	12.7%	47 (100%)
	全くそう思わない	33.3%	16.6%	25.0%	0%	25.0%	12 (100%)
	合計	487	766	258	269	348	2,128 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

ここでも、地球は限られた宇宙船のようだと思う層ほど、通常の食品よりも食の安全性が高まった遺伝子組換え食品でも買いたくないという傾向が見られる。ただし、「Q2-1 かなり安い場合に遺伝子組換え食品」と「Q24-1」のクロス集計結果（第 12 表参照）と比較するならば、「地球は限られた資源をもつ宇宙船のようなもの」に対する同意の程度にかかわらず、どの階層でも、「是非買いたい」が増えて、「絶対買いたくない」が 20%程度減っている。

第 64 表 「Q2-6 通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高いことがきちんと証明された場合」と「Q24-5 現在使用されている食品添加物で、自分の健康が害されることはないと思う」のクロス

Q2-6通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高い場合							
Q24-5 現在使用されている食品添加物で、自分の健康が害されることはないと思う		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
	全くそう思う	43.7%	27.0%	8.3%	4.1%	16.6%	48 (100%)
	多少そう思う	31.3%	37.8%	11.2%	10.6%	8.8%	169 (100%)
	どちらとも言えない	28.7%	45.7%	10.9%	8.8%	5.8%	431 (100%)
	余りそう思わない	21.5%	40.1%	14.1%	13.1%	10.9%	747 (100%)
	全くそう思わない	17.3%	26.6%	11.2%	15.5%	29.1%	744 (100%)
	合計	488	772	260	272	347	2,139 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

食品添加物で自分の健康が害されないと思う層ほど、通常の食品よりも食の安全性がより高まった遺伝子組換え食品に対する購買意欲は高くなっている。特に、「食品添加物で、自分の健康が害されることはない」について「全くそう思わない」と考える人、つまり、食品添加物の安全性について心配している人でも、通常の食品よりも安全性が高まった遺伝子組換え食品については、「是非買いたい」または「買ってもよい」を合わせて 43.9%の人が選択していることは、安全性が遺伝子組換え食品の購買に与える影響の重要性を物語るものであろう。また、安価な遺伝子組換え食品の場合とのクロス集計結果（第 16 表）

と比較しても、20～30%程度、「是非買いたい」人の割合が増加していることがわかる。

第 65 表 「Q2-6 通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高いことがきちんと証明された場合」と「Q24-8 遺伝子組換え技術を食料生産に使用するならば、世界の食料問題の解決に役立つ」のクロス

Q2-6通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高い場合							
Q24-8 遺伝子組換え 技術を食料生 産に使用する ならば、世界の 食料問題の解 決に役立つ		是非買 いたい	買って もよい	どちらで もよい	余り買 いたくない	絶対買 いたくない	合計
	全くそう思う	61.9%	21.0%	4.0%	7.4%	5.4%	147 (100%)
	多少そう思う	38.8%	45.5%	7.8%	5.0%	2.7%	512 (100%)
	どちらとも言えない	22.5%	44.9%	14.3%	11.4%	6.6%	585 (100%)
	余りそう思わない	9.9%	38.1%	19.3%	20.0%	12.4%	433 (100%)
	全くそう思わない	4.5%	16.0%	9.6%	17.6%	52.0%	436 (100%)
	合計	485	762	256	268	342	2,113 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば1%水準で相関が認められた。

遺伝子組換え技術が世界の食料問題の解決に役立つと考える層ほど、食の安全性がより高まった遺伝子組換え食品に対する購買意欲は高くなっている。すなわち、遺伝子組換え技術が食料問題解決に役立つことについて「全くそう思う」層では、安全性の高まった遺伝子組換え食品に対し、「是非買いたい」「買ってよい」と考える人は82.9%もいる。しかし、役立たないと思っている「全くそう思わない」層は52.0%が「絶対買いたくない」と答えている。

そもそも遺伝子組換え技術について否定的な見解をもつ人は、遺伝子組換え技術は世界の食料問題に貢献しないし、自分自身も組み換え食品を買いたくないと考えているのではなかろうか。しかしながら、食料問題解決に役立つ具体的な実例が広く知られるようになれば、イメージが改善され、購入意欲が高まるかもしれない。

第 66 表 「Q2-6 通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高いことがきちんと証明された場合」と「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」のクロス

Q2-6通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高い場合							
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		是非買 いたい	買って もよい	どちらで もよい	余り買 いたくない	絶対買 いたくない	合計
	全くそう思う	52.9%	17.6%	5.8%	17.6%	5.8%	17 (100%)
	多少そう思う	24.0%	39.0%	11.2%	12.0%	13.6%	366 (100%)
	どちらとも言えない	24.9%	34.5%	12.8%	12.8%	14.7%	717 (100%)
	余りそう思わない	20.4%	38.8%	13.1%	14.3%	13.1%	761 (100%)
	全くそう思わない	20.2%	26.7%	9.1%	9.1%	34.7%	262 (100%)
	合計	485	760	258	272	348	2,123 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば1%水準で相関が認められた。

食品ラベルの表示を信頼する人ほど、通常の食品より食の安全性がより高まった遺伝子組換え食品を買ってもよいと考える傾向にある。つまり、食品ラベルは信頼できるについて「全くそう思う」を選択した人は、70.5%が安全性のより高まった遺伝子組換え食品を「是非買いたい」あるいは「買ってもよい」と答えた。

他方、食品ラベルを信頼できるについて「全くそう思わない」を選択した人は、同割合が46.9%であり、「余り買いたくない」「絶対買いたくない」を合わせると43.8%であるから、購入派、非購入派がほぼ同数となっている。ただし、表示ラベルを信頼しない人は、回答者全体の傾向からみれば、遺伝子組換え食品について否定的傾向が強いことが読み取れる。

また、飲食店（第17表）、政府（第28表）、科学者（第29表）、生産者（第30表）のところで見てきたとおり、組織や社会を信頼する人ほど、遺伝子組換え食品の受容性が高い傾向にあると言えよう。

第67表 「Q2-6 通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高いことがきちんと証明された場合」と「Q26 年齢」のクロス

Q2-6通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高い場合							
Q26 年齢		是非買 たい	買ってもよ い	どちらでも よい	余り買いた くない	絶対買いた くない	合計
	18才-24才	41.5%	36.9%	7.6%	6.1%	7.6%	65 (100%)
	25才-34才	26.6%	33.4%	13.6%	13.0%	13.3%	338 (100%)
	35才-44才	18.0%	35.8%	12.0%	14.5%	19.5%	620 (100%)
	45才-54才	19.6%	35.9%	11.5%	14.5%	18.3%	617 (100%)
	55才-64才	24.5%	35.9%	14.9%	11.1%	13.3%	314 (100%)
	65才-74才	33.5%	40.1%	9.8%	4.6%	11.8%	152 (100%)
	75才-84才	40.0%	53.3%	0%	0%	6.6%	15 (100%)
	無回答	28.5%	42.8%	7.1%	7.1%	14.2%	14 (100%)
	合計	488	769	260	271	347	2,135 (100%)

注) カイ2乗検定によれば1%水準で有意差が見られた。

若年層と年配層では「是非買いたい」という声が高い。例えば、65-74才の層では「是非買いたい」と「買ってもよい」を合わせると73.6%もの人が肯定的にとらえている。同様に18-24才層では同割合が78.4%と肯定的である。

しかし、35才～54才にかけてはそれほど、遺伝子組換え食品に対する購入意欲は高くない。例えば、45-54才層では、先の割合が55.5%であり、買いたい人の割合が減少している。

第 68 表 「Q2-6 通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高いことがきちんと証明された場合」と「Q30-8 食物を買うときに、割引券や特売品を利用すること」のクロス

Q2-6通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高い場合							
Q30-8 食物を買うときに、割引券や特売品を利用すること		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
	いつもする	35.3%	30.7%	12.7%	9.8%	11.3%	283 (100%)
	しばしばする	22.4%	39.7%	12.5%	11.8%	13.4%	744 (100%)
	ときどきする	20.6%	38.1%	11.4%	13.3%	16.4%	699 (100%)
	ほとんどしない	17.7%	28.7%	14.1%	16.1%	23.2%	310 (100%)
	しない	20.2%	30.3%	6.7%	12.3%	30.3%	89 (100%)
	合計	484	766	259	270	346	2,125 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

食物を買うときに、割引券や特売品を利用する頻度が高い人ほど、通常の食品より食の安全性が高まった場合での遺伝子組換え食品に対する購買意欲が高いという関係が見られた。つまり、割引券の使用を「いつもする」人は、通常の食品より安全性が高まった遺伝子組換え食品に対して、「是非買いたい」が 35.3%、「絶対買いたくない」が 11.3%であるのに対して、割引券の使用を「しない」人は、「是非買いたい」が 20.2%、「絶対買いたくない」が 30.3%と、割引券を利用しない人ほど遺伝子組換え食品を買いたがらない傾向が読み取れる。

第 69 表 「Q2-6 通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高いことがきちんと証明された場合」と「Q30-9 特売のときに、食べ物を買いだめしておくこと」のクロス

Q2-6通常の食品と同じ価格で、食の安全性は通常の食品よりも高い場合							
Q30-8 特売のときに、食べ物を買いだめしておくこと		是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	余り買いたくない	絶対買いたくない	合計
	いつもする	39.1%	28.0%	12.1%	8.3%	11.5%	156 (100%)
	しばしばする	26.3%	37.4%	11.8%	11.8%	12.4%	505 (100%)
	ときどきする	19.6%	41.5%	13.3%	12.3%	13.1%	600 (100%)
	ほとんどしない	20.3%	36.0%	12.4%	14.4%	16.6%	618 (100%)
	しない	19.5%	23.5%	9.3%	13.4%	34.1%	246 (100%)
	合計	486	764	259	269	347	2,125 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

食物を買うときに、特売のときに食べ物を買いだめする頻度が高い人ほど、通常の食品より食の安全性が高まった場合での遺伝子組換え食品に対する購買意欲が高いという関係が見られた。つまり、買いだめを「いつもする」人は、安全性が高まった遺伝子組換え食品に対して、「是非買いたい」が 39.1%、「絶対買いたくない」が 11.5%であるのに対して、買いだめを「しない」人は、「是非買いたい」が 19.5%、「絶対買いたくない」が 34.1%と、買いだめをしない人ほど遺伝子組換え食品を買いたがらない傾向が読み取れる。

4. 生鮮野菜を購入する店とのクロス集計結果

1) 生鮮野菜に関する購買行動や意識とのクロス集計結果

生鮮野菜を購入する店とのクロス集計結果から、次のような傾向が見られた。まず、「スーパー」利用者層と全く異なる価値観を持つのが、「A コープ」・「産直」・「その他」である。この3層は、飲食店や科学者や生産者など社会全体に不信感をいだき、添加物を恐れ、遺伝子組換え食品を拒否し、有機野菜等を好み、環境問題を非常に不安に思っている層である。ただし、「A コープ」では有機野菜の購買意欲はあまり高くない。

他方、全回答者の過半数を占める多数派である「スーパー」利用者は、これらの問題について比較的おおらかに考えている。「生協」利用者層は、スーパー利用層より食の安全に対して関心が高い反面、「A コープ」利用者層より環境や添加物への不安感が低いようであった。

特徴的なのが「手に入るので買わない」人たちであった。この層は、環境問題について他の層ほどは心配しておらず、飲食店や科学者や生産者など社会をより信頼する傾向が強いが、遺伝子組換え食品については否定的である。以下では、このような結果について詳細に検討していこう。

第70表 「Q3 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「Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1 番目)」のクロス

Q3 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											
Q4-1 生鮮野菜を買うとき、あなたが気をつけていることについて(1 番目)		スーパー	八百屋	地元の店	生協	A コープ	安売りショップ	個人的な産直	手に入る ので買う必要がない	その他	合計
味		3.1%	4.1%	3.6%	1.6%	1.9%	0%	3.6%	3.3%	2.6%	64
価格		16.5%	16.4%	10.8%	3.6%	1.9%	33.3%	0%	13.3%	2.6%	285
栄養		1.3%	4.1%	0%	0.8%	0%	0%	0%	0%	2.6%	26
安全性		27.1%	22.1%	41.4%	62.3%	59.6%	16.7%	79.1%	43.3%	76.9%	776
鮮度		52.0%	53.3%	44.1%	31.6%	36.5%	50.0%	17.3%	40.0%	15.4%	992
合計		1,426 (100%)	122 (100%)	111 (100%)	247 (100%)	52 (100%)	6 (100%)	110 (100%)	30 (100%)	39 (100%)	2,143 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

生鮮野菜を買うとき「スーパー」や「八百屋」を利用する人は、第一に重視するものとして「鮮度」を挙げた割合が 50%を超えたが、「生協」を利用する人は「安全性」と答えた人の割合が 62.3%であった。特に「個人的な産直」では 79.1%、「その他」では 76.9%が安全性を挙げている。いくつか具体的購入先を書いた例を見ると、「個人的な産直」では有機野菜宅配業者の名称が見られ、「その他」では自然食品店・有機専門店などの記入例が多かった。

第 71 表 「Q3 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「Q6 減農薬野菜や有機栽培野菜を、よく買いますか」のクロス

Q3 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											
Q6 減農薬 野菜や 有機栽培 野菜を、よく 買いますか		スーパー	八百屋	地元の店	生協	Aコープ	安売りショップ	個人的な産直	手に入る ので買う必要がない	その他	合計
	いつも買っている	5.4%	6.5%	18.9%	29.1%	25.0%	0%	54.5%	3.2%	53.8%	274
	よく買う	28.6%	30.9%	33.3%	40.5%	34.6%	16.7%	28.2%	19.4%	23.1%	649
	ときどき買う	43.6%	43.9%	30.6%	24.7%	23.1%	50.0%	13.6%	41.9%	15.4%	823
	あまり買わない	19.3%	13.0%	13.5%	4.0%	15.4%	33.3%	2.7%	16.1%	5.1%	338
	全く買わない	2.7%	5.7%	1.8%	0.8%	1.9%	0%	0.9%	16.1%	2.6%	58
	合計	1,428 (100%)	123 (100%)	109 (100%)	245 (100%)	52 (100%)	6 (100%)	110 (100%)	30 (100%)	39 (100%)	2,142 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

「個人的な産直」の利用者は、有機野菜を「いつも買っている」と 54.5%の人が答えた。他方、「スーパー」の利用者では、有機野菜を「ときどき買う」が最も割合が高く 43.6%であった。

第 72 表 「Q3 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「Q8 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」のクロス

Q3 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											
Q8 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		スーパー	八百屋	地元の店	生協	Aコープ	安売りショップ	個人的な産直	手に入る ので買う必要がない	その他	合計
	十分信頼している	2.0%	0.8%	1.8%	5.3%	9.6%	0%	15.5%	3.4%	15.4%	74
	おおむね信頼している	28.2%	28.5%	35.1%	48.8%	34.6%	0%	45.5%	20.7%	48.7%	689
	信頼している	28.9%	31.7%	20.7%	26.0%	19.2%	33.3%	23.6%	17.2%	15.4%	587
	あまり信頼していない	35.1%	30.9%	36.9%	17.9%	34.6%	33.3%	12.7%	48.3%	17.9%	678
	ほとんど信頼していない	5.7%	8.1%	5.4%	2.0%	1.9%	33.3%	2.7%	10.3%	2.6%	112
	合計	1,424 (100%)	123 (100%)	111 (100%)	246 (100%)	52 (100%)	6 (100%)	110 (100%)	29 (100%)	39 (100%)	2,140 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

「スーパー」の利用者では、生産地や有機等の表示を「あまり信頼していない」(35.1%)が最も多かったが、「生協」・「個人的な産直」・「その他」の層は、生産地や有機等の表示を信頼する傾向が強く、「十分信頼している」「おおむね信頼している」を合わせた割合は約 50%～60%である。

第 73 表 「Q3 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「Q9 ホウレン草を買うとき、一束どのくらいの値段のものを買っていますか」のクロス

Q3 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											
Q9 ホウレン草を 買うとき、一 束どのくら いの 値段の ものを買 っていますか		スーパ ー	八百 屋	地元 の店	生協	Aコー プ	安売り ショップ	個人 的な 産直	手に入るの で買う必要 がない	その他	合計
	50円	0.8%	0.0%	2.7%	0.4%	2.0%	0%	0%	0%	0%	16
	80円	5.2%	4.1%	4.5%	2.5%	2.0%	0%	1.9%	3.4%	2.6%	94
	100円	33.8%	37.4%	32.7%	14.1%	44.9%	16.7%	21.3%	27.6%	18.4%	654
	150円	34.9%	34.1%	30.0%	35.7%	30.6%	83.3%	25.9%	48.3%	7.9%	719
	200円	19.2%	20.3%	20.0%	32.4%	12.2%	0%	25.9%	13.8%	36.8%	448
	250円	2.4%	1.6%	5.5%	9.5%	6.1%	0%	12.0%	0%	10.5%	85
	300円	1.3%	0.8%	1.8%	3.3%	0%	0%	4.6%	0%	10.5%	39
	350円	0.6%	0%	0%	0%	2.0%	0%	1.9%	0%	5.3%	13
	400円以上	0.1%	0%	0%	0%	0%	0%	1.9%	0%	0%	3
	その他	1.7%	1.6%	2.7%	2.1%	0%	0%	4.6%	6.9%	7.9%	44
	合計	1,411 (100%)	123 (100%)	110 (100%)	241 (100%)	49 (100%)	6 (100%)	108 (100%)	29 (100%)	38 (100%)	2,115 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

「生協」，「個人的な産直」そして「その他」は，購入単価が高い傾向にあり，一束 200 円以上のホウレン草を買う人の割合は，「スーパー」の利用者が 23.6%であるのに対し，それぞれ 45.2%，46.3%，63.1%である。

第 74 表 「Q3 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「Q10 遺伝子組換え野菜について、どのようにお考えですか」のクロス

Q3 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											
Q10 遺伝子組 換え野菜 について、 どのよう にお考えで すか		スーパ ー	八百 屋	地元 の店	生協	Aコー プ	安売り ショップ	個人的 な産直	手に入るの で買う必要 がない	その他	合計
	1	63.0%	52.8%	39.6%	38.6%	40.4%	66.7%	30.0%	40.0%	23.1%	1,186
	2	28.2%	42.3%	51.4%	56.5%	57.7%	0.0%	67.3%	56.7%	74.4%	802
	3	8.8%	4.9%	9.0%	4.9%	1.9%	33.3%	2.7%	3.3%	2.6%	162
	合計	1,430 (100%)	123 (100%)	111 (100%)	246 (100%)	52 (100%)	6 (100%)	110 (100%)	30 (100%)	39 (100%)	2,147 (100%)

注 1) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

2) 1 = 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，2 = 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，3 = よくわからない。

「スーパー」の利用者では，遺伝子組換え野菜について，「条件が満たされれば買ってよい」という回答は 63.0%であり，「条件がどんなによくても買いたくない」という回答は 28.2%であった。他方，「生協」や「A コープ」，「個人的な産直」，「その他」の利用者では「条件がどんなによくても買いたくない」という回答が 55%以上であったのと同対照的である。生協等のこれらの層では，有機野菜を買う頻度が高く，そのため遺伝子組換え野菜については，回避的傾向を示したと考えられる。

2)トレーサビリティや外国産品に対する考え方とのクロス集計結果

この調査時点では、トレーサビリティという言葉を知っている人はほぼ半数であったが、Aコープの利用者は比較的認知度が高かった。また、トレーサビリティの役割のうち、スーパーの利用者は追跡可能性をより重視し、生協や産直の利用者は顔の見える関係をより重視していた。さらに、生協や産直の利用者は、国産食材をより重視する傾向がある。

第 75 表 「Q3 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「Q11「トレーサビリティ」という言葉を、聞いたことがありますか」のクロス

Q3 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											
Q11 「トレーサビリティ」という言葉を、聞いたことがありますか		スーパー	八百屋	地元のお店	生協	Aコープ	安売りショップ	個人的な産直	手に入るのを買う必要がない	その他	合計
聞いたことがあります	聞いたことがあります、内容も知っている	28.2%	24.8%	30.9%	32.0%	40.4%	33.3%	32.1%	32.3%	52.6%	625
聞いたことがありません	聞いたことはあるが、内容までは知らない	20.5%	26.4%	29.1%	21.3%	25.0%	33.3%	25.7%	19.4%	23.7%	461
	初めて聞いた	51.3%	48.8%	40.0%	46.7%	34.6%	33.3%	42.2%	48.4%	23.7%	1,025
	合計	1,400 (100%)	121 (100%)	110 (100%)	244 (100%)	52 (100%)	6 (100%)	109 (100%)	31 (100%)	38 (100%)	2,111 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 5%水準で有意差が見られた。

「スーパー」の利用者は、トレーサビリティという言葉を知っている人を 51.3%が「初めて聞いた」と答え、「内容まで知っている」の割合は 28.2%であった。他方、「Aコープ」や「その他」の利用者は 40%以上が「内容まで知っている」と答えた。Aコープは、農村地域に多いために、トレーサビリティの実施と関連の深い生産者が、より多く回答者として含まれていた可能性が考えられる。

第 76 表 「Q3 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「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」のクロス

Q3 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											
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		スーパ ー	八百 屋	地元の 店	生協	Aコー プ	安売 りショッ プ	個人的な 産直	手に入るの で買う必 要がない	その他	合計
	Aが特に重要	23.0%	23.6%	18.0%	12.6%	23.1%	16.7%	11.9%	12.9%	12.8%	444
	Aがより重要	24.6%	22.0%	13.5%	13.4%	15.4%	0%	9.2%	22.6%	12.8%	456
	同程度重要	28.6%	30.9%	27.9%	40.9%	26.9%	66.7%	30.3%	45.2%	33.3%	656
	Bがより重要	15.3%	16.3%	26.1%	19.8%	15.4%	16.7%	27.5%	9.7%	17.9%	365
	Bが特に重要	8.6%	7.3%	14.4%	13.4%	19.2%	0%	21.1%	9.7%	23.1%	226
	合計	1,429 (100%)	123 (100%)	111 (100%)	247 (100%)	52 (100%)	6 (100%)	109 (100%)	31 (100%)	39 (100%)	2,147 (100%)

注 1) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

2) A は追跡可能性, B は顔の見える関係である。

「スーパー」や「八百屋」の利用者は、どちらかというと A の「トレーサビリティにおける追跡可能性」を重視し、「A が特に重要」「A がより重要」を合わせた割合は 45%を超える。他方、生協は「A の追跡可能性」と「B の顔の見える関係」については「同程度」が一番多くて 40.9%であり、「個人的な産直」は B の方を重視する傾向が強くて「B が特に重要」「B がより重要」を合わせた割合は 48.6%になる。「個人的な産直」は、顔の見える関係が前提となっているから、このような結果になったと考えられるが、そもそも「顔の見える関係」を好むから、産直や有機野菜の宅配を選んでいるのかもしれない。

第 77 表 「Q3 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「Q19 どの程度であれば、外国産の食品を買ってもよいとお考えですか」のクロス

Q3 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											
Q19 どの程 度であ れば、 外国産 の食品 を買っ てもよ いとお 考えで すか		スーパ ー	八百 屋	地元の 店	生協	Aコー プ	安売 りショッ プ	個人的な 産直	手に入る ので買う 必要がな い	その他	合計
	値段が高くても外国 産のものを買いたい	2.5%	4.9%	3.6%	2.8%	2.0%	0%	6.4%	0%	0%	60
	同程度であれば外国 産を買ってもよい	24.5%	21.3%	20.0%	19.5%	14.0%	33.3%	7.3%	33.3%	15.4%	475
	5%安ければよい	3.4%	1.6%	2.7%	2.8%	4.0%	0%	0.9%	3.3%	2.6%	65
	10%安ければよい	12.7%	8.2%	9.1%	9.3%	6.0%	0%	9.2%	6.7%	2.6%	239
	20%安ければよい	11.8%	8.2%	15.5%	8.9%	14.0%	16.7%	4.6%	10.0%	5.1%	234
	30%安ければよい	10.7%	19.7%	7.3%	7.3%	18.0%	0%	6.4%	13.3%	5.1%	224
	50%安ければよい	6.9%	6.6%	3.6%	6.1%	4.0%	0%	3.7%	10.0%	2.6%	135
	70%安ければよい	0.4%	0%	1.8%	0.4%	0%	0%	0%	0%	0%	9
	90%安ければよい	0.6%	0.8%	0%	0.4%	0%	0%	0.9%	0%	0%	12
	いくら安くても買いた くない	20.2%	25.4%	27.3%	36.2%	34.0%	0%	49.5%	16.7%	61.5%	535
	よくわからない	3.2%	2.5%	4.5%	1.6%	0%	16.7%	3.7%	0%	0%	62
	その他	3.0%	0.8%	4.5%	4.5%	4.0%	33.3%	7.3%	6.7%	5.1%	76
	合計	1,414 (100%)	122 (100%)	110 (100%)	246 (100%)	50 (100%)	6 (100%)	109 (100%)	30 (100%)	39 (100%)	2,126 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

「スーパー」利用者は、国産価格と比較して「同程度であれば外国産を買ってもよい」(24.5%)、あるいは多少安ければ外国産でもかまわないと答え、「いくら安くても買いたくない」は20.2%に過ぎない。しかし、「生協」や「Aコープ」利用者は「いくら安くても買いたくない」が各36.2%、34.0%となり、特に「個人的な産直」や「その他」の利用者は49.5%、61.5%が「いくら安くても買いたくない」と答えるほど国産品を支持している。

3) 食の安全・安心や環境保全等に対する意識とのクロス集計結果

Aコープや生協、個人的な産直の利用者は、スーパーの利用者よりも、環境の脆弱性を感じ、食品添加物について心配し、遺伝子組換え食品を好まない傾向が見られた。また、生協や個人的な産直の利用者は、他の層に比較して、遺伝子組換え技術の利用や監視について、科学者や政府を余り信頼していない傾向が見られた。

第78表 「Q3 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「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」のクロス

Q3 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											
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		スーパ ー	八百 屋	地元 の店	生協	Aコー プ	安売り ショップ	個人 的な 産直	手に入るの で買う必要 がない	その他	合計
	1	66.9%	66.4%	69.1%	77.5%	80.0%	50.0%	81.7%	51.6%	89.7%	1,480
	2	25.2%	24.6%	22.7%	17.6%	14.0%	50.0%	11.0%	19.4%	10.3%	489
	3	5.1%	7.4%	5.5%	2.9%	4.0%	0%	4.6%	12.9%	0%	106
	4	2.3%	1.6%	0%	1.6%	2.0%	0%	2.8%	12.9%	0%	47
	5	0.4%	0%	2.7%	0.4%	0%	0%	0%	3.2%	0%	11
	合計	1,422 (100%)	122 (100%)	110 (100%)	244 (100%)	50 (100%)	6 (100%)	109 (100%)	31 (100%)	39 (100%)	2,133 (100%)

注1) カイ2乗検定によれば1%水準で有意差が見られた。

2) 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。

購入する店によって、環境意識もかなり異なっている。「スーパー」の利用者は、地球を限られた宇宙船のようだと見なすことについて「全くそう思う」が66.9%であるのに対し、「Aコープ」、「個人的な産直」、「その他」ではこの割合が80%を超える。他方、「手に入るので買う必要がない」（自分で栽培している人など。）の回答者は人数が少ないけれども、地球を限られた宇宙船のようだと見なすことについて「全くそう思う」が51.6%で相対的に低い。

また、「Q24-2 自然のバランスは大変微妙で壊れやすい」とのクロス集計でも同様の結果となった。自分で栽培する人は環境をたくましく感じ、自分で栽培しない人のほうが環境問題を不安に思い深刻にとらえる傾向があるのかもしれない。

第 79 表 「Q3 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「Q24-5 現在使用されている食品添加物で、自分の健康が害されることはないと思う」のクロス

Q3 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											
Q24-5 現在使用 されている 食品添加 物で、自 分の健康 が害され ることは ないと思 う		スーパ ー	八百 屋	地元 の店	生協	Aコー プ	安売り ショップ	個人的 な産直	手に入る ので買う必 要がない	その他	合計
	1	2.2%	0.8%	2.7%	3.3%	0%	0%	0.9%	3.2%	5.1%	48
	2	8.6%	10.7%	9.0%	4.5%	5.8%	0%	5.5%	0%	5.1%	168
	3	22.9%	18.9%	21.6%	13.0%	15.4%	33.3%	6.4%	16.1%	10.3%	432
	4	37.1%	36.1%	24.3%	33.7%	26.9%	33.3%	27.3%	38.7%	17.9%	749
	5	29.1%	33.6%	42.3%	45.5%	51.9%	33.3%	60.0%	41.9%	61.5%	747
	合計	1,427 (100%)	122 (100%)	111 (100%)	246 (100%)	52 (100%)	6 (100%)	110 (100%)	31 (100%)	39 (100%)	2,144 (100%)

注 1) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

2) 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。

食品添加物による健康への悪影響について、「全くそう思わない」の回答割合を見ると、「スーパー」では 29.1%なのに対して、「生協」では 45.5%、「A コープ」では 51.9%、「個人的な産直」では 60.0%の人が悪影響を心配している。食品添加物の悪影響について心配するから、産直や生協などで食品を購入するのであろう。

第 80 表 「Q3 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「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」のクロス

Q3 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											
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		スーパ ー	八百 屋	地元 の店	生協	Aコー プ	安売り ショップ	個人的 な産直	手に入る ので買う必 要がない	その他	合計
	1	16.4%	20.3%	18.9%	18.6%	30.8%	50.0%	37.6%	19.4%	33.3%	404
	2	43.0%	36.6%	49.5%	41.3%	32.7%	16.7%	30.3%	32.3%	23.1%	883
	3	29.6%	27.6%	20.7%	30.4%	23.1%	33.3%	26.6%	38.7%	25.6%	618
	4	9.4%	13.8%	7.2%	8.5%	9.6%	0%	3.7%	6.5%	12.8%	195
	5	1.7%	1.6%	3.6%	1.2%	3.8%	0%	1.8%	3.2%	5.1%	40
	合計	1,422 (100%)	123 (100%)	111 (100%)	247 (100%)	52 (100%)	6 (100%)	109 (100%)	31 (100%)	39 (100%)	2,140 (100%)

注 1) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

2) 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。

「A コープ」利用者は 30.8%が「全くそう思う」を選び、「個人的な産直」利用者は 37.6%が「全くそう思う」を選んだことから、不信感がかなり強い。一方、「スーパー」利用者は「全くそう思う」が 16.4%であり、他の店の利用者よりも、不信感は強くない。「生協」利用者はスーパー利用者に傾向がよく似ている。

野菜が「手に入る」人は、レストラン等飲食店への不信感が少なく、「どちらとも言えない」を選ぶ人が多い。

第 81 表 「Q3 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「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」のクロス

Q3 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											
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		スーパ ー	八百 屋	地元 の店	生協	Aコー プ	安売り ショップ	個人的 な産直	手に入る ので買う必 要がない	その他	合計
	1	6.3%	4.9%	2.7%	2.4%	1.9%	33.3%	0.9%	3.4%	0%	110
	2	17.3%	13.9%	6.3%	6.9%	15.4%	16.7%	3.6%	6.9%	10.3%	306
	3	24.6%	22.1%	17.1%	15.0%	7.7%	33.3%	15.5%	17.2%	2.6%	462
	4	26.0%	23.8%	30.6%	25.5%	11.5%	16.7%	17.3%	27.6%	17.9%	537
	5	25.9%	35.2%	43.2%	50.2%	63.5%	0%	62.7%	44.8%	69.2%	726
	合計	1,425 (100%)	122 (100%)	111 (100%)	247 (100%)	52 (100%)	6 (100%)	110 (100%)	29 (100%)	39 (100%)	2,141 (100%)

注 1) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

2) 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。

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、「全くそう思わない」の割合を見ると、「スーパー」利用者では 25.9%であるのに対し、「生協」では 50.2%、「個人的な産直」では 62.7%、「A コープ」では 63.5%と、遺伝子組換え食品の許可に対して否定的割合がかなり高い。

第 82 表 「Q3 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「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」のクロス

Q3 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											
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		スーパ ー	八百 屋	地元 の店	生協	Aコー プ	安売り ショッ プ	個人 的な産 直	手に入る ので買う必 要がない	その他	合計
	1	2.5%	2.5%	2.7%	4.1%	2.0%	0%	2.7%	3.2%	2.6%	57
	2	10.8%	9.8%	4.5%	6.9%	5.9%	0%	4.5%	0%	7.7%	198
	3	23.9%	27.0%	18.0%	20.8%	19.6%	50.0%	12.7%	35.5%	10.3%	486
	4	38.4%	42.6%	38.7%	42.4%	39.2%	33.3%	37.3%	32.3%	38.5%	833
	5	24.4%	18.0%	36.0%	25.7%	33.3%	16.7%	42.7%	29.0%	41.0%	562
	合計	1,421 (100%)	122 (100%)	111 (100%)	245 (100%)	51 (100%)	6 (100%)	110 (100%)	31 (100%)	39 (100%)	2,136 (100%)

注 1) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

2) 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。

政府等は遺伝子組換え技術について注意深く監視しているについて、「全くそう思わない」の割合を見ると、「スーパー」利用者では 24.4%であるのに対し、「生協」では 25.7%と大きな違いはないが、「A コープ」では 33.3%、「個人的な産直」では 42.7%、「その他」では 41.0%と政府に対する不信感が高まっている。

なお、同様に、科学者や生産者への信頼に関する設問ともクロスしたところ、類似した

結果となった。

第 83 表 「Q3 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「Q24-23 人間が自然に干渉するとき、しばしば悲惨な結果がもたらされる」のクロス

Q3 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											
Q24-23 人間が自然に干渉するとき、 しばしば悲惨な結果がもたらされる		スーパー	八百屋	地元の店	生協	Aコープ	安売りショップ	個人的な産直	手に入るの で買う必要がない	その他	合計
	1	47.5%	50.8%	52.7%	64.1%	70.0%	50.0%	74.3%	38.7%	64.1%	1,107
	2	37.6%	37.5%	36.4%	25.3%	18.0%	33.3%	19.3%	29.0%	30.8%	734
	3	11.7%	7.5%	8.2%	8.2%	10.0%	16.7%	6.4%	22.6%	0%	224
	4	2.4%	2.5%	1.8%	1.2%	2.0%	0%	0%	6.5%	5.1%	47
	5	0.9%	1.7%	0.9%	1.2%	0%	0%	0%	3.2%	0%	20
	合計	1,422 (100%)	120 (100%)	110 (100%)	245 (100%)	50 (100%)	6 (100%)	109 (100%)	31 (100%)	39 (100%)	2,132 (100%)

注 1) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

2) 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。

人間が自然に干渉すると、しばしば悲惨な結果がもたらされるについて、「全くそう思う」の割合を見ると、「スーパー」利用者では 47.5%であるのに対し、「生協」では 64.1%、「A コープ」では 70.0%、「個人的な産直」では 74.3%と最も高い割合となった。他方、「手に入るのを買う必要がない」層では、同割合が 38.7%と最も低いことから、実際に自分で畑を耕した実感として、自然は意外に強くたくましいと思ったのであろう。

「個人的な産直」利用者は、自分自身で畑を手入れする機会は、特に多いとは思われないので、メディアから得られた知識に基づいて自然環境の脆さを感じ、不安感を抱いているのであろう。

4)居住地や食品購買行動とのクロス集計結果

スーパーの利用者は居住地域を問わず 60%以上を占めるが、大都市部では生協の利用者が比較的多く、農村部では A コープの利用者が多くなる。また、表示ラベルをよく見るのは、産直や A コープの利用者であった。

第 84 表 「Q3 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「Q29 居住地域」のクロス

Q3 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											
Q 29 居住 地域		スー パー	八百 屋	地元 の店	生協	Aコー プ	安売り ショップ	個人的 な産直	手に入るの で買う必要 がない	その他	合計
	大都市部	64.3%	7.9%	6.5%	12.5%	0.8%	0%	5.2%	0.2%	2.5%	479(100%)
	都市部	68.1%	6.0%	3.9%	11.8%	2.1%	0.2%	5.4%	1.0%	1.6%	1,213 (100%)
	郡部	65.0%	2.6%	5.2%	11.1%	5.2%	1.0%	4.2%	3.6%	2.0%	306(100%)
	農山漁村部	62.9%	1.0%	12.4%	4.8%	6.7%	0.0%	4.8%	5.7%	1.9%	105(100%)
	無回答	75.0%	0%	12.5%	6.3%	0%	0%	3.1%	3.1%	0%	32(100%)
	合計	1,423	120	111	244	52	6	109	31	39	2,135(100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

「スーパー」利用者は居住地域に拘わらず 65%前後の割合で利用されているが、それ以外では地域によって、利用する店の傾向が少しずつ異なる。例えば、大都市では「生協」を 12.5%が利用しており、「スーパー」に次ぐ割合であったが、農山漁村部では 4.8%とあまり生協利用者がいない。他方、「A コープ」は都市部で 0.8%しか利用者がいないが、農山漁村部では 6.7%と増加する。また、農山漁村部では、「地元の店」を利用する割合は 12.4%と、「スーパー」に次いで高くなっている。

第 85 表 「Q3 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「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」のクロス

Q3 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											
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		スーパー	八百屋	地元の店	生協	Aコープ	安売りショップ	個人的な産直	手に入るの で買う必要 がない	その他	合計
	1	35.4%	38.8%	52.8%	50.6%	53.8%	16.7%	65.5%	35.5%	74.4%	869
	2	35.4%	38.0%	34.3%	35.4%	28.8%	33.3%	23.6%	25.8%	12.8%	726
	3	23.3%	19.8%	11.1%	10.7%	17.3%	50.0%	9.1%	32.3%	7.7%	427
	4	4.6%	2.5%	0.9%	3.3%	0%	0%	1.8%	0%	2.6%	80
	5	1.2%	0.8%	0.9%	0%	0%	0%	0%	6.5%	2.6%	22
	合計	1,414 (100%)	121 (100%)	108 (100%)	243 (100%)	52 (100%)	6 (100%)	110 (100%)	31 (100%)	39 (100%)	2,124 (100%)

注 1) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

2) 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

栄養等の情報を得るために食品のラベルを見ることについて、「いつもする」の割合を見ると、「スーパー」利用者では 35.4%であり見ていないのに対し、「その他」が最も高く 74.4%, 次いで「個人的な産直」が 65.5%, 「A コープ」が 53.8%, 「地元の店」が 52.8%, そして「生協」が 50.6%となった。なお、「その他」層では 74.4%もがラベルをいつもチェックしていることから、栄養や原材料の確認が必要不可欠な体質（アレルギー体質など）の人が、「その他」の店を利用していることが考えられる。

5. 価格・味・栄養・安全性・鮮度のうち重視する属性とのクロス集計結果

1) 遺伝子組換え野菜や外国産品に対する考え方とのクロス集計結果

以下では、「Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1 番目)」とのクロス集計結果について、特徴的な結果を中心に見ていく。価格や栄養を重視する人は、条件次第で遺伝子組換え食品や外国産食材を買ってもよいと考える人の割合が高く、安全性を重視する人は遺伝子組換え食品や外国産食材を買いたがらない傾向が見られた。

第 86 表 「Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1 番目)」と「Q10 遺伝子組換え野菜について、どのようにお考えですか」とのクロス

Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1 番目)							
Q10 遺伝子組換え野菜について、どのようにお考えですか		味	価格	栄養	安全性	鮮度	合計
	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	47.6%	72.4%	73.0%	38.5%	63.3%	1,183
	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	42.8%	18.1%	26.9%	56.5%	27.4%	797
	よくわからない	9.5%	9.4%	0%	4.8%	9.1%	162
	合計	63 (100%)	287 (100%)	26 (100%)	776 (100%)	990 (100%)	2,142 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

生鮮野菜を買うとき「価格」と「栄養」を重視する人は、条件が満足できれば遺伝子組換え野菜を買ってもよいと答えた割合が 70%以上であり、「鮮度」を重視する人は、同割合が 63.3%と高かった。他方、「安全性」を気にする人は、どんなに条件が良くても買いたくないと答えた人が 56.5%おり、この層では遺伝子組換え食品に対して不安を抱いていることがわかる。

第 87 表 「Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1 番目)」と「Q19どの程度であれば、外国産の食品を買ってもよいとお考えですか」とのクロス

Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1 番目)							
Q19 どの程度で あれば、外 国産の食 品を買っ てもよいと お考えで すか		味	価格	栄養	安全性	鮮度	合計
	値段が高くても外国産のものを買いたい	1.5%	2.7%	0%	3.1%	2.6%	59
	同程度であれば外国産を買ってもよい	20.3%	27.2%	36.0%	17.5%	24.4%	474
	5%安ければよい	6.2%	5.5%	0%	2.0%	2.8%	64
	10%安ければよい	9.3%	15.3%	32.0%	9.8%	10.7%	238
	20%安ければよい	21.8%	11.1%	8.0%	7.9%	12.6%	233
	30%安ければよい	6.2%	10.4%	4.0%	8.2%	12.8%	224
	50%安ければよい	9.3%	9.4%	0%	4.4%	7.0%	136
	70%安ければよい	0%	1.3%	0%	0.2%	0.3%	9
	90%安ければよい	0%	0.3%	0%	0.7%	0.5%	12
	いくら安くても買いたくない	18.7%	11.1%	16.0%	37.9%	20.0%	535
	よくわからない	1.5%	3.1%	0%	3.2%	2.7%	62
	その他	4.6%	1.7%	4.0%	4.5%	3.1%	75
	合計	64 (100%)	286 (100%)	25 (100%)	765 (100%)	981 (100%)	2,121 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

国産農産物と比較して「同程度の価格なら外国産を買っても良い」という回答は、「栄養」を重視する層で目立ち 36.0%である。「価格」や「鮮度」, 「味」を重視する層では, 「栄養」を重視する人よりも, 外国産が国産品よりも安ければ買ってもよいという傾向を持ち, 特に「価格」を重視する人は外国産を「いくら安くても買いたくない」という回答が最も少なく 11.1%であった。他方, 安全性を重視する層は, 「いくら安くても買いたくない」を 37.9%が回答し, 国産品を選ぶ傾向が最も高い。輸入野菜から立て続けに農薬が検出された事件などから, 輸入野菜は危険というイメージが浸透していると見られる。

2) 食の安全・安心や環境保全等に対する意識とのクロス集計結果

食の安全性を重視する人は, 自然の脆弱性をより強く感じ, 食品添加物をより不安に思い, 遺伝子組換え食品や政府の監視について否定的である。また, 価格を重視する人は, 食の安全性や環境問題について, あまり気につけない傾向が見られる。

第 88 表 「Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1 番目)」と「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」のクロス

Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1 番目)							
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		味	価格	栄養	安全性	鮮度	合計
	全くそう思う	60.9%	60.0%	53.8%	79.2%	65.4%	1,478
	多少そう思う	31.2%	26.5%	38.4%	15.5%	26.6%	487
	どちらとも言えない	7.8%	8.4%	7.6%	3.1%	5.1%	106
	余りそう思わない	0%	3.5%	0%	1.6%	2.2%	45
	全くそう思わない	0%	1.4%	0%	0.3%	0.5%	12
合計		64 (100%)	283 (100%)	26 (100%)	772 (100%)	983 (100%)	2,128 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

地球は限られた資源をもつ宇宙船のようなものだという考え方について、「全くそう思う」の割合が最も高かったのは、「安全性」を重視する層で 79.2%となり、環境危機に関する設問に敏感に反応し、不安感を抱いていることが分かる。他方、同割合が最も低かったのは、「価格」ではなく「栄養」を重視する層で 53.8%であり、「栄養」を重視する層は、相対的に地球資源の有限性を悲観的にとらえていない傾向が見受けられる。他の類似した環境問題の設問とのクロスでも、同様の結果が出た。

第 89 表 「Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1 番目)」と「Q24-5 現在使用されている食品添加物で、自分の健康が害されることはないと思う」のクロス

Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1 番目)							
Q24-5 現在使用されて いる食品添加 物で、自分の 健康が害される ことはないと思う		味	価格	栄養	安全性	鮮度	合計
	全くそう思う	3.1%	1.4%	11.5%	2.3%	2.1%	48
	多少そう思う	9.3%	7.7%	15.3%	5.4%	9.6%	169
	どちらとも言えない	25.0%	27.0%	15.3%	12.0%	24.3%	431
	余りそう思わない	31.2%	38.2%	38.4%	32.0%	36.4%	747
	全くそう思わない	31.2%	25.6%	19.2%	48.2%	27.5%	744
合計		64 (100%)	285 (100%)	26 (100%)	755 (100%)	989 (100%)	2,139 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

現在使用されている食品添加物で、自分の健康が害されることはないと思うについて、「全くそう思わない」の割合が最も高かったのは、「安全性」を重視する層で 48.2%となり、食の安全性に不安感を抱いていることが分かる。他方、同割合が最も低かったのは、「栄養」を重視する層で 19.2%、次いで「価格」の 25.6%であった。「栄養」を気にする人は、添加物について比較的おおらかである。

第 90 表 「Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1 番目)」と「Q24-8 遺伝子組換え技術を食料生産に使用するならば、世界の食料問題の解決に役立つ」のクロス

Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1 番目)							
Q24-8 遺伝子組換え 技術を食料生 産に使用するな らば、世界の食 料問題の解決 に役立つ		味	価格	栄養	安全性	鮮度	合計
	全くそう思う	7.8%	8.3%	3.8%	4.8%	8.1%	146
	多少そう思う	26.5%	31.8%	42.3%	17.1%	26.8%	512
	どちらとも言えない	25.0%	31.1%	11.5%	21.2%	32.2%	584
	余りそう思わない	21.8%	19.5%	26.9%	21.2%	19.9%	433
	全くそう思わない	18.7%	9.0%	15.3%	35.5%	12.8%	438
	合計	64 (100%)	286 (100%)	26 (100%)	763 (100%)	974 (100%)	2,113 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 5%水準で有意差が見られた。

遺伝子組換え技術は食料問題の解決に役立つについて、「全くそう思わない」の割合が最も高かったのは、「安全性」を重視する層で 35.5%であり、他の層は 20%以下であるから、かなり高いと言えよう。他方、「価格」を重視する層では、同割合が最も低くて 9.0%である。「安全性」を気にする人は、遺伝子組換え技術の効果も低く評価していることがわかる。

第 91 表 「Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1 番目)」と「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」のクロス

Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1 番目)							
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		味	価格	栄養	安全性	鮮度	合計
	全くそう思う	7.8%	9.0%	11.5%	3.3%	5.0%	110
	多少そう思う	15.6%	22.2%	19.2%	7.3%	17.0%	304
	どちらとも言えない	18.7%	28.2%	11.5%	14.5%	25.6%	461
	余りそう思わない	29.6%	23.3%	42.3%	23.1%	26.5%	538
	全くそう思わない	28.1%	17.0%	15.3%	51.5%	25.6%	723
	合計	64 (100%)	287 (100%)	26 (100%)	776 (100%)	983 (100%)	2,136 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 5%水準で有意差が見られた。

「安全性」を気にする人は、遺伝子組換え食品を強く否定するために、「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、「全くそう思わない」を 51.5%が選ぶ。しかし「価格」と「栄養」を気にする人の同割合は、それぞれ 17.0%、15.3%にしか過ぎない。

第 92 表 「Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1 番目)」と「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」のクロス

Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1 番目)							
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		味	価格	栄養	安全性	鮮度	合計
	全くそう思う	0%	2.1%	0%	3.8%	2.1%	57
	多少そう思う	9.3%	9.5%	26.9%	8.0%	9.8%	199
	どちらとも言えない	26.5%	20.0%	38.4%	17.3%	27.0%	484
	余りそう思わない	39.0%	45.0%	19.2%	37.1%	39.0%	830
	全くそう思わない	25.0%	23.2%	15.3%	33.5%	21.9%	561
	合計	64 (100%)	284 (100%)	26 (100%)	772 (100%)	985 (100%)	2,131 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 5%水準で有意差が見られた。

「安全性」を気にする人は、政府は遺伝子組換え技術の利用について注意深く監視しているについて、「全くそう思わない」を選ぶ割合が 33.5%と他の層よりも高く、政府に不信感を抱く傾向が強い。この傾向については、Q24-20 での科学者、Q24-21 での生産者に対する信頼とのクロスにおいても、同様に信頼していない結果となった。

3) 個人属性やファーストフード購入とのクロス集計結果

「味」や「価格」を重視する層ではファーストフードの利用頻度が高い。所得の増加とともに、生鮮野菜の鮮度をより重視する傾向が見られた。

第 93 表 「Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1 番目)」と「Q26 年齢」のクロス

Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1 番目)							
Q26 年齢		味	価格	栄養	安全性	鮮度	合計
	18才-24才	6.1%	32.3%	0%	27.6%	33.8%	65 (100%)
	25才-34才	4.7%	18.0%	2.0%	32.2%	42.8%	338 (100%)
	35才-44才	2.7%	15.1%	1.2%	32.9%	47.9%	620 (100%)
	45才-54才	2.4%	11.5%	0.4%	39.0%	46.5%	617 (100%)
	55才-64才	1.5%	7.6%	1.2%	39.8%	49.6%	314 (100%)
	65才-74才	2.6%	8.5%	1.9%	42.1%	44.7%	152 (100%)
	75才-84才	13.3%	0%	6.6%	40.0%	40.0%	15 (100%)
	無回答	7.1%	14.2%	0%	21.4%	57.1%	14 (100%)
	合計	64	286	26	770	989	2,135 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

18-24 才層は「価格」や「鮮度」を重視し、その割合はそれぞれ 30%以上であった。それより、上の世代になると、「安全性」や「鮮度」に関心が高まる傾向がある。「価格」への関心は年代が上がるに従って減っているが、このことは年齢とともに所得が上昇したり、食べる量が減ったりすることとも関係しているだろう。

第 94 表 「Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1 番目)」と「Q30-4 ファーストフードや調理済み食品を買って食べる」のクロス

Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1 番目)							
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		味	価格	栄養	安全性	鮮度	合計
	いつもする	3.1%	4.8%	15.3%	1.6%	3.1%	64
	しばしばする	40.6%	31.0%	7.6%	13.7%	25.0%	670
	ときどきする	39.0%	52.2%	50.0%	43.3%	46.9%	984
	ほとんどしない	15.6%	9.0%	23.0%	32.2%	21.8%	505
	しない	1.5%	2.7%	3.8%	8.9%	3.0%	109
	合計	64 (100%)	287 (100%)	26 (100%)	770 (100%)	985 (100%)	2,132 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

「味」を重視する層では、ファーストフードや調理済み食品の利用について、「いつもする」と「しばしばする」の合計が 43.7%と最も高く、利用頻度の多さがわかる。いわゆる「デパ地下グルメ」や、名店の味を自宅で味わえると銘打ったような調理済み食品を利用しているのかもしれない。「価格」を気にする層も利用頻度が高く、同割合は 35.8%である。スーパーや弁当店の総菜は、時に手作りより安くつくからであろう。一方、「安全性」を気にする層は、同割合が 15.3%と最も低く、あまり買わないことが読み取れる。

第 95 表 「Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1 番目)」と「Q33 年収」のクロス

Q4-1 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1 番目)							
Q33 年収		味	価格	栄養	安全性	鮮度	合計
	200万円未満	1.3%	36.9%	1.3%	19.1%	41.0%	73 (100%)
	200－399万円	4.1%	15.7%	2.8%	35.6%	41.6%	317 (100%)
	400－599万円	2.2%	12.7%	1.2%	35.4%	48.2%	479 (100%)
	600－799万円	2.6%	10.8%	1.2%	33.4%	51.8%	413 (100%)
	800－999万円	1.5%	14.3%	0.3%	40.2%	43.4%	251 (100%)
	1000－1199万円	3.3%	13.5%	1.1%	32.7%	49.1%	177 (100%)
	1200－1399万円	7.8%	7.8%	0%	40.6%	43.7%	64 (100%)
	1400－1599万円	8.3%	11.1%	0%	25.0%	55.5%	36 (100%)
	1600万円以上	2.6%	2.6%	2.6%	39.4%	52.6%	38 (100%)
	無回答	3.3%	11.6%	0.3%	44.5%	40.0%	267 (100%)
	合計	64	284	26	763	978	2,115 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

「200 万円未満」層では、生鮮野菜を買うときに「鮮度」を気にすると答えた割合は 41.0%であり、「価格」については 36.9%であった。この鮮度を気にする割合は、所得の増加とともに、多少とも増える傾向があり、「価格」を気にする割合は、所得増加とともに低くなる傾向が見られる。「安全性」については、「200 万円未満」という低所得層では関心が低く、安全性に一番敏感なのは年収無回答の層であった。プライベートな項目は記入したくないという性格の人が、安全性を気にしているとも考えられる。

なお、「学歴」，「性別」，「居住地域」と「年収」との関係について、カイ 2 乗検定

によれば10%水準でも有意な差はなかった。

6. 生鮮野菜の見た目への関心や表示への信頼とのクロス集計結果

1) 生鮮野菜の見た目を気にする程度とのクロス集計結果

見た目を気にする人は、生鮮野菜について安全性よりも鮮度を重視する傾向が強い。見た目を重視しない人の方が、より値段の高い有機野菜などを購入し、遺伝子組換え食品を回避する傾向が強く、政府よりも消費者団体を信頼し、環境の脆弱性をより心配している。

第 96 表 「Q5 生鮮野菜を買うとき、見た目を気にしますか」と「Q4 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1番目)」のクロス

Q4 生鮮野菜を買うとき、気をつけていること(1番目)		味	価格	栄養	安全	鮮度	合計
Q5 生鮮野菜を買うとき、見た目を気にしますか	かなり気にする	4.8%	11.7%	0.5%	23.9%	59.0%	188 (100%)
	多少気にする	3.3%	17.0%	1.1%	24.4%	54.1%	610 (100%)
	気にする	2.4%	15.2%	0.0%	31.7%	50.6%	328 (100%)
	あまり気にしない	2.2%	11.5%	1.7%	44.0%	40.5%	763 (100%)
	気にしない	3.6%	9.1%	2.0%	56.1%	29.2%	253 (100%)
合計		63	287	26	776	990	2,142 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

生鮮野菜を買うときに、見た目を「かなり気にする」人は「鮮度」重視の人で、その割合は、59.0%であった。他方、見た目を「気にしない」人は、「安全性」重視の人で、その割合は 56.1%であった。

生鮮野菜の鮮度は見た目で判断することが多いから、鮮度重視の人は見た目も重視するのであろう。一方、生鮮野菜の安全性を重視する人が特に気にするのは「農薬使用の有無」であろうが、これは見た目では判断できない上に、有機野菜や減農薬野菜は、外観がよいとは言えないものも多い。したがって、安全性を重視すれば「見た目を気にしない」を選択することになるのであろう。

第 97 表 「Q5 生鮮野菜を買うとき、見た目を気にしますか」と「Q6 減農薬野菜や有機栽培野菜を、よく買いますか」のクロス

Q5 生鮮野菜を買うとき、見た目を気にしますか		かなり気にする	多少気にする	気にする	あまり気にしない	気にしない	合計
Q6 減農薬野菜や有機栽培野菜を、よく買いますか	いつも買っている	9.5%	13.5%	7.3%	41.7%	27.8%	273 (100%)
	よく買う	10.5%	24.7%	15.3%	37.2%	12.2%	647 (100%)
	ときどき買う	6.5%	35.0%	16.0%	34.2%	8.1%	824 (100%)
	あまり買わない	8.5%	34.3%	19.5%	31.9%	5.6%	338 (100%)
	全く買わない	17.5%	21.0%	15.7%	26.3%	19.2%	57 (100%)
	合計	187	614	326	760	252	2,139 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

有機野菜を日常的に買う人ほど、生鮮野菜を買うときに見た目を気にしない傾向がある。つまり、有機野菜を「いつも買っている」層では、69.5%が「あまり気にしない」あるいは「気にしない」と答えた。有機野菜を「あまり買わない」層では、同割合が37.5%である。有機野菜を買う人は見た目を気にしないことがわかる。

先の第96表によると、見た目を気にしない人は安全性重視だった。有機野菜の見た目はあまりよくないため、農薬などに不安を持ち、有機野菜を購入する人は、「見た目を気にしない」と答えていると思われる。

第98表 「Q5 生鮮野菜を買うとき、見た目を気にしますか」と「Q9 ホウレン草を買うとき、一束どのくらいの値段のものを買っていますか」のクロス

Q5 生鮮野菜を買うとき、見た目を気にしますか							
Q9 ホウレン草を買うとき、一束どのくらいの値段のものを買っていますか		かなり気にする	多少気にする	気にする	あまり気にしない	気にしない	合計
	50円	1.0%	0.6%	0.9%	0.7%	0.4%	16
	80円	6.4%	3.8%	4.9%	4.1%	4.8%	94
	100円	34.2%	31.9%	32.5%	30.5%	25.6%	655
	150円	27.8%	39.2%	35.2%	32.6%	28.0%	718
	200円	22.4%	19.2%	21.3%	20.7%	26.0%	447
	250円	2.6%	2.8%	1.5%	5.3%	7.3%	85
	300円	3.2%	0.3%	0.9%	2.5%	3.6%	39
	350円	0.5%	0.3%	0%	0.9%	1.2%	13
	400円以上	0.5%	0%	0%	0%	0.8%	3
	その他	1.0%	1.6%	2.4%	2.3%	2.0%	43
	合計	187 (100%)	604 (100%)	323 (100%)	753 (100%)	246 (100%)	2,113 (100%)

注) カイ2乗検定によれば1%水準で有意差が見られた。

見た目を「多少気にする」「かなり気にする」「気にしない」について、一束200円以上のホウレン草を買う人の割合は、それぞれ、22.6%、29.2%、38.9%であった。「見た目を気にしない」人のホウレン草はやや高い傾向を示すが、有機野菜など値段の高い野菜を買うからと見られる。

第99表 「Q5 生鮮野菜を買うとき、見た目を気にしますか」と「Q10 遺伝子組換え野菜について、どのようにお考えですか」のクロス

Q5 生鮮野菜を買うとき、見た目を気にしますか							
Q10 遺伝子組換え野菜について、どのようにお考えですか		かなり気にする	多少気にする	気にする	あまり気にしない	気にしない	合計
	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	63.4%	66.9%	52.2%	50.1%	39.1%	1,183
	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	26.8%	24.5%	40.1%	42.6%	56.1%	800
	よくわからない	9.6%	8.4%	7.5%	7.2%	4.7%	162
	合計	186 (100%)	615 (100%)	329 (100%)	762 (100%)	253 (100%)	2,145 (100%)

注) カイ2乗検定によれば1%水準で有意差が見られた。

「見た目を気にしない」層以外は、「条件が満足できれば買ってもよい」が過半数を超えており、「多少気にする」層が最も購入意欲が高く、同割合は66.9%である。他方、「見た目を気にしない」層は「絶対に買いたくない」という回答が最も多くて56.1%を占めている。このことは、第97表で示したように、有機野菜の購入頻度が、「見た目を気にしない」層において最も高かったのと整合的である。

第100表 「Q5 生鮮野菜を買うとき、見た目を気にしますか」と「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」のクロス

Q5 生鮮野菜を買うとき、見た目を気にしますか							
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		かなり気にする	多少気にする	気にする	あまり気にしない	気にしない	合計
	消費者による任意団体	36.7%	39.6%	40.9%	47.8%	60.8%	961
	生産者による任意団体	11.1%	6.0%	5.1%	5.6%	4.8%	130
	政府の認証を受けた第三者機関	29.7%	32.3%	30.5%	26.2%	21.6%	607
	県や国などの行政機関	13.8%	12.8%	14.0%	12.7%	8.4%	269
	よくわからない	4.7%	5.0%	4.5%	3.1%	0.8%	81
	その他	3.7%	4.0%	4.5%	4.3%	3.6%	89
	合計	188 (100%)	613 (100%)	327 (100%)	759 (100%)	250 (100%)	2,137 (100%)

注) カイ2乗検定によれば1%水準で有意差が見られた。

「見た目を気にしない」層は、トレーサビリティの監視団体として消費者団体を挙げる割合が60.8%も最も高く、「行政機関」への信頼は8.4%と最も低い。

第101表 「Q5 生鮮野菜を買うとき、見た目を気にしますか」と「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」のクロス

Q5 生鮮野菜を買うとき、見た目を気にしますか							
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		かなり気にする	多少気にする	気にする	あまり気にしない	気にしない	合計
	全くそう思う	63.4%	64.5%	64.8%	72.5%	82.0%	1,478
	多少そう思う	23.6%	26.9%	26.6%	21.5%	12.0%	488
	どちらとも言えない	8.0%	5.4%	4.8%	4.3%	3.6%	106
	余りそう思わない	4.3%	2.9%	2.1%	1.4%	0.8%	46
	全くそう思わない	0.5%	0.1%	1.5%	0.1%	1.6%	12
	合計	186 (100%)	609 (100%)	327 (100%)	758 (100%)	250 (100%)	2,130 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば1%水準で相関が認められた。

地球は限られた資源をもつ宇宙船のようなものと考える人ほど、見た目を気にしない傾向がある。すなわち、地球は限られた資源をもつ宇宙船のようなものだという考え方について、「全くそう思う」の割合が最も高かったのは、見た目を「気にしない」層で82.0%である。他方、同割合が最も低かったのは、「かなり気にする」層で63.4%であった。見た目を気にしない人ほど、環境問題に敏感に反応する傾向が読み取れる。

第 102 表 「Q5 生鮮野菜を買うとき、見た目を気にしますか」と「Q26 年齢」のクロス

Q5 生鮮野菜を買うとき、見た目を気にしますか							合計
Q26 年齢		かなり気に する	多少気にす る	気にする	あまり気に しない	気にしない	
	18才-24才	9.2%	43.0%	15.3%	24.6%	7.6%	65 (100%)
	25才-34才	10.3%	33.6%	10.9%	32.7%	12.3%	339 (100%)
	35才-44才	8.7%	28.5%	15.0%	35.6%	12.0%	620 (100%)
	45才-54才	6.7%	26.2%	16.8%	37.3%	12.7%	618 (100%)
	55才-64才	9.2%	23.0%	15.9%	38.3%	13.4%	313 (100%)
	65才-74才	11.1%	30.0%	20.2%	33.9%	4.5%	153 (100%)
	75才-84才	26.6%	40.0%	6.6%	20.0%	6.6%	15 (100%)
	無回答	7.1%	50.0%	21.4%	14.2%	7.1%	14 (100%)
合計		188	612	329	756	252	2,137 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

見た目を「多少気にする」のは若年者（18～34 才）と年配（65 才以上）であり、中年世代は見た目を気にしない傾向がある。男女差と見た目を気にする程度については、10 %水準で有意差はなかった。

2) 生産地や有機表示への信頼程度とのクロス集計結果

以下では、「Q8 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」とのクロス集計結果を示す。有機野菜の購入頻度の高い人は、生産地表示を信頼する程度が高い。また、政府の遺伝子組換え技術に対する監視や飲食店での食べ物の取り扱いについて信頼する人ほど、生産地表示をも信頼するという相関関係が見られた。

第 103 表 「Q8 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「Q6 減農薬野菜や有機栽培野菜を、よく買いますか」のクロス

Q6 減農薬野菜や有機栽培野菜を、よく買いますか							合計
Q8 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		いつも買っ ている	しばしば 買う	ときど き買う	あまり 買わない	まず買 わない	
	十分信頼している	14.5%	2.3%	1.3%	1.4%	5.2%	74
	おおむね信頼している	47.8%	43.0%	26.4%	16.3%	8.7%	686
	信頼している	22.9%	30.9%	28.7%	22.2%	21.0%	586
	あまり信頼していない	13.1%	22.2%	39.0%	48.3%	22.8%	677
	ほとんど信頼していない	1.4%	1.3%	4.3%	11.5%	42.1%	112
合計		274 (100%)	646 (100%)	821 (100%)	337 (100%)	57 (100%)	2,135 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

有機野菜を「いつも買っている」人は、生産地や有機の表示を「十分信頼している」か「おおむね信頼している」と 62.3%が答え、有機野菜を「まず買わない」人は、同割合が 13.9%であった。他方、「いつも買っている」人は、その表示を「ほとんど信頼していない」の割合は 1.4%に過ぎず、「まず買わない」人は同割合が 42.1%であった。つまり、

有機野菜を日常的に購入している人はその表示も信頼しており、購入しない人はその表示も信頼していない明白な傾向が見られる。

第 104 表 「Q8 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「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」のクロス

Q8 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							
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		十分信頼 している	おおむね信 頼している	信頼して いる	あまり信頼 していない	ほとんど信 頼していない	合計
	全くそう思う	4.1%	0.5%	1.0%	0.4%	0.9%	17
	多少そう思う	31.5%	27.1%	17.9%	7.6%	2.7%	367
	どちらとも言えない	32.8%	39.6%	43.7%	23.8%	6.3%	716
	余りそう思わない	17.8%	27.1%	32.5%	49.4%	36.0%	760
	全くそう思わない	13.6%	5.4%	4.8%	18.6%	54.0%	260
合計		73 (100%)	684 (100%)	58 (100%)	671 (100%)	111 (100%)	2,120 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

総じて、生産地や有機等の表示を信頼していない人は、食品ラベルも信頼していないという傾向が読み取れる。つまり、「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「全くそう思わない」「余りそう思わない」を合わせた割合は、有機表示について「十分に信頼している」層では、31.4%であるのに対し、有機表示を「ほとんど信頼していない」層では同割合が 90.0%にまで達する。

なお、有機表示を十分に信頼する人でも、ラベルを信頼するとは限らないことは、生産地等の表示を「十分信頼している」人の中で、食品ラベルの表示は信頼できるについて「全くそう思わない」という回答が 13.6%存在したことからも窺われる。他方、表示ラベルを信頼する人は、有機表示も信頼する傾向が強く、食品ラベルの表示は信頼できるについて「多少そう思う」と答えた人の中で、生産地等の表示を「ほとんど信頼していない」人の割合は、17.3%の中の 0.1%見られることから窺われる（第 105 表参照）。

第 105 表 「Q8 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「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」のクロス

Q8 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							
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		十分信頼 している	おおむね信 頼している	信頼して いる	あまり信頼 していない	ほとんど信 頼していない	合計
	全くそう思う	0.1%	0.2%	0.3%	0.1%	0.0%	0.8%
	多少そう思う	1.1%	8.7%	4.9%	2.4%	0.1%	17.3%
	どちらとも言えない	1.1%	12.8%	12.0%	7.5%	0.3%	33.8%
	余りそう思わない	0.6%	8.7%	8.9%	15.6%	1.9%	35.8%
	全くそう思わない	0.5%	1.7%	1.3%	5.9%	2.8%	12.3%
合計		3.4%	32.3%	27.4%	31.7%	5.2%	100.0%

注) 2,120 人に対する各セルの割合をとった場合。

第 106 表 「Q8 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「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」のクロス

Q8 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							
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		十分信 頼して いる	おおむね 信頼し ている	信頼し ている	あまり信 頼してい ない	ほとんど 信頼して いない	合計
	全くそう思う	7.1%	33.9%	17.8%	28.5%	12.5%	56 (100%)
	多少そう思う	4.5%	36.8%	31.8%	23.2%	3.5%	198 (100%)
	どちらとも言えない	2.2%	31.9%	34.4%	28.4%	2.9%	482 (100%)
	余りそう思わない	3.4%	35.4%	26.2%	31.8%	3.0%	832 (100%)
	全くそう思わない	3.5%	25.4%	22.9%	37.4%	10.5%	561 (100%)
	合計	73	684	586	674	112	2,129 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

政府への信頼は生産者等の表示と相関関係が見られる。すなわち、政府は遺伝子組換え技術の利用について注意深く監視しているについて「全くそう思う」層は、生産地等の表示を「十分信頼している」「おおむね信頼している」を合わせた割合が 41.0%であるのに対し、「全くそう思わない」層は同割合が 28.9%と減少し、生産者等の表示も信頼しない傾向が見られる。

そこで、参考として第 107 表では、「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」と「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」をクロス集計してみた。

第 107 表 「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」と「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」のクロス

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							
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		全くそう 思う	多少そう 思う	どちらとも 言えない	余りそう 思わない	全くそう 思わない	合計
	全くそう思う	8.7%	14.0%	33.3%	33.3%	10.5%	57 (100%)
	多少そう思う	1.5%	34.1%	37.7%	25.0%	1.5%	196 (100%)
	どちらとも言えない	0.2%	23.1%	46.5%	25.8%	4.1%	479 (100%)
	余りそう思わない	0.6%	15.9%	35.1%	41.5%	6.7%	830 (100%)
	全くそう思わない	0.5%	8.3%	18.9%	40.3%	31.7%	560 (100%)
	合計	17	365	714	763	263	2,122 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

政府への信頼と食品ラベルへの信頼の間にも相関関係が見られる。すなわち、政府は遺伝子組換え技術の利用について注意深く監視しているについて「全くそう思う」層は、生産地等の表示が信頼できるについて「全くそう思わない」「余りそう思わない」をあわせた割合が 43.8%であるのに対し、政府を信頼しない「全くそう思わない」層は同割合が 72.0%と増加し、食品ラベルの表示も信頼しない傾向が見られる。

第 108 表 「Q8 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「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」のクロス

Q8 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							
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		十分信頼している	おおむね信頼している	信頼している	あまり信頼していない	ほとんど信頼していない	合計
	全くそう思う	5.2%	24.8%	23.5%	35.4%	10.9%	403 (100%)
	多少そう思う	3.0%	31.7%	27.5%	33.4%	4.0%	881 (100%)
	どちらとも言えない	1.9%	37.2%	29.9%	27.6%	3.2%	615 (100%)
	余りそう思わない	5.6%	36.7%	24.8%	29.5%	3.1%	193 (100%)
	全くそう思わない	7.5%	12.5%	40.0%	25.0%	15.0%	40 (100%)
	合計	74	685	586	675	112	2,132 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

飲食店を信頼する人は、生産者等の表示も信頼する傾向が見られる。すなわち、飲食店は食べ物に気をつけて扱っていないと思うについて「全くそう思う」層は、生産地等の表示を「十分信頼している」「おおむね信頼している」を合わせた割合が 30.0%であるのに対し、「余りそう思わない」層は同割合が 42.3%へと増加し、生産者等の表示を信頼する傾向が見られる。

第 109 表 「Q8 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「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」のクロス

Q8 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							
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		十分信頼している	おおむね信頼している	信頼している	あまり信頼していない	ほとんど信頼していない	合計
	全くそう思う	40.5%	22.5%	18.2%	20.5%	19.8%	452
	多少そう思う	12.1%	17.0%	18.0%	15.7%	13.5%	352
	どちらとも言えない	22.9%	29.5%	33.0%	29.3%	20.7%	633
	余りそう思わない	13.5%	20.2%	21.1%	25.1%	25.2%	470
	全くそう思わない	10.8%	10.4%	9.4%	9.1%	20.7%	220
	合計	74 (100%)	686 (100%)	581 (100%)	675 (100%)	111 (100%)	2,127 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

生産地や有機表示を信頼する人には、遺伝子組換え技術の医学目的への使用を認めない傾向が見られる。つまり、有機等の表示について「ほとんど信頼していない」人は、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、「全くそう思わない」と「余りそう思わない」の合計の割合が 45.9%であり、遺伝子組換え技術の医学的使用に比較的肯定的である。他方、有機等の表示について「十分信頼している」と「おおむね信頼している」人について、同割合を見ると、24.3%、30.6%であり、遺伝子組換え技術の医学的使用について肯定的割合が減少する。生産地等の表示を信頼する人は、遺伝子組換え食品の購買についても否定的傾向が強く（第 4 表参照）、遺伝子組換え技術の医学的使用についても消極的である。

第 110 表 参考:「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」と
「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」のクロス

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							
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		全くそう思う	多少そう思う	どちらとも言えない	余りそう思わない	全くそう思わない	合計
	全くそう思う	23.5%	18.4%	20.5%	16.4%	41.3%	452
	多少そう思う	0%	15.4%	17.3%	17.7%	13.0%	350
	どちらとも言えない	11.7%	31.2%	31.0%	33.2%	15.3%	632
	余りそう思わない	17.6%	22.5%	21.5%	24.0%	16.0%	465
	全くそう思わない	47.0%	12.2%	9.3%	8.6%	14.1%	223
合計		17 (100%)	368 (100%)	714 (100%)	762 (100%)	261 (100%)	2,122 (100%)

注) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

食品ラベルの表示を信頼する人は、遺伝子組換え技術の医学目的への使用について寛容な傾向が見られる。つまり、食品ラベルの表示は信頼できるについて「多少そう思う」人は、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、「全くそう思う」人の割合は 18.4%と、遺伝子組換え技術の医学使用について寛容である。他方、食品ラベルの表示は信頼できるについて「全くそう思わない」人の場合、同割合は 41.3%と、医学的使用でも否定的割合が増加する。言い換えれば、食品ラベルを信頼しない人は、遺伝子組換え技術の医学的使用について否定的傾向が読み取れる。

なお、「食品ラベルへの信頼」と「性別」、「年齢」および「学歴」との関係について、カイ 2 乗検定を行った結果、有意水準 10%でも両者の関連は見られなかった。他方、「所得」と「食品ラベルへの信頼」について、スピアマン順位相関係数による有意性検定を行った結果、10%水準で相関が認められ、低所得ほど食品ラベルを信じない傾向が見られた。

3)トレーサビリティの目的とのクロス集計結果

トレーサビリティの目的として、追跡可能性をより重視する人は、安価な野菜を買い、遺伝子組換え食品についても条件次第で受け入れる傾向がある反面、顔の見える関係をより重視する人は、比較的高い野菜を購入し、遺伝子組換え食品については否定的な考えをもつ傾向が見られた。

第 111 表 「Q9 ホウレン草を買うとき、一束どのくらいの値段のものを買っていますか」と、「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」のクロス

Q9 ホウレン草を買うとき、一束どのくらいの値段のものを買っていますか												
Q12 トレーサ ビリティ 、どちら の目的 がより 重要で すか		50円	80円	100 円	150 円	200 円	250 円	300 円	350円	400円 以上	その 他	合計
	Aが特に重要	31.2%	29.7%	21.6%	20.3%	17.2%	17.6%	20.5%	30.7%	0%	25.0%	436
	Aがより重要	12.5%	17.0%	23.2%	22.5%	23.2%	10.5%	12.8%	7.6%	0%	11.3%	456
	同程度重要	37.5%	23.4%	28.7%	30.7%	31.0%	38.8%	25.6%	30.7%	33.3%	38.6%	641
	Bがより重要	12.5%	21.2%	17.7%	15.7%	18.1%	16.4%	15.3%	7.6%	0%	18.1%	361
	Bが特に重要	6.2%	8.5%	8.7%	10.5%	10.2%	16.4%	25.6%	23.0%	66.6%	6.8%	220
	合計	16 (100%)	94 (100%)	655 (100%)	718 (100%)	447 (100%)	85 (100%)	39 (100%)	13 (100%)	3 (100%)	44 (100%)	2,114 (100%)

注 1) スピアマン順位相関係数の有意性検定によれば 1%水準で相関が認められた。

2) A=追跡可能性, B=顔の見える関係

安いホウレン草を買う人は、トレーサビリティにおいて B の「顔の見える関係」よりも A の「追跡可能性」をより重視する傾向が見られた。また、高いホウレン草を買う人は「追跡可能性」とともに B の「顔の見える関係」も重要になっている。例えば、100 円のホウレン草を買う層では、「A が特に重要」と「B が特に重要」について、それぞれの割合は 21.6%と 8.7%であったが、250 円のホウレン草を買う層では、それらの割合が 17.6%と 16.4%になり、B の重要度が増していることが分かる。今までの結果より、高いホウレン草を買う人は有機野菜などの利用者である傾向があり、そういう人は顔の見える関係を好むことも示された。そのため、このような結果になったと思われる。

第 112 表 「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」と「Q10 遺伝子組換え野菜について、どのようにお考えですか」のクロス

Q10 遺伝子組換え野菜について、どのようにお考えですか					
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		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	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	よくわから ない	合計
	Aが特に重要	64.0%	28.3%	7.6%	445 (100%)
	Aがより重要	64.7%	27.7%	7.4%	457 (100%)
	同程度重要	52.8%	39.1%	7.9%	656 (100%)
	Bがより重要	45.8%	47.8%	6.3%	364 (100%)
	Bが特に重要	40.1%	52.2%	7.5%	224 (100%)
	合計	1,185	801	160	2,146 (100%)

注 1) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

2) A=追跡可能性, B=顔の見える関係

「A の追跡可能性」を重要であると考え人は、条件が満足できれば遺伝子組換え食品を買ってもよいと考え、「B の顔の見える関係」を重視する人は、買いたくないと考えている。例えば、「A が特に重要」とする人は、条件が満足できれば遺伝子組換え食品を買ってもよいとした割合が 64.0%であるのに対し、「B が特に重要」とする人は、買ってもよいとした割合が 40.1%になって、割合が逆転している。この結果も、顔の見える関係を

好む人は、有機等の利用者が多いことが原因と思われる。

7. 個人属性とのクロス集計結果

以下では、個人属性のうちでも、性別、教育水準、年齢に関するクロス集計の結果を見ていく。統計的に 10%水準以上で有意な関係が認められたものから、興味深いと思われるものについて以下、検討して行く。

1) 性別

女性の方が、遺伝子組換え食品に関して、否定的傾向が見られた。

第 113 表 「Q25 性別」と「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」のクロス

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	Q25 性別				
		男性	女性	無回答	合計
	全くそう思う	37.0%	44.7%	38.4%	855
	多少そう思う	29.4%	26.3%	30.7%	597
	どちらとも言えない	16.7%	16.6%	15.3%	354
	余りそう思わない	9.8%	7.2%	7.6%	186
	全くそう思わない	6.8%	4.9%	7.6%	128
	合計	1,214 (100%)	893 (100%)	13 (100%)	2,120 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 10%水準で有意差が見られた。

有意水準 10%で、女性の方が遺伝子組換え食品は自然に反しているとより強く感じる傾向が認められた。例えば、遺伝子組換え食品はもとより自然に反しているについて、「全くそう思う」を選んだのは女性で 44.7%、男性は 37.0%である。

2) 教育課程とのクロス集計結果

教育水準によって、遺伝子組換え食品の受容性に差が見られ、特に、大学院卒の人は、遺伝子組換え食品や、遺伝子組換え技術の医学的使用に対してより肯定的であった。

第 114 表 「Q32 あなたはどの教育課程まで終えられましたか」と「Q24-5 現在使用されている食品添加物で、自分の健康が害されることはないと思う」のクロス

Q32 あなたは どの教育 課程まで 終えられ ましたか	Q24-5 現在使用されている食品添加物で、自分の健康が害されることはないと思う					
		全くそう 思う	多少そう 思う	どちらとも 言えない	余りそう 思わない	全くそう 思わない
	中学・高等学校	2.6%	9.5%	25.8%	32.2%	29.8%
	専門学校・短期大学	1.0%	8.1%	17.5%	37.3%	35.8%
	大学	2.2%	6.6%	17.2%	34.9%	38.9%
	大学院以上	4.9%	6.1%	20.9%	39.5%	28.3%
	無回答	2.1%	8.6%	16.3%	39.1%	33.6%
	合計	47	168	426	744	741
						2,126 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

食品添加物で自分の健康が害されることはないについて、「中学・高等学校」と「大学院以上」では、「全くそう思わない」の割合が30%以下で他の層より少なく、食品添加物に対し心配している人が比較的少ない。「大学」卒では「全くそう思わない」を選ぶ人は38.9%おり、食品添加物を一番不安に思っている。

第115表 「Q32 あなたはどの教育課程まで終えられましたか」と「Q24-8 遺伝子組換え技術を食料生産に使用するならば、世界の食料問題の解決に役立つ」のクロス

Q24-8 遺伝子組換え技術を食料生産に使用するならば、世界の食料問題の解決に役立つ							
Q32 あなたはどの教育課程まで終えられましたか		全くそう思う	多少そう思う	どちらとも言えない	余りそう思わない	全くそう思わない	合計
	中学・高等学校	5.9%	27.1%	27.9%	21.7%	17.2%	644 (100%)
	専門学校・短期大学	5.5%	18.8%	29.2%	25.9%	20.3%	451 (100%)
	大学	8.0%	24.6%	26.4%	17.3%	23.4%	835 (100%)
	大学院以上	13.7%	25.0%	27.5%	13.7%	20.0%	80 (100%)
	無回答	4.3%	23.9%	32.6%	19.5%	19.5%	92 (100%)
	合計	145	508	585	431	433	2,102 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

遺伝子組換え技術は食料問題の解決に役立つについて、「大学院」卒では「全くそう思う」と考える率が13.7%と、他の層より高い。「全くそう思わない」を選ぶ率が最も高いのは「大学」卒で、その割合は23.4%であるが、同割合が低いのは「中学・高等学校」卒の17.2%であった。

第116表 「Q32 あなたはどの教育課程まで終えられましたか」と「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」のクロス

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							
Q32 あなたはどの教育課程まで終えられましたか		全くそう思う	多少そう思う	どちらとも言えない	余りそう思わない	全くそう思わない	合計
	中学・高等学校	22.2%	15.9%	32.9%	21.3%	7.5%	647 (100%)
	専門学校・短期大学	24.4%	17.1%	32.3%	17.8%	8.1%	454 (100%)
	大学	18.6%	17.3%	26.8%	24.0%	13.0%	845 (100%)
	大学院以上	17.5%	16.2%	17.5%	30.0%	18.7%	80 (100%)
	無回答	21.7%	13.0%	32.6%	21.7%	10.8%	92 (100%)
	合計	447	353	631	466	221	2,118 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

遺伝子組換え技術は医学目的でも使用されるべきではないについて、「大学院」卒では「全くそう思わない」と考える率が18.7%と、他の層より高く、ここでも好意的である。「全くそう思う」を選ぶ率が高かったのは「専門学校・短期大学」卒で、その割合は24.4%あり、否定的傾向が強かった。

第117表 「Q32 あなたはどの教育課程まで終えられましたか」と「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」のクロス

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							
Q32 あなたはどの教育課程まで終えられましたか		全くそう思う	多少そう思う	どちらとも言えない	余りそう思わない	全くそう思わない	合計
	中学・高等学校	4.3%	11.2%	23.3%	38.7%	22.4%	651 (100%)
	専門学校・短期大学	1.1%	7.0%	25.8%	40.1%	25.8%	453 (100%)
	大学	2.1%	9.4%	20.8%	38.4%	29.1%	845 (100%)
	大学院以上	2.4%	6.1%	24.6%	41.9%	24.6%	81 (100%)
	無回答	3.2%	6.5%	18.6%	38.4%	32.9%	91 (100%)
	合計	56	196	482	828	559	2,121 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 1%水準で有意差が見られた。

政府は遺伝子組換え技術の利用について注意深く監視しているについて、「中学・高等学校」卒の層は、「全くそう思う」を選ぶのが一番高く 4.3%であり、「全くそう思わない」を選ぶ割合も 22.4%と最も低く、政府を最も信頼していた。他方、「全くそう思わない」を選ぶ割合が高かったのは「大学」卒で 29.1%であり、無回答の人も 32.9%が「全くそう思わない」を選んだ。大学卒や教育課程について語らない人は、政府を信頼していない傾向がより強いと考えられる。

3) 年齢とのクロス集計結果

年齢が上がるほど、一定の傾向が見られるというよりは、年齢の階層によって考え方や生活スタイルが異なるため、年齢階層をカテゴリー変数と見なして検定を行った。

総じて、35～54 才層は、食の安全性に関してより不安を感じており、遺伝子組換え食品に関しても否定的であった。

第118表 「Q26 年齢」と「Q10 遺伝子組換え野菜について、どのようにお考えですか」のクロス

Q10 遺伝子組換え野菜について、どのようにお考えですか				
Q26 年齢		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	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	よくわからない
	18才-24才	64.6%	26.1%	9.2%
	25才-34才	55.4%	34.2%	10.3%
	35才-44才	52.5%	41.6%	5.8%
	45才-54才	51.0%	40.8%	8.0%
	55才-64才	57.4%	34.9%	7.6%
	65才-74才	70.3%	24.3%	5.2%
	75才-84才	80.0%	20.0%	0%
	無回答	64.2%	21.4%	14.2%
合計		1,181	797	161

注) 無回答を除き、カイ 2 乗検定を行ったところ 1%水準で有意差が見られた。

遺伝子組換え野菜について、条件が満足できれば、どの世代でも半数以上が「買っても

よい」と回答している。特に 65-74 才層では 70.3%が「買ってもよい」としており、次いで、18-24 才層でも 64.6%が「買ってもよい」としている。

第 119 表 「Q26 年齢」と「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」のクロス

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							
Q26 年齢		全くそう 思う	多少そう 思う	どちらとも 言えない	余りそう 思わない	全くそう 思わない	合計
	18才-24才	63.0%	21.5%	9.2%	6.1%	0%	65 (100%)
	25才-34才	58.7%	27%	10.3%	2.6%	1.1%	337 (100%)
	35才-44才	68.6%	25.5%	3.7%	1.6%	0.4%	619 (100%)
	45才-54才	72.8%	20.7%	3.7%	2.4%	0.1%	616 (100%)
	55才-64才	72.2%	21.4%	3.5%	1.9%	0.9%	313 (100%)
	65才-74才	78.1%	16.5%	3.9%	1.3%	0%	151 (100%)
	75才-84才	66.6%	20%	6.6%	0%	6.6%	15 (100%)
	無回答	71.4%	21.4%	7.1%	0%	0%	114 (100%)
	合計	1,477	489	106	46	12	2,130 (100%)

注) 無回答を除き、カイ 2 乗検定を行ったところ 1%水準で有意差が見られた。

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という考え方については、年齢が高まるほど「全くそう思う」という割合が増加する傾向が見られる。65-74 才層に至っては 78.1%が同意する。「宇宙船地球号」という有名なフレーズは 1960 年代に米国の経済学者ボールディング博士や、建築家で技術者のフラー氏が提唱した考え方である。このため、ある程度年齢が上の層の方が、よりこの言葉に耳慣れていると思われる。

なお、この設問以外の環境に関する質問では、18-24 才層において特に環境意識が高いという結果が見られた。

第 120 表 「Q26 年齢」と「Q24-5 現在使用されている食品添加物で、自分の健康が害されることはないと思う」のクロス集計結果

Q24-5 現在使用されている食品添加物で、自分の健康が害されることはないと思う							
Q26 年齢		全くそう 思う	多少そう 思う	どちらとも 言えない	余りそう 思わない	全くそう 思わない	合計
	18才-24才	0%	9.2%	9.2%	29.2%	52.3%	65 (100%)
	25才-34才	0.8%	5.8%	18.8%	33.3%	41.0%	339 (100%)
	35才-44才	1.1%	5.1%	19.5%	36.2%	37.8%	623 (100%)
	45才-54才	3.3%	7.7%	16.5%	35.5%	36.7%	621 (100%)
	55才-64才	3.1%	12.7%	23.2%	34.3%	26.4%	314 (100%)
	65才-74才	4.0%	13.3%	34.0%	34.6%	14.0%	150 (100%)
	75才-84才	6.6%	13.3%	46.6%	20.0%	13.3%	15 (100%)
	無回答	0%	0%	35.7%	42.8%	21.4%	14 (100%)
	合計	48	168	431	748	746	2,141 (100%)

注) 無回答を除き、カイ 2 乗検定を行ったところ 1%水準で有意差が見られた。

食品添加物で自分の健康が害されることはないについて、18-24 才層は「全くそう思わない」を選ぶのが 52.3%と多く、添加物を非常に不安に思っていることが分かる。その一

方、65-74 才層は「全くそう思わない」はわずか 14.0%であり、添加物をそれほど不安に思っていないことが示された。遺伝子組換え食品の場合は現役世代が忌避していたが（第 118 表参照）、添加物に関する設問では、若者の方が不安がっている。世代によって、「食品の何に不安を感じるか」が異なることが示された。

第 121 表 「Q26 年齢」と「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」のクロス

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							
Q26 年齢		全くそう 思う	多少そ う思う	どちらとも 言えない	余りそ う思わない	全くそ う思わない	合計
	18才-24才	9.2%	15.3%	30.7%	16.9%	27.6%	65 (100%)
	25才-34才	6.1%	16.2%	25.0%	25.3%	27.1%	339 (100%)
	35才-44才	2.8%	11.7%	22.4%	26.3%	36.5%	623 (100%)
	45才-54才	5.1%	11.5%	17.5%	25.2%	40.4%	621 (100%)
	55才-64才	6.7%	16.7%	20.5%	25.7%	30.2%	311 (100%)
	65才-74才	5.9%	26.4%	21.1%	20.5%	25.8%	151 (100%)
	75才-84才	13.3%	20.0%	26.6%	33.3%	6.6%	15 (100%)
	無回答	7.1%	7.1%	42.8%	21.4%	21.4%	14 (100%)
	合計	110	306	460	537	726	2,139 (100%)

注) 無回答を除き、カイ 2 乗検定を行ったところ 1%水準で有意差が見られた。

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、「全くそう思わない」の割合が、45-54 才層では 40.4%と最も高く、次いで 35-44 才層の 36.5%となっている。これらの世代では、大多数の人が望むとしても遺伝子組換え食品は許可されてはならないと考えている。なお、65-74 才層の年配世代は、相対的に許可されて良いと考える人も増え、また、18-24 才層では「どちらともいえない」が 30.7%で最も多かった。

第 122 表 「Q26 年齢」と「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」のクロス

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							
Q26 年齢		全くそう 思う	多少そ う思 う	どちらとも 言えない	余りそ う思わない	全くそ う思わない	合計
	18才-24才	1.5%	7.6%	20.0%	44.6%	26.1%	65 (100%)
	25才-34才	0.5%	4.7%	25.3%	38.6%	30.6%	339 (100%)
	35才-44才	2.0%	5.6%	22.3%	40.1%	29.7%	622 (100%)
	45才-54才	4.0%	8.4%	19.3%	41.0%	27.1%	616 (100%)
	55才-64才	3.5%	16.5%	21.6%	37.5%	20.7%	314 (100%)
	65才-74才	3.3%	23.3%	32.6%	29.3%	11.3%	150 (100%)
	75才-84才	0%	13.3%	33.3%	33.3%	20.0%	15 (100%)
	無回答	0%	7.1%	42.8%	21.4%	28.5%	14 (100%)
	合計	57	198	485	833	562	2,135(100%)

注) 無回答を除き、カイ 2 乗検定を行ったところ 1%水準で有意差が見られた。

政府は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「全くそう思わない」を、25-34才層、35-44才層では、それぞれ30.6%、29.7%が選んでおり、この世代では政府に対する不信感が、他の層より少し強く表れている。

8. 日常的に食品を購入すると思われる人とそうでない人との比較分析

これまでの分析は、日常的に食品を自ら購入すると思われる人とそうでない人を区別せずに分析してきた。そこで、この章では、女性と独居男性を「日常的に食品を自ら購入すると思われる人」とし、家族と同居している男性を「日常的に食品を自ら購入するとは思われない人」と便宜的に二分して、両者を比較した結果を示そう。分析内容によっても使用したサンプル数は若干異なるが、両グループともサンプル数はほぼ同数であった。

大まかな傾向として、「日常的に食品を自ら購入すると思われる人」と「日常的に食品を自ら購入するとは思われない人」との間に、意識に関しては、あまり有意な差は見られなかった。つまり、意識に関しては、その人自身の価値観の方がより重要な要因となっているため、日常的に食品を購入していることの有無は、分析結果にあまり影響を与えなかったと考えられる。

他方、生鮮野菜を買う店など、日常の購買行動と密接に関係する設問の解答に関しては、両者の間に1%水準で有意な差が見られた。例えば、日ごろ生鮮野菜を買う店についての設問では、便利性の高い「スーパー」を利用する割合は、「日常的に食品を自ら購入するとは思われない人」の方が多かったなど、である。

したがって、より厳密な分析結果の解釈にあたっては、このような差異を配慮して行うことが望ましいと考える。

第123表 「Q1 遺伝子組換え食品という言葉聞いたことがありますか」の比較

	ある	合計
女性と独居男性	99.5%	1,053 (100%)
同居者のいる男性	99.2%	1,050 (100%)

注) カイ2乗検定によれば、5%水準で有意差は見られなかった。

第124表 「Q2-1 遺伝子組換え食品が通常の商品よりかなり安い場合」の購入意志の比較

	是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	あまり買いたくない	絶対買いたくない	合計
女性と独居男性	3.4%	16.4%	7.5%	37.2%	35.6%	1,074 (100%)
同居者のいる男性	4.3%	19.8%	8.5%	36.2%	31.3%	1,078 (100%)

注) カイ2乗検定によれば10%水準で有意差は見られなかった。(有意差判定確率=0.080)

第 125 表 「Q2-6 食の安全性は通常の食品よりも高いことがきちんと証明された場合」の購入意志の比較

	是非買いたい	買ってもよい	どちらでもよい	あまり買いたくない	絶対買いたくない	合計
女性と独居男性	21.8%	36.1%	12.3%	12.5%	17.3%	1,074 (100%)
同居者のいる男性	23.9%	36.1%	11.9%	12.9%	15.2%	1,072 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 5 % 水準で有意差は見られなかった。(有意差判定確率 = 0.622)

第 126 表 「Q12 トレーサビリティの目的」の比較

	A が特に重要	A がより重要	同程度重要	B がより重要	B が特に重要	合計
女性と独居男性	17.6%	21.9%	33.3%	17.4%	9.9%	1,075 (100%)
同居者のいる男性	23.8%	20.7%	27.7%	16.6%	11.2%	1,075 (100%)

注 1) カイ 2 乗検定によれば 1% 水準で有意差が見られた。(有意差判定確率 = 0.002)

2) A = 追跡可能性, B = 顔の見える関係

第 127 表 「Q16 トレーサビリティのついた食品に対して、いくらまでなら余分に払ってもよいと思いますか」の比較

	1% まで	2% まで	3% まで	5% まで	10% まで	15% まで	20% まで	30% まで	買いたくない	その他	合計
女性と独居男性	15.1%	12.1%	17.1%	29.1%	16.2%	1.2%	1.6%	1.5%	4.1%	1.9%	729 (100%)
同居者のいる男性	12.9%	11.1%	19.1%	31.1%	16.9%	1.2%	3.3%	0.4%	2.3%	1.7%	692 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 5 % 水準で有意差は見られなかった。(有意差判定確率 = 0.099)

第 128 表 「Q6 減農薬野菜や有機野菜をよく買いますか」の比較

	いつも買っている	しばしば買う	ときどき買う	あまり買わない	まず買わない	合計
女性と独居男性	14.1%	29.5%	38.1%	16.4%	1.9%	1,073 (100%)
同居者のいる男性	11.5%	31.0%	38.7%	15.2%	3.5%	1,071 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば 5 % 水準で有意差は見られなかった。(有意差判定確率 = 0.053)

第 129 表 「Q3 生鮮野菜を主に買う店」の比較

	スーパー	八百屋	地元の店	生協	Aコープ	安売りショップ	個人的な産直	買わなくても手に入る	その他	合計
女性と独居男性	63.6%	6.7%	5.4%	13.5%	1.6%	0.2%	4.0%	0.9%	4.0%	1,066 (100%)
同居者のいる男性	70.1%	4.9%	4.9%	9.3%	2.4%	0.4%	4.1%	1.5%	2.3%	1,071 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば、1% 水準で有意差は見られた。(有意差判定確率 = 0.003)

第 130 表 「Q4 生鮮野菜を買うとき、あなたが気をつけていること(1 番目)」についての比較

	味	価格	栄養	安全性	鮮度	合計
女性と独居男性	2.6%	13.6%	1.1%	35.4%	47.3%	1,072 (100%)
同居者のいる男性	3.4%	13.1%	1.3%	37.1%	45.2%	1,074 (100%)

注) カイ 2 乗検定によれば、5 %水準で有意差は見られなかった。(有意差判定確率＝0.701)

9. おわりに

第 2 部のまとめとして、クロス表に基づく分析結果を以下に示す。

第一に、食の安全・安心に関する消費者の意識や購買行動としては、次のような傾向が認められた。食の安全性を重視する人は、自然の脆弱性をより強く感じ、食品添加物をより不安に思い、遺伝子組換え食品や政府の監視について否定的である。他方、価格を重視する人は、食の安全性や環境問題について、あまり気にかけない傾向が見られた。

見た目を気にする人は、生鮮野菜について安全性よりも鮮度を重視する傾向が強い。見た目を気にしない人の方が、より値段の高い有機野菜などを購入し、遺伝子組換え食品を回避する傾向が強く、政府よりも消費者団体を信頼し、環境の脆弱性をより心配している。有機野菜の購入頻度の高い人は、生産地表示をより信頼する傾向にある。

トレーサビリティの目的として、追跡可能性をより重視する人は、安価な野菜を買い、遺伝子組換え食品についても条件次第で受け入れる傾向がある。他方、顔の見える関係をより重視する人は、比較的高い野菜を購入し、遺伝子組換え食品については否定的な考えをもつ傾向が見られた。

生鮮野菜を購入する店とのクロス集計結果からは、「A コープ」や「生協」、「個人的な産直」の利用者は、「スーパー」の利用者よりも、環境の脆弱性を感じ、食品添加物について心配し、遺伝子組換え食品を好まない傾向が見られた。他方、全回答者の過半数を占める多数派である「スーパー」利用者は、これらの問題について比較のおおらかに考えている。

また、トレーサビリティや外国産品に対する考え方と日常的に生鮮野菜を購入する店との関係を見ると、トレーサビリティの役割のうち、「スーパー」の利用者は追跡可能性をより重視し、「生協」や「個人的な産直」の利用者は顔の見える関係をより重視していた。この「生協」や「個人的な産直」の利用者は、国産食材をより重視する傾向があり、遺伝子組換え技術の利用や監視について、科学者や政府を余り信頼していない傾向が見られた。

このような結果から、リスクコミュニケーションを行う場合、消費者は利用する店によって食の安全・安心に関する考え方が異なるため、食に関するパンフレット等を作成して消費者に呼びかける場合でも、パンフレットを置く店に応じて、消費者により理解しやすい内容を準備することが重要と思われる。この点については、さらに第 3 部で詳細に検討していく。

第二に、遺伝子組換え食品に関するクロス集計結果を見ていこう。一般的傾向として、

自然や環境のもつ有限性や脆弱性を憂慮し、食品添加物を心配し、飲食店の衛生管理や食品ラベルの表示を疑問視し、食の安全性を重視し、遺伝子組換え技術やその医学的利用にも反対の立場をとる人ほど、遺伝子組換え食品に対して否定的反応を示す傾向があった。また、大学院以上の教育を受けた人は遺伝子組換え食品に対して受容性が高く、所得の高い人や食費の多い人ほど遺伝子組換え食品を回避する傾向があった。

購買行動と関連では、日常的に浄水器を使用し、有機食品を購入し、ファーストフードを敬遠し、食品ラベルを頻繁に確認する人ほど、遺伝子組換え食品を回避する傾向がある。他方、食べ物について特売の利用や買いだめをする人は、遺伝子組換え食品が安価であれば、買いたいと思う傾向が見られた。また、価格や栄養を重視する人は、条件次第で遺伝子組換え食品や外国産食材を買ってもよいと考える人の割合が高く、安全性を重視する人は遺伝子組換え食品や外国産食材を買いたがらない傾向が見られた。

日常的に利用する店との関連では、「スーパー」で買い物をする人は、「生協」や「個人的な産直」を利用する人と比較して、遺伝子組換え食品をより買ってもよいと考える傾向が見られる。生産地名等を確認しない人や有機野菜を買わない人、安い野菜を買う人ほど、遺伝子組換え食品の購入可能性は高くなっている。また、トレーサビリティの監視主体として消費者団体を望む人は、遺伝子組換え食品に対してより否定的であった。

消費者にとって何らかのメリットをもたらす遺伝子組換え食品については、メリットに拘わらず購入したくないという消費者がいる反面、低農薬・低化学肥料あるいは無農薬で生産された場合、ビタミン・栄養価がかなり高い場合、あるいはかなり美味しい場合については、安いだけの遺伝子組換え食品よりも、全体として購買意欲が高まる傾向が見られた。特に、無農薬の遺伝子組換え食品に対しては、低農薬や栄養価の高い遺伝子組換え食品よりも、購買意欲が上がっている。さらに、通常の商品に比べて、遺伝子組換え商品の安全性が高い場合には、購買意欲が高まることが認められた。

したがって、通常の商品よりも、残留農薬やアレルギー原因物質、天然有毒物質等に配慮した食品が遺伝子組換え技術によって開発されれば、消費者の遺伝子組換え食品に関する受容性は高まると予想される。

第三に、日常的に食品を購入すると思われる人とそうでない人との比較を行った。上述の分析は、日常的に食品を自ら購入すると思われる人とそうでない人を区別していなかった。そこで、女性と独居男性を「日常的に食品を自ら購入すると思われる人」とし、家族と同居している男性を「日常的に食品を自ら購入するとは思われない人」として、両者を比較した結果を示す。両グループともサンプル数はほぼ同数であった。

おおよその傾向として、「日常的に食品を自ら購入すると思われる人」と「日常的に食品を自ら購入するとは思われない人」との間に、意識に関しては、有意な差はあまり見られなかった。つまり、意識に関しては、その人自身の価値観の方がより重要な要因となっているため、日常的な食品購入の有無は、分析結果にあまり影響を与えなかったと考えられる。

他方、生鮮野菜を買う店など、日常の購買行動と密接に関係する設問の解答に関しては、両者の間に1%水準で有意な差が見られた。例えば、便利性の高い「スーパー」を利用する人は、「日常的に食品を自ら購入するとは思われない人」の方が多かったなど、である。したがって、日常の購買行動と密接に関係する設問のアンケート結果の解釈については、注意する必要があると思われる。

第3部: 食の安全・安心意識と購買行動に関する定量分析

鈴木由紀・矢部光保(現九州大学大学院)

1. はじめに

第1部では単純集計を、第2部ではクロス集計を用いて分析を行ってきた。この第3部では、因子分析とクラスター分析を用いて、消費者が有する食の安全意識と購買行動について定量分析を行う。この因子分析とは、データに含まれた、隠れた要因を引き出す多変量解析の一種である。また、クラスター分析も多変量解析の一種で、「似ている」データ間の距離を計算し、樹状図のように分類する手法のことである。

このような分析手法を用いることによって、多様なデータの中から消費者グループの特徴や類似性・異質性をより端的に表すことができる。

本報告の構成は以下のとおりである。2. ではデータをいかに加工して因子分析に用いたかを示す。3. では因子分析の結果を、4. ではクラスター分析の結果を示し、5. でまとめる。

2. データ加工と因子分析

今回のアンケートには、環境への意識や食品を購入する時の価値観などに関する設問群が、Q24 シリーズと Q30 シリーズに含まれている。そこで、これらの設問への回答パターンについて因子分析を行った。

まず、すべての設問を用いて因子分析を行った。その結果、寄与率の大きい因子において、因子負荷量が低い変数が存在していた。これらの変数は、他の変数の関係が弱いため、明白な分析結果を得にくくする原因となる。これらの変数は、例えば、「浄水器の使用やミネラルウォーターを購入する頻度」に関する変数であった。そこで、これらの変数を取り除いて分析を行うことにした。最終的に分析に使用した変数は第1表に示している。

第1表では、左の列に変数名を、中央の列に変数のもとになった設問を示している。各設問に対する答えは、同意の程度を表す場合には、「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」という間隔尺度で、行為の頻度を表す場合には、「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」という間隔尺度で表している。

右の列は、これらの評点をそのまま使用した場合は「正」、評点の1から5を5から1に逆転させた場合には「逆転」と記している。なぜ評点を逆転させたのかといえ、環境や安全に関心が高く悲観的な方向の回答の評点が5点になり、環境や安全に関心が低くて低価格志向で楽観的な方向が1点になるように、解答の方向性を揃えるためである。例えば、「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、値が大きいほど食品ラベルに対する不信を表し、社会や環境に対して悲観的方向を示すことになるから、そのままの評点を使用した。他方、「自然のバランスは大変微妙で壊れやすい」について、そのままの評点だと値が大きいほど自然は壊れにくいことを示すことになるので、この場合は評点を逆転させている。

第1表 因子分析に用いた変数とその設問

変数名	元の設問文	評価値
地球は宇宙船である	地球は、非常に限られた空間と資源を持つ宇宙船のようなものだ	逆転
自然は壊れやすい	自然のバランスは大変微妙で壊れやすい	逆転
家畜は悪環境にある	人間の食に供される家畜は、望ましい飼養環境の下で飼養されている	正
添加物は健康を害す	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	正
GMは役立たぬ	遺伝子組換え技術が食料生産に使用されれば、世界の食糧問題の解決に役立つ	正
GM皆好きでも不可	大多数の人が遺伝子組換え食品を好むならば遺伝子組換え食品は許可されるべきだ	正
GMは反自然	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	逆転
GMは医学でも不可	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	逆転
ラベル不信	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	正
政府不信	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	正
科学者不信	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取っている	正
生産者不信	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	正
人は環境を乱用	人間は環境をひどく乱用している	逆転
人の干渉で悲惨	人間が自然に干渉するとき、しばしば悲惨な結果を招く	逆転
有機食品を買う	有機食品を買うこと	逆転
栄養ラベルを見る	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	逆転
安全ラベルを見る	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	逆転
特売品を購入しない	食べ物を買うときに、割引券や特売品を利用すること	正
買いだめをしない	特売の時に、食べ物を買いだめしておくこと	正
買得品を探さない	日用品などを買うときに、お買い得品を探して何店か回ること	正

注)「全くそう思う(いつもする)」～「全くそう思わない(しない)」を1～5点に対応させた間隔尺度で評価した。環境や安全に関心が高く悲観的な方向の回答の評点が5点になり、環境や安全に関心が低く低価格志向で楽観的な方向が1点になるように、設問によって評価値を逆転させてある。

3. 因子分析による消費者属性の把握

1) 各変数の因子負荷量の推計

バリマックス回転法を用いて因子分析を行い、固有値 1 以上の因子を採用した結果、次の 5 つの因子を得ることができた。これら 5 つの因子による累積寄与率は 48.82%であった。

第 2 表 固有値表

因子 No.	二乗和	寄与率	累積寄与率
因子 1	2.293962	11.47%	11.47%
因子 2	2.094773	10.47%	21.94%
因子 3	2.044630	10.22%	32.17%
因子 4	1.721351	8.61%	40.77%
因子 5	1.608544	8.04%	48.82%

この 5 つの因子について、各変数の因子負荷量をまとめると、第 3 表のようになった。ここでは、因子得点が 0.4 以上のものについてシャドーをつけて、その因子に強く関わる変数と考えたことを表している。

因子 1 は、家畜は悪い飼養環境にある、現在使用されている食品添加物は自分の健康に害をもたらす、食品のラベル表示は信頼できない、政府は遺伝子組換え技術の適切な利用について注意深く監視していない、科学者たちは遺伝子組換え技術について責任ある対応をとっていない、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ない、に関わる因子が集まっている。そこで、因子 1 を「社会不信」因子と名づけた。

因子 2 については、遺伝子組換え技術は世界の食糧問題の解決に役立たない、大多数の人が遺伝子組換え食品を好んでも遺伝子組換え食品は許可されるべきではない、遺伝子組換え食品はもとより自然界に反している、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、に関わる因子が集まっている。先端的技術への不信感の現れにとらえ、因子 2 を「科学懐疑」因子と名づけた。

因子 3 については、有機食品を買う、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、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関わる因子が集まっている。そこで、因子 3 を「安全健康志向」因子と名づけた。

因子 4 については、食べ物を買うときに割引券や特売品を利用しない、食べ物は買いだめしない、お買い得品を探して店を回ることにはしない、に関わる因子が集まっている。そこで、因子 4 を「価格無関心」因子と名づけた。

因子 5 については、地球は非常に限られた空間と資源を持つ宇宙船のような物だ、自然のバランスは大変微妙で壊れやすい、人間は環境をひどく乱用している、人間が自然に干渉するときしばしば悲惨な結果を招く、に関わる因子が集まっている。そこで、因子 5 を「環境不安」因子と名づけた。

第3表 因子負荷量

変数名	因子 1	因子 2	因子 3	因子 4	因子 5
地球は宇宙船	0.021	-0.090	0.196	0.129	0.438
自然は壊れやすい	0.001	0.056	0.111	0.030	0.542
家畜は悪環境にある	0.424	0.145	0.203	0.046	0.141
添加物は健康を害す	0.416	0.233	0.276	0.012	0.145
GM は役立たぬ	0.274	0.661	0.138	0.073	-0.038
GM 皆好きでも不可	0.289	0.647	0.170	0.065	0.096
GM は反自然	0.081	0.644	0.089	0.005	0.202
GM は医学でも不可	0.081	0.687	0.027	0.074	0.109
ラベル不信	0.489	0.014	-0.045	-0.004	0.044
政府不信	0.694	0.086	0.032	-0.001	0.043
科学者不信	0.707	0.181	0.036	0.018	0.047
生産者不信	0.677	0.176	0.082	0.105	0.045
人は環境を乱用	0.174	0.219	0.007	-0.048	0.680
人の干渉で悲惨	0.178	0.237	0.031	-0.063	0.699
有機食品を買う	0.093	0.250	0.481	0.188	0.169
栄養ラベルを見る	0.101	0.062	0.884	-0.004	0.111
安全ラベルを見る	0.060	0.120	0.887	0.020	0.113
特売品を購入しない	0.045	0.048	0.033	0.756	-0.004
買いだめをしない	0.056	0.077	0.091	0.760	0.068
買得品を探さない	0.010	0.041	0.007	0.696	-0.001
	社会不信	科学懷疑	安全健康志向	価格無関心	環境不安
	添加物が不安。家畜は劣悪な環境にある。ラベルや科学者等を信頼できない。	遺伝子組換え技術はどんな理由でも許されない、自然に反する。	安全性や栄養や原材料を確認してから買う。有機食品をよく買う。	買いだめや特売品を利用しない。わざわざ安い品を探して店を回らない。	人間は自然環境を破壊する存在であり、自然は脆くて壊れやすい。

注) 表は、0.4 以上の絶対値の欄に網かけをしてある。

2) 因子得点平均値によるカテゴリー間の比較分析

因子分析では、因子ごとに、回答者の因子得点が算出される。そして、この因子得点は、平均値がゼロ、分散が1となるため、ある因子で因子得点がゼロに近い人は、その因子にはついて平均的な位置を占め、プラスに大きくふれると、その因子と肯定的方向で関わり、マイナスに大きくふれると、その因子について否定的方向で関わっていることを意味する。

そこで、5つの因子それぞれについて、有効回答者全員の因子得点を調べ、カテゴリー別の因子得点平均値を比較していく。

(1) 生鮮野菜を購入する店による比較

まず、第4表には、店の種類毎に因子得点平均値を示した。

「スーパー」利用者は、全ての因子がマイナスである。科学技術に比較的好意的で、健康についても平均より安心しており、どちらかというとき安いものが好きであると考えられる。環境不安や社会不信の数値はゼロに近く、平均的な傾向を示している。

「産直」利用者や「その他」はほぼ全ての因子が高いことから、不安や危機感を強く抱いている。

「生協」や「Aコープ」の利用者は、「科学懐疑」因子と「安全健康志向」因子がプラスであるから、先端的科学技術に否定的であるとともに、食の安全や健康に関心が高いことがわかる。

生鮮野菜を買わなくても「手に入る」人は、「科学懐疑」因子が大きくプラスであることから先端的科学技術に反対する一方、「環境不安」因子がマイナスであることから環境が脆いとは感じていないことが読み取れる。

第4表 生鮮野菜を購入する店ごとの平均因子得点の比較

	社会不信 因子1	科学懐疑 因子2	安全健康志向 因子3	価格無関心 因子4	環境不安 因子5	データ数
スーパー	-0.0539	-0.1351	-0.1141	-0.0852	-0.0456	1,287
八百屋	-0.1157	-0.0470	-0.0607	-0.1759	0.0296	108
地元の店	0.2304	0.2649	0.2335	0.1161	-0.0484	99
生協	0.0177	0.2820	0.2795	0.2179	0.1373	216
Aコープ	0.1488	0.3264	0.2694	0.1217	0.1877	45
産直	0.3253	0.5021	0.4603	0.4577	0.2666	103
手に入る	0.1960	0.4876	-0.1586	0.1820	-0.5521	25
その他	0.2972	0.4055	0.5433	0.4917	0.1322	36

(2) 男女による比較

同様に、性別による因子得点の平均値を比較した結果を第5表に示す。女性は「科学懐疑」「安全健康志向」の平均因子得点がわずかに高く、「価格無関心」について多少マイナスであるから、安い物を選んで買う傾向が読み取れる。「社会不信」や「環境不安」については性別で差はほとんど無い。

第5表 男女の平均因子得点の比較

	社会不信 因子 1	科学懐疑 因子 2	安全健康志向 因子 3	価格無関心 因子 4	環境不安 因子 5	データ数
男	-0.0237	-0.1093	-0.0951	0.0876	0.0189	1,094
女	0.0344	0.1506	0.1280	-0.1146	-0.0176	815

(3) 年齢による比較

年齢による比較結果を第6表に示す。18～34 才層は、「社会不信」がプラスであり、高齢者のマイナスの因子得点平均値との乖離が大きいから、社会に対して懐疑的傾向が見られる。また、「価格無関心」がマイナスのため低価格志向である。

逆に、65～74 才の高齢者層は、「社会不信」がマイナス、「価格無関心」はプラスであるため、社会を信頼し、高価格志向である。55～64 才層では、多少その傾向が弱まる。また、75 才以上はデータ数が少なかったが、「社会不信」、「科学懐疑」、「安全健康志向」および「環境不安」がマイナスであるため、社会を信頼し、科学技術に対して好意的であり、あまり食の安全や健康問題を気にせず、環境問題についてもあまり心配していないと見られる。なお、「価格無関心」がプラスであるため、高価格志向である。このように高齢者は、全体的に社会を信頼している傾向が読み取れる。

35～54 才層は、因子得点の平均値がゼロに近い値が多い。ただし、「科学懐疑」は、若い世代や高齢世代がマイナスの平均因子得点であるのに対し、35～54 才層のそれはプラスであるから、相対的に科学技術に対しては、否定的反応をとっていることが読み取れる。

次に、「社会不信」を年齢別に見ていくと、年齢が上がるほどプラスからマイナスへと平均因子得点に変化していくため、年齢が上がるほど、社会への信頼が増加することが分かる。また、「価格無関心」を見ると、年齢が上がるほどマイナスからプラスへと平均因子得点に変化していくため、年齢が上がるほど、高価格志向になることが読み取れる。

第6表 年齢による平均因子得点の比較

	社会不信 因子 1	科学懐疑 因子 2	安全健康志向 因子 3	価格無関心 因子 4	環境不安 因子 5	データ数
18-24 才	0.21621	-0.23038	-0.07028	-0.39493	0.07104	65
25-34 才	0.11915	-0.02776	-0.11383	-0.30495	-0.06778	309
35-44 才	0.09342	0.07030	0.08069	-0.08168	-0.02045	578
45-54 才	0.00532	0.08391	-0.03664	0.11336	0.02911	550
55-64 才	-0.17462	-0.11222	-0.00484	0.23088	0.00849	276
65-74 才	-0.43792	-0.20900	0.07799	0.29389	0.12706	123
75-84 才	-0.29157	-0.50182	-0.29104	0.55313	-0.36075	11

(4)居住地による比較

「社会不信」と「価格無関心」については、居住地による平均因子得点の差異が大きい。ただし、「科学懐疑」は、農村部でプラスの値を示しており、先端的科学技術を忌避する傾向が見られる。また、農山漁村や郡部では、「安全健康志向」がマイナスであるから、特に有機食品を買ったり、表示ラベルをチェックしたりするような行動は、あまり行わない傾向にある。「環境不安」が多少ともプラスになっているのは郡部であり、環境問題を不安に思っているようであるが、他の居住地との差はあまり大きくない。

第7表 居住地による平均因子得点の比較

	社会不信 因子 1	科学懐疑 因子 2	安全健康志向 因子 3	価格無関心 因子 4	環境不安 因子 5	データ数
大都市部	0.008225	-0.064412	0.081895	0.050512	-0.036914	433
都市部	0.008689	-0.011085	0.026834	-0.010688	-0.016135	1,092
郡部	-0.085481	0.054968	-0.144424	0.017002	0.137258	275
農山漁村	0.013020	0.198595	-0.191469	-0.007303	0.044054	96

(5)教育水準による比較

中学高校卒においては、各因子ともマイナスであるが、特に「社会不信」のマイナスの程度が多少大きいから、社会を信頼する傾向が読み取れる。

短期大学専門学校卒や大学卒は、各因子とも総じてゼロに近い因子得点平均値である。ただし、「科学懐疑」は、大学院卒がマイナスの因子得点であるのに対し、短期大学専門学校卒のそれはプラスであるから、相対的に先端的科学技術に対しては否定的反応を示している。大卒は「社会不信」がプラスであり、相対的に社会を不信がっている。

大学院卒は「科学懐疑」が大きくマイナスであるから、先端的科学技術に対して好感を抱いていることがわかる。また、「環境不安」もマイナスであるから、環境問題に対してもあまり心配していないことがわかる。

第8表 教育水準における平均因子得点の比較

	社会不信 因子 1	科学懐疑 因子 2	安全健康志向 因子 3	価格無関心 因子 4	環境不安 因子 5	データ数
中学高校卒	-0.13720	-0.00280	-0.08309	-0.00387	-0.00372	584
短大専門学校卒	0.01062	0.12195	0.03456	-0.04427	0.06264	406
大学卒	0.07600	-0.03262	0.04156	0.03760	0.00199	773
大学院卒	0.02057	-0.36997	-0.03918	0.09597	-0.21432	71

(6) 全体的傾向

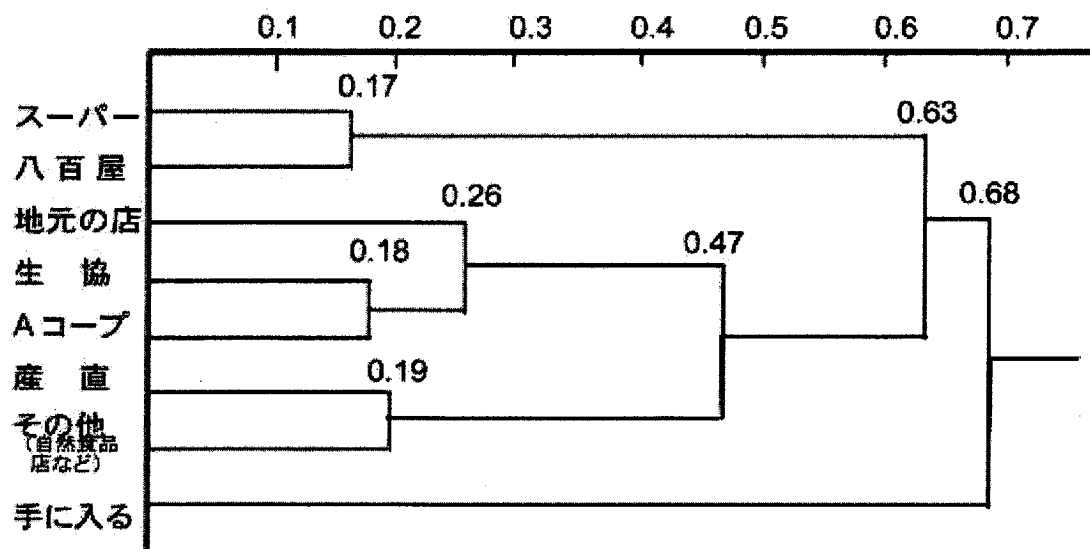
以上の結果のうち、特に因子1～3は、それぞれ寄与率が10%以上あることから、より重要な因子と思われる。そこで、この3つの因子についての結果を第9表にまとめた。

第9表 因子1, 因子2および因子3の結果のとりまとめ

	不安の少ない層 (平均因子得点がマイナス)	不安の多い層 (平均因子得点がプラス)
野菜を購入する店	スーパー	産直, その他の店 (自然食品店など)
性別	男	女
年齢	高齢者 (社会や科学技術を信頼) 若者 (安全や健康に関心が薄い)	若者 (社会不信), 中年 (科学懐疑)
居住地	農村部 (安全や健康に関心が薄い)	農村部 (科学懐疑)
教育	中高卒 (社会を信頼), 大学院卒 (科学技術の受容性が高い)	大卒 (やや社会に不信), 短大卒 (科学技術に否定的)

4. クラスタ分析による消費者の類型化

次に、消費者グループ間の考え方や行動様式について、それらの類似性の程度をクラスタ分析によって、より詳細に分析した。ここでは、因子得点の平均値を用いて、野菜を購入する店と年齢について分析を行った。ユークリッドの距離計算と最短距離法を用いて計算した。なお、性別は男女の2グループしかなく、居住地と教育課程は各々4グループなので、今回使用したクラスタ分析プログラムではクラスタを算出できなかった。



第1図 生鮮野菜を購入する店についてのクラスタ分析結果

注) 数値は個体およびクラスタ間の距離であり、最高値を1とする。

1) 生鮮野菜を購入する店についてのクラスタ分析結果

第1図に、野菜を購入する店のデンドログラム（樹状図）を示す。まず、①「スーパー」と「八百屋」の利用者、②「生協」と「Aコープ」、さらに「地元の店」の利用者、③「産直」の利用者と「その他」の自然食品店の利用者、④野菜は自らで手に入る、という4つのグループに店の利用者は分けられる。次の段階で、②グループと③グループが一緒になり、さらに、これに①グループが加わる。最後の段階で、④グループが一緒になるという構造である。

この図から、「スーパー」を利用する大多数の人と、「産直」を利用する小数派は、食の安心・安全意識や購買行動について、かなり異なったグループであることがわかる。また、「産直」と「その他」層は考えが近いことや、「生協」利用者は「スーパー」利用者とも「産直」利用者とも異なる考えを持つが、どちらかと言えば「産直」利用者に近いことなどがわかる。

また、野菜が自ら手に入る人は、他の人達とは全く異なる価値観や行動様式を持っていることも読み取れる。

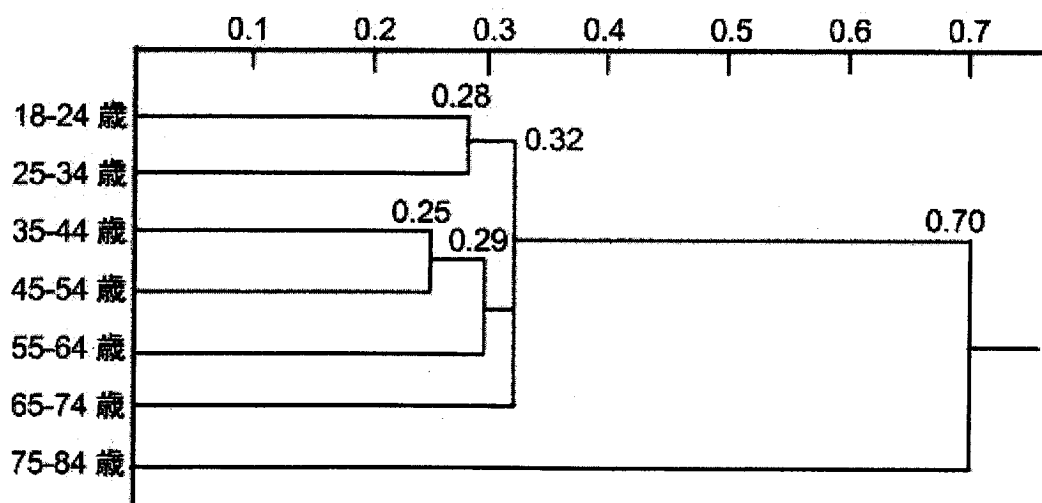
2) 年齢についてのクラスター分析結果

同様に年齢についてクラスター分析をした結果が第2図である。第2図では、まず、①18-24歳と25-34歳の若者グループに対し、②35-44歳と45-54歳のグループが一緒になり、これに55-64歳のグループが加わった。さらに、①と②のグループに65-74歳のグループが加わり、最後に75-84歳グループが一緒になるという構造である。

これにより、35歳を分岐点に、若者と中年以上で価値観が2つに分かれる結果となった。しかし、18歳から74歳までの分岐点は非常に近い値であることから、年齢による違いはあまり大きくないことも読み取れる。

3) 両者の比較検討

他方、再度第1図に戻ると、野菜を購入する店毎の距離はかなり大きく離れており、対照的な結果となった。年齢差よりも普段利用する店の違いの方が、価値観や意識の違いと関係が深いと見られる。



第2図 年齢についてのクラスター分析結果

5. おわりに

「因子分析の結果から、食の安全・安心について、産直利用者、中年、女性、農村部、短大・大学卒という属性を持つ人は、相対的に不安を抱いていることが分かった。また、消費者意識は、普段利用する店や居住地や年齢などで異なることが明らかになった。このような結果は、今後のリスクコミュニケーションの推進において、活用が可能な成果ではないかと思われる。

まず、産直利用者や自然食品店を利用する人や生協利用者は不安感が強いことから、彼らへの聞き取り調査を行って具体的な不安の原因を尋ね、行政へのニーズを把握すること

が有効と思われる。そして、産直パンフレットや自然食品店の広告で伝達される「食品不安情報」を調査分析し、その内容に即したリスクコミュニケーションを行う必要があるだろう（一部の自然食品の広告では、「普通の食品は危険」であるかのように消費者の危機感を煽り、自社の商品を買うように誘導する例がある）。これらの店の利用者層は食の安全への関心が高いことから、パンフレットやチラシを配布、情報提供をする際には、詳細な内容でも目を通してもらえる可能性がある。

逆にスーパーマーケット利用者は、元々不安感や関心が少ないことから、パンフレットやチラシをじっくりと読むことも多くないと思われる。このため、ごく短く要点を押さえたものがよいと考えられる。

また、不安感が強い人は中年女性に多いということを念頭において、中年女性向けに読みやすい文章や、図や写真などを交えてデザインを工夫したパンフレットを作ったり、あるいは意見交換会や勉強会を開くことも大切と思われる。その一方で、行政側も、中年女性が日頃よく接する「食と健康情報」のテレビ番組、女性雑誌などの内容を確認して、どのような情報が中年女性に広まって食の不安が増強されるかについて把握しておく必要があると思われる（このような番組や雑誌では、しばしば「危険な食べ物・安全な食べ物」情報を紹介しており、その中には科学的根拠の乏しいものもある）。

農村部では科学技術への不安感があることから、農村部の声を集めてニーズを探り、科学技術に関する意見交換会や勉強会を開くことも望ましい。

さらに、大学院卒や中高卒などでは不安感が弱い一方、短大・専門学校卒では科学技術への不安が強く、大卒では有機野菜を購入したり安全性のラベルをチェックしたりする傾向がある。高校～大学レベルの学校教育で、科学技術や農業等の不安がどのように伝達されているのか、家庭科・保健・科学などの教育内容を把握する必要があると思われる。間違った情報・偏向した情報に基づいた不安が伝達されている場合、学校教員向けの冊子を配布するなど、正確な情報伝達活動を積極的に行うべきであろう。

付け加えて、青年層での社会不信が高まっていることから、青年向けの意見交換会や相互に連携する活動を実施したり、青年がよく接触する情報源（携帯サイト、青年情報誌など）で情報提供をするなど、青年と行政との連携を高めて信頼回復に努めるのが望ましいと思われる。

そのほかにも、インターネットでリスク開示のページを作成する、テレビ広報を行うなど様々な場合において、上記の層を念頭に置いた情報提供がより一層必要であると思われる。

今回の調査から、属性毎の不安の傾向が明らかになり、リスクコミュニケーションへの応用が期待されることとなったが、今後は、なぜ特定の属性の人が科学技術不安や環境不

安などの特定の不安を抱く傾向があるのかについて、原因や心理的要因、その属性が接触する情報源などを調べる必要がある。不安の原因がさらに詳しく分かれば、対策が容易になるからである。

(付録)インターネットアンケート質問一覧

食の安全と安心に関する意識調査

食品を買われるとき、日ごろ何を重要とお考えになるのか、あるいは遺伝子組換え食品についてどう思われるのかについて、教えて下さい。

Q1 あなたは遺伝子組換え食品という言葉聞いたことがありますか。

- ☐1 ある
☐2 ない

こちらをお読みになってから次の質問へお進み下さい。

遺伝子組換え食品とは、収量の増加や病虫害・除草剤に強い性質などを有する遺伝子を取り出して、他の作物などに組み込み、新しい性質を持たせた農産物やその加工食品のことです。農薬散布の減少、収量増加、日持ちや食味の改良などを目的として、1994年に初めて米国で商品化されましたが、遺伝子組換え食品について推進・反対の立場から多様な意見があります。

Q2 遺伝子組換え食品が、通常の商品（遺伝子を組換えていない食品）と比較して、下のよう特徴を持っている場合、遺伝子組換え食品をあなたは買ってもよいとお考えですか。「是非買いたい」ならば1、「絶対買いたくない」ならば5として、1から5までの範囲で、以下の各質問に1つだけ番号をお選び下さい。

遺伝子組換え食品が

通常の商品（遺伝子を組換えていない食品）よりも、かなり安い場合

是非買いたい 買ってもよい どちらでもよい あまり買いたくない 絶対買いたくない

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

通常の商品と同じ価格で、ビタミン・栄養価がかなり高い場合

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

通常の商品と同じ価格で、低農薬・低化学肥料で生産された場合

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

通常の商品と同じ価格で、無農薬・無化学肥料で生産された場合

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

通常の商品と同じ価格で、かなり美味しい場合

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

通常の商品と同じ価格で、食の安全性は通常の商品よりも高いことがきちんと証明された場合

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

ここからは、あなたが、日常、生鮮野菜を買う場合のことについてお尋ねします。

Q3 生鮮野菜を買うとき、あなたは主にどのようなお店から買いますか。

当てはまる番号を1つだけお選び下さい。

- | | | |
|-----------------------------------|---------------------------------------|------------------------------------|
| ☐ 1 スーパー | ☐ 2 八百屋 | ☐ 3 地元の店 |
| ☐ 4 生協 | ☐ 5 Aコープ | ☐ 6 安売りショップ |
| ☐ 7 個人的な産直 | ☐ 8 買わなくても手に入る | |
| ☐ 9 その他 | <input type="text"/> | |

Q4 生鮮野菜を買うとき、あなたが気をつけていることについて、その順番を教えてください。

- 1 番目に興味があるのは (味・価格・栄養・安全性・鮮度、から選択)
2 番目に興味があるのは (味・価格・栄養・安全性・鮮度、から選択)

Q5 生鮮野菜を買うとき、あなたは見た目を気にしますか。1つだけお選び下さい。

- かなり気にする 多少気にする 気にする あまり気にしない 気にしない
- ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

Q6 減農薬野菜や有機栽培野菜を、あなたはよく買いますか。

1つだけお選び下さい。

- いつも買っている しばしば買う ときどき買う あまり買わない まず買わない
- ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

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を、あなたはよく買いますか。1つだけお選び下さい。

- いつも買っている しばしば買う ときどき買う あまり買わない まず買わない
- ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

Q8 あなたが日常的に買っている生鮮野菜について、生産地や減農薬・有機栽培等の表示をどの程度信頼していますか。1つだけお選び下さい。

- 十分 おおむね あまり ほとんど
- 信頼している 信頼している 信頼している 信頼していない 信頼していない
- ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

Q9 生鮮野菜の中でも、例えばホウレン草を買うとき、あなたは一束（200グラム程度）につき、どのくらいの値段のものを、よく買っていますか。

最も近い値段について1つだけお選び下さい。

- ☐1 50円 ☐2 80円 ☐3 100円 ☐4 150円 ☐5 200円 ☐6 250円
☐7 300円 ☐8 350円 ☐9 400円以上 ☐10 その他

Q10 遺伝子組換えの生鮮野菜について、あなたはどのようにお考えですか。

お考えに合う番号を1つだけお選び下さい。

- ☐1 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
☐2 価格や品質、安全性などの条件がどんなに良くても、買いたくない
☐3 よくわからない

食の安心システム：生産流通履歴の検索と検査・認証について (バージョンA)

Q11 あなたは、「トレーサビリティ」という言葉を今までに聞いたことがありますか。

- ☐1 聞いたことがあります、内容も多少は知っている。
☐2 聞いたことはあるが、内容まではよく知らない。
☐3 はじめて聞いた。

こちらをお読みになってから次の質問へお進み下さい。

「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、家畜や養殖魚等と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るようになります。ただし、その実施態勢やコスト負担等をどうしていくかについては、様々な意見があります。

以下では、食品の中でも、生鮮野菜<バージョンによって、「生鮮野菜」のところに「米」、「食肉（牛肉・豚肉・鶏肉等）」、「魚介類」のいずれかが入る。以下同じ>のトレーサビリティについて、あなたのお考えをお尋ねします。

Q12 トレーサビリティには重要な2つの目的があります。その第1は「A：食品事故発生時の追跡や回収を容易にすること」であり、その第2は「B：生産者と消費者の顔の見える関係」を築くことです。あなたにとって、生鮮野菜の場合には、どちらの目的がより重要とお考えですか。適当な番号を1つだけお選び下さい。

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

Aが特に重要 Aがより重要 同程度重要 Bがより重要 Bが特に重要

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

Q13 トレーサビリティが導入された場合、表示内容の信頼性を確保するためには、どのような機関がその仕組みを監視すべきだとお考えですか。1つだけお選び下さい。

☐1 消費者による任意団体

☐2 生産者による任意団体

☐3 政府の認証を受けた第3者機関

☐4 県や国などの行政機関

☐5 よくわからない

☐6 その他

Q14 トレーサビリティによる生産流通履歴の開示や検索、表示内容の検査・認証のためには、帳簿の記録や管理、検査などに費用がかかります。あなたは、その費用は誰が負担すべきであるとお考えですか。1つだけお選び下さい。

☐1 消費者

☐2 生産者

☐3 食品流通業者

☐4 政府等の行政機関（税金から支出）

☐5 よくわからない

☐6 その他

Q15 あなたは、買いたいと思う国内産の生鮮野菜について、生産流通履歴が検索でき、かつ信頼のおける機関が表示内容の検査・認証している場合、その野菜を買うために、いくらか余分にお金を支払ってもよいとお考えですか。1つだけお選び下さい。

☐1 いくらか余分に支払ってもよい (Q16 ～)

☐2 全く支払う気がない (Q18 ～)

☐3 よくわからない (Q18 ～)

Q16 上のQ15で「1. いくらか余分に支払ってもよい」と答えた方に質問します。

通常の栽培方法による国内産の生鮮野菜が、生産流通履歴が検索できて、表示内容の検

査・認証も受けているとします。そのような生鮮野菜を買うために、その通常の値段に比較して、あなたはどの程度までなら余分に支払ってもよいとお考えですか。1つだけお選び下さい。

- ☐1 1%まで ☐2 2%まで
☐3 3%まで ☐4 5%まで
☐5 10%まで ☐6 15%まで
☐7 20%まで ☐8 30%まで
☐9 そのような野菜は買いたいとは思わない
☐10 その他

Q17 上のQ15で「1. いくらか余分に支払ってもよい」と答えた方に質問します。

有機栽培あるいは減農薬栽培による国内産の生鮮野菜が、生産流通履歴が検索できて、表示内容の検査・認証も受けているとします。そのような生鮮野菜を買うために、その通常の値段に比較して、あなたはどの程度までなら余分に支払ってもよいとお考えですか。

1つだけお選び下さい。

- ☐1 1%まで ☐2 2%まで
☐3 3%まで ☐4 5%まで
☐5 10%まで ☐6 15%まで
☐7 20%まで ☐8 30%まで
☐9 そのような野菜は買いたいとは思わない
☐10 その他

Q18 上のQ15で「2. 全く支払う気がない」「3. よくわからない」と答えた方にお伺いします。その理由は何でしょうか。お考えに近いものを最大2つまでお選び下さい。

- ☐1 生産流通履歴の検索や検査・認証について関心がない。
☐2 生産流通履歴の検索や検査・認証のための価格としては、高すぎる。
☐3 生産流通履歴の検索や検査・認証は、そもそも信頼できない。
☐4 生産流通履歴の検索や検査・認証は、無意味だと思う。
☐5 消費者はこの費用を負担すべきでない。
☐6 質問の意味がよくわからない。
☐7 野菜はほとんど買って食べない。
☐8 その他

Q19 トレーサビリティがあり、信頼おける機関の検査・認証がついた外国産の生鮮野菜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、平均的な国内産の生鮮野菜と比較して、どの程度の値段であれば、外国産の生鮮野菜を買ってもよいとお考えですか。

お考えにもっとも近い番号を1つだけお選び下さい。

- ☐1 値段が多少高くても外国産のものを買いたい
- ☐2 国内産のものと同程度の値段であれば外国産を買ってもかまわない
- ☐3 5%程度安ければ買ってもよい
- ☐4 10%程度安ければ買ってもよい
- ☐5 20%程度安ければ買ってもよい
- ☐6 30%程度安ければ買ってもよい
- ☐7 50%程度安ければ買ってもよい
- ☐8 70%程度安ければ買ってもよい
- ☐9 90%程度安ければ買ってもよい
- ☐10 値段がいくら安くても外国産のものは買いたくない
- ☐11 よくわからない
- ☐12 その他

(バージョン B)

Q16 上のQ15で「1. いくらか余分に支払ってもよい」と答えた方に質問します。

通常の栽培方法による国内産の米が、生産流通履歴が検索できて、表示内容の検査・認証も受けているとします。

そのような米を買うために、その通常の値段に比較して、あなたはどの程度までなら余分に支払ってもよいとお考えですか。1つだけお選び下さい。

- ☐1 1%まで
- ☐2 2%まで
- ☐3 3%まで
- ☐4 5%まで
- ☐5 10%まで
- ☐6 15%まで
- ☐7 20%まで
- ☐8 30%まで
- ☐9 そのような米は買いたいとは思わない
- ☐10 その他

Q17 上のQ15で「1. いくらか余分に支払ってもよい」と答えた方に質問します。

有機栽培あるいは減農薬栽培による国内産の米が、生産流通履歴が検索できて、表示内容の検査・認証も受けているとします。

そのような米を買うために、その通常の値段に比較して、あなたはどの程度までなら余分に支払ってもよいとお考えですか。1つだけお選び下さい。

- ☐1 1%まで
- ☐2 2%まで
- ☐3 3%まで
- ☐4 5%まで
- ☐5 10%まで
- ☐6 15%まで
- ☐7 20%まで
- ☐8 30%まで

○9 そのような米は買いたいとは思わない

○10 その他

Q19 トレーサビリティがあり、信頼おける機関の検査・認証がついた外国産米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、平均的な国内産米と比較して、どの程度の値段であれば、外国産米を買ってもよいとお考えですか。お考えにもっとも近い番号を1つだけお選び下さい。

○1 値段が多少高くても外国産のものを買いたい

○2 国内産のものと同程度の値段であれば外国産を買ってもかまわない

○3 5%程度安ければ買ってもよい

○4 10%程度安ければ買ってもよい

○5 20%程度安ければ買ってもよい

○6 30%程度安ければ買ってもよい

○7 50%程度安ければ買ってもよい

○8 70%程度安ければ買ってもよい

○9 90%程度安ければ買ってもよい

○10 値段がいくら安くて外国産のものは買いたくない

○11 よくわからない

○12 その他

(バージョンC)

Q16 上のQ15で「1. いくらか余分に支払ってもよい」と答えた方に質問します。

国内産の食肉の中でも牛肉について、生産流通履歴が検索できて、表示内容の検査・認証も受けているとします。

そのような牛肉を買うために、その通常の値段に比較して、あなたはどの程度までなら余分に支払ってもよいとお考えですか。1つだけお選び下さい。

○1 1%まで

○2 2%まで

○3 3%まで

○4 5%まで

○5 10%まで

○6 15%まで

○7 20%まで

○8 30%まで

○9 そのような牛肉は買いたいとは思わない

○10 その他

Q17 上のQ15で「1. いくらか余分に支払ってもよい」と答えた方に質問します。

国内産の食肉の中でも豚肉について、生産流通履歴が検索できて、表示内容の検査・認証も受けているとします。

そのような豚肉を買うために、その通常の値段に比較して、あなたはどの程度までなら余分に支払ってもよいとお考えですか。1つだけお選び下さい。

- ☐1 1%まで ☐2 2%まで
☐3 3%まで ☐4 5%まで
☐5 10%まで ☐6 15%まで
☐7 20%まで ☐8 30%まで
☐9 そのような豚肉は買いたいとは思わない
☐10 その他

Q19 トレーサビリティがあり、信頼おける機関の検査・認証がついた外国産の牛肉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、平均的な国内産の牛肉と比較して、どの程度の値段であれば、外国産の牛肉を買ってもよいとお考えですか。

お考えにもっとも近い番号を1つだけお選び下さい。

- ☐1 値段が多少高くても外国産のものを買いたい
☐2 国内産のものと同程度の値段であれば外国産を買ってもかまわない
☐3 5%程度安ければ買ってもよい
☐4 10%程度安ければ買ってもよい
☐5 20%程度安ければ買ってもよい
☐6 30%程度安ければ買ってもよい
☐7 50%程度安ければ買ってもよい
☐8 70%程度安ければ買ってもよい
☐9 90%程度安ければ買ってもよい
☐10 値段がいくら安くて外国産のものは買いたくない
☐11 よくわからない
☐12 その他

(バージョンD)

Q16 上のQ15で「1. いくらか余分に支払ってもよい」と答えた方に質問します。

国内産の養殖による魚貝類が、生産流通履歴が検索できて、表示内容の検査・認証も受けているとします。そのような魚貝類を買うために、その通常の値段に比較して、あなたはどの程度までなら余分に支払ってもよいとお考えですか。1つだけお選び下さい。

- ☐1 1%まで ☐2 2%まで
☐3 3%まで ☐4 5%まで
☐5 10%まで ☐6 15%まで
☐7 20%まで ☐8 30%まで
☐9 そのような魚貝類は買いたいとは思わない

○10 その他

Q17 上のQ15で「1. いくらか余分に支払ってもよい」と答えた方に質問します。

天然ものの魚貝類が、生産流通履歴が検索できて、表示内容の検査・認証も受けているとします。そのような魚貝類を買うために、その通常の値段に比較して、あなたはどの程度までなら余分に支払ってもよいとお考えですか。1つだけお選び下さい。

- 1 1%まで ○2 2%まで
○3 3%まで ○4 5%まで
○5 10%まで ○6 15%まで
○7 20%まで ○8 30%まで
○9 そのような魚貝類は買いたいとは思わない
○10 その他

Q19 トレーサビリティがあり、信頼おける機関の検査・認証がついた外国産の養殖による魚貝類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、平均的な国内産の養殖による魚貝類と比較して、どの程度の値段であれば、外国産の養殖による魚貝類を買ってもよいとお考えですか。

お考えにもっとも近い番号を1つだけお選び下さい。

- 1 値段が多少高くても外国産のものを買いたい
○2 国内産のものと同程度の値段であれば外国産を買ってもかまわない
○3 5%程度安ければ買ってもよい
○4 10%程度安ければ買ってもよい
○5 20%程度安ければ買ってもよい
○6 30%程度安ければ買ってもよい
○7 50%程度安ければ買ってもよい
○8 70%程度安ければ買ってもよい
○9 90%程度安ければ買ってもよい
○10 値段がいくら安くて外国産のものは買いたくない
○11 よくわからない
○12 その他

環境への関心について

Q24 以下の各設問に対して同意の程度を1から5の範囲で示して下さい。「全くそう思う」ならば1、「全くそう思わない」ならば5とします。

それぞれについて、お考えに最も近い番号を1つずつお選び下さい。

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

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

自然のバランスは大変微妙で壊れやすい

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

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

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

人間の食に供される家畜は、望ましい飼養環境の下で飼育されている

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐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

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

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

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

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

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

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

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

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

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

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

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

大多数の人が遺伝子組換え食品を好むならば遺伝子組換え食品は許可されるべきである

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

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

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

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

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

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

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

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

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

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れば避けられる

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

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

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

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

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

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

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

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

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

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

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

人間は環境をひどく乱用している

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

人間が自然に干渉するとき、しばしば悲惨な結果を招く

全くそう思う 多少そう思う どちらとも言えない 余りそう思わない 全くそう思わない

☐1

☐2

☐3

☐4

☐5

あなたご自身について

以下の質問は、多様な人々の意見を分析するためのものです。回答は秘密厳守で統計分析のデータとしてのみ使われます。

これまでの情報はもちろん、以下の情報も外部に出ることはありません。

Q25 性別

1 男性

2 女性

3 無回答

Q26 年齢

1 18才 - 24才

4 45才 - 54才

7 75才 - 84才

- 2 25才 - 34才 5 55才 - 64才 8 85才 - 94才
3 35才 - 44才 6 65才 - 74才 9 95才以上 10 無回答

Q27 あなたを含めて同居家族は何人ですか。

1. 1人 2. 2人 3. 3人 4. 4人 5. 5人 6. 6人
7. 7人 8. 8人 9. 9人 10. 10人以上 11. 無回答

Q28 16歳未満の同居家族は何人ですか。

1. 0人 2. 1人 3. 2人 4. 3人 5. 4人 6. 5人
7. 6人 8. 7人 9. 8人 10. 9人 11. 10人以上 12. 無回答

Q29 お住まいの地域をお選び下さい。

- 1 大都市部 2 都市部 3 郡部 4 農山漁村部 5 無回答

Q30 日常の買い物をするとき、以下のようなことをよくしますか。各設問について、最も当てはまる番号を1つずつお選び下さい。

店に行くときには、詳しい買い物リストを作ること

- いつもする しばしばする ときどきする ほとんどしない しない
○1 ○2 ○3 ○4 ○5

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

- いつもする しばしばする ときどきする ほとんどしない しない
○1 ○2 ○3 ○4 ○5

有機食品を買うこと

- いつもする しばしばする ときどきする ほとんどしない しない
○1 ○2 ○3 ○4 ○5

ファーストフードや調理済み食品を買って食べること

- いつもする しばしばする ときどきする ほとんどしない しない
○1 ○2 ○3 ○4 ○5

栄養補助食品（サプリ）を買うこと

- いつもする しばしばする ときどきする ほとんどしない しない
○1 ○2 ○3 ○4 ○5

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

いつもする	しばしばする	ときどきする	ほとんどしない	しない
☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5

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

いつもする	しばしばする	ときどきする	ほとんどしない	しない
☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5

食物を買うときに、割引券や特売品を利用すること

いつもする	しばしばする	ときどきする	ほとんどしない	しない
☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5

特売のときに、食べ物を買いだめしておくこと

いつもする	しばしばする	ときどきする	ほとんどしない	しない
☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5

日用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

いつもする	しばしばする	ときどきする	ほとんどしない	しない
☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5

Q31 あなたのご家庭ではスーパーなどで食べ物を買うために、1ヶ月におよそいくら使いますか。1つだけお選び下さい。

- | | |
|-------------|-------------|
| 1 2万円未満 | 2 2万円－4万円 |
| 3 4万円－6万円 | 4 6万円－8万円 |
| 5 8万円－10万円 | 6 10万円－12万円 |
| 7 12万円－14万円 | 8 14万円以上 |
| 9 無回答 | |

Q32 あなたはどの教育過程まで終えられましたか。もしよろしければお答え下さい。

- | | |
|-------------|-------|
| 1 中学・高等学校 | |
| 2 専門学校・短期大学 | |
| 3 大学 | |
| 4 大学院以上 | 5 無回答 |

Q33 あなたのご家庭の年収（税込み）は、家族全体でおよそいくらでしょうか。もしよろしければお答え下さい。

- | | |
|-----------|-----------------|
| 1 200万円未満 | 6 1,000－1,199万円 |
|-----------|-----------------|

- | | |
|----------------|--------------------|
| 2 200 － 399 万円 | 7 1,200 － 1,399 万円 |
| 3 400 － 599 万円 | 8 1,400 － 1,599 万円 |
| 4 600 － 799 万円 | 9 1,600 万円以上 |
| 5 800 － 999 万円 | 10 無回答 |

Q34 差し支えなければ、メールアドレスを記入して下さい。

平成 17 年 3 月 25 日 印刷・発行

危機管理プロジェクト研究資料 第 2 号
食料の安全・安心と環境意識，トレーサビリティに関する
インターネット調査と定量分析

編集発行 農林水産省 農林水産政策研究所

〒114-0024 東京都北区西ヶ原 2 丁目 2-1

電 話 東京 (03) 3910-3946

FAX 東京 (03) 3940-0232

有限会社 太平印刷