

# 持続可能な食の消費と生産の実現に向けた消費者選択分析

## —生鮮食品を事例に—

Analysis of consumer preferences for the realization of sustainable food consumption and production -a case of fresh food-

○藤原なつみ<sup>\*1)</sup>、吉川直樹<sup>1)</sup>、天野耕二<sup>1)</sup>

Natsumi Fujiwara, Naoki Yoshikawa, Koji Amano

1) 立命館大学

fuji-n@fc.ritsumei.ac.jp

### 1. はじめに

持続可能な食の消費と生産を実現するため、正しい情報に基づいた食選択を促していくことが重要である。これまで、消費者に持続可能性や環境影響に関する情報を伝えるため、カーボン・フットプリントや MSC 認証など、様々な情報的手法が考案・活用されてきた。また、こうした手法とは別に、生鮮食品には、商品名、価格、産地、農薬・肥料、鮮魚の生育環境（天然/養殖）などの情報が示されており、消費者は、こうした情報や自身の知識も手がかりにしながら商品を購入していると考えられる。

しかし、多くの研究が指摘しているとおり、食品のライフサイクル全体における環境影響には様々な要素が複雑に関連しており、限られた情報表示や知識の下でより持続可能な食材を選択することは多くの消費者にとって困難である。広瀬（1995）<sup>1)</sup>は、環境配慮行動は、技術や知識あるいは能力などの要因によって制約を受けることが多く、必ずしも合理的決定による行動がそのまま実行されるわけではないことを指摘しており、この指摘が食材選択にもあてはまるといえる。

持続可能な食の消費と生産の実現に向けて、望ましい消費者とのコミュニケーションを検討していくために、まず、消費者が、実際にどのような情報表示や知識を活用しているかを明らかにする必要がある。

### 2. 方法

#### 2.1 アンケート調査の概要

本研究では、消費者が食選択に活用している情報表示や知識の実態を把握するため、2017年3月17日～19日に、インターネットによるアンケート調査を行った（委託先：株式会社マクロミル）。対象者条件は、全国18歳以上男女で、スクリーニング調査において「週に1回以上小売店（スーパーマーケット、直売所等）買いものに行く」と回答した1,030名とした。

なお、事前調査として、岐阜県の私立A保育園の保護者と職員20名を対象にした質問紙調査を行ったと

ころ、青果と精肉では全員が「安全性」を考慮して購入しているなど安全性への意識が高い傾向が見られた（藤原・吉川2016）<sup>2)</sup>。一方、乳幼児を育てる母親は、食品表示への関心はあるものの、表示を確認することへの負担感があり、表示確認行動に至っていない可能性があるという指摘する研究もある（宮腰ら・1999）<sup>3)</sup>。こうした既往研究から、身近に乳幼児がいる消費者は、「安全性」を意識するなど食への関心が高いが、購入する際には知識や情報表示を十分に活用できていない可能性があるという仮説を立てた。そして、家庭に未就学児がいる消費者グループ（子育て層グループ）が515名、そうでない消費者グループ（非子育て層グループ）が515名となるように割付条件を設定し、各グループの回答をクロス集計により比較することとした。

#### 2.2 アンケート調査の内容

アンケート調査の内容として、第一に、属性に加え、環境に対する意識や態度、環境ラベルに関する知識などを尋ねた。第二に、生鮮食品（青果・精肉・鮮魚）を購入する際に、①安全性、②栄養価、③おいしさ、④価格適正、⑤鮮度、⑥環境への影響の6項目を考慮しているかを尋ねた。なお、本研究では、⑥環境への影響に対する回答を中心に分析を行う。第三に、「考慮している」と回答した場合、どんな表示等を判断材料としているのか、青果、精肉、鮮魚のそれぞれについて、商品名、商品価格、産地などの表示などのうち、あてはまるものを選択してもらった（表1）。

表1 生鮮食品購入時に判断材料とする表示等

青果	精肉	鮮魚
商品名の表示/商品価格の表示 産地表示（国産/外国産）/産地表示（都道府県） 商品そのものの見た目（触感を含む）/店舗が作成したPOP		
旬	消費期限	旬
肥料	生育環境（放牧・餌）	消費期限
農薬	商品管理（生/解凍）	生育環境（天然/養殖）
生産者（顔 写真・氏名）	商品ブランド	商品管理（生/解凍）

### 3. 結果

#### 3.1 属性と環境への意識や態度

回答者の年齢は、30代後半が395名(38.3%)と最も多く、次いで30代前半の273名(26.5%)と30代で過半数を占めている。これは、回答者の半数が家庭に未就学児がいる層となるよう割り付けを行ったため、回答者層の年代が偏ったものと考えられる。

環境配慮への態度について、子育て層と非子育て層を比較すると、「環境問題に関心がある」「環境に配慮した生活を送りたい」といった項目では有意な差は見られなかった。一方、「環境に配慮することにより、多少生活が不便になってもかまわない」という項目では、子育て層で「あまりそう思わない」「まったくそう思わない」という否定的な回答が多い傾向が見られた。

環境配慮への実際の行動について、子育て層と非子育て層を比較すると、省エネや節水、耐久消費財の購入時の環境配慮といった項目では有意な差はなかった。「日用品を購入する際、詰め替え用を選ぶなど環境影響(省エネ・省資源等)を意識して商品を選択している」という項目では、「いつも実行している」という回答は子育て層に多く、「ときどき実行している」という回答は非子育て層に多かった。また、「環境問題に取り組んでいる企業やお店の商品・サービスを積極的に購入している」という項目では、子育て層において「あまり実行していない」「まったく実行していない」という否定的な回答が多い傾向にあった。

#### 3.2 生鮮食品購入時に意識する要素

生鮮食品購入時に、⑥環境への影響について「考慮している」と回答したのは、回答者1,030名中、青果物で375名、精肉で329名、鮮魚で332名であった。また、①安全性、②栄養価、③おいしさ、④価格適正、⑤鮮度の各項目では、子育て層と非子育て層で有意な差はなかったが、⑥環境への影響では、青果物、精肉、鮮魚のいずれにおいても、子育て層よりも、非子育て層で「考慮している」という回答が多い傾向にあった。

#### 3.3 各要素を判断する際に活用する表示や知識

⑥環境への影響について「考慮している」を選択した回答者に対して、具体的にはどのような項目を判断材料としているか、選択肢(表1)からあてはまるものを選択してもらった。その結果、消費者は「環境への影響」を判断する際に、情報表示や知識を十分に活用できていない傾向があることが明らかとなった。

例えば、青果物では、最も多くの回答者が挙げていた「農薬」表示においても、選択したのは375名中121

名(32.3%)にとどまった。全ての青果品に表示されているはずの産地表示についても、判断材料として活用している消費者は、国表示が21.3%、都道府県別表示が17.6%にとどまり、十分に活用されていないことが明らかになった(表2)。

表2 青果品購入時に判断材料とする表示等 (n=375)

	子育て層 (%)・n=169	非子育て層 (%)・n=206	合計 (%)
商品名	25 (14.8)	27 (13.1)	52 (13.9)
価格	11 (6.5)	15 (7.3)	26 (6.9)
産地(国)	35 (20.7)	45 (21.8)	80 (21.3)
産地(都道府県)	27 (16.0)	39 (18.9)	66 (17.6)
旬	15 (8.9)	30 (14.6)	45 (12.0)
外観(触感含む)	20 (11.8)	25 (12.1)	45 (12.0)
農薬*	43 (25.4)	78 (37.9)	121 (32.3)
肥料**	28 (16.6)	60 (29.1)	88 (23.5)
生産者情報	17 (10.1)	11 (5.3)	28 (7.5)
店舗作成POP	19 (11.2)	21 (10.2)	40 (10.7)
該当なし*	40 (23.7)	32 (15.5)	72 (19.2)

\*\*<0.01, \*<0.05 Pearson のカイ二乗検定

### 4. おわりに

本研究では、子育て層と非子育て層の回答をクロス集計によって比較した結果、非子育て層よりも、子育て層において、食の選択における環境影響への意識が低い傾向が見られた。さらに、「環境への影響を意識する」と回答した層においても、十分に表示や知識を活用できていない傾向が見られた。表示されている情報量や知識が限定的であるために、情報表示等を判断材料として活かしきれていないと推察される。

今後、適切な消費者選択を促すためには、従来型の環境ラベルに加え、ICT等の技術も活用しながら、LCAに基づく適切な情報提供していくことが必要だろう。さらに分析を深め、持続可能な食の実現に向けて必要な消費者とのコミュニケーションについて考察したい。

### 5. 参考文献

- 1) 広瀬幸雄「環境と消費の社会心理学」名古屋大学出版会(1995年)
- 2) 藤原なつみ・吉川直樹(2017)「新たな商品表示制度下における環境コミュニケーションの提案」第12回日本LCA学会研究発表会講演要旨集、pp22-23
- 3) 宮腰由紀子・西田美佐・塩原正一(1999), 母親の食品添加物への意識と行動―出産・育児による変化―、順天堂医学, 45(1), pp51-63

この研究の一部は、公益財団法人食生活研究会(研究代表者:藤原なつみ)の研究助成を受けて実施した成果である。