

# 消費者における食品選択基準と新たな表示に対する期待

－日本・米国・英国を対象とする国際比較調査より－

九州沖縄農業研究センター 後藤 一寿・沖 智之

## 1. はじめに

私たちは、日々の生活の中で一つの商品を選択する際に、多くの情報を集め自らの判断で最良のものを選択している。このような判断は、野菜・果物、加工食品やレストランでメニューを選ぶ際も同様である。価格、おいしさや見た目、産地やブランド、メーカーなど様々な要因を総合的に判断して選択しているが、このような判断の手助けのために、食品表示が有効であり、重要視されている。そこで、日本、アメリカ、イギリスの一般消費者を対象に、食品表示に対するアンケート調査を実施し、各国消費者の食品表示に対する意識について分析し、今後どのような表示が求められているのかを検討する。

## 2. 調査の概要

食品表示の規制や制度は各国さまざまであるが、日本のみの状況ではなく、欧米の状況並びに消費者意識を合わせて把握することを試みる。調査の設計にあたっては、日本、米国、英国を対象国とし、現行の食品表示に対する意識、食品表示を参考にする程度や新たな食品表示に対する期待などをインターネット調査により把握した。まず各国にてスクリーニング調査を実施し、1週間に一回以上、外食や食品の購入を行っている消費者を選抜し、対象者の中から本調査を依頼した。

## 3. 調査結果

### 1) 回答者の属性

表1 回答者の属性

	英国	米国	日本
30代	272(27.2%)	251(25.1%)	401(36.5%)
40代	365(36.5%)	309(30.9%)	354(32.2%)
50代	363(36.3%)	440(44.0%)	344(31.3%)
合計	1,000	1,000	1,099

### 2) 食品選択の基準

食品を選択する際の重視項目について複数選択で聞いた。その結果、野菜果物の上位3項目は、米国では「新鮮さ(94.7%)」「外観や見た目(84.4%)」「味(81.9%)」、英国では「新鮮さ(97.7%)」「品質(80.1%)」「味(78.5%)」、日本では「新鮮さ(87.6%)」「価格(65.8%)」「原産国・生産地(54.9%)」という結果であった(表2)。このほか、加工食品、外食メニューの結果についても検討する。

表2 野菜・果物の選択基準

選択基準	英国 %	米国 %	日本 %
新鮮さ(新しさ)	97.7	94.7	87.6
味(おいしさ)	78.5	81.9	48.0
外観・見た目	72.2	84.4	32.3
安全性	38.3	65.8	51.0
品質	80.1	80.7	32.9
ブランド	14.9	28.2	5.0
カロリー	21.5	30.6	4.8
栄養素	51.6	57.9	16.7
原産国・生産地	46.1	45.9	54.9
賞味期限・製造日	57.8	45.8	33.7
価格	73.5	73.3	65.8
有機栽培	42.5	49.0	17.7
遺伝子組み換え食品	31.6	20.7	18.3
アレルギー物質表示	14.7	18.3	3.3
栄養成分の表示	24.0	32.9	5.1
栄養機能表示	16.1	25.5	2.5
特定保健用食品	27.3	37.0	1.2
栄養素以外の健康情報	22.7	30.7	2.6
抗酸化力	24.7	40.7	4.1
この中にはない	0.1	0.4	0.1
特に意識しない	0.5	1.9	2.6

注: サンプル数は英国1000人、米国1000人、日本1099人である。

表3 食品等の選択基準（上位項目）

【野菜・果物の選択基準】			
項目	英国(%)	米国(%)	日本(%)
新鮮さ(新しさ)	97.7	94.7	87.6
価格	73.5	73.3	65.8
味(おいしさ)	78.5	81.9	48.0
品質	80.1	80.7	32.1
外観・見た目	72.2	84.4	32.3
安全性	38.3	65.8	51.0
原産国・生産地	46.1	45.9	54.9

【加工食品の選択基準】			
項目	英国(%)	米国(%)	日本(%)
賞味期限・製造日	74.1	82.1	65.1
価格	71.2	76.0	64.2
安全性	47.9	61.4	56.5
味(おいしさ)	59.8	71.7	53.0
原産国・生産地	28.9	37.1	46.2
品質	65.0	69.6	39.0
カロリー	63.1	63.8	27.1
栄養成分の表示	62.6	69.7	17.0

【外食の選択基準】			
項目	英国(%)	米国(%)	日本(%)
味(おいしさ)	72.3	73.6	70.2
価格	69.3	71.5	69.6
外観・見た目	64.2	67.2	40.6
カロリー	31.8	45.3	39.8
安全性	45.3	59.5	32.6
品質	69.5	67.8	22.2

注:各項目において選択率の高い項目のみ表示した。

### 3) 今後とりいれてほしい情報

今後とりいれてほしい食品表示の情報では、日本では安全性に関する情報が最も高く 59.9%、米国では栄養成分の情報(65%)、英国でも栄養成分の情報(62%)であった。次いで日本では栄養成分以外の役に立つ成分の情報(45.5%)、米国では抗酸化力の情報(49.1%)、英国でも抗酸化力の情報(53.3%)であった。

表4 今後とりいれてほしい表示内容

情報	英国(%)	米国(%)	日本(%)
栄養成分以外の健康に役立つ成分の情報	41.2	49.1	45.5
抗酸化力の情報	53.3	57.9	41.2
栄養成分の情報	62.0	65.0	43.9
味に関する情報	38.1	33.6	31.3
安全性に関する情報	24.6	41.0	59.9
ヘルスクレーム情報	33.4	36.9	12.8
上記以外の情報	43.0	63.0	1.4
特になし	17.6	14.5	17.4

### 4) 新たな食品表示に対する期待

実際に表5に示すような食品表示がされたことを仮定して、成分表示等を参考にする程度をいた。その結果、米国、英国では「栄養成分の情報」がそれぞれ、4.09、3.80 ともっとも重視されている一方、日本では「安全性に関する情報」が最も高く 4.07 という結果であった。

表5 新たな表示に対する期待

	英国 得点	米国 得点	日本 得点
栄養成分以外の健康に役立つ成分の情報 (ポリフェノール100mgなどの数値)	3.55 a	3.82 b	3.60 a
抗酸化力の情報 (ORAC5000などの数値)	3.36 a	3.65 b	3.56 b
栄養成分の情報 (ビタミンC100mgなどの数値)	3.80 a	4.09 b	3.72 a
味に関する情報 (糖度・酸度などの数値)	3.54 a	3.71 b	3.71 b
安全性に関する情報	3.49 a	4.03 b	4.07 b
特定保健用食品/ヘルスクレーム情報	3.32 a	3.76 b	3.24 a

注:数値は非常に参考にする:5、やや参考にする:4、どちらともいえない:3、あまり参考にしない:2、まったく参考にしない:1の5段階評価の平均評価得点である。分散分析(Kruskal-Wallis検定)、多重比較(Bonferroni検定)を行い、異符号間には1%水準で有意差がある。

## 4. 考察

日米英の消費者に対する国際比較調査の結果から、今後の食品表示に希望する情報の内容では、日本が際立って「安全性に関する情報」を希望しており、抗酸化力表示や栄養成分表示に加えて、安全性の保証を強く希望している様子が明らかとなった。今後、これらの調査結果を参考に抗酸化力表示や安全性表示などの客観的かつ公平な表示システムの検討が重要になると思われる。

(註1) 本調査は平成21年度農林水産省新需要創造フロンティア事業「新規抗酸化評価技術に基づいた食品への表示方法の整備」により実施した。

## 参考文献

- [1] 平成21年度農林水産省新需要創造フロンティア事業報告書「新規抗酸化評価技術に基づいた食品への表示方法の整備」2010、pp.60