

福岡県居住者の 食の安全・安心に関する調査 結果報告書

2010年8月
株式会社ジーコム 生活行動研究所

Marketing & Development
G:COM

1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の男女

3. 調査時期

平成22年7月23日(金)～28日(水)

4. 調査規模

361サンプル

【標本構成】

性	件数	構成比(%)
男性	169	46.8
女性	192	53.2
全体	361	100.0

年代	件数	構成比(%)
20代	80	22.2
30代	96	26.6
40代	89	24.7
50代	69	19.3
60代以上	27	7.3
全体	361	100.0

職業	件数	構成比(%)
会社員	149	41.4
公務員	14	4.0
団体職員	5	1.3
会社役員	6	1.5
商工自営	13	3.7
農林漁業	-	-
自営手伝い	2	0.4
医師・弁護士・税理士等	5	1.5
学生	7	1.9
パート・アルバイト	50	13.7
主婦専業	80	22.2
無職	17	4.8
その他	13	3.6
全体	361	100.0

未既婚	件数	構成比(%)
未婚	105	29.1
既婚	256	70.9
全体	361	100.0

居住地	件数	構成比(%)
福岡都市圏	290	80.3
その他福岡県内	71	19.7
全体	361	100.0

【報告書の見方】

- ・本文及び図中に示した調査結果の数値は百分比(%)で示してある。これらの数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合がある。
- ・複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- ・報告書中の図表では、コンピューター入力の場合、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

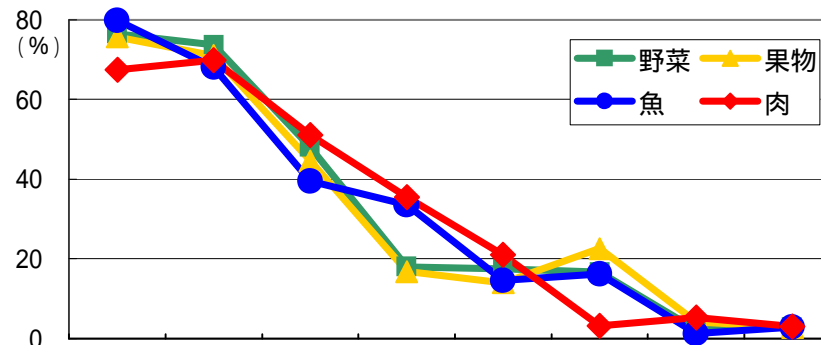
1. 生鮮食品購入時の注意点

生鮮食品購入時の注意点は「鮮度」「価格」が飛び抜けて高く、その次に「産地」

生鮮食品購入時に注意するポイントは、いずれのジャンルにおいても「鮮度」「価格」「産地」「消費期限・賞味期限」の順である。野菜・果物・魚は、肉に比べて「鮮度」「旬のものであること」の割合が高く、魚・肉は野菜・果物に比べて「消費期限・賞味期限」の割合が高い。なお、「産地」の割合が最も高いのは肉である。

- ・性別では、女性は男性に比べて全体的に注意点の割合が高いが、「消費期限・賞味期限」については、肉を除く3ジャンルで男性のほうが割合が高くなっている。
- ・年代別で見ると、20代は他の年代に比べてすべてのジャンルの生鮮食品において「価格」の割合が最も高い。一方で、「旬のものであること」は最下位である。なお、20代は「産地」について、野菜・果物の割合は低いものの魚・肉の割合は比較的高くなっている。

生鮮食品購入時の注意点【複数回答(3つまで選択)】



調査数	鮮度	価格	産地	消費期限・賞味期限	分量	旬のものであること	ブランド名	いあてはまるものはな
野菜	76.5	73.7	48.0	18.0	17.4	16.6	2.2	2.8
果物	75.7	71.0	44.6	16.8	14.0	22.6	4.2	2.8
魚	79.9	68.1	39.5	33.5	14.5	16.2	1.2	2.9
肉	67.4	69.8	51.0	35.4	21.0	3.2	5.2	3.0

1. 生鮮食品購入時の注意点

野菜購入時の注意点【複数回答(3つまで選択)】

	調査数	鮮度	価格	産地	消費期限・賞味期限	分量	旬のものであること	ブランド名	いあてはまるものはな
全体	361	76.5	73.7	48.0	18.0	17.4	16.6	2.2	2.8
性別									
男性	169	69.5	69.8	44.8	24.4	15.1	11.4	2.7	4.3
女性	192	82.7	77.2	50.8	12.4	19.4	21.2	1.7	1.5
年代									
20代	80	74.1	85.7	40.9	18.7	18.9	7.2	4.6	3.1
30代	96	71.0	70.3	57.0	15.6	12.7	14.3	3.1	2.8
40代	89	78.9	73.6	43.0	20.4	19.1	17.4	0.5	3.9
50代以上	96	81.9	67.3	49.4	17.6	19.2	25.9	0.8	1.7

果物購入時の注意点【複数回答(3つまで選択)】

	調査数	鮮度	価格	産地	消費期限・賞味期限	分量	旬のものであること	ブランド名	いあてはまるものはな
全体	361	75.7	71.0	44.6	16.8	14.0	22.6	4.2	2.8
性別									
男性	169	71.7	68.6	43.1	23.0	9.5	18.1	3.8	4.3
女性	192	79.3	73.1	45.9	11.3	17.9	26.5	4.6	1.5
年代									
20代	80	70.9	80.1	35.7	17.7	15.9	16.4	5.6	3.1
30代	96	73.2	67.9	49.5	15.3	12.1	21.2	6.9	2.8
40代	89	78.5	71.0	44.1	15.9	12.0	24.5	2.1	3.9
50代以上	96	79.7	66.6	47.5	18.4	16.1	27.4	2.3	1.7

魚購入時の注意点【複数回答(3つまで選択)】

	調査数	鮮度	価格	産地	消費期限・賞味期限	分量	旬のものであること	ブランド名	いあてはまるものはな
全体	361	79.9	68.1	39.5	33.5	14.5	16.2	1.2	2.9
性別									
男性	169	75.4	65.4	35.6	35.9	11.4	18.3	1.1	4.3
女性	192	83.9	70.5	42.9	31.3	17.2	14.4	1.3	1.7
年代									
20代	80	75.5	76.6	48.4	40.3	13.9	8.7	1.0	2.1
30代	96	76.3	61.1	45.1	27.4	11.2	20.0	3.1	4.1
40代	89	80.7	70.9	29.8	39.4	12.4	14.2	0.5	3.9
50代以上	96	86.6	65.5	35.4	28.3	20.0	20.5	-	1.7

肉購入時の注意点【複数回答(3つまで選択)】

	調査数	鮮度	価格	産地	消費期限・賞味期限	分量	旬のものであること	ブランド名	いあてはまるものはな
全体	361	67.4	69.8	51.0	35.4	21.0	3.2	5.2	3.0
性別									
男性	169	62.8	65.3	49.2	35.1	19.1	2.7	5.2	4.8
女性	192	71.5	73.7	52.6	35.6	22.6	3.8	5.2	1.4
年代									
20代	80	59.7	79.7	56.5	35.7	27.6	1.0	2.1	2.1
30代	96	68.1	64.2	49.1	32.7	18.4	4.6	9.1	3.4
40代	89	69.2	74.3	41.4	39.4	14.6	3.8	4.3	3.9
50代以上	96	71.6	62.9	57.3	34.2	23.9	3.1	4.7	2.5

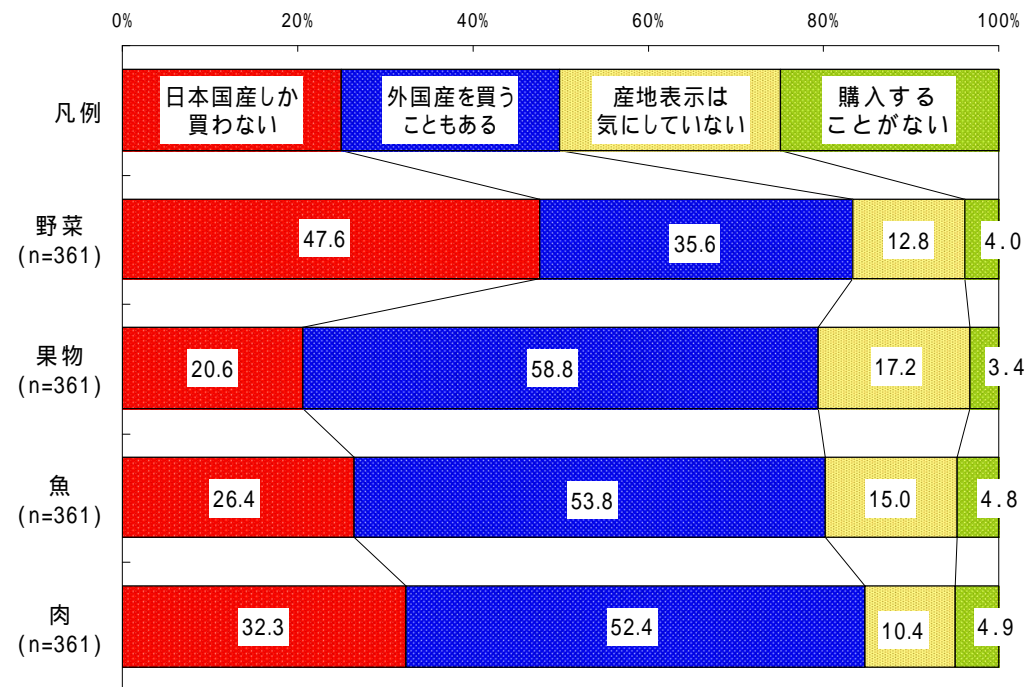
2. 生鮮食品の産地と購入について

「日本国産しか買わない」、野菜は約5割で他の生鮮食品に比べて割合が高い

生鮮食品の産地と購入の関係について、「日本国産しか買わない」の割合が最も高いのは野菜で47.6%、次いで肉32.3%、魚26.4%の順である。

- ・性別でみると、女性は男性に比べて、野菜・肉は「日本国産しか買わない」の割合が高い。
- ・年代別では、20代・40代は他の年代に比べて全体的に「日本国産しか買わない」の割合が低い。特に20代は野菜、40代は魚において他の年代との差が大きい。

生鮮食品の産地と購入について【それぞれ単一回答】



2. 生鮮食品の産地と購入について

野菜の産地と購入について【単一回答】

		調査数	買 わ な い 日 本 産 の も の し か	こ と も あ る 外 国 産 の も の を 買 う	い な い 産 地 表 示 は 気 に し て	購 入 す る こ と が な い
全体		361	47.6	35.6	12.8	4.0
性別	男性	169	43.3	33.6	16.5	6.5
	女性	192	51.4	37.4	9.5	1.7
年代	20代	80	29.2	51.3	12.8	6.6
	30代	96	56.3	28.3	11.6	3.8
	40代	89	44.0	31.6	21.0	3.4
	50代以上	96	57.5	33.5	6.4	2.5

果物の産地と購入について【単一回答】

		調査数	買 わ な い 日 本 産 の も の し か	こ と も あ る 外 国 産 の も の を 買 う	い な い 産 地 表 示 は 気 に し て	購 入 す る こ と が な い
全体		361	20.6	58.8	17.2	3.4
性別	男性	169	21.9	50.7	22.1	5.3
	女性	192	19.5	66.0	12.9	1.7
年代	20代	80	15.8	58.1	22.0	4.1
	30代	96	22.8	60.0	13.5	3.8
	40代	89	16.8	55.5	24.3	3.4
	50代以上	96	26.0	61.2	10.3	2.5

魚の産地と購入について【単一回答】

		調査数	買 わ な い 日 本 産 の も の し か	こ と も あ る 外 国 産 の も の を 買 う	い な い 産 地 表 示 は 気 に し て	購 入 す る こ と が な い
全体		361	26.4	53.8	15.0	4.8
性別	男性	169	26.0	47.4	19.0	7.5
	女性	192	26.7	59.4	11.5	2.5
年代	20代	80	24.5	56.0	13.9	5.6
	30代	96	31.5	51.7	10.3	6.6
	40代	89	14.1	57.7	24.3	3.9
	50代以上	96	34.3	50.3	12.1	3.3

肉の産地と購入について【単一回答】

		調査数	買 わ な い 日 本 産 の も の し か	こ と も あ る 外 国 産 の も の を 買 う	い な い 産 地 表 示 は 気 に し て	購 入 す る こ と が な い
全体		361	32.3	52.4	10.4	4.9
性別	男性	169	26.6	52.2	13.7	7.5
	女性	192	37.2	52.7	7.5	2.6
年代	20代	80	24.1	59.6	9.7	6.6
	30代	96	40.7	45.5	8.7	5.0
	40代	89	30.5	48.5	17.2	3.9
	50代以上	96	32.3	57.1	6.4	4.2

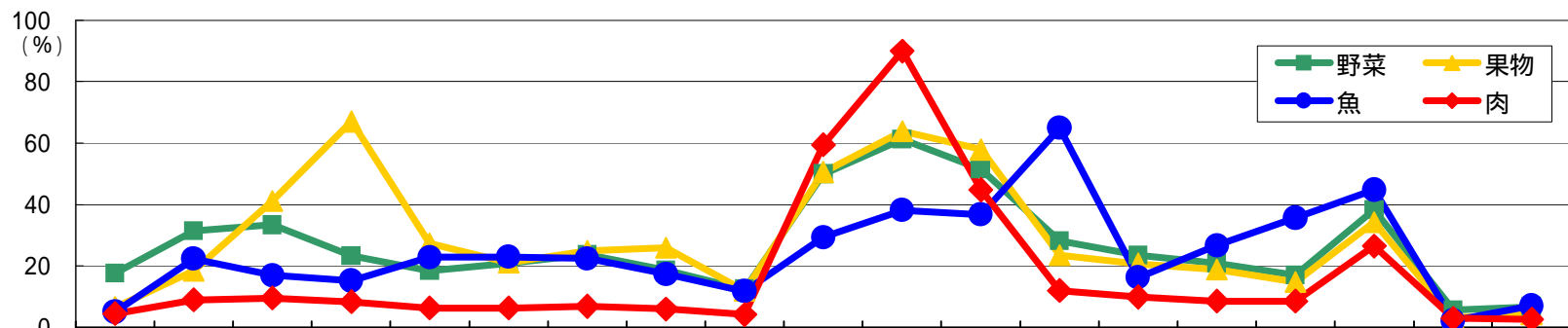
3. 生鮮食品の産地別許容度

アメリカ、オーストラリア、ニュージーランド産の生鮮食品への許容度が全体的に高い

購入しても良いと思う生鮮食品の産地は、果物はフィリピン、魚はノルウェー、肉はオーストラリアの割合が、それぞれ他の生鮮品に比べて高くなっている。アメリカ、オーストラリア、ニュージーランドは、いずれのジャンルにおいても全体的に許容度が高い。

- ・性別では、男性は女性に比べて全体的に選択率が高く、外国産の生鮮食品への許容度が高いといえる。
- ・年代別でみると、20代は他の年代に比べて全体的に選択率が高く、外国産の生鮮食品への許容度が高いといえる。

購入しても良いと思う生鮮食品の産地【複数回答】



	調査数	中国	韓国	台湾	フィリピン	インドネシア	ベトナム	タイ	マレーシア	インド	アメリカ	オーストラリア	ニュージーランド	ノルウェー	メキシコ	チリ	ロシア	カナダ	その他	あてはまるものは
野菜	128	17.7	31.5	33.4	23.3	18.4	21.0	23.6	18.7	12.4	50.0	61.3	51.5	28.2	23.5	20.9	17.1	38.3	5.6	6.8
果物	212	6.6	18.4	41.1	67.0	27.4	21.1	24.9	25.9	11.9	50.5	63.9	57.9	23.4	20.8	18.8	14.8	34.3	3.2	4.2
魚	194	5.1	22.3	17.0	15.2	22.8	22.9	22.4	17.4	11.8	29.4	38.1	36.7	64.9	16.3	26.7	35.7	44.8	2.2	7.1
肉	189	4.5	8.9	9.5	8.3	6.4	6.4	6.9	6.0	4.2	59.5	90.0	44.8	12.0	9.9	8.5	8.5	26.5	3.0	2.7

3. 生鮮食品の産地別許容度

購入しても良いと思う野菜の産地【複数回答】

		調査数	中国	韓国	台湾	フィリピン	インドネシア	ベトナム	タイ	マレーシア	インド	アメリカ	オーストラリア	ニュージーランド	ノルウェー	メキシコ	チリ	ロシア	カナダ	その他	【%】 ないあてはまるものは
全体		128	17.7	31.5	33.4	23.3	18.4	21.0	23.6	18.7	12.4	50.0	61.3	51.5	28.2	23.5	20.9	17.1	38.3	5.6	6.8
性別	男性	57	26.1	39.1	44.4	26.8	21.9	26.6	24.9	18.5	12.2	49.7	60.7	53.8	24.9	23.8	23.1	17.4	39.5	6.4	1.6
	女性	72	11.0	25.5	24.7	20.6	15.7	16.6	22.7	18.8	12.7	50.2	61.8	49.7	30.8	23.2	19.2	16.8	37.4	4.9	10.8
年代	20代	41	34.5	42.5	40.5	30.8	23.9	28.7	23.9	23.9	19.8	73.3	64.4	57.5	38.8	43.7	34.8	30.8	46.6	2.0	6.1
	30代	27	4.4	26.4	24.4	24.2	22.0	18.7	27.6	20.9	7.7	28.5	57.1	47.2	25.3	9.9	5.5	7.7	24.1	8.8	9.9
	40代	28	15.9	24.2	38.1	22.7	22.7	22.7	26.1	22.5	15.6	46.4	65.5	50.1	29.3	20.8	20.8	20.8	46.5	8.6	5.1
	50代以上	32	9.0	28.2	27.9	13.6	4.6	11.8	17.9	6.8	4.3	41.5	57.3	48.6	16.1	11.5	16.4	4.3	32.5	4.6	6.5

購入しても良いと思う果物の産地【複数回答】

		調査数	中国	韓国	台湾	フィリピン	インドネシア	ベトナム	タイ	マレーシア	インド	アメリカ	オーストラリア	ニュージーランド	ノルウェー	メキシコ	チリ	ロシア	カナダ	その他	【%】 ないあてはまるものは
全体		212	6.6	18.4	41.1	67.0	27.4	21.1	24.9	25.9	11.9	50.5	63.9	57.9	23.4	20.8	18.8	14.8	34.3	3.2	4.2
性別	男性	86	10.3	24.0	50.2	75.6	36.4	26.3	29.0	29.2	13.3	60.3	76.5	60.3	27.7	26.8	24.0	19.1	41.3	2.1	1.2
	女性	127	4.2	14.6	34.9	61.2	21.3	17.5	22.2	23.7	10.9	43.8	55.4	56.3	20.4	16.8	15.3	11.9	29.6	3.9	6.3
年代	20代	46	21.8	29.7	50.0	73.6	38.6	33.2	27.2	36.8	21.1	62.9	66.5	57.9	35.0	33.2	31.5	29.7	39.3	-	7.1
	30代	58	-	19.2	31.6	58.6	26.5	21.2	27.0	22.8	7.3	44.5	64.3	50.8	19.2	17.1	16.1	9.9	25.4	5.2	2.1
	40代	49	5.0	13.8	45.4	68.0	25.7	17.9	27.5	27.5	13.9	46.1	68.7	64.7	23.5	24.8	15.8	13.9	41.1	4.8	4.9
	50代以上	59	2.5	12.5	39.5	69.3	20.7	13.9	19.0	19.0	7.5	50.1	57.5	59.3	18.2	11.2	13.9	8.6	33.4	2.4	3.6

3. 生鮮食品の産地別許容度

購入しても良いと思う魚の産地【複数回答】

		調査数	中国	韓国	台湾	フィリピン	インドネシア	ベトナム	タイ	マレーシア	インド	アメリカ	オーストラリア	ニュージーランド	ノルウェー	メキシコ	チリ	ロシア	カナダ	その他	【%】 ないあてはまるものは
全体		194	5.1	22.3	17.0	15.2	22.8	22.9	22.4	17.4	11.8	29.4	38.1	36.7	64.9	16.3	26.7	35.7	44.8	2.2	7.1
性別	男性	80	8.5	28.6	25.4	19.6	23.8	27.7	25.0	25.1	15.1	40.7	50.4	43.5	64.1	20.0	30.1	42.2	50.0	1.1	3.5
	女性	114	2.8	17.9	11.2	12.1	22.2	19.6	20.5	11.9	9.4	21.5	29.5	31.9	65.5	13.7	24.2	31.2	41.2	3.0	9.6
年代	20代	45	14.5	25.5	24.5	17.4	22.9	30.0	27.4	21.8	20.0	40.8	47.1	40.0	73.7	31.8	39.2	52.6	45.5	1.8	5.5
	30代	50	-	21.2	15.2	16.3	25.3	22.9	20.5	20.0	9.1	25.4	36.8	41.0	57.2	12.1	20.0	27.8	39.8	4.2	6.0
	40代	51	3.9	22.8	15.2	16.3	22.8	20.9	21.8	15.3	9.5	25.5	37.8	37.8	64.1	13.3	28.4	37.9	49.1	2.8	9.3
	50代以上	48	3.1	20.0	14.0	10.9	20.2	18.6	20.2	12.8	9.3	27.3	31.6	28.1	65.6	9.3	20.0	26.0	44.8	-	7.2

購入しても良いと思う肉の産地【複数回答】

		調査数	中国	韓国	台湾	フィリピン	インドネシア	ベトナム	タイ	マレーシア	インド	アメリカ	オーストラリア	ニュージーランド	ノルウェー	メキシコ	チリ	ロシア	カナダ	その他	【%】 ないあてはまるものは
全体		189	4.5	8.9	9.5	8.3	6.4	6.4	6.9	6.0	4.2	59.5	90.0	44.8	12.0	9.9	8.5	8.5	26.5	3.0	2.7
性別	男性	88	6.8	8.7	10.7	9.8	7.5	7.5	7.7	6.6	4.5	69.2	92.6	47.3	16.5	12.9	11.9	10.8	30.7	1.9	-
	女性	101	2.5	9.1	8.5	7.1	5.5	5.5	6.2	5.5	4.0	51.0	87.8	42.6	8.1	7.2	5.5	6.4	22.8	4.0	5.0
年代	20代	48	13.6	18.8	15.3	15.3	11.1	11.1	11.1	11.1	9.4	68.3	87.1	47.8	19.5	15.3	15.3	15.3	32.4	3.5	3.5
	30代	44	-	4.8	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4	56.9	88.4	41.1	14.4	6.9	7.6	7.6	23.4	2.1	4.1
	40代	43	4.6	6.8	11.4	11.4	9.2	9.2	11.5	9.2	6.8	56.5	92.2	44.9	14.8	12.6	9.2	9.0	32.8	2.2	2.2
	50代以上	55	-	5.3	9.5	5.5	4.2	4.2	4.0	2.7	-	56.2	92.2	45.1	1.3	5.5	2.7	2.7	18.9	4.0	1.3

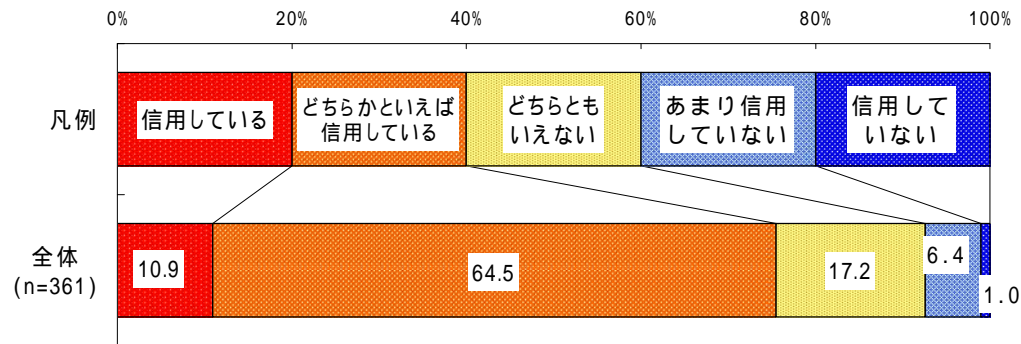
4. 生鮮食品の産地表示信頼度

店頭販売商品の産地表示の信頼度75.4%

店頭(直売所を除く)で売られている生鮮食品の産地表示の信頼度は、「信用している」10.9%、「どちらかといえば信用している」64.5%で、両者を合わせた信頼層は75.4%である。

・性別、年代別で大きな違いは見られない。

店頭(直売所を除く)販売商品の産地表示の信頼度【単一回答】



	調査数	【%】					【%】		
		信用している	どちらかといえば信用している	どちらともいえない	あまり信用していない	信用していない	信頼層	非信頼層	
全体	361	10.9	64.5	17.2	6.4	1.0	75.4	7.4	
性別	男性	169	9.2	63.9	17.8	7.5	1.5	73.1	9.0
	女性	192	12.4	65.0	16.7	5.4	0.5	77.4	5.9
年代	20代	80	7.2	68.7	20.9	3.1	-	75.9	3.1
	30代	96	14.7	61.3	17.5	4.6	1.9	76.0	6.5
	40代	89	11.5	61.0	15.3	11.1	1.1	72.5	12.2
	50代以上	96	9.7	67.4	15.6	6.4	0.8	77.1	7.2

発行元：株式会社ジーコム 生活行動研究所

福岡市博多区古門戸町2番4号 KSコモンドビル4F

TEL 092 - 283 - 2085

FAX 092 - 262 - 6110

URL : <http://www.gcom-net.co.jp/>

E - mail : info@gcom-net.co.jp