

健康と生活に関する社会実験プロジェクト

—平成 29 年度アンケート調査結果報告書—

概要版

1. 平成 29 年度アンケート調査等の目的・位置付け

「健康と生活に関する社会実験」は、行政による情報提供がもたらす消費者の行動への影響と、効果的・効率的な情報提供の在り方を把握し、今後の周知・広報等に活用するための基礎資料を提供することを目的としている。

当社会実験の実施期間は、平成 29 年度から平成 31 年度までの3年間にわたる予定であり、初年度となる平成 29 年度には、平成 30 年度から開始する「健康と生活に関する社会実験」本実験のため、実験に参加するモニターを募集した。

また、併せてモニター募集の対象となる生活協同組合とくしま生協の宅配組合員を対象に平成 29 年度アンケート調査を実施し、生活満足度、健康に関する意識、日常の消費行動といった消費者としての特徴を調べた。これは、本実験の参加者として徳島県民を予定しているところ、本実験の結果が日本全国に対して適用可能な一般性（外的妥当性）を持ち得るのか検証することを目的としたものである。

すなわち、今次アンケート調査は、平成 28 年度消費者意識基本調査（消費者庁）で用いられた設問を抜粋したアンケート調査票を作成・配布することで、平成 28 年度消費者意識基本調査の回答結果と比較し、全国の平均的な回答者をベンチマーク（基準）として見たときのくしま生協組合員の消費者としての特徴を把握しようとするものである。さらに、本実験の対象となるモニターの集団（標本集団）において年齢・性別・学歴・収入等のアウトカムに影響をもたらすと予想される属性がどのように分布しているかを把握し、本実験の実験設計や本実験後の効果測定の参考とすることも意図している。

本報告書は、このような目的の下実施した平成 29 年度アンケート調査の結果を取りまとめたものである。

2. 調査の内容

平成 28 年度消費者意識基本調査（消費者庁）で用いられた設問を抜粋し、さらに対象地域である徳島県の特徴等を踏まえた設問を盛り込んだアンケート調査票を作成した。これを徳島県内に在住又は勤務先が所在し、宅配による商品の注文・受取を行っているとくしま生協組合員を対象に配布し、回収した結果と、平成 28 年度消費者意識基本調査（消費者庁）の結果との比較を行う。

3. 調査の概要

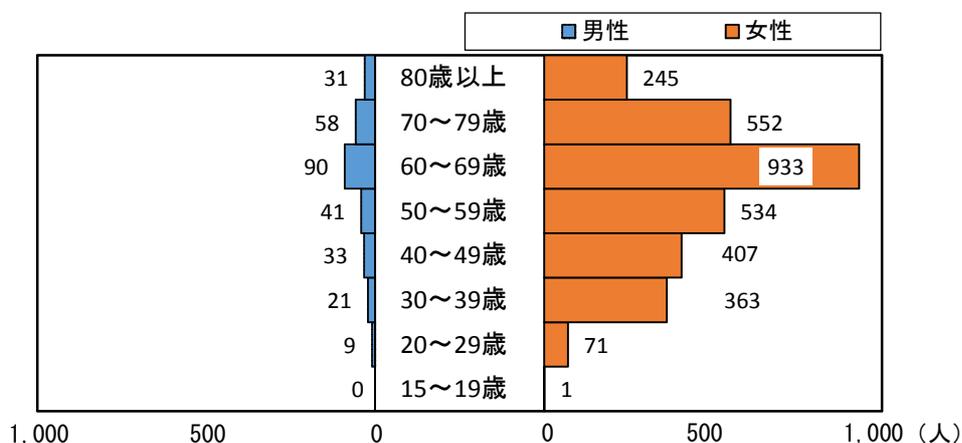
調査名	平成 29 年度アンケート調査
調査時期	調査票配布：平成 30 年 1 月 15 日（月）～ 1 月 19 日（金） 調査票回収：平成 30 年 1 月 22 日（月）～ 2 月 9 日（金）
調査方法	とくしま生協配送担当者による調査票の配布・回収
対象者・地域	徳島県内に在住し、とくしま生協に加入し、かつ宅配による商品の購入を行っている組合員 55,717 人（平成 30 年 1 月 22 日時点）
設問数	61 問（小問、付問含）
目的	とくしま生協組合員の消費者としての特徴把握
集計結果	3,467 人

4. 調査結果の概要

【回答者の基本属性】

- 55,717 名に調査票を配布し、そのうち 3,467 名から回答（回収率：6.2%）を得た。回答者の約 9 割が女性（男性：8.2%、女性：89.6%）。【図表 1】
〔報告書（本体）P10 - 「性別・年齢」 - 今次調査〕

図表 1 アンケート回答者の性別・年齢



【アンケート調査結果】

2-1. 日頃自分の健康について「気遣っている」（「かなり心掛けている」と「ある程度心掛けている」の合計。以下同じ。）と回答した割合は、82.7%。平成28年度消費者意識基本調査結果（全国平均）75.6%^(※)と比べて高い。【図表2-1】

〔報告書（本体）P28 - 「問6 - 1」〕

^(※) 小数点2位以下については四捨五入しているため、グラフ上の数字を足し合わせた値とは必ずしも一致しない。以下の計算についても同様。

2-2. 同性・同年齢層で比較したとき、日頃自分の健康について「気遣っている」と回答した割合は、今次調査において回答者の多くを占める60代女性において88.4%となり、平成28年度消費者意識基本調査結果（全国平均）89.5%と比べて僅かに低いものの、おおむね同程度である。このため、当設問に見られる関心の高さは、比較的高齢・女性が多数を占めるという年齢・性別の構成上の違いが主な要因と考えられる。【図表2-2】

〔報告書（本体）P28 - 「問6 - 2」〕

3-1. 「環境に配慮した商品やサービスを選択する」ことに対し、「心掛けている」（「かなり心掛けている」と「ある程度心掛けている」の合計。以下同じ。）と回答した割合は63.8%。平成28年度消費者意識基本調査結果（全国平均）の48.0%に比べて大幅に高い。【図表3-1】

〔報告書（本体）P23 - 「問2 - （力） - 1」〕

3-2. 同性・同年齢層で比較したとき、「心掛けている」と回答した割合は、60代女性で71.3%となり、平成28年度消費者意識基本調査結果（全国平均）63.1%と比べても高い。このため、回答者の環境への関心の高さは、年齢・性別の構成上の要因だけではないと考えられる。【図表3-2】

〔報告書（本体）P23 - 「問2 - （力） - 2」〕

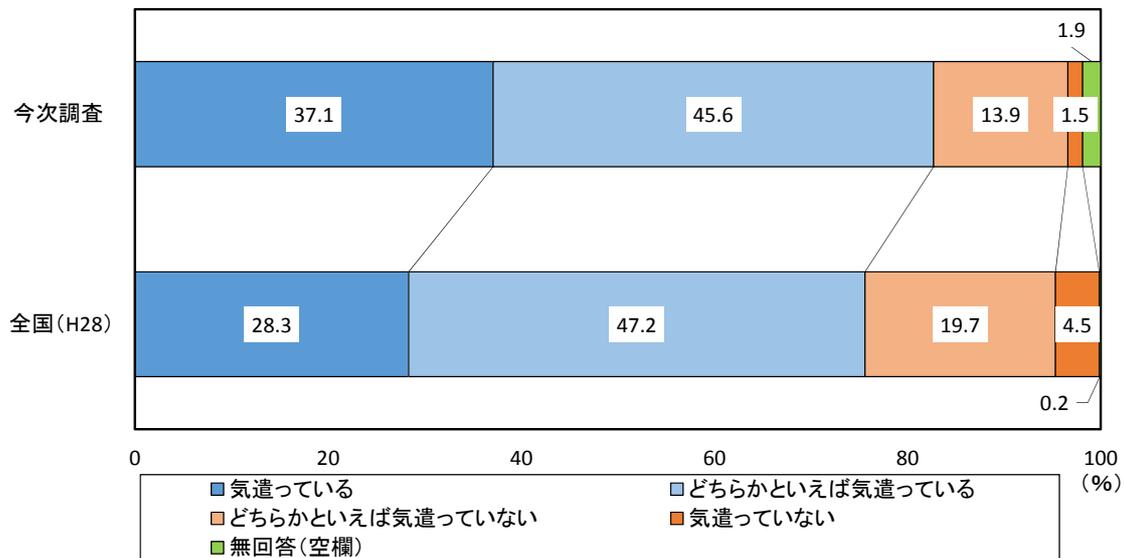
4-1. 「表示や説明を十分確認し、その内容を理解した上で商品やサービスを選択すること」に対し、「心掛けている」と回答した割合は、74.7%。平成28年度消費者意識基本調査結果（全国平均）68.3%と比べて高い。【図表4-1】

〔報告書（本体）P21 - 「問2 - （ア） - 1」〕

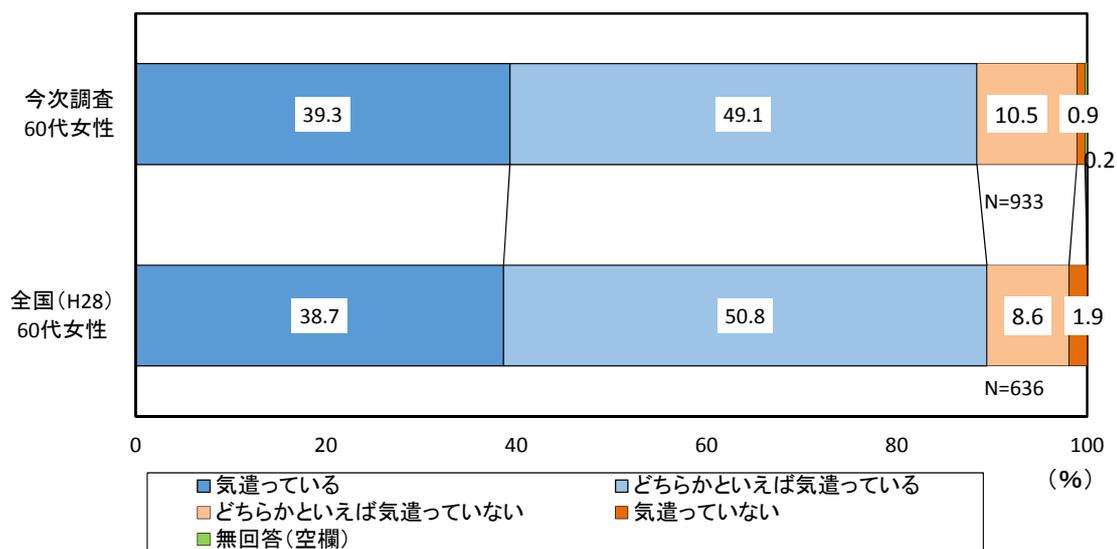
4-2. 同性・同年齢層で比較したとき、「心掛けている」と回答した割合は、60代女性で73.0%となり、平成28年度消費者意識基本調査結果（全国平均）71.2%に比べて僅かに高いものの、おおむね同程度である。このため、当設問に見られる意識の高さは、比較的高齢・女性が多数を占めるという年齢・性別の構成上の違いが主な要因であると考えられる。【図表4-2】

〔報告書（本体）P21 - 「問2 - （ア） - 2」〕

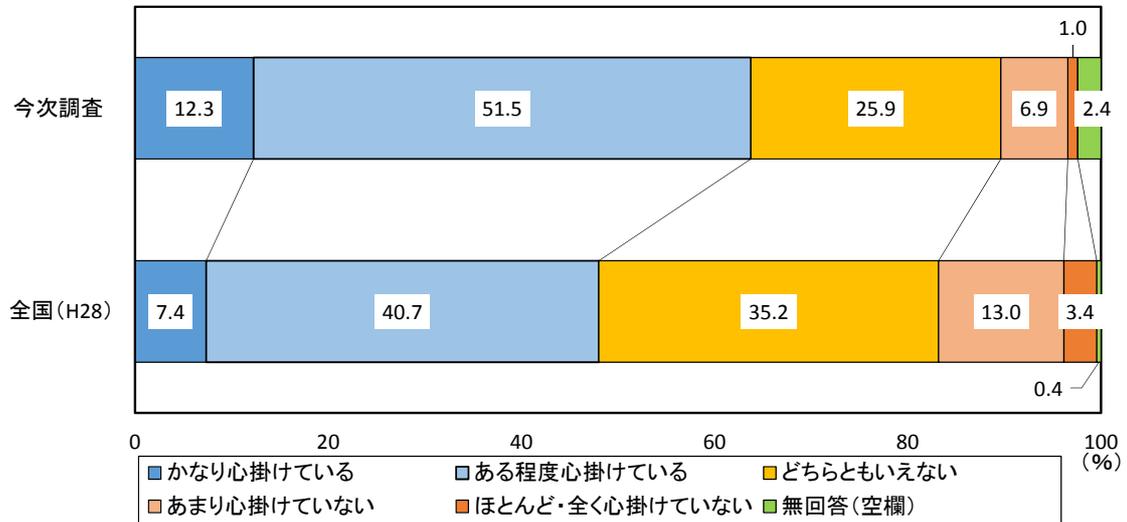
図表 2-1 日頃自分の健康に気遣っていると思いますか



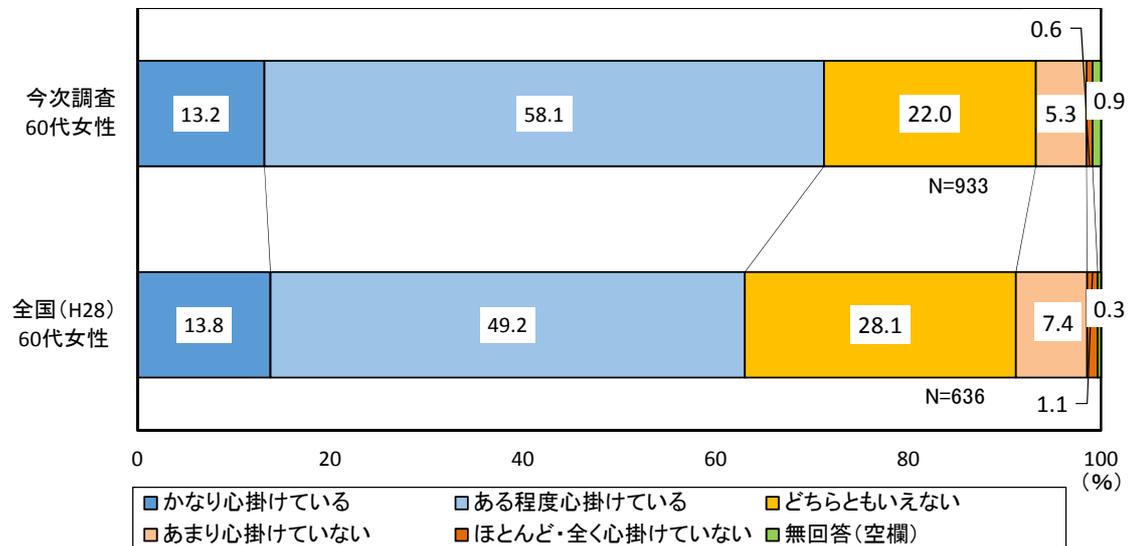
図表 2-2 日頃自分の健康に気遣っていると思いますか (60代女性比較)



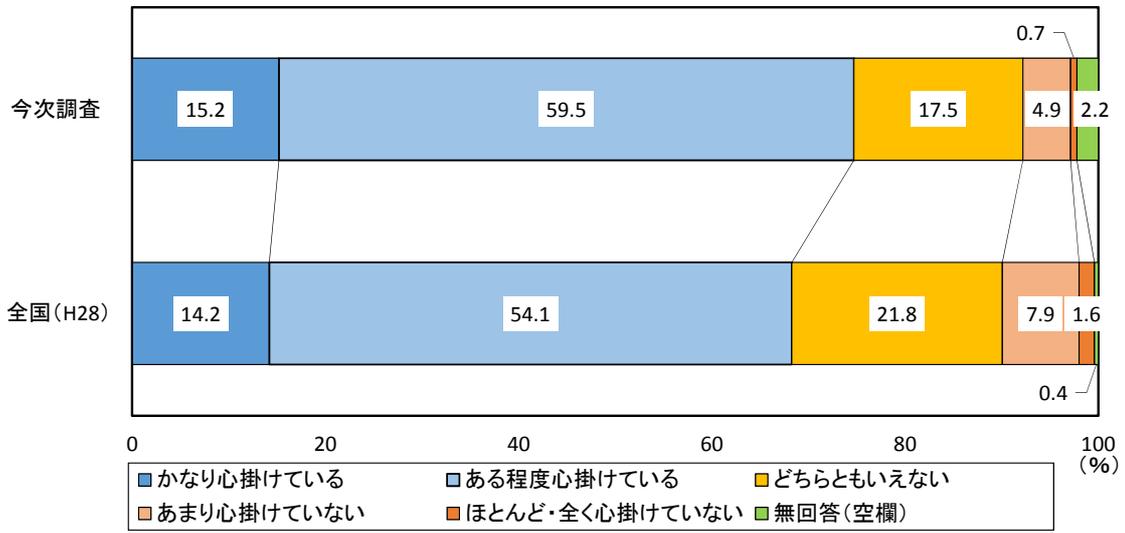
図表 3-1 環境に配慮した商品やサービスを選択する



図表 3-2 環境に配慮した商品やサービスを選択する (60代女性比較)



図表 4-1 表示や説明を十分確認し、その内容を理解した上で商品やサービスを選択する



図表 4-2 表示や説明を十分確認し、その内容を理解した上で商品やサービスを選択する
(60代女性比較)

